

국내 기술잉여사회의 형성과 특수성 연구*

이광석**

한국 디지털사회의 형성과 발전에는 역사적으로 기술의 굴절적 토착화와 과열된 기술승배가 자리한다. 역사적으로도 인터넷에서 '신'권위주의적 통제와 억압의 계기적 측면이 과도하게 집중화되고 있는 반면 아래로부터 이용자들의 적극적 시민적 의제 형성을 위한 자율의 움직임은 다른 어느 나라보다 정치적이다. 이 글은 적어도 1990년대 이래 이와 같은 한국의 디지털 기술의 전개 방식에 있어서 국가적 특수성을 보려 한다. 이 글에서 '기술잉여'는 한 사회의 통제 능력 이상으로 과도하게 기술들이 비정상적으로 사회에 착근되는 상황을 지칭한다. '기술잉여사회'란 바로 이와 같은 기술잉여가 누적적으로 나타난 특징적 사회 유형을 지칭한다. 이는 제도정치의 성숙도에 비해 기술과잉과 잉여에 의해 빚어지는 사회 왜곡과 비정상성이 잦은 우리 사회를 상징화한다. 이 글에서는 기술잉여사회의 특성을 유형화하고, 중국, 일본, 미국 등 정보기술 영향력의 경쟁 국가들과의 비교를 통해 한국적 기술발전의 퇴행성을 구체화한다.

주요어: 기술잉여사회, 소셜웹, 기술과잉, 정보과잉, 주목경제, 사회적 상상력, 신권위주의

1. '기술잉여사회'의 특수성 분석을 위하여

한국 사회에서 디지털 미래를 보여주는 사회의 담화 방식은 상당히 독특하다. 한 국내 아파트 광고를 보자. 한 여성이 이웃집 여성에게 자랑이라도 하듯 자신의 아파트는 전화 한 통화로 원격 조정이 가능하다고 자랑을 늘어놓는다. 가만히 듣고 있던 이웃집 여성은 자신은 아예 전화 걸 필요도 없이 알아서 자동 기능하는 스마트 환경에서 살고 있다고 맞선다. 첨단 기술로 상대 여성을 단번에 기죽인다. 대한민국 아파트 광고는 우리에게 국내 스마트 기술의 현실과 성장 정도를 세련되게 포장하고 있다. 물론 광고 속 신개념의 아파트 공간에서 재현된 기술은 실제 가능한 것이기도 하다. 흔히들 얘기하는 '스마트' 인공지능 기술은 '명품'아파트의 필수조건이다. 송도 국제도시, 서울 상암동 국제미디어시티(DMC), 파주의 교하 신도시 등 스마트 지능 도시의 개념은 우리에게 그리 낯설지 않다.

풍요로운 미래의 도시 안에서 응용되는 스마트 기술은 우리 건축의 기본 기술적 조건이 되어간다. 오늘날 광통신망, 모바일 네트워크, 완벽한 보안 장비, 지능형 에너지 관리 시스템, 완벽한 자동 실내 시스템, 무선식별장치(RFID) 칩을 장착한 가전제품, 절전형 전력 관리 등이 도시형 아파트 입주의 기본 옵션이 된다. 만약 화재 위험이 있는 전열 도구를 집에 켜놓고

* 이 논문은 2011년도 정부재원(교육과학기술부 사회과학연구지원사업비)으로 한국연구재단의 지원을 받아 연구되었음(NRF-2011-330-B00034).

** 서울과학기술대 IT정책전문대학원 디지털문화정책학과 교수 (kslee@seoultech.ac.kr)

나왔다면 집주인이 이를 인지할 수 있는 방법이 없었다. 하지만 이도 스마트 기술이 결합되면 아파트 내부의 인공지능 설비에 의해 자동 제어된다. 마치 생각하는 인공지능 로봇처럼 이용자들이 원하는 바를 미리 알아서 해주는 스마트한 세상이다. 그럼에도 불구하고 좀 더 현실적인 감각을 동원해 보면 우리에게 스마트기술형 명품도시란 대체로 부동산 가격의 프리미엄을 얻을 수 있는 부가적 옵션에 머물거나 아파트 건설 경기 진작과 동조한다. 기술이 건설경기에 들러리 서는 것이다.

새로운 기술을 사회 저변에 응용하는 주류적 방식을 잘 따져보면 그 사회의 기본적인 기술 철학과 문화의 색깔이 드러난다. 역사적으로 한국사회는 이미 1990년대 중후반 이후로 건설업자들의 부동산 경기 진작과 정부의 초고속 인터넷 경비 절감이라는 이해관계가 맞아떨어져 ‘초고속정보통신건물 인증제도’를 도입해 성장의 동력으로 삼은 바 있다. 즉 건설업자들이 경쟁적으로 이를 도입해 프리미엄을 얹어 아파트를 매매했고 정부나 통신업자는 비용도 절감하면서 인구밀집형 아파트들의 초고속 인터넷 가입자를 손쉽게 늘리는 효과를 거뒀다.¹⁾ 90년대의 인터넷 ‘건물인증제’는 이후 기술적으로 ‘유비쿼터스’나 ‘스마트’ 논리와, 소비심리적으로는 명품 아파트 붐과 결합하면서 건설 경기를 떠받치고 기술주의적 삶의 방식을 이상화하는 촉매제 구실을 해왔다. 최근에는 물리적 네트워크망 구축이 포화상태에 이르자 대규모 건설투자사업(유비쿼터스 도시, 엑스포, 공항 등)과 결합하는 방식으로 정보화정책 사업영역을 확보하려는 대단히 새로운 모습도 보인다(윤상오, 2014). 여기서 우리는 그 긍·부정을 떠나 대단히 한국적인 기술 발전의 특징적 역사를 엿볼 수 있다.

이 글은 한국사회의 디지털기술 발전의 양상을 ‘기술잉여사회’(Technological Surplus Society)란 용어를 써서 개념화하고자 한다. ‘기술잉여’가 한 사회의 통제 능력 이상으로 과도하게 기술들이 비정상적으로 활용되는 상황을 지칭한다면, ‘기술잉여사회’란 이와 같은 기술잉여가 특징적 요소로 누적된 사회를 뜻한다고 볼 수 있다. 다시 말해 ‘기술잉여사회’란 한 사회의 통제력에 비해 기술과잉과 잉여에 의해 빚어지는 왜곡과 뒤틀림 현상이 잦은 사회 형태를 지칭하는 말로 사용한다. 베니거(Beniger, 1986) 식으로 보면 대개 기술은 권력의 합리적 통제와 위기관리를 위한 수단으로 등장한다. 반대로 이 글에서 기술잉여사회는 그 역의 국면을 가정한다. 다시 말하면 한 체제 내부 기술의 축적과 응집은 대체로 (자본과 국가) 권력의 기술 장치로 용도 전화하지만, 그것이 외려 통제 위기를 불러오는 상황을 불러오기도 한다. 정보기술의 오작동, 기술 과잉화, 무용성의 기술, 대안적 자율 기술의 등장 등 권력의 통치기술을 위협하거나 그 통제력을 뒤흔드는 경우들이 항상 공존한다. 베니거식 접근 방식과 반대로 이 글에서 제시하는 ‘기술잉여사회’ 논의는 정보기술을 체제위기 관리의 수단이나 도구가 아닌 체제형식의 특수한 부정적 반영체로 간주한다. 마찬가지로 기술잉여는 단일 정보기술의 현상태만

1) 즉, 건설업자는 초고속인터넷이 가능한 인입선들을 책임지고 정통부로부터 인증을 받아 프리미엄을 받을 수 있고, 일반 통신업체들은 인입선까지만 책임지고 망 설치 비용을 절감하는 효과를 거두었고, 정부는 인터넷 가입자를 늘려 정보화 경제로의 체질 개선을 도모할 수 있었다.

을 지칭하는 것이 아니라 한 사회에서 시계열적이고 누적적으로 진화하는 정보기술 특유의 굴절된 기술문화에 해당한다.

기술잉여와 비슷한 의미로 ‘정보과잉’(Information overload)이 있다. 정보과잉은 한 사회의 기술적 가용 능력이 부족해 정보 통제 능력을 상실하는 상황을 의미한다. 예를 들어 비정형 데이터의 폭주에 상응해 빅데이터를 처리할 능력이 부족하거나 당대 사회의 정보 인프라 수준이 낮거나 정보 ‘필터링’에 실패한다면 이는 정보과잉의 상황이다 (Shirky, 2008). 이 글에서 기술잉여와 정보과잉의 본질적 차이는, 기술잉여가 기술에 투입한 사회적 자장들 때문에 발생하고 사회적 수준의 치유가 동반되지 않으면 개선되기 어려운 반면, 정보과잉은 기술 단계를 업그레이드하거나 개선함으로써 쉽게 과잉 수준을 조절할 수 있는 근본적 차이를 지닌다. 다시 말해 정보과잉은 기술적 향상을 통해 주기적으로 개선되는 경향을 보이나 기술잉여 현상은 사회적 질곡과 합쳐지면서 누적되는 특유의 기술 문화를 형성하기에 이를 개선하기가 쉽지 않다.

대한민국은 통신문화가 시작된 1980년대 중후반부터 보더라도 디지털 기술의 발전에서 특별한 문화를 만들고 있다. 마이크로소프트(MS)의 웹 브라우저가 90% 이상 압도적으로 지배하는 유일한 나라이다. 아직도 대부분의 관공서와 은행 등은 MS 브라우저에 ‘최적화’라는 이름으로 액티브 X 응용프로그램을 과용하여 다른 플랫폼 호환을 불가하게 만드는 특이한 문화를 지닌다. 이들 공공 기관에서 보안을 위한 수많은 공인인증들의 장치를 걸어놓지만 여전히 개인정보 오남용 및 유출에서 최고이다. 그러면서도 아직 아래한글의 독자적 문서포맷을 지키는 곳이기도 하다. 포털도 마찬가지다. 구글 검색의 아성이 대부분의 나라들을 잠식할 때 네이버와 다음 등 국산 포털들은 여전히 국내 방문자의 ‘주목경제’(attention economies)를 장악하는 최대 플랫폼이다. 우리의 독특한 사회문화적 결들이 디지털 기술과 접붙고 후자를 통해 투사되는 결과다. 근래 소셜웹 문화의 근저에서도 이와 같은 독특한 한국적 기술잉여 형성이 ‘양식’(mode)으로 굳어져 누적되는 모습을 보인다. 소셜웹의 과도한 정치적 경향, 권력 집단에 의한 정보조작 가능성 등은 이미 충분히 한국적인 소셜웹 문화의 진화 과정을 보여줬다.

이 논문에서 ‘기술잉여사회’의 내용과 가닥을 잡는 탐구 방식은 다음과 같다. 먼저 기술잉여 사회의 개념과 특징들을 살피고 그것의 구체적 구성요소를 모델링한다. 이어서 우리의 기술 경쟁국들로 취급되는 몇몇 국가들에 대한 기술발전의 유형화 작업을 거칠 것이다. 이를 통해 이들 경쟁국들과 달리 국내 기술잉여 문화의 형성에 어떤 요인들이 상호 얽혀서 독특한 기술적 토착화를 거쳐 우리만의 기술잉여사회의 ‘로컬화’(localization) 과정에 이르렀는지를 구체적으로 살펴보려 한다.

2. 기술잉여사회의 유형화를 위한 모델링

한 국가내 기술 발전의 질감을 논하는 방식에 여러 접근과 잣대들이 존재한다. 오랫동안 정보기술의 구조적 분석을 수행했던 관련 이론가들의 유형화 방식을 살펴보자. 먼저 비판적 기술철학자 앤드류 핀버그(Feenberg, 2012, pp.11~14)는 인터넷의 진화방식과 관련해 세 가지 모델을 제시한다. 핀버그는 인터넷문화 발전의 방향을, ‘정보 모델’(the information model), ‘소비주의 모델’(the consumption model), ‘커뮤니티 모델’(the community model)로 크게 범주화한다. ‘정보 모델’은 인터넷의 역사로 보면 초기 국면에 특징적으로 볼 수 있었고 개인 각각의 개별 가치에 기반한 정보기술의 확산과 접근권을 보장하는 움직임에 해당한다. ‘소비주의 모델’은 90년대 중반 이후에 인터넷의 상업화로 촉진된 정보기술내 기업가치의 지배적 경향을 의미한다. 핀버그는 이 모델이 자본주의 성장과 지식 유통에 관여하지만 정보기술의 공유문화를 훼손하면서 기술발전의 주류 모델로 성장하고 있다고 본다. 마지막으로 그의 커뮤니티 모델은 인터넷의 최근 국면인 소셜웹을 주목하면서 유형화한 것인데 민주적으로 가치있는 커뮤니티 형성에 기여하는 온라인기술의 가치를 주목하고 있다. 정리해보면 핀버그는 개인-기업-커뮤니티라는 층위에서 인터넷의 발전 모델을 단순 분류하고 있다. 특히 그는 기업주의에 기반한 ‘소비주의 모델’에 대해 부정적 평가를 내리는 반면 온라인에 기댄 ‘커뮤니티 모델’은 향후 사회의 보편적 민주가치 향상이라는 점에서 대단히 긍정적으로 평가한다. 핀버그는 이렇듯 서로 다른 차원을 통한 접근법들의 상반된 평가 논의 속에서 인터넷 발전의 유형화를 시도한다.

