

# 관계적 자아 형성의 장으로서의 사회적 네트워크 어플리케이션 게임(SNAG)

연세대학교 김주환 · 진보래 · 최승범

## 1. 서 론

흔히 온라인 게임이 이루어지는 공간을 '사이버 공간' 혹은 '가상 세계'라고 부른다. 이는 우리가 살고 있는 현실 세계와 게임 속 세상은 명확히 구분되고 전혀 다르다는 전제가 깔려있다. 이러한 가정은 사이버 세상에 있는 대상물이나 공간이 물질적 기반을 갖지 않고, 그 곳에서의 행동은 현실 세계와는 다른 종류의 규칙이 적용된다는 점에서 보아 타당하다. 그리고 가상 세계는 컴퓨터 특히 인터넷의 출현과 함께 최근에 형성된 것이라고 여겨진다. 그러나 우리는 사실 아주 오래 전부터 가상 공간과 현실 공간을 넘나들며 살아 왔다. 예를 들면, 소설책을 읽는 것은 그 책의 이야기 속으로 즉, 가상 공간으로 들어가는 것이다. 텔레비전 드라마를 보는 것, 영화를 관람하는 것 등도 드라마의 영상과 이야기 구조가 만들어낸 가상 공간에 빠지는 것이다. 인간을 상상의 세계로 이끈다는 의미의 가상 공간은 온라인만의 독특한 현상은 아니다. 디지털 매체가 아닌 단순한 텍스트나 영화 관람 등을 통해서도 현실과는 다른 세상을 체험할 수 있기 때문이다. 인쇄매체나 영화 텔레비전 등의 영상 대중매체와 디지털 매체가 다른 것은 타인과의 상호작용성을 강조하는 경우도 있다. 그러나 그렇게 본다면 실시간 상호작용을 가능하게 하는 전화통화도 사이버 공간에서 만나는 것이라 해야 한다.

우리가 인터넷이나 온라인 게임을 특별히 가상 세계라고 부르면서 그것의 영향력에 대해 심각하게 염려하거나 열렬히 환호하는 이유는 그것이 현실과 구분되는 "가상" 공간이어서도 아니고 상호작용성이 있어서만도 아니다. 그 이유는 바로 "사회적 상호작용(social interaction)"이다. 즉 디지털 미디어를 통해 불특정 다수의 사람들에게 내 자신을 표현하고 다른 사람들의 자기 표현을 만날 수 있기 때문이다. 그리고 이러한 사회적 상호작용의 결과 새로운 형태의 인간관계의 형성과 온라인 공동체의 구성이 가능하기 때문이다.

공간성은 인간 행위의 기반인 동시에 행위에 의해 생

성된다. 우리는 인터넷이나 게임 속에서 타인과 함께 말하고 행동한다. 이렇게 함께 말하고 행동하는 순간 인터넷이란 공간에서의 내가 비로소 존재하게 된다. 그런데 이 때 나의 생각과 말과 행동은 다른 사람(사용자)의 생각과 말과 행동과 상호작용한 결과이고 이는 다시 새로운 상호작용을 낳는다. 예컨대 게임 세상 안에서의 나의 말과 행동은 다른 사용자들에게 영향을 미친다. 반대로 다른 사용자들의 말과 행동은 나에게 영향을 미친다. 사람들은 온라인 게임을 하면서 끊임없는 상호작용, 즉 커뮤니케이션을 한다. 이러한 과정은 특히 싸이월드와 같은 사회적 네트워크 어플리케이션(Social Network Application: SNA)이나 MMORPG와 같은 온라인 게임에서 극명하게 드러난다. 이러한 커뮤니케이션을 과정을 통해 우리는 자아(self)를 형성하고 관계(relationship)를 발전시키며 나아가 사회를 구성하는 것이다. 따라서 디지털 미디어는 단순한 공간(space)이 아닌 사람들이 살고 있는 세상(world)이다.

이 글은 온라인 게임, 넓은 의미에서는 사회적 네트워크 어플리케이션이 갖는 자아와 관계 형성의 기제는 어떠한지에 대해 살펴보고 디지털 미디어 기술이 우리 사회에 갖는 함의에 대해 논하고자 한다. 이를 위해 온라인 게임 바닐라캐트를 대상으로 조사한 자료 중의 일부를 제시하고자 한다. 겉으로 보기에 바닐라캐트는 패션과 의상실 경영 등을 소재로 하는 롤플레이팅과 시뮬레이션이 혼합된 플래시 기반의 온라인 게임이다. 하지만 사회적 상호작용이라는 측면에서 보자면, 사용자들의 자기 제시와 그에 대한 타인들의 반응, 그리고 이를 통한 인간관계 맺기와 유지가 끊임없이 이루어진다는 점에서 그것은 싸이월드와도 같은 일종의 사회적 네트워크 어플리케이션이다.<sup>1)</sup>

1) 이 연구의 대상인 바닐라캐트([www.vanillacat.co.kr](http://www.vanillacat.co.kr)) 게임은 바닐라 아일랜드에 대한 에피소드로 시작된다. 세계적인 대부호로 손꼽히던 킹이 요트 사고로 인해 사망하자, 그의 외동딸 루가 바닐라 아일랜드를 상속받게 되었다. 루는 한때 쓸모없는 섬이었던 바닐라 아일랜드를 화려하게 그지없는 패션 테마 도시로 바꾸어

만약 사용자가 머천다이지 지망생이라면 자신의 매장에서 판매할 물건을 구입하고 매장을 홍보하여 손님들을 끌어모아야 한다. 그리고 사용자들은 자신만의 스타일로 옷을 입고 파티에 많이 참여하여 친구를 많이 사귄수록 신분이 올라간다. 이렇게 게임 속 가상 세계의 사람들은 자신의 정체성을 강화시키고 타인과의 관계를 확장하는 것이 목표이다. 이는 사실 게임이나 인터넷이 제공하는 가상의 세계에서뿐만 아니라 현재를 살아가는 우리 자신의 목표이기도 하다.

