

SNS 혁명과 그 후..

권경우_문화평론가

1. 모바일 게임과 SNS

2012년은 모바일 게임이 한국사회에 본격적으로 뿌리를 내린 시기라고 할 수 있다. 지난 여름, 싸이의 <강남스타일>이 몰고온 세계적인 열풍에 유일하게 대적할 수 있었던 것은, 스마트폰의 ‘카카오톡’(이하 카톡)과 연동한 <애니팡> 게임뿐이었다. <애니팡>의 인기는 게임에 익숙하고 즐기는 젊은 세대를 넘어 중장년 세대, 그리고 성별을 가로지르는 특징을 보여줌으로써, 게임 영역에 국한되는 것이 아니라 사회문화적 현상으로서 새로운 유행과 담론을 만들어냈다. 그렇게 될 수 있었던 까닭은 스마트폰의 대중화라는 물적 토대도 커다란 요인이었지만 무엇보다도 스마트폰의 기능, 즉 테크놀로지를 중심으로 하는 SNS(Social Network Services) 문화의 파급력 때문이라 할 수 있다. 그 후로 비록 <애니팡> 게임은 열기가 식었지만, <캔디팡>, <내가 그린 기린 그림>, <드래곤 플라이트>, <아이러브커피> 등 모바일 게임의 인기는 지속되고 있다. 지금도 모바일 게임의 종류와 수는 점점 폭넓

게 다양해지고 있는 추세이며, 유저들 또한 모바일 게임을 반영하듯 새로운 게임으로의 이동 속도가 매우 빠르고 게임 주기는 짧아지고 있다.

이처럼 모바일 게임 열풍을 불러일으킨 배경에는 ‘카톡’이라는 SNS의 효과가 자리잡고 있다고 봐야 할 것이다. 사실 2000년대 초 한국인들은 ‘싸이월드’라는 과거와는 전혀 다른 소셜 네트워크를 경험한 바 있다. 그 후 트위터와 페이스북이라는 새로운 혁명적 장치들이 등장했지만 그것은 싸이월드만큼 대중적 인기를 끌지는 못했다. 어쩔 수 없는 문화적이고 사회적인 이질성이 내포되어 있는 것인지도 모른다. 아마도 그 이질성의 차원에는 실명과 익명, 온라인과 오프라인의 경계를 넘나드는 횡단적 성격이 담겨 있는 듯하다. 그런 점에서 카톡은 한국적 스타일을 가장 잘 이해하고 반영한 것으로 평가할 수 있다. 그리고 <애니팡>은 모바일 게임의 소셜한 특징을 카톡의 플랫폼을 이용함으로써 한국사회와 한국인의 정서적 조건을 반영하는 대표 게임으로 자리를 잡은 것이다. 이렇게 설명이 가능할 수도 있겠다. 트위터나 페이스북은 기본적으로 내가 알지 못하는 불특정 다수를 상대로 한다면 한국적 스타일의 SNS는 평소 내가 알고 지내는 사람들과의 네트워크를 일상적 관계로 이어가는 것이다.

우리는 대부분 관계를 사적 혹은 공적 관계로 구분한다. 하지만 스마트폰 게임들은 그러한 관계를 무너뜨린다. 공적 관계 속에 모바일 게임이 자리를 잡게 되고 게임의 재미 요소는 일정 정도 화학적 작용을 일으키는 것이다. 모바일 게임의 관계 맺기는 구체적이고 물질적인 과정을 통해 이루어지고 있다는 점에서 매우 특징적이다. <애니팡>에서는 웨이브를 보여주는 선홍빛의 섹시한 ‘하트’를, <드래곤 플라이트>에서는 멋진 ‘날개’를 선물함으로써 상대방이 새로운 게임을 할 수 있도록 하는 것이다. 이와 같이 선물을 주고받는 행위는 감성의 부재를 드러내는 디지털문화에 대한 비판적 시선을 무색하게 만든다. 오프라인의 현실 공간에서나 느낄 수 있었던 감성적인 문화가 모바일 게임의 소셜적 측면에서 등장함으로써 새로운 상황이 연출되고 있는 것이다. 더욱이 갑과 을의 입장에서 비즈니스의 공적 관계

에서, 혹은 집주인과 세입자의 관계에서 서로 하트나 날개를 주고받는 과정은 자본주의적 관계를 전복시키는 돌출적 상황임은 분명하다. 그 관계가 얼마나 오래 지속되는가, 그리고 현실 공간에 실제로 어떤 영향을 끼쳤는가 하는 것은 별개의 문제이다. 다만 세대와 계층, 성별, 직급 등 사회적으로 형성된 위계적이고 억압적인 구조 혹은 관계망에 파열을 일으키는 과정이 존재하고 있다는 사실이 중요하다. 현대 자본주의 사회의 특징은 ‘받는 만큼 주는’(give and take) 문화의 철저한 내면화라고 할 수 있다. 사람들은 더 이상 자신이 손해 보는 일을 하지 않으며, 마찬가지로 남들에게 부탁하거나 도움을 청하는 일을 하지 않는다. 나의 고통스러운 현실은 누군가에게 하소연하거나 도움을 요청할 일이 아니라 홀로 견뎌야 하는 나만의 책임이다. 그것은 이 시대를 살아가는 이들에게 점차 습관처럼 굳어지게 되어, 관계를 맺는 과정 자체를 거부한다. <애니팡>에 대한 사회적 열광은 어쩌면 잃어버린 관계와 소통에 대한 갈망의 대중적 표현일지도 모른다. SNS는 이제 그러한 대중의 욕망이 잘 드러날 수 있는 플랫폼으로 자리잡은 것이다.

