

031003131 031003131  
312243 001312243  
21229 31042  
201669654  
542 542153256 542153256  
51800326103261  
41287642376423  
234243124  
2131  
761213112  
013122732  
031003131  
001312243  
310421229

# 스마트-소셜 시대의 민주주의와 거버넌스

류석진 외

2011. 11



1. 본 연구보고서는 방송통신위원회의 방송발전기금으로 수행한 「디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅲ)」외 연구결과입니다.
2. 본 연구보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 방송통신위원회 「디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅲ)」외 연구결과임을 밝혀야 합니다.

# 스마트-소셜 시대의 민주주의와 거버넌스

2011. 11

연구기관: 서강대학교  
연구책임자: 류석진(서강대학교 교수)  
세부책임자: 윤성이(경희대학교 교수)  
장우영(대구가톨릭대학교 교수)  
송경재(경희대학교 연구교수)  
금혜성(숙명여자대학교 연구원)



## 제 출 문

정보통신정책연구원 원장 귀하

본 보고서를 「스마트-소셜 시대의 민주주의와 거버넌스」의 최종보고서로 제출합니다.

2011. 11. 30

연구 기관 : 서강대학교

연구 책임자 : 류석진(서강대학교 교수)

세부 책임자 : 윤성이(경희대학교 교수)

장우영(대구가톨릭대학교 교수)

송경재(경희대학교 연구교수)

금혜성(숙명여자대학교 연구원)

## 목 차

요약문 .....	9
제 1 장 서 론 .....	17
제 1 절 연구의 필요성 .....	17
1. 국내의 환경 및 동향 .....	17
2. 연구의 필요성 .....	17
3. 연구의 독창성 .....	18
제 2 절 연구목적 및 연구내용 .....	19
1. 의식조사: 한국 사회에 친화적인 민주주의 모델 탐색 .....	19
2. 사례연구: 스마트-소셜의 한국정치에의 영향 연구 .....	20
3. 비교연구: 글로벌 네트워크 정치의 특성 .....	20
제 2 장 디지털 시대 융합 거버넌스의 등장과 민주주의 패러다임 변화 .....	22
제 1 절 문제제기 및 이론적 배경 .....	22
제 2 절 연구방법론과 연구문제 .....	28
1. 연구방법론과 변수 조작화 .....	28
2. 연구문제와 표본개요 .....	30
제 3 절 어떤 참여를 원하는가? .....	32
1. 거버넌스 층위별 분석: 중앙정부, 지방정부, 커뮤니티 .....	34
2. 이슈별 분석: 전문적 이슈 vs. 이해관계적 이슈 .....	38
제 4 절 누가 참여를 원하는가? .....	47
1. 거버넌스 참여자의 사회경제적 특성 .....	48
제 5 절 왜 참여를 원하는가?: 참여의 결정요인 .....	55

제 6 절	바람직한 민주주의의 모델: 융합 거버넌스 .....	60
제 3 장	스마트-소셜 네트워크의 확산이 한국정치에 미치는 영향 .....	64
제 1 절	문제제기: ICTs 발전과 대의정치, 쇠퇴인가, 적응인가 .....	64
제 2 절	분석 시각과 전략 .....	66
1.	이론적 논의: 플랫폼 정치와 정치의 사인화 .....	66
2.	분석의 층위 .....	70
3.	연구방법 .....	74
제 3 절	웹페이지 단계의 대의정치: 점포형 플랫폼 .....	75
1.	웹페이지 플랫폼과 정치제도의 수용성 .....	75
2.	대의정치의 전략 및 시민사회와의 관계 .....	80
3.	점포형 플랫폼의 특징 .....	86
제 4 절	웹로그 단계의 대의정치: 호객형 플랫폼 .....	88
1.	웹로그 플랫폼과 정치제도의 수용성 .....	88
2.	대의정치의 전략 및 시민사회와의 관계 .....	94
3.	호객형 플랫폼의 특징 .....	101
제 5 절	스마트-소셜 단계의 대의정치: 맞춤형 플랫폼 .....	103
1.	스마트-소셜 네트워크 플랫폼과 정치제도의 수용성 .....	103
2.	대의정치의 전략 및 시민사회와의 관계 .....	110
3.	맞춤형 플랫폼의 특징 .....	121
제 6 절	스마트-소셜스피어의 미시정치: 2011년 4·27 재보궐선거를 중심으로 .....	123
1.	소셜 네트워킹 전략 .....	123
2.	정치적 소통 전략 .....	132
제 7 절	소 결 .....	138
1.	대의정치의 쇠퇴인가? 적응인가? .....	138

2. 대의정치 플랫폼은 어떻게 변화되어왔는가? 특이성과 공통성은 무엇인가? .....	139
3. 스마트-소셜 정치과정의 요체와 함의는 무엇인가? .....	140
4. 스마트-소셜 선거의 동학은 어떻게 전개되는가? .....	142
5. 스마트-소셜 정치의 과제는 무엇인가?: 소셜의 정치화에서 정치의 소셜화로 .....	143
<b>제 4 장 스마트-소셜 미디어와 글로벌 네트워크의 정치</b> .....	145
제 1 절 문제제기 .....	145
1. 스마트-소셜 미디어에 의한 구조와 주체의 변화 .....	146
2. 사회의 네트워크화와 네트워크의 사회화 .....	147
3. 스마트-소셜 미디어 미시 분석의 필요성 .....	149
제 2 절 일상적인 사회운동의 다차원 글로벌 네트워크 .....	150
1. 사회적 개인화 단계 .....	150
2. 공조와 유대의 네트워크 형성 단계 .....	152
3. 싱글 이슈의 복합 네트워크 발현 단계 .....	155
제 3 절 변혁적인 혁명의 글로벌 네트워크 .....	160
1. 혁명의 세 층위: 중동시민혁명(2011년) .....	160
2. Occupy WallStreet(2011년) .....	165
3. 스마트-소셜 미디어 매개 정치 네트워크 모델 .....	171
제 4 절 글로벌 네트워크 변화의 특징과 정책적 시사점 .....	174
1. 안정과 변혁기의 스마트-소셜 미디어 역할 .....	174
2. 스마트-소셜 미디어 매개 네트워크 사회변화 .....	177
3. 정책적 시사점 .....	178
<b>참고문헌</b> .....	181
<b>부 록</b> .....	195

## 표 목 차

〈표 2-1〉	층위별·이슈별 거버넌스의 시민참여 지표	30
〈표 2-2〉	표본의 개요	32
〈표 2-3〉	이슈별 정책결정 선호 집단별 지방자치단체 신뢰도	41
〈표 2-4〉	중앙정부의 이슈 성격과 정책결정 선호집단	45
〈표 2-5〉	지방정부의 이슈 성격과 정책결정 선호집단	45
〈표 2-6〉	커뮤니티의 이슈 성격과 정책결정 선호집단	45
〈표 2-7〉	표본의 개요	48
〈표 2-8〉	중앙정부수준의 정책결정 선호집단 간 사회경제변인 비교	49
〈표 2-9〉	지방정부수준의 정책결정 선호집단 간 사회경제변인 비교	51
〈표 2-10〉	커뮤니티수준의 정책결정 선호집단 간 사회경제변인 비교	51
〈표 2-11〉	대의와 직접참여 선호집단 간 디지털 효과 비교	54
〈표 2-12〉	중앙정부수준의 정책결정 선호집단 간 의식비교	56
〈표 2-13〉	지방정부수준의 정책결정 선호집단 간 의식비교	57
〈표 2-14〉	커뮤니티수준의 정책결정 선호집단 간 의식비교	59
〈표 2-15〉	성별 중앙정부에서의 대의/참여 선호방식	63
〈표 3-1〉	ICTs 환경과 대의정치 플랫폼 변화	65
〈표 3-2〉	정당의 조직·기능·사회적 관계 특징 비교	68
〈표 3-3〉	연구의 분석틀	73
〈표 3-4〉	웹 1.0 플랫폼과 점포형 대의정치 플랫폼 비교	87
〈표 3-5〉	16대 대선과 17대 대선에서의 인터넷 보급 현황 비교	89
〈표 3-6〉	16대 대선과 17대 대선에서의 인터넷 활용 현황 비교	90
〈표 3-7〉	연령대별 인터넷 인구 비율	90

〈표 3-8〉 한국의 연도별 온라인 참여지수 순위 .....	98
〈표 3-9〉 16대·17대 대선 팬클럽 사이트 선거참여도 비교 .....	99
〈표 3-10〉 2002년·2007년 새천년민주당·대통합민주신당·한나라당 경선제도 비교 .....	101
〈표 3-11〉 웹로그 플랫폼과 호객형 대의정치 플랫폼 비교 .....	101
〈표 3-12〉 트위터 선거 규제 기준 .....	108
〈표 3-13〉 SNS 확산에 따른 현행 선거제도의 한계와 개선책 .....	109
〈표 3-14〉 국회의원 트위터 계정 증가 추이(%는 의원 전체 비율, 2011년 7월 13일 현재) .....	111
〈표 3-15〉 2010~2011 사이의 세 차례 선거의 차이점 .....	115
〈표 3-16〉 일반 국민과 트위터 이용자의 이념 성향 분포 .....	116
〈표 3-17〉 정치인들의 페이스북 개설 현황(2011년 6월 30일 현재) .....	119
〈표 3-18〉 정치인들의 SNS 활용 유형과 영향력 .....	120
〈표 3-19〉 SNS 플랫폼과 맞춤형 대의정치 플랫폼 비교 .....	122
〈표 3-20〉 4·27 재보선 후보들과 정당들의 트윗 활동 현황 (2011. 4. 27. 현재) .....	125
〈표 3-21〉 4·27 재보선 기간 동안 후보와 정당의 트윗 활동 현황 (2011. 1. 1~4. 27) .....	126
〈표 3-22〉 후보들과 정당들의 팔로어 공유 현황 .....	128
〈표 3-23〉 후보별 국회의원 팔로어 공유 현황 .....	129
〈표 3-24〉 액티비스트 트위터 캠페인 활동 .....	131
〈표 3-25〉 액티비스트 프로파일 .....	132
〈표 3-26〉 내용분석 유목(2011. 1. 1.~4. 27.) .....	133
〈표 4-1〉 트위터를 통한 재해 알림 및 속보 사례 .....	151
〈표 4-2〉 안정과 위기시의 미디어 역할 비교 .....	175

## 그 립 목 차

[그림 2-1]	바람직한 민주주의 모델 .....	26
[그림 2-2]	융합 거버넌스란? .....	28
[그림 2-3]	참여수준과 설문예시 .....	33
[그림 2-4]	거버넌스 층위별 참여지수 .....	35
[그림 2-5]	중앙정부수준의 바람직한 시민참여 단계 .....	36
[그림 2-6]	지방정부수준의 바람직한 시민참여 단계 .....	37
[그림 2-7]	이슈별 참여지수 .....	38
[그림 2-8]	중앙정부 수준의 이슈별 정책결정 방식 .....	39
[그림 2-9]	지방정부 수준의 이슈별 정책결정 방식 .....	40
[그림 2-10]	제도 신뢰(평균) .....	41
[그림 2-11]	커뮤니티 수준의 이슈별 정책결정 방식 .....	42
[그림 2-12]	거버넌스 층위 간 전문적 이슈 결정 방식 .....	43
[그림 2-13]	거버넌스 층위 간 이해관계적 이슈 결정 방식 .....	44
[그림 2-14]	거버넌스 층위 별 직접참여 선호집단 비중 .....	52
[그림 3-1]	ICTs 발전과 대의정치의 적응 모델 .....	69
[그림 3-2]	한국 트위터 이용자수 증가 추이 .....	104
[그림 3-3]	스마트폰 보급 현황(2011. 9) .....	105
[그림 3-4]	10·26 재보궐선거의 대결 구도 .....	113
[그림 3-5]	트위터 공간에서의 나경원vs.박원순 후보의 트윗 트래픽 .....	117
[그림 3-6]	후보들의 국회의원 팔로어 연결망 .....	130
[그림 3-7]	후보들의 트위터 커뮤니케이션 유형과 목표 .....	134
[그림 3-8]	후보들의 트위터 작성수단과 전달방식 .....	136

[그림 3-9] 후보들의 트윗 메시지 이슈 분포 .....	137
[그림 3-10] 후보들의 트윗 메시지 작성의 원천 .....	138
[그림 4-1] 스마트-소셜 미디어와 글로벌 네트워크 정치의 특징 .....	146
[그림 4-2] ‘이 거리를 바꾸자’의 운영 방식 .....	152
[그림 4-3] 우사히디 .....	153
[그림 4-4] Social Fish의 활동 전략 .....	157
[그림 4-5] 누리통 .....	160
[그림 4-6] 이집트 혁명 당시의 트위터 해시 태그 분포 .....	161
[그림 4-7] 서구의 중동혁명에 대한 반응의 시차 .....	162
[그림 4-8] occupywallst.org .....	166
[그림 4-9] occupywallst.org의 구글맵 서비스 .....	167
[그림 4-10] 월스트리트 점령 시위에서의 스마트-소셜 미디어 사용 규모 .....	169
[그림 4-11] 월스트리트점령 시위의 트위터 네트워크 분석 .....	170
[그림 4-12] 스마트-소셜 네트워크의 작동 메커니즘 .....	172
[그림 4-13] 안정과 위기시의 미디어 활용 변화 .....	175
[그림 4-14] 안정기와 변화기의 네트워크 형태에 대한 개념도 .....	176
[그림 4-15] 스마트-소셜 미디어를 매개로 한 일상과 변화의 구조 .....	177



## 요 약 문

### 1. 연구의 배경 및 목적

오늘날 등장하고 있는 다양한 정치사회적 갈등에서 스마트-소셜의 매개 역할이 크게 나타나고 있다. 동시에 변화과정에서 민주주의의 의미 체계와 거버넌스의 운영원리 및 작동방식도 중대한 변화를 초래하고 있다. 우리는 이를 스마트-소셜 시대의 민주주의로 규정하여 이를 기술적 특징과 운영방식을 반영한 융합거버넌스(Convergence-Governance)로 규정할 것이다.

이러한 융합거버넌스 연구가 필요한 이유는 정부·시장·시민사회 등 행위자 기반의 전통적인 거버넌스 모형의 해석력이 떨어지기 때문이다. 이에 본 연구에서는 글로벌, 중앙/지방, 개인 등 융합환경에 보다 부합하는 다층화된 복합적 층위(layer) 기반의 대안적 거버넌스 모형을 제시한다. 소셜 네트워크 서비스(Social Network Services; 이하 SNS)로 인해 추동되는 ‘사회의 분자화’라는 변화에 대해 기존의 관성적인 ‘제도의 분자화’로는 실효성이 없다. 제도가 분화된 사회를 대상으로 반응한다면 사회변화를 수렴하지 못한 지체단계를 벗어나기 어렵다. 또한 단순한 제도의 지체에서 머물지 않고 다수의 제도 피해자만을 양산하여 사회분열을 촉진할 수 있다.

본 연구는 스마트-소셜이라는 최근의 매체환경 변화와 거버넌스의 역동적 진화 사이의 상호작용에 대한 최초의 체계적 연구이다. ‘갈등’을 중심으로 갈등에 대한 조정과 행위자 및 층위에 대한 세부적인 변화구조를 설명하는 동적인 연구구조로 형성된다. ‘관계’를 중심으로 하부, 중간, 상부 구조간 관계의 거버넌스를 강조한다. 이를 위해 다차원의 연구를 수행하는데, 민주주의의 내포를 설명할 수 있는 ‘의식조사’를 병행하여 연구의 객관성을 담보하고, 스마트-소셜의 변화가 한국 정치에 미친 영향을 세부적인 ‘사례조사’를 통해 실증한다. 또한 국내적 차원뿐만 아니라 글

로별 차원에서의 일상적인 거버넌스와 혁명과 같은 폭발적인 사건에서의 거버넌스의 분열을 비교 고찰한다.

## 2. 주요 연구 내용

### 가. 디지털 시대 융합거버넌스의 등장과 민주주의 패러다임 변화

본 연구에서는, 인터넷 이메일 조사를 실시하여 현 단계 한국의 거버넌스 유형이 과거와 같은 획일적이고 단일한 모델이 아닌란 점에 주목했다. 그리고 연구에서는 이를 새롭게 등장하는 다양한 사회경제적 변인과 시민의식의 특성을 고려하여 누가, 어떻게, 그리고 왜 참여하는지에 대해 계량적으로 분석하고자 했다.

1,052명을 대상으로 온라인 설문을 실시하여 융합거버넌스와 민주주의 패러다임의 변화 및 한국사회에 친화적인 민주주의 모델을 탐색한 결과, 대표자가 결정은 하지만 시민의 참여가 확대되는 참여민주주의 제도를 선호하는 것으로 나타났다. 이는 대의제 틀 내에서 바람직한 민주주의 모델을 모색해야 하는 필요성을 타나내는 것이다. 또한 커뮤니티 참여에 대한 선호가 높게 나타났으며, 전문이슈보다는 이해관계이슈일 때 참여지향성이 더욱 강하게 나타났다.

이상의 연구를 종합하여 연구자들은 층위별·이슈별 참여의 유형을 체계화하여 복층적인 융합거버넌스로 이를 재구성하고자 한다. 그리고 이를 고정화된 민주주의에 대한 대칭 개념으로서 하이브리드 민주주의(hybrid democracy)로 규정하고자 할 것을 제안한다.

### 나. 스마트-소셜 네트워크의 확산이 한국정치에 미치는 영향

연구 내용은 4가지로 요약할 수 있다. 첫 번째 연구는 스마트-소셜 네트워크 시대 대의정치의 위기에 대한 분석이다. 거시적 시각에서 대의정치 쇠퇴론은 제고의 여지가 크다. 왜 그러는가? 역사적으로 대의제는 사회정치적 위기의 산물이었고, 대

의정치 집단은 위기에 대한 적응(adaptation) 전략을 통하여 존속과 발전을 도모해왔다. 이러한 시각에서 이 연구는 정보화 및 스마트-소셜 네트워크 시대에 대의정치 집단이 어떠한 적응 전략을 통해 위기를 타개하고 변화·발전을 도모하는지를 분석한다. 종래의 매스미디어의 역할이 그러했던 것처럼, 급속하게 발전하고 있는 ICTs는 대의정치 집단의 유력한 동원자원으로 정치과정의 재구조화를 촉진해왔다.

두 번째, 대의정치 플랫폼 변화와 특이성과 공통성은 무엇인가에 관한 분석이다. 동시에 대의정치 플랫폼은 점포형(store type), 호객형(touting type), 맞춤형(constituents-specific type)으로 변모해왔으며, 각 유형은 시기별로 대의정치 집단의 관념, 전략, 관계 맺기, 동원에서 차이를 드러낸다. ‘점포형’은 웹 1.0에 조응하는 모델로서, 웹사이트에 찾아오는 한정된 정치 고객들과 일방향적으로 관계를 맺으며 주로 정보제공 효과에 치중한다. ‘호객형’은 웹 2.0에 조응하는 모델로서, 블로그와 포털 토론장과 같은 보다 개방된 공간에서 많은 정치 고객들과 쌍방향적으로 관계를 맺으며 정보교환과 연대 효과를 거둔다. ‘맞춤형’은 스마트-소셜 네트워크에 조응하는 모델로서, 트위터 등의 소셜스피어에서 대규모의 정치 고객들과 전방위적 관계를 맺으며 소통을 넘어 네트워킹과 동원 효과를 촉진한다.

세 번째 연구는 스마트-소셜 정치과정의 3가지 특징을 추출했다. 첫째, 시민과 대표 간의 유기적인 관계 맺기와 평판시스템(reputation system)에 토대한 탈근대 정치가 발흥하고 있다. 둘째, 정치적 대안세력의 등장과 정당체제의 재편을 대단히 가속적으로 촉진하고 있다. 셋째, 정치주체의 다변화와 새로운 대의정치 모델의 창안이 촉진되고 있다. 시민으로 통칭되는 정치 행위자는 기실 다양한 사회경제적 맥락에 놓여 있는 존재들이다. 시민은 세대, 계층, 성, 문화 등을 기축으로 다원적 이해와 요구를 제기한다. 요컨대, 기성 정당들에 대한 압박과 함께 새로운 정당모델을 지향하는 시민의 자기결사라는 새로운 정치실험이 SNS 공간을 기반으로 전개되고 있다.

네 번째 분석내용은 스마트-소셜 선거의 동학에 대한 연구이다. 2011년 6·2 지방선거 이래 금년 4·27 및 10·26 재보선은 SNS가 종래의 선거 관행을 일신하고 기성 정치집단의 변화 혹은 새로운 정치세력으로서의 교체를 표출하는 요구로 이해된다.

우선 이념을 기축으로 SNS 선거캠페인의 관념, 전략, 효과는 매우 대조적으로 나타났다. 이는 보수의 정체와 진보의 역동성으로 대별되며 그 효과 또한 진보의 승리로 귀결되었다. 진보 그룹 내에서도 제3세력의 활약은 기성 정치집단에 심각한 경종을 울려주었다.

최근 SNS 선거캠페인은 세대와 계급 같은 선거경쟁의 기축이 복원되고 있음을 확인시킨다. 선거 결과와 본문의 분석에서도 드러났듯이, SNS 공간의 지배적인 사회정치 담론구조는 이미 계급과 세대를 축으로 하는 균열을 각인시켰다. 그리고 이는 인증샷 캠페인이나 출퇴근길 투표 혁명과 같은 선거참여 방식으로 표심을 확인시켰다. 특히 트윗의 증가량과 투표율의 증가율이 동반 상승하는 현상은 SNS의 동원효과를 시사하였다. 이에 따라 기존의 선거에서 40대 이상과 보수층에 의해 좌우되던 선거 결과가 20~30대 젊은 층과 진보의 투표참여도에 의해 좌우되는 양상이 반복적으로 연출되었다. 그리고 이는 향후 정당체제 변동에서도 적지 않은 영향을 미칠 것으로 예측된다. 즉 20~30세대가 변혁적으로 현 정당체제에 대한 비선호를 드러낸 반면, 50~60세대는 안정 회귀적으로 기성 정당체제에 대한 선호를 표출하였다.

#### 다. 스마트-소셜 미디어와 글로벌 네트워크의 정치

스마트-소셜 사회변화는 국내적 차원에만 머물러 나타나는 것이 아니다. 공간과 국경의 제한이 없는 네트워크 공간에서는 국내적 차원의 변화가 세계 차원으로 확대되고, 세계적 차원에서의 변화가 국내적 차원에도 영향을 미칠 수 있다.

스마트-소셜 미디어로 비롯되는 세계정치의 큰 변화를 행위자, 의제, 구조의 차원으로 분석한 결과, 일상적인 공조에서는 사회적 개인화의 참여, 공조와 유대의 네트워크, 싱글 이슈의 위력과 복합 네트워크의 발전이라는 현상이 강하게 나타났으며, 급변기의 혁명에서는 혁명 의제에 대한 소셜 네트워크화, 융합 네트워크화, 집합적 여론 형성의 네트워크화가 나타났다. 여기에서 스마트-소셜 미디어는 사회변화를 추동하는 ‘독립변수’가 아니라 네트워크와 행위자의 변화를 촉진시키는 ‘매개’와

‘촉진’ 기능을 한다.

스마트-소셜 미디어로 추동되는 일상-의제-혁명의 진화모델은 소셜네트워크, 융합적 네트워크, 집합적 여론형성의 네트워크라는 세 층위의 융합적 특성을 보인다. 즉, 블로그와 페이스북의 담벼락 등 일종의 정보보관소에서 추동된 변되는 트위터의 해시태그와 RT에 의해 매개되는 소셜 네트워크화 단계를 통해 다양한 정보 생산과 플랫폼으로 확산이 이루어지고, 다음으로 멀티미디어 콘텐츠와 모바일간의 융합적 네트워크 단계에서는 유튜브, 플리커, 데일리모션, 밤유저 등에서 동영상이나 이미지와 트위터의 메시지가 결합하여 이슈 매개 현상이 발생하며, 최종적으로 행위자와 행위자의 매개 및 집합적 여론형성의 네트워크가 이루어진다. 그 전체적인 과정은 매개가 일어나는 속도에 따라 좌우의 폭이 줄었다, 늘었다 변화할 수 있으며, 이러한 네트워크는 첫째, 매시업과 연동된 속보성, 둘째, 네트워크의 자발성, 셋째, 네트워크의 매개성이라는 특성을 보인다.

스마트-소셜 미디어는 독립변수라기보다는 매개변수로써 혁명을 촉발시키고 심화시키는 순간에 촉발적인 플랫폼으로 작동한다. 통상적으로 약한 유대와 강한 유대가 공존하는 네트워크 속성이 혁명이라는 정치적 급변의 사건 속에서는 강한 유대로 강력하게 전환되어 표현된다. 이와 같은 과정은 사회적 원자(social atom)로서의 시민이 강한 유대에 의해 사회에 반응하면서 강한 유대를 형성하고 네트워크를 확장하여 사회를 변화시킨다는 것을 의미한다. 즉, 기술매개의 관점에서 네트워크는 직접적으로 사회를 변화시킨다기보다는 사회변화의 거대한 촉매로 작용할 수 있다.

### 3. 정책적 시사점: 거버넌스의 융합화, 유연화 그리고 정치의 소셜화

첫째, 융합거버넌스와 민주주의 패러다임 분석에서는 2가지의 중요한 정책 시사점을 발견했다. 먼저, 현 단계 한국의 거버넌스는 다양하게 나타나고 있으며, 이를 하이브리드 민주주의(hybrid democracy)로 규정할 필요가 있다. 그것은 과거와 다른 방식의 정책에 대한 접근 플랫폼이 생성되었기 때문이다. 쿠이만의 지적대로 이를

상호작용성 속에서 이슈와 층위에 따라 유연하게 형성되는 거버넌스로 정의한다면 하이브리드 민주주의는 마치 하이브리드 자동차(hybrid car)처럼 두 가지 다른 방식의 동력원을 합한 민주주의를 지칭한다. 보다 엄밀한 사회과학적인 개념을 규정한다면, 하이브리드의 어원이 특정한 목표를 달성하기 위해 두 개 이상의 요소가 합친 것을 의미하듯이 민주주의를 보다 발전시키기 위한 방식에서 확일정보다는 다양화해야 하고 시민들의 참여지향성이 중앙정부, 지방정부, 그리고 커뮤니티 수준에서 다르게 나타나므로 이를 잘 조율할 수 있는 다원화 된 제도적 틀의 필요성이 더욱 요구된다. 시민들은 층위·이슈의 성격에 따라 각기 다른 참여와 대의의 지향점을 가지고 있다. 여기에 이념과 성, 교육 등의 사회경제적 변인에 따라 중앙정부 수준과 지방정부, 그리고 커뮤니티 수준에서의 참여행태도 다르게 나타나고 있다. 때문에 필연적으로 디지털 시대의 거버넌스는 어떤 층위에서는 참여를 선호하고, 다른 층위에서는 대의를 선호하거나, 어떤 이슈에서는 참여를 선호하고 또 다른 이슈에서는 대의를 선호하는 혼용된 형태로 발현될 수밖에 없는 것이다. 그런 맥락에서 정부와 지방정부 차원에서도 향후 거버넌스의 유형은 단일하기 보다는 이슈와 층위에 따라 다양하게 설계할 필요가 있다. 구체적으로 간단한 정책간담회로 해결될 사안의 성격과 층위가 있는 반면 광범위한 토론과 장시간의 논쟁이 필요한 층위와 이슈도 있기 때문이다.

둘째, 정부는 국민을 단일한 상으로 바라보기 보다는 다층적인 이해관계를 가진 혼용적 시민으로 보고 각 층위에 따라 이슈에 따라서 각기 다른 정책결정참여의 채널, 즉 거버넌스 모델을 만들어야 할 것이다. 이를 바탕으로 다양하고 층화적인 융합 거버넌스를 구축하여 진일보된 민주주의를 구축하기 위한 여러 실험을 할 필요성이 있다. 이미 선진국에서 논의되고 있는 복잡한 사회이슈에 대해 깊이 있는 공론 파악을 위해 실시하는 공론조사(deliberative poll)나 시민이 참여할 수 있는 틀인 합의회의(consensus conference)와 같은 심의민주주의적인 요소들을 도입하는 것도 고려해볼만하다. 이에 상향식(bottom-up) 참여를 확대하기 위한 커뮤니티 수준의 노력을 중앙정부에서도 제도적으로 도입하여 직접참여 지향성을 가진 집단의 에너지를

체제내적으로 융화시키는 것도 필요할 것이다.

셋째, 스마트-소셜 시대로의 진입에 따른 한국정치의 과제를 제시했다. 스마트-소셜 정치의 과제는 정치주체와 정치환경의 두 측면에서 제기될 수 있다. 우선 정치주체의 측면에서, 시민 에너지를 결집한 소셜형 대의정치 플랫폼을 발전시켜나가야 한다. 스마트-소셜 환경 초기 국면에서 확산되고 있는 기성 정치에 대한 회의와 불신은, 소셜의 정치화가 역동적인 반면 정치의 소셜화는 정체되어 있음을 시사한다. 스마트-소셜은 도구나 기능의 범주를 넘어 유기체적 문화와 패러다임이 그 본질이라 할 수 있다. 따라서 시민과 대표가 정치적으로 융복합되는 대의정치 플랫폼을 정초하는 적용전략이 요청된다. 이런 면에서 기성 정치의 반명제로 확산되고 있는 제3세력의 정치세력화 동향, 10·26 재보선의 함의, 팟캐스트와 소셜테이너 주도의 대항공론장의 복원은 대의정치 집단에게 성찰의 전기를 제공한다.

다음으로 정치환경의 측면에서, SNS 규제의 제도적 합리성을 추구해야 한다. SNS라는 정치과정의 새로운 블랙박스에서 어떠한 피조물이 빚어질지 예단하기는 쉽지 않다. 다만 SNS가 미디어라는 측면에서 다른 미디어와 마찬가지로 사회적 규범과 책무가 부과되어야 하지만, SNS라는 매체의 특성을 고려하지 않은 채 타율적으로 규제하거나 정치적 의도를 투영하는 현재의 관행은 타개되어야 한다. 그리고 어떠한 미디어에 대한 규제라고 할지라도 그것이 민주주의 체제의 헌법 가치에 부합하고 이용자 문화와 자율 규범에 근거해야 한다는 것을 각인할 필요가 있다.

넷째, 글로벌 네트워크의 정치에서는 두 가지 함의를 추출할 수 있었다. 먼저, 정부의 유연하고 신속한 ‘대응’의 중요성이 제기되었다. 본질적으로 네트워크가 단절되는 경우는, 첫째, 각 단위에 제도가 억압이나 통제로 인위적으로 개입하는 경우, 둘째, 일상적인 감시에 의해 행위자들의 자기검열이 상시화되는 경우이다. 이 두 가지 제도적인 변수는 콘텐츠나 개인의 참여의 흐름을 막고 균열을 조장하고 갈등을 야기한다. 이러한 제도적 개입의 양상은 독재국가뿐만 아니라 민주주의 국가에서도 상시적으로 이루어지는데 데이터의 전유가 사회의 통제를 좀 더 쉽게 할 수 있다는 근시적 판단을 정부가 내리는 경우이다. 그러나 정부가 사회의 흐름을 인위적으로

차단한다면 스마트-소셜 미디어를 매개로한 자유로운 네트워크의 성장은 단기간 혹은 잠시 중단될 수 있지만 기본적으로 이미 성장하기 시작한 정치문화의 흐름 자체를 역행시키기는 어렵다. 시민사회의 자유로운 ICT 사용에 비해 일방적이고 강압적인 정부의 네트워크 통제 전략은 비효과적이기도 하거니와 무엇보다 네트워크의 속성을 이해하지 못한 수동적 대응이다. 그렇기 때문에 그러한 통제가 정부에 대한 신뢰를 상실하고 저항하게 만드는 계기로도 작용하여 모든 단계가 축약된 변혁기 혹은 혁명의 네트워크로 전환할 수 있다. 여론의 빠른 전환과 네트워크의 확장은 또 다른 정치의 장(場)이 되어가고 있다는 것을 인식함으로써 연결된 네트워크에서의 정부와 시민사회의 공존 방안을 모색하는 것이 사회발전에 기여하는 첫걸음이라는 것이다. 현재로서는 스마트-소셜 미디어가 저항의 기능을 하고 있고, 국정운영방식은 물론 아니지만 스마트-소셜의 저항에 내재되어 있는 제도적 의제를 포함한 에너지를 어떻게 제도와 조율시킬 것인가에 대한 모색이 필요하다.

둘째, 글로벌 네트워크에서 ‘거버넌스’ 구축의 필요성이 높아지고 있다. 스마트-소셜 미디어를 매개로 한 글로벌 네트워크에서는 일국적 변화에 대한 정보가 신속하게 세계로 전파되거나(2011년 중동혁명), 일국적 시위가 다국적 시위로 일상화될 수 있다(2011년 월스트리트 점령 시위). 따라서 국내 정부 대응의 어려움뿐만 아니라, 국제 제도 정치와 조율할 수 있는 국제적 공조의 거버넌스를 구축해야 하는 필요성이 증대되고 있다. 인터넷 거버넌스의 대표적인 조직인 ICANN은 위계없는 수평적 협의를 통해 전세계에서 발생하는 인터넷 쟁점의 최소 규율을 제시하고 있는데, 이와 같은 ICANN의 장기적으로 꾸준한 거버넌스 구축 과정은 현재의 소셜-미디어 의제를 다룰 수 있는 거버넌스 구조에 시사하는 바가 크다. 즉, 누구나 평등한 발언권을 가지고 수평적이면서도 연계한 협의과정을 거치면서 각국의 동의를 구하고 문제해결을 위해 실질적으로 노력할 수 있는 구조를 만들어야 한다.

# 제 1 장 서 론

## 제 1 절 연구의 필요성

### 1. 국내외 환경 및 동향

2009년 이후부터 스마트폰과 SNS 등 스마트-소셜의 확대와 새로운 융합미디어의 등장에 따라 다양한 정치사회적 갈등에서 스마트-소셜의 매개 역할이 크게 나타나고 있다. 동시에 변화과정에서 민주주의의 의미체계와 거버넌스의 운영원리 및 작동방식도 중대한 변화를 초래한다. 이에 대한 제도적 노력에서는 기술적 특징과 운영방식을 반영한 융합 거버넌스(Convergence-Governance)의 중요성이 점차 확대된다.

스마트-소셜 네트워크의 확산에 따라 한국정치 및 글로벌 네트워크 정치공간에서 제기되는 다양한 정치적 이슈들을 이론적이고 실증적인 차원에서 도출하고 향후 민주주의의 패러다임 변화에 대한 전망이 요청된다.

국내에서는 스마트-소셜 또는 미디어 융합의 특성에 적합한 유연한 갈등조정기제로써 융합거버넌스 형성에 대한 노력이 부족하다. 국가와 시장에 비해 시민사회와 이용자의 역할이 제도적으로 크게 위축됨에 따라 정부와 시민간의 직접적 갈등을 조정할 수 있는 제도적 기반이 취약하다는 비판이 제기되고 있다. 사업자간 갈등 조정에만 초점을 둔 정부의 역할을 사업자와 이용자간, 정부와 시장간의 관계적 측면의 거버넌스 확대로 변화할 필요가 있다.

### 2. 연구의 필요성

첫째, 정부·시장·시민사회 등 행위자 기반의 전통적인 거버넌스 모형에서 벗어나 글로벌, 중앙/지방, 개인 등 융합환경에 보다 부합하는 다층화된 복합적 층위(layer) 기반의 대안적 거버넌스 모형을 제시한다. SNS로 인해 추동되는 ‘사회의 분

자화'라는 변화에 대해 기존의 관성적인 '제도의 분자화'로는 실효성이 없다. 제도가 분화된 사회를 대상으로 반응한다면 사회변화를 수렴하지 못한 지체단계를 벗어나기 어렵다. 또한 단순한 제도의 지체에서 머물지 않고 다수의 제도 피해자만을 양산하여 사회분열을 촉진할 수 있다.

스마트-소셜 시대의 다양한 갈등을 조정·통합하기 위한 거버넌스의 전략적 재구조화의 필요성이 증대하고 있다. 특히 2012년 총선과 대선이라는 중대한 정치일정을 앞두고 미디어융합의 가속화에 따른 정치사회적 갈등조정기제로서의 융합거버넌스의 필요성을 더욱 증대할 전망이다.

### 3. 연구의 독창성

#### 가. 기존의 디지털거버넌스론과 정책네트워크론에서의 한계 및 쟁점

기존의 디지털 거버넌스론에서는 다수의 행위자간의 유연한 조정을 위한 거버넌스를 강조하였지만 행위자 모두를 수렴하는 것이 아닌 분야별 행위자의 대표자간의 거버넌스만을 강조하는 연구범위에서의 한계를 드러내고 있다. 이에 대한 단초로 정책네트워크모델을 참조할 수 있지만 이 이론은 행위자의 다이내믹스를 설명할 수는 있어도 정책 변화를 설명하기는 어렵다는 한계가 있다. 나아가 연합(coalition)은 보여주지만 거버넌스를 설명하지 못하고 있다. 행위자와 구조가 네트워크를 통해 변화하고 있기 때문에 정부-정당(혹은 시장)-시민의 전통적인 구조는 네트워크의 다양한 변화를 반영하지 못하고 있는 것이다. 스마트-소셜의 매개작용에 대한 미시적 분석이 보완된 거버넌스 유형 연구가 필요하다.

#### 나. 연구의 독창성

본 연구는 스마트-소셜이라는 최근의 매체환경 변화와 거버넌스의 역동적 진화 사이의 상호작용에 대한 최초의 체계적 연구이다. '갈등'을 중심으로 갈등에 대한 조정과 행위자 및 층위에 대한 세부적인 변화구조를 설명하는 동적인 연구구조로 형성된다. '관계'를 중심으로 하부, 중간, 상부 구조간 관계의 거버넌스를 강조한다.

이를 위해 다차원의 연구 수행하는데, 민주주의의 내포를 설명할 수 있는 ‘의식조사’를 병행하여 연구의 객관성을 담보하고, 스마트-소셜의 변화가 한국 정치에 미친 영향을 세부적인 ‘사례조사’를 통해 실증한다. 또한 국내적 차원뿐만 아니라 글로벌 차원에서의 일상적인 거버넌스와 혁명과 같은 폭발적인 사건에서의 거버넌스의 분열을 비교 고찰한다.

## 제2절 연구목적 및 연구내용

### 1. 의식조사: 한국 사회에 친화적인 민주주의 모델 탐색

기존연구에 대한 검토나 쟁점 분석 외에 본 연구의 핵심 연구내용은 세 가지로 구성된다.

첫째, ‘스마트-소셜 시대, 융합 거버넌스의 등장과 민주주의 패러다임 변화’에서는 단순히 거시적 틀이나 추상적인 의미에서의 거버넌스가 아닌 협의 권력으로서의 융합 거버넌스 변화상에 대해 연구한다. 대의 민주주의가 그 실효성에도 불구하고 루소(Rousseau)가 200여 년 전에 제기한 것처럼 민주적 대표성과 위임, 참여의 위기 등을 맞고 있는 상황에서, 지구화와 정보화의 도래는 이슈의 다양화와 정책의 광역화가 가속화되면서 굿하트(Goodhart 2005: 2)의 지적대로, 정책과제 해결에서의 민주적 이격을 낳고 있다고까지 논의되고 있다. 그런 차원에서 최근 정치학에서는 고정화된 톨로씨의 통치체제가 아닌 유연하고 협의적인 모델의 거버넌스가 주목 받고 있다. 특히 지구화와 정보화는 시민의 권능을 강화하고 있으며 다양한 방식의 참여 채널이 등장하고 이를 수용할 수 있는 제도적인 대체재를 요구하고 있다. 그것이 바로 본 연구에서 다루고자 하는 스마트-소셜 네트워크 디지털 사회에서의 융합 거버넌스이다.

〈세부연구 1〉에서는 융합거버넌스의 차원을 세분화하여 네 가지 민주주의 유형과 그에 따른 시민의 차이를 구분하고 이에 따라 각 차원에서 나타나는 시민의식의 내용을 규명함으로써 각기 다른 리더십을 요구하는 지점과 그에 따른 융합거버넌스의

모습을 도출한다. 그리하여 시민의식 조사를 통해 한국사회 시민들이 선호하는 리더의 특성이 무엇이며, 정책결정과정에 있어 시민이 원하는 역할과 권한이 무엇인지를 찾아보고, 그에 따른 친화적 민주주의 모델을 제시한다.

## 2. 사례연구: 스마트-소셜의 한국정치에의 영향 연구

둘째, 사례연구에서는 ‘스마트-소셜 네트워크의 확산이 한국 정치에 미친 영향’에 대해 연구한다. 특히, 정보화 시간대의 변화에 따라 나타나는 한국 정치의 패턴과 구도 변화의 내용, 그 과정에서 발생하는 이론적·방법론적 논쟁점, 소셜 네트워크가 한국 정치에 미친 영향, SNS의 정치적 효과가 발생하는 국면의 특징, 소셜스피어(socialsphere)에서의 파워 집단의 실체와 과거 파워 집단과의 특징 비교 등을 통해 SNS로부터 발원하는 미래 한국정치의 메가트렌드를 가늠해본다. 이와 같은 연구는 대체로 한국사회의 특성을 반영한 실제 정치과정에 대한 분석으로 진행될 것이며, 특히 그 과정에서 스마트-소셜과 접합되는 주요 선거나 정치과정에 대한 특징을 규명하는 것에 집중될 것이다.

## 3. 비교연구: 글로벌 네트워크 정치의 특성

셋째, 비교연구로서 ‘스마트-소셜 미디어와 글로벌 네트워크의 특성’에 대해 분석한다. 앞의 두 연구가 주로 국내적 차원에서의 의식조사와 사례연구로 진행되었다면, 세 번째 연구부분에서는 이와 동시에 나타나는 세계 주요 국가에서의 거버넌스 운영의 사례와 한국사례를 비교하고, 정부차원에서의 국정운영방식의 변화뿐만 아니라 혹은 일상적인 의미에서의 제도적 영역에서의 느린 변화만이 아니라 때로는 집단행동으로 때로는 급격한 혁명으로 증폭되는 행동주의(activism)에 스마트-소셜이 미친 영향을 분석한다. 특히, 스마트-소셜 미디어의 소셜네트워크화, 융합네트워크화, 집합적 여론형성의 네트워크화 단계가 일상의 미시정치나 글로벌 차원에서의 초국적 네트워크 형성과정에서 촉발되는 과정을 분석하여 한국적 특수상황이

세계의 흐름에서 차지하고 있는 특수성과 보편성을 평가해본다.

기존 연구에서는 글로벌 행동주의에 대한 연구는 그리 많지 않으며, 최근의 사례까지 포함한 스마트-소셜 행동주의에 대한 연구는 거의 전무하다. 또한 기존 연구에서는 일국적 단위에서의 사이버 행동주의에 대한 연구가 주로 진행되었으며, 그 이전의 오프라인 행동주의와의 단편적인 비교에 머물러 있는 경우가 많았다. 최근에는 초국적 사회운동에서 인터넷 네트워크의 역할에 대한 분석이나 온라인 사회운동의 유형화가 나타나고 있지만 본격적인 의미에서 운동을 구성하는 주체와 기술의 속성과 영향에 대한 미시연구는 대단히 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 주요 사례를 일상-의제-혁명의 진화모델로 대별하고 그 모두를 관통할 수 있는 분석틀을 개발하여 소셜네트워크, 융합적 네트워크, 집합적 여론형성의 네트워크라는 세 단계의 융합적 특성을 분석한다.

이와 같은 세 가지 연구가 구별되는 이유는 거시적으로는 단절적으로 보이는 이와 같은 현상이 스마트-소셜 사회인 현재에는 언제나 동시에 일어나기 때문이다.

## 제 2 장 디지털 시대 융합 거버넌스의 등장과 민주주의 패러다임 변화

### 제 1 절 문제제기 및 이론적 배경

민주주의는 고대 그리스의 민주정 이래 고정불변이 아닌 진화하는 개념으로 인식되고 있다. 때문에 민주주의는 보편타당한 정치이념으로서 가장 큰 영향력을 가진 사상이자 제도로서 평가 받고 있다. 그 만큼 민주주의는 단순한 정치적 체계로서의 의미만이 아니라 이념적으로나 제도적으로 중요한 의미를 가진다(Norris 2002; 2011; 송경재 2006). 그런 차원에서 근대적 정체(polity)로서 민주주의가 전 세계적으로 정착된 이후에도 민주주의 진화는 멈추지 않고 있다. 이에 현대 민주주의 국가들은 모두 각 국가가 처해져 있는 정치 환경과 역사·제도적 맥락에서 자국의 민주주의 모델을 발전시키고 있는 것이 현실이다. 이러한 진화의 과정에서 20세기 이후 민주주의는 대의민주주의(representative democracy)를 빼고 생각할 수 없다.

하지만 최근 민주주의는 새로운 상황에 직면해 있다. 더욱 엄밀하게 지적하면 대의민주주의에 대한 피로감(fatigue)이 노정되고 있는 것이다. 민주주의 패러다임에서 대의민주주의는 20세기 후반부터 균열의 조짐이 보였다. 투표율 하락에 따른 참여의 저하는 대의민주주의의 민주적 대표성의 근간을 위협하고, 대의민주주의는 단지 선호관계의 합에 불과한 제도라고까지 평가절하 되었다(최장집 2010; 임혁백 2000; Nye 1998). 여기에 국민은 정부를 믿지 못하고 새로운 탈물질주의적이고 개인주의적 가치관으로 무장한 새로운 세대의 등장, 그리고 정부의 정책실패로 인한 정권에 대한 국민의 지지철회 경향은 기존 전통적인 정치과정의 매개집단이랄 수 있는 정당, 결사체, 시민단체, 미디어의 역할마저 약화시키고 있다(Norris 2002; Barber 1998; Diamond 1999). 이에 많은 학자들은 대의민주주의를 보완하거나 대체할 수 있는 새

로운 정체에 대한 고민을 시작했다.

그렇지만 학자들의 논의의 근간에는 민주주의 자체에 대한 부정이 아니라 민주주의의 내용적 확대와 새로운 정치체제로서의 민주주의를 더욱 강화하고자 하는 시도를 하고 있다. 때문에 민주주의를 절차적 수준에서 또는 제도와 규칙을 준거로 하는 민주주의의 최소정의(minimalist conception of democracy) 차원이 아니라, 사회성원들이 정치참여를 통해 민주주의 가치와 규범을 체득하고 이를 바탕으로 민주적 정치문화와 가치를 올곧게 실현해야 한다는 주장이 제기되고 있다. 이에 대의제 민주주의를 보완 또는 대체하기 위해 참여민주주의와 숙의(또는 심의)민주주의, 전자민주주의 등이 회자되고 있다(Diamond 1999; 임혁백 2000; Barber 1998).

이러한 논의와 함께 발전하는 기술진보에 따라 최근에는 정치도 온라인으로 이동하고 있으며(politics moves online), 새로운 웹 2.0의 정보통신기술(information and communications technologies; ICTs)을 대의민주주의의 피로감을 해소할 수 있는 방안을 모색하고 있다. 이른바 가치중립적인 ICTs를 활용한 참여와 숙의를 활성화하고자 하는 시도들이라고 할 수 있다. 현실적으로도 디지털 사회로의 진전은 많은 시민들이 낮은 거래비용(low transaction costs)으로 참여를 활성화할 수 있는 정치적 기회구조를 확대하고 있다. 때문에 다양한 형태의 참여와 숙의가 기존의 민주주의의 정책결정과정에서 수렴되기 위한 ICTs 기제의 활용이 모색되고 있다. 이와 같은 디지털 사회에서의 참여와 공론의 영역에서의 숙의 확대가 장기적으로 민주주의의 형태를 변화시킬 수도 있다는 장밋빛 전망도 내놓고 있다(Rheingold 2002; Confield 2002; 김용철·윤성이 2005; Chadwick 2006).

전자적인 참여·숙의민주주의의 핵심은 대의민주주의 자체를 부정하는 것은 아니다. 18세기 시민혁명이후 고안된 민주주의 모델로서 대의제는 여전히 유효하다. 다만 앞서도 지적한 바와 같이 제도적 피로감이 나타났고 이는 정부-시민간의 이격 또는 동맥경화 현상이 나타난 것에 대한 처방이라 할 수 있다. 때문에 디지털 시대에도 대의민주주의의 대체가 아닌 보완적 기제로서 참여와 숙의를 확대해 시민의 이니셔티브를 강화하고, 민주적인 의사결정의 방식과 제도화의 모색을 위한 시도가

다. 참여·숙의·전자민주주의의 등장은 대의민주주의의 정치체계에 더해 민주적 참여(participation)와 민주적 책임성(accountability)의 확보를 위한 제도적 노력과 함께 정치문화와 시민의식의 중요성이 부각되는 이유가 여기에 있다. 민주주의는 단순히 정치제도의 민주적 운영뿐만 아니라 보다 광범위한 사회, 경제적 조건과 정치행동의 제도화를 위해 성숙한 시민의식의 확대와 고양ی 필요하다. 디지털 사회로의 진입은 전통적인 대의민주주의의 통치구조에서 정치 환경의 변화에 따른 통치 프레임의 새로운 방식의 협력모델로 바꿀 것을 제기하게 되었다. 이런 필요성과 시대적인 조건에서 국가, 시장과 함께 중간 매개 조직들 간의 연결망이라는 ‘거버넌스(governance)’ 논의가 등장하게 되었다(김석준 외 2001; 서창록·이연호·곽진영 2002). 요컨대, 거버넌스는 대의민주주의의 틀에서 대표와 국민의 수직적·위계적·계통적 권력관계를 배격하고 수평적인 관계 나아가서는 bottom-up 방식의 구조를 고민하는 것이라 할 수 있다. 때문에 거버넌스는 정부와 시장이라는 이분법적인 사고방식을 지양하고 정부-시장-시민사회 등 상호의존적인 행위주체들의 상호작용적·수평적·협력적 정치체계를 구성하고자 하는 시도이다(Powell 1999; Kooiman 2003). 이에 부응하여 민주주의 논의는 시민과 대표 간의 협력적인 거버넌스 이론으로 발전하고 있다. 여기에 더해 최근에는 ICTs이 발전하면서 사이버 또는 e-거버넌스까지 등장하고 있다(조화순·송경재, 2004).

이러한 현실적·학문적 조건에서 본 장에서는 디지털 시대의 민주주의 모델의 하나로써 다층적이고 유동적인 형태로서의 ‘융합 거버넌스(convergency governance)’에 천착해 바람직한 민주주의 모델을 제시하고자 한다. 기존 연구에서도 확인되지만 20세기 산업사회에서 21세기 정보사회로의 이행은 다차원적인 시민의식의 성장과 민주주의에 대한 열망을 가져왔다. 피파 노리스(Norris 2011)는 민주주의에 대한 시민의식과 갈망은 상승했지만 민주주의 정체에 대한 경직성은 ‘민주주의의 결손(democratic deficit)’을 야기하고 있다고 지적한 바도 있다.

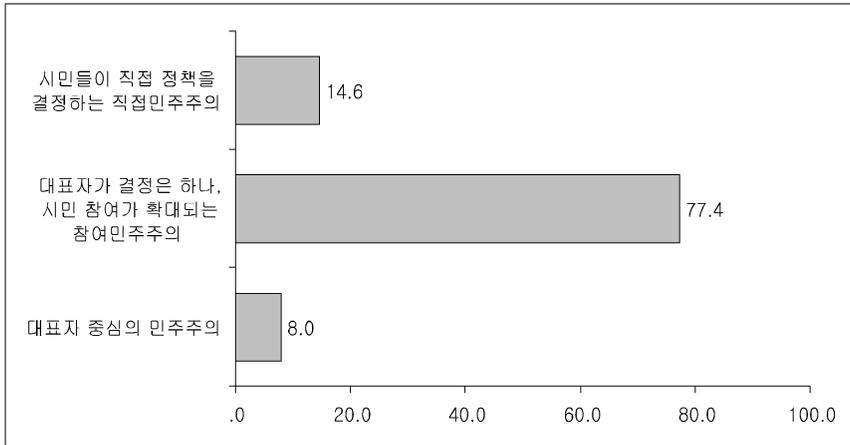
본 연구의 의미는 크게 3가지로 요약할 수 있다. 첫째, 기존 대의민주주의의 위기를 극복하기 위한 대안으로 융합 거버넌스를 제시하는 것이다. 디지털 시대의 스마

트-소셜 네트워크 환경이 발전함에 따라 정보 활용의 정치(informational politics)가 확장되어 시민의 역량은 강화되고 다양한 정책결정과정에 참여하고 있다(Castells 2001). 하지만 시민참여와 숙의의 확대가 과연 민주주의를 강화시키고 있는지에 대해서는 많은 학자들 간의 이견이 존재한다. 물론 디지털 사회에 따른 e-참여의 기회가 확대되어 직접, 참여 그리고 심의민주주의를 확대할 것이란 의견도 있지만, 반대로 토론이 사라지고 분절된 공간에서의 의미도, 책임도, 심의도 없는 참여만 증가한다는 논의도 있다(Barber 1998; Berman and Mulligan 2003, 81-83; Sunstein 2007). 이러한 연구들은 결국 디지털 환경에서 ICT가 온-오프를 통합하는 참여의 도구로 기능할 수도 있지만, 여전히 민주주의의 문제를 해결할 수 있는 새로운 거버넌스를 제시할 근본적 해법이 아니라는 점을 알려준다. 실제 시민들이 어떤 민주주의를 원하고 있는지, 그리고 민주주의를 수용하기 위한 제도적 틀은 존재하는지는 아직도 논쟁 중에 있다. 하나 분명한 것은 시민의 민주주의에 대한 지향과 의식은 변화되었는데 정치과정에서 수직적인 위계의 통치구조가 디지털 시대에도 변화되지 않고 있다면 여전히 민주주의는 퇴행하고 있다고 할 수 있다(Norris 2011). 실제 이런 연구 결과는 곳곳에서 감지된다. 정부와 정당 등의 정치집단의 신뢰도는 날이 갈수록 하락하고 있으며 현재의 민주주의 제도에 대한 불만족 역시 더욱 확장되고 있다(Nye 1998).

본 연구의 이메일 설문조사 결과는 디지털화 된 환경에서 시민들의 민주주의에 대한 의식은 확연히 달라졌음을 알려준다. 무엇보다 이런 변화는 기존 대의민주주의로는 만족하지 못하는 참여적이고 숙의를 지향하는 인터넷 이용자(이메일 조사)인 시민들이 증가하고 있음을 발견하게 된다. 다음의 (그림 2-1)은 이를 잘 설명하고 있다. 1,052명을 대상으로 한 이메일 조사결과, 기존 대의민주주의에 대한 지지는 무척 낮은 수준인 84명(8.0%)으로 나타났다. 반면, 직접적인 정책결정과정에 참여하는 직접민주주의 역시 154명(14.6%)에 불과하다. 응답자의 2/3이상인 77.4%가 대표자가 결정은 하지만 시민참여가 확대되는 참여와 숙의민주주의 제도를 선호하고 있음을 알 수 있다.

〔그림 2-1〕 바람직한 민주주의 모델

(단위: %)



이 조사 결과는 본 연구가 주목하고 있는 전통적인 대의민주주의 체제가 변화되어야 하지만 그 틀이 참여적이고 숙의적인 요소가 가미되어야 함을 알 수 있다. 왜 이런 결과가 도출된 것일까? 이 질문에 대답하기 위해서 우리는 전통적인 의미에서의 대의민주주의는 이제 새로운 형태의 통치의 틀로 전환되어야 할 필요가 있음을 논거와 실증적인 데이터를 바탕으로 제시할 것이다. 그런 맥락에서 본 연구는 변화하는 시민의 의식변화에 천착하고 이를 디지털 시대의 새로운 거버넌스 모델을 도출하기 위한 목적을 가지고 있다. 디지털 기술을 환경 변인으로 설정하고 구체적으로 변화하는 정부와 전문가 그리고 시민 관계, 시민의식 변화, 웹 2.0의 스마트-소셜 네트워크가 조성한 새로운 가능성 등을 포괄한 새로운 거버넌스의 상(像)을 제시하고자 한다.

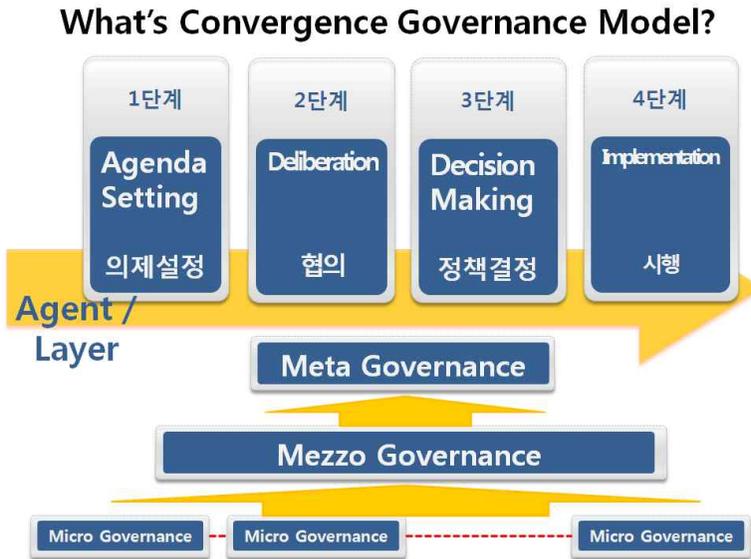
두 번째, 전통적인 거버넌스의 한계를 파악하고 디지털 시대의 새로운 거버넌스의 개념화, 유형화, 민주주의와 거버넌스에 관한 시민의식 조사, 웹 2.0의 스마트-소셜 네트워크 환경에서의 새로운 거버넌스를 제시한다는 점에서 미래지향적인 연구를 시도한다. 기존 거버넌스 연구는 정책결정과정을 일반화시켜, 의제설정 단계에서 대안제시 단계, 정책집행과 피드백 단계를 획일적으로 연구했으나 본 연구를

이를 중앙정부—지방정부—커뮤니티 수준으로 중층적(multi-layered)으로 보고 이슈의 성격과 구조에 따라 다르게 나타남을 밝히고자 한다. 기존 거버넌스 연구가 일면적인 거시적 단위에서 현존하는 ‘사회통합위원회’나 ‘노사정위원회’와 같은 상층 또는 국가 거버넌스만을 분석대상으로 하고 있지만 우리 연구는 이를 중범위(Mezzo)와 미시적(Micro)인 범위의 거버넌스로까지 범위를 확장시킨 것이다.

세 번째, 융합 거버넌스의 플랫폼(platform)으로서의 스마트—소셜 네트워크 활용 가능성을 진단하고자 한다. 이는 단순히 기존 e—거버넌스 논의의 연장선상이 아니라 저렴한 거래비용의 스마트폰과 소셜 네트워크 사이트(Social Network Sites; SNS)를 활용한 소통으로 개인과 집단의 의견을 집성하는 과정을 구체적이고 실증적으로 제시하고자 한다. 많은 연구자들이 지적하듯이 최근 확산되고 있는 SNS와 스마트폰은 쉽게 대표자가 참여자들과 소통할 수 있는 정책 활용의 도구가 될 수 있을 것인지 확인할 것이다(윤성이·송경재 2010; Delany 2009; Ellison, Sreinfield and Lampe 2007).

다음으로 본격적인 연구에 앞서 개념정의가 필요하다. 우리는 디지털 사회의 융합적 환경이 기존의 국가가 주도하는 하향식(top-down) 통치(統治)를 어떻게 변화시키는지를 살펴본다. 그리고 이러한 정부의 통치능력을 단순히 과거 경직된 법적·제도적 권한을 통한 결과 위주의 산물이 아니라 과정으로서의 권력, 즉 내용을 만드는 것으로 변화됨에 주목해 이를 앞서 언급한 ‘융합 거버넌스’로 명명할 것이다. 연구에서 주목하는 디지털 사회의 융합 거버넌스는 단순히 형식적인 틀로서의 의미라기보다는 협의의 권력이며, 사회의 갈등을 예방할 수 있는 기제이자, 정부와 시민의 상호의존과 작용 속에서 형성되는 거시적—중범위적—미시적(Macro-Mezzo-Miicro) 영역에서의 거버넌스이다(Kooiman 2003). 이는 디지털 사회에서 형성된 새로운 중층적 권력관계의 산물이자 임파워먼트(empowerment)된 시민들의 역량과의 연관성 속에서 파악한 개념이라고 할 수 있다. 이러한 디지털 시대 융합 거버넌스는 단층적인 것이 아니라 행위자들의 구성, 권한의 분산, 공간적 틀 등의 변을 바탕으로 정치과정의 변화상을 그려보고자 한다. 연구에서 사용되는 융합 거버넌스는 ‘지배 권력’이 아닌 시장·시민사회 구성원들과 소통하는 ‘협의 권력’을 수립하는 것을 지칭한다.

