

정보통신과 한국의 변화

이봉호 · 김동주 편저

대한민국, 서울, 커뮤니케이션북스, 2005

함으로써 친구교제나 가족공동체로서의 삶이 방해받는 측면도 있다고 볼 수 있다. 어려서부터 외톨이 문화에 젖을 수 있다는 얘기다.

이상에서 이동통신 발달과 사회·문화의 트렌드에 대해 살펴보았지만, 이동통신이 갖는 순기능을 확대·강화하고 역기능을 축소·제거해 나가기 위해서는 무엇보다 청소년과 젊은층의 건전한 사고방식 확립 및 정보윤리 교육의 강화 등이 필요할 것이다. 이래야 정보통신 강국인 한국이 IT 경쟁력을 바탕으로 문화적으로 풍요로우면서 질서와 절도가 겸비된 국가로 성숙되어 나갈 것으로 본다.

17장 이동통신과 정치변동

! 감상배 !

I. 머리말

최근 정보화 분야에서의 한국의 성공이 세계의 주목을 끌고 있다.¹⁾ 특히 한국은 초고속 인터넷(ADSL)의 보급이라는 면에서 세계적인 두각을 나타내고 있는 것이 사실이다. 인구의 50% 이상이 초고속 인터넷을 사용하게 되어, 2004년 3월 현재 인터넷 이용자 수는 2500만 명에 이르며, 가구 수로 보면 전체 가구의 70%에 이르는 1100만 가구가 인터넷에 접속되어 있다. 초고속 인터넷 100명당 가입률을 국제적으로 비교해 보더라도 미국의

1) Heejin Lee, et al., "The Growth of Broadband and Electronic Commerce in South Korea: Contributing Factors", *The Information Society*, 19, 2003, pp. 81-93; Kel Belson and Matt Richtel, "America's Broad Dream is Alive in Korea", *The New York Times*, May 5, 2003.

6.9명, 일본의 7.1명에 비해 한국은 21명으로 단연코 세계 1위이다. 정부가 자랑스럽게 공언하듯이 가히 '인터넷 대국'이라고 해도 과언이 아닐 정도다.

이동통신 분야에서의 한국의 성적표도 상위권에 랭크되어 있다. 집집마다 유선전화기 보급되었다는 사실을 언급하는 것은 이미 진부하기까지 하다. 2002년 2월 현재 유선전화 가입자 수는 2288만 명에 이르고 있다. 이동통신의 보급 속도는 유선전화의 그것을 크게 능가하고 있는데, 2004년 3월 현재 이동통신 가입자 수는 3400만 명에 이른다. 활동인구의 거의 대부분이 휴대폰을 가지고 있다고 해도 과언이 아닐 것이다. 뿐만 아니라 이동통신 서비스에 있어도 한국은 세계적으로 앞서 나가고 있는데, 제3세대 이동통신 서비스인 IMT-2000 서비스를 세계 최초로 제공하였으며, 한국의 이동통신 시장은 각종 이동통신 서비스의 세계적인 실험대 역할을 톡톡히 하고 있다. 게다가 한국은 휴대폰 단말기의 세계적 수출국이까지 하다.

이러한 초고속 인터넷과 이동통신 등과 같은 정보기술의 급속한 보급은 한국 사회 전반에 걸쳐서 여러 가지 변화를 야기하고 있다. 다시 말해, 정보기술 발달의 영향은 산업, 경제, 문화, 정치, 외교, 군사, 교육 등과 같은 사회 각 분야에까지 미치지 않는 곳이 없을 정도이다. 특히 지난 2~3년 동안 2002년 대통령 선거와 2004년의 17대 총선을 거치면서 인터넷과 이동통신의 확산이 한국 정치에 미친 영향에 대해 일반 대중뿐만 아니라 학계의 관심이 급속히 증대되고 있다. 이러한 정보기술과 정치변동의 문제 중에서 이 글은 최근 특히 더 주목을 받고 있는 이동통신의 영향에 초점을 맞추고자 한다. 실제로 배배, 휴대폰,

SMS/MMS, 디지털 카메라폰 등으로 이어지는 각종 서비스가 활성화되면서 이동통신이 정치변동에 미치는 영향도 다양해졌을 뿐만 아니라 그 정도도 깊어졌다.