2. 우리는 나보다 똑똑하다

우리는 이미 SNS를 가리켜 ‘혁명’이라는 단어를 즐겨 사용한다. 그럴 때 가장 자주 인용하거나 근거를 대는 것으로서 대중의 집단적 힘이나 그 힘의 가능성을 든다. 그러한 사례는 2008년 촛불시위, 2011년 서울시장 보궐선거 등 정치적, 사회적 이슈에서도 자주 볼 수 있었지만, 무엇보다 대중의 힘을 확연하게 느낄 수 있는 것은 대중문화 영역에서이다. 최근 유행처럼 늘어난 각종 서바이벌 프로그램에서도 전문성을 바탕으로 권력을 행사하는 심사위원의 비중을 줄이거나 없애버리고 청중이나 네티즌들의 문자투표 등을 통해 승부를 결정하는 일이 대부분이다. 대중문화의 특성상 대중이 욕망하는 것에 대한 철저한 ‘복종’이 있어야만 흥행에 성공

할 수 있기 때문이다. 이처럼 대중의 영향력이 갈수록 커지고 있는 시점에서 연예 오락프로그램, 정치적 이슈 등 영역을 넘어서 SNS 기반의 흐름은 점점 가속화될 전망이다.¹⁾

이처럼 개인의 뛰어난 능력이 아니라 대중 혹은 다중이 서로 협업을 통해 얻게 되는 집단적인 지적 능력과 그에 따른 결과를 가리켜 우리는 ‘집단지성’(Collective Intelligence)이라고 부른다. 처음 이 개념이 등장한 것은 1910년 미국의 곤충학자 윌리엄 모턴 휠러(W. M. Wheeler)가 <개미: 그들의 구조·발달·행동>를 통해 개미의 사회적 행동을 관찰하면서부터였다. 휠러는 미미한 개미 한 마리가 함께 모여 일함으로써 거대하고 복잡한 개미집을 만들어내는 것을 보고 집단지성의 개념을 발견하였다. 즉, 개체로서는 미미하지만 군집을 통한 협업이 큰 능력을 발휘하는 것이다. “우리는 나보다 똑똑하다.”(We are smarter than me.)

그로부터 100여년이 흐른 지금, 집단지성은 현대사회를 설명하는 가장 중요한 보편적 개념 가운데 하나가 되었다. 무엇보다 인터넷에 기반을 두고 있는 디지털 문화의 확산은 집단지성이 단지 추상적인 개념으로 존재하는 것이 아니라 매우 구체적이고 실질적으로 작동하고 있으며 그 효과 역시 실제적인 것으로 나타나고 있는 핵심 개념이 된 것이다. 근대 이후 지난 세기까지는 한 마디로 개인의 탄생과

1) 그 중 대표적인 사례로 ‘구제역 매몰지 협업지도’를 들 수 있다. 지난 2010년 말부터 2011년 초에 이르기까지 전국적으로 구제역으로 인해 약 300만 마리 이상의 가축들이 매몰되었다. 하지만 정부는 매몰 과정뿐만 아니라 매몰지에 대한 구체적인 정보를 제공하지 않고 은폐하기에 급급했다. 매몰 과정의 절차적 문제뿐만 아니라 침출수에 따른 상수원 오염 등 다양한 사후 문제에 따른 예방적 차원에서라도 정보 공개가 매우 중요한 사안이었음에도 정부는 눈 가리고 아웅 하는 식으로 매몰지 정보를 공개하지 않은 것이다. 이에 2011년 2월 27일 서울과학기술대 백옥인 교수는 자신의 블로그에 “정부는 최첨단 IT기술로 실시간 오염 감시체제를 만든다고 했으면서 매몰지에 대한 기초자료 공개는 미루고 있다. ...기초실태 파악 자료를 데이터베이스로 만드는 일이 오래 걸릴 리도 없는데 질질 끄는 것을 보면 이들에게 매몰지 관리를 맡기는 게 얼마나 위험한 일인지 짐작할 수 있다”고 밝히면서, 개인 혼자서 아닌 네티즌 등 불특정 다수와의 협업을 제안했다. 그 결과 구글 지도를 통해 협업 과정으로 완성된 것이 바로 ‘구제역 매몰지 협업지도’이다. 이 지도에는 전국적으로 약 70여 곳의 매몰지가 표시되어 있으며, 각각의 장소마다 구제역 신고날짜와 가축의 종류, 매몰 숫자 등이 근거자료로 나와 있다. 만약 이러한 작업을 개인적으로 한다면 거의 불가능했을 것이다.