〔그림 2-2〕 융합 거버넌스란?



결과적으로 본 장에서는 대의민주주의의 위기를 극복할 수 있는 대안으로 디지털 사회에서의 새롭게 등장한 거버넌스의 유형을 탐구하고 실체로서의 융합 거버넌스가 어떻게 운영, 작동되고 있으며, 실제 운영 성과는 어떤 민주주의적인 가치와 내용을 담고 있는지를 파악하고자 하는 연구이다. 구체적으로 연구 질문은 디지털 사회에서 새롭게 재구성된 거버넌스에는 누가 참여하는가? 왜 참여를 원하는가? 그리고 어떤 참여를 원하는가?를 연구하고자 한다. 융합 거버넌스의 형태는 [그림 2-2]와 같이 정책단계와 이슈의 성격에 따라 중층적이고 유동적인 형태로 나타날 것이다.

## 제 2 절 연구방법론과 연구문제

### 1. 연구방법론과 변수 조작화

제2장에서는 디지털 시대 융합 거버넌스 현상을 살펴보기 위해 시민행태와 의식

설문조사의 계량적인 연구방법론을 적용했다. 연구진들이 가설로 설정한 디지털 시대의 중층적이고 다원적인 융합 거버넌스의 상은 복잡성을 가질 것이다. 따라서 다양한 현상을 살펴보기 위해서는 시민들의 거버넌스에 대한 인식조사가 필수적이다. 이미 쿠키만(Kooiman 2003)이 지적한대로, 거버넌스는 상호작용적이다. 무엇보다 거버넌스에 참여하는 행위자들은 단지 정부—시민관계만이 아니라 정부와 시민 간의 복잡한 상호작용 속에서 영향을 받는다. 때문에 우리가 연구하고자 하는 디지털 시대의 거버넌스 역시 단일한 형태가 되지 않을 것임을 자명하다. 이러한 복잡한 상호작용의 맥락과 내용을 파악하기 위해 실제 시민들이 의식 속에서 상정하고 있는 정책결정과정의 지향성과 선호하는 거버넌스는 무엇인지, 거버넌스의 운영과 수준은 어느 정도로 제시되어야 할지를 조사하는 것은 본 연구에서 규명하고자 하는 융합 거버넌스를 설명하는 첫 단계라 할 수 있다.

이를 위해 연구에서는 기존 거버넌스에 대한 시민 평가와 지향하는 가능태를 제시하기 위한 내용을 세부 문항으로 구성하여 조사를 실시했다. 조사는 인터넷 이메일 서베이 전문기관인 엠브레인의 패널 데이터를 활용하여 2011년 10월 11일부터 16일까지 1,052명의 표본을 추출했다. 수집된 자료는 SPSS version 18.0을 이용하여 통계 분석했다. 세부 통계분석 틀은 빈도분석과 교차분석과 독립표본 t-test, 다중회귀분석 등을 적용하여 다양한 맥락적·통계적 유의미성을 검증했다.

다음으로, 연구를 위해서 변수의 사전적인 조작화(operationalization)를 실시했다. 디지털 시대의 융합적인 거버넌스를 파악하기 위해 층위별·이슈별 시민참여를 측정 지표로 중앙정부와 관련된 3문항, 지방정부와 관련된 2문항, 커뮤니티 수준의 시민참여와 관련된 2문항을 설계했다. 마찬가지로 전문성(각 층위별 1문항)과 이해관계(각 층위별 1문항) 이슈의 참여 정도를 측정했다. 층위별·이슈별 거버넌스의 시민참여 수준을 파악하기 위한 지표는 다음과 같다.

〈표 2-1〉 층위별·이슈별 거버넌스의 시민참여 지표

범주		지표(indicator)
중앙정부	전문성 이슈	정부 예산 편성에 의견 참여
	이해관계 이슈	한미 FTA에 관한 의견 참여
	이해관계 이슈	한국군의 해외파병에 관한 의견 참여
지방정부	전문성 이슈	지방자치단체의 예산편성에 의견 참여
	이해관계 이슈	지방자치단체의 지역개발 사업 유치에 관한 의견 참여
커뮤니티 수준	전문성 이슈	지역(아파트, 마을) 등 공동관리 예산 편성에 의견 참여
	이해관계 이슈	지역미화에 관한 의견 참여

중앙정부는 전문성 이슈로는 정부의 예산편성에 관한 의견참여 수준을 측정했다. 그리고 이해관계 이슈는 한미 FTA와 한국군의 해외파병 등 2가지 정책참여 지표를 제시했다. 지방정부 수준에서도 전문성 이슈는 지방자치단체의 예산을 이해관계는 지역개발사업에 대한 지역민 참여수준을 지표로 조작화했다. 커뮤니티 수준 역시 전문성 이슈는 지역의 공동예산, 이해관계 이슈는 지역미화 등에 관한 의견 참여를 설정했다.

## 2. 연구문제와 표본개요

세부적인 연구문제는 다음과 같다. 첫째, 디지털 시대의 참여주체는 누구인가? 대의제의 약화이후 새로운 민주주의의 한 모델로 제기된 참여적·숙의적·전자적 민주주의 형태가 다양하게 실험되고 있다(윤성이·송경재 2010). 그리고 디지털 참여주체들은 이른바 넷 세대(net generation)란 세대효과와 함께 기술진보에 따라 인터넷과 SNS, 스마트폰 등을 참여의 무기로 무장하고 있다(Shirky 2009; 팔란티리 2020; Kluver 2005, 75-84; Tapscott 2008). 그럼 이들은 어떠한 사회경제적 특성을 가지고 있는가를 살펴보는 것은 중요하다. 본 연구에서는 이를 규명하기 위하여 중앙-지방-커뮤니티 수준과 전문적 이슈와 이해관계 이슈별로 적극적으로 참여하는 시민들의 사회경제적 특성을 살펴볼 것이다.

둘째, 디지털 시대 시민들의 참여 결정요인은 무엇인가? 앞서도 지적한 바, 디지털 시대로의 진입에 따라 학자들의 디지털의 민주주의 강화 효과 내지는 SNS의 민주주의 강화 효과에 관한 연구는 활발하게 진행되고 있다. 연구자들이 주목하는 것은 디지털 시대 시민들이 과연 어떤 방식의 참여를 선호하고 있는지에 대한 의문이다. 디지털 시대가 되었다고 전통적인 방식의 참여를 모두 대체하지는 않을 것이다. 그렇다면 디지털 기술은 시민참여와 거버넌스 구축에 어떠한 참여결정요인으로 작동하는지에 대해 분석할 필요성이 있다(김용철·윤성이 2005; Delany 2009; Ellison, Sreinfield and Lampe 2007). 또 디지털 시대의 거버넌스를 구축하기 위해서는 어떠한 참여를 선호하는지를 파악하는 것이 필요하다. 특히, 디지털 시대에 부응하는 SNS나 스마트폰의 이용에 따른 참여효과가 존재하는지, 아니면 디지털화된 세대의 등장에 따른 참여를 하고 있는지, 기존의 전통적인 방식의 참여 결정요인인 이념이나 정부신뢰, 정치 효능감 등에 의존하고 있는지를 살펴보아야 할 것이다.

셋째, 디지털 시대 시민들은 어떤 참여를 원하는가? 알려져 있다시피, 디지털 시대는 새로운 참여의 아키텍처를 구축하여 참여채널이 다양화된다. 하지만 기존 연구는 디지털 시대에서의 시민참여를 이분법적인 낙관론과 비관론 또는 기술결정론이나 사회구성론 등의 해석에 머무른 것이 사실이다(김용철·윤성이 2005; Chadwick 2006; 홍성구 2011). 여기서 간과한 것은 기술의 변화를 추동할 수 있는 행위자에 관한 부분이다. 따라서 우리는 층위와 이슈의 성격에 따른 시민참여의 동인과 변화상을 체계적으로 고찰하고자 한다. 이를 위한 분석으로 거버넌스의 층위별 참여의 변화, 그리고 거버넌스의 이슈별 층위의 변화를 구분하여 증명하고자 한다. 우리의 가정대로라면, 디지털 시대의 시민참여는 획일화되기보다 여러 이슈에 따라, 그리고 결정의 층위에 따라 다원화되고, 유연하며, 복층적인 형태로 재구성될 가능성이 높을 것이다. 본 연구에서 사용한 표본의 개요는 다음과 같다.

〈표 2-2〉 표본의 개요

구 분		빈도(%)
성별	남성	527(50.1)
	여성	525(49.9)
연령	19세 이하	150(14.3)
	19~29세	200(19.0)
	30~39세	202(19.2)
	40~49세	200(19.0)
	55~59세	150(14.3)
	60세 이상	150(14.3)
학력	초등학교 졸업	13(1.2)
	중학교 재학	48(4.6)
	중학교 졸업	20(1.9)
	고등학교 재학	10(6.7)
	고등학교 졸업	89(8.5)
	대학교 재학	130(12.4)
대학교 졸업 이상	551(52.4)	
소득	200만원 이하	147(14.0)
	201~400만원	434(41.3)
	401~600만원	339(32.2)
	601~800만원	77(7.4)
	801만원 이상	55(5.2)
거주 지역 규모	특/광역시	697(66.3)
	중소도시	318(30.2)
	군지역	37(3.5)
계		1,052

### 제 3 절 어떤 참여를 원하는가?

앞에서 언급했듯이 ‘바람직한 민주주의 모델’에 대한 본 연구의 설문 결과에 따르면, 응답자의 77.4%가 ‘대표자가 결정은 하나 시민의 참여가 확대되는 참여민주주의 제도’를 선호하는 것으로 나타났다.

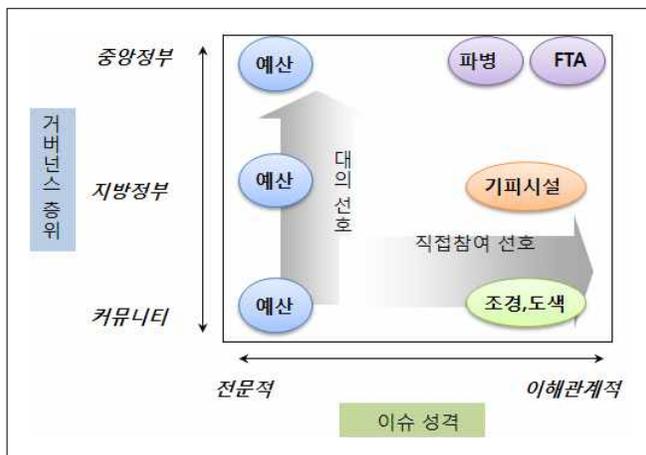
그렇다면, 시민이 선호하는 참여는 어떤 참여인가? 그들은 어떤 경우에 커뮤니티

혹은 정부 및 의회가 하는 일에 간섭하고자 하는가? 또한, 어떤 경우에 그들의 권리를 대표에게 전적으로 위임하고자 하는가?

이 장에서는 참여의 구체적인 수준을 다루고자 한다. 즉 시민이 선호하는 참여 수준이 거버넌스 층위별, 이슈 성격별로 다르다는 것을 보여준다. 이를 통해 바람직한 민주주의 모델은 융합거버넌스 모델이 가장 적합하다는 것을 제시한다.

참여의 수준은 크게 거버넌스 층위별, 이슈의 성격별로 구분하였다. 거버넌스 층위는 중앙정부, 지방정부, 커뮤니티 수준을, 이슈의 성격은 전문적 이슈와 이해관계적 이슈로 나누었다. 전문적 이슈는 무엇보다 해당 분야의 전문적 식견을 요하는 경우이고, 이해관계적 이슈는 이해당사자들 간의 이익 갈등이 첨예하게 대립하는 경우를 의미한다. 본 연구에서는 [그림 2-3]에 나타난 바와 같이, 전문적 이슈는 예산 편성으로, 이해관계적 이슈는 중앙정부-파병, FTA, 지방정부-기피시설, 커뮤니티-아파트나 주택의 조경 및 도색으로 구분하고, 각각의 경우 응답자가 선호하는 정책결정방식이 무엇인지 설문조사를 실시하였다.

[그림 2-3] 참여수준과 설문예시



본 연구는 본격적인 연구에 앞서, 각 층위별 · 이슈별 평균 참여지수를 제시한다.

이러한 작업은 층위별·이슈별로 선호하는 정책결정 방식이 다르다는 것을 보여줄 수 있는 중요한 지표가 된다. 이를 위해서 각 층위별·이슈별 참여지수를 산정했다. 산정 방법은 각 사안별로 이슈의 참여정도를 통합하여 평균 참여지수를 산출했다. 먼저, 중앙-지방-커뮤니티 수준의 층위별 시민참여 지수의 변화를 4점 척도로 재구성했다.<sup>1)</sup>

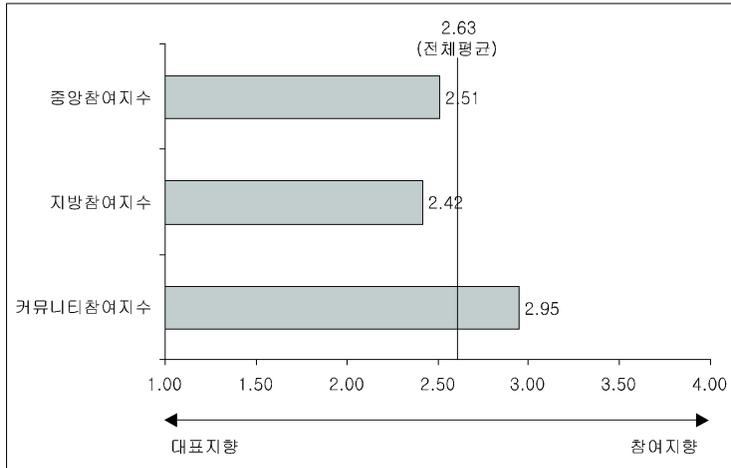
### 1. 거버넌스 층위별 분석: 중앙정부, 지방정부, 커뮤니티

우선, 거버넌스 층위별 선호하는 정책결정 방식이 무엇인지 살펴보았다. 응답자들은 모든 층위에서 전체적으로 참여지향성을 드러냈다(전체평균 2.63). 그러나 각 층위별 평균 참여지수를 비교할 때, 커뮤니티 참여지수가 가장 높았으며(평균 2.95), 중앙참여지수(2.51)와 지방참여지수(2.42)는 전체평균(2.63)에 조금 못 미치는 결과가 나타났다. 이는 거버넌스 층위가 개인의 실생활과 직접적이고 밀접한 관계가 있을수록 응답자들은 참여지향성을 선호한다는 것을 의미한다. 이러한 결과는 이미 여러 시민의식 조사에서도 확인되었다(de Tocqueville 2002; Diamond 1999; Pateman 1970). 특히 커뮤니티 수준에서는 실생활에 밀접한 이슈의 등장뿐만 아니라, 참여의 거래비용이 다른 참여보다 낮다. 따라서 이것이 시민들의 직접참여를 더욱 자극하는 조건이 된다. 아울러 거버넌스 층위가 커뮤니티 수준으로 가까워질수록 참여가 활성화되는 이유는 민주주의의 학습효과가 영향을 미친 것이기도 하다(송경재 2011). 한편, 중앙참여지수(2.51)보다도 지방참여지수(2.42)가 낮게 나타난 점은 눈여겨 볼 필요가 있다. 이에 대해서는 뒤에서 자세히 다루도록 한다.

---

1) 지수화된 점수가 높을수록 대표에 위임하기 보다는 직접 참여수준이 높다는 것을 의미한다.

〔그림 2-4〕 거버넌스 층위별 참여지수

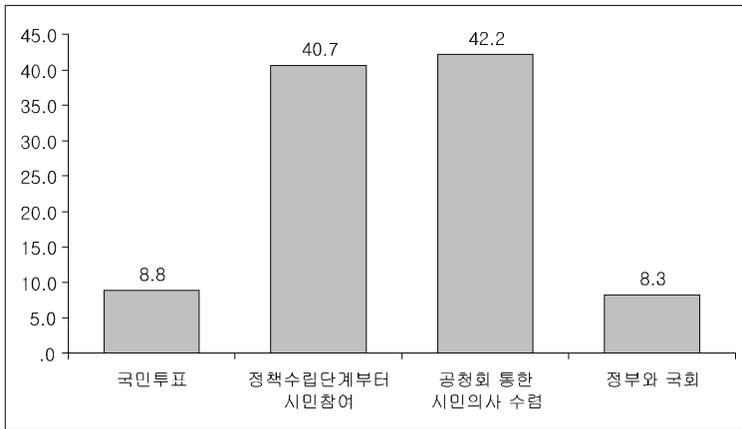


### 가. 중앙정부수준

중앙정부수준에서는 주로 정치, 외교, 경제 등 국내뿐 만 아니라, 외교적인 관계도 고려해야 하는 복잡하고, 전문적인 이슈들을 주로 다룬다. 따라서 정책결정에 있어서도 무엇보다 전문적이고, 객관적인 식견이 요구된다. 그럼에도 불구하고, 최근 한국사회는 국내문제에서는 정치권 내부 갈등은 물론이고, 정치권과 시민 사이, 외교문제에서는 국내여론과 국제여론 사이 간의 잦은 마찰을 경험하곤 한다. 특히 정부는 FTA 협상이나 파병 문제의 정책을 결정하는데 있어서 국내적 갈등의 심화로 인해 예상외의 정책결정비용을 지불하기도 했다. 이러한 마찰의 지속은 다른 정책결정과정에도 큰 영향을 끼친다. 가장 가까운 예로 지난 11월 22일 통과된 FTA 비준 과정을 살펴보자. 이는 여당과 야당의 불협화음으로 인해 결국 여당의 단독처리로 종결되었는데, 이로 인해 내년 예산안 처리까지 지연되고 있는 실정이다. 제도권의 이러한 모습의 지속은 시민들의 제도 피로감을 증가시킨다. 그렇다보니 중앙정부수준의 정책결정 과정에 있어서 시민들은 제도를 신뢰하기보다 직접 참여하고자 하는 욕구를 드러낸다. 이러한 특징은 설문 결과에서도 그대로 나타난다. [그림 2-5]에

나타난 바와 같이, ‘중앙정부수준에서의 바람직한 시민참여 단계’를 묻는 설문에서, ‘공청회를 통한 시민의사 수렴’이 42.2%로 가장 높았다. 이에 반해 ‘전적으로 정부와 국회에 맡긴다’와 같은 의견은 8.3%에 불과했다.

[그림 2-5] 중앙정부수준의 바람직한 시민참여 단계



#### 나. 지방정부수준

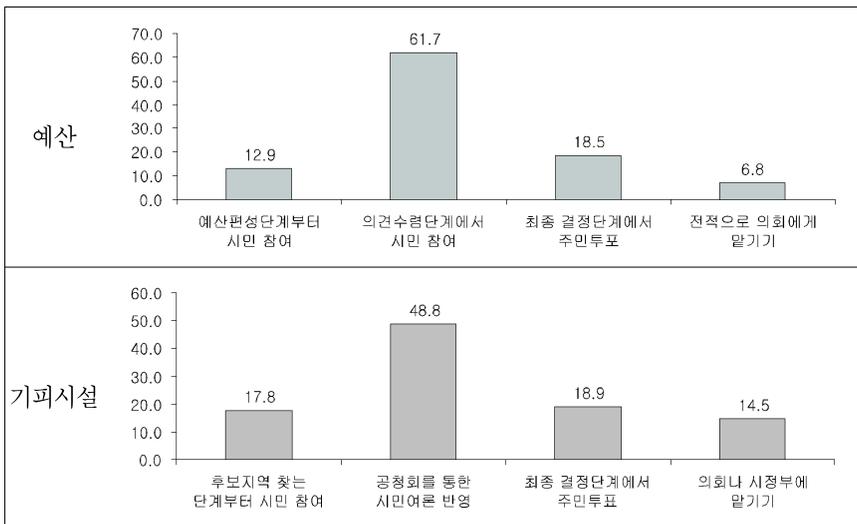
앞에서 제시한 바와 같이 지방정부수준의 참여지수는 평균 2.42로 나타났다. 그렇다면 참여지향성의 특징을 보이는 지방정부수준의 경우, 바람직한 시민참여 단계로 무엇을 꼽을까? [그림 2-6]은 지방정부수준에서의 예산편성과 기피시설 선정 시 시민참여 단계의 선호도를 나타낸다. 여기서도 역시 의견수렴단계에서의 시민참여 (61.7%), 공청회를 통한 시민의사 반영(48.8%)을 가장 많이 꼽았다. 또한 정책결정과정에서의 ‘대표들에게 전적으로 위임하는 방식’을 가장 꺼려하는 것으로 나타났다 (예산 6.8%, 기피시설 14.5%).

이와 같은 참여지향성의 특징은 최근 주민참여예산제를 도입하기 시작한 지방자치단체들의 움직임을 그대로 반영한다. 아직까지는 ‘주민 없는 주민참여예산제’(대전일보 2011년 12월 1일자 기사), ‘자발적 시민참여의 유도’(서울신문 2011년 11월

30일자 기사) 등과 같이 지방자치단체에 따라 주민참여에 대한 의견이 분분하다. 또한, 주민참여예산제를 아직 도입하지 않은 지방자치단체들 중에는 관련 조례를 통과시키는 과정에서도 의원들 간 갈등을 빚는 사례가 종종 있다. 주로 ‘주민참여예산 위원회를 구성해야 한다’라는 측과 ‘우선 공청회, 설명회, 설문조사 등을 운영해야 한다’라는 측이 대립하기 때문이다.

그럼에도 불구하고, 제도는 시민참여의 길을 확장하고자 하는 노력을 게을리 하지 말아야 한다. 제도불신이 점점 증가하는 한국의 현실에서 정치제도의 대표성과 정당성을 회복하는 지름길은 무엇보다 투명한 정치행정 절차를 수행하는 것이기 때문이다.

(그림 2-6) 지방정부수준의 바람직한 시민참여 단계



#### 다. 커뮤니티수준

커뮤니티수준은 이슈별로 모두 선호하는 정책결정 단계로 ‘전체 주민총회’를 꼽았다. 이에 대한 논의는 다음 장 이슈별 분석에서 구체적으로 다루고자 한다.

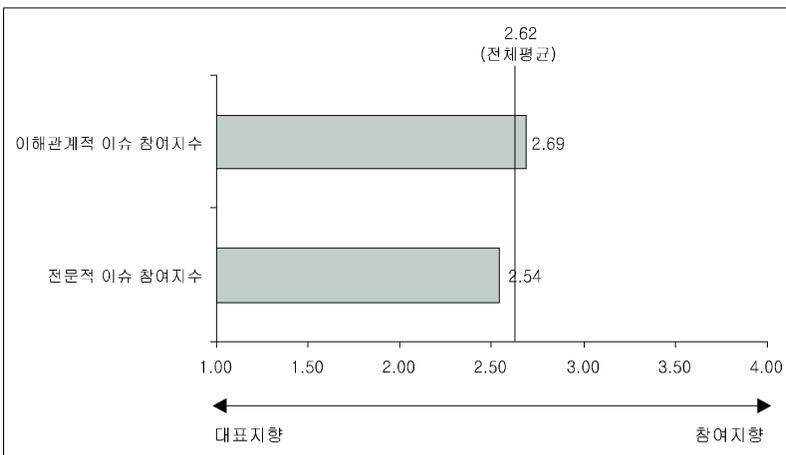
## 2. 이슈별 분석: 전문적 이슈 vs. 이해관계적 이슈

본 연구는 앞 장에서 거버넌스 층위별로 바람직한 시민참여 단계는 무엇인지 살펴 보았다. 중앙정부수준과 지방정부수준 모두 ‘대표 위임’보다 ‘공청회를 통한 시민 의사 수렴’을 선호하였다. 이에 반해 커뮤니티수준에서는 ‘전체 주민총회’ 방식을 선호하는 것으로 나타났다.

그렇다면, 이슈별로 시민들이 선호하는 참여방식은 어떻게 다른가? 이를 위해 첫째, 거버넌스 층위 내 전문적 이슈와 이해관계적 이슈를 비교하였다. 둘째, 거버넌스 층위 간 전문적 이슈와 이해관계적 이슈를 비교하였다. 본 연구는 거버넌스 층위별 선호하는 참여방식이 다른 것처럼, 이슈별 역시 선호하는 참여방식이 다르다는 것을 가정한다.

전체적으로 살펴보았을 때, 이 역시 거버넌스 층위별 참여지수와 같이 참여지향성을 나타내나(전체 평균 2.62), 전문적인 이슈보다 이해관계적 이슈일 경우의 참여지향성이 더욱 강했다(전문적인 이슈: 2.54, 이해관계적 이슈: 2.69).

[그림 2-7] 이슈별 참여지수

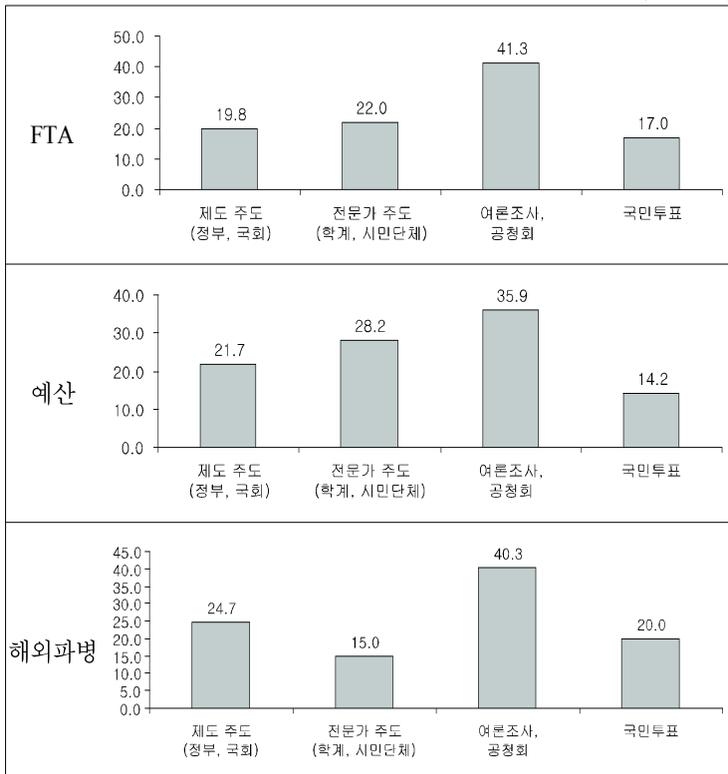


## 가. 거버넌스 층위 내 이슈별 선호하는 정책결정 방식

그렇다면, 중앙정부 수준에서의 이슈별 선호하는 정책결정 방식은 무엇인가? 이를 살펴보기 위해, 전문적 이슈에서는 ‘중앙정부의 예산편성 결정 문제’, 이해관계적 이슈에서는 ‘FTA 체결’, ‘해외파병 결정 문제’에 대한 응답자들의 선호도를 조사하였다. [그림 2-8]에 나타난 바와 같이, 응답자들은 이슈의 성격에 상관없이 ‘여론조사 및 공청회’(FTA: 41.3%, 예산: 35.9%, 해외파병: 40.3%) 방식을 가장 많이 꼽았다. 그럼에도 불구하고, 국민투표와 같은 직접참여의 비율만을 살펴보았을 때, 예산과 같은 전문적 이슈보다 FTA 체결이나 해외파병 문제와 같은 이해관계적 이슈가 더 많은 비중을 차지했다(FTA: 17%, 해외파병: 20%, 예산: 14.2%).

[그림 2-8] 중앙정부 수준의 이슈별 정책결정 방식

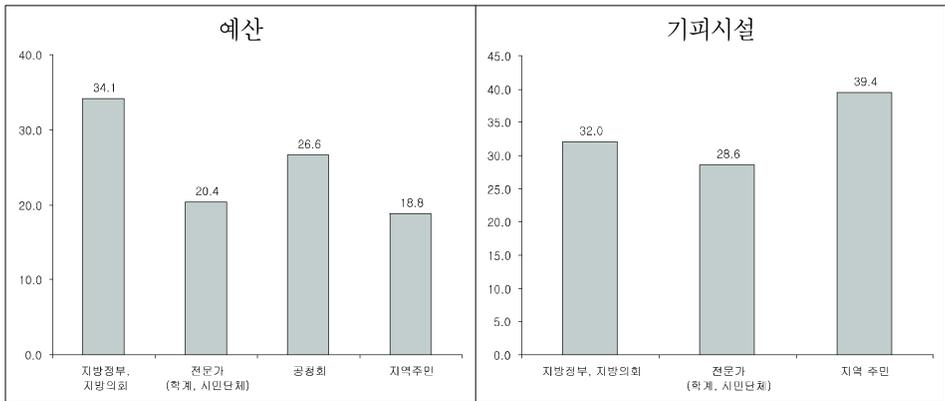
(단위: %)



한편, 지방정부수준에서는 이슈별 선호하는 정책결정 방식이 확연히 구분된다. [그림 2-9]에서 알 수 있는 바와 같이 ‘시의 예산편성’과 같은 전문적 이슈일 경우에는 ‘지방정부나 지방의회와 같은 제도권이 주도적으로 결정하는 방식’을 가장 많이 선호하였다(34.1%). 이러한 결과는 당연한 것일 수도 있다. 전문적 이슈일 경우 이해관계적 이슈보다 대표지향적인 특징을 보이기 때문이다. 그럼에도 불구하고, 앞서 분석한 중앙정부수준의 예산편성에 있어서는 ‘공청회’를 통한 시민의사 수렴을 가장 선호하였다. 즉 전문적 이슈의 경우 중앙정부수준과 지방정부수준에서의 선호하는 정책결정 방식이 다르다는 것을 알 수 있다.

[그림 2-9] 지방정부 수준의 이슈별 정책결정 방식

(단위: %)



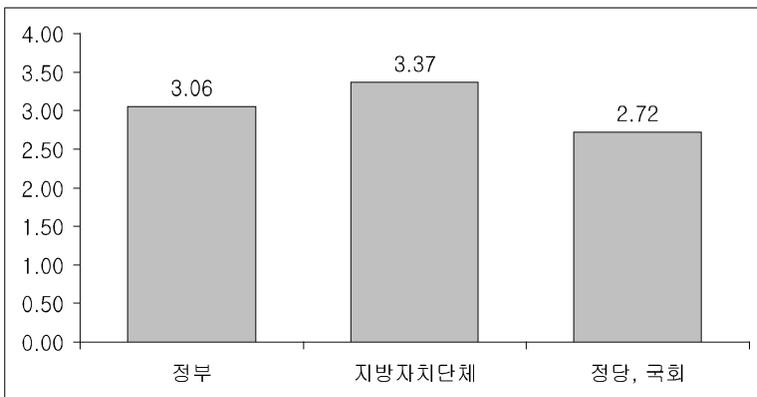
이처럼 동일한 이슈임에도 불구하고, 거버넌스 층위별로 다른 정책결정 방식을 선호하는 이유는 무엇인가? 본 연구는 이를 최근 한국사회에서 심각하게 표출되고 있는 ‘제도 불신’과의 관계에서 보고자 한다. 이를 위해 제도별 신뢰도를 조사하였는데, [그림 2-10]에 나타난 바와 같이, 정당, 국회가 2.72로 가장 낮은 신뢰를, 지방자치단체가 3.37로 가장 높은 신뢰를 보여준다. 더욱이 대의를 선호하는 집단과 직접참여를 선호하는 집단 간의 제도신뢰 차이를 통계적으로 분석한 결과, <표 2-3>에 나타난 바와 같이, 대의를 선호하는 집단이 직접참여를 선호하는 집단보다 지방

자치에 대한 신뢰가 더욱 알 수 있었다(대의선호 평균=3.77, 직접참여 평균=3.08,  $df=404$ ,  $p=.000$ ). 이러한 결과는 시민이 참여지향적 정책결정 방식을 점점 선호하게 되는 원인으로 여러 가지가 작용하겠지만, ‘제도불신’ 요소 역시 무시할 수 없다는 것을 보여준다.

〈표 2-3〉 이슈별 정책결정 선호 집단별 지방자치단체 신뢰도

집단	N	평균	표준편차	t값	df	유의확률
대의선호	173	3.77	1.27	5.341	404	.000***
직접참여선호	233	3.08	1.29			

〔그림 2-10〕 제도 신뢰(평균)



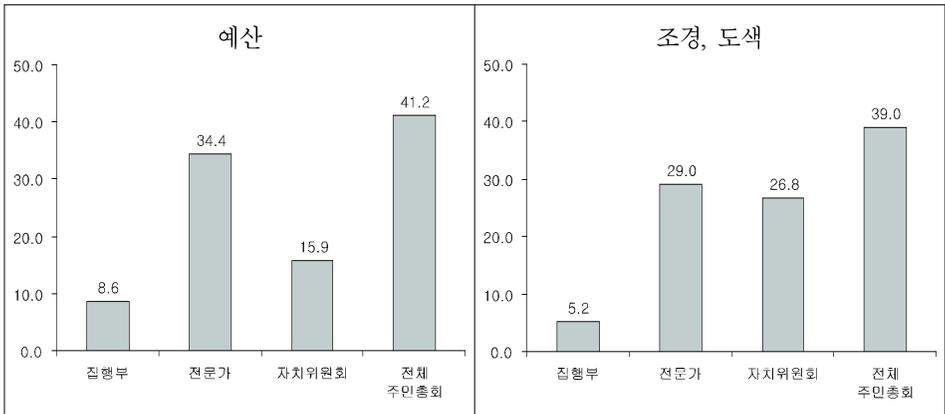
이에 반해 ‘쓰레기 매립장, 화장장과 같은 기피시설 설치 선정’과 같은 이해관계적 이슈일 경우에는 ‘지역주민투표’를 선호하는 의견이 가장 많았다(39.4%). 지방정부수준에서의 정책결정은 중앙정부수준보다 이해관계적인 특징을 많이 지니고 있다. 정책이 어떻게 결정되느냐에 따라 지역주민의 생활권 및 지역경제가 매우 민감하게 반응하기 때문이다. 더욱이 정치적인 측면에서는 지역구 국회의원의 재선여부와 맞물려 있기도 하다. 이러한 이유로 우리는 그동안 지역 내 혹은 자치단체 간의

극심한 갈등국면을 여러 번 목격한 경험이 있다. 핵폐기장 문제에서부터 국제과학비즈니스벨트 선정까지 정책결정과정에서의 잡음은 끊이지 않았다. 이처럼 지방정부수준의 경우, 이슈별 성격이 명확하기 때문에, 정책결정 방식에 있어서도 그 선호도가 뚜렷이 구분된다.

마지막으로, 커뮤니티수준에서의 이슈별 선호하는 정책결정 방식을 살펴보기로 하자. 커뮤니티수준에서는 이슈별 특성에 관계없이 주민의 직접 참여를 선호하는 것으로 나타났다. 전문적 이슈로 ‘아파트 관리비 편성 문제’를, 이해관계적 이슈로 ‘아파트, 동네 조경이나 도색 결정 문제’를 질문한 결과, 모두 ‘전체 주민총회’를 꼽았다(예산: 41.2%, 조경, 도색: 39%). 이에 반해 아파트나 동네의 대표로 구성된 ‘집행부’가 주도적으로 결정하는 방식은 매우 저조한 것으로 나타났다(예산: 8.6%, 조경, 도색: 5.2%).

[그림 2-11] 커뮤니티 수준의 이슈별 정책결정 방식

(단위: %)



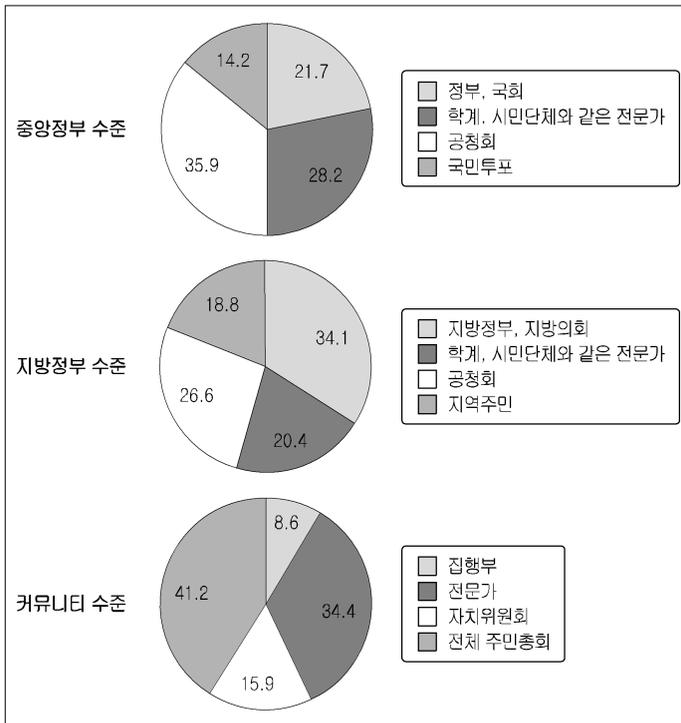
#### 나. 거버넌스 층위 간 이슈별 선호하는 정책결정 방식

##### 1) 전문적 이슈: 중앙정부, 지방정부, 커뮤니티 수준에서의 예산 편성 방식

다음으로 거버넌스 층위 간 이슈별 선호하는 정책결정 방식이 무엇인지 살펴보았다. [그림 2-12]는 거버넌스 층위 간 전문적 이슈의 결정 방식을 나타낸다. 본 연

구에서는 전문적 이슈로 각 거버넌스 층위에서의 ‘예산 편성’ 문제를 다루었는데, 각기 다른 결과가 도출되었다. 즉, 이슈의 특성이 동일하더라도 거버넌스 층위의 영향을 무시할 수 없는 것으로 나타났다. 중앙정부 수준에서는 ‘공청회’를 통해 정책 결정 하는 것을 선호하였다(35.9%). 이에 반해 커뮤니티 수준에서는 예산편성 문제가 전문적인 특징을 지니고 있음에도 불구하고, ‘전체 주민총회’가 주도적으로 결정 하는 것을 꼽았다(41.2%). 마지막으로 지방정부 수준에서는 ‘지방정부, 지방의회’가 주도적으로 결정하는 것을 선호하였다(34.1%).

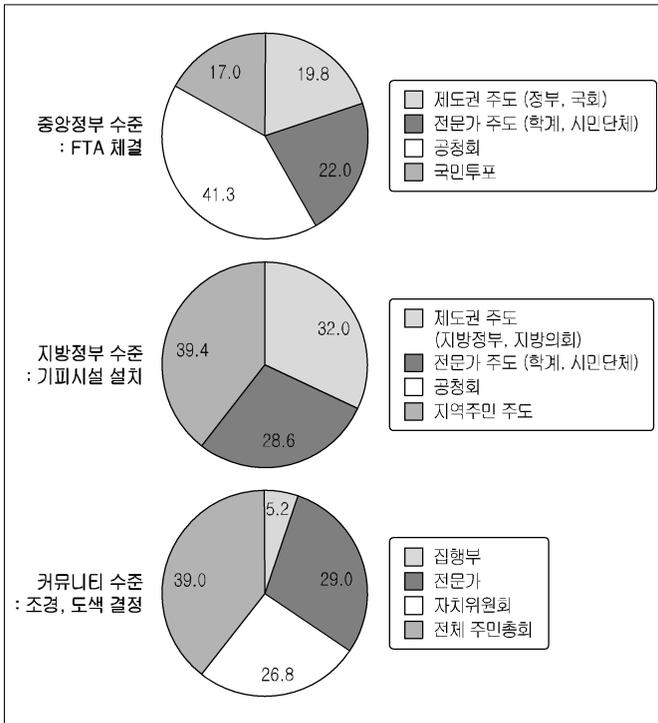
[그림 2-12] 거버넌스 층위 간 전문적 이슈 결정 방식  
(단위: %)



2) 이해관계적 이슈: ‘FTA체결, 기피시설 설치, 조경, 도색’ 정책결정 방식  
이해관계적 이슈의 경우에는 위와 다른 결과가 나타났다. 중앙정부 수준에서는

FTA 체결, 지방정부 수준에서는 기피시설 설치, 커뮤니티 수준에서는 조경, 도색에 대한 정책결정 방식을 살펴보았다. 이해관계적 이슈일 경우 전문적 이슈보다 참여 지향적 성향을 더 많이 드러낸다. 그 결과 ‘지역주민 주도’(39.4%), ‘전체 주민총회’(39%)와 같은 시민의 직접참여 방식이 더 선호되었다. 그런데 중앙정부 수준에서는 예외적으로 ‘국민투표’(17%)보다 ‘공청회’(41.3%)를 통한 정책결정 방식을 가장 많이 선호하였다.

(그림 2-13) 거버넌스 층위 간 이해관계적 이슈 결정 방식 (단위: %)



본 절에서는 구체적인 민주주의 모델을 모색하는데 있어서 앞서의 분석에서 확인한 층위만의 문제가 아니라, 이슈의 성격도 중요함을 확인해 보았다. 연구에서는 앞서도 지적했지만, 정책 이슈를 크게 전문성 이슈와 이해관계 이슈 등 2가지로 구분했다.

〈표 2-4〉 중앙정부의 이슈 성격과 정책결정 선호집단

	구분	N	평균	t 값	유의확률
전문성 이슈	대의 선호	92	1.2065	-57.156	0.000 (***)
	직접참여 선호	313	4.3610		
이해관계 이슈	대의 선호	92	1.2826	-55.596	0.000 (***)
	직접참여 선호	313	4.3003		

〈표 2-5〉 지방정부의 이슈 성격과 정책결정 선호집단

	구분	N	평균	t 값	유의확률
전문성 이슈	대의 선호	173	1.5434	-59.001	0.000(***)
	직접참여 선호	233	4.5064		
이해관계 이슈	대의 선호	173	2.0289	-30.026	0.000(***)
	직접참여 선호	233	4.0000		

〈표 2-6〉 커뮤니티의 이슈 성격과 정책결정 선호집단

	구분	N	평균	t 값	유의확률
전문성 이슈	대의 선호	19	1.0000	-29.362	0.000(***)
	직접참여 선호	401	3.7830		
이해관계 이슈	대의 선호	19	1.0000	-28.654	0.000(***)
	직접참여 선호	401	3.7706		

이상의 이슈의 유형에 따라서 분석해본 결과 대의 선호집단과 직접참여 선호집단과는 상이한 차이가 발견됨을 확인할 수 있다. 이러한 차이는 소결에서 제시할 새로운 거버넌스의 모델을 제시하는데 유용할 것이다.

- ① 중앙정부, 지방정부, 커뮤니티 수준 모두 전문성 이슈와 이해관계 이슈 모두 직접참여선호집단의 적극성을 확인할 수 있음
- ② 대의 선호집단과의 격차가 확연하다는 것은 대의 선호집단과 직접참여 선호

집단간의 의식의 격차가 크다는 것으로 향후 사회갈등 요인으로 부각될 수도 있음

- ③ 분명한 것은 이슈별 거버넌스가 커뮤니티 층위일수록 가장 강한 참여집단이 형성되었다는 것으로 이는 집적 생활정치 영역일수록 더욱 참여 지향성이 강하다는 것을 증명하고 있음

이상의 분석에서 확인할 수 있는 것은 거버넌스 층위별, 이슈별로 선호하는 정책 결정 방식이 다르다는 것이다. 즉 커뮤니티 수준에 가까울수록, 이해관계가 높은 이슈일수록, 제도불신이 높을수록 참여지향적 정책결정 방식을 더 선호한다.

그럼에도 불구하고, 정책결정방식의 선호에 있어서 거버넌스 층위와 이슈별 성격의 상호 영향력을 고려할 때, 중앙정부와 커뮤니티 수준의 경우, 이슈의 성격보다 거버넌스 층위가 정책결정방식의 선호에 더 큰 영향을 미친다. 각각의 이슈별 정책결정 선호 방식을 비교해 보면, 이슈에 상관없이 전자는 ‘공청회를 통한 시민의사 수렴’, 후자는 ‘주민투표’를 선호한다. 이는 정책결정의 영향력의 강도가 가장 낮거나, 가장 높은 경우에 해당한다. 즉 시민은 나의 실생활과 아주 밀접한 관련이 있을 경우 참여지향의 성향을, 그렇지 않을 경우 대표위임의 성향을 드러낸다. 이에 반해 지방정부의 경우 이슈의 성격이 더 큰 영향을 미친다. 즉 전문적인 이슈일 경우에는 대표위임의 성향을, 이해관계적 이슈일 경우에는 참여지향의 성향을 나타낸다.

그렇다면, 거버넌스 층위별로 친화적인 정책결정 모델은 무엇인가?

첫째, 중앙정부수준에서는 대의-숙의형 모델과 친화적이다.

중앙정부수준에서 다뤄지는 이슈들은 복잡하고, 전문적이다. 더욱이 이러한 이슈에 관련된 이해당사자들은 작게는 시민, 크게는 국제사회까지 광범위하게 연결되어 있다. 따라서 정책결정 방식 또한 어느 한편의 이익을 위하기보다 숙의(deliberation)와 조정(steering)의 과정을 보여줄 수 있는 것이 매우 중요하다. 따라서 이러한 환경에서는 ‘공청회나 여론조사를 통한 시민의사 수렴’을 통해 단계적으로 시민참여 수준을 넓혀가는 노력이 필요하다.

둘째, 지방정부수준에서는 이슈별 하이브리드(hybrid)형 모델과 친화적이다.

중앙정부수준과 달리 지방정부수준에서는 정책결정 방식의 선호에 있어서 거버넌스 층위보다도 이슈별 성격의 영향을 더 많이 받는다. 즉 선호하는 정책결정 방식에 있어서 전문적 이슈와 이해관계적 이슈 간의 차이가 뚜렷하다. 전문적인 이슈인 경우에는 제도에 위임하고자 하는 경향이 강하고, 이해관계적 이슈인 경우에는 지역민들이 직접 참여하고자 경향이 강하다. 이와 같이 양자 사이의 구분이 명확한 이유는 지역기반시설 유치나 기피시설 선정 등과 같은 이해관계적 이슈들이 지역민의 생활과 지역 경제에 매우 밀접한 영향을 미치는 것들이기 때문이다.

셋째, 커뮤니티수준에서는 참여-숙의형 모델과 친화적이다.

커뮤니티수준은 다른 거버넌스 층위와 달리 참여지향적인 정책결정 방식의 선호가 가장 강하다. 이는 거버넌스 규모, 참여의 비용과 매우 밀접한 관계가 있다. 더욱이 인터넷은 커뮤니티수준에서의 참여의 비용을 줄이는 데 매우 유용하게 사용되고 있다. ‘공동주택관리정보시스템’(www.khmais.net)과 같은 아파트 관리비 공개 프로그램은 커뮤니티수준에서의 참여-숙의형 정책결정에 필요한 정보 접근을 더욱 용이하게 한다.

#### 제 4 절 누가 참여를 원하는가?

제4절과 제5절의 분석을 위해서는 2차 표본추출이 필요하다. 연구에서는 전체 시민을 대상으로 하기보다는 적극적인 참여와 대의제 선호 층을 별도로 추출하여 이들의 사회경제적 특성과 참여지수, 그리고 참여결정 요인 등을 분석하기로 한다. 이와 같이 구분하는 이유는 본 연구가 거버넌스 구축을 위한 참여집단의 특성과 방식, 그리고 결정요인을 파악하기 위한 연구이기 때문이다. 따라서 연구에서는 앞서 층위별로 조작화한 지표를 바탕으로 ‘대의 선호집단’과 ‘직접참여 선호집단’으로 구분하여 세부적인 분석을 시도한다. 제4절 누가 참여하는가를 규명하기 위해서 직접참여 선호집단의 사회경제적 특성을 파악한다. 그리고 구체적으로 층위별, 이슈별 참여지수를 비교하여 직접참여 지향집단의 인식에 대한 접근을 시도한다.

## 1. 거버넌스 참여자의 사회경제적 특성

이번 항에서는 중앙정부, 지방정부, 커뮤니티의 정책결정에서 대의 선호집단과 직접 참여 선호집단을 구분하여 직접참여 선호집단의 사회경제적 특성을 파악할 것이다. 대의 선호집단과 직접참여 선호집단은 각 층위별 시민참여의 수준을 2개로 재구분하여 구성했다. 대의 선호집단은 i) 대표에게 위임 또는, ii) 의회나 해당 정부에 위임을 분류했고, 직접참여 선호집단은, iii) 공청회, 여론조사 등을 통한 시민의사 수렴 또는, iv) 국민투표 또는 주민투표를 선호하는 답변을 한 이들로 구분했다.<sup>2)</sup>

이러한 조작화와 변수재설정을 통해서 계량화 된 데이터를 정렬하여, 각각의 대의와 직접참여를 선호하는 집단은 중앙정부(N=405명), 지방정부(N=406명), 커뮤니티(N=412명)를 추출하여 층위별 분석을 시도한다.

표본의 개요를 살펴보면 성, 연령, 학력, 소득별로 편차가 없이 고르게 2차 표본이 추출되었음을 알 수 있다. 이는 2차 표본추출에 있어서 어떤 편기(bias)가 작용했을 가능성이 적음을 의미한다.

〈표 2-7〉 표본의 개요

구 분		중앙정부	지방정부	커뮤니티
성별	남성	198(48.9)	192(47.3)	193(46.0)
	여성	207(51.1)	214(52.7)	227(54.0)
연령	19세 이하	55(13.6)	53(13.1)	47(11.2)
	19~29세	60(14.8)	77(19.0)	82(19.5)
	30~39세	72(17.8)	86(21.2)	87(20.7)
	40~49세	77(19.0)	72(17.7)	96(22.9)
	55~59세	68(16.8)	58(14.3)	54(12.9)
	60세 이상	73(18.0)	60(14.8)	54(12.9)

2) 당초 설문에는 정책결정과정에서 전문가의 자문 또는 토론에 관한 답변이 포함되어 있었으나 이 문항은 대의 선호집단과 직접참여 선호집단을 구분하는데서 배제하고 양 극단의 집단을 추출했다.

구 분		중앙정부	지방정부	커뮤니티
학력	초등학교 졸업	10(2.5)	4(1.0)	7(1.7)
	중학교 재학	19(4.7)	17(4.2)	18(4.3)
	중학교 졸업	10(2.5)	9(2.2)	5(1.2)
	고등학교 재학	32(7.9)	37(9.1)	25(6.0)
	고등학교 졸업	93(23.0)	82(20.2)	91(21.7)
	대학교 재학	33(8.1)	46(11.3)	45(10.7)
	대학교 졸업 이상	208(51.4)	211(52.0)	229(54.5)
소득	200만원 이하	65(16.0)	62(15.3)	62(14.8)
	201 ~ 400만원	161(39.7)	170(41.9)	167(39.7)
	401 ~ 600만원	129(31.8)	115(28.3)	136(32.4)
	601 ~ 800만원	26(6.4)	33(8.1)	33(7.9)
	801만원 이상	24(5.9)	26(6.4)	22(5.2)
계		405	406	420

#### 가. 층위별 집단 간 사회경제적 특성 비교

중앙정부에서의 대의 선호집단과 직접참여 선호집단간의 사회경제적 차이는 교차분석(cross-tabulation analysis)을 통해서 추출했다. 이를 바탕으로 살펴보면, 중앙정부 정책에 대한 두 집단 간의 분석은 직접참여는 여성일수록, 40대 이하, 대학교 재학 이하에서 적극적임을 알 수 있다. 이는 역으로 대의 선호는 남성일수록, 50대 이상일수록 그리고 대졸 이상이 더 높게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

〈표 2-8〉 중앙정부수준의 정책결정 선호집단 간 사회경제변인 비교

구분	Chi-square( $\chi^2$ )	유의확률	평가	해석
성별	22.564	.000(***)	채택	- 여성 직접참여 선호
연령별	64.095	.000(***)	채택	- 40대 이하 직접참여 선호
학력별	19.167	.004(**)	채택	- 대졸이상 대의선호(63%) - 대재이하 직접참여 선호
소득별	7.167	.412	기각	-

\* < 0.5, \*\* < 0.01, \*\*\* < 0.001

여기서 주목할 결과는 중앙정부의 정책에 대한 대의선호집단과 직접참여 선호집단 간의 차이가 확연하게 나뉘고 있다는 점이다. 첫째, 무엇보다 여성의 직접참여 경향이 높다는 것은 추후에 여성의 정치적 참여와 관련된 의미 있는 연구가 될 수도 있다. 참고로 지난 2008년 미국산 쇠고기 수입과 관련한 촛불시위에서도 여성의 정치적 참여는 두드러졌다. 이들은 사이버 커뮤니티를 중심으로 다양한 공유와 협력의 집단행동을 통해서 새로운 네트워크 기반의 시민운동의 전범을 보인바가 있다. 특히 당시 촛불시위의 온라인과 오프라인의 각종 집회와 행사에 적극적으로 참여했던 〈소울드레서〉와 〈마이클럽〉, 〈82 cook〉, 〈화장~발〉, 〈쌍코〉 등의 인터넷 기반커뮤니티들의 적극적인 집단행동은 많은 연구자들의 관심의 초점이 되었다(송경재 2011).<sup>3)</sup>

둘째, 연령변인은 당연히 낮을수록 참여지향적임은 예측이 되었지만 학력변인에서 여러 가지 해석이 필요하다. 대졸이상의 고학력층이 대의 선호집단에 포함되어 있다는 점은 고학력일수록 민주주의에 대한 가치가 대표에게 위임하는 경향이 강하고, 직접참여는 꺼리는 경향을 모인다는 점을 의미한다. 이에 대해서는 보다 엄밀한 분석이 필요할 것이지만 한국에서의 고학력층이 겪고 있는 사회경제적 환경과 무관하지 않을 것으로 보인다. 미래에 대한 불확실성이 크기 때문에 직접참여 유형보다는 오히려 대표에게 위임하는 경향이 나타났을 가능성이 크다.<sup>4)</sup>

다음으로, 지방정부 정책결정과정에서의 대의와 직접참여 선호집단 간의 사회경제적 차이를 살펴보았다. 분석결과, 중앙정부에 비해 학력변인은 선호집단 간의 유의미한 차이가 발견되지 않았다( $p=0.244$ ). 그리고 결과는 지방정부 정책결정에서 성

3) 이러한 사이버 커뮤니티 특히 여성 사이버 커뮤니티에 관한 연구는 윤성이·유석진·조희정(2008)의 연구와 윤성이·장우영(2008)의 연구에서도 잘 드러나 있다.

4) 이에 대한 해석은 좀 더 보완적인 조사와 연구가 필요할 것으로 보인다. 고학력층이 민주주의의 학습효과 또는 공동체의 학습효과를 경험했음에도 불구하고 상당수가 대의 선호집단에 포함되어 있다는 것은 이들의 의식과 행태에 대한 세밀한 조사와 연구가 필요한 영역이다.

과 연령이 중요한 변인임을 알려준다. 중앙정부와 같이 여성일수록, 그리고 40대 이하일수록 지방정부에서도 적극적인 참여집단임을 확인해 주고 있다.

〈표 2-9〉 지방정부수준의 정책결정 선호집단 간 사회경제변인 비교

구분	Chi-square( $\chi^2$ )	유의확률	평가	해석
성별	6.002	.014(*)	채택	- 여성 직접참여 선호
연령별	22.935	.000(***)	채택	- 40대 이하 직접참여 선호
학력별	7.919	.244	기각	-
소득별	6.071	.531	기각	-

\* < 0.5, \*\* < 0.01, \*\*\* < 0.001

마지막으로, 커뮤니티 수준에서의 선호집단 간의 사회경제적 특성을 살펴보았다. 일반적인 예상으로는 커뮤니티 수준은 층위의 가장 하위로서 직접적인 이해관계가 결부되는 이슈가 많을 것으로 보았다. 성과 연령, 소득에서 대의나 직접참여 선호집단 간의 차이는 존재하지 않았다. 이는 다시 설명할 것이지만, 중앙정부에서의 참여 보다는 커뮤니티 수준에서의 참여가 보다 광범위하게 나타나고 있음을 알려주는 지표이다. 다만 학력별 차이가 통계적으로 유의미 하지만( $p=0.030$ ) 그것도 이중적으로 나타나고 있음을 확인했다.

〈표 2-10〉 커뮤니티수준의 정책결정 선호집단 간 사회경제변인 비교

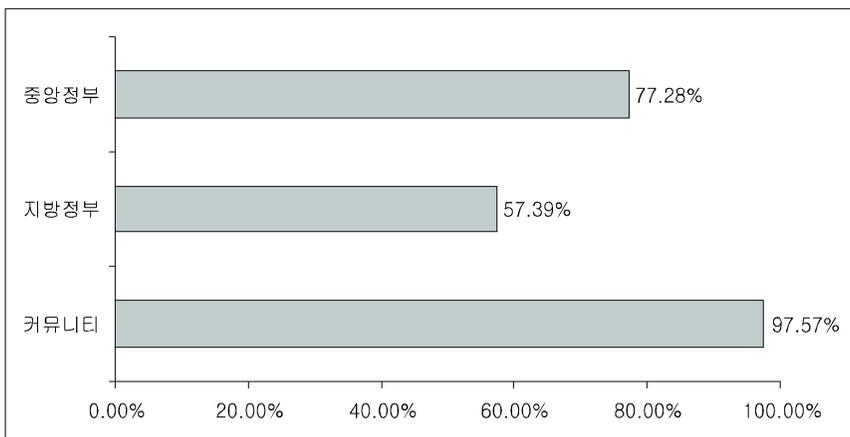
구분	Chi-square( $\chi^2$ )	유의확률	평가	해석
성별	0.016	.899	기각	-
연령별	5.122	.401	기각	-
학력별	13.938	.030(*)	채택	- 고졸과 대학재학자 직접참여 선호 - 대졸자는 큰 차이 없어
소득별	6.907	.439	기각	-

\* < 0.5, \*\* < 0.01, \*\*\* < 0.001

첫째, 학력 간의 차이가 나타났지만 중앙정부와 지방정부에 비해서 다른 양상을 보였다. 그것은 대졸이상의 학력에서 큰 차이가 없고 오히려 고졸과 대재학생에서 통계적인 차이가 발견되었다. 대졸이상 중에서 대의 선호집단은 57.9%였고 직접참여 선호집단은 54.4%로 앞서의 중앙정부 층위에서의 집단 간 차이인 63.0%와 47.9% 보다 완화된 것으로 나타났다. 이 결과는 통계적으로 중앙정부 층위보다 학력차이에 의한 대의와 직접참여 간의 유의미성은 없다는 것이다.

둘째, 커뮤니티 수준에서의 유의미한 차이가 발견되지 않은 이유는 또 다른 곳에서 발견된다. 그것은 커뮤니티 층위에서의 대의 선호집단은 전체 420명 중에서 불과 19명에 불과하고 직접참여 선호집단이 401명에 달하기 때문이다. 이른바 통계적인 해석 트랩에 빠진 것이다. 이는 교차분석이 집단 간의 유의미한 차이를 검정하기 위한 분석도구 임을 감안할 때 커뮤니티 수준에서의 시민들의 가치정향은 중앙정부나 지방정부와는 차원이 다르게 직접적이고 참여 지향적이 되었음을 알려준다.

(그림 2-14) 거버넌스 층위 별 직접참여 선호집단 비중



이 결과는 앞서 우리가 제3절 1항서 왜 커뮤니티 수준에서의 참여가 가장 활발하

게 도출되었는지를 알려준다. 따라서 단순히 유의미한 참여가 나타나지 않는다는 것만을 볼 것이 아니라 왜 이런 커뮤니티 수준에서의 광범위한 참여가 나타나는 지에 대한 추가 고찰이 필요할 것이다. 이에 대해서는 다음 제4절에 분석할 것이다.

#### 나. 층위별 집단간 디지털적 특성 비교

앞서 우리는 중앙정부와 지방정부, 커뮤니티 수준에서 누가 참여하는지를 사회경제적 변인을 바탕으로 살펴보았다. 이를 좀 더 발전시켜 구체적으로 층위별 집단 간 디지털적인 특성이 대의 선호와 직접참여 선호에 어떤 영향을 미치는지를 살펴볼 것이다. 이 가설에 대한 검증은 디지털 시대의 중요한 도구인 스마트폰과 SNS사용이 정치참여에 긍정적인 효과가 있는지, 아니면 기존의 기술적 도구와 별반 차이가 없는지에 대한 의미 있는 결과를 도출할 수 있을 것이다.