소셜웹 이론가 셔키(Shirky, 2010)는 그의 유형화 논의를 인터넷 전반의 기술적 논의보다는 소셜웹 기술문화에 제한하고 있다. 그는 네 가지 가치에 기반해 유형 분류를 시도한다. 셔키는 관계 친화적 소셜웹의 긍정적 공유와 소통 유형으로, 1) 개인적 가치 공유, 2) 공동체적 가치 공유, 3) 공적 가치 공유, 4) 시민적 가치 공유로 구분한다. 먼저 그가 보는 ‘개인적 가치 공유’란 개인들 사이에 이권을 통합하면서 만들어내는 공유 형태로 그 이득이 개인에게 돌아가는 공유 방식이다. 둘째, ‘공동체 가치 공유’는 온라인 동호회의 긍정적 역할과 비슷하다. 이는 참여자 서클 내부의 이익을 위해 주로 봉사한다. 셋째, ‘공적 가치 공유’는 리눅스 등 오픈소스 소프트웨어 개발과 같이 개방과 협업에 기초한 개방적 가치 공유 체제이며, 그 이익이 내적 공동체로 향하기도 하지만 일부 사회에 기여하기도 한다. 사실상 셔키가 커뮤니티 효과를 내·외부로 보고 이를 공동체 가치/공적 가치 공유로 나누고 있으나, 핀버그식으로 해석해보면 이 둘은 ‘커뮤니티 모델’로 합쳐 부르는 개념으로 보인다. 마지막으로 셔키가 언급했던 ‘시민적 가치 공유’는 모든 가치가 참여자들이 속한 사회로 가는 경우다. 우리가 흔히들 정치적 가치 혹은 민주주의적 가치라 부를 수 있는 것이 마지막 분류 범주인 듯싶다. 그래서, 셔키는 소셜웹을 통해 우리가 무엇보다 좀 더 지향점에 뒤야 할 중요한 덕목이자 한 사회의 민주적 발전을 위해 마지막 ‘공적 가치 공유’와 ‘시민적 가치 공유’를 꼽고 있다.

핀버그와 셔키에 공통점이 있다면, 이들의 유형화에는 대체로 커뮤니티, 공적, 시민적 층위를

강조한다는 점이다. 디지털 기술이 직접적으로 네트워크 사회와 관계 맺는 밀도가 높은 층위에서 발생하는 가치 공유를 상대적으로 크게 강조하는 유형이라는 점이다. 이외는 달리 오랫동안 정보사회 이론을 연구했던 로빈 만셀(Mansell, 2012)의 경우에는 정보사회의 발전을 보는데 ‘사회적 상상력’(social imaginaries)이라는 개념을 사용해 여러 층위의 복합적인 사회 영향력의 헤게모니 각축을 표현한다는 점에서 그 설명력이 좀 더 유연하다.

만셀의 ‘사회적 상상력’이란 정보기술의 발전에 대해 여러 층위의 비전들이 결합되어 한 사회 속 그 미래 벡터를 그려가는 각축장을 지칭한다. 그 안에 크게 보면 ‘지배적 사회 상상력’과 ‘대안적 사회 상상력’이 혼재한다. 예컨대 전자는 지배질서(통치권자, 기업가 등)에 의해 사회적 상상력이 발동된다면 후자는 대안 공동체(해커집단, 오픈소스공동체, 온라인시민운동, 아마추어 이용자 등)에 의해 상상되는 기술 질서다. 만셀의 사회적 상상력은 바로 이들간의 헤게모니 각축의 미래 벡터다. 이들간의 전장은 다시 기업비전, 과학기술비전, 정치비전, 시민사회비전 네 하위 범주로 나뉜다. 크게 네 개의 하위 범주 속에서 상호 기술 상상력과 관련한 헤게모니 각축이 일어나고 있는 것이다.

만셀의 경우는 각 층위별 지배와 대안간 각축전을 대비시킨다는 점에서 앞서 핀버그와 셔키의 유형화와 다르고 좀 더 유동적이다. 만셀은 기업비전이나 과학기술비전에서 대안적인 사회 상상력의 활력을 발견하는 각축이 벌어진다는 관점을 견지한다. 예컨대 핀버그가 단순히 소비주의모형을 시장주의적이라 해서 배제하거나 셔키가 개인적 가치나 공동체적 가치 공유를 상대적으로 낮은 공유수준으로 봤던 것과 다르다. 다시 말해 만셀은 기술을 소유하는 사회적 상상력의 수준이나 층위 모두에서 지배-대안 질서간 경합이 끊임없이 이뤄지고 있음을 가정한다.

이들 정보이론가들의 분류법이 서로 다르긴 하지만 이들의 중요 쟁점은 한 사회와 기술이 어떤 관계를 맺고 발전하는가에 대한 구조적 물음이라고 볼 수 있다. 이제부터 이들의 기본 문제의식과 분류 방식을 참고해 필자가 서두에 개념화한 ‘기술잉여사회’를 구성하는 요소들에 대한 구체적 밑그림을 그려보려 한다. <표 1>은 앞서 이론적 논의를 참고해 바로 기술-사회의 관계를 층위별로 나눠 각각의 경합 요인들을 살펴보고 있다. 먼저 만셀의 기술을 둘러싼 사회적 상상력에 있어서 지배-대안 사회적 상상력간 헤게모니적 각축 관계에 빗대어서, 표에서는 횡축에 ‘기술잉여적 사회 요소’와 ‘기술민주주의적 사회 요소’의 대칭 관계로 각각 표현하고 있다. 종축에는 이제까지 정보이론가들의 논의를 고려해서 한 사회의 기술을 둘러싼 층위를 사회적 가치들, ‘기술가치’, ‘개인가치’, ‘기업가치’, ‘커뮤니티가치’, ‘정치가치’로 크게 나눴다.

한 사회내 지배(기술잉여적)-대안(기술민주주의적)의 상반된 접근과 상상력을 기축으로 삼아 각각 다섯의 가치 경합 층위를 나눠보면 표에서처럼 모두 10개의 조합(A-1에서 E-2까지)이 만들어진다. 한 국가 차원에서 보면 이들 다섯 개의 상반된 상상력에 추동되는 10개의 각 조합들과 이들간 연계에 의해 기술의 지배적 사회질서와 헤게모니 각축이나 전선에 차이와 특성이 드러난다고 볼 수 있다. 이 글에서 개념화한 한 사회의 기술잉여적 특성이란 왼쪽의 종축 계열(기술에 대한 지배적 사회 상상력이나 기술잉여적 요소들)과 이들간 연계된 기술권력,

그리고 오른쪽 종축 계열(기술에 대한 대안적 사회 상상력이자 기술민주주의적 요소들)의 아래로부터의 힘 사이의 헤게모니적 각축전에서 가시화한다. 즉 전자(종축 계열들 간의 가중치)에 힘이 훨씬 더 쏠리는 상황이 장기간 고착화될 때 기술인여사회의 필요조건이 마련된다.

<표 1> 기술인여사회의 양가적 조건과 가치 층위들

	1. '기술인여'적 요소들	2. 기술 민주주의적 요소들
	A-1	A-2
A. 기술 가치	기술주의 (중립성, 사회진보) 기술 전문가주의/읽기문화 지배 읽기문화 지배 시장기술 주도 (저작권 기술보호) 기술과잉	기술의 사회형성론 (공진화) 기술 아마추어리즘 쓰기문화/제작기술문화 부상 사회문화적 기술 (커먼즈 라이선스) 중간/적정기술
	B-1	B-2
B. 개인 가치	온라인 표현의 책임 강조 효율성(서비스) 논리 데이터 활용론 데이터 생산 및 가공 차별적 액세스/정보격차	온라인 표현의 자유 강조 개인정보 보호 논리 데이터 보호론 데이터 익명성 및 프라이버시 동등한 정보 액세스/리터러시 확대
	C-1	C-2
C. 기업 가치	정보 희소성 강조 시장 재산화, 시장 자유 기술정보의 사유화 지적 재산권 강화 신자유주의 경제/ 닷컴이후 경제 과잉 소비와 잦은 갱신 강요	정보 풍요 강조 사회 공공재화, 사회적 책임 기술정보의 커먼즈화 대안적 재산권 모델 성장 사회적 경제 / 공유형 경제 합리적 소비
	D-1	D-2
D. 커뮤니티 가치	온라인 권능 강조 정보의 관리자 통제 엘리트 주도 기술 지원 체제 강화 개별 능력 강조 팀제 위계 구조	온-오프 권능 강조 정보의 집단 통제 커뮤니티 주도 기술 매개 체제 강화 협업 강조 수평적 자치 구조
	E-1	E-2
E. 정치적 가치	위로부터의 거버넌스 정보 진흥 기술 실용과 성장 논리 시장 강화론 정보비밀 정보 오남용 통제 불능 온라인 극우문화 성장	아래로부터의 거버넌스 정보 인권 기술 평가와 공익 논리 사회 공유론 정보공개 정보 오남용 감독·감시 온라인 '소셜' 정치문화 성장

다음 장은 한국 기술인여사회의 유형을 좀 더 다차원적으로 보기 위한 방식으로, 먼저 우리와 기술경쟁국들에 해당하는 다른 국가들의 기술인여사회의 모습에 대한 사례 스케치를 시도한다. <표 1>에서 봤던 기술인여사회의 층위들에 견주어 우리와 기술 경쟁적인 관계를 맺고 있는 주요 국가들과 공유된 정보사회적 특징과 함께 우리와 다른 기술인여적 특징과 요소들이 무엇인지를 간단히 살펴볼 것이다. 구체적으로 디지털 문화와 웹기업의 본산인 ‘미국형’(웹기업 주도형, C-1 주도형), 소비자형 개인 가전과 오락산업의 주도력과 개인 온라인 프라이머시에 민감한 사회인 ‘일본형’(개인 지향형, B-2/C-1 결합주도형), 그리고 강력한 경제력을 바탕으로 새롭게 디지털 경제로 쾌속 질주하나 여전히 낙후한 정치적 체제와 미묘한 갈등을 빚는 ‘중국형’(권위주의 정치형, E-1 주도형)으로 나누고 이들의 한국형 기술인여사회와의 차이를 살피고자 한다.

3. 기술인여사회의 국가별 사례

1) 미국의 ‘웹기업형’ (C-1 주도형) 모델

미국은 스마트 미디어의 선도적인 글로벌 기업들을 통해 자국과 전세계 디지털경제와 문화를 형성하고 주도해왔다. 예를 들어 스마트문화의 국내 대중화에 촉매 역할을 했던 애플은 수십년 이상 축적된 소프트웨어 기술을 기반으로 하드웨어 시장을 공략하고 이제 새로운 스마트 미디어의 역사를 새롭게 쓰는 기업으로 자리잡았다. 이용자들의 ‘인여짓’ 혹은 삶활동에 해당하는 ‘집단지성’의 시장내 가치화와 이를 통한 새로운 이윤 창출의 방식에 있어서 미국은 독보적이고 선진적이다. 닷컴버블 이후에 애플, 아마존, 구글, 트위터, 페이스북, 프릭커 등은 미국과 전 세계의 향후 신경계와 웹 문화를 움직이는 중심 기업들이 되고 있다. ‘웹기업형’이란 타이틀의 의미는, 이들 기업들이 전세계 디지털 경제를 주도하는 것과 마찬가지로 자국내 정보통신 정책 지형에서 실제 힘을 발휘하고 대중문화 형성에까지 직접적인 영향을 미친다는 점에서 그러하다.

아이팟, 아이패드, 아이폰 등은 한 컴퓨터 제조업체가 개발한 제품들 이상의 의미를 지닌다. 애플문화는 최근까지 디지털 소비와 이용자 문화의 새로운 경향을 창조하고 선도해왔다. 애플은 보편화와 다원화를 중심 키워드로 자국의 디지털 컨버전스 문화의 형성에 개입할 뿐만 아니라 인터넷 및 사이버 문화 활동 등 네트워크로 연결된 전 세계의 문화 소비성향을 애플형 소비문화로 보편화해왔다. 예를 들어 아이폰을 통한 어플리케이션의 구매는 애플 아이튠즈를 통해 전 세계 유저들이 접속하여 구매하거나 프로그램을 개발하여 어디서든 올릴 수 있는 시스템을 구비한다. 애플의 기업적 영향력에 있어서는 2009년말 이래 국내 미디어 통신산업의 지각까지 뒤흔들어왔다.