## 2. 자아 형성의 기술

커뮤니케이션 기술에서 '자아'가 문제가 되기 시작한 것은 컴퓨터를 통해 채팅이 가능해진 때부터이다. 물론 우리는 그 이전에도 편지나 전화, 팩스 등의 커뮤니케이션 기술을 통해 멀리 떨어져 있는 사람과도 상호작용할 수 있었다. 그러나 전화나 편지에서의 자아를 문제삼은 경우는 거의 없다. 그런데 왜 온라인에서는 자아가 문제가 되는가? 이는 소위 온라인의 '익명성'에 그 원인이 있다. 엄밀한 의미에서의 익명성이란 근대 이후 도시 사회 대중(mass)이 갖는 특징인 '확인되지 않는(dunidentified) 정체성'을 의미한다. 도심을 걸을 때, 지하철이나 버스를 이용할 때 마주치는 수많은 익명의 사람들이 그 예다. 온라인에서 말하는 익명성이란 보다 정확하게 말하면 현실 세계에서의 정체성과 온라인에서의 정체성이 얼른 연

---

서, 사람들을 패션 디자이너, 머천다이지, 패셔니스타(모델)로서 초대한다는 것이 게임의 기본 즐거리이다. 사용자들은 세 종류의 직업 중에 하나를 선택하여 수련 과정부터 거쳐야 한다. 게임에서는 각 직업에 적합한 세부적인 트레이닝 과정을 제공하고 있고 다양한 상호작용을 통해 사용자의 레벨을 올릴 수 있도록 설계되어 있다. 기술적 측면에서 보면 바닐라켓은 플래시 기반의 게임으로 별도의 프로그램을 다운로드할 필요 없이 어디에서나 게임을 진행할 수 있는 장점을 가졌다. 또한 채팅과 다양한 파티 시스템과 같은 사교모임 장치를 통해 사용자들의 커뮤니티를 더욱 적극적으로 창출하고 있다. 즉, 싸이월드와 같은 사회적 네트워크 어플리케이션(SNA)의 요소에 시뮬레이션과 롤플레이팅 게임의 요소를 모두 갖추고 있는 복합적인 형태의 게임이다. 현재 본 연구팀은 '디지털 미디어와 휴먼 커뮤니케이션'이라는 주제 하에 다양한 연구를 진행하고 있다. 이 글에서 제시된 그림과 자료는 바닐라켓의 5차 베타테스트 기간 동안 사용자들을 대상으로 조사한 설문 자료와 바닐라켓 홈페이지의 "마이폰샷 자랑" 게시판에 올려진 게시물을 분석한 것의 일부이다. 바닐라켓에서는 게임을 하는 동안 사용자가 게임 속의 가상 핸드폰을 이용해 사진을 찍거나 문자메시지를 보낼 수 있다. 마이폰샷 자랑 게시판은 이렇게 자신이 찍은 사진을 올리는 곳으로서 게임 중의 상황과 장면에 대한 묘사, 자신이나 관계에 대한 표현을 쉽게 발견할 수 있다. 따라서 게시판 분석을 통해 우리는 게임에서 나타나는 자아 표현과 관계 형성에 대해 탐색해 볼 수 있다. 베타테스트 기간이었던 지난 3월 17일부터 27일까지 11일간 올라온 게시물은 모두 1,841건이었다.

결되어 나타나지 않는다는 의미에 불과하다. 오히려 데이터 베이스에 기반한 디지털 미디어는 개인의 익명성을 허락하지 않는다. 항상 어디엔가 흔적을 남기게 마련이고 그것을 추적하는 것이 가능하기 때문이다.<sup>2)</sup> 따라서 온라인에서의 자아 정체성의 문제를 주로 익명성과 관련해서 논의하는 것은 개념적 오류다. 그럼에도 사이버 세상에서의 자아에 관한 논의의 대부분이 진짜 나와 아이 디로서의 내가 동일인인지 아닌지, 다르다면 어떻게 다른지에 집중되고 있는 것은 안타까운 일이다.

푸코에 따르면 인간은 역사적으로 아주 오래 전부터 자기 형성을 위한 기술<sup>3)</sup>을 가지고 있었다[7]. 자기 자신을 인식하기 위해 특수한 기술들을 사용하였다는 것이다. 한 예로 그리스 로마 문화에서는 "너 자신을 알라"가 자기 인식의 기술로 작용하는데 이는 글쓰기(writing)에서 명백하게 드러난다. 이 당시의 철학자들이 남긴 편지와 일기에는 매우 하찮고 매우 세부적인 일상이 기술되어 있다. 이렇게 하찮고 세세한 것을 기술하는 것은 매우 중요한데 이것이 바로 우리가 생각하고 느낀 것, 즉 우리 자신이기 때문이다[7]. 이러한 글쓰기를 위해서는 나 자신의 내면과 주변에 대한 세심한 관찰이 필요하다. 그리고 이러한 체험은 다시 글쓰기에 의해 강화된다[7]. 자기에 대한 글쓰기는 쓰고, 쓰는 동안 읽고, 나중에 다시 읽는 중복적인 과정이기 때문이다. 이러한 자아 형성을 위한 기술은 자신의 신체나 정신, 생각, 행위, 그리고 존재 방식에 어떠한 작용을 하는데 이 작용은 자신을 행복이나 순수, 지혜, 완전, 혹은 불멸이라는 특정한 상태에 도달하도록 만드는 것이다[7].

이러한 글쓰기는 본질적으로 지극히 사적인 행위(private action)였다. 개인의 글이 다른 사람들에게 보여지도록 하는 것은 출판(publication)이라는 기술과 절차를 통해서만 가능하였다. 따라서 자신의 글을 불특정 다수가 읽을 수 있도록 하는 공적인 글쓰기(public writing)는 소수 특권 계급의 일이었다. 작가나 기자가 권위를 갖는 것은 이러한 이유에서였다. 그런데 디지털 미디어는 누구나 공적인 글쓰기를 할 수 있게 한다. 싸이월드를 보라. 누구든 자신의 개인적인 일기나 낙서를 불특정 다수를 향해 공개할 수 있게 된 것이다. 이는 사적 글쓰기와 공적 글쓰기의 구분이 모호해지고 따라서 인쇄매체 시대의 저자(author)가 누렸던 고유한 특권이 사라지게 되었다는 것을 의미한다.

우리는 다른 사람들이 볼 수 있는 공적인 공간에 끊임

2) 디지털 미디어에서의 익명성의 원천적 불가능성에 대해서는 디지털 기술 프라이버시에 대한 김주환[2]의 논 참조.

3) 여기서 기술(Technology)은 인간이 고안한 물질적·비물질적 장치라는 넓은 의미이다

없이 자신에 대해 쓴다. 쓰는 것뿐만 아니라 사진까지 찍어서 보여준다. 이러한 자아 노출(self disclosure)은 자기만 보는 공책에 적는 일기쓰기와는 본질적으로 다른 행위다. 왜냐하면 인터넷에서의 자아 노출은 대부분 타자(others), 즉 나를 보는 다른 사람들을 전제하기 때문이다. 싸이월드 미니홈피나 블로그 등을 통해 우리는 자신에 대해 쓰고 자신의 모습을 보여주고 그것을 다시 읽고 다시 본다. 이는 계속적으로 나를 재확인하는(reaffirm) 하고 나아가 재구성하는 과정이다. 그리고 이 과정에 수 많은 다른 사람들이 댓글 달기 등을 통해 참여한다.



