

SNS와 한국 사회의 정치변동

조화순(연세대학교)

요즘 시민들은 디지털 기기를 이용한 소통에 열정적이다. 스마트폰을 사면서 트위터와 페이스북을 개설하고 소소한 일상을 친구들과 나눈다. 한동안 20대 대부분이 사용했던 싸이월드의 전통이 페이스북과 트위터를 사용하면서 다시 살아나고 있는 듯하다. 시민들은 트위터, 페이스북 같은 SNS를 통해 일상을 공유한다. 어떤 시민은 자신이 다이어트를 시작했다는 것을 친구들에게 알리며 다이어트 식단을 잘 지키고 있다는 인증샷을 팔로워들과 공유한다. 많은 트위터 팔로워들이 감탄과 응원의 멘션을 남겨준다. 한편 시민들은 전문가들의 트위터를 팔로잉하면서 관심 있는 주제에 대한 목소리를 듣고 사회적인 이슈에 대해서 관심을 가지기도 한다. 페이스북에서 친구들과 가벼운 대화를 나누면서도 트위터를 통해 서울 장충체육관에서 열리는 서울시장 야권 단일 후보 국민경선에 관심을 가진다. 페이스북에서 친구 관계를 맺고 있는 사람들 중 일부가 자신이 지지하는 후보를 위해 장충체육관으로 이동한다는 소식을 실시간으로 접하고 자신도 참여할지 망설인다.

2011년 현재, 우리의 일상은 말 그대로 눈 뜨는 순간부터 잠이 드는 순간까지 인터넷, 스마트폰 등 정보통신기술로 가득하다. 하루 종일 블로그, 카페, 트위터, 페이스북 등의 온라인 매체를 활용하는 양상은 최근 젊은 세대 사이에서 매우 흔한 일이 되었다. 방송통신위원회와 한국인터넷진흥원의 2010년 인터넷 이용실태 조사보고서에 따르면 인터넷 이용자의 65.7%가 SNS를 이용하고 있으며, 네티즌 10명 중 7명은 페이스북, 블로그 등을 주요 소통수단으로 이용한다. 이처럼 젊은 세대들을 중심으로 온라인 소셜네트워크는 이미 없어서는 안 될 정도로 일상생활 속에 파고들어 있다.

온라인 소셜네트워크는 우리 삶의 방식을 전반적으로 변화시키고 있다. 역사적으로 보았을 때 몇몇 기술은 우리 삶의 구조를 뿌리째 바꾸어 놓아 왔다. 과거에 구텐베르크의 금속 활자, 전화, 텔레비전, 컴퓨터의 등장이 사람들의 생활양식을 이전과는 완전히 다른 방식으로 변화시켰고 이는 결국 역

사변화의 획기적인 전환점이 되었다. 블로그, 카페, 트위터, 페이스북 등 새로운 소통 매체의 발달 역시 역사적 전환의 전조를 보이고 있다. 새로운 기술은 우리 삶의 가장 사소하고 일상적인 부분부터 정치, 경제, 사회, 문화를 아우르는 광범위한 전환을 이끌어내고 있다. 재미있는 것은 소셜네트워크를 사용하면서 지극히 일상적이고 개인적인 시민의 삶과 사회적이고 정치적인 삶이 뚜렷하게 구분되지 않게 되었다는 사실이다. 너무나 사소하고 일상적인 삶의 영역은 친구들은 물론, 만난 적도 없는 사람들에게까지 공유된다. 그런가 하면 사회적 이슈가 널리 공유되면서 과거에는 거창하게만 여겨졌던 사회적 이슈가 일상적으로 논의된다.

지난 10년 동안 정보기술의 발전에 기인한 커뮤니케이션의 변화는 정부, 시민사회 변화의 근본적인 원인이었다. 1990년대 이후 발달한 인터넷은 시민의 사이버 행동주의와 참여를 폭발적으로 증대시켜왔다. 인터넷은 다양한 이슈에 대해 정보 공유와 토론을 가능케 하고, 시공간적 제약을 넘어 참여를 가능하게 한다. 그런데 트위터, 페이스북으로 대표되는 현재의 SNS는 과거와는 구분되는 특성을 가지고 있다. 그동안 인터넷이 미디어로서 역할했다면 새로운 SNS는 탈집권적, 개방적 사회연결망 속에서 다양한 상호작용, 의사소통을 가능하게 한다. 페이스북은 개인의 관계에 주목하고 트위터는 각 개인들이 어떤 생각을 가지고 무엇을 하면서 살고 있는지를 알려 준다. 이로 인해 개인들이 보다 적극적으로 의제설정과 여론형성을 주도하고 있다. 조직되지 않은 시민들이 조직적인 힘을 행사해 사회와 정치를 바꾸는 힘을 발휘하고 있는 것이다.

카페에서 트위터까지: 사이버 공간 변천사

광복 이후 한국 사회 변화의 중심에 산업화와 민주화라는 목적이 내재되어 있었다면, 현대사회는 네트워크와 커뮤니케이션이 중심이 된 사회이다. 정보화는 지식, 정보의 생산과 전달 방식을 변화시키고 시민사회 변화의 직접적인 원인이 되고 있다. 정보기술의 발전은 시민을 네트워크로 연결하며 시민간의 의사소통과 사이버 공론장을 활성화시킨다. 정치 참여의 기회가 제한적이었던 일반 시민들은 정보기술의 발전으로 보다 쉽게 의견을 개진하고 공

통의 문제에 관심을 가지며 기존의 권력 구조에 도전해 왔다. 정보기술을 통해 연결된 거미줄 같은 네트워크 안에서 개인들은 하나의 연결점, 즉 ‘노드(node)’라 할 수 있다. 또한 그들의 네트워크는 ‘상호 링크된 노드의 세트(set)’로 정의된다. 네트워크 사회는 과거의 위계적이고 수직적인 체계와는 달리, 동일한 가치와 행동 방향, 목적을 가진 수많은 노드들끼리 연결되는 무한 확장의 구조를 보인다(Castells, 2000). 정보기술을 통해 시민들은 단순한 정보 수요자의 차원을 넘어서 공급자로서의 역할을 담당하고 이들의 네트워크는 참여의 기반이 된다.

정보기술의 발전과 더불어 한국의 시민사회는 변화해 왔다. 웹의 초기 모델이었던 인터넷 홈페이지나 인터넷 커뮤니티, 이메일 서비스는 이용자가 정치 정보를 제공받고, 의견을 게재하는 소통을 가능하게 했다. 초기 한국에서 시민들의 보편적 소통의 장소는 포털사이트의 카페 등 온라인 커뮤니티였다. 초기 카페는 회원 가입의 절차를 거친 사람들에게만 커뮤니케이션 공간을 제공하는 폐쇄적이고 배타적인 공간이었다. 그러나 온라인 커뮤니티가 인터넷 게시판이라는 새로운 커뮤니케이션 수단을 제공하기 시작하면서 시민들은 보다 자유롭게 의견을 교환하고 정치사회적 이슈를 토론했다. 개인이 비로소 게시판이라는 온라인 커뮤니티를 통해 불특정 대중과 관계를 형성하기 시작한 것이다. 이후 인터넷 카페는 싸이월드 서비스가 발전하며 보다 개인의 공간을 강조하는 방향으로 발전한다. 개인은 싸이월드에서 미니홈피를 만들고 일촌맺기와 일촌공개 설정을 통해 적극적으로 자신을 드러냄으로써 보다 많은 이들과 관계를 맺는다. 싸이월드의 이러한 특성은 직접적인 정치적, 사회적 참여와 행동을 일으키는 데에는 한계가 있었지만 정보를 제공하고 소통의 채널을 확보하는 데 적극적으로 활용되었다.