진화 단계라고 설명할 수 있다. 신의 통치에서 인간의 권리를 찾아온 것은 매우 적절했지만, 탁월한 능력을 소유한 개인에 대한 과도한 믿음은 오히려 인간 사회의 서열과 차별을 강화시키는 계기가 되고 말았다. 개인의 강조는 공존보다는 점차 경쟁 중심의 사회로 나아가게 함으로써 인간이 갖는 다양성과 차이를 인정하는 것이 아니라 특별한 몇몇 개인을 중심으로 사회가 작동하는 것을 인정하는 결과를 낳고 말았다. 하지만 이제 21세기에 와서 인간은 새로운 관점을 탑재하기 시작했다. 그것은 내가 모든 것을 해야 한다는 강박관념으로부터의 탈출이며, 나아가 타인과 공유하고 협업하는 일이 얼마나 좋은 성과를 거둘 수 있는지에 대한 직접적인 경험들이다.

2001년 1월 15일 처음 도메인으로 등장한 ‘위키피디아’는 집단지성의 대표적인 형태이다. 지미 웨일즈라는 미국인이 부모님이 살던 하와이 지역의 원주민 말로 ‘빨리’라는 뜻을 가진 ‘위키’를 결합시킨 용어이다. 많은 사람의 능력을 빌려 ‘빨리’ 백과사전을 만들겠다는 의미를 내포하고 있다. 누구나 지식과 정보를 게재하고 편집할 수 있는 백과사전을 상상한 것이었고, 이러한 생각은 대성공이었다.²⁾ 위키피디아를 집단지성의 혁명으로 만든 것은 위키피디아를 생산하고 구성하고 유지하는 방식의 문제이지만, 이 중에서도 영리 목적이 아니라 비영리 방식으로 유지된다는 사실은 집단지성의 가능성을 살필 수 있도록 도와준다. 아울러 블로그와 트위터, 페이스북 등 다양한 SNS 환경은 그동안 사람들이 맺고 있던 관계를 바꾸고, 그 관계를 통해 새로운 프로젝트와 실험, 가능성 등으로 나타냈다. 기업을 비롯한 대부분의 조직은 위계적인 구조를 넘어서 새로운 수평적 관계와 더불어 직접적인 참여를 통해 조직을 변화시키고 있다. 이러한 SNS 기반은 대중의 ‘공유’와 ‘참여’와 ‘개방’이라는 특징을 극대화시키고 있으며, 아울러 지역과 세대, 성별, 인종, 국가를

2) 위키피디아의 항목은 보름 만에 31개, 1년 뒤에는 1만7,307개, 2006년에는 100만개, 2012년 말에 약 410만개로 늘어났고, 전 세계의 300여개에 가까운 언어판을 갖고 있다. 2010년 현재 위키피디아는 30억달러(약 3조4,600억원)의 자산 가치로 평가되며, 영국의 세계적인 백과사전 브리태니커를 앞섰다는 평가를 받고 있다.

뛰어넘는 새로운 위상학적 개념을 도입하고 있다.

집단지성의 특징이라 할 수 있는 공유와 참여와 개방이라는 가치는 근대 이후 인류가 품었던 경쟁과 독점, 지배와 소유 등의 개념을 근본적으로 전환시키고 있다는 점에서 분명 혁명적이라 할 수 있다. 새로운 가치로 무장하는 대중, 즉 다중이 출현한 것이다. 새롭게 등장한 다중은 지식과 정보의 생산과 유통, 소비라는 전과정을 과거와는 다른 방식으로 전개시키는데, 예를 들어 생산자로서 내가 생산한 콘텐츠를 다른 사람들과 나누는 것뿐만 아니라 다른 사람의 콘텐츠를 내가 공유하거나 전달하는 방식까지 포함한다. 이러한 공유 과정에는 기본적으로 이타적 정서가 포함되어 있을 뿐만 아니라 지식생산 과정에 자본 중심의 시스템이 형성되는 것이 아니라 비영리 혹은 공유 경제와 같은 새로운 공간을 생산할 수 있게 되는 것이다. 또한 지식의 공유를 통해 대중은 단절이나 회피가 아니라 개방과 참여를 하고, 나아가 지식의 내용을 바꾸고 지식의 힘과 영향력을 새롭게 구성할 수 있게 된다. 그러한 가치는 접근성을 통제하고 제한함으로써 얻게 되는 다양한 이익과 권리를 무너뜨리는 것이다. 집단지성은 고립을 넘어 연대로, 소수의 독점이 아닌 개별성의 총합을 지향하는 것이며, 이를 통해 지배와 독점, 불평등, 폭력에 대한 저항의 형태도 달라진다. 대중들이 지향하는 가치의 문제 역시 계속 바뀌고 있으며, 향후에 어떠한 가치 지향이 얼마나 큰 파괴력을 행사할 것인지는 전혀 예측할 수 없다. 바로 그러한 예측불가능성이 SNS 공간에 대한 긍정적 가능성을 넘어 비판적 입장이 제시되고 있는 배경이라고 할 수 있다.

3. 카톡과 페이스북, 트위터: 우리는 어떤 공간에서 살아가고 있는가?