그림 1 싸이월드의 다이어리(내가 쓴 일기는 나도 보고 다른 사람도 보고 심지어 다른 사람이 코멘트할 수도 있다.)

이러한 자아 노출은 바로 자기 자신을 표현(presentation)하는 것을 의미하는데, 자아 표현은 그 대상을 전제로 한다. 보여주는 사람이 있을 때에 나를 노출시키는 것이다. 이렇게 우리는 다른 사람이 나를 어떻게 생각할 것인지를 항상 염려한다. 따라서 자아 표현은 상대방이 나에게 대해 가지게 되기를 바라는 어떤 인상을 형성하기 위해 이루어진다. 혹은 이렇게 말할지도 모른다. “난 다른 사람들이 날 어떻게 생각하던지 상관하지 않아.” 그러나 이 또한 다른 사람이 나를 “주변 사람들의 시선을 신경쓰지 않는 사람”이라고 평가해주시기를 바라는 것이다. 즉, 자아 표현이란 다른 사람들이 나를 인식하는 바를 통제하려는 과정이고 나에게 대한 인상을 관리(impression management)하고자 하는 행위다[13, 14].

어빙 고프만(E. Goffman)은 사람들이 인생이라는 무대에서 자신의 역할을 연기한다고 보았는데 이 연기가 바로 자아 표현(self presentation)이다[9]. 그에 따르면 사람들은 모두 무대의 전면에서는 관객을 위해 공연을 하고 후면에서는 공연을 준비한다. 그런데 사람들은 하나의 무대만을 갖는 것이 아니다. 여러 종류의 무대에서 각기 다른 관객을 대상으로 자신을 연출해야 하는 것이다. 쉽게 말해, 우리는 직장과 집이라는 무대에서는

각기 다른 역할을 연기해야 한다. 그런데 이제 온라인이라는 무한히 열린 지평을 지닌 무대가 생겨난 것이다. 그것은 가상공간이라고는 하지만 실제 어딘가에 존재하는 무수히 많은 잠재적 관객이 존재하는 그런 무대인 것이다.

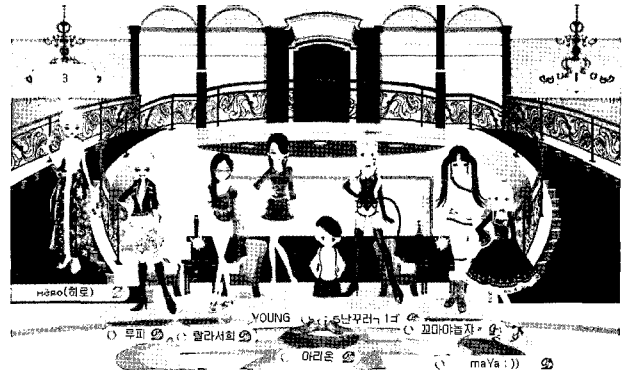


그림 2 무대 - 바닐라켓 (바닐라켓의 스크린샷) 온라인에서의 자아 연출 무대는 무한하다

인터넷이나 온라인 게임에서 자기 자신을 표현하는 것은 그것으로 끝나지 않는다. 나를 남에게 드러내는 것은 동시에 자기 스스로에게도 자신을 드러내는 것이 된다. 가상 세계에서의 사람들은 관객에게 비치는 자신의 모습을 끊임없이 확인하는 것이다.

고프만의 이론을 토대로 개인 홈페이지에서의 자아 표현에 관한 연구에 따르면, 사람들은 웹페이지의 템플릿이나 구성을 자기 자신을 표현할 무대의 전면(front)으로 이용한다[18]. 싸이월드의 예를 들면 배경 음악이나 바탕화면 디자인, 메뉴 구성 등이 이에 해당한다. 그리고 링크를 자주 사용하는 것은 자신의 기호를 표현하려는 노력임과 동시에 자신의 정체성을 조직화하려는 시도라 볼 수 있다. 링크는 또한 사회적 지위를 드러내는 기능을 하기도 한다. 홈페이지에서의 링크는 사람들이 처음 만나면 기호나 취미를 묻는 것과 마찬가지로 기능을 하는 것이다. 그리고 홈페이지에 글을 올리는 것은 개인의 태도(manner)를 전달한다. 특히 글에서 사용하는 언어나 어조는 공격성, 외향성, 동정심 등의 특성을 드러낸다. 이렇게 사회적 지위는 링크와 같이 덜 직접적인 방법으로 표현되는 반면 개인의 성격은 직접적으로 기술되는 경향이 있다. 그리고 이메일이나 방명록, 방문자 수와 같은 피드백 기제는 대인 커뮤니케이션에 대한 갈망이자 사회적 인정에 대한 욕구이다. 또한 사람들은 특정한 커뮤니티의 회원임을 드러냄으로써 사회적 승인이나 소속감을 추구한다[18].

그렇다면 온라인에서의 자아는 실제 무대에서의 자아와는 어떠한 관계가 있을까? 무대마다 서로 다른 자아를 공연한다는 고프만의 견해에서도 보이듯이 온라인 상의

자아는 오프라인의 자아와 다르다는 것을 증명한 많은 연구들이 있다. 예컨대, 텍스트 기반의 컴퓨터를 통한 대화에서 상대방에 대해 형성하는 인상은 면대면 상호작용에서보다 세밀함이나 다양성은 떨어지지만 그 강도는 더 크다고 한다[1, 10]. 또 면대면 상황에서는 현실의 자아를 표현하는 반면 인터넷에서는 진짜 자신의 모습을 표현한다고 보기도 한다[5].

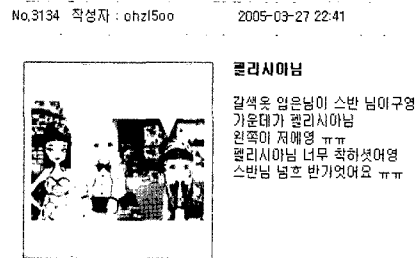
그러나 윈과 캐츠[22]는 인터넷이 자신의 전혀 다른 모습을 탐험하는 곳이라기 보다는 통합된 자신을 표현하는 장소라고 주장한다. 이들의 연구에 따르면 인터넷은 포스트모더니스트들이 말하는 것처럼 개인을 파편화하거나 탈정치화하는 것과는 정확히 반대 작용을 한다. 사람들은 개인 홈페이지에서 자신이 중요하다고 생각하는 것을 반복적으로 지지하고, 안정되고 일관된 형태로 자신의 정체성을 드러낸다. 한편, 황상민은 사이버 공간에서의 자아는 다양한 변신의 가능성을 가지고 있으나 이러한 변신은 정체성 혼미라는 심리적 결과를 유발하는 것이 아니라 자신의 정체성을 조각처럼 짜맞추고 조작하는 경험이라고 말한다[4].