이동통신과 정치변동에 대한 본격적인 논의를 펼치기에 앞서 한 가지 짚고 넘어가야 할 사항이 있다. 이동통신이 정치변동에 미치는 영향이라고 할 때 독립변수에 해당하는 '이동통신'을 무엇으로서 인식할 것이냐의 문제이다. 우리가 이동통신이라고 할 때, PC단말기에 접속되어 사용되는 유선 인터넷(wired internet)과 대비되는 의미에서, 휴대폰이나 PDA 등과 같은 단순한 무선기기(wireless devices)만을 대상으로 삼고 있는 것인가?

이 장에서는 이렇게 좁은 의미의 무선기기로서의 이동통신의 의미를 넘어서 넓은 의미에서 새로운 '커뮤니케이션 양식(mode of communications)'의 등장이라는 관점에서 이동통신을 이해하고자 한다. 이러한 관점에서 볼 때 이동통신이란, PC를 선단점(end points)으로 한 유선 네트워크에 기반을 둔 기존의 커뮤니케이션 양식을 넘어서, 이동성(mobility)과 편재성(ubiquity)을 특성으로 하면서 무선기기를 선단점으로 한 유무선 복합 네트워크에 기반을 둔 새로운 '모바일 커뮤니케이션 양식'이 등장하는 것을 의미한다고 볼 수 있다. 이런 점에서 볼 때 이동통신은 기존의 유선 인터넷과 불가분의 관계에서 있으며, 따라서 이 양자를 인위적으로 구분하여 이동통신이 정치변동에 미치는 영향을 따져 보려는 시도는 별 의미가 없다고 볼 수 있다. 요컨대, 이동통신이 정치변동에 미친 영향이란 유선 단독 환경으로부터 유무선 복합 환경으로 진화하고 있는 커뮤니케이션 양식이 정치변동에 미치는 영향이라고 이해하여야 타당할 것이다.

이 글은 다음의 세 가지 차원에서 이동통신과 정치변동의 관계를 탐구하였다. 첫째, 이동통신이 정치과정의 변화에 미친 영향을 검토하였다. 이동통신이 정치 커뮤니케이션의 새로운 수단을 제공함으로써 선거운동이나 유권자의 행동, 또는 정치적 동원과 참여에 미친 영향을 언급하였다. 둘째, 이동통신이 정치제도의 변화에 미치는 영향에 대해서 지적하였다. 이동통신을 중심으로 한 새로운 커뮤니케이션 양식의 등장과 관련 법제도의 변화 및 정치조직의 개혁을 촉발하는 새로운 환경을 제공할 가능성이 농후함에 주목하였다. 셋째, 이동통신과 세대 간의 '정치 지형'의 변화에 미치는 영향을 살펴보았다. 특히 이동통신의 커뮤니케이션 양식을 매개로 한 새로운 정치세대의 부상과 민주화의 과정에서 나타나는 정치세력 및 정치구조의 변동에 대해서 검토하였다. 끝으로 결론에서는 이동통신이 정치변동에 미치는 영향을 간략히 요약하였다.

II. 이동통신과 정치과정의 변화

1. 선거운동 방식의 변화

지난 2002년 12월 19일에 치러진 제16대 대통령선거는 인터넷이 한국사회의 변화를 이끄는 필수불가결한 요소로서 자리매김하였음을 보여준 최초의 역사적 사건이었다. 파란만장한 극절 끝에 노무현 후보의 대통령 당선이라는 극적인 드라마가

연출되는 과정에서 인터넷은 막대한 정치사회적 위력을 가진 매체로서 등장하였다. 인터넷이 대통령 선거에 미친 영향의 대미(大尾)는 이동통신이 장식했다. 투표 전날, 정몽준 후보의 노무현 후보에 대한 지지 철회 소식이 알려지면서 노무현 후보 지지자들을 중심으로 투표 당일에 휴대폰 문자메시지의 사발통문이 돌아 젊은층의 투표 참여 캠페인이 이루어졌고 이렇게 젊은층이 투표에 많이 참여하게 되면서 선거의 승패가 바뀌는 결과를 낳았다고도 한다.

