

특 집

## 네트워크 사회의 개인권력과 디지털 노마드 개념에 대한 연구\*

조희정 (서강대)

이 글은 정책 수요자나 수동적 소비자에 머무는 것이 아닌 능동적 참여자로 활동할 수 있는 행위자를 ‘디지털 노마드’로 개념화하고 그 사회구성적 성격을 규명하고자 한다. 디지털 노마드는 ‘디지털 기기 혹은 네트워크를 이용하여 유동적 삶을 향유하는 다중적 존재’를 의미한다. 이 글은 네트워크사회의 양적인 성과와 기술적 기능의 우수성에만 집착하는 기술 압박 관점을 부정하기 보다는 더 다양한 관점이 보완되어야 한다는 필요성을 바탕으로 디지털 노마드의 활동환경과 속성, 그리고 사회화 과정을 고찰한다.

디지털 노마드의 가치정향은 연결성·이동성·공유성·정보성이 과거보다 강하게 나타나고 있으며, 기술구현방식에 있어서 융합콘텐츠 확산이나 매스셀프커뮤니케이션과 개인 표현의 확산, 그리고 느슨한 이종집단과 크라우드의 신속한 연결네트워크의 특징이 있는 것으로 정리할 수 있다. 그리하여 사회정치적 참여에 있어서 문제 발견으로서 디지털사회혁신이라는 새로운 기여를 진행하고 있으며 메이커운동을 통해 시민의 참여력을 높여 다양한 분야에서의 문제해결력을 높이고 있다.

그러나 새로운 주체와 새로운 기술의 능동적 참여가능성에도 불구하고 전환기에 나타날 수 있는 내외부의 많은 저항을 해결해야 하는 과제도 남아 있다. 특히 해결되기 어려운 갈등 요소로는 가치편향의 문제, 비대면소통의 한계를 극복하고 사회화하는 문제, 유기적 플랫폼 구성의 필요성 문제로 정리할 수 있다.

주제어: 디지털 노마드, 다중, 시민기술, 매스셀프커뮤니케이션, 디지털사회혁신

\* 이 논문은 2018년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구입니다(NRF-2018S1A3A2075237). 또한 2018년 11월 2일에 개최된 D포럼(SBS 개최)에서 발표한 ‘깃발 내려, 나는 내가 대표한다’는 원고내용을 중심으로 재구성한 것입니다. 원고에 대한 많은 논평을 해주신 연구자들과 SBS D포럼 실무자분들에게 감사를 드립니다.

## I. 문제제기

2000년대부터 시작한 인터넷 대중화 이후 최근 20여년 동안 사회 전체 영역에서 급격한 네트워크화가 진행되고 있다. 네트워크화 이전에는 산업화(1차), 대량생산(2차), 정보화(3차)가 있었고 이러한 시대 변화를 기준으로 2012년부터 현재까지 4차 산업혁명기로서 지능정보화 시대라고 부르기도 한다. 그러나 한편으로 지금의 상태는 완벽한 4차 산업혁명의 도래라기 보다는 3차 산업혁명의 특징으로 나타난 정보화가 ‘고도’로 진행되는 단계, 즉 3차 산업혁명의 심화 단계로 보는 편이 더 적절할 수 있다.<sup>1)</sup> 정보화 사회와 지능정보화 사회 사이에 질적인 변화가 실제로 진행되기 보다는 선언적으로 기술 압박(technology push)만 진행되는 측면이 있기 때문이다.

기술 압박이란 사회 내에서 기술의 효용성이 충분히 구현되기 이전에 새로운 기술의 기능만을 강조하는 경향으로서 이미 오래 전부터 우리사회에 만연한 현상으로 자리잡았다. 정보화 초창기에 등장했던 ‘산업화는 뒤졌지만 정보화는 앞서가자’<sup>2)</sup>라는 구호나 ‘세계 IT강국인 한국과 같은 경쟁적이고 계량적인 성과만을 강조하는 시각이 이러한 흐름을 주도하고 있다.

전후의 빈곤한 환경을 산업화로 타개하기 위해 채택했던 무한경쟁의 냉전 시대에 유행하던 패러다임이 여전히 지속되고 있는 것이다. 정책 차원에서 기술의 확산성에 집착하고 기능의 우월함을 강조하

---

1) 클라우스 슈왑(Klaus Schwab)이 2017년에 발표한 『4차 산업혁명(The Fourth Industrial Revolution)』의 주장보다는 제레미 리프킨(Jeremy Rifkin)이 2012년에 발표한 『3차 산업혁명(The Third Industrial Revolution: How Lateral Power Is Transforming Energy, the Economy, and the World)』에서의 주장이 여전히 유효한 측면이 있다.

2) 1993년 문민정부의 구호. 당시 경제비서실 석호의 행정관의 회의 발언 내용

기 때문에 이러한 현상이 이어지게 된 것인데, 여기에 시장(market)에서의 기술 판매를 목적으로 한 상업적 필요가 더해져 기술 압박의 힘은 가속화되고 있다. 즉, 더 많은 인구의 기술 사용과 더 많은 소비자의 기술 소비라는 양적 기준 중심의 정책목표를 위해 기술 압박 담론이 정당화되고 있다.

그러나 양적인 성과와 기능의 우수성에만 집착하는 기술 압박 관점을 부정하는 것도 어려운 일이다. 세금으로 정책을 구현할 때 그 성과를 과학적인 지표로 보여줄 수 있는 것이 양적인 기준이기 때문이다. 산업사회와 근대화의 패러다임에서는 빠른 속도와 성취 홍보가 중요하기 때문에 양적인 성과에 집착할 수밖에 없었고, 이에 대한 대중의 동의와 평가가 그렇게 중요하지 않았다. 그러나 성과에만 매몰되어 과정의 의미를 탈각시킨다면 그 또한 또 다른 세금낭비일 수 있다.

반면, 현재와 같은 다층적 전환기 사회에서는 양적인 성과 위주의 관점과 함께 더 다양한 관점이 보완될 필요가 있다. 발전국가의 근대화 이후 대량산업화가 진행되고 정보화가 이루어지면서 기술 영역이 확대되었고, 소득이 증대했으며, 누구나 스마트폰을 쓰게 된 것에는 기술압박의 긍정적 효과가 작동한 것이지만 그 이면에서 기술의 의미를 해석하고, 기능의 부정적 효과에 대한 논쟁은 성장을 가로막는 불필요한 이견으로 취급되어왔다. 한편에서는, 성장과 기술 확산을 경험하면서 고등교육을 받은 이용자들이 시민으로서 권리의 필요성을 자각하게 되어 양적인 기술성장뿐만 아니라 질적인 정보권리에 대한 요구가 높아지고 있다. 즉, 공급자 관점에서의 기술 압박과 수요자 관점에서의 권리확보에 대한 갈등이 양립하고 있다.

기술 성장과 양적 성장 이면에서 기술의 사회적 의미와 질적 평가에 대한 요구가 동시에 형성되고 있는 것이 이른바 지능정보화 사회의 현실이다. 앞으로도 양적 성장과 기능학습 위주의 정책이나 시장

확대경향은 계속 이어지겠지만 기술의 의미와 질적 평가가 제대로 이루어지지 못한다면 긍정적 효과와 부정적 효과, 특히 부정적 효과에 대한 사회적 대응력이 매우 약해질 수 있다.

또한, 철학없는 기술이나 효용보다 기능이 지배적이 되어 나타날 수 있는 문제에 대한 사회적 우려도 심화되고 있다. 인문학을 반영한 인공지능연구, 단순한 양적인 정보격차(digital literacy) 해소가 아닌 정보효능감을 중심으로 한 사회적 문해력(social literacy) 연구의 필요성이 정책적으로나 학문적으로 높아지고 있는 것이다. 여러모로 볼 때, 정책의 필요성이나 시장의 확산만으로 의미있는 지능정보화 사회를 구현하기 어렵다.