애플의 동력은 잘 알려진대로 바깥의 이용자 문화를 스마트한 기술로 재전유하는 능력에 있다. 단순히 기업이 생산 영역에만 머무르기보단 소비 영역에서 유저들의 문화를 내적 생산과 소비의 영역으로 자가 발전시키는 능력에 있다. 즉 애플은 강성 유저들 즉 애플·빠'들의 자율적인 기기 추종 의식과 '애플문화'를 소비자들간 내적 유대 정서로 삼아 자연스레 이를 마켓 지배력으로 끌어들이는 힘을 지녀왔다. 소비자들 스스로가 애플 공동체 문화와 소속감을 만들어내고 애플 신화를 자가 확산·증식해왔던 것이다. 이는 '산업의 문화화'(the culture-ification of industry)에 해당한다. 반면 구글의 운동방식은 지식과 문화를 시장 쪽으로 끌어들이며 '문화의 산업화'(the Industrialization of culture)를 도모한다. 즉 살아 움직이는 누리꾼들의 지식생산과 이미지추어 문화 생산물들을 자본의 것으로 재가공하고 내화하는 능력이 기업의 이윤과 직결한다 (Scott & Lury, 2007, p.9).

애플, 구글, 페이스북과 트위터 등 소셜미디어 업계의 미국식 '리믹스'경제가 이용자의 창의력을 전유하여 기업의 시장가치화하면서 새로운 후기자본주의적 돌파구를 주도한다. 이들은 간혹 자신들이 정치와 사회 혁신의 기수인 듯 행동하기도 했다. 예를 들어 이들 웹2.0형 기업들은 미국뿐만 아니라 종종 중국과 한국같은 국가들에 진출하면서 미국식 기업문화와 '소비민주주의'적 가치도 함께 수출해왔다. 구글이나 트위터 개발자는 마치 스스로 표현 자유의 투사인 양 중국 공산당의 정치적 권위주의에 대놓고 불편한 심기를 늘어놓기도 했다. 혹은 그들의 기업 윤리가 한 때 국내에서 시행되었던 인터넷 실명제 등 보수적 정보정책과 부딪히면서 상대적으로 미국 소셜웹 기업들의 자유주의적 가치들이 부각되기도 했다. 이들 사례는 지역 소비자에 대한 자유주의 시장에 기반한 좀 더 유연한 소비권리 확보에 대한 미국의 요구가 중국과 한국의 권위주의 기반 정보 정책에서 마찰을 빚으면서 마치 미국 웹기업들이 민주주의의 투사처럼 비춰지는 현상을 낳았다.

미국은 국내·외 리믹스경제 주도의 친웹기업 가치적 경향(C-1)이 지배적인 정서라 볼 수 있다. 반면 미국은 아래로부터의 기술민주주의적 기술, 개인, 공동체 가치(A-2, B-2, D-2) 영역에서의 기류도 포착된다. 예컨대 기술 소비자운동 혹은 커뮤니티 운동에서 무선인터넷의 공동체적 공유운동으로 알려진 '와이파이(Wi-Fi) 커뮤니티 운동',²⁾ 애플 아이폰의 기술적 록인(lock-in)에 대항한 '탈옥'(jail-breaking)의 이용자 문화,³⁾ 극도로 상품화된 저작권 경향을 누그러

2) 미국내 와이파이 운동은 철저히 공유의 철학에 기반한다. 시민단체들과 시당국이 무료로 시민들이 인터넷에 접속할 수 있는 '핫스팟'(hotspots, 와이파이 안테나 반경이 미치는 전파 대역으로 우리식으로는 와이파이 존이라 부른다)을 계속해서 구축해 나가기 때문이다. 무선랜 카드와 컴퓨터만 있으면 어디서든 차별없이 인터넷에 접속할 수 있고 주파수만 잡히면 서로들 나눠쓴다. 미국에선 샌프란시스코, 시애틀, 오스틴 등이 와이파이 운동의 진원지로 꼽힌다. 하지만, 통신사들은 이와 같은 소비자 공유 문화를 사유화하려 했다. 거대 통신사들이 만들어내는 좀 더 확대된 무선인터넷 반경과 품질로 시민사회의 무선 인터넷 권역을 점차 평정해가고 있다.

3) 한 때 미국에서 애플이 이용자들과 법정 공방으로 시끄러웠던 적이 있다. 논의의 핵심은 애플의 '위젯'(widgets) 서비스라고 알려졌던 터치스크린폰 혹은 스마트폰의 부가 콘텐츠 앱 이용 기능과 관련이 있다. 유저들은 아이폰의 출시 이래 지난 수년간 '탈옥'(jail-breaking)를 통해 기술적으로 닫혀있는 애플의

뜨리는 크리에이티브 라이선스(CCL)⁴⁾ 운동 등은 디지털 시대 이용자, 공동체적 권리와 가치를 확보하려는 아래로부터의 기술문화를 상징한다.

미국은 새로운 자본주의의 시장형성을 주도하는 첨단업의 사기업들에 의한 기술 혁신과 자본 전유의 과정에도 불구하고, 샌프란시스코 등 캘리포니아 지역의 커뮤니티 문화에 기반한 풀뿌리 기술운동이 동시에 존재한다. 그럼에도 불구하고 미국 서안의 히피 자유주의 문화와 공동체적 특성과 경향이란 것도 많은 부분 실리콘밸리 중심의 디지털 정보생산지에 흡수되면서 닷컴 시장 주체들의 힘을 실어주는 웹기업 가치에 억압되는 측면이 크다고 봐야 한다. 정치적 가치에서도 그리 긍정적이지 않다. 예컨대, 미국 국가안보국(NSA)은 자국의 정보는 물론이고 전세계 정보 데이터를 관리하는 빅브라더형 빅데이터 감시센터를 물론교의 성지인 유타 주에 만들었다(Barnford, 2012 참고). 또한 이들 정보기관이 ‘프리즘’(PRISM)이라 불리는 감시 알고리즘을 이용해 구글과 페이스북 등 인터넷기업들을 대상으로 해서 사용자 정보 수집을 폭넓게 해왔다는 사실이 폭로되면서, 미 연방국가의 자유주의적 가치 추구가 크게 위협받고 있다(강한 E-1의 출현).

결국, 미국은 기술·사회 관계 측면에서 보자면 웹기업 주도(C-1)의 지배적 패권 경향 속에서 기술, 개인, 시민가치(A-2, B-2, D-2)가 일부 시장의 동력으로 흡수되는 경향이 강하다. 물론 시장 안팎에서 요동치는 오픈소스기술 공동체의 발전, 온라인 개인 표현의 자유, 공유경제형 기업 모델들의 성장, 커먼즈에 기반한 공동체 가치(A-1, B-1, C-2, D-1) 등 미국의 대안적 민주주의적 가치는 다른 어느 나라에서 보기 드문 강한 기술적 전통이기도 하다. 새롭게 주목할 대목은 빅데이터 기반의 국가 정보통제의 정치 가치(E-1)가 새롭게 기술잉여적 요소로 부상하고 있다는 점이다.

2) 일본의 ‘개인 지향형’(B-2/C-1 결합주도형) 모델

시장조사 기관인 일본 야노경제연구소가 자국내 소비자 1만명을 대상으로 인터넷 조사한 결과에 따르면 25.5%에 이르는 사람들이 스스로를 오타쿠라고 응답했다고 한다.⁵⁾ 일본인

모바일 앱 서비스를 풀면서 수많은 앱들을 공짜로 내려받아 써왔다. 생전 애플의 사장 스티브 잡스는 이에 대한 대응을 공격적으로 수행했다. 열성 이용자들의 아이폰 ‘탈옥’이 저작권 위법인가 아닌가가 미국 사회에서 크게 쟁점화했다. 아이러니하게도 이용자들의 탈옥문화는 애플 기업 운영체제의 기술적 코드를 민주화하고 보다 더 경쟁력있는 위젯을 만드는 계기가 됐다.

4) 미국 법학자 로렌스 레식(Lawrence Lessig)과 시민운동가들이 함께 만든 ‘크리에이티브 커먼즈’ 라이선스(Creative Commons License: CCL)는, 오늘날 대중화된 저작권 개혁운동 중 하나로 자리잡았다. 국내에도 법학자들의 소개로 이 CCL이 보급되고 있다. CCL은 정보와 미디어 콘텐츠의 무리한 사유화와 불공정의 관행에 제동을 걸기 위한 또 다른 공정 시장 기제에 해당한다. 이는 저자 스스로 자신의 저작물 권리를 정함으로써 제 3자 이용의 자유를 신장시킨다. 다양성과 창작과잉의 시대에 걸맞는 저작물에 대한 최소한의 권리 모델인 셈이다.

5) 김도형, 『한겨레신문』, 2011. 10. 31.

4명 중 1명은 스스로 ‘오타쿠’(オタク)라고 생각하거나 다른 사람에게 오타쿠라는 말을 들은 적이 있다고 한다. 애니메이션 등 문화산업을 집중적으로 소비하며 파고드는 마니아성 젊은이를 일컫는 오타쿠가 일본 문화를 상징하는 말로 통용된 지 오래다. 오타쿠는 단순한 팬이나 마니아 차원이 아니라 특정 분야를 너무 좋아해 전문가 수준에 오른 집단들을 일컫는다. 이들은 일본 대중문화 파워의 원동력이자 전문성을 갖고 80년대 이후 일본의 비디오게임과 오늘날 인터넷의 기초와 문화를 주도했던, 소위 ‘신인류’라 불리던 서브컬처 그룹들과 세대적으로나 취향적으로 합쳐진다(大澤眞幸, 1995). 최근에는 소비자 개념 등이 떠오르면서 오히려 ‘오타쿠계(系) 문화’(東浩紀, 2001; 2007 참고)⁶⁾가 전세계로 퍼지고 인터넷과 디지털 산업의 발달과 확대에 힘입어 그들의 국내·외적 영향력이 더 커지고 보편화되고 있다. 이 점에서 일본은 개인가치(B-2)가 기술 발전의 주요 연계 동력으로 기능한다고 볼 수 있다. 무엇보다 80년대 전후 출생한 이들로 90년대 중반 이후 일본 대중문화를 선도한 ‘제 3세대’ 오타쿠 계열이 특히 일본의 문화산업과 떼려야 뗄 수 없는 가장 긴밀한 세대군이라 볼 수 있다. 이들을 겨냥했던 <신세기 에반겔리온>이란 TV애니메이션이 당시 대단한 인기를 얻고 이것이 만화, 게임 등 엔터테인먼트 영역으로 확대되면서 일본내 오타쿠 세대의 하위문화는 문화산업 안으로 점차 계열화하기 시작한다. 이들 세대군의 특정 캐릭터들에 대한 의사충배 현상인 ‘모에’(萌え)문화는 개인적 취향은 물론이고 일본 문화산업을 이끌었던 주요 동력이기도 했다 (김태용, 2009).

소니가 만들어왔던 ‘소니 스타일’은 일본식 ‘오타쿠계 문화’(B-2)를 기업가치(C-1)로 변형하는데 핵심적 역할을 수행했다. 소니는 근 60여년 이상을 오락·문화 산업에서 그 잔뼈를 키우며 나름 디지털 문화에 접속하는데 일가를 이뤄왔다. 또한 1백여년이 넘게 오로지 게임 하나로 승부수를 던진 닌텐도와 같은 휴대용 혹은 콘솔 오락기의 영향력이 일본의 현 단계 오타쿠 문화를 움직이는 가장 큰 힘이라 볼 수 있다.⁷⁾ 무엇보다 오타쿠의 컨버전스 문화적 가치를 확대했던 측면은 ‘아키하바라’의 존재적 측면이 크다. 우리의 세운상가가 개발과 재개발의 도시정책으로 사멸한 비운의 사례라면 아키하바라는 오타쿠를 위한 장소적 응집지이자 문화적

6) 아즈마 히로키가 ‘오타쿠 문화’에 ‘계’를 삽입한 근거는, 오타쿠의 계보학적 혹은 세대별 차이와 발전의 양상을 일본사회에서 발견했기 때문이다. 그는 60, 70, 80년대 전후 출생자의 인구통계학적 세대구분과 당대 언더그라운드 문화 소비의 차이를 근거로 오타쿠 문화의 역사적 결을 좀 더 세분화하면서 동시에 확장하고 있다 (2001, 23-24쪽 참고).