이는 경험적으로 검증하기는 쉽지 않은 일화이지만, 지난 2~3년 동안 선거운동의 과정에서 SMS(Short Message Service)라고 하는 휴대폰 단문 메시지가 활발하게 사용되는 양상을 보여주는 대표적인 에피소드임에는 틀림없다. SMS는 이동전화 가입자들 간에 짧은 메시지를 주고받을 수 있는 단문 메시지 서비스를 말한다. 이 서비스는 디지털 이동통신 가입자가 짧은 문장을 한글 또는 영어로 다른 이동통신 가입자에게 보내면 공중전화망이나 데이터 통신 네트워크 또는 인터넷을 통해 메시지를 받을 수 있도록 한다. SMS는 PC통신이나 인터넷에 접속해 이동통신 단말기로 메시지를 보내거나 반대로 단말기에서 인터넷에 보내고 또는 단말기끼리 송수신하는 것 등 크게 두 가지의 방식으로 제공된다.

최근 선거운동에서는 이러한 SMS 기술을 활용하여 동시에 다수의 유권자들에게 짧은 문자메시지를 통해서 입후보자를 홍보하는 사례들이 급격히 늘어났다. 유선 인터넷을 사용한 메일 서비스와는 달리 이동중인 유권자들에 실시간으로 단문 메시지를 통해서 접촉할 수 있다는 장점이 SMS 기술이 선거운동에 신속하게

도입되는 이유이다. 이외에도 이동통신기기의 통화 연결음이나 벨소리 및 캐릭터 서비스 등의 다양한 수단을 통해서 입후보자를 홍보하는 전략이 등장하였으며, 아직은 초보적이지만 '폰페이지'라고 하는 무선 인터넷 홈페이지를 활용하는 사례도 눈에 띈다. 요컨대, 향후 다양한 이동통신 서비스가 도입되면서 이에 걸맞은 선거운동 전략이 계속 등장할 것으로 예상된다.

2. 정치커뮤니케이션 양식의 변화

이동통신의 보급과 각종 서비스의 활성화는 단순히 선거운동에 이동통신이 활용되는 차원을 넘어서 새로운 정치커뮤니케이션 양식의 도입을 야기하고 있다. 우선 이동통신과 인터넷의 보급을 통해서 국민과 정치권과의 정치적 커뮤니케이션의 거리가 크게 단축되었다. 이동통신을 이용한 정부에의 민원 신청이 가능해졌으며, 휴대폰을 이용한 '정치중권' 관련 서비스를 통해서 국민의 감시와 평가가 이루어지기도 한다. 또한 시민단체들과 국회의원들에게 휴대폰으로 전화를 직접 걸어서 로비를 하는 일도 벌어지고 있다. 예를 들어 '이라크 파병반대 국회의원 맨투맨 설득전'이라는 명목으로 이라크 파병을 반대하는 시민단체들이 국민의 대표인 국회의원을 상대로 직접 소통을 시도하기도 하였다. 이밖에도 인터넷 언론의 핸드폰 송고를 통한 실시간(real time) 보도도 이동통신을 통해서 국민과 정치권이 가까워진 사례 중의 하나이다. 한편 '모바일 탄핵무효서명운동'의 예에서 보는 바와 같이, 2004년 대통령 탄핵집회의 기간 동안에는

이동통신이 정치적 의사결집의 수단으로 사용되기도 하였다. 요컨대 이동통신의 확산은 정치커뮤니케이션의 양식에 있어서 위계적 소통을 넘어서는 수평적 네트워크형의 직소통의 수단이 부상하는 것을 의미한다.

더 나아가 이동통신의 등장은 정치적 동원과 참여의 양식이 획기적으로 변화하는 계기를 마련하고 있다. 1999년 미국 시애틀에서 WTO 회의 당시 글로벌 시민단체들이 휴대폰을 통해서 집회에 관한 정보를 교환하고 행동을 벌였던 것은 유명한 일이다. 또한 2001년 필리핀의 에스트라다 정권을 무너뜨린 필리핀 국민의 힘도 이동통신을 매개로 하여 분출되었다. 한국에서도 '붉은 악마'가 월드컵 용원을 위해서 시청 앞 광장에 모인다던지, 미군 장갑차에 치여 숨진 여중생들을 추모하기 위해서 열린 촛불시위의 동원과정에서 시민운동의 소통수단으로서 이동통신 연락망은 결정적인 역할을 하였다.

