

# 사이버 공간의 커뮤니케이션과 커뮤니티

천 영 철 (한국생명학연구원, WACC 중앙위원)

인터넷을 선두로 하는 뉴미디어의 등장은 사이버 공간을 만들었고 이곳에서 일어나는 커뮤니케이션은 이전과는 근본적으로 다른 특징을 보여준다.

## 1. 사이버 공간에서 행해지는 커뮤니케이션의 특징

첫 번째로 인터넷은 기존의 신문과 방송, 라디오, 영화 등 다양한 미디어들을 하나로 통합하는 미디어로서 기능하고 있다. 그 결과 인터넷 신문, 인터넷 방송, 웹진 등의 사이버 미디어들이 새롭게 등장했다. 사이버 미디어들은 쌍방향, 동시성 등의 특성을 통해 기존의 미디어들과 경쟁하고 있다. '통합' 혹은 '융합' (convergence)은 사이버 공간에서 일어나는 커뮤니케이션의 중요한 특징이다. 이전처럼 파편적이고 분리적으로 전문영역을 나누어서는 사이버 공간에서 일어나는 커뮤니케이션 현상을 제대로 이해할 수 없다.

두 번째로 인터넷을 통한 커뮤니케이션은 인간을 시간과 공간을 초월해 커뮤니케이션하도록 한다. 시간과 공간의 제약에 얽매이는 기존의 미디어와 달리 인터넷을 통한 커뮤니케이션은 사이버 공간에서 자유롭게 커뮤니케이션하며 인간관계를 형성하고 새로운 문화를 만들어 간다. 이러한 인터넷의 특징을 두고 들뢰즈나 가타리는 인간이 시공간에서 고착된 정착민에서 점차 시공간을 떠도는 유목민적 존재로 변하고 있다고 보고 정보사회를 '유목사회'라고 규정했다. 인터넷이라는 사이버공간을 들뢰즈(G.deleuze)와 가타리(F.guattari)식으로 말하면, "규율화하지 않은 욕망의 흐름으로 가득찬 분열증의 세계이자, '뿌리 없는 식물'처럼 떠돌아다니는 자유로운 항해자(navigator)의 공간으로 유목민(nomad)의 세계", 라고 규정할 수 있다.

세 번째는 인터넷은 상호작용(interactivity)적이라는 것이다. 즉 기존의 일방향적인 커뮤니케이션과 달리 인터넷 사용자에게 의해 정보가 선택되고 피드백되는 상호작용 커뮤니케이션은 인터넷의 가장 큰 특징 중의 하나이다. 지금까지 인류가 가졌던 어떠한 커뮤니케이션 미디어도 비동시적이고, 쌍방향적인 방식으로, 시공간을 초월하여, 익명성이 유지되는, 다수대 다수의 커뮤니케이션을 가능하게 해 주지는 못했다. 그러나 인터넷은 최초로 이러한 모든 조건들을 동시에 충족시켜 줄 수 있는 커뮤니케이션 미디어이다. 이러한 상호작용 커뮤니케이션은 위에서 아래로 전달되는 일방적인 커뮤니케이션 형태가 강하게 남아있는 우리사회에서 새로운 사회적 관계를 구성해 가고 있다. 상호작용 커뮤니케이션은 정보 수용자를 수동적 존재가 아니라 공공의 문제와 사회적 쟁점에 대해 적극적으로 참여하여 의견을 교환하고 토론하는 능동적 주체로 변모시키고 있다.

네 번째로, 인터넷의 하이퍼텍스트성이다. 인터넷은 하이퍼텍스트 구조를 지닌다. 하이퍼텍스트란 텍스트를 넘어선 것을 뜻하는 컴퓨터 전문용어로서 문서사이에 특정 키워드를 두

고 문자나 그림을 상호유기적으로 결합하여 동적으로 연결시킴으로써, 서로 다른 문서라고 할지라도 하나의 문서인 것처럼 보이면서 쉽게 살펴보도록 한 것을 말한다.

이처럼 하이퍼텍스트는 정해진 시작과 끝이 없이, 마치 미로처럼 얽혀있어서 인터넷 사용자(네티즌)의 입장에서 어떤 길을 선택하느냐에 따라 다양한 텍스트의 가능성이 열려있다. 네티즌은 주어진 텍스트를 자신에게 맞게 새롭게 변형시킬 수 있으며 스스로 정보가치를 판단하여 정보를 이해하게 된다. 인터넷에서 정보의 선택과 정보의 중요성에 대한 평가, 그리고 정보에 대한 해석이 모두 네티즌 개인의 선택에 의해 이루어지게 된다. 따라서 하이퍼텍스트성은 정보수신자로서의 네티즌의 역할이 강화되는 것을 의미한다.