2012년 8월 17일 서울 강남에서 한 여고생이 자살을 선택했다. 이유는 카톡의 그룹 채팅방에서 16명의 남학생으로부터 집단 욕설을 들었기 때문이었다. 이 사건

은 그동안 청소년 또래 집단에서 일어났던 왕따(집단 따돌림) 문화의 특징을 담고 있으면서도 새로운 형태의 폭력이라는 점에서 사회적 충격을 낳았다. 그것은 최근 스마트폰을 사용하는 한국인들에게는 일상화되어 있는 카톡이라는 SNS 공간이 갖는 독특한 물질성에서 비롯된다. 아무도 없는 공간에서 개별적으로 욕설을 듣는 것과 공개적인 자리에서 모욕을 당하는 것은 심리적 충격의 강도에 있어서 많이 다를 수밖에 없다. 오프라인의 집단성과 카톡의 즉흥성이 결합되면서 피해자에게는 폭력의 강도가 훨씬 증폭되어 나타났을 것이라는 추측이 가능하다.

스마트폰 유저들은 대부분 카톡이라는 ‘어플’을 설치해서 사용한다. 카톡의 편리성과 유용성은 이미 국내에서만 3천만 명 이상의 사용자들이 검증했으며, 최근에는 해외에 거주하는 한국인들에게도 국내 거주자들과의 관계에서 매우 유용한 메신저 역할을 하고 있다. 문자와 달리 비용이 들지 않을 뿐만 아니라 단순히 메시지를 전달하는 것을 넘어 대화창에서 채팅이 가능하다. 대화의 내용은 텍스트뿐만 아니라 이미지와 동영상 등 다양한 콘텐츠를 상호 전달하고 교환할 수 있는 기능을 갖추었다. 아울러 상대방의 수신 여부를 확인할 수 있기 때문에 기다림의 모호한 시간을 없애주었다. 최근에는 카카오토리라는 것을 연동시킴으로써 미니홈피의 기능까지로 확장하고 있으며, 보이스톡 통화서비스, 게임 등에 이르기까지 점점 일상에 전방위적으로 카톡의 영향력을 행사하고 있는 것이다.

하지만 점점 확장되고 있는 카톡의 기능은 오히려 역효과 내지는 문제점으로 나타나기도 하는데, 최근 카톡을 지우는 사람들이 늘어나는 것도 카톡의 기능 확장이 오히려 자신의 삶을 침해하는 것으로 받아들이기 때문이다. 예를 들어, 카톡 메시지를 받고 답장을 하지 않는 것은 내가 선택할 수 있는 권리라고 할 수 있는데, 카톡의 수신확인 기능은 암묵적으로 답장을 강요하고 있다는 것이다. 즉 심리적으로 개인에게 압박을 행사함으로써 자유로운 일상을 박탈하게 되는 것이다. 또한 여러 사람이 동시에 채팅이 가능한 그룹 채팅은 장점도 있지만 오히려 많은 이들이 번거로움과 불편함을 호소하고 있는 게 사실이다. 채팅의 특성상 용건이나 업

무의 차원을 넘어 이모티콘을 이용한 감정 표현이나 아주 사소한 내용들이 주를 이루기 때문에 자칫 실시간 대화를 놓치게 되면 수백 개의 메시지를 확인해야 하기 때문에 시간적으로, 감정적으로 엄청난 비용을 지불하게 되는 것이다.

카톡은 직접적인 교감이나 대화를 하는 커뮤니케이션의 본질에 충실하기 때문에 온라인 공간뿐만 아니라 오프라인 공간에서의 관계도 매우 중요하게 작용한다. 이처럼 카톡이 오프라인 네트워크의 확장이라는 측면의 성격이 강하다고 한다면, 트위터나 페이스북은 상호적 커뮤니케이션이라기보다는 자기중심적 커뮤니케이션의 성격을 드러내고 있다. 그 중 페이스북은 자신의 이야기를 풀어놓는 방식을 취하고 타인과의 소통 역시 자신을 중심에 놓고 전개됨으로써, 타인의 이야기에 단순한 공감이나 반응은 많을지 모르지만 적극적으로 타인의 이야기를 공유하거나 확산하는 과정에서는 소극적인 형태를 취할 수밖에 없다. 이에 반해 트위터는 자신의 이야기를 하는 소수와 남의 이야기에 반응하는 다수로 구성된다. 다시 말해 트위터 내부에 생산자와 수신자라는 관계가 형성되어 있는 셈이다. 페이스북이 ‘친구’라는 수평적 관계를 전제로 한다면 트위터는 ‘팔로워’라는 일정한 위계적인 관계가 형성되어 있는 것이다. 팔로워로서 수신자 역할을 하는 이들은 ‘리트윗’ 과정을 통해 다시 생산자 역할을 수행하게 되는데, 이때 생산자로서의 역할은 재생산 과정에 대한 개입자로서 기능하는 것이라고 할 수 있다.