이러한 문제의식을 바탕으로 이 글은 네트워크 사회의 주체를 디지털 노마드(digital nomad)로 규정하고 그 특징과 영향력을 분석한다. 기술철학연구에서는 기술이 형성하는 구조와 기술을 이용하는 행위자에 대한 연구가 중요한 연구대상인데, 이 글은 그 가운데 행위자의 특성을 중심으로 분석한다. 공급자 중심 관점에 수요자 이해에 대한 관점이 더해질 필요가 있으며, 네트워크 사회의 수요자는 이전의 산업사회에서의 대중(mass)이나 초기의 정보화 사회와 다른 능동적 수요자라는 것을 이해할 필요가 있기 때문이다.

새로운 행위자가 새로운 시대를 구성한다는 논리는 매우 상식적이고 보편적인 주장일 수도 있지만 한편으로는 실제로 어떤 특성과 영향력이 형성되고 있는가에 대해 다양한 의견이 있을 수 있다. 더구나 기술 압박의 관점에서는 네트워크 사회의 새로운 행위자를 디지털 네이티브(digital native)로서 기술친화성만 강조하기 때문에 그 외의 가치정향, 기술구현과정과 방식 및 사회정치적 의미에 대한 논의는 부족한 편이다. 따라서 이 글은 (단순한 정책 수요자나 소비자가 아닌) 디지털 노마드의 다양한 속성을 파악하기 위해 디지털 노마드의 가치정향, 기

기술구현방식 및 사회정치적 의미를 논하고자 한다.

이 글은 먼저 2장에서 디지털 노마드의 가치정향을 정리한다. 특히 네트워크 사회의 행위자에 대한 수많은 정의와 달리 디지털 노마드를 정의할 수 있는 차별적인 속성은 무엇이며, 그들이 표출하고 있는 가치가 -산업사회나 근대사회의 물질주의적 가치와 다르게- 탈물질주의적 정향으로서 공유가치로 표현되는 현실에서 디지털 노마드들이 추구하는 다양한 가치를 어떻게 특정화할 수 있는가에 대한 논의를 전개한다.

다음으로 3장에서는 기술구현과정과 방식을 대표적인 사례를 중심으로 알아본다. 이 부분에서는 기술이나 서비스의 기능적 특징보다는 기술을 이용하는 행태의 속성, 즉 기술의 사회화가 이루어지는 다양한 방식을 정리한다. 단지 몇 가지 모델로 정리하기는 어렵겠지만 기술이 사회와 만날 때 구현되는 방식에 대한 이해를 통해 수요자나 소비자에 머무는 것이 아닌 능동적 행위주체로서의 디지털 노마드의 관여력을 더 나은 방식으로 구현하기 위한 과제를 도출하고자 한다.

이어서 4장에서는 디지털 노마드의 가치정향과 기술구현방식이 야기한 사회정치적 효과를 정리한다. 이 부분에서는 주로 시민기술(civic technology)관점에서 20여 년간의 짧은 기간이지만 공시적·통시적으로 나타난 많은 디지털 노마드의 사회정치적 참여현상을 정리한다. 이 부분은 참여의 단계나 유형에 따라 정보공개, 대화와 토론, 청원 등의 활동 소개를 통해 수요자와 소비자 이상의 참여영역이 확장되고 있음을 강조한다.

끝으로 결론에서는 디지털 노마드의 가치, 방식, 효과에도 불구하고 여전히 남아있는 제도적·비제도적 과제를 정리하여 네트워크 사회의 행위자로서 디지털 노마드에 대한 질적 접근의 필요성을 강조하는 것으로 글을 맺는다.

## II. 주체와 가치정향의 변화

### 1. 새로운 주체로서의 디지털 노마드

새로운 주체를 규정하는 가장 편리한 방법은 세대로 규정하는 것이다. 그러나 네트워크 사회의 새로운 세대를 디지털 세대라고 정의하는 것은 별로 의미가 없다. 적어도 디지털 영역에서는 연령과 코호트(cohort)를 기반으로 하더라도 정보격차(digital divide)가 사라진지 오래 됐기 때문이다.

초기 네트워크 사회 연구에서는 백인, 고학력자, 도시거주자, 남성 등 기존 권력을 가진 사람들만이 네트워크 접속도가 높고 소수인종, 이주자, 비도시거주자, 여성 등은 네트워크 외부에 소외되어 있다는 연구들이 많았다. 우리나라의 경우에는 PC통신 이용인구가 서울 거주, 남성, 대학생들에 제한되어 있다는 통계가 대부분이었다(류석진·조희정·이현아 2016: 36). 이러한 연구는 사실을 드러내는 계량적 데이터이기도 하지만 더 많은 기술확산의 필요성을 정당화하는 데이터로 작동하였다.

그러나 네트워크 사회가 심화되면서 특정 연령이나 세대만 디지털 기술을 독점할 수 있다는 구분은 별로 의미가 없어졌다. 전세계적으로 고연령도 익숙하게 유튜브를 활용할 수 있다는 사실이 그 대표적인 예라고 할 수 있다. 물론 태어날 때부터 디지털 기기를 접하는 세대와 그렇지 않은 세대의 행태는 차이가 있다는 점에서 디지털 네이티브와 디지털 이주자(immigrant)를 구분하기도 하지만 시간이 지날수록 연령의 차이는 큰 의미가 없어지고 있다.

이제는 하드웨어의 소유 여부, 특정 기술의 기능을 갖고 있는가 하

는 양적인 디지털 문해력보다는 기술을 이해하고 활용할 수 있는 질적인 디지털 권능을 평가하는 것이 더 중요해진 것이다. 그런 의미에서 네트워크 사회의 새로운 행위자를 설명하는 가장 적절한 개념으로는 디지털 노마드를 들 수 있다. 즉, 스마트폰으로 이동성(상시 접속)을 겸비한 계층의 디지털 환경에서의 생존을 분석하는 것이 의미있다.

디지털 노마드 이전에도 네트워크 환경에서 생존하는 이용자의 특수한 행태를 정의하고자 하는 시도가 많이 있었는데 이미 20여 년 전인 1998년부터 현재까지 넷 세대(Network Generation, Don Tapscott 1997), 스마트몹(Smart Mob, Howard Rheingold 2002), 디지털 네이티브(Don Tapscott 2008), 뉴 노멀(New Normal, Peter Hinssen 2010), 위 제너레이션(We Generation, Rachel Botsman 2011), 넷 스마트(Net Smart, Howard Rheingold 2012)와 같은 표현으로 디지털 노마드에 대한 개념이 형성되었다. 그러나 이러한 개념은 아직 스마트폰이 대중화되기 이전에 제시된 개념이었기 때문에 접속성이나 이동성 그리고 종합적인 디지털 노마드의 행태에 대한 검증이 진행된 것이라기보다는 일정 부분 예측적이고 선언적인 내용이었다는 것이 한계이다.

## 2. 디지털 노마드의 가치정향과 속성

디지털 노마드는 ‘디지털 기기 혹은 네트워크를 이용하여 유동적 삶을 향유하는 다중적 존재’를 의미한다. 디지털 노마드에게 있어서는 기술에 대한 의존과 유동적 삶을 기준으로 연결성과 이동성, 공유성, 정보성과 같은 다양한 새로운 속성이 생성될 수 있다.

첫째, 연결성과 이동성 측면에서 디지털 노마드는 언제 어디서나 스마트폰을 쓰기 때문에 과거처럼 국가·민족·기업·조직의 구성원으로서 개인이라기보다는 나이·인종·지역·성별·국적을 불문하고 네트

워크에 연결되어 있는가가 제일 중요하다. 또한, 언제나 연결되어 있다 보니 모든 개인이 연결되어 있다는 사실을 모든 개인이 알고 있다. 이 같은 현상에 대해 미셸 세르(Michel Serres)는 중세 시대에 처형당했지만 자신의 머리를 들고 이동했다고 전해지는 드니 성인(Saint-Denis)의 모습 처럼 현대인의 손에는, 머리가 아니라, 개인의 모든 정보가 저장된 스마트폰이 들려있는 것과 같다고 비유하였다(Serres 2012: 63)

둘째, 또다른 디지털 노마드의 속성으로는 공유성을 들 수 있다. 이는 과거의 사회주의적 혹은 생디칼리즘(syndicalisme)처럼 자본주의적 소유성을 완전히 부정한 공유성이 아닌 어느 정도 유연한 관점에서의 이용성이라고 볼 수 있다. 즉, 자본주의의 성장 위주의 삶에서 자연적으로 나타날 수 밖에 없는 생태환경 파괴와 자원부족현상에 대한 안티테제로서 유희자원의 공유를 주장하긴 하지만 한편으로는 소유가치만 추구하는 것이 아니라 신뢰를 바탕으로 한 공유도 가능하다는 관점이다.