바닐라켓에서 사용자들이 어떻게 자아표현을 하는가는 게임 도중에 언제나 사용할 수 있는 가상휴대폰 즉 "마이폰"을 통해 찍은 사진들을 사용자들 스스로가 올려 놓은 "마이폰샷 게시판"을 통해 살펴볼 수 있다. 게임 도중에 사용자들은 같은 방에 있는 다른 사용자들에게 언제든지 "대화"를 할수도 있고 쪽지를 보낼수도 있다. 다른 사용자에게 메시지를 보낼 수 있는 또다른 방법은 가상휴대폰인 "마이폰"을 사용하여 문자 메시지를 보내는 것이다. 물론 게임 도중 마이폰으로 문자 메시지를 보내는 것은 훨씬 더 많은 노력 (클릭횟수 등)이 들고 제한된 양의 메시지만을 보낼 수 있다는 제약이 따른다. 그럼에도 불구하고 친밀성을 지닌 메시지를 보내려 할 때 사용자들은 간편한 채팅보다는 굳이 문자 메시지를 보내려는 경향이 강했다. 이는 사용자들의 관념과 행동유형에 문자 메시지 보내기가 친밀한 관계맺기의 전형적인 유형으로 이미 자리 잡았다는 것을 의미한다[3, 11, 12].

한편, 마이폰샷 게시판을 살펴보면, 사용자들이 게임 속 세상에서 사는 동안 찍은 사진들은 독사진인 경우가 30.3%, 두 사람을 찍은 경우가 32.8%였고, 3인 이상이 31.7%였다. 독사진 중에서 자신의 모습이 아닌 타인의 모습을 찍은 경우는 172건으로 31%였다. 2인 이상의 사진 중에서 내가 누구인지를 명시한 것의 개수는 403건으로 전체 34%를 차지했고, 자신이 누구인지를 명시하지는 않았으나 자신이 있는 것이 확실하고, 있을 것이라고 추정되는 것은 단체사진 중에서 63%를 차지했다. 즉, 대부분의 유저들은 게임 속에서 자신이나 자

신을 포함하여 사진을 찍는다.

이런 관점에서 볼 때, 바닐라켓은 자아의 표현과 구성에서 사이월드와 같은 SNA의 요소를 보여준다. 그림 3의 사진에 첨부된 텍스트에서 볼 수 있는 것처럼 "왼쪽이 저애영"이라고 이야기하는 사용자는 게임 속의 캐릭터를 자기 자신과 동일시하고 있다. 텍스트만 놓고 보면 마치 싸이월드 사진첩에 첨부된 설명을 보는 것과도 같다. 여기서 또 주목할만한 점은 다른 캐릭터에 대한 서술이다. "펠리시아님 너무 착하셔어영"이라든지 "스반님 넘호 반가어어영"라는 표현에서 볼 수 있는 것처럼 게임 속의 다른 캐릭터를 마치 실제 사람인 것처럼 언급하고 있는 것이다. 다시 말해서 SNA로서의 바닐라켓에서는 게임속의 캐릭터 뒤에는 실제 인물들이 있고 그 인물들은 캐릭터로 표현되어지는 것이다. 바닐라켓을 통해서 사용자들은 실제 다른 사람들을 만나서 관계를 맺게되는 것이다. 자기 자신을 표현하고 타인을 만나 관계를 형성하고 유지하게 하는 기능을 담당한다는 점에서 바닐라켓은 리니지와 같은 MMORPG보다는 싸이월드와 같은 SNA인 것이다.



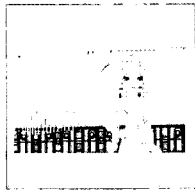
덧글 (2)

그림 3 온라인에서의 자아(온라인에서의 자아와 오프라인의 자아는 구분되는 것인가? "왼쪽이 저애영"에서 보이듯이 아바타와 자신은 완전히 동일시되고 있다.)

한편, 자아를 표현하는 다양한 전략이나 스타일과 같은 미시적인 차원에서부터 자아의 현실 구성이라는 매우 추상적인 수준에 이르기까지 가상 공간에서의 자아에 관한 논의는 그 수준과 대상이 매우 광범위하다. 그 중에서 자기 표현 양식(style)에 관하여 살펴보면, 사람들이 자신에 관해 표현할 때에는 세 가지 종류의 스타일을 사용한다고 한다. 자기 자랑(bragging), 긍정적(positive) 표현, 부정적(negative) 표현이 그것인데, 자랑은 자신의 능력이나 성취 등을 과장해서 말하는 것이고, 긍정적 표현은 자신의 업적이나 뛰어난 점을 긍정적으로 표현하는 것인데 자신의 능력 자체보다는 그것을 위해 들인 노력이나 다른 사람의 도움 등을 강조한다. 반면에 부정적인 자아 표현은 자신의 재능이나 능력이 부족하다는 것을 강조한다[17].

이러한 자기 표현 스타일은 대인 관계에서 자주 사용되는 커뮤니케이션 전략으로 개인의 특성이나 상대방에 따라, 상황이나 문화에 따라 차이가 난다. 그러나 자아 표현의 스타일은 결국 상대방이 가진 나에 대한 인식에 영향을 미치려는 의도이다. 예를 들면, 사람들은 자랑하는 사람을 매력적이라고 생각하지는 않지만 유능하다고 여기는 경향이 있다[17]. 이렇게 자기 표현 스타일은 관계의 모양을 만든다. 물론 이는 고정된 것이 아니고 수시로 변화해가는 과정이다.

No.2733 작성자 : rhkdsu33 2005-03-26 20:48

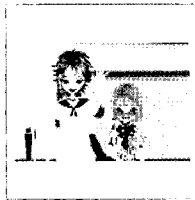


완전공주??ㅋㅋㅋ  
완전공주로나왔네 ㅋㅋ  
잘나왔죠?ㅋㅋㅋ

덧글 (2)

그림 4 Bragging의 예 - 자신의 긍정적인 면을 과장하여 표현

No.2589 작성자 : dyzn11209 2005-03-26 15:31



새친구랑 합그레  
어제 버락시장에서 구입한 새일러복을 입고 한번 파티룸에 가 보았더니...  
멋진 분 들이 많으시더군요...  
좀 쟁피? 하기도 했죠...  
모두들 이쁘게 하고 오셨는데 나혼자만 초라한것 같아서...  
하지만 이 처럼으로도 친구를 사귈수 있어서 다행입니다.