페이스북은 무엇보다 자본주의 사회의 대중문화적 특징을 잘 반영하고 있으며, 구체적으로는 가장 자본주의적인 미국의 문화적 특징을 고스란히 담아낸다. 분명 미국인들은 세계 어느 사회보다도 자본주의의 변화 과정을 삶의 모든 면에서 철저하게 내면화시킨 사람들이라 할 수 있다. IMF 이후, 특히 21세기 들어 한국사회에서는 부자와 성공 담론, 노동윤리, 자기계발 이데올로기와 긍정심리학, 그리고 최근의 힐링 담론에 이르기까지 전형적인 미국의 후기자본주의적 현상과 흐름들이 많이 나타나고 있다. 페이스북의 자기중심적, 자기과시적 방식은 후기자본주의적 특징들을 그대로 담아내는 것들이다. 이것은 미국인들의 담론 생산 방식과도 관련

되는데, 그들은 정치적으로 진지한 이야기를 좋아하지 않는다. 항상 유연한 태도나 유머를 통해 심각한 이야기를 예뉘러 말하는 경향이 있는데, 이것은 한편으로는 비판적 시선에 있어서 굉장히 관대한 것처럼 보이지만 실상은 외부와 자기 자신을 철저하게 구분짓는 문화적 태도에서 기인하는 것이다. 즉 정치적 의제 등 외부의 조건보다는 자기 자신에게 집중하는 것이다.

그 중에서도 기독교의 종교적 기반 위에 성립하고 있는 긍정심리학은 신자유주의 사회와 문화에 깔려 있는 대표적인 이데올로기로 작동하고 있다. 페이스북의 ‘좋아요’ 기능은 바로 그러한 긍정 이데올로기와 문화를 잘 보여주는 것이다. 페이스북은 ‘찬성/반대’, 혹은 ‘좋아요/싫어요’ 등의 구분을 사용하지 않는다. 오직 ‘좋아요’ 기능과 공유하기, 댓글달기 등이 있을 뿐이다. 기본적으로 ‘친구’(friend) 관계만 있다. 굳이 친구 관계가 아닌 사람과 관계를 맺는 것은 쓸모 없고 피곤한 일이다. 페이스북의 친구 관계는 국내 싸이월드의 ‘일촌’ 개념과 유사하다. 싸이월드는 한국의 가족주의를 대변하는 ‘일촌’ 개념을 쓴 것이고 페이스북은 미국 사회의 특징으로서 ‘친구’ 중심이라고나 할까? 선배나 후배, 선생과 제자, 직장상사와 직원 등의 사회적 관계, 심지어 가족이라 할지라도 페이스북 공간에서는 모두 ‘친구’가 된다. 가끔 비판과 반대의 댓글을 다는 사람들도 있지만 ‘친구’는 대부분 나의 글에 대해 언제든지 ‘좋아요’를 클릭해줄 준비가 되어 있는 사람들이다.

특히 ‘좋아요’ 기능은 댓글을 달기에는 좀 ‘거시기한’ 상황에서는 훌륭한 알리바이가 된다. 즉 상대방의 생각이나 활동에 대해 동참과 공감, 지지를 표현하는 것이다. 그것은 의무감을 지닌 참여이다. ‘나는 당신을 지지합니다, 당신이 하는 일에 관심이 있으며 함께 하고 싶습니다.’ 하지만 이 말 속에는 한편으로는 이런 뜻도 담겨 있다. ‘마음은 함께 하고 싶지만, 현실적인 물리적 공간에서는 어려울 것 같아요’ 이러한 ‘좋아요’ 기능은 현대사회에서 늘어나고 있는 기부문화와 비슷한 형태와 성격을 갖는다. 포털사이트에서 ‘도토리’나 ‘콩’을 모아 기부하거나, 혹은 포인트를 통해 기부하는 것처럼 내가 굳이 힘든 과정을 거치지 않더라도 충분히 기부라

는 실천에 동참할 수 있다는 생각이다. 쌍용자동차 해고노동자의 활동이나 제주도 강정마을의 해군기지 반대운동이나 경기도 두물머리 유기농지 수몰 반대활동 등 다양한 사회적으로 의미있는 활동에 대한 다른 사람의 말이나 활동을 ‘좋아요’ 클릭을 통해 동참한다. 나는 먹고 사는 문제로 인해 어쩔 수 없이 직접 참여는 힘들지만 이렇게라도 동참함으로써 나의 정치적 입장과 지지를 표현하고 싶은 것이다. 또한 ‘좋아요’를 누르는 행위에는 ‘내가 당신에게 지지를 표시했으니, 당신도 내 글이나 활동에 대해 마찬가지로 지지해 주세요’라고 하는 일종의 보상심리가 담겨 있다. 사람들은 다른 사람의 글에 대해 때론 읽지도 않고 ‘좋아요’를 열심히 클릭하는 것은 그 행위를 ‘폼앗이’로 바라보기 때문이다. 나처럼 그들도 내 글에 ‘좋아요’를 클릭하기를 원하면서, 혹은 사회적 고통에 대한 마음의 부채를 조금이라도 덜기 위해서 사람들은 ‘좋아요’를 클릭한다.