첫째, 이른바 디지털 참여효과가 나타나는 것은 중앙정부의 정책결정과정에서 직접 참여를 선호하는 집단이 강하다. 이는 SNS 사용자 집단에서 더욱 강한 통계적인 유의미성이 발견된다( $p=0.000$ ). 이를 해석하면, 중앙정부의 직접참여 선호집단은 스마트폰과 SNS를 활발하게 사용하고 있는 집단이라는 결론이 도출된다. 반대로 스마트폰과 SNS를 사용하지 않을수록 대의제를 선호하는 집단이라는 것을 알려준다. 이는 분명한 중앙정부 의제일 경우 디지털화된 기기와 서비스를 활용할수록 직접참여를 선호한다는 결과이다. 요컨대, 윤성이 등(2010)의 컨버전스 세대(convergence generation)의 등장에 관한 연구결과와 마찬가지로, 디지털화된 디바이스(devices)와 서비스의 이용은 시민들의 참여채널을 확대하고 다양한 정치적 표현을 확대할 수 있다는 장점을 가지고 있음이 이번 조사에서도 확인되었다.

둘째, 그러나 좀 더 주목해 보아야 할 것은 지방정부와 커뮤니티 수준에서의 디지털화 정도에 따른 대의와 직접참여 선호의 차이는 발견되지 않았다. 그리고 두 집단 간의 평균차이 분석인 t-test에서도 의미가 없는 것으로 나타났다. 이는 주로 한국의 디지털에 익숙한 이들이 주로 중앙정부의 정책에 많은 관심을 가진 때문으로 해석할 수도 있지만 반대로 지방정부와 커뮤니티 수준의 의사결정이나 정책결정이 아직 주민들에게는 그렇게 크게 와 닿지 않는 것일 수도 있다. 그리고 그 정보의 내용을

다른 사람에게 전달하기 위해 스마트폰이나 SNS를 사용할 필요성을 못 느꼈을 수도 있다. 그런 맥락에서 본다면 한국의 스마트폰과 SNS는 상당부분 중앙정치와 정책의제 편향성이 강함을 확인할 수 있다.<sup>5)</sup>

〈표 2-11〉 대의와 직접참여 선호집단 간 디지털 효과 비교

구분	항목	유의확률	해석
중앙정부	스마트폰 (2=사용한다)	.002(**)	사용자 집단이 직접참여 선호
	SNS (2=heavy user)	.000(***)	사용자 집단이 직접참여 선호
지방정부	스마트폰 (2=사용한다)	.579	t-test 분석에서도 통계적 차이 없음
	SNS (2=heavy user)	.369	t-test 분석에서도 통계적 차이 없음
커뮤니티	스마트폰 (2=사용한다)	.427	t-test 분석에서도 통계적 차이 없음
	SNS (2=heavy user)	.245	t-test 분석에서도 통계적 차이 없음

\* < 0.5, \*\* < 0.01, \*\*\* < 0.001

5) 이러한 결과는 SNS 헤비유저와 라이트유저 간의 민주주의 인식에서도 차이가 나타났다. 두 집단 간의 독립표본 t-test를 전체 표본을 대상으로 분석한 결과도, SNS 헤비유저가 심의적이고 참여지향적인 것으로 나타났다( $p < 0.01$ ). 요컨대 SNS 헤비유저가 민주주의에 대한 거대담론을 이야기 할때 중앙정부에 대한 인식을 가지게 됨을 감안하면 이 집단의 인식이 대의 선호보다는 참여지향적이고 심의를 추구하거나, 직접 민주주의를 선호하는 것으로 증명될 수 있다.

〈SNS 사용강도에 따른 선호하는 민주주의 유형〉

	구분	N	평균	t 값	유의확률
바람직한 민주주의	SNS light user	477	2.0252	-2.602	0.009 (**)
	SNS heavy user	575	2.1009		

## 제 5 절 왜 참여를 원하는가?: 참여의 결정요인

이상에서 우리는 누가 참여를 원하는 지에 대한 사회경제적 변인과 디지털 변인에 대해 살펴보았다. 이는 예상대로 중앙정부 또는 지방정부, 커뮤니티 수준에서 각각 다르게 나타나고 있으며 공통의 변인도 있었다. 하지만 분명한 것은 커뮤니티와 중앙정부 수준에서 보다 적극적인 참여 지향성이 나타난다는 점이다.

본 절에서는 앞의 분석을 바탕으로 왜 참여를 원하는지에 대해 검증하기 위해서 정치 신뢰, 호혜성의 규범,<sup>6)</sup> 정치 효능감,<sup>7)</sup> 이념 등의 변인 등을 중심으로 재해석하고자 한다. 민주주의 가치의 변화간의 관계를 중심으로 통계 분석하여 결과를 유도할 것이다.

첫째, 중앙정부에서 왜 참여를 원하는가를 살펴보았다. 분석결과, 중앙정부는 설정한 6개변인 중에서 타인신뢰 변인을 제외하고 모두 대의와 직접참여 선호집단 간의 유의미한 차이가 발견되었다. 유일하게 타인신뢰 만이 두 집단 간에 통계적으로 유의미 하지 않은 것으로 나타났다( $p=0.173$ ).

좀 더 자세하게 분석해보면, 첫째, 이념변인은 매우 유의미한 변인인 것으로 도출되었다( $p < 0.001$ ). 선호하는 참여방식에 따라 두 집단은 현저한 이념적인 차이를 보이고 있다. 이념적으로 보수인 사람들은 대의를 선호하지만, 이념적 진보는 직접참여를 선호하고 있다( $p < 0.001$ ). 이는 한국사회에서 중앙정부의 정책이 정책적인 실효성과 사실관계, 그리고 실현 가능성도 고려되지만 이념적인 색깔에 따라 각기 다르게 접근할 수도 있다는 것을 의미한다. 즉 보수는 대표에게 위임하는 경향이 강하지만, 진보는 직접 정책결정과정에 좀 더 참여하기를 원한다는 것이다. 따라서 중앙정부 차원에서 협력적인 정책 거버넌스를 실현하기 위해서는 사회경제적 변인과 함

6) 호혜성의 규범은 “개인의 이익과 공동체의 이익이 충돌했을 경우 어느 쪽이 중요하다고 생각하십니까?”를 질문했다.

7) 정치효능감은 참여를 통한 만족감을 의미하는 것으로 “사회이슈가 복잡하므로 정부나 정책에 맡겨두는 것이 낫다.”라는 질문을 했다.

께 이념적 변인도 고려해야 하고 이에 따른 정책참여의 통로, 그리고 제도화 방안을 모색해야 할 것이다.

〈표 2-12〉 중앙정부수준의 정책결정 선호집단 간 의식비교

구분	Chi-square ( $\chi^2$ )	유의확률	평가	해석
이념	58.303	.000(***)	채택	- 보수 대의 선호 - 진보 직접참여 선호
정부신뢰	124.547	.000(***)	채택	- 정부신뢰 낮을수록 직접 참여 선호
시민단체 신뢰	15.447	.017(*)	채택	- 시민단체 신뢰도 강할수록 직접참여 선호
타인신뢰	9.013	.173	기각	-
호혜성의 규범	16.606	.011(*)	채택	- 공동체 이익을 우선할수록 직접참여 선호
정치 효능감	56.659	.000(***)	채택	- 정부, 정치인에게 위임하지 않는 경향이 강함

\* < 0.5, \*\* < 0.01, \*\*\* < 0.001

둘째, 정부신뢰 역시 낮을수록 직접참여를 선호하는 것으로 나타났다( $p < 0.001$ ). 이는 정부정책에 대한 불신이 결국 시민들의 참여확대를 가져왔다는 논의와 유사하다. 이에 대해서 나이(Nye 1997)는 국민이 정부를 불신하는 이유를 정부자체의 불신보다는 정책에 대한 불신이 더욱 크다고 지적한 바 있다. 이를 유추해보면, 낮은 정부신뢰가 결국 시민들이 대의보다는 직접 정치에 참여하고 의사결정에 영향을 행사하려고 하는 것이라 할 수 있다.

셋째, 시민단체 신뢰는 강할수록 직접참여를 선호했다( $p < 0.05$ ). 이는 정부불신과 결부되어 한국의 실질적인 정책결정과정에서 시민단체의 신뢰도가 상당함을 알려준다. 역설적으로 정부신뢰가 낮고, 시민단체 신뢰가 높을수록 직접적인 참여지향성을 보인다는 것은 정부 입장에서는 상당한 부담이 될 것이다. 시민단체가 항상 정부에 동조하는 것이 아니라 견제 또는 감시자 역할을 하고 있기 때문에 정부 정책결

정과정에서 이들의 의견을 수용할 수 있는 토대가 마련되지 않으면 상시적인 정책 혼란을 야기할 수밖에 없다. 그런 맥락에서 현 정부 들어 시민사회와의 소통이 상당 부분 편향적이거나 왜곡되었음을 감안하면 진정한 중앙정부 단위에서의 협력의 거버넌스를 만들기 위해서는 새로운 발상의 전환이 필요하다(Kooiman 2003).

넷째, 호혜성의 규범과 정치 효능감 역시 마찬가지이다. 두 지표는 시민의식을 측정하는 지표이기 때문에 분명한 흐름이 감지된다. 즉 직접참여 선호집단은 공동체적인 이익을 추구하고( $p < 0.05$ ). 정부나 정치인에게 위임하는 것을 부담스러워 한다( $p < 0.001$ ). 역시 정부불신의 결과일 수 있다. 주목해야 할 것은 정치효능감이다. 직접 참여를 통해서 정책을 변화시키고자 하는 의지가 중앙정부에서는 강하게 나타나고 있다.

두 번째로 살펴본 지방정부의 정책에 대한 대의와 직접참여 선호집단 간의 차이는 앞서의 중앙정부의 그것과 완전한 차이가 있다. <표 2-13>에서도 나타나지만 지방정부 정책은 지방정부 신뢰와 호혜성의 규범, 그리고 정치 효능감 변인만이 두 집단 간의 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다.

<표 2-13> 지방정부수준의 정책결정 선호집단 간 의식비교

구분 이념	Chi-square ( $\chi^2$ )	유의확률	평가	해석
지방정부 신뢰	29.453	.000 (***)	채택	지방정부 신뢰 약할수록 직접 참여 선호
시민단체 신뢰	3.173	.787	기각	—
타인신뢰	5.868	.438	기각	—
호혜성의 규범	17.844	.007 (**)	채택	공동체 이익을 우선할수록 직접참여 선호
정치 효능감	29.464	.000 (***)	채택	정부, 정치인에게 위임하지 않는 경향이 강함

\* < 0.5, \*\* < 0.01, \*\*\* < 0.001

세부적으로 살펴보면, 첫째, 이념 변인( $p=0.256$ )과 타인 신뢰( $p=0.787$ )는 기각되었다. 어떤 의미에서 본다면, 퍼트남의 지적대로 타인 신뢰는 일반화된 신뢰이자 협력의 토대가 되는 것이지 침해한 이익과 갈등적인 정책결정과정에서 중요한 변인이 안 될 수도 있다. 오히려 사회적인 신뢰의 수준과 더 가깝게 연계되기 때문이다 (Putnam 2000). 하지만 이념변인은 중앙정부와 다른 결과가 나온 부분은 추가 해석이 필요하다. 이는 커뮤니티 수준에서도 반복적으로 나탄지만 아직 시민들은 중앙정부와 커뮤니티 수준에서는 이념이 중요한 변인이 아니라고 평가하고 있는 듯이다. 그 증거로서 중요한 중앙정부 정책에 따른 이념적 차이가 부각되었지만, 이념 변인이 지방정부에서는 큰 차이가 발생하지 않았다.

둘째, 지방정부에 관한 신뢰 변인은 역시 중앙정부와 마찬가지로 낮을수록 적극적인 참여지향성이 강해진다( $p < 0.001$ ). 앞서 중앙정부와 마찬가지로 지방정부도 신뢰가 하락한다면 그것은 민주적 대표성과 책임성이 하락하는 것이다. 지방정부의 정책결정과정에서도 향후 지방정부 신뢰가 하락할 경우 중앙정부와 같이 직접참여 선호집단이 증가할 수 있다. 그리고 이러한 현상은 최근의 주민투표가 비록 33.3%가 미달해서 성사되지는 않았지만 지역의 중요한 정책으로 발의되고 있음을 보면 잘 알 수 있다.<sup>8)</sup>

셋째, 호혜성의 규범( $p < 0.01$ )과 정치효능감( $p < 0.001$ )은 중앙정부와 동일한 결과가 도출되었다. 두 변인 모두 대의 선호집단과 직접참여 선호 집단 간의 유의미한 차이가 발견되었다. 역시 중앙정부 만이 아니라 지방정부에서도 공동체의 이익을 우선하고 정치, 정부에만 의존하지 않고 직접적인 참여 의사를 표현하는 이들이 더욱 적극적인 참여집단으로 성장하고 있음을 알려준다.

마지막으로, 커뮤니티의 의사결정에서 두 집단 간의 차이가 발생하는 지를 시민 의식 차원에서 분석했다. 그러나 예상과 달리 커뮤니티 의사결정에서는 아직 대의 집단과 직접참여 선호집단 간의 통계적으로 유의한 차이가 없었다. 이념을 비롯한

---

8) 이러한 현상은 점차 확대될 소지도 강하다. 실제 2011년에만 상반기에 서울시의 주민투표가 실시되었고, 하반기에는 과천시에서 주민투표가 발의되었다.

5개 변인이 모두 통계적으로 차이가 없었다.

〈표 2-14〉 커뮤니티수준의 정책결정 선호집단 간 의식비교

구분	Chi-square ( $\chi^2$ )	유의확률	평가	해석
이념	2.873	.238	기각	t-test 분석에서도 통계적 차이 없음
시민단체 신뢰	3.369	.761	기각	"
타인신뢰	1.359	.968	기각	"
호혜성의 규범	5.926	.431	기각	"
정치 효능감	5.051	.537	기각	"

\* < 0.5, \*\* < 0.01, \*\*\* < 0.001

왜 커뮤니티 수준에서는 참여의 결정요인들이 발견되지 않는 것일까? 이는 역시, 앞서 지적한 커뮤니티 수준의 직접참여 선호집단의 수가 압도적이기 때문에 통계적 유의미성을 확인할 수 없는 것이 주요 원인이다.<sup>9)</sup> 하지만 참여의 제도화 측면을 고려한다면, 다른 해석도 가능하다. 분명한 것은 집단 간의 평균이나 두 집단 간의 교차분석에서 유의미한  $\chi^2$  값이 도출되지 않았다는 것은 커뮤니티 수준에서는 대의를 하기 위한 체계가 부족하고 오히려 직접참여를 통한 의사결정 방식이 주류를 이루고 있기 때문일 수도 있다. 실제, 이런 현상은 사이버 커뮤니티 연구에서도 확인된다. 사이버 커뮤니티는 실제 대표를 선출하고 총무와 임원진이 구성되어 있지만 언제라도 문제가 발생하면 탄핵이나 책임을 물을 수 있는 구조가 있다. 정상적인 정치과정의 그것과는 절차의 비용과 거래비용이 현저히 낮기 때문이다. 송경재(2008)의 지역 사이버 커뮤니티 연구에서도 이런 점이 확인된다. 대표에 대한 위임보다는 많은 사람들의 의견을 반영하여 정책을 세우고 커뮤니티를 이끌어가는 것이 대표자의 책무라는 것이다. 이는 커뮤니티에서의 정치적 행위가 중앙정부나 지방정의 그것

9) 그래도 좀 더 구체적으로 집단 간의 평균 비교(독립표본 t-test)를 했지만 역시 두 집단 간의 유의미한 차이는 어떤 변인도 발견되지 않았다.

과는 차별성이 있고 현저히 낮은 거래비용으로 인한 수정과 재선거가 가능하다는 장점 때문일 수도 있다. 그래서 실제 직접참여 선호집단의 수가 압도적으로 높은 비중을 차지하는 것이다.

## 제 6 절 바람직한 민주주의 모델: 융합 거버넌스

본 연구는 21세기 디지털 사회에서 등장하고 있는 새로운 유형의 거버넌스에 천착하여 그 사회경제적 특성을 파악하고 실체로서의 거버넌스가 어떻게 운영, 작동되고 있는지에 관한 실증 연구이다. 그리고 이를 디지털 시대의 융합 거버넌스 모델로 정형화하고자 한다.

연구에서는, 인터넷 이메일 조사를 실시하여 현 단계 한국의 거버넌스 유형이 과거와 같은 획일적이고 단일한 모델이 아니란 점에 주목했다. 그리고 연구에서는 이를 새롭게 등장하는 다양한 사회경제적 변인과 시민의식의 특성을 고려하여 누가, 어떻게, 그리고 왜 참여하는지에 대해 계량적으로 분석하고자 했다.

연구의 결과는 첫째, 연구의 결과는 첫째, 층위별 · 이슈별 참여지수가 다르게 나타났다. 연구에서는 지방참여지수 (2.4168점) < 중앙참여지수 (2.5120점) < 커뮤니티 참여지수 (2.9458점)로 나타났다. 이는 참여를 결정하는 여러 요인이 있음을 확인할 수 있었다.

둘째, 중앙정부 대의와 직접참여 선호집단 간의 사회경제 변인과 디지털, 정치의식 변인은 여성일수록( $p < 0.001$ ), 40대 이하( $p < 0.001$ ), 대학교 재학 이하 일수록( $p < 0.01$ ), 스마트폰( $p < 0.01$ )과 SNS( $p < 0.001$ )를 많이 사용할수록, 진보적일수록( $p < 0.001$ ), 정부 신뢰가 낮을수록( $p < 0.001$ ), 시민단체 신뢰가 강할수록( $p < 0.05$ ), 공동체 이익을 선호할수록( $p < 0.05$ ), 정치효능감이 강할수록( $p < 0.001$ ) 직접정치 참여지향성을 가진다.

셋째, 지방정부 정책결정에서 대의와 직접참여 선호집단간의 차이는 여성일수록( $p < 0.05$ ), 40대 이하( $p < 0.001$ ), 지방정부 신뢰가 약할수록( $p < 0.001$ ), 공동체 이익을 선호할수록( $p < 0.05$ ), 정치효능감이 강할수록( $p < 0.001$ ) 직접정치 참여지향성을 가진다.

그리고 커뮤니티 의사결정에서 두 집단 간의 차이는 고졸과 대학재학자일수록( $p < 0.05$ ) 직접참여적이다. 다만 커뮤니티 의사결정에서는 97.57%라는 다수의 사람들이 참여지향성을 가지기 때문에 통계적인 분석은 의미가 없었다.

이상의 연구를 종합하여 연구자들은 층위별·이슈별 참여의 유형을 체계화하여 복층적인 융합거버넌스로 이를 재구성하고자 한다. 그리고 이를 고정화된 민주주의에 대한 대칭 개념으로서 하이브리드 민주주의(hybrid democracy)로 규정하고자 할 것을 제안한다.

먼저, 융합거버넌스는 앞서도 언급한 바와 같이 복층적이고 다양한 이슈의 성격에 따라 새롭게 구성되는 거버넌스를 지칭한다. 연구결과에서도 확인되지만 현 단계 한국의 거버넌스는 다양하게 나타날 필요가 있다. 그것은 과거와 다른 방식의 정책에 대한 접근 플랫폼이 생성되었기 때문이다. 앞서도 쿠이만이 지적한 바대로 이를 상호작용성 속에서 이슈와 층위에 따라 유연하게 형성되는 거버넌스로 정의한다면 하이브리드 민주주의는 마치 하이브리드 자동차(hybrid car)처럼 두 가지 다른 방식의 동력원을 합한 민주주의를 지칭한다. 보다 엄밀한 사회과학적인 개념을 규정한다면, 하이브리드의 어원이 특정한 목표를 달성하기 위해 두 개 이상의 요소가 합친 것을 의미하듯이 민주주의를 보다 발전시키기 위한 방식에서 획일성보다는 다양화해야 하고 시민들의 참여지향성이 중앙정부, 지방정부, 그리고 커뮤니티 수준에서 다르게 나타나므로 이를 잘 조율할 수 있는 다원화 된 제도적 틀의 필요성이 더욱 요구된다.

부연하면, 현 시대는 단일한 거버넌스로는 설명할 수 없다. 특히 시민들은 층위·이슈의 성격에 따라 각기 다른 참여와 대의의 지향점을 가지고 있다. 여기에 이념과 성, 교육 등의 사회경제적 변인에 따라 중앙정부 수준과 지방정부, 그리고 커뮤니티 수준에서의 참여행태도 다르게 나타나고 있다. 때문에 필연적으로 디지털 시대의 거버넌스는 어떤 층위에서는 참여를 선호하고, 다른 층위에서는 대의를 선호하거나, 어떤 이슈에서는 참여를 선호하고 또 다른 이슈에서는 대의를 선호하는 혼용된 형태로 발현될 수밖에 없는 것이다. 그런 맥락에서 정부와 지방정부 차원에서도 향후 거버넌스의 유형은 단일하기 보다는 이슈와 층위에 따라 다양하게 설계할 필요가

있다. 구체적으로 간단한 정책간담회로 해결될 사안의 성격과 층위가 있는 반면 광범위한 토론과 장시간의 논쟁이 필요한 층위와 이슈도 있기 때문이다.

둘째, SNS와 스마트폰 사용자 집단의 중앙정부 정책결정에 관한 큰 관심은 향후 융합 거버넌스에서 SNS의 정책적 활용의 필요성이 더욱 증대됨을 확인해 준다. 중앙정부 정책결정에서 SNS와 스마트폰 사용자 집단은 강력한 참여의 무기를 활용해 정부정책을 비판하거나 사회의 부조리를 고발하고 있다. 물론 일부 부정적인 문제점도 있지만 SNS와 스마트폰 사용자 집단의 공동체 의식과 직접참여 지향성을 잘 활용한다면 또 다른 시민참여 정책모형을 만들 수 있을 것이다. 예를 들면, 영국의 맨체스터에서는 한 소녀의 비극적인 살인사건 이후 페이스북(Facebook.com)을 활용해 시민들의 범죄감시 활동을 독려하고 있다. 그리고 미국에서도 인권침해 논란도 있지만 구글 어스(google earth)를 활용해 스마트폰과 SNS로 실시간 성범죄자 정보를 공유하고 있다(Fraser, and Dutta 2008).

셋째, 이념변인에 대한 고찰도 필요하다. 이념은 정부신뢰와 함께 중요한 참여결정 요인 중의 하나인 것으로 확인되었다. 특히 주목되는 것은 중앙정부의 정책결정 과정에서 나타난 이념 변인과 지방정부와 커뮤니티 수준에 따른 이념 변인의 차이이다. 중앙정부는 상대적으로 정책결정에 있어서 이념에 관한 경도성이 강하지만 지방정부는 그렇지 않다. 이는 직접참여 집단이 이념적으로 진보성향이기 때문만은 아니라는 것을 확인해 준다. 이유는 지방정부 정책결정에서는 별다른 이념에 따른 대의 선호집단과 직접정치 선호집단 간의 차이가 발견되지 않기 때문이다. 이러한 차이는 한국 정치의 한 단면을 이야기 하는 것일 수도 있다. 과도하게 중앙에 집중화되어 이슈와 정책에 중앙의 정책에 매몰되어 지역에 관한 논의가 활발하지 못한 때문일 수도 있다. 때문에 단순히 이념적인 편향성을 논하기에 앞서, 과도한 중앙정부의 정책결정에 이념 논쟁화 되었음을 알려주는 것이라 할 수 있다.

넷째, 중앙정부와 지방정부의 참여선호집단이 여성이 많다는 것은 거버넌스에 있어서의 여성의 정치적 대표성과 관련한 새로운 문제제기를 하고 있다. 무엇보다 여성의 직접참여 경향이 높다는 것은 추후에 여성의 정치참여의 확대 또는 직접 참여

적인 선호집단으로 성장할 가능성이 높다는 것을 의미한다. 이들은 단지 중앙정부나 지방정부 등의 정책에 대한 참여만이 아니라 사회적인 사건이나 논란에서도 가장 강력한 정치집단으로 성장하고 있다. 그 예는 이미 2008년 촛불집회에서 나타난 여성 사이버 커뮤니티의 활동에서 드러난 바다. 그리고 추가적인 분석에서도 확인한 바, 여성이 중앙정부에서도 그리고 지방정부에서도 대의보다는 직접참여 지향이 강한 것으로 나타났다( $t = -4.876, p < 0.001$ ). 때문에 융합 거버넌스에서 여성의 제도적 참여와 이들의 대표성을 확장할 수 있는 대안적 틀도 고민해야 함을 알 수 있다.

〈표 2-15〉 성별 중앙정부에서의 대의/참여 선호방식

	구분	N	평균 <sup>10)</sup>	t 값	유의확률
중앙정부 선호	남	198	1.6717	-4.876	0.000(***)
	여	207	1.8695		

마지막으로, 이상의 논의를 바탕으로 정부는 국민을 단일한 상으로 바라보기 보다는 다층적인 이해관계를 가진 혼용적 시민으로 보고 각 층위에 따라 이슈에 따라서 각기 다른 정책결정참여의 채널, 즉 거버넌스 모델을 만들어야 할 것이다. 이를 바탕으로 다양하고 층화적인 융합 거버넌스를 구축하여 진일보된 민주주의를 구축하기 위한 여러 실험을 할 필요성이 있다. 이미 선진국에서 논의되고 있는 복잡한 사회이슈에 대해 깊이 있는 공론 파악을 위해 실시하는 공론조사(deliberative poll)나 시민이 참여할 수 있는 틀인 합의회의(consensus conference)와 같은 심의민주주의적 인 요소들을 도입하는 것도 고려해볼만하다.

또 상향식(bottom-up) 참여를 확대하기 위한 커뮤니티 수준의 노력을 중앙정부에서도 제도적으로 도입하여 직접참여 지향성을 가진 집단의 에너지를 체제내적으로 융화시키는 것도 필요할 것이다.

10) 평균값이 클수록 직접참여를 선호한다는 의미이다(1 = 대의 선호).

## 제 3 장 스마트-소셜 네트워크의 확산이 한국정치에 미치는 영향

### 제 1 절 문제제기: ICTs 발전과 대의정치, 쇠퇴인가, 적응인가

급속한 정보통신기술혁명이 한국사회 전반에 미친 변화는 매우 심대하다. 그리고 인간과 사회를 더욱 조밀하게 연결해가는 정보화 환경의 혁신에 의해 변화의 폭과 속도가 더욱 커지리라는 점에도 이론이 없을 것이다. 지난 10여 년간 우리사회의 인상적인 정치실험 또한 상당 부분 ICTs(Information Communication Technologies)를 매개로 한 것이었다. 그 정치실험의 진원지로 간주되어온 인터넷은 최근에 들어 융복합과 웹 2.0 등 기술사회적 패러다임을 추동하며 이용자들의 정치참여 및 대의제 정치과정의 재구조화를 부단하게 촉진하고 있다.

10여년의 정치실험을 경과하는 현재 한국 사회는 스마트-소셜(smart-social)이라는 새로운 정보화 시간대로 이행하고 있다. 정보화 환경은 그동안 ‘웹페이지(WWW) → 웹로그(weblog) → 스마트-소셜네트워크(smart-social network)’로 진화하며 그에 상응하는 정치적 변화를 추동해왔다. 이러한 구분은 시기별로 지배적인 ICTs와 웹 패러다임에 근거한다. 보다 명확하게 말하자면 정보화 시간대는 단속(斷續)적인 흐름의 장을 형성하며 한국 정치 변화에 지대한 영향을 미쳐왔다.

〈표 3-1〉에 요약되어 있듯이 2000년대 한국정치의 주요 사건들은 시기별로 지배적인 ICTs와 기체들을 매개로 촉발되거나 심화되었다. 그리고 대의정치 또한 이러한 기술적 정치적 변화에 적응하여 자기 혁신과 위기의 타개를 도모해왔다.

이 연구의 목표는 ICTs를 매개한 한국의 정치실험이 시기별로 어떤 공통성과 특이성을 띠었는지 그리고 그 원인과 맥락은 무엇인지를 비교적으로 구명하는 것이다. 나아가 이러한 탐색을 바탕으로 스마트-소셜 네트워크 환경에서의 대의정치의

〈표 3-1〉 ICTs 환경과 대의정치 플랫폼 변화

구분	ICTs 환경	웹 패러다임	시기	주요 기제	주요 정치사건	대의정치 플랫폼
정 초기	웹페이지	웹 1.0	16대 대선 전후	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 독립형 인터넷신문</li> <li>• 정치웹진</li> <li>• 팬덤 커뮤니티</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 낙천낙선운동(2010년)</li> <li>• 미선·효순 추모촛불시위(2002년)</li> <li>• 16대 대선캠페인(2002년)</li> </ul>	점포형
확산기	웹로그	웹 2.0	17대 대선 전후	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 카페</li> <li>• UCC</li> <li>• 블로그</li> <li>• 포털 토론장</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 노무현 전 대통령 탄핵 반대운동(2004년)</li> <li>• 17대 대선캠페인(2007년)</li> <li>• 미국산 쇠고기 수입반대 촛불시위(2008년)</li> </ul>	호객형
변곡기	스마트-소셜 네트워크	융복합 스마트-소셜	5회 지방선거 전후	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 트위터</li> <li>• 페이스북</li> <li>• 스마트폰</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 5회 지방선거(2010년)</li> <li>• 4·27 및 10·26 재보궐선거(2011년)</li> <li>• 반값등록금 시위(2011년)</li> </ul>	constituents

변화상과 미시적 메커니즘을 논의하고자 한다. 무엇보다 이 연구는 대의정치 플랫폼의 변화에 주목해서 이같은 연구문제를 추적한다. 국내외적으로 부단한 위기 논란에도 불구하고 대의정치가 과연 쇠퇴했는가는 의문의 여지가 있다. 세계 도처에서 보고되고 있는 대의제 정치집단의 무능과 부패, 시민의 정치적 불신과 무관심, 투표율의 경향적 저하 등은 대의정치의 위기의 증표로 인식된다. 나아가 최근 안철수 현상이나 10·26 재보궐선거(이하, 재보선)에서 시민후보의 서울시장 당선 같은 한국사회의 정치 동향은 스마트-소셜 네트워크 시대 대의정치의 위기를 방증하기에 충분하다. 그럼에도 이러한 국내외적 위기를 곧 대의정치의 쇠퇴로 환원하는 것은 탈역사적 단견일 수 있다. 즉 거시적으로 대의정치의 위기는 반복되어온 현상이며, 그럼에도 불구하고 대의정치는 적응(adaptation)의 전략을 통하여 이를 극복해왔다. 또한 공동체의 합의에 의한 대의제의 제도적 대체제가 등장하지 못한 것도 사실이다. 이러한 맥락에서 이 연구는 거시적인 시각에서 볼 때 대의정치 쇠퇴론이 선행적인 주장일 수 있다는 인식 아래, ICTs 환경에서 플랫폼 변화를 통한 대의정치의 적응 전략을 통시적으로 논증하고자 한다.

## 제2절 분석 시각과 전략

### 1. 이론적 논의: 플랫폼 정치와 정치의 사인화

대의정치는 쇠퇴했는가? 민주화 이래로 한국정치에서 확인되어온 일련의 단면들은 대의정치의 쇠락을 방증하고 있다. 국민의 대표를 선출하는 총선 투표율은 13대 75.8%, 14대 71.9%, 15대 63.9%, 16대 57.2%, 17대 60.6%, 18대 46.1%로 경향적으로 거의 30% 가까이 저하되어 왔다. 대선 투표율 또한 13대 89.2%, 14대 81.9%, 15대 80.7%, 16대 70.8%, 17대 63.0%로 16% 이상 감소하였다. 그리고 일련의 기관별 신뢰도 조사에서 청와대, 국회, 정당은 민간 부문이나 다른 공적 부문에 비해 크게 신뢰도가 떨어져 최하위에 머물러 있다(윤성이, 2009). 민주주의가 발전할수록 정치적 대표에 대한 지지와 신뢰가 쇠퇴하는 역설적 현상은 곧 대의제의 딜레마로 받아들여진다. 나아가 이러한 정량적 지표보다 더욱 중요한 것은 국민들의 현실적 체감도이다. 정치적 부패, 정책능력의 결핍, 갈등의 정치문화는 국민의 뇌리 속에 깊이 뿌리박힌 한국 대의정치의 현주소이다.

그럼에도 거시적으로 조망하건대 대의정치의 쇠퇴를 단정하기는 어렵다. 첫째, 대의정치의 위기는 역사적으로 검증해온 현상이며, 그 범위는 비단 한국사회에 한정되어 있지 않다. 즉 대의정치의 위기는 민주주의 사회에서 비경쟁적 위상을 점하고 있는 가장 보편적인 통치현상에 대한 인민들의 비판의 성격을 갖는다. 나아가 더욱 중요한 것은 대의정치에 대한 불신을 곧 대의제도 자체에 대한 불신으로 등치시키는 오류가 만연해 있다는 점이다.

둘째, 역사적으로 대의정치의 위기는 새로운 정치 전략에 돌파되어왔으며, 오늘날 의회, 정당, 선거 등 대의제의 기제는 매우 강고하게 제도화되어 있다. 특히 정당의 경우 가장 광범한 불신의 대상임에도 불구하고 정당체제 내의 경쟁과 협력을 통해 국가와 시민사회를 가교하는 중개조직의 위상을 유지하고 있다. 그리고 선거는 현대 민주주의에서 정당한 권력 형성의 유일한 원천으로 작동하고 있다.

셋째, 경쟁적인 민주정치 모델의 제기에도 불구하고 현실적으로 대의제의 대체제는 등장하지 못하고 있다. 대표성과 효율성의 두 원리는 민주주의 사회에서 대의정치의 헤게모니를 굳건히 유지시키고 있다. 또한 새로운 민주정치 모델로의 전환비용이 막대하며 그러한 비용을 초과할 정도의 기대이익을 가늠케 하는 대안적 모델이 가시화되어 있지 않다.

이러한 면에서 대의정치의 위기 논의는 ‘대의정치의 적응(adaptation)’ 논의로 전환될 필요가 있다. 좁혀서 보면 대의정치의 본원은 정당정치라 할 수 있다. 지난 세기를 거치며 정당이 최고의 정치조직으로 제도화될 수 있었던 것은 주변 환경에 능동적으로 적응한 결과 때문이다. 이런 탓에 대의민주주의의 광범한 위기에도 불구하고 ‘정당을 떠나 민주주의를 논구할 수 없다’(Schattschneider, 1942)는 언명은 여전히 유효하게 지지되고 있다. 정당의 변화는 사회경제적 측면에서 물질적 풍요, 산업사회 구조의 급변, 계급균열의 약화 등으로 인한 대중정당 기반의 붕괴로부터 불거졌다. 또한 기술환경적 측면에서는 시민이익의 집약과 중개 역할을 잠식해간 매스미디어의 영향력 증대로부터 촉발되었다. 그 결과 정당의 조직, 기능, 사회적 관계는 <표 3-2>와 같이 변화되어 왔다(장우영·송경재, 2010).

정당의 변화는 대중정당 모델로부터의 탈피를 뜻한다. 망라형정당(catch-all party), 선거전문가정당(electoral-professional party), 카르텔정당(cartel party) 등의 명명은 곧 탈 대중정당화의 역사적 흐름을 함축한다. 이러한 흐름의 요체는 부유하는 유권자를 포섭하여 정당의 통치기능을 강화하는 것으로서, 키르히하이머(Kirchheimer, 1966)가 주장한 바처럼 정당의 목표는 대표하는 것에서 통치하는 것으로 바뀌어가기 시작했다. 즉 정당은 특정 사회집단의 대표로서보다는 국가이익 안에서의 통치를 위한 조직으로서 그 성격과 역할이 탈바꿈되었다. 그리고 그것을 위한 정당 전략은 캐치올 프로그램(catch-all program)으로 집약된다. 캐치올 프로그램은 통치를 위하여 계급 대표로서의 지위를 벗어던지고 시민사회와의 광범한 관계맺기를 추구하는 대의정치의 적응 전략이라 할 수 있다(장우영, 2007).

〈표 3-2〉 정당의 조직·기능·사회적 관계 특징 비교

구분	엘리트정당	대중정당	ICTs/Leadership 정당
등장	19세기	1880~1960년	2000년대 전후
기원	내생적(의회 내부)	외생적(의회 외부)	망라형정당, 선거전문가정당
목표	정부 통제	사회개혁추구 또는 반대	정부 통제
기능	통치	대표	통치
지지의 주장	지도자들의 권위	사회집단의 대표	통치능력
멤버십	소규모, 엘리트 중심적	대규모(동질적), 당원 중심적	규모와 충성심 쇠퇴, 엘리트 중심적
당원-엘리트 관계	탑다운, 정당 사인화	버텨업, 과두제	상호작용적, 정당 사인화
정당 활동	개인적	노동집약적	기술집약적
선거캠페인	개인적	멤버십의 대중적 동원	선거캠페인 자원의 중앙집중화
재정 출원	사적인 계약	당비	국고보조를 포함한 다양한 출원

자료: Katz & Mair(1995)와 Smith(1998)를 보완하여 재작성. 장우영·송경재(2010) 재인용

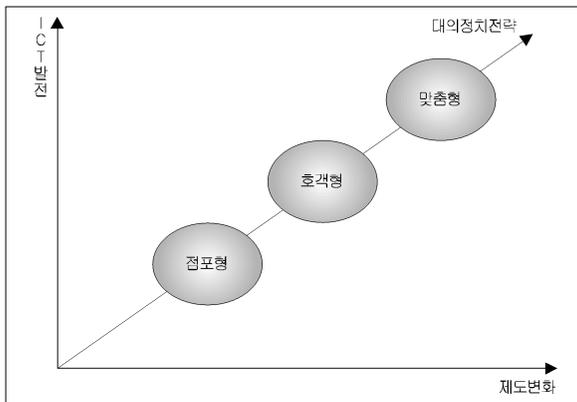
탈 대중정당화 흐름의 가속화와 함께 정보화 시대의 도래는 대의정치의 캐치올 전략이 훨씬 광범위하게 추구되도록 촉진하였다. 그것은 무엇보다 ICTs가 제공하는 혁명적인 이점에서 비롯되었다. 정당의 역사는 곧 커뮤니케이션의 역사라는 사르토리(Sartori, 1976)의 언명처럼, 정당은 역사적으로 정당-시민사회 간의 커뮤니케이션 양식 변화에 조용하는 발전 경로를 보여왔다.

특히 매스미디어의 등장으로 정치적 의사소통구조에는 거대한 변혁이 일어났다. 정당과 유권자는 매스미디어를 통해 일상적으로 접촉할 수 있게 되었다. 이에 따라 대의정치는 매스미디어 환경에 적응하여 선거 승리를 위한 정당조직의 전문화를 추구하였다. 이어 뉴미디어는 탈경계성, 실시간성, 상호작용성 등 매스미디어와는 극히 대조적인 의사소통구조를 구축함으로써, 정당과 시민사회 간의 쌍방향적 접촉을 전면화하였다. 그리고 정당은 선거를 중심으로 정치과정과 정당조직의 재구조화를

더욱 광범하게 추구하기 시작하였다(김용철·윤성이, 2004; 장우영·송경재, 2010).

ICTs 환경에서 대의정치의 적응 전략은 기능적으로 매우 주도면밀해지고 있다. 주지하듯이 ICTs의 급속한 발전으로 혁신적인 소통기제들이 부단히 창출되어왔다. 즉 지난 10여년의 한국의 ICTs 정치 환경은 웹 1.0에서 웹 2.0으로 그리고 스마트-소셜 네트워크로 발전되어왔다. 이러한 변화에 상응하여 대의정치 또한 캣치올 전략을 발전시켜왔는데, 그 특징은 ‘뉴미디어 플랫폼의 변화에 조응하는 대의정치 플랫폼의 변화’로 요약할 수 있다. 이러한 면에서 플랫폼의 정치(politics of platform)는 급변하는 ICTs 환경에 조응하여 시민사회와의 관계맺기 변화를 통해 위기 돌파와 미래 발전을 추구하는 대의정치의 전략으로 정의될 수 있다.

[그림 3-1] ICTs 발전과 대의정치의 적응 모델



통시적으로 대의정치 플랫폼은 점포형(store type), 호객형(touting type), 맞춤형(constituents-specific type)으로 변모해왔으며, 각 유형은 수미일관하게 캣치올 전략을 추구하지만 대의정치 집단의 관념, 전략, 관계맺기, 동원에서 차이를 드러낸다. 즉 세 유형의 대의정치 플랫폼은 ICTs를 활용하여 시민사회와 폭넓은 관계를 맺고 호의적인 선택을 유도하는 반면, 접촉 범위, 방향성, 효용에서 내용을 달리한다. 먼저 ‘점포형’은 웹 1.0에 조응하는 모델로서, 웹사이트에 찾아오는 한정된 정치 고객

들과 일방향적으로 관계를 맺으며 주로 정보제공 효과에 치중한다. 다음으로 ‘호객형’은 웹 2.0에 조응하는 모델로서, 블로그와 포털 토론장과 같은 보다 개방된 공간에서 많은 정치 고객들과 쌍방향적으로 관계를 맺으며 정보교환과 연대 효과를 거둔다. 마지막으로 ‘맞춤형’은 스마트-소셜 네트워크에 조응하는 모델로서, 트위터 등의 소셜스피어에서 대규모의 정치 고객들과 전방위적 관계를 맺으며 소통을 넘어 네트워킹과 동원 효과를 촉진한다.

정치적 사인주의(political privatism)는 이러한 플랫폼의 정치를 더욱 강하게 추동하고 있는 기저의 조류이다. 캣치올 프로그램은 이념을 탈색하고 계급 지지에서 탈피하는 대신 장밋빛 청사진을 제시하여 광범한 시민 일반의 선호를 추구하는 전략이다. 이처럼 대의정치의 목표가 대표에서 통치로 바뀌어감에 따라 정당조직은 약화되고 정책 차별성도 희석되기 시작했다. 그리고 정치시장의 무게중심은 정당의 조직과 정책에서 공직후보로 이동하였다. 요컨대 정치의 사인화는 이같은 캣치올 프로그램으로부터 발흥되기 시작했으며, 정당의 이해와 유력 정치인의 이해가 합치됨으로써 현대 정치의 견인차가 되었다. 특히 매스미디어가 확산된 이래로 정치인의 상품화와 이미지 정치 전략은 대단히 활성화되었다. 나아가 ICTs 환경에서 정치적 사인주의는 본령에 다다르고 있다. 즉 온라인공간은 정당을 우회한 정치인과 유권자의 교류를 경쟁적으로 촉발함으로써, 리더십 충원의 새로운 본거지로 등장하였다. 팬클럽과 미니홈피 등을 매개로 한 정치 팬덤(political fandom) 현상의 폭발은 전형적인 예이다. 그리고 최근의 스마트-소셜 네트워크 환경에서는 개인들이 사적으로 조밀하게 연결됨으로써 정치인과 유권자들 간의 실시간적 전방위적 접촉이 깊이 뿌리내리고 있다. 요컨대 캣치올 전략의 핵심 기제인 정치적 사인주의는 대의정치 플랫폼을 비약적으로 혁신해나가고 있는 것이다.

## 2. 분석의 층위

이 연구는 다음의 세 분석층위와 분석내용을 골자로 수행된다. 첫째, ICTs 매개 정치과정을 둘러싼 환경적 측면은 분석의 기저 층위이다. 이 연구는 ICTs 매개 정치

의 전개와 변화상이 복합적 요인들, 특히 기술과 제도 간의 상호작용에 의해 이루어진다고 이해한다. 이는 기술결정론 혹은 제도결정론과 같은 단선적 시각의 반명제이다. 이 층위에서는 'ICTs의 확산모델과 정치적 활용 관념 그리고 그것을 둘러싼 정치제도의 수용성'을 다룬다. 우선 ICTs의 확산 규모는 대의정치와 민주주의 발전의 새로운 물적 토대이다. 근대화론자들이 매스미디어 보급에서 산업사회의 통합과 대의민주주의 발전의 징후를 추적했던 것처럼, 정보사회에서 ICTs의 확산 규모는 탈근대 정치와 기성 민주주의 혁신의 잠재력을 가늠하는 물적 기반으로 인식된다. ICTs의 확산은 보편적 보급이 이루어지는 정상화 유형과 불평등하게 보급되는 계층화 유형으로 대별된다(Norris, 2001). 이러한 유형 분류는 사회적 정보불평등(digital divide) 해소, 공적 사적 영역 간의 정보화 침투의 균형성 담보, 정보기본권으로 일컬어지는 새로운 시민권 형성과 관련해서 중요한 정치적 의미를 함축한다.

다음으로 ICTs 매개 정치의 제도적 수용성을 분석한다. ICTs의 정치적 활용은 제도 환경에 의해 규율된다. 어떤 제도는 ICTs의 정치적 활용과 친화적이며 다른 경우는 그렇지 않다. 이는 특히 정체체제 및 정치문화의 특성 그리고 미디어 규제 전통과 연관되어 있다. 한국의 경우 민주화 이후에도 완전히 탈피하지 못한 권위주의적 정치 관행, 발전국가 전략에 의한 정보화 추진, 역사적으로 내면화되어온 유교문화의 전통이 ICTs의 정치적 활용에 일정한 제약을 미쳤다. 또한 매체특성에 대한 고려가 취약한 탓에 매스미디어 규제방식이 온라인 미디어에도 적지 않게 적용됨으로써 파열음을 빚어왔다(장우영, 2010). 그렇지만 정치적 이해관계에 따라 제도 변화의 여지는 상존하고 있으며, 변화된 제도는 집단 관념이나 행위전략에 영향을 미칠 수 있다. 크래스너(Krasner, 1984, 1988)는 제도가 일정 기간 동안 안정적으로 유지되다가 제도 내외의 모순들의 제도의 완충능력을 넘어서는 임계시점에서 붕괴되고 전혀 다른 새로운 제도가 등장한다고 설명한다. 제도 변화의 요인은 '외부로부터의 충격'과 '제도의 내적 모순'이라는 두 차원에서 추적될 수 있다.

둘째, ICTs의 정치적 활용 전략 및 상호작용을 포함하는 행위자 측면은 분석의 두 번째 층위이다. 이 분석층위에서는 우선 대의정치의 ICTs 활용 관념(idea)과 전략을

분석한다. 개인적 집단적 차원에서 ICTs의 정치적 활용 수준은 차이를 드러내왔는데, 그것은 주로 정치적 동기, 목표의식, 효능감과 같은 관념의 차이에서 비롯된다. 즉 ICTs라는 새로운 정치자원에 대한 효용의 체감이 세대, 계층, 이념 집단별로 상호주관적으로(intersubjectively) 나타나고 있는 것이다. 따라서 사회역사적 맥락 속에서 행위자들이 자신의 행위에 부여하는 주관적 의미를 파악하는 것이 중요하다(Weber, 2010). 그렇다면 어떤 집단이 왜 ICTs의 정치적 활용에 더욱 적극적인가? 뉴미디어는 매스미디어와는 달리 커뮤니케이션 구조가 개방적 상호작용적이고 플랫폼이 무단히 혁신되며 참여비용이 거의 발생하지 않는다. 이러한 이점으로 인해 ICTs 확산 초기에는 권력과 언론의 주변부에 위치한 집단이 상대적으로 더 큰 효능감을 가질 수 있다. 즉 정치적 열세집단에게 ICTs는 새로운 기회구조 혹은 동원자원이로서의 의미를 가진다. 한편 ICTs의 정치적 효용 증대로 보편적 활용이 촉진될 수 있으며, 이에 따라 ICTs의 정치적 활용 관념은 점차 정상화(normalization)의 궤적을 띠게 된다(Norris, 2001).

다음으로 ICTs를 통한 시민사회와의 관계맺기와 정치동원 패턴을 분석한다. 버턴업 정치과정은 지난 10여년의 ICTs 매개 정치실험에서 특징적으로 나타난 현상이다(윤성이·장우영, 2007). 이는 정치과정에서 시민 목소리의 투입이 폭발했다는 것과 그 결과 시민으로의 권력이동이 심화되었다는 것을 뜻한다. 실제로 생활세계의 일상정치(everyday politics)의 확산으로 대의민주주의 체제가 광범한 사회 어젠다를 수용하고 대처할 수 있는 능력은 임계점에 다다르고 있다. 이에 반해 시민들의 참여는 탈중심적 정치관여, 리더십을 우회한 조직화, 리더십을 우회한 자발적 동원의 특징을 띠었다. 반면 정당은 주로 선거와 같은 제도적 정치 이벤트를 중심으로 시민 동원을 추구해왔다. 즉 정당은 유력 정치인들의 정치적 사인주의와 결합하여 대규모 멤버십을 대체하며 투표/공직 극대화(vote/office maximization)를 추구해왔다. 슈나이더와 풋(Schneider & Foot, 2006)은 ICTs를 기반으로 정당의 선거캠페인 전략이 정보제공(informing), 관여(involving), 연계(connecting), 동원(mobilizing)으로 진화해왔음을 설명한다. 이와 함께 선거전문가정당으로서의 성격이 강화되어 대표보다는 통치

기능이 활성화되고 있다. 온라인 선거캠페인이 활성화됨에 따라 각 선거들에서는 기술전문가와 선거전문가들이 당 관료의 역할을 대체한지 오래이다. ICTs의 침투는 중앙당-시도당-지구당-당원의 전통적인 위계를 약화시키고 있으며, 당무에서 선거전문가와 네티즌이 차지하는 비중을 높이고 있다.

셋째, 정치적 영향 및 변화를 포함하는 효과 측면은 분석의 세 번째 층위이다. 이 분석층위에서는 대의정치의 플랫폼 변화 및 미래상을 논의한다. 인터넷의 등장은 정치과정의 양식을 크게 바꾸어놓았다. 과거처럼 국가와 시민사회 간의 중개조직을 통하는 대신, 개별 시민이 직접 국가와 접촉할 수 있는 효율적인 연결 창구가 등장한 것이다. 이 때문에 전통적인 정치기구를 통하는 것보다 인터넷을 통한 정치참여가 더 선호하는 방식이 되었다. 요컨대 인터넷의 등장은 시민사회가 정치적 중개조직 없이 자발적으로 결집하고 행동할 수 있는 도구를 갖추게 되었다는 것을 의미한다(강원택, 2008).

아울러 제도적 기제를 우회하는 비관습적 정치참여의 활성화 또한 두드러졌다. 시민들의 사이버 행동주의 전략은 다양화되고 또한 온-오프라인 네트워킹 운동으로 확대되어왔다. 그렇다면 10여년의 정치실험으로 기성 정치집단과 대의민주주의는 약화되었는가? 대의정치는 여전히 긴장과 위기 속에 둘러싸여 있지만 정치적 적응을 통해 내구성을 강화하고 있다. 가령 대의정치의 강고한 후견집단인 파벌의 기율과 영속성은 사멸되었다. 반면 정당 외곽에서 특히 온라인공간을 기반으로 대안적

〈표 3-3〉 연구의 분석틀

분석 층위	분석 내용
(제1 층위) 환경: ICTs 확산 및 정치제도	○ ICTs 확산모델 및 뉴미디어 특성 ○ ICTs 매개 정치의 제도적 수용성
(제2 층위) 행위자: 대의정치 전략 및 상호작용	○ 정치사회의 ICTs 활용 관념(idea) 및 전략 ○ 시민사회와의 관계맺기와 정치동원 패턴
(제3 층위) 효과: 정치적 영향 및 변화	○ 대의정치 플랫폼 변화 ○ 대의정치의 미래상

형태의 추종자 집단이 그것을 대체하였다. 정당을 우회한 리더십의 정치적 사인주 의화는 더욱 강화되었다. 과거의 팬덤 커뮤니티의 부흥은 그 단적인 예였는데, SNS 는 팔로우십을 일상적으로 더욱 긴밀하게 만들고 있다. 즉 대의정치는 뉴미디어 플랫폼과 조응하는 정치 플랫폼의 혁신으로 자신의 위상을 제고하고 있다.

### 3. 연구방법

첫째, 그동안 ICTs 매개 정치과정을 다룬 대다수의 연구들은 특정 시기의 단편적 사례 분석에 의존함으로써 논의를 일반화하는데 상당한 제약을 받아왔다. 이러한 문제를 극복하기 위해 이 연구는 기본적으로 통시적 접근(diachronic approach)과 사례의 비교 분석을 통해 수행된다. 통시적 접근은 현재 일어나고 있는 어떤 행동적인 특징을 과거의 경험에서 찾는 데 중점을 두고 분석하는 방법이다. 이 연구에서는 시기별(웹페이지 → 웹로그 → 스마트-소셜네트워크) 세 분석 층위에서의 한국 정치의 지속과 변화를 구명한다. 통시적 접근은 주요 사례의 비교 분석에 의해 구체화된다. 주지하듯이 비교연구는 사회현상에 내재된 규칙성과 특이성을 비교적으로 추출·검증하는 것이다. 이 연구는 이러한 통시적 비교분석을 통해 ICTs 매개 정치과정의 거시적 특징을 포착하고, 특히 스마트-소셜 단계의 전후 변화상을 대조적으로 추적한다.

둘째, 이 연구는 각론의 차원에서 온라인 매개 접근방법을 활용한다. 뉴미디어는 수용자 간의 다면적 상호작용에서 존립의 근거를 찾으며, 기술적 진화가 시시각각으로 반영되어 소통과 연계의 방식이 급속하게 다변화되고 있다. 따라서 온라인 정치과정 또한 비대면적 비적소적 실시간적 성격을 띤다. 그리고 이에 대한 분석은 아키텍처(architecture), 플랫폼(platform), 트래픽(traffic), 네트워킹(networking), 프로파일(profile), 콘텐츠(content)와 같은 포착하기 어려운 비가시적 단서들로부터 시도된다. 이 각각의 단서들은 상호 연동적으로 기능하면서 온라인공간의 정치적 구조, 행태, 세력관계를 지시한다. 따라서 다양한 온라인 매개 분석방법을 검토하고 체계적으로 활용할 필요가 있다(장우영·금혜성, 2011). 이 연구에서는 주로 내용분석, 트

래픽분석, 프로파일 분석을 통해 의제설정의 경쟁 구도, 여론형성 메커니즘, 이용자 상호작용성, 메시지 및 커뮤니케이션 형식, 숙의(deliberation)의 수준, 정당 및 정치인의 반응성, 온라인 파워집단을 고찰하기로 한다.

셋째, 이 연구는 특히 스마트-소셜 단계의 정치를 분석하기 위해 몇 가지 연구방법을 체계적으로 동원한다. 우선 소셜웹검색, 소셜스피어 참여관찰(online participant observation) 및 보도기사 추적을 통해서 전반적인 스마트-소셜 정치지형도를 스케치한다. 그리고 정치사회와 시민사회가 제도적으로 접하는 소셜 선거캠페인의 네트워크·커뮤니케이션 전략에 대하여 사회연결망 분석(social network analysis)과 온라인 내용분석(online content analysis)을 수행한다. 특히 선거정치에서의 시민 액티비스트 그룹의 연계와 영향력을 프로파일 분석을 통해서 탐색한다.

### 제 3 절 웹페이지 단계의 대의정치: 점포형 플랫폼

#### 1. 웹페이지 플랫폼과 정치제도의 수용성

##### 가. 웹 확산모델 및 매체 특성

네트워크에 대한 보편적 접근과 이용은 ICTs 매개 정치의 전제이다. 현실적으로 정보불평등(digital divide)의 해소는 정보사회의 큰 숙제로 제기되어 왔다. 정보불평등은 다른 불평등 요소와 연계되어 상호작용하면서 전체 불평등을 악화시키는 사회적 요인으로 인식된다. 즉 정보불평등이 정보사회에서 여러 분야의 사회적 격차를 유발하는 주요 원인으로 작용하는 동시에, 여타의 사회적 격차를 유발해서 제2의 정보격차로 확대되는 결과를 나타내면서 악순환적 인과관계를 구성한다(서이중, 2002). 정보불평등의 측면은 우선 계층, 지역, 세대, 성 등의 측면에서 사회적 소수가 인터넷의 접근과 이용에서 배제되는 사회적 불평등(social divide)으로 나타나고 있다. 그리고 이 문제는 국가 간에도 표출되어 정보자원 풍요국과 빈곤국 간의 세계적 불평등(global divide)도 국제사회의 중요한 이슈로 제기되어 왔다.

정보불평등의 문제를 정치과정 분야로 좁혀보면 민주적 불평등(democracy divide)

의 문제를 유념할 필요가 있다. 즉 인터넷이라는 새로운 정치참여 채널이 제공된다 하더라도, 정보통신 인프라 보급 및 리터러시 수준에 따라 인터넷에 접근·활용할 수 있는 조건과 권한은 차별적일 수 있다. 특히 웹 확산 초기 국면에서 인터넷은 보편적 미디어가 아닌 선택적 미디어의 성격을 띠었기 때문에, 새로운 매체에 친화적이거나 본래 정치참여 의지가 강한 이들의 참여와 입장을 강화시키는데 한정된 역할을 했다(Norris, 2001). 이러한 면에서 인터넷 매개 정치참여는 대표성의 문제를 야기했다. 즉 인터넷 등 정보통신기술의 등장으로 국민 전반의 정치참여 정도가 상승한다 해도 상대적으로 과대대표되어 온 사회경제적 상위계층의 정치참여가 하위계층에 비하여 비대칭적으로 상승한다면 하위계층이 과소대표 현상은 더욱 심화될 것이고 사회통합을 기대하기 힘들게 된다(조석장, 2009; 황종성, 2010).

그렇다면 웹페이지에 기반한 정초기의 인터넷 확산 현황은 어떠했는가? 1996년 73만명에 불과했던 국내 인터넷 이용자수는 1998년 310만명으로 그리고 1999년 1,086만명으로 증가하였으며 2002년 대선에서는 2,600만명을 넘어섰다. 이러한 비약적인 증가는 IMF 관리체제에서 추동된 국가의 발전주의 전략의 결과였다. 즉 한국의 정보화 정책은 새로운 성장엔진을 개발하여 산업화 성공 이후의 정체와 국가적 경제위기를 돌파하려는 출구 전략 프로젝트였다. 구체적 현상으로써 한국의 정보화 성장은 경쟁국은 물론 선진국에 비해서도 높은 증가율을 보였다. 반도체산업, 이동통신산업과 초고속인터넷 분야는 세계 최고 수준의 기술, 경쟁적 시장, 활력 있는 수요층, 운영 노하우를 쌓으면서 OECD 국가는 물론 아시아, 아프리카 개도국에 이르기까지 한국의 정보화 경험을 벤치마킹하려는 열기를 고조시키기도 하였다. 이처럼 정보화가 급속하게 성장할 수 있었던 이면에는 무엇보다 정부의 강력한 정책 드라이브가 주효했다(한세억, 2010).

그렇지만 그 이면에서는 정보불평등의 문제가 심화되기 시작했으며 2002년 대선에서는 민주적 불평등의 문제가 크게 야기되었다. 이 당시 취약 계층의 인터넷 인구 비율을 살펴보면 장애인 22.4%, 저소득층 22.9%, 농어민 11.9%로 심각한 정보불평등 현황을 드러냈다. 인터넷 인구 비율은 세대 간에 더욱 큰 격차를 나타냈는데, 20

대 89.9%와 30대 69.4%인 반면, 40대 39.3% 및 50대 이상 9.3%로 선거 등 정치과정에서 민주적 불평등 문제가 대단히 크게 발생할 수 있음을 시사하였다. 이러한 양상은 2002년 대선의 총아로 떠오른 정치 커뮤니티에서도 유사하게 발견되는데, 가령 노사모의 경우 회원의 절대 다수가 20~30대에 편중되었다. 이러한 취약 계층과 세대의 온라인 정치참여 제약은 새로운 정치갈등으로 확대되었다. 특히 2002년 대선에서 오프라인 여론과 온라인 여론 간의 상당한 불일치로 인해 온라인 여론의 대표성을 둘러싼 논란이 본격화되기 시작했다.

그럼에도 인터넷은 종래의 커뮤니케이션 체제를 근본적으로 변혁하는 소통 도구로써 한국정치에 강력한 영향을 미치기 시작했다. 슈미드케는 구체적으로 인터넷이 정치참여를 촉진시키는 이유를 다음과 같이 요약한다(Schmidtke, 1998). 첫째, 인터넷은 개인과 집단에게 정치참여에 소요되는 거래비용을 경감시켜준다. 둘째, 인터넷은 조직 내부의 위계구조를 완화하고 평등한 정책결정 권한을 보장함으로써 구성원들의 참여의식을 강화시킨다. 셋째, 인터넷은 관심사를 공유하는 개인들의 조직화 및 집단 정체성 형성을 촉진한다. 넷째, 인터넷은 기성 정치세력에 맞서는 시민들의 자원동원 능력을 제고시킴으로써 집단행동의 역량과 전망을 효율적으로 제시한다.