이후 블로그, 미니홈피, UCC 등의 보다 개인화된 웹 서비스는 정보의 개방과 시민사회의 네트워크 확대에 결정적인 기여를 했다. 블로그는 텍스트, 사진, 동영상 등 멀티미디어 콘텐츠를 활용하여 다양한 주제에 대한 자신의 견해와 의견을 표출하고 네티즌들끼리 교류할 수 있는 구조를 갖고 있다. 블로그는 1인 미디어로서 이슈에 대한 정보공유를 가능하게 할 뿐 아니라 문제 제기 기능까지 제공한다. 예를 들어 2005년 이동통신사의 데이터요금 문제를 제기한 ‘두호리’라는 네티즌은 자신의 블로그(<http://dooholee.com>)를 통

<표> 정보기술 환경 변화의 특징

단계	웹 3.0 단계	웹 2.0단계	웹 1.0 단계
차이점	트위터	블로그	인터넷 커뮤니티, 카페
정보 유형	단문텍스트, 링크	텍스트, 사진, 영상	텍스트, 사진, 영상
정보 특징	단순함, 개인적	복잡함, 전문적	복잡함, 일부 전문적
접속 수단	웹, 모바일	주로 웹	주로 웹
관계 형성	일방적	일방, 쌍방	가입
정보 확산 속도	매우 빠른 편	보통	카페 내 확산
이용률	인터넷 이용자의 65.7%(2010년)	인터넷 이용자의 58.1%(2008 기준)	카페수(200만 개)

자료: 황혜정(2009)에서 재구성.

해 데이터통화료가 과다하게 청구되는 사실을 블로그 포스팅을 통해 지적했다. 인터넷을 통해 공론화된 네티즌의 여론은 마침내 이동통신사들이 요금을 인하하도록 압박했다. 기존 언론매체가 다루지 못했던 이슈를 제기하여 변화를 이끌어냈던 이 사례는 1인 미디어로서 블로그가 가지고 있는 특성을 잘 보여준다.

한편 최근에는 스마트폰을 이용해 무선인터넷을 기반으로 컴퓨터를 이용하지 않고서도 언제 어디서나 실시간으로 SNS를 통한 의사소통이 가능해졌다. 스마트폰 사용자의 증가는 웹을 단순한 검색 수단이 아닌 의사 표현, 정보 공유, 상호 교류의 커뮤니케이션 공간으로 변화시킨다. 스마트폰의 보급은 특히 트위터의 위상 변화에 큰 영향을 미쳤다. 트위터가 가장 강점을 지니는 부분은 정보 생산과 전달의 단순성으로 정리할 수 있다. 따라서 스마트폰을 사용하는 경우 웹 기반의 블로그나 카페에 비해서 접근이 용이하며, 빠르게 이용자들을 연결할 수 있다. 이러한 특성에 기반하여 트위터는 유명인과 일반인 간의 소통, 기업의 홍보, 정치인들의 의견개제와 유권자들 간의 소통, 각종 사건과 이슈에 대한 즉시적인 정보 전파 등의 장을 제공하면서 전 세계적으로 이용이 확대되고 있다. SNS는 ‘명령과 관리(command and

control)’를 중요시했던 커뮤니케이션 패러다임을 ‘관여와 장려(engage and encourage)’를 강조하는 패러다임으로 변화시켰다(Hobson, 2006).

SNS라는 새로운 커뮤니케이션 수단은 개인화된 정보매체의 발전에 걸맞게 정치 참여를 일상화시키고 현실 정치와 사회에 더욱 복잡하고 지대한 영향력을 미치고 있다. SNS는 사용이 간단하고 편리하며, 다양한 접속경로를 보유하고 있고, 비용이 거의 들지 않는다는 특징을 가진다. SNS를 이용한 커뮤니케이션과 네트워킹은 연속적으로 빠르게 이루어지기 때문에 누구나 쉽게 접근할 수 있고 효율적이며 네트워크 안에서 이리저리 이동하는 일이 매우 쉽다. SNS는 시민들 간 혹은 기존 미디어와의 정보 교류를 가능케 해 시민들이 정보의 생산자 혹은 중계자로서의 잠재성을 극대화할 수 있게 만든다. 인스턴트 메신저와 트위터, 페이스북 등의 소셜미디어들은 텍스트뿐만 아니라 이미지나 동영상 등 다양한 형태의 메시지들을 빠른 속도로 순환시켜 영향력을 확대한다.

SNS의 발달은 시민의 일상적인 삶뿐만 아니라 시민사회의 근본적인 구조, 참여의 형태를 재편시킨다. SNS의 사용 영역이 확장됨에 따라 기존의 홈페이지, 카페와 같은 사이버 공간의 역할은 축소되고 시민 간 네트워킹은 더욱 극대화되면서 시민사회가 변화하고 있다. 모바일 기반의 온라인 공간은 실시간적 접속과 담론 형성을 가능케 함으로써 기존의 정치권력과 언론이 독점하고 있던 정치의제 설정 기능을 분권화시킨다. 또한 시민사회의 동원 측면에서도 기존에는 시민단체들이 주도적 역할을 했던 것과 달리 개개인으로 분절된 행위자들의 역할이 더욱 중요시되는 추세이다.

SNS의 등장은 미국 민주당과 공화당 전당대회와 같은 대규모 집회, 중동의 민주화, 일본 대지진 사태와 같은 긴급 상황에서 즉시적인 참여를 가능하게 한다. 뿐만 아니라 기존의 정치 영역 외에도 사회운동과 시위 등 새로운 형태의 사회 참여 영역에서도 그 영향력을 발휘하고 있다.

개인적 삶의 사회화: 일상과 정보를 공유하다

변화는 일상적 삶에서부터 시작되고 있다. 트위터와 페이스북에는 사람들이 포스팅한 온갖 사소한 일상들이 넘쳐난다. 아침 인사를 하는 사람이 있는가

하면 과제가 너무 많아 피곤하다고 글을 남기는 대학생도 있다. 그야말로 시시콜콜한 자신의 일상을 짧게 남겨 사람들과 공유하는 것이다.

특히 트위터의 경우는 올릴 수 있는 글자의 수를 140자로 제한함으로써 단문의 트윗을 남기는 것도 지극히 자연스러운 현상으로 자리 잡았다. 글자 수의 제한이 없다는 것은 자신이 원하는 만큼 자유롭게 글을 쓸 수 있다는 긍정적 가능성으로 작용할 수도 있지만 한편으로는 충분한 길이가 될 만큼의 내용을 써야한다는 부담감으로 다가오기도 한다. 따라서 트위터에는 굳이 거창한 내용을 쓸 필요가 없다는 사실이 사람들로 하여금 글쓰기에 대한 부담을 덜어주고 사소한 일상을 트윗으로 공유할 수 있는 것이다. “아침을 못 먹고 나왔더니 배고프다. 지금 배고프신 분?” “드디어 퇴근! 오늘 하루 다들 수고하셨어요” 등 별 내용 없이 거의 혼잣말에 가까운 트윗을 남길 수 있다는 것, 그것은 분명 트위터의 매력이다.

