

05-03

21세기 한국 메가트렌드 시리즈 II

네트워크 사회의 인간관계와 사회심리

2005. 2

연구기관: 숭실대학교
연구책임자: 배영

제 출 문

정보통신정책연구원 원장 귀하

본 보고서를 『네트워크 사회의 인간관계와 사회심리』의 최종보고서로 제출합니다.

2005. 2

연구기관: 숭실대학교

연구책임자: 배영

목 차

요약문	5
제 1 장 서론: 새로운 환경과 사회적 관계	9
제 1 절 정보사회의 도래와 사이버 공간의 일상화	9
제 2 절 사회적 관계와 네트워크	10
제 2 장 사회적 관계와 정보사회의 지형	13
제 1 절 개인과 사회적 관계	13
제 2 절 사회적 관계의 동기와 효과	14
제 3 절 정보기술과 사회적 관계	18
제 4 절 관계의 측면에서 본 한국의 사이버트랜드	24
1. 인터넷의 확산과 콘텐츠 중심의 개인 홈페이지	25
2. 집단적 관계와 소통 중심의 사이버 커뮤니티	29
3. 자기중심적 관계 기반의 미니홈피	36
제 3 장 네트워크 사회의 사회적 관계에 대한 실증연구	42
제 1 절 연구대상 및 방법	42
제 2 절 오프라인의 사회적 관계	46
1. 개인의 관계망 현황	46
2. 참여 집단의 유형과 정도	52
3. 온라인의 사회적 관계	56
제 4 장 네트워크 사회의 사회심리: 융합된 이중성	79
제 1 절 폐쇄적 우리 의식과 열린 관계 지향성	79
제 2 절 상호작용 욕구와 자기 영역의 유지: 드러내기와 감추기	82

제 3 절 동조의 심리와 개성 중시	85
제 5 장 결론 및 정책적 함의	88
제 1 절 네트워크 사회와 한국의 사회적 관계	88
1. 사회적 관계와 심리적 특성	88
2. 종합적 검토	91
제 2 절 정책적 함의	93
참고문헌	96

표 목 차

〈표 2-1〉 PC통신 동호회와 웹기반 커뮤니티	31
〈표 2-2〉 다음의 카페와 프리챌 커뮤니티 현황	33
〈표 3-1〉 오프라인 사회적 관계 응답자의 일반적 특성	42
〈표 3-2〉 성별 개인 관계망의 종류	48
〈표 3-3〉 관계의 정도	49
〈표 3-4〉 연령대별 관계망 밀도	51
〈표 3-5〉 모임의 성격과 속성	53
〈표 3-6〉 인맥서비스 관련 설문응답자의 일반적 특성	63
〈표 3-7〉 인맥서비스 가입경로	64
〈표 3-8〉 관심인맥 지정 받을때 느끼는 감정	65
〈표 3-9〉 관심인맥 지정할 때 주저하는 이유	66
〈표 3-10〉 관심인맥중 가장 중요한 인맥	71
〈표 3-11〉 인맥의 필요성과 중요 인맥	72
〈표 3-12〉 인맥필요성과 오프 접촉 여부	73
〈표 3-13〉 인맥서비스를 통한 도움과 오프 접촉 여부	75
〈표 3-14〉 변수간 상관분석	76

그 립 목 차

[그림 2-1]	사이버 공간의 트렌드	24
[그림 2-2]	인터넷 이용자수 추이	25
[그림 2-3]	다음과 프리챌 커뮤니티 재분류 결과	34
[그림 2-4]	싸이월드의 미니홈피 예시	37
[그림 2-5]	세이클럽의 홈피넷 예시	39
[그림 3-1]	I 사 인맥서비스의 실제 예	44
[그림 3-2]	트레이스 데이터 예시	45
[그림 3-3]	오프라인 개인 관계망의 종류	47
[그림 3-4]	관계 종류 별 관계의 정도	50
[그림 3-5]	관계의 혜택	52
[그림 3-6]	모임성격별 관계의 정도	54
[그림 3-7]	모임의 혜택	55
[그림 3-8]	서비스 1일째	57
[그림 3-9]	서비스 9일째	57
[그림 3-10]	서비스 30일째	58
[그림 3-11]	노드와 링크의 증가 추이	58
[그림 3-12]	일방적 이자관계와 쌍방적 이자관계의 추이	59
[그림 3-13]	쌍방적 이자관계와 일방적 이자관계의 비율	60
[그림 3-14]	회원들간의 거리(최대값과 평균값)	61
[그림 3-15]	도달 가능 회원수(평균값과 최대값)	62
[그림 3-16]	인맥형성의 적극성 여부와 인맥신청	68
[그림 3-17]	인맥형성의 적극성 여부와 정보공개	70
[그림 3-18]	인맥 필요성과 오프 접촉 유무	74
[그림 5-1]	네트워크사회의 관계	93

요 약 문

1. 연구의 배경과 목적

21세기 정보사회로 진입한 한국의 사회변화는 이전의 어느 시기보다 상대적으로 급속하고 다양하게 나타나고 있다. 전반적인 사회의 시스템도 합리적 효율을 강조하는 위계적 패러다임에서 네트워크 패러다임, 다시 말해 각자의 개성과 창의성이 존중되고 삶에 질에 대한 새로운 모색이 이루어지고 있는 수평적이고 독립적이면서 연결되어있는 양상으로 변화하였다.

본 연구는 이렇듯 네트워크의 중요성이 강조되며 다양하고 폭넓은 스펙트럼 속에 존재하는 정보사회의 인간관계와 행위자들의 사회 심리적 특성을 살펴보는 것을 목적으로 한다. 이를 위해 연구의 대상은 크게 오프라인의 사회적 관계와 온라인의 사회적 관계라는 두 가지 종류를 설정하여, 우선 오프라인에서 이루어지는 개인들의 실제적인 관계를 알아보기 위해 전국 단위의 조사로 시행된 「인터넷 이용실태 조사」의 일부 문항과 결과를 이용하였다. 그리고 온라인에서의 개인들 간 사회적 관계는 IT 관련 기업인 ‘I’사의 인맥서비스 회원으로 가입해 있는 5,000여 명의 속성(attribute)자료와 인터넷 상에서의 행동 자료, 그리고 572명의 인맥서비스 이용자들의 설문조사 자료를 이용했다

2. 연구의 내용과 결과

사회적 관계의 형성에 있어 먼저 그 동기는 크게 완성적 동기(consummatory motive)와 도구적 동기(instrumental motive)로 구성된다. 완성적 동기는 개인이 속해있는 공동체나 구성원들 간의 사회적 상호작용을 통해 형성되는 가치주입(value in-

jection)과정과 제한적 연대(bounded solidarity)를 통해 나타난다. 반면 도구적 동기는 상호 교환(reciprocity exchange)과 강제적 신뢰(enforceable trust)의 요소들을 포함한다. 또한 사회적 관계의 형성으로 인한 효과는 정서적 안정감의 유지와 자원이나 정보의 획득과 같은 도구적 효과, 그리고 거시적으로는 사회운영에 필요한 거래비용의 감소 등을 들 수 있다.

현재 한국 사회에서 이루어지고 있는 실제 사회적 관계의 현황과 형태를 알아본 결과, 한국인들에게 가장 중요한 관계는 학교를 통해 이루어지는 관계망이라고 할 수 있다. 특히 학교 동기의 경우 가장 높은 비중을 나타내고 있는데, 응답자들의 연령이 올라갈수록 학교관련 관계망이 이웃으로 대체되는 양상을 볼 수 있었다.

관계의 종류별 유대 강도는 접촉 기간과 접촉 빈도를 기준으로 세 가지 형태의 유형화가 가능하다. 접촉 기간이나 접촉 빈도 모두에서 가장 안정적인 관계망으로 나타난 것이 학교동기와 동호회 및 서클 친구이다. 학교 동기는 비자발적인 학연에 기반 한 연고 관계로 볼 수 있고 동호회의 친구는 자발적인 선택에 의한 관계이다. 미약하지만 학연에 기반 한 유대를 대체할 수 있는 관계망으로 동호회와 같은 선택적 관계망이 등장했다는 것은 의미 있는 발견이었다.

관계 집단에 대한 조사를 통해서 나타난 결과는 약한 유대와 강한 유대를 설명하는 기존의 논의들이 현재 우리의 상황과도 잘 부합하는 것을 발견할 수 있었다. 정의적 모임을 우선시하는 응답자가 도구적 모임을 선택한 응답자에 비해 훨씬 많은 비율을 나타내고 있었다. 또한 모임을 구성하는 인원의 수에 있어서는 도구적 모임이 폐쇄성보다는 개방적인 조직 형태를 가지고 있기 때문에 정의적 모임에 비해 구성원 수가 많은 것을 볼 수 있었다. 아울러 참여하고 있는 관계 집단이 도구적인 성격을 추구하는 행위자들의 경우 정의적 모임의 행위자들 보다 다수의 모임에 참여하고 있었다.

사이버 공간에서 이루어지는 관계 형성에 대해 살펴보면, 트레이스 데이터를 통한 분석 결과 사이버 공간에서도 시간의 경과에 따라 관계의 수적 증가와 상호 작용의 안정화, 관계를 통한 호혜성의 존재 등의 요소를 발견 할 수 있어서 오프라인

에서와 마찬가지로 작은 세상(small world)의 특성이 나타나고 있음을 알 수 있었다.

아울러 실시된 설문조사에서의 중요한 발견점은 행위자들의 관계맺음 양상에 있어 정보추구를 위한 약한 유대 기반의 관계가 주류를 이루고 있었다는 사실이었다. 다시 말해 오프라인에서의 관계가 가져다주는 이점을 정서적 안정감이라고 단순화시킨다면 온라인에서의 관계는 자신이 원하는 정보나 자원을 획득하기 위한 도구적인 목적이 인맥을 형성하는데 있어 가장 중요하게 작용하는 요소로 파악되었다. 인맥의 내용적 특성 부분에 있어서도 학교 관련 인맥보다는 주요 목적인 정보 추구에 적합한 같은 업무 분야의 인맥이 가장 중요한 것으로 나타났다. 이는 또한 인맥의 필요성이나 인맥을 통한 혜택에 있어서도 동일한 결과를 보여주고 있다.

네트워크 사회의 현대인들에게 보여 지는 사회 심리적 특성은 어떤 한 차원에서 설명되기 어렵다는 측면에서 ‘융합된 이중성’이라고 명명해 보았다. 좀 더 구체적으로 살펴보면 다음의 세 가지로 정리될 수 있다. 첫째로는 오프라인에서는 폐쇄적 우리 의식이 강하게 유지되고 있는 반면에 사이버 공간에서는 다양성과 자유로움을 중시하는 열린 관계를 지향한다는 것이다. 두 번째로는 사회적 관계 형성과 유지에 있어 자신의 모습을 완전히 드러내는 새로운 상호작용 방식을 통해 편안함을 느끼지만 누구에게도 침범 받고 싶지 않은 자기만의 고유한 영역이 동시에 존재한다는 것이다. 세 번째는 동조의 심리와 자신의 개성을 중시하는 특성의 공존이다. 즉 자유로운 개성을 중요하게 생각하고 있지만 다른 사람들과의 관계 속에서 이루어지는, 달리 표현하면 네트워크의 외부효과로도 볼 수 있는 동조의 심리도 개인들의 일상 속에 매우 중요한 부분을 차지한다는 것이다.

3. 연구결과의 국가 정책적 함의

사회적 관계의 확장과 안정화는 개인의 안녕과 사회의 발전에 있어 매우 중요한 요소라고 할 수 있고 사회적 관계형성에 있어 사이버 공간에서의 다양한 상호작용은 이제 매우 일반화된 상황이다. 이러한 상황적 맥락에서 양적, 질적으로 유용한

관계망의 형성을 촉진하기 위해서는 무엇보다도 관계의 형성과 안정화를 위한 제도적 장치의 보완이 필요하다고 생각한다.

이를 위해서 정책적 차원에서 제도적으로 필요한 부분이 개인 정보 및 사생활 침해 사례에 대한 적극적 대처이다. 사이버 공간에서 사회적 관계가 이루어지기 위해 필요한 요소 중 필수적인 것은 관계 대상과 관계를 제공해주는 공간(사이트)에 대한 신뢰이다. 관계 대상의 경우 사이버 공간의 특성상 익명적인 대상으로 나타날 수 있지만 이에 대해서는 개인들의 의식 속에 필요한 준비가 이루어지는 경우가 많다. 보다 심각한 것은 관계의 장으로 이용하게 되는 사이트로부터 개인정보가 유출되는 것이다. 따라서 주민등록번호가 가지는 다양한 한계, 예를 들면 과도한 정보를 담고있다든지 제 3자에게 유출 혹은 도용될 수 있는 요소나 가능성이 산재해있다는 현실을 인식하고 이에 방지하기 위한 보완적 법제의 마련이 필수적이라고 생각된다. 또한 위반 사례에 대한 신속한 대처를 포함해서 현재 이루어지고 있는 프라이버시 보호를 위한 대책들을 보다 실질적인 차원에서 검토하여 이용자들이 효율과 안정감을 동시에 느끼면서 다양한 활동을 통해 삶의 질을 높일 수 있도록 정책적 노력과 대안 마련이 이루어져야 할 것이다.

제 1 장 서론: 새로운 환경과 사회적 관계

제 1 절 정보사회의 도래와 사이버 공간의 일상화

21세기 정보사회로 진입한 한국의 사회변화는 이전의 어느 시기보다 상대적으로 급속하고 다양하게 나타나고 있다. 지식정보의 중요성이 과학기술의 발전과 결합하여 나타나게 된 정보화는 속도성, 유동성, 그리고 불확정성을 전반적인 특징으로 하여 현대 사회의 변화를 보다 역동적으로 이끌고 있다. 한국의 경우 90년대 중반 인터넷의 확산과 함께 다른 나라에 비해 상대적으로 다양한 측면에서 정보화로 인한 급속하고도 구조적인 변동이 잘 드러나고 있는 국가이다(삼성경제연구소, 2000; 정보통신부, 2003). 전반적인 사회의 시스템도 합리적 효율을 강조하는 위계적 패러다임에서 네트워크 패러다임, 다시 말해 각자의 개성과 창의성이 존중되고 삶에 질에 대한 새로운 모색이 이루어지고 있는 수평적이고 독립적이면서 연결되어있는 양상으로 변화하였다.

아울러 현대인들의 일상에서 인터넷을 비롯한 새로운 정보기술은 나날이 그 역할이 중요해지고 시간적인 측면에서도 그 비중이 늘고 있다. 다양한 활동이 이루어지는 인터넷 상에서의 사이버 공간(Cyber Space)은 컴퓨터로 매개되는 의사소통(Computer mediated communication: CMC)이 주가 되어 이루어지는 영역으로, 이전의 PC 통신에서 주로 이용되었던 문자 중심의 의사소통과 함께 이제는 동화상을 통한 상호간의 커뮤니케이션에 이르기까지 사회 문화 전반에 미치는 영향이 매우 커지고 있는 실정이다. 컴퓨터 이용자들 간의 사회적 상호작용의 활성화는 과거 특정 전문 집단에서 업무적, 학술적 용도로 이용하던 인터넷이 생활에서 빼놓을 수 없는 하나의 필수적인 요소로 자리잡게 되는데 매우 큰 역할을 하게 된 것이다.

인터넷을 통한 새로운 관계의 형성과 단절은 오프라인보다 행위자에게 여러 가지

편의성을 제공하고, 관계 자체에 대한 사회적인 제약이나 제재가 약할 수 있다는 점에서 훨씬 더 자유롭게 이루어진다. 더욱이 인터넷에서는 다양한 배경을 가진 사람들의 자유로운 관계형성 뿐 만 아니라 자신의 관심과 목적에 따라 집단을 형성하게 되었는데 상대방에 대한 오프라인에서의 경험을 공유하지 않은 상황에서도 자신과 조직에 대한 정체성의 확인과 수립이 가능하게 되는 양상에까지 나아가게 되었다. 웹 브라우저(Web Browser)를 통해 사용자들이 편리하게 인터넷을 이용하기 전에도 PC통신이나 뉴스그룹을 통한 개인들 간의 관계망 형성은 이루어져 있었다. 하지만 사이버 공간에서의 활동이 특정한 개인이나 집단에 한정되지 않고 전 사회적으로 확산되면서 여러 가지 영향을 미치게 된 것은 90년대 후반의 인터넷의 확산을 통해서라고 할 수 있다. 특히 인터넷에 대한 접근이 중장년층에 비해 현재 사회화의 과정에 있는 청소년층에서 훨씬 활발하게 이루어지고 있다는 점은 향후 사이버 공간에서 이루어지는 상호작용의 의미와 영향력이 사회전반에 걸쳐 더 커질 수 있다는 의미를 갖는다(배영, 2001).

제 2 절 사회적 관계와 네트워크

정보화 사회의 도래는 네트워크(network)에 대한 관심과 논의의 지형 확장을 가져왔다. 네트워크는 기존의 통신 관련 기술의 관점에서 서버 간, 서버와 단말기 간, 그리고 단말기 간의 물리적이고 상호의존적인 연결망을 중심으로 한정된 의미로 사용되었지만 인터넷의 발전에 기반 한 새로운 의미의 네트워크 형태는 사회를 구성하고 있는 사람들 간의 연결망의 형태와 구조 뿐 만 아니라 조직 간 그리고 더 나아가 국가 간의 다양한 부문과 영역을 포함하는 다의적인 의미로 부상하게 되었다. 더욱이 어떻게 수집하고 가공, 유통되는지에 따라 가치유무와 고저가 결정되는 유무형의 정보와 함께 누구와 그리고 무엇과 결합하는지에 대한 결정의 중요성이 점점 커지는 상황에서 어떠한 인적·물적 네트워크를 가지고 있고 어떠한 네트워크 속에 포함되어 살아가고 있는가하는 문제는 개개인이 가진 속성적 측면과 함께 삶

의 질을 결정하는 매우 중요한 요소로 부각되고 있는 상황이다.

본 연구는 네트워크의 중요성이 강조되며 다양하고 폭넓은 스펙트럼 속에 존재하는 정보사회의 인간관계와 행위자들의 사회 심리적 특성을 살펴보는 것을 목적으로 한다. 사회 속에서, 사회를 구성하고 살아가는 개인들 간의 관계는 이전에도 생활에 있어서나 학문적인 연구의 대상으로서 매우 중요한 의미를 지니고 있었다. 아울러 교통과 통신수단의 발전은 사회적 관계의 형성과 유지에 있어 다양한 방식과 형태를 제공하게 되었다.

이렇듯 사회적 관계를 둘러싼 환경 자체가 바뀐 상황에서 개인들의 변화된 행위 양식과 그로 인한 효과의 상이함은 불가피한 것으로 볼 수 있다. 관계 대상과의 직접적인 접촉을 통한 전통적 방식의 면대면(face to face)에 기반 한 관계 뿐 만 아니라 상대방에 한 특별한 인지나 정보가 없어도 다양한 사회적 관계의 형성은 가능하게 된 것이다. 특히 현대인들은 인터넷의 발전과 함께 등장하게 된 사이버 공간의 자유로우면서 편리한 특성을 통해 CMC의 효율성과 유효성을 경험하게 되었고, 컴퓨터를 매개로 한 의사소통은 관계유지의 수단적 의미 뿐 만 아니라 관계 형성의 주요 원천으로서도 일상생활과 업무에서의 비중이 점점 커져가고 있는 상황이다.

폭넓은 관계의 스펙트럼은 그 내용적인 측면에서도 다양한 양상을 보여준다. 정보사회가 현하기 이전에 사회적 관계의 주요한 동기와 근거로 작용했던 것은 관계 대상과의 '경험 공유'라고 할 수 있다. 어느 지역과 집안에서 태어났고 생활했으며, 어느 학교에서 무엇을 공부했는지와 같은 요소가 관계의 형성과 유지에 미치는 영향은 매우 컸으며, 이렇듯 같은 경험을 공유하고 있는 사람들 간의 사회적 연결망은 상대적으로 강한 유대(strong tie)에 기반 한 소수의 관계망으로 형성되는 경향이 대체적이었다(Lin, 2001).

하지만 관계 대상의 다각화와 관계 방식의 다양화가 이루어지면서 같은 관심을 공유하고 있지만 이질적 경험을 가지고 있는 개인들 간의 새로운 연결망이 인터넷의 보급과 함께 매우 활발한 움직임을 보이고 있다. 린(2001)은 이러한 특성을 사회자본과의 연결 속에 동질적 관계(homophilous relation)에서 이질적 관계(heterophilous

relation)로의 변화로 설명하고 있다. 즉, 과거의 관심 공유 연결망이라고 할 수 있는 동호회는 기존의 사회적 관계망의 기반위에 성립한 것이다. 성립 기반이 같은 지역이나 직장, 학교, 교회 등 사전적 의미의 조직이 존재하지 않았다면 성립하기 어려운 성격을 갖고 있었던 반면에 현재 사이버 공간에서는 일면식도 없고 상대방에 대한 정보도 충분치 않은 상황이지만 각자가 가진 관심과 정보의 공유를 통해 관계망의 확장이 이루어지고 있는 것이다.

이는 웰만(Wellman, 1979)이 얘기하는 개인적 공동체(personal community)의 특성 과도 매우 밀접한 관계를 갖는다. 일면 상반된 성격을 갖는 ‘개인’과 ‘공동체’라는 개념이 어떻게 양립될 수 있을지에 대해 의문이 생길 수도 있지만, 현대인들이 추구하는 관계의 내용이 과거 전통적 공동체가 가지고 있었던 지역적이고 구속적인 성격을 벗어나 자유로움 속에서 신뢰할 수 있는 대상과의 지속적인 접촉을 원하고 있다는 측면에서 이해의 근거를 찾을 수 있다. 다시 말해 공동체의 따뜻함과 각자의 개별적 삶의 양식을 동시에 추구하고자하는 개별 의도의 결과가 개인적 공동체라는 형태로 나타나게 된 것이다.

앞으로의 논의를 통해 현대인들이 가지고 있는 사회적 관계망의 양상과 형성에 있어서의 특징을 오프라인과 온라인에서의 실제 조사를 통해 살펴보기로 한다. 특히 새로운 관계의 형성과 유지에 있어 인터넷을 이용한 상호작용은 이제 보편적인 요소가 되었다는 사실을 인식하고, 인터넷을 통한 의사소통과 관계맺음의 전반적인 과정과 함께 어떠한 요소가 사이버 공간에서 행위자들의 익명성을 뛰어넘어 관계의 형성과 유지에 실질적인 도움이 되고 있으며 그러한 관계를 가능하게 하는 심리적 요인들은 무엇인지 살펴보고자 한다.

제2 장 사회적 관계와 정보사회의 지형

제1 절 개인과 사회적 관계

인간은 사회적 존재이다. 여기에서 ‘사회적’이라는 말은 개별 존재로서의 개인이 사회라는 환경적 요소와 떨어져서는 의미 있는 삶을 영위하기 어렵다는 측면과 함께 개인은 한 사회 내에서의 역사적 형성물이자 사회적 관계들의 산물이라는 내용까지도 포함하는 것이다(Schaff, 1985). 사회로부터 혹은 사회적 제 관계로부터 고립된 개인, 원시적 개인이라는 것은 관념적으로 상상 할 수 있는 추상적 존재이다. 다시 말해 사회를 떠난 혹은 사회 이전의 개인으로서의 인간이라는 하나의 순수한 가상에 지나지 않는다. 생득적이라고 할 수 있는 생물학적 요소를 포함해서 태어나서부터 시작되는 사회로부터의 경험과 함께 다른 사람, 다른 조직들과의 관계는 인격체로서의 인간을 형성하는데 필수적인 구성 요소이다.

개인이 경험하는 구체적인 사회화의 내용도 시대별, 지역별로 매우 다양하게 나타나지만 한 개인이 맺게 되는 사회적 관계의 양상과 형태도 역사적인 특성을 지니게 된다. 고대의 경우 사회적관계의 형태는 신분·계급적 차원에 기반하여 신분 간 이동이 제한된 수직적 관계와 같은 계급들 간의 수평적인 관계가 지배적이었다. 어떠한 그리고 누가 부모인가에 따라 사회적 관계의 틀과 폭이 자연스레 결정되는 구조적 특성을 갖는 사회였던 것이다. 때문에 고대의 사회적 관계는 개인의 의지나 욕구가 완전하게 발휘될 수 있는 기회가 매우 제한된 성격을 가지게 된다. 중세 절대주의 시대에서도 신분 차이는 사라지지 않았다. 봉건적 지배 속에 공과 사가 구별되지 않는 양상을 보이다가 비로소 근대국가들의 성립과 함께 개인의 영역은 사회적 영역과 독립되어 나타나게 되었다.

개인 영역의 확보는 다른 의미에서 파악하자면 보다 자유롭고 자기 의지에 기반

한 새로운 사회관계의 기반이 마련되었음을 의미한다. 현대에서의 사회적 관계는 세습적 계급 사회가 아닌 인간의 평등이 기본적으로 내재한 관계이다. 하지만 합리와 효율을 중시하는 산업 사회는 새로운 양상의 불평등을 양산하게 된다. 즉 이전까지 공동체가 수행하고 있었던 사회 통합과 조절의 기능을 시장이 대체하게 되면서 사회적 관계의 양상도 개인을 둘러싼 무수한 경쟁의 메커니즘 속에 자리 잡게 된 것이다. 특히 여러 경험적 연구를 통해 어떠한 조직에 속해있는가, 그리고 어떤 사람과 가까운 사이인가에 따라 개인의 사회적 성과가 다르게 나타남이 증명되면서 개인을 둘러싼 사회적 관계에 대한 관심은 최근 더더욱 커지고 있는 상황이다 (Podolny & Baron, 1997).

아울러 정보통신 기술의 발전으로 인해 사회적 관계의 방식과 폭이 커지면서 전통적인 면대면(face to face)관계 뿐 만 아니라 새로운 형식의 관계에 대한 논의가 활발하게 이루어지고 있다(Wellman, 2001a, 2001b; Wellman & Gulia, 1999). 이에 본 장에서는 현대사회의 사회적 관계에 대한 이론적 검토를 사회적 자본론에 기반하여 정리해보고, 아울러 새로운 관계방식의 출현을 가능하게 했던 정보사회의 발전이 갖는 내용과 함의를 전반적으로 살펴보기로 한다.

제2 절 사회적 관계의 동기와 효과

한 사회 속에서 개인들의 삶은 자연적으로 혹은 특정한 의도 속에서 타인들과의 관계와 함께 이루어지게 된다. 짐멜(G. Simmel)은 사회적 관계의 중요성을 강조하면서, 현대인들은 사회적 차원에서 무엇보다도 얼마나 많은 그리고 어떠한 관계를 맺고 있느냐에 따라 분류가 가능하다고 말하고 있다. 그렇다면 자연적 혹은 의도적으로 형성되는 사회적 관계에 있어서 그 근원적인 동기는 무엇이라고 할 수 있는가?

포르테스는 두 가지 차원의 논의를 통해 사회적 관계 나아가 사회적 관계로 인해 얻게 되는 유무형의 혜택이라고 할 수 있는 사회자본의 근원을 해명해 보려 시도하였다(Portes, 1998: 7-9). 두 가지 중 첫 번째는 완성적 동기(consummatory motive)이

다. 완성적 동기는 개인이 속해있는 공동체나 구성원들 간의 사회적 상호작용을 통해 형성되는 가치주입(value injection)과정과 제한적 연대(bounded solidarity)를 통해 나타난다. 가치주입이란 일상적인 삶 속에서 교통질서를 지키는 것이나 채무를 상환하는 것, 부모가 자녀에게 도움을 주는 것과 같이 공동체 내부의 규범이나 관습이 구성원들에게 사회화의 과정 속에서 자연스럽게 내재화되어 타인과의 관계 형성을 통해 상호간의 지원을 행하거나 자원의 양도가 일어나는 것을 말한다.

반면 제한적인 연대는 맑스의 의식화된 계급의 출현과정에서 볼 수 있듯이 사회 전반적으로 내재화된 규범 때문이 아니라 공동의 목표나 운명에 의해 같은 입장에 위치하게 된 타인과의 관계 형성을 통해 상호간의 지원을 행하거나 자원의 양도가 일어나는 경우이다. 다시 말해 행위자의 순수 이타적 동기에 의한 선택적 행위라기 보다는 자신이 속한 공동체의 규율에 의해 행위가 이루어지는 경우라고 볼 수 있고, 교회에서 이루어지는 익명적인 기부는 그 좋은 예가 될 것이다.

사회적 관계의 두 번째 근원이 되는 차원은 도구적 동기(instrumental motive)이다. 이와 같은 도구적 동기는 상호 교환(reciprocity exchange)과 강제적 신뢰(enforceable trust)의 요소들을 포함한다. 상호 교환에 의한 사회적 관계는 사회적 상호작용을 통해 관계의 형성이 이루어지면 서로 간에 사회적으로 합의되고 상황에 따라 상대방에게 특정한 자원을 제공하는 기증자의 동기는 같은 정도의 보답을 기대한다는 차원에서는 도구적이지만 보상에 대한 기대가 수혜자에 대한 지식에 근거한 것이 아니라 특정한 사회 구조 내에 행위자가 소속되어 있는 것에서 비롯되는 것이다. 도구적 동기의 또 다른 축인 강제적 신뢰는 행위자가 속한 공동체에 의해서 사회적 관계가 부담 지워지는 것으로 그 구체적인 내용을 예로 들자면, 특정 종교 공동체의 경우 구성원들 사이에 인지적, 감정적 교류가 없는 상황에서도 ‘합동결혼식’이라는 의식을 통해 배우자를 선정해주는 경우가 있다. 이렇듯 법이나 폭력에 의지하지 않고 공동체 구성원에 대한 의무로 강제되는 관계와 관계를 통해 나타나게 되는 신뢰라고 할 것이다.