이러한 과정에서 인터넷을 통해 연결되고 휴대폰으로 무장된 새로운 형태의 공동체인 소위 '네트워크 군대(network army)' 또는 '스마트 군중(smart mob)'의 부상이 눈에 띈다.²⁾ 소위 엄지족(thumb tribe)들이 벌이는 벌떼(swarming) 작전은 정치적 동원에 있어서 '게릴라적 결집'을 가능케 하는 새로운 참여 양식의 등장인 것이다. 이동통신을 통해서 연락하여 특정한 장소에 특정한 시간에 모여서 번개집회를 벌이는 플래시 몹(flash mob)의 존재는 이러한 현상을 잘 반영하는 대표적인 사례 중의 하나이다.

2) Howard Rheingold(2003), *Smart Mobs : The Next Social Revolution*, Cambridge, MA: Perseus Publishing, 이운경 역(2003), 『참여군중 : 휴대폰과 인터넷으로 무장한 군중』, 황금가지.

III. 이동통신과 정치제도의 변화

1. 법제도 변화의 환경조성

이동통신과 인터넷이라는 새로운 커뮤니케이션 양식의 등장은 이것이 새로운 정치적 행위를 야기한다는 차원에서 법제도 환경의 조성을 수반할 수밖에 없다. 예를 들어 이동통신을 이용한 선거운동이나 정치적 참여가 활성화되면서 선거법이나 정치자금법 또는 집회 및 시위에 관한 법(이하 집시법) 등이 일정한 정도의 조정을 겪을 수밖에 없을 것으로 예상된다. 특히 새로운 매체로서의 이동통신을 사용하는 각종 선거운동이 등장하면서 각종 선거법 규정의 정비 필요성이 제기되고 있다. 이동통신을 활용한 선거운동 방식과 관련하여 적절한 규정의 마련이 기술의 발달을 따라가지 못함으로 인해서 혼란이 야기되기도 한다. 일례로 이동통신 단말기를 통한 문자메시지의 폰투폰(phone-to-phone) 발송과 유선 인터넷을 이용한 웹투폰(web-to-phone) 발송을 둘러싼 불법과 적법의 논란을 들 수 있다.

이동통신이 정치적 참여의 수단으로 등장하면서 쟁점이 되고 있는 소위 플래시 몹(flash mob)이 참여하는 집회도 문제이다. 플래시 몹이란 불특정 다수의 사람이 이메일이나 휴대전화 문자메시지로 연락해 특정한 일이나 장소에 모여 10분이 채 안 되는 시간에 약속된 간단한 퍼포먼스를 한 뒤 뿔뿔이 흩어지는 모임을 뜻한다. 그런데 요즘 이러한 플래시 몹의 형태를 빌린 집회나 시위는 현행법상 불법으로 규정되어 있다. 그 이유는 현행 집시법에 의하면 48시간 이전에 관할 경찰서 등에 집회 시위 신고를

해야 하는데, 이러한 플래시 몹의 집회는 집시법상 신고를 하지 않고도 깜짝 집회의 형식을 빌려 자신의 주장을 전달하거나 선거운동을 할 수 있기 때문이다. 따라서 플래시 몹은 '예술'에 해당돼 신고 대상에서 배제되므로 플래시 몹의 형태를 띠면 신고하지 않아도 된다는 주장과 그것이 정치적 집회의 성격을 띠면 신고하지 않은 불법집회라는 주장이 팽팽히 맞설 수밖에 없다.

이상의 문제들은 불과 몇 가지 단편적인 사례들일 뿐일지도 모른다. 기술의 발달과 같은 사회의 물적 조건이 변화하면서 이를 둘러싼 사회 구성원들의 행동은 변화할 수밖에 없으며 이를 규제하는 사회의 법제도의 틀도 부단히 변화할 수밖에 없을 것이기 때문이다. 이동통신이 정치변동에 미치는 영향이 매우 초보적인 단계에 있다는 점을 고려하면 향후 이를 둘러싼 당사자들의 이해관계가 보다 더 구체화되면서 관련 법제도의 조정을 둘러싼 많은 쟁점들이 등장할 가능성이 매우 높다.