또 다른 SNS인 페이스북은 트위터와는 조금 다른 양상으로 일상 공유가 이루어진다. 오로지 140자의 글만 직접 포스팅할 수 있고 사진이나 동영상 등은 URL 링크를 통해 올려야하는 트위터와는 달리 페이스북에서는 멀티미디어를 활용한 다양한 내용을 보다 쉽게 업로드할 수 있다. 따라서 트위터에 서처럼 글로 자신의 하루를 공유하는 경우도 많지만 오늘 먹은 저녁 식사를 찍은 사진이나 친구들과 여행을 가서 찍은 동영상 등을 포스팅하는 사람들도 많다. 또한 페이스북 내의 별도의 어플리케이션들을 활용해 자신이 원하는 방식으로 일상을 공유할 수 있다. 오늘 본 공연 티켓 사진과 함께 내가 그 공연을 보고 왔음을 ‘인증’하기도 하고 위치기반 서비스인 ‘포스퀘어’와 연동하여 자신이 어디에서 점심을 먹고 있는지를 정확한 위치와 함께 공유할 수 있다.

트위터, 페이스북 등 새로운 방식의 SNS는 기존의 온라인 공간인 블로그와는 비슷하면서도 매우 다른 양상을 보여준다. 블로그에서 일반인이 트위터에서와 같은 무의미한 말들을 포스팅한다면 그 블로그는 아마 일기장처럼 혼자 끼적대는 공간으로밖에 기능하지 못할 것이다. 어떤 사람의 블로그를 방문할 때 우리는 그 사람의 일기장이 궁금한 것이 아니라 그 사람이 가지고 있는 정보나 특별한 경험에 대한 후기, 혹은 이슈에 대한 잘 정리된 견해를 궁금해 하기 때문이다. 따라서 연예인이나 유명인사가 아닌 이상 현재의 트

위터나 페이스북에서 하듯이 블로그에 짧은 안부 인사나 셀카 한 장을 달랑 올려놓지는 않을 것이다. 그러나 트위터에선 “밥 먹었어요?”라는 짧은 인사에도 팔로워들이 댓글을 통해 반응을 보여준다.

특히 스마트폰의 상용화에 따라 SNS를 통해 이처럼 사소한 일상을 공유하는 일이 매우 흔해졌다. 기존의 소셜미디어인 블로그, 카페 등이 컴퓨터를 주요 매개로 하여 돌아갔다면, 현재의 트위터와 페이스북은 스마트폰을 중심으로 운영된다. 스마트폰 보급 이전과 이후의 트위터, 페이스북의 모습을 비교해보면 이러한 특성은 더욱 분명하게 나타난다. 트위터는 지금까지 많은 사람들이 활발하게 이용하는 서비스는 아니었으며 페이스북은 마치 한국의 싸이월드와 유사한 모습으로 운영되고 있었다. 특히 페이스북은 기본적으로 자신이 속한 학교나 조직의 이메일 계정을 요구함으로써 오프라인 현실에서 개인이 속해있던 네트워크를 온라인으로 옮겨온 것 같은 모습이었다. 또한 사진이나 동영상 업로드가 가능하기 때문에 여행이나 파티와 같이 특별한 경험들을 친구들과 공유하는 용도로 많이 사용되었다.

그러나 많은 젊은이들이 스마트폰을 사용하게 되면서 트위터와 페이스북은 그야말로 엄청난 변화를 보여주었다. 트위터와 페이스북의 운영 방식과 기본적인 틀은 이전과 거의 달라진 것이 없으나 이를 사용하는 개인들의 행태가 획기적으로 변화된 것이다. 특히 이러한 변화는 트위터에서 극명하게 드러난다. 140자로 제한되는 트위터의 단문 중심 콘텐츠 구성은 스마트폰으로 이용하기에 매우 적절하다(홍삼열·오재철, 2010). 만약 스마트폰으로 블로그 포스팅을 작성한다고 생각해보자. 작은 화면과 자판을 사용해 사진을 10장 정도 올리고 그 사진마다 두세 줄의 글을 설명으로 달고……. 이쯤 되면 블로그 포스팅은 재미있는 취미생활이 아니라 엄청나게 피곤한 일이 되어버릴 것이다. 그러나 트위터는 다르다. 애초에 140자라는 제한이 미국의 문자메시지(SMS) 글자 수에 맞춰 정해진 것이기 때문에 스마트폰으로도 꽤 쉽게 쓸 만한 양이다. 스마트폰을 통해 글을 남길 때, 제한된 글자 수는 더 이상 족쇄가 아니라 짧은 글을 쓸 수 있는 자유를 의미한다.

또한 스마트폰이 제공하는 신속성과 기동성 역시 트위터, 페이스북 등 새로운 형태의 소셜네트워크 서비스가 부흥하는 데 큰 힘이 되었다. 컴퓨터를 늘 가지고 다니는 사람은 많지 않지만 스마트폰을 분신처럼 가지고 다니는 사

람들은 많다. 특히 한국처럼 무선인터넷인 와이파이(WIFI)가 시쳇말로 ‘잘 터지는’ 환경에서는 말 그대로 ‘언제, 어디서나’ 빠르게 트윗을 남기고 페이스북 포스팅을 할 수 있다. 이것은 실로 혁명적인 변화였다. 원한다면 하루 종일의 일상을 트위터와 페이스북을 통해 공유할 수 있게 된 것이다. 어떤 직장인이 퇴근길에 지하철에서 노트북을 꺼내들고 “야근했어요. 지금 너무 줄리네요.”라는 글을 남길까? 그러나 스마트폰의 트위터, 페이스북 어플리케이션을 켜고 같은 글을 남기는 직장인들은 정말 많다. 스마트폰과 SNS, 그야말로 서로에게 최적화된 기술이 아닐 수 없다. 스마트폰은 SNS를 통해 개인적이고 내밀한 사생활을 사회적으로 공유하는 행위를 매우 자연스럽게 만들고 있는 것이다.

SNS의 보편화로 인해 유용한 정보를 공유하는 형식의 온라인 활동도 풍부하게 이루어지고 있다. 기존의 카페나 블로그가 특정 분야의 심화된 정보를 나누는 공간으로 주로 기능한다면 트위터 등의 SNS는 중요한 생활 정보들을 실시간으로 확산시키고 공유하는 역할을 많이 한다. 특히 날씨나 교통 상황 등 라디오, 텔레비전 등의 매체에서는 신속하게 접하기 힘든 정보들이 실시간으로 공유되는 경우에 그 힘이 발휘된다. 2011년 여름, 기록적인 규모의 수해가 한국에서 발생했을 때에도 트위터와 페이스북 등의 SNS는 실시간 정보를 공유하는 장으로 기능했다. 평소 수해가 잘 발생하지 않았던 서울과 수도권 지역에 피해가 집중되면서 기성 언론들이 우왕좌왕하는 사이 시민들은 자신의 트위터와 페이스북 계정에 동네 도로가 침수된 사진, 사람들이 엄청난 속도의 물에 휩쓸려 떠내려가는 동영상 등을 올려 상황의 심각성을 알렸다. 또한 단전, 단수 등으로 인한 어려움을 말하거나 교통마비로 인해 도로에 갇혀버린 상황 등을 트위터를 통해 전달하면서 도움을 호소했다. 기성 언론은 오히려 이러한 시민들의 정보를 취합해 보도와 기사를 구성하는 등 긴급한 정보를 전달함에 있어서 SNS가 얼마나 거대한 영향력을 발휘할 수 있는지를 체감하게 했다.