공유를 협동소비(collaborative consumption)로 정의한 보츠맨은 소비 ‘대상’이 아니라 소비 ‘방식’의 중요성을 강조한다. 보츠맨은 20세기의 과잉소비에 대비되어, 21세기 협동소비 시대에는 물건과 사람이 공존하는 소박함, 생산과 유통 이력의 투명성, 세계를 직접 바꾸고자 하는 참여가치가 더 중요해진다고 평가한다. 그 결과, 개인에만 머무는 미제너레이션(me generation)이 아니라 공동체의 가치를 생각하는 위제너레이션(we generation)이 형성되고 있다고 평가한다(Botsman 2011). 또한, 와이어드 창업자 케빈 캘리는 “접근이 소유보다 나은 세상”이라고 정의한다. 물론 물건을 통해 자신을 표현하는 방식이 아주 쓸모없어진 것은 아니다. 그러나 우리의 욕구를 채우고 우리가 누구인지를 보여주던 소유물과의 긴밀한 관계는 이전 어느 세대보다 약해졌다(Botsman 2011: 132-133).

만난 적도 없는 사람의 집에서 숙박하고(에어비앤비), 모르는 사람

과 함께 차를 타고 출근하고(집카나 우버), 모르는 사람의 아이디어에 기꺼이 기부하거나 투자하고(클라우드 펀딩), 누군가에게 도움 되기 위해 정보를 공개하고 공유하는 수많은 자발적인 활동의 이면에는 - 여전히 공유기업들은 기존의 사업구조와 끊임없는 갈등을 일으키고 있지만- 물리적인 소유관념의 일부분을 대체하고자 하는 사회 기여와 문제 해결의 의도가 자리 잡고 있다.

셋째, 현재의 디지털 노마드를 이전 세대보다 많이 아는 최초의 세대라고 부르기도 한다. 그 자체가 정보성의 중요도를 나타낸다. 교과서나 책으로 읽거나 어른들에게 지식을 전수 받기 이전에 영유아 때부터 넘쳐나는 정보와 검색에 익숙해져 새롭게 무엇을 배우고 깨닫는 과정 자체가 생략되기 때문이다.

이러한 정보성 때문에 책을 읽지 않고 필기조차 익숙하지 않게 되는 과도한 기술의존성의 폐해가 나타날 수 있다는 문제도 제기되지만 한편으로는 많은 정보가 기정사실이라면 정보를 어떻게 이해하고 이용할 것인가 하는 -앞서 강조한 것 같은- 문해력(literacy)이 또다른 가치로서 중요해지는 시대가 되었다. 즉, 문맹에게 문자학습의 중요성을 요구하는 것처럼 정보성이 충만한 계층에게 정보해독력의 중요성을 강조해야 하는 시대가 된 것이다.

수많은 정보가 디지털화되고 그로 인해 빅데이터 분석을 통한 맞춤형 서비스가 진행되고 여기에 인공지능이 더하여 수동적인 맞춤이 아닌 맞춤정보가이드까지 선제적으로 진행되는 것은 정보화와 상업화의 상승연동작용으로 평가할 수도 있다. 그러나 정보를 식별하고, 찾고, 재생산하는 것은 결국 인간이다. 도서관의 자료를 찾아 복사하고, 원고지에 글을 써서 책을 완성하고, 자료를 찾기 위해 물리적 공간을 찾아다니던 불과 20여 년 전의 모습에서 이제는 클릭 한번으로 국내외의 정보를 접하고, 이미지를 창작하고, 동영상상을 편집할 수 있는 풍부한

정보성의 시대로 변화하고 있다.

디지털 노마드들은 넘쳐나는 지식이 늘 나와 연결되어 있다는 사실을 너무 잘 알고 있다. 지금은 순차적이거나 수동적으로 정보를 습득하고 유통하고 소비하지 않는다. 동시다발로 인터넷 공간에서 많은 정보들이 생성된다. 생성 주체 또한 특정 기관이나 조직이나 소수에 한정되지 않는다. 따라서, 정보를 습득한 권력은 언제 발휘되는가보다 발휘할 수 있는 기회가 있는가 여부가 가장 중요하다. 네트워크에 연결되어 있으므로 나는 존재한다는 테제로 변화하고 있고, 그 필요성은 정보성에서 생성되는 것이 되었다.

그 외에도 노마드 자체의 분산성과 탈중심성은 기존 권력에 대한 비판이나 관료제의 변화에 큰 영향을 미치고 있다. 이와 같은 논의는 노마드 개념을 창안한 아말리 이후, 들뢰즈, 마페졸리, 레비 등 유럽사회에서의 노마드주의(nomadism) 철학을 구성하였으며 이를 통해 디지털 노마드 역시 기술력을 강화한 일종의 테크노 노마드주의(techno-nomadism)로 그 궤를 같이하고 있다.

### Ⅲ. 수단과 방식의 변화

연결성과 이동성, 공유성, 정보성의 가치정향을 갖는 디지털 노마드의 수단과 방식의 변화는 네트워크 사회를 살아가는 새로운 방식이 등장한 것이라고 볼 수 있다. 여기에는 세 가지 변화가 가장 두드러지게 나타나고 있는데, 융합콘텐츠의 확산, 매스셀프커뮤니케이션과 개인표현의 확산, 느슨한 이종집단과 크라우드의 신속한 연결 네트워크가 그것이다. 즉, 콘텐츠의 표현방식이 융합적으로 진행되고, 그에 따라 개인의 표현방식이 변화하였고, 그러한 개인표현을 연결하는 네트

워크가 변화하고 있는 것이다.

## 1. 융합 콘텐츠 네트워크를 움직이는 개인

디지털 혁명의 첫 번째 여정에서는 디지털 자체가 새로운 경험이었다면, 디지털 혁명의 두 번째 여정에서 디지털은 일반화된 표준이다(Hinssen 2010: 18). 이러한 디지털 서비스의 이용행태에 대해 ‘내가 이렇게 감수성이 많다’(싸이월드), ‘내가 이렇게 잘 살고 있다’(페이스북), ‘내가 이렇게 전문적이다’(블로그), ‘내가 이렇게 잘 먹고 있다’(인스타그램), ‘내 아이가 이렇게 잘 크고 있다’(카카오토리), ‘내가 이렇게 이상하다’(트위터)라는 특징이 있다는 인터넷 풍자가 있다.

소통이 없던 올드 미디어(매스미디어)에서 쌍방향 소통이 장점인 뉴미디어로 변화되는 현재에, 뉴미디어는 텍스트에서 이미지, 오디오, 비디오, 그리고 융합형으로 변화하고 있다. 물론 이와 같은 변화는 텍스트 콘텐츠가 종료된 후에 이미지 콘텐츠로 변화하는 식으로 선형적으로 진행되는 것이 아니라 모든 콘텐츠 형식이 융합되어 나타나는 중첩적 형태를 띤다.

먼저, 인터넷 초창기에 텍스트 네트워크를 움직이는 개인의 활동은 게시판 문화를 형성하였다. 논객, 댓글의 1등 놀이<sup>3)</sup>, 다음 아고라 서비스의 개인 청원 등이 그것인데, 이 과정에서 기존 제도를 통해 등장한 전문가가 아닌 자발적 전문가, 수많은 아마추어들의 전문적 지식이 급속도로 확장되었다. 매스미디어에서는 전혀 표출할 수 없었던 개인의 견 표출의 폭발이 시작된 것이다.