다양한 동기에 의해 형성, 유지되는 사회적 관계는 그 효과에 있어서도 다양한 측

면으로 나타나게 된다. 앞에서 살펴 본 동기의 측면과 연관 지어 생각해 볼 때 가장 일반적이고 누구나 경험하고 있는 부분이라고 할 수 있는 것이 정서적 안정감의 효과이다. 관계를 통해 누군가가 자신을 지원해 줄 수 있다는 사실은 우리의 일상생활을 보다 안정되게 영위할 수 있도록 하는 중요한 요소이다. 관계로부터 얻을 수 있는 안정감의 미시적 근거는 무엇보다도 미래에 나타날 수 있는 불확실성을 줄일 수 있다는 점에서 찾을 수 있다. 즉 향후에 대한 예측이 어려운 경쟁적 시장이라는 구조나 급변하는 환경 속에서 개인들은 대인적, 상황적 불확실성에 직면하게 된다. 이러한 현실 속에서 자신과의 관계맺음이 형성되어 있는 타인에 대한 신뢰의 존재가 많으면 많을수록 그러한 관계가 존재하지 않는 상황에서 겪게 되는 불확실성의 크기를 줄여주는 기능적 역할을 수행하게 된다¹⁾. 다시 말해 관계로 인해 확보되는 불확실성의 감소는 안정적인 일상의 운영이나 과업의 수행에 매우 효과적으로 작용하게 되는 근거로 작용한다는 것이다.

두 번째 효과로 들 수 있는 것은 관계로 인해 가능하게 되는 도구적 효과라는 측면이다. 특히 이질적인 개인들이 자원이나 정보를 매개로 한 관계망 형성이 활발하게 이루어지고 있는 현대사회에 많은 함의를 가지고 있다. 그라노베터는 경험적 연구를 통해 구직자들 중 약하지만 많은 연결을 가진 사람들이 그렇지 않은 사람들보다 구직에 유리한 결과를 낳게 된다는 사실을 보여주고 있다(Granovetter, 1974). 여기에서 얘기하는 약한 연결(weak tie)은 관계 자체에 대한 참여 행위자들의 헌신과 관계의 강도는 낮더라도 다양한 사람들과 맺어짐으로써 새로운 정보를 가져올 수 있는 상황을 의미한다. 반대로 강한 연결(strong tie)에 의해 얻어지는 정보는 그 확

1) 김용학(2003, 94-95)은 조직과 관련한 불확실성을 다음과 같은 네 가지 차원으로 나누어 설명하고 있다. 첫째 조직 외부로부터 조직에 대한 정당성을 확보할 수 있는가에 대한 불확실성, 둘째 조직 내에서 가공하거나 처리하는 자원을 확보하는데 대한 입력(input)불확실성, 셋째 조직이 산출한 생산물의 출력(output)에 대한 불확실성, 끝으로 조직 내부의 성원들의 통제에 대한 불확실성이 그것이다. 특히 사회적 관계의 한 유형이라고 할 수 있는 연줄주의는 정치조직 내부의 통제에 대한 불확실성을 해결하려는 데에서 발생한다고 주장하고 있다.

실성이 높을 수는 있지만 상호간에 처해있는 상황이 비슷한 경우가 많기 때문에 중복된 정보가 될 가능성이 높다. 이러한 논의를 발전시켜 버트(Burt, 1992, 1998)는 개인이 속한 관계망의 특성과 그 안에서의 개인의 위치가 과업의 수행이나 업무 효율, 승진 등에 영향을 끼친다는 연구결과를 보여준다. 즉 한 개인이 다른 사람들과 많은 관계망을 가지고 있고 동시에 그 사람들끼리는 관계를 맺고 있지 않을 때 개인의 다른 사람들과의 경쟁 속에서 정보와 통제의 잇점을 지니게 된다는 것이다. 다시 말해 얼마나 많은 관계망을 가지고 있는가도 중요한 요소라고 할 수 있지만 해당 개인을 둘러싸고 있는 타인의 관계망의 형태가 어떠한지에 따라 개인의 성과가 차별적으로 나타날 수 있다는 것이다. 포돌니와 배론(Podolny and Baron, 1997)은 버트의 논의를 심화시켜 관계망의 내용에 대한 논의를 전개한다. 이는 관계망을 통해 전다로디는 내용이 업무나 조직내의 전략과 같은 정보자원인가, 아니면 사회적 지지나 정체성 확립과 같은 내용이나에 따라 동일한 관계망의 특성이 개인의 성과에 다른 결과를 초래한다는 것이다. 자원 기반(resource-based) 관계망의 경우에는 약한 연결이나 버트가 얘기하는 구조적 구멍(structural hole)을 많이 가진 관계망이 개인에 유리하지만 정체성 기반(identity-based) 관계망은 결속도가 높은 형태의 관계를 많이 가진 개인들이 효율적인 성과를 산출하게 된다고 말하고 있다. 이렇듯 관계망의 특성과 내용에 따라 각각의 효과는 달라진다고 할 수 있고, 정보기술에 기반한 현대 사회에서는 그 특성상 점차 약한 연결에 기반한 관계의 중요성이 커지고 있다고 보여진다.

세 번째로 생각해 볼 수 있는 사회적 관계의 효과는 거래비용과 관련하여, 신뢰에 기반한 사회적 관계의 확산이 거시적인 측면에서 사회 운영에 필요한 거래비용을 낮출 수 있다는 점이다. 이는 특히 사회자본론의 이론적 입장에서 활발한 연구가 진행되었는데, 사회적 관계의 산물이라고 할 수 있는 신뢰는 특정한 개인에 속하는 것이 아니라 ‘관계’ 속에 존재하는 것으로 공공재의 성격을 내포하고 있다(퍼트남, 2000: 285). 이러한 사회적 관계나 관계의 산물로 나타나는 신뢰는 사회 구성원들 간의 호혜성에 기반하여 거래비용을 낮추어주고 협력을 촉진시켜주는 역할을 하는

것이다. 또한 호혜성 중에서도 포괄적 호혜성은 사회 내부의 보편적 신뢰 형성에 매우 생산적인 요소인데, 이 규범이 통용되는 공동체에서는 기회주의를 보다 효율적으로 억제할 수 있고 집합행동의 문제도 해소할 수 있다고 보고 있다. 아울러 퍼트남은 포괄적 호혜성의 효율적 규범은 사회적 교환의 밀도가 높은 네트워크와 연관되어 있을 가능성이 높다고 밝히고 있다(퍼트남, 2000: 288-290). 퍼트남의 연구가 미국사회에 큰 파장을 일으킨 이유는 이탈리아의 예를 통해 볼 때 현재 미국사회에서 나타나고 있는 개인주의의 심화는 결국 시민사회적인 연대나 사회적 관계망을 약화시키고, 이로 인해 사회·경제적 발전을 저해할 수 있다는 전망으로 연결될 수 있기 때문이다. 실제로 퍼트남은 후속 연구에서 팽배해가고 있는 미국 사회의 개인화 경향을 결사체에 대한 참여율 저하를 이용하여 살펴보고 많은 우려를 표명한 바 있다(Putnam, 1995). 이처럼 미국을 비롯한 서구사회에서 사회적 관계의 중요성이 부각되고 있는 또 하나의 의미는 공동체적 책임감과 도덕적 공감을 마련하여 개인과 공동체의 이익을 합리적으로 조율할 수 있는 기제로 작용할 수 있다는 점이다. 사회적 관계의 성격이 공동체적 관계이든 아니면 볼링 클럽과 같은 자발적 결사체이든, 집단에 대한 활발한 참여와 그 결과 발생하는 구성원들 간의 유대는 공유된 규범에 대한 준수와 안정적인 사회질서가 자연스레 이루어질 수 있는 기반으로 작용한다고 할 수 있기 때문이다.

제 3 절 정보기술과 사회적 관계

앞서 살펴 본 사회적 관계의 다양한 차원과 정보기술의 발전은 서로 결합하여 현대사회의 새로운 특성들이 나타나고 있다. 개인들 간 교류의 기회가 증대되고 인터넷을 통한 커뮤니케이션의 발달로 편의성과 경제성이 확보되면서 기존의 관계망에 대한 유지비용이 절감되고 아울러 새로운 관계 형성에도 많은 이점도 존재하는 것이 사실이다.

이렇듯 정보기술의 발전으로 인해 기존의 인간관계 및 사회적 관계망은 변화 할

수밖에 없는 상황이 도래했는데, 이에 대한 연구는 크게 두 가지 상반된 입장으로 요약할 수 있다. 역사적으로 봤을 때 새로운 기술이나 미디어의 출현시기와 마찬가지로 인터넷은 제한된 사람의 시간을 차지하게 되는 것이고, 이에 따라 기존의 인간관계에 할애하던 시간을 가져올 수밖에 없는데 그렇기 때문에 기존의 인간관계에 대해선 소홀해진다는 입장과 반대로 인터넷을 통하여 보다 많은 사람과의 관계 형성이 가능해지고 현재 유지하고 있는 기존 관계도 보다 활성화 될 것이라는 입장이 그것이다(Nie, 2001; Orleans and Laney 2000; Howard, Raine et al. 2001; Wellman, Haase et al. 2001; Pruijt 2002). 양분된 입장에 대한 정리에 앞서 다양한 관점에서 정보기술과 사회적 관계 사이의 관련성을 주제로 한 연구들의 전반적인 내용을 살펴보면 다음과 같다.

올리언과 레이니(Orlean and Laney, 2000, 57)는 이러한 상반된 시각을 제로섬(zero-sum)과 비 제로섬(non zero-sum) 사고방식으로 규정한다. 제로섬 시각은 새로운 미디어나 기술을 이용한다는 것은 기존의 시간과 인간관계를 줄여야만 가능하다고 보는 입장이고, 비 제로섬 시각은 오히려 새로운 미디어가 새로운 인간관계의 기회로 작용하여 기존의 시간과 관계를 상쇄시키는 역할을 하는 것이 아니라 새로운 수요의 창출로 연결된다고 보는 것이다.

또한 니(Nie, 2001)에 의하면 인터넷을 활발히 이용하는 사람들이 그렇지 못한 사람들보다 오히려 사회적인 성향이 강한 것으로 나타나는 경우가 많다고 주장한다. 그 이유는 인터넷 이용자들이 이미 정보기술의 혜택을 받고 있는 계층, 즉 이미 기존의 관계망 속에서 오프라인에서의 커뮤니케이션을 활발히 하고 있고 사회적 관계도 돈독한 사람들이어서 그렇다는 것이다. 때문에 이러한 대상들에 대해 시간차를 두고 분석해보면 인터넷을 이용 할수록 다른 사람과의 대화나 커뮤니케이션 및 사회적 접촉 등이 줄어든다고 한다. 이러한 연구 결과를 포함하여 많은 학자들은 인터넷이 미칠 수 있는 비사회적 결과에 대한 우려를 표명하고 있다(Shenk 1997; Nie and Erbring 2000).

반면 올리언과 레이니(Orleans and Laney, 2000)는 온라인을 통해 형성되는 가상

공간이 실제 현실세계의 커뮤니케이션을 감소시킨다는 주장에 반대하면서 가상공간과 현실세계는 서로 보완적인 관계에 있다고 주장한다. 이는 인터넷을 이용한 커뮤니케이션은 기존의 현실 세계의 사회 자본을 보완하고 강화하는 기능을 하기 때문인데, 그 자체가 네트워크이고, 협동이나 자발성, 공유 등이 기본 속성이며 상대방의 존재를 기반으로 하는 인터넷의 기본적 특성이 사회적 자본의 특성과 부합하기 때문이라는 것이다. 이러한 이유로 인터넷은 사회 자본이 가지고 있는 장점 뿐만 아니라 단점 또한 가지게 된다는 것이다(Pruijt 2002).

이와 비슷하게 1995년에서 2000년까지 수행했던 미국의 전국적 서베이를 분석한 결과 카츠 등(Katz et al., 2001)은 인터넷의 긍정적 영향을 검증하였다. 즉, 인터넷의 이용이 증가하더라도 민주시민으로서의 참여나 사회적 관계가 더 늘어나거나 그렇지 않더라도 줄어들지는 않았다는 경험적인 분석이 이루어졌다. 또한 인터넷 사용자와 전화 통화의 빈도 사이에 유의미한 연관성을 발견할 수 있어서 사회적 상호작용의 분포가 공간적으로는 산재해 있었지만 수치적으로는 상호간의 의사소통 증가에 인터넷이 긍정적으로 역할하고 있는 것으로 나타났다. 그리고 시간적으로 봤을 때 장기간 사용자나 단기간 사용자 모두 온라인에서의 활동시간이 가족이나 친구들과 보내는 시간에 큰 영향을 미치지 않는다는 것을 알았다. 아울러 인터넷을 통한 보편적인 사회적 관계 형성에 장애로 작용할 수 있는 디지털 디바이드의 문제도 차츰 해결이 되고 있는 상황이라고 주장했다.

인터넷이 청소년의 건강에 미치는 영향을 연구한 그로스 등(Gross, J. et al. 2002)은 130명의 중학생들을 대상으로 조사한 결과 온라인에 보내는 시간이 결코 청소년의 일상적 정신 건강에 아무런 영향이 없음을 발견했다. 온라인에 많은 시간을 보내는 학생들은 대체로 인터넷을 커뮤니케이션 도구로 활용하고 있어서 인간관계를 저해하지 않았다고 주장한다. 즉, 학생들의 사회적 불안이나 외로움을 결정하는 요인은 인터넷의 이용이 아니라 어떤 형태로 커뮤니케이션을 하든 누구와 얼마나 긴밀하게 느끼는지가 중요한 것으로 나타났다는 것이다.

로빈슨 등(Robinson, et. al, 2001a)은 대중매체와 통신형 매체를 구분하여 역사적

으로 이들의 등장에 따라 사회적 관계가 어떻게 바뀌어왔는가에 초점을 맞추고 있다. 방송과 같이 일방적인 메시지 전달을 하는 대중매체와 전보나 전화와 같이 일대일 커뮤니케이션을 하거나 하는 매체는 사회적으로 상반된 영향을 미칠 수 있다. 통신형 매체는 공공 질서와 공중의 사회적 참여, 인간관계의 유지의 수단이라면 방송형 매체는 그 자체가 목적이기 때문에 전혀 다른 영향을 미칠 수 있다는 것이다. 전자가 시간을 보완하는 매체(time-enhancing)라면 후자는 시간을 대체하는(time-displacing) 매체로 볼 수 있다. 그런데 인터넷은 후자에 더 가깝다는 것을 미국의 전국적 서베이를 통해 검증했다. 이러한 발견은 후속적인 연구를 통해서도 검증이 되었다 (Robinson, et al. 2001b).

웰만은 사회적 연결망으로서의 컴퓨터를 이용한 네트워크가 특정 관계 뿐 만 아니라 폭넓은 관계 유지에도 도움이 되고, 정보의 획득이나 사회적 지원을 제공하는 강한, 중간적인, 그리고 약한 유대 모두를 유지시켜 줄 수 있다고 본다(Wellman, 2001a). 또한 햄튼과의 ‘넷빌(Netville)’에 대한 공동 연구를 통해서도 온라인에 기반한 사회적 관계와 오프라인에 기반한 사회적 관계가 어떠한 관련을 맺고 있는지 실제로 살펴보았다(Hampton & Wellman, 1999, 2001). 그들은 보다 실험적인 방법으로 사이버 커뮤니티와 실제 공동체의 관계에 대해서 연구했는데, 내부 네트워크가 완비된 주택단지인 넷빌에 직접 거주하며 참여관찰의 방법과 설문지법을 이용하여 인접하여 살고 있는 넷빌주민들의 공동체적 관계 가능성을 살펴보았다. 연구의 결과는 인터넷을 기반으로 온라인에서 이루어지는 사회적 관계는 강하고 지원적 성격의 유대를 유지함은 물론 약한 유대의 수와 다양성을 증가시킬 수도 있고, 더불어 인터넷은 특히 자주 만날 수 없는 사람들 간의 중간정도의 유대(intermediated-strength tie)를 유지하는데 가장 적합하다고 주장했다. 햄튼과 웰만의 연구는 정보화 사회라는 기반 위에 과거의 전통적인 공동체와 같은 지역적인 커뮤니티가 운영되는 동학을 보여주려 했다는 측면에서는 의의를 갖지만, 사이버 상에서의 행동 양식을 응답자들의 설문을 통해 파악했다는 측면에서 아쉬움을 남긴다. 넷빌이라는 인프라가 구축되어 있었다면 주민들의 인터넷 상에서의 행위양식을 연구자의 주관성

이 개입된 설문이 아니라 네트워크 서버의 로그파일(log file)을 통해 살펴 봄으로써 좀 더 구체적이고 객관적인 분석이 가능할 수 있었으리라 생각한다.

하스 등(Haase et al., 2002)은 인터넷의 이용 양상을 통해 사이버 상에서의 사회적 관계 형성의 유용성을 사이버 커뮤니티의 하나라고 할 수 있는 내셔널 지오그래픽 사이트(National Geographic Site)에 대한 경험적 분석을 이용하여 살펴보고 있다. 경험적 분석에 있어 사회적 관계의 정도를 측정하기 위해 사회적 접촉의 빈도로 나타나는 연결망 자본, 자원적 결사체 및 정치적 활동에 대한 참여를 포함하는 시민적 참여, 그리고 소속감과 같은 공동체 의식과 같은 요소를 통해 파악했다. 그리고 사이트 방문자들에 대한 설문 조사를 통해 그들의 인터넷 상에서의 행태와 의식이 어떻게 형성되어 있고, 그러한 의식들은 사회적 관계를 이루는 요소들과 어떠한 연관성 속에서 파악할 수 있는지를 연구하였다.

분석 결과를 살펴보면 인터넷의 사용이 전반적으로 사회적 관계의 운영에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나는데, 우선 E-mail이나 게시판 활동과 같은 사이버 상에서의 행위가 현존하는 오프라인에서의 대면적 관계를 보완해주는 역할을 하기 때문에 관계망 자본의 측면은 증가되는 것으로 보고 있다. 또한 시민적 참여에 있어서도 인터넷을 주로 이용하는 젊은 세대들이 정치적인 부문에 대한 관심이 이전 세대에 비해 적기는 하지만, 인터넷을 통해 오프라인에서 존재하는 단체나 조직에 대한 참여가 활발하다는 점에서 인터넷이 긍정적인 역할을 하고 있다고 주장한다. 마지막으로 공동체 의식은 오프라인 공동체와 사이버 커뮤니티 간에 다른 결과를 보여주고 있다. 즉 인터넷의 사용이 빈번해 질수록 일반적인 공동체 의식과는 별다른 상관관계를 보이고 있지 않지만 사이버 커뮤니티에 있어서의 공동체 의식은 커지는 것으로 나타나고 있다. 이는 공동체에 대한 소속감이 무엇보다도 빈번한 접촉을 통해서 이루어져야 한다는 사실에서 그 원인을 찾을 수 있을 것이고, 대면적인 관계가 아닌 약한 유대에 기반 한 사이버 상에서의 익명적인 관계일지라도 반복되는 상호 작용 속에서 공동체 의식은 형성될 수 있다는 점을 경험적인 분석을 통해 주장하고 있는 것이다.

이러한 하스 등의 논의는 추상적인 논의 속에서의 사회적 관계에 대한 논의를 좀 더 객관적인 분석형태로 재설정하여 각각의 요소들을 구분하고, 사이버 상에서 활동하고 있는 행위자들에게 직접적인 설문을 통해 관계 양상을 파악했다는 데 점에서 의미를 부여할 수 있을 것이다. 하지만 분석에 이용된 주요 변수들 중 정확성을 기해야 하는 인터넷 접속 시간이나 빈도, 활동 내역 등이 모두 응답자들의 주관적인 기억에 의존할 수밖에 없었다는 점에서 근본적인 한계 또한 가지게 된다.

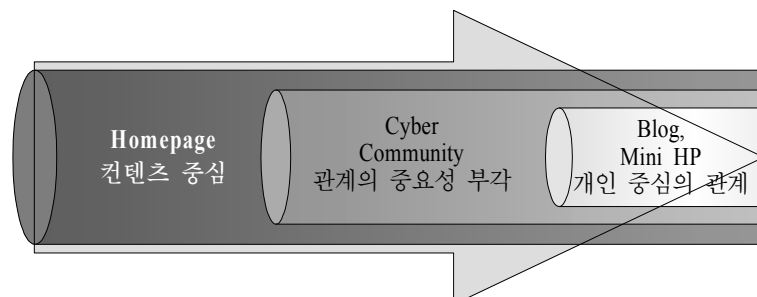
이제까지 살펴본 것처럼 기존의 연구들 속에서도 잘 나타나듯이 인터넷을 이용하는 인구는 증가했고, 많은 사람들이 매일 접속하지만, 사실상 아직 이용이 정착되었다고 보기는 어렵다. 하지만 분명한 것은 정보 수집이나 여가 활동 뿐 만 아니라 사회적 관계의 형성과 유지에 있어서도 인터넷 이용이나 인터넷 의존도가 점점 더 높아질 것이라는 점이다. 인터넷이 사회적 관계에 긍정적으로 작용할 것인가, 아니면 부정적으로 작용할 것인가에 대한 논쟁은 아직까지 어떤 한 쪽으로의 일반화가 이루어지기는 어려울 것으로 보인다. 카스텔은 이러한 논의의 위험성에 대해 경고하면서 다음과 같이 주장한다(카스텔, 2004). 즉 양분화된 논쟁의 상당수는 세 가지 제약조건으로 인하여 결함을 내포하고 있는데, 첫째는 대부분의 논의가 인터넷이 확산되기 이전의 이야기로서 초기 사용자들 가운데 몇몇의 경험적 관찰을 근거로 한 것이기 때문에 사회 전체의 전반적 경향으로 파악하기 어렵다는 것이다. 두 번째는 논쟁이 인터넷의 실질적인 사용을 근거로 하여 신뢰할 수 있는 경험적 연구의 뒷받침이 이루어지지 않은 상황에서 시작된 것이라는 점이고, 마지막으로 강한 유대에 기반하여 희생과 협력이 전제된 공동체적 관계와 익명성과 개별적인 자아 중심의 소외된 네티즌의 이미지에 대한 과도한 일반화로 발전적인 논의 전개가 어려웠다는 것이다. 카스텔의 비판적 주장에서도 볼 수 있듯이 지금 그리고 현재 필요한 것은 인터넷이 사회적 관계에 유효한 혹은 무익한 수단인지의 여부를 판정내리는 것보다는 기존의 사회적 관계에 어떠한 영향을 주고 받고 있는지에 대한 보다 면밀한 파악이다. 이를 통해 네트워크의 중요성이 커져가고 있는 사회적 상황 속에서 실질적인 관계의 양상은 어떠한가 사회적 관계의 차원에서는 어떤 특징적인 면들

이 부각되고 있는지에 대한 보다 구체적인 연구가 선행되어야 할 것이다.

제 4 절 관계의 측면에서 본 한국의 사이버 트렌드

지난 2004년 6월 인터넷 업계에서는 작은 ‘사건’이 일어났다. 최근 네티즌 사이에 폭발적인 인기를 끌고 있는 싸이월드의 페이지뷰가 다음을 제치고 1위를 차지한 것이다(메트릭스코퍼레이션, 2004). 당시 싸이월드의 회원 수가 약 800만 정도이고 다음의 회원 수가 그 3배 이상인 2,500만 정도인 것을 감안하면 이는 분명 놀라운 사건이다. 물론 페이지 뷰 보다는 방문자 수가 보다 정확한 측정 지표가 된다는 점, 미니홈피 등 싸이월드의 특수한 플랫폼 디자인으로 인해 페이지뷰가 많아질 수밖에 없다는 등 여러 가지 해석이 나오기도 하였으나, 설사 그렇다 하더라도 이전까지의 비교를 통해 생각해 봤을 때 놀라운 사건인 것은 움직일 수 없는 사실이다. 어떻게 해서 이런 일이 가능한 것일까. 이를 단순히 다음과 싸이월드라는 두 기업 사이의 경쟁에 대한 이야기나 다음의 대표 아이템인 카페와 싸이월드의 대표 아이템인 미니홈피 사이의 경쟁에 대한 것으로 보기 보다는 앞으로의 논의를 통해 ‘관계’와 ‘컨텐츠’라는 두 가지 축을 중심으로 전반적인 한국의 사이버 트렌드를 살펴보고자 한다.

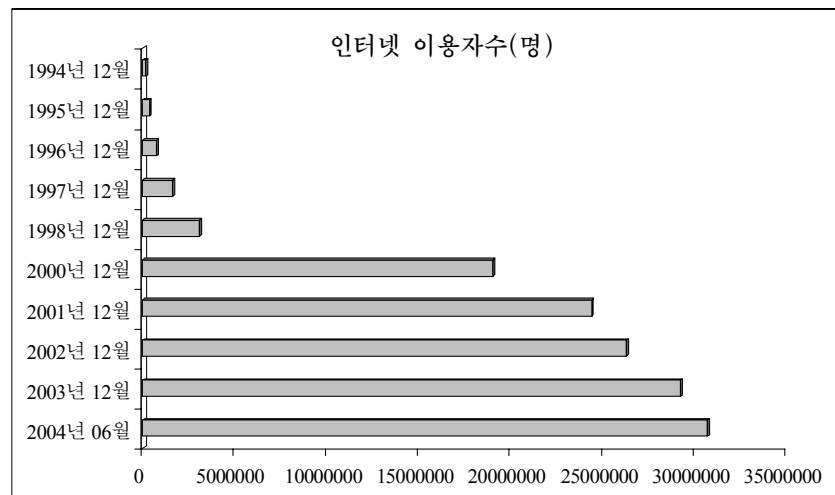
[그림 2-1] 사이버 공간의 트렌드



1. 인터넷의 확산과 콘텐츠 중심의 개인 홈페이지

정보기술의 발전과 함께 인터넷의 확산은 매우 급속하게 전개되었다. 인터넷 정착 초기에 개인 이용자들이 겪었던 어려움은 인터넷 접속을 위한 사전 절차가 매우 복잡하게 이루어졌기 때문이었다. 현재와 같이 전용통신망이 컴퓨터에 항상 접속이 되어 있는 상황이 아니라 PC통신을 이용했을 때와 마찬가지로 전화선과 모뎀을 이용한 접속이었기 때문에 웹 서핑을 하기위한 사전 준비가 이용자들에게는 어려움으로 작용을 했다. 하지만 넷스케이프나 인터넷 익스플로러와 같은 웹브라우저의 개발과 국내 인터넷 서비스 업체들의 노력으로 인터넷 확산 속도는 매우 급속히 이루어진다.

〔그림 2-2〕 인터넷 이용자수 추이



자료: 정부통신부 홈페이지, IT정보화통계

인터넷의 확산과 함께 개인들의 홈페이지 제작과 개설도 아울러 활발하게 진행되었다. 다음의 신문기사는 인터넷 정착과 개인 홈페이지 개설의 초기 시기의 상황을 잘 나타내주고 있다.

현재 미국에서 크게 유행하고 있는 인터넷 「개인 홈페이지」는 네트워크시대에 걸맞는 새로운 개인PR 법으로 자리잡아가고 있다. 한국과학기술원(KAIST)의 석사 과정에 있는 최OO군은 현재 자기자기한 「자기만의 방」을 꾸며놓고 있다. 모자이크-네트스케이프 등 인터넷 검색프로그램(브라우저)을 통해 한국과학기술원의 웹서버에 접속한 후 다시 「~passion」이라는 개인주소를 통해 최군의 사서함에 접속하면 최씨에 관한 모든 자료가 쏟아져 나온다.

일단 최군의 개인사서함 첫 화면에는 인기영화배우 아놀드 슈워제네거의 사진이 등장하고, 그 밑에는 「제 이름은 터미네이터가 아니고 최OO입니다」라는 장난스런 문구가 나타난다. 계속해서 최군이 속해 있는 한국과학기술원의 주소-전화번호-팩스번호-전자메일주소가 나타난다. 또한 「나의 관심사」항목에는 최씨가 최근 관심을 가지고 있는 「컴퓨터표준」에 관한 정보가 일목요연하게 정리돼 있다. 이밖에도 중앙처리장치(CPU)에 대한 최신정보와 위스콘신, MIT, 버클리, 워싱턴주립대학 등 미국의 주요대학에서 진행중인 컴퓨터 연구프로젝트정보도 찾아볼 수 있다.

최군은 인터넷에 있는 정보를 자신의 홈페이지와 맞물려놓는 방법을 사용했다. 최군의 홈페이지를 검색하면, 그의 신상정보와 연구과제를 금세 알아차릴 수 있다.

한국통신 연구개발원 초고속정보통신팀에 근무하는 김XX 연구원도 인터넷에 「개인홈페이지」를 개설, 운영중이다. 김씨의 개인사서함 최초화면은 최근 찍은 자신의 사진이 차지하고 있다. 그 밑에 자신의 학력 등 개인이력서가 죽 적혀 있다. 김씨의 취미는 등산. 최근 김씨가 연구하고 있는 것은 PC를 이용한 네트워크, 비동기식 전송모드(ATM)분야이다. 김씨를 스카우트하고 싶은 기업은 굳이 김씨로부터 이력서를 받을 필요 없이 이 개인사서함에 접속하기만 하면 된다.