사회적 참여의 개인화

SNS의 발달은 개인적인 삶을 사회적으로 공유하도록 만들기도 했지만 개인

의 사회적 삶이라고 할 수 있는 시민 참여의 영역을 매우 개인화했다. 시민 사회가 관심을 갖는 이슈들은 민주화, 민족주의와 같은 거대 담론에서 급식 문제, 등록금 문제 등 개인의 삶과 직접적으로 연결된 정책들로 변화했다. 또한 과거에는 폭력적 투쟁이 시민 참여의 전형적 패턴이었다면 현재의 시민 참여는 재미있는 놀이처럼 이루어진다. 시민사회 동원의 주체 역시 위계적 조직인 시민단체보다는 자신의 관심사에 따라 움직이는 개인들로 변화하고 있는 추세이다.

이제 시민은 매우 다양한 정체성과 이익을 가진 개인들이다. 이들은 누구의 주도 아래 모이는 것이 아니라 참여 자체가 자발적이고 비조직적이다. 이들은 과거의 연고주의적 가치관이 아니라 개인주의적이고 자유주의적인 성향을 보인다. 이러한 시민은 대의제 민주주의의 한계 속에서 사회를 변혁시킬 수 있는 새로운 세력이다. 이를 비르노(Paolo Virno)는 ‘다중(multitude)’ (Virno, 2004)이라 부른다. 기존에 시민 참여를 주도하던 세력은 다중보다는 ‘공중(public)’에 가까웠다. 공중은 뚜렷한 공통의 목표를 가지고 있으며 매우 체계적인 조직으로 결집한다. 공중이 유사한 정체성과 목적을 바탕으로 계획에 따라 참여를 주도하는 데 비해 다중은 우발적, 감성적, 비조직적으로 행동한다.

이슈의 변화: 거대 담론에서 생활 정치로

시민들은 보다 세분화되고 일상적인 이슈를 사회의제화하는 경향을 보인다. 요즘 시민들은 거시적이고 이념적인 이슈보다는 자신들의 삶을 직접적으로 개선할 수 있는 정치를 원한다. 미국산 쇠고기 수입을 반대하거나, 우리 동네에 쓰레기 소각장이나 핵폐기물 처리장이 만들어지는 것을 반대하며 시위에 참가한다. 과거 민주화운동에서처럼 거대 담론이 아니라 생활에서 접하는 공동체 이슈, 지역 이슈를 가지고 정치적인 이슈로 제기하고자 한다. 비정치적 공동체를 통해 관심이 가는 이슈에 참여하는 ‘생활정치(life politics)’의 시대가 온 것이다.

생활정치라는 개념은 지난 2010년 6·2 지방선거 등을 거치며 정치권과 시민사회에서 화두로 떠올랐다. ‘생활 밀착형 정책’에 관한 정치를 의미하는 생

활정치는 정치/사회 엘리트들을 중심으로 일방적으로 이루어져 온 기존의 정치와 달리 아래로부터의 요구이다. 생활정치의 특성은 시민들이 자신들과 직접적으로 연관된 개인적 삶의 영역에서 느끼는 문제들을 직접 제기하고 적극적인 참여를 통해 이를 구체적인 정책으로 실현시키고자 하는 것이다. 따라서 생활정치는 복지와 환경, 여성, 고용문제 등에 대한 다양한 이슈를 바탕으로 참여와 자치의 가치를 통해 소통과 공공성을 강화함으로써 삶의 질을 향상시키고자 하는 목적을 가지고 있다.

개인적인 삶의 이슈들을 사회적으로 공론화시키는 생활정치의 특성은 개인화된 매체인 SNS를 활용하면서 더욱 증폭되고 있다. 또한 다른 한편으로는 이러한 생활정치의 대두로 인해 보다 많은 사람들이 적극적으로 SNS를 사용하게 되는 순환적 구조가 생겨나고 있다. 생활정치는 시민단체들을 중심으로 한 기존의 어젠다 형성 정치와는 다르다. 시민단체들이 각 단체마다 대표하는 명확한 이해관계와 목표를 갖고 전문성과 결집력을 바탕으로 목표를 관철시키는 방식으로 정치에 참여했다면 생활정치 이슈에서는 보다 개인적이고 산발적인 참여의 패턴이 드러난다. 시민단체들은 생활 정치에 대한 일반 시민들의 관심이 높아지자 이러한 이슈들을 일반 시민들과 함께 고민하고 이들의 참여를 돕는 새로운 역할을 맡게 되었다.

서울시 무상급식과 관련한 주민투표가 생활정치의 대표적 예이다. 시민들은 매우 구체적이고 생활과 밀접한 연관이 있는 이슈인 아이들 급식 문제에 높은 관심을 보였다. 무상급식 논란은 주민투표의 투표율이 33.3%에 미치지 못할 경우 투표 자체가 무효화되는 원칙 때문에 여야 의원들은 물론 사회 각계의 전문가, 시민단체, 그리고 일반 시민들까지 트위터에서 주민투표 찬반 주장을 경쟁적으로 펼쳤다. 무상급식 이슈가 기존의 정치적 논란들과 가장 차별화되었던 이유는 트위터에서의 시민 참여가 기성 정치권이나 시민단체들로 하여금 온라인을 통한 정치적 논쟁의 방법을 택하도록 만들었다는 점이다. 무상급식 주민투표에 대한 일반 시민들 간의 온라인 논쟁이 격화되자 여야 의원들은 주민투표 참여, 혹은 불참을 독려하는 트윗을 앞 다투어 남겼으며 각 진영을 지지하는 시민단체들도 트위터를 통해 시민들과 소통했다. 투표 불참을 지지하는 ‘나쁜투표거부시민운동본부’의 경우 블로그를 개설해 자세한 사항들을 시민들이 쉽게 접할 수 있도록 하는 한편 트위터에서도

개별 시민들과 직접 접촉하면서 시민들에게 투표 불참을 호소했다. 한편 단계적 무상급식을 지지하는 측인 ‘복지포폴리즘추방국민운동본부’ 측 역시 1인당 10사람 투표 독려 이메일 보내기, 페이스북과 블로그 등을 통해 투표에 참여해야 하는 이유와 참여 방법 홍보하기 등 온라인 소셜네트워크를 적극 활용하는 모습을 보였다. 또한 복지 문제 관련 전문가들은 자신의 블로그에 급식 문제에 대한 견해를 밝히고 이를 트윗으로 링크했다. 이 과정에서 전문가들은 국민들에게 무상급식 문제를 단순히 여야의 정치적 다툼으로 보고 무관심할 것이 아니라 복지의 문제로 고민해야 할 사안이라는 점을 인식시키기도 했다. 이처럼 정치권과 시민단체들, 전문가들이 온라인 공간에서 공방전을 펼치자 시민들은 또 다시 이러한 내용들을 링크로 인용하고 리트윗하면서 무상급식 주민 투표 논란의 주 무대를 온라인 공간으로 전환시켰던 것이다.

무상급식과 함께 생활정치를 대표하는 의제는 반값 등록금 이슈이다. 과도한 등록금 인상이 가계에 커다란 부담으로 작용하고 있으며 학자금 대출로 인해 대학생 신용불량자 수가 1만여 명을 넘어서고 있다는 주장이 제기된 것이다. 대학가에서는 이미 몇 해 전부터 총학생회를 중심으로 등록금 인상 저지 및 동결, 장학금 혜택 확대 등을 위한 활동이 지속적으로 이루어져 왔다. 그러나 SNS를 통해 반값 등록금 이슈가 적극 홍보되면서 새로운 국면을 맞게 되었다. 반값 등록금 운동은 대학교육의 소비자로만 머물던 대학생들이 등록금 문제를 사회적 의제화하고 행동에 나섰다라는 점에서 특징이 있다. 과거의 학생회와 같이 민주와 민족, 통일과 같은 거대 가치를 추구하는 것이 아닌 대학생 모두에게 가장 현실적이며 심각한 문제로 나타나고 있는 등록금 문제를 대학의 문제로 인식하며 해결을 촉구하는 생활 밀착형 정치의 특성을 보이고 있는 것이다.