문제는 ‘좋아요’라는 기능이 갈등과 논란 등의 부정적 상황을 차단하고 긍정적 상황만을 남겨 둔다는 점이다. 그 결과 페이스북은 매우 깨끗하고 깔끔한 공간으로 남아 있게 된다. 그것은 인터넷의 온라인 공간이 근본적으로 가질 수밖에 없는 혼란과 갈등을 보여주지 않는다. 그러한 갈등은 해소되는 것이 아니라 은폐될 뿐이다. 인터넷 공간의 댓글은 진흙탕 수준이고, 트위터에서도 크고 작은 싸움이나 논쟁이 실시간으로 지속된다. 물론 트위터의 경우에도 팔로워하는 과정을 살펴보면 결국 내가 좋아하는 사람을 중심으로 이뤄지고 있음을 보게 된다. 하지만 페이스북은 사실상 그럴 일이 거의 없다. 왜냐하면, 이곳에서는 ‘친구끼리’ 놀고 소통하기 때문이다. 나를 싫어하거나 내가 불편한 사람은 친구로서의 관계를 맺지 않으면 된다. 친구 아닌 사람들, 즉 차이와 부정을 전제로 하는 관계는 끼어들 틈이 없다. 결국 페이스북 공간에서는 서로 격려하고, 위로하고, 칭찬하는 따뜻하고 아름다운 모습이 넘쳐나게 된다. 내가 원하는 방식대로, 내가 보고 싶은 프레임으로 세상을 바라볼 수 있게 된다. 페이스북 공간에서 선거는 항상 승리했으며, 혁명은 눈앞에 다가와 있었다. 이러한 착시 현상은 페이스북이라는 공간을 통해 이용자들의

현실의 고통과 불안에 대한 위로와 힐링의 공간으로 탄생하고 있다는 것을 보여준다. 페이스북에 익숙한 사람들은 현실을 인정하고 싶어하지 않는다. 자신의 친구들은 아무도 그렇지 않은데, 어떻게 저런 일이 일어나는 걸까 하고 생각한다. 그들이 현실을 물리적 감각으로 느끼는 순간은 선거와 같은 구체적이고 실제적인 결과가 눈앞에 드러났을 경우에 국한된다.

그러나 페이스북을 벗어난 현실은 전혀 다르다. 내가 듣고 싶지 않은 말도 들어야 하고, 내가 싫어하는 사람도 만나야 한다. 때로는 진흙탕에도 들어가야 한다. 거부와 부정, 배제의 양상은 빈번하게 나타난다. 하지만 페이스북은 그런 게 없다. 오직 내가 좋아하는 사람들과 나를 좋아하는 사람들만 있는 것이다. 그렇다면 그와 같은 긍정의 공간이 과연 좋기만 한 것일까? 우리가 페이스북에서는 ‘좋아요’라는 표현으로 담아내기에 애매한 것이나 그럴 수 없는 것들이 거북스러운 이유도 바로 여기에 있다. 현실은 긍정과 부정의 교합으로 이루어진다. 긍정적이고 아름다운 것들만 존재하지 않는다. 우리는 질병뿐만 아니라 삶에 있어서도 면역력을 키워야 한다. 한편으로는 사회가 너무 부정적이고 고통스러운 것으로 가득차 있다 보니까 다른 한편에서 현실의 고통과 아픔을 삭제해버린 깨끗하고 깔끔하고 긍정적인 공간을 창출하고 있지만, 중요한 것은 그 공간이 결코 우리의 삶을 책임지지 못 한다는 사실이다. 이제 우리는 열심히 ‘좋아요’를 누르기만 할 것이 아니라 내가 실제로 좋아할 수 있는, 그리고 남들에게도 좋은 그런 일들을 내 손으로, 내 발로 만들어가는 것이 필요하다. 그러한 작업과 활동, 생각들이 결국 구체적이고 실제적인 내 삶을 바꿀 수 있을 것이다. 그 변화야말로 결코 쉽지 않은 이 시대를 살아갈 수 있는 힘이 된다. 혼란과 싸움, 혼돈과 복잡함을 거부하거나 회피하는 것이 아니라 그것을 통해 새로운 길을 찾아가는 것이 필요하다.

이러한 문제는 최근 트위터에서도 비슷하게 나타나는 것 같다. 사회학자 지그문트 바우만은 새들이 지저귀는 소리에서 따온 ‘트위팅’(tweeting)에 대해 조류 생태학적 특징을 부여한다. 즉 새들의 지저귀는 두 가지 역할을 수행하는데, 하나는 새들