대의정치 집단의 입장에서 오늘날 인터넷은 시민의 이해와 요구에 대한 정당과 정치엘리트의 반응성과 책임성을 더욱 촉진하고 있다. 즉 인터넷은 물리적 제약을 넘어 정당(정치엘리트)과 시민 간의 대규모의 실시간 접촉을 가능하게 한다. 그리고 정책 결정과 집행 과정을 더욱 투명하게 만듦으로써 시민의 신뢰를 배가할 수 있다. 정당 내부적으로도 당내 소통과 의사결정과정을 개방하여 당내민주주의를 촉진할 수 있다(Rommel, 2003; Lofgan, 2000; Smith, 1998). 이렇듯 인터넷은 정당의 탈중개화 및 조직 내부의 취약한 소통을 극복하는 유용한 자원으로 활용될 수 있다. 따라서 인터넷은 정당과 정치엘리트들의 정치적 지배력을 복원하여 전통적인 공급자 중심 정치과정을 강화시킬 수 있다. 이와 같은 공급자 중심의 온라인 정치참여 모델은 기존 정치엘리트와 국민들 간의 쌍방향 대화를 촉진시키는 측면에서 시민들의 참여를 확대하는 긍정적 기능을 하고 있으나, 여전히 정치 엘리트들이 의제설정의 핵심

적 권한을 장악하면서 정치과정을 주도하는데 있어 시민들에게 정치권력을 분산시키는 실질적 참여민주주의와 긴장을 불러일으킬 수도 있다(윤성이 · 장우영, 2007).

#### 나. 웹 매개 정치의 제도적 수용성

인터넷 백본(backbone)의 확장기에 주요 국가들은 네트워크의 성장을 촉진하기 위해서 탈규제(de-regulation)정책을 견지하였다. 인터넷의 성장을 주도해온 미국의 경우 정부의 정책은 ‘자유경쟁’(free competition)과 ‘거버넌스’(governance)로 요약되었다. 인터넷이 시장추동형 매체라는 점과 분산형 구조로 인해 단일한 규칙의 적용이 불가능하다는 점이 그 이유였다. EU 또한 네트워크의 확장을 정보사회의 가장 큰 폭발력을 잠재한 현상으로 인식하고, 인터넷을 시장추동적 매체로 발전시킬 전망을 추구하였다(Victory, 2001). 반면 시장에 대한 탈규제정책과는 달리 국내 정치 영역에서는 인터넷에 대하여 상대적으로 강한 규제주의의 흐름이 조성되었다. 1990년대 중반 이후부터 꾸준히 제기되어온 pc통신 검열, 정보통신질서확립법, 인터넷내용 등급제, 인터넷 실명제 등을 둘러싼 논쟁들이 그것이다. ‘표현의 자유 대 내용규제’라는 양립불가능한 딜레마로 인식되어온 이 현상들은 사실 매우 정치적이며 구조적인 문제의 성격을 띠고 있다. 즉 이 현상들은 정보라는 자원의 권위적 배분의 맥락에서 발생하고 있는 것으로서, 정보사회에서 정보의 가치가 크게 상승함에 따라 그것의 소통이나 관리에 관련한 정보갈등의제가 다분히 필연적으로 생성된 것이었다(장우영, 2004).

그렇지만 인터넷의 정치적 효과가 가장 현시적으로 나타났던 선거캠페인과 관련하여, 2000년대 초는 인터넷 규제의 제도적 공백기라 할 수 있었다. 즉 사회적 차원에서 인터넷의 선거캠페인 효과가 선형적으로 인지되지 않았고, 정치집단들 간 인터넷의 정치적 활용도 균질적이지 않았기 때문에 특기할 정도로 규제의 필요성이 제기되지 않았다. 그리고 입법 · 사법 당국 및 선거관리기구도 인터넷이 선거에 미치는 영향력의 정도를 가늠하지 못했기 때문에 긴밀한 제도적 대응이 부재했다. 물론 인터넷 언론의 후보 인터뷰를 제지하거나 후보의 웹사이트 링크를 제한하는 식의 인터넷 규제가 행해졌으나 사회적 분위기를 환기할 정도의 논란은 일지 않았다.

그보다는 오히려 인터넷 정치활동과 선거참여를 저해해온 규제법률에 대해 전향적인 조치가 이루어짐으로써 제도적 관용의 폭이 커지기도 했다. 대표적으로 전기통신사업 53조의 불온통신 조항 등은 그동안 표현의 자유를 폭넓게 저촉함으로써 인터넷 정치활동과 선거참여를 억압해왔다. 그런데 2003년 헌법재판소는 동법에 대하여 ‘인터넷을 가장 참여적인 시장이자 표현촉진적인 매체’로 규정하고 ‘질서 위주의 사고만으로 규제하려 할 경우 표현의 자유의 발전에 큰 장애를 초래할 수 있다’는 취지로 위헌 판결을 내렸다(장우영, 2010). 요컨대, 2000년대 초반은 인터넷 규제주의의 흐름에도 불구하고 실질적으로 선거 등 정치과정에서의 제도적 수용성이 매우 컸다고 할 수 있다.

다른 한편으로 정당정치의 영역에서는 인터넷에 대한 제도적 수용성이 더욱 크게 나타났다. 가장 주목할 만한 것으로 집권당의 정치적 위기와 지지율 급락으로부터 파생된 국민참여경선(이하 ‘국참경선’)의 도입을 들 수 있다. 지지층의 광범한 이탈에서 비롯된 정당의 위기가 공직후보 선출을 시민사회에 개방하는 제도 변화로 이어진 것이다. 16대 대선에서 새천년민주당은 우편, 전화, 인터넷 등을 통해 국민 선거인단을 모집하여 전국순회경선을 실시하였는데, 국참경선이 큰 흥행을 거듭으로써 궁극적으로 대선 승리의 단초가 되었다(장우영·송경재, 2010). 이 과정에서 대선 후보들은 경쟁적으로 인터넷을 통해 지지집단을 동원하였으며, 이는 정치 팬덤 현상의 확산과 함께 선거캠페인을 활성화하는데 결정적인 역할을 하였다. 국민들의 뇌리에 강렬한 인상을 남겼던 노사모의 경우 전체 경선인단의 20%를 차지하는 40여만명을 동원할 정도로 막대한 성과를 거두었다(김용호, 2004). 이처럼 주요 정당들은 국참경선을 제도화함으로써 선거전문가정당시스템을 강화하고, 정당 중심에서 인물 중심으로 공직후보 선출과정의 이니셔티브를 확립하는 전기를 마련하였다. 그리고 이러한 제도 개방의 배후에서 인터넷은 대규모 시민들을 연계·동원하는 기제로 작동하였다(장우영·송경재, 2010).

16대 대선 이후 인터넷은 선거는 물론 일상 정치과정에 더욱 깊이 뿌리내리기 시작했다. 정치인들의 웹사이트 활용은 선택이 아닌 필수가 되었고, 일종의 장식품에

지나지 않았던 웹사이트의 역할도 실질적인 대민 창구로 자리잡아갔다. 특히 유력 정치인들은 전문적인 온라인관리팀을 구성하고 지지자 사이트들과 연계하여 자신의 웹사이트를 일종의 정치 포털로서 운영하였다. 나아가 정당은 소위 전자정당(e-party) 전략을 추진하여 당무와 유권자 접촉을 혁신하는 한편, IT 관련 위원회를 상설기구로 제도화하여 온라인 정치과정을 활성화하였다. 특히 한나라당은 16대 대선 패배의 결정적 요인 중 하나를 인터넷에서의 패배로 보고 디지털 대중 정당 추진계획(i-Hannara)을 가동하였다. 이는 정당의 디지털화와 선거형 정당으로 거듭나겠다는 구상으로, 인터넷 기반으로 당무를 효율화하고 인터넷을 활용한 선거운동 기법 개발과 소수 정예의 선거전문가형 정당을 지향하기 시작했다. 새천년민주당 또한 16대 대선 이후 홈페이지 기능 및 콘텐츠 강화, 온라인 업무 체제 구축 등 시스템 혁신, 온라인 조직의 오프라인 활동 연계를 골자로 하는 e-민주당 기획안을 수립하여 전자정당의 기초를 닦아 나갔다(조석장, 2004).

## 2. 대의정치의 전략 및 시민사회와의 관계

### 가. 대의정치의 ICTs 활용 관념(idea) 및 전략

2000년대 초 ICTs의 정치적 활용을 둘러싼 사회집단 간의 관념의 차이는 매우 두드러지게 나타났다. 이념과 세대는 그러한 관념 균열의 중심축이었다. 우선 이념의 측면에서 ICTs의 정치적 활용은 진보 집단에 의해 주도되었다. 한국의 보수진영은 민주주의 이행 이후 개혁 담론의 열풍 속에서 정치적 이니셔티브를 빼앗겨 왔다. 그리고 15대와 16대 대선에서 패배함으로써 그러한 흐름은 크게 고조되었다. 보수 미디어가 언론시장을 석권하고 있는 현실에서, 진보진영에게 인터넷은 적극적인 활로를 모색할 수 있는 채널로 받아들여졌다. 반면 보수진영은 주류 언론들이 자신의 이해를 충실히 대변해오고 있었기 때문에, 굳이 인터넷을 적극적으로 활용해야 할 필요성을 절감하지 못하였다(장우영, 2006).

사실 이러한 진보 중심의 온라인 공론장의 구축은 경로의존적(path-dependent) 성격

을 띠었다. 진보 주도의 온라인 공론장은 이미 pc통신기에서부터 정초되기 시작하였다. 그리고 이러한 추세가 월드와이드웹의 확산과 맞물려 2000년대에 정치적 임파워먼트를 매우 강력하게 표출한 것이었다. 이후 온라인공간에 광범하게 포진한 진보 미디어들은 네티즌들의 상시적인 결집을 용이하게 유인하기 시작했다. 특히 2000년대의 주기적 선거와 중대 이슈들은 네티즌들의 공론활동을 사회운동으로 촉진하는 전기가 되었다. 진보 미디어들은 이념적 그물망과 분업구조를 형성함으로써 미디어 효과를 정치적 효과로 전환하였다. 예컨대 인터넷신문이 이슈를 발굴하고 여론을 조성하면, 논객사이트에서 정치한 담론으로 가공되고, 노사모나 시민·사회단체들에 의해 선거캠페인이나 사회운동으로 확대되는 순환 사이클이 작동되었다. 이러한 메커니즘 속에서 공론활동과 정치동원이 촉진될 수 있었으며, 특히 단기적 이슈에서는 매우 강한 집중력을 보였다. 이러한 정치참여구조는 웹의 정초기에 왜 진보진영이 인터넷의 정치적 수혜자가 될 수 있었는지, 그리고 네티즌들의 정치적 효능감(political efficiency)이 어떻게 증진될 수 있었는지를 설명해준다(장우영, 2005).

다음으로 세대의 측면에서 ICTs의 정치적 활용은 젊은 세대에 의해 주도되었다. 민주화 이후 한국의 정치균열구조의 축은 지역, 이념, 세대 등으로 다면화되기 시작하였다. 이 중 세대 균열은 가장 비가시적인 균열이었지만, 권위주의와 유교문화가 다원주의 물결에 침식되어감으로써 새로운 균열축으로 부상하기 시작하였다. 네티즌들은 주로 사회변화에 민감한 젊은 연령층의 대학생들과 전문직업인으로 구성되었기 때문에, 기성 언론이 전달하는 여론과는 상당히 괴리된 반응을 보이는 경우가 다반사였다. 인터넷의 등장은 이러한 양상을 대단히 가시적으로 드러냈으며, ICTs 활용에 능숙하고 문화적 감성도가 높은 젊은 네티즌들에 의해 인터넷은 사상과 문화의 경쟁시장(competitive market of idea and culture)으로 자리 잡았다. 이러한 흐름 속에서 온라인공간의 시민 파워그룹의 등장은 유념할 만한 것이었다. 소위 논객이라 일컬어지는 온라인 여론주도집단은 진보 이념과 젊은 세대를 유기적으로 묶어 정치참여로 이끄는 구심으로 역할하였다. 이들은 pc통신기에서부터 온라인공간을 기성 권력에 대항하는 진지로 구축해왔기 때문에, 웹의 정초기에는 정치웹진(혹은

논객사이트)과 같은 창조적 매체 실험을 통해 네티즌 세계에서 비전통적 권위를 확립하였다. 2002년 대선에서 이들은 본격적으로 정치세력화하여 진보진영과 네티즌들을 중개하는 온라인 인플루언서(influencer)의 위상을 점할 수 있었다.

그렇다면 이러한 정치균열구조의 변화에 상응하여 웹의 정초기에 대의정치 집단의 ICTs 활용의 관념과 전략은 어떻게 표출되었는가? 우선 ICTs 활용에 대한 대다수 정치인들의 지배적인 관념은 인터넷을 장식물이나 홍보매체로 여기는 정도에 머물렀다. 그리고 네티즌들에 대해서도 그들의 잠재적 가치를 인식하지 못하고 익명의 청중으로 여기는데 불과했다. 즉 인터넷을 생동하는 문화적 유기체로 그리고 네티즌을 수평적 정치주체로 인식하지 못하는 한계를 드러냈다. 이에 따라 인터넷의 매체 특성에 부합하는 전략과 네티즌들의 자발성에 기초한 관계맺기 전략은 거의 구사되지 못했다. 특히 보수 대의정치 집단에서 이러한 경향은 훨씬 강하게 나타났다. 이러한 면에서 노무현이나 개혁당과 같은 한국정치의 주변부에 머물러 있던 비주류 정치집단의 실험은 대단히 역동적인 것이었다. 이 정치적 열세집단에게 인터넷은 용이하게 시민들과 접촉하고 동원할 수 있는 활로로 인식되었다.

둘째, ICTs는 주변부 또는 신진 정치세력의 기성 정당체제 진입을 촉진하는 매개체로 역할하였다. 즉 대의정치 집단의 ICTs 활용 전략은 제도권에 진입하기 위한 신진 정치세력에 의해 주도되었다. 이의 가장 비근한 사례로 2002년의 개혁당의 실험을 들 수 있다. 개혁당은 거의 전적으로 온라인공간을 통해 창당과 조직 운영을 해나갔다. 개혁당의 창당은 당명과 강령의 결정에서부터 당원 가입과 당비 납부 및 지구당 위원장과 중앙당 지도부 선출에 이르기까지 전 과정이 인터넷을 통한 당원들의 토론과 투표로 이루어졌다. 개혁당은 창당이 제안된지 3주일 만에 2만 1천명을 넘는 발기인을 모집했는데, 이는 당시 민주노동당의 당원수를 뛰어넘는 규모로, 인터넷이 지지층을 흡인하는데 대단히 유력한 도구라는 것을 입증하였다. 이어서 개혁당은 이듬해 국회의원 보궐선거에서는 첫 당선자를 배출하기도 하였다(송경재, 2007; 강원택, 2008). 개혁당의 정치실험은 2002년 대선에서 새천년민주당과의 선거연합을 통해 절반의 성공을 거두었다. 개혁당의 선거연합의 본질은 엄밀히 말해서

노무현 개인 및 그의 후견집단인 노사모와의 정치연합이었다. 결국 대선 승리와 함께 개혁당은 이내 해체되었지만, 새천년민주당 내외곽에 친노그룹을 형성함으로써 정당체제 내부에 진보 스펙트럼을 크게 확장하였다. 노사모의 정치실험도 이와 유사했는데 철저하게 인터넷을 통한 전체 회원의 의사결정을 토대로 정치세력화하였고, 2002년 대선에서는 노무현 후보의 실질적인 선거운동본부로 역할하였다. 그리고 대선 이후에도 노무현의 후원집단으로 존속하면서 선거와 주요 쟁점들에 개입하여 정당정치 활동을 벌어나갔다.

셋째, 이에 비해 기성 정당들은 후발주자로서 16대 대선 이후에야 ICTs 활용 전략을 구체화하기 시작하였다. 16대 대선은 정당들에게 인터넷의 정치적 효과와 활용 필요성을 분명하게 각인시켰다. 특히 한나라당에게 인터넷의 존재는 대통령당선무효소송과 1,100만표의 재검표를 밀어붙일 정도로 가공할만한 충격을 던져주었다. 새천년민주당 또한 후보 홈페이지가 노사모 홈페이지에 병합되어 유권자들을 동원하였을 뿐만 아니라, 온라인 선거운동 권한을 사실상 노사모에게 내주었다. 즉 양 정당들은 종전의 오프라인 선거운동 관성에서 크게 벗어나지 못하였다.

16대 대선에서 인터넷의 정치적 위력을 실감한 각 정당들은 인터넷을 활용한 디지털 정당으로 탈바꿈하기 위한 몸부림을 가속화하였다. 정당들은 전자정당 계획을 수립해 추진하기 시작했다. 이들은 정권획득을 목표로 하고 있는 만큼 전자민주주의 구현보다는 당무의 효율화 및 다양한 선거활동 기법이나 인터넷을 통한 당비 납부와 당원 가입 등 전술적인 측면에서 e-폴리틱스 발전 방안을 고안해나갔다(조석장, 2004). 초기의 전자정당은 전자에 초점을 맞추어 전자적 방식의 정책결정, 데이터베이스 구축, 당원정보 제공, 당원 커뮤니케이션 등 당내 활동의 실효성을 제고하였다. 그리고 전자정당은 점차 대외 활동을 발전시켜나가 시민들을 대상으로 여론수렴, 정책토론, 재정모금 및 공직후보 선출 등을 추진하였다(장우영·송경재, 2010).

#### 나. 시민사회와의 관계맺기와 정치동원 패턴

웹 정초기에 대의정치 집단의 시민사회와의 관계맺기 전략은 실질적으로 부재하

였다. 인터넷과 같은 상호작용적 커뮤니케이션 채널이 확산되고 있었음에도 불구하고 정당과 시민사회의 관계는 여전히 단절되어 있었다. 한국의 대의정치는 민주주의 이행과 더불어 실지를 회복하고 정부와 권력 평형을 이루며 점차 본연의 위상을 확보해나갔다. 그렇지만 무능, 부패, 갈등의 낙인효과로 시민과의 간극은 멀어졌다. 결국 대의정치에 대한 불신은 시민사회로부터의 새로운 관계맺기의 압력을 초래하였다. 16대 총선에서의 낙천·낙선운동은 2000년대 한국 대의정치 변화의 신호탄이었다. 그동안의 선거는 철저히 엘리트에 의해 주도되는 탑다운 방식이었다. 즉 선거운동은 정당과 공직후보에 의해 주도되었으며 시민은 청중에 불과했다. 선거이슈 또한 대의정치와 언론으로부터 제기되었으며 이들은 독점적 의제설정자의 지위를 차지했다. 이런 면에서 낙천·낙선운동은 시민사회가 선거의제를 장악하고 이니셔티브를 장악한 최초의 선거였다고 할 수 있다.

시민·사회단체들은 민주화 이후 정치개혁의 초점을 국가로부터 의회와 정당으로 확대하였다. 총선연대활동은 대의제민주주의의 위기로부터 비롯되었다. 첫째, 권위주의 정치행태의 존속과 분점정부(divided government)의 반복적 등장을 들 수 있다. 즉 권위주의 시대의 계승 정당들은 민주화 이후 당명과 외양은 바뀌었지만, 정책·조직·리더십의 특성 등은 거의 변하지 않은 채 정치를 지배해왔다(장훈, 2002). 둘째, 특히 선거정치에 있어서 후보선출과정이 시민사회와 유리되어 소수 유력 정치인들의 과대권한에 의해 왜곡되어왔다는 점을 들 수 있다. 예컨대, 당대표의 공천권은 정치엘리트의 핵심적인 충원 경로였으며, 전국구제나 비례대표제는 이를 더욱 강화시켰다. 이같은 배경에서 2000년 1월 시민·사회단체들은 총선연대를 결성하여 낙천·낙선운동에 돌입하였다. 총선연대에는 1,054개의 단체들이 참여하여 6월 항쟁 당시 국민운동본부를 넘어서는 역사상 최대 규모의 연합조직을 구축했다. 그리고 총선연대가 선정한 86명의 낙선운동 대상자 중 59명이 낙선하여 68.6%의 낙선률을 기록하였고, 집중 낙선운동 대상자 22명 중 15명이 낙선하여 68.2%의 낙선률을 기록하였다(총선시민연대, 2001: 275). 특히 극심한 지역주의 투표행태를 보인 영호남 지역을 제외한 대부분의 지역에서는 거의 100%의 낙선율을 기록하였다(장우

영, 2006).

이처럼 2000년대 벽두부터 한국 정당과 시민사회의 정치적 단절상은 매우 극적으로 나타났다. 그리고 시민사회의 불복종운동으로부터 양 집단은 새로운 관계맺기를 요구받게 되었다. 이 과정에서 온라인공간은 양 집단의 만남의 장이 되었으며 ICTs가 발전될수록 그 여지는 더욱 커져갔다. 그렇다면 16대 총선에서 대의정치 집단의 유권자 동원 양태는 어떻게 나타났으며 그 효과는 어떠한가? 김용철·윤성이(2001)의 분석을 중심으로 이 질문에 대한 답을 구해보기로 한다. 16대 총선 지역구 출마자 총 1,038명 가운데 50.3%인 514명이 인터넷 홈페이지를 개설하였고, 그 중 선거기간 동안 실제로 운영되었던 홈페이지는 506개로 49.5%의 작동율을 보였다. 홈페이지 개설 및 작동 현황을 정당별로 살펴보면 다음과 같다. 주요 정당들의 경우 민주당 후보 225명 중 148명(65.7%), 한나라당 후보 225명 중 149명(66.2%), 자민련 후보 170명 중 69명(40.6%)이 홈페이지를 개설하였다. 그리고 소수 정당들의 경우, 민국당 후보 124명 중 32명(25.8%), 민주노동당 후보 21명 중 10명(47.6%), 한국신당 후보 21명 중 5명(23.8%), 청년진보당 후보 46명 전원(100%), 공화당 후보 4 중 0명(0%)이 홈페이지를 개설하였으며, 무소속 후보 202명 중 63명(31.2%)이 홈페이지를 개설하였다. 현직 여부를 기준으로 보았을 때에는, 현역의원 출마자들의 84.7% 및 비현역의원들의 42.3%의 홈페이지 개설율을 보였다.

선거운동 기간 동안 홈페이지당 1일 평균방문자수는 735.4명으로 조사되어 각 홈페이지마다 약 12,502명이 방문한 것으로 추정되며, 전국적으로 약 640만명이 지역구 후보 홈페이지를 방문한 것으로 추정된다. 그런데 채팅룸의 기능을 제공한 홈페이지는 극소수에 불과했으며, 이마저도 제대로 작동되지 않아 실제로 실시간 대화가 이루어진 홈페이지는 전무하였다. 네티즌 게시물에 대한 후보의 응답률은 18.2%에 불과하였고, 다른 네티즌들의 응답률은 7.9%에 불과하였다. 또한 후보 게시물에 대한 네티즌의 응답률은 8.0%였고, 네티즌의 응답에 대한 후보의 재응답율은 1.7%에 지나지 않았다. 이러한 현황은 자유게시판의 글들이 내용적 관련성을 지니면서 게시되기보다는 내용적으로 상호무관한 게시물들의 집합임을 시사한다. 총선 직후

전국 네티즌들을 대상으로 실시한 설문조사에 의하면, 네티즌의 21.9%만이 지역구 후보 홈페이지를 방문하였다. 네티즌들도 쌍방향 대화보다는 공약과 신상 관련 정보공개(84.2%)에 더 많은 관심을 보였다. 반면 고무적인 현상은 지역구 후보 홈페이지 방문 여부가 지지 후보 결정 및 변경에 상당한 영향을 미친 것(76.1%)으로 나타났다. 이는 후보 홈페이지가 아직 유권자들에게 제대로 인지되지 못하고 있으나, 향후 선거운동에 있어 상당히 중요한 위치를 차지하게 될 것임을 예상케 하였다(김용철 · 윤성이, 2001).

### 3. 점포형 플랫폼의 특징

이상에서는 웹 정초기의 뉴미디어 환경과 제도적 수용성 그리고 대의정치 집단의 관념, 전략, 관계맺기, 동원에 대해서 논의하였다. 이에 토대해서 이 시기의 대의정치 플랫폼 특성을 정리해보기로 한다. 플랫폼은 본래 하드웨어, 운영체제, 응용프로그램 등 컴퓨터와 네트워크상의 제반 기술과 공정들을 구현시키는 메타 체계를 의미한다. 플랫폼은 소프트웨어 응용 프로그램들을 돌리는 데 쓰이는 하드웨어와 소프트웨어의 결합으로, 하나의 운영 체제 또는 컴퓨터 아키텍처라고 단순히 말할 수 있으며 그 두 가지를 통칭해서 말할 수도 있다(위키백과, 2011년 9월 5일). 이를 준용하여 정치 과정을 설명해보자면, 주어진 뉴미디어의 플랫폼 특성은 이를 활용하는 대의정치 집단의 행태와 전략의 틀을 규율하게 된다. 즉 웹의 아키텍처와 커뮤니케이션 구조에 적용하여 대의정치의 플랫폼이 조형된다는 것이다. 아울러 뉴미디어 플랫폼은 진화하기 마련이므로 이에 조응하여 대의정치 플랫폼도 변화를 겪게 된다.

웹 정초기의 패러다임은 웹 1.0로 요약된다. 이는 웹을 매개하여 전례 없는 상호작용이 활성화되었음에도 불구하고, 개방 · 참여 · 공유의 수준이 초보적 단계에 머물러 있다는 것을 뜻한다. 웹 플랫폼은 주로 웹사이트라는 정형화된 규격을 기반으로 네티즌들의 활동을 유인하는 아키텍처이다. 따라서 웹사이트의 아키텍처 특성과 웹 1.0 패러다임은 대의정치 집단의 전략과 시민 동원을 정의하는 일차적인 요인이라 할 수 있다. 그렇다면 웹사이트 플랫폼의 특성은 어떻게 요약할 수 있을까? 첫째,

웹의 출현으로 정보 생산자와 수용자 간의 경계는 크게 약화되었지만, 여전히 소수의 정보 생산자와 다수의 수용자 구조가 온존되었다. 둘째, 정보흐름은 형식논리상으로는 쌍방향성의 흐름을 띠었지만, 실제로는 주요 정보들은 소수의 정보생산자에 의한 단방향 유통이 더욱 지배적이었다. 셋째, 정보의 유통 활로는 다면화된 반면, 주요 정보의 출원은 소수에 집중되었다. 넷째, 콘텐츠의 성격은 소수 정보주체의 편집에 의한 권위적이고 범용적인 성격을 띠었다.

〈표 3-4〉 웹 1.0 플랫폼과 점포형 대의정치 플랫폼 비교

구분	웹 1.0 플랫폼	점포형 대의정치 플랫폼
아키텍처	규격화, 정형화, 대중 지향	규격화, 정형화, 유권자 지향
소통기반	웹사이트	정당·정치인 홈페이지
정보주체	생산자 ≠ 수용자	대의정치 집단과 시민과의 괴리
주요 정보흐름	소액 단방향 유통	정치엘리트의 탑다운 정보제공
주요 정보출원	소수의 정보집중	정치엘리트의 정보집중
콘텐츠 성격	권위적, 범용적	홍보성, 의례적
정보노출	편집·편성	기획·홍보

웹 1.0 플랫폼에 조응하여 대의정치 플랫폼 유형은 점포형의 성격을 띠었다. 이 유형은 ‘규격화된 웹사이트를 기반으로 대의정치 집단이 주로 홍보를 목적으로 탑다운 방식으로 유권자들에게 정보를 제공하는 활동’의 특징을 보인다. 웹 정초기에 이러한 활동 유형이 지배적이었던 것은 전술한 바처럼 대의정치 집단의 ICTs 활용의 관념과 전략 그리고 이에 바탕한 시민사회와의 관계맺기 및 동원 패턴의 결과였다. 첫째, 2002년 현재 이용자수가 2,600만명을 상회할 정도로 인터넷이 급격하게 확산되었지만, 정당은 물론 대개의 정치인들은 인터넷의 효용과 문화를 충분하게 자각하지 못한 후발주자에 속하였다. 둘째, 이에 따라 인터넷은 일종의 장식물로서 주로 선거에서 자신을 홍보하는 도구로 활용되었다. 셋째, ICTs 환경에서도 대의정치 집단과 시민사회와의 관계는 여전히 단절적이었으며, 16대 총선과 대선은 오히

러 정치세력 교체를 통한 시민들로부터의 새로운 관계맺기 양상을 보여주었다. 넷째, 선거에서의 대의정치 집단의 유권자 동원은 인터넷을 매개한 정치 변화의 단초를 드러냈다. 즉 온라인 정치참여가 활발한 유권자일수록 투표참여율이 높게 나타났다으며, 이는 정당과 정치인들이 유권자들과 온라인상에서 일상적으로 접촉해야 할 필요성으로 인식되었다.

웹 정초기에 점포형 플랫폼이 지배적이었음에도 주변부 혹은 신진 정치세력에 의해 대의정치가 활성화될 수 있으리라는 전망이 함께 보여졌다. 이 소수 정치세력의 인터넷 활용은 시민사회와의 능동적인 관계맺기와 유권자 동원효과(mobilization effect)를 매우 극명하게 선보였다. 주지하듯이 노사모 선거캠페인의 경우 3김 리더십의 퇴장기에 새로운 유형의 리더-추종자집단(leader-follower group)의 형성을 통해 새로운 정치세력의 출현을 추동하였다. 노사모는 종래의 정치 파벌 혹은 유권자 단체와는 전혀 다른 조직적 행태적 성격을 드러냈다. 노사모 회원들은 온라인을 기반으로 아래로부터 자발적으로 형성되고 리더로부터 자율성을 추구해왔다. 또한 파벌이 정당에 착근하여 리더와의 정치적 교환을 추구하였던 반면, 팬클럽은 정당일체감이 상대적으로 낮으며 리더에 대한 기대이익을 추구하지 않았다. 그럼에도 이들은 사적으로 리더에 대한 강한 충성심을 유지하고, 이를 위해 선거와 정당정치에 전략적으로 개입하는 참여 양태를 보여왔다(장우영, 2007; 장우영·송경재, 2007). 진화된 정치적 사민주의로 이해되는 이러한 온라인 참여는 추후 ICTs 발전 속에서 대의정치와 정치문화를 변화시키는 의미 있는 전범(典範)으로 역할하였다.

## 제 4 절 웹로그 단계의 대의정치: 호객형 플랫폼

### 1. 웹로그 플랫폼과 정치제도의 수용성

#### 가. 웹로그 확산모델 및 매체 특성

16대 대선 이후 한국사회에서는 웹 인프라와 함께 카페와 블로그 및 UCC(User Created Contents) 등 초기 유형의 소셜미디어가 광범하게 확산되기 시작하였다. 그

리고 노무현 전 대통령 탄핵에서 17대 대선에 이르는 동안 새로운 ICTs 매개 정치 실험의 도구로 폭넓게 활용되었다. 우선 웹 확산기의 ICTs 인프라의 보급 현황을 살펴보면 정초기에 비해 훨씬 크게 확대되었음을 알 수 있다. 국가주도의 정보화 정책 드라이브와 시장의 능동적인 참여에 힘입어 한국은 2007년 현재 전체 인구 4,700만 명 중 초고속 인터넷 이용자수 3,800만명, 무선인터넷 이용자수 1,400만명, 가구당 pc 보유율 79.6%, 주평균 인터넷 이용시간 134.7시간, 인터넷 호스트수 540만개 등 세계 최상위의 정보화 수준을 구가하였다. 그리고 공공 부문의 웹 인프라 구축이 완료됨과 함께, 민간 부문에서는 1990년대 말 등장한 pc방이 꾸준히 확산되어 2007년 현재 35,500개에 이르렀다(한국정보사회진흥원, 2008; 한국인터넷진흥원, 2008).

〈표 3-5〉 16대 대선과 17대 대선에서의 인터넷 보급 현황 비교

구분	2002년	2007년
인터넷 이용자수	26,270,000명	37,405,000명
초고속인터넷 가입자수	6,387,000명	14,709,998명
무선인터넷 및 모바일 가입자수	29,084,970명	43,497,541명

자료: 한국정보사회진흥원(2007); 한국인터넷진흥원(2007).

이러한 역동적인 웹 인프라 보급은 국가, 시민, 시장의 인터넷 활용 또한 크게 진작시켰다. 우선 웹 인프라 측면에서 주요 50개국을 대상으로 한 국가정보화지수 순위에서 한국은 2002년 14위에서 2007년 3위로 도약하였다. 그리고 전 세계 국가들을 대상으로 한 ITU의 디지털 기회지수(DOI)에서 한국은 2005년부터 줄곧 1위를 지키고 있다. 그리고 한국의 가구당 pc 보유율과 가구당 인터넷 접속률은 2002년에 비해 2007년 각각 20.3% 및 33.4% 증가하였다. 다음으로 이용자 측면에서 인터넷 이용자수, 초고속인터넷 가입자수, 무선인터넷 및 모바일 가입자수는 2002년에 비해 2007년 각각 70.2%(30.8%), 43.4%(56.6%), 66.9%(33.1%) 증가하였다. 그리고 인터넷 이용시간의 증가는 0.2시간에 불과하지만, 세계에서 가장 높은 수치를 기록하였다.

〈표 3-6〉 16대 대선과 17대 대선에서의 인터넷 활용 현황 비교

구분	2002년	2007년
국가정보화지수 순위	14위	3위
ITU 디지털 기회지수 순위	—	1위
가구당 pc 보유율	60.1%	80.4%
가구당 인터넷 접속률	45%	78.4%
주 평균 인터넷 이용시간	13.5시간	13.7시간

자료: 한국정보사회진흥원(2007); 한국인터넷진흥원(2007).

질적인 측면에서도 한국의 웹캠페인 환경은 크게 개선되었다. 정보불평등 수준은 인터넷 활용의 질적 성장 또는 퇴조를 설명해주는 척도이다. 5년 사이에 취약 계층별 인터넷 인구 비율은 장애인 24.2%, 저소득층 25.5%, 농어민 17.5% 증가하였다. 보다 중요한 측면은 세대간 정보불평등의 감소이다. 인터넷이 상대적으로 저연령층과 더욱 친화적인 매체인 탓에, 한국에서는 인터넷이 40대 미만 연령집단의 독점적인 여론채널이라는 비판이 제기되어왔다. 특히 2002년 대선에서 저연령층이 주도한 온라인 여론이 노무현 후보를 압도적으로 지지함으로써 인터넷이 세대균열을 촉발했다는 논란을 낳았다. 이러한 면에서 5년 사이에 40대 이상의 연령집단에서 인터넷 인구의 비약적인 증가(32%)는 매우 의미 있는 것이었다. 정리하자면 여전히 취약 계층과 고연령층에서 정보불평등의 문제가 드러났지만 큰 폭으로 격차가 감소함으로써 과거와 같은 온라인 참여 대표성의 문제는 상당히 줄어들었다고 할 수 있다.

〈표 3-7〉 연령대별 인터넷 인구 비율

(단위: %)

연령 시기	20대	30대	40대	50대	60대 이상
2002. 12	89.9	69.4	39.3	9.3	—
2007. 12	99.3	96.5	79.2	46.5	17.6

자료: 한국정보사회진흥원(2007).

그렇다면 웹로그 플랫폼은 종래의 웹사이트와 어떠한 차이를 드러낼까? 블로그와 UCC를 중심으로 웹로그 플랫폼의 특징을 살펴보기로 한다. 먼저 블로그는 개인 출판(personal publication)에 의해 배포되는 포스트들을 매개로 네트워크로 연결된 이슈 공중(networked issue public)을 창출하는 미디어이다. 무엇보다도 블로그는 웹 2.0 기술을 활용하여 글쓰기와 연결하기의 효과를 동시에 강화시켜 이슈 기반의 네트워크를 구축한다. RSS(Really Simple Syndication)는 블로거들에게 실시간으로 최신 정보들을 제공하고 태그(tag)는 이들을 동질적 의견 집단으로 안내하며 트랙백(trackback)은 이들 간의 끊임없는 링크와 의견교환을 촉진시킨다. 그리고 댓글과 스크랩 같은 전통적인 기능들은 블로거들 간의 커뮤니케이션에 일반 네티즌들도 유입시켜 블로그 네트워크를 확장한다(Blood, 2004; Kaiser, Müller-Seitz, Pereira & Pina e Cunha, 2007). 이러한 블로그의 부상엔 사회적 관계양식의 변화 및 수용자 집단의 요구와 관련되어 있다. 대중사회, 매스미디어 그리고 대의제 민주주의로 대변되는 근대의 시스템은 오늘날 현격히 약화되었다. 그리고 과거에 원자화되고 수동적이었던 미디어 수용자는 이제 각자의 관심을 공유하고 요구를 직접 표출하는 공중으로 다시 태어났다(Nardi, Schiano., Gumbrecht & Swartz, 2004; Smolkin, 2004; 장우영·박한우, 2010).

UCC는 인터넷이라는 공적 공간이 개인적 활동의 장으로 전용되는 사인화(privatization) 현상과 함께 부상하였다. 웹 확산기에 인터넷의 기반은 홈페이지를 매개한 전통적 형태의 커뮤니티에서 1인 미디어 중심의 소셜 네트워크로 이동하였다. 그리고 콘텐츠 또한 단조로운 문자텍스트에서 탈피하여 UCC 같은 참여축진형이 대세를 이루게 되었다. 이러한 1인 미디어와 참여형 콘텐츠는 개인 차원의 경험과 주장을 불특정 다수들에게 더욱 폭넓게 개방하고 공유시킴으로써 온라인 공론활동의 새로운 환경을 조성하기 시작했다. 랭키닷컴의 조사에 따르면 2007년 방문자수가 가장 많이 늘어난 웹사이트는 UCC 전문 사이트와 블로그였다. 판도라TV는 2006~7년 총방문자수 1억5천만명과 25억 페이지뷰라는 놀라운 기세로 포털사이트를 제치고 국내 UCC 시장을 지배해왔다. 그리고 싸이월드의 경우 이용자들이 직접 제작한

UCC가 전체 동영상의 40%를 차지함으로써, 1인 미디어 기반에서 네티즌들의 UCC 활용이 폼질에서 생산으로 나아가는 움직임이 뚜렷하게 나타났다.

그렇지만 웹로그의 활용과 관련해서 새로운 민주적 불평등의 문제가 확인되었다. 한국정보화진흥원(2008)의 조사에 따르면 2008년 한국의 블로거 성비는 남성 50.2%, 여성 49.8%로 거의 동일한 비율을 보였다. 반면 2008년 5~6월 다음 뉴스블로거기자단을 사례로 한 장우영·박한우(2010)의 분석에 따르면, 파워블로거의 경우 성비는 남성 71%, 여성 12%로 큰 격차를 보였다. 나머지는 혼성으로 팀블로그를 운영하는 경우였다. 이러한 차이는 정치적 문제와 같은 경성 이슈에 대해서는 블로그스피어에서 남성 블로거 주도로 의제설정이 이루어지고 있다는 추론을 가능케 한다. 다음으로 지역 분포를 살펴보면 파워 뉴스블로거들의 거주지는 수도권(63%)이 지방(14%)에 비해 압도적으로 높게 나타났다. 나머지는 국외 혹은 소재지 미상이었다. 파워 뉴스블로거들의 수도권 집중 현상은 수도권이 현실공간에서뿐만 아니라 온라인공간에서도 의제설정과 여론형성의 중심지라는 것을 시사한다. 요컨대, 웹 확산기에 웹사이트 활용의 민주적 불평등은 감소한 반면, 웹로그 활용이 민주적 불평등이 새로운 문제로 부상하고 있는 것이었다.

#### 나. 웹로그 매개 정치의 제도적 수용성

16대 대선의 결과는 인터넷 정치참여에 대한 폭발적 관심과 함께 정치적 규제를 추동하는 시발점이 되었다. 2004년과 2005년 공직선거법 개정에서 인터넷 언론보도 심의, 인터넷 실명제, 네티즌 포스팅 규제 조항들이 신설되었다. 이는 주로 온라인 공론장의 냉각효과를 유발하여 시민들의 선거참여를 제약하는 조항들이었다. 이어서 17대 대선을 앞두고 인터넷 생태계의 포획자로 지탄받아온 포털사이트에 대한 규제제도들이 정비되었다. 공선법상에서는 포털을 언론으로 신문법에서는 비언론으로 포털의 성격을 규정하여 포털사이트에 대한 법률적 행정적 규제의 범위가 크게 확대되었다(장우영, 2008). 이러한 규제주의의 조류에서 가장 큰 논란을 빚었던 것은 인터넷실명제였다. 인터넷실명제는 공직선거법(82조: 인터넷언론사 게시판·

대화방 등의 실명 확인)과 정보통신망법(44조: 게시판 이용자의 본인 확인)을 통해 이원적으로 구축되었는데, 이에 대한 시민사회단체들의 헌법소원과 함께 선거운동 기간 중 게시판을 폐쇄한 사이트들이 259개에 달하였다.

이와 함께 중앙선관위의 UCC 규제는 향후 SNS 규제의 향방을 드러냈다. 중앙선관위는 2007년 6월 ‘동영상 선거 UCC 운용 기준’을 공표하였다. 이 가이드라인은 사실상의 행정명령으로서 17대 대선 결과를 좌우할 수 있는 돌풍의 핵으로 지목되었던 동영상 UCC에 대한 실질적 억지 효과를 발휘했다. 이 가이드라인의 요지는 첫째, 선거운동기간 외에 선거에 관한 단순한 의견개진이나 의사표시를 넘어 선거운동에 이르는 내용의 동영상 UCC를 인터넷상에 게시할 수 없다는 것이었다. 둘째, 19세 이상의 유권자만 선거운동을 할 수 있으므로 선거운동기간이라 하더라도 19세 미만은 특정 후보자를 지지·반대하는 내용의 UCC를 게재·배포할 수 없다는 것이었다(중앙선거관리위원회, 2007). 이는 정치적 의견이 내포된 UCC는 잠재적으로 선거 UCC로 간주된다는 점, 선거 UCC와 그렇지 않은 경우를 구분하는 기준이 모호하다는 점, 선거연령층만이 UCC를 통해 정치적 의사표출을 할 수 있도록 유도한다는 점, 선거 UCC에 대한 판단 권한이 규제기구에 귀속되어 있다는 점 등으로 인해 유권자의 자기검열을 유인하고 UCC를 매개한 선거참여를 제약하는 결과를 낳았다(장우영, 2010).

이상에서 논의한 바와 같이 인터넷에 대한 한국사회의 특수한 맥락적 이해와 접근은 웹의 확산에도 불구하고 대의정치 집단과 유권자 간의 융합적 선거캠페인을 크게 제약했다. 그리고 대의정치와 규제제도에 대한 정치적 불신을 가중시켰다. 이러한 면에서 웹의 확산이 자연사적으로 유권자의 정치참여를 보장하지는 않으며, 나아가 경직된 제도와 관행으로 인해 온라인 참정권이 억압될 수 있다는 점을 강조할 필요가 있다. 이렇듯 낮은 제도적 수용성은 웹로그 단계의 대의정치의 진전에 제동을 거는 결과를 초래하였다. 전망하건대 강화된 규제주의의 흐름은 장차 개방적인 SNS 환경과 조우하는 지점에서 정치갈등을 심화시킬 개연성이 더욱 크기 때문에 제고의 여지가 더 없이 크다.

## 2. 대의정치의 전략 및 시민사회와의 관계

### 가. 대의정치의 ICTs 활용 관념(idea) 및 전략

웹 확산기에 대의정치 집단의 ICTs 활용 관념은 괄목할만한 변화를 겪었다. 앞의 절에서 살펴본 것처럼, 웹 정초기에 정당과 대다수의 정치인들은 인터넷의 활용 가치를 명확하게 인식하지 못한 반면, 선형적으로 각성한 비주류 정치집단의 경우 적극적인 인터넷 활용을 통해 매우 가시적인 유권자 동원효과를 누렸다. 웹 확산기에 대의정치 집단의 관념 변화는 바로 이러한 상대적인 경험의 전이와 학습으로부터 확산되었다. 이어서 노 전 대통령 탄핵의 역풍과 정치지형의 변화는 보수 이념집단의 대대적인 각성을 불러일으켜 결과적으로 온라인공간에 정치적 세력균형 체제를 착근시켰다. 요컨대, 이러한 현상은 진보로부터의 감염(contagion from the progressive)으로 요약할 수 있다.

그렇다면 온라인공간의 이념적 세력균형은 어떠한 구도로 확립되었는가? 랭키닷컴(ranky.com)의 트래픽 데이터를 활용한 장우영(2006)의 분석을 중심으로 살펴보면 다음과 같다. 웹 정초기에 랭키닷컴의 분야별 순위에서 상위에 랭크된 보수 온라인 미디어로는 조갑제의 세계(www.chogabje.com)와 독립신문(www.independent.co.kr) 정도를 들 수 있으며 사실상 진보 일색의 양상을 보여왔다. 그런데 보수 미디어의 꾸준한 약진으로 2005년 초에 들어서부터 상당한 지각변동이 일어났다. 2005년 3월 현재 우선 정치웹진 분야에서 보수 논객들이 세력화한 뉴라이트닷컴(www.newright.com), 프리존(www.freezezone.co.kr), 다요기(www.poliview.co.kr), 판(www.ppan.co.kr) 등이 상위에 진입하며 진보 미디어와 호각지세를 이루었다. NGO 분야에서는 신장세가 더욱 커서 폴리젠(www.newpol.co.kr), 자유주의연대(www.486.co.kr), 바른사회 시민회의(www.cubs-korea.org), 북한민주화네트워크(www.nknet.org) 등 뉴라이트 시민사회 단체들이 오히려 진보단체들을 압도하였다. 그리고 인터넷 뉴스 분야에서는 데일리안(www.dailian.co.kr)과 데일리 엔테이(www.dailyink.com)가 상위권에 진입했으며, 주류 일간지(조선, 중당, 동아) 닷컴의 경우 온라인 점유율이 80%에 달하였다.

그렇다면 이러한 ICTs 활용 관념과 세력구도 변화에 상응하는 대의정치 집단의 전략은 어떠한 양상을 보였을까? 첫째, 온라인공론장의 구조 변동과 함께 정치인들의 인터넷 활용에서도 주목할만한 변화가 일어났다. 이 당시에 엄청난 붐을 불러일으켰던 미니홈피 개설율에서 한나라당이 열린우리당(이하 ‘우리당’)을 앞서는 현상이 목도되었다. 2005년 5월 8일 현재 한나라당 의원들의 미니홈피 개설율은 67%, 우리당 의원들의 개설율은 50.7%로 나타났다. 더욱 중요한 점은 한나라당 의원들이 초기 수용자(early adopter) 군을 형성하였다는 것이다. 개설일자 순위를 살펴보면 상위 20위 안에 한나라당 17명, 우리당 3명이 포진되어 있음을 확인할 수 있다. 미니홈피가 개인 인맥을 기반으로 하는 초기 유형의 소셜미디어라는 점에서 종래의 정치적 사민주의가 더욱 확산되었을 뿐만 아니라, 보수 정치인들이 더욱 민감하게 반응하기 시작했다는 점은 유념할만한 대목이다.

아울러 시민들의 반응에서도 한나라당의 우위가 관찰되었다. 미니홈피 방명록 게시글수 순위를 보면 여야 의원들의 차이가 뚜렷하지 않은 가운데, 박근혜 의원이 추종을 불허하는 1위를 기록하였다. 가령 박근혜 미니홈피에는 하루 평균 100개 이상의 방명록이 남겨진 반면, 2위인 임종석은 하루 평균 10개 정도에 머물렀다. 이러한 현황은 웹 정초기에서의 학습효과로 한나라당 의원들의 ICTs 활용이 크게 신장되었음은 물론, 대선후보와 같은 유력 정치인일수록 네티즌들의 방문율과 반응성이 더욱 크게 나타남을 시사하였다.

둘째, 웹 확산기에 들어 정치 팬덤이 정치인과 네티즌을 가교하는 온라인 정치문화로 제도화되었다는 것이다. 잠재적 대선후보군을 예로 살펴보면 2006년 10월 현재 주요 포털사이트들을 기반으로 정치 팬덤 커뮤니티들이 붐을 이루며 확산되어 있는 것을 확인할 수 있다. 과거 1인 1개의 정치인 팬클럽에서 취미와 관심사를 공유하는 수십 혹은 수백개의 팬클럽으로 다변화되었다는 것이 주목된다. 이는 정치인과 네티즌들 간의 사적 교류 관계의 성격이 획일성에서 다원성으로 바뀌었음을 뜻한다. 정치인 팬클럽의 수와 규모는 대체로 정치인들에 대한 지지도를 반영하고 있다. 노무현 이래 네티즌 호감도가 가장 컸던 박근혜의 팬클럽이 가장 활성화되었으며, 지지율에

상응하여 기타 정치인들의 팬클럽들이 조직되었다. 그렇지만 이 팬클럽들은 정치인들의 정치적 가치나 신념의 공유보다는 집권에 목표를 두었고 회원수 규모나 창조적 활동성이 과거에 비해 떨어졌다는 점에서 노사모의 아류들로 인식되었다.

셋째, 정당의 경우 과거의 수동적 반응적 행태에서 탈피하여 시민동원형 아키텍처와 소셜 네트워크를 지향하는 흐름을 조성하기 시작하였다. 우리당은 국내 정당 사상 최초로 스마트카드 당원증을 도입하는 등 전자정당 추진에 가장 적극적이었다. 우리당은 기존 정당 활동 전반의 디지털화와 새로운 온라인 정당 활동 영역 등 두 개의 축을 병행 발전시켜나간다는 원칙 아래 첫 단계로 인터넷 전자정당 시스템을 구축하고 다음 단계로 모바일 기반의 전자정당으로 발전해나간다는 전략을 추진했다. 이 시스템의 완성으로 e-CRM을 통해 당원과 지지자를 관리하게 되어 당원 명부의 디지털화와 온라인 당원의 참여가 보장되었다. 또 당 내외간 쌍방향 커뮤니케이션을 확대하기 위해 온라인 당보 발행, 온라인 투표, 이메일 여론조사, 온라인 정책위원회, 온라인 정치후원금 모금 등을 실시하였다(조석장, 2004). 우리당에 비해 네티즌 호감도가 열세였던 한나라당의 경우는 디지털정당 위원장을 소장 의원으로 교체하고 소속 의원들의 디지털 마인드를 구축하는데 주안을 두었다. 그리고 웹사이트 시스템 개혁보다는 종래의 고답적인 홈페이지 운영에서 벗어나 엔터테인먼트 개념을 도입하여 젊은층 네티즌을 적극적으로 유인하는 기법들을 개발하였다. 더욱이 네티즌 호감도가 가장 높은 박근혜 대표 체제에서 한나라당은 디지털 정당화를 목표로 설정함으로써 전자정당 발전이 가속화되었다. 그리고 2000년대 중반에 들어서는 우리당이나 민주노동당에 현격하게 뒤졌던 웹사이트 방문율이 현격하게 좁혀져 온라인공간에서의 정치적 영향력이 상당히 커지게 되었다.

#### 나. 시민사회와의 관계맺기와 정치동원 패턴

웹 확산기에 들어 대의정치 집단의 시민사회와의 관계맺기 전략은 진일보하였다. 여전히 웹사이트가 시민과의 교류의 주된 창구였지만, 미니홈피나 블로그 등 웹로그 매체를 경쟁적으로 개설하며 유권자들을 적극적으로 흡인하려 하였다. 그렇지만 진일보한 ICTs 활용과는 달리 정치적으로는 대통령과 의회 간의 소모적인 권력 다

틈으로 시민사회와의 관계는 여전히 단절적인 양상을 벗어나지 못하였다. 2004년 3월 12일 한나라당과 구 민주당 주류가 주도한 대통령 탄핵은 압도적인 반대 여론과 대통령 탄핵반대운동(이하 ‘탄핵반대운동’) 및 5월 14일 헌법재판소의 탄핵심판 각각으로 유례없는 정치적 공황이 종결되었다. 그리고 그 여파로 4월 17대 총선을 통해 기성 정치세력에 대한 심판과 함께 민주화 이후 최초로 분점정부(divided government)가 해체되었다.

탄핵반대운동과 17대 총선은 성격상 과거 낙천·낙선운동의 재현을 방불케 하였다. 대의정치 집단은 유권자들과의 새로운 관계맺기를 요구받게 되었으며 결과적으로 신진 정치세력이 대거 제도정치 내부로 유입되었다. 이 과정에서 온라인공간과 웹로그 매체들은 시민사회 불복종운동의 무기로 활용되었다. 시민들은 친노집단이나 기존의 전선운동단체와는 독립적으로 탄핵반대운동을 주도하였다. 그 중에서도 다음에 개설된 카페 ‘국민을 협박하지 말라’(cafe.daum.net/antitanhaek)는 온라인 탄핵반대운동의 본거지였다. 국협외 회원수는 단기간에 10만여명을 돌파하였으며 온라인과 오프라인을 유기적으로 네트워킹하며 탄핵반대운동을 주도하였다.

네트워크로 연결된 개인들의 자발적 참여와 결집은 웹 확산기에 나타난 새로운 양식의 사이버행동주의였다. 카페, 블로그, 인스턴트 메신저 등 1인 미디어가 정치참여의 새로운 도구로 떠올랐다. 블로거들의 칼럼이나 게시글은 특히 탄핵 찬성을 주장하는 보수언론들을 겨냥하였다. 또한 블로그를 매개하여 동영상과 플래시 애니메이션도 실시간으로 전파되었다. 블로거들 사이에서는 ‘트랙백 파도타기’를 통하여 탄핵반대에 대한 거대한 링크가 형성되어 나갔는데(한겨레신문, 04/03/22), 이를 통하여 사이버공간의 의제설정 네트워크의 새로운 축이 구축될 수 있었다(윤성이·장우영, 2007).

이와 같은 대의정치 집단에 대한 불신과 시민사회로부터의 새로운 관계맺기의 압력은 이명박 정부에서도 반복적으로 연출되었다. 2008년 미국산 쇠고기 수입반대 촛불시위(이하 ‘촛불시위’)의 경우 출범 3개월 만에 신임 정부와 집권당에 대한 거대한 민심 이반을 분출하였다. 그리고 대통령의 거듭된 사과에도 불구하고 촛불시

위는 민주화 이래 최장기간 최대 규모 시위로 확산되었다. 그리고 이와 함께 시민들은 야당 및 전통 시민사회단체들에 대해서도 운동연합을 거부하고 독자적으로 조직화하여 촛불시위를 진행하는 모습을 연출했다. 또한 거리시위 현장과 온라인공간 곳곳에서는 대의정치에 대한 회의와 시민참여에 토대한 대안적 민주정치 모델에 대한 토론이 활발하게 진행되었다. 종전과 비교할 때 이러한 모습은 시민사회로부터 대의정치에 대한 보다 근본적인 문제제기와 민주적 책임성 요구가 분출되고 있음을 시사하였다.

촛불시위는 소셜 네트워크 시대로 진화하는 정보화 환경에서의 시민참여의 역동성을 보여주었다. 한국의 시민사회는 세계 최상위 수준의 정보화 인프라를 배경으로 온라인 참여지수에서도 미국에 이어 2위를 기록할 정도로 온라인 정치참여가 활성화되어왔다. 이러한 맥락에서 촛불시위는 온라인공간에서의 항의가 온라인-오프라인 융합에 기반한 저항으로 확산되어가는 양상을 띠었다. 촛불시위의 특기할만한 점은 과거와 달리 액티비스트 집단에 의해 주도되지 않았으며 운동의 리더십의 공백은 시민 자신들과 다양한 온라인 커뮤니티들이 메웠다. 온라인공간과 시위현장을 잇는 시민 브로드캐스팅(civil broadcasting) 방식은 운동전략의 창조성과 파급력을 배가하였다. 가령 아프리카 TV와 판도라 TV 같은 UCC 사이트에서는 연일 1,000개 안팎의 개인 방송 채널들이 개설되어 네티즌들을 집결시켰다. 그리고 BJ(Broadcasting Jockey)의 생중계에 네티즌들이 집체적으로 피드백함으로써 역동성을 더하였다. 이러한 새로운 유형의 사회운동에 의해 대의정치를 향한 시민사회의 새로운 관계맺기 압력은 매우 효과적으로 증폭될 수 있었다(장우영, 2010).

〈표 3-8〉 한국의 연도별 온라인 참여지수 순위

연도	2003년	2004년	2005년	2008년
순위	12위	6위	4위	2위

자료: 한국인터넷진흥원(2009).

이처럼 웹 확산기에 들어서도 대의정치 집단에 대한 시민사회의 신뢰가 복원되지 못한 반면, 선거 공간에서의 유권자 동원은 더욱 다양한 방식으로 추구되었다. 특히 웹로그 매체 및 UCC와 같은 참여형 콘텐츠가 동원 채널로 활용됨으로써 후보들은 유권자들의 구미에 맞추어 그들을 유인하는 전략을 구현할 수 있었다. 이러한 동원 양식은 결과적으로 후보를 중심으로 한 정치적 사민주의의 흐름을 더욱 강화하였다. 17대 대선을 중심으로 이러한 선거동원 양상을 살펴보기로 한다. 첫째, 웹사이트 활용은 위축된 반면 웹로그 활용이 확산됨에 따라, 정보제공형(informing)에서 시민관여형(involve)으로 진화된 웹캠페인이 전개되었다. 17대 대선에서도 정당에 비해 후보의 팬덤 커뮤니티가 선거캠페인의 중심이 되는 현상이 재현되었다. 유력 정치인들과 현직 대통령을 대상으로 조사한 결과에 따르면, 정치인 팬클럽은 전성기를 맞이하였다. 전체적으로 박근혜와 이명박의 선두 주자군의 점유율이 두드러지게 나타나고 있으며, 후발군은 상대적으로 열세를 보였다. 이러한 정치인 팬클럽의 활성화 요인은 무엇보다 노사모로부터의 학습효과에서 찾을 수 있을 것이다. 그렇지만 16대 대선에 비해서 팬덤 커뮤니티의 방문자와 페이지뷰 트래픽은 현저하게 감소하였으며, 이는 웹사이트 활용이 전반적으로 저하되는 추세를 반영하였다.

〈표 3-9〉 16대·17대 대선 팬클럽 사이트 선거참여도 비교

후보	팬클럽	일평균방문자수		일평균페이지뷰	
		11월	12월	11월	12월
노무현(2002년)	노사모	46,848명	44,256명	579,680건	425,834건
이명박(2007년)	MB연대	8,421명	7,991명	175,506건	106,917건

자료: 랭키닷컴(2008).

둘째, 선거캠페인과 관련해서 UCC는 유권자 참여의 키워드로서 초미의 관심사가 되었다. UCC는 말 그대로 이용자 제작 콘텐츠로 과거 매스미디어에 비해 동영상물이 배타적으로 생산·제공되었던 것과는 달리, 그러한 권한을 이용자들이 분점하기

시작한 것은 주목할 만한 일이었다. UCC는 기존의 문자나 이미지 텍스트에 비해 더 큰 감성적·인지적 소구력을 가지고 있기 때문에, 선거쟁점에 대한 의제설정과 여론 형성 효과를 크게 증폭시킬 것이라 예견되었다(장우영, 2008). 17대 대선에서 후보들은 독립적인 UCC 채널을 개설하여 선거전을 확대하는 한편, 정당들은 UCC 토론회를 통하여 당내 경선을 추진하는 변화상을 보여주기도 하였다. 그러나 UCC는 막상 선거에 큰 영향을 미치지 못하였는데, 과도한 규제와 후보 캠프 UCC의 범람이 주 요인으로 분석되었다.

셋째, 정당들은 국민참여경선을 확대하고 웹과 모바일 활용도를 크게 진작시킴으로써 시민 중심의 선거에 한층 더 가까이 다가갔다. 16대 대선의 선형적 효과로 인해 17대 대선에서는 주요 정당들에서 국참경선이 제도화되었으며 경선방식을 둘러싼 이해 대립과 ICTs의 활용 비중이 크게 고조되었다. 정당정치 측면에서 국참경선은 두 가지의 뚜렷한 변화를 가져왔다. 우선 폐쇄적으로 운영되어온 정당의 의사결정을 개방하여 유권자의 참여를 대폭 확대함으로써 정당정치 발전의 중대한 전기를 마련하였다. 아울러 정당 조직 및 지도부의 위축과 대선후보로의 권력집중을 강화하며 선거전문가 정당의 제도화를 촉진하였다(장훈, 2002; 장우영, 2007). 17대 대선에서 주요 정당들은 경선인단 규모를 대폭 늘리고 공히 인터넷을 참여 채널로 활용하였다. 대통합민주신당의 경우 당원을 배제하고 국민들로만 선거인단을 100% 선정함으로써 제도적 개방성을 혁명적으로 확대하였다. 이 또한 5년 전과 마찬가지로 정권 유지가 위태로웠던 위기의식의 발로였다. 그리고 이와는 별도로 23만 8천여명의 선거인단을 선정하여 3차례에 걸쳐 모바일 투표를 실시하였는데 74.55%의 높은 투표율을 기록하였다. 이 투표율은 일반선거인단 투표율(16.19%)의 다섯배에 가까운 수치로서 ICTs를 통한 참여효과를 여실히 보여주었다. 한나라당의 경우는 여론조사 비율을 20%로 높여 선거인단에서 국민참여 비율을 실질적으로 50%로 보장하였으며 당원과 대의원이 참여하는 현장투표에서는 전자투표를 실시하였다(장우영·송경재, 2010).