그 과정에서 개인의 관여력이 네트워크 연결을 통해 힘을 획득할 수 있다는 내적 자기 효능감(Internal Self Efficacy)도 신장하였는데, 최

---

3) 가장 먼저 게시물을 보고 가장 먼저 댓글을 달았다는 일종의 온라인 참여 문화방식

근에는 트위터 서비스를 계기로 해시태그(hashtag)로 누구나 사회의제를 생산할 수 있게 되었다. 2016년 온라인 공간에서 국정농단비판 촛불집회를 주창한 #그런데 최순실은? 같은 해시태그나 미투운동, 월스트리트 점령시위(Occupy WallStreet) 등에서 주관적인 주제어인 해시태그가 단순한 의견표현을 넘어 의제설정력까지 갖게 된 것이다.

이미지 네트워크에서는 기존 이미지에 대한 패러디와 풍자, 사회고발 등이 진행되었다. 우리나라에서는 세계 최초의 투표 인증샷<sup>4)</sup>이 나타나기도 하였는데, 긴 문장의 텍스트보다 한 눈에 쉽게 내용을 파악할 수 있는 이미지의 매체특성 때문에 2000년대 중반부터 텍스트를 압도하는 이미지 콘텐츠의 힘이 확산되기 시작하였다.

동영상 콘텐츠는 2000년대 중반부터 급속도로 인기를 끌고 있다. 2010년 초반까지는 몇몇 특출난 이용자들이 자신의 재능을 게시하는 특징에 그쳤지만, 최근에는 1인 미디어, 개인 방송국, 대안 저널리즘으로 기능하고, TV와 같은 매스미디어에서도 온라인 크리에이터(creator)를 소개하는 일종의 콘텐츠 순환 구조가 이루어지고 있다. 유튜브 크리에이터의 활동구조는 상업적 스타 양산 구조를 그대로 답습하는 면도 있지만 네트워크 공간에서 적극적 소통을 통한 상호콘텐츠생산을 하지 않으면 상업성이나 스타라는 목적을 달성할 수 없다는 점에서 새로운 콘텐츠 생산방식의 특징을 대표적으로 나타내는 사례라고 할 수 있다. 오랫동안 이어진 게이트키퍼(gatekeeping)구조에서 탈피할 수 있는 가능성이 현재 진행되고 있는 것이다.

동시에 다양한 주제로 구성되는 팟캐스트(podcast)와 같은 오디오 콘텐츠는 이동수단을 이용할 때 특히 인기가 있는데 팟캐스트의 유형은 팟캐스트가 라디오의 대안미디어로 작동할 수 있는 가능성을 보여

---

4) 우리나라에서의 투표인증샷은 2010년부터 등장하였다.

준 것이라고 할 수 있다. 2009년 11월, 국내에서 팟캐스트 서비스가 처음 시작한 후, 2012년 3월, 팟캐스트 청취자가 1천만 명을 넘어가면서 팟캐스트는 정치 정보 제공과 홍보를 위한 새로운 채널로 각광받았다.

한편, 기술은 유선에서 무선 그리고 지능정보기술로 변화하고 있는데, 그러한 특성을 반영한 대중적인 인터넷 서비스들이 많이 등장하였다. 그 과정에서 정보의 형태뿐만 아니라 정보 자체의 중요성이 확대되었고 정보생산, 소비, 유통방식이 변화하고 있다. 인터넷으로 인해 거래비용이 감소하면서 정보에 대한 자유로운 접근이 가능해지고, 기존의 공고한 조직이나 뛰어난 엘리트뿐만 아니라 개개인의 의견이 자유롭게 표출될 수 있는 환경이 된 것이다. 따라서, 디지털 노마드가 이용하는 기술의 변화 흐름보다 더 중요한 것은 기술의 특성이 어떤 방식의 변화를 초래하였는가이다.

## 2. 매스셀프커뮤니케이션과 개인표현의 확산

수많은 ‘좋아요’의 홍수 속에서 소외감과 박탈감을 더 얻게 될 뿐이라는 연구결과도 많고, 스스로의 정보공개가 훗날 부메랑처럼 자신을 위한 족쇄로 작동할 것이라는 우려 때문에 자기검열(self filtering)을 하는 폐해도 많지만, 모든 정보를 공개하면서 매스셀프커뮤니케이션(Mass Self Communication)을 하게 된 디지털 노마드들이 자연스럽게 학습하게 된 것은 알 권리와 개방적인 네트워크의 필요성이다.

마누엘 카스텔(Manuel Castells)에 의하면 네트워크 공간의 소통 방식은 일방향에서 쌍방향 커뮤니케이션으로 변화할 뿐만 아니라 매스셀프커뮤니케이션 방식이 보편화되고 있다. 즉, 복수의 수신자로서 이웃 또는 전 세계에 정보를 전송하는 끝없는 네트워크에서 메시지를 처리하기 때문에 ‘매스’ 커뮤니케이션이며, 한편으로는 발신자가 메시

지 생산을 자율적으로 결정하고, 수신자를 스스로 지정하며, 네트워크에서 메시지를 회수(삭제)하는 것도 스스로 선택하기에 ‘셀프’ 커뮤니케이션이 진행되고 있다. 이러한 매스셀프커뮤니케이션은 양방향의 사소통의 수평적 네트워크에 기반을 두기 때문에 정부와 기업이 통제하기 어렵다(Manuel Castells 2015: 200-201).

정보의 통제권이 개인에게 있다는 것은 과거 산업사회에서의 정보 생산방식을 볼 때 매우 혁신적인 사건이다. 산업사회에서의 정보란 누군가의 전문가가 생산하는 주어진 메시지였지만 이제는 초 단위로 전세계적으로 개인정보가 생산되고 있다. 이를 바탕으로 정부의 빅브라더(Big Brother) 체제나 기업의 스몰 브라더(Small Brother) 체제가 형성될 수 있는 폐해가 존재하지만 개인의 정보생산력 자체를 가로막긴 어려워지고 있다. 그리고 그 과정에서 정보를 생산한 사람이 정보를 통제할 수 있는 정보인권(Information Right)의 필요성이 높아지고 있는데 이에 대해서는 확실한 해결책이 제시되기 보다는 여전히 지난한 갈등이 지속되고 있다.

어쨌든, 매스셀프커뮤니케이션은 하향식(top down) 지시에서 수평적 소통으로 변화하는 소통방식의 변화와도 밀접한 관련이 있다. 지식독점에서 정보개방으로 이어지는 환경 속에서 의사소통의 기회가 증가하여 다양한 미디어에서 개인간 미디어가 확산되고 일대다 소통이 아닌 다대다 소통으로 네트워크를 넓히는 것이다. 그 결과 과거와 같은 권력의 흐름(flow of power)이 아니라 흐름 자체가 권력이 되는 시대(power of flow)가 되었다(Castells 2000: 605).

### 3. 느슨한 이종집단과 클라우드의 신속한 연결 네트워크

네트워크 공간에서 개인의 표현이 확대되는 연결통로는 느슨한 이

종(異種) 집단들에 의해 이루어진다. 통상적으로는 크고 작은 온라인 커뮤니티에서 정보가 생산되고 유통되어왔지만 이제는 거대한 인터넷 서비스 안의 온라인 커뮤니티뿐만 아니라 모바일 메신저를 통한 정보 생산과 유통이 더 신속하고 더 강한 파급력을 갖게 되었다. 그러다보니 정보의 수혜자는 커뮤니티 내의 참여자로 한정되지 않는다는 특징이 나타난다. 과거에는 정보 발신자가 분명하고 수혜자를 명확히 정의할 수 있는 직선적 구조였는데 이제는 확산적 구조의 네트워크 속에서 발신자와 수혜자를 지정하기 어려운 구조가 되었다.

네트워크화된 개인주의(Networked Individualism), 즉 사람이 커뮤니케이션의 중심이 되는 현상은 커뮤니티뿐만 아니라 개인까지 포함하다보니 -추상적인 의미의 집단지성이라는 표현보다는- 개개인의 행위자를 강조한 크라우드소싱(crowdsourcing)이라는 표현이 좀 더 보편적인 것으로 평가되고 있다. 크라우드소싱뿐만 아니라 크라우드펀딩(crowdfunding)에서도 표현되는 ‘크라우드’는 산업사회의 대중(mass)보다는 탈산업사회 혹은 탈물질주의사회에서의 다중(multitude)에 가까운 의미이다.