이 서로 접촉을 계속 유지할 수 있게 하는 것이다. 새들이 혼자 있지 못하게 하거나 둥지나 무리 안에서 자기 파트너의 흔적을 잃지 않기 위해서라고 한다. 다른 하나는 다른 새들, 특히 같은 종의 다른 새들이 이미 자기 것으로 만들어 놓은 영역이나 곧 자기 것으로 삼으려는 영역을 침범하지 못하도록 막는 것이다.³⁾ 이것에 따르면 새들의 지저귀, 즉 ‘트위팅’은 그 내용이 중요한 것이 아니라 ‘익숙하고 친숙한 소리’가 더 중요하다. 내가 듣고 싶은 목소리를 계속 듣는 것이 중요하게 되는 것이다. 이것은 우리가 트위터를 하는 이유와 많이 닮아 있다. 트위터의 팔로우 기능은 자신이 원하는 상대의 이야기를 듣는 것이기 때문이다. 내가 듣고 싶지 않은, 혹은 상대하고 싶지 않은 사람의 이야기를 굳이 뒤따를 필요는 없기 때문이다. 물론 나와 전혀 반대의 목소리를 내는 사람을 팔로우할 때가 있는데, 그때는 이미 반대를 알고 있는 상태에서 이뤄진다는 점에서 친숙한 목소리를 듣고 싶은 욕망과 크게 다르지 않다. 자신이 하고 싶은 말을 대신 해주는 유명인을 팔로우하면서 그들의 트윗을 리트윗하는 과정을 통해 자신의 목소리를 내는 방식이다. 그들은 자신들과 반대되는 사람들을 공격하는 트윗이나 리트윗을 하더라도 그것은 트윗 과정에서 새로운 변화나 갈등, 혼란의 발생이 아니라 이미 아군과 적군의 진지가 확정된 상태에서 이뤄지는 것들에 불과하다. 우리는 여기서 우울한 분석과 전망으로 나아갈 수밖에 없다.

유일하게 중요한 것은 바로 우리가 하고 있는 것을 지금 이 순간이든 그 어떤 때이든간에 스스로 아는 것뿐 아니라 다른 사람도 알 수 있게 만드는 일이며, 따라서 중요한 것은 ‘보여져야 한다는’ 점이다. 사실 우리가 그 어떤 것을 하고 있을 때 과연 왜 우리가 그것을 하고 있으며 당시에 무슨 생각을 하고 무엇을 목표로 삼고 있고 어떤 꿈을 꾸고 있으며 또 어떤 것을 즐기며 어떤 것을 슬퍼하는지, 말하자면 우리의 현재 모습을 있는 그대로 드

3) 지그문트 바우만, 『고독을 잃어버린 시간』, 조은평·강지은 옮김, 동녘, 2012, 47.

러내고 싶은 성향뿐 아니라 심지어 우리로 하여금 트위터링을 하게끔 이끄는 그 어떤 다른 이유들조차도 사실은 중요한 것이 못 된다.⁴⁾

보여지는 것에 대한 강박적 관념을 통해 자기 이야기만 독백처럼 하고 있거나 피상적인 관계맺기에 머무르고 있다. 혹은 다른 사람들의 목소리를 따라 외치고 있는 수준에 그치고 있는 것이다. 이제 페이스북과 트위터의 양상은 그 자체가 갖는 혁명성의 새로운 변화를 요구하고 있다. 지금 이뤄지고 있는 플랫폼과는 또 다른 혁명적 매체가 등장할 수도 있겠지만, 지금의 페이스북과 트위터를 어떤 방식으로 전유할 것인가에 대한 구체적이고 세밀한 고민이 필요하다. 이제 SNS의 매체적 특성에 주목하는 초보적이고 단순한 접근이 아니라 담론의 확산 및 재생산 과정이 구체적으로 어떻게 이뤄지고 있는지를 살펴보는 작업이 이뤄져야 할 것이다.

4. SNS 세대의 소비와 생산

스마트폰의 보급 이후 카톡이나 틱톡과 같은 스마트폰 메신저의 등장으로 인해 전송되는 메시지의 양은 상상을 뛰어넘는다. 젊은 세대의 경우에 물론 기성세대보다는 훨씬 더 자연스럽게 편안하게 메시지를 주고받는다 하더라도, 메시지를 확인하고 답장하는 과정으로 인해 필요한 물리적 시간은 무시할 수 없다. 카톡뿐만 아니라 트위터와 페이스북, 싸이월드, 블로그, 그 밖의 웹서핑을 포함하게 되면 스마트시대에 역설적으로 물리적 시간이 절대적으로 부족하게 된다. 디지털 세대는 왜 이토록 소통을 갈구하는가? 인터넷 공간과 SNS 공간을 통해 그들은 어떤 정보

4) 같은 책, 49.

를 얻고 소비하는 것일까?