〈표 3-10〉 2002년·2007년 새천년민주당·대통합민주신당·한나라당 경선제도 비교

	새천년민주당 (2002년)	대통합민주신당 (2007년)	한나라당 (2007년)
선거인단 총수	70,000명	160만명	184,000명
선거인단 구성	당원 + 국민	국민	대의원 + 당원 + 국민
선거인단 구성비(%)	50:50	100	20:30:30
선거인단 인구 비례	반영	미반영	반영
진행 방식	지역순회	지역순회 + 동시경선	동시경선
여론조사 도입	미도입	전체 득표수의 10%	전체 득표수의 20%
모바일 투표	미도입	선거인단 23만 8천여명 별도 모집	미도입

자료: 윤종빈(2008).

### 3. 호객형 플랫폼의 특징

웹 확산기의 패러다임은 웹 2.0으로 요약된다. 이는 ICTs의 활용이 규격화된 웹사이트를 탈피하여 개인화된 웹로그로 이동해가는 현상을 반영한다. 이에 따라 개방·참여·공유의 가치와 웹로그 아키텍처가 대의정치 집단의 전략과 시민동원의 온라인 환경으로 등장하였다. 그렇다면 웹로그 플랫폼의 특성은 어떻게 요약할 수 있을까? 첫째, 웹로그는 웹사이트와는 달리 커뮤니케이션 주체를 집단이 아닌 개인

〈표 3-11〉 웹로그 플랫폼과 호객형 대의정치 플랫폼 비교

	웹 2.0 플랫폼	호객형 대의정치 플랫폼
아키텍처	유연화, 개인 지향	유연화, 유권자 지향
소통기반	웹로그	정당·정치인 미니홈피, 블로그, UCC
정보주체	생산자 ≒ 수용자	대의정치 집단과 시민과의 사인화된 연결
주요 정보흐름	다핵 쌍방향 유통	탑다운·버텀업 정보제공의 결합
주요 정보출원	다면적 정보분산	대의정치 집단과 시민 간의 융합적 정보제공
콘텐츠 성격	개인적, 객관적	홍보성, 유희적
정보노출	출판·네트워킹	홍보·네트워킹

으로 재정의하는 1인 미디어이다. 따라서 단일 공간에서의 집체적 소통이 아닌 독자적인 공간에서의 개별적 소통이 주를 이룬다. 둘째, 정보흐름은 웹사이트에 비해 훨씬 가시적인 쌍방향성을 띠었으며, 주요 정보들에 대한 소수의 독점과 유통 또한 훨씬 약화되었다. 셋째, 정보의 유통 활로가 더욱 다변화되었으며 정보의 출원은 대의정치 집단과 유권자 간의 교류와 융합에 기반하였다. 넷째, 콘텐츠의 성격은 개인적이고 객관적인 성격을 띠었다.

웹로그 플랫폼에 조용한 대의정치 플랫폼 유형은 호객형의 성격을 띠었다. 이 유형은 ‘개인 기반의 유연하고 개방적인 웹로그 매체를 기반으로 탑다운과 버텀업의 융합적 방식을 통해 유권자들을 포섭하는 활동’의 특징을 보인다. 이러한 웹 확산기 대의정치의 특징과 한계를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 과거 뉴미디어의 초기 수용자집단에서 배제되었던 정치인들이 능동적인 온라인 활동의 주체로 편입되었다. 이는 16대 대선에서의 인터넷의 효용에 대한 자각에서 비롯되었는데, 특히 진보 미디어와 커뮤니티들로부터의 학습효과가 절대적이었다. 둘째, 정치인들 간에 웹로그 등의 다변화된 미디어 활용이 경쟁적으로 활성화되었으며, 보수 미디어의 약진에 힘입어 온라인공간에 이념적 세력균형체제가 등장하였다. 셋째, 웹로그 환경에서 커뮤니케이션 채널이 광범하게 확산되었음에도 불구하고, 대의정치 집단과 시민사회와의 관계는 단절적이었으며, 탄핵반대운동·17대 총선·촛불시위 등을 통해 대의정치 집단은 시민들로부터의 새로운 관계맺기 압력에 직면하였다. 넷째, 강화된 인터넷 규제체제의 등장으로 웹로그 매체의 동원효과는 상당히 제약되었다. 특히 17대 대선을 전후로 포털 저널리즘과 웹캠페인에 대한 과도한 규제가 뜨거운 화두로 확산되었고 결과적으로는 정치적 탈동원을 유인하였다.

웹 확산기에 호객형 플랫폼으로의 대의정치의 진화는 ICTs를 매개로 하는 정치실현의 과도기적 현상을 드러냈다. 우선 새로운 ICTs 환경에 대한 대의정치 집단의 능동적인 적응은 이들이 변화의 압력에 매우 민감하게 반영하였음을 뜻한다. 이로 인해 대다수 정치인들이 온라인을 매개로 유권자들과 상시적으로 소통하게 되었으며, 웹로그 매체는 특히 양자 간의 사적 교류의 폭을 확장하였다. 그럼에도 웹로그의 기

능적 이점이 곧 대의정치 집단과 시민들 간의 원활한 관계를 복원시켜주지는 못하였다. 즉 기술, 제도, 관행이 복합적으로 대의정치에 대한 신뢰도를 정의하였던 것이다. 아울러 신뢰 없는 이벤트성 ICTs 활용은 오히려 대의정치를 저해하는 모습을 낳기도 하였다. 예를 들어 17대 대선에서의 국참경선은 정당정치를 후퇴시키는 문제점들을 노출하였다. 우선 제도적 개방성이 클수록 대표성이 심각하게 저하되는 문제가 드러났다. 그리고 경선 일정에 임박해서 후보들간 협상을 통해 급조된 경선제도의 불완전성은 심각한 당내 분열을 초래하였다. 마지막으로 ICTs에 대한 과도한 의존으로 인해 경선의 정당성 자체가 위협받았다. 통합신당의 모바일투표는 보안이나 역선택의 문제와 함께 비밀투표와 대리투표 등 선거부정 논란을 초래하였다. 이 때문에 본연의 취지와는 달리 투표 결과의 신뢰성이 무너지고 당은 자중지란에 빠져들었다(이동윤, 2008; 윤종빈, 2008). 이러한 대의정치 내부의 문제와 함께 뉴미디어를 둘러싼 규제체제의 비합리성도 지적하지 않을 수 없다. 정치적 이해득실과 관료적 대응으로 인해 ICTs의 활용에 대한 제도상의 정의와 운용이 대단히 비탄력적이었다. 나아가 시민의 참정권과 표현의 자유 등 헌법 가치와 충돌하고 시민의 정치참여를 제약함으로써 불필요한 정치적 갈등을 확산시켰다.

## 제 5 절 스마트-소셜 단계의 대의정치: 맞춤형 플랫폼

### 1. 스마트-소셜 네트워크 플랫폼과 정치제도의 수용성

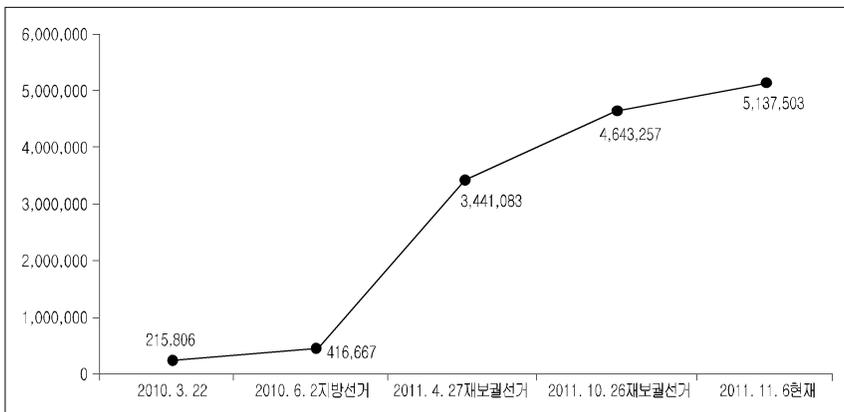
#### 가. 스마트-소셜 네트워크 확산모델 및 매체 특성

‘소통’이라는 키워드는 17대 대선 이후 한국사회를 특징짓는 정치적 문화적 코드로 작동하고 있다. 모바일 미디어와 SNS의 급속한 확산에 힘입어 질적으로 훨씬 개방된 웹 환경을 구비하고 가상의 공간에서 인간관계를 재조정하며 새로운 소통의 문화를 형성해 가고 있는 것이다. 그리고 SNS 확산 속에서 인간관계는 더 이상 뉴미디어 환경에 적응해나가는 것이 아니라, 사람들의 선호와 필요에 맞게 맞춤형 서

비스가 제공되고 있는 점이 이전과는 달라진 일이라 할 수 있다. 이 같은 변화는 2008년 이후 본격화된 다양한 SNS의 제공과 더불어 이동성(mobility)과 인터넷 접근성(Internet accessibility)이 보장된 스마트 기기들이 치열한 시장경쟁력을 갖추고 급속하게 발달했기 때문이다.

2000년대 중반 학연과 지연을 바탕으로 한 클래스메이츠닷컴(Classmates.com)으로부터 시작된 SNS는 초기에는 다양한 관계지향적인 서비스가 주력을 이루었으나, 유튜브처럼 창의적 콘텐츠를 중시한 SNS가 등장하면서 온라인 네트워크 서비스는 관계맺기 뿐 아니라 미디어적 기능을 함께 제공하기 시작하였다(이원태 외, 2010). 그리고 2004년 페이스북(facebook)과 2006년 트위터(twitter)가 서비스를 시작하면서 본격적인 성장과 전성기를 시작하게 되었다(Chi and Yang, 2009). 국내에서도 1999년 동창 찾기 서비스인 아이러브스쿨(iloveschool)과 싸이월드(Cyworld)가 서비스를 개시하였고 2008년 12월에는 2,300개의 미니홈피가 개설되면서 한국의 대표적인 SNS로 인기를 끌었으나 최근에는 페이스북에 밀려 주춤하고 있다. 국내에서 특히 주목받고 있는 SNS 정치커뮤니케이션 기제는 트위터이다. 오이코랩(OikoLab)에 따르면 국내의 트위터 사용자는 2009년 6월 이후 본격적으로 사용자가 증가하기 시작한 후,

(그림 3-2) 한국 트위터 이용자수 증가 추이



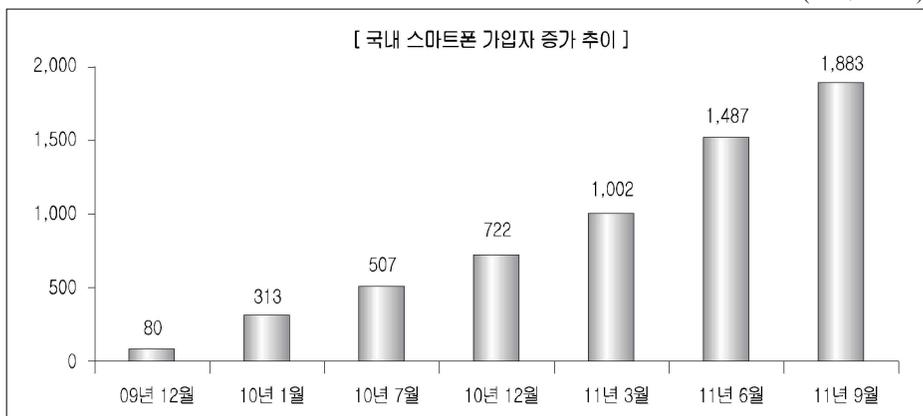
자료: OikoLab(2011)

2010년 6·2 지방선거 당일 41만 6천여 명을 기록하였고, 이 후 폭발적인 증가세를 보여, 2011년 4·27 재보선 때에는 344만 여명, 이번 10·26 재보선에서는 464만 명을 넘어섰다.

이 같은 SNS의 보편화는 인터넷을 구비한 모바일 기기가 대중화되면서 시간과 장소에 제약을 받지 않고 SNS에 접속이 가능해진 덕택이라 할 수 있다. 스마트폰의 출현과 대중화는 SNS와 병용되어 실시간 의사전달과 정보획득을 가능하게 하였다. 스마트폰 보급 현황을 살펴보면 지난해 이미 휴대폰 보급률이 100%를 초과한 상태에서, 아이폰 출시 이후 스마트폰 가입자는 2011년 9월을 기준으로 1천 8백만 명을 넘어서며 급격한 증가세를 보이고 있다. 2011년 말 예상 가입률은 42%로 미국과 유럽은 각각 50%와 42.9%인데, 이는 2009년 12월 기준 미국과 유럽이 각각 31%와 25%, 한국이 1%도 채 되지 않았던 것과 비교했을 때 엄청난 성장세를 보인다 할 수 있다(방송통신위원회, 2011). 국내 스마트폰 시장의 빠른 성장은 일찍부터 형성된 높은 PC보급률과 초고속인터넷의 대중화, 그리고 삼성과 LG라는 세계적인 휴대폰 제조사의 존재가 있었기 때문이며, 이와 더불어 전체 인구의 49%가 수도권에 집중되면서 인프라 구축과 서비스 질 향상이 용이해졌기 때문이다.

[그림 3-3] 스마트폰 보급 현황(2011. 9)

(단위: 만명)



자료: 방송통신위원회(2011. 9)

SNS는 이제 사회 전반에 걸쳐 광범위한 영향력을 행사하면서 하나의 문화로 자리 잡고 다양한 측면에서 사회 변화를 불러일으키고 있다. 그렇다면 SNS는 어떠한 사회정치적 변화를 가져왔을까? 첫째, 소통의 증대로 인한 시민참여의 확대이다. 6·2 지방선거와 4·27 재보선, 그리고 최근의 10·26 재보선에서도 목도했듯이, 시민들은 SNS를 통해서 정치정보와 선거에 대한 관심을 공유하고, 서로 투표를 독려하면서 무관심과 배타적인 태도로 일관해오던 정치문화를 일신하고 있다. 특히 스마트폰이 SNS 작동의 기반 환경이 됨에 따라, 블로그나 카페 등도 웹 모바일 및 애플리케이션 형태의 모바일 포스팅을 지원하게 되었고, 이 같은 모바일 환경의 발달은 일상적인 정치참여를 촉진하는 효과를 낳고 있다.

둘째, 사회의 관계 구조가 수평적으로 변화하고 있다. 한국에서 SNS는 선거와 같은 정치 이벤트를 계기로 발전해온 경향이 크다. 유권자들은 페이스북이나 트위터를 통해 정치인과의 ‘관계’를 형성하고 그들에게 정치적 의사를 표현함으로써 기존의 위계적인 연결망과 정치적 거리감을 허물고 새로운 수평적 관계를 형성해 나가고 있다.

셋째, SNS의 활용으로 인해 뉴미디어의 활용 방향이 달라지고 있다. 인터넷은 검색엔진을 통해 자신에게 필요한 정보를 획득하는 데 주로 활용된 반면, SNS는 여러 사람과 교류하며 정보를 나누고 즐기는 형태로 진화해가고 있다고 할 수 있다. 이는 지식의 개인화를 넘어서 집단지성의 실천으로 진화해 감으로써 정보와 지식의 가치를 확장시키는 결과를 낳고 있다.

#### 나. 스마트-소셜 네트워크 매개 정치의 제도적 수용성

유권자들과의 소통과 참여를 증대하는 것은 인터넷의 등장 이후 대의정치 집단이 지속적으로 실천하고자 했던 행동전략이었다. 이메일을 통한 유권자 설득과 공약 배포, 홈페이지를 통한 정보의 교환과 시민 참여 공간 마련, 문자 메시지와 채팅방을 활용한 정치권과 유권자간의 커뮤니케이션 통로 마련 등은 기존의 아날로그 시대와는 다른 디지털 정치의 서막을 알리는 중요한 변화였다. 그러나 웹 1.0 시대의 정치는 시간과 장소에 일정 부분 제약을 받을 수밖에 없었고, 이 같은 제약은 정치참여를 위한 기회비용을 부담해야 했다. SNS의 등장, 특히 모바일 기술과 연동된 트

위터의 등장은 이와 같은 시공간적 제약과 참여의 기회비용을 크게 낮춤으로써 광복의 소통과 참여문화를 발전시켜 나가고 있다.

그러나 SNS의 정치적 효과와 그것이 동반하는 정치사회적 변화에 대한 높은 관심에도 불구하고 정치권의 인식은 불완전하고 이를 보완해야 할 제도 역시 사회적 변화를 따라가지 못하고 있다. 때문에 현행의 인터넷 미디어 관련 정치적 규제에 대한 논란과 사회적 갈등이 빈번하게 발생하고 있다. 작년부터 이어진 세 차례의 선거에서 SNS, 특히 트위터는 정당과 후보자들 그리고 시민들에 의해 중요한 선거캠페인 도구로 활용되었다. SNS는 6·2 지방선거에서는 시민들의 투표독려 운동으로 활용되었고, 4·27 재보선에서는 정당과 후보자들의 소극적 활용과 시민의 적극적 활용이 이어졌으며, 이번 10·26 재보선에서는 뉴미디어본부, 뉴미디어팀의 구성과 다양한 일정 홍보와 정책 아이디어 모집, 선거관리 자금 등 선거과정에서 본격적이고 전방위적으로 활용되었다. 그러나 선거 직전마다 중앙선거관리위원회에서 발표했던 SNS 선거 규제 기준은 SNS를 통한 선거운동을 위축시켜 정치권과 유권자로부터의 불만과 반발이 제기되고 있다.

우리사회의 인터넷 선거규제제도의 문제는 세 가지로 요약된다. 첫째, 다른 민주주의 국가들의 그것과 비교할 때 예외적이며 대단히 엄격하다는 점이다. 즉 세계적 보편성에 부합하지 못한 규제 관념, 정치적 유·불리에 따른 정책 접근, 온라인 공론장에 대한 압력, 포털 등 ISP(Internet Service Provider)의 기계적 중립, 관료적 규제 만능주의가 복합적으로 규제제도에 투영되어 있다. 더욱 심각한 점은 규제의 초점이 정당과 후보자보다는 유권자의 선거참여를 제약하는데 있다는 것이다. 둘째, 규제제도의 불합리성에 선거관리기구의 경직성이 맞물려 정치적 갈등을 확대하고 있다. 현행 인터넷 선거규제제도에 대한 책임은 그 시설자인 의회와 운용자인 중앙선거관리위원회에게 소구되는데 중앙선거관리위원회에게 과도한 권한이 집중됨으로서 선거 결과에 크게 영향을 미칠 수 있는 인터넷 규제 조치들이 편의적으로 남용되고 있다. 예컨대 UCC와 트위터 규제 가이드라인은 중앙선거관리위원회의 자의적인 지침들로 정치적 법리적 논쟁들을 유발하는 조항들을 포함하고 있다(장우영, 2010). 셋째,

정보통신기술의 진화와 괴리되어 있는 제도의 획일성이다. SNS와 같이 유권자의 정치참여를 촉진하고 개인 맞춤형 정보서비스를 제공하는 등 미디어의 개인화가 진척되고 있는데 반해 이를 보완해야 할 제도는 사회의 변화와 정보통신기술의 발전에 따라가지 못하고 수십 년 전의 획일성에 매몰되어 있다. 정치 불신 속에 지속적으로 추락하던 투표율이 작년 6·2 지방선거 이후 상승곡선을 그리고, 특히 정치적 무관심층으로 대표되는 20~30대 젊은층의 투표율이 상승세로 나타나고 있는 배경에

〈표 3-12〉 트위터 선거 규제 기준

할 수 있는 사례	할 수 없는 사례
<p>언제든지 할 수 있는 행위</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 선거에 관한 단순한 의견 개진 및 의사표시를 하는 행위</li> <li>- 정당의 후보자 추천에 관한 단순한 지지·반대의 의견 개진 및 의사 표시</li> </ul>	<p>언제든지 할 수 없는 행위</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 누구든지 입후보예정자 및 그의 가족을 비방하거나 허위사실을 공표하는 행위</li> <li>- 선거운동을 할 수 없는 19세 미만의 자 등이 특정 정당 또는 후보자를 지지·반대하는 내용을 게시하는 행위</li> </ul>
<p>예비후보자 등록 후 할 수 있는 행위</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 예비후보자가 공직선거법 제82조의 5 제2항의 규정에 의한 ‘선거운동정보’임을 명시하여 자신의 팔로어에게 선거와 관련한 지지·반대 등 선거운동 내용을 전송하는 행위</li> </ul>	<p>선거운동 기간 전에 할 수 없는 행위</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 예비후보자 외에 누구든지 정당 또는 입후보예정자 등에 대한 지지·반대 등 선거운동 내용 게시 행위</li> <li>- 예비후보자가 보낸 ‘선거운동정보’를 받은 예비후보자의 팔로어가 자신의 또 다른 팔로어에게 예비후보자의 ‘선거운동정보’를 돌려보기(RT)하는 행위</li> </ul>
<p>선거운동 기간 중 할 수 있는 행위</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 선거운동을 할 수 있는 자가 자신의 트위터 계정을 통해 선거운동을 하거나 공직선거법 제82조의 5 제2항의 규정에 의한 ‘선거운동정보’임을 명시하여 자신의 팔로어에게 선거와 관련한 지지·반대 등 선거운동 내용을 전송하는 행위</li> <li>- 타인이 보낸 ‘선거운동정보’를 받은 팔로어가 자신의 또 다른 팔로어에게 후보자의 ‘선거운동정보’를 돌려보기(RT)하는 행위</li> </ul>	<p>선거일에 할 수 없는 행위</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 누구든지 정당 또는 후보자를 지지·반대 등 선거운동 내용 게시 행위</li> <li>- 정당 또는 후보자 등이 투표독려 내용 게시 행위</li> </ul>

자료: 중앙선거관리위원회(2010. 2. 12).

SNS가 큰 기여를 했음을 부인할 수 없다. 이를 가능하게 한 것이 쌍방향 소통을 가능하게 했다는 것인데, 현행 제도는 모호하고 포괄적인 기준으로 투표상승의 긍정적인 요소를 위축시키고 있다.

SNS가 정치참여의 활성화를 위해 그 역할이 증대하고 있는 시점에서 현행의 인터넷 선거규제제도는 그 범위를 대폭 축소해서 제도와 현실 간의 정합성을 담보할 필요가 있다. ICTs의 발전에 따른 사회적 요구에 부합하기 위해서는 공직선거법의 취지와 틀 자체의 혁신이 필요하겠지만 위헌 소송을 부추겨온 조항들, 특히 공직선거법상의 인터넷 규제조항과 정보통신 관련 규제 법률들을 전향적으로 정리하는 것이 현실적인 대안이 될 수 있다. 아울러 인터넷 콘텐츠에 대한 내용규제를 행정부(방송통신위원회 산하 방송통신심의위원회) 소관에서 민간으로 이양하는 방안도 심도 있게 고민해야 한다(장우영, 2010). 나아가 민간의 협력적 규제체제를 정부와 의회가 지원하는 방식의 거버넌스 시스템 구축을 검토해볼 필요가 있다. SNS 플랫폼과 그것의 정치적 활용 전략은 다변화될 것이기 때문에, 한국사회는 규제를 둘러싼 갈등에 근본적 처방으로 대응해야 할 시점에 놓여 있다.

〈표 3-13〉 SNS 확산에 따른 현행 선거제도의 한계와 개선책

구분	현행제도	개선 필요성	대안
선거운동기간의 지나친 제한	선거운동 기간(대통령 23일, 국회의원 14일)에만 정보통신망을 이용한 선거운동 가능	정보통신망을 이용한 선거운동을 지나치게 제약할 경우 후보자와 정당에 대한 정보 입수 방해	SNS의 특성에 맞게 선거운동 기간 새로 정함
표현의 자유 제한	예비후보자는 선거동기간 전이라도 선거운동 가능한 반면 유권자는 이 기간 선거운동 금지	쌍방향 의사소통을 통해 균형잡힌 여론형성 필요, 정치참여의 근본 취지 훼손	유권자들도 자유롭게 정치적 의사 표현을 할 수 있도록 허용
규제 기준 너무 포괄적	트위터에서 후보자에 대한 단순 지지여부를 밝히는 것은 문제가 없지만 상대 후보에 대한 악의적 비방이나 허위 사실 유포는 금함	불법성 기준자체가 모호, 정치적 표현의 자유 제약	불법인 표현 유형 및 기준 구체화하고, 악의적 비방은 형법으로 처벌

구분	현행제도	개선 필요성	대안
SNS의 선거법상 개념 모호	공직선거법 상 e-메일로 규정	트위터 등 SNS는 이메일과 성격이 다름	선거법상 SNS의 개념 정립 필요
SNS전담 조직 미흡	새로운 기준 마련보다는 예방 주력(선관위 내 조사2과, 사이버조사팀 운용)	새로운 SNS 선거운동 분석 및 대처 미비	선관위 내 SNS 전담 조직 신설

자료: 동아일보(2011년 11월 1일자)

## 2. 대의정치의 전략 및 시민사회와의 관계

### 가. 대의정치의 ICTs 활용 관념(idea) 및 전략

2010년 6·2 지방선거로부터 세 차례의 선거는 과거에 비해 질적으로 훨씬 개선된 웹 환경, 즉 소셜미디어 붐을 배경으로 진행되었다. 기존의 웹 확산은 비정치 부문에서 대중화되어 정치 분야로 확산되는 경향이 강했으며, 정치권이 이를 수용하기까지 상당한 시간의 경과를 보였다. 그러나 트위터는 국내외 선거를 중심으로 그 잠재력에 눈 뜬 정치인들이 선구적 이용집단(early adopter)을 형성하였고 특히 6·2 지방선거 이후 사회 저변으로 크게 확산되었다. SNS의 정치적 활용에 있어 초기 단계였던 6·2 지방선거에서는 트위터의 정치적 진입과 선거캠페인을 위한 중요 기체로서 역할하였으나, 이때만 하더라도 주된 이용 주체는 대중이었으며 정치인은 극소수에 머물렀다. 그러나 세종시 이전, 4대강 사업, 무상급식, 천안함 사태 등 중대 의제가 다발적으로 제기되었고, 이들 이슈들이 트위터 공간을 통해 실시간으로 이슈를 결집하고 파급시킴으로서 정치 공론장으로서, 선거캠페인의 핵심기체로서 SNS가 부상하게 되었다. 더욱이 트위터 이용자수가 임계치를 넘지 못했음에도, 오피니언 리더들과 젊은층이 주축이 되어 투표 독려 캠페인을 주도하면서 커다란 사회적 반향을 일으켰다. 투표독려 캠페인 효과에 대한 실체적 분석이 뒷받침되지 않았음에도 거의 모든 언론들은 앞 다투어 야당이 약진한 주원인으로 트위터를 꼽았다. 트위터 투표독려 캠페인이 전국적으로 야당의 약진에 기여했고, 서울 등지에서는 박빙의 선거 결과를 연출했다는 것이었다. 결국 정치적 논쟁과 정부의 국정능력

에 대한 의구심으로 뜨겁게 달아오르면서 6·2 지방선거는 근래 지방선거 중 최대 쟁점선거로 부상하였다(장우영 외, 2011).

6·2 지방선거는 대의정치 집단의 SNS 활용 필요성을 본격적으로 환기시켰으며 트위터를 매개한 시민사회의 투표독려와 정치참여 역시 더욱 활기를 띠었다. 그리고 유권자들에 의해 트위터의 정치적 효과가 가시화된 4·27 및 10·26 재보선을 기점으로 정치권과 시민사회와의 관계는 극적으로 변화하기 시작하였다. 우선 2010년 11월과 비교했을 때, 2011년 7월 현재 트위터 계정 분포를 살펴보면, 한나라당 의원 145명(한나라당 전체의 85.3%), 민주당 57명(민주당 전체의 70%), 민주노동당 5명 의원 전부가 트위터 계정을 보유하고 있다. 여당과 야당의 비율로 살펴보면, 여당이 62.2%, 야당이 37.8%로 여당인 한나라당 소속 의원들이 압도적인 차이로 트위터 공간에서 다수를 차지하고 있었다. 지난해 11월 첫 번째 조사 시점과 비교해보면, 8개월 동안 의원들의 트위터 가입은 약 20%의 꾸준한 증가율을 보여 정치인들이 SNS에 대해 긍정적으로 인식하고 있음을 보여주고 있다(금혜성, 2011).

〈표 3-14〉 국회의원 트위터 계정 증가 추이(%는 의원 전체 비율, 2011년 7월 13일 현재)

정당	트위터 계정 유무				계	
	있음[명(증가율)]		없음[명(증가율)]		전체[명(증가율)]	
	2010. 11	2011. 7	2010. 11	2011. 7	2010. 11	2011. 7
여당	109(64.1%) (62.3%)	145(85.3%) (62.2%)	62(36.3%) (50.4%)	25(14.7%) (39.1%)	171(100%) (57.4%)	170(100%) (57.2%)
야당	66(52%) (37.7%)	88(39%) (37.8%)	61(48%) (49.6%)	39(60.9%) (60.9%)	127(100%) (42.6%)	127(100%) (42.8%)
전체	175(58.7%) (100%)	233(78.5%) (100%)	123(41.3%) (100%)	64(21.5%) (100%)	298(100%) (100%)	297(100%) (100%)

자료: 조화순·금혜성·조진만(2011)

여당과 야당의 증가세를 비교해보면 여당의 약진이 눈에 띄는데, 이는 두 가지로 해석될 수 있다. 하나는 SNS가 갖는 정치적 효과에 대한 여당의 인식의 변화이다.

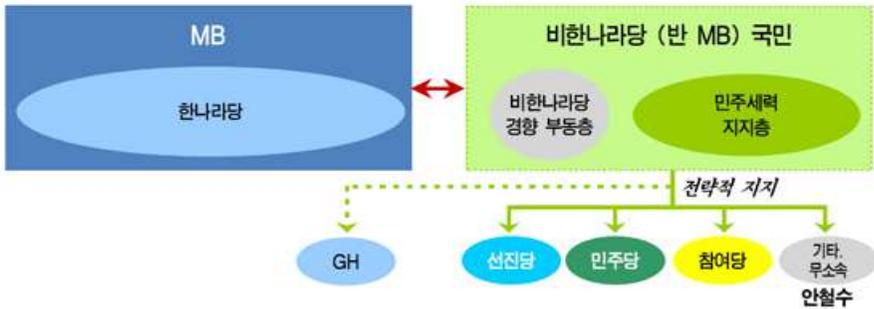
연평도 사건, 재스민 혁명, 그리고 4·27 재보궐 선거 등 굵직한 정치 이슈들에 대한 논쟁이 트위터를 통해 빠르게 확산되었고 정치 공론장으로서의 열기가 재점화되었다. 이를 통해 트위터의 정치적 효과를 재확인하게 된 여당의원 가운데 아직 트위터의 활용을 중요하게 인식하지 않았던 후보주자들의 가입이 속출된 것으로 볼 수 있다. 둘째, 야당의 경우 많은 의원들이 이미 가입을 하였기 때문에 미가입 의원의 비율이 상대적으로 적어서 증가폭이 적을 수밖에 없었다는 것으로 해석이 가능하다.

그러나 트위터 공간에서의 한나라당의 양적인 약진은 SNS에 대한 깊은 이해와 질적인 변화를 수반하지는 않았다. 4·27 재보선에서 한나라당 소속의 강재섭, 김태호, 엄기영 후보들은 야당측 후보들에 비해 소극적인 SNS 활용도를 보였으며, 선거캠페인 과정에서 선거유세를 위한 홍보수단으로 사용하거나 유세일정 공지, 지지호소, 투표지지 등 매스미디어와 동일한 역할을 하는 기제로 활용하여 SNS의 본질에 대한 이해가 부족함을 여실히 드러냈다. 한나라당에 비해 상대적인 우위를 보인 야당 후보들 역시, 최문순 후보를 제외하고는 SNS를 통해 활발한 소통과 연계의 전략을 충분하게 소화해내지 못함으로써 SNS의 정치적 효과를 크게 누리지는 못하였다.

SNS에 대한 대의정치 집단의 이해 부족 현상은 10·26 재보선에서도 재현되었다. 4·27 재보선에서 SNS의 정치적 잠재력을 실감했음에도 불구하고 10·26 재보선에서 한나라당은 여전히 SNS를 홍보도구로 사용했고, 나경원 후보의 이미지 홍보에 주력하는 등 기존의 온라인 미디어 활용 패턴을 답습하는데 그쳤다. 이 과정에서 나경원 캠프의 트위터 아르바이트 사건이 불거지면서 나경원은 오히려 SNS에서 부정적 역풍을 고스란히 받아야했다. 이는 미국의 공화당이 2008년 대선에서 민주당에 참패한 이후, SNS를 적극적인 시민과의 소통 및 동원의 기제로 활용함으로써 2010년 중간선거에서 확실한 압승을 견인한 것과는 사뭇 다른 모습이었다. 민주당 역시 SNS 활용에 소극적이었던 것은 마찬가지였다. 반 한나라당 기치를 내세우고 야권통합 후보를 내세우는 과정에서 민주당은 전화와 오프라인 공간에서의 설득방법으로 지지층을 야권통합후보 투표장으로 움직이게 한 반면, 박원순 후보는 선거비용모금부터 통합후보선출을 위한 투표, 그리고 정책대결에 이르기까지 홈페이지

(wonsoon.com)에 트위터(@wonsoonpark)와 카카오톡(Junho), 페이스북(hope2gether), 유튜브 등을 연계하여 SNS를 활용한 통합적인 네트워킹 및 커뮤니케이션 전략을 내세워 결국 단일후보에 당선되는 기염을 토했다.

[그림 3-4] 10·26 재보궐선거의 대결 구도



자료: P&C 정책개발원(2011. 9. 23).

10·26 재보선은 이전 선거들과 대비되는 몇 가지 특징과 함께 스마트-소셜 환경에서 대의정치의 적응 전략의 과제를 드러냈다. 첫째, 시민사회세력의 부상으로 선거가 정당과 시민단체간의 대결 구도를 형성했다. 이는 집권당인 한나라당과 이에 반대하는 모든 세력들이 결집한 비한나라당의 대결이었다. 그동안 정치권에 대한 시민사회의 불만은 이슬이슬한 수위에 있었다. 취업난, 높은 등록금 문제, 갈수록 간극이 벌어지는 사회의 양극화 현상으로 사회에 대한 불만이 고조되어 가던 와중에 기득권을 고수하려는 여당과 대안 없이 반대만을 외치는 야당에 지쳐 정당정치에 대한 신뢰가 근간부터 흔들렸다. 그러한 환경에서 시민들은 정당정치에 대한 대안으로 안철수 신드롬에 환호하고 시민단체는 정치세력화를 추진하였으며 이 과정에서 SNS는 여론의 진앙지가 되었다. 결국 후보를 내지 못한 민주당을 대신해 시민세력의 대변인격인 박원순 후보가 집권당 후보와 경쟁하는 초유의 사태를 맞이하게 된 것이다.

둘째, 트위터 선거캠페인은 세대 간 표심의 양극화를 뚜렷하게 부각시켰다. 여당과 야당에 대한 세대별 선호는 계속 존재해왔다. 그러나 10·26 재보선에서는 그동

안 정치적 무관심 혹은 혐오층인 20~30대 젊은 유권자들이 적극적으로 투표에 동참하여 집권당과 정부에 대한 불만을 분출함으로써 집권당을 선호하는 50~60대와 극명한 표심의 양극화를 분출하였다. 실제 박원순은 20대와 30대에서 69.3%와 75.8%를 득표하여, 한나라당 나경원(20대 30.1%, 30대 223.8%)을 뺀 것은 3배 이상 압도했다. 여기에 40대까지 동조하여 40대에서 박원순의 지지율은 66.8%로 39.2%를 얻은 나경원보다 배 이상 높았다. 반면 나경원은 한나라당의 전통적 지지층인 50대와 60대에서 각각 56.5%와 69.2%를 얻어 박원순(50대 43.1%, 60대 30.4%)에 비해 소폭이나마 우위를 유지할 수 있었다. 이러한 표심 양극화에서도 SNS는 기성 언론을 우회하여 정치변화의 여론을 주도하는 핵심 채널로 역할하였다.

셋째, SNS가 핵심적인 선거캠페인 기제로 활용되어 유권자들의 민심 변화를 현실화시켰다. 특히 SNS를 매개한 선거참여와 투표율 제고는 정치과정 활성화의 새로운 신호탄으로 받아들여졌다. 6·2 지방선거에서부터 거세게 일어난 SNS 열풍은 소극적 투표층으로 분류되어온 청중년 유권자들을 대거 투표장으로 이끌어내는 데 핵심적인 역할을 했다. 나아가 ‘투표 인증샷’으로 일갈되는 SNS 캠페인은 정치의 놀이화 현상을 재생키면서 10월 3일 서울시장 후보 야권 단일화 경선 및 10·26 재보선에서 시민후보가 여야 후보를 모두 물리치는데 기폭제가 되었다.

특히 10·26 재보선에서 시민사회는 ‘안철수 현상’을 매개로 기성 정치권에 대한 불신의 메시지를 분명히 표출하였고 SNS는 선거기간 내내 가장 강력한 대항적 소통의 장이 되었다. 대의정치의 위축에도 불구하고 SNS가 4·27 및 10·26 재보선에서 정치적 담론을 형성하고 무당파와 부동층을 투표장으로 이끌 수 있었던 데에는 SNS를 적극 활용한 시민세력의 부상이 있었기 때문이다. 지난 두 차례의 선거에서 지적되었던 집권당의 SNS에 대한 인식부족은 이번 10·26 재보선에서도 여실히 나타났으며 선거 패배에도 지대한 영향을 미쳤다는 것이 지배적인 여론이다. 이는 개인 미디어의 발달로 시민사회를 비롯한 비주류 정치집단의 정치참여가 용이해지고 있는데 반해 대의정치의 주체인 정당은 이러한 변화에 적응하지 못하고 있다는 것을 방증하는 것이다.

〈표 3-15〉 2010~2011 사이의 세 차례 선거의 차이점

	6·2 지방선거	4·27 재보궐선거	10·26 재보궐선거
경쟁구도	정당 vs. 정당	정당 vs. 정당	정당 vs. 시민사회
투표층	20~30대 투표율 증가	20~40대 투표율 증가	20~40대 vs. 50~60대
중점이슈	정당간 이념·정책	정당간 이념·정책	반 한나라당, 대의정치 집단 불신

#### 나. 시민사회와의 관계맺기와 정치동원 패턴

스마트-소셜 환경에서 대의정치 집단의 시민사회와의 관계맺기 전략은 아직까지 전향적이지 못한 채 혼란 상태에 놓여 있다. 정당은 소속 의원들에게 일괄적으로 스마트폰을 지급하거나 SNS 기능 교육을 실시하였으며, 정치인들은 페이스북과 트위터를 필수적으로 홈페이지에 연동시켜 유권자들과의 전방위적인 커뮤니케이션 환경을 구비하였다. 그러나 ICTs 환경 변화에 따른 대의정치 집단의 적응은 외형적으로 구색을 맞추는 수준에 머물렀다. 즉 소수의 정치인들만이 스마트한 소통을 선보였을 뿐 대다수는 기존의 홍보형 활동에 치중하였으며, 정당간의 소모적 당쟁이 지속되어 시민사회와의 단절적 양상은 복원되지 못했다. 이에 따라 SNS 공간에서부터 제3의 정치세력을 정치적 대안으로 부상시키는 유권자 여론이 팽배해져 오프라인으로 확산되었다.

6·2 지방선거로부터 시작된 세 차례의 선거는 시민사회의 정치적 참여가 적극적으로 활성화되는 과정을 여실히 보여주는 정치적 사건들이었다. 이 과정에서 모바일과 결합한 SNS는 시민사회의 정치적 결집과 참여를 유도하고 기성 정치집단에 대한 회의를 표명하는 기제로 활용되었다. 특히 트위터는 속보성, 실시간성, 확산성을 바탕으로 간략하고 핵심적인 메시지를 불특정다수에게 전파할 수 있다는 방송 미디어적인 특징이 있어 이를 통한 시민사회의 정치적 참여가 활발하였다. 일반 대중매체가 보수언론에 의해 잠식되면서 온라인 공간은 이에 대해 동조하지 않는 진보적 색채를 띠는 개인들에 의해 선점되어온 것은 특이할 만한 일은 아니었으나, 트위터를 통해 진일보한 진보적 성향의 결집은 특히 온라인 미디어에 익숙한 젊은 세

대들을 흡수하며 오프라인으로 재확장되어 반값등록금 투쟁, 투표독려운동 등으로 연결되었다.

〈표 3-16〉 일반 국민과 트위터 이용자의 이념 성향 분포

일반 국민			트위터 이용자		
보수	중도	진보	보수	중도	진보
28.0%	41.6%	25.2%	9.0%	41.6%	49.4%

자료: 광고주협회·미디어 리서치(2011. 9).

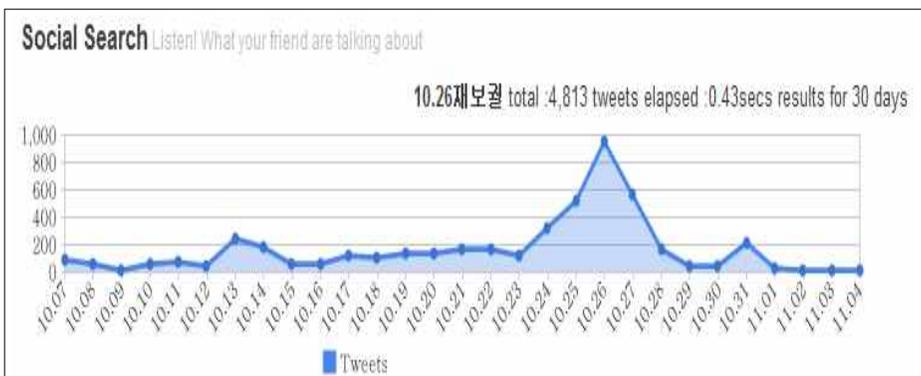
트위터공간의 진보적 성향은 다만 온라인공간의 성격 때문만은 아니었다. 이는 대의정치 집단 전체에 대한 실망과 현 정부에 대한 불신 등이 맞물린 탓이다. 최근 한 여론조사에 의하면, 트위터 공간에서 시민들로부터 특히 2030세대의 전폭적인 신뢰를 받고 있는 인물은 안철수 교수로 무려 83.2%의 신뢰도를 보이고 있는 반면, 박근혜 의원과 이명박 대통령 등 정치권 인물들은 각각 46.5%와 24.5%로 최근 인지도를 높이고 있는 소셜테이너들보다 훨씬 저조하다(조선일보·미디어리서치, 2011. 10). 물론 이 조사의 결과는 현상의 한 단면을 보여주는 정도의 한계가 있긴 하지만 현재 대의정치 집단이 시민사회로부터 상당한 배척을 당하고 있다는 데에는 수궁할 여지를 보여준다 할 수 있다.

시민사회로부터의 신뢰를 회복하지 못한 상황이었지만 대의정치 집단에 의한 ICTs의 활용은 웹 확산기에서와 유사하게 선거 공간에서의 유권자 동원에 있어서는 다양한 방식으로 표출되었다. 홈페이지를 기반으로 다양한 1인 미디어들을 연계하여 다면적 콘텐츠 생산을 통해 선거홍보와 이미지 개선에 집중하여 유권자에게 접근하는 매개체로 활용하였다. 그러나 웹 변곡기에 있어 무엇보다 대의정치 집단에 의해 관심과 활용이 집중되었던 것은 SNS였다. 정계의 풍토를 바꾼 SNS 열풍의 원인은 스마트폰 이용자 증가라는 환경적인 요인 외에도 문화적인 요인이 상당한 수준으로 영향을 끼쳤는데, 이는 미니홈피, 블로그, 아고라 등 기존 온라인 미디어의 한계를 SNS가 극복하였기 때문이었다. 기존의 온라인 미디어들은 실명에 기반을 둔

가입절차나 일촌 등 정보접근에 제한 장치를 두고 폐쇄적인 공간에 정보의 결집을 형성함으로써 원활한 쌍방향 소통이 이루어지는 장이 되지 못했다. 그러나 SNS는 미니홈피나 블로그가 가진 개인주의적이고 일상적인 성격을 유지하면서도 쌍방향 커뮤니케이션을 가능하게 함으로서 이슈의 무게를 덜고 정보에 대한 접근을 용이하게 하여 기존의 온라인 미디어가 지녔던 한계를 극복하였다.

지난 4·27 재보선은 국내 SNS의 효과가 가시화되기 시작한 첫 선거였는데 그 활용 정도를 정리하면 다음과 같다. 첫째, 홈페이지를 통해 유권자들에게 후보자에 대한 정보, 선거유세일정, 선거기금 모금, 선거공약, 선거 이벤트 등 선거에 관한 전반적인 정보를 제공하고, 둘째, 트위터, 미투데이 등 소셜 네트워크 서비스를 통해 선거일정과 이동경로, 현장정보 등을 실시간으로 전달하면서 유권자와 현장감을 공유하는 것이었다. 그렇지만 후보들이 동일한 수준의 전략을 구현한 것은 아니었다. 분당율의 강재섭과 손학규 후보는 홈페이지 중심의 온라인 전략을 전개하면서 트위터를 보조적 수준으로 활용한 반면, 강원도의 엄기영과 최문순 후보는 트위터를 중심으로 유권자와의 소셜네트워킹에 중심을 두면서 홈페이지를 부수적으로 활용하였다. 김해의 김태호와 이봉수 후보는 오프라인 전략에 가장 중점을 두었으며, 소셜 미디어의 활용에는 상당히 제한적인 접근을 취하였다.

(그림 3-5) 트위터 공간에서의 나경원 vs. 박원순 후보의 트윗 트래픽



자료: 트윗믹스(tweetmix.com)

이러한 전략의 차이는 10·26 재보선에서도 반복되었다. 한나라당의 나경원 후보는 50대 이상의 전통적 한나라당 지지자들을 대상으로 오프라인 중심의 전략을 기본으로 하고 선거일정과 홍보를 위한 보완기제로서 트위터 및 홈페이지를 활용하였다. 반면 야권통합의 박원순 후보는 트위터, UCC, 미투데이, 카카오톡, 그리고 홈페이지 등을 연계하여 매우 적극적인 SNS 선거캠페인 전략을 전개하였다. 이에 따라 두 후보에 대하여 SNS 이용자들은 박원순에 절대적으로 친화적인 모습을 연출하며 SNS 공간을 반 집권당 여론의 진지로 구축해갔다.

그렇다면 정치인들은 주로 어떤 SNS를 매개로 시민사회 관계맺기와 유권자 동원을 추구하고 있을까? 첫째, 시민사회와의 소통의 중심 기제로 트위터의 위상이 공고해지고 있다. 트위터는 자생적인 여론을 형성하거나 선호하는 정치인과의 일대일 관계를 맺음으로서 정치적 거리를 축소하기 때문에 대의정치 집단과 시민사회에 빠르게 흡수되었다. 실제 대의정치집단의 트위터 활용 현황을 살펴보면, 모든 정당과 국회의원의 78.5%가 트위터 계정을 보유하고 있고, 이 중 26.6%(62명)이 하루 2개 이상의 트윗을 작성하며 시민사회와의 소통에 적극적으로 임하고 있었다. 특히 유력 정치인들은 SNS 공간을 통해 과거의 중앙집권적, 권위주의적, 조직적인 성격에서 탈피하여 수평적이고 개방적인 관계로 재정립하여 시민사회와의 친밀하고 개인적인 소통과 연계에 집중하였다. 그리고 민주당 의원들의 트위터 활동은 한나라당 의원들에 비해 대단히 활발하게 나타나고 있었는데, 트위터 공간에서 파워 트위터 리언으로 적극 활동하며 온라인 공간에서 인기를 구가하고 있는 10위 안에 한나라당 의원은 김충환, 원희룡 두 사람뿐 나머지는 7명의 민주당과 1명의 민주노동당 소속의 이정희 의원이었다(조화순, 금혜성, 조진만, 2011).

둘째, 페이스북과 카카오톡 또한 일상 정치와 선거의 유력한 도구로 부상하고 있다. 기존의 블로그의 역할을 이어받은 페이스북은 트위터가 만족시킬 수 없는 논쟁의 깊이, 동영상과 이미지, 장문의 텍스트에 기반한 다양한 형태의 정보들을 종합적으로 결집·가시화함으로써 정치 커뮤니티의 새 유형으로 각광받고 있다. 그러나 트위터에 비해 상대적으로 공적 성격이 약하고 프라이버시 침해에 대한 우려 탓에

크게 활성화되지는 못하고 있다. 그럼에도 개인적 수준에서 유권자와의 관계맺기를 심화할 수 있다는 점에서 정치적 잠재력을 평가절하 하기는 어렵다. 10·26 재보선을 통해 카카오톡은 트위터와 함께 실시간으로 국민참여경선의 투표장 현황 정보를 전달함으로써 새로운 정치 커뮤니케이션 도구로 부상하였다. 카카오톡은 지인의 인맥에 근거하여 개방적 커뮤니티적 속성을 기반으로 새로운 인맥들을 흡수함으로써 집단적 동원전략을 구사할 수 있었다.

〈표 3-17〉 정치인들의 페이스북 개설 현황(2011년 6월 30일 현재)

무소속	미래희망연대	민주노동	민주	자유선진	창조한국	한나라	계
2	1	4	41	7	2	85	142

SNS 공간에서의 정치인들의 활동 유형을 종합해보면, 정도의 차이는 있으나 시민사회와의 적극적인 소통을 통해 친밀한 관계를 맺고자 하는 경향이 드러난다. SNS 활동 유형을 명료하게 구분하는 것은 어려운 일이나, 정치인들의 유권자와의 관계맺기는 대체로 일방적인 의견의 전달이나 홍보보다는 유권자 선호에 반응적으로 일상적인 의사소통을 추구하는 한편, 시민사회와의 네트워킹과 개별적 지지자의 확충에 힘쓰고 있었다. 최근의 재보선 후보들을 중심으로 정치인들의 SNS 활용 유형과 영향력을 살펴보면 다음과 같다. 강재섭과 손학규는 모든 면에서 유사한 경향을 보였으나, 손학규가 보다 적극적인 참여와 광범위한 계층의 청중을 확보하여 시민사회와의 친밀한 관계구축과 더불어 다양한 정보를 전달하고자 하였다. 그리고 엄기영에 비해 최문순이 네트워크의 범위가 훨씬 집중되어 있었으며 트위터 말하기와 경청의 조화와 양질의 콘텐츠를 지속적으로 생성함으로써 유권자의 기대에 부응하였다. 또한 김태호에 비해 이봉수가 SNS 공간의 중요도를 선형적으로 인식하고 활발한 움직임을 보였으나, 창조적인 콘텐츠를 생성하는 정도에서는 김태호가 더욱 우세하였다. 마지막으로 나경원과 박원순은 정량적 수준에서 SNS 활용이 모두 활발

하였으며, 정보와 의견을 전달하는데 있어 참여적 성향이 강한 ‘리더형’으로 나타났다. 반면 콘텐츠의 창조성과 지지자들의 만족도를 충족시키는데 있어 박원순이 훨씬 우세한 것으로 평가되었다.

〈표 3-18〉 정치인들의 SNS 활용 유형과 영향력

SNS 공간에서의 영향력	집권당				반대당			
	강재섭 (@kangjaesup)	엄기영 (@Ohmji_WoW)	김태호 (@hohodamo)	나경원 (@Nakw)	손학규 (@HQ_Sohn)	최문순 (@moonsoonc)	이봉수 (@eBongsuoo)	박원순 (@wonsonpark)
SNS 활용 유형	대화형	사교형	관찰자형	리더형	방송인형	전문가형	탐험가형	리더형
도달력 (영향력)	30K	3K	0.6K	30K	71K	22K	1K	71K
영향력의 크기	21	11	3	21	16	31	7	16
네트워크 영향력	53	13	11	53	56	64	15	56
총 영향력	71.6	31.7	15.8	71.6	76.17	57.6	23	76.17
주요 이슈 및 연계어	선거, 정치, 분당, 승리	강원, 평창올림픽, 선거, 구제역	선거, 개혁, 정치	서울시, TV, 유명인, 정치, 아이폰	한국, 투쟁가들, 유튜브, IMF	종편, 문화, 통합, 강원	선거, 야권통합, 이슈, 민주주의	한국, 투쟁가들, 유튜브, IMF

자료: 클라우드(klout.com) 데이터를 활용하여 구성.

종합하자면 웹 로그 환경에서 스마트 소셜 환경으로 변화되면서 대의정치 집단의 ICTs 활용과 기능적 이해 수준은 크게 향상되었지만, 변화된 시민성을 감지하거나 정치문화적으로 동화되는 데에는 실패하고 있다. 이는 새로운 미디어 환경이 도래하는 초기에 반복적으로 확인되어온 행태이지만, 최근 시민사회의 불신이 기성정치 집단 전반에 대하여 팽배해졌다는 점을 감안하자면 종래의 대의정치 집단이 겪었던 위기보다 훨씬 심각하다고 할 수 있다. 따라서 안철수 현상이나 제3후보의 서울시장 당선은 일회성 신드롬으로 격하하려는 움직임은 경계해야 한다. 나아가 기성연

론의 의제설정 독점이 지속되는 가운데, SNS 공간을 중심으로 기성정치에 대한 대항담론이 득세하는 동향에서 대의정치의 개혁 과제를 도출·실천해야 할 필요성이 증대하고 있음을 유념해야 한다.

### 3. 맞춤형 플랫폼의 특징

웹 변곡기의 패러다임은 SNS를 통해 독해할 수 있다. 특히 SNS는 스마트 기기와 결합하여 공간적 구속으로부터 해방되면서 개방·참여·공유의 웹 2.0의 환경을 한 차원 더 도약시켰다. 개인의 독립성과 자율성이 한층 강화됨과 동시에 커뮤니케이션과 네트워킹 편의성이 증대되면서 온라인 공간의 정치참여와 전략적 실행의 가능성은 더욱 커졌다. 이 같은 스마트-소셜 플랫폼의 특성을 요약하면, 첫째, 트위터, 페이스북 등 커뮤니케이션과 네트워킹의 확장을 목적으로 하는 1인 미디어가 활성화되면서 개인 단위의 정치참여가 촉진되고 있다. 둘째, 정보의 흐름은 기존의 쌍방향성이 진화하여 이제는 방향성의 파악이 의미 없을 정도로 정보교환이 전방위적으로 구현되고 있다. 셋째, 정보의 유통 활로는 그 출원지를 알 수 없을 정도로 다원적 정보들이 융합·정련의 과정을 거쳐 확산된다. 넷째, 콘텐츠는 개인적이고 상호주관적인 성격을 띠므로써, 내용적 의미가 풍부해지고 있다.

스마트 소셜미디어 플랫폼에 조응하여 대의정치 플랫폼 유형은 맞춤형의 성격을 띠기 시작했다. 이는 스마트-소셜미디어 환경을 기반으로 권위적이고 조직적인 성격의 정치적 관계망이 해체되고 수평적이고 개인적인 성격의 정치적 관계망이 대의정치의 구조를 형성하고 있음을 뜻한다. 이러한 맞춤형 대의정치 플랫폼의 특징을 정리하면 다음과 같다. 첫째, SNS는 대의정치 집단과 시민 간의 융합적 여론의 진원지로 부상하였다. SNS는 정보의 가공력·확산력이 기존 매체에 비할 바 없이 크며, 특히 기성언론에 대한 검증과 비판 메커니즘을 구동하면서 대중적 신뢰를 획득하고 오프라인으로 여론을 확산한다.

〈표 3-19〉 SNS 플랫폼과 맞춤형 대의정치 플랫폼 비교

	스마트-소셜 플랫폼	맞춤형 대의정치 플랫폼
아키텍처	비정형화, 개인 지향	비정형화, 유권자 지향
소통기반	트위터, 페이스북	정당·정치인 트위터, 페이스북
정보주체	생산자=수용자	대의정치 집단과 시민과의 사인화된 집체적 연결
주요 정보흐름	다핵 전방위 유통	다면적 전방위적 정보제공
주요 정보출원	융합적 정보분산	대의정치 집단과 시민 간의 동기적·융합적 정보제공
콘텐츠 성격	개인적, 상호주관적	동원형, 설득적
정보노출	메시징·네트워킹	리트윗·네트워킹

둘째, SNS 이용자 집단의 경우 일반 인터넷 이용자보다 정치적 효능감이 훨씬 강하게 나타나 대의정치 집단의 적응을 강하게 촉진할 수 있다. 이는 SNS가 시민과 대표 간의 유기적인 관계맺기와 평판시스템(reputation system)에 토대해서 공론을 창출함으로써 이용자들의 활동과 효능감을 제고할 수 있기 때문이다.

셋째, SNS는 공간적 위치 기반의 정치참여를 세대와 계층 기반으로 조정하며 대의정치 집단의 공적 의제의 변화를 촉진하고 있다. 근래에 SNS 공간에서 파생되어 오프라인으로 확산되는 각종 이슈-무상급식, 비정규직 문제, 반값등록금 등-에 정치권이 민감하게 반응하고 정치적 이니셔티브 경쟁을 벌이는 현상이 그것이다.

보편적 커뮤니케이션 수단으로 자리 잡은 SNS의 적극적 활용은 정치권에서도 더 이상 선택이 아닌 필수조건이 되었다. 즉 SNS 확산과 함께 선거를 비롯한 정치과정에서 유권자의 주도권이 확립됨에 따라 그들과의 소통과 이해협약이 대의정치 성패의 새로운 가늠자가 되고 있다. 따라서 종래의 탑다운 커뮤니케이션 관행에서 집단지성과의 공명을 통한 시민 에너지의 분출과 수렴이 대의정치의 미래를 좌우할 수 있다. 나아가 이러한 실천이 정치적 이벤트의 맥락에 놓여 있거나 권력획득의 도구로 제약된다면 SNS로부터의 역풍을 맞을 수도 있다. 예컨대, 정작 SNS의 힘으로 당선된 오

바마는 집권 후 국정 운영에서 SNS의 운용을 소홀히 한 결과 민심으로부터 소외되었을 뿐 아니라 오히려 극우 세력인 티 파티(Tea Party)의 SNS 활용으로부터 역풍을 맞았다. 이 같은 SNS에 대한 관리 소홀은 결과적으로 2010년 중간선거에서 보수당의 압승을 초래하였다. 즉 중요한 것은 SNS의 기능적 활용 그 자체가 아니라 이것을 SNS 공간의 민심을 어떻게 조율하고 통합적으로 수렴하느냐가 관건인 것이다.

## 제 6 절 스마트-소셜스피어의 미시정치: 2011년 4·27 재보궐선거를 중심으로

### 1. 소셜 네트워킹 전략

앞 장에서는 최근의 스마트-소셜 정치의 거시적 흐름과 정치 플랫폼 변화를 살펴보았다. 그런데 스마트-소셜 정치는 그야말로 최근 현상으로 현황과 미래 변화를 분석적으로 논의하기가 용이하지 않다. 이러한 한계를 극복하고 분석을 심화시키려는 목적으로 이 장에서는 4·27 재보선을 중심으로 소셜스피어 정치의 미시 메커니즘을 탐색하기로 한다. 그동안 SNS를 매개한 한국정치의 변화가 주로 선거 공간에서 단초를 드러냈다는 점에서, 4·27 재보선의 SNS 캠페인 분석은 2012년 양대 선거는 물론 미래 정치과정 변화의 단서들을 독해하는데 적지 않게 기여할 것으로 판단된다.

〈표 3-20〉은 2011년 4월 27일 현재 3개 선거구 재보선에 참가한 후보들과 정당들의 트윗 활동 현황을 보여준다. 개설일을 기준으로 살펴보면 후보 중에서는 최문순, 정당 중에서는 국참당과 민주당이 트위터 초기 수용자군(early adopter group)에 속한다. 이어서 트위터의 정치적 활용 가능성을 각인시킨 5회 지방선거(2010년 6월 2일) 전후로 후보 중에서는 이봉수, 손학규, 강재섭 순으로 트위터 계정을 개설하였고, 정당 중에서는 한나라당이 트위터 계정을 보유하고 있다. 후발주자인 엄기영과 김태호는 재보선 후보군에 이름을 올리기 시작한 무렵에 트위터 활용에 뛰어들었음을

알 수 있다.