7) 닌텐도 기업의 전사는 1889년으로 거슬러 올라간다. 후사지로 야마구치라는 사람은 ‘하나후다’라는 꽃그림이 들어간 48장의 화투 게임을 만든 장본인이다. 곧이어 그는 이를 일본 내에 대중화시키는데 성공한다. 후사지로는 2002년까지 닌텐도를 이끌었던 히로시 야마구치의 증조 할아버지다. 후사지료가 만든 화투는 일제 통치이래 한국 일상 오락문화를 좀먹게 했던 바로 그것이기도 하다. 만든 당사자야 한국사회에 미칠 오염의 심각성을 알리 없었을 게다. 당시 일본 야쿠자들이 화투장을 돈내기 게임에 쓰면서 이의 재미가 입소문을 탔다 한다. 초창기엔 순전히 수공업으로 화투를 직접 제작해 보급하기 시작한다. 1907년에 오면 후사지로는 ‘닌텐도 카드게임 회사’를 만들어 화투를 대량생산할 설비를 갖춘다. 나중에 경영권을 승계한 손주 히로시는 1953년에 플라스틱으로 입혀진 내구성 강한 화투장을 만들면서 60만장 이상의 판매고를 올린다. 이를 기반으로 60년대초 러브호텔, 햇반, 택시운송 등으로 사업을 확장하려 하나 고배를 마신 후, 히로시는 자신의 본업이 놀이사업을 깨닫고 그 때부터 게임 연구개발에 박차를 가한다.

자양분이 된 경우다.⁸⁾ 아키하바라는 오타쿠의 라이프스타일을 유지하고 성장하게 만들었던 근거지였다. 예를 들어 <아키하바라 오타쿠들 Akibabara Geeks>(2005)이란 단편 다큐멘터리 영화를 보면 아키하바라에 거주하는 서로 다른 오타쿠를 만날 수 있다. 그곳에서 서로 다른 라이프스타일을 갖고 아키하바라에서 자신만의 전문 영역을 갖고 조화롭게 공존하는 이들은 다름아닌 게임 크리에이터, 전기부품상, 컴퓨터수리공, 시급 종업원이다. 이들은 자신의 영역에서 마치 홀리듯 일하며 일본의 패전 이후 형성된 아키하바라 지구에서 오타쿠의 혼성 문화를 상호 만들어낸다. 더불어 오타쿠 문화는 소니나 닌텐도의 문화에서도 줄곧 발견된다. 일본식 장인문화적 기술 특수성과 오타쿠 유저문화의 독특함이 함께 합쳐지면서 현재 일본의 하이테크 문화를 일궈가는 것이다.

일본은 이렇듯 소니와 닌텐도 그리고 아키하바라에서 보이듯 기술 장인정신과 오타쿠 문화의 혼종된 오래된 유산과 경험이다. 이와 함께 일본의 디지털 기술 문화의 저변에는 모바일 인터넷이라는 휴대커뮤니케이션의 발달이 자리잡고 있다. 일본 총무성(2006)이 발표한 통신 이용 동향 조사를 보면 일본내 인터넷 접속 수단으로 휴대전화를 이용한 인터넷 접속자 숫자가 피시 이용자를 넘어선다. 이렇듯 일본의 인터넷 이용에 있어서 휴대전화가 중심적인 지위를 오랫동안 가지게 된 것은 피시를 이용한 인터넷의 느린 속도 때문이었다. 소프트뱅크의 손정의 사장이 일본내에서 정보초고속도로의 새로운 비전인 ‘초고속 인터넷의 길’(光の道: 광의 길)이라며 주장했던 이유가 여기 있었던 셈이다. 인터넷의 느린 속도는 모바일 인터넷을 거의 일본식으로 기술 문화화하였는데, 첫째로 인터넷의 기능이 주로 휴대전화에 의해 쓰이면서 한국처럼 문자메시지 보다는 전자메일에 의한 개인간 소통이 일본의 보편화된 커뮤니케이션 방식으로 정착했다. 2000년대 중반 이후로는 휴대전화로 이용 가능하고 좀 더 친화성이 높은 SNS나 개인 블로그의 이용이 활발해지면서 일본식 모바일 인터넷 문화를 발달시켰다.⁹⁾

일본의 모바일문화의 빠른 안착에도 불구하고, 한국인에 비해 일본인들의 모바일 기기 전환이나 접속에 대한 욕구가 더딘 것은 대단히 흥미로운 점이다. “휴대전화에 의한 인터넷의 ‘환경화’”(是永 論, 2007)라 불리는 일본의 기술문화 현상은 휴대전화에 의지해 어디서든 모바

8) 이동연(2010)은 일본의 IT 공간 혹은 오타쿠를 위한 공간의 특성을 다음과 같이 진술한다. “일본에서 아케이드 공간은 여전히 현재진행형인 반면, 한국에서는 퇴행적이다 못해 사멸하고 있다. 일본은 아케이드 공간의 구조를 그대로 유지한 채 그 공간을 구성하는 라이프스타일 변형하는 반면, 한국은 공간의 구조 자체를 ‘재개발’이라는 논리로 해체한다” (333쪽).

9) 역사적으로 일본 모바일 인터넷의 시초는 1980년대 말 ‘다이얼큐’가 등장하면서 부터다. 이는 전화를 이용한 콘텐츠 서비스로 이를 통해 당시 모바일 인터넷 아키텍처를 만들 인재를 꾸리기 시작한다. 1999년에는 모바일 플랫폼으로서 오픈성이 높고 사이트 제작이 쉬운 ‘아이모드’(i-mode)가 등장하여 모바일 인터넷 사업이 커지고 사용자가 늘어나면서 모바일 인터넷이 급속히 확대되었다. 2001년에는 초고속 무선 이동통신망인 3G가 보급되면서 콘텐츠의 영역이 좀 더 확대되고, 2006년에 들어서 KDDI가 인터넷 검색업체 구글과 제휴하여 모바일 인터넷 검색 서비스를 도입하면서 모바일 인터넷에도 검색의 중요성이 강조되기 시작한다. 그러다가 2008년에 애플 아이폰이 일본 시장에 등장하면서 그동안 유선 인터넷과 모바일 인터넷이 따로 발전하던 일본 인터넷 시장이 유·무선을 가로지르는 인터넷 시대를 맞이한다. 일본 모바일 인터넷은 지금까지 외부 세계와 단절된 채로 남아 있었으나 한국처럼 애플 아이폰의 등장과 함께 큰 변화를 겪고 있다.

일 인터넷에 접근했던 10여년 이상의 일본식 IT문화 환경을 지칭한다. 이로 인해 ‘휴대 디바이드’(divide) 내지는 ‘모바일 디바이드’ 등 기술격차 문제가 그 어느 나라보다 먼저 일본에서 쟁점화했다. 모바일 디바이드는 일본에서 인터넷 이용이 휴대전화를 통해서 이뤄지면서 정보 이용 대역 환경이 대단히 취약하고 한정되면서 발생했다. 즉 이들이 어디든 편재하면서 인터넷 접속을 보장하기는 하나 휴대폰의 속도나 질적 측면에서 대단히 낙후한 환경에 머물러왔다.

일본에서 ‘디시인사이드’류의 게시판형 포털과 비슷한 사이트이자 일본의 인터넷문화를 대표하는 곳으로 ‘니찬네르’(2ちゃんねる, 2ch)¹⁰⁾를 보자. 2ch은 철저한 익명성에 기반한다. 회원 가입이나 최소한의 필명조차 필요치 않는 익명성이 초창기 일본의 인터넷 사용자 확산과 더불어 이곳에 수많은 오타쿠를 끌어들이는 동인이다. 그러나 이곳은 일본내 한류의 흐름을 공격했던 ‘혐한류’의 진원지이기도 하다. 90년대 후반부터 진행된 소비사회와 핵가족화와 맞물린 일본 사회의 ‘니찬네르’회는 “황(공동체)과도 중(역사)과도 관계없는 희박하고 고립된 생활 공간”인 ‘미크로 유토피아’ 안에서 오타쿠들 스스로 자조하도록 만들었다 (권혁태, 2014, 166-167쪽). 즉 니찬네르를 통해서 일부 온라인 우익들의 등장에서 보이는 것처럼 일부는 일본내 기술 구성의 공동체 가치(C-1)를 갉아먹었다고 볼 수 있다. 그럼에도 불구하고 아키하바라라는 물리적 공간을 통한 서브컬처의 집중과 더불어 온라인 니찬네르는 기존 오타쿠들(B-2)을 온라인을 통해 지속적으로 그들의 취향을 양성화하는 원천으로 기능했다.

결국 일본에서 소니와 닌텐도 등은 개인의 오타쿠적 가치나 민감한 프라이버시 문화 등(B-2)의 많은 부분을 가전 및 게임 플랫폼 등 기업가치(C-1)의 동력으로 삼는 능력에서 탁월했다고 볼 수 있다. 일본은 1백년이 넘게 소니와 닌텐도 등 하이테크 장인 기업문화의 전통을 만들어오면서 물리적 공간 형식에 있어서는 아키하바라를 통해 그리고 온라인 공간에서는 모바일 인터넷이라는 특이한 개인형 휴대기술의 발전 양상을 보였다. 그러나 여전히 기술적으로 한국 처럼 국가주도형 기술정책 주도력(A-1), 후진적 정치문화(E-1), 사회적 가치의 희박화와 니찬네르 등에서 번성해온 온라인 극우문화(D-1) 등에 의해 발생하는 기술잉여적 요소가 작동하는 국가로 볼 수 있다.

3) 중국의 ‘권위주의 정치형’(E-1주도형) 모델

중국인터넷데이터센터(CNNIC 中國互聯網絡信息中心, 2013)의 『2012년 중국인터넷 종합통계보고서』를 보자. 2002년에 전체 인터넷 인구가 6천만명 수준, 2005년에 1억 1천만명, 2007년에 2억 1천만명, 2008년에 거의 3억명에서 2010년 4억 5천만명을 넘어섰다. 2012년에 5억 6400만명으로 십여년만에 9배 이상 성장했다. 중국인 네티즌 수는 전세계 네티즌 수의 약

10) 투찬네르는 니시무라 히로유키(西村博之)가 97년경 개설해 개인적으로 운영하고 있는 사이트지만 하루 수백만 명이 2ch를 고정적으로 방문하고 있다. 종류와 분야도 사회, 국제, 학문, 예술 등 일본내 존재하는 대부분의 분야를 게시판을 통해 통합한 게시판형 포털이다.

23%, 아시아 인터넷 이용자 숫자의 55% 정도를 차지한다. 중국에서 휴대전화를 이용한 모바일 인터넷사용자가 2012년 4억 2천만 명을 기록하면서 인터넷접속 방식이 다변화되고 있다.

중국의 대표 인터넷 포털업체인 텡쉰(騰訊, QQ)의 소셜 네트워크 서비스인 ‘웨이보’(微博, Weibo.com) 이용자가 3.09억명을 돌파했다(2012년 12월말 현재). 중국의 리서치 기관인 아 iResearch Inc.에 따르면, 2009년 현재 중국 인터넷메신저 점유율은 QQ가 76.2% (2011년에는 76.56%), MSN이 6.8%, 飛信이 4.5%을 나타내고 있다. 사실상 텡쉰(QQ)의 독점을 확증하고 있다. 텡쉰 웨이보의 서비스 이용자 중 상위 6명 정도는 1,500만 명 이상의 팔로워를 지닌다 하니 그 규모와 효과에서 거대하다고 할 수 있다. 한국에서 많은 이들이 소셜웹을 통해 주요 뉴스를 소비하는 것처럼, 중국인들 70% 이상이 ‘웨이보’에서 뉴스를 소비하고 있다.¹¹⁾ 새로운 영향력을 가진 뉴스매체로 웨이보와 같은 소셜웹 서비스가 떠오르고 있는 것이다.

미국은 물론이고 한국과 일본이 해외 소셜웹 업체들에 의해 거의 플랫폼이 장악당한 것과 달리 중국은 토종의 텡쉰 메신저서비스나 소셜웹 서비스 일종인 웨이보를 통해 소셜미디어 시장을 자국 기업으로 채워나가고 있다. 중국 최대 민간 인터넷 정보제공업체인 인터넷실험실(互聯網實驗室)의 『인터넷 독점조사연구보고』에서 텡쉰, 바이두, 알리바바(阿里巴巴)가 메신저, 검색, 전자상거래 등 각 분야에서 독과점적 시장지위를 누리고 있다고 밝혔다. 보고서에 따르면 2010년 말 기준으로 텡쉰과 바이두, 알리바바 3개사의 시가총액은 744억 달러로 중국 증권시장에 상장된 인터넷기업의 전체 시가총액의 70%를 차지했다. 텡쉰은 메신저 시장에서 77%에 육박하는 시장 점유율을, 검색엔진 분야에서는 ‘바이두’(百度, baidu.com)가 시장 점유율 80%를, 알리바바는 전자상거래 소비시장에서 54%의 점유율을 차지했다.¹²⁾ 중국의 온라인 시장의 대표적인 텡쉰 메신저, 텡쉰 웨이보(SNS), 바이두(검색), 알리바바(온라인 상거래) 등은 미국의 글로벌한 온라인 시장 습격에도 불구하고 토종 기업들이 시장의 지배적 행위자로 군림하는 상황을 보여준다.