무상급식과 반값 등록금으로 대표되는 생활정치의 구체적인 사례들은 기득권을 가진 시민단체들이 중심이 되어 집단적인 이해관계 속에서 이슈를 형성하고 제기했던 과거와 달리 시민 개개인이 공감할 수 있는 생활 속의 이슈들이 사회의 중심적인 의제로 제기되는 변화를 잘 보여준다. 그리고 이러한 변화의 양상은 주류 매스미디어나 기존의 시민단체 조직들을 통해 전파되고 확산되기보다는 시민 개개인들이 선택적, 분절적으로 연결되어 있는 트

위터 등의 SNS를 통해 파급력을 갖는다. SNS는 기존의 미디어에서 소외될 수 있었던 작은 목소리도 자유롭게 제기할 수 있으며, 이것이 익명의 대중에게 공감을 획득할 경우 사회적 의제로까지 확대될 수 있는 가능성을 보여준다.

SNS는 사회적 이슈의 형성과 확산 패턴에까지 지대한 영향을 미치고 있다. SNS는 약한 정체성(identity)을 가진 시민들이 서로 유사한 의견과 정체성을 가진 개인 혹은 집단과 약한 유대관계를 형성해 정치적 영향력을 증대시킨다. 인터넷이 제공하는 공간 속에서 개인들은 마치 ‘분자운동’을 하는 분자들과 같이 일상적인 문제를 통해 기존 사회의 권력에 대응해 나간다. 생활정치 이슈는 이처럼 SNS와 결합되어 시민사회에 근본적인 변화를 가져오고 있다(가타리, 1999).

참여 패턴의 변화: 투쟁에서 놀이로

온라인 소셜네트워크는 무엇이든 재미있게 승화되는 공간이다. 이러한 특성은 시민의 정치, 사회적 참여 면에서도 확연히 드러난다. 이전에는 ‘시민 참여’라고 하면 거창하고 숭고한 목표를 앞세우는 것이 대세였지만 SNS는 같은 일을 재미있게 놀면서 할 수 있는 분위기를 조성한다. 이전의 시민운동이 투쟁을 특징으로 했다면, SNS를 활용한 시민 참여는 의견을 공유하는 사람들끼리 즐겁게 대화하고 그 대화를 통해 새로운 지향점을 함께 만들어가는 유희이다.

이와 같은 변화를 확실하게 느낄 수 있는 재미있는 일화가 있다. 할리우드 배우인 애쉬튼 커처(Ashton Kutcher)는 자신을 팔로우하는 팔로워 수가 미국 거대 언론인 CNN의 팔로워 수와 비슷하다면서 CNN 속보 계정과 자신 중 누가 먼저 100만 명의 팔로워를 확보할 것인지 경쟁하자고 제안했다. 또한 만약 자신이 이 내기에서 이길 경우 실천할 공약으로 CNN의 창업자인 테드 터너(Ted Turner) 집에 가서 초인종을 누르고 도망가는 장난을 치는 것, 팔로워 100만 명에게 인기 게임인 ‘기타 히어로(Guitar Hero)’를 무료로 제공하는 것, 그리고 마지막으로 아프리카 말라리아 방지를 위해 자선 단체에 10만 달러와 모기장 1만 장을 기부할 것임을 밝혔다. CNN은 이 유희한

도전을 받아들였고, 사상 초유의 팔로워 확보 경쟁이 벌어졌다. 애쉬튼 커처는 CNN보다 30분가량 먼저 팔로워 100만 명을 확보하는 기염을 토했다. 이 경쟁에서 승리한 커처는 약속대로 기부를 실천했다.¹⁾

그런데 만약 그가 트위터에서 왕성하게 활동하는 사람이 아니었다면 이 기금과 모기장은 어떤 식으로 기부되었을까? 그동안 많은 할리우드 배우들이 그러했듯이 아마도 그는 기자들을 모아놓고 자선단체의 로고를 배경 삼아 환한 미소를 짓는 기념사진을 찍으면서 기부를 했을 것이다. 그리고 인터뷰에서는 얼마나 많은 아프리카 어린이들이 말라리아로 인해 고통 받고 있는지를 말하며 많은 사람들이 모기장 보내기 캠페인에 동참해줘야 한다고 짐짓 심각한 표정으로 호소했을 것이다. 그러나 트위터 팔로워 확보 경쟁이라는 재미있는 ‘놀이’의 방식을 택함으로써 결과적으로 커처는 많은 시민들이 말라리아 예방을 위한 캠페인에 관심을 가지고 간접적으로 참여할 수 있도록 만든 것이다. 텔레비전 광고를 통해 병에 걸려 바짝 마른 아프리카 어린이들을 보여주고 기부 참여를 눈물로 호소하는 방식보다 훨씬 가볍고 장난스럽지만 결과적으로는 굉장한 규모의 참여를 이끌어냈다.

다중은 조직적이거나 위계적인 참여가 아니라 매우 자유롭고 우발적인 참여를 한다. 이러한 다중의 특성은 ‘플래시몹(flashmob)’에 잘 드러난다. 플래시몹이란 문자나 SNS를 통해 불특정 다수가 약속 장소와 시간을 정하고 불과 몇 초에서 몇 분의 짧은 시간 동안 우스꽝스럽고 황당한 행동을 하고 흩어지는 행위이다. 초기에는 호텔 로비에 모여 다 같이 박수를 치는 등 아무 의미 없는 플래시몹이 많았다면 이제는 플래시몹이 시민 참여의 또 다른 방식으로 변모하고 있다. 광복절이었던 2011년 8월 15일 오후 5시, 서울 중구 명동예술극장 앞에서는 200여 명의 사람들이 모여 한복을 입고 “대한민국,” “아름다운 독도” 등의 구호를 외치고 가수 김장훈의 노래인 <다시 한 번 대한민국>을 부르면서 같은 율동을 하는 플래시몹을 벌였다. 같은 시간 서울, 부산, 대구, 광주, 대전, 울산, 창원, 전주 등 8개 도시에서 이뤄진 이 플래시몹 이벤트는 애초에 영남대학교 학생들이 대구, 경북 지역을 중심으로 기획하던 것이었다. 그런데 이 정보가 주요 포털사이트의 게시판과 SNS를 통해

1) CNN Tech, “Ashton Kutcher fulfills promise, pranks CNN.” May 14, 2009. http://articles.cnn.com/2009-05-14/tech/cnn.kutcher.prank_1_cnn-founder-ted-turner-micro-blogging-prank?_s=PM:TECH

화제가 되면서 전국의 시민들이 자발적으로 참여하는 행사로 확대되었다. 독도 영유권 문제로 한국과 일본 정부가 첨예하게 대립을 하고 있는 상황에서 시민들은 피켓을 들고 일본 대사관 앞에서 시위를 하는 대신 재미있고 유쾌한 플래시몹을 통해 시민 참여의 새로운 모습을 보여주었다. 이처럼 시민들은 SNS를 활용해 감동과 재미, 자율과 참여를 추구하며 이슈에 따라 이합집산을 거듭한다.