네트워크사회의 개인권력은 경제자본보다는 사회자본이나, 네트워크자본을 기반으로 형성된다. 즉, 돈 이상의 인간관계나 신뢰가 기반이 되어 평판체계를 구축하고 개인의 권력에 힘을 보태는 새로운 상황이 나타나는 것이다. 오래된 수직적·권위적 사회의 전통 속에서는 개인의 등장 자체가 어려웠지만 이제는 탈물질주의 혹은 다양한 가치를 가지는 개인의 연결로 인해 네트워크 개인주의라는 새로운 조류를 형성하게 되었다.

네트워크사회에서의 다중은 수동적이기 보다는 능동적이고, 의무준수만큼 권리 표출에 민감하며, 개인으로서는 잘 드러나지 않지만 다수로 연결되었을 때 전문학적인 위력을 발휘하는 잠재적 권력체로서

과거의 제도나 조직 혹은 위계적 조직을 대체하는 흐름을 형성하고 있다. 또한, 네트워크의 노드(node)로 작동하는 유동적 성격의 주체로서의 의미가 더 강하다.

클라우드는 언제, 어디에서나 연결되어 있으며, 모든 개인이 연결되어 있다는 사실을 모든 개인이 알고 있다. 클레이 셔키(Clay Shirky)는 이와 같은 현상을 ‘1조 시간(전세계 20억명의 여가시간을 합치면 1조 시간에 이른다는 의미)을 가진 새로운 대중의 탄생’, ‘많아지면 달라진다’라고 표현한다.

예를 들어, 세계 최대의 지식 공유서비스 위키피디아(wikipedia, <https://en.wikipedia.org>)는 수많은 전문가가 수백 년 동안 만든 브리태니커 백과사전보다 신속하고 방대하며 정확한 콘텐츠를 제공한다. 위키피디아의 1,900만개 지식은 190개 언어로 제공되고 있는데, 이들 항목의 제작·편집·토론에 소요된 시간은 대략 1억 시간에 이르며, 방식에 있어서도 (전문가에 한정하는 것이 아니라) 누구나 수정할 수 있는 상호작용성이 강한 콘텐츠라는 것이 특징이다.

한편, 대표적인 오픈소스 OS인 리눅스(Linux)는 1991년 리눅스 토르발즈(Linus Torvalds)가 공개한 이후 수많은 개인의 자발적인 참여에 의해 지속적으로 수정·보완되며 업데이트되었고, 그 결과 윈도우(Windows)의 독점과 폐쇄성에 대항하는 대안소프트웨어로서 높이 평가받았다. 이후에도 리눅스 운동의 유산(legacy)을 이어받아 수많은 클라우드 작업이 진행되었다.

경제 부문에서 P2P(peer to peer) 금융 플랫폼으로 평가되는 크라우드펀딩은 네트워크화된 개인의 자발적인 공감과 적극적인 참여에 의해 진행되는데, 국내에서는 카카오 ‘같이가치’, 네이버 ‘해피빈’, 와디즈(wadiz), ‘텀블벅(thumblbug)’과 같은 서비스를 통해 정치·경제·사회·문화 부문의 수많은 크라우드펀딩이 진행되었으며, 그 결과 ‘촛불

집회, ‘위안부문제’, ‘독도문제’와 같은 정치적 이슈가 부각되거나 다양한 문화 창작 지원을 진행하고 있다.

외국에서는 2008년 세계 최초의 크라우드펀딩 서비스인 ‘인디고’에서 시작하여, 세계 최대의 크라우드펀딩 서비스 ‘킵스타터’에서 새로운 상품생산과 창작지원에 대한 반응을 평가할 수 있는 베타서비스(beta service) 역할도 수행하고 있다. 이와 같은 크라우드펀딩 서비스는 일방적이고 수동적인 ‘후원’ 방식에 그치는 것이 아니라 제안하고 토론하고 공유하는 개방문화를 통해 그 사회적 가치가 높아지고 있으며 관계성 효과에 주목하여 소셜펀딩(social funding)이라고 부르기도 한다.

한편, ‘메르스 확산지도’, ‘세이프 캐스트(safecast)’, ‘우샤히디(Ushahidi)’사례에서는 자연재해와 사회위기에 대한 정보를 정부나 매스미디어가 전달하는 것이 아니라 현장의 개인들이 크라우드 소싱을 통해 생산하여 사회문제 해결을 지원한다. 이 모든 사례를 통해 알 수 있는 것은 크라우드와 같은 개인의 집결력이 높아지고 있다는 것이며 모이는 행위 자체가 새로운 참여문화를 형성하고 하나의 정치세력화를 의미한다는 것이다.

#### IV. 시민기술의 참여

네트워크에서는 모두가 연결되어 있기 때문에 모든 것을 망가뜨릴 수도 있지만 한편으로는 무엇이든 할 수 있다. 정보를 공개할 수 있고, 이를 모두가 볼 수 있고, 공개된 정보로 소비자운동도 하고, 문화적인 공감도 할 수 있고, 뭉칠 수도 있고, 토론이나 청원도 가능하다. 다수의 힘이 응집될 경우에는 제도도 바꿀 수 있다. 우리생활의 모든 것에 대해 ‘도와주세요’, ‘고발합니다’, ‘나는 행복합니다’와 같은 메시지를

가장 빠르게 전달할 수도 있다.

디지털 노마드의 권력이 중요한 이유는 과거와 같은 획일적인 여론·대중이 아니라 다양한 취향과 의견을 산출하는 정보 생산주체(production subject)이고, 그러한 정보를 공유하는 유통주체이며(circulation subject), 정보 공유에서 그치는 것이 아니라 사회변화를 요구하는 의제주체(agenda setting subject)로서 기능하고 있기 때문이다. 그 결과, 시민이 능동적으로 개발하고 참여하는 시민기술<sup>5)</sup>이 확산되고 있다.

정보제공, 대화와 토론, 청원, 심지어 네트워크 정당 구성에 이르기까지 많은 시민기술들이 개발되어 있는데, 제4장에서는 이러한 시민기술이 의미하는 디지털 노마드의 사회정치적 영향력을 문제 발견, 방식 발견, 문제해결력 발견을 중심으로 정리한다. 즉, 기존의 주체는 파악하기 어려웠던 새로운 문제의 발견, 새로운 방식의 발견, 새로운 문제해결력의 발견을 통해 네트워크 사회에서의 디지털 노마드의 사회정치적 기여가 새롭게 형성되고 있음을 강조한다.

## 1. 문제 발견: 해커톤과 디지털사회혁신

디지털 노마드는 일반적인 아이디어 수렴 기법인 브레인스토밍(brainstorming)보다 문제해결 목적을 좀 더 강조한 해커톤(hackathon) 방식으로 문제발견을 도모한다. 해킹(hacking)과 마라톤(marathon)의 합성어인 해커톤은 의제에만 집중하는 다양한 개인이 자유롭게 모여 문제를 발견하는 방식이다. 과거에는 누군가 타인이 의제를 제시하면 수

---

<sup>5)</sup> 시민기술은 행위자 측면에서 주어진 기술이 아니라 시민이 만드는 일반기술이라는 광의로 정의할 수도 있고, 행위의 목적의 측면에서 국민이 아니라 시민이 될 수 있는 정치적 목적을 달성하는 정보공개, 대화와 토론, 청원 등 참여기술로서 협의로 정의할 수도 있다.

동적으로 모여 의견을 제시하고 의견을 잘 수렴해서 실행하는 것은 역시 타인의 몫이 되어 개인이 참여할 수 있는 기회가 적었다.