중국은 미국, 일본, 한국 등에 비해 상대적으로 정보통신기술의 도입이 상대적으로 늦었던 점을 봐야 한다. 구글이나 트위터 등 다른 검색엔진이나 소셜웹 서비스의 도발적 진출에도 불구하고 중국내 토종 온라인 기업들이 독점적 지위를 누리는 것은 한국보다도 강한 국가적 가치 개입(E-1)에 기댄 온라인 시장 환경의 높은 진입장벽(C-1)이 존재한다고 볼 수 있다. 정치적으로 봐도 중국 공산당은 끊임없이 체제 위협이 될 만한 내용들을 검열해왔다. 인터넷 검열 관련 연구단체 ONI(Open Net Initiative)의 연구 성과로 2008년과 2010년 MIT 출판사에서 내놓은 중국에 관련된 보고서 내용은 중국 인터넷에서 대규모로 광범위하게 체계적으로 진행되는 컴퓨터 필터링과 이용자문화 통제 사례들을 구체적으로 소개하고 있다.¹³⁾

11) 『위키투리』, 2011. 12. 12.

12) 『京華時報』, 2011, 2. 19.

13) ONI 등의 연구에 따르면, 중국 정부의 호스트 즉 인터넷 서비스 공급업자에 근거하여 광범위하게 정부 비판적 블로그들의 접속을 차단하는 일은 이미 2002년초부터 진행되어 왔다. 텡쉰 메신저의 경우도 키워드 리스트(예를 들어 ‘팔론공’, ‘대만독립’ 등)를 작성해 사전검열을 폭넓게 해오고 있다. (Zuckerman, 2011,

중국 정부는 소셜웹 서비스인 텡쉰 웨이보에 오르는 글들을 검열하면서 당 기관지인 『인민일보』에서 웨이보상에 오르는 누리꾼들의 정치적 의사 표현을 포르노와 도박에 비유해 이 모든 게시글들을 제거해야 할 것으로 보고 있다.¹⁴⁾ 중국 공산당 중앙위원회는 성명서를 통해 소셜미디어에 대한 통제를 강화할 계획이라 밝히고 있다. 당은 웨이보와 같은 마이크로블로그 이용자들의 급격한 증가가 근거없는 소문을 퍼뜨리는 무책임한 이용자를 양산한다고 비판한다. 소셜웹에 대한 전면 차단이 기술적으로 어려운 관계로 중국 공산당은 기존의 인터넷에서처럼 내용 규제를 강화하는 방식을 취하고 있다. 사업 운영자들 또한 문젯거리가 될 내용들(대중시위, 정부관리 스캔들, 공산당 지도자들에 대한 논평 등)에 대해 미리 차단하거나 삭제하는 필터링 기술과 소프트웨어를 도입해 쓰면서 이용자 문화에 대한 이중 규제가 되고 있다.¹⁵⁾

인터넷의 급성장, 스마트 환경에 기초한 모바일 인터넷의 확산에도 불구하고 중국 정부의 검열은 다양한 층위에서 계속되고 있다. 중국내 토종 기업들에 의해 인터넷 검색, 메신저, 소셜웹, 소비자 상거래 등이 절대적 우위를 점하고 있는 반면 자국내 통신사들은 아직 국유화 수준에 머무르면서 중국 정부의 시민들의 정보 검열에 대단히 노예적 자세로 일관하며 개인정보들을 넘겨주거나 필터링에 응하는 모습까지 보여주고 있다. 즉 외형적 성장에 비해 권위주의 정권에 의한 질적인 질곡과 퇴행들이 깊숙이 자리잡고 있다는 점을 확인할 수 있다.

정리해보면 중국은 대단히 강력한 권위주의 국가 통제가 온라인 곳곳에 스며있고(E-1), 국가에 의해 보호받는 로컬의 소셜웹 기반 기업 가치가 크게 강조되고(C-1), 정보기술 정책의 대부분이 당에 의해 주도적으로 계획·입안되는 구조를 지닌다(A-1). 개인의 가치 영역(B-1)에서 봐도 온라인 표현의 책임을 크게 강조하며 표현의 자유를 위협하고 있다. 이처럼 국가 통제를 위시해 기술인여적 요소들이 대부분 연계되어 압도적으로 중국사회를 짓누르고 있다는 점에서 ‘권위주의 정치형’ 기술인여사회 모델로 볼 수 있다. 그나마 주목할 점은 중국내 재난상황, 공무원 부패 등에 대한 시민사회의 비판이 소셜웹으로 공론화되면서 온라인 커뮤니티 가치(D-2)가 부상하는 추세다.

4) 소결

이제까지 디지털기술 발달과 특성을 우리와 기술적으로 밀접하게 관계를 맺고 있는 각 국가들을 앞서 <표 1>에서 제시했던 기술인여사회의 유형 근거에 의해 관찰해보았다. 중국의

pp.73-74 참고). 2008년에는 한 국영 휴대전화 기업이 소비자들의 정보를 중국 보안 관계자의 요청에 모두 다 넘겨주는 관행이 있음이 폭로되었다. 게다가 중국 공안들은 수시로 개별 이용자의 문자메시지나 감시하거나 필터링을 통해 해로운 메시지의 유포를 막아오고 있다 (Deibert, Palfrey, Rohozinski & Zittrain, 2010, p. 466). 자동 필터링과 자의적 필터링 양자를 도입해 중국 정부가 느끼기에 불순한 정보를 차단하는 인터넷 검열을 비꼬아 “The Great Firewall of China”(防火長城)라 하는데, 당은 중국에 진출한 해외 검색엔진(구글 등)에까지 그 검열의 손길을 뻗쳐왔다.

14) 『인터넷 & 시큐리티 이슈』, 2011. 11.

15) Reuters, 2011. 10. 26.

경우는, ‘권위주의 정치형’ 모델로 정보기술의 정치적 통제 (E-1 주도형)가 지배적으로 작동하면서 나머지 네 개의 층위를 틀어쥐며 기술잉여의 부정적 요소들을 끊임없이 양산하고 있다. 그러나, 기술이 개방형으로 너무 빠르게 융기하고 성장하고 있고(A-2), 대중의 온라인 커뮤니티 여론화 과정이 대규모화하면서 (D-2) 지배적 사회 상상력을 간헐적으로 위협하고 있는 국가 유형으로 볼 수 있다. 일본의 경우는, 오타쿠 문화의 지속적 발전과 토대 마련에서 보여주는 것처럼 언더그라운드 이용자 문화가 디지털 가전 및 오락산업, 그리고 온라인 커뮤니티 모델의 성장에 미치는 영향력과 시너지가 대단히 크다는 점을 볼 수 있었다 (B-2/C-1 결합주도형). 사회 체제적으로도 오타쿠들의 다양한 문화지형들을 포용하는 힘이 존재한다는 것을 본다면 일본은 대단히 ‘개인 가치형’ 모델에 가깝다. 미국의 경우는, 사회체제(기술, 개인, 기업, 커뮤니티)의 성숙도에서 높은 점수를 가지고 있지만, 여전히 초국적 웹기업들(C-1 주도형)이 미국 사회는 물론이고 기술 경쟁국들에게까지 영향을 미치는 힘을 지니고 있다. 웹기업들이 커뮤니티적 가치뿐만 아니라 개별 이용자들의 문화를 주도해가는 모양새는 결국 미국식 소비자본주의의 후기적 변형이라 볼 수 있다. 즉 자유주의적 경향들로부터 자극을 받으며 성장한 웹2.0기업 모델이 주도하는 기업 문화가 실지 미국의 주요한 모습으로 파악된다.

이 속에서 한국의 기술잉여사회의 유형을 어떻게 놓고 볼 것인가. 예측컨대 한국의 기술잉여적 속성 가운데 정치적 통제 가치(E-1)의 주도력은 중국 모델에 많이 가까우나 기업 가치의 지배적 정서(C-1) 그리고 커뮤니티와 개인 가치의 자율성(D-2, B-2)을 따지면 미국 모델도 닮아 있다. 다시 말해 지난 20여년 가까이 네트에 대한 강화된 정부 규제와 정보통제 국면을 생각하면 중국에 보다 가깝고, 시민 영역의 자율적 움직임과 네트상의 이용자들의 다양한 능동적 문화를 본다면 일정 부분 미국에 더 가깝다는 추측을 해볼 수 있다. 그렇지만 국내 개인 가치 층위와 관련해 상호감시, 프라이버시 부족, 온라인 노출, 기술강박, 정보재난 등 부정적 문화 요인들(B-1)은 대단히 한국적인 모습이다.

국내 기술잉여사회의 지배적-민주주의적 요인들간의 패권 각축전으로 보면, 표층에서 정치, 경제, 기술 가치에 기반한 지배적 패권이 강화되는 듯 보이지만 동일하게 심층에서는 주체의 역량과 관계하는 개인, 공동체의 역능의 움직임을 함께 주목해야 한국형 기술잉여사회의 모습이 좀 더 정확하게 드러나리라 본다. 다음 장에서는 이같은 한국형 기술잉여사회의 양가적 조건과 층위들이 구체적으로 무엇인지 그리고 이를 통해 한국의 기술잉여적 특성을 어떻게 정의할 것인지를 보다 면밀히 살필 것이다.

4. 한국형 기술잉여사회의 양가적 조건과 층위들

앞서 3장에서 기술경쟁국들의 간단한 유형화에 이어 이제 한국을 이러저러한 기술잉여사회로 칭하는 논거를 좀 더 구체적으로 살펴보자. 사실상 이의 현실적 답은 <표 1>의 기술잉여적/기술

민주주의적 조건들에 해당하는 10개 조합들의 구체적인 기술 발전의 사례들을 반추해보면서 이 양자의 경합 관계를 따져보면 충분히 기능해질 수 있다고 본다. 이를테면 이제까지 기술경쟁국을 유형화한 것 보다 좀 더 심층적인 요인들을 따져보면서 한국형 기술잉여사회의 특징을 잡아내는 작업이 필요하다. 이를 위해 90년대 중반 이후 인터넷이 정착되면서 한국사회에 재점화됐던 정치, 사회, 기업 이슈들과 기술적 현상들을 중심으로 기술잉여의 경합 요인들을 따져보려 한다.

한국은 1990년대 이후 사회·기술사적으로 더듬어 보면 인터넷 한국의 강한 온라인 커뮤니티 문화, 누리꾼들의 소셜웹 행동(D-2), 아마추어 개인들의 창발성(B-1)의 장점에도 불구하고, 매우 강한 국가주도형 기술주의(A-1), 지배 정서화된 재벌의 위상(C-1), 권력 통제형 기술정치(E-1), 기술강박적 소비문화(B-2)의 지배적(기술잉여적) 특성들이 압도하는 형국을 보여준다고 예상해 볼 수 있다. 다음의 <표 2>는 이같은 예상을 확증하기 위한 사례집이다. 이는 앞서 <표 1>에서 한 사회를 대상으로 유형화한 가치 층위별 논의 내용을 토대로, 실제 한국에서 정보기술의 토착화 방식과 관련해 각 층위를 구성했던 실제 중요한 요소들을 일일이 열거해 놓고 있다. 또한 다섯 개의 각 층위별 지배-대안 기술 영향력의 정도를 그 사안의 경중에 맞춰 강·중·약으로 표현해 한국사회를 구성하는 기술잉여의 요소들과 결국 이들이 맺고 있는 지배적-대안적 요소들간 경합 조건을 파악할 수 있다.