아이네트기술 신중현 실장은 『개인홈페이지는 구직-해외를 대상으로 한 연구 논문발표 등에 폭넓게 활용되고 있다』며, 『국내에선 현재 1백여명정도가 개인 홈페이지를 개설하고 있으나, 웹서버가 널리 보급되면서 이를 활용하는 사용자가 크게 늘어나 1인1 홈페이지 시대가 올 것』이라 전망했다.

(조선일보, 1995년 4월 14일자)

위의 기사에서도 볼 수 있듯이 초기의 개인 홈페이지가 가진 성격은 인터넷에 대한 호기심과 함께 자신을 알리는 하나의 수단적 의미가 강했다. 자신을 알리기 위

한 방편으로 자기 관련 정보들과 관심을 가지고 있는 프로젝트 등에 대한 정보를 수록하고 있다. 개인이 만들어 놓은 홈페이지를 방문했을 때 그 사람의 여러 가지 측면을 살펴볼 수 있다는 점에서 ‘개인 이력서’라는 표현도 사용되고 있는 것이다. 또한 자신의 관심사에 따라 포털사이트에 홈페이지를 등록하게 되면 개인적으로 인지 관계에 있지 않은 사람들과도 할지라도 검색과정을 거쳐 해당 홈페이지에 도달 할 수 있는 방법도 마련되었다. 초기의 일부 이용자들의 의해 개설되었던 홈페이지는 시간의 경과에 따라, 그리고 인터넷의 확산 속도와 맞물려 양적으로 매우 급속한 성장을 이루게 된다.

네티즌들이 사이버세상 속에 나만의 집, 홈페이지를 갖는 것은 더 이상 새로운 일이 아니다. 여러 인터넷업체에서 제공하는 홈페이지 제작서비스를 통해 돈 한푼 들이지 않고 개성적인 홈페이지를 만드는 것은 인터넷 활용의 기초가 됐기 때문이다. 현재 국내 공짜 홈페이지 서비스 업체는 수십여개에 이른다. 이중 가장 활성화된 개인 홈페이지 서비스업체는 네띠앙. 1998년 2월에 서비스를 시작한 네띠앙은 등록된 집이 251만여개에 이르며 개인 홈페이지들이 모여 포털웹사이트로서의 네띠앙 콘텐츠로 활용된다. 이용자가 많은 개인 홈페이지의 경우 아예 CP(콘텐츠제공업체)로 특별대우해 홍보 및 행사 지원도 아낌없이 해주고 있다.

허브사이트 인티즌은 개인 홈페이지 서비스 업체 중 가장 많은 30메가바이트의 공간을 네티즌에게 제공한다. 인터넷 접속회선 속도도 초당 1기가바이트의 초대용량이어서 일반적으로 200메가바이트인 다른 서비스에 비해 월등히 빠르다. 컴퓨터 초보자도 어려움 없이 원하는 홈페이지를 그림 그리듯 간단히 제작할 수 있다는 점도 큰 장점.

드림위즈의 경우 지난해 12월부터 개인 홈페이지 서비스를 시작해 현재 40만명 정도의 홈페이지 회원을 확보하고 있다. 서버가 안정적이고 사용자의 특성에 따라 홈페이지를 제작할 수 있는 다양한 도구를 제공한다는 평을 받고 있다.

세계 최대 규모의 개인 홈페이지 서비스 지오시티를 최근 국내에서 서비스를 시작한 야후는 ‘사이트 통계’를 가장 큰 특성으로 꼽는다. 방문자들이 어떤 경로로 들어왔는지, 페이지뷰는 어느 정도나 되는지 알려줘 홈페이지 주인이 웹사이트를 관

리하는 데 도움을 주겠다는 것. 하지만 관련 업계는 빠른 속도로 늘어날 홈페이지 운용을 맡게 될 서버(대형컴퓨터)의 안정성 확보 문제를 어떻게 해결할지 지켜봐야 한다는 입장이다.

트라이포드를 통해 개인 홈페이지 서비스를 제공중인 라이코스는 현재 15만개 정도의 홈페이지가 개설돼 있다. 라이코스의 클럽서비스와 연계를 통해 비슷한 취향의 회원들 홈페이지를 상호 연결해주고 있으며 페이지뷰가 많은 홈페이지에는 광고 수익의 일정 부분을 돌려주고 있다.

(세계일보, 2000년 10월 24일자)

약 5년의 시간 차이가 존재하지만 2000년 10월의 기사에서 발견할 수 있는 점은 이제 개인들의 홈페이지는 더 이상 뛰어난 기술을 가진 소수의 영역이 아니라 누구든지 약간의 노력만 기울이면 만들 수 있는, 특수재에서 보편재로 그 의미가 변화하였음을 알 수 있다. 이는 인터넷에 개설된 무수히 많은 웹사이트를 넘나들던 사용자들이 자신의 홈페이지를 갖고자 하는 욕구가 커지게 됨과 아울러 개설 방식이 편리해졌다는 점에서 그 이유를 찾을 수 있다. 아울러 홈페이지와 홈페이지에 연결된 게시판 기능을 이용하면 기존의 전자메일이 가진 한계라고 할 수 있는 1대1의 정보전달을 벗어나 모든 사람들에게 자신의 존재를 알리거나 자신만의 정보를 공유토록 할 수 있는 장점도 작용한 것으로 볼 수 있다. 한걸음 더 나아가 홈페이지를 이용해 유료 정보를 제공하거나 비즈니스의 기반으로 삼는 경우가 더해지면서 홈페이지에 대한 기본적인 관심과 이용은 현재까지도 인터넷 이용에 있어 가장 기본이 되고 있다.

그렇다면 앞서 얘기했던 ‘관계’와 ‘컨텐츠’의 측면에서 이제까지 얘기했던 홈페이지의 특성을 살펴본다면 어떤 논의가 가능할 것인가? 한마디로 홈페이지는 컨텐츠 중심의 미디어라고 할 수 있다. 홈페이지는 그 홈의 주인에 대한 많은 컨텐츠를 제공하지만, ‘관계’를 제공하지는 않는다. 그 홈의 방문자는 주인에 관련된 정보나 주인의 관심사에 따라 제공되는 컨텐츠를 열람하고, 자신에게 필요한 정보가 있으면 그것을 취득하고 떠나가는 것일 뿐이다. 방문자의 기록을 남길 수 있는 게시판이나

방명록의 형태도 존재하는 경우가 있었지만, 누구나 방문할 수 있고 방문한 사람이면 누구나 홈페이지에 있는 모든 정보를 볼 수 있다는 콘텐츠 접근과 게시물의 기록과 열람에 있어서 무차별성이 존재했다는 점에서 최근 유행하고 있는 미니홈피와 차이점을 갖는다. 오히려 관계의 실마리를 찾을 수 있는 요소는 게시판이나 방명록보다도 홈페이지의 요소로 많이 이용된 ‘즐거찾기’라는 영역이다. 즐거찾기 영역을 통해서 홈페이지의 주인은 자신의 관심사를 공유할 수 있는 다른 사이트에 대한 정보를 제공하는 역할을 했는데 여기에는 특정한 사람의 홈페이지가 제시되는 경우도 있었지만 대부분은 공식, 비공식 조직의 홈페이지가 올려져있는 경우가 많았다. 이러한 점 또한 주로 다른 사람의 홈페이지로 연결되는 미니홈피와 구별되는 특성이라고 할 것이다. 이와 같은 공간적, 내용적 특성 때문에 홈페이지는 인터넷 이용자들에게 매우 보편화되고 익숙한 미디어로 자리를 잡았지만 한 번도 그 어떤 ‘열풍’을 일으킨 적이 없었다²⁾.

2. 집단적 관계와 소통 중심의 사이버 커뮤니티

한국에서의 사이버 커뮤니티의 시초는 PC통신 동호회로 볼 수 있다. 1987년 한국 경제신문사가 KETEL이라는 이름의 통신망을 개설하면서 국내의 PC통신은 시작되었는데, 시작 초기에는 커뮤니티란 용어는 쓰여지지 않았고 ‘BBS’나 ‘동호회’라고 불렸다. 통신상에서 처음 시도된 모임은 운영자나 이용자 모두에게 다양한 시행착오를 겪을 수밖에 없었지만, 당시 PC통신에 접속한다는 것 자체가 매우 획기적인 일이었기 때문에 이용자들은 대단한 자부심과 엘리트 의식이 있었다.

컴퓨터 보급률이 증가하고 통신이용자도 늘어나면서 본격적인 동호회 활동이 나타나게 되었다. 여기에는 하이텔, 유니텔, 천리안, 그리고 나우누리 등의 공격적인

2) 물론 동계 올림픽 기간 중의 ‘오노사건’이나 민감한 정치적 현안으로 말미암아 홈페이지의 접속이 폭발적으로 증가하여 특정 사이트 자체가 마비되는 경우가 있었지만, 이는 지속적인 측면보다는 일시적 현상으로 파악할 수 있기 때문에 전반적인 트렌드라고 보기는 어려울 것이다.

마케팅 전략도 한 요소가 되었는데 1995~'96년의 시기가 PC통신동호회에 있어서 가장 절정을 이루었던 기간으로 볼 수 있을 것이다. 아울러 다른 한편에서는 인터넷의 보급도 시작되었다. 하지만 그 시기에 인터넷은 접속 자체가 PC통신에 비해 어려웠기 때문에 인터넷 상의 커뮤니티라는 개념은 존재하지 않았다. 그래서 웹에서는 각종 정보를 검색하고 수집하는 작업을 주로 하였고, 검색한 정보나 검색할 정보에 대한 공유 및 교환은 PC통신 동호회에서 하는 것이 일반적이었다.

1997년 IMF 이후 불어 닥친 벤처열풍과 함께 인터넷에서 메일과 커뮤니티 서비스를 주목적으로 하는 회사들이 생겨나게 되었다. PC통신동호회는 영향력은 남아 있지만 정체되어 있는 상황이었던 반면, 인터넷 커뮤니티는 급속하게 회원 수와 동호회 수(클럽이나 카페와 같은 명칭으로 불리는)가 늘어나고 있었다. 무료 메일 서비스를 기반으로 커뮤니티 서비스를 시작한 ‘다음 커뮤니케이션’이나 학교 동창생들을 연결시켜주면서 다양한 사회적 파장을 가져왔던 ‘모교사랑’, 커뮤니티 서비스를 주 사업영역으로 특화시켰던 ‘프리챌’ 등이 이 시기를 거치면서 대표적인 커뮤니티 관련 업체로 발전한 경우이다. 커뮤니티 서비스가 사이버 공간에서 최절정을 이루었던 2002년 2월 기준으로 다음의 회원은 2,000만명을 넘어섰고, 카페 가입자만도 1,550만명을 넘어섰다. ‘모교사랑’은 900만명, 프리챌은 800만명의 회원을 보유하고 있으며, 이 중 다음의 카페는 130만개, 프리챌은 120만개 이상의 커뮤니티가 운영되고 있었다.

이렇듯 PC 통신 동호회에서 웹 기반 사이버 커뮤니티로 사이버 공간에서의 커뮤니티 활동의 주류가 전환하게 되는 것은 사용자들의 입장에서, 그리고 전반적인 사이버 문화에 있어서도 미치는 변화가 컸다고 할 수 있다. PC 통신 동호회는 대부분의 경우 동호회를 개설하기 위해서는 일정한 숫자의 발기인이 필요했다. 이 때 발기인이 될 수 있는 조건은 해당 PC 통신의 가입자인데, 이 시기의 PC통신 이용자는 월 일정액을 부담하는 유료회원이었다는 점에서 해당 PC통신에 가입되지 않은 일반인들에게는 접속의 기회 자체가 이루어지기 어려운 환경이었다. 그리고 같은 PC 통신업체의 내부에는 같은 종류의 동호회가 중복되어 설립될 수 없었다. 다시 말해

후발 동호회의 형성 자체가 제도적으로 닫혀있는 환경이었다고 할 수 있다. 반면 웹 기반의 사이버 커뮤니티는 서비스 자체가 일정한 개인정보를 제공하면 대부분 무료로 지원되고 있고, 커뮤니티의 개설도 회사의 규약에 동의만 한다면 즉시 이루어질 수 있는 원스탑(ONE-STOP)의 형태가 대부분이었다. 이러한 웹 기반의 사이버 커뮤니티가 가진 환경적인 요인으로 ‘가입해서 참여하는 커뮤니티 활동’과 함께 ‘스스로 커뮤니티를 만들어 가는 활동’이 보다 자유로울 수 있었다. 또한 커뮤니티의 숫자나 종류 자체도 급격하게 증가하여 커뮤니티의 목적이나 관심에 따라 매우 세분화가 이루어질 수 있었다.

〈표 2-1〉 PC통신 동호회와 웹기반 커뮤니티

구분	PC통신 동호회	웹기반 커뮤니티
성격	집단적/폐쇄적	개인적/개방적
지속정도	비교적 오래 지속	다양함. 일반화하기 어려움.
인지도 및 신뢰도	높은 인지도 및 신뢰도 가능 (반 익명적)	인지도 및 신뢰도가 비교적 낮음 (익명적)
커뮤니티별 규모	대규모 (대부분 만명 이상)	소규모 (수명 - 수천명)
커뮤니티 수	소수	다수

또한 PC통신 동호회는 상대적으로 소수가 운영되고 지속기간이 길기 때문에 PC 통신망 내부에서 동호회에 대한 인지도는 높은 편이었다. 그래서 특정한 동호회에서 활발한 활동을 보였거나 시삽을 지낸 경험이 있는 사용자는 자신의 이력서에 그 내용을 밝히기도 하고, 어느 동호회 ‘출신’이라는 것이 전문가들 사이에서는 경력처럼 인식되기도 하였다. 그리고 구성원들이 모두 PC 통신업체의 유료 가입자이기 때문에 통신상에서의 예절 준수가 비교적 잘 이루어졌고, 만일 과도한 일탈을 일삼는 회원의 경우에는 시삽이 동호회에서 강제로 퇴출시키거나 PC 통신업체에 연락을 취해 적절한 제재 조치가 가해질 수 있었다. PC 통신에서 이루어지기는 했지만 가

입 절차를 통해 사용자의 정보가 노출될 수 있다는 점에서 완전한 익명성은 확보되지 않았다. 하지만, 이러한 반(semi) 익명적인 환경이 오히려 구성원들 사이에 신뢰 관계를 돈독히 하는 기반이 될 수 있었다.

여러 가지 요소를 기준으로 살펴보았을 때, 관계적 특성이라는 측면에서 초기의 PC 통신 동호회가 웹기반 커뮤니티에 비해서는 전통적인 공동체의 요소들과 훨씬 더 근접해 있는 것으로 볼 수 있다. PC 통신 동호회가 가지고 있는 집단적이고 폐쇄적인 성격을 비롯해서, 기반 환경이 구성원 상호간의 신뢰 형성에 유리하고, 비교적 지속적인 관계의 가능성이 존재한다는 사실 등에서 공동체적 관계가 담고 있는 속성들과의 유사성이 드러나고 있다. 하지만 인터넷이 확산되면서 PC 통신 동호회는 이제 거의 자취를 감추게 되었다. 물론 이러한 흐름 속에는 우선 유료 서비스가 주를 이루고 있었던 PC통신이 무료로 이용이 가능한 인터넷이라는 환경에 무너질 수 밖에 없었다는 경제적인 측면이 중요한 원인으로 작용했을 것이다. 또한 문자에 기반해서 의사소통이 이루어지던 PC 통신 동호회보다는 GUI(Graphic User Interface)에 의한 웹 기반 커뮤니티가 사용자들에게 많은 호응을 받을 수 밖에 없다는 기술적인 발달의 측면도 있을 것이다. 하지만 앞에서 살펴 본 것처럼 PC 통신 동호회의 가입과 활동에 작용하는 여러 가지 제약들에 대한 부담도 동호회 회원들의 이탈에 중요한 원인으로 작용했으리라 생각한다. 다시 말해 보다 자유롭고, 다양한 선택이 가능한 관계망으로의 사용자 이동이라고 할 수 있을 것이다.

사이버 공간에서 이루어지는 사이버 커뮤니티의 구성적, 형식적 성격 뿐 만 아니라 내용적 측면에 대한 고찰도 필요하다. 일반적으로 사이버 커뮤니티는 오프라인에 존재하는 조직보다 자신의 다양한 관심을 충족시키고 필요한 정보를 얻기 위한 도구적인 목적이 상대적으로 중요한 것으로 여겨져 왔다. 물론 사이버 커뮤니티의 사회적 유행이 가장 컸었던 1999~2002년의 경우에 동문을 찾아주는 ‘아이러브스쿨’이나 ‘다모임’과 같이 특화된 성격의 커뮤니티 사이트가 존재했지만, 일반적인 커뮤니티 포털을 통해서 어떤 종류의, 무엇을 목적으로 하는 커뮤니티의 비중이 높은지를 알아보는 것은 당시의 사이버 공간에서의 사회적 관계의 성격을 살펴보는 데

도움이 되리라 생각한다.

당시 가장 활발한 활동을 보이고 있는 커뮤니티 포털 사이트인 다음의 카페(cafe.daum.net)와 프리챌의 사이버 커뮤니티(www.freechal.com)를 살펴보고 그 결과를 요약하고 최근의 상황과 비교한 것이 아래의 표이다.

〈표 2-2〉 다음의 카페와 프리챌 커뮤니티 현황

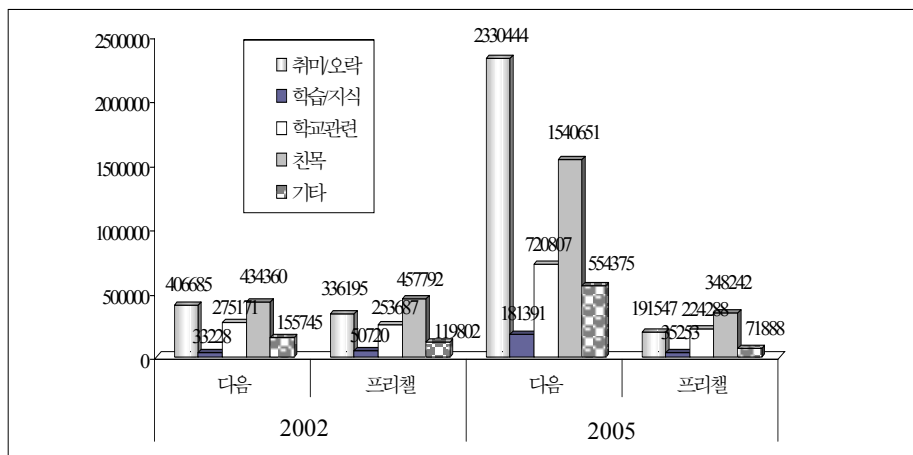
Daum의 카페			프리챌의 커뮤니티		
분류(재분류 기호)	2002년	2005년	분류(재분류 기호)	2002년	2005년
컴퓨터/인터넷(1)	48,043	278,501	기관/단체(5)	32,846	23,529
게임(1)	83,757	570,650	동문회/동창회(3)	96,808	77,210
교육/외국어(2)	18,263	96,915	학교/학원(3)	156,879	147,078
종교(5)	48,359	131,792	친목/동년배(4)	354,144	282,390
생활/건강(1)	12,491	78,506	가족/어린이(4)	83,904	56,385
과학/인문(2)	4,157	16,713	지역(4)	19,744	9,467
경제/금융(2)	8,093	51,304	컴퓨터/인터넷(1)	40,525	22,107
정치/사회(2)	2,715	16,459	게임(1)	80,981	34,745
방송/연예(1)	14,388	57,523	스포츠/레저(1)	26,990	18,509
음악(1)	44,290	214,411	취미/오락(1)	59,505	37,744
문학/예술(1)	47,519	231,878	신문/방송(1)	7,672	4,866
만화/애니메이션(1)	24,089	133,100	팬클럽(5)	59,297	30,046
영화(1)	13,682	70,353	학문/연구(2)	42,031	30,022
취미(1)	81,570	501,723	정치/경제(2)	8,689	5,231
스포츠/레저(1)	36,856	193,799	사회/종교(5)	27,659	18,313
친목(4)	414,413	1,478,543	생활/건강(1)	13,063	9,063
팬클럽(5)	88,455	337,140	문화/예술(1)	43,739	30,579
동문회(3)	144,308	372,818	연극/영화(1)	16,098	8,647
대학/대학원(3)	72,078	183,535	음악(1)	47,622	25,287
중고교(3)	58,785	164,454			
여성(5)	18,931	85,443			
지역/고향(4)	19,947	62,108			
계	1,305,189	5,327,668	계	1,218,196	871,218

※ 재분류 기호: 1. 취미/오락, 2. 학습/지식, 3. 학교관련, 4. 친목, 5. 기타

다음의 커뮤니티 서비스인 카페(Cafe)는 1999년 5월 처음으로 개설되었다. 개설 후 7개월 만인 1999년 12월 카페 수 3만여 개, 회원수 100여만 명을 돌파하였으며 2002년 9월 현재 22개의 하위분류에 130만여 개의 카페가 운영되고 있었다. 최근까지 그러한 증가세는 계속 이어져 2005년 2월 현재 532만 여개의 카페가 활동 중이다. 프리챌은 2000년 1월 1일 정식으로 서비스를 시작하였다. 개설 초기부터 커뮤니티 서비스에 주력하였고 시작한 지 한 달 만에 회원수가 30만 명까지 늘어나는 등 급속한 성장세를 나타내었다. 2002년에는 19개 하위분류에 120여만 개의 커뮤니티를 보유하고 있었는데 시간의 경과에 따라 그 숫자가 크게 감소하여 2005년 2월 현재 87만 여개의 커뮤니티가 운영되고 있다. 숫자 감소 원인은 다양하게 분석되고 있지만 갑작스런 유료화를 통해 회원들의 이탈이 급속히 이루어졌고, 이 때 대체재로서 큰 역할을 했던 싸이월드의 부상 때문이라는 요인이 가장 설득력 있다고 보여 진다.

〈표 2-2〉는 다음의 카페와 프리챌의 커뮤니티가 어떤 종류의 커뮤니티를 몇 개나 보유하고 있는지에 대한 현황을 나타내 주고 있다. 이를 좀 더 살펴보기 쉽게 정리하기 위해 두 업체의 하위 분류를 5개의 카테고리(취미/오락, 학습/지식, 학교관련, 친목, 기타)로 재분류한 결과가 아래의 그림이다.

〔그림 2-3〕 다음과 프리챌 커뮤니티 재분류 결과



재분류 결과를 살펴보면 두 업체 모두 비슷한 양상으로 나타나고 있다. 즉, 가장 많은 비중을 보인 커뮤니티의 내용 및 성격은 ‘친목’ 관련이었고, 다음으로 ‘취미/오락’, 그리고 ‘학교 관련’ 커뮤니티의 순이었다. 일반적으로 ‘학교 관련’ 커뮤니티나 ‘친목’ 커뮤니티의 경우 오프라인에서의 접촉이 먼저 이루어진 다음에 형성되는 것이라는 측면에서 현실에서의 관계를 지원하는 성격을 가진다고 볼 수 있고, 이는 ‘취미/오락’ 관련 커뮤니티와는 형성 기반 자체가 다소 다르다고 할 수 있다. ‘취미/오락’ 관련 커뮤니티는 회원들의 관심과 취미에 따라 이루어지는 동호회의 성격이 강하고, 이러한 커뮤니티 내부의 관계망은 온라인에서의 관계가 가진 전형적인 특성이라고 할 수 있는 약한 유대에 기반 한 관계가 지배적이라고 할 수 있다. 물론 ‘취미/오락’ 관련 커뮤니티 중에서도 오프라인에서 먼저 관계망을 형성하고, 보다 원활한 운영을 위해 온라인에도 자신들의 공간을 만든 경우도 있을 것이다. 어떠한 경우이든 ‘취미/오락’ 관련 커뮤니티는 특정한 연고에 기반 한 관계라고 보기보다는 선택적 측면이 강한 특성을 갖는다고 할 것이다.

전반적인 양상을 보았을 때, ‘친목’ 관련 커뮤니티가 가장 많은 숫자를 보이고 있다는 점은 이제 인터넷이 정보를 검색하고 필요한 자료를 수집하는 도구적 목적과 함께 개인들간의 관계 형성과 유지에 도움이 되는 관계지원의 역할도 충분히 수행하고 있다고 할 수 있다. 웰만과 굴리아(Wellman & Gulia, 1999)가 밝힌 것처럼 인터넷이 단지 정보 교환과 수집의 수단에 지나지 않았다면 사이버 커뮤니티는 매우 범위가 좁고 특정화된 관계가 지배적일 것이다. 하지만 정보는 인터넷에서 교환되는 많은 사회적 자원 중의 하나에 불과하고, 인터넷 이용자들은 사회적 존재로서 상호간의 교제나 감정적 지원, 소속감의 형성 등을 사이버 커뮤니티를 통해 도모할 수 있는 것이다(Rheingold, 1993).

이러한 사이버 커뮤니티의 지형 속에서 본 연구자는 한국적인 특성을 찾아 볼 수 있었다. 정보사회에서의 사이버 커뮤니티는 개인적 관심이나 목적과 같은 개개인의 필요와 욕구에 의해 참여가 이루어지는 것이 일반적이다. 다시 말해 사이버 커뮤니티가 ‘커뮤니티’라는 개념을 이용하고는 있지만 행위자들의 개인주의적인 성향이

지배적으로 통용되는 장소라는 것이다. 커뮤니티 참여는 주로 원하는 정보나 자원을 편하게 이용하기 위한 도구적인 성격이 강하고, 이러한 이유 때문에 자신의 목적이 달성되는 순간 커뮤니티의 효용성은 소진된다. 그리고 또 다른 관심과 목적에 따라 다른 커뮤니티로 자신의 영역을 이동하게 되는 약한 유대의 연속 속에서 사이버 커뮤니티에 대한 자리 매김을 할 수 있을 것이다.

한국의 사이버 커뮤니티는 위에서 말한 일반적인 사이버 커뮤니티가 가지고 있는 성격을 내포하고 있기도 하지만 거기에 더하여 다음과 같은 요소들이 매우 중요하게 작용하고 있는 것으로 생각된다. 먼저 학교나 친목 관련 커뮤니티가 큰 비중을 차지하고 있는 점에서도 드러나듯이 온라인에서의 만남이 이루어지는 것 뿐 만 아니라 오프라인에서의 만남도 같이 결합되어 있는 사이버 커뮤니티가 많다는 점이다. 이는 사이버 공간에서 운영되는 커뮤니티임에도 개인들의 선택에 따라 같은 성격의 커뮤니티 간에 이동이 일어나기 어려운 구조로 작용하게 된다. 따라서 커뮤니티의 경계는 보다 견고해 질 수 있으며, 이러한 성격을 가진 사이버 커뮤니티가 강한 유대에 기반 한 사회적 관계 형성이 쉬운 구조로 견고화될 가능성이 높아진다는 것을 의미한다. 그리고 커뮤니티 내부에서 이루어지는 구성원들 간의 사회적 상호작용도 특정한 부분에 한정되어 나타나는 것이 아니라 한 개인을 둘러싸고 있는 전반적인 상황에 대한 지원과 개입의 형태를 띠는 경우가 많아지게 되는 것이다. 하지만 2005년의 경우에서도 볼 수 있듯이 친목과 관련한 카페의 증가보다는 취미나 오락 중심의 행위자들의 관심에 기반 한 카페의 증가가 두드러진다는 측면에서 사이버 커뮤니티의 내부적 양상 변화를 감지 할 수 있었다.

3. 자기중심적 관계 기반의 미니홈피

최근 사회적으로도 네트워크의 중요성이 증대되고 있지만 인터넷 서비스의 화두로 떠오르고 있는 것은 사회적 관계의 확장, ‘인맥 만들기’의 문제이다. ‘싸이월드’나 ‘버디버디’, ‘세이클럽’ 등의 서비스가 매우 활발하게 진행되고 있다. 그 중에서도 2004년을 기점으로 사이버 공간의 트렌드 뿐 만 아니라 청년 문화에도 큰 영향을

끼친 것이 싸이월드인데, 1999년 오픈한 이래 2001년 초 50만 명 선에 머물렀던 회원 수가 같은 해 9월의 미니홈피 서비스 오픈 후 급속한 성장으로 이어지게 된다. 즉 2004년 6월에는 800만 명, 같은 해 9월에는 1,000만 명, 2005년 2월에는 1,300만 명의 회원을 확보하게 되어 전 국민 중 4명 중에 한 명꼴, 인터넷 이용자 중에서는 세 명 중에 한 명 꼴로 서비스를 이용하고 있는 것으로 나타났다.