덧글 (2)

그림 5 Negative Presentation의 예 - 자신에 대해 부정적으로 표현

자랑이나, 긍정적 제시, 혹은 부정적 제시와 같이 오프라인 상호작용에서 나타나는 자기 표현 양식이 온라인에서도 나타난다.

### 3. 관계 형성의 기술

우리는 처음 만난 사람과는 이름과 직업, 취미 등의 매우 형식적인 정보를 주고받는다. 그러다가 그 사람과 친해지면 마음 속 얘기를 털어놓게 된다. 사람들은 친한 정도에 따라 대화의 종류나 깊이를 달리하는데, 이러한 대화의 범위나 깊이가 관계의 질(quality)을 결정한다. 자신에 대해 주고받는 정보가 자아의 내부에 속한 것일 수록 그 관계는 더 친밀해 진다. 이렇게 자아를 표현하는 것은 관계와 직결되어 있다.

미니홈피나 블로그와 같은 인터넷 서비스를 사회적 네트워크 어플리케이션이라고 부르는 이유는 여기에 있다. 자기 자신을 표현할 수 있는 여러 가지 방법과 다른

사람 또한 자기를 드러낼 수 있는 방법을 동시에 제공하는 장소에서 사람들은 관계를 형성하고 확장시킬 수밖에 없기 때문이다. 따라서 온라인은 관계적 자아 형성의 장이라고 할 수 있겠다.

No.3459 작성자 : saLoVErang 2005-05-02 19:40



마지막날 !!♡  
우음..ㅠ  
바캬고서 새로사귄 친한 언니들 ㅠ  
저해가 그리워요ㅠ

덧글 (3)

그림 6 온라인에서의 관계 형성(게임은 끝났지만 관계는 끝나지 않았다.)

오늘날 대부분의 과학 기술은 인간의 연결성(relatedness)을 강화시켜왔다. 자동차나 비행기와 같은 교통 수단은 사람과 사람을 보다 빨리 연결시켜 주는 것이고, 라디오나 텔레비전과 같은 매스미디어는 다수의 사람들을 소수의 사람들과 즉시 연결시키며, 디지털 기술과 네트워크의 발달은 다수의 사람들을 동시에 상호작용하게 만든다. 우리는 이제 일대일 커뮤니케이션을 동시에 여러 명과 할 수 있다. 여러 개의 메신저 창과 여러 개의 개인 홈페이지를 동시에 띄워놓고 각자와 대화할 수 있게 된 것이다.

커뮤니케이션 기술이 발전하면서 인간의 연결성이 중요하게 된 것에 대해 케네스 거젠(K. G. Gergen)은 관계적 존재가 전통적인 심리적 자아를 위협하는 것이라고 해석한다. 나아가 거젠은 더 이상 자율적이고 자기 충족적인 자아는 없다고 주장한다[8]. 이를 조지 허버트 미드(G. H. Mead)의 개념으로 표현하면 객관적 자아(self)의 힘이 주관적 자아(I) 힘을 압도한다는 의미가 된다. 미드는 자아란 객관적 자아와 주관적 자아가 결합된 것으로서 이 둘의 상호작용을 통해 자아가 구성된다

No.3453 작성자 : baeyeonji 2005-04-29 23:12



ㅠㅸㅠ 친구도 없었던 올봄엔~0~  
저번 봄은즈 베타때 친구가 하나도 없었어요ㅠㅠ  
홀로시기=0=..  
제말 말번엔 친구를 사겼으면 좋겠어요~!!

덧글 (6)

덧글쓰기		확인
ㅸㅸㅸ	저도 친구없었어요. 꼭 만나서 놀아요>0<!!	2005-05-02 10:10
말하곤	http://cafe.daum.net/love2vanillacat 오셔서 함께	2005-05-01 13:16
올	음..	
재미	그래용 합께~ 해서 놀이음^^	2005-05-01 12:17
☆☆	어머 이쁘다 ^^ 저도 친구하고싶은걸요>0<	2005-05-01 8:50
NI=0=0=0=	아 지현 :: 담번엔 꼭 같이 놀시다 ^^	2005-05-01 5:37
dltmddu=51E	예쁘다	2005-04-30 18:57

그림 7 관계적 자아

고 보았다[16]. 주관적 자아는 스스로 결정하고 행동하는 능동적 측면의 자아이고, 객관적 자아는 주관적 자아의 행동을 규제하고 주변 사람들이나 사회의 입장에서 자신을 판단하는 자아를 의미한다. 이러한 객관적 자아는 나와 상호작용하는 사람들이 나를 어떻게 대해 주는가에 의해 결정된다. 미드는 그래서 객관적 자아를 “일반화된 타자”(the generalized other)라고 보았다. 일반화된 타자는 곧 내가 경험한 타인들의 총합이다. 따라서 자아정체성을 구성하는 핵심은 바로 타인들과의 상호작용인 셈이다. 자아의 본성은 이렇게 관계성에 있다.

친구를 사귀지 못한 게이머의 자아 표현과 이에 대한 다른 사람들의 위로와 지지는 관계 맺기가 게임 세상에서 자신의 존재 의미를 갖는데 가장 중요한 요인임을 분명히 드러낸다.

“일반화된 타자”라는 개념에서 암시하듯이 우리는 대체로 일반화할 수 있는 즉 일관된 자아를 갖는다. 주변 사람들도 보통 나에게 대한 평가가 비슷하다. 그러나 집단간, 사회간, 문화간 교류가 빈번해지고 온라인상의 다양한 가상 공동체에서 활동하게 되면서 우리는 일관된 자아를 인식하기가 점점 어려워지고 있다. 다양한 집단에서 다양한 사람들과의 관계는 다양한 양상을 띠게 되고 이는 일관된 자아관을 형성하는 것을 방해하기 때문이다. 즉, 자신을 연출해야 할 무대가 너무 많아진 것이다.

이는 세리 터클(S. Turkle)이 인터넷을 자아의 서로 다른 버전을 탐험하고 실험하기 위한 가상적 실험공간이라고 묘사한 것과도 맥을 같이한다[21]. 이러한 관점을 지지하는 한 연구에서는 사람들이 인터넷과 면대면(face-to-face) 상황에서 각기 다른 자아를 드러낸다는 것을 증명하였다[5]. 이 연구는 진짜 자신(true self)과 현실의 자신(actual self)이라는 칼 로저스(C. Rogers)의 개념을 이용하였는데, 진짜 자신은 개인의 정체성과 관련된 매우 중요한 측면으로서 다른 사람에게 잘 표현하지 않는 자기 자신에 대한 특성을 가리키고, 현실의 자신은 주변의 다른 사람들에게 보여지는 나의 모습을 가리킨다[19]. 따라서 연구자들은 피험자들이 인터넷에서는 진짜 자신을 더 강하게 드러내고 면대면 상황에서는 현실의 자신을 더 잘 표현한다고 가정하였고 이는 실험을 통해 지지되었다[4]. 또 다른 연구에 의하면 온라인에서 자신의 진짜 모습을 잘 표현하는 사람이 온라인에서 친밀한 관계를 더 잘 형성하고 온라인의 관계를 실제 오프라인 관계로도 발전시킬 가능성이 크다고 한다[15]. 이렇게 관계는 자아와 직결되어 있다.