주체의 변화: 시민단체에서 개인으로

인터넷의 발달이 과거의 정당, 결사체, 연고 집단 등 폐쇄적인 구성원 중심으로 시민들의 집단적 정치 참여를 촉진해 왔다면, 보다 유동적인 온라인 기반 기술의 발전은 시민 참여를 개개인의 분산적이고 다원적인 형태로 변모시키고 있다. 시민사회의 변화 면에서 특히 트위터, 페이스북 등 새로운 형태의 SNS에 더욱 주목할 필요가 있다. 트위터는 한층 개인화된 정보기기를 통한 참여를 가능케 한다. 트위터를 통해 시민들은 공식적 정보를 액면 그대로 받아들이기보다 정보를 적극적이고 능동적으로 재해석한다. 인터넷 토론방의 게시물에 대해 댓글, 덧글, 찬반투표를 통해 의견개진을 해온 시민들은 이제 정부, 국회 등의 형식적인 정치체도에 대한 불신을 시민들 간의 직접적인 소통을 통해 표현한다. 특히 극도로 개인화된 기기인 스마트폰이 확산됨에 따라 SNS를 통한 원활한 실시간 커뮤니케이션과 신속한 정보의 확산을 가능케하면서 정치 커뮤니케이션의 특성 및 참여 유형까지 변화한 것이다.

트위터나 페이스북에서는 정보가 순식간에 거대한 네트워크로 퍼져나갈 수 있다는 점에서 시민 참여의 주도적 매개가 된다. 페이스북은 단순히 글이나 사진을 올리는 것 외에도 이벤트를 직접 만들고 자신의 친구들을 초대하는 기능을 제공한다. 파티나 친목 모임과 같이 이미 오프라인상에서도 알고 있는 사람들에게 일종의 온라인 초대장을 주는 경우도 많지만 학교나 지역, 사회 등에서 이슈가 되는 문제에 관련한 행사를 기획하고 홍보하는 역할도 한다. 예를 들어 2007년 미국 캘리포니아 주 버클리 주민들은 지역 내에 오래된 나무들을 베어내려는 시 당국의 결정에 반발하며 페이스북을 활용한 행사를 기획한다. 학생들과 시민들은 페이스북에 문제점을 알리는 페이지를 개

설하고 나무숲을 베어내는 날에 숲을 점유하여 계획을 무산시키자는 이벤트를 기획했다. 캘리포니아 주립대 네트워크와 버클리 지역 네트워크를 중심으로 사람들이 초대되었는데, 처음 이벤트를 기획한 사람들이 자신의 친구들을, 이 초대를 받은 사람들 중 이벤트의 취지에 공감하는 사람들이 또 다시 자신의 친구들을 초대하는 방식으로 정보가 빠르게 확산되었다. 또한 직접적으로 초대되지 않은 경우에도 자신의 친구들 중 누군가가 이 이벤트에 ‘참석하겠다(I’m attending)’는 버튼을 클릭한 사실을 페이스북 홈페이지에서 볼 수 있기 때문에 간접적인 홍보도 가능했다. 실제 약속된 날 여러 학생들과 시민들이 몰려와서 나무 위에 올라앉거나 나무 밑동에 진을 치고 앉아 기타를 치고 노래를 부르며 하루 종일 숲을 점유하는 바람에 예정됐던 벌목은 이루어지지 못했다.

시민의 참여를 증진시키는 능력에 있어서 페이스북보다 더 큰 위력을 발휘하는 것은 트위터이다. 트위터가 그러한 힘을 가질 수 있는 원천은 ‘리트윗(ReTweet)’ 기능이라 할 수 있다. 리트윗이란 다른 사람이 남긴 트윗을 그대로 인용해서 자신의 트위터에 쓰는 행위를 말한다. 인용한 내용에 대해 자신의 생각을 덧붙일 수도 있지만 리트윗의 기본적 기능은 타인의 트윗을 인용함으로써 그 내용을 자신의 팔로워들과도 공유하는 것이다. 트위터를 사용하는 사람의 숫자는 그리 많지 않지만 트위터 내 정보 확산의 속도가 빠른 것은 이러한 리트윗 기능의 위력 덕분이다. 예컨대 내가 강남역에서 어떤 플래시몹 이벤트를 하고 싶어서 이를 홍보하는 내용의 트윗을 남긴다고 가정해보자. 만약 내가 100명의 팔로워를 확보하고 있다면 그들은 이런 나의 트윗을 동시에 읽을 수 있다. 그런데 그 100명 중 다섯 명 정도가 이 트윗이 흥미롭다고 여기고 이를 리트윗한다고 하면 이들 다섯 명 각자의 팔로워들 역시 이 내용을 빠르게 접할 수 있다. 다섯 명이 각각 100명의 팔로워를 가지고 있고 그 팔로워들이 겹치지 않는다고 가정하면 리트윗 한 번 만에 이미 나의 트윗을 읽은 사람이 600명에 달한다. 그리고 이들 중 또 몇 명이 이 내용을 리트윗한다면 강남역 플래시몹 이벤트에 대한 정보를 접한 사람은 기하급수적으로 증가하게 되는 것이다. 이는 마치 입소문이 급속도로 퍼져가는 모습과도 유사하다.

SNS를 이용하는 개인들은 더 이상 과거와 같은 강력한 조직력을 가진 오

프라인 단체나 기구에 의해 구속되어 있지 않기 때문에 평소에는 사회적 이슈나 사건들에 대해 무관심하고 결속력이 약한 것처럼 보일 수도 있다. 하지만 자신이 관심과 흥미를 가지고 있고 의미와 보람을 찾을 수 있는 이슈나 일을 발견한다면 이들은 어느 단체, 조직보다 적극적이고 열성적으로 참여할 것이며, SNS는 이러한 정보를 소통하는 매개로서 기능하고 있는 것이다.

촛불시위의 진화

정보기술의 발전과 더불어 한국의 대표적 시민 참여 방식이라 할 수 있는 촛불시위도 진화해왔다. 정보기술의 확산으로 시민사회는 이슈, 참여 패턴, 동원 주체 등 다방면에 걸쳐 변화하고 있다. 인터넷 카페가 유행하던 2002년 촛불시위에서도 네티즌들의 자발적 참여가 이뤄지긴 했지만 그 중심에는 기존의 시민운동 세력이 있었으며 시민 참여는 이 조직의 주도하에 이루어졌다. 반면 2008년 촛불시위에서는 인터넷과 핸드폰, UCC 등이 시민들을 광화문으로 결집시키는 데 기여했는데 시민들은 특정 단체를 통해 모여들기 보다는 분산된 형태의 참여를 보였다. 다원적 특성을 가진 여러 집단이 함께 의제를 형성하는 변화가 목격되기 시작한 것이다. 또한 2011년의 반값 등록금 관련 촛불시위는 훨씬 더 개인화된 형태로 트위터를 이용해 신속하고 적극적인 참여가 이루어졌다. 2011년의 반값 등록금 논쟁은 등록금 인하와 관련하여 정부와 여·야당, 시민단체 등에서 대립한 이슈인데, 반값 등록금 정책을 요구하는 대학생의 참여는 SNS를 통해 홍보되었으며 공연과 놀이를 동반한 즐거운 참여의 형식인 촛불 ‘문화제’의 특성이 강하게 나타난다. 극히 개인화되고 세분화된 이해관계와 그 이해에 따라 이합집산하는 개인들의 모습을 보면 오늘날의 권력은 특정 인물들에게 집중된 것이 아니라 모든 시민들에게 분산되고 있다는 인상을 받게 된다.