[그림 2-4] 싸이월드의 미니홈피 예시



싸이월드의 주력이자 대표 아이템인 미니홈피를 살펴보면, 이것은 홈페이지보다는 콘텐츠를 축소하고 사이버 커뮤니티보다는 관계를 보강한 형태로 이해할 수 있다. 이제 사람들은 홈페이지에서처럼 ‘정보의 바다’라는 사이버 공간에 자신을 올려 놓고 막연히 누군가를 기다리지 않아도 되게 되었고, 커뮤니티에서처럼 늘 같은 사람들이 모여서 북적대지만 자신을 드러낼 기회는 별로 없는 아쉬움을 견디지 않아도 되게 된 것이다. 이 두 가지의 조합은 본질적으로 관계 속에 살아가는 사회적 동물이면서 동시에 자기 표현적 욕구를 가진 인간의 존재론적 현실에 잘 부합하였고, 관계망의 양과 질이 자신의 가치를 높일 수 있는 자산으로 작용하게 된다는 것을

자각한 현대인들의 욕구와 조용하여 오늘날 우리가 목격하고 있는 폭발적인 반응으로 연결되었다는 것이 본 연구자의 생각이다. 미니홈피와 상당히 비슷한 구조를 가진 블로그의 유행도 같은 맥락에서 이해할 수 있을 것이다.

싸이월드는 이전의 커뮤니티나 클럽이 집단 중심의 관계를 중시했던 것과 달리 개인에 초점을 맞춘다. 아울러 오프라인의 일상적 네트워크에 존재하는 혈연관계를 응용한 ‘일촌’을 설정하고, 개인이 자기 자신을 표현하기 쉽도록 여러 수단들을 제공하는 등 기존의 서비스와 차별화된 전략을 구사하였다. 아바타 중심의 개인화된 캐릭터나 분위기도 스스로 꾸미는 개인적 공간인 미니룸이나 배경화면을 장식하는 스킨과 배경음악까지 포함하여 다양화하였다. 그리고 사이버 머니인 ‘도토리’를 이용하여 다른 회원들에게 선물을 제공할 수 있는 방식을 채택하여 회원들 상호간에 심정적 지원 뿐 만 아니라 물적 자원의 교환도 뒷받침 해줄 수 있는 제도를 마련하였다.

이와 함께 미니홈피에서 개인 정체성의 표현방식이 기존의 텍스트 중심에서 이미지 중심으로 변모하게 되었다. 상호 간의 커뮤니케이션의 방식이 텍스트에서 이미지로 바뀌게 된 것에는 디지털 카메라의 보편화와 함께 저장 매체의 가격 하락으로 일상의 기록 방식이 변화하게 된 것에서도 그 원인을 찾을 수 있을 것이다. 실제로 미니홈피의 경우 사진첩이 가장 활성화돼 있는데, 싸이월드 관계자에 따르면 하루 페이지뷰의 80%가 사진첩에서 이뤄진다고 한다(박미용, 2004).

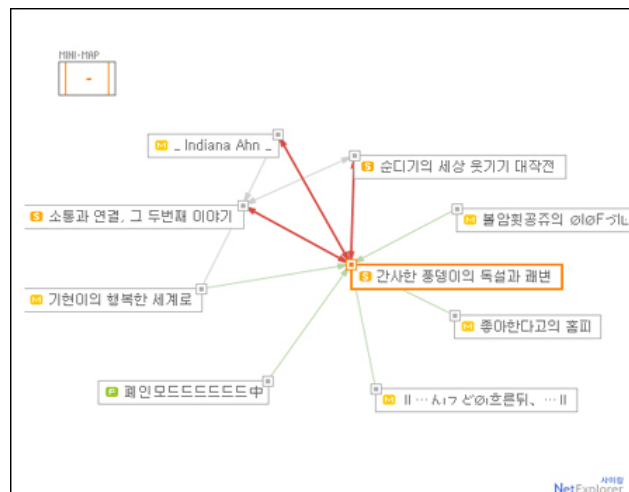
그렇다면 이렇게 자신의 공간에 대한 애착이라는 개인화 추세와 사회적 관계의 확장, 즉 인맥의 형성 욕구와는 어떻게 연결될 수 있는 것인가? 이는 앞서 살펴 본 홈페이지를 생각하면 이해의 실마리를 찾을 수 있을 것이다. 홈페이지는 개설과 유지에 있어서 미니홈피보다 많은 노력이 필요하다. 하지만 그 보다 더 큰 이유라고 생각되는 것은 관리의 어려움보다도 그 누구도 찾아오지 않는 경우가 많았기 때문이라고 생각된다. 다시 말해 지속적인 방문자의 확보가 생각보다 쉽지 않았고, 지속적인 방문이 이루어지지 않는 홈페이지를 관리하는 것에서 의미를 찾기란 어려웠기 때문으로 생각된다. 다른 사람들과의 상호작용이나 관계 속에서 자아의 존재감

을 찾는 것이 보다 용이했던 것이다.

홈페이지와 달리 미니홈피는 자신의 일상과 관심사를 다양한 매체를 통해 방문자들에게 전달함으로써 개인의 정체성 강화 효과와 함께 사람 간의 소통을 위한 여러 수단을 제공한다. 덕분에 자신을 드러내면서 이루어지는 정체성의 강화가 오히려 사람 간의 관계를 형성하거나 돈독하게 하는데 도움이 될 수 있는 것이다. 싸이월드 대표적 인맥 구축 수단이 미니홈피의 일촌맺기다. 이외에도 미니홈피에는 일촌평, 파도타기와 같은 기능을 제공해 자신을 중심으로 인적 네트워크가 쉽게 형성되고 확장되며 더 나아가 오랫동안 유지되는데 도움을 준다.

싸이월드와는 다른 특성을 가진 커뮤니티 서비스에서는 또 다른 사이버 공간을 매개로 한 인맥 형성을 살펴볼 수 있다. 싸이월드와 비슷한 서비스를 제공하는 네오위즈의 세이클럽이 한 예인데, 싸이월드가 애초에 친구를 찾아 클럽을 형성하는 것에서부터 출발했기 때문에 오프라인의 인맥이 기본인, 즉 오프라인에서 알고 지내던 사람들의 만남을 온라인으로 옮겨놓은 것인데 반해 세이클럽의 경우는 온라

〔그림 2-5〕 세이클럽의 홈피넷 예시



인에서의 새로운 만남에 의미를 둔다. 일반적으로 싸이월드에서는 기존에 알고 지내던 사람들끼리 일촌신청을 하고 그 신청이 받아들여졌을 때 미니홈피의 모든 정보에 대한 접근이 이루어지는 것이다.

최근 세이클럽은 회원들 상호간의 관계의 확장 혹은, 네트워크의 강화를 위해 홈피넷이라는 서비스를 개시했다. 홈피 간 관계가 좀더 수월하게 형성되도록 홈피 간의 관계가 어떻게 형성되어 있는지를 어떤지를 지도처럼 보여주는 서비스다. 즉 자신의 즐겨찾기에 등록된 회원들의 홈페이지가 어떠한 연결망으로 구축되어 있는지를 보여주는 것으로 이를 통해 일대일로만 알고 지내던 관계가 하나의 소모임으로 발전할 수 있어 그들 간 관계는 더욱 공고해질 수 있게 되는 것이다.

지금까지 살펴 본 것처럼 미니홈피나 그와 유사한 서비스들은 현재 많은 관심 속에서 개인들의 일상에 깊숙이 자리하게 되었다. 그렇다면 현재 나타나고 있는 미니홈피의 유행은 앞으로도 계속 이어질 것인가? 필자는 꼭 그렇지 않는다고 생각한다. 이것은 두 가지 측면에서 그렇게 볼 수 있다. 하나는 주요 포털이나 커뮤니티 사이트들의 회원 수가 이미 포화상태(싸이월드의 경우 1,300만 명, 2005년 2월 현재)를 돌파한 상황에서 ‘관계’의 주체인 행위자(네트워크 용어로는 ‘노드’)의 공급이 소진(saturate)되어가고 있다는 점이다. 다른 하나는 지나간 경험을 볼 때 사람들은 콘텐츠와 관계의 현 상태 조합에 언제까지나 열광하지는 않을 것이라는 점이다. 커뮤니티 형태의 서비스가 처음 상용화되면서 오프라인에서의 관계들을 온라인으로 끌어들이기 시작했던 몇 년 전, 직장인들의 업무시간에도 항상 컴퓨터에는 동창 사이트의 화면이 열려 있다고 하던 시절이 있었다. 하지만 오늘날 사이버 공간에는 이들이 모두 떠나가고 그렇다고 해서 공식적으로 폐쇄되지도 않은 채 하염없이 방문자를 기다리고 있는 커뮤니티 사이트들이 수없이 많다. 한 때의 영광을 뒤로 한 채 사람들이 모두 떠나가고 없는 사이버 공간의 폐허인 셈이다.

그렇다면 미니홈피가 제공하고 있는 현재의 열풍을 계속 이어가기 위해서는 무엇이 필요할까. ‘콘텐츠’와 ‘네트워크’를 키워드로 하여 생각해보자. 먼저 콘텐츠의 측면에서 볼 때, ‘디시 페인’이라는 말이 나올 정도로 디지털 미디어가 보편화되고, 저

장기기의 대용량화와 가격 하락, 그리고 인터넷 속도 개선 등이 빠른 속도로 이루어지면서 콘텐츠의 문제는 상당 부분 해결되고 있다. 과거 홈페이지 위주의 시절에는 어떤 전문적인 정보를 제공한다든지, 지속적으로 글을 업데이트 한다든지 하는 형태의 콘텐츠 제공이 이루어졌었다. 하지만 오늘날에는 디지털 카메라를 가지고 집에서 키우는 강아지 사진만 찍어서 올려도 훌륭한 콘텐츠가 되는 세상이 된 것이다. 그렇다면 여전히 핵심은 ‘네트워크’, 즉 ‘관계’ 쪽에 있다고 보아야 할 것 같다.

현재 유행하고 있는 미니홈피나 블로그를 제공하는 서비스에 접속해 보면 전에 볼 수 없었던 새로운 아이템이 하나 있다. 그것은 다름 아닌 ‘랜덤 홈피’ 혹은 ‘랜덤 블로그’로 가는 기능이다. 왜 전에는 없었던 ‘랜덤’ 기능이 필요할까? 그것은 홈페이지나 커뮤니티나 블로그와 달리 미니홈피는 검색이 어렵기 때문이다. 따라서 사업자들은 랜덤 찾기 기능을 부여하여 사용자들이 계속해서 새로운 미니홈피나 블로그를 만날 수 있도록 하고 있는 것이다. 그렇다면 왜 미니홈피나 블로그는 검색이 어려운 것일까. 그것은 미니홈피나 블로그가 사상 최초로 그 주인으로 하여금 ‘전인적(全人的) 드러내기’를 허용하고 있기 때문일 것이다. 내가 가지고 있는 어떤 정보를 제공하는 홈페이지는 그 정보의 내용에 따라 분류가 가능하고 따라서 키워드 검색이나 카테고리 검색도 가능하다. 특정 목적을 표방하고 모인 카페도 역시 분류가 가능하다. 하지만 어떤 전문화된 정보 제공도 아니고 특정 목적으로 모인 것도 아닌, 그냥 ‘나’를 드러내는 미니홈피나 블로그는 분류 자체가 대단히 어렵고, 따라서 검색도 어려워지는 것이다.

그렇다면 분류와 검색이 어려우니 그냥 내버려두고 기존의 관계유지가 아닌 새로운 관계의 형성을 위해서는 ‘랜덤’하게 누군가를 만나서 마음에 들면 이웃이 되고 마음에 안 들면 마음에 드는 누군가를 만날 때까지 ‘랜덤 찾기’를 계속해야 하는 것일까. 필자는 이 경우 한국의 인터넷 산업이 기껏 일구어놓은 새로운 부가가치 영역이 또 다시 급속히 소진될 가능성이 다분히 존재한다고 본다. 다시 말해 사용자들이 랜덤 찾기에 지치기 이전에 사이버 커뮤니티에서 이루어지는 관계 맺기의 양상을 파악하고 체계화할 수 있는 방법을 찾아야 할 필요를 느끼게 되는 것이다.

제 3 장 네트워크 사회의 사회적 관계에 대한 실증연구

제 1 절 연구 대상 및 방법

본 연구의 대상은 크게 오프라인의 사회적 관계와 온라인의 사회적 관계라는 두 가지 종류로 구분 할 수 있다. 우선 오프라인에서 이루어지는 개인들의 실제적인 관계를 알아보기 위해 본 연구자와 연세대학교 사회발전연구소의 주관으로 2002년 전국 단위의 조사로 시행된 「인터넷 이용실태조사」의 일부 문항과 결과를 이용하였다.

〈표 3-1〉 오프라인 사회적 관계 응답자의 일반적 특성

구 분		빈 도	%
성	남	1,164	50.6
	여	1,137	49.4
연령	10대	375	16.3
	20대	534	23.2
	30대	540	23.5
	40대	438	19.0
	50대	272	11.8
	60대 이상	142	6.2
학력	초등학교 이하	191	8.3
	중학교 졸업	278	12.1
	고등학교 졸업	1,011	43.9
	전문대학 졸업	171	7.4
	대학교 이상	650	28.2
거주지	시 부	2,022	87.9
	군 부	279	12.1
전 체		2,301	100.0

연구에 이용된 문항들은 응답자들이 일상에서 관계 맺고 있는 관계의 종류와 평균 만나는 빈도, 알고 지낸 기간, 그리고 관계망의 존재를 통해 얻을 수 있는 혜택 등에 관한 것이었다. 조사에 있어 모집단은 2002년 3월 현재 전국에 거주하고 있는 만 12세부터 65세까지의 남·여를 대상으로 하였으며, 제주도를 포함한 전국을 표집 대상지역으로 하여 다단계 층화 집락 표집(Multi-stage Stratified Cluster Sampling)의 방법을 사용하여 표본을 추출했다.

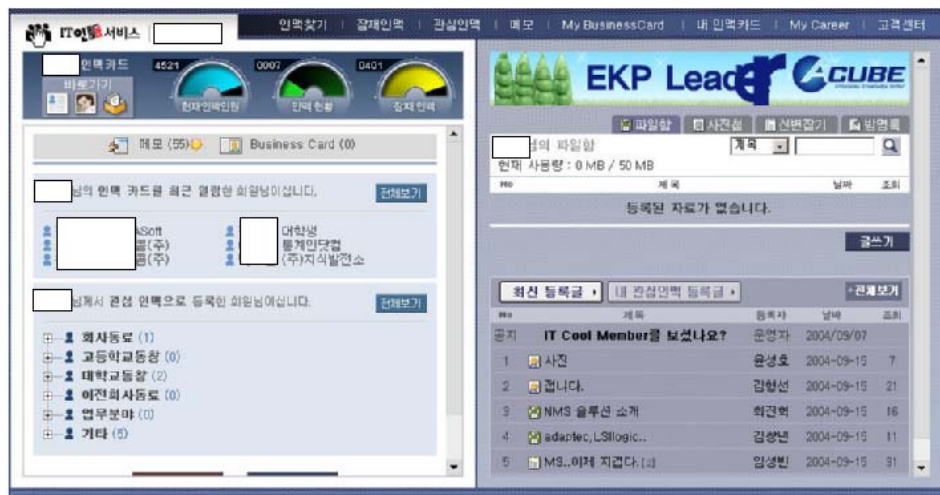
개인이 일상생활에서 어떤 종류의 사람들과 얼마나 많은 관계를 맺고 살아가는지는 그 사람의 행위양식과 행동반경을 나타낸다는 점에서 중요하다. 이를 알아보기 위해 조사를 통해 ‘현재 가장 자주 접촉하고 있는 친한 사람을 네 사람까지 거명해 달라’고 하였다. 또한 거명된 사람들의 성별과 나이, 거주지, 학력, 접촉 빈도, 알게 된 기간, 그리고 서로 간에 주고받은 도움의 종류를 기입하도록 하였고 마지막으로 거명된 사람들끼리 서로 알고 있는지에 대해서까지 기입하도록 하였다.

다음으로 온라인에서의 개인들 간 사회적 관계를 알아보기 위해 본 연구에서는 IT 관련 기업인 ‘I’사의 인맥서비스 회원으로 가입해 있는 5,000여 명의 속성(attribute)자료와 인터넷상에서의 행동 자료, 그리고 인맥서비스 이용자들에 대한 설문 조사 자료를 이용했다. 연구자와 협력관계에 있는 I사의 인맥서비스는 사이트에 등록된 이용자들이 인맥 형성과 관련하여 기초 연결고리가 될 수 있는 학맥(고교, 대학)과 회사이름, 그리고 관심분야와 같은 기타 사항을 등록하면 자신과 관련이 있는 구성원들을 관심인맥으로 등록할 수 있도록 만들어져 있다. 또한 일단 관심인맥으로 등록하면 폴더에 관심인맥의 종류별로 자신의 인맥이 정리되어 있어 관리하기에 편리할 뿐만 아니라 상호 교류할 수 있는 공간이 제공된다. 최근 유행하고 있는 블로그나 미니홈피의 변형된 형태로 볼 수 있을 것이다.

본 연구진은 가입 회원들의 연령과 성별, 맺고 있는 인맥의 수, 인맥의 종류 등에 대한 내용 뿐 만 아니라 행위자료인 트래이스 데이터(Trace Data)를 통해 회원들의 방문횟수 및 다른 회원들과의 관계 양식과 정도 등을 직접적으로 관찰 및 분석할 수 있어 회원들 간의 관계 형성 및 발전 과정을 매우 상세하게 파악할 수 있었다.

이러한 회원들의 사이버 공간에서의 행태 뿐 아니라 그들이 가지고 있는 기본적인 인식에 대해서도 알아보기 위해 설문조사를 실시하고 그 내용도 분석에 포함시켰다. 다음의 그림은 인맥서비스가 이루어지고 있는 실제 예이다.

[그림 3-1] I사 인맥서비스의 실제 예



우선 연구자와 협력관계에 있는 I 사에 대한 소개를 간략히 하면, I 사는 데이터 웨어 하우스(DWH), 데이터베이스 마케팅(DBM), 고객관계경영(CRM) 분야의 솔루션과 컨설팅 및 마케팅, 그리고 각종 e-비즈니스 관련 솔루션을 제공하는 회사로서, 이 과정에서 얻게 되는 많은 IT 관련 정보들을 체계적으로 분류 및 가공하여 회원들에게 제공함으로써 높은 평가와 함께 다수의 회원을 확보하고 있는 기업이다.

앞으로의 분석을 통해 이용되는 데이터는 회원관련 자료이다. 회원관련 자료에는 ‘개별 행동자료’와 ‘설문자료’가 포함된다. 회원 자료는 회원들의 성(sex) · 직장 및 직무, 인터넷 경력, 인터넷 접속환경 등에 대한 기본적인 배경 변수를 포함하고 있음은 물론, 각 회원들이 언제 어느 페이지에 접속해서 어떤 행동을 했는지(예: 게시물 및 자료에 대한 업로드, 자료 읽기, 메모 교환, 클릭 시점, 클릭 지점 등)와 회원 상

호간의 인맥 형성의 기반이 되는 잠재인맥과 관심인맥의 현황 및 커뮤니케이션 정도와 상대방의 인맥카드에 방문한 횟수, 시점 등에 대한 모든 정보가 담겨져 있다. 회원들이 이 사이트에 접속하여 한번 클릭을 할 때마다 데이터로 형성되기 때문에 이러한 자료를 Click Stream Data라고도 부른다.

[그림 3-2]는 Trace Data 화면을 예로 들어 보여주고 있다. 자료량이 방대하기 때문에 원자료(original data)는 I 사 서버에 저장되어 있으며, 위의 그림은 데이터 가공을 통해 Trace Data 중 일부만을 엑셀 파일로 변환한 것이다. 화면에서 보듯이 회원의 아이디와 접속시간, 접속경로, 그 시간에 회원이 보고 있는 화면의 이름 및 코드, 접속하고 있는 회원의 IP 주소, 회원이 특정 단어를 사용한 검색을 했을 경우 사용된 키워드 및 검색결과 등을 모두 보여주고 있다. [그림 3-2]는 Trace Data 중 일부만을 예시한 것이고 실제의 자료는 이보다 더 상세하게 구성되어 있다.

[그림 3-2] 트레이스 데이터 예시

1	TRACE_NO	USER_ID	CHANGE_DATE	ROUTE	SCREEN_NAME	IP_ADDRESS	IT_CODE	SEARCH_KEY	RESULT_ROW
2	17684555	hivan	22-Jan-02 52100000		My Memo List	61.82.169.8	0		0
3	17684557	freiheit	22-Jan-02 00000000		IT Forum 2002 (포럼 게시물 리스트)	168.154.170.228	0		0
4	17684558		22-Jan-02 00000000		Login 화면	211.181.154.9	0		0
5	17684559	hivan	22-Jan-02 52100000		Product 정보보기	61.82.169.8	52100		0
6	17684560	lew1004	22-Jan-02 00000000		IT Forum 2002 (포럼 게시물 리스트)	168.154.170.233	0		0
7	17684561		22-Jan-02 00000000		Login 화면	211.181.154.9	0		0
8	17684562	kswonn	22-Jan-02 00000000		Solution 메인 화면	61.82.147.22			
9	17684563		22-Jan-02 00000000		Home Page	211.56.14.163	0		0
10	17684564	freshjh	22-Jan-02 00000000		Login Result(에러가 발생해서)	211.56.14.163	0		0
11	17684565	freshjh	22-Jan-02 00000000		Home Page	211.56.14.163	0		0
12	17684566	kswonn	22-Jan-02 00000000		Solution 메인 화면	61.82.147.22	12300		
13	17684567	kswonn	22-Jan-02 12300000		Solution 메인 화면	61.82.147.22	12300	메신저	
14	17684568	kswonn	22-Jan-02 00000000		Solution 메인 화면	61.82.147.22	31900	메신저	0
15	17684569	serapeum	22-Jan-02 00000000		IT Forum 2002 (포럼별 자료실 상세보기)	211.179.3.2	0		0
16	17684570	kswonn	22-Jan-02 00000000		Solution 메인 화면	61.82.147.22	31900	메신저	0
17	17684571		22-Jan-02 00000000		Login 화면	211.117.73.168	0		0
18	17684572	kswonn	22-Jan-02 00000000		Solution 메인 화면	61.82.147.22			

이 자료는 회원들의 실제 행동에 대한 모든 정보를 담고 있어서 설문조사의 필요성 자체를 상당 부분 불식시키며, 이러한 자료를 구축하기 위해서는 일반적인 웹사이트에서는 불가능하고 같은 사이트 내에서도 페이지 단위의 기록을 남길 수 있어야 하기 때문에 다른 곳에서는 구할 수 없는 I 사만의 특허 기술이기도 하다.

온라인 상에서의 개인 행동 자료와 함께 포럼 구성원들의 개별적이고 주관적인 의식과 의도성을 파악해보기 위해 2004년 8월에 I 사 홈페이지에서 설문조사를 실시하였다. 이 조사에는 총 586명이 참여하였으나 데이터 클리닝을 거쳐 분석에 사용된 사례수는 572명의 응답이다. 설문 조사를 통해 I 사 인맥서비스에 대한 전반적인 인식과 개별적인 참여 정도 및 태도, 인맥 형성을 통해 기대할 수 있는 혜택과 실제 경험한 혜택 등등에 대해 알아보고 좀 더 구체적인 사항들에 대해서는 응답자 중 선별 과정을 거쳐 10명에 대한 심층 인터뷰를 실시하였다.

제2 절 오프라인의 사회적 관계

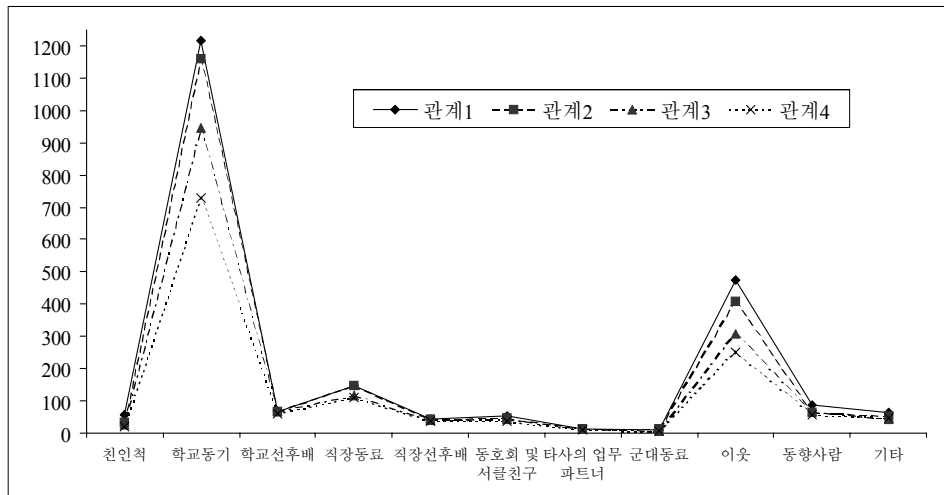
우선 구체적인 조사를 통해 현재 우리 사회에서 사람들은 어떤 관계망 속에서 생활하고 있으며 관계의 정도나 주고 받고 있는 도움의 내용은 무엇인지를 파악해 보았다. 조사에 이용된 자료는 2002년 4월에 연세대학교 사회발전연구소에서 실시한 “인터넷 이용 실태 및 정보화” 중 일부분이다.

1. 개인의 관계망 현황

개인이 일상 생활에서 어떤 종류의 사람들과 얼마나 많은 관계를 맺고 살아가는지는 그 사람의 행위양식과 행동반경을 나타낸다는 점에서 중요하다. 또한 이제까지 살펴 본 사회자본의 측면에서도 어떠한 사회자본이냐는 질적인 측면 뿐 만 아니라 사회자본을 얼마나 가지고 있는지에 대한 측정의 문제까지도 살펴 볼 수 있는 측면이 있다고 하겠다.

이를 알아보기 위해 설문지에서 ‘현재 가장 자주 접촉하고 있는 친한 사람을 네 사람까지 거명 해달라’고 하였다. 또한 거명된 사람들의 성별과 나이, 거주지, 학력, 접촉 빈도, 알게된 기간, 그리고 서로 간에 주고 받은 도움의 종류를 기입하도록 하였고 마지막으로 거명된 사람들끼리 서로 알고 있는지에 대해서까지 기입하도록 하였다.

〔그림 3-3〕 오프라인 개인 관계망의 종류



〔그림 3-3〕은 거명된 사람들과 응답자 간의 관계에 대해 나타난 것이다. 전반적으로 관계1에서 관계4까지 비슷한 양상을 보이고 있는데 가장 높은 비중을 차지하고 있는 관계는 학교 동기인 것으로 나타났다. 다음으로는 이웃, 직장동료, 그리고 동향 사람의 순으로 나타났다. 그림에서도 볼 수 있듯이 ‘관계1’보다는 ‘관계4’에서 절대적인 숫자가 줄어들고 있는 것으로 나타나고 있다. 이는 응답자 중 일상에서 밀접한 관계를 맺고 있는 사람의 범위가 네 사람까지 미치지 못하는 경우 때문으로 볼 수 있다.

이러한 관계의 종류를 성별로 분리해서 전체 관계 수를 나타낸 것이 〈표 3-2〉이다. 남성이나 여성 모두 학교 동기의 비중이 가장 높은 것으로 나타나고 있다. 반면 직장 동료나 학교 선후배, 동향 사람과 같은 항목에서는 남성들이, 그리고 이웃이나 친인척 등에서는 여성들이 보다 밀접한 관계를 가지고 있는 것으로 보인다. 가장 높은 비중을 차지하고 있는 학교 동기의 경우 응답자들의 연령대에 따라 큰 편차를 나타내는데, 10대의 경우 약 93.3%, 그리고 20대는 약 70.9% 정도가 학교 동기를 가장 자주 보는 친한 관계로 응답하였다. 반면 30대의 경우는 47.4%, 40대는

31.3%, 50대는 33.1%, 그리고 60대 이상에서는 16.9% 정도의 점유율을 보여 연령대가 높아질수록 학교 동기에 대한 비중이 작아지는 것을 볼 수 있다³⁾.

〈표 3-2〉 성별 개인 관계망의 종류

	남 자		여 자		소 계	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
친인척	58	1.55	80	2.23	138	1.89
학교동기	2,216	59.31	1,834	51.26	4,050	55.37
학교선후배	162	4.34	99	2.76	261	3.57
직장동료	371	9.93	147	4.11	518	7.08
직장선후배	97	2.60	67	1.87	164	2.24
동호회 및 서클친구	80	2.14	96	2.68	176	2.41
타사의 업무파트너	41	1.09	9	0.25	50	0.68
군대동료	36	0.96	1	0.03	37	0.51
이웃	415	11.10	1,023	28.59	1,438	19.66
동향사람	170	4.55	104	2.91	274	3.75
기타	90	2.41	118	3.30	208	2.84
계	3,736	100.00	3,578	100.00	7,314	100.00

응답자들이 거명한 사람들은 응답자들의 분류를 통해 현재 생활하고 있는 환경 속에서 관계의 정도가 가장 강한 사람들이라고 할 수 있다. 관계의 정도는 다양한 기준에 의해서 측정할 수 있지만 여기에서는 ‘서로 만나는 빈도’와 ‘알고 지낸 기간’을 가지고 유형화해 보았다. 예를 들어 이번 조사에서 의도적으로 제외한 동거하는 가족은 만나는 빈도나 알고 지낸 기간 모두 가장 높은 수치를 나타낼 수 있는 대상으로 볼 수 있다.

조사 결과 첫 번째 제시된 사람의 경우 연 평균 136.9회 정도의 접촉을 갖고 평균

3) 이에 비해 ‘이웃’의 경우, 10대는 1.6%, 20대는 5.8%에 그치고 50대는 37.7%, 60대 이상에서는 51.5%의 비중을 나타내고 있어 ‘학교 동기’와 대조를 보이고 있다.