<표 2> 한국형 기술잉여사회의 경합 요인들

1. '기술잉여'적 요소들 / 2. 기술민주주의적 요소들	
A. 기술 가치	A-1 (강)
	선진국 기술 추격형 기술하드웨어/인프라 개발 역사 (1980년대말 이후 국가정보화 프로젝트들) 국가주도 대국민 기술가치 홍보 및 확산 (1990년 중반 이래) 한국형 무선인터넷표준(WIFI) 탑재 의무화 (아이폰 공세로 2011년 폐기) 국내 공공 금융기관 MS 웹브라우저 (액티브X 프로그램 등) 과도 편중 네이버 검색 중심의 인터넷 포탈 환경
	A-2 (약)
	아마추어 창작과 아마추어 전문가 집단 형성 중간/적정기술 등 삶의 기술 확산 논의 시도
B. 개인 가치	B-1 (강)
	기술·정보 업그레이드에 대한 강박 끊임없는 접속과 통신에의 과도한 욕망 개인간 상호감시 문화 보편화 개인정보 프라이버시 보호 부족 (신상털기 등) 온라인 노출과 폭로의 휘발성과 대중적 집단 망각증 단련 비물질영역에서의 잉여짓의 광범위한 유통과 명성의 대중화
	B-2 (중)
	게시판, SNS문화 등 적극적 전자 소통문화 온라인기자, 블로거, 게릴라 미디어 문화 온라인 패러디 등 아마추어 창작의 급증

C. 기업 가치	<p style="text-align: center;">C-1 (강)</p> <p>저작권 등 지적재산권 확대 (한미 FTA협상 등) 통신사, 삼성 등 휴대폰제조사 독점적 지위 및 데이터 요금제 강요 네트워크 중립성 부정 (중량제 논의) 국가 주요 정보사업(NEIS, 전자주민증, 교통카드, 전자데이터시스템 등) 재벌계열사 주도 개인정보 유용 및 유출 (2008년 옥션, GS칼텍스, 2011년 네이트, 넥슨, 2014년 1월 농협, 롯데, 국민카드 등 20여건의 전국민 정보유출 사고 발생) 빠른 휴대폰 업그레이드 주기 강요 및 휴대폰 등 기술과잉 담론 급성장 ‘IT보도방’ 등 IT노동자의 불안전 고용노동 악화 노조설립 노동자들 휴대폰 위치 추적 (삼성SDI, 2004) 및 과업노동자 DNA채취 (2012) 등 정보인권 침해 빅데이터기반(소비자 비정형데이터 수취) 시장형성 (2012년 말부터)</p>
	<p style="text-align: center;">C-2 (약)</p> <p>공유경제 혹은 혼종경제 유형의 시장 부상 (닷컴버블 이후) 대안적 저작권 라이선스들과 공유문화 (CC-Korea, 정보공유라이선스, 그누라이선스 등) 등장</p>
D. 커뮤니티 가치	<p style="text-align: center;">D-1 (약)</p> <p>창조경제, 문화융성의 온라인 공동체 지원 및 이식 온라인 ‘클릭주의’(clicktivism)로의 사회 참여 행위 후퇴 일베 등 청년 극우 집단 형성</p>
	<p style="text-align: center;">D-2 (강)</p> <p>온라인 동호회, 온라인 카페(디시 아고라 등)의 권력 감시 및 참여활동 온라인을 통한 대중적 여론의 형성 (80년대말 이후) 미션·효순 사건 온·오프라인 시위 (2002), 노무현 전대통령 탄핵 시위 (2004), 광우병 촛불시위 (2008) 대안미디어 및 시사 인터넷 방송 (오마이뉴스, 나는꿈수다, 뉴스타파 등) 지방 선거/서울시 시장 선거독려 (2010-11)</p>
E. 정치적 가치	<p style="text-align: center;">E-1 (강)</p> <p>개인정보의 총체적 부실 관리 정보화정책 컨트롤타워 구상 혹은 거대 기구화 (정통부, 미래창조과학부 등) 인터넷실명제 도입 (2012 위헌 폐지) 게임물사전등급제 (모바일 자율심의) 청소년 심야게임 금지 (2011) 및 4대 중독물 지정 (2013) 전자여권 도입 및 국민정보 미 정보기관 양도 (미 비자면제프로그램VWP 가입 조건, 2008) 국무총리실 800여명 민간인 사찰 (2008) 정부 기관간 개인데이터 공유 및 활용 (2013) SNS 방통위 내용심의 (2012~) 국정원 등 정보기관 조직적 대선 개입 (2013)</p>
	<p style="text-align: center;">E-2 (약)</p> <p>개인정보보호법(2011) 제정 정부 데이터 공유 사이트(공공데이터포털, 정보공개포털) 개설(2011-) 정부 지원 공공 라이선스 개발 및 CCL 지원</p>

1) 기술 가치 (A-1 주도 경향)

먼저 우리 국가 특유의 기술 발전 동력을 보자. 우리는 기술 발전의 국가주의적 혹은 국가선도형 발전주의 방식과 인연이 깊다. 국가 주도의 성과주의적 측면에 기반한 하드웨어기술 구축과 생산 중심의 정보화정책에 연유해 기술 개발의 도구주의적 접근이 두드러진다. 무엇보다 경제선진화와 행정효율화에 의한 국민필요와 복지라는 정책 체제가 디지털기술의 도구화된 접근을 더욱 부추겼다. 적어도 80년대 말 이래 정부주도의 기술추격형 혹은 기술선도형 경제발전 계획들은 국가주도형 ‘발전주의’ 모델과 늘 한몸이었다.

한국사회의 고질적인 기술적 퇴행성의 유산들을 보자. 먼저 브라우저 시장의 마이크로소프트 의존성은 2014년 오늘 여전히 과도하게 높다. 국내 이용자들 8,9할이 익스플로러에 매달려있는 대한민국은 전세계 웹브라우저 기술의 지배적 정서와도 크게 위배된다. 관공서, 정부기관, 은행 등 어지간한 웹페이지는 아직 익스플로러에 ‘최적화’되어 있고 액티브X를 무차별적으로 쓰고 있다. 사실상 ‘최적화’는 다양한 브라우저들이 막힘없이 가능할 때 그 의미가 제대로 살아난다. 우리의 ‘최적화’는 기술의 ‘범용화’라기 보다는 하나의 다국적 소프트웨어기업에 길들여진 불구화된 모습이다. 그 최적화로 인해 바이러스와 해킹의 온상지로 한국이 매번 꼽힌다. 또한 외부와의 기술 호환보다는 국내 시장 ‘록인’(lock-in)을 통해 통신사나 휴대폰 기기업체들의 시장 독점을 보장하기 위해 무용성의 기술을 정책적으로 택하는 경우도 비일비재하다. 대표적으로 한 때 한국형 모바일 표준규격 플랫폼인 ‘위피’ 탑재의무를 정책적으로 지원했던 경우를 들 수 있다. 이도 2009년 외국산 스마트폰인 애플의 아이폰이 외부로부터 유입되지 않았다면 쉽게 개선되기 어려웠던 기술정책적 장애물이라 볼 수 있다. 당시 국내 통신정책이 일거에 애플 아이폰이라는 스마트폰 기기 수입에 의해 뒤바뀌는 상황이 벌어지면서 한국사회를 지배하는 견고했던 기술질서가 국외 기술과 시장 변수에 의해서 크게 지배받을 수 있음을 확인했다.

기술담론 차원에서 기술주의의 포퓰리즘적 확산도 두드러진다. 국가 정책적 담론과 상업광고 등의 영향으로 대중 수준에서 기술 과잉화된 담론 확산이 급격하게 이뤄지고 일정 기간이 지나면 새로운 첨단기술 담론으로 급격히 전환되는 과정이 상례화되고 있다. 즉 한 사회내 기술의 본질적 내용과 성격과 상관없이 기업 이윤과 대중 계몽의 포퓰리즘에 의해 기술수용이 이뤄진다는 큰 문제점을 지닌다. 예를 들면, 90년대 ‘사이버’와 ‘유비쿼터스’에서 오늘날 ‘컨버전스’, ‘스마트’, ‘빅데이터’란 단어가 기술과 그 주변을 둘러싼 대상들의 영리함과 포용력을 지칭하는 보편어가 된 지 오래다.¹⁶⁾ 한국사회에서 정보화담론은 이렇듯 대체로 현실적 문제들

16) 90년대 기술 담론의 주요 표제어였던 ‘사이버~’는 한때 대중매체의 광고카피로 꽤나 유행했다. 화장품, 속옷, 패션 상품 등에 세련된 느낌을 담은 은빛의 차가운 두문자 합성어로 줄곧 쓰이곤 했다. ‘사이버~’ 뒤에는 다른 단어가 붙어 새로운 의미를 만들어냈고 당시 대중들은 이와 같은 합성어에 대단히 친숙했다. 즉 ‘사이버~’로 만들어진 합성어가 소비기호화 되던 시절이었다. 기술담론도 2천년대로 넘어오면 ‘사이버~’ 담론들을 밀어내고 ‘유비쿼터스~’ 담론이 크게 득세한다. 이 ‘U’(유비쿼터스, 모바일 기술의 편재성을 의미)

을 깊이 있게 다루지 못하고 내용과 무관하게 겉을 감싸는 포장지와 같은 정보기술정책 홍보 역할을 주로 하고 있다. 정보화 정책의 수사 차원에서 ‘e코리아’, ‘i코리아’, ‘c코리아’에서 ‘u코리아’로 전환하는 과정¹⁷⁾도 비슷한 과시형(exhibitionist) 정책의 변형된 사례라 볼 수 있다.

민간에서의 기술적용 방식은 그만의 독특한 디지털 문화들을 양산하며 좀 더 다른 결을 가졌다. 예를 들어 피시방은 1996년에 처음 신림동에 ‘인터넷 매직플라자’라는 이름을 달고 생겨난 이후 속속 자생적으로 비슷한 공간들이 전국에 수도 없이 등장하면서 아래로부터 독특한 국내 디지털 문화를 형성하는데 일조했다. 게임방은 최근 청소년들의 불온한 장소로 혹은 정보누출과 신상털기 등 디지털 문화의 그늘진 곳으로 지적되기도 하지만, 역사적으로 피시와 인터넷 접근권에서 발생하는 정보격차를 바로 이들에게서 일부 해소하는 독특한 효과를 거두기도 했다.

한국사회에서는 이렇듯 아래로부터 저변을 확대했던 피시방 문화, 그리고 최근 ‘제작기술’, ‘중간/적정기술’ 등 삶의 기술에 대한 아래로부터의 움직임과 소셜웹을 통한 아마추어 창작이 성장해왔으나 여전히 사회적 영향력 면에서 미약하다고 볼 수 있다(약 A-2). 반면 주류적 기술 가치는 국가와 기업의 공조에 의해 혹은 특정 기술에 경도되는 방식에 의해 대단히 기술주의적이거나 과도하게 정책 성과형 기술개발로 한 사회를 압도하면서 이에 집중하는 경향을 띠고 있다고 볼 수 있다(강 A-1).

2) 개인 가치 (B-1/B-2 경합 경향)

국내 통신 소비시장을 예로 들어 보자. 국내 소비시장은 통신사와 휴대전화 재벌들의 신모델 판매 주기에 반응하는 소비자의 강박증을 크게 양산해왔다. 이는 휴대폰 문화 대국인 일본의 휴대전화 기기 변동의 느린 주기에 비해서도 지나친 휴대폰 업그레이드 강박을 보여준다. 대체로 소비자들은 약정이 끝나기도 전에 단 몇 초 몇 분의 속도를 위해 3G도 모자라 LTE(A) 기술의 변종들에 현혹돼 기기를 변경한다.

우리는 이렇듯 초기의 기술 대중화 국면을 지나자 이제는 첨단과 고속의 사회적 강박에 시달리며 끊임없이 상시 접속과 통신에의 과도한 욕망에 목말라 한다. 마찬가지로 사회내 온라인 활동과 역할이 중요해지면서 비물질 가상영역에서의 이용자 잉여짓과 잉여활동의 광범위한 유통과 온라인 명성의 대중화가 일반화하게 된다. 그에 따라 온라인 공간을 활용한 사생활

는 물론 모바일 기술의 시장소비 대중화와 관계하고 정부 주도의 기술정책 담론의 영향력을 보여주는 상징이기도 하다. 기계와 기계가 무선으로 연결되고 대화하는 ‘사물간 네트워크’ 개념은 한국 정부의 정책으로 채택되기도 한다. 2010년 이후로 소위 애플의 ‘스마트’폰이 수입되고 이후 소셜미디어의 전성기가 오면서 ‘스마트’ 담론 국면이 시작된다. ‘사이버~’와 ‘유비쿼터스~’만큼 혹은 더 이상으로 ‘스마트~’는 앞으로 다가올 새로운 기술 미래에 대한 기대감을 반영한 합성어로 새롭게 각광받고 있다.

17) IT정책담론의 특성을 홍보하기 위해 90년대 중반 무렵부터 국가명에 기술적 과잉기표의 영문이니셜을 쓰는 행위는 우리네 기술관료들이 일본의 정보통신기술 정책 사업을 모방하면서 비롯됐다. 한국에 비해 몇 년의 시간격차를 앞서 두고, ‘e재팬’, ‘u재팬’ 등 타이틀을 달았던 일본형 IT정책 사업이 이미 존재했던 것이다.

노출과 폭로가 크게 늘어나면서 대중 스스로 센세이션에 기반한 수많은 (오)정보로 단련되거나 혼란되어 감성 또한 대단히 둔감해지는 상황에 이르렀다.