2. 이동통신과 정치개혁

이동통신과 인터넷을 통한 정치적 행위의 증대는 결국 정치조직의 변화를 야기하고 더 나아가서는 정치개혁의 문제를 제기할 것이다. 정보화의 진전은 정보기술을 활용한 조직 내 커뮤니케이션과 조직원들의 행위양식을 기존의 위계적이고 상설적인 조직형태로부터 보다 더 수평적이고 임부중심적인 네트워크의 형태로 변화시키는 경향이 있다. 정보화의 도입에 의한 소위 탈집중형 거버넌스 양식(decentralized mode of governance)의

등장에 대한 최근의 사회과학적 논의가 이를 뒷받침한다. 정치 영역에서도 정보화의 도입으로 인한 디지털 정당 또는 모바일 정당의 가능성이나 전자국회 또는 e-국회의 구현 문제 등이 본격적으로 논의되고 있으며 이러한 맥락에서 실제로 당비를 납부하면서도 상설적인 정당조직에 기대지 않고 행동하는 디지털 진성당원의 출현에 대한 비전도 떠오르고 있다.

이동통신의 도입은 그 기술적 특성 때문에 투명한 커뮤니케이션을 가능하게 함으로써 정치부패의 온상이 되어 온 정치자금 분야에서도 개혁의 물꼬를 틀 것으로 기대된다. 이러한 맥락에서 최근 흥미로운 사례를 제공하고 있는 것이 이동통신 결제를 통한 정치기부금의 납부 문제이다. 신용카드, 인터넷 뱅킹, ARS 등과 더불어 2004년 들어 이동통신 결제를 통한 정치기부금 납부의 방식으로서 'e-크레딧'이라는 정치기부금 결제 솔루션이 도입된 바 있다. 이러한 인터넷 정치기부금 납부 서비스의 도입은 정치자금의 투명성을 제고함으로써 정치기부금의 음성적 이미지 때문에 후원을 꺼려온 많은 국민들이 인터넷으로 떳떳하고 편리하게 지지하는 정치인을 후원할 수 있는 제도로서 기대되고 있다. 아울러 정치자금 문화의 투명성을 제고하는 데 기여할 것으로도 기대된다.

한편 정치과정에서의 이동통신의 도입은 정치적 감시(surveillance)와 관련된 개혁의 문제를 제기한다. 소위 정보기관에 의한 휴대폰의 도청 문제나 개인정보보호 관련 문제에 있어서 이동통신 이용자들의 권익을 보장할 필요성이 제기된다. 특히 이동통신의 통화내역이나 결제내역 등과 관련된 정보들은 개인적인 차원에서 결정적인 인권과 사생활 침해의 소지가 있

기 때문에 시민단체들을 중심으로 해서 이에 대한 법제도적 보장의 문제가 제기되고 있는 것이다. 비슷한 맥락에서 이동통신은 정치권력을 역으로 감시하는 역설적 기능을 담당하기도 하는데 최근 확산되고 있는 디지털 카메라폰의 사용은 언제 어디에서나 일반 국민들에 의한 감시 기능의 위력을 보여주는 사례이다.

요컨대, 이동통신과 인터넷으로 대변되는 정보기술의 확산은 소위 산업화시대의 커뮤니케이션 양식에 기반을 두고 있는 기존의 정치조직이나 정치제도의 개혁을 가속화시키는 요인으로 작용할 것이다. 그런데 이러한 과정에서 특히 유의하여야 할 점은 법제도의 개혁과 함께 한국사회의 정치문화 개혁이 병행되어야 한다는 점이다. 실제로 한국의 정치문화는 농경사회의 전통에 뿌리를 두고 급속한 산업화의 과정에서 변형되면서 생성된 모습을 지니고 있는데 새롭게 부상하는 정보사회의 특성에 맞게 적용하는 과정을 겪게 될 것이다. 더 말할 나위도 없이 이러한 정치문화의 개혁을 바탕으로 하여야만 이동통신으로 대변되는 커뮤니케이션 양식을 제대로 담아내는 법제도적 틀을 마련할 수 있을 것이다.