일단 젊은 층을 중심으로 하는 디지털 세대의 특징은 잠시도 홀로 있지 못하다는 사실이다. 외형적으로 물리적 공간에서는 홀로 지내는 시간이 많다 하더라도 그들은 그 누군가와 소통하고 있는 것처럼 보인다. 그들은 이미 끊임없이 누군가와 혹은 무엇과 소통해야만 하는 상태로 ‘조립되고’ 있는 건지도 모른다. 이 부분은 스마트폰이 편의성과 효율성이라는 장점을 제공했지만 다른 한편으로는 또다른 자유를 앗아갔다고 평가하는 측면에서 바라보는 것이다. 물론 디지털 세대를 비롯한 한국사회의 대중들은 스마트폰의 노예로 전락하고 있다. 인터넷 댓글 문화나 리트윗, 일베사이트의 확산 등은 바로 그러한 소통에 대한 갈망의 다양한 표현방식들이다. 사람들은 대부분 1백만원짜리 스마트폰을 손에 쥐고 있다. 하지만 지하철이나 버스 등 대중교통 안에서 스마트폰을 뚫어져라 들여다보고 있는 사람들은 대부분 아주 간단한 뉴스 검색이나 TV 시청, 게임 등에 그치고 있다. 과거처럼 아무 것도 하지 않고 ‘멍 때리고’ 있는 시간을 사람들은 더 이상 견디지 못한다. 아무리 의미없는 것이라 할지라도 무언가 하고 있다는 자체만으로 그들은 안도감을 느끼는 것이다. 신자유주의 사회에서 끊임없이 무엇인가를 하도록 만드는 사회적 기제가 일상의 세밀한 부분에까지 침투한 결과이다. 이 행위를 이른 출근이나 퇴근, 혹은 이동하는 시간에 아무 것도 하지 않고 앉아있는 것보다는 그래도 뭔가 하고 있다는 안도감을 제공한다. 아무 것도 하지 않고 있으면 왠지 시간을 낭비하는 것과 같은 죄의식이나 경쟁에서 뒤질 것 같은 초조함에 사로잡힌다. 그들은 무엇이든 해야 한다. 카톡이나 틱톡 등은 타인과의 접속 상태를 유지하도록 도와주지만 정작 자기 스스로에 대해 생각하고 성찰할 수 있는 시간을 확보해 주지는 못한다.

이들을 가리켜 바우만은 ‘고독을 잃어버린 세대’라 칭하고 있다. 동시대적 현상으로서 ‘왕따’가 타의에 의해 강요된 외로움이라면, ‘고독’은 스스로 타자와의 관계를 일시적으로 중단시키는 자율적 선택이다. 따라서 고독의 상태는 외로움이 아니라 충만으로 표현될 수 있다.

결국 외로움으로부터 멀리 도망쳐나가는 바로 그 길 위에서 당신은 고독을 누릴 수 있는 기회를 놓쳐버린다. 놓친 그 고독은 바로 사람들로 하여금 ‘생각을 집중하게 해서’ 신중하게 하고 반성하게 하며 창조할 수 있게 하고 더 나아가 최종적으로는 인간끼리의 의사소통에 의미와 기반을 마련할 수 있는 숭고한 조건이기도 하다.)

이제 우리에게 필요한 것은 ‘홀로 있는 시간’, 즉 잃어버린 고독의 회복이 아닐까? 스마트폰을 떠나도 견딜 수 있는 삶을 창조하는 것이다. 그것은 SNS 공간을 넘어 오프라인 공간에서 벌어지고 있는 다양한 과정에도 우리의 시선을 두고 참여하는 것을 의미한다. 그것은 때로 개별적 기억의 순간일 수도 있고, 때로는 집단적 경험의 공유일 수도 있다. 자신의 노출이나 타자의 목소리를 통해 자신을 확인하는 것이 아니라 내가 스스로 존재함으로써 타자를 인식하는 것이다. 고독은 어쩌면 SNS의 ‘빈 공간’을 채워주는 역할을 할지도 모른다.

하지만 오늘날 SNS 혁명 이후에 고독은 발견 그 자체에 머물러서는 안 된다. 그것은 새로운 혁명의 지향성을 지녀야 한다. 우리는 SNS 혁명을 가리켜 진실과 거짓, 가상과 현실이라는 경계를 넘어선 것으로 평가했으며, 인종과 민족, 국가, 성별, 세대, 계급 등 다양한 범주를 가로지르는 것으로 인식했다. 한진중공업의 높이 35미터 크레인 위에서 309일만에 내려온 김진숙씨는 그 비좁은 공간에서 트위터와 페이스북을 통해 세상과 소통하고 연대했다. 서로 일면식도 없던 해고노동자 김진숙과 영화배우 김여진은 트위터를 통해 울고 웃었다. 만약 SNS 혁명이 없었다면 이런 일이 어떻게 가능했겠는가? 이러한 혁명적 가능성은 충분히 익숙해져 있는 부분이다. 하지만 이제 고민해야 할 지점은 그 이후가 아닐까 싶다. ‘지금 당장 트윗하라, 그리고 리트윗하라, 페이스북에 글을 써라, 자신과 비슷한 생각을 하는 사람을 찾아내라, 그들과 온라인 공동체를 형성하라. 손가락을 움직여라!’ 지금까지

5) 같은 책, 31.

는 이 수준에서 강조되었다면, 이제 그것을 뛰어넘는 비약의 단계에 진입한 것은 아닐까? 단지 손가락을 움직이는 것에 그쳐서는 안 된다. 그것만으로는 한계가 뚜렷하다. 수신자로서 대중은 정보 과잉과 홍수에서 허우적대고 있어서 어느 순간 정보는 특정한 집단을 넘어서지 못하게 된다. 이제 SNS 공간 내부를 세밀하게 봐야 한다. 손가락을 통해 이뤄지는 행위가 어디로 향하고 있는지, 어떤 흐름을 타고 있는지, 누구에게 전달되고 있는가를.