새로운 기술에 대한 강박과 접속과 통신에의 욕망은 다른 어느 나라에서도 볼 수 없는 신종의 지하철 풍속도를 만들어내고 있다. 남녀노소 불문하고 승객 대부분이 각자의 스마트폰을 통해 콘텐츠를 소비하고 누군가에 접속해 온라인 관계를 피하는 기현상은 그 어느 다른 국가나 도시 지하철에서도 발견하기 어렵다. 그것이 외부 힘들(‘강한 국가’에 의해 주도되는 정보화 정책과 통신과 휴대전화 재벌의 연합, 즉 A1/C1/E1의 공조)에 의해 주도된 측면이 주로 강하지만 우리 사회의 과도한 기술접속에 대한 욕망은 반면 누리꾼들의 건장한 자율적 기류 형성에 긍정적으로 기여하기도 했다. 역사적으로 보면 1980년대말 시작된 피시통신 문화의 발전, 1990년대 중반 이후 초고속 인터넷의 급속한 대중화, 2000년대말 스마트폰 문화와 2010년초부터 대중화한 소셜웹의 확산으로 이어지는 쾌속 첨단 기술화란 물질적 상황이 개인을 크게 조건화했던 것이 사실이다. 하지만 내용상으로 보면 온라인 이용자 주체들의 1980년대 중·후반부터 시작된 다양한 사설게시판과 피시 통신문화, 정모와 번개 모임, 게임방, 블로그, 싸이질, 댓글, 펴, 아햏햏, 포샵질, 이용자생산콘텐츠(UCC), 온라인 카페와 클럽, 인증샷 등의 특수한 디지털문화적 정서 흐름과 떼서 볼 수 없는 개인 가치적 경향(B-2 중)과 함께 연결되어 있다.

개인 가치의 측면에서 한국은 결국 대단히 국가, 기업에 의해 정형화되고 주도된 욕망과 프라이버시의 개별 인식 부족 등이 강하게 자리잡고 있다고 볼 수 있다. 그럼에도 불구하고 여전히 온라인과 모바일 주체의 자율적 측면들이 다양한 디지털문화 속에서 그 대안적 질서를 만드는데 기여하고 있음을 상정할 수 있다. 이 점에서 개인의 가치 측면에서 본 국내 기술 지형은 지배적-대안적 사회 상상력 양자가 경합(B-1/B-2 경합 경향)한다고 볼 수 있다.

3) 기업 가치 (C-1 강한 주도 경향)

한국사회에서 정부는 삼성 등 재벌기업들과 통신사들의 기술주도력과 독과점시장 형성을 목적으로 한 ‘내재된 자율’(embedded autonomy)을 위임받음으로써 이와 공생하는 구도를 오랫동안 피하여 왔다 (Evans, 1995). 지배적 통신사업자들과 삼성 등 휴대폰 제조사는 국내 시장에서 오랫동안 독점적 지위를 누렸고, 그리 멀지않던 한 때에는 스마트폰 국내 도입을 유예하면서까지 데이터 요금제를 강요하기도 했다. 2009년말 아이폰의 국내 상륙과 스티브 잡스의 연이은 죽음으로 인해 우리는 한국 정부의 정보화정책과 재벌기업들의 기술적 폐쇄성과 기술 잉여적 국면을 정확히 간파하는 계기가 됐다. 한 때 이동통신사와 국내 스마트 기기 제조사의 국내 시장 독점으로 인해 국내 소비자들은 애플 등 해외 스마트폰의 장점에도 불구하고 계속해 피쳐폰과 국내 제조폰만을 써야했던 시절이 있었다. 당시 국내에서 누군가 애플 기술에 대한 조그만 장점이나 과장을 담는다면 소위 국내기술 ‘애국주의자들’로부터의 지탄까지도 감수해

야 했었다 (김인성, 2011, 260-261쪽). 이는 국내 모바일 문화 환경의 시장 폐쇄성을 알리는 대목이다.

재벌 중심의 기업 이윤 열망은 또한 빠른 휴대폰 업그레이드 주기 강요와 휴대폰을 포함한 모바일기술에 대한 과잉화된 담론을 유포하도록 이끌었다. 이는 앞서 개인 가치의 측면에서 기기 변경에 대한 주도된 욕망을 동반 양산했다. 전국교육전산망(NEIS), 전자주민증, 교통카드, 전자데이터시스템 등 국가 주요 정보화 사업을 재벌 관련 계열사들이 주도하는 현상도 두드러졌다. 시민들의 프라이버시 권리 설계를 국가가 책임지기 보다는 재벌 관련 계열사들의 개발자나 엔지니어들의 디자인에 위탁하는 ‘위험 정보사회’(이광석, 2013)가 형성되기 시작했다.

기업들의 개인소비자 신용 데이터관리의 유용 및 유출도 심각하다. 2008년 옥션, GS칼텍스 개인정보 유출 사고, 2011년 네이트와 넥슨 사고, 2014년 1월 농협, 롯데, 국민카드 등 개인정보 유출 사고 등에서 보는 것처럼 지난 5년여간 20여건의 굵직한 대형 시민정보 유출 사건들이 터졌다. 이는 거의 전국민 정보유출 사고 규모에 해당한다. 은행권 등 기업들의 소비자 정보 안전불감증과 국가의 신원정보 관리 부실의 난맥상이 계속해 함께 표출되는 분위기다. 기업들의 기술기반 노동 통제도 심각하다. 예를 들어, 노조설립 노동자들의 휴대폰 위치 추적을 시도했던 삼성SDI 사례, 경찰 전산망을 통해 파업노동자 DNA를 채취·관리하려는 시도 등 기술기반 정보인권 침해가 이에 해당한다. 디지털 경제에 의한 노동 성장 모델도 크게 다르지 않다. 일반 대기업들의 불법 하청 파견노동의 상황과 비슷하게 ‘IT보도방’ 등을 활용해 IT 노동을 불완전한 조건에 처하도록 하고 끊임없이 개발자들을 불완전 고용의 극단적 상황과 마주하도록 하고 있다.

다섯 개의 층위 가운데 기업 가치(C-1)는 한국형 기술인여사회 모습을 배양하는데 가장 지배적인 질서이다. 문제는 이 질서가 대단히 굴절되어 있고 노동 억압적이고 소비자 관리 부실 속에서 점점 크게 성장해왔다는 점이다. 다른 한편에서는 닷컴버블 이후 한국 경제에서도 간간히 ‘공유경제’ 혹은 ‘혼중경제’라 불리는 좀 더 사회적 경제 유형의 시장이나 크리에이티브 커먼스 코리아(CC-Korea), 정보공유라이선스, 그누라이선스 등 대안적 저작권 라이선스 모델들이 부상하는 듯 보인다. 하지만 여전히 그 힘은 미약하다(C-2 약). 대신에 국가의 강력한 후원에 힘입은 재벌 대기업들이 끊임없이 시장실패를 유예하며 왜곡된 정보화 가치에 기댄 빛나간 사회적 상상력을 유포하고 있다고 볼 수 있다(C-1 강).

4) 커뮤니티 가치 (D-2 강한 주도 경향)

패권화한 기업·정치적 가치들에도 불구하고 여전히 국내에서 기술 문화 수용의 대안적 역능성과 커뮤니티적 가치가 발견된다. 국내 특정 역사적 국면에서 대중의 정치적 영향력을 효과적으로 발산한 특정 미디어 혹은 온라인 커뮤니티 문화의 전례들이 꽤 많다. 정치적으로 보면 한국사회에서 온라인 커뮤니티 문화는 그만의 온라인 토론장이자 오프라인 시위를 위한

촉매제 역할을 수행했다. 역사적으로 미선·효순 사건 온·오프라인 시위(2002), 노무현 전대통령 탄핵 시위(2004), 광우병 촛불시위(2008), 지방 보궐선거들과 서울시 시장 선거독려(2010-11) 등에서 온라인 커뮤니티 사이트들의 역할과 추동력은 대단히 독특했다. 커뮤니티 층위에서 대안적인 사회적 상상력을 추동했던 셈이다. 네티즌 스스로 의견을 나누고 이를 현실의 동력으로 삼았던 게시판문화, 인터넷 카페와 인터넷 방송, ‘인터넷 망명’, 선거 시기 인증샷 등 소셜웹 문화, 인터넷 기반 대안미디어, 시사 인터넷 방송들(오마이뉴스, 나는꼼수다, 뉴스타파 등) 등 꽤 활발했다.

한국 사회에서 온라인 이용자에 의해 진화했던 상기의 커뮤니티 지향 기술플랫폼들은 주로 국가 규제의 과장에 대응한 저항과 탈주의 성격이 강했다는 점에서 흥미롭다(E-1/D-2 경합). 예를 들면, 내용등급제나 인터넷 실명제로 개인 홈페이지와 게시판 문화의 토론 기능이 급격히 약화되면서 많은 이들이 인터넷 카페나 블로그 등으로 이주했다. 이어서 이들 인터넷 카페, 블로그나 인터넷방송 등이 사회·정치적 기능을 수행하자 이들 서비스 운영자의 표현의 자유를 막으면서 이를 무력화하기 위해 법적 제재와 고발이 거세졌다. 그러던 차에 아고라 등 논쟁적 카페들은 명예훼손과 사생활 침해 등의 소송으로 말미암아 ‘인터넷 망명’이란 특유의 문화를 낳았다. 그러나 인터넷 망명이란 의식적 행위 또한 정보기관에 의해 수행되는 심층패킷 감청(DPI)으로 인해 전혀 기술적으로 부질없다는 사실로 인해 그 효과 또한 반감했다.

다른 사례를 보자. 한 때 선거 시기 문자나 메일링 활용 방법이 선거법 위반으로 막히면서 트위터 등 소셜웹의 활용이 그 중심에 서기도 했다. 트위터를 통한 대중의 제기발랄한 유쾌한 문화정치와 함께 특정 안건에 대해 트위터를 통한 누리꾼들의 ‘의제설정’이 전통 미디어를 움직여 기사화하도록 독려하거나 소셜웹을 통한 정서적 연대를 오프라인 현실 참여로 추동하는 힘은 또 다른 주목할 만한 한국형 소셜웹의 문화로 성장했다. 이렇게 온라인 규제와 통제는 시시각각 국내 누리꾼들의 활동 반경에 영향을 미쳤고 새로운 대안 커뮤니티 기술이나 우회로가 존재할 때 커뮤니티 구성원들은 급격히 다른 기술로 빠르게 이전되어 가는 모습을 보여줬다. 지배적 정치 권력의 상상력이 기술에 의존하는 경향이 강화될수록 누리꾼들의 연합 또한 규제의 계기가 강한 코드들을 담고 있는 기술에서 멀어지거나 우회해 탈주 가능성이 높은 기술적 대안들로 몰려들면서 기술잉여의 누적적 적용을 누그러뜨리는 힘을 지속적으로 발휘했던 것이다.

국내 온라인 공간은 이렇듯 다른 어느 나라보다 현실의 변화와 개혁의 열망을 담은 급진 담론들이 무성했다. 정치·경제적 기술잉여의 강력한 조건에도 불구하고 여전히 시민 영역의 자생적인 디지털 자유문화의 신장 그리고 때로는 오프라인과 연계된 온라인 저항과 정치개입의 여론 형성 과정의 매개로써 온라인 소통이 한국사회에서 중요한 역할을 수행한 것이 사실이다(D-2 강). 이의 일종의 부산물로 현실 제도정치의 변화 추동력없는 비제도권 커뮤니티 온라인 행동주의가 자칫 원클릭 민주주의(클릭주의, clicktivism) 혹은 ‘슬랙티비즘’(slacktivism)을 낳기도 했다. 현실 정치 논리와 무관하게 그리고 속의 없는 정치적 카타르시스의 장으로

변질된 한국적 디지털 불통 상황을 만들어냈던 것이다. 다시 말해 기술적으로 보면 대단히 고도의 소통 메커니즘을 기반으로 온라인상 논쟁과 난상토론의 계기성을 획득했으면서도 크게 오프라인의 사회 변화까지 이르거나 영향을 미치지 못하는 단절된 온라인 현실을 보여주기도 했다(D-1 약).

5) 정치적 가치 (E-1 강한 주도 경향)

전세계 유례없는 하지만 그나마 다행히도 이제는 폐지된 인터넷실명제(일명 ‘제한적 본인확인제’)란 정보화정책은 한국을 기술잉여사회로 볼 수밖에 없는 중요한 근거 중 하나로 만들었다. 온라인 표현의 자유 권리와 정면으로 배치되는 이와 같은 정책 규제 수단은 주민등록번호라는 전근대적 권력 기술장치를 동원해 각 국민을 호출하는 식별자와 결합되면서 인터넷의 자유로운 소통을 막는 혼육의 기술로 둔갑했다. 흥미로운 점은 인권단체도 아닌 한 해의 미국 웹기업에 의해 인터넷실명제가 국가적으로 공론화된 적이 있었다. 우리 대부분이 아무런 저항 없이 썼던 무용의 기술에 대해 이윤을 쫓는 해외 웹기업이 당당히 소통의 자유를 왜곡하는 기술로 평가했던 경우였다. 당시 국내에 진출했던 구글 유튜브 서비스의 인터넷 실명제 거부 사건은 방통통신위원회의 위신을 추락시키면서 국가간 기술문화의 차이이라기보다는 우리 기술 환경의 비정상성을 환기하는 계기가 되기도 했다.