그러나 해커톤의 경우에는 일반 개인 뿐만 아니라 개발자, 기획자, 디자이너 등이 모두 참여하여 문제를 해결하고자 하기 때문에 그 자리에서 의제 발굴뿐만 아니라 구체적인 해결방식과 이에 대한 평가방식까지 동시에 구성해낼 수 있다. 이와 같은 시도는 개인의 생활, 지역 기반 문제해결, 정치적 이슈에 대한 아이디어 제시분야까지 다양하게 적용될 수 있는 방식인데, 기업의 경우에는 과거와 같은 태스크포스팀(Task Force Team)처럼 작은 단위로 일하는 방식에서 모든 분야의 직원이 모여 제품이나 사업 아이디어부터 평가까지 적용하는 수평적이고 다각적인 방식으로 변화하고 있기도 하다.<sup>6)</sup>

해커톤 방식을 통해 이루어지는 문제발견은 특히 디지털사회혁신(Digital Social Innovation)영역에서 효과적으로 이루어지고 있다. 인터넷 초창기의 전자상거래(e-commerce)와 같은 디지털경제혁신이나 전자정부(e-government)와 같은 디지털정부혁신에 이어 2000년대 중반부터는<sup>7)</sup> 사회문제를 발굴하고 해결하고자 하는 디지털사회혁신 활동이 활성화되고 있다. 디지털사회혁신은 인터넷 발명부터 이어진 자유주의적 공유 정신을 이어가면서 -이전의 기술 중심성이나 상업 중심성에 비해- 주체간 협력을 이루는 ‘시민 중심성’과 ‘사회 중심성’을 새로운 혁신의 가치로 제시하며 사회 전체 영역에 확산되고 있다.

EU는 디지털사회혁신을 “혁신가·이용자·공동체가 다양한 사회적 요구에 대해 -인터넷 이전에는 상상하기 어려웠던 규모로- 협력적

---

6) 국내에서 해커톤이라는 용어가 처음 등장한 것은 2010년이며, 기업으로서는 구글코리아가 최초로 2011년에 국내 개발자 대상으로 구글 개발자 해커톤을 개최하였다.

7) 제프 멀건(Geoff Mulgan)의 분석에 의하면 2006년 중국 베이징에서 개최된 국제 사회혁신 컨퍼런스(Social Innovation Exchange, SIX)가 디지털사회혁신의 공식적인 최초의 시도라고 할 수 있다(Mulgan 2007).

으로 디지털 기술을 이용하여 지식과 해결책을 공동으로 만들어내는 일종의 사회적·협력적 혁신 유형”이라고 정의한다.<sup>8)</sup>

국내에서도 2010년대 후반부터 디지털사회혁신 중심의 지역문제해결정책이 추진되었는데, 시민사회에서는 -이전의 사회적기업이나 마을공동체에서 좀 더 새로운 형태로서- 사회기여적인 기술로서 소셜테크(Social Technology)<sup>9)</sup>를 활용한 소셜벤처(Social Venture)들이 새롭게 등장하여 디지털사회혁신을 이끌고 있다.

〈표 1〉 디지털사회혁신 모델별 주요 운영방식과 작동기술

| 구분 | 모델     | 방식   | 기술  |
|----|--------|--|---|
| 1  | 정보 공유  | • 플랫폼, 오픈소스, 공유, 협업(클라우드소싱)                      | • 웹, 코딩, 오픈소스, SNS  |
| 2  | 위기정보제공 | • 플랫폼, 오픈소스, 공유, 협업(클라우드소싱, 클라우드맵핑, 클라우드펀딩)      | • 웹, 모바일, 지도서비스, 인포그래픽스, AI, IoT, IP 카메라, 드론, VR, SNS, 빅데이터                       |
| 3  | 사회정보가공 | • 플랫폼, 오픈소스, 공유, 협업(클라우드소싱, 클라우드맵핑, 클라우드펀딩)      | • 웹, 모바일, 지도서비스, 인포그래픽스, AI, IoT, IP 카메라, 드론, VR, SNS, 빅데이터                       |
| 4  | 기술교육   | • 플랫폼, 오픈소스, 협업, 교육, 팸랩, 메이커                     | • 웹, 모바일, AR/VR, IoT, 센서, 3D 프린팅, 드론, 로봇  |
| 5  | 소외층지원  | • 플랫폼, 정보공개, 오픈소스, 협업(클라우드펀딩), 교육, 원격 의료, 운송 시스템 | • 웹, 모바일, 지도서비스, 블록체인, IoT, 대시보드, 빅데이터, 그래프, O2O, AI, 3D 프린팅, VR, 챗봇, 로봇, 드론, GIS |
| 6  | 참여     | • 플랫폼, 오픈소스, 공유, 협업(클라우드소싱,                      | • 웹, 메일, 모바일, 지도서비스, 인포그래픽스,  |

8) “A type of social and collaborative innovation in which innovators, users and communities collaborate using digital technologies to co-create knowledge and solutions for a wide range of social needs and at a scale that was unimaginable before the rise of the Internet”(European Union 2014: 5)

9) 소셜테크는 Social Technology의 줄임말로, (개인 소유나 기업 이윤에 머무는 것이 아니라) 사회문제 해결 및 공동체 발전에 기여하는 과학기술을 의미한다.

|    |               |                                    |   |
|----|---------------|------------------------------------|---|
|    |               | 클라우드펀딩), 토론, 투표, 온라인 행동            | RSS, AI, SNS, 위젯, 해시태그, 빅데이터, 스트리밍  |
| 7  | 공정경제          | • 플랫폼, 협업, 메이커운동                   | • 웹, 모바일, 지도서비스, O2O, P2P   |
| 8  | 환경(에너지) 문제 해결 | • 플랫폼, 오픈소스, 협업(클라우드소싱, 클라우드펀딩)    | • 웹, 모바일, 옵티컬 센서, 리모팅 센서, 모바일 앱, AI, IoT, 지도서비스, 빅데이터, P2P                        |
| 9  | 지역커뮤니티 개선     | • 플랫폼, 협업(클라우드펀딩), 교육, 결제 시스템, 리빙랩 | • 웹, 모바일, 지도서비스, SNS, 블록체인, 드론, 센서, AI, V2V, IoT, 빅데이터, 전기자동차, 대체에너지, GIS, VR, 로봇 |
| 10 | 중간지원조직        | • 플랫폼, 협업(거버넌스)                    | • 웹   |

## 2. 방식 발견: 메이커운동

디지털 노마드의 정보생산력이나 능동성을 구현한 가장 대표적인 방식은 메이커운동(maker movement)이라고 할 수 있다. 2005년 제작 실험실을 의미하는 ‘팹랩(Fab Lab)’의 도입과 더불어 메이커 운동이 활성화되었는데, 메이커운동은 ‘제조자 운동’으로서, 기업에서 개인으로 생산권력이 확장되고 있음을 의미한다.

초기 메이커 운동은 기술 기반으로 확장된 DIY 문화를 대변하는 서브컬처(sub culture)를 의미했지만 10년간 활성화를 거치면서 개인이 기술을 통해 혁신할 수 있는 기술민주주의 사례로 평가되고 있으며, 메이커 운동을 통해 과거의 DIY(Do It Yourself)모델은 DIT(Do It Together)모델로 전환되고 있다. 또한 메이커운동은 신기술을 이용하여 누구나 제작할 수 있다는 제작자 운동으로서, 많은 도시의 메이커 스페이스(maker space)에서 드론, 3D 프린팅, IoT 기술을 이용하여 시

민제작이 이루어지고 미래세대의 창작기능 활성화나 창업을 통한 이윤연결로 이어지게 된다.

그 역사를 보면, 먼저 2006년 미국 실리콘밸리에서 제1회 메이커 페어(Maker Fair)가 개최되었고, 주식회사 형태로 설립 후 3개국 13개 지점으로 확대, 유료 회원제(월 이용료 150달러)로 운영되며, 고급 디지털 제조설비를 보유하여, 디자인·제조·교육서비스를 제공하였다. 이러한 활동에 대해 2014년 백악관에서 열린 메이커 페어에서 오바마 대통령은 “오늘 여러분의 DIY가 내일의 ‘메이드 인 아메리카(Made in America)’가 될 것”이라고 평가하였고, 2015년에 중국 리커창 총리는 “메이커는 사람들 속에서 기업가 정신과 혁신의 생명력을 보여주고, 그러한 창의성이 중국경제의 지속적 성장엔진”이라고 평가하였다. 2014년 일본에서는 일본 최대 전자상가인 아키하바라에 DMM.make AKIBA가 설립되어 각종 시험, 시제품 제작 및 소량생산, 사무서비스 제공, 대기업-스타트업간의 협력 플랫폼을 제공하였다. 우리나라에서도 2017년부터 국가 차원에서 중소기업벤처부가 한국형 메이커스페이스 구축을 계획하였고, 서울시 또한 지방자치단체 차원에서 메이커 스페이스를 통한 시민의 참여를 도모하고 있다.