IV. 이동통신과 정치지형의 변화

1. 새로운 정치세대의 등장

이동통신이 정보변동에 미치는 영향은 정치과정과 정치제도의 변화에 미치는 영향을 넘어서 새로운 정치세대의 등장이라는 보다 더 거시적인 맥락에서 이해되어야 한다. 이러한 맥락에서 주목해야 할 것이 바로 이동통신과 인터넷이라는 정보기술의 확산과 같은 맥락에서 출현하고 있는 한국사회의 신세대문화이다. 나이는 20~30대, 사회적으로는 포스트 386세대, 1987년 민주화 운동을 분수령으로 최루가스와 화염병을 모르는 세대, 이들은 '형', '선배'라는 동지적·위계적 호칭 대신 '오빠', '누나'가 자연스럽게 '나는 나일 뿐'이다. 그러나 인터넷 세상에서 이들은 하나의 동질체이다. 다시 말해, 정치적인 면에서 그들은 평소 개인주의적이지만 어느 순간 하나의 방향성을 갖고 움직이는 역동적인 세대이다. 붉은 악마의 합성에서 촛불 시위까지, 이어 드라마틱한 사이버정치의 주역으로 떠오르기까지 엄청난 응집력으로 고정관념을 타파하고 있다. 그들은 경제 분야에서도 점차 중심권으로 진입하고 있다. 벤처기업은 대부분 20~30대가 최고 경영진으로 포진해 있다. 그런가 하면 20~30대는 모든 마케팅 전략의 출발점이 됐다. 생산과 소비의 핵심으로 자리잡아가는 것이다.

사회에서 이들 신세대는 '신인류'로 불리며 변화에 앞장서 인생관·가치관·사고방식·생활문화 등 모든 면에서 40~50대와는 다른 세계를 만들어 왔다. '우리는 안 그랬는데, 요즘 애들은

틀렸어'란 얘기를 유난히 많이 듣는 '뒀는' 세대다. 이들은 조직에 의한 개인생활 침해를 거부하고 자신만의 시간·공간을 중시한다. 평생직장의 개념이 없고 직장을 위해 생활을 포기하지 않는다. 이들의 태생적 배경은 경제개발이 탄력을 받아 고도성장을 질주하던 1960년대 중반 이후로 보릿고개를 경험하지 못한 세대이다. 이들은 선배·후배와 동지적 연대로 뭉쳤던 이전 세대와 달리 이념보다는 취미활동을, 투쟁보다는 엔조이를 앞세우는 개성과 대학생이다. 이들은 사회에 진출해서도 '충성'이란 집단주의 조직분화를 'NO'라고 말할 수 있는 개인적 자유주의로 바뀌어왔다. 세계화와 정보화도 이들이 누린 특권이다. 1990년대 초반 해외여행 자유화로 연수와 유학을 통한 외국 경험으로 국제적인 감각도 쌓았다. 특히 인터넷과 휴대폰의 등장으로 이들은 정적인 오프라인 세대와 대비된 동적인 온라인 세대로 자리매김 됐다.⁵⁾

2002년 제16대 대통령선거의 과정에서 이들 20~30대는 정치판의 주류로 떠올랐다. 이들이 부상한 배후에는 정보사회의 도래와 세계화의 중대라는 세계사적 대격변이 놓여 있다. 권위주의와 집단주의를 거부하고 자유주의와 개인주의를 선호하는 이들의 특성은 기성세대와 구분짓는 뚜렷한 경계다. 대선은 바로 이들이 우리 사회의 전면에 등장했다는 것을 알리는 서곡이기도 하다. 더불어 인터넷으로 상징되는 정보사회는 신세대와 기성세대 간의 차이를 빠른 속도로 벌려 놓고 있다. 정보화의 바람을

5) 황상민(2004), 『대한민국 사이버 신인류 : 페인, 그들이 세상을 바꾼다』, 21세기 북스.

타는 신세대가 갖는 감각과 그렇지 못한 기성세대가 갖는 감각은 다를 수밖에 없다. 이 점에서 세계관에서부터 개인적 취향에 이르기까지 신세대와 기성세대의 서로 다른 낯선 세계가 역설적으로 공존하는 게 한국 사회의 자화상이다. 20~30대의 폭발적인 에너지는 지난 2002년 6월 월드컵 길거리 응원 축제나 그 이후 촛불시위에서 목격된 바 있다. 감성을 중시하고 개인주의로 무장된 이 세대의 태도가 언제나 옳은 것은 아니다. 하지만 변화를 갈망하는 이들의 에너지가 21세기 변화하는 정보사회의 새로운 원천이 되고 있음은 분명하다.