12.4년 간 알고 지낸 것으로 나타났다. ‘관계1’에서 ‘관계4’까지 거명된 순서가 뒤로 갈수록 접촉 빈도와 기간 모두 작아지는 경향이 나타나고 있다. 이는 다시 말해 유대의 정도와 접촉 횟수 및 접촉 기간은 모두 양(+)적인 경향으로 나타난다는 것을 알 수 있다.

〈표 3-3〉 관계의 정도

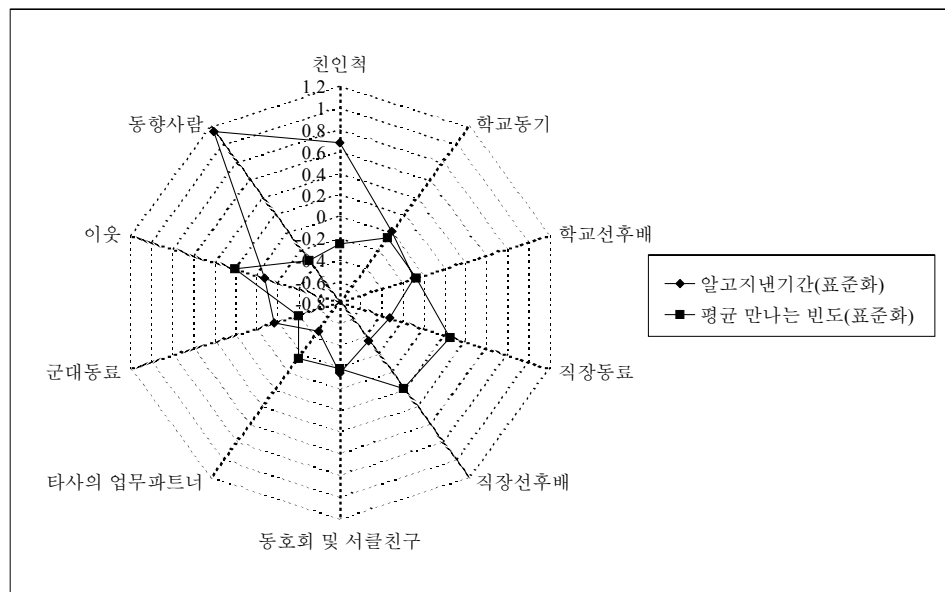
	평균 만나는 빈도		알고지낸 기간	
	N	빈도(년)	N	기간(년)
관계 1	2,241	136.93	2,244	12.3725
관계 2	2,048	119.99	2,051	11.7741
관계 3	1,685	118.50	1,687	11.2730
관계 4	1,366	114.98	1,367	10.7960

접촉 빈도와 접촉 기간을 표준화하여 관계의 종류와 같이 나타난 결과가 [그림 3-4] 이다. 그림에 따르면 크게 세 가지 형태의 유형화가 가능한데, 첫 번째는 접촉 빈도에 비해 접촉 기간이 더 높은 경우이고, 두 번째는 접촉 기간이 접촉 빈도에 비해 더 높은 경우이다. 마지막으로 세 번째 유형은 접촉 빈도와 기간이 비슷한 수준으로 나타나는 항목들이다. 첫 번째 유형에 해당하는 항목은 친인척, 동향사람, 군대 동료라고 할 수 있는데, 생득적인 연고에 기반 한 관계가 주축을 이룬다. 군대의 경우 생득적이라고는 할 수 없지만 자원적 선택에 의한 관계 맺음과는 다른 차원에서 이해 할 수 있을 것이다. 이 관계는 현재는 상대적으로 자주 보지 못함에도 불구하고 강한 유대를 형성하고 있는 것으로 유형화 할 수 있을 것이다.

두 번째 경우는 직장동료와 직장 선후배, 타사의 업무 파트너, 그리고 이웃 등을 들 수 있다. 이 관계의 특징은 비교적 최근에 알게 되었지만 현재 빈번한 횟수로 관계망을 구성하고 있는 대상들인데, 내용적인 측면에서는 약한 유대에 기반하고 있지만 빈번한 교류 및 상호작용을 통해 강한 유대가 형성된 경우라고 할 수 있다. 또한 과거의 전통적인 공동체에서 볼 수 있었던 이웃이 아니기 때문에 알게 된 기간

은 길지 않지만, 앞에서 살펴 본 것처럼 연령대가 높아지거나 여성들의 경우 활발한 접촉을 가지고 있는 것으로 파악할 수 있다.

[그림 3-4] 관계 종류 별 관계의 정도



마지막으로 세 번째 유형은 학교동기나 학교 선후배, 동호회 및 서클 친구 등으로 나타났다. 첫 번째 유형이 생득적인 요소가 지배적이고 두 번째 유형이 선택적인 측면이 강하다면, 이 경우는 양자의 사이에서 유형적인 특성을 파악해 볼 수 있을 것이다. 다시 말해 생득적이진 않지만 같은 범주 내에서의 이동이 쉽지 않은, ‘학연’이라는 연고에 기반 한 관계이고, 특히 젊은 층의 경우 같은 생활 공간에서 이루어질 수 있는 관계라는 점 때문에 접촉도 빈번히 이루어지게 된다.

다음으로는 응답자가 관계하고 있는 관계망의 밀도에 대해서 알아보았다. 일반적으로 관계망의 밀도를 ‘가능한 관계 수에 대한 실제 이루어진 관계의 수’라고 할 때, 밀도가 높다는 것은 그만큼 많은 사람들끼리 연결되어 있다는 것이고, 내용적으로는 동형적(homophilous)이고, 구성원들 간의 강한 유대가 형성되기 쉬운 구조를 의

미한다. 반면 밀도가 낮은 상황에서는 다른 행위자들이 서로 모르기 때문에 발생하는 구조적 구멍이 발생하게 되며 이 때 개별 행위자들을 연결 시켜 줄 수 있는 중개자(broker)의 역할이 중요해진다. 또한 중개자를 거쳐서 특정인에게 접근할 수 있기 때문에 구성원들 간의 관계는 이질적(heterophilous)이고 약한 유대에 기반 한 모습이 주를 이루게 된다(Lin, 2001: 46-52).

응답자 연령대별로 관계망의 밀도가 어떠한 추이를 나타내고 있는지를 살펴보았다. 여기에서도 성별 밀도차와 마찬가지로 집단간 평균차 검증을 통해 살펴 본 결과 통계적으로 유의미한 차이가 나타나고 있다. 10대와 20대, 그리고 60대 이상의 연령 층에서 관계망 밀도가 상대적으로 높게 나타났고, 30대와 40대가 비교적 낮은 밀도값을 보여주고 있다. 이러한 결과는 10대나 20대, 60대 이상에 비해 다양한 영역에서 활발한 활동을 나타내고 있기 때문이라고 보여진다.

〈표 3-4〉 연령대별 관계망 밀도

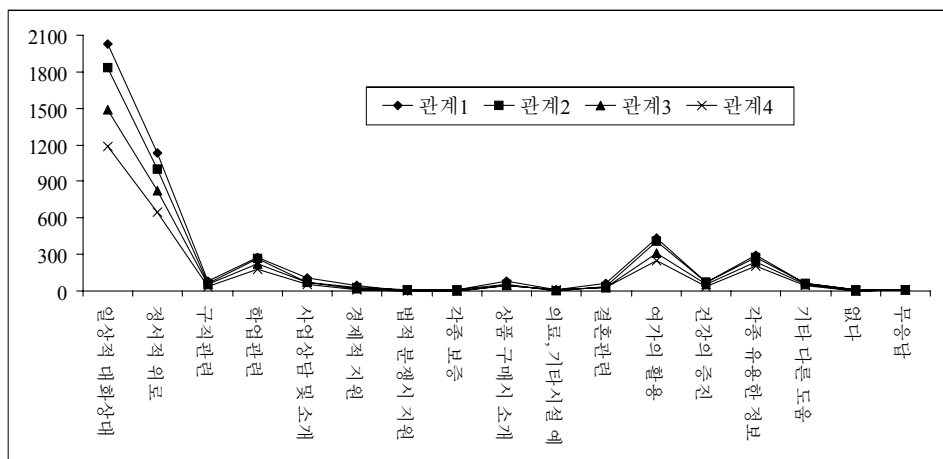
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error
10대	367	0.832	0.208778	0.010898
20대	512	0.745	0.232508	0.010276
30대	508	0.727	0.231853	0.010287
40대	405	0.737	0.237312	0.011792
50대	240	0.740	0.235153	0.015179
60대 이상	117	0.742	0.240774	0.02226
Total	2149	0.753	0.232694	0.00502

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.781674	5	0.556335	10.50188	.000
Within Groups	113.525	2143	0.052975		
Total	116.3067	2148			

그렇다면 이러한 개인적인 관계망을 통해 타인으로부터 얻게 되는 도움이나 혜택은 무엇일까? 합리적인 개인이라면 자신이 투여하는 비용과 산출할 수 있는 결과물

사이에서 이익이 산출되는 방향으로 행동 할 것이다. 이러한 측면에서 사회적인 관계망을 통해 취할 수 있는 혜택이 무엇인지는 향후 개인의 관계망 유지 및 확장에 있어서 중요한 결정요인이 될 것이다.

[그림 3-5] 관계의 혜택



그림에서도 나타나듯이 ‘일상적 대화 상대(43.4%)’나 ‘정서적 위로(23.9%)’가 모든 관계에 있어서 가장 높은 비중을 보이고 있다. 이는 사회적 관계망에서 얻을 수 있는 다양한 혜택 중에서 정서적인 면이 매우 중요하다는 사실을 나타내는 것이기도 하지만, 위의 그림이 각각의 범주에 대한 빈도만을 대상으로 나타냈다는 점에서 가장 많은 비중을 차지하고 있는 대상인 ‘학교 동기’의 영향이 강하게 미친 것으로도 파악할 수 있다. 다음으로는 ‘여가의 활용(9.2%)’이나 ‘각종 유용한 정보(6.8%)’, 그리고 ‘학업관련(6.3%)’과 같은 도구적인 성격의 혜택이 나타나고 있음을 알 수 있다.

2. 참여 집단의 유형과 정도

특정한 개인이 어떠한 사회적 관계망을 가지고 있는지에 대해 살펴 볼 때 누구와

관계를 맺고 있는 지와 함께 주목해 봐야 할 것은 어떠한 모임이나 단체에 참여하고 있는가 일 것이다. 이를 알아보기 위해 응답자들에게 현재 참여하고 있는 모임 중 가장 애착을 많이 가지고 있는 모임에 대해 가입기간과 평균 참여횟수, 모임의 내용, 구성원 수, 그리고 모임에서 얻을 수 있는 혜택과 같은 것들을 물어보았다.

우선 모임에 참여하고 있는 지의 여부를 살펴보면, 전체 응답자 2,301명 중 1,519명이 특정한 모임에 참여하고 있는 것으로 나타났다.

가입되어 있는 모임의 내용을 구체적으로 살펴 보았더니 총 107가지의 모임이 조사되었다. 이를 각 모임이 가진 성격이나 목적을 기준으로 크게 두 가지로 분류해 보았다. 먼저 정의적(情誼的) 모임은 친목을 도모하거나 각종 경조사를 염두에 두고 형성된 모임으로 대표적인 형태는 동창회나 상조계, 향우회 등이 포함된다. 이에 비해 도구적(道具的) 모임은 관심이나 이해 관계의 공유를 통해 이루어진 모임으로 각종 취미활동 동아리, 자원 봉사회, 시민단체 및 직능단체 등이 해당된다.

〈표 3-5〉 모임의 성격과 속성

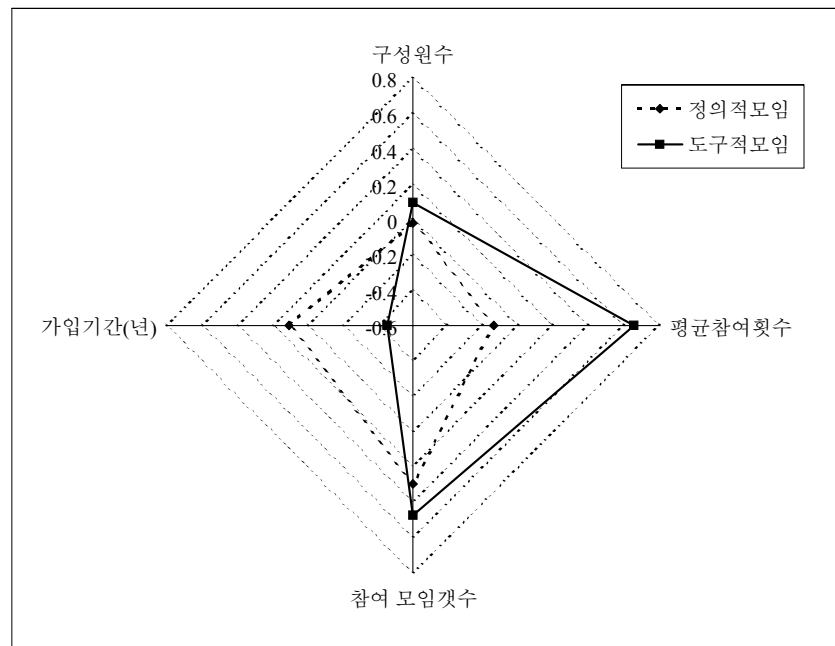
모임의 성격	응답자 소속 현황(%)	참여 모임 갯수	평균 참여횟수	평균 구성원수(명)	가입기간(년)
정의적 모임	1,248(82.2)	2.29	14.93	44.47	9.07
도구적 모임	271(17.8)	2.73	53.02	103.63	4.71
Total	1,519	2.37	21.68	54.94	8.29

조사 결과를 살펴보면 가장 애착을 느끼고 있는 모임으로 정의적 모임을 선택한 응답자가 전체의 82.2%인 1,248명으로 나타났고, 17.8%의 응답자들만이 도구적 모임을 들고 있다. 이는 앞에서 살펴 본 개인별 관계망에서도 드러나듯이 정서적인 측면에 보다 가치를 두고 있는 사람이 많은 것으로 알 수 있다.

다음으로는 위의 정의적/도구적 모임을 포함해서 몇 개 정도의 모임에 애착을 가지고 참여하는 지를 물어보았다. 정의적 모임에 애착을 가지고 있는 응답자들의 경

우 평균 2.29개의 모임이라고 응답했고, 도구적 모임에 애착을 가지고 있는 응답자는 평균 2.73개의 모임 인 것으로 나타났다. 애착을 가지고 참여하는 다른 모임들이 가장 애착을 가지고 있는 모임과 성격을 같이 할 것인지 혹은 달리 할 것인지는 밝힐 수가 없지만, 도구적인 목적의 모임을 우선시 하는 응답자의 경우 정의적 모임에 비해 유대의 정도가 약할 것이라는 점을 예상할 수 있다는 측면과 새로운 정보와 같은 자원을 추구하기에는 소수의 모임보다는 다수의 모임이 유리할 것이라는 것에서 이유를 찾을 수 있을 것이다.

[그림 3-6] 모임성격별 관계의 정도

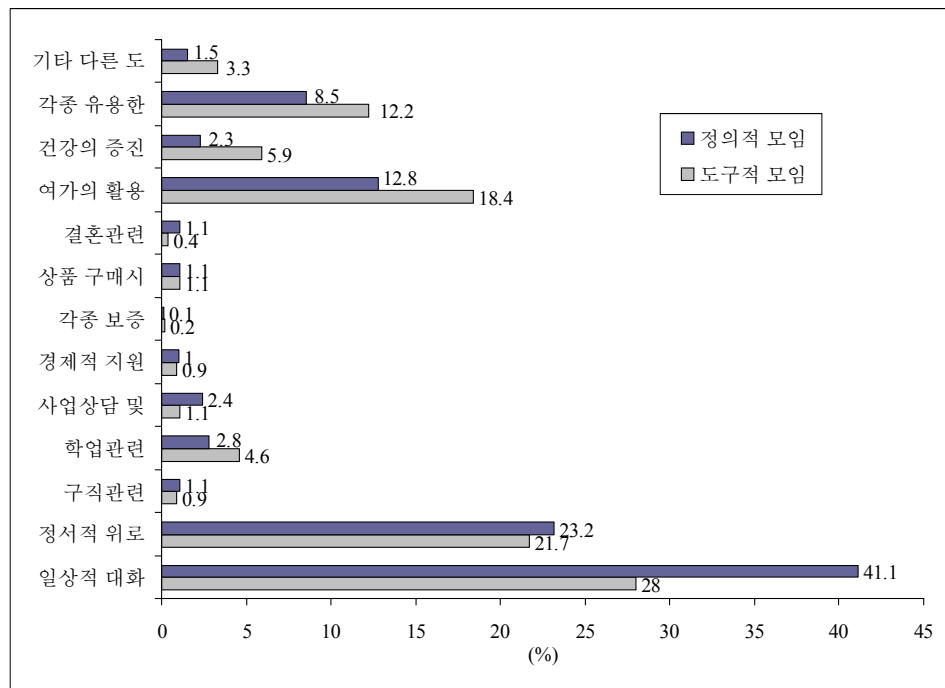


정의적 모임과 도구적 모임이 같은 정도의 유대를 유지하고 있었을 때, 유대의 강도를 결정하는 요소는 다르게 나타나고 있다는 사실은 이후의 조사결과에서도 일관되게 나타나고 있다. 즉, 모임에 대한 참여 횟수의 경우도 앞의 개인적 연결망의

제2유형에서 볼 수 있었던 것처럼 참여한 기간은 상대적으로 짧지만 훨씬 많이 접촉하고 있는 것을 볼 수 있다. 또 행위자가 한정된 자원을 가지고 타인과의 관계를 형성 혹은 유지할 때 얼마나 많은 타인과 관계를 유지하는지가 유대의 정도에 부(一)적인 영향을 미친다는 점을 생각해 보면 도구적 모임의 평균 구성 인원수가 정의적 모임에 비해 훨씬 많은 것도 같은 맥락에서 이해할 수 있을 것이다. 이러한 요소들을 표준화하여 하나의 평면에 나타낸 것이 [그림 3-6]이다.

[그림 3-7]은 정의적 모임과 도구적 모임에서 각각 나타나는 혜택을 나타낸 것이다. 정의적 모임과 도구적 모임 모두에서 정서적 차원의 대화나 위로가 가장 큰 비중을 나타내고 있다. 이는 정의적 모임의 경우에는 원래 모임의 목적을 정서적 차원에서 찾고 있기 때문에 당연한 결과라고 할 수 있다. 하지만 도구적 모임은 모

[그림 3-7] 모임의 혜택



임 초기의 목적이 여가의 활용이나 정보 수집, 관심의 공유였었던 점을 생각하면 약간의 의외의 결과로 생각할 수 있을 것이다. 하지만 모임이 시간의 경과와 함께 관계 자체의 성숙을 통해 구성원들 간에 유대가 형성되고 인지의 폭이 넓어질 것이라는 점을 예상하면 이러한 결과에 대한 이해가 가능할 수 있을 것이다. 위에서 나타난 결과들과 결부시켜서 생각해보면, 오히려 도구적 모임이 접촉 자체에 있어서는 빈번한 특징을 갖기 때문에, 그러한 모임이 정서적인 요소와 결합하게 되면 실제 일상 생활에서 정의적 모임에 비해 더 많은 영향을 미칠 수도 있을 것으로 보여진다.

3. 온라인의 사회적 관계

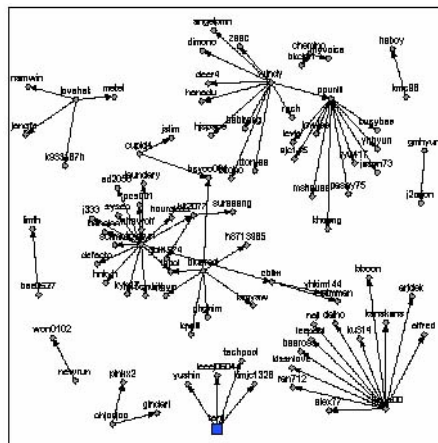
현대 사회는 곧 정보사회라고 할 수 있다. 일상 속에 인터넷은 이제 개인들의 필수품으로 자리잡은 상황이고, 개인들간의 관계 형성이나 유지에 있어서도 그 영향은 매우 크다고 할 수 있다. 이에 본 연구진은 앞으로의 논의를 통해 현재 인터넷에서 이루어지고 있는 관계형성의 실질적 과정과 행위자들의 인식을 다양한 방법을 통해 분석해보기로 한다.

가. 트레이스 데이터를 통한 행위자 행태 분석

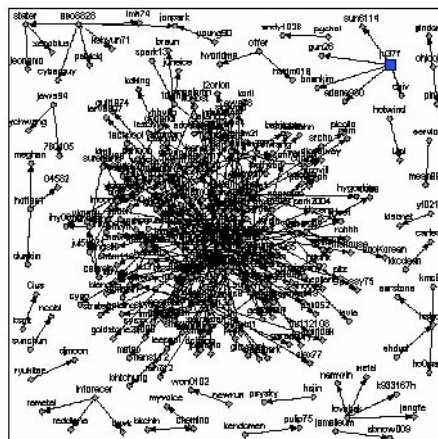
사이버 공간에서 이루어지는 관계의 양상과 실질적 과정을 살펴 보기 위해 본 연구진은 I사에서 새로 시작한 인맥서비스의 서비스 시작 시점부터 약 한 달간의 자료를 세부적으로 살펴 보았다. [그림 3-8] ~ [그림 3-10]은 사이버 공간에서 맺어지는 사람들 사이의 관계에 대한 위상구조(topology)를 보여주는 몇 안 되는 자료라는 점에서 중요한 의의가 있다. 서비스 개시 첫 날에는 소수의 적극적인 사용자들만이 다른 사람들을 관심인맥으로 지정하고 관계를 맺고자 시도하는 모습을 볼 수 있다. 그러나 불과 8일이 지난 서비스 개시 9일째가 되면 많은 수의 사람들이 한 가운데에 커다란 블록을 형성하면서 어떻게든 서로 연결되어 가는 모습을 보이고, 일부 사람들은 주변에서 홀어져 있는 모습을 보인다. 그러던 것이 서비스 개시 30일째가 되면 약 1,300명 정도의 사람들이 활발하게 활동하면서 대다수가 어떻게든

서로 연결 가능한 커다란 하나의 컴포넌트를 구축해가고 있다. (그림 3-10)에 나타난 모습은 이론적으로 어느 정도는 예측 가능한 일이었으나, 단순히 인맥카드라고 하는 하나의 도구만을 가지고 이러한 현상이 실제로 일어나는 것을 직접 관찰할 수 있었던 것은 매우 의미있는 일이었다.

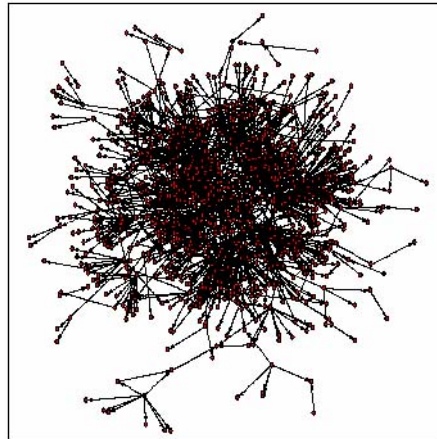
〔그림 3-8〕 서비스 1일째



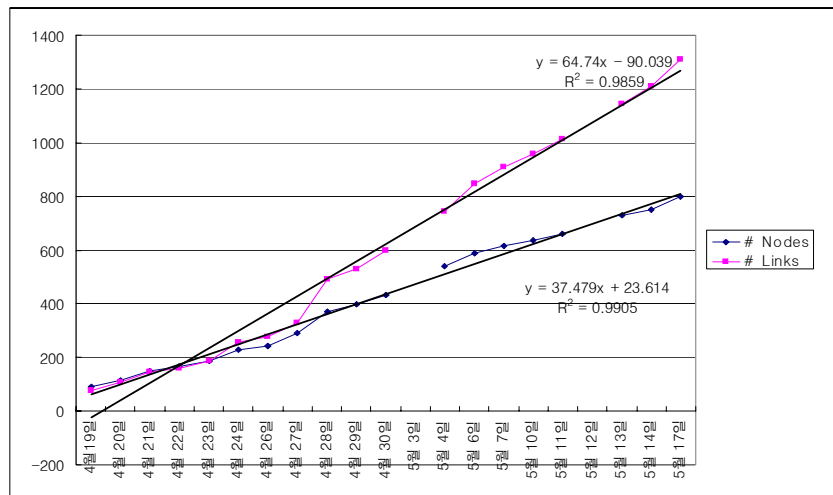
〔그림 3-9〕 서비스 9일째



〔그림 3-10〕 서비스 30일째



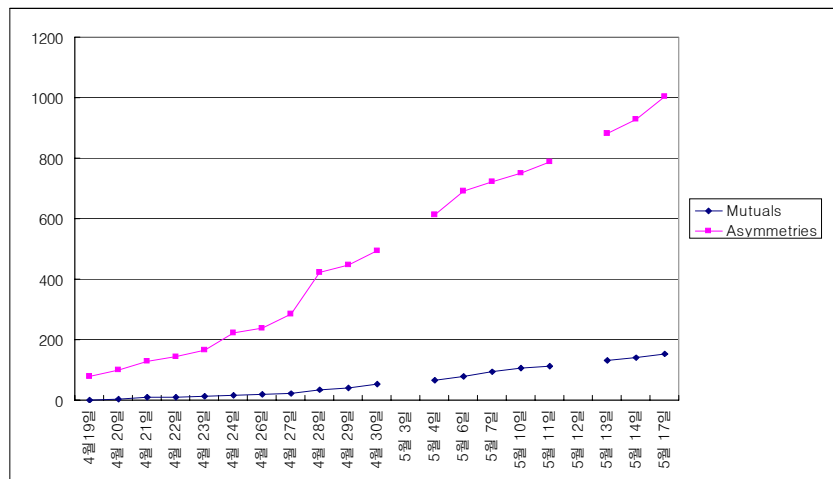
〔그림 3-11〕 노드와 링크의 증가 추이



지금부터는 〔그림 3-8〕~〔그림 3-10〕에 나타난 관계의 진화과정을 조금 더 구체적으로 들여다 보기로 하겠다. 〔그림 3-11〕은 서비스 개시 후 한 달 동안 이루어진 노드 수와 링크 수의 증가추세를 요약해주고 있다. 대체로 보아 신규로 가입

하는 회원의 수는 하루 37명 선이고, 반면 링크의 수는 하루 65개 정도 늘어나고 있어서 노드 수의 증가에 비해 링크 수의 증가가 두 배 가까이 빠르게 일어나고 있음을 알 수 있다. 또한 처음에는 노드의 수가 더 많았으나, 불과 4일 만에 이 추세는 역전되어 링크의 수가 더 많아지는 것을 볼 수 있다. 즉 처음에는 소수의 적극적인 회원들에 의해 관심인맥으로 지정 당함으로써 데이터에 포함되는 사람들이 많았으나, 이들도 일단 이 공간에 들어오고 나면 적극적으로 다른 사람을 관심인맥으로 지정하고 관계를 맺어나간다는 것을 보여준다.

[그림 3-12] 일방적 이자관계와 쌍방적 이자관계의 추이

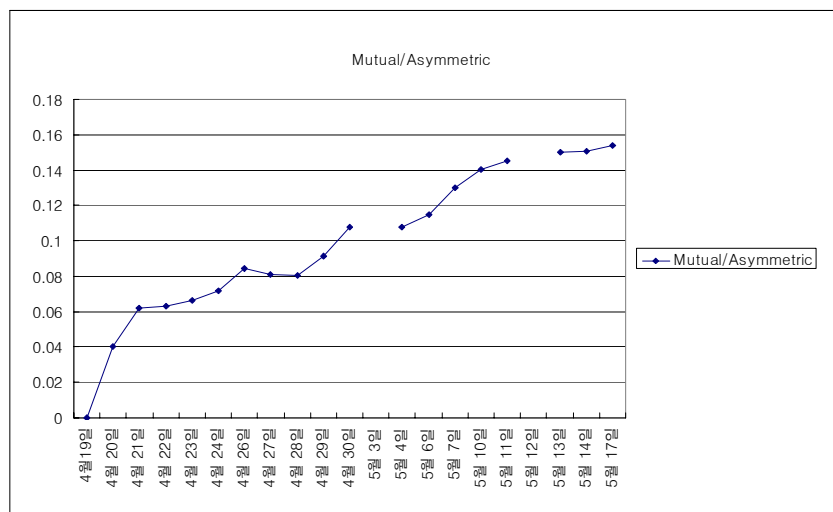


[그림 3-12]는 데이터 상에 존재하는 모든 이자 관계(dyad)를 조사하여 일방적(asymmetric) 이자관계와 쌍방적(mutual) 이자관계의 수가 어떻게 변하는 지를 보여주고 있다. 그림에서 보듯이 쌍방적 이자관계보다 일방적 이자관계의 수가 훨씬 많은데, 이것은 누군가가 나를 관심인맥으로 지정했을 때 나도 상대를 관심인맥으로 지정하지 않는 경우가 있다는 점도 작용할 것이고, 무엇보다도 신규로 데이터에 포함되는 회원의 경우 회원 가입과 동시에 타인을 관심인맥으로 지정하는 경우보다

는 누군가에 의해 지정됨으로써 데이터에 포함되는 경우가 많다는 점 때문에 당연한 결과이다. 그렇다면 사이버 공간의 인간관계에 있어서 호혜성(reciprocity)은 존재하지 않는 것인가. 그렇지 않다는 것은 [그림 3-13]을 통해 확인된다.