사람들이 실제로 관계를 시작하고 유지하는데 있어 어떠한 종류의 행동이 나타나는지에 관해서는 로라 스타포드와 그의 동료들이 밝혀내었다[6, 20]. 친밀한 관계

에서 나타나는 관계 유지 행동의 유형은 긍정성(positivity), 확신(assurance), 솔직함(openness), 갈등관리(conflict management), 조언(advice), 업무의 분담(shared task), 사회적 네트워크(social network) 등이 있다. 긍정성이란 상대방을 기분 좋게 해주거나 잘 해주는 것을 말하고, 확신은 “나는 네가 좋아” 등의 표현을 통해 관계를 확인하는 것이며, 솔직함은 관계에 관하여 솔직하게 대화를 나누는 것을 뜻한다. 또한 친밀한 관계에서는 갈등을 유발하는 일을 최소화하려고 노력하며 상대방을 위해 조언이나 충고를 한다. 그리고 힘든 일은 서로 나누어서 하고 친구의 친구와도 친하게 지내려고 노력한다[20]. 이러한 행동 양식은 두 사람의 관계의 모양을 결정하고 그것을 유지시키는 기능을 한다.

No.2581 작성자 : SqufWkd 2005-09-26 12:0



멋있는남자랑찍은사진^^  
멋있는애랑 찍은 사진이에요..  
멋있죠..  
다시만났으면좋겠다..^^

덧글 (1)

그림 8 관계의 표현(“멋있는 애”는 긍정성의 표현, “다시 만났으면 좋겠다..”는 확신의 표현이다.)

No.2758 작성자 : qk1ek 2005-09-26 21:50



쌍둥이이다 >>  
이쁜이 둘이서 ><ㅋㅋ  
오른쪽이 더 이쁘지 않나요 ~?  
샷리 샷리 ^^  
오른쪽이 저예요 하하 ㅋㅋ

덧글 (3)

그림 9 유사성과 호감의 긍정적 관계(마이폰샷 게시물에는 똑 같은 복장을 한 사람과 함께 찍은 사진이 종종 발견된다. 또한 같은 옷을 입은 상대방에 대한 호감의 표시도 덧붙인다.)

자아 표현의 스타일을 분석한 결과 사용자들은 부정적인 자아 표현보다는 자랑이나 긍정적 표현을 더 많이 사용하였고, 이 외에도 자아 표현의 종류에는 감정 표현과 행동에 관한 표현이 있었다. 자아 표현이 자아 이미지나 자아 개념인 경우 그 표현의 스타일은 자랑, 긍정적 표현, 부정적 표현으로 구분되었다. 자랑은 “너무 예쁘지 않나요”와 같은 자신의 외모나 패션 등에 대한 긍정적 표현에 과장된 수식이 사용된 것을 예로 들 수 있고, 사진 속 자신의 모습이 “잘 나왔다”는 등의 표현은 긍정적인 것이며, 스타일이 “이상하다”, “초라하다” 등은 부정

적 표현의 사례라 할 수 있다.

관계에 관한 표현은 대체로 상대방이 듣기 좋은 말을 해주거나 관계를 확인하는 말로 구분된다. “넌내꼬!~”, “다시 만나요” 등은 관계를 확인하는 표현이고, 상대방에 대해 “멋있는”, “친절한”, “근사한” 등의 표현을 쓴 것은 상대방과의 관계 형성을 위한 잘해주기 전략이다. “멋있는”과 “다시만났으면 좋겠다.”가 각각 긍정성과 확인을 나타내는 표현이다. 관계에 관한 표현은 상대방에 대해 좋은 말을 해주거나 관계를 확인하는 전략이 주를 이루었는데, 다양한 관계유지 전략들 중에서 긍정성과 확인이라는 두 요인이 관계를 시작하는데 있어 매우 중요한 것임을 알 수 있다[20].

또한 각 게시물의 ‘덧글’ 개수는 자아표현의 개수 및 관계표현의 수와 정적인 상관관계가 있었는데, 자아에 관한 표현 전체 개수( $r=.06, p<.001$ )보다 관계에 관한 표현의 개수( $r=.11, p<.001$ )가 더 큰 상관관계 값을 나타냈다. 즉, 게시판에서의 상호작용성은 메시지 내용이 관계에 관한 것일 때 보다 높게 나타남을 알 수 있다.

마이폰샷 자랑 게시판에서 흥미로운 것은 전체 베타 테스트 기간인 열 하루 동안 자기 표현과 관계 표현의 빈도가 변화하는데, 그 방향이 서로 반대라는 점이다. 그림 8에서 보는 바와 같이 한 게시물 당 자아 표현의 개수는 날짜가 지날수록 줄어드는 경향을 보이고, 관계 표현의 개수는 조금씩 증가하는 추세를 보인다. 또한 사진 속 사람의 숫자도 날짜가 지남에 따라 증가한다(그림 참조). 첫날 평균 사진 속의 사람 수는 1.26명인데, 4일째에 2.09명, 8일째에 2.88명, 마지막 날은 2.74명이었다. 사용자들은 게임 속에서 상호작용하면서 초기에 자신 위주의 사진을 주로 찍다가 시간이 지날수록 다른 사용자들과 함께 사진을 찍는 것이다. 이는 자아 표현의 횟수는 감소하고 관계 표현의 빈도가 증가한 것과 함께

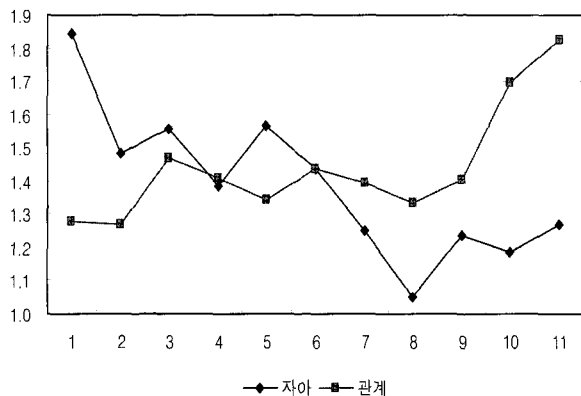


그림 10 시간에 따른 자아 표현과 관계 표현의 변화(날짜가 지날수록 한 게시물 당 관계 표현의 개수는 줄어들고 관계 표현의 개수는 증가한다)