2002년 효순·미선 추모 촛불시위, 2008년 쇠고기 반대 촛불시위, 2011년 반값 등록금을 이슈로 제기된 촛불시위에서 시민사회는 변화된 참여의 형태를 보이고 있다. 2002년의 촛불시위의 경우 전반적인 운영과 진행이 특정 시민단체를 중심으로 이루어졌다. 2002년 촛불시위는 한국에 주둔중인 미군의 장갑차에 의해 사망한 두 여중생의 죽음을 계기로 발생한 것이었다. 이

<표> 촛불시위의 변화

구분	2002년	2008년	2011년
문제의 본질	이념적, 반미적, 특정 이익단체의 정치력 강화	생존문제, 정권에 대한 불만	생활 이슈, 구체적 정책 수정 요구
참여 패턴	투쟁적	일반 시민들의 평화적 참여+ 시민단체 중심의 투쟁적 참여	문화제 형식
조직 형태	중앙집권적, 전통적, 특정 이익 단체의 주장에 동조하는 모임	자발적, 분권적	개인화, 자발적
정보 수집 수단	매스미디어에 한정	기존 미디어 정보+개인들이 수집한 정보 ※ 휴대용 컴퓨터, 개인 디지털 촬영장비 등	기존 미디어 정보 + 개인들이 수집한 정보 ※ 스마트폰 중심
정보 전달 수단	·매스미디어(일방향), 일방향 인터넷 기사, 인터넷 카페	·매스미디어, 쌍방향/실시간 인터넷 기사 ·Afreeca 같은 실시간 인터넷 방송 및 개인 블로그 ·대형 포털의 주요 전달창	·매스미디어, 쌍방향/실시간 인터넷 기사 ·트위터, 페이스북 등 온라인 SNS
운동의 성격	오프라인 시민운동의 연장	온·오프라인을 넘나드는 시민운동의 형태	

시위의 실무 준비와 주도적 역할은 기존의 사회운동 진영이 포함된 ‘사이버 범국민대책위원회(범대위)’가 맡았다. 물론 인터넷을 통해 시위 관련 정보가 확산됨으로써 온라인 활동과 촛불집회 참여자가 증가하는 등의 시민 동원효과도 있었다. 또한 인터넷은 이슈에 대한 시민들의 관심과 반응도를 향상시키고 지지자들의 연결망을 더욱 강화하여 촛불집회 참여를 강화하는 효과를 동시에 불러 일으켰다. 그러나 범대위는 깃발을 중심으로 결집하는 조직적 대오의 구성, 연단을 중심으로 하는 중앙집중식 무대 배치, 대형스피커와 지휘차량을 이용한 시위대의 통제, 유명연사들의 연설과 같은 기존 사회운동이 사용하던 시위의 형식을 그대로 사용하고자 했다. 또한 시위의 진행도 매우 조직적으로 이루어졌다. 범대위는 두 여중생이 사망한 지 2주일 만인 2002년 6월 150여 개 단체가 참여한 가운데 구성되어 11월 <여중생 추모 촛불

집회>를 개최했고, 2003년 말까지 모두 401차례의 촛불집회를 진행했다(《연합뉴스》, 2004.5.13).

그런데 2008년 미국산 쇠고기 수입 반대 촛불시위에서는 블로그와 대형 포털 게시판을 통해 시민들이 자발적으로 참여의사를 표명하고 동조하는 현상이 나타났다. 실제로 촛불시위 초기 ‘주동자’ 및 ‘배후세력’이 밝혀지지 않아 경찰 내부에서 곤혹을 치루기도 했다. 이전까지 인터넷 공간을 대부분 점유하던 카페와 일방향성의 온라인미디어를 넘어 블로그와 같은 개인미디어가 등장함에 따라, 시민들 간의 조직과 정보교환 등은 더욱 수평적으로 이루어지게 되었다.

2008년 촛불시위 이후 전통적 정치 참여뿐 아니라 사회운동/시위 혹은 정치적 소비행위와 같은 새로운 형태의 사회참여 영역에서도 소셜미디어의 영향력이 커지고 있다. 트위터는 소셜네트워크가 현실정치와 구체적인 이슈에 영향을 미칠 수 있는 가능성을 보여주는 대표적 예이다. 트위터는 현재 전세계적으로 1억 명 정도의 가입자 수를 가지고 있지만 사람과 사람을 연결하는 정도와 범위, 속도 면에서 다른 매체에 비해 상상을 초월하는 위력을 가지고 있다. SNS가 제공하는 네트워킹과 다양한 커뮤니케이션을 통해 개별 시민은 거대한 네트워크 속에서 자율적이고 능동적으로 활동한다. 즉, 정보의 소비자가 정보 전달 경로를 쉽게 결정할 수 있게 됨으로써, 많은 사람들과 느슨한 연결을 통해 공감대를 형성하고 활동할 수 있게 된 것이다. 2008년 당시에는 네이버 토론방, 다음 아고라 등 대부분의 포털 사이트를 중심으로 토론이 이루어졌다면 2011년 트위터에서는 게시물에 댓글을 다는 방식으로 사회적 이슈에 대한 의견개진과 참여가 이루어졌다. 모바일 환경에서 개인들의 상호작용이 활발하게 이루어지면서 많은 네티즌들은 비슷한 관심사를 가진 사람들끼리 모여 인터넷 커뮤니티를 형성하고 이를 통해 인적 네트워크를 구축하고 있다. 과거 카페나 블로그 중심의 공동체가 상대적으로 폐쇄적이면서 회원들 간의 커뮤니케이션을 중심으로 하는 매개체였던 데 반해 트위터는 특정 시민단체와 커뮤니티를 중심으로 한 참여가 아니라 개인화된 참여를 가능하게 한다.

2011년 반값 등록금 촛불시위의 조직과 진행은 SNS를 활용한 탈관료제적 시민 참여를 보여준다. 반값 등록금을 둘러싼 논란은 일부 대학생들의 무관

심과 반대에도 불구하고 대다수 대학생들에게는 가장 현실적인 문제 중의 하나라는 점에서 많은 공감을 얻었으며 이러한 취지에 동의하는 많은 시민들이 SNS를 활용해 개별적으로 반값 등록금을 요구하는 촛불시위에 참여했다. 특히 촛불시위의 경우처럼 시사성이 높은 이슈에 관한 트윗일수록 리트윗을 하는 사람들이 많아지고, 바로 이런 과정을 통해 트위터가 시민 동원의 핵심적 매개체로 기능하게 된다. SNS는 시민 참여의 탈집권화와 자유를 위한 환경조성에 중요한 역할을 하고 있는 것이다. 2011년 미국에서 화제가 되고 있는 보수진영의 티파티(Tea Party)와 진보진영의 커피 파티(Coffee Party)같은 조직들도 페이스북, 유튜브와 같은 매체를 통해 조직 없는 시민의 조직화가 이루어지는 새로운 경향을 뚜렷이 보여주고 있다.

한편 ‘트위터 유명인’으로 불리는 이들이 온라인 공간의 이슈를 제기하고 있는 것도 흥미롭다. 트위터에서는 정치인이 아닌 이외수 작가와 같은 인물이 정치적이고 사회적인 이슈를 제기하는 아이콘이 되고 있다. 이외수 작가는 트위터를 통해 시국에 대한 의견을 표출해왔다. 특히 그가 세종시, 뉴라이트, 4대강 사업, 광우병 등의 이슈에 대해 비판적 시각으로 본 트윗들을 팔로워들이 리트윗하면서 이러한 이슈들이 더욱 큰 사회적 관심을 얻기도 했다. 이처럼 새로운 권력이 등장할 수 있었던 것은 과거 투표 행위에 한정되어 있었던 시민 참여 방법이 온라인을 통한 비관습적 참여로 다양화된 데서 이유를 찾을 수 있다. 매일 매일의 일상 속에서 다양한 방법으로 시민들이 정치 참여를 하는 것이 가능해졌기 때문에 시민사회의 이슈를 선점하는 일이 중요해진 것이다. 각 개인들은 저마다 다른 인식과 이해관계를 가지고 있기 때문에 이들의 관심과 호응을 얻을 수 있는 이슈를 제안하는 일이 시민사회의 핵심적 과제가 되었기 때문이다.