다음으로 후보들의 트위터 활용 특징을 살펴보기로 한다. 각 지표별 수치는 대체로 트위터 개설일에 상응하여 개설 기간이 길수록 누적 수치가 높게 나타나고 있다. 이와 함께 대중적 인지도도 트위터 활용에 영향을 미치고 있는데, 이봉수는 개설일이 빠르고 트윗 메시지수도 상대적으로 많지만 개설일이 늦은 유력 후보들에 현저하게 뒤진 수치를 나타내고 있다. 이는 트위터 활동의 일반적인 속성과도 정합하는데, 유명인(celebrity)의 경우 트윗 메시지수가 적더라도 일반인에 비해 훨씬 많은 팔로어(follower) 자원을 보유하고 있다. 이와 관련해서 트위터스피어에서의 평판과 관심도를 의미하는 리스트(list) 수치도 흥미롭게 볼 필요가 있다. 각 선거구별로 다른 지표들에 비해 리스트 비율이 상대적으로 더 큰 격차를 보이는데, 재보선 당선자들은 공히 상대 후보에 비해 리스트수가 높게 나타나고 있다. 아울러 이들은 팔로어수에서도 상대 후보들에 비해 훨씬 높다. 요컨대, 트윗이나 팔로잉은 후보 자신의 노력으로 활성화할 수 있지만, 대중의 지지와 관심을 의미하는 팔로어와 리스트는 선거 이전에 사전적으로 구축된다는 점에서, 트위터 효과는 일차적으로 후보들의 일상 정치활동과 대중적 관심에 달려 있다고 할 수 있다.

이어서 정당들의 트위터 활용 특징을 살펴보기로 한다. 후보들과 마찬가지로 각 지표별 수치는 트위터 개설일에 상응하여 개설 기간이 길수록 누적 수치가 높게 나타나고 있다. 반면 후보들과는 달리 유명인 효과는 발생하지 않고 있다. 즉 지지도가 가장 낮은 국참당의 지표별 수치가 가장 높고 한나라당이 가장 저조하게 나타나고 있다. 특히 리스트수는 국참당이 한나라당에 비해 약 7.4배 높게 나타나고 있다. 이러한 현상이 발생한 이유로는 임계치를 넘지 못한 트위터 이용자수와 진보적 여론주도층의 공론장 지배를 들 수 있다. 즉 2011년 4월 현재 국내 트위터 이용자수는 약 340만명으로 신생 미디어의 효과가 객관적으로 정당화될 수 있는 임계시점에 이르지 못하고 있다. 아울러 리트윗되는 트윗 메시지의 상당수를 생산하며 지대한 영향력을 행사하고 있는 소셜테이너들(socialtainers)은 대개 기성 정당에 대하여 비판적인 진보 그룹이다. 따라서 2000년대 초반의 온라인 공론장이 진보 이니셔티브에

의해 작동되었던 것처럼, 소셜스피어 정초 국면에서 유사한 현상이 재현되고 있다고 볼 수 있다. 그렇지만 이러한 온라인 동원효과가 오프라인 동원효과로 전환되기에는 또 다른 조건들이 충족되어야 한다. 종합해보면 여당 후보들보다는 야당 후보들이 선거운동 기간에 트위터 효과를 더 크게 누릴 수 있는 조건이 형성되었다. 첨언하면 트위터가 조직이 아닌 개인 기반의 미디어라는 점에서 정당보다는 후보의 자원동원능력이 더 중요한데, 이러한 면에서 김해율의 경우 이봉수보다는 김태호의 트위터 효과가 더 크게 발생할 소지가 크다고 할 수 있다.

〈표 3-20〉 4·27 재보선 후보들과 정당들의 트윗 활동 현황(2011. 4. 27. 현재)

후보						
후보	계정	개설일	tweet	following	follower	list
이봉수	eBongsoo	2010. 3. 24.	90	273	379	37
김태호	taehois	2011. 3. 10.	39	2,035	2,029	78
손학규	HQ_Sohn	2010. 8. 16.	100	13,685	16,966	1,238
강재섭	kangjaesup	2010. 9. 6.	46	2,970	3,018	77
최문순	moonsoonc	2009. 6. 17.	873	39,607	38,847	2,460
엄기영	Ohmji_WoW	2011. 1. 17.	79	8,092	7,688	193
정당						
정당	계정	개설일	tweet	following	follower	list
한나라당	twit_hannara	2010. 8. 3.	715	3,880	3,886	134
민주당	minjoodang	2009. 8. 25.	7,044	5,170	4,963	530
국참당	handypia	2009. 3. 28.	2,085	10,220	9,916	990

〈표 3-21〉은 트위터 커뮤니케이션 플랫폼에서 어떤 기능이 선거캠페인에서 가장 활성화되었는지를 보여준다. 요컨대 후보(정당)의 트윗 메시지와 이에 대한 유권자들의 리트윗이 전형적인 트위터 캠페인 방식이라고 할 수 있다. 이러한 맥락에서 강원도를 제외하고 대체적으로 여야 후보들 간의 트위터 효과는 거의 차이를 보이지 않고 있다. 분당을에서 손학규가 유권자 리트윗에서 강재섭을 다소 앞서고 있는

정도가 확인된다. 예외적으로 강원도에서는 최문순이 트윗 메시지수는 물론 이에 대한 유권자 리트윗 효과에서 압도적인 우위를 보이고 있다. 다른 선거구 후보들의 지지율 차이가 박빙이었던 데 비해, 강원도는 각종 여론조사에서 최문순이 15~20% 안팎의 열세를 보였다는 점에서, 이러한 리트윗 효과는 그의 추격전에 의미 있는 촉매제가 되었을 것으로 여겨진다. 그 밖의 다른 커뮤니케이션 플랫폼은 거의 활성화되지 않았다. 특히 리플라이와 멘션 같은 반응성 기제는 거의 활용되지 않아 후보들의 트위터 캠페인 행태가 일방향이었던 것을 드러낸다. 예외적으로 최문순은 유권자 트윗 메시지에 대한 리트윗 활동이 매우 활발했는데, 자신에 대한 지지 메시지가 대다수라는 점에서 리트윗 효과를 더욱 증폭시키는 결과를 가져왔다.

〈표 3-21〉 4·27 재보선 기간 동안 후보와 정당의 트윗 활동 현황(2011. 1. 1~4. 27)

후보						
후 보	tweet	reply	replied	mention	rt	rtd
이 봉 수	37	27	5	3	4	72
김 태 호	30	4	10	0	5	69
손 학 규	40	2	2	1	0	418
강 재 섭	32	11	5	3	0	235
최 문 순	117	0	0	3	188	1,813
엄 기 영	49	15	2	2	13	84
정당						
정 당	tweet	reply	replied	mention	rt	rtd
한나라당	210	9	4	2	15	208
민 주 당	2,065	187	112	4	187	1,682
국 참 당	348	3	3	1	33	1,209

각 지표별 수치를 보면 정당의 트위터 활동이 더욱 활발하였지만, 선거전이 후보 트위터를 중심으로 전개되었기 때문에 보조적인 역할을 했다는 의미를 부여할 수 있다. 모든 지표상에서 민주당은 타 정당들에 비해 가장 적극적인 트위터 활동을 벌였

으며 유권자들의 반응도 압도적으로 높았다. 국참당의 트위터 활동도 비교적 활발하였던 반면, 한나라당의 트위터 활동은 가장 저조하였으며 유권자들의 반응도 현저하게 뒤쳐졌다. 대개의 후보들 및 핵심 팔로어들이 소속(지지) 정당과 팔로잉 관계를 맺고 있다는 점에서, 민주당 후보들이 정당의 지원 효과를 가장 크게 누렸음을 알 수 있다. 나아가 후보와 소속 정당의 팔로어 공유 비율이 높을수록 트위터 캠페인 효과는 더욱 크게 나타날 수 있다. 이러한 공유 비율도 민주당과 소속 후보들이 가장 높게 나타나 트위터 효과가 더욱 증폭되었다. 즉 <표 3-22>에서 확인되듯이 최문순-민주당 및 손학규-민주당이 다른 조합을 압도하였다. 반면 한나라당 후보들은 정당 지원 효과가 가장 낮았을 뿐만 아니라, 팔로어 공유 비율도 매우 낮아 효과가 더욱 제한적이었다. 한편 다른 후보들과는 달리 이봉수는 원천적으로 소속당과 팔로잉 관계를 형성하지 않았기 때문에 정당 지원 효과를 거의 누리지 못하였다.

또한 트위터스피어에서는 현실 공간의 선거구 구분이 별반 의미가 없기 때문에, 다른 선거구의 자당 후보들과의 팔로어 공유도 시너지 효과를 일으킬 수 있다. 구체적으로 공유된 팔로어를 통해 네트워킹을 확장함으로써 트위터 캠페인에서 자원동원능력을 배가할 수 있다. 아울러 공유된 팔로어들을 통한 트윗과 리트윗 흐름이 확장될 수 있는데, 이를 통해 의제의 공유와 확산 및 통합적 선거운동을 벌이는데 상당히 큰 효과를 누릴 수 있다.

<표 3-22>는 재보선 기간에 정당 혹은 후보들과 상호 팔로잉을 형성한 팔로어들의 공유 현황이다. <표 3-22>에서 확인되듯이 다른 조합에 비해 손학규-최문순의 팔로어 공유 비율이 가장 높게 나타나 가장 큰 시너지 효과를 누렸음을 알 수 있다. 반면 강재섭-엄기영의 팔로어 공유는 1명에 그쳐 트위터스피어에서 상호 연계 없는 캠페인에 그쳤다. 한편 동일 선거구 내의 타당 후보와의 팔로어 공유비율이 높게 나타나는 경우에는 양자 간에 구조적 동위성(structural equivalence)이 높아진다고 할 수 있다. 구조적 동위성은 네트워크상에서 직접적인 관계는 없지만 유사한 지위와 역할을 가지는 노드들의 관계 패턴을 뜻한다(Burt, 1992). 대개 팔로어 공유는 소속당이나 자당 후보들 간에 빈번하기 때문에, 경쟁적 관계에 있는 후보들의 경우는 구

조직 등위성이 낮게 나타난다. 이처럼 후보들 간에 구조적 등위성이 낮다는 것은 간접적 연결망이 약하기 때문에 상호 단절적으로 선거 경쟁이 벌어졌다는 것을 뜻한다. 요컨대, 재보선에서 트위터 캠페인은 선거구 내의 후보들 간에는 단절적으로, 선거구 경계를 넘어 자당 후보들 간에는 통합적으로 진행되었음을 알 수 있다.

〈표 3-22〉 후보들과 정당들의 팔로어 공유 현황

	김태호	이봉수	엄기영	최문순	강재섭	손학규	한나라	민주당	국참당
김태호	19	2	3	9	8	15	13	11	7
이봉수	2	21	1	18	1	4	4	11	19
엄기영	3	1	6	5	1	4	2	5	6
최문순	9	18	5	88	9	40	17	55	61
강재섭	8	1	1	9	24	10	22	8	4
손학규	15	4	4	40	10	50	15	44	32
한나라	13	4	2	17	22	15	59	15	12
민주당	11	11	5	55	8	44	15	72	43
국참당	7	19	6	61	4	32	12	43	77

트위터스피어에서 현역 국회의원들은 중요한 선거캠페인 자원이다. 2011년 5월 현재 230명의 국회의원 트위터 계정이 확인된다. 〈표 3-23〉은 후보와 정당들의 국회의원 팔로어 공유 현황을 보여준다. 후보의 경우 최문순 77명, 손학규 47명, 엄기영 19명, 김태호 15명 순으로 국회의원 팔로어를 보유하고 있는 반면, 강재섭은 7명에 그치고 이봉수는 한 명의 국회의원 팔로어도 보유하지 못하였다. 정당의 경우 한나라당 78명, 민주당 48명, 국참당 13명 순으로 국회의원 팔로어를 보유하였다. 그렇다면 후보간 및 후보-정당간에는 어떠한 공유 현황을 보였을까? 후보간 조합에서는 손학규-최문순이 가장 많은 39명의 국회의원 팔로어를 공유하였다. 후보-정당간 조합에서는 최문순-민주당 40명, 손학규-민주당 30명, 엄기영-한나라당 29명 순으로 나타났다. 이러한 현황은 한나라당에 비해 민주당 현역 의원들이 분당들과 강원도 재보선에서 훨씬 더 크게 트위터 캠페인에 기여했음을 보여준다. 아울

러 손학규와 최문순이 다른 후보들에 비해 더 큰 정당 지원 효과를 누렸음을 알 수 있다.

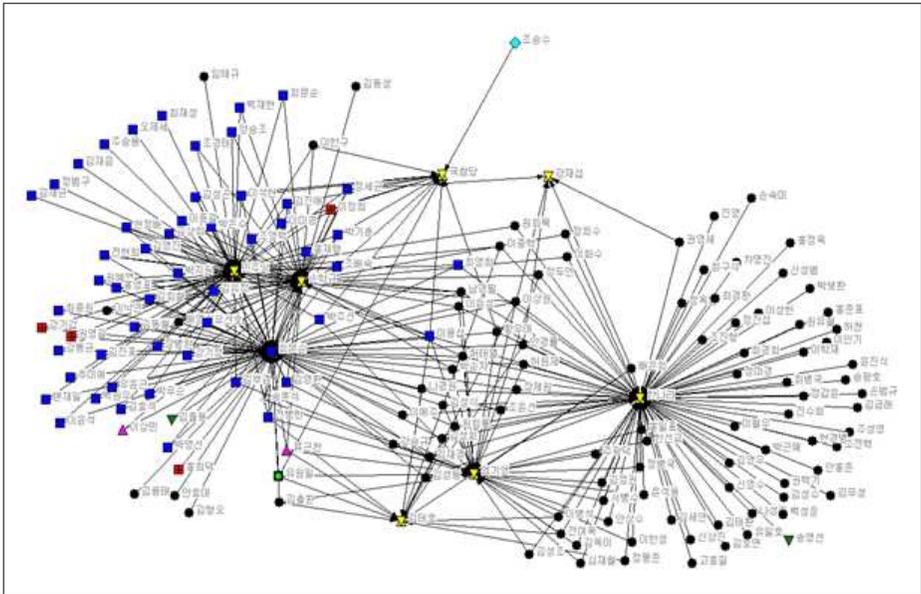
〈표 3-23〉 후보별 국회의원 팔로어 공유 현황

	김태호	이봉수	엄기영	최문순	강재섭	손학규	한나라	민주당	국참당
김태호	15	0	10	10	4	4	10	4	1
이봉수	0	0	0	0	0	0	0	0	0
엄기영	10	0	36	19	4	10	29	6	3
최문순	10	0	19	77	3	39	19	40	11
강재섭	4	0	4	3	7	2	5	1	1
손학규	4	0	10	39	2	47	10	30	7
한나라	10	0	29	19	5	10	78	5	1
민주당	4	0	6	40	1	30	5	48	9
국참당	1	0	3	11	1	7	1	9	13

그렇다면 후보들의 국회의원 팔로어 연결망은 어떠한 구조와 패턴을 띠었을까? [그림 3-6]은 재보선 후보들과 국회의원 팔로어 간의 연결망이다. 이 연결망은 기본적으로 여야 및 이념적으로 양극화된 구조를 드러낸다. 즉 한나라당 의원들은 한나라당 후보를 민주당 의원들은 민주당 후보를 배타적으로 팔로잉하고 있다. 이 연결망에서 한나라당과 민주당은 분리된 양 클러스터의 중심에 위치해 있다. 이는 의원들이 서로간의 직접적인 연결보다는 소속당을 매개로 간접적으로 연결되는 양태를 드러낸다. 정당이 의원들의 허브 역할을 하는 기존의 웹사이트 네트워킹 패턴이 트위터스피어에서도 재현되고 있는 점은 흥미롭다. 즉 매개보다는 직접적 연결이 활성화된 소셜미디어에서도 동일한 네트워킹 패턴이 확인되고 있기 때문이다. 연결망에서 후보들의 중심성과 연결빈도는 손학규와 최문순이 여당 후보들에 비해 확고한 우위를 보인다. 아울러 민주당-손학규-최문순의 조합이 밀도 높은 네트워크 중심부를 형성하고 있는 반면, 한나라당과 소속 후보들은 네트워크 거리가 훨씬 길게 나타난다. 마지막으로 경쟁 정당 의원들과의 연결 호혜성도 최문순과 손학규가

가장 높다. 이들은 각각 18명과 8명의 한나라당 의원들을 팔로어로 보유하고 있다. 따라서 선거운동 기간에 한나라당에 비해 민주당 후보들의 메시지가 한나라당 의원들에게 더 크게 파급되었다고 할 수 있다.

(그림 3-6) 후보들의 국회의원 팔로어 연결망



한나라당	민주당	자유 선진당	민주 노동당	미래 희망연대	창조 한국당	진보신당	무소속	국민 참여당
Circle	Square	Up Triangle	Box	Down Triangle	Circle- in-box	Diamond	Plus	Thing

트위터스피어에서 유권자들이 지지 후보를 지원하는데 있어 가장 좋은 조건은 가급적 많은 수의 팔로어 그룹을 보유한 상태에서 적극적으로 트윗과 리트윗 활동을 하는 것이다. 이런 면에서 후보로서는 이러한 조건을 충족시키는 액티비스트들과의 상호 팔로잉은 곧 우세한 자원동원능력의 보유를 의미한다. 액티비스트 집단은 재보선 트위터 연결망의 영향력자(influencer)로서, 후보 트윗 메시지의 매개와 확산의

진원이 되었다. <표 3-24>는 이러한 여야 액티비스트 집단 간의 경향적 차이를 보여 준다. 여당 액티비스트 집단에 비해 야당 액티비스트 집단의 트윗과 리트윗 활동이 훨씬 적극적이었음을 알 수가 있다. 특히 선거 기간 동안 후보 메시지의 리트윗수는 2.3배에 달하여 트위터 캠페인이 훨씬 활발하였다. 그렇지만 이들이 보유한 팔로어 규모에서는 여당 액티비스트 집단이 훨씬 많아서 야당 액티비스트 집단의 리트윗 효과가 일정하게 상쇄되었을 것이라 추론된다.

<표 3-24> 액티비스트 트위터 캠페인 활동

여당 액티비스트 집단				야당 액티비스트 집단			
액티비스트수	트윗수	팔로어수	후보메시지 리트윗수	액티비스트수	트윗수	팔로어수	후보메시지 리트윗수
150(130)	242,566	496,472	280	150(138)	761,602	337,853	645

주: ( )는 중복 액티비스트들을 제거한 수치이며, 각 지표의 수치도 중복을 제거한 것임.

그렇다면 누가 액티비스트인가? 우선 성별로 살펴보면, 여야 액티비스트 모두 남성의 비율이 높았는데, 특히 야당은 남성의 비율이 79.7%에 달했다. 혼성은 팀 트위터를 의미하는데, 여당 액티비스트가 네 배 이상 많다. 여당 액티비스트는 대개 친 정부 성향의 언론사이거나 한나라당의 지역 또는 직능 모임으로 관찰되었다. 거주 지별로는 여야 액티비스트 모두 수도권 거주 비율이 가장 높았는데, 여당의 경우 지방과 국외 거주자 비율이 21.5%에 그친 반면, 야당은 지방과 국외 거주자 비율이 47.1%에 달했다. 특히 여당의 지방 거주자들은 선거구와 지역 기반인 강원과 영남에 한정된 반면, 야당 거주자들은 전국 광역에 골고루 포진하였다. 야당은 트위터스 피어에서 선거구와 지역 기반을 넘어 전국 선거를 치렀다. 직업 분포에서는 여야 공히 회사원, 정당인, 학생, 자영업자 순의 분포도를 보였다. 이는 트위터 액티비스트 집단이 전형적인 일반 시민들이었으며, 정당이 트위터 캠페인에 조직적으로 개입하였음을 시사한다.

〈표 3-25〉 액티비스트 프로파일

구분		여당 액티비스트 집단	야당 액티비스트 집단
성	남성	73	110
	여성	44	24
	혼성	13	4
거주지	수도권	102	73
	지방	27	59
	국외	1	6
직업	회사원	39	32
	정당인	24	24
	학생	21	23
	자영업자	11	21
	주부	9	6
	언론인	3	12
	교육자	7	6
	기업인	8	2
	무직	6	4
	NGO 활동가	2	8

## 2. 정치적 소통 전략

이어서 후보들의 정치적 소통 전략을 파악하기 위해 후보들의 트윗 메시지에 대한 내용분석을 시도한다. 분석 기간은 1월 1일부터 선거운동 기간의 마지막 날인 4월 26일까지였다. 내용분석의 유목을 정의하면 다음과 같다. 첫째, 소통 유형은 일기형, 홍보형, 응답형, 정보 제공형, 쟁점 제기형으로 나누었다. 일기형은 메시지의 대상이 작성자 본인으로 수필, 명언, 교훈, 독백 성격의 메시지를, 홍보형은 행보, 공약 등을 직·간접적으로 표현하는 메시지를, 응답형은 독자의 질문이나 글에 대응하는 메시지를 뜻한다. 그리고 정보 제공형은 독자 중심의 (비)정치적 정보 서비스형 메시지를, 쟁점 제기형은 이념적 정책적 논변을 발의하는 메시지를 뜻한다. 둘째, 소구형식은 텍스트, 이미지, 동영상 및 이들의 혼합으로 분류하였다. 셋째, 전달방식

은 트위터의 네 가지 기능, 즉 말하기(트윗), 리트윗(전달하기), 리플라이(응답하기), 그리고 멘션(일대일로 말하기)으로 분류하였다.

상기의 유목들이 트위터 메시지의 형식적인 면을 고찰하기 위한 것이라면, 주장의 강도와 원천 그리고 사회정치 이슈는 메시지의 내용적인 면을 고찰하기 위한 유목들이다. 첫째, 주장의 강도는 단순한 정보전달에서부터 행동추구에 이르는 네 단계로 분류하였다. 그리고 메시지의 주·객관성을 파악하기 위하여 주장의 원천을 여섯 가지로 분류하였다. 마지막으로 어떤 이슈들을 선거의제화하였는지를 살펴보기 위하여 사회정치 이슈들을 여섯 분야로 나누어 살펴보았다.

〈표 3-26〉 내용분석 유목(2011. 1. 1.~4. 27.)

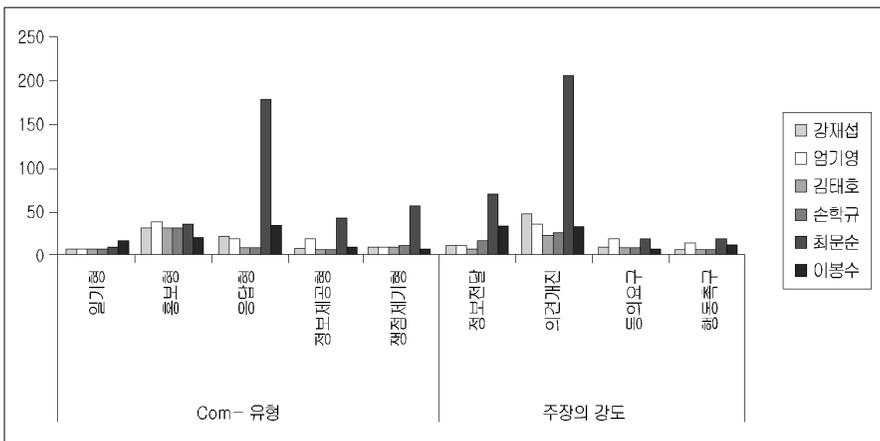
분석유목	세부항목					
	일기형	홍보형	응답형	정보 제공형	쟁점 제기형	
소통유형	일기형	홍보형	응답형	정보 제공형	쟁점 제기형	
소구형식	텍스트	이미지	동영상	텍스트+ 이미지	텍스트+ 영상	
전달방식	트윗	리트윗	리플라이	멘션		
주장의 강도	정보전달	의견개진	동의요구	행동추구		
주장의 원천	뉴스보도	공적단체 입장	전문적 자료	경험적 지식	일반상식	감정
사회정치 이슈	경제	국제	사회	선거	정치	기타

가. 트위터 선거 커뮤니티션의 목표와 유형은 무엇인가?

[그림 3-7]은 여섯 후보의 트위터 활용에 있어서의 커뮤니케이션 유형과 목표를 보여주고 있다. 후보 개인의 트위터 활용 역시 정당의 그것과 유사하게 선거관련 정보의 전달과 유세 및 일정에 관한 홍보 등에 중점을 두고 있었으나, 정당과 같은 집단 차원에서보다는 의견개진에 대한 비율이 높게 나타나고 있어 개인 수준의 트위터 활용이 조금 더 진화된 수준을 보이고 있다 할 수 있다. 후보간에는 최문순을 제외하고는 큰 차이를 보이지 않았다. 후보들은 모두 ‘정보전달’과 ‘의견개진’에 집중

하여 선거유세과정이나 일정 등 선거관련 정보를 알리는데 주력하고 있어 트위터를 홈페이지의 용도와 유사하게 활용하였다. 정당별 후보들 간의 트위터 활용은 차별성이 뚜렷하지는 않았다. 다만 한나라당 후보들이 트위터를 홍보도구로 더욱 적극적으로 활용한 반면, 민주당 후보들은 다양한 쟁점제기와 더불어 친근하고 감성적인 소통도구로 트위터를 활용하는 경향이 눈에 띠었다. 특히 최문순의 경우 상대적으로 오랜 트위터 활동 경험을 기반으로 트위터를 유권자 응대와 의견개진에 전력하는 모습이 두드러졌다. 최문순은 종합편성방송 및 예술 분야에서부터 무상급식, 4대강 정책 및 현 정부에 대한 비판에 이르기까지 다양한 이슈에 대해 쟁점을 제기하면서 유권자와 토론과 대화를 지속하는 등 단순 홍보보다는 커뮤니케이션을 하고, 정보전달에만 그치는 것이 아니라 자신의 정치철학을 내비침으로서 트위터를 통한 유권자의 비제도적 정치참여와 정치과정의 적극적 개입을 유도하고 있었다.

(그림 3-7) 후보들의 트위터 커뮤니케이션 유형과 목표



나. 트위터 선거 메시지는 어떠한 형식으로 전달되는가?

후보들은 트윗활용 방식에도 유사한 경향을 드러내고 있었는데 모두 텍스트 위주의 트윗 작성에 의존하고 있었으며, 강재섭과 이봉수를 제외한 나머지 후보들은 사

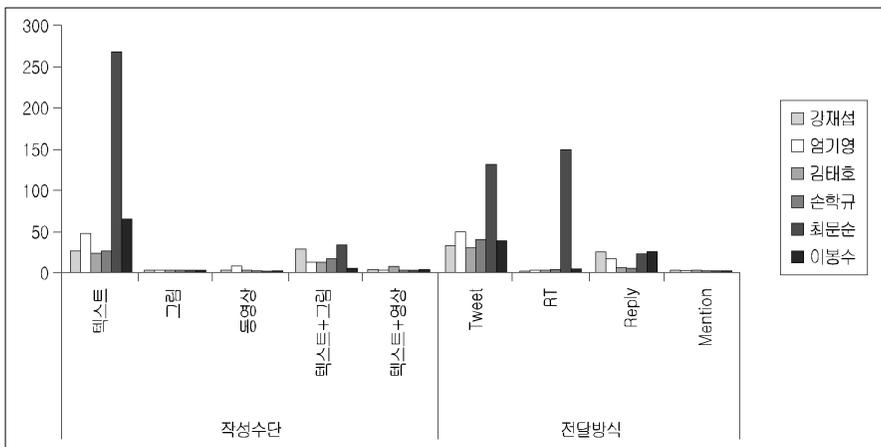
진이나 동영상의 사용을 적절하게 사용하여 생생한 선거현장 정보를 포함 다채로운 콘텐츠를 생성하고 있었다. 전달방식에 있어서는 모든 후보들이 트윗의 생성에 집중하고 있어 유권자들에게 자신의 말을 전달하는데 치중하고 있음을 알 수 있었다. 이는 앞서 언급한대로 소셜미디어의 기능을 웹페이지나 블로그의 그것과 동일시하면서 일방향성에 치중한 ‘말하기’를 통한 정보전달에 중점을 두고, 정작 소셜미디어가 갖는 ‘소통’과 ‘연계’의 장점을 제대로 활용하지 못하고 있음을 방증하는 것이라 할 수 있다. 그러나 강재섭과 최문순의 경우, 상대적으로 유권자에 대한 리플라이의 비율, 즉 반응의 빈도가 높았는데 두 후보의 답변 내용에는 상당한 차별적 패턴이 나타나고 있어 흥미롭다. 최문순의 경우에는 유권자의 트윗에 직접 답변을 하는 것 외에도 대부분의 트윗들이 대화체로 이어지고 있어 사실상 답변의 비율은 상당히 높은 편이었으며, 대부분의 트윗과 리플라이들은 특정 이슈에 대해 명확하게 유권자의 질문이나 멘트에 대한 응답성 콘텐츠로 구성이 되어 있었다. 반면, 강재섭은 답변의 비율이 31%에 달할 정도로 높은 편이었지만, 그 내용의 대부분이 선거에서의 자신에 대한 지지를 호소하거나 선거정보의 전달 및 홍보의 콘텐츠로 이루어져 있어 ‘홍보’의 목적이 상당히 강하게 드러나고 있었다.

확산 효과를 살펴보면, 한나라당 소속 후보들의 트윗이 리트윗되는 비율에 비해 비한나라당 소속의 후보들의 트윗이 방문자들에 의해 높은 비율로 리트윗되어 콘텐츠의 확산효과가 가시화되었다. 특히, 민주당 소속의 손학규와 최문순의 트윗은 리트윗의 비율이 상당히 높게 나타났는데 이는 후보자가 아닌 유권자들로부터의 적극적인 소통의 의지의 표현이라 할 수 있다. 이 같은 높은 비율의 리트윗은 결과적으로 두 후보들이 입후보한 지역에 대한 유권자들의 높은 관심이 적극적인 소통과 참여에의 의지로 나타나 결국 지역선거를 전국적 선거로 확산시키는 결과를 내는데 일조한 것으로 판단된다. 강원지역에서 발생한 콜센터 이슈가 트위터를 통해 전국적으로 빠르게 확산됨으로서 엄기영에 대한 반감을 강화했을 뿐 아니라 전반적으로 반한나라당 감정을 촉진하였음은 잘 알려진 사실이다.

콘텐츠의 생성과 전달 방식의 차별성은 후보들이나 정당이 소셜미디어가 갖는 장

점을 제대로 이해함으로써 그것이 파생하는 결과에 있어서도 차별성을 확보할 수 있다. 소셜미디어를 웹페이지나 블로그와 같이 일방향성 정보전달과 홍보의 기제로 활용하는데 집중한 한나라당 소속 후보들과 트위터를 직접적인 선거홍보가 아닌 다양한 이슈에 대해 유권자와의 솔직한 의견교환과 그들에게 감성적으로 다가가는데 필요한 도구로 인식했던 민주당 후보들이 보여준 소셜미디어 활용의 차별성은 선거 캠페인 전략으로서 소셜미디어에 어떻게 접근해야 하는지 한 단면을 보여주는 것이라 할 수 있다. 유권자의 적극적인 참여가 보편화된 소셜네트워크 환경에서는 분명 그에 적합한 전략과 전술의 확보가 요구되고 있는 것이다.

(그림 3-8) 후보들의 트위터 작성수단과 전달방식

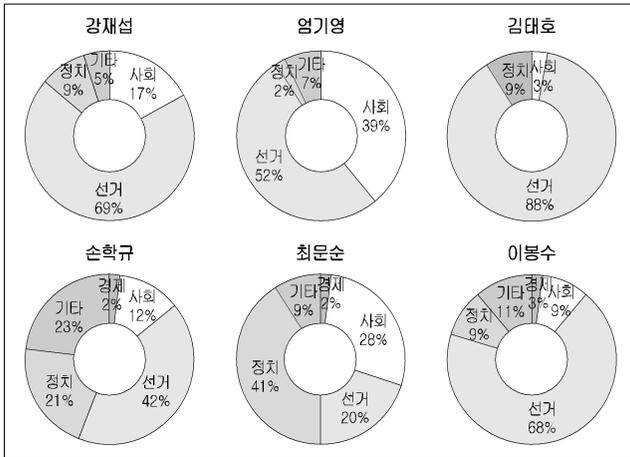


다. 트위터 선거 이슈와 출처는 무엇인가?

후보들의 트윗 내용 역시 (그림 3-9)에 보이는 것처럼 크게 8개의 범주로 분류되었다. 정당의 경우에는 다양하고 전반적인 국가 이슈에 대해 다채로운 정보를 전달하거나 특정 이슈라 하더라도 윤리, 도덕, 노동, 복지 등 거시적인 이슈에 대해 의견을 피력하거나 강조하는 경향이 강하게 나타났었으나, 후보자들의 경우에는 역시 최문순을 제외하고는 입후보 지역의 관련 이슈를 언급·강조하는 경향이 강하게

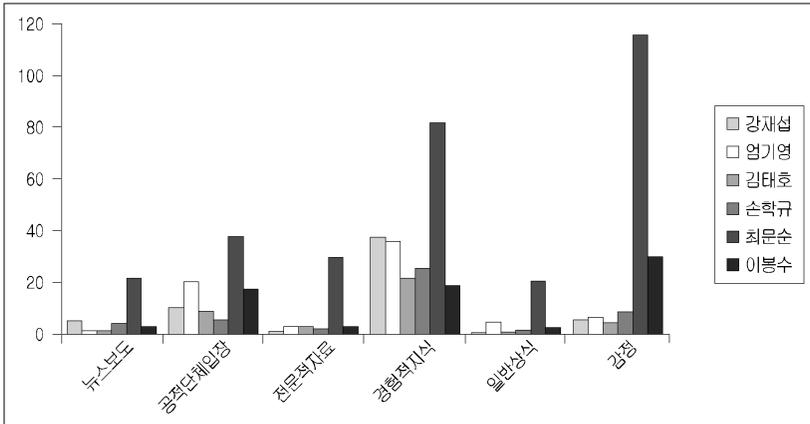
나타났다. 가장 많은 트윗을 작성한 최문순의 경우는 선거 관련 이슈에 대해 20% 정도였던 반면, 이봉수와 김태호의 경우에는 전적으로 선거캠페인 홍보기제로 트위터를 활용하고 있었다. 이 두 후보는 타 후보들에 비해 선거 직전에 이르러서야 트위터를 활용하면서도 활동이 가장 저조하여 소셜미디어에 대한 의존도가 취약했다. 이는 이들이 소셜미디어를 기성 매체와 마찬가지로 정보전달과 홍보용 매체로 인식하고 있음을 보여주는 것이라 판단된다.

(그림 3-9) 후보들의 트윗 메시지 이슈 분포



나머지 후보들을 비교해보면, 한나라당 소속의 강재섭과 엄기영은 선거이슈 외에 사회이슈에 대한 언급이 높게 나타난 반면, 민주당 소속의 손학규와 최문순은 선거이슈 외에 정치이슈에 대한 언급이 빈번하게 나타나고 있어 소셜미디어 공간을 정치적 공론장으로서의 용도로 충실히 활용하고 있음을 보여주고 있었다. 손학규는 분당지역의 복지수준 향상 등 지역적 이슈와 더불어 현 정부에 대한 비판 등을 거론하고 있었고, 최문순은 지역적 이슈보다는 반값등록금, 무상급식, 종합편성방송, 20대의 정치참여 확대 및 민주당의 역량 강화, 그리고 현정부에 대한 비판과 민주주의 강화 등 거시적 수준의 정치, 사회 이슈를 망라한 포괄적 범위의 콘텐츠를 담고 있었다.

〔그림 3-10〕 후보들의 트윗 메시지 작성의 원천



후보들 역시 정당과 유사하게 정보 전달에 중점을 둔 트위터 활용 패턴을 보이고 있기 때문에 정보의 근거로서 객관적 사실의 전달이 매우 중요하다. 그러나 대부분의 트윗이 후보 개인의 경험적 지식에 근거하고 있어 작성된 트윗의 신빙성 및 신뢰성이 어느 수준까지 존중받을 수 있는지에 대한 의문이 제기될 수 있다. 살펴보면, 강재섭과 이봉수를 제외한 나머지 후보들은 동영상과 이미지를 적절하게 활용하고 있어 개인적 선거관련 정보에 대해서는 신뢰성을 담보하고 있다고 판단된다. 또한 트윗 메시지는 대개 텍스트에 기반하였으며, 대부분의 의견개진이나 선거 및 정치 관련 트윗은 정당의 홈페이지를 비롯한 중앙선거관리위원회 등의 공공단체나 뉴스 보도, 기사 등의 객관적 사실이라 판단할 수 있는 출처를 연결한 링크를 포함하고 있어 콘텐츠에 대한 신뢰성을 일정 부분 담보하였다.

## 제 7 절 소 결

### 1. 대의정치의 쇠퇴인가? 적응인가?

계급균열의 약화와 탈물질주의 가치의 확산 이래 대의정치 쇠퇴론은 실제적 학문

적 공명을 확장해왔다. 도처에서 보고되고 있는 대의제 정치집단의 무능과 부패, 시민의 정치적 불신과 무관심, 투표율의 경향적 저하 등은 대의정치의 위기의 증표로 인식된다. 나아가 최근 안철수 현상이나 10·26 재보선에서 시민후보의 서울시장 당선 같은 한국사회의 정치 동향은 스마트-소셜 네트워크 시대 대의정치의 위기를 방증하기에 충분하다. 그럼에도 거시적 시각에서 대의정치 쇠퇴론은 제고의 여지가 크다. 왜 그러한가? 역사적으로 대의제는 사회정치적 위기의 산물이었고, 대의정치 집단은 위기에 대한 적응(adaptation) 전략을 통하여 존속과 발전을 도모해왔다. 그 결과 오늘날 민주주의 사회에서 정당은 가장 전문화·고도화된 정치조직의 위상을 점하였으며, 선거는 권력형성의 유일한 제도적 원천으로 역할하고 있다. 또한 대의제를 대체할 수 있는 대안적 정치제도가 불명확할 뿐더러, 제도변환의 비용이나 정치적 갈등의 정도를 가늠하기가 어렵다. 이러한 시각에서 이 연구는 정보화 및 스마트-소셜 네트워크 시대에 대의정치 집단이 어떠한 적응 전략을 통해 위기를 타개하고 변화·발전을 도모하는지를 분석한다. 종래의 매스미디어의 역할이 그러했던 것처럼, 급속하게 발전하고 있는 ICTs는 대의정치 집단의 유력한 동원자원으로 정치과정의 재구조화를 촉진해왔다. 구체적으로 이 연구는 ICTs 플랫폼 변화에 조응하는 한국의 정치실험이 시기별로 어떤 공통성과 특이성을 띠었는지 그리고 그 원인과 맥락은 무엇인지를 비교적으로 구명한다. 나아가 이러한 탐색을 바탕으로 스마트-소셜 네트워크 환경에서의 대의정치의 변화상과 미시정치 메커니즘을 논의한다.

## 2. 대의정치 플랫폼은 어떻게 변화되어왔는가? 특이성과 공통성은 무엇인가?

현대 대의정치의 중요한 환경 중 하나는 ICTs와 그에 기반한 뉴미디어이다. 2000년대 한국사회는 ‘웹페이지(WWW) → 웹로그(weblog) → 스마트-소셜네트워크(smart-social network)’로의 웹 플랫폼과 패러다임의 변화와 함께 그에 상응하는 정치적 변화를 경험해왔다. 이는 ‘뉴미디어 플랫폼의 변화에 조응하는 대의정치 플랫폼의 변화’로 요약할 수 있다. 이러한 면에서 플랫폼의 정치는 급변하는 ICTs 환경에 조응

하여 시민사회와의 관계맺기 변화를 통해 위기 돌파와 미래 발전을 추구하는 대의 정치의 적응 전략으로 이해될 수 있다. 통시적으로 대의정치 플랫폼은 점포형(store type), 호객형(touting type), 맞춤형(constituents-specific type)으로 변모해왔으며, 각 유형은 시기별로 대의정치 집단의 관념, 전략, 관계맺기, 동원에서 차이를 드러낸다. 먼저 ‘점포형’은 웹 1.0에 조응하는 모델로서, 웹사이트에 찾아오는 한정된 정치 고객들과 일방향적으로 관계를 맺으며 주로 정보제공 효과에 치중한다. 다음으로 ‘호객형’은 웹 2.0에 조응하는 모델로서, 블로그와 포털 토론장과 같은 보다 개방된 공간에서 많은 정치 고객들과 쌍방향적으로 관계를 맺으며 정보교환과 연대 효과를 거둔다. 마지막으로 ‘맞춤형’은 스마트-소셜 네트워크에 조응하는 모델로서, 트위터 등의 소셜스피어에서 대규모의 정치 고객들과 전방위적 관계를 맺으며 소통을 넘어 네트워킹과 동원 효과를 촉진한다.

이러한 유형별 차이에도 불구하고 플랫폼의 정치는 특히 두 가지 면에서 일관된 공통성을 보이고 있다. 첫째, 대의정치 집단의 정치 독점에서 시민과의 거버넌스를 확대하고자 있다는 점이다. 이는 뉴미디어가 정보의 독점과 게이트키퍼를 허용하지 않을뿐더러, 이용의 주도권이 시민들에게 부여되어 있기 때문이다. 이에 따른 정치적 경계의 붕괴와 시민감시의 확대는 대의정치 집단의 정치적 책임성(accountability)을 고무하고 있다. 둘째, 캐치올(catch-all)과 정치적 사인주의 전략이 더욱 강화되고 있다는 점이다. 시민들은 정당이나 NGO 등의 매개집단을 우회하여 정치인들과의 직접적인 접촉과 소통을 선택하고 있다. 정당으로서도 온라인 정치시장에서 이념이나 정책 대신 유력 정치인들을 상품으로 내세움으로써 권력 획득·유지에 더 가까이 접근할 수 있다. 매스미디어 등장 이래 그 동태가 완연해진 캐치올과 정치적 사인주의 전략은 개인 기반의 SNS 공간에서 더욱 현저해지고 있다.

### 3. 스마트-소셜 정치과정의 요체와 함의는 무엇인가?

스마트-소셜 네트워크는 ICTs 환경의 질적인 도약을 의미한다. 종래의 웹사이트나 웹로그와는 달리 SNS 아키텍처는 개인 기반의 비정형화된 연결과 소통을 촉진

한다. 소통되는 정보 꾸러미는 동기적(synchronous) 커뮤니케이션에 의해 융합적으로 생성된다. 정보흐름 또한 다면적 전방위적이며, 정보확산 범위는 팔로잉과 리트윗에 의해 무한대로 팽창한다. 이러한 SNS 플랫폼은 그에 상응하는 대의정치 플랫폼을 창조하고 있다. 그렇다면 스마트-소셜 정치과정의 특징은 무엇인가?

첫째, 시민과 대표 간의 유기적인 관계맺기와 평판시스템(reputation system)에 토대한 탈근대 정치가 발흥하고 있다. SNS 공간에서 기성의 정치적 권위와 명망은 큰 의미를 갖지 못한다. 그보다는 공적 일상적 소통과 관계맺기를 통해 구축된 신뢰와 동원자원이 정치인의 영향력을 대변한다. 이는 트윗, 리트윗, 팔로잉, 팔로어, 리스트 규모로 정량적으로 측정될 수 있으며, 보다 중요하게는 트위터리언의 평판과 공감에 의해 대중적으로 인지된다. 본문의 클라우트 분석이 함의하는 바처럼, 기성의 정치적 권위와 명망도는 SNS 공간에서 굴절 없이 추인되지 않는다. 단적으로 정당 정치 외곽의 시민후보 박원순의 경우 네트워크 영향력이 다른 정치인들을 확연하게 압도하였다. 또한 2011년 재보선은 공히 네트워크 영향력이 큰 후보들이 선거에서 승리하는 결과를 나타냈다. 이들의 SNS 활용 유형은 상이하게 나타난 반면, 진정성과 독창성을 갖춘 소통이 기획된 정치 전략을 무력화시킬 수 있다는 점을 공통적으로 시사한다.

둘째, 정치적 대안세력의 등장과 정당체제의 재편을 대단히 가시적으로 촉진하고 있다. 최근 한국정치의 일대 화두로 회자되는 안철수 현상은 오프라인이 아닌 SNS 등 온라인공간을 발원지로 하고 있다. 이는 10년 전 온라인공간을 진원지로 해서 3김 이후의 개혁적 리더십을 형성했던 현상과 유사하다. 10·26 서울시장 재보선에 서의 시민후보 당선은 제3세력의 정치세력화가 가능할 수도 있다는 전조로 받아들여진다. 물론 이 실험이 기성 대의정치 프레임과 관행을 혁파할 수 있을지 그 결과를 예단할 수는 없다. 예컨대, 과거 노사모나 개혁당의 실험이 유의미한 성과를 거두긴 했으나, 정당체제의 변동이나 대의정치 플랫폼의 근본적인 변화를 가져온 것은 아니었다. 그럼에도 기성 대의정치 집단에 대한 불신이 최고조에 달하고 있다는 점에서 그러한 여론의 발원지인 SNS 공간이 대안세력을 결집하고 새로운 대의정치

플랫폼을 정초할 여지는 결코 작지 않다.

셋째, 정치주체의 다변화와 새로운 대의정치 모델의 창안이 촉진되고 있다. 시민으로 통칭되는 정치 행위자는 기실 다양한 사회경제적 맥락에 놓여 있는 존재들이다. 시민은 세대, 계층, 성, 문화 등을 기축으로 다원적 이해와 요구를 제기한다. 4·27 및 10·26 재보선에서 표출된 것처럼, 20~40대의 변화 욕구와 계급균열을 내재한 복지담론의 활성화는 정부와 집권당에 대한 심판을 넘어 대의정치 집단의 근본적 처방을 요구하고 있다. 최근 정국에서의 이러한 사회적 탈보수화와 진보세력의 SNS 공론활동은 배제된 사회 공익의 제도적 수용을 촉구하는 시민발의로 이해된다. 이렇듯 변화된 시민성은 모호한 장밋빛 청사진보다는 실질적인 정책 대안을 요구하고 있다. 그리고 이들은 과거와 같이 기성 대의정치 집단에 대한 의존에 머물지 않고, 해적당(The Pirate Party)처럼 온라인과 오프라인이 결합된 네트워크형 정당모델을 추구하기도 한다. 요컨대, 기성 정당들에 대한 압박과 함께 새로운 정당모델을 지향하는 시민의 자기결사라는 새로운 정치실험이 SNS 공간을 기반으로 전개되고 있다.

#### 4. 스마트-소셜 선거의 동학은 어떻게 전개되는가?

선거캠페인은 새로운 미디어가 정치과정에 어떻게 개입하고 효과를 발생하는지를 매우 집약적으로 보여준다. 특히 경쟁집단 간 미시정치 메커니즘의 비교를 통해 변화된 선거캠페인 양태와 정치적 주도권을 독해할 수 있다. 2011년 6·2 지방선거 이래 금년 4·27 및 10·26 재보선은 SNS가 종래의 선거 관행을 일신하고 기성 정치집단의 변화 혹은 새로운 정치세력으로의 교체를 표출하는 요구로 이해된다.

우선 이념을 기축으로 SNS 선거캠페인의 관념, 전략, 효과는 매우 대조적으로 나타났다. 이는 보수의 정체와 진보의 역동성으로 대별되며 그 효과 또한 진보의 승리로 귀결되었다. 진보 그룹 내에서도 제3세력의 활약은 기성 정치집단에 심각한 경종을 울려주었다. 즉 보수에 비해 진보가, 그리고 기성 정치집단에 비해 제3세력이 SNS의 미디어 본성과 정치적 잠재력을 더욱 선협적으로 자각하고 전략적으로 실행했음을 함의한다. 이는 10년 전 월드와이드웹 확산기의 진보와 신흥 정치세력의 온

라인공간 독점 효과를 일깨웠다.

최근 SNS 선거캠페인은 세대와 계급 같은 선거경쟁의 기축이 복원되고 있음을 확인시킨다. 선거 결과와 본문의 분석에서도 드러났듯이, SNS 공간의 지배적인 사회정치 담론구조는 이미 계급과 세대를 축으로 하는 균열을 각인시켰다. 그리고 이는 인증샷 캠페인이나 출퇴근길 투표 혁명과 같은 선거참여 방식으로 표심을 확인시켰다. 특히 트윗의 증가량과 투표율의 증가율이 동반 상승하는 현상은 SNS의 동원효과를 시사하였다. 이에 따라 기존의 선거에서 40대 이상과 보수층에 의해 좌우되던 선거 결과가 20~30대 젊은층과 진보의 투표참여도에 의해 좌우되는 양상이 반복적으로 연출되었다. 그리고 이는 향후 정당체제 변동에서도 적지 않은 영향을 미칠 것으로 예측된다. 즉 20~30세대가 변혁적으로 현 정당체제에 대한 비선호를 드러낸 반면, 50~60세대는 안정회구적으로 기성 정당체제에 대한 선호를 표출하였다.

##### 5. 스마트-소셜 정치의 과제는 무엇인가?: 소셜의 정치화에서 정치의 소셜화로

스마트-소셜 정치의 과제는 크게 두 측면에서 제기될 수 있다. 우선 정치주체의 측면에서, 시민 에너지를 결집한 소셜형 대의정치 플랫폼을 발전시켜나가야 한다. 스마트-소셜 환경 초기 국면에서 확산되고 있는 기성 정치에 대한 회의와 불신은, 소셜의 정치화가 역동적인 반면 정치의 소셜화는 정체되어 있음을 시사한다. 스마트-소셜은 도구나 기능의 범주를 넘어 유기체적 문화와 패러다임이 그 본질이라 할 수 있다. 따라서 시민과 대의정치집단이 정치적으로 융복합되는 대의정치 플랫폼을 정초하는 적응전략이 요청된다. 이런 면에서 기성 정치의 반명제로 확산되고 있는 제3세력의 정치세력화 동향, 10·26 재보선의 합의, 팟캐스트와 소셜태이너 주도의 대항공론장의 복원은 대의정치 집단에게 성찰의 전기를 제공한다.

다음으로 정치환경의 측면에서, SNS 규제의 제도적 합리성을 추구해야 한다. SNS라는 정치과정의 새로운 블랙박스에서 어떠한 피조물이 빚어질지 예단하기는 쉽지 않다. 다만 SNS가 미디어라는 측면에서 다른 미디어와 마찬가지로 사회적 규

범과 책무가 부과되어야 하지만, 그것이 매체 특성을 고려하지 않은 채 타율적으로 규제하거나 정치적 의도를 투영하는 현재의 관행은 타개되어야 한다. 그리고 어떠한 미디어에 대한 규제라고 할지라도 그것이 민주주의 체제의 헌법 가치에 부합하고 이용자 문화와 자율 규범에 근거해야 한다는 것을 각인할 필요가 있다.

## 제 4 장 스마트-소셜 미디어와 글로벌 네트워크의 정치

### 제 1 절 문제제기

이제까지 살펴본 스마트-소셜 사회변화는 국내적 차원에만 머물러 나타나는 것이 아니다. 그렇다고 국제적인 변화라고 단순하게 규정하기도 어렵다. 특히, 공간과 국경의 제한이 없는 네트워크 공간에서는 국내적 차원의 변화가 세계 차원으로 확대되고, 세계적 차원에서의 변화가 국내적 차원에도 영향을 미칠 수 있다. 또한 국내적 차원에서도 중요한 거버넌스 문제가 글로벌 네트워크로 확장된다는 점에서 세계 정치의 글로벌 네트워크를 움직이는 구조와 행위자의 특징을 분석할 필요가 있다.

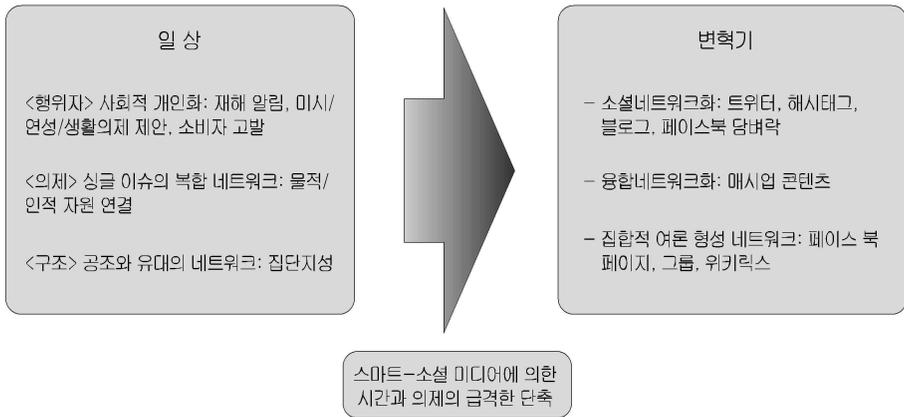
스마트-소셜 미디어로 비롯되는 세계정치의 큰 변화는 구조·주체 그리고 관련 이론의 차원으로 구분할 수 있는데, 이와 같은 문제를 중심으로 제4장에서는 세계 정치에서의 일상적인 공조활동과 급변기의 혁명현상을 분석하였다.<sup>11)</sup> 분석 결과, 일상적인 공조에서는 사회적 개인화의 참여, 공조와 유대의 네트워크, 싱글 이슈의 위력과 복합 네트워크의 발전이라는 현상이 강하게 나타났으며, 급변기의 혁명에서는 혁명 의제에 대한 소셜 네트워크화, 융합 네트워크화, 집합적 여론 형성의 네트워크화가 나타났다.

이러한 새로운 변화를 이해하기에 앞서 유념해야 할 것은 스마트-소셜 미디어가 변화를 추동하는 ‘독립변수’가 아니라는 점이다. 즉, 사회변화 속에서 스마트-소셜 미디어는 일상적·혁명적 차원에서 네트워크와 행위자의 변화를 촉진시키는 ‘매개’와 ‘촉진’ 기능을 한다는 점을 유념해야 한다.

---

11) 이 부분에서 제시하는 스마트-소셜 사회에서의 새로운 민주주의에 대한 이론과 사례는 조희정·이상돈(2011)의 연구결과와 자문에 의해 구성되었다.

(그림 4-1) 스마트-소셜 미디어와 글로벌 네트워크 정치의 특징



아울러, 현재 사회에서 논의되는 SNS에 대한 규정도 일괄적인 속성을 가진 스마트-소셜 미디어로 규정하기 어렵다. 즉, 속보성을 특징으로 하는 트위터나, 집단화가 용이한 페이스북의 특징이 하나의 스마트-소셜 미디어로 합쳐지기 어렵다. 따라서, 스마트-소셜 미디어는 매우 중첩적이고 다차원적인 미디어로 이해하는 것이 적절하다.

### 1. 스마트-소셜 미디어에 의한 구조와 주체의 변화

첫째, 스마트-소셜 미디어로 인한 구조와 주체의 변화이다. 유선에 제한되어 있던 일방향의 인터넷 시대가 스마트-소셜 미디어와 모바일이라는 스마트-소셜 미디어의 쌍방향적 무한 네트워크 확장으로 나타나면서 연결성을 속성으로 하는 네트워크 등장이 가장 강력한 환경요인이자 구조적 특성으로 대두되고 있다.

여기에서의 네트워크는 기존의 사회 내에 잠재되어 있던 모습이 아니라 가시적이고 연결 규모가 급속히 확대되어가는 모습이다. 네트워크를 지탱하고 연결하며 확장하는 핵심 요소로서의 허브(hub)와 연결자(connector)는 개인이나 콘텐츠 등 여러 기본 단위로 평가할 수 있는데, 허브는 주로 정보와 의제를 생산자 집합인데 비

해 연결자는 허브와 허브, 네트워크와 네트워크를 연결하는 역할을 함으로써 네트워크의 질과 양을 심화시키고 확대하는 기능을 한다. 한편으로 이런 기능을 하는 더욱 우세한 연결자는 능력자(influencer)로 평가하기도 한다(이원태·차미영·양해륜 2011).

과거의 정치구조가 개인을 보호하고 사회를 이끌어가는 제도의 역할에 주목하였다면 근대 정치 이후에는 주목받지 못했던 개인의 역할과 능력이 중요한 주체로 부각되고 있다. 이제 더 이상 사회를 유지하는 안정적 역할을 제도만이 수행하는 것이 아니라 유동적이고 변화하는 네트워크를 이끌어가는 개인이라는 주체가 중요해진 것이다.

네트워크 내에서는 모든 행위자가 동등한 위치 존재를 획득할 수 있으며, 누구나 평등하게 서로에게 영향을 미칠 수 있는 속성이 있기 때문에 이와 같은 개인의 존재 가치 회복은 스마트-소셜 사회의 민주주의의 중요성과 연결될 수 있다. 기존의 민주주의 이론이 주로 거시적인 차원에서 수많은 민주주의론을 양산해내었다면 스마트-소셜 사회에서의 새로운 민주주의론은 기술을 통한 사회적 질적 변화를 설명할 수 있는 계기가 마련되고 있다.

그러나 개인의 중요성에만 머물러서는 안된다. 네트워크를 형성하는 개인의 행동은 다시 제도에 반영되고 제도화를 목표로 해야 한다는 것 또한 중요하다. 유동적인 운동들은 중요한 정치적·문화적 변화를 산출하지만, 그것들은 또한 출현하자마자 사라지는 경향이 있다. 즉, 상황을 정의하는 힘은 제도화되지 않으면 불안정할 수밖에 없다. 따라서 제도화는 ‘작은 것들의 정치(Politics of Small Things)’가 장기적으로 생존하는데 핵심이 된다.<sup>12)</sup>

## 2. 사회의 네트워크화와 네트워크의 사회화

최근 들어 트위터를 통해 나타난 재해속보 전달, 헌혈 요청의 확산, 자살 방지 효

12) 이에 대한 논의는 Goldfarb(2011) 참조

과 그리고 투표 독려에 이르는 다양한 층위의 참여행위는 스마트-소셜 미디어에 서만 일어나는 독특하고 제한적인 장점으로만 해석되어서는 안되는 의미있는 현상들이다. 즉 이들 참여행위는 ‘사회의 네트워크화’와 ‘네트워크의 사회화’ 과정을 거치면서 ICT(Information Communication Technology)를 매개로 시민성이 발현된 긍정적인 사례로써 체계적으로 평가될 가치가 있다. 즉, 누가, 왜 움직이고 연결되는가 뿐만 아니라 어떻게 연결되는가를 분석함으로써 새로운 사회변화의 구성원리를 제시할 수 있으며 여기에 새로운 민주주의로의 연결가치를 부여할 수 있다.

첫 번째 가치로써, 사회의 네트워크화 차원에서의 키워드는 ‘연결’이다. 사회 각 부분에서 발생하는 다양한 사건들이 인터넷을 통해 상시적으로 노출되면서 경제 위기 뿐만 아니라 복지와 생활 이슈 등에 대한 관심과 문제의식이 높아지고 있다. 즉, 기술적으로 사회 연결망이 형성되면서 개인(node)간 연결 정도가 조밀해지고 확대되고, 사회 의제에 대한 문제의식 공유가 실시간으로 쉽게 이루어지고 있다.

이러한 현상은 첫째, 정부나 제도 행위자들이 독점하며 진행되던 시혜적·하향식(top-down) 정책관리 방법이 시민의 자발적·상향식(bottom-up) 방법으로 전환되는 것을 의미하며, 둘째, 그러한 시민의 참여와 요구를 능동적으로 수렴하지 못하여 공조가 체계적으로 관리되지 못할 경우, 제도와 사회간 균열 가능성의 위험을 경고하는 것이기도 하다. 그에 따라 정부와 사회의 균열 간극을 메꾸고 사회적으로 의미 있는 선순환 구조를 창출하기 위해서는 스마트 복지, 열린 교육, 재능 기부 등의 새로운 공조에 좀 더 많은 행위자를 체계적으로 포함할 수 있는 새로운 거버넌스(new governance)가 필요하다.

두 번째 가치로써, 네트워크의 사회화 차원에서는, 사회구성원으로서 개인(혹은 의제)을 네트워크의 기본단위로 상정하며 단지 기술적 의미에 한정되는 네트워크가 아닌 사회적 의미에서의 네트워크 중요성에 대한 해석이 필요함을 강조할 수 있다. 즉, 네트워크에 대한 기존 연구에서 제시하는 6단계이론(six degrees), 좁은 세상(small world), 유력자(influencer) 이론 등이 사회현상 해석에서 핵심 이론으로 적용되며 기존의 네트워크 이론이 사회적으로 재적용될 필요가 있음을 강조한다.

이는 기술이 단지 도구적 차원에만 머무르는 것이 아니라 매개 기능을 함으로써 개인의 관여도를 높이고, 매개를 통한 실천에 주목할 필요성을 강조하는 관점이며 방법론적 개인주의(methodological individualism)의 기계적 연결이 아닌 사회적 개인의 실천이 거시 사회의 변화를 추동할 수 있다는 의미이다.

### 3. 스마트-소셜 미디어 미시 분석의 필요성

셋째, 기존의 사회과학에서 제시된 관련 이론들의 미시적 작용 가능성이다. 정보사회나 네트워크 사회 분석을 위해서는 기존의 모든 사회과학이론이 재적용될 수 있는데, 현대 정치이론에서의 주요 주장인 개인화, 이익사회화, 민주주의 감소를 논하는 사회자본론 테제 등은 스마트-소셜 사회에서는 사회적 개인화, 공조 사회, 다층적 사회자본론으로 재적용되어 미시적 분석의 필요성이 매우 높게 나타나고 있다.