사실상 통제 불능의 온라인 영역에 대한 정부 규제와 정보기관의 조직적 통제욕이 지난 세월 각종 인터넷 관련 악법들의 도입과 연장 시도, 미네르바의 구속 수사, 포탈업체들에 대한 정부 통제력 확대, 소셜웹 내용 수사 심의와 선거법을 통한 처벌 강화 등 온라인과 미디어 영역에서 공공성을 훼손하는 형태로 진행됐다. 또 다른 예로 한국 정부는 2008년 미 비자면제프로그램(VWP) 가입을 조건으로 전자여권 도입과 내국민 정보의 미국 정보기관 양도를 일사천리로 처리했다. 미국 입국심사 면제라는 조건에 국민 정보의 국제 양도라는 문제가 어떤 시민사회의 제지나 논의 없이 이뤄졌다. 2011년에는 청소년들을 보호한다는 명목으로 심야게임을 금지하는 ‘셋다운제’를 실시하고 관련 부처와의 중복규제를 낳고 있으며, 최근에는 마약 등과 함께 ‘4대 중독물’로 게임을 지정하는 비상식의 규제 정책이 사회 공론화하고 있다. 무엇보다 2008년 국무총리실을 중심으로 한 800여명의 광범위한 민간인 사찰, 그리고 2013년 국정원 등 정보기관의 조직적 대선 개입과 SNS 여론조작 혐의는 한국사회 민주주의의 근간을 뒤흔든 사건으로 기록될 수 있다.

결국 오늘날 한국 정부의 통치 정당성 상실에는 기술을 통한 위기관리의 도를 넘어선 과도한 통치기술화라는 욕망이 도사린다. 예를 들어 빅데이터 신상털기, 휴대전화와 문자메시지 도·감청, 카카오톡 열람, 이메일 열람, DNA정보기록, 소셜웹 등을 통해 여론을 조작하고 대중을 관리하려 했던 조직적 욕망이 오히려 통치자의 통제력을 실종하게 만드는 역설을 낳게 한 것이다(E-1 강). 반면에 그 동안 한국 정부는 시민사회의 문제의식을 공유해 개인정보보호법

(2011) 제정, 공공데이터포털, 정보공개포털 등 정부 데이터 공유 사이트 개설, 정부 지원 공공 라이선스 개발 및 CCL 대안라이선스 지원 등 민주주의적 기술 적용을 피하기도 했다 (E-2 약). 문제는 이들이 대안적 사회를 구성하기 위한 기술민주주의적 상상력으로 보기 보다는 시민사회의 압력에 의해 추동되는 경향이 커서 언제든 애초 취지가 퇴보할 수 있는 대단히 불안정한 지반 위에 서있다는 점이다.

5. ‘신권위주의형’ (C-1/E-1 공조형) 기술잉여사회의 미래

한국적 기술잉여사회의 모습은 재벌 기업에 의한 기술 주도와 영향력 (재벌기업들에 의해 추동되는 디지털 속도전의 강한 C-1 경향)과 이에 상응하는 국가 지원과 대중의 욕망 통제(E-1 강)에 의해 많은 부분 굴절되고 있음을 살필 수 있었다. 한국은 외부로부터의 디지털기술과 문화의 습득과 자가 발전의 과정과 관련해서 이들을 발빠르게 우리의 것으로 체화했으나 사회적 기술 성숙도와 관계 속에서 대단히 굴절적이며 퇴행적인 면모들을 보였다는 점을 확인할 수 있었다. 나는 이같은 재벌기업과 신권위주의 정부간 공조형 기술발전의 모습을 ‘신권위주의형’ (C-1/E-1 공조형) 모델로 명명해 보고자 한다. 즉 한국은 기업과 정부의 공조와 연합에 의해 굴곡진 기술잉여의 조건들을 한국사회의 지배적인 사회 상상력으로 삼는 특징을 보인다.

국가-자본 공조형 ‘신권위주의’ 기술잉여사회 모델이란 명명법만을 보자면 실제로 대안의 커뮤니티적 가치를 공유하려는 시민의 잠재성을 포착하기 어렵다. 정치적·기업적 후진성이나 낮은 성숙도가 야기한 여러 구조적 문제점에도 불구하고 이제까지 <표 2>의 개인 가치와 커뮤니티 가치를 중심으로 놓고 보았던 것에서 우리는 아래로부터의 자율적 문화 형성 (강한 D-2 경향과 이용자들의 디지털 모바일 문화 형성의 자율적 계기)에 의해 기술잉여의 누적적 측면이 조금씩 감소된 면이 없지 않았음을 살필 수 있다. 어찌보면 오늘날 소셜웹을 통해서 제도 정치적 이슈들이 활발하게 논의되는 한국과 같은 온라인 커뮤니티는 다른 곳에서 그리 찾기가 쉽지 않을 것이다. 한국은 분명 커뮤니티 문화가 대단히 높고 성숙된 국가임에 틀림없다. 마찬가지로 나뭇수 등 풍자, 아마추어 패러디의 기발함이 끊임없이 생산되고 그것이 오프라인의 정서와 합류하면서 사회적으로 큰 반향을 일으키는 국내 이용자 문화는 분명 고유하고 독보적이다. 그러나 이같은 대안적 사회의 상상력을 과도하게 열광해서는 곤란하다. 그 공과를 인정하더라도 국가 정보기관들의 선거 시기 소셜웹을 조직적으로 동원했던 경우에서처럼 그 극단의 정치적 기술잉여의 순간들이 이를 압도하는 한국사회의 패권적 정서를 빼고 얘기하기 어렵기 때문이다.

국내 ‘신권위주의형’(C-1/E-1 공조형) 기술잉여사회의 모습은 결국 중국의 국가주도 ‘권위주의 정치 가치형’(E-1 주도형)과 미국의 기업주도 ‘웹기업 주도형’(C-1주도형) 사이에서 양자가

뒤섞인 모양새임을 추측할 수 있겠다. 그럼에도 불구하고 기술을 통한 강한 시민사회적 의제를 형성하는 사회 경험은 중국과 미국에서 보기 힘든 예외적 온라인 역능의 증거라 봐야 할 것이다. 중국, 미국, 일본에 비해 상대적으로 시민사회적 가치의 상상력이 여전히 크다는 점은 한국적 기술인여사회의 가장 큰 희망이 아닐 수 없다. 비록 다른 기술경쟁국들처럼 지배적-대안적 사회적 상상력이란 힘의 경합에서 전자에 크게 밀리긴 하지만, 우리의 경우 국내 기술인여적 권력 질서에 크게 힘을 미칠 수 있는 시민사회 혹은 온라인 커뮤니티의 역능이 상대적으로 튼실하다는 점에서 기술 미래가 그리 어둡지만은 않아 보인다.

향후 연구는 자연스레 이와 같은 우리의 ‘신권위주의형’ 기술인여사회의 지배적 질서에 어떻게 여전히 유효한 시민가치적 상상력을 기반으로 작은 균열을 일으킬 지에 대한 고민으로 확장할 필요가 있어 보인다. 또한 이 글에서 잠깐 시도했던 동북아 지형에서 중국, 일본, 미국 등 국가들에서 기술발전 모델과 유형화가 좀 더 구체화될 필요가 있다고 본다. 예컨대, 소셜웹의 국가별 이용방식, 검색 엔진과 포탈의 진화 방식, 협업·공유문화 등 각 국가별 기술사회적 상상력을 복돋는 신종 디지털문화 현상들, 국가 개입과 기업 주도의 정책 내용 등이 앞으로 좀 더 구체적으로 비교 분석되어야 할 것이다. 이를 통해 더욱 한국적 기술인여사회의 윤곽이 보다 분명해질 수 있을 것이다.

Ⅰ 참고문헌

- 권혁태 (2013). 『일본, ‘전후’의 붕괴: 서브컬처, 소비자사회 그리고 세대』, 서울: 제이앤씨.
- 김인성 (2011). 『한국 IT산업의 멸망』, 서울: 북하우스.
- 김태용 (2009). 주류가 된 오타쿠, 쇠퇴하는 오타쿠문화. 『문화/과학』, 59호, 321~333.
- 윤상오 (2014). 『대규모 투자사업의 정보화 성과관리 방안』, 서울과학기술대 & 서울대학교 SSK 합동세미나 자료집, 2. 27.
- 이광석 (2013). 빅데이터 위험 정보사회의 ‘정보재난’의 문제점, 조현석 (편), 『빅데이터와 위험정보사회』 (145~165쪽). 서울: 커뮤니케이션북스.
- 이동연 (2010). 『문화자본의 시대: 한국문화자본의 형성원리』, 서울: 문화과학사.
- 중국인터넷데이터센터(CNNIC 中國互聯網絡信息中心) (2013). 제 31차 중국인터넷발전상황통계보고서 第31次中國互聯網絡發展狀況統計報告.
http://www.cnnic.net.cn/hlwfzyj/hlwzbg/hlwtjbg/201301/t20130115_38508.htm
- 是永論(코레나가 룬) (2007). Web2.0メディアとしての携帯電話. 2007 한국언론학회 제13차 한·일 언론학 심포지엄 2007.8 한국언론학회, 77-89쪽.
- 東浩紀(아즈마 히로키) (2007). 『게임의リアリズムの誕生—動物化するポストモダン2』, 장이지 역 (2013). 『게임적 리얼리즘의 탄생: 오타쿠, 게임, 라이트노벨』, 서울: 현실문화.
- 東浩紀(아즈마 히로키) (2001). 『動物化するポストモダン—オタクから見た日本社會』, 이은미 역 (2007).

- 『동물화하는 포스트모던-오타쿠에서 본 일본사회』, 서울: 문학동네.
- 大澤眞幸(오사와 마사치) (1995). 『電子メディア論—身体のメディア的変容』, 오석철·이재민 역 (2013). 『전자미디어, 신체·타자·권력』, 서울: 커뮤니케이션북스.
- Bamford, J. (2012). The NSA Is Building the Country's Biggest Spy Center (Watch What You Say). *Wired* [On-line]. Available: http://www.wired.com/2012/03/ff_nsadatacenter/
- Beniger, J. (1986). *The Control Revolution: Technological and Economic Origins of the Information Society*. Harvard University Press. / 윤원화 역 (2009). 『컨트롤레벨루션: 현대 자본주의의 또 다른 기원』, 서울: 현실문화.
- Deibert, R., Palfrey, J., Rohozinski, R., & Zittrain, J. (2010). *Access Controlled: The Shaping of Power, Rights, and Rule in Cyberspace*, MIT Press.
- Evans, P. B. (1995). *Embedded Autonomy: States and Industrial Transformation*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Feenberg, A. (2012). Introduction: Toward a Critical Theory of The Internet. In A. Feenberg & N. Friesen (Eds.), *(Re)Inventing the Internet: Critical Case Studies* (pp. 3~17). Netherlands: Sense Publishers.
- Lash, S., & Lury, C. (2007). *Global Culture Industry: The Mediation of Things*, Cambridge: Polity
- Mansell, R. (2012). *Imagining the Internet: Communication, Innovation, and Governance*. Oxford: Oxford University Press.
- Shirky, C. (2008). *Here Comes Everybody! The Power of Organizing Without Organizations*. New York: Penguin.
- Shirky, C. (2010). *Cognitive surplus*. 이충호 역 (2011). 『많아지면 달라진다』, 서울: 갈리온.
- Zuckerman, (2011). The First Twitter Revolution? *Foreign Policy*, January 14, pp.73~74, Available: http://www.foreignpolicy.com/articles/2011/01/14/the_first_twitter_revolution

(투고일자: 2014. 03. 02, 수정일자: 2014. 04. 20, 게재확정일자: 2014. 04. 30)

ABSTRACT

A Study upon the Formation of Techno-surplus Society and Its Specificities

Kwang-Suk Lee*

There have been technologically distorted naturalization and overzealous digital culture in the formation and development of digital society in Korea. While the suppressive aspects of the 'neo-'authoritarian control and regulation have been excessively centered on the Internet, the autonomous actions of online users from below, with regards to their roles in agenda-setting function, have been evolved as the political. This paper aims to investigate the specificities in the developmental mode of digital technology in Korean society since the mid-90s. In this paper, 'techno-surplus' depicts the state that the abnormal is embedded within a technological artifact beyond its receptive ability. 'Techno-surplus society' designates such an extreme case of specifying technological surplus. In fact, the term of 'techno-surplus society' can be used for a metaphor symbolizing our society, in which social distortion and abnormality caused by 'techno-surplus' have been quite frequently happening, in its comparison to a degree of normality in the institutional politics. This paper explores the local specificities of 'techno-surplus society', in which the regressive aspects have stand out as being more different from the technological developments in China, Japan and the U.S.

Keywords: Techno-surplus Society, Social Web, Technological Overload, Information Overload, Attention Economies, Social Imaginaries

* Digital & Cultural Policy Department, Graduate School of Public Policy & Info Tech, Seoul National University of Science and Technology