〈표 2〉 네트워크 사회에서의 새로운 방식과 응용 기술

| 방식   | 기술   |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>-팝업, 메이커</li> <li>-협업(클라우드소싱, 클라우드맵핑, 클라우드펀딩)</li> <li>-플랫폼, 오픈소스, 공유(커먼스), 정보공개</li> <li>-리빙랩</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>-웹, 모바일(앱, 챗봇), 인포그래픽스, 코딩, 오픈소스</li> <li>-SNS, RSS, 위젯, 해시태그, 스트리밍</li> <li>-P2P, 빅데이터, 지도서비스</li> <li>-AI(로봇), IoT, IP 카메라, 드론, VR, 3D 프린팅, 블록체인, O2O, 옵티컬센서, 리모팅 센서, V2V, 전기자동차</li> </ul> |

### 3. 문제 해결력 발견: 소셜테크

디지털 노마드들의 새로운 방식의 사회문제 발굴은 결과적으로 개인의 문제해결력을 신장시키는 결과를 낳고 있다. 예를 들어 정치·법률·경제·사회·교육·인권·환경·장애인·위기 대응과 같은 사회내 다양한 분야에서 마이크로 액션(Micro Action)을 통한 문제해결을 도모하는데, 이는 과거와 같은 개인의 결합인 조직이나 단체 혹은 개인의 대표자로서의 정당이나 정부의 거시적인 행동(Macro Action)과는 대별되는 새로운 현상이라고 평가할 수 있다.

시민의 참여를 촉진하거나, 법률 자문을 통한 비용 감소, 소외계층에 대한 복지사각지대 문제 해결, 모든 세대에 대한 자율적인 IT 교육, 환경문제에 대한 자율적 해결, 장애인 지원 서비스 확대 등 (제도가 미치지 못하는) 사회내 문제해결을 통해 제도개선을 도모하는 마이크로 액션은 디지털기술과 결합하여 거의 증폭 수준으로 확산되고 있다.

전세계의 디지털 기술을 이용한 사회문제해결 분야는 <표 3>과 같은데, 기술/인프라, 제조방법의 혁신, 참여기술, 펀딩 방식의 다각화는 어느 분류에서나 공통적으로 나타나는 부분이지만 문화·교육·환경·농업·보건·지역·거주 등의 분류는 각 사회가 직면한 상황에 따라 다르게 분류될 수 있다(<표 3> 우측의 소셜테크(2019)는 이 글이 제시하는 새로운 분야 구분이다).

**<표 3> 디지털 기술이 응용되는 사회문제해결 분야**

| EU(2015)      | EU(2017) | EU(2018) | GIIN(2017) | 스타트업<br>얼라이언스<br>(2018) | 소셜테크<br>(2019) |
|---------------|----------|----------|------------|-------------------------|----------------|
| 인지네트워크        | 과학       | 인프라      | 인프라        | 콘텐츠                     | DataTech       |
| 열린접근          |          | 기술       | ICT        |                         |                |
| 새로운 방식의<br>제조 |          | 다양성과 포용  | 제조         | 제조                      | EngageTech     |

|                 |         |            |        |        |              |
|-----------------|---------|------------|--------|--------|--------------|
| 공유경제            | 노동/고용   | 협업         | 마이크로금융 | 공유경제   | EconomicTech |
| 열린정부            | 참여/민주주의 | 시민사회       | 대화     |        | CivicTech    |
| 펀딩/액셀러레이션/인큐베이션 | 금융/경제   | 재원조달과 자금유통 | 채무     | 크라우드펀딩 |              |
|                 | 문화예술    |            | 문화예술   | 디자인    | ArtTech      |
|                 | 교육/역량   |            | 교육     | 교육     | EduTech      |
|                 | 환경/에너지  |            | 에너지    | 환경/에너지 | EcoTech      |
|                 |         |            | 농업식품   | 식품     | AgroTech     |
|                 | 건강/웰빙   |            | 보건     | 에이블테크  | AbleTech     |
|                 | 지역재생    |            |        |        | LivingTech   |
|                 |         |            | 주택/부동산 |        | PropTech     |
|                 |         |            | 수질/위생  |        |              |
|                 |         |            |        | 헬스케어   | LegalTech    |
|                 |         |            |        | 소셜파이낸스 | CrisisTech   |

## V. 결론: 그래도 남아 있는 과제

이 글은 정책 수요자나 수동적 소비자에 머무는 것이 아닌 디지털 노마드의 능동적 참여를 강조하기 위해 디지털 노마드 개념을 이해할 수 있는 다양한 방식을 정리하였다. 그 결과 가치정향, 기술구현방식, 사회정치적 참여에 있어서 디지털 노마드는 과거의 사회와 다른 역동적 주체로서 자리매김되고 있음을 강조하였다.

구체적으로 정리하면, 디지털 노마드의 가치정향은 연결성과 이동성, 공유성, 정보성이 과거보다 강하게 나타나고 있으며, 기술구현방식에 있어서 융합콘텐츠 확산이나 매스셀프커뮤니케이션과 개인표현의 확산, 그리고 느슨한 이종집단과 클라우드의 신속한 연결네트워크의 특징이 있는 것으로 정리할 수 있다. 그리하여 사회정치적 참여에 있어서 문제 발견으로서 디지털사회혁신이라는 새로운 기여를 진행하고

있으며 메이커운동을 통해 시민의 참여력을 높여 다양한 분야에서의 문제해결력을 높이는 것으로 평가하였다.

그러나 새로운 주체와 새로운 기술의 능동적 참여가능성에도 불구하고 -여전히 사회변화는 진행되고 있는 과정이기 때문에- 전환기에 나타날 수 있는 내외부의 많은 저항을 해결해야 하는 과제도 남아 있다. 특히 잘 해결되지 않는 갈등 요소로는 가치편향의 문제, 비대면소통의 한계를 극복하고 사회화하는 문제, 유기적 플랫폼 구성의 필요성 문제로 정리할 수 있다.

첫째, 가치편향 문제를 들 수 있다. 선스타인(Sunstein)은 반향실 효과(echo chamber)를 자신의 신념을 강화하는 온라인 자료에만 주의를 기울이는 경향이라고 정의하였는데 여기에서 파편화, 극단화, 혐오문화, 가짜뉴스 문제가 형성되었다. 아울러, 문제는 정보의 과부하가 아니라 필터링의 실패라는 비판도 제기되었다(Hinssen 2010: 184). 지식인 서비스나 위키(wiki)방식의 서비스는 누구나 참여하여 콘텐츠를 제공할 수 있기 때문에 가짜정보의 형성 가능성도 높음. 유발 하라리(Yuval Noah Harari)는 이러한 현상에 대해 (수많은 정보 필터링노력에도 불구하고) 탈진실(post truth)의 시대에 ‘어떤 가짜뉴스는 영원히 남는다’고 경고한 바 있다.

이런 환경 속에서 정부나 기업의 일방적인 필터링과 검열 혹은 기술 알고리즘에 의한 필터링에 의존하지 않기 위해서는 집단지성의 필터링이 가장 효과적인 방법일 수 있는데, 아직까지 그런 획기적인 방법은 등장하지 않고 있다.

둘째, 비대면 소통의 사회화 문제가 있다. 그저 네트워크화에도 불구하고 발생하는 개인의 고립, 인간 소외, 코드화된 인간이라는 문제 진단에 머물기 보다는 소통양식의 변화에 대한 능동적 연구가 필요한데 특히 연구가 필요한 부분은 비대면 소통을 선호하는 디지털 노마

드의 행태가 사회화될 수 있는 가능성에 대한 연구라고 할 수 있다.

셋째, 유기적 플랫폼 구성의 문제가 있다. 플랫폼은 관리구조(참여자의 자격과 역할, 상호작용과 분쟁해결을 결정하는 일련의 규약으로 구성)와 실행지원 규약(혹은 표준, 연결, 공조, 협업 촉진을 위해 설계)의 집합을 의미한다. 뉴미디어와 매스셀프커뮤니케이션 양식은 이용자가 필요에 따라 자원에 접근하기 편하도록 지원하는 도구인 플랫폼이 활성화되면 더욱 확장된 생태계를 구성하게 된다.