우선, 개인화의 증대가 민주적 참여를 감소시키기 때문에 사회발전에 저해된다는 부정적 개인화 테제는 스마트-소셜 사회에서의 수많은 개인의 참여와 공조를 해석하기 위해 사회적 개인화 테제로 변화되어야 한다. 스마트-소셜 사회 이전까지의 개인이 단절되고 적극적 사회참여에 소극적이었던 보이지 않는 개인이었다면 스마트-소셜 사회에서의 개인은 단순한 글과 콘텐츠 하나를 게시함으로써 이미 사회적 실천을 하고 있다는 의미에서 상대적으로 좀 더 사회적인 개인이라고 평가할 수 있다. 따라서 스마트-소셜 사회에서의 개인은 ‘개인화의 미덕(virtue of individualization)’을 실천할 수 있는 개인으로 재평가되어야 한다.

다음으로 이익사회의 확대가 물질적 이익에 집중함으로써 공동체 가치를 훼손하고 사회통합을 저해하여 파편화를 촉진한다는 이익사회화 테제는 사소한 공감과 약한 유대의 신뢰가 누적되어 사회의 공조를 구축하고 있다는 ‘공조 사회화(cooperative socialization)’ 테제로 변화되어야 한다. 개인화의 미덕을 갖춘 개인은 과거와 같은 거시적 사회운동과 목표를 지속적으로 인식하거나 공동체에 소속감을 적극적으로 실천하지는 않지만, 약한 유대와 공감 그리고 네트워크에서의 신뢰를 바탕으로 사

안별로 공조를 표시한다. 이러한 작은 공조는 일시적이거나 책임의 결여 때문에 소멸되고 무시할 수 있는 것이 아니라 신속하고 광범위하게 연결됨으로써 누적된 공조효과로 연결된다.

## 제2 절 일상적인 사회운동의 다차원 글로벌 네트워크

### 1. 사회적 개인화 단계

속보 전달이 가능한 네트워크 환경이 형성되면서 시민의 자발성이 증가되고 일상적인 의제 노출에 의한 상시적인 반응의 약한 유대가 형성되고 있다. 네트워크 사회 속 개인은 상시적으로 네트워크에 연결되어 지속적으로 다양한 정보를 습득하고 생산하는 과정을 형성한다. 이러한 환경에서 개인의 관심은 다양한 형태로 표출되는데, 트위터의 리트윗(RT, Retweet), 페이스북의 ‘좋아요’ 등 단순한 클릭 한 번에도 개인의 관심에 대한 의견 표명이 이루어지고, 좀 더 적극적인 행위로서 댓글이나 폼질도 이루어진다. 이 과정에서 ‘사람들에게 영향을 미치는 것’이라는 트위터의 목적은 대단히 유용하게 발휘된다(Duncan Watts 2011, 134). 공조 행위로 나타나는 개인 행위는 정보 확산의 속도를 중심으로 재해알림 등의 속보 보도와 소비자 고발 등 생활의제 제안으로 구분할 수 있다.

#### 가. 재해 알림

소셜 미디어를 통한 재해 알림은 특히 트위터에서 두드러지게 나타난다. 140자의 단문으로 서비스되는 트위터의 경우 재해 알림 외에도 정치적 동원이나 사회운동에 대한 개인의 의견이 제시되고 평균 8~30분 내 리트윗이 이루어지는 등 사회적 확산 시간과 범위가 매우 빠르고 넓은 것으로 평가되고 있다(장덕진·김기훈 2011; 이원태·차미영·양해륜 2011, 69). 즉, 트위터의 가장 대표적인 장점은 유용한 정보 습득과 강력한 네트워킹에 있다(Joel Comm 2009, 16). 최근 4년동안 트위터를 통해 진행된 국내외의 가장 대표적인 재해 속보 활동은 다음의 <표 4-1>과 같다.

〈표 4-1〉 트위터를 통한 재해 알림 및 속보 사례

시기	주요 내용
2007년 10월	미국, LA 소방국, 캘리포니아 화재 관련 속보 제공
2008년 5월	중국, 쓰촨성 지진을 가장 먼저 알림
2008년 11월	인도, 뭄바이에서 발생한 동시다발적인 대규모 테러 사건의 뉴스 공유 (TV 뉴스는 1시간 늦게 보도됨)
2009년 1월	미국, 허드슨강에 추락한 비행기 사고를 맨처음 보도
2009년 7월	중국, 신장 위구르 유혈 사태를 가장 먼저 보도 (CCTV는 하루 늦게 시위 사건을 보도함)
2009년	한국, 강남 파이낸스센터 화재 보도
2010년 1월	아이티, 지진 보도 및 구호 활동
2010년	한국, 서울 폭설 보도
2010년 9월	한국, 서울 태풍 보도
2011년 초	한국, 구제역 매몰 지도 제공
2011년 3월	일본, 대지진 보도: 트위터 뉴스의 2/3이 일본 지진에 대한 내용 <sup>13)</sup>
2011년 7월	한국, 서울 폭우 보도 (미디어 다음의 아고라에서 구글 맵스를 활용하여 폭우 피해 지도를 제공함)

트위터를 통한 재해 알림은 매스미디어보다 신속한 게이트키퍼링(gatekeeping) 때문에 더욱 주목을 받았다. 매스미디어의 경우 재해에 대한 진위여부 확인 등 공신력을 얻기 위한 신뢰성 담보 노력이 필요하지만, 개인은 재해가 개인에게 미치는 영향력이 매우 크고, 현장 상황을 전달하고 도움을 구하고자 하는 속보성이 더 중요하다. 아울러 이러한 재해 알림이 단순한 속보 알림을 넘어서 조직화되는 사례 또한 눈여겨볼 필요가 있다.

#### 나. 생활의제 제안과 소비자 고발

픽스마이스트리트([www.fixmystreet.com](http://www.fixmystreet.com))<sup>14)</sup> 운동은 영국의 시민단체 마이소사이어

13) Pew Research Center, 2011. 3. 17, "Twitter Responds to Japan's Disaster"

14) 2010년 3월 시작된 국내 서비스는 '이 거리를 바꾸자([www.fixmystreet.kr](http://www.fixmystreet.kr))'로서, 영국과 캐나다에 이어 세 번째이며, 아시아권에서는 최초로 시작되었다.

티([www.mysociety.org](http://www.mysociety.org)) 프로젝트 가운데 하나로, 2007년 2월에 시작되어 2011년 현재 32,000건 이상의 참여가 이루어졌다. 이 서비스는 시민들이 거주하고 있는 지역의 부실한 도로 상태를 사진을 찍어 소셜 미디어를 통해 고발하면, 시정 여부를 알려주는 서비스이다. 또한 지도서비스를 활용하여 쓰레기 불법 투기를 고발함으로써 지역사회의 환경 개선을 위해 시민의 자발적인 참여를 독려하고 거주지역에 대한 시민들의 관심을 자연스럽게 유도한다.

이와 같이 네트워크 사회에서의 공조는 개인의 일상과 밀접하게 연관되는 의제를 중심으로 이루어지고 있다. 의제 제안으로서 생활이슈에 대한 시민고발 외에 소셜 미디어를 통한 소비자 고발 사례는 매우 많다. 2010년 호주 콰타스(Quantas) 항공 비상착륙에 대한 소비자 고발이나 델(Dell) 컴퓨터의 AS 불만 확산 해결 문제가 그것인데, 시민의 이의 제기에 신속하게 대처하지 못할 경우 광범위한 네트워크 불매운동으로 이어져 기업 마케팅이 실패한 사례로 평가되었다.

[그림 4-2] ‘이 거리를 바꾸자’의 운영 방식



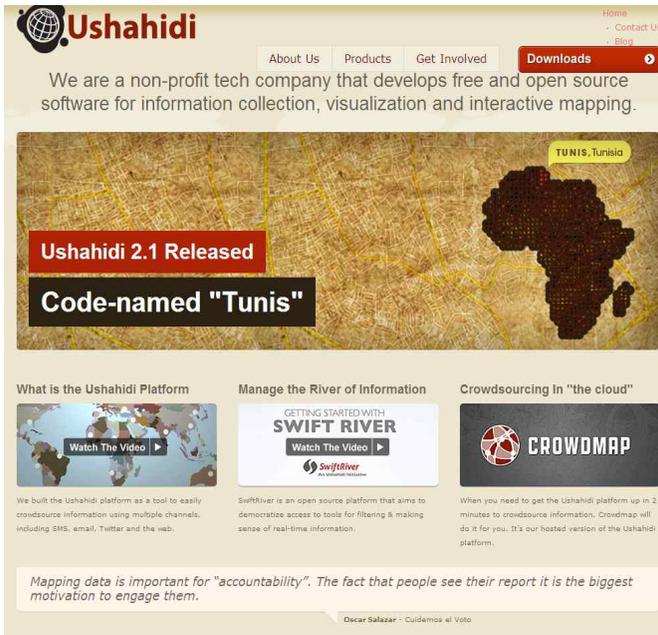
\* 출처: [www.fixmystreet.kr/intro/intro.php](http://www.fixmystreet.kr/intro/intro.php)

## 2. 공조와 유대의 네트워크 형성 단계

트위터의 실시간 속보 보도를 조직화된 대표적인 사례로는 아프리카의 재해 속보 네트워크인 우샤히디가 있다. ‘우샤히디([www.usahidi.com](http://www.usahidi.com))’<sup>15)</sup>는 재난을 관리하는 오

폰소스의 범용 플랫폼으로서 집단지성+위치정보+지도서비스를 제공한다. 문자, 이메일, 트위터 등 다양한 채널로 취합된 정보를 실시간으로 지도 위에 시각화하며, 동명의 모바일 앱<sup>16)</sup>도 제공한다.

[그림 4-3] 우샤히디



우샤히디는 다음과 같은 3가지 서비스로 구성되어 있다. 첫째, 우샤히디 플랫폼(Ushahidi Platform)은 다양한 소스의 정보를 지도에 표시하는 오픈 소스 플랫폼이다. 둘째, 스위트 리버(Swift River)는 방대한 양의 실시간 정보를 단시간 안에 처리하기 위한 스마트 필터링 오픈 소스 툴이다. 셋째, 클라우드 맵(Crowd map)은 단시간에 사업을 시작할 수 있도록 호스팅된 플랫폼이다.

15) 우샤히디는 ‘증언(testimony)’, ‘목격’(스와힐리어)을 의미함

16) itunes.apple.com/kr/app/ushahidi-ios/id410609585?mt=8

우샤히디는 2007년 6월, 미국 워싱턴 로펌의 변호사이자 Enablis(남아프리카 기업이 지원 기구)의 고문변호사 그리고 블로거인 오리 오콜로(Ory Okolloh)가 TED 강연<sup>17)</sup>을 통해 아프리카에 대한 국제적인 관심을 요청한 것에 시작하였다. 당시 아프리카에는 Afrigator 라는 블로그 포털이 있었는데,<sup>18)</sup> 오콜로는 이보다 더 좋은 대안이 있어야 하며, ‘발빠른 치타 세대’가 적극적으로 사회운동을 해야한다고 강조하며 정치인에 대한 요구를 표명하는 사이트(www.mzalendo.com)를 운영하였다.

2007년 12월, 오콜로는 케냐 대선의 선거기간중 발생한 인종간 폭력 사건을 자신의 블로그(‘Kenyan Pundit’)를 통해 취합하였는데, 정부가 미디어 폐쇄조치 시행하였기 때문에 블로그가 핵심 미디어로 부상하는 상황이었다.

2008년 1월, 화이트아프리카닷컴(whiteafrican.com) 블로그 운영자 에릭 허스만(Erik Hersman) 등 두 명의 개발자들이 오콜로의 기술 지원 요청에 72시간 만에 호응하고 개발자 데이비드 코비아, 하버드 대학의 연구자인 조슈아 골드스타인(Joshua Goldstein), 줄리아나 로티치(Juliana Rotich) 등 전체 5명의 개발자들이 적극적으로 참여하면서 우샤히디가 구축되었다. 당시 아프리카의 표준 장치라 할 수 있는 모바일을 중심으로 기술을 구성하였으며<sup>19)</sup> 트위터 등에서 너무 많은 정보가 발생하기 때문에 실제로 관심을 쏟는 것은 사건 발생 후 최초의 세 시간이 의미있다는 분석 하에 불특정 다수에게 정보를 노출시키고 그들에게 정보를 매기게 하고, 정보 제공자들의 점수를 매기도록 하면서 그 과정에서 의사가 반영되고 정보의 선순환 효과를 창출하게 되었다.

우샤히디의 주요 활동으로는 멕시코의 선거부정사건(2007년), 인도 선거 지원(2009년), 아이티 지진 사태 지도(2010년),<sup>20)</sup> 러시아 산불 지도(2010년), 영국 런던 지

17) [http://www.ted.com/talks/lang/eng/ory\\_okolloh\\_on\\_becoming\\_an\\_activist.html](http://www.ted.com/talks/lang/eng/ory_okolloh_on_becoming_an_activist.html)(2007년 6월)

18) 당시 웹사이트 호스팅 비용은 20\$였으며, 스와힐리어 위키피디아의 경우, 5천만 명의 스와힐리어 사용자 가운데 단 5명만이 이 서비스를 이용하는 상황이었다.

19) [http://www.ted.com/talks/lang/eng/erik\\_hersman\\_on\\_reporting\\_crisis\\_via\\_texting.html](http://www.ted.com/talks/lang/eng/erik_hersman_on_reporting_crisis_via_texting.html) (2009년 2월)

20) 미국 Knight Foundation의 보고서 Media, Information Systems and Communities: Lessons from Haiti에 의하면 이동통신사, 구호단체, 신문/방송 미디어는 4636번호를

하철 파업 지도(2010년, tubestrike.crowdmap.com), 미국 워싱턴 대폭설 도로 제설 작업 지도(2010년, snowmageddoncleanup.com), 칠레 지진 지도(2010년, chile.ushahidi.com), 케냐 국민투표 모니터링 지도(2010년, uchaguzi.co.ke), 미국 아틀랜타 범죄 지도(2010년, crime.mapatl.com) 등이 있다. 그 외에도 DR 콩고 사태 모니터, 알자지라의 가자 지구 폭력사태 추적 등에도 우샤히디 플랫폼이 사용되었다.

### 3. 싱글 이슈의 복합 네트워크 발현 단계

#### 가. 엠페디그리

우샤히디의 주요 사례로 소개되는 엠페디그리 사례의 경우는 2007년, 가나의 공공정책조사관 브라이트 시몬스가 가나의 심각한 의료문제에 관심을 갖고, 많은 이들이 처방받는 의약품에 안심하고 사용할 수 있도록 할 방법을 고민하다 당시 서아프리카에서 급속도로 보급되고 있던 휴대폰에 주목하였다.<sup>21)</sup>

시몬스는 의약품이 사용자에게 건네지는 순간, 휴대폰의 문자서비스를 이용해 약품의 진품 여부 및 관련 정보를 전달한다면 모든 환자들이 안심하고 의약품을 사용할 수 있을 것이라고 생각하였다. 2008년, 시몬스와 그의 동료들은 의약품의 복제와 변조를 방지하기 위한 ‘엠페디그리’라 불리는 프로젝트에 착수하여 오래지 않아 엠페디그리의 레이더망에 다른 대륙의(인도와 같이 세계에서 가장 많은 복제약을 생산하는) 거대한 국가들이 들어올 것이라고 전망하였다. 시몬스는 인도에서 가장 규모가 큰 다국적 기업 타타그룹과 인도 정부의 핵심 두뇌 집단인 기업업무부와 함께 공통적인 이해관계를 구축하였다.

우샤히디는 인명구조, 건물파괴, 범죄, 질병 등에 관한 정보를 목격한 시민이나 자원봉사자, 구호단체들이 휴대폰과 인터넷을 활용하여 자발적으로 실시간 제보함으

---

사용하여 주민들에게 공공보건정보를 전달하였으며, 이 외에도 인명구조, 건물파손, 질병, 범죄 정보가 제공되었다.

21) 2008년 5월, 가나의 휴대폰 가입자 수는 870만 명 돌파하여 보급률 50%를 넘어서고 있었다.

로써 일종의 ‘위기지도’ 역할을 하였다. 시민의 고발정신을 고양시켜 위기처리의 투명성과 효율성에 긍정적 영향을 미쳐 ‘분쟁의 위키피디아’라고도 평가받았다.

클레이 셔키(Clay Shirky)는 이와 같은 성공은 기술+관대함(여유시간+여유재능, 창조하기+공유하기 등의(경제적인 것 외에 혹은 경제적인 것에 국한되지 않는) 내적 동기)으로 이루어진 ‘인지잉여(cognitive surplus)’ 때문이라고 평가하였다.<sup>22)</sup> 관대함을 모으는 기술방식의 승리라는 것이다. 이는 일반적인 가벼운 흥미가 아니라, 참여자들이 만들어내지만 사회전체가 향유할 수 있다는 의미의, 시민적 가치를 내포하고 있다는 것을 높이 평가한 것이다. 우샤히드를 확장하여 응용할 수 있는 사건으로는 인구조사정보, 도시범죄현황, 교통사고현황, 명절 교통현황, 입시지원정보 등이 가능하다.

#### 나. 마이소사이어티

마이소사이어티는 ‘TheyWorkForYou’(의원의 의정 활동에 대한 종합 정보 제공), ‘WhatDoTheyKnow’(정부 부처의 종합 정보 제공, 부처별 요구 사항을 업데이트하여 제공), ‘WriteToThem’(정치인에게 메시지 발송, 2011년 7월 현재 20만 명 참여), ‘Map-umental’(구직, 교통, 관광 등에 대한 생활정보를 지도로 제공), ‘PledgeBank’(글로벌 개인 서약 운동), ‘No 10 Petitions Website’(총리실에 시민 제안 보내기, 2011년 7월 현재 1천 2백만 명 참여), ‘Democracy Club’(비영리 정치운동, 지역별 후보자에 대한 데이터베이스를 제공하는 등의 기술 지원), ‘HearFromYourMP’(정치인과의 의견 교류), ‘GorupsNearYou’(거주 지역 근처의 지역 활동 단체 정보 제공) 등의 프로젝트를 진행하여 시민운동 포털로서의 역할을 하고 있다.

마이소사이어티의 다양한 프로젝트에 대해서는 블로그, 트위터, 페이스북을 통해 각 프로젝트의 업데이트 상황을 제공받거나 공유할 수 있으며, 프로젝트의 성격에 따라 개별 프로젝트가 따로따로 운영되는 것이 아니라 하나의 네트워크를 형성하여 종합적인 시민운동 서비스를 제공하고 있는 것이 특징이다.<sup>23)</sup>

22) [http://www.ted.com/talks/lang/eng/clay\\_shirky\\_how\\_cognitive\\_surplus\\_will\\_change\\_the\\_world.html](http://www.ted.com/talks/lang/eng/clay_shirky_how_cognitive_surplus_will_change_the_world.html)(2010년 6월)

#### 다. 볼런티어 매치([www.volunteermatch.org](http://www.volunteermatch.org))

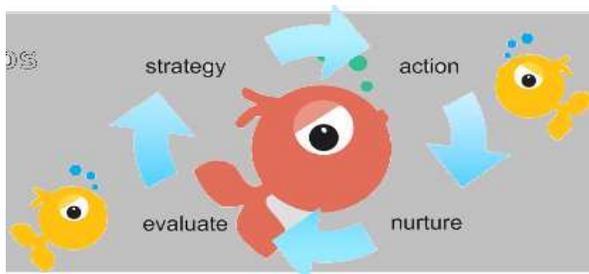
1994년 온라인 비영리 커뮤니티 활동으로 시작한 볼런티어 매치는 미국 내의 자원봉사자 연결 서비스로서 봉사자와 해당기관을 연결해주는 서비스이다. 지역명 혹은 우편번호와 검색어를 입력하면 관련 항목을 검색할 수 있다. 페이스북이나 링크트인, 트위터, 유튜브 등에도 채널을 가지고 있어 언제든지 소셜 미디어를 통해 참여가 가능하도록 하는 전방위 네트워크 매개 서비스를 제공하고 있다.

네트워크 활동을 실시간 지도로 제공하는 라이브맵(livemap) 서비스에 의하면, 2011년 7월 7일 현재 미국 전역에서 전체 참여 건은 5,505,006건이며, 1시간 평균 97건의 요청이 들어오고, 월평균 방문자는 85만 명에 이른다. 2009년부터 지도 서비스와 2010년부터 아이폰을 통한 모바일 연결 서비스를 시행하고 있다.

#### 라. 소셜 피쉬([www.socialfish.org](http://www.socialfish.org))

소셜 피쉬는 소셜 미디어 연결서비스로서, 2006년 블로그 서비스에서부터 시작되었다. 소셜 피쉬는 사회운동가들이 링크트인, 페이스북, 트위터를 통해 회원들과 만나는 효과적인 조직화 방법에 대해 지원함으로써 블로그 연결과 블로그 토론을 가능하게 하는 소셜 네트워크 지원 활동을 한다. 소셜 피쉬는 전략→실천→성숙→평가→전략에 이르는 선순환 전략을 수립하여 사회적 CRM(social-CRM) 활동을 돕는다.

(그림 4-4) Social Fish의 활동 전략



\* 출처: [www.socialfish.org](http://www.socialfish.org)

### 다. JUMO

2010년 3월, 페이스북 창업자 크리스 휴즈는 페이스북이나 자신이 관여했던 오바마 캠페인에 이어 세 번째 소셜 미디어로서 ‘주모(JUMO.com)’ 서비스를 시작하였다. 아프리카어로 ‘다같이 함께’라는 의미의 주모는 세상을 변화시키기 위해 노력하는 자원봉사자와 비영리기구를 연결하기 위한 서비스이다. 주모는 기본적으로 페이스북과 비슷한 시스템으로 운영되며 ‘페이스북 커넥트’로도 가입이 가능하다. 사이트에 가입하면 개별 페이지를 가진 이슈별, 프로젝트별 ‘이슈’를 선택해 관심 있는 사회운동을 찾을 수 있다. 페이스북과도 연동돼 자신과 연결된 친구들과 관련 이슈들을 공유할 수 있으며 2010년 말 현재 미국 내 비영리기구 3,500개가 주모닷컴에 가입돼 있다.<sup>24)</sup>

### 바. 비영리단체에 대한 기술 지원

‘넌프로핏 테크놀로지 네트워크(NonProfit Technology Network, [www.nten.org/ntc](http://www.nten.org/ntc))’는 2000년에 공식 출범했으며, 시민단체를 위한 기술지원을 목표로 기술자원봉사자들이 주로 활동하고 있다. 트위터, 페이스북, 블로그, 링크트인 등을 통해 소식을 전하고 네트워킹을 할 수 있으며, webinar(web + seminar)라는 정기적인 웹 세미나를 통해 2천 명 이상의 자원봉사자들이 의견을 교류한다.

이와 유사하게 기술지원을 원하는 시민단체가 등록하면 자원봉사자들이 지원해주는 ‘테크수프(TechSoup, [home.techsoup.org](http://home.techsoup.org))’도 있다. 미국 샌프란시스코의 베이 에어리어에서 활동하고 있는 ‘테크수프’는 ‘넷스퀘어드(NetSquared) 프로젝트’를 통해 비영리단체들이 새로운 기술을 활용할 수 있도록 지원한다. 이 프로젝트에서는 비영리단체를 위한 기금을 모으고 단체를 알리기 위해 사람들에게 웹 2.0 기술을 활용하는 법을 알려준다(Tara Hunt 2009, 39).

24) “페이스북 공동창업자 크리스 휴즈, 공익적 SNS ‘주모닷컴’선배,” □국민일보□ 2010년 12월 1일자 ; Rachel Botsman(2011, 81) 참조.

### 사. 소셜 펀딩

소셜 미디어 활성화를 계기로 나타난 또 하나의 변화는 기부나 후원에 대한 인식과 관심의 변화이다. 즉, 소셜 미디어를 통해 새로운 의제에 쉽게 지원함으로써 재능 기부나 소셜 펀딩과 같은 새로운 형태의 공조가 가능해지고 있다. 소셜 펀딩 펀딩의 경우는 자신의 아이디어나 프로젝트를 소셜 미디어를 통해 사람들에게 알리고 후원을 받아 프로젝트를 실현하고 후원해준 사람에게 보상으로 돌려주는 소셜 플랫폼 서비스이다.<sup>25)</sup> 단순 기부나 투자 이익, 수익 창출이 아닌 다양한 아이디어의 공유와 프로젝트의 실현에 더 의미를 두고 있으며, 제공하는 보상이 금전적인 보상이 아닐지라도 프로젝트 후원에 있어서의 자부심과 보람, 지식의 경험과 교류를 통한 자기 발전 등에 더 큰 가치를 두는 서포터들의 참여를 토대로 발전하고 있다.

국내의 소셜 펀딩 서비스로는 2011년 8월 15일에 시작된 ‘누리통’이 있는데, 웹기반 소통 플랫폼인 누리통은 누구나 자유롭게 공익 캠페인을 개설할 수 있고 판매금의 일부를 캠페인에 후원하겠다고 약정한 상품을 거래하는 독특한 가치거래방식의 오픈마켓도 서비스한다. 현금이 아닌 상품 거래로 발생한 수익의 일부를 캠페인으로 선택하여 후원하는 소셜 액션 미디어<sup>26)</sup>를 표방한다.

예를 들어 배드민턴 선수 방수현이 장애인 배드민턴 국가대표팀을 후원하는 캠페인, 박원순의 함께하는 희망을 건다, 야학 돕기 사랑 나눔 바자, 정신장애인 사회복귀훈련 돕기, 러브하우스 선물하기, 다문화 가정돕기, 이른둥이 돕기, 미아 찾기, 소외계층 어린이 도서관 건립, 경조사 밥 나눔 문화 캠페인<sup>27)</sup> 등의 캠페인이 진행되었다.

25) “새로운 후원 문화 소셜 펀딩의 이해,” □연합뉴스□ 2011년 7월 15일자

26) 소셜 액션 미디어란 소셜 미디어를 통한 실제 사회공헌을 목적으로 한다는 점에서 일반적인 의미에서의 소셜 미디어와 차별성을 둔 개념이다.

27) 경조사에 화한 대신 밥 나눔 로고가 찍혀있는 배너를 보내고 해당 금액만큼 어려운 이웃에게 쌀을 보내자는 운동

[그림 4-5] 누리통



\* 출처: www.nuritong.com

### 제 3 절 변혁적인 혁명의 글로벌 네트워크

#### 1. 혁명의 세 층위: 중동시민혁명(2011년)

##### 가. 소셜 네트워크화 단계

트위터의 강점은 속보성이다.<sup>28)</sup> 신속한 트윗이 올라오면 사용자들은 이를 다른 사람에게 전달(RT, Retweet)하며 이때 특정 주제에 대한 주제어(hash tag)를 달면 관련 트윗을 모아볼 수 있다. RT와 해시태그는 트위터를 통한 신속한 정보전파의 핵심기능이 되는 것이다. 2011 중동의 시민혁명기간에는 트위터 타임라인에 그 어느 때보

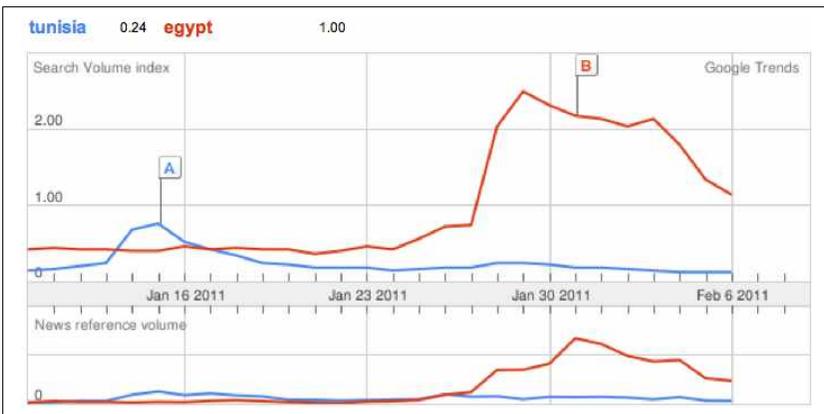
28) 트위터의 매체로서의 특성을 분석한 이은주가 제시하고 있는 대표적인 특성은 관계의 비익명성, 메시지의 공개성, 매스커뮤니케이션과 대인커뮤니케이션의 혼종성이다(이은주 2011: 35-40). 이 글에서는 이러한 트위터의 내재적 특성에 더하여 트위터의 사회적 효과에 주목하여 다양한 사용자의 의견이 신속하게 알려질 수 있는 ‘속보성’을 제1의 특성으로 선택하였다.



시소모스(Sysomos)가 조사한 이집트 혁명 당시의 해시 태그 분포를 보면 주로 일 시(1월 25일, 1월 28일, today), 지역 및 위치(타히르, 카이로, street), 인물(호스니, 무바라크), 매체(알 자지라, 타임, 인터넷, ajenglish, ajarabic, 뉴스) 등이 주를 이루고 있음을 알 수 있다(그림 4-6 참조). 이는 시민들이 자신의 집단행동에 대한 정보 공유와 집회사건을 대외적으로 알리거나 집회정보를 얻을 수 있는 매체로써 트위터 를 이용하고 있다는 것을 보여준다.

다음으로 중동혁명의 소식을 알리기 위한 알 자지라(Al Jazeera)의 온라인 활용 또한 매우 적극적이었다. 전세계에서 6천만 명이 시청하는 알 자지라의 경우 이번 혁명 과정에서 사실에 대한 신속한 보도,<sup>30)</sup> 전문적인 해석, 배타적 저작권(copyright)이 아닌 CC(Creative Commons)를 활용하여 다양한 플랫폼에 여러 형태의 콘텐츠를 유통시켰다. 이와 같은 적극적인 콘텐츠 배포 전략은 드러나지 않은 폐쇄적 지역으로서의 이슬람을 세계 무대에 부각시킨 성공적인 전략이었다.

[그림 4-7] 서구의 중동혁명에 대한 반응의 시차



\* 자료: <http://www.ethanzuckerman.com>

30) 이들의 보도는 텍스트만으로 이루어진 것이 아니라 인터넷 사이트를 통해 스트리밍 속보로 제공되었다. 이후 이집트에서는 1월 30일 알 자지라의 카이로 지국이 폐쇄되었고, 31일에는 기자 6명을 체포하기도 하였다.

이에 비해 서구의 영어 미디어는 이미 튀니지 혁명 때부터 알 자지라보다 매우 늦은 반응을 했다. (그림 4-7)은 구글의 검색 트렌드를 보여주고 있는데, 튀니지 사건 관련 검색이 정점을 이루고 있는 시점이 1월 16일, 이집트 관련 검색이 정점인 시점이 1월 30일이다. 튀니지의 대통령 하야가 1월 14일, 이집트의 대규모 시위 발생일이 1월 25일로 며칠 전에 일어난 것이거니와 온라인의 반응의 신속성이라는 속성을 감안하면 대단히 늦은 반응이라고 할 수 있다.

한편, 알 자지라 뿐만 아니라 평화와 민주화 운동을 주로 보도하는 데모크라시 나우(Democracy Now!), 이미 유명한 진보적 블로그 언론인 허핑턴 포스트(Huffington Post), 슬림 아마무<sup>31)</sup>의 튀니지 인터넷 감시 폭로게재로 유명한 미디어 리드라이프 웹(ReadWriteWeb)과 같은 온라인 미디어도 의제 생산에 큰 기여를 하였다. 아울러 혁명 이전에는 튀니지 혁명의 도화선을 제공한 위키릭스의 미대사관이 작성한 튀니지 정부부패 문건도 중요한 역할을 했다.

#### 나. 융합 네트워크화 단계

두 번째 층위는 주로 다양한 콘텐츠를 매시업하여 재생산하는 융합적 네트워크화 단계로써 유튜브나 동영상 서비스 혹은 다양한 문화 콘텐츠를 제공하는 플랫폼이 정보전달의 통로 역할을 하였다. 먼저, 유튜브에 이미 개설되어 있는 ‘시티즌튜브(CitizenTube)’의 경우 이번 혁명 과정에서 분신자살, 고님의 우는 동영상, 시민들의 저항 모습, 경찰의 폭력 진압 장면 등을 담은 동영상이 제공되면서 혁명에 대한 관심을 증폭시키는데 큰 기여를 했다.

블로그 포털이자 토론방인 ‘미드이스트유스(Mideastyouth)’를 운영하는 에즈라 알 샤페이가 운영하는 ‘중동의 선율(mideastunes.com)’에는 중동 젊은이들의 문화적 요구가 다양한 형식의 음악으로 표출되었다. 페르시아어 랩, 팔레스타인식 트랜스 음악, 요르단식 펑크, 바레인식 R&B 등에서 사회변화, 인권, 표현의 자유에 관한 메시

---

31) 슬림 아마무는 컴퓨터 프로그램 회사를 운영하며 해적당(Pirate Party)의 일원이기도 하다.

지들이 전달되었다.

인터넷 차단시 인터넷 접속을 도와주는 자동프록시검색 우회 프로그램인 ‘울트라 서프(Ultra Surf)<sup>32)</sup>’의 경우, 인터넷이 위기에 처한 1월 27일에는 1일 페이지뷰(page-views)가 780만 번으로 급증하기도 했으며, 트위터의 30만 개 트윗의 해시태그만을 분석하여 도시 내에서의 상황변화를 동영상화면으로 분석하여 제공한 ‘하이퍼시티즈(HyperCities)’ 프로젝트도 스마트-소셜 미디어의 촉매 기능을 했다.

이와 같이 정보생산의 보조 역할 내지는 정보 생산 자원을 제공하는 융합 네트워크의 경우 서구의 전폭적인 지원을 받기도 하였는데 중동혁명 발생 후 미국 정부는 이와 같은 융합 네트워크 관련 서비스에 대한 지원을 통해 이슬람 지역의 민주화를 앞당기겠다는 발표를 하기도 하였다.

#### 다. 집합적 여론 형성의 네트워크화 단계

마이크로 블로그의 소셜 네트워크화 확산과정과 융합네트워크에 의한 정보의 확대와 더불어 또하나의 의미있는 네트워크 확산 단계는 집합적 여론형성의 단계이다. 일반적인 인터넷 커뮤니티나 게시판을 통한 집합여론의 형성에 더하여 페이스북 그룹을 통한 의견의 결집은 스마트-소셜 미디어를 통해서 새롭게 나타난 의견 결집 매체라고 볼 수 있다. 페이스북 그룹이나 구글 ‘모더레이터(moderator)’ 같은 서비스는 사용자 결집과 토론을 통해 의제를 생산한다.

페이스북 그룹은 수십만 명을 응집시키고 실제 집회일시나 장소, 방법 그리고 대통령 퇴진 등 정치적 행동에 대한 의제를 생산하여 온라인 게시판이나 커뮤니티와 같은 새로운 집단행동 채널로 부상하였다. 페이스북에서 더욱 흥미로운 것은 이집트 운동가들이 단순히 사람들을 모으고, 해당 페이지에서 ‘좋아요(like)’만을 제공한 것이 아니라 시민들에게 실망감을 표출할 수 있는 공간을 제공했다는 것이다. 즉, 사람들을 참여시키고, 온라인이 아닌 실제 세계에서 행동으로 옮길 수 있도록 동기를 부여하기 위해 스마트-소셜 미디어를 사용한 것이다(Sharon Gaudin 2011: 5).

32) <http://www.ultrareach.com>

튀니지의 경우 튀니릭스와 같은 정부 부패 폭로 사이트를 통해 사람들의 집단지성에 의한 정보공유의 커뮤니티를 운영하였으며, 블로거들의 행동강령을 결집하여 보여주기도 하였다. 2011년 2월 13일 구글의 임원 고님이 구글의 모더레이터 서비스에 개설한 ‘이집트 2.0, 우리가 필요한 것은 무엇인가(Egypt 2.0, What does we need? What are our dreams?!)’라는 토론<sup>33)</sup>에는 40,126명이 51,137개의 아이디어를 제출하고 1,380,270번의 투표를 했다. 또한 블로그 포털사이트인 ‘미디스트유스’에는 3만 5천 명이 참여하여 45,300건의 아이디어를 제시하였다. 이들의 아이디어는 교육이나 내무부 개혁으로 수렴되었으며, 새로운 정책에 이들 의견이 반영되어야 한다는 요구 또한 높았다.

## 2. Occupy WallStreet(2011년)

2011년 중동혁명에서 나타난 ‘스마트-소셜 미디어 매개정치의 네트워크’는 2011년 9월 또 하나의 사례로 나타났다. 이른바 월스트리트 점령(Occupy WallStreet) 운동은 미국의 경제 불안과 세계화에 따른 경제위기에 대한 항의하며 경제적 불평등의 해소를 주장하며 등장하였는데 이 글로벌 사회운동은 미국의 젊은이 30여명이 2011년 9월에 시작하여 3주만에 전세계로 확산되었다. 리더가 분명하지 않고, 그만큼 무정부적이며, 혁명적인<sup>34)</sup> 월스트리트 점령 운동은 2011년 11월 현재까지도 지속되고 있다.

오바마의 선거운동에 마이보(MyBO)가 허브였듯이 이들의 시위에서는 사이트(occupywallst.org, www.occupytogether.org)가 허브로 작동하였다. 이 사이트를 통해 전세계의 시위 일정과 정보를 게시하고, 실시간 댓글 토론을 하면서 각 지역에서의 시위 대처법에 대한 의견도 나누며 페이스북, 트위터, 레드딧(reddit) 등의 SNS로 연결하고, 실시간 소식을 SMS로 전달하고, 구글 맵 지도서비스를 통해 사용자들이 거주하는 지역의 시위 상황을 실시간으로 알리고 있다.

33) <http://www.google.com/moderator/#16/e=581e0>

34) *Fast Company* 2011년 11월 2일자

## 〔그림 4-8〕 occupywallst.org

Welcome login | [signup](#)  
Language [en](#) [es](#) [fr](#) [el](#)

**OccupyWallStreet**  
The resistance continues at Liberty Square and [worldwide!](#)

News LiveStream Forum Chat User Map NYCGA About Donate

## Occupy Wall St. And Allies Rally & March United for Civil Rights

Posted Oct 27, 2011, 8:46 p.m. EST by [OccupyWallSt](#)

In a demonstration of the broadening base of the Occupy Wall Street / 99% movement, a rally will be held this coming Saturday, October 29 at City Hall Park in New York City, co-sponsored by the Coalition Black Trade Unionists (CBTU), the A. Philip Randolph Institute (APRI), the Labor Council for Latin American Advancement (LCLAA), the Asian Pacific American Labor Alliance (APALA), the National Action Network (NAN) and the NY State and NYC City Chapters of the NAACP. [Read More...](#)

73 Comments

### #ows Takes The Streets In Solidarity With #occupyoakland

Posted Oct. 27, 2011, 2:53 p.m. EST by [OccupyWallSt](#)

Last night hundreds marched through the streets of NYC, chanting "New York is Oakland, Oakland is New York." We circled City Hall, ran in the streets, refused to be kettled or have our voices silenced, marched up Broadway, North on 6th Ave, circled around on Bleecker, and marched south against traffic on 6th ave, running past police barricades, running past our fear, running in solidarity with each other and #occupyoakland. [Read More...](#)

225 Comments

### Occupy The DOE

Posted Oct. 27, 2011, 12:53 p.m. EST by [OccupyWallSt](#)

Occupy The DOE

the only solution is **World Revolution**  
Occupy Wall Street Agenda

자원봉사자인 저스틴 오토나igh(Justin O'Tonnaigh)가 만든 occupywallst.org의 경우는, 2011년 9월 18일부터 10월 28일까지 20일동안 방문자(UN, Unique Visitors) 규모 470만 명을 기록했다. 비즈니스 분석가 Harrison Schultz와 Baruch College 공공행정학과 Hector R. Cordero-Guzman 교수의 10월 5일 조사에 의하면, 방문자 가운데 1,619명의 특성을 분석한 결과, 방문자의 대부분은 학생, 실업자, 민주당원, 백인인 것으로 나타났다.<sup>35)</sup>

35) 이와 같은 결과는 10월 21~22일에 Fast Company가 5,006명을 대상으로 한 조사에서도 유사하게 나타났다(Fast Company 2011년 11월 2일자 참조).

(그림 4-9) occupywallst.org의 구글맵 서비스



this site was brought to you by various radicals  
 this website is free / open source software on [github](#)  
 email: [general@occupywallst.org](mailto:general@occupywallst.org) | help line: +1 (877) 881-3020

월스트리트 점령 시위 또한 앞서 설명한 중동혁명의 사례와 같은 패턴으로 진행되었다. 즉 소셜네트워크화, 융합적 네트워크 그리고 집단적 여론형성의 네트워크 특징이 나타났다.

먼저 소셜 네트워크화 층위에서, 온라인 잡지 ‘애드버스터’는 트위터의 해시태그(#) 기능을 이용하여 월스트리트 점령 시위에 첫 번째 불씨를 지폈다. ‘애드버스터’는 이 집트 혁명을 월가에서도 이어가자는 의미에서 7월 13일에 ‘#OCCUPYWALLSTREET’라는 제목의 성명서를 발표했고 이에 호응한 시민들이 잇따라 해시태그를 단 글을 퍼트리며 분위기가 고조되어 9월 17일, 월스트리트에 있는 주코티 공원에서 시위가 시작되었다. 트위터 주제어 표기 방식인 해시태그의 ‘#’ 표시 하나로 트위터 이용자들의 시선을 사로잡은 뒤 단숨에 목표를 현실화시킨 것이다. 트위터 계정(@occupywallst)

은 팔로어가 10만 명에 이르고 관련 계정이 1시간에 1만~15,000개까지 만들어지기도 했다.<sup>36)</sup>

융합적 네트워크 특성으로는 동영상 사이트 유튜브에서 시위 모습을 도시별로 나눠 게재하고 있는 채널들이 큰 인기를 끌었다는 것이다. 뉴욕의 시위 모습을 담은 ‘Occupy TVNY’, 포틀랜드의 장면을 촬영해 올리는 ‘OccupyPDX’ 같은 동영상 채널들은 도시별 시위 상황을 생생하게 기록해 수십 만 건의 조회수를 기록했다. 이들은 제도권 언론이 충분히 보여주지 못한 시위 참여자들의 다양한 모습을 담아 전 세계로 퍼나르고 있다. 실시간으로 전세계의 시위 상황을 동영상으로 보여주는 라이브 스트림(occupynyc) 채널의 ‘글로벌 레볼루션’ 동영상에는 시간당 시청자가 4천 명 이상이 되기도 했으며, 텀블러에는 ‘We Are the 99 percent’라는 게시판이 만들어져 600명이 넘는 사람의 운동 참여 수기를 감상하였다.

집단적 여론형성의 층위에서는 시위 참여자들이 ‘The Occupy Wall Street Journal’라는 잡지를 만들기 위해 소액 기부 전문 소셜 펀딩 사이트 ‘킵스타터’에 잡지 발간 목적 등을 올린 뒤 1,696명으로부터 목표액의 6배가 넘는 75,000달러를 기부받는데 성공했다.

페이스북의 경우 ‘이벤트’ 생성 기능이 가장 많이 이용됐다. ‘Occupy together’, ‘Occupy wall street’ 등 다양한 페이스북 페이지들이 끊임없이 시위 정보를 제공하면서 이벤트 기능을 이용하여 구체적인 시위 장소와 방법을 알리고 ‘참여’버튼을 클릭하게 함으로써 실제 참여를 이끌어내는 식이다. 페이스북 페이지(Occupy Wall Street)는 10만 명 이상이 ‘좋아요’로 동조하였는데,<sup>37)</sup> 오는 11월 5일에는뱅크 오브 아메리카 등 대형 은행의 계좌에서 돈을 빼 중소기업으로 옮기자는 운동인 ‘Bank transfer day’가 새로운 이벤트로 등록돼 48,000여 명이 참여 의사를 밝혔다.

36) “소셜 미디어의 힘... 시위 문화 · 패턴까지 바꿨다,” [한국일보] 2011년 10월 18일자

37) 페이스북에는 이 페이지 외에도 월스트리트 점령 관련 계정과 페이지가 수백 개 개설되어 있다.

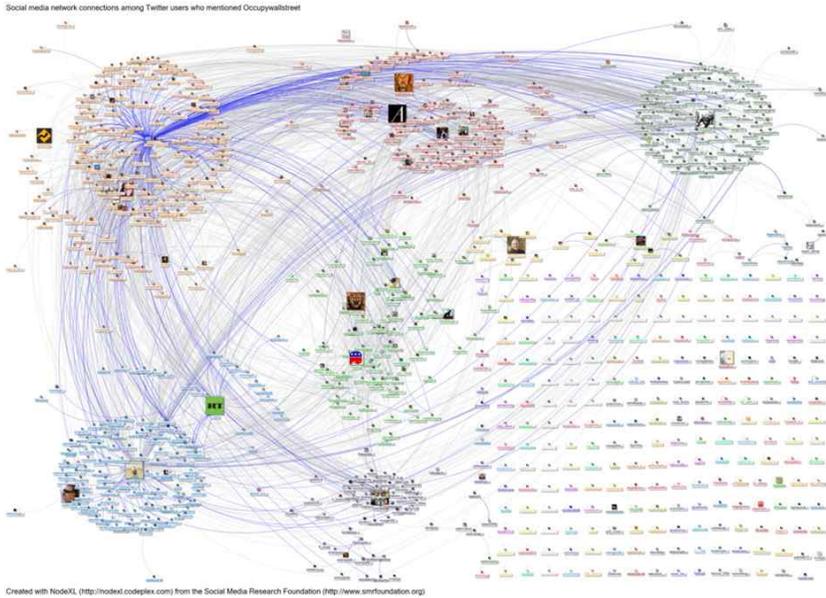
(그림 4-10) 월스트리트 점령 시위에서의 스마트-소셜 미디어 사용 규모



\* 자료: Fast Company 2011년 11월 2일자

셋째, 느슨한 유대의 폭발가능성이다. 최근 월스트리트 점령시위에 대한 트위터의 구조를 분석한 마크 스미스(Marc Smith)의 연구에 의하면, 11월 15일 30분동안 월스트리트점령 시위에 종조한 사람들이 올린 1,400여건의 트위터에 의하면 트위터를 잘 활용하는 젊은층이 중심인 월스트리트점령시위 진영이 같은 시각 우파인 티파티(Tea Party) 진영보다 훨씬 활발하게 움직이는 것으로 나타났다. 또한 네트워크 구조에 있어서는 마치 불꽃놀이처럼 주요 인물을 중심으로 몇몇 군집이 존재하며 전체적으로는 트위터간의 연결이 느슨한 모습이었다(Marc Smith 2011).

[그림 4-11] 월스트리트점령 시위의 트위터 네트워크 분석



Created with NodeXL (<http://nodexl.codeplex.com>) from the Social Media Research Foundation (<http://www.smrfoundation.org>)

\* 자료: Smith, Marc. 2011. 11. 15. “Twitter-occupywallstreet network mentions and reply edges highlighted with labels”

출처: [www.flickr.com/photos/49503165485@N01/6351818421](http://www.flickr.com/photos/49503165485@N01/6351818421)

(검색일: 2011년 11월 20일)

[그림 4-11]에서의 회색선은 다른 사람의 트위터에 대한 팔로어를, 청색선은 트위터 메시지를 다른 사람에게 옮기거나 거기에 자기 의견을 단 것을 의미한다. 우측 아래의 점들은 다른 트위터와 팔로어로 연결되지 않은 트위터로 시위를 발전시킬 수 있는 잠재력이 있는 것으로 평가된다. 월가점령시위의 트위터들은 다른 사람의 트위터 의견을 주변에 옮기거나 자기 의견을 덧붙이는데 활발한 것으로 나타났다. 따라서 다른 트위터 사용자와 팔로어로 이어지지 않으면서도 해당 운동에 동조하는 의견을 낸 트위터 사용자들이 장차 운동을 발전시킬 수 있는 약한 유대의 잠재력의 힘을 보여주는 것으로 평가할 수 있다.

스마트-소셜 미디어의 적극적인 활용은 시위 모습을 실질적으로 변화시켰다. 시위 초기에 주코티 공원에 모인 수백 명의 시위대에는 지도부도, 구체적 행동지침도

없었지만 자본주의의 탐욕과 부패에 반대하는 이들의 목소리는 소셜미디어를 타고 전 세계로 확장됐다. 그리고 스마트-소셜 미디어 매개 정치의 차원에서도 이전의 중동혁명보다 훨씬 빠른 시기에 세 가지 층위의 네트워크 특징이 일어났다. 일상에서는 이완된 세 층위의 속성이 단일 의제를 중심으로 압축적으로 나타날 수 있다는 것은 정치문화영역에서 스마트-소셜 미디어의 파괴력을 보여주는 것이며, 한편으로 혁명과 같은 의제 뿐만 아니라 여러 단일한 의제에 있어서도 이러한 패턴이 반복될 수 있다는 것을 말해주고 있다.

### 3. 스마트-소셜 미디어 매개 정치 네트워크 모델

과거의 사파티스타운동(1994년)이나 반이라크 전쟁운동(2003년)과 같은 전형적인 사이버행동주의 모델<sup>38)</sup>에 비해, 세계적인 구호 네트워크(2004년 인도 쓰나미, 2010년 아이티 대지진), 반콜롬비아무장혁명군(Anti FARC, 2007년), 이슬람 혁명(2009년 이란, 2011년 중동, 2011년 월스트리트 점령 시위)과 같은 스마트-소셜 사회에서의 글로벌한 움직임은 단순한 도구의 변화뿐만 아니라 의제와 정보가 확산되는 거대한 네트워크를 형성하고 있으며, 그 형태또한 일상적인 차원에서의 협력<sup>39)</sup> 의제 중심의 운동, 제도에 대한 혁명과 같은 저항이 중첩적으로 나타난다는 특징이 있다. 이와 같은 양상은 도구에 있어서는 전면전이지만 방식에 있어서는 진지전에 가까우며, 골드팝이 이야기하는 ‘작은 것의 정치’의 특징이기도 한다.

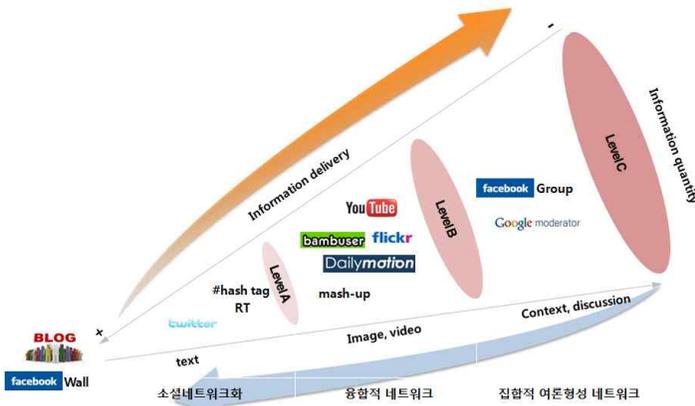
본 연구에서는 주요 사례를 일상-의제-혁명의 진화모델로 대별하고 그 모두를 관통할 수 있는 분석틀을 개발하여 (그림 4-12)와 같은 소셜네트워크, 융합적 네트워크, 집합적 여론형성의 네트워크라는 세 층위의 융합적 특성을 제시한다. 즉,

38) 2003년부터 이론적으로 논의되기 시작한 사이버행동주의(Cyber Activism)는 기존 사회운동의 자원동원으로 수단으로써의 인터넷 네트워크를 도구화했다는 평가를 받는다(McCaughey · Ayers 2003; Hill · Hughes 1998)

39) 대부분의 연구자들이 사이버행동주의의 저항적인 측면에 주목했다면 에버리(Ebery 2008: 145-149)는 지구적 공여 또는 자선활동도 사이버행동주의에 포함시키고 있다.

[그림 4-12]에서의 층위 A, B, C가 각기 소셜네트워크화와 융합적 네트워크, 집합적 여론형성 네트워크의 특징으로 응집되어 의제의 성격과 규모에 맞게 일상에서부터 혁명과 같은 거대한 저항에 까지 활용되는 것이다.

[그림 4-12] 스마트-소셜 네트워크의 작동 메커니즘



\* 자료: 조희정(2011: 328)

[그림 4-12] 좌측의 블로그와 페이스북의 담벼락 등은 일종의 정보보관소와 같다. 이것보다 중요한 것은 세 층위 네트워크의 구성과정인데, 먼저 트위터의 해시태그와 RT에 의해 매개되는 소셜 네트워크화 단계에서는 정보가 다양한 플랫폼으로 생산되고 확산된다. 다음으로 멀티미디어 콘텐츠와 모바일간의 융합적 네트워크 단계에서는 유튜브, 플리커, 데일리모션, 밤유저 등에서 동영상이나 이미지와 트위터의 메시지가 결합하면 일종의 이슈 매개 현상이 발생한다. 이 과정에서는 행위자와 행위자의 매개도 생산되고 그 결과 집합적 여론형성의 네트워크 단계도 생성된다. 의견결집이 가속화되면 국면 1이 국면 2로 매개되는 전환의 과정도 발생한다.

한편, [그림 4-12]의 전체 과정은 매개가 일어나는 속도에 따라 좌우의 폭이 줄었다, 늘었다 변화할 수 있다. 즉 매개속도가 급박하게 이루어지면 당연히 [그림 4-12]의 폭이 줄어들 것으로 표현될 것이고, 일상공간정도의 안정적인 매개속에

서는 (그림 4-12)의 폭이 상대적으로 늘어난다고 생각할 수 있다. 이 과정은 또한 끊임없이 순환하며, 순환과정에서 정보의 양이 확대될 가능성도 높다. 또한 중요한 것은 급변기의 매개정치 네트워크는 그 내부에서 스마트-소셜 미디어를 통한 매개의 역동적인 과정으로 구성된다. 즉, 안정기에는 스마트-소셜 미디어의 약한 유대가 상시적으로 존재할 수 있지만 급변기에는 스마트-소셜 미디어의 매개도가 높은가 낮은가에 따라 강한 유대의 형성을 촉진할 수 있다는 것이다. 안정기에는 자기가 이용하고 싶은 스마트-소셜 미디어에서 상시적으로 정보를 확산하고, 매개하고, 의견을 결집하겠지만 급변기에는 어디라도 자신이 확산시키고자 하는 메시지가 있다면(일종의 핫라인을 찾는 것처럼) 가장 강한 스마트-소셜 미디어로 찾아가 더욱 강하게 결집하는 현상이 발생할 수 있다는 의미이다.

일상적인 상태에서는 최초 단계의 정보저장소에서 약한 혹은 강한 유대로 활동하고 있던 정보·이슈·행위자는 스마트-소셜을 통해 네트워크를 확대하고 소통을 증진시키거나 융합적 네트워크를 통해 텍스트·이미지·동영상 등의 콘텐츠를 유통하고 궁극적으로는 사회적으로 유의미하게 나타날 수 있는 집합적 여론형성 네트워크의 시도를 지속하고 있다. 이와 같은 3차원의 네트워크는 동시에 혹은 시계열적으로 발생하는데, 이 가운데 제도적 요구가 수렴되는 정부의 정책이나 시민의 요구가 확장되는 행동주의 영역은 정치적으로 매우 의미있는 사례라고 평가할 수 있다.

전체적으로 이러한 네트워크의 특성으로는 첫째, 매시업과 연동된 속보성을 들 수 있다. 콘텐츠의 융합을 활용하여 상황변화를 신속하게 알려줄 경우 일반적인 텍스트에 비해 정보전달 효과는 매우 크다. 단지 텍스트와 이미지의 형태로 분리되어 있는 것이 아닌 의견이 덧붙여져 있는 동영상, 이미지를 파노라마처럼 이어 스토리를 구성한 콘텐츠, 속보와 속보가 합쳐져서 나타나는 다양한 집단지성의 산출물들은 매시업과 연동된 속보성이라는 네트워크의 대표적인 특징으로 정리될 수 있다. 기존 미디어 또한 언론, 방송의 분리된 형태가 아닌 융합성이 더욱 증가하고 있는 것이 최근의 추세인데, 스마트-소셜 미디어에서는 이와 같은 콘텐츠의 형식과 내용의 융합이 더욱 활발하게 나타나고 있는 것이다.

둘째, 네트워크의 자발성이다. 혁명이라는 과정이 어차피 제도적으로 양성되거나 공식적인 의제에 의해 형성되는 것은 아니지만 스마트-소셜 미디어가 사회운동에서 가장 자유롭고 활발하게 사용될 수 있는 이유는 사용자들의 자발성에서 기인한다. 즉, 스마트-소셜 미디어에서 사용자의 정체성과 견해가 표출된다는 것이다. 이와 같은 사실은 흔히 기술로 사회를 형성한다는 기술결정론에서 도외시하고 있는 부분인데, 각 노드(node)의 자발성이 연계되어 거대한 네트워크를 움직이는 자기조직화 과정으로 이어지는 것의 정치적 의미는 매우 크다고 할 수 있다.

셋째, 이와 같은 과정을 통해 드러난 네트워크의 ‘매개성’이다. 스마트-소셜 미디어는 혁명의 독립변수나 별 것도 아닌 존재가 아니라 과정을 상승시키는 촉발적 매개체라고 할 수 있다. 특히, 중동처럼 정부가 지나치게 네트워크를 억압하고 있는 상황에서 시민들의 의견을 표현하고 유통하고 공유할 수 있는 공간은 스마트-소셜 미디어가 유일했다고 평가되고 있는데, 페이스북의 그룹에서 단지 시민의 선호만을 수렴하는 것이 아니라 시민들이 의견을 표출할 수 있는 공간을 마련하여 이를 집단행동으로 전환시키고, 구글의 모더레이터에서는 혁명 이후의 새로운 정책에 대한 의견을 수렴하는 등의 의미있는 현실화 과정으로 노력했다는 것은 네트워크의 매개기능이 사회변화의 동인이라는 점을 설명하기에 충분하다고 볼 수 있다.

## 제 4 절 글로벌 네트워크 변화의 특징과 정책적 시사점

### 1. 안정과 변혁기의 스마트-소셜 미디어 역할

〈표 4-2〉는 미디어의 방향성과 정치변화의 국면간에 나타날 수 있는 네 가지 유형을 구분한 것이다. 첫째, 안정적인 사회상태(A와 C)에서 매스미디어나 스마트-소셜 미디어는 표현의 자유를 기본적으로 구현하며 정부나 시민에게 홍보를 위한 도구적 수단이 될 수 있으며, 이에 더하여 스마트-소셜 미디어는 참여·공유·개방을 촉진할 수 있다.

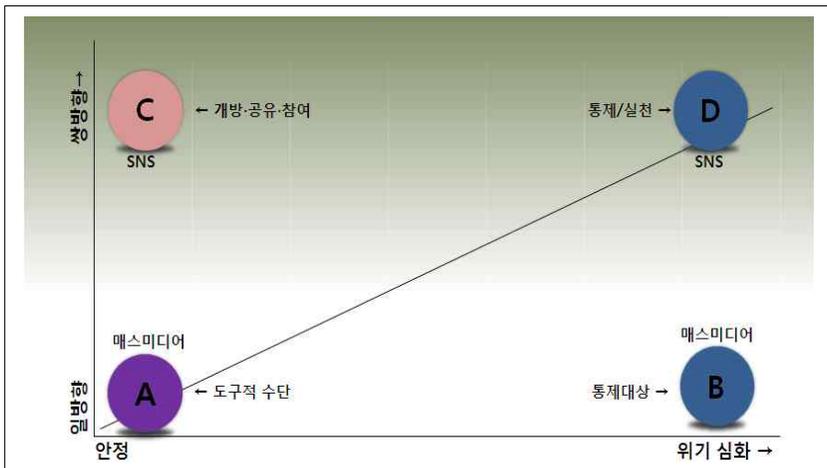
〈표 4-2〉 안정과 위기시의 미디어 역할 비교

구분	매스미디어(일방향)	스마트-소셜 미디어(쌍방향)
안정	A(안정화 수단) - 도구적 수단(예: 홍보)	C(혁신의 수단: 개방, 공유, 참여) - 네트워크 확대의 도구(예: 선거, 시민운동)
위기	B(통제) - 통제 대상(예: 독재)	D(통제, 실천) - 통제 대상 vs. 실천을 위한 네트워크(예: 혁명)

\* 자료: 조희정(2011: 311)

둘째, 위기시(B와 D)에는 정부에게 있어서는 매스미디어와 스마트-소셜 미디어 모두 가장 먼저 통제해야 할 대상이 된다. 다만 매스미디어의 통제는 손쉽게 이루어 지는 반면<sup>40)</sup> 스마트-소셜 미디어는 네트워크를 통한 저항의 실천을 촉진할 수 있기 때문에 통제가 쉽지 않다.<sup>41)</sup>

〔그림 4-13〕 안정과 위기시의 미디어 활용 변화



\* 자료: 조희정(2011: 311)

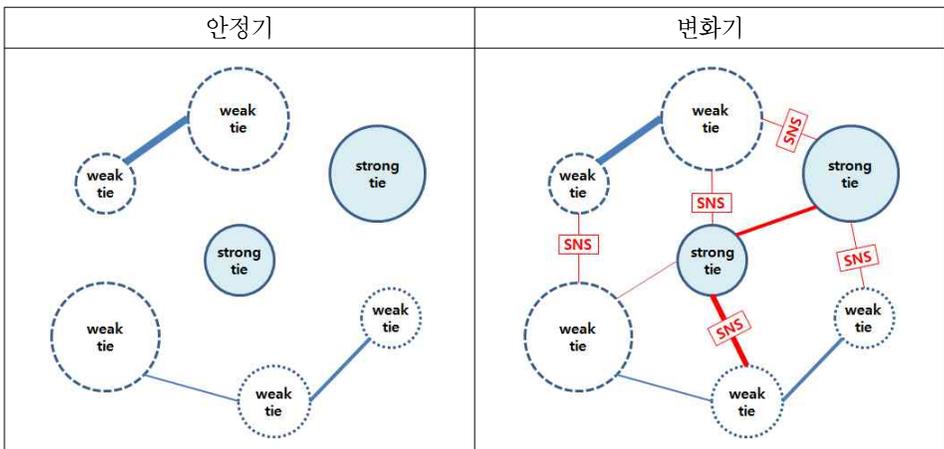
40) 정부가 매스미디어를 소유할 경우에는 상대적으로 더욱 통제가 쉽다.