시민 참여의 미래: 조직화되지 않은 시민의 힘

트위터가 갖는 힘의 원천은 오프라인 사회에서는 한정된 인맥과 자원을 가진 사람들도 리트윗 기능을 통해 온라인 공간에서의 이슈 설정을 할 수 있는 권한과 능력을 가진다는 점에 있다. 정재승 카이스트 교수의 ‘10월의 하늘’ 사례는 이러한 리트윗의 강력한 힘을 잘 보여준다. 정재승 교수는 2010

년 9월 4일 짧은 트윗 한 문장을 남긴다. 그것은 인구 20만 명 이하 소도시의 시립도서관에서 청소년들을 위한 과학자들의 강연을 열겠다는 계획이었다. 정재승 교수의 트윗은 1만 4천여 명에 이르던 팔로워들의 리트윗을 통해 익명의 무수한 트위터들에게 전파되었다. 그리고 얼마 지나지 않아 셀 수도 없이 이루어진 리트윗이 엄청난 효과를 발휘하기 시작한다. 그와 이전까지 친분을 나눠 본 적도 없으며 트위터상에서 특별한 관계를 유지하지도 않았던 이들까지 자신의 재능 혹은 일손을 제공하여 강연을 돕겠다고 나선 것이다. 과학자 300명이 재능기부를 통한 강연을 자청했고 일반인 200명도 강연 준비 등 스태프로 참여하겠다고 자원했다. 또한 시민들이 기증한 과학도서도 2,200권에 달했다. 그리고 마침내 2010년 10월 30일 전국의 29개 공공도서관에서는 ‘10월의 하늘’이라는 제목 아래 항공우주공학, 자동차공학, 외계생명체, 로봇 등 다양한 분야의 전문가 69명이 자신의 재능을 기부한다는 동일한 목표 하에 강연활동을 펼쳤다.

재능기부라는 아이디어만을 가지고 미리 섭외된 강사도 없이 시작된 정재승 교수의 이러한 실험은 트위터라는 새로운 커뮤니케이션 매체가 있었기에 가능했다. 정재승 교수를 팔로잉하고 있던 트위터들은 타임라인에 올라온 그의 트윗을 통해 그가 계획하며 준비하고 있던 강연을 알 수 있었다. 그리고 그것이 유의미하며 다른 이들에게도 알릴 가치가 있다고 판단되면 리트윗을 통해 정재승 교수의 트윗을 활발히 전파했다. 이러한 리트윗을 통해 정재승 교수는 자신과 직접적으로 연결되어 있지 않은 트위터에게도 자신의 계획을 알릴 수 있었고 무수한 관계의 망을 타고 전해진 그의 소식은 참여자를 모집하는 유용한 통로가 되었다.

한편 무상급식을 둘러싼 주민투표의 결과에 따라 오세훈 서울시장의 사퇴하면서 열리게 된 2011년 서울시장 보궐 선거는 트위터가 가진 정치 참여의 과급력과 영향력을 여실히 보여주는 사례이다. 서울시장 보궐 선거 과정에서 예상치 못한 가운데 나타난 일은 이른바 ‘안철수 현상’과 박원순 야권 단일 후보의 부상을 들 수 있다. 안철수 교수는 이전까지 정치인으로 전혀 활동하지 않았던 인물이었으나 서울시장 보궐선거에 출마하겠다는 의지를 비치면서 순식간에 대중의 관심과 지지를 받으며 유력한 후보로 부상했다. 안철수 교수는 서울시정에 관한 구체적인 비전이나 정책방향 등을 제시한 적도 없

고 정치인으로서 어떠한 검증도 이뤄진 바가 없었지만 시민들은 그를 차세대 지도자로서 인식하고 지지하는 데 주저하지 않은 것이다. 안철수 교수에 대한 이러한 대중적 지지는 청춘콘서트 등을 통해 젊은 층에 대한 강연활동을 벌이고 트위터 내에서 그에 대한 활발한 지지 움직임이 있었기에 가능했다. 트위터 사용자들은 안철수 교수의 어록 등을 공유함으로써 그에 대한 정보를 빠르게 확산시켰고 그를 트위터 내에서 공론의 중심에 세움으로써 여론의 주목을 받는 데 기여한 것이다. 특히 안철수 교수가 박원순 변호사에게 서울시장 출마를 양보하면서 서울대 교수직으로 복귀하자, 트위터 유저들은 그의 비정치적이고 사심 없는 행동을 칭찬하며 그를 대선주자의 반열로까지 올려놓았다. 안철수 교수로부터 시작된 바람은 박원순 변호사에게도 이어졌다. 출마 의지를 처음 밝혔을 당시 5%대에 불과했던 박원순 변호사의 지지율은 안철수 교수의 지지를 바탕으로 과반을 넘나들 정도로 급상승했다. 야권 단일후보 경선을 앞두고 선거자금을 모금하기 위해 개설한 ‘박원순 펀드’는 불과 3일 만에 법정 선거비용인 39억 원을 상회하는 약 45억 원이 모이는 성과를 거두었다. ‘박원순 펀드’는 개설 직후부터 시민들의 리트윗을 통해 급속도로 퍼져나가 참여를 호소했다.

뿐만 아니라 트위터는 야권 단일후보 경선 때 민주당의 조직적인 지원을 받은 박영선 후보를 누르고 박원순 후보가 선출되는 과정에서 저력을 보여주었다. 야권 단일후보 선출경선에서 조국 교수, 공지영 작가 등의 유명인사들이 공개적인 지지를 선언하고 투표 참여 인증샷을 트위터에 남기면서 국민경선 참여를 독려했다. 이것은 다시 트위터 사용자들의 리트윗을 통해 빠르게 확산되며 박원순 후보의 경선 승리에 커다란 영향을 미쳤다. 이와 같이 트위터라는 소셜네트워크 서비스의 등장은 기존의 특정 시민단체와 전통적 커뮤니티가 중심이 된 참여가 아닌 보다 개인화된 능동적 참여를 가능토록 작용하고 있다. 이러한 새로운 커뮤니케이션을 통해 대중은 때론 정치적이고 사회적이며 보다 세분화되고 일상적인 시민사회의 이슈와 의제를 적극적으로 선택하여 제기하고 있다. 시민은 이제 권력의 구조와 소통에도 영향을 미치며 변혁의 주체로서 등장하고 있는 것이다.

소셜 네트워크로 인한 변화 가능성에 대해 긍정적인 목소리만 있는 것은 아니다. 시민 참여의 폭발로 인한 후유증이 나타나는 가운데, 전자민주주의

의 미래에 대해 회의적 견해가 있는 것도 사실이다. 소셜네트워크 시대에도 대중조작, 정치의 엔터테인먼트화(化), 정보 과부하에 따른 정치적 무력감 확대의 가능성이 늘 존재한다. 최근 각광받는 소셜네트워크는 포퓰리즘(populism)을 유발할 가능성도 크다. 이것은 집단지성을 만들어내는 집단동조화 경향이 반(反)지성으로 이어질 수 있기 때문이다. 그래서 학자들은 소셜네트워크가 직접민주주의의 기폭제가 되려면 소통과 의사표출의 통로를 활용하는 합리적인 시민들의 의식이 필수적이라고 주장한다.