이동통신이라는 매체는 바로 이러한 새로운 정치세대와 강한 친화성을 가지는 커뮤니케이션 매체이다. 다시 말해 이동통신은 신세대의 '코드(code)'에 맞는 매체인 것이다. 이동통신은 개인과 분리될 수 없는 커뮤니케이션의 수단이자 심리적 안정감마저도 주는 자기표현의 수단이자 자기의 분신이다. 또한 이동통신은 신세대가 정치적 잠재력을 결집하는 수단이자 정치사회적으로 억눌렸던 집단적·개인적 자아를 표현하는 수단이기도 하다. 다시 말해, 이동통신은 새로운 정치세대들이 독립적인 소통행위의 영역을 창출함으로써 복잡하고 다양한 사회적 관계 속에서 각자에게 의미 있는 사적 영역을 건설하고자 하는 행위, 즉 사민주의(私人主義, *privatism*)의 발로이다. 요컨대, 이동통신은 새로운 정치세대가 산업화 과정에서 '체계(system)'로부터 소외된 '삶의 세계(life-world)'를 복원하려는 과정과 일맥상통한다고 볼 수 있다.

2. 이동통신과 한국형 정치공동체

그러나 이러한 정치지형의 변동과정에서 주목할 것은 이러한 과정에 담겨있는 한국형 공동체의 형성 가능성이다. 다시 말해, 이동통신의 확산에서 발견되는 정치사회적 참여의 패턴은 한국인의 독특한 정서적 측면과 공동체 양상을 바탕으로 하고 있으며, 물질적 이익(interests)의 극대화보다는 정서적 동질감과 관념(ideas)의 유대를 중시하는 전통적 연고 중심의 공동체가 존재하고 있다. 이것이 바로 한국에서 인터넷과 휴대폰의 확산은 기술, 시장, 정책 등과 같은 수요와 공급요인과 관련될 뿐만 아니라 한국인들이 이들 정보기술을 채택하도록 뒷받침한 사회·문화적 조건과 밀접한 관계를 가지고 있다고 파악되는 이유이다.

실제로 IT의 확산은 정보사회를 향한 한국사회의 사회·문화적 변동과 밀접히 연관되어 있으며, 이는 19세기 말 이래로 진행되어온 한국의 근대화 내지는 산업화의 연속선상에서 이해되어야 한다. 이러한 변동의 과정에서 한국에 이어져 내려온 사회·문화적 요소들은 정보화의 초기 성공을 뒷받침하는 중요한 요소로서 작동하였다. 인터넷이나 휴대폰과 같은 정보기술의 확산으로 인해 증대된 의사소통 능력을 통해 근대화 과정에서 '체계'에 억압된 개인의 '생활세계'가 회복된다는 것이 정보화로 인한 사회·문화 변동의 보편적인 관찰이라고 할 수 있다. 그러나 한국의 정보화 과정이 보여주는 사회·문화적 특징은 이러한 관찰의 지평을 넘어서 체계로부터 회복되는 근대적 개인의 생활세계가 서구의 근대화 과정에서 나타난 것과 같이 이해관

계에 의해 분화된 이차집단적인 개인의 결합체로서 구성되는 것 같지는 않다. 한국의 정보화과정에서 회복된 개인의 생활세계는 개별적으로 재구성된다기보다는 다양한 일차집단적인 소그룹의 형태를 띠면서 재구성된다는 것이다. 이러한 소그룹 커뮤니케이션을 통하여 근대화의 과정에서 소외되고 단절된 한국인은 정서적 안정감을 추구하려는 것이라고 볼 수 있을 것 같다.