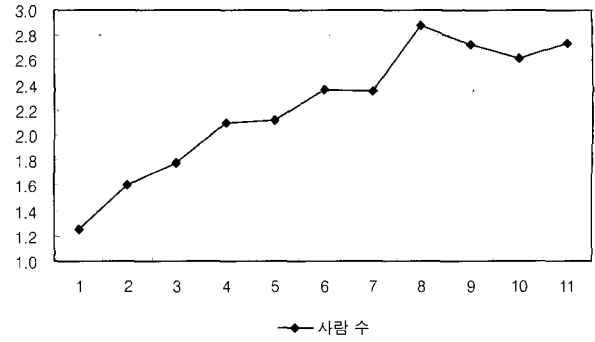


그림 11 시간에 따른 사진 속 사람 수의 변화(날짜가 지날수록 사진 속 사람 수는 증가한다. 게이머들은 시간이 지날수록 자신에 대한 얘기보다 관계에 관한 이야기를 더 많이 하고 혼자 찍기 보다는 여러 사람과 함께 사진을 찍는다.)

사용자들이 시간이 지날수록 많은 사람들과 관계를 맺게 되었다는 것을 증명해 준다.

한편, 클로드베타 테스트 기간에 설문에 응답한 사람들의 인구학적 정보를 살펴보면, 남자가 49명 여자가 669명으로 각각 6.8%와 93.2%를 차지한다. 이 결과는 테스트 기간 중 7일째에 응답한 사람들의 정보로서만 여명의 베타테스터 전체를 대표할 수는 없지만 적어도 사용자중 여성의 비율이 압도적이라는 것은 확실해 보인다. 나이는 10세 이상에서 18세까지의 비율이 66.5%로 가장 많고, 19세에서 20세까지의 비율은 12.2%였다.

바닐라켓을 통해 사귀게된 친구의 숫자는 게임참여시간과는 물론 정적인 상관관계를 보였으며 ( $r=.266, p<.001$ ), 온라인 커뮤니티 활동 정도와도 정적인 상관관계 ( $r=.168, p<.001$ )를 보였다. 또 오프라인에서 현재 만나고 있는 이성친구가 있을수록 바닐라켓을 통해 사귀 친구의 숫자는 많았다 ( $r=.314, p<.001$ ). 그리고 오프라인에서의 친구와 함께 바닐라켓을 하는 사용자일수록 사귀 친구의 숫자도 많았다( $r=.134, p<.001$ ). 이는 개인이 갖는 사교성이나 커뮤니케이션 능력 등의 특성이 온라인 상의 커뮤니케이션에도 반영되는 것이라 생각해볼 수 있다.

#### 4. 결 론

지금까지 온라인 게임 바닐라켓을 통해 가상 공간에서의 자아표현과 관계유지 전략에 관하여 살펴보았다. 유저들이 게임 속 세상에서 사는 동안 찍은 사진들은 자신의 독사진이나 자신이 포함된 다른 사람 한 명과 함께 찍는 경우가 절반 이상을 차지하였고, 두 사람이 함께 찍은 사진이 가장 많았다. 자아 표현의 스타일을 분석한 결과 유저들은 부정적인 자아 표현보다는 자랑이나 긍정

적 표현을 더 많이 사용하였다. 또한 자아 표현으로는 감정 표현과 행동에 관한 표현이 있었다. 바닐라켓 유저들의 관계에 관한 표현은 상대방에 대한 칭찬과 관계를 확인하는 전략이 주를 이루었는데, 다양한 관계유지 전략들 중에서 이 두 요인이 관계를 시작하는데 있어 매우 중요한 것임을 알 수 있다.

또한 열 하루의 베타테스트 기간 동안 유저들의 자기 표현과 관계 표현의 패턴이 변화해 가는데, 시간이 갈수록 자기 표현의 양은 줄어들고 관계 표현의 양은 증가하였다. 이와 더불어 사진 속 사람들의 숫자 또한 증가하였다. 테스트가 시작된 시점, 즉 타인들과의 상호작용이 활발해지기 전에는 유저들이 자신에 대한 표현을 주로 하지만, 시간이 지나고 커뮤니케이션이 활발해지면서 타인과 자신의 관계에 관한 표현을 더 많이 하게 되는 것이다. 이는 사람들이 온라인 세계에서 먼저 자신을 드러냄으로써 자신의 정체성을 생산함과 동시에 커뮤니케이션할 의사를 표명하는 것이다. 다시 말해 관계적 존재로서의 자신을 드러낸 것이다. 따라서 사람들은 시간이 지남에 따라 관계를 형성하고 이를 발전시켜 나간다. 이는 자신에 대한 표현과 관계에 관한 표현으로 드러난다.

이처럼 온라인 게임은 나를 확인하고 관계를 맺는 사회적 공간이다. 또한 사진과 글, 기타 다양한 종류의 어플리케이션을 통해 자신을 표현할 수 있는 여러 방법을 제공하고 있다. 특히 바닐라켓과 같은 게임에서 유저는 다른 사람과 사귀고 친해져서 인기가 많아지면 좋은 점수를 얻는다. 또한 자신이 택한 직업에서 성공하기 위해서는 그 직업이 요구하는 고된 훈련과정을 거쳐야 하고 주변 사람들의 인정을 받아야 한다. 이는 수많은 온라인 게임이 갖는 “대결”, “전투” 등의 폭력적인 요소들을 제거시키고 사회적 연결망을 생성하고 활용할 수 있는 요소들이 첨가된 새로운 종류의 온라인 게임이라고 할 수 있다.

바닐라켓은 기존의 온라인 게임이 가진 채팅 위주의 단순한 상호작용이나 커뮤니티 의식을 강조하는 ‘길드’와 같은 한정적 의미의 네트워크라기 보다 파티 시스템과 같은 사교 장치를 통해 관계 형성 자체를 도모한다. 물론 자신의 방을 모두 가지고 있고 레벨이 높아지면 저택을 가질 수도 있다. 이 저택은 내가 다른 사람들을 초대할 수 있는 장소이다. 이처럼 바닐라켓은 게임이기는 하지만 싸이월드의 미니홈피와 같은 사회적 네트워크 어플리케이션의 성격을 가지고 있다. 사회적 네트워크 어플리케이션이란 다양한 사회적 활동과 사용자 간의 상호작용을 지원하는 어플리케이션이나 서비스를 의미한다. 따라서 바닐라켓은 새로운 형태의 “사회적 네트워킹 어플리케이션 게임(Social Networking Application Game)”

이라 할 수 있으며 온라인 게임의 새로운 장르를 여는 의미있는 시도라 할 수 있다.