한편 하이퍼텍스트성은 인터넷의 공론장(public sphere)으로서의 가능성을 제시한다. 인터넷은 관련 정보들을 상호 링크시킴으로써 한 주제에 대한 다각적 접근이 가능하며, 다양한 정보원들을 연결시켜 특정 주제를 둘러싼 다양한 담론을 형성할 수 있다. 즉 다양한 형태의 상호작용을 가능하게 함으로써 자유로운 의견개진과 토론이 가능한 공론장을 마련할 수 있다. 한국에서 독특하게 발달한 게시판 문화도 이러한 공론장을 만드는데 크게 기여하고 있다. 공론장으로서의 인터넷은 우리사회의 민주주의적 발전과 관련하여 중요한 역할이 기대된다. 인터넷이 만들어내는 공론장은 하버마스(Habermas, 1962)가 말하는 이상적인 공론장 구도와 일치하는 것은 아니지만 새로운 공론장으로서의 가능성을 지니고 있다고 할 수 있다.

마지막으로 인터넷은 인간을 단순한 정보의 소비자에 머무르게 하지 않고 스스로 정보의 생산과 흐름, 그리고 소비의 과정에 참여하는 정보 생산자가 되게 한다. 기존 언론은 기본적으로 독자를 단지 뉴스와 의견의 소비자로 다루는 소외의 저널리즘이다. 이에 반해, 인터넷 미디어는 독자를 뉴스의 수용자이자 소비자라는 수동적 위치에서 벗어나 정보제공자이자 뉴스 생산자라는 주체적인 위치로 전환시킨다. 다시말해, 네티즌들은 인터넷을 통해 쉽고 저렴한 비용으로 자신만의 미디어를 만들어 정보를 제공할 수도 있기 때문에 정보 생산자이며 동시에 정보 소비자가 된다. 이처럼 인터넷을 통한 커뮤니케이션은 인간을 커뮤니케이션 과정에 있어 보다 적극적인 참여자가 되게 한다. 참여적 커뮤니케이션(participatory communication)의 가능성이 이전의 미디어에 비해 확대되어 있는 것이다.

## 2. 사이버 공간의 커뮤니케이션이 기독교 커뮤니티에 미치는 영향

커뮤니케이션(communication)이란 말에는 이미 공동체(community)개념이 포함되어 있다. 즉 모든 종류의 공동체에 있어 커뮤니케이션은 필수적인 요소이다. 그렇다면 사이버 공간에서의 커뮤니케이션이 기독교 커뮤니티에 미치는 영향은 무엇일까?

첫째, 사이버 공간에서의 커뮤니케이션은 시간과 공간의 제약을 넘어선다. 하지만 교회의 커뮤니케이션은 오프라인 공간에 초점이 맞추어져 있다. 이미 교회가 속한 커뮤니케이션 환경은 시공을 초월하고 있는데 교회는 이러한 변화를 제대로 이해하고 있지 못하다. 시공간을 떠돌며 유목민처럼 살아가는 사람들을 교회라는 좁은 공간과 한정된 시간에 가두어 두려는 것은 아닌지 모르겠다.

둘째, 현재 한국교회의 커뮤니케이션은 유교적 가부장주의적인 모습을 많이 가지고 있다. 남성에게서 여성에게로, 나이든 세대로부터 젊은 세대로, 성직자로부터 평신도에게로, 위에서 아래로 일방적으로 전달되는 단방향적, 권위적 커뮤니케이션이다. 하지만 사이버 공간에서의 커뮤니케이션은 상호작용적이며 참여적인 커뮤니케이션이다. 이러한 커뮤니케이션에 익숙해진 젊은 세대가 교회에서 혹은 교회마다 경쟁적으로 만들어 놓은 홈페이지(사이버 공간)에서 침묵하고 멀어지는 것은 당연한 것이다.

셋째, 사이버 공간에서의 커뮤니케이션은 자유로운 의견개진과 토론이 가능한 공론장을 만들어 간다. 하지만 현실공간의 교회에서 자유로운 의견개진과 토론은 제한된다.

넷째, 사이버 공간에서의 커뮤니케이션은 참여적이다. 사람들은 주체적으로 자신이 커뮤니케이션의 주인이 되어 자신의 미디어를 만들고 자신의 이야기를 쏟아낼 수 있다. 이러한 커뮤니케이션 변화는 교회 공동체로 하여금 보다 더 참여적으로 변화할 것을 요구하고 있다.

### 3. 사이버 공간과 생명 커뮤니케이션

오늘 지구의 생명은 지구화(Globalization)라는 과정 속에서 생명의 위기를 경험하고 있다. 지구화의 과정에서 생명과 삶의 경제적 차원은 경제의 무한성장, 이윤극대화를 위한 무한경쟁에 의하여 좌우되고 있다. 이러한 경제는 지구화를 형성하여 가고 있고 이 소용돌이 속에서 경제적 권력은 세계시장을 통합하면서 지배하고 있다. 이 과정 속에서 부익부 빈익빈의 경제적 불균형과 불의는 심화되어 가고 있고 기아와 빈곤은 극심하여 지고 있다. 더 심각한 것은 생명과 삶의 모든 영역이 시장경제에 의하여 지배될 뿐 아니라 이 과정을 국가적 차원이나 지구적 차원에서 민주적으로 통제할 수 있는 길이 없어지고 있다는 것이다. 이것이 신자유주의적인 세계경제질서이다.