41) 물론 이와 같은 구분또한 이념형일 뿐 실제 사례에서의 구조는 훨씬 복잡하다.

사례를 관통하는 기기·정보·행위자의 융합이 스마트-소셜 미디어의 매개를 통해 네트워크를 확장하고 있다. 특히 2008년부터는 세계의 주요 정부의 정책, 정당의 선거와 시민행동에서 매우 역동적인 매개가 이루어지고 있음을 나타내며 한편으로는 스마트-소셜 미디어의 특성상 혁명과 같은 변혁기에 더욱 신속하게 네트워크가 확장되기도 한다.

[그림 4-13]에 나타나는 정보의 일반적인 습득 과정은 기존에는 미디어를 매개로 수동적으로 확산되었으나, 이제는 스마트-소셜을 통해 능동적인 확산을 경험하고 있다. 또한 기존 연구에서는 그라노베터(Granovetter)가 주장하는 느슨한 약한 유대(weak ties)의 특성이 네트워크의 주요 속성으로 분석되었지만 네트워크 내에는 약한 유대 뿐만 아니라 강한 유대도 함께 내포되어 있다가 변혁의 순간에 그 연결성이 스마트-소셜 미디어를 통해 신속하게 이어지는 것이다. 바로 이 지점에서 스마트-소셜 미디어가 확장하는 글로벌 네트워크의 공간은 기존의 국가 중심의 국제 정치나 경성 정치(hard politics)영역과는 다른 미시정치(micro politics)와 연성정치(soft politics) 중심의 융합공간이 된다.

[그림 4-14] 안정기와 변화기의 네트워크 형태에 대한 개념도



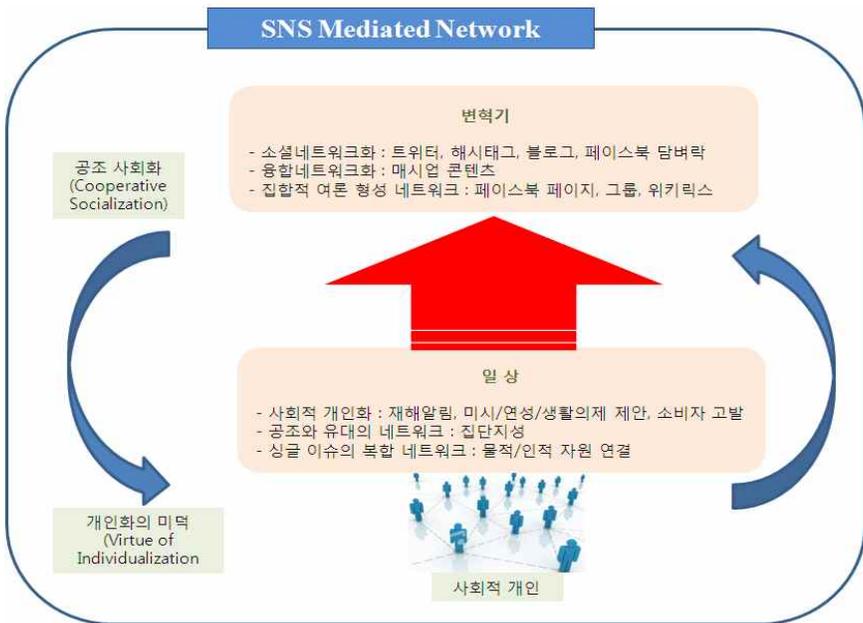
\* 자료: 조희정(2011: 329)

## 2. 스마트-소셜 미디어 매개 네트워크 사회변화

일상과 혁명기의 대표적인 사례를 분석하여 모델링한 결과, 일상과 혁명에서의 이러한 변화는 시간을 제외하고는 결국 스마트-소셜 미디어 매개 네트워크의 특징을 나타내는 것으로 분석할 수 있다.

즉, 사회적 개인의 실천성, 공조와 유대의 네트워크, 단일 의제 특히 구체적인 작은 정치단위의 네트워크화가 동시에 진행되면서 집합적 여론이 형성되고, 무엇보다 제도적 의미에서의 구체적인 성과를 요구하게 된다는 것이다. 이와 같은 스마트-소셜 미디어를 매개로 한 일상과 변화의 과정을 단순 도식화하면 (그림 4-15)와 같다.

(그림 4-15) 스마트-소셜 미디어를 매개로 한 일상과 변화의 구조



스마트-소셜 미디어는 독립변수라기 보다는 매개변수로써 혁명을 촉발시키고 심화시키는 순간에 촉발적인 플랫폼으로 작동하였다. 통상적으로 약한 유대와 강한

유대가 공존하는 네트워크 속성이 혁명이라는 정치적 급변의 사건 속에서는 강한 유대로 강력하게 전환되어 표현된 것이다. 이와 같은 과정은 사회적 원자(social atom)<sup>42)</sup>로서의 시민이 강한 유대에 의해 사회에 반응하면서 강한 유대를 형성하고 네트워크를 확장하여 사회를 변화시킨다는 것을 의미한다.<sup>43)</sup>

즉, 기술매개의 관점에서 네트워크는 직접적으로 사회를 변화시킨다기 보다는 사회변화의 거대한 촉매로 작용할 수 있다. 물론 이후에 남는 문제는 스마트-소셜 미디어로 촉발되는 변화가 실제로 무엇을 바꾸었는가 혹은 바꿀 수 있는가에 대한 심도있는 토론일텐데 마치 정책형성을 직접적으로 이루는 것과 같이 의미있는 세력의 조직화를 이루어낼 수 있는가가 중요한 정치적 쟁점으로 부각될 수 있다.

### 3. 정책적 시사점

#### 가. 정부의 유연하고 신속한 ‘대응’의 중요성

[그림 4-15]에 제시된 각 단위의 흐름이 원활하지 못하는 경우는 개인이 덜 사회적이 되거나 공조사회가 덜 되었을 경우가 아니다. 그 경우엔 네트워크의 스케일이 작아질 뿐이다. 그러나 본질적으로 네트워크가 단절되는 경우는, 첫째, 각 단위에 제도가 억압이나 통제로 인위적으로 개입하는 경우, 둘째, 일상적인 감시에 의해 행위자들의 자기검열이 상시화되는 경우이다. 이 두 가지 제도적인 변수는 콘텐츠나 개인의 참여의 흐름을 막고 균열을 조장하고 갈등을 야기한다. 이러한 제도적 개입의 양상은 독재국가뿐만 아니라 민주주의 국가에서도 상시적으로 이루어지는데 데이터의 전유가 사회의 통제를 좀 더 쉽게 할 수 있다는 근시적 판단을 정부가 내리

42) 뷰캐넌은 사회물리학의 관점에서, 물리적 원자는 언제 어디서나 똑같지만 사회적 원자는 변하고 적응하며 사회조직을 알아채고 거기에 반응한다고 주장한다(Mark Buchanan 2007: 61).

43) 피터 오디토레는 소셜 미디어의 이와 같은 증폭 효과를 음악에서 음이 점점 강해지는 것과 같은 현상에 비유하여 ‘크레센도 효과(Crescendo Effect)’라고 불렀다 (Peter Auditore 2011. 3. 15).

는 경우이다.

그러나 정부가 사회의 흐름을 인위적으로 차단한다면 스마트-소셜 미디어를 매개로한 자유로운 네트워크의 성장은 단기간 혹은 잠시 중단될 수 있지만 기본적으로 이미 성장하기 시작한 정치문화의 흐름 자체를 역행시키기는 어렵다. 시민사회의 자유로운 ICT 사용에 비해 일방적이고 강압적인 정부의 네트워크 통제 전략은 비효과적이기도 하거니와 무엇보다 네트워크의 속성을 이해하지 못한 수동적 대응이다. 그렇기 때문에 그러한 통제가 정부에 대한 신뢰를 상실하고 저항하게 만드는 계기로도 작용하여 모든 단계가 축약된 변혁기 혹은 혁명의 네트워크로 전환할 수 있다.

안정기에 네트워크가 이완되고 급변기에 네트워크가 축약적이면서도 빠르게 구성된다는 것은 그 안에서 정부의 역할에 대한 화두를 던진다. 무엇보다 중요한 것은 스마트-소셜 미디어 매개 네트워크에서 정부는 하나의 행위자로서의 노드(node), 그 이상이기 어렵다는 것이다. 즉, 여론의 빠른 전환과 네트워크의 확장은 또다른 정치의 장(場)이 되어가고 있다는 것을 인식함으로써 연결된 네트워크에서의 정부와 시민사회의 공존 방안을 모색하는 것이 사회발전에 기여하는 첫걸음이라는 것이다. 현재로서는 스마트-소셜 미디어가 저항의 기능을 하고 있고, 국정운영방식은 물론 아니지만 스마트-소셜의 저항에 내재되어 있는 제도적 의제를 포함한 에너지를 어떻게 제도와 조응시킬 것인가에 대한 모색이 필요하다.

#### 나. 글로벌 네트워크에서 ‘거버넌스’ 구축의 필요성

스마트-소셜 미디어를 매개로 한 글로벌 네트워크에서는 일국적 변화에 대한 정보가 신속하게 세계로 전파되거나(2011년 중동혁명), 일국적 시위가 다국적 시위로 일상화될 수 있다(2011년 월스트리트 점령 시위). 따라서, 국내 정부 대응의 어려움 뿐만 아니라, 국제 제도 정치와 조응할 수 있는 국제적 공조의 거버넌스를 구축해야 하는 필요성이 증대되고 있다. 즉, 일국적 의제가 글로벌화될 때의 대응방안에 대한 노력이 필요하다는 것이다.

인터넷 거버넌스의 대표적인 조직인 ICANN은 위계없는 수평적 협의를 통해 전 세계에서 발생하는 인터넷 쟁점의 최소 규율을 제시하고 있는데, 이와 같은 ICANN

의 장기적으로 꾸준한 거버넌스 구축 과정은 현재의 소셜-미디어 의제를 다룰 수 있는 거버넌스 구조에 시사하는 바가 크다. 즉, 누구나 평등한 발언권을 가지고 수평적이면서도 연계한 협의과정을 거치면서 각국의 동의를 구하고 문제해결을 위해 실질적으로 노력할 수 있는 구조를 만들어야 한다.

아울러 군사 외교 등의 경성 의제가 아닌 연성 의제를 다룰 수 있는 연성 외교(Soft Diplomacy) 혹은 문화외교의 필요성이 높아지기 때문에 이와 같은 개념을 중심으로 한 연성 거버넌스 구축이 요구될 수도 있다. 연성 거버넌스에서는 유입(inbound)과 유출(outbound) 측면을 동시에 고려하면서 민주주의와 거버넌스를 반영할 수 있는 거버넌스가 요구되는 것이다.

## 참 고 문 헌

- Abu-Samura, Haisam. 2011. 2. 3. “Expulsion and Explosion: How Leaving the Internet Fueled Our Revolution.” Motherboard.Tv.
- Anstead, N. · Chadwick, A. 2009. “Parties, Election campaigning, and the Internet”, in Chadwick, A. & Howard, P.(ed). *Handbook of Internet Politics*. Routledge.
- Auditore, Peter. 2011. 3. 15. “The Social Media Crescendo Effect.” stumbleupon.com (검색일: 2011년 3월 16일)
- Barber, Benjamin. 1998. *A Place for Us: How to Make Society Civil and Democracy Strong*. Hill and Wang.
- Benkler, Yochai. 2007. *The Wealth of Networks: How Social Production Transforms Markets and Freedom*. Yale University Press.
- Bennett, Lance and Toft, Amoshaun. 2009. “Identity, technology, and narratives: transnational activism and social network,” in Chadwick, Andrew and Howard, Philip.(eds.), *Routledge Handbook of Internet Politics*. London and New York: Routledge. 246-260.
- Berman, Jerry and Mulligan, Deirdre. 2003 “Digital Grass Roots: Issue Advocacy in the Age of the Internet,” in Anderson, Daviv, and Cornfield, Michael.(ed.). *The Civic Web*. Boston: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Bimber, Bruce 1998. “The Internet and Political Transformation: Populism, Community and Accelerated Pluralism.” *Polity* 31(1).
- Bimber, Bruce. 2003. *Information and American Democracy: Technology in the Evolution of Political Power*. Cambridge University Press. 이원태 역. 2007. □인터넷시대 정치권력의 변동□ 서울: 삼인.

- Boyd, danah and Ellison, Nicole. 2007. "Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship," *Journal of Computer-Mediated Communication* 13(1). [jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html](http://jcmc.indiana.edu/vol13/issue1/boyd.ellison.html).(2010/05/12).
- Buchanan, Mark. Social Atom. 2007. *Mark Buchanan c/o The Garamond Agency*. 김희봉 역. 2010. □사회적 원자□ 서울: 사이언스북스.
- Buechler, Steven. 1993. "Beyond Resource Mobilization? Emerging Trends in Social Movement Theory." *Sociological Quarterly* 34. 217-235.
- Castells, Manuel. 2001. *The Internet Galaxy*. Oxford University Press.
- \_\_\_\_\_ 2004. *The Power of Identity: The Information Age: Economy, Society and Culture*. vol. 2. Blackwell, Oxford.
- Chadwick, Andrew. 2006. *Internet Politics: States, Citizens, And New Communication Technologies*. Oxford University Press. 2006.
- Cleaver, H. 1998. "The Zapatista Effect: The Internet and the Rise of an Alternative Political Fabric," *Journal of International Affairs* 51(2). 621-640.
- Coldeway, Devin. 2011. 2. 11. "People, Not Things, Are the Tools of Revolution." [techrunch.com](http://techrunch.com)
- Confield, Michael. 2002. *Politics Moves Online: Campaigning and the Internet*. New York: The Century Foundation Press.
- Tocqueville, Alexis de. 1835. *Democracy in America*. 임효선 · 박지동 역. 2002. □미국의 민주주의□ 서울: 한길사.
- Delany, Colin. 2009. "Learning from Obama: Lessons for Online Communicators in 2009 and Beyond," [www.epolitics.com](http://www.epolitics.com)(2010/04/20).
- Diamond, Larry. 1999. *Developing Democracy: Toward Consolidation*. Baltimore and London: The Johns Hopkins University Press.
- Ebery, Don. 2008. *The Rise of the Global Civil Society*. New York: Encounter Books.
- Ellison, Nicole B., Steinfield, Charles, and Lampe, Cliff. 2007. "The benefits of Facebook

- “friends”: Exploring the relationship between college students’ use of online social networks and social capital,” *Journal of Computer-Mediated Communication* 12(4). [jcmc.indiana.edu/ vol12/issue4/ellison.html](http://jcmc.indiana.edu/vol12/issue4/ellison.html).(2010. 5. 12).
- Evans, Mark. 2011. 1. 31. “Egyptian Crisis: The Revolution will not be tweeted.” [blog.sysomos.com](http://blog.sysomos.com)
- Farmer, R. · Fender, R. 2005. “E-Parties: Democratic and Republican State Parties in 2000.” *Party Politics* 11(1). 47-58.
- Farrell, D. · Webb, P. 2000. “Political Parties as Campaign Organizations” in Dalton, R. & Wattenberg, M., ed. *Parties without Partisans*. Oxford University Press.
- Foot, K. · Xenos, M. · Schneider, S. · Kluver, R. · Jankowski, N. 2009. “Electoral web production practices in cross-national perspective”, in Chadwick, A.& Howard, P.(ed). *Routledge Handbook of Internet Politics*. 40-55.
- Fraser, Matthew and Dutta, Soumitra. 2009. *Throwing Sheep in the Boardroom:How Online Social Networking Will Transform Your Life, Work and World*. WILEY.
- Freeman, J. D. 1983. *Social Movements of Sixties and Seventies*. London: Longman.
- Gamson, W. A. 1975. *The Strategy of Social Protest*. Homewood: Dorsey Press.
- Gibson, R. 2004. “Web Campaigning from a Global Perspective.” *Asia-Pacific Review*, 11(1). 95-126.
- Gibson, R. · Margolis, M. · Resnick, D. · Ward, S. 2003. “Election Campaigning on the WWW in the USA and UK.” *Party Politics* 9(1). 47-75.
- Gibson, R. · Rommele, A. 2009. “Measuring the Professionalization of Political Campaigning.” *Party Politics* 15(3). 265-293.
- Gladwell, Malcolm. 2010. 10. 4. “Small Change.” *The New Yorker*.
- Goldfarb, Jeffrey C. 2006. *The Politics of Small Things: The Power of the Powerless in Dark Times*. University Of Chicago Press.
- Goldsmith, Jack · Wu, Tim. 2006. *Who Controls the Internet?: Illusion of a Borderless*

- World*. Oxford University Press. 송연석 역. 2006. □사이버 세계를 조종하는 인터넷 권력전쟁□ 서울: NEWRUN.
- Goodhart, Michael. 2005. “Civil Society and the Problem of Global Democracy,” *Democratization*. February 12(4) 1-21.
- Granovetter, Mark. 1973. “The Strength of Weak Ties,” *American Journal of Sociology* 78.
- Hendriks, Frank. 2010. *Vital Democracy: A theory of Democracy in Action*. Oxford University Press.
- Hill, Kevin A. and Hughes, John E. 1998. *Cyberpolitics: Citizen Activism in the Age of the Internet*. Boston: Rowman & Littlefield Publishers, Inc.
- Hopkins, Curt. 2011. 2. 15. “Protesters use Google Moderator to Brain Storm Egypt’s Future.” ReadWriteWeb.
- Howard, Philip N. 2011. *The Digital Origins of Dictatorship and Democracy: Information Technology and Political Islam*. Oxford University Press.
- Jackson. N. 2006. “Dipping their big tow into the blogosphere.” *New Information Perspectives* 58(4). 292-303.
- Jackson. N. 2007. “Political parties, the Internet and the 2005 General Election: third time lucky?” *Internet Research* 17(3). 249-271.
- Jenkins, J. C. 1983. “Resource mobilization theory and the study of social movements,” *Annual Review of Sociology* 9. 527-553.
- Kalathil, Shanthi · Boas, Taylor C. 2003. *Open Networks, Closed Regime: The Impact of the Internet on Authoritarian Rule*. Carnegie Endowment for International Peace.
- 고경민 · 이지용 · 장성훈 · 김일기 · 박성진 역. 2009. □권위주의적 지배와 인터넷, 그리고 민주주의□ 서울: 인간사랑.
- Kelly, John · Etling, Bruce. 2008. 4. “Mapping Iran □ Online Public: Politics and Culture in the Persian Blogosphere” The Berkman Center for Internet & Society.
- King, Gary · Robert Keohane · Sidney Verba. 1994. *Designing Social Inquiry: Scientific*

- Inference in Qualitative Research*. Princeton: Princeton University Press.
- Klandermans, Bert. 1989. "Grievance Interpretation and Success Expectations: The Social Construction of Protest," *Social Behavior* 4. 113-125.
- Klandermans, Bert. 1992. "The Social Construction of Protest and Miltiorganizational Fields," in Morris, A. D. and Mueller, C. M. *Frontier in Social Movement Theory*. New Haven: Yale University Press.
- Kluver, R. 2005. "Political culture in online politics." in Consalvo, M and Allen, M. (ed.). *Internet Research Annual*. 75-84. Newbury Park, CA: Sage Publications.
- Koger, G., Masket, S., & Noel, H. 2009. "Partisan Webs: Information Exchange and Party Networks." *British Journal of Political Science* 39. 633-653.
- Koger, G., Masket, S., & Noel, H. 2010. "Cooperative party factions in American politics" *American Politics Research* 38(1). 33-53.
- Kooiman, Jan. 2003. *Governing as Governance*. London: SAGE Publications.
- Latimer, C. 2008. "Utilizing the Internet as a Campaign Tool: The Relationship Between Incumbency, Political Party Affiliation, Election Outcomes, and the Quality of Campaign Web sites in the United States." *Journal of Information Technology & Politics* 4(3). 81-95.
- Lim, Hyun Chin and Kong, Suk Ki. 2005. "The Dynamics of Empowering Local Activism through Transnational Mobilization in Korea: Environment and Human Rights Movements in Comparative Perspective." *한국정치학회보* 39(4). 73-94
- MaCaughey, Martha and Ayers, Michael D. 2003. *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*. New York: Routledge.
- MacCarthy, John and Zald, Meyer. 1973. *The Trend of Social Movements in America: Professionalization and Resource Mobilization*. Morristown, NJ: General Learning Co.
- McAdam, Doug. 1998. "Micromobilization Context and Recruitment to Activism," in B.

- Klandermans, B. H. Kriesi, & Tarrow(eds.). *International Social Movement Research* Vol 1. Greenwich, Connecticut: Jai Press.
- Mejias, Ulises. 2011. 1. 30. "The Twitter Revolution, Must Die." <http://blog.ulisesmejias.com>
- Melucci, Alberto. 1994. "A Strange Kind of Newness: What's 'new' in New Social Movements,," in Larana, E., Johnson, H., and Gusfield, J. R.,(eds.), *New Social Movements: From Identity to Ideology*. Philadelphia: Temple University Press. 101-130.
- Morozov, Evgeny. 2011. 2. 19. "Smart Dictators Don't Quash the Internet," *The WallStreet Journal*.
- Morozov, Evgeny. 2011. *The Net Delusion: The Dark Side of Internet Freedom*. Public Affairs.
- Mukherjee, B. 2009. "Link analysis of Indian political parties' web sites: a temporal comparison" *Annals of Library and Information Studies* 56(3). 201-211
- Norris, Pippa. 2002. *Democratic Phoenix: Reinventing Political Activism*. New York: Cambridge University Press.
- Norris, Pippa. 2011. *Democratic Deficit Cambridge*: Cambridge University Press.
- Nye, Joseph S. Jr. 2011. 2. 18. "New World Order." *The New Republic*.
- Nye, Joseph S. Jr. eds. 1998. *Why People Don't Trust Government?* Harverd University Press. 박준원 역. 2001. □국민은 왜 정부를 믿지 않는가□ 서울: 굿인포메이션.
- Olson, Mancur. 1971. *The Logic of Collective Action*. Cambridge: Harvard University Press.
- Pateman, C. 1970. *Participation and Democratic Theory*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Pedersen, K., & Saglie, J. 2005. "New Technology in Ageing Parties." *Party Politics* 11(3). 359-377.
- Powell, W. 1991. "Neither Market Nor Hierarchy, Network Forms of Organization," in

- G. Thompson, J Frances, R. Levacic & J. Mitchell(de.). *Markets, Hierarchy, and Network, The Coordination of Social Life*. London: Sage.
- Putnam, Robert D. 2000. *Bowling Alone*. US: Simon & Schuster.
- Rhoads, Christopher. 2011. 2. 12. “Technology, Poses Big Test for Regimes.” *The WallStreet Journal*.
- Rhodes, R. 2000. “The Governance Narrative: Key Findings and Lessons from the ESRC’s Whitehall Programme.” *Public Administration* 78(2).
- Rommele, A. 2003. “Political Parties, Party Communication and New Information and Communication Technologies.” *Party Politics* 9(1). 7-20.
- Rucht, D. 2004. “The quadruple’ A: Media strategies of protest movements since the 1960s,” in van de Donk, Wim and Loader, Brain, Nixon, Paul, and Rucht, Diter., eds. *Cyberprotest: New Media, Citizens and Social Movements*. London and New York: Routledge.
- Schneider, S. · Foot, K. 2006. “Web Campaigning by US Presidential Primary Candidates in 2000 and 2004”, In Williams, A., & Tedesco, J.(Eds.). *The Internet Election: Perspectives on the Web’s Role in Campaign 2004*. Rowman & Littlefield. 21-36.
- Shapiro, Samantha, M. 2009. 1. 25. “Revolution, Facebook-style.” *The NewYork Times*.
- Shirky, Clay. 2008. *Here Comes Everybody: The Power of Organizing Without Organizations*. USA: Penguin Books. 송연석 역. 2008. □끌리고 쏘리고 들끓다□ 서울: 갤리온.
- Shirky, Clay. 2010. *Cognitive Surplus*. Brockman Inc. 이충호 역. 2011. □많아지면 달라진다□ 서울: 갤리온.
- Shirky, Clay. 2011. 1. “The Political Power of Social Media.” *Foreign Affairs*.
- Smith, Marc. 2011. 11. 15. “Twitter-occupywallstreet network mentions and reply edges highlighted with labels” 출처: [www.flickr.com/photos/49503165485@N01/6351818421](http://www.flickr.com/photos/49503165485@N01/6351818421)(검색일: 2011년 11월 20일)

- Soon, C. · Kluver, R. 2007. "The Internet and Online Political Communities in Singapore." *Asian Journal of Communication* 17(3). 246-265.
- Stanyer, J. 2006. "Online Campaign Communication and the Phenomenon of Blogging: An analysis of web logs during the 2005 British general election campaign." *New Information Perspectives* 58(5). 404-415.
- Strandberg, K. 2009. "Online Campaigning: an Opining for the Outsiders? An analysis of Finnish Parliamentary Candidates' Websites in the 2003 Election Campaign." *New media & Society* 11(5). 835-854.
- Sunstein, Cass. 2007. *Republic.com 2.0*. Princeton University Press.
- Tapscott, Don. 2008. *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World*. New York: McGraw-Hill. 이진원 역. 2009. □디지털 네이티브□ 서울: 비즈니스북스.
- Tarrow, Sidney. 2002. "The New Transnational Contention: Organizations, Coalitions, Mechanisms," Paper presented at the APSA annual meeting. Boston.
- Tarrow, Sidney. 2005. *The New Transnational Activism*. New York: Cambridge University Press.
- Tilly, Charles. 1978. *From Mobilization to Revolution*. Addison-Wessley.
- Vegh, Sandor. 2003. "Classifying Forms of Online Activism: The Case of Cyberprotests against the World Bank," in MaCaughey, Martha and Ayers, Michael.(eds.), *Cyberactivism: Online Activism in Theory and Practice*. New York: Routledge.
- Watters, Audrey. 2011. 1. 13. "HyperCities Maps and Archives the Tweets from Cairo Jan. 25." ReadWriteWeb.
- Xenos, M. · Bennett, L. 2007. "The Disconnection in online politics: the youth political web sphere and US election sites, 2002-2004." *Information, Communication and Society* 10(4). 443-464.
- Zuckerman, Ethan. 2011. 1. 14. "The First Twitter Revolution?," Foreign Policy.

- Zuckerman, Ethan. 2011. 2. 9. "Tunisia, Egypt, Garbon? Our Responsibility to Witness." <http://www.ethanzuckerman.com>
- 강원택. 2008. □한국정치 웹 2.0에 접속하다□ 서울: 책세상.
- 강장묵. 2011. "스마트폰이 정치참여 과정에 미치는 영향과 사례 그리고 거버넌스에 관한 소고." □IT트렌드 활성화 방안□ 서울: 한국정보화진흥원.
- 공석기. 2003. "한국 환경운동의 초국적 동원과정의 동학: 리우에서 요하네스버그까지." □환경사회학 연구 ECO□
- 금혜성. 2011. "정치인의 SNS 활용." □한국정당학회보□10(2). 189-219.
- 김석준. 2001. □뉴 거버넌스와 사이버 거버넌스 연구□ 서울: 대영문화사.
- 김용철. 2004. "한국과 미국 정당들의 인터넷 선거운동과 경쟁양상." □한국정당학회보□3(1). 63-94.
- \_\_\_\_\_. 2008. "정보화시대의 사회운동: 온라인 사회운동의 유형과 특징." □사이버 커뮤니케이션학보□25(1). 7-42.
- 김용철·윤성이. 2000. "인터넷의 정치적 활용과 16대 총선." □한국정치학회보□34(3). 129-147.
- \_\_\_\_\_. 2001. "인터넷과 선거운동 제16대 총선 후보자의 인터넷 활용 및 네티즌의 참여실태 분석." □한국과국제정치□17(2). 187-216.
- \_\_\_\_\_. 2004. "제17대 총선에서 인터넷의 정치적 영향력 분석: 선거관심도와 투표참여를 중심으로." □한국정치학회보□38(5). 197-216.
- \_\_\_\_\_. 2005. □전자 민주주의□ 서울: 오름.
- 김용호. 2003. "네티즌 포폴리즘이나, 새로운 형태의 정치참여인가?: '노사모' 사례연구." □정보화정책 자료집 2004-3□ 서울: 한국정보화진흥원.
- 김유향·조희정. 2011. 1. 31. "튀니지의 자스민 혁명과 SNS의 역할." 「이슈와 논점」 제192호.
- \_\_\_\_\_. 2011. 2. 1. "이집트의 정치격변과 인터넷 차단의 정치 효과." 「이슈와 논점」 제193호.

- 김유향 · 조희정. 2011. 10. 28. “10·26 재보선에서의 SNS 참여문화와 선거제도의 과제.” 「이슈와 논점」 제315호.
- 김은규. 2005a. “미디어와 사회운동: 사파티스타(Zapatista) 운동의 커뮤니케이션 전략에 대한 재구성.” □정치커뮤니케이션연구□2호. 33-65.
- \_\_\_\_\_. 2005b. “초국적 사회운동과 인터넷 네트워크의 역할에 대한 연구: 독립미디어센터(IMC) 네트워크의 구조 및 운영원리 방식을 중심으로.” □한국언론학보□49(5). 254-282.
- 네그리 · 안토니오 외. 조정환 · 정남영 · 서창현 역. 2008. □다중□ 서울: 세종서적.
- 박한우. 2005. “제16대 및 17대 국회의원 웹사이트의 링크 분석.” □외정연구□11(1). 193-221.
- \_\_\_\_\_. 2007. “사이버공간의 정치 커뮤니케이션에 대한 네트워크 분석.” □대한정치학회보□15(1). 1-19.
- 방송통신위원회. 2011. □보도자료: 스마트폰 보급 현황□
- 백옥인. 2001. “네트와 사회운동”. 홍성욱 · 백옥인 엮음. 「2001 사이버스페이스 오디세이」 서울: 창작과 비평사. 48-68.
- 베르트랑 데 라 그랑주 외 지음. 박정훈 역. 2003. □파크코스: 21세기 게릴라의 전설□ 서울: 휴머니스트.
- 서이중. 2002. □인터넷 커뮤니티와 한국사회□ 서울: 한울 아카데미.
- 서창록 · 이연호 · 광진영. 2002. “거버넌스의 개념: 거버넌스의 개념과 쟁점에 대한 소고.” 김석준 외. □거버넌스의 정치학□ 서울: 법문사.
- 송경재. 2008. “e-사회적 자본으로 분석한 지역 인터넷 커뮤니티의 가능성과 한계: 남양주 <화도사랑> 사례를 중심으로.” □지방행정연구□22(2). 271-301.
- \_\_\_\_\_. 2010. “미국 소셜 네트워크 서비스(SNS)사용자의 특성과 정치참여.” □한국과 국제정치□26(3). 2010.
- \_\_\_\_\_. 2011. “이슈형 사이버 커뮤니티 네트워크의 시민참여: 2008년 촛불시위를 중심으로.” □국가전략□제17권 2호.

- 신승철. 2003. “사이버스페이스와 맑스주의 운동의 미래.” 맑스코뮤날레 조직위원회  
저. 『지구화시대 맑스의 현재성』 서울: 문화과학사. 443-462.
- 윤성이. 2001. “인터넷 운동과 시민운동의 새로운 전개.” 한국정치학회 · 김영래 엮음. 『정보사회와 정치』. 서울: 오름.
- \_\_\_\_\_. 2003. “16대 대통령선거와 인터넷의 영향력.” 『한국정치학회보』37(3). 71-87.
- \_\_\_\_\_. 2008. “17대 대선에 나타난 온라인 선거운동의 특성과 한계.” 『한국정치학회보』42(2). 203-230.
- \_\_\_\_\_. 2009. “인터넷과 초국적 사회운동: 양적 팽창 혹은 질적 변화?” 『사회이론』  
2009 가을/겨울. 3-27.
- 윤성이 · 송경재. 2010. 『디지털 컨버전스 세대의 정치의식과 시민참여』 과천: KISDI.
- \_\_\_\_\_. 2010. 『디지털 컨버전스 세대의 정치의식과 시민참여』 과천: 정보통신정책연구원.
- 윤성이 · 송경재 · 민 희. 2010. “인터넷 선거규제에 대한 네티즌 의식: 누가, 왜 찬성하고 반대하는가?” 『한국정당학회보』9(2). 181-208.
- 윤성이 · 유석진 · 조희정. 2008. 『인터넷 정치참여와 대의 민주주의』 국회입법조사처.
- 윤성이 · 장우영. 2007. “한국의 온라인 정치참여 특성: 수요자 중심 모델을 중심으로.” 『정보화정책』14(4). 82-101.
- \_\_\_\_\_. 2008. “청소년 정치참여 연구: 2008년 촛불집회를 중심으로.” 한국정치학회 하계학술대회 논문집.
- 윤영민. 2000. 『사이버공간의 정치』 서울: 한양대출판부.
- 윤종빈. 2008. “2007년 대선과 정당의 후보 선출: 대통합신당과 한나라당을 중심으로.” 『세계지역연구논총』26(1). 31-55.
- 이갑윤. 2010. “촛불집회 참여자의 인구 · 사회학적 특성 및 정치적 정향과 태도.” 『한국정당학회보』9(1). 95-120.
- 이동윤. 2008. “정당의 후보선출제도와 정당정치의 문제점: 제17대 대통령 선거를

- 중심으로.” 『한국정당학회보』17(1). 5-37.
- 이원태. 2007. “인터넷 정치참여의 두 가지 패턴에 관한 연구: 2004년 제17대 총선의 사례를 중심으로.” 『사회과학연구』39(2). 77-96.
- 이원태 · 김춘식 · 이나경. 2010. 『조선포털미디어에서 온라인 정치담론의 특성』 과천: 정보통신정책연구원.
- 이은주. 2011. “컴퓨터 매개 커뮤니케이션으로서의 트위터: 향후 연구의 방향과 과제.” 『언론정보연구』 48(1). 29-58.
- 이현우. 2008. “정치참여 유형으로서의 촛불집회: 대표성과 변화.” 한국정치학회 건국 60주년 기념 공동학술대회. 7-26. 2008.
- 임혁백. 2000. “민주주의의 새로운 패러다임,” 『외정연구』6(2).
- 임현진 · 공석기. 2006. “지구시민사회의 작동원리와 한국 사회운동의 초국적 동원 전략.” 『한국사회학』40(2). 1-36.
- 임희섭. 1999. 『집합행동과 사회운동의 이론』 서울: 고려대학교 출판부.
- 장덕진. 2011. “SNS 정치, 두려워할 것인가.” 『국회 소셜 미디어포럼 발표문』
- \_\_\_\_\_. 2011. “트위터 공간의 한국 정치: 정치인 네트워크와 유권자 네트워크.” 『언론정보연구』 80-107.
- 장우영. 2004. “EU의 인터넷 내용규제정책.” 『국제지역연구』8(4). 275-308.
- \_\_\_\_\_. 2005. “온라인 저널리즘의 정치적 동학: ‘논객사이트’를 중심으로,” 『언론과 사회』13(2). 157-188.
- \_\_\_\_\_. 2006. “사이버공간의 이념과 정치: 한국 사이버 공론장의 구조 변동.” 『한국과 국제정치』22(4). 221-254.
- \_\_\_\_\_. 2007. “ICTs와 정당의 ‘적응’: 정치인 팬클럽의 역할을 중심으로.” 『국제정치논총』47(1). 95-119.
- \_\_\_\_\_. 2008. “인터넷과 선거캠페인: 제17대 대선 UCC 활용을 중심으로.” 『한국정치학회보』42(2). 171-201.
- \_\_\_\_\_. 2010. “선거와 인터넷 규제: 미국 정책과의 비교.” 『한국정당학회보』9(2).

209-241.

- 장우영 · 금혜성. 2011. □국회 입법조사처 연구용역보고서: SNS의 확산과 선거 · 정당 정치지형의 변화□
- 장우영 · 민 희 · 이원태. 2011. “지방선거와 웹캠페인: 제5회 서울시장 선거를 중심으로.” □정보와사회□18. 45-86.
- 장우영 · 박한우. 2010. “뉴스블로그스피어의 파워그룹.” □사이버커뮤니케이션학회 춘계학술회의자료집□
- 장우영 · 송경재. 2009. □디지털 융합시대 온라인 사회운동 양식의 변화와 의미□ 서울: 정보통신정책연구원.
- \_\_\_\_\_. 2010. “뉴미디어와 ICT/Leadership 정당: 현대 정당의 변화와 지속.” □21세기정치학회보□20(2). 1-30.
- 장 훈. 2002. “보이는 목표와 보이지 않는 결과: 미국과 한국의 대선후보 선출과정의 개혁과 정당구조의 변동.” □외정연구□8(2). 178-206.
- 정연정. 2000. “미국 시민이익집단 활용과 인터넷 이용.” □한국정치학회보□34(4). 337-358.
- \_\_\_\_\_. 2004. “17대 국회의원 선거에서의 후보자 인터넷 활용과 유권자 참여.” □한국정당학회보□3(2). 43-78.
- 조석장. 2004. □한국의 e폴리틱스□ 서울: 향연.
- \_\_\_\_\_. 2009. □인터넷과 한국의 민주주의□ 파주: 한국학술정보.
- 조화순 · 송경재. 2004. “인터넷을 통한 시민정책참여: 단일이슈 네티운동의 정책결정과정.” □한국행정학회보□38(5).
- 조화순 · 조진만 · 금혜성. 2011. □국회 의회발전연구회 연구용역보고서: 정보화시대 한국사회와 국회□
- 조희정. 2010. □네트워크사회의 정치와 민주주의□ 서울: 서강대학교 출판부.
- \_\_\_\_\_. 2011. “2011년 중동의 시민혁명과 SNS의 정치적 매개역할.” □한국정치연구□20(2). 309-337.

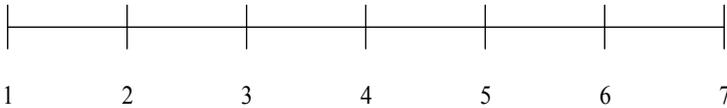
- 조희정. 2011. 2. 28. “SNS 확산의 의미와 쟁점 및 과제.” 「이슈와 논점」 제204호.
- 조희정 · 이상돈. 2011. “네트워크 사회의 민주주의: 사회적 개인의 발현과 공조를 중심으로.” □시민사회와 NGO□
- 중앙선거관리위원회. 2007. □보도자료: UCC 규제 가이드라인□  
\_\_\_\_\_. 2010. □보도자료: 트위터 선거규제 기준□
- 최장집. 2010. □민주화 이후의 민주주의□ 서울: 후마니타스.
- 팔란티리 2020. 2008. □우리는 마이크로 소사이어티로 간다□ 서울: 웅진윙스.
- 한국인터넷진흥원. 2007 · 2008 · 2009. □한국인터넷백서□
- 한국정보사회진흥원. 2007 · 2008. □국가정보화백서□
- 한세익. 2010. “한국 정보화정책의 변천과 특징.” □정보화정책□17(4). 23-43.
- 홍성구. 2011. “인터넷 저널리즘과 사이버 액티비즘.” □현대사회와 매스커뮤니케이션□과주: 한울.
- 홍일선. 2011. 3.30. “모바일 혁명이 아프리카를 바꾼다.” 「LGERI 리포트」. 2-17.
- 황용석 · 김재영 · 정연정. 2000. □인터넷 시대의 새로운 정치환경□ 서울: 커뮤니케이션북스.
- 황중성. 2010. □CIO Report: 공공정보의 개방에 따른 플랫폼형 정부로의 변화 모색□ 서울: 한국정보화진흥원.
- Gaudin, Sharon. 2011. 3. “이집트 무바라크 퇴진과 소셜 네트워크의 역할.” IDG World Tech. Update. 5-6.
- Kingsnorth, Paul. 2003. “사파티스타 농민운동: 자치를 위한 투쟁,” □녹색평론□제71호. 128-144.
- P&C 정책개발원. 2011. □이슈분석: 최근 여론지형 및 서울시장 보궐선거지형 분석□ “Infographics: Who is Occupy Wall Street?.” Fast Company. 2011년 11월 2일자.

## 〈부록: 설문지〉

〈다음 질문은 귀하의 정치참여 행태에 대한 조사입니다.〉

1. 귀하는 본인의 정치적 의사를 관철시키고자 할 때 다음 각각의 방식이 얼마나 효과적이라고 생각하십니까?

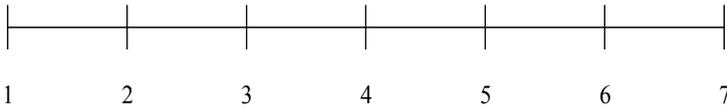
촛불집회, 길거리 항의와 같은 대중 시위에 참여하기



(전혀 효과 없음)

(매우 효과적임)

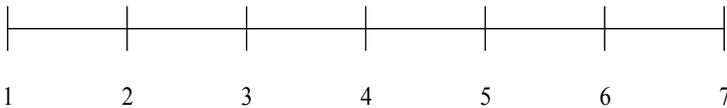
나의 이익을 가장 잘 대변하는 정치 후보자에게 투표하기



(전혀 효과 없음)

(매우 효과적임)

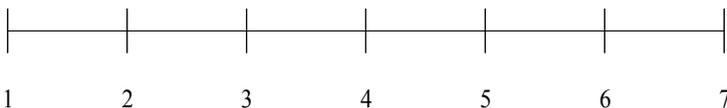
정부나 정치관련 홈페이지 게시판에 글을 쓰거나 관련 정치인에게 이메일 보내기



(전혀 효과 없음)

(매우 효과적임)

온라인 토론방이나 트위터와 같은 소셜 미디어를 이용해 내 생각 전달하기



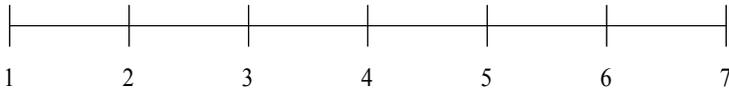
(전혀 효과 없음)

(매우 효과적임)

<다음 질문은 귀하의 정치의식에 대한 조사입니다.>

2. 다음은 기관 신뢰를 묻는 문항입니다.

귀하께서는 현 정부를 포함해서 역대 중앙정부(행정부)를 얼마나 신뢰하십니까?



(전혀 신뢰하지 않음)

(매우 신뢰함)

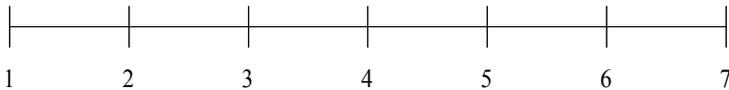
귀하께서는 소속되어 있는 광역자치단체(특별시, 직할시, 도 지역)나 기초자치단체(시군구)를 얼마나 신뢰하십니까?



(전혀 신뢰하지 않음)

(매우 신뢰함)

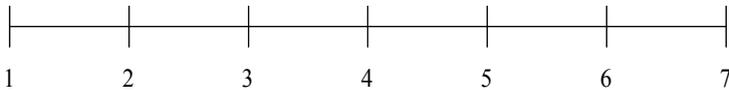
귀하께서는 정당과 국회(입법부)를 얼마나 신뢰하십니까?



(전혀 신뢰하지 않음)

(매우 신뢰함)

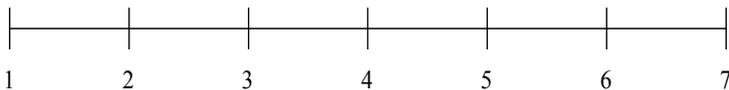
귀하께서는 시민단체를 얼마나 신뢰하십니까?



(전혀 신뢰하지 않음)

(매우 신뢰함)

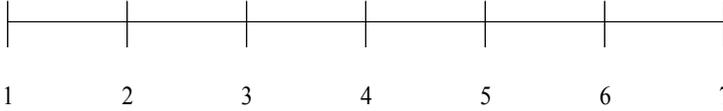
귀하께서는 우리사회의 다른 사람을 얼마나 신뢰하십니까?



(전혀 신뢰하지 않음)

(매우 신뢰함)

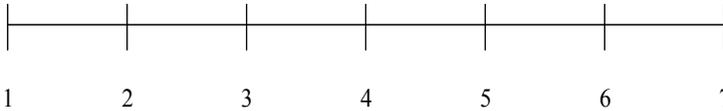
3. 귀하께서는 본인이 속한 공동체의 이익과 개인의 이익이 충돌할 경우 어느 쪽이 더 중요하다고 생각하십니까?



(개인이익이 더 중요)

(공동체이익이 더 중요)

4. 귀하는 정치 경제 등 커다란 사회이슈들은 너무 복잡하고 어렵기 때문에 정부나 정치인들에게 맡겨두는 편이 낫다는 의견에 얼마나 동의하십니까?



(전혀 동의하지 않는다)

(매우 동의한다)

5. 귀하는 민주주의 발전을 위해서 추구해야 할 중요한 가치가 무엇이라고 생각하십니까? 다음 중에서 2개만 골라주시기 바랍니다.

① 효율    ② 공정    ③ 자유    ④ 평등    ⑤ 대표    ⑥ 참여

6. 귀하는 다음 민주주의 모델 중 어느 것이 가장 바람직하다고 생각하십니까?

① 현재와 같은 대표자 중심의 대의민주주의 제도가 바람직하다.

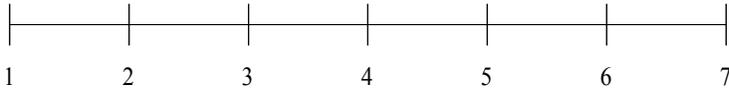
② 대표자가 결정은 하나, 시민의 참여가 확대되는 참여민주주의 제도가 바람직하다.

③ 시민들이 직접 정책을 결정하는 직접민주주의 제도가 바람직하다.

<다음 질문은 귀하의 인터넷 사용 행태에 대한 조사입니다.>

7. 귀하께서는 인터넷을 하루 평균 몇 시간 사용하십니까? ( )시간

8. TV, 신문, 인터넷 등에서 정치 및 사회관련 뉴스를 얼마나 자주 보십니까?

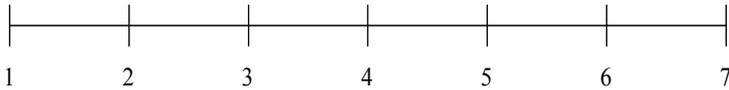


(전혀 읽지 않는다)

(매우 자주 읽는다)

9. 귀하는 다음 인터넷 서비스를 최근 1개월 동안 얼마나 자주 사용하였습니까?

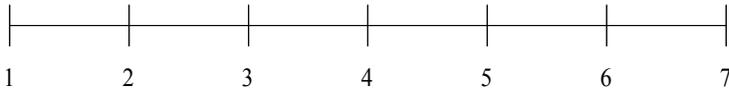
뉴스댓글이나 포털 게시판, 토론방



(전혀 없다)

(매우 자주)

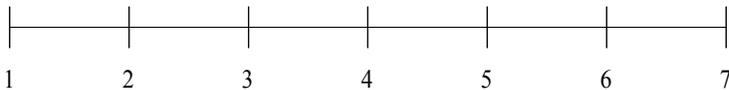
사이버 커뮤니티(카페)/블로그/싸이월드



(전혀 없다)

(매우 자주)

SNS: 페이스북/트위터/미투데이/카카오톡



(전혀 없다)

(매우 자주)

10. 귀하는 스마트폰을 사용하는지요?

- ① 아니오, 사용하고 있지 않습니다.
- ② 네, 사용하고 있습니다.

## 〈중앙정부 수준〉

11. 자유무역협정(FTA) 체결에 대해 산업 분야 간에 이해관계가 엇갈립니다. 예를 들면, 자동차나 반도체 등 제조업에는 이익이 되지만 반대로 농축산 분야에서 손해를 보게 됩니다. 이 경우, 다음 중 어떤 방식으로 결정하는 것이 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 전문성과 객관성이 필요한 사안이므로 정부가 주도적으로 결정해야 한다.
  - ② 국민을 대표하는 국회에서 결정해야 한다.
  - ③ 학계, 시민단체와 같은 전문가의 의견을 중심으로 결정해야 한다.
  - ④ 국민의 의견을 대변할 수 있는 여론조사, 공청회 등을 통해 결정한다.
  - ⑤ 국민 전체가 참여하는 국민투표로 결정해야 한다.
12. 한국군의 해외파병을 놓고 국익증진과 자국민 보호 간의 논란이 있습니다. 만약 추가 파병문제가 제기된다면 어떤 방식으로 결정되는 것이 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 전문성과 객관성이 필요한 사안이므로 정부가 주도적으로 결정해야 한다.
  - ② 국민을 대표하는 국회에서 결정해야 한다.
  - ③ 학계, 시민단체와 같은 전문가의 의견을 중심으로 결정해야 한다.
  - ④ 국민의 의견을 대변할 수 있는 여론조사, 공청회 등을 통해 결정한다.
  - ⑤ 국민 전체가 참여하는 국민투표로 결정해야 한다.
13. 한정된 예산규모로 인해 한 분야의 예산을 늘리면 다른 분야의 예산은 줄여야 합니다. 어떤 방식으로 결정되는 것이 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 전문성과 객관성이 필요한 사안이므로 정부가 주도적으로 결정해야 한다.
  - ② 국민을 대표하는 국회에서 결정해야 한다.
  - ③ 학계, 시민단체와 같은 전문가의 의견을 중심으로 결정해야 한다.
  - ④ 국민의 의견을 대변할 수 있는 여론조사, 공청회 등을 통해 결정한다.
  - ⑤ 국민 전체가 참여하는 국민투표로 결정해야 한다.

14. 4대강 개발 사업은 이명박 정부의 핵심적인 공약사업입니다. 그런데 야당과 환경단체의 반발도 만만치 않습니다. 이처럼 국가적인 중요한 의사결정은 어떤 방식으로 하는 것이 바람직하다고 생각하십니까?

- ① 전문성과 객관성이 필요한 사안이므로 정부가 주도적으로 결정해야 한다.
- ② 국민을 대표하는 국회에서 결정해야 한다.
- ③ 학계, 시민단체와 같은 전문가의 의견을 중심으로 결정해야 한다.
- ④ 이해당사자인 해당 지역 주민들의 의사에 따라 결정해야 한다.
- ⑤ 국민의 의견을 대변할 수 있는 여론조사, 공청회 등을 통해 결정한다.
- ⑥ 국민 전체가 참여하는 국민투표로 결정해야 한다.

15. 최근 의약품의 마트나 편의점 판매가 결정되었습니다. 이 결정은 어떤 방식으로 하는 것이 바람직하다고 생각하십니까?

- ① 전문성과 객관성이 필요한 사안이므로 정부가 주도적으로 결정해야 한다.
- ② 국민을 대표하는 국회에서 결정해야 한다.
- ③ 학계, 시민단체와 같은 전문가의 의견을 중심으로 결정해야 한다.
- ④ 의사협회, 약사협회, 제약사 등 이해당사자 단체에서 조율해서 결정해야 한다.
- ⑤ 국민건강과 편의를 위한 결정이므로 여론조사, 공청회 등을 통해 결정한다.

16. 국가적인 정책 의사결정을 하는 데 있어서 시민참여는 어느 단계에서 이루어지는 것이 바람직하다고 생각하십니까?

- ① 가급적 모든 국가정책은 국민투표를 통해 최종 결정하는 것이 바람직하다.
- ② 정책수립 단계에서부터 시민이 참여할 수 있는 기회를 주는 것이 바람직하다.
- ③ 정부가 만든 정책안에 대해서 공청회 등을 통한 시민의사 수렴이 바람직하다.
- ④ 전문성과 공익을 고려해야 할 사안이기 때문에 정부와 국회에서 결정하는 것이 바람직하다.

## 〈로컬 수준〉

17. 귀하가 살고 있는 지방 자치단체의 예산이 매년 결정됩니다. 시의 예산편성은 전문성과 이해관계를 조정할 수 있는 객관적인 시각이 요구됩니다. 다음 중 어떤 방식으로 결정되는 것이 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 전문성과 객관성이 필요한 사안이므로 지방정부가 주도적으로 결정해야 한다.
  - ② 시민을 대표하는 지방의회에서 결정해야 한다.
  - ③ 학계, 시민단체와 같은 전문가의 의견을 중심으로 결정해야 한다.
  - ④ 의견을 대변할 수 있는 여론조사, 공청회 등을 통해 결정한다.
  - ⑤ 이해당사자인 해당 지역 주민들의 의사에 따라 결정해야 한다.
18. 시의 예산을 결정하는 과정에서 시민들은 다음 과정 중 어느 단계에서 참여하는 것이 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 예산편성 단계부터 시민들이 참여해야 한다.
  - ② 의회에서 먼저 예산안을 만든 뒤에 의견수렴단계에서부터 시민들이 참여해야 한다.
  - ③ 최종 결정단계에서 주민 전체가 참여하는 주민투표로 결정해야 한다.
  - ④ 예산결정은 의회의 고유권한이기 때문에 의원들에게 맡겨야 한다.
19. 지방자치단체에서 쓰레기 매립장, 화장장과 같은 기피시설을 설치할 지역을 선정하려고 합니다. 이러한 시설은 시 전체를 위해서 반드시 필요하지만, 해당 지역 주민은 재산권과 생활권의 손해를 볼 수도 있습니다. 어떤 방식으로 결정되는 것이 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 전문성과 객관성이 필요한 사안이므로 지방정부가 주도적으로 결정해야 한다.
  - ② 시민을 대표하는 지방의회에서 결정해야 한다.
  - ③ 학계, 시민단체와 같은 전문가의 의견을 중심으로 결정해야 한다.
  - ④ 이해당사자인 해당 지역 주민들의 의사에 따라 결정해야 한다.

20. 쓰레기 매립장, 화장장과 같은 기피시설을 설치할 때, 다음 정책결정 과정 중 어느 단계에서 시민참여가 이루어지는 것이 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 후보지역을 찾는 단계부터 시민들이 참여해야 한다.
  - ② 시에서 후보지역을 선정한 후, 공청회를 통해 시민여론을 반영해야 한다.
  - ③ 최종 결정단계에서 주민 전체가 참여하는 주민투표로 결정해야 한다.
  - ④ 이해관계 조정이 쉽지 않기 때문에 시민들이 참여하는 것보다 시 의회나 시 정부에 맡겨두는 편이 낫다.
21. 지역발전에 도움이 되는 사업 유치를 위해 지방자치단체 간 경쟁이 치열합니다. 어떤 방식으로 결정하는 것이 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 국가적 사업이기 때문에 정부에서 결정하는 것이 바람직하다.
  - ② 학계, 시민단체와 같은 전문가로 구성된 선정위원회에서 결정하는 것이 바람직하다.
  - ③ 지방자치단체 간 협의를 통해 결정하는 것이 바람직하다.
  - ④ 국민투표로 결정해야 한다.
22. 무상급식 정책과 같이 시정부와 시의회가 충돌하는 경우 어떤 방식으로 결정하는 것이 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 지방자치단체 내부의 갈등이 있을 경우, 정부에서 결정하는 것이 바람직하다.
  - ② 지방자치단체 내부의 갈등이 있을 경우, 국회에서 결정하는 것이 바람직하다.
  - ③ 시 정부가 중심이 되어 결정하는 것이 바람직하다.
  - ④ 시 정부와 시 의회가 시간이 걸리더라도 조정과 합의를 이끌어 내야 한다.
  - ⑤ 예산과 관련된 사안은 시의회 고유의 권한이므로 시의회가 결정하는 것이 바람직하다.
  - ⑥ 학계, 시민단체 등 전문가로 구성된 위원회에서 결정하는 것이 바람직하다.
  - ⑦ 주민투표로 결정해야 한다.

〈생활과 연계된 시민참여와 관련된 의견입니다. 커뮤니티 수준〉

23. 아파트(또는 공동주택, 마을 운영) 관리비 편성과 집행은 전문성과 투명성이 요구됩니다. 관리비의 예산 편성이 어떤 방식으로 결정되는 것이 가장 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 관리사무소와 부녀회 등 집행부에서 결정한다.
  - ② 각동의 대표로 구성된 자치위원회에서 결정한다.
  - ③ 세무사, 변호사 등의 전문가로 구성된 외부 자문위원회에서 결정한다.
  - ④ 전체 주민 총회에서 결정한다.
24. 아파트나 동네의 조경이나 도색 등은 개인의 취향에 따라 선호가 다를 수 있습니다. 어떤 방식으로 결정되는 것이 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 관리사무소와 부녀회 등 집행부에서 결정한다.
  - ② 각동의 대표로 구성된 자치위원회에서 결정한다.
  - ③ 도시설계사, 조경전문가 등으로 구성된 외부 자문위원회에서 결정한다.
  - ④ 전체 주민 총회에서 결정한다.
25. 장애인이나 해외 이주노동자 자녀의 초등학교 입학 허용여부에 대해 논란이 많습니다. 어떤 방식으로 결정되는 것이 바람직하다고 생각하십니까?
- ① 교육청에서 결정하는 것이 바람직하다.
  - ② 해당 학교장이 결정하는 것이 바람직하다.
  - ③ 학부모회에서 결정하는 것이 바람직하다.
  - ④ 학생 전체투표에서 결정하는 것이 바람직하다.
26. 귀하는 어느 정당을 지지하십니까?
- |                |         |           |
|----------------|---------|-----------|
| ① 한나라당         | ② 민주당   | ③ 자유선진당   |
| ④ 미래희망연대(친박연대) | ⑤ 민주노동당 | ⑥ 창조한국당   |
| ⑦ 진보신당         | ⑧ 국민참여당 | ⑨ 지지정당 없음 |



## 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅲ) 시리즈 안내

- 11-01 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅲ) 총괄보고서(황주성, KISDI)
- 11-02 컨버전스 시대의 인간 실존 양상에 대한 인문학적 성찰(이종관, 성균관대)
- 11-03 스마트-소셜 시대의 민주주의와 거버넌스(류석진, 서강대)
- 11-04 컨버전스 미디어 기반 소통과 미래 경제구조의 변화(조남재, (사)한국데이터베이스학회)
- 11-05 미디어 융합과 사회질서의 재구성(김문조, 고려대)
- 11-06 디지털 컨버전스 시대의 문화적 전환과 미디어 다양성(백옥인, 서울과학기술대)
- 11-07 스마트 미디어 환경에서 이용자 정책(이호영, KISDI)
- 11-08 N스크린 환경에서 콘텐츠 이용경험과 미래정책이슈(이원태, KISDI)
- 11-09 컨버전스 미디어 서비스 시장의 안정적 발전을 위한 정책과제(손상영, KISDI)
- 11-10 멀티플랫폼 환경에서 디바이스간 융합이용과 정책이슈(황주성, KISDI)
- 11-11 디지털 컨버전스와 미래 네트워크 정책의 철학적 배경(손상영, KISDI)



디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅲ) 시리즈 11-03  
스마트-소셜 시대의 민주주의와 거버넌스

---

---

2011년 11월 일 인쇄  
2011년 11월 일 발행

발행인 김 동 욱  
발행처 정보통신정책연구원  
경기도 과천시 장군마을 3길 36(주암동)  
TEL: 570-4114 FAX: 579-4695~6

인쇄 인성문화  
ISBN 978-89-8242-915-6 94320  
ISBN 978-89-8242-912-5 (전11권)

---

---