플랫폼은 종합 플랫폼(거래를 촉진하고, 사용자들과 자원을 연결), 소셜 플랫폼(사회적 상호작용을 촉진하며, 개인과 공동체를 연결하는 네트워크를 조성), 동원 플랫폼(사람들이 명분이나 비전을 중심으로 함께 행동하도록 촉진. 공동된 목표를 달성하기 위해 관계를 조성), 학습 플랫폼(참가자들이 그들의 잠재력을 더 많이 이끌어내도록 함께 협업하면서 깊고 신뢰가 바탕이 된 관계 조성) 등으로 구분할 수도 있다.

그러나 이러한 플랫폼의 전문성과 장점은 플랫폼이라는 말의 유행과 함께 묻혀진지 오래이다. 대부분 웹사이트 서비스에 지나지 않는 많은 서비스들이 저마다 플랫폼이라고 주장하기도 한다. 이곳저곳으로 움직이는 기차의 연결지점과 같은 플랫폼으로서의 의미가 아니라 그저 많은 정보를 모아놓고 몇 개의 소셜미디어에 링크만 걸어놓으면 플랫폼이라고 우기는 것이 현실이다.

개인의 권한이 강해지고 소통성이 급신장하는 시대에는 유기적인 플랫폼의 역할이 매우 절실하다. 시민집회의 정보생산과 전달은 바로 이러한 곳을 통해 진행되기 때문이다. 개인의 참여를 촉진하고 개인을 공감하게 하는 개방형 공유 플랫폼을 만들지 않고서는 어떤 정부나 기업도 성공할 수 없다.

이 외에도 디지털 노마드의 새로운 참여를 제도에서 능동적으로 수렴하는 문제, 네트워크화가 지속되고 있지만 지속적인 네트워킹이 유

지되고 있는가의 문제 등 많은 문제가 여전히 구시대의 권력과 갈등 중에 있고 과제는 산적해 있다. 그럼에도 불구하고, 과거에는 지역, 종교, 도시와 농촌, 자본을 중심으로 세상이 구분되었고, 개인보다는 대표자와 국가와 조직 등이 중요했지만 이제 세상은 좀 더 달라지고 있다. 의무도 강했지만 권리도 중요해지는 시대가 되어 가는데, 제도는 여전히 개인의 생활보다 너무 멀리 있다. 계층의 시대, 계급의 시대, 세대의 시대와 같은 말로는 현재의 다양한 정체성을 가진 개인을 설명하기 어렵다.

앞으로는 기존 주체에 대한 투명성 요구가 더 높아질 것이고 시민들의 역감시의 눈이 더 많아질 것이다. 물론 내가 나를 대표하겠다는 의지도 강해질 것이다. 개인은 이런 움직임을 즐겁게 할 수 있을 것 같은데 기존의 대표자들은 그 속도나 방식만큼 능동적이거나 스마트하지 못한 측면이 있다. 디지털 노마드의 사회적 자리매김을 위한 제고가 절실히 요청되고 있는 것이다.

(접수 2019. 4. 11. 심사완료 2019. 5. 21. 게재확정 2019. 5. 22)

## 참고문헌

- 류석진 · 조희정 · 이현아. 2016. 『공동체의 오늘, 온라인 커뮤니티』. 서울: 미래인.
- 조희정. 2017. 『시민기술, 네트워크 사회의 공유경제와 정치』. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Botsman, Rachel & Roo Rogers. 2011. *What's mine is yours*. Harper Collins Publishers. 이은진 역. 2011. 『위 제너레이션』. 서울: 푸른숲.
- Botsman, Rachel. 2017. *Who Can You Trust: How Technology Brought Us Together and Why It Might Drive Us Apart*. Public Affairs. 문희경 역. 2019. 『신뢰이동』. 서울: 흐름출판.
- Castells, Manuel. 2000. *The Rise of the Network Society(Second Edition, The Information Age: Economy, Society and Culture Vol. 1)*. Blackwell. 김묵한 · 박행웅 · 오은주 역. 2003. 『네트워크 사회의 도래』. 서울: 한울.
- Castells, Manuel. 2015. *Networks of outrage and hope: Social movements in the internet age*. 김양욱 역. 2015. 『분노와 희망의 네트워크: 인터넷 시대의 사회운동』. 서울: 한울.
- EU. 2014. *Digital Social Innovation*.
- EU. 2015. *Growing a Digital Social Innovation Ecosystem for Europe*.
- EU. 2017. *What Next for Digital Social Innovation?*.
- EU. 2018. *A theoretical framework for the DSI index*.
- GIIN. 2017. *2018 Annual Impact Investor Survey*.
- Hinssen, Peter. 2010. *Digitaal is het nieuwe normaal*. Uitgeverij Lannoo nv. 이영진 역. 2014. 『뉴 노멀: 디지털 혁명 제2막의 시작』. 서울: 흐름출판.
- Mulgan, Geoff. 2007. *Social Innovation: What it is, Why it matters and How it can be accelerated*. The Basingstoke Press. 김영수 역. 2011. 『사회혁신이란 무엇이며, 왜 필요하며, 어떻게 추진하는가』. 서울: 시대의 창.

- Palfrey, John. 2008. *Born Digital: Understanding the First Generation of Digital Natives*. Basic Books. 송연석 · 최완규 역. 2010. 『그들이 위험하다: 왜 하버드는 디지털 세대를 걱정하는가?』. 서울: 갈리온.
- Rheingold, Howard. 2002. *Smart Mobs: The Next Social Revolution*. Golden bough. 이운경 역. 2003. 『참여군중: 휴대폰과 인터넷으로 무장한 새로운 군중』. 서울: 황금가지.
- Rheingold, Howard. 2012. *Net Smart*. Cambridge: The MIT Press. 김광수 역. 2014. 『넷 스마트』. 서울: 문학동네.
- Salkowitz, Rob. 2010. *Young World Rising: How youth, technology, and entrepreneurship are changing the world*. John Wiley & Sons. 황희창 역. 2011. 『영월드 라이징』. 서울: 한빛비즈.
- Schwab, Klaus. 2016. *The Fourth Industrial Revolution*. World Economic Forum. 송경진 역. 2016. 『클라우드 슈밥의 제4차 혁명』. 서울: 새로운 현재.
- Serres, Michel. 2012. *Petite Pouchette*. Le Pommier. 양영란 역. 2014. 『엄지세대: 두 개의 뇌로 만들 미래』. 서울: 갈라파고스.
- Tapscott, Don. 2008. *Grown Up Digital: How the Next Generation Is Changing Your World*. McGraw-Hill. 이진원 역. 2009. 『디지털 네이티브』. 서울: 비즈니스북스.

## Individual Power and the Concept of Digital Nomad in Network Society

*Cho Hee Jung*

The purpose of this study is to conceptualize ‘Digital Nomad’ who has become an active participant in a policy-making process as opposed to staying merely as a passive policy consumer. Digital Nomad refers to various existence that enjoys a fluid life by using digital equipment or network.

Instead of rejecting the viewpoint of technological advancement and emergence of digital nomad which emphasizes its quantitative accomplishments and performative improvements, this paper explores digital nomad’s living environment, characteristics and their socialization process in a firm belief that the embracement of other perspectives will complement the existing one.

The value of digital nomad strongly appears in its connectivity, mobility, commonality- and information provisions. Some of the ways to implement this technology are the spread of convergent contents, mass communication, personal expression and swift network-connectivity that involves loosely arranged double-cohorts and clouds. Therefore, the digital-society revolution contributes to a better participation of ordinary people, and more participation in various areas through the maker movement helps develop better problem-solving mechanisms.

Despite the new entity and more voluntary-participation opportunities in the advent of new technology, some resistance from inside and outside during the transition still remains to be resolved. Some restrictions that make this challenge more difficult to solve are biases of value(or belief),

non-face-to-face communication and a need for a highly organic platform structure.

**keyword:** digital nomad, multitude, civic technology, mass self communication, digital social innovation