지금까지 우리는 온라인이 자아를 형성하고 또한 관계를 형성하는 테크놀로지는 전체 하에 온라인에서 자아를 표현하고 관계를 형성하는 모습을 실제 사례를 통해 살펴보았다. 그러나 온라인을 통해 자아와 관계를 형성한다는 주장은 사실 그다지 새로운 것이 없다. 우리는 언제나 자아와 관계를 만들어가고 있기 때문이다. 그것이 온라인이건 오프라인이건 사람들이 함께 살아가는 곳에서는 나의 존재를 다른 사람과의 관계를 통해 인식하기 마련이다.

사실 온라인이나 오프라인이나를 뚜렷이 구별할 필요는 점차 사라지고 있다. 온라인이든 오프라인이든 실제의 사람들이 만나서 인적관계를 형성하는 것이기 때문이다. 다만 만남 즉 커뮤니케이션의 방식과 수단이 온라인이나 오프라인이나로 구분해 볼 수 있는 것에 불과하다. 즉 오프라인 만남이나 관계와 구별되는 온라인 만남이나 관계가 별도로 존재하는 것은 아니다. 더욱이 순수하게 오프라인을 통해서만 혹은 온라인을 통해서만 이루어지는 관계는 점차 그 비중이 줄어들고 있다. 오프라인 친구들과 우리는 자연스럽게 채팅도하고 함께 온라인게임도 하고 반대로 온라인에서 만난 친구들과 오프라인 정기모임을 갖기도 하기 때문이다.

## 참고문헌

- [1] 김관규, 임현규 (2002). CMC(Computer-Mediated Communication)를 통해 형성되는 대인인상 특징과 인상형성에 영향을 미치는 요인. 『한국언론학보』, 제46-4호, 76-106
- [2] 김주환 (2000). 정보의 디지털화와 사민권: ‘권리로서의 프라이버시’를 기본적 인권의 하나로 정립하기 위한 시론. 『언론과 사회』, 28, 98-121.
- [3] 진보래, 김주환 (2005). 관계유지 행동과 대인 매체 이용에 관한 연구. 제14회 HCI 2005 학술대회.
- [4] 황상민 (2001). 사이버 공간의 자아, 그리고 사이버 정체성의 발달. 『계간 과학사상』 가을, 19-36.
- [5] Bargh, J. A., McKenna, K. Y. A., Fitzsimons, G. M. (2002). Can you see the real me? Activation and expression of the “true self” on the internet. *Journal of Social Issues*, 58, 33-48.
- [6] Canary, D. J., & Stafford, L. (1994). Maintaining relationships through strategic and



- routine interaction. In D. J. Canary & L. Stafford (Eds.), *Communication and relational maintenance* (pp. 3-22). San Diego, CA: Academic Press.
- [7] Foucault, M. (1997). *The essential works of Foucault, 1954-1984: Vol. I. Ethics: Subjectivity and truth.* [P. Rabinow (Ed.), R. Hurley and others (Trans.)] New York: The New Press.
- [8] Gergen, K. J. (1996). *Technology and the self: From the essential to the sublime.* In D. Gordin & T. R. Lindlof (Eds.), *Constructing the self in a mediated world.* Thousand Oaks, CA: Sage.
- [9] Goffman, E. (1959). *The Presentation of Self in Everyday Life.* New York: Anchor Books.
- [10] Hancock, J. T., & Dunham, P. J. (2001). *Impression formation in computer-mediated communication revisited: An analysis of the breadth and intensity of impressions.* *Communication Research*, 28(3), 325-347.
- [11] Kim, J. (2004). *Theorizing the integrated communicative competence: The strategic use of interpersonal (mobile) media in building and maintaining interpersonal relations.* Paper presented at the ICA, New Orleans.
- [12] Kim, J., & Jin, B. (2004). *Strategic uses of mobile and interpersonal media in maintaining interpersonal relations.* In S. D. Kim (Ed.), *Proceedings of 2004 International Conference on the Mobile Communication and Social Change* (pp. 513-533), Seoul, Korea.
- [13] Leary, M. R. (1995). *Self presentation: Impression management and interpersonal behavior.* Boulder, CO: Westview Press.
- [14] Leary, M. R., Kowalski, R. M. (1990). *Impression management: A literature review and two-component model.* *Psychological Bulletin*, 107, 34-47.
- [15] McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J. (2002). *Relationship formation on the internet: What's the big attraction?* *Journal of Social Issues*, 58, 9-31.
- [16] Mead, G. H. (1934). *Mind, self, and society.* Chicago: University of Chicago Press.
- [17] Miller, L. C., Cooke, L. L., Tsang, J., & Morgan, F. (1992). *Should I brag? Nature and impact of positive and boastful disclosures for women and men.* *Human Communication Research*, 18, 364-399.
- [18] Papacharissi, Z. (2002). *The presentation of self in virtual life: Characteristics of personal home pages.* *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 79, 643-660.
- [19] Rogers, C. R. (1951). *Client-centered therapy, its current practice, implications, and theory.* Boston : Houghton Mifflin.
- [20] Stafford, L., Dainton, M., & Hass, S. (2000). *Measuring routine and strategic relational maintenance: Scale revision, sex versus gender roles, and the prediction of relational characteristics.* *Communication Monographs*, 67, 306-323.
- [21] Turkle, S. (1995). *Life on the screen: Identity in the age of internet.* New York: Simon & Schuster.
- [22] Wynn, E., & Katz, J. E. (1997). *Hyperbole over cyberspace: Self-presentation and social boundaries in internet home pages and discourse.* *The Information Society*, 13, 297-327.

---

### 김 주 환



서울대 정치학과(학사, 석사)  
 펜실베이니아대 커뮤니케이션학(석사, 박사)  
 미국 보스턴대 교수 역임  
 현재 연세대학교 신문방송학과 교수, HC  
 랩 지도교수  
 관심분야: 디지털 매체, 모바일커뮤니케이션,  
 대인커뮤니케이션  
 E-mail : jkim@yonsei.ac.kr,  
 홈페이지 : www.jkim.net

---

---

### 진 보 래



연세대학교 심리학과(학사)  
연세대학교 신문방송학과(석사)  
현재 연세대학교 신문방송학과 박사과정,  
HC랩 연구원  
관심분야 : 커뮤니케이션 기술의 사회적 이  
용  
E-mail : tess@yonsei.ac.kr

### 최 승 범



연세대학교 신문방송학과(학사)  
현재 연세대학교 신문방송학과 석사과정,  
HC랩 연구원  
관심분야 : 온라인 게임에서의 커뮤니케이션  
E-mail : goscon@yonsei.ac.kr

---