

