이러한 지구화의 상황에서 모든 사회적 약자는 사회적 갈등 속에서 극심한 생명과 삶을 위협 당하고 있다. 사회적인 약자, 신체적인 정신적인 약자, 민족적이고 인종적으로 차별받는 약자, 문화적 그리고 종교적으로 차별받는 소수자들은 지구시장의 무한경쟁과 그 여파인 적자생존, 약육강식주의에 의하여 신체적, 공동체적, 정신적, 영적인 억압과 차별과 죽임을 당하고 있다. 이것이 오늘 생명과 삶의 사회적 현실이다.

자본이 지배하는 세계시장은 생명과 삶의 문화적 영역을 완전히 시장화, 상품화하였다. 또한 생명과 삶의 생태학적 구조를 총체적으로 해체하고 붕괴하고 있다. 현대과학기술을 토대로 한 산업전략은 이윤을 극대화하기 위한 무한 성장이었다. 그 결과 자연자원의 고갈, 생태계의 오염과 파괴라는 인류사상 초유의 위기가 도래하였다. 생명환경의 오염을 비롯하여 지구의 온난화 등 생태계의 파괴는 통제할 수 없이 진행되고 있다. 이것은 지구상의 생명을 총체적으로 전멸할 수 있는 가능성을 가져왔다. 인류와 지구상의 생태계는 지속적으로 그 생명이 전면적인 파괴의 위협을 경험하고 있다.

세계 미디어 체제도 지구화에 따른 신자유주의적 경제질서와 밀접하게 관련이 있다. 우리

는 다국적 거대 미디어 자본이 제공하는 뉴스를 통해 세계를 접하고 있다. 이러한 모든 현상들은 상호 밀접하게 관련되어 있기에 통전적인 성찰이 필요하다.

하나님은 그의 피조물들을 커뮤니케이션 하지 않을 수 없도록 창조하셨다. 화학자인 일리야 프리고진은 세포끼리의 커뮤니케이션 현상을 연구해 노벨상을 받았다. 커뮤니케이션은 작은 세포에서 인간에 이르기까지 지구상의 모든 생명체의 본질적인 요소이다. 생명 커뮤니케이션은 모든 생명체가 하나님의 계약의 동역자로서 하나님의 생명의 신비에 의거하여 생명이 증만하여지는 과정을 위하여 커뮤니케이션 하는 것을 의미한다.

생명은 공생하고 상생한다. 이것은 시장과 국가의 적자생존, 약육강식의 권력의 논리를 극복하는 사랑과 평화의 논리이다. 사이버 공간은 이러한 생명과 평화를 위한 커뮤니케이션이 소통되는 공간이어야 한다.

생명 커뮤니케이션은 인간중심의 커뮤니케이션을 지양한다. 인간생명과 자연생명은 구분될 수 없다. 생명은 상호연관성과 공생성에서 존재한다. 따라서 생명은 통전적으로 이해되어야 한다. 죽음의 문명 앞에서 우리가 말하는 공동체(커뮤니티)는 죽음의 세력 앞에서 고통당하고 신음하는 사회적 약자들을 포함한 지구 생명체를 모두 포괄하는 공동체여야 한다. 커뮤니케이션의 대상도 인간 내면과 인간사이, 조직, 그리고 대중매체 등만이 아니라 지구 생명체 전체여야 한다.

사이버 공간에서 일어나는 커뮤니케이션은 참여적이며 상호작용적이고 네트워크를 지향한다. 과거 그 어느 사회의 커뮤니케이션보다 훨씬 생명을 살리고 소통하는데 장점을 가지고 있다. 사이버 공간에서의 커뮤니케이션은 지구 생명체 전체를 포함하는 지구 공동체를 상생시키는 생명과 평화를 위한 커뮤니케이션이어야 한다.

#### <참고문헌>

- 성동규, 「사이버 커뮤니케이션」(세계사, 2002)
- 오택섭, 강현두, 최정호, 「미디어와 정보사회」(나남출판, 2003)
- 김지하, 「생명학 1」, 「생명학 2」(도서출판 화남, 2003)
- 경기문화재단, 「아름다운 모심, 힘찬 살림」(세계생명문화포럼\_경기2003 자료집)

David Bell, Barbara M. Kennedy, *Cybercultures reader* (London and New York: Routledge, 2000)

Steven G. Jones, *Cybersociety*, (SAGE Publication, 1995)