결국 한국에서의 공론장(publish sphere)의 가능성과 전통 문화의 잔존으로서 개념화되는 두 가지의 사회·문화요소가 결합해서 형성된 소위 '1.5차 집단'의 존재는 정보화의 전개에 지대한 영향을 미쳤다고 볼 수 있다. 이러한 사회·문화적 요인은 일제시대 이래 근대화 과정을 거치면서 한국사회의 전통적인 요소가 근대적인 요소와 복합되면서 형성된 사회경제적 산물이라고 할 수 있다. 가장 거시적인 국가와 경제의 영역에서는 산업화 과정에서 창출된 화연·지연·혈연의 유대들이 정보화의 단계에서도 정부의 정책과 비즈니스의 작동에 영향을 미치는 요소로서 남아 있었다. 이렇게 근대적인 공론장의 성숙과 한국적 전통의 공동체 문화가 교차되는 영역에서 한국 정보화의 가시적 성과도 이해할 수 있으며 더 나아가 그 한계에 대한 비판도 가능할 것이다. 이러한 맥락에서 볼 때 산업화의 과정에서 그러하였듯이 이러한 사회·문화 요인들은 정보화의 과정에서도 그 추진을 뒷받침하는 소위 정보화시대의 '아시아적 가치'로서 작용할지도 모른다. 이러한 정치사회 변동의 와중에 이동통신으로 대변되는 새로운 커뮤니케이션 양식의 등장이 놓여 있다.

V. 맺음말

2004년 3월 현재 약 3400만 명이 가입한 것으로 알려진 이동통신은 정치 분야에도 예외 없이 지대한 영향을 미치고 있는 것으로 파악된다. 이러한 맥락에서 이 장에서는 이동통신이 한국의 정치변동에 미치는 영향을 검토하였다. 이동통신이 정치 분야에 미치는 영향은 ① 정치과정의 변화, ② 정치제도의 변화, ③ 정치지형의 변화 등의 세 가지 측면에서 발견된다.

우선 이동통신을 통한 문자메시지의 활용은 사이버 선거전의 수단으로 등장하였으며, 여기서 더 나아가 이동통신은 정치과정에서 정치적 의사를 결집하고, 정치적 동원과 참여 양식의 변화에도 지대한 영향을 미치는 의사소통 수단으로서 등장하였다.

둘째, 이동통신의 활성화는 새로운 정치적 행위의 가능성을 펼침으로써 선거 및 정치활동과 관련된 법제도를 변화시키는 환경을 조성하고 있다. 이동통신과 인터넷을 통한 정치활동의 증대를 통해 정치의 투명성을 제고하고 정치조직의 탈권위주의 화를 촉발하며, 이러한 과정에서 정치부패를 방지하는 정치개혁의 효과를 거둘 가능성이 마련되고 있다. 아울러 이동통신이 제공하는 새로운 커뮤니케이션의 환경은 전통사회에 뿌리를 두는 정치문화의 개혁 필요성도 제기하고 있다.

끝으로, 이동통신이 야기하는 가장 거시적인 정치변화는, 이동통신이라는 매체가 소위 386세대와 2030 디지털 세대라는 새로운 정치세대의 등장과 맞물리고 있다는 점이다. 탈권위주의적이고 탈인습적인 이들 정치세대들은 이동통신과 같은 개인적 커

미디어의 수단을 통해서 정치적 잠재력을 결집하고, 정치사회적으로 억눌렸던 집단적 또는 개인적 자아를 표현하는 수단으로서 활용하고 있다. 한국에서 이동통신의 급속하고 광범위한 확산이 단순한 의사소통매체의 확산을 넘어서 한국 사회·문화의 거시적 변동이라는 함의를 지니고 있는 것은 바로 이러한 이유 때문이다.

18장 모바일 시대, 이동전화의 문화

ㅣ 민경배 ㅣ

1. 정보화의 진화와 모바일 시대

1. 정보화의 진화과정

네티즌이나 N세대니 하는 말에 이제 겨우 익숙해진 구세대들은 요즘 또 당혹스럽다. M세대(mobile generation)니 모티즌(mobile + netizen)이니 하는 낯선 단어들에 불쑥 튀어나왔기 때문이다. “사랑은 움직이는 거야.”라는 광고의 외침은 “인터넷은 움직이는 거야.”라는 새로운 강령을 선포하고 있으며, “400번 달려줘.”라는 주문은 이동전화에 들어온 문자메시지를 확인하는 방법도 제대로 몰라서 짹짹대는 구세대들에게는 무시무시한 압력으로 느껴질 뿐이다. 컴맹과 넷맹의 서러움에서 간신히 벗어난 게 불과 엇그제건만 이들에게 모바일 인터넷은 또 하나의