[그림 3-13]은 쌍방향적 이자관계의 수를 일방적 이자관계의 수로 나누어 그 비율의 변화를 파악한 것으로서, 비록 절대 수에 있어서는 일방적 이자관계가 많지만 비율에 있어서는 쌍방향적 이자관계가 빠르게 증가하고 있음을 보여준다. 쌍방향 관계의 비율은 서비스 초기 거의 0%였으나 30일 후에는 약 16%에 달하는 것을 볼 수 있다.

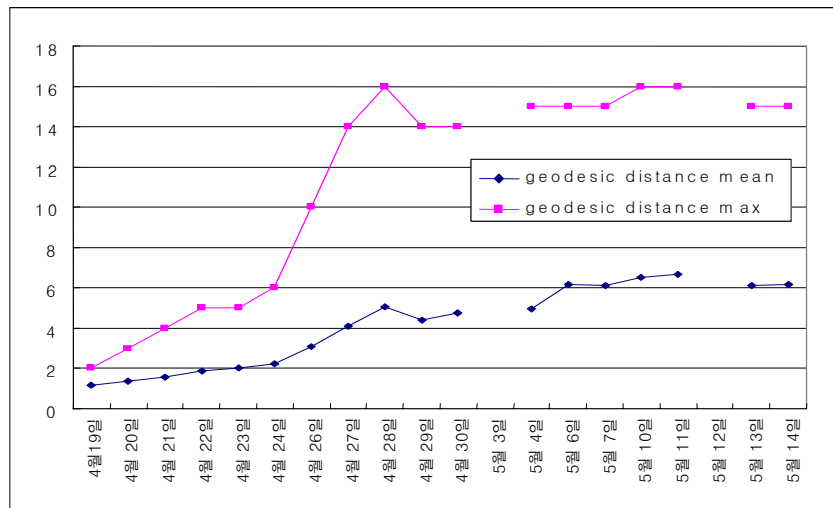
[그림 3-13] 쌍방향적 이자관계와 일방적 이자관계의 비율



그렇다면 이렇게 해서 맺어진 사람들 사이의 관계는 얼마나 ‘작은 세상(small world)’의 특성을 띠고 있을까. 작은 세상이란 Stanley Milgram의 유명한 실험이나 케빈 베이컨 게임 등을 통해 널리 알려진 현상으로서, 우리가 사는 세상은 생각보다 훨씬 더 네트워크를 통해 ‘구조화’ 되어 있으며 우리는 뜻밖에 몇 단계만 거치면 서로 연결되어 있다는 것을 알려준다. 일반적으로 Six Degrees of Kevin Bacon이라 하여 대

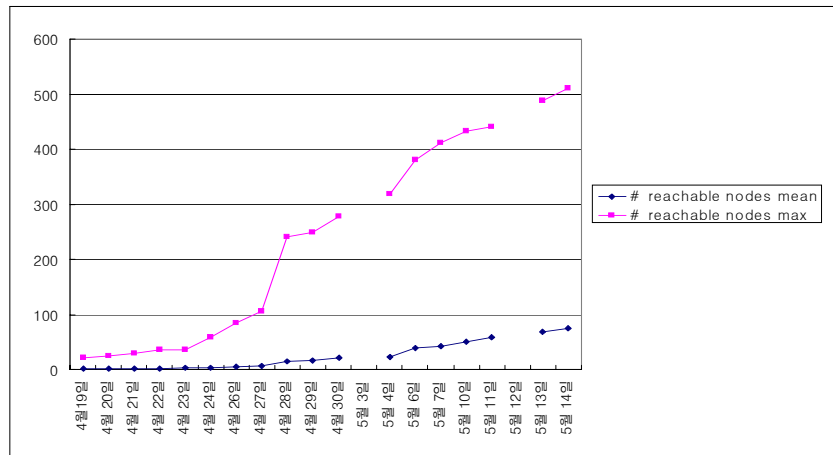
약 6단계 정도면 대부분의 사람들에게 도달할 수 있는 것으로 알려져 있다. [그림 3-14]는 이 서비스의 회원들이 몇 단계나 서로 떨어져 있는지를 보여주는데, 초창기에는 그 거리가 짧다가 점점 길어지기는 하지만 대략 보름 정도가 지난 이후에는 더 이상 길어지지 않고 6단계 정도에서 안정화되는 모습을 보여준다. 이를 통해 사이버 공간에서 맺어지는 관계도 오프라인에서의 관계나 마찬가지로 ‘작은 세상’을 이루고 있는 것을 알 수 있다.

[그림 3-14] 회원들간의 거리(최대값과 평균값)



그렇다면 6단계를 거쳐서 사람들은 얼마나 많은 수의 타인에게 도달할 수 있을까. [그림 3-15]는 이 의문을 풀어준다. 날짜가 지남에 따라 회원들이 도달할 수 있는 타인의 수는 급격히 증가한다. 30일 후에 회원들은 평균적으로 100명에 가까운 타인에게 도달할 수 있으며, 가장 많은 경우에는 500명 이상의 다른 회원들과 연결되어 있음을 알 수 있다.

(그림 3-15) 도달 가능 회원수(평균값과 최대값)



나. 설문조사를 통한 행위자 인식 분석

앞 절에서 살펴 본 트레이스를 통한 분석은 주로 행위자들의 행태를 중심으로 파악했다는 측면에서 현재 이루어지고 있는 사이버 공간에서의 관계 맺기 양상을 가감 없이 관찰 할 수 있다는 측면에서 의미를 갖는다. 본 절에서는 이러한 행태와 더불어 행위자들이 사이버 공간에서의 관계 맺기, 좁혀서 말하자면 인맥 관련 서비스를 이용하는 의도와 목적을 중심으로 살펴보고 이러한 주관적 인식이 행위자들의 행태와 어떤 연관 속에서 파악이 가능 한지 모색해보기로 한다.

행위자들의 주관적 인식을 알아보기 위한 방법으로 전체 회원을 대상으로 한 설문조사와 설문조사 결과를 토대로 소수의 회원들에 대해 심층 인터뷰를 실시하였다.

먼저 설문조사에 참여한 회원들의 일반적인 특성을 살펴보면 다음의 <표 3-6>과 같다. 설문조사가 이루어진 I 사 사이트의 경우, 회원들이 주로 정보통신관련 분야에서 활동하고 있다는 특성 때문에 남성응답자의 비율(92.8%)이 여성응답자(7.0%)보다 훨씬 높게 나타나고 있다. 전체 회원들의 분포도 이와 비슷한 양상을 나타내고 있다. 연령 분포에 있어서도 정보통신 관련 분야가 주축을 이루고 있는 회원의 특성상 청장년층의 비중이 높게 나타나고 있는데, 전체 응답자 중 43.2%가 31세~

〈표 3-6〉 인맥서비스 관련 설문응답자의 일반적 특성

		빈도	%
성별	남성	531	92.8
	여성	40	7.0
	Total	571	99.8
	missing	1	0.2
	Total	572	100.0
연령	25세이하	11	1.9
	26세~30세이하	108	18.9
	31세~35세이하	247	43.2
	36세~40세이하	139	24.3
	41세~45세이하	46	8.0
	46세 이상	20	3.5
	Total	571	99.8
	missing	1	0.2
	Total	572	100.0
업종	정보기술	329	57.5
	통신관련	63	11.0
	전기, 전자	28	4.9
	교육 및 대학교	24	4.2
	제조	31	5.4
	금융 서비스	17	3.0
	기타 서비스	17	3.0
	인쇄출판	7	1.2
	건설	5	0.9
	도매	4	0.7
	기타	47	8.2
	Total	572	100.0

35세 이하의 연령층을 구성하고 있다. 반면 41세 이상의 연령층은 11.5%에 불과한 것으로 나타났다. 아울러 현재 소속되어 있는 산업별 분류에서도 IT(정보기술)관련 분야의 비중이 전체의 57.5%로 나타나고 있어 I사의 인맥서비스를 이용하고

있는 회원들이 인터넷을 사용하고 있는 일반적인 유저라고 하기보다는 정보기술 분야의 특화된 계층으로 파악할 수 있을 것이다. 앞으로의 논의 속에서도 분석이 이루어지겠지만 가장 중요한 특징 중의 하나는 I 사의 인맥서비스를 이용하고 있는 회원들이 이전의 사회적 경험을 공유하며 인지관계에 있는 사람들보다는 사이버 공간에서 처음 서로의 존재를 알게 된 경우가 훨씬 많다는 점이다. 다시 말해 강한 유대에 기반하여 이루어진 사회적 관계나 관계망의 성격 보다는 각자가 느끼는 특정한 필요와 관심에 의해 형성된 약한 유대에 기반 한 연결망이라는 특성이 두드러진다고 할 수 있다.

〈표 3-7〉 인맥서비스 가입경로

		빈도	%
가입경로	다른사람 추천	68	11.9
	사이트 배너	275	48.1
	뉴스레터	140	24.5
	홍보메일	23	4.0
	신문기사	6	1.0
	신규회원가입후 메시지	10	1.7
	우연히	37	6.5
	Total	559	97.7
Missing	System	13	2.3
Total		572	100.0

이러한 특성은 회원들이 어떻게 인맥서비스에 가입하게 되었는지에 대한 응답을 통해서도 알 수 있다. 응답자 중 11.9%의 회원만이 다른 사람의 추천을 통해 서비스에 가입했고, 나머지 85%의 회원들은 I 사 사이트에 나타나있는 ‘사이트 배너’나 I사에서 회원들에게 정기적으로 보내주고 있는 뉴스레터나 홍보메일 등을 통해서 인맥서비스에 대해 인지하게 되어 가입했다고 응답하고 있다. 즉 서비스 내용에 대한 소개나 서비스 이용에 있어서 원래 알고 지내던 다른 사람들의 권유나 추천이라

는 과정보다는 스스로의 판단과 필요에 의한 서비스 이용이 훨씬 높은 비중으로 나타나고 있음을 알 수 있다.

회원들은 인맥서비스를 이용하기 위해 일단 I 사의 회원으로 가입 시나 가입한 후에 인맥서비스를 이용신청하면서 자신의 인맥카드를 작성하게 된다. 서비스 가입 후 다른 회원들과의 인맥형성이라고 할 수 있는 관심인맥의 설정과정을 간단히 살펴보면 다음과 같다. 회원들이 가입 시에 공개한 정보 중 출신학교나 관련 업무분야에 대한 선택이 이루어지고 나면 자동적으로 같은 출신학교나 업무분야를 가진 회원들이 ‘잠재인맥’으로 설정된다. 설정되어 있는 잠재인맥 중 본인이 인맥형성을 원하는 회원을 발견 했을 때 그 회원을 관심인맥으로 설정하게 되면 관심인맥으로 설정을 당한 회원에게는 쪽지나 이메일을 통해서 상대방으로부터 관심인맥으로 지정되었음을 통보받게 된다.

〈표 3-8〉 관심인맥 지정 받을때 느끼는 감정

		빈도	%
관심인맥으로 지정받을때의 느낌이나 행위	우선 상대방을 확인함	524	91.6
	궁금하지만 상대방 확인안함	13	2.3
	별다른 감정없음	11	1.9
	별로 기분이 좋지않음	17	3.0
	Total	565	98.8
Missing	System	7	1.2
Total		572	100.0

‘싸이월드’의 경우 인맥형성을 위해 상대방에게 ‘일촌신청’을 하면 일촌신청을 받은 개인이 일촌관계를 맺을 것인지를 선택할 수 있는 시스템으로 구성되어 있지만 I 사의 인맥서비스에서는 그러한 선택의 과정은 생략되어 있다. 물론 관심인맥으로 설정된 개인이 상대방을 관심인맥으로 설정할지의 여부는 개인의 선택으로 남게 된다. 만약 누구로부터도 관심인맥으로 설정되기를 원하지 않는다면 먼저 잠재

인맥으로 설정되지 않도록 조치를 취해야 하는데 이를 위해서는 자신의 정보, 즉 출신학교나 관심 분야에 대한 내용을 인맥서비스 가입 시 하지 말아야 한다.

그렇다면 누군가로부터 관심인맥으로 지정받았을 때 개별 회원들은 어떠한 생각이나 태도를 보이게 될 것인가? 이는 우리가 오프라인 상에서 같은 분야에 종사하고 있지만 잘 알지 못하는 누군가가 내게 명함을 내밀며 첫인사를 하는 과정과 유사하다는 속성을 갖는다고 할 수 있다. 이에 대한 답변을 정리한 것이 <표 3-8>이다.

회원들의 대부분(91.6%)이 일단 자신을 관심인맥으로 지정한 상대방에 대한 확인 작업을 하는 것으로 나타났다. 이는 무엇보다도 내게 관심을 표명한 상대방에 대한 호기심의 차원에서 설명될 수도 있겠지만 인맥서비스에 대한 전반적인 이해나 신뢰와 함께 인맥형성을 위한 제도 인식이 잘 이루어져 있는 것으로 볼 수 있다. 조사 결과 중 ‘상대방을 확인하지 않는’ 경우와 ‘별로 기분이 좋지 않은’ 경우에 대해 좀 더 면밀한 조사를 시도해보았다.

<표 3-9> 관심인맥 지정할 때 주저하는 이유

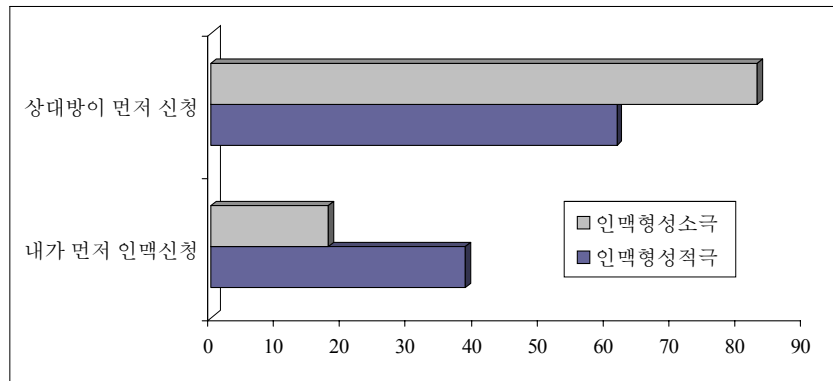
		빈도	%
주저하는 이유	주저해 본 적 없다	169	29.5
	내 정보의 공개	59	10.3
	쑥스러워서	140	24.5
	인맥형성 자체의 부담감	185	32.3
	Total	553	96.7
Missing	System	19	3.3
Total		572	100.0

이메일을 통해 아이디 a58012님에게 왜 별로 기분이 좋지 않은지를 물어본 결과, 자신은 정보통신계열 대기업의 관리직이기 때문에 인맥형성을 통해 자신의 정보가 다른 사람에게 전달되는 데에 대해 일단 민감할 수밖에 없다는 응답을 해왔다. 그렇다면 인맥서비스를 이용하는 이유가 무엇인지를 물어보았더니 인맥서비스 자체

에 대해서는 긍정적으로 생각하고 있지만 선택당하는 입장보다는 자신의 필요에 의해 선별적, 주도적으로 인맥을 형성하고 있다는 대답을 들을 수 있었다. 본 연구자의 생각으로는 현재 인맥서비스를 이용하고 있는 주연령층 보다 상대적으로 높은 연령(47세)이기 때문에 누군가로부터 관심인맥으로 지정 받았을때 느낄 수 있는 어색함 같은 것도 존재하고 있다고 보여 졌다.

관심인맥으로 지정되는 경우가 아니라 누군가를 자신의 필요에 의해 관심인맥으로 지정하려고 할 때 주저하게 되는 경우가 있다면 어떤 이유 때문인지를 물어보았다. 사이버 공간에서 이루어지는 약한 유대에 기반 한 관계일지라도 관계 형성에 어떤 부담감 같은 것이 존재할 수도 있다는 생각과 함께 그 이유가 무엇인지를 알아보기 위한 질문이었다. 여기에 대해서는 30.6%의 응답자들이 ‘주저해 본 적이 없다’는 응답을 나타내어 자신이 필요하다면 별 거리낌 없이 행동에 옮기는 패턴을 취하고 있음을 보여주고 있다. 반면 약 70%의 사람들은 사이버 공간임에도 불구하고 관계 형성에 대해 즉각적인 행동으로 옮기기보다는 한번 더 숙고하는 모습을 보여주고 있다. 이러한 태도에 있어 가장 큰 이유로 나타나고 있는 것은 ‘인맥형성 자체에 대한 부담감(32.3%)’이었다. 관계에 대한 부담은 사회자본에 상대적 개념으로 알려진 사회적 부채(social liability)라는 개념에서도 잘 나타나고 있다(박찬웅, 1993). 즉, 관계를 통해 다양한 혜택을 보다 효율적인 과정 속에서 취할 수도 있지만, 관계의 유지를 위해서는 어쩔 수 없이 감수해야 하는 시간과 노력이라는 비용도 포함된다. 이렇듯 관계의 형성으로 인해 혜택보다는 비용이 커지게 되는 상황을 사회적 부채라고 할 수 있는데 어떠한 관계이든 사회적 부채가 될 수 있는 요소는 관계 자체에 내재되어 있다고 할 수 있다. 다만 사이버 공간에서의 관계 형성이 약한 유대에 기반 한다는 전제 속에는 그러한 사회적 부채가 될 수 있는 관계로의 가능성은 낮아지지만 완전히 자유롭다고는 말할 수 없다는 측면에서 관계에 대한 부담감도 분명히 존재한다고 보여진다.

〔그림 3-16〕 인맥형성의 적극성 여부와 인맥신청



〔그림 3-16〕은 위의 관심인맥 설정에 대한 질문응답자 중 인맥형성의 부담감 유무를 중심으로 보다 적극적인 응답자와 소극적인 응답자로 구분하여 관심인맥 신청을 자신이 하는 편인지, 아니면 상대방으로부터 인맥신청을 받은 다음에 자신도 하는 편인지에 대해 물어본 내용을 나타낸 것이다. 관심인맥의 신청여부에 대한 질문은 응답자들이 적극적으로 관계 형성을 주도하는지, 아니면 타인에 의해 최초 관계의 형성이 이루어지는지에 대한 태도를 알아보기 위한 질문이었다. 회원들의 응답은 상대방이 먼저 관심인맥을 지정하면 그 이후에 자신도 상대방을 관심인맥으로 설정하는 경우가 많음을 나타내고 있다. 관계의 형성이라는 것은 한 사람이 일방적으로 할 수 없는 부분이기 때문에 응답에 대한 예상은 적극적인 태도와 소극적인 태도가 비슷한 비율로 나타나리라는 것이었다. 하지만 이러한 응답이 나타나게 된 것은 응답자들 중 담당 업무가 영업과 관련되었을 경우 다수의 회원들에게 먼저 관심인맥으로 신청한 경우 때문에 나타난 것으로 파악된다. 다시 말해 다수의 회원들은 자신의 필요에 의해 여러 가지 사항을 검토한 후 특정한 상대방을 관심인맥으로 설정하게 되지만, 영업 관련 업무를 담당하고 있는 회원들은 자사 제품이나 자신에 대한 홍보를 위해 상대적으로 많은 사람들을 관심인맥으로 설정하고 교류를 갖고 있는 것으로 나타났다. 물론 인맥형성에 있어 적극적인 태도를 보이는 회원인 경우

그렇지 않은 회원보다 훨씬 높은 비율로 관심인맥 신청을 먼저하고 있는 것으로 조사 결과는 보여주고 있다. 하지만 많은 회원들이 주로 타인에 의해 관심인맥으로 설정된 후, 다시 말하자면 누군가에 의해 관계 형성 제의를 받고 난 후 행동으로 옮겨지는 패턴이 지배적이라는 사실을 알 수 있었다.

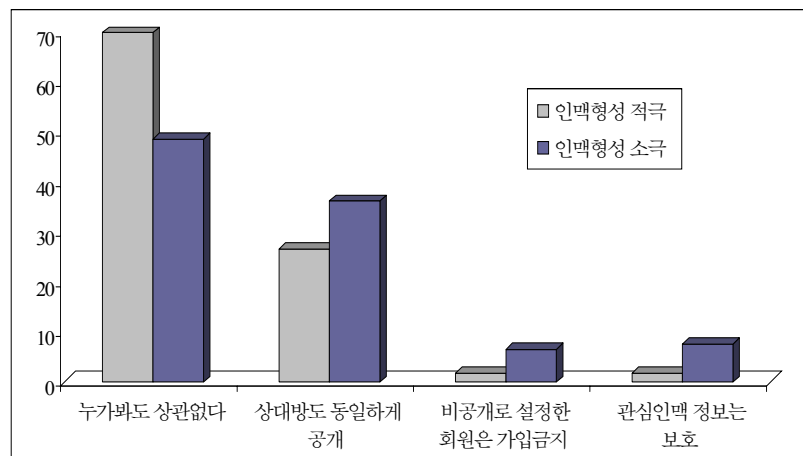
이는 사이버 공간에서의 관계 형성에 있어서 중요한 의미를 지니는 것이라 할 수 있다. 다시 말해 상대방에 대한 정보가 부족한 상황이고 관계 형성에 대한 필요가 크지 않은 상황에서도 상대방이 먼저 관계 형성을 제의하게 되면 이루어지는 경우가 많다는 의미가 되기 때문이다. 만일 상대방으로부터의 인맥 형성 제의가 없었다면 형성되지 못한 관계가 많았을 것이라는 해석도 가능하게 된다. 이는 네트워크의 외부성, 혹은 외부효과에 대한 논의와도 연결될 수 있을 것이다. 본인의 필요나 대상에 대한 수요가 발생하지 않은 시점에서도 주변의 변화나 상대방의 제의에 따라 개인행동이 영향 받을 수 있는 측면을 나타내 주고 있다. 최초 관계의 시작이 어떻게 이루어졌는가 하는 점은 향후 관계의 내용에 미치는 영향이 클 수밖에 없다는 점에서, 그리고 도구적이든 정서적이든 관계의 결과 나타나는 산물의 성격을 결정하는데 중요한 기반을 제공한다는 측면에서 그 의미가 크다고 할 수 있다.

또한 회원들 간에 이루어지는 정보공개에 대해서는 어떻게 생각하고 있는지 의견을 물어보았다. (그림 3-17)은 정보공개에 대한 응답을 관계형성에 대한 적극성의 여부와 관련하여 나타낸 것이다.

응답자들은 전반적으로 자신의 정보를 포함해서 회원들의 정보에 대해서는 비교적 공개해도 좋다는 입장이었다. 의외로 ‘누가 봐도 상관없다’라고 대답한 의견이 가장 높은 비율로 나타났는데, 이는 인맥서비스를 이용하면서 제공하는 신상 정보나 자신의 인맥카드를 구성하고 있는 콘텐츠가 자신의 사생활을 많이 드러내는 정보라기보다는 공유될 수 있는 정보의 성격을 지닌 것이 많다는 의미라고 보여진다. 특히 인맥형성에 적극적인 회원들의 경우 69.8%의 응답자가 정보공개에 대해서도 적극적인 자세를 보여주고 있는데 이에 반해 그렇지 않은 회원들은 48.6%만이 정보공개에 대한 적극성을 나타내고 있다. 특히 관계의 설정을 위해 정보 공개는

불가피한 측면이 있지만 ‘상대방도 동일한 정도로 공개해야 한다’는 입장과 아예 ‘비공개로 설정한 회원은 서비스 가입금지’해야 한다는 입장도 약 40%정도를 차지하고 있어 회원들간의 정보에 대한 동등한 입장을 원하고 있음을 알 수 있었다⁴⁾. 관계의 형성에 있어서 상대방이 어떤 관계망을 가지고 있는지도 매우 중요한 정보인데, 응답자들 중 소수(약 4%)는 관심인맥으로 상호 설정되어있는 경우에도 상대방의 관심인맥을 파악할 수 없도록 했으면 좋겠다는 의견도 존재하고 있었다.

〔그림 3-17〕 인맥형성의 적극성 여부와 정보공개



현재 인맥서비스를 이용하고 있는 응답자들의 경우 자신들이 설정해 놓은 관심인맥 중에서 어떤 인맥을 가장 중요하게 생각하고 있는지를 알아보았다. 앞 장에서 살펴보았던 오프라인에서의 사회적 관계망과 매우 큰 편차를 보이고 있었다. 오프라인에서 가장 중요한 관계로 여겨지고 있었던 학교 관련 인맥의 경우 I 사 인맥서

4) 서비스 초기에는 나와 관심인맥으로 설정되어 있지 않은 회원일지라도 그 회원의 관심인맥을 볼 수 있었으나 몇 차례의 서비스 개편 과정을 통해 현재의 인맥서비스에서는 관심인맥으로 설정된 경우에만 상대방의 잠재인맥과 관심인맥의 현황을 볼 수 있다.

비스를 이용하고 있는 응답자들에게 있어서는 약 26% 정도의 수치를 나타내고 있었다. 또한 회사관련 인맥이라고 할 수 있는 ‘회사동료’나 ‘이전회사 동료’의 경우도 각각 4.0%, 3.7%의 값을 보여준다. 이는 ‘업무분야’인맥이 64.5%라는 비중을 나타내고 있는 것에 비하면 매우 적은 값이라고 할 것이다.

〈표 3-10〉 관심인맥중 가장 중요한 인맥

		빈도	%
현재 관심인맥 중 가장 중요한 인맥은?	고등학교	63	11.0
	대학교	86	15.0
	회사동료	23	4.0
	이전회사 동료	21	3.7
	업무분야	369	64.5
	기타인맥	10	1.7
	Total	572	100.0

여기에 대해서는 다양한 해석이 가능하다. 먼저 제시할 수 있는 것이 I 사 사이트의 특성과 그에 기반 한 인맥서비스의 성격이다. I 사의 사이트가 새로운 정보나 시장의 동향을 살펴보기에 적합한 특성을 가지고 있고, 인맥서비스에 참여하고 있는 회원들도 그러한 목적 달성을 위한 의도가 가장 중요하게 생각되고 있다는 측면을 생각해 보면 이러한 결과는 전혀 새로운 것이 아닐 것이다. 하지만 학교 관련 인맥과 같은 회사에서 지냈던 동료들이 존재하고 있는 상황에서도 같은 업무분야 인맥에 대한 비중이 가장 크다는 것은 재미있는 결과라고 할 수 있다.

인터넷을 통한 사이버 공간에서의 관계 존재는 분명한 현실이고, 또 그러한 관계의 형성에 있어서 기존의 특정한 경험이나 연고를 공유했던 사람들과의 관계보다는 관심을 공유하고 있는 관계의 비중이 점차 커져가고 있다는 점에 주목한다면 위의 조사결과가 나타내는 함의는 충분하다고 생각된다. 아울러 이론적 검토 부분에서 나타났던 것처럼 사이버 공간에서의 관계가 약한 유대에 기반 한 관계이고, 그

러한 약한 유대의 관계는 새로운 정보나 자원의 탐색에 있어 유리하다는 결론이 잘 드러난 결과라고 할 것이다.

〈표 3-11〉 인맥의 필요성과 중요 인맥

		현재 인맥에서 가장 중요한 인맥은?						Total
		고등 학교	대학교	회사 동료	이전회사 동료	업무 분야	기타 인맥	
인 맥 필 요 성	구직관련	25	31	11	13	155	4	239
	경제적 지원	1	1	1		8		11
	법적 분쟁 시 지원	3	9	1	2	23	1	39
	각종 보증		1			6		7
	유용한 정보취득	54	73	19	18	308	10	482
	상품 구매 시	3	7	1	1	32		44
	영업 관련 편의를 받고 싶을 때	32	37	8	7	138	1	223
	업무관련 다른 사람 소개 받을 때	56	69	17	18	307	6	473
	여가 활용 및 정서적 지원	3	2	2	2	23	1	33
	기타	1	1			7	7	16
Total		178	231	60	61	1,007	30	1,567

조금 더 구체적으로 살펴보기 위해 중요하게 생각하고 있는 인맥에 대한 생각과 자신에게 인맥형성이 필요한 이유에 대한 응답을 교차하여 표로 나타내 보았다. 어떠한 경우에 인맥이 필요하다고 생각하느냐는 질문에는 응답자들에게 세 가지씩 선택해 줄 것을 주문하였다.

〈표 3-11〉을 살펴보면, 인맥에 대한 필요성이 가장 많이 느껴지는 경우는 ‘유용한 정보 취득’이나 ‘업무와 관련해서 다른 사람을 소개 받을 때’로 나타났고, 그 외에도 ‘구직과 관련해서’나 ‘영업과 관련한 편의를 제공받고 싶을 때’라는 응답에 대한 비중이 높게 나타났다. 흥미롭게 생각되는 점은 다른 항목보다도 인맥의 필요성에 있어서 ‘여가 활용이나 정서적 지원’을 필요로 할 때가 아니라 ‘영업과 관련한 편의를 제공 받고 싶을 때’라는 항목을 설정한 응답자들이 학교 관련 인맥의 중요성

을 상대적으로 높게 나타내고 있다는 점이다. 그리고 일반적으로 인맥이 필요하다고 느끼는 경우가 ‘여가 활용이나 정서적 지원’과 같은 항목을 선택했다면 학교 관련, 혹은 회사 동료들을 가장 중요한 인맥으로 생각하고 있으리라 예상했지만, 결과는 다른 항목에 비해서 오히려 업무분야 인맥을 중요하게 생각하는 사람들의 비중이 높은 것으로 나타났다.

이번에는 인맥의 필요성과 회원들 간 오프라인에서 만남의 경험 간에는 어떤 관련이 있는지 살펴 보았다. 먼저 I 사 인맥서비스의 특성이 온라인 기반의 인맥 형성이 주를 이루고 있어서 관심인맥에 설정되어 있는 회원 중 만난 적이 있다고 응답한 경우는 만난 적이 없다고 응답한 경우보다 훨씬 적은 비율로 나타났다.

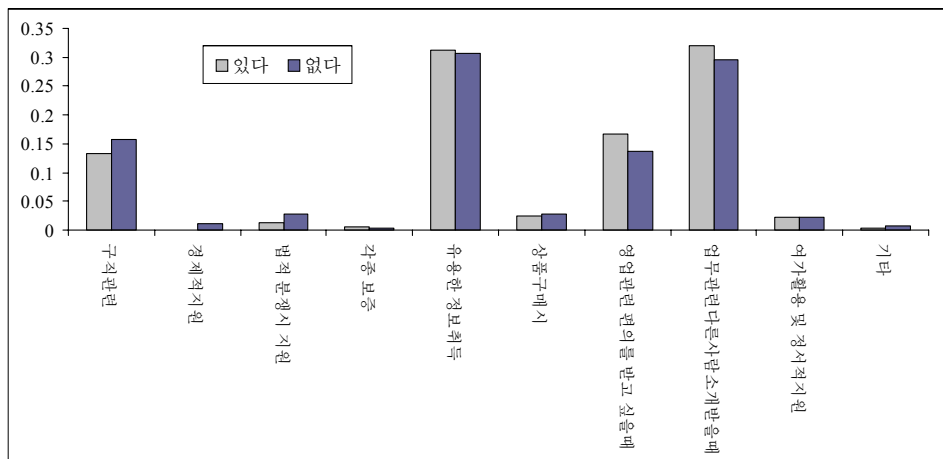
〈표 3-12〉 인맥필요성과 오프 접촉 여부

		관심 인맥중 오프에서 만난 유무		Total
		있다	없다	
인맥필요성	구직관련	43	196	239
	경제적 지원		14	14
	법적 분쟁 시 지원	4	35	39
	각종 보증	2	5	7
	유용한 정보취득	101	382	483
	상품 구매 시	8	36	44
	영업 관련 편의를 받고 싶을 때	54	170	224
	업무관련 다른 사람 소개 받을 때	104	369	473
	여가 활용 및 정서적 지원	7	28	35
	기타	1	9	10
Total		324	1,244	1,568

하지만 앞서 살펴 본 개인적으로 생각하는 중요 인맥의 종류 부분에서도 나타났듯이 ‘업무와 관련하여 다른 사람을 소개 받을 때’ 인맥의 필요성을 느끼는 응답자들의 경우 비교적 많은 수가 관심 인맥에 설정되어 있는 회원들 중에서 오프라인에

서 만난 경험이 있는 것으로 나타났다. 또한 절대적인 숫자에 있어서는 ‘유용한 정보 취득을 위해’, ‘영업과 관련하여 편의를 받고 싶을 때’, ‘구직관련’에 있어 인맥의 필요성을 느끼고 있는 응답자들이 오프라인에서의 접촉 경험을 많이 가지고 있는 것으로 파악되었다. [그림 3-18]은 오프라인에서의 경험유무를 중심으로 인맥의 필요성에 대한 상대적인 비율을 그래프로 나타낸 것이다.

[그림 3-18] 인맥 필요성과 오프 접촉 유무



그렇다면 인맥서비스를 통해 얻게 되는 실제적인 도움은 어떠한 것이 있었을까? 이를 알아보기 위해 ‘어떠한 경우에 인맥의 필요성을 느끼는가’와 비슷한 응답들을 제시하고 최대 3가지까지 복수 선택하도록 하였다. 인맥서비스가 시작된 것이 아직 오래되지 않았고 또 개인마다 느낄 수 있는 도움이나 혜택의 정도 차이가 있기 때문에 측정에 있어 어려움이 있었지만 가장 많은 응답자들(약 60%)이 대답한 항목은 ‘아직 없다’로 나타났다. 반면 응답자 중 실질적인 도움을 받은 것이 있다고 대답한 사람들의 대부분은 ‘유용한 정보 취득’을 선택하였고, 그 외에도 ‘업무와 관련하여 다른 사람을 소개받음’이나 ‘영업과 관련한 편의를 제공받음’과 같은 항목에서 도움을 받았다고 응답한 경우가 많이 나타났다. 관계가 주는 또 하나의 중요한 요소인

‘여가 활용 및 정서적 지원’의 경우에는 전체 응답자의 2.5%만이 실질적인 도움을 받았다고 응답하고 있어 I사 인맥서비스의 특성을 다시 한 번 인식할 수 있었다.

〈표 3-13〉 인맥서비스를 통한 도움과 오프 접촉 여부

		관심 인맥중 오프에서 만난 유무		Total
		있다	없다	
인맥 서비스를 통해 받은 도움	구직관련	7	27	34
	법적 분쟁 시 지원	4	9	13
	각종 보증	1	6	7
	유용한 정보취득	52	121	173
	상품 구매 시	3	14	17
	상대방에 대한 호기심 충족	14	13	27
	영업 관련 편의제공	31	50	81
	업무 관련 다른 사람 소개 받을때	34	69	103
	결혼 관련		1	1
	여가활용 및 정서적 지원	4	10	14
	아직 없다	56	305	361
Total		206	625	831

이러한 인맥서비스를 통해 받았던 도움이라는 문항과 관심인맥 중에서 오프라인에서 만난 경험 문항을 교차 분석해 보았다. 전체 비중에서는 그리 크지 않았지만 상대적으로 비율에 있어서 ‘상대방에 대한 호기심 충족’이라는 항목을 인맥서비스 이용에 있어 중요한 도움으로 응답한 회원들은 관심 인맥 중에서 오프라인에서 만난 경험이 있는 경우가 그렇지 않은 경우보다 적은 수지만 더 많은 것으로 나타났다. 물론 인맥서비스를 통해 얻게 되는 도움이 반드시 관심 인맥들을 통해서만 나타나리라고 볼 수는 없을 것이다. 하지만 관심 인맥의 설정을 통해 해당 인맥끼리의 커뮤니케이션이나 자료의 열람과 공유 등이 가능할 수 있다는 측면에서 인맥서비스를 통한 도움은 관심 인맥들을 통해 얻게 되는 도움으로 봐도 큰 무리는 없으리라 생각한다.

〈표 3-14〉 변수간 상관분석

		1	2	3	4	5	6	7
1. 우연히 본 아는 사람의 수	Y	1						
	Sig.	.						
	N	173						
2. 관심인맥중 오프에서 만난 인원수	Y	.693(**)	1					
	Sig.	.000	.					
	N	67	120					
3. 관심인맥중 오프에서 만날것 같은 인원수	Y	.461(**)	.358(**)	1				
	Sig.	.000	.001	.				
	N	131	85	287				
4. AGE	Y	.094	.047	.046	1			
	Sig.	.220	.612	.438	.			
	N	173	120	287	571			
5. 인맥 트레이스	Y	.049	.115	.110	.036	1		
	Sig.	.525	.211	.064	.390	.		
	N	173	120	287	571	572		
6. 인맥서비스 이용 정도	Y	.185(*)	.272(**)	.230(**)	.076	.246(**)	1	
	Sig.	.016	.003	.000	.076	.000	.	
	N	169	117	278	540	541	541	
7. 관심인맥 등록의 적극적 태도여부	Y	.122	.178	.214(**)	.030	.081	.183(**)	1
	Sig.	.110	.051	.000	.480	.054	.000	.
	N	173	120	287	571	572	541	572

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

〈표 3-14〉는 회원들의 속성 변수와 행태변수, 그리고 설문을 통해서 나타난 인맥서비스에 대한 인식변수들 중 중요 변수에 대한 상관관계 분석결과를 나타낸 것이다. 먼저 사회적 접촉과 관련된 부분에 대해 살펴보면, 인맥서비스를 이용하면서 ‘우연히 본 아는 사람의 수’라는 항목은 ‘관심인맥 중 오프라인에서 만난 인원 수’와 ‘향후 관심인맥 중 오프라인에서 만날 것 같은 인원 수’, 그리고 ‘인맥서비스 이용

정도'의 항목과 통계적으로 유의미한 상관관계를 보여주고 있다. 이는 서비스를 이용하면서 우연히 본 사람을 오프라인에서도 만나게 될 가능성이 높은 것으로 파악할 수 있고, 또 향후에도 그러한 만남이 이뤄질 가능성이 높다 라는 측면과도 연결될 수 있다는 점에서 사이버 공간에서의 관계 형성이 오프라인으로 이어지기 위해서는 인지관계에 있는 상황이 유리하게 작용하고 있음을 보여준다. 아울러 인맥서비스를 자주 이용하는 응답자들이 아는 사람을 만나게 될 확률도 높을 것이라는 추측도 설득력을 갖는다고 할 것이다. 그리고 이는 '관심인맥 중 오프라인에서 만난 인원수'라는 항목에서도 비슷하게 적용되고 있다. 즉, 이 항목에서도 '향후 관심인맥 중 오프라인에서 만날 것 같은 인원 수', 그리고 '인맥서비스 이용 정도'의 항목과 통계적으로 유의미한 상관관계를 보여주고 있다. 특히 '향후 관심인맥 중 오프라인에서 만날 것 같은 인원 수'는 앞의 '우연히 본 사람의 수' 항목($r=.461$)보다 상관계수의 값이 작아지지만($r=.358$), '인맥서비스 이용정도'($r=.185$)에 대해서는 더 큰 값을 나타내고 있다($r=.272$). 관심인맥 중 만난 사람이 있는지와 인맥서비스를 이용하는 정도에 대한 주관적 인식 사이에는 긍정적인 영향이 존재하고 있음을 알 수 있다.

'인맥서비스 이용정도'라는 항목은 응답자들이 주관적으로 생각하는 서비스 이용도이다. 다시 말해 트레이스 자료를 통해 객관적인 데이터로 나타나는 '인맥 트레이스' 항목과는 구별되는 것인데, 응답자들의 인맥서비스에 대한 주관적 충성도를 측정할 수 있는 항목인 것이다. 이 항목과 다른 항목들 사이에는 대부분 통계적으로 유의미한 결과가 나타나고 있다. 앞서 언급된 접촉 관련 변수를 제외하고 살펴보면 '인맥 트레이스', '관심인맥 등록의 적극성'과 같은 항목에서 유의미한 상관 관계를 찾을 수 있다. '인맥 트레이스' 항목과의 관계는 응답자들의 주관적 인식과 실제 행태 사이에 의미있는 결과가 나타남을 보여주는 것으로, 자신이 사용하고 있는 서비스에 대한 인식과 실질적인 행태가 정확하게 일치하지는 않더라도 긍정적인 관계가 존재함을 의미한다. 또한 '관심인맥 등록의 적극성' 항목과의 관련성을 봤을 때 인맥서비스를 열심히 이용 할수록 관심인맥을 등록하는데 적극적이거나 혹은 관심

인맥을 적극적으로 등록하는 사람이 인맥서비스 이용 정도에 있어서도 활발한 움직임을 보이고 있다는 해석이 가능할 것이다.

분석에 이용된 변수 중 응답자 속성변수라고 할 수 있는 ‘연령’은 다른 항목과의 유의미한 상관성을 발견할 수 없었다. 이는 I 사 인맥 서비스를 이용하고 있는 연령층이 비교적 청장년층으로 국한되어 있는 측면과 함께 서비스를 이용하고 있는 연령층 내부에서는 개인들의 인식과 행태에 있어서 큰 차이가 나타나고 있지 않은 것으로 해석할 수 있을 것이다. 다시 말해 사회적으로 정보화에 있어 해결해야 할 큰 문제인 정보격차가 서비스를 이용하고 있는 회원들 간에는 존재하지 않는다고 보여진다.

제 4 장 네트워크 사회의 사회심리: 융합된 이중성

본 장에서는 앞에서 살펴 본 네트워크 사회에서 이루어지는 사회적 관계의 양상과 관련하여 그러한 사회적 관계가 나타나게 되는 개인적, 심리적 차원의 설명과 함께 어떠한 사회적 특성들이 사회적 관계와 영향을 주고받게 되는지에 대해 분석해 본다. 특히 오프라인에서 일상적으로 이루어져 왔던 행동과 심리적 특성은 정보 사회라는 기반적 특성과 결합한 사이버 공간에서의 사회적 관계 심리와 어떻게 차별적으로 존재하고 있는지에 대한 모색도 아울러 시도해보기로 한다. 그리고 네트워크 사회의 현대인들에게 보여 지는 사회 심리적 특성은 어떤 한 차원에서 설명되기 어렵다는 측면에서 ‘융합된 이중성’이라고 명명해 보았다.

제 1 절 폐쇄적 우리 의식과 열린 관계 지향성

앞서 분석했던 오프라인에서의 실제적인 관계망을 살펴보면 현재 한국 사회의 개인들이 가지고 있는 관계 망 중에서 가장 중요하게 생각되고, 또한 가장 활발한 교류가 이루어지고 있는 것은 학교 관련 관계망이라고 할 수 있다. 이러한 학교 관련 관계망이 가져다주는 장점은 같은 경험을 공유했기 때문에 가능할 수 있는 상호 이해의 폭이 크다는 정서적 만족감도 있겠지만 공유할 수 있는 중복되는 관계의 내용 때문에 작용하게 되는 관계의 구속성과 이를 통한 신뢰의 형성도 작용하는 것으로 생각된다. 다시 말해 내가 교류하고 의사소통을 하고 있는 상대방과의 관계는 다른 관계로부터 독립적인 두 개인의 만남이라기보다는 학교라는 연고를 통해 이루어진 관계망 속에서의 두 사람이라는 의미가 어우러진다는 것이다.

독립적인 개인들끼리의 관계와 관계망 속에서 이루어지는 개인들의 관계 간의 차이는 무엇보다 관계 속에서 발생할 수 있는 도덕적 해이를 줄여줄 수 있는 외부기

제로 관계망이 작용한다는 점을 들 수 있다. 이렇듯 관계의 외부기제로 작용하는 관계망의 존재는 관계망의 내부인과 외부인을 구별하는 경계를 갖는 것으로 볼 수 있고, 경계를 중심으로 내부에 소속된 구성원들의 관계는 자연스레 강한 유대에 기반 한 폐쇄적 관계의 형태를 나타내는 것이 일반적이다. 물론 폐쇄적인 관계의 속성은 비단 학교와 관련한 관계망에서만 나타나는 특성이 아니다. 네트워크에 대한 중요성이 부각되면서 개인들은 다양한 요소와 근거를 통해 ‘그들’과 구분되는 ‘우리’에 대한 정체의식을 높여가고 있다. 이러한 관계망이 목적하고 있는 바나 관계의 결과 나타나는 혜택이라고 할 수 있는 점들은 물론 정서적 차원의 만족 뿐 만이 아니라 다양한 차원에서 효율적인 사회적 성과 획득에 도움이 되기도 한다.

폐쇄적인 우리 의식은 사회적 상호작용에 있어 거래비용의 감소를 통한 사회적 이점을 지니기도 하지만 ‘패거리주의’나 ‘정실주의’라는 비판과 함께 사회적으로 없어야 하는 과거의 산물로 치부되는 경향도 존재한다. 하지만 그 당위적인 논의의 차원을 떠나서 본 연구의 실제 조사에서도 나타났듯이 현재 한국사회에서 중요한 관계망의 근원이자 형태로 존재하고 있는 것도 분명한 사실이다.

이러한 ‘우리의식’은 정보기술의 발전으로 가능하게 된 사이버 공간에서의 새로운 사회적 관계 형성에 있어서는 매우 약화되는 특성이 나타나고 있다. 선행연구들을 통해서도 나타나듯이 사이버 공간에서는 다양한 경험을 가진 사람들과의 의사소통을 통해 현실에서 다양한 불평등의 원인이 되는 성, 연령, 계층, 외모, 사회적 배경 등에 구속되지 않고 보다 개방적이고 평등한 인간관계를 형성하는 것이 가능해진다(황상민, 한규석, 1999). 본 연구를 통해서 살펴 본 내용도 이와 다르지 않은 상황으로 나타났다. 현재 사이버 공간에서 이루어지고 있는 일반적인 사회관계는 아니었지만 I사의 인맥서비스를 이용하고 있는 행위자들의 의식이나 행태에 있어서 자신의 선택에 따른 자유로운 관계에 대한 선호는 잘 드러나고 있었다. 사이버 공간에서 이루어지는 인맥형성을 지원해주기 위해 시행되고 있는 I사의 인맥서비스에서도 학교나 직장 관련한 인맥 형성이 가능하다. 즉 자신의 출신 학교나 다니던 회사에 대한 정보를 기반으로 잠재인맥이 형성될 수 있고, 그러한 잠재인맥들

중에서 원하는 사람과의 인맥설정이 비교적 간단한 과정을 거쳐 이루어질 수 있는 환경임에도 학교 관련 인맥의 활성화는 두드러진 양상을 보이지 않았다. 물론 같은 학교를 다녔던 경험이 있다고 해서 일면식도 없는 사람에게 다른 회원들과 비교했을 때 차별적인 관계 형성을 도모하는 것은 개인적인 성향에 따라 다르게 나타날 수도 있을 것이다. 하지만 인맥서비스가 이루어지고 있는 I 사의 사이트가 동종 업계의 사람들끼리 관련 정보의 교환과 시장 동향에 대한 모색을 목적으로 하고 있다는 측면에서 같은 학교 출신이라는 것은 관계의 시작점에 있어서 매우 좋은 실마리를 제공한다고 생각된다. 이와 관련하여 다음과 같은 인터뷰의 내용은 시사하는 바가 크다.

처음에는 같은 학교 출신이라는 사실 때문에 우선 반가웠고 왠지 모르게 친밀감을 느낄 수도 있었어요. 하지만 시간이 지나면서 내가 이 사이트를 찾은 목적이 흐려진다는 느낌이 많았어요. 특히 같은 학교 출신들끼리 오프라인에서의 회합을 가지고 나서는 그런 느낌이 더 들더군요. 그렇게 생각해요. 그냥 I 사 사이트에서는 내가 궁금해 하는 사항들을 알고 몰랐던 사실들을 캐치할 수 있는 만큼이 좋다는 생각이요. 사람을 만나면서 편안하고 훈훈한 인정을 느끼는 건 이미 다른데서도 많이 하고 있으니깐요...(38세, 남성, 네트워크 엔지니어)

이러한 내용을 통해 응답자는 사회적 관계의 형성과 유지에 있어 참여하고 있는 공간적, 상황적 특성에 따라 필요 요소의 차이가 분명히 존재한다는 사실을 알 수 있었다. 즉 응답자에게 있어 I 사의 인맥서비스를 통해서도 정보를 비롯한 필요 자원의 추구에 보다 많은 비중이 있는 반면, 관계를 통해 느낄 수 있는 정서적인 차원에서의 지원은 오프라인의 관계망을 통해 충족시킬 수 있다고 느끼고 있었다.

사이버 공간에는 오프라인보다 훨씬 많은 관계가 가능할 수 있다. 그것은 일대일의 관계 뿐 만이 아니라 커뮤니티 형태의 다양한 조직이나 모임도 포함될 수 있다. 일반적으로 개인들이 오프라인에서 자신의 관심과 선택에 따라 특정한 목적을 갖는 조직이나 모임에 가입을 하게 되면 같은 성격이나 내용을 갖는 모임에 대해서는 더 이상의 필요를 느끼지 않는다. 만일 내가 건강을 위해 아침에 조기축구회에 나

가고 있다면 같은 성격의 조기 축구회를 여러 개 가입할 필요는 없어진다는 얘기이다. 하지만 사이버 공간에서의 관계는 보다 중첩적으로 이루어질 수 있다. 즉 내가 영화에 관심을 가지고 있다면 여러 개의 동호회나 커뮤니티에 가입해서 필요한 요소들을 취할 수 있다는 것이다. 시간과 비용에 있어서 오프라인보다는 온라인에서의 관계 형성과 유지가 훨씬 경제적이고 효율적이라는 측면이 그러한 양상을 보다 강화시키게 될 것이다.

이렇듯 관계를 둘러싼 행태에 있어서 발생하는 차이는 곧 행위자들의 의식이나 심리로도 이어질 것이다. 오프라인에서 존재하는 관계의 성격이나 관계를 통해 기대하는 바는 온라인에서의 관계를 통해 의도하는 그것과 다를 수밖에 없다는 것이다. 다만 온라인에서의 사회적 관계가 기존의 오프라인에서의 관계를 유지하는데는 매우 효과적이라는 사실은 이미 여러 연구를 통해 검증이 된 바 있지만 향후 오프라인의 관계를 대체하기 위한 요소들은 과연 무엇일지에 대해서도 앞으로의 연구를 통해 보다 면밀히 검토되어야 할 사항이라 생각된다.

제2절 상호작용 욕구와 자기영역의 유지: 드러내기와 감추기

마슬로우의 5단계 욕구발달이론에 의하면 인간은 누구나 근본적으로 타인과의 상호작용을 통하여 사회적 관계를 유지하려는 욕구를 가지고 있다고 한다. 이러한 욕구가 충족되지 않았을 때 그리고 자신이 원하는 사회적 관계와 현실적으로 이루어져 있는 사회적 관계 사이의 차이가 클 때 개인들은 불안감과 함께 사회적 고독감을 느끼게 되는 것이다. 웨이즈(Weiss, 1977: 44)에 의하면 개인들이 느끼는 고독감이라는 것은 혼자 있기 때문에 생기는 것이 아니라 사회적 삶을 영위하는데 있어 필수적인 어떤 관계 또는 일련의 관계망이 없기 때문에 생기는 것이라고 말한다. 하지만 사회적 고독감을 해결하는데 있어 단순히 관계에 포함되어 있다는 사실 보다는 관계 속에 존재하는 자신의 정체성을 확립하는 것이다. 자신이 맺고 있는 관계가 의미 있는 관계이고, 관계 속에서 자신의 역할이 주어져 있을 때 비로소 개인

이 상호작용을 통해 느낄 수 있는 만족감은 더욱 커질 수 있는 것이다.

상호작용의 방식과 내용은 사회적 환경의 변화에 따라 보다 다양화되어 나타나고 있다. 특히 최근 이루어지고 있는 상호작용 방식 중 드러냄을 통해 상대방에게 자신에 대한 정보를 공개함으로써 친밀감의 형성이나 특정한 경험의 공유를 원활히 하는 측면이 부각되고 있다. 더욱이 싸이월드의 미니홈피를 통해 볼 수 있듯이 사이버 공간에서 이루어지는 드러냄은 단지 개인의 취향을 뛰어넘어 상대방으로 하여금 관계 형성을 유인하는 전략으로 이용되기도 한다. 다시 말해 전인적(全人的) 드러내기를 통해 적극적인 상호작용을 시도하고 있는 것으로 파악할 수 있다.

자신을 드러내는 방식도 과거에는 다른 사람의 ‘말’을 통한 구전(口傳)이나 텍스트 중심의 자기소개에서 지금은 이미지를 중심으로 자기 자신에 대한 직접적인 드러냄 뿐 만 아니라 자신의 기호와 취미, 그리고 자신을 둘러싸고 있는 주요한 관계에 대한 영역까지 매우 다채롭고 다양한 내용으로 구성되고 있다. 사이버 공간에서 자신의 느낌이나 일상에 대한 텍스트를 기록하는 드러냄의 방식도 누군가에 의해 댓글의 대상이 되었다는 측면에서는 분명 또 하나의 사회적 상호작용이 이루어지고 있는 공간으로서 역할을 하고 있는 것이다.

또 자신을 소개하기 위해 필요했던 요소들에 있어서도 과거에는 개인의 속성적 측면이 중시된 가족 사항이나 출신 지역, 학교와 같은 요소들을 중심으로 이루어졌었다. 반면 요즘에는 좋아하는 음식이나 영화, 음악 등 개인적 기호에 관련된 내용들과 가 본 여행지나 과거의 사진과 같은 경험적 요소들, 그리고 자신을 중심으로 형성되어 있는 관계망의 구체적 내용들까지도 자신을 소개하는 요소로 포함되게 된 것이다. 이는 상호작용 방식이 그 사회 문화의 한 측면을 보여주고 있다고 할 때, 문화 소비자에 머물렀던 대중이 문화를 생산하고 소통하는 주체가 되는 ‘문화 참여의 시대’가 열리면서 타인과의 상호작용에 있어 자기를 드러내고, 말하고, 보여 주려는 욕구가 강해진 것으로 보는 견해도 있다(한국일보, 2004년 4월 8일자, 노출 시대: 나의 전부를 보여줄께).

하지만 새로운 상호작용을 위한 드러내기의 전략이 무차별적인 대상에 대해 이루

어지는 것은 아니다. 일정한 관계 정도에 포함되어있는 대상에 대해서는 자신의 솔직한 모습이나 일상에 대한 공개가 이루어지지만 그렇지 않은 대상에 대해서는 구조적인 차단도 동시에 이루어지는 것이다. 이는 사이버 공간의 전반적인 변화 속에서 그 특성이 나타난다고 할 수 있다. 개인 홈페이지의 경우에는 홈페이지 주인에 대한 정보를 방문자라면 누구나 취할 수 있는 구조를 가지고 있었다. 개인 홈페이지의 성격이 원래 개설자에 대한 소개나 관심사항을 보여주는 역할을 하고 있었다는 측면도 있지만 세부 자료에 대한 접근을 통제하기 위해서는 ‘로그인’과정을 포함한 기술적인 요소가 필요했기 때문에 대부분의 개인 홈페이지는 자유로운 방문이 가능한 공간이었다.

이에 비해 커뮤니티는 해당 커뮤니티의 회원들에 대해서만 차별적으로 접근과 정보의 제공이 이루어졌다. 일단 커뮤니티 회원으로 등록이 되었다면 커뮤니티 내부의 상호작용은 제도적으로 보장되는 환경이었다고 할 수 있다. 커뮤니티의 가입 자체가 어려운, 다시 말하자면 폐쇄성이 강한 커뮤니티이든 아니면 별다른 제약 없이 가입 과정이 단순히 이루어지는 곳이든 커뮤니티 내부와 외부로 구분하는 경계는 존재하고 있었던 것이다. 홈페이지와 비교해서 생각해보면 선택된 다수에 대한 드러내기가 존재하는 공간이었다는 것이다. 이러한 양상은 미니홈피에서의 한정된 소수에 대한 드러내기로 변화하게 된다. 다시 말해 집단별 구분이 아니라 개인별 구분과 조직화를 통해 특정한 관계에 있는 사람만이 나의 영역에 들어올 수 있는 변화가 이루어졌다는 것이다. 또한 특정한 관계에 있더라도 미니홈피의 주인이 ‘비공개’로 설정한 자료나 정보에 대해서는 접근이 이루어지지 않는다. 개인의 주관적 판단에 따라 자신의 정보에 대한 접근성의 대한 차이를 두고, 드러냄과 감추기 위한 영역의 공존은 개인들에게 관계 속에서의 상호작용에 의한 안정감의 유지와 함께 자신만의 영역에 대한 보호를 통해 심리적 만족이 동시에 이루어는 맥락으로 작용한다.

제 3 절 동조의 심리와 개성 중시

다른 사람들과 의견이나 판단을 달리할 때 개인에게는 흔히 불안정한 심리상태가 발생하기 쉽다. 동조(conformity)는 이러한 상황을 해소하는 가장 손쉬운 방법으로 주관적 의지에 따라 자신의 생각이나 행동을 다수의 그것에 맞추는 것이다. 흔히 현대사회는 무엇보다도 개인들의 개성과 자유가 중시되는 사회로 규정된다. 전통적인 공동체적 관계 속에서의 개인은 관계 속에서의 역할과 구성원으로서의 의무 같은 것들을 사회화의 과정을 통해 직접 체화시키 확장해 왔다. 그러나 공동체에 의해 개인에게 부여되는 동조의 압력은 개인들로 하여금 보다 자유로운 선택과 다양성이 존중될 수 있는 사회적 환경에 대한 동경을 낳을 수밖에 없었고, 이는 결과적으로 현대사회에서 흔히 보여 지는 공동체적 가치보다 개인들의 자유가 중시되는 개인에 대한 인식의 형성에 중요한 역할을 담당하였다.

이렇듯 동조라는 사회적 과정은 개인의 가치와 정체성을 강조하는 개인주의적 문화에서는 그리 각광받는 개념이 아니다. 하지만 무엇보다 자유로움이 중시되고 개인의 개성이 표출되는 장이라고 할 수 있는 사이버 공간에서 이러한 동조의 심리가 강하게 나타나고 있다는 것은 매우 흥미로운 일이라 할 것이다.

동조와 비슷한 개념으로 이용할 수 있는 것이 네트워크의 외부효과(network externality) 개념이다. 원래 ‘외부효과’는 경제학적인 개념으로 어떤 사람의 의사결정이 그 의사결정과정에서 속하지 않은 사람에게 영향을 주는 것이라고 정의한다(Coase, 1998: 37). 외부효과는 경제학적인 의미와 함께 다른 사람들의 소비나 행위가 그 사람들과의 관계 속에 살고 있는 나의 행위에 직접적인 영향을 미치게 되는 경우도 포함한다. 예를 들어, 휴대폰이나 이메일이 급속하게 퍼지게 된 것도 정보재의 외부효과에 영향 받은 측면이 크다. 즉, 휴대폰이나 이메일이 가지고 있는 편의성이나 속도와 성과 같은 고유한 내재적 사용가치가 있지만 자신과 관계 속에 있는 주변 사람들이 사용하지 않는다면 내겐 별로 필요하지 않은 커뮤니케이션의 수단이 될 것이다. 반대로 개인적으로는 휴대폰이나 이메일을 사용할 이유가 없는 사람도 자신이 관계

를 맺고 있는 친구나 사업 상대자가 그것을 사용하고 있다면 자신도 사용할 수 밖에 없는 외재적 강압으로 작용하게 된다.

최근 한국 사회에서 개인들의 사회적 관계에 있어서도 네트워크의 외부효과, 다른 말로 표현하자면 동조의 심리는 중요한 영향을 미치게 되었다. 오프라인에서의 잊혀진 관계 복원이 가능했었던 ‘아이러브스쿨’의 열풍이 좋은 예가 될 것이다. 아이러브스쿨을 통한 관계 복원의 효과는 더 많은 회원들의 가입으로 이어지고, 이는 인터넷이나 사이버 공간에 대해 관심을 갖지 않았던 장년층들까지 컴퓨터 앞에 앉게 하는 위력을 발휘했다. 과거의 친구들을 보고 싶다는 개인적 욕구의 발산이라는 측면도 있었지만 그 곳에 가야만 친구들을 볼 수 있다는 상황적 요인도 아이러브스쿨의 폭발적 회원수 증가의 요인으로 작용했다.

하지만 ‘아이러브스쿨’의 효과는 지속되지 못했다. 거기에는 두 가지 정도의 이유를 찾을 수 있다. 첫째로 제시될 수 있는 이유는 목적 달성의 결과 개인들이 느끼는 커뮤니티에서의 활동을 지속할만한 유인요소가 사라졌다는 것이다. ‘아이러브스쿨’의 가장 큰 목적은 헤어져 있던 과거의 친구들을 한 자리에 모이게 하는 것이다. 모임은 사이버 공간에서 게시판과 쪽지의 형태로만 존재한 것이 아니라 오프라인에서의 자연스러운 만남으로 이어지게 되었다. 오프라인에서의 모임은 향후 지속적인 만남의 시작점으로 작용한 것이 아니라 동창들에 대한 궁금증과 호기심을 소멸시키는 종착점의 역할을 하게 된 경우가 훨씬 많았던 것이다. 다시 말해 오프라인에서의 만남을 통해 과거 관계 속에서 새로운 효용을 찾는 경우보다는 일상의 관계망으로 복귀하게 되는 결과를 낳게 되는 경우가 많았다는 것이다. 두 번째 이유라고 생각이 되는 것은 ‘아이러브 스쿨’만의 문제라기보다는 커뮤니티 서비스 전반에 관한 것으로 커뮤니티 내부에서 발휘할 수 있는 자신 만의 개성의 표출이 원활히 이루어지지 않았기 때문이다. 한때는 아바타를 통해 다른 사람들과의 차별화된 자신을 드러내는 작업도 활발했었지만 지속적인 움직임으로 발전하진 못했다. 이러한 상황 속에서 미니홈피의 출현은 개인들의 개성을 자유롭게 표출할 수 있는 장으로서 큰 호응을 얻게 되었고, 이는 미니홈피를 구성하는 콘텐츠의 측면 뿐 만이 아니

라 자신을 둘러싸고 있는 관계에 대한 가시화와 서열화를 통해 자기만의 차별화된 전략을 구사할 수 있는 공간으로 기능 할 수 있었다. 이렇듯 현대사회의 사회적 관계는 다른 사람으로부터 많은 영향을 받아 형성되는 동조의 심리와 함께 각자 가지고 있는 자신만의 고유성을 표출시키고자 하는 개성의 영역이 공존하고 있는 것으로 볼 수 있다.

제 5 장 결론 및 정책적 함의

제 1 절 네트워크 사회와 한국의 사회적 관계

1. 사회적 관계와 심리적 특성

21세기 정보사회로 진입한 한국의 사회변화는 이전의 어느 시기보다 상대적으로 급속하고 다양하게 나타나고 있다. 지식정보의 중요성이 과학기술의 발전과 결합하여 나타나게 된 정보화는 속도성, 유동성, 그리고 불확정성을 전반적인 특징으로 하여 현대 사회의 변화를 보다 역동적으로 이끌고 있다. 전반적인 사회의 시스템도 합리적 효율을 강조하는 위계적 패러다임에서 네트워크 패러다임, 다시 말해 각자의 개성과 창의성이 존중되고 삶에 질에 대한 새로운 모색이 이루어지고 있는 수평적이고 독립적이면서 연결되어있는 양상으로 변화하였다.

본 연구는 이렇듯 네트워크의 중요성이 강조되며 다양하고 폭넓은 스펙트럼 속에 존재하는 정보사회의 인간 관계와 행위자들의 사회 심리적 특성을 살펴보는 것을 목적으로 하였다. 먼저 사회적 관계 형성의 기초가 되는 동기는 크게 완성적 동기와 도구적 동기로 구성이 되는데, 이러한 사회적 동기에 의한 관계형성의 효과는 정서적 안정감의 유지와 자원이나 정보의 획득과 같은 도구적 효과, 그리고 거시적으로는 사회운영에 필요한 거래비용의 감소를 가져 올 수 있다는 것이다.

또한 현대 사회에 있어서 정보 기술이 사회적 관계에 어떠한 영향을 미치는지에 대한 다양한 연구가 있었지만 그 효과성에 대한 당위적 판단보다는 현실의 모습을 구체적으로 파악하여 좀 더 면밀한 연구가 선행되는 것이 필요하다고 보았다. 이를 위하여 전국 단위로 시행된 조사를 바탕으로 현재 한국 사회에서 이루어지고 있는 실제 사회적 관계의 현황과 형태를 알아보았다. 조사를 통해 나타난 현재 한국인들의 가장 중요한 관계는 학교를 통해 이루어지는 관계망이라고 할 수 있다. 특히 학

교 동기의 경우 가장 높은 비중을 나타내고 있는데, 이러한 관계망이 연령이 올라 갈수록 이웃으로 대체되는 양상을 볼 수 있었다. 또한 여성의 경우 남성에 비해 이웃과의 친밀도가 훨씬 높은 것을 나타냈다.

관계의 종류별 유대 강도는 접촉 기간과 접촉 빈도를 기준으로 세 가지 형태의 유형화가 가능하다. 여기에서도 접촉 기간이나 접촉 빈도 모두에서 가장 안정적인 관계망으로 나타난 것이 학교동기와 동호회 및 서클 친구이다. 학교동기와 동호회의 친구는 일반적으로 다른 성격의 관계로 분류된다. 학교 동기는 비자발적인 학연에 기반 한 연고적인 관계로 볼 수 있고 동호회의 친구는 자발적인 선택에 의한 관계라는 점 때문이다. 비록 절대적인 숫자에 있어서는 학교 동기와 동호회 친구가 큰 차이를 나타내고 있지만, 관계 정도의 측면에서는 학교 동기와 동호회에서 만났지만 친해진 대상 간의 양상이 비슷하게 나타나고 있는 것으로 볼 수 있다. 이는 미약하지만 학교 동기라는 학연에 기반 한 유대를 대체할 수 있는 관계의 종류로 동호회를 통한 유대의 형성이 가능할 수 있다는 단초로 파악해 볼 수 있을 것이다.

관계 집단에 대한 조사를 통해서 나타난 결과는 약한 유대와 강한 유대를 설명하는 기존의 논의들이 우리의 상황과도 잘 부합하는 것을 발견할 수 있었다. 정의적 모임을 우선시하는 응답자가 도구적 모임을 선택한 응답자에 비해 훨씬 많은 비율을 나타내고 있었지만, 모임을 구성하는 인원의 수에 있어서 도구적 모임은 폐쇄성보다는 개방적인 조직 형태를 가지고 있기 때문에 정의적 모임에 비해 구성원 수가 많은 것을 볼 수 있었다. 또한 참여하고 있는 관계 집단이 도구적인 성격을 추구하는 행위자들의 경우 정의적 모임의 행위자들 보다 다수의 모임에 참여하고 있었다. 그리고 현재 같은 관심과 목적을 공유하고 있다는 측면 때문에 가입기간은 정의적 모임의 행위자들보다 짧을 수 있지만 만나는 빈도는 훨씬 더 높게 나타나고 있는 사실을 확인 할 수 있었다.

이러한 오프라인에서의 실제적인 사회적 관계망의 분석 뿐 만 아니라 현재 네트워크에 대한 중요성이 증대되고 있는 사이버 공간에서 다양한 방식으로 이루어지는 관계 형성의 실제적 사례도 트레이스 데이터와 행위자들에 대한 설문 조사를 통

해 분석해 보았다. 먼저 트레이스 데이터를 통한 분석 결과, 사이버 공간에서도 시간의 경과에 따라 관계의 수적 증가와 상호 작용의 안정화, 관계를 통한 호혜성의 존재 등의 요소를 발견 할 수 있어서 오프라인에서 이루어지는 작은 세상(small world)의 특성이 마찬가지로 나타나고 있는 것을 알 수 있었다.

아울러 실시된 설문조사에서는 행위자들의 관계맺음 양상에 있어 무엇보다도 중요한 것은 정보추구를 위한 약한 유대 기반의 관계가 주류를 이루고 있었다는 사실이었다. 다시 말해 오프라인에서의 관계가 가져다 주는 잇점을 무엇보다도 정서적 안정감이라고 단순화 시킨다면 온라인에서의 관계는 자신이 원하는 정보나 자원을 획득하기 위한 도구적인 목적이 인맥을 형성하는데 있어 가장 중요하게 작용하는 요소라는 것이다. 하지만 약한 유대에 기반 한 관계라고해서 관계로부터의 부담감, 다시 말하자면 사회자본이 아니라 사회적 부채에 대한 고려가 없는 것은 아니었다. 즉, 관계를 통해 다양한 혜택을 보다 효율적인 과정 속에서 취할 수도 있지만, 관계의 유지를 위해서는 어쩔 수 없이 감수해야 하는 시간과 노력이라는 비용도 포함된다. 이렇듯 관계의 형성으로 인해 혜택보다는 비용이 커지게 되는 상황을 사회적 부채라고 할 수 있다. 어떠한 관계이든 사회적 부채가 될 수 있는 요소는 관계 자체에 내재되어 있다고 할 수 있다. 다만 사이버 공간에서의 관계 형성이 약한 유대에 기반 한다는 전체 속에는 사회적 부채가 될 수 있는 관계로의 가능성은 낮아지지만 완전히 자유롭다고는 말할 수 없다는 측면에서 관계에 대한 부담감도 분명히 존재한다고 보여 진다.

그리고 사이버 공간에서의 관계가 약한 유대에 기반 한 만큼 많은 노력을 필요로 하는 기존 관계의 개선보다는 새로운 관계로 기존의 관계를 대체하는 것이 효과적이라는 태도를 발견할 수 있었다. 인맥의 내용적 특성 부분에 있어서도 학교 관련 인맥보다는 주요 목적인 정보 추구에 적합한 같은 업무 분야의 인맥이 가장 중요한 인맥으로 나타나고 있다. 이는 또한 인맥의 필요성이나 인맥을 통한 혜택에 있어서도 동일한 결과를 보여주고 있다.

네트워크 사회의 현대인들에게 보여지는 사회심리적 특성은 어떤 한 차원에서 설명되기 어렵다는 측면에서 ‘융합된 이중성’이라고 명명해 보았다. 좀 더 구체적으로

살펴보면 다음의 세 가지로 정리될 수 있다. 첫째로는 오프라인에서는 폐쇄적 우리 의식이 강하게 유지되고 있는 반면에 사이버 공간에서는 다양성과 자유로움을 중시하는 열린 관계를 지향한다는 것이다. 이러한 심리적 특성과 태도 때문에 오프라인에서의 사회적 관계를 지원하는 성격의 온라인 활동은 매우 효과적으로 이루어지고 있지만 우리의 전통적인 공동체를 대체할 만한 단계까지는 아직 나아가지 못하고 있는 것으로 볼 수 있다.

두 번째로는 사회적 관계 형성과 유지에 있어 상대방에 대한 자신의 모습을 완전히 드러내는 상호작용을 통해 서로가 편안함을 느끼지만 누구에게도 침범 받고 싶지 않은 자기만의 고유한 영역이 동시에 존재한다는 것이다. 이는 개인의 주관적 판단에 따라 자신의 정보에 대한 접근성의 차이를 두고, 드러냄과 감추기 위한 영역의 공존을 통해 관계 속에서의 상호작용에 의한 안정감의 유지와 함께 자신만의 영역에 대한 보호라는 심리적 만족이 동시에 이루어는 맥락으로 작용한다.

세 번째는 동조의 심리와 자신의 개성을 중시하는 특성의 공존이다. 즉 자유로운 개성을 중요하게 생각하고 있지만 다른 사람들과의 관계 속에서 이루어지는, 다른 말로 네트워크의 외부효과로도 볼 수 있는 동조의 심리도 개인들의 일상 속에 매우 중요한 부분을 차지한다고 할 수 있다.

2. 종합적 검토

결론적으로 이제까지의 논의에 대해 종합적인 검토를 시도해보면 다음과 같은 다섯 가지 정도의 내용으로 정리할 수 있을 것이다. 첫째는 현대사회의 사회적 관계는 사회의 전문화, 세분화 그리고 정보기술의 발전으로 인해 다양한 관계 형성이 용이해졌다는 점이다. 이는 다른 말로 표현하면 개인들이 접할 수 있는 관계 방식이 편리해지면서 다양해졌다는 측면과 함께, 개인들의 관심 영역도 매우 다양화되고 있다는 의미를 포함한다. 또한 개인 관계망의 범위와 종류가 많아지면서 이제까지 중요한 관계의 원천으로 작용했던 각종 연고에 기반 한 관계의 비중이 낮아지고 있는 것으로 파악할 수 있다. 개인이 관계에 투여 할 수 있는 시간과 노력 같은 비

용이 한정되어 있는 상황에서 늘어난 관계 유지를 위해서는 어쩔 수 없는 불가피성을 갖게 된다고 보여진다.

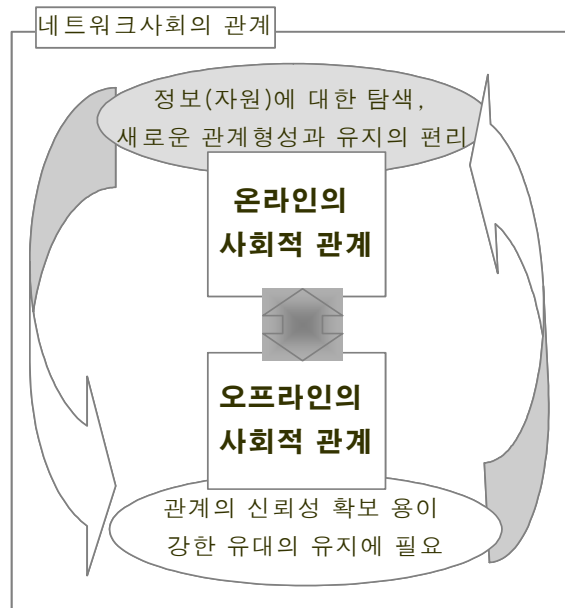
두 번째로는 약한 유대의 이점이 발휘될 수 있는 사회 환경적 요소들이 많아지고 있다는 것이다. 전통적 공동체가 갖고 있는 이점도 분명히 존재하지만 이미 시간의 경과에 따라 성숙화 되어 있는 개인 중심의 네트워크는 각자가 추구하는 목적과 필요에 의한 관계를 보다 확장시키게 될 것이고, 이는 개인적, 그리고 효율적 사회운영에도 도움이 될 수 있을 것이다.

세 번째는 개인들 간의 사회적 관계 형성에 있어 동질적 관심과 이질적 경험의 시너지 효과가 커질 것이라는 점이다. 이는 네트워크의 효과, 다시 말하자면 연결되어 있지만 독립적인 성격을 유지하는 관계망의 특성과도 연결되는데, 각자의 영역에서 획득한 경험이 공동의 관심사 속에서 결합되었을 때 훨씬 더 큰 성과로 이어질 수 있을리 라는 의미이다.

네 번째로는 사회적 관계 뿐 만 아니라 조직 간의 관계도 해체와 재조직화를 통해 전면적인 변화의 기회를 많이 가지게 될 것이라는 점이다. 만일 예전과 같이 강한 유대에 기반 한 사회적 관계가 지배적인 공동체라면 관계의 해체는 곧 조직의 와해로 연결되었지만, 약한 유대를 중심으로 한, 그리고 대체 가능한 관계 및 조직이 다수 형성되어 있는 현대 사회에서는 이러한 변화가 개인적, 사회적 파장을 최소화하면서 원만하고 원활하게 이루어지게 될 것으로 보여 진다.

마지막으로 온라인과 오프라인에서의 사회적 관계는 각각의 이점을 살리면서 점점 더 융합되는 성격으로 나아가게 될 것이다. 유비쿼터스 사회의 도래로 인해 온라인 영역은 이제 오프라인 사회와 구별되는 ‘저 너머’의 사회가 아니라 일상에 자연스럽게 존재하는 또 하나의 영역이 된 것이다. 새로운 관계의 형성과 유지에 편리하면서 각종 자원에 대한 검색과 확보가 용이한 온라인에서의 사회적 관계와 상대방에 대한 신뢰의 확보가 용이하고 강한 유대에 기반하여 정서적 만족과 안정감을 줄 수 있는 오프라인에서의 사회적 관계가 보완적으로 작용할 수 있다면 개인들의 삶의 질은 한층 더 높아지는 사회적 환경으로 역할 할 것이다.

〔그림 5-1〕 네트워크사회의 관계



제2절 정책적 함의

사회적 관계의 증진이나 활성화를 통해 얻을 수 있는 성과는 이미 사회자본론을 비롯한 이론적인 검토 속에서 그 의의를 확인해왔다. 좀 더 구체적으로 살펴 보면, 사회의 다양한 현안, 예를 들면 민주주의나 경제적 성과, 교육 및 복지, 그리고 지역 사회 활성화 등의 문제 뿐 만 아니라 개인의 성과에 있어서도 그 효과성이 검증된 바 있다(Fukuyama, 1995a, 1995b; Lipset, 2001; Putnam, 1993a, 1993b, 1995; Pye 1999; Woolcock, 1998; Zucker, 1986). 또한 사회자본이 기존의 ‘자본’개념을 구성하는 물리적 요소와는 다른 차원인 ‘관계’를 중심으로 논의를 전개했다는 것은 일상 속에서의 주요한 자원의 근거를 찾아냈다는 발견적 측면과 아울러 구조 속에서의 행위자들의 전략과 선택을 미시적으로 분석 가능하게 했다는 점에서도 그 의미는 매우 크다고 할 수 있다.

그렇다면 사회자본의 형성, 다른 말로 표현하면 사회적 관계의 확장과 안정화는 개인의 안녕과 사회의 발전에 있어 매우 중요한 요소라고 할 수 있는데 이를 위한 다각적인 노력이 필요한 시점이라고 보여 진다. 즉, 앞선 논의에서도 살펴보았듯이 사회적 관계형성에 있어 사이버 공간에서의 다양한 상호작용은 이제 매우 일반화된 상황이다. 이러한 상황 속에서 무엇보다도 관계의 형성과 안정화를 위한 제도적 장치의 보완이 이루어진다면 현재보다 양적, 질적으로 유용한 관계망의 형성이 가능할 수 있으리라는 생각이다.

이를 위해서 무엇보다도 필요한 부분이 개인 정보 및 사생활 침해 사례에 대한 적극적 대처라고 생각된다. 사이버 공간에서 사회적 관계가 이루어지기 위해 필요한 요소 중 필수적인 것은 관계 대상과 관계를 제공해주는 공간(사이트)에 대한 신뢰이다. 관계 대상의 경우 사이버 공간의 특성상 익명적인 대상으로 나타날 수 있지만 여기에 대해서는 개인들의 의식 속에 필요한 준비가 이루어지는 경우가 많다. 보다 심각한 것은 관계의 장으로 이용하게 되는 사이트를 통한 개인정보의 유출이라고 보여 진다. 최근 정보인권활동가 모임에서는 기자회견을 열고 임의로 선정한 총 100개의 정부부처와 공공기관에 대한 홈페이지를 분석한 결과, 34개 홈페이지에서 주민등록번호가 노출됐다고 밝힌 바 있다(한겨레신문, 2005년 1월 15일자). 이에 정부는 각 부처와 자치단체, 공공기관 등에서 홈페이지를 통해 정보공개를 하는 과정에서 부주의로 개인의 정보 유출시켜 사생활을 침해하는 사례를 방지하기 위해 상시 점검체제를 조만간 구축할 계획이라고 밝히고 있지만 개인 정보보호를 위한 체계적인 정책은 아직도 크게 미흡하다고 할 수 있다. 스웨덴의 경우 전산화부분에 대한 구분을 명확히 하여 효율성과 공공성을 확보할 수 있는 곳에서는 적극적인 전산화지원을 실시하고 프라이버시 침해의 가능성이 높은 데이터의 경우에는 아예 전산처리를 금지함으로써 국민들의 신뢰를 가져올 수 있었다(유승호, 1998: 279).

아울러 사이버 공간에서의 부적절한 행위에 대한 신속한 대응과 조치의 보완이 시급하다. 싸이월드는 2004년부터 개인이 이용하는 미니홈피의 개별적 메뉴의 설정을 이용자들에게 맡기는 방식을 채택하고 있다. 다시 말해 미니홈피의 주인이 원하

지 않는 방문자의 경우에는 미니홈피에 올려져 있는 정보로부터 차단이 되고, 글을 남길 수도 없는 체제로 개편한 것이다. 이러한 방식은 유저 스스로 스포일러(spoiler)를 막도록 하는 것인데, 인터넷 서비스가 이루어지고 있는 사이트에서도 나름대로의 프라이버시 보호대책이 이루어지고 있지만 전반적인 종합대책으로 이어지지 않을 경우 이용자들이 한 곳의 사이트에만 가입해 있는 것이 아니기 때문에 문제의 발생 요소는 항상 존재하고 있다고 봐야 할 것이다. 이와 관련해서 이번 조사에 참여했었던 포털 업체 ‘P’사의 정보보호팀장인 L씨(34세)의 얘기는 매우 의미하는 바가 크다고 할 수 있다.

하루에 회원들로부터 이메일이나 전화 등으로 신고가 접수되는 건수가 약 80여 건 됩니다. 그 중에서 회사 내규에 기반해서 선별작업을 하지요. 선별 작업 후에 정도가 심하거나 법적인 제재가 가능한 위반 사례에 대해서는 사이버 수사대에 의뢰를 하게 됩니다. 문제는 이렇게 신고된 사항들이 처리되는데 짧게는 달포에서 길게는 석달까지 걸린다는 것이지요. 물론 정해진 계통을 따라 조사가 엄정하게 이루어져야 하는건 이해하겠는데 그 정도의 시간이 지나게 되면 아무래도 제재의 실효성이 떨어진다고 할 수 있거든요.

이렇듯 현재 사회적 관계의 매개로 활발히 이용되고 있는 사이버 공간에서 개인 정보의 유출이나 프라이버시 침해의 사례는 안정적인 사회적 관계망의 형성에 매우 부정적인 영향을 미치고 있다. 관계 대상과 관계가 이루어지는 공간에 대한 신뢰는 관계 형성에 매우 필수적인 요소라고 할 수 있기 때문이다. 따라서 주민등록번호가 가지는 다양한 한계, 예를 들면 과도한 정보를 담고 있다라든지 제 3자에게 유출 혹은 도용될 수 있는 요소나 가능성이 산재해있다는 현실을 인식하고 이에 대한 보완적 법제의 마련이 필수적일 것이다. 또한 위반 사례에 대한 신속한 대처를 포함해서 현재 이루어지고 있는 프라이버시 보호를 위한 대책들을 보다 실질적인 차원에서 검토하여 이용자들이 효율과 안정감을 동시에 느끼면서 다양한 활동을 할 수 있는 토양을 정책적 노력과 대안 마련을 통해 가능하도록 해야 할 것이다.

참 고 문 헌

김용학, 2003, 『사회연결망이론』, 박영사.

메트릭스 코퍼레이션, 2004, 인터넷 인덱스자료

<http://www.internetindex.co.kr/newmetrix/monthly.jsp>.

박미용, 2004. “사이버 혈연관계가 뜬다—싸이월드의 인맥쌓기 열풍 진단”, 『과학동아』, 2004년 7호. 동아사이언스.

박찬웅, ‘경쟁의 사회적 구조’, 1999, 『한국사회학』 33집 겨울호, 789-817, 한국사회학회

배 영, 2001, “서울지역 청소년의 인터넷 이용실태”, 『사회발전연구』 제7호, 연세대학교 사회발전연구소, pp.237~260.

삼성경제연구소. 2000. 『디지털 충격과 한국경제의 선택』, 삼성경제연구소

유승호, 1998, “전자정부 구현과 프라이버시 문제”, 최정호 편, 『정보사회와 정보화정책』, 나남.

정보통신부. 2003. 『한국의 정보화전략』, 정보통신부.

카스텔(Castells. M). 2004. 인터넷 갤럭시. 박행웅 역. 한울

코즈(R. Coase). 1998. 『기업, 시장, 그리고 법』, 김일태 · 이상호 역. 전남대학교 출판부.

황상민 · 한규석. 1999, 『사이버공간의 심리』, 황상민 · 한규석 편저, 박영사.

Hampton, K. & Wellman, 2001, Long Distance Community in the Network Society: Contact and Support Beyond Netville. *American Behavioral Scientist* 45(3), 476-495.

_____, 1999. Netville On-Line and Off-Line: Observing and Surveying a Wired Suburb. *American Behavioral Scientist* 43(3), 475-492.

- Howard, P., Raine, L., & Jones, S. 2001. Days and nights on the Internet: The impact of a diffusing technology. *The American Behavioral Scientist*, 45(3), 383-404.
- Katz, J. E., Rice, R. E., & Aspden, P. 2001. The Internet, 1995~2000: Access, civic involvement, and social interaction. *The American Behavioral Scientist*, 45(3), 405-419.
- Lin, Nan. 2001. *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge University Press.
- Nie, N. H. 2001. Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. *The American Behavioral Scientist*, 45(3), 420-435.
- Nie, N. H., & Erbring, L. 2000. Internet and society: A preliminary report [Online]. Available: www.stanford.edu/group/siqss.
- Orleans, M., & Laney, M. C. 2000. Children's computer use in the home: Isolation or sociation? *Social Science Computer Review*, 18(1), 56-72.
- Podolny, J. and Baron. J. 1997. Resources and Relationships: Social Networks and Mobility in the Workplace. *American Sociological Review* 62: 673-693.
- Portes, A. 1998, Social Capital: Its Origins and Applications in Modern Sociology *Annual Review of Sociology*, 24: 1-24.
- Pruijt, H. 2002. Social capital and the equalizing potential of the internet. *Social Science Computer Review*, 20(2), 109-115.
- Putnam, R. D. 1993 *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton: Princeton University Press. 안청시 외 역, '사회적 자본과 민주주의: 이탈리아의 지방자치와 시민적 전통', 박영사, 2000.
- _____. 1995. Bowling Alone: Americas Declining Social Capital, *Journal of Democracy*. Vol 6.
- Rheingold, H. 1993, *The Virtual Community*, Maddison-Wesley Company
- Robinson, J. P., Neustadtl, A., & Kestnbaum, M. 2001a. An Online data Web Site for

- Internet Research: Some Features and an Example. *The American Behavioral Scientist*, 45(3), 565-568.
- Robinson, J. P., Neustadt, A., & Kestnbaum, M. 2001b. Mass media use and social life among internet users. *Social Science Computer Review*, 18(4), 490-501.
- Shenk, D. 1997. *Data smog: Surviving the information glut*. Infomedia.
- Weiss, R, 1977, 김진홍 역, 고독의 사회학, 서울: 전예원.
- Wellman B, 2001a, Computer Networks As Social Networks, *Science* vol 293, 2031-2034
- _____, 2001b, Does the internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment, *American Behavioral Scientist*, vol 45, Nov.
- _____, 1999, The Network Community, *Networks in the Global Village: Life in Contemporary Communities*, Barry Wellman ed., West View Press, pp.1~47.
- _____, 1979, The Community Question: the intimate networks of East Yorkers, *American Journal of Sociology*, 84: 1201-1231.
- Wellman, B. & Gulia, M. 1999, Net-Surfers Don't Ride Alone: Virtual Communities as Communities, *Networks in the Global Village: Life in Contemporary Communities*, Barry Wellman ed., West View Press, 331-366.
- Wellman, B., Haase, A. Q., & Hampton, J. W. K. 2001. Does the Internet increase, decrease, or supplement social capital? Social networks, participation, and community commitment. *The American Behavioral Scientist*, 45(3), 436-455.

05-03

네트워크 사회의 인간관계와 사회심리

2005년 2월 일 인쇄

2005년 2월 일 발행

발행인 이 주 현

발행처 정 보 통 신 정 책 연 구 원

경기도 과천시 주암동 1-1

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

인쇄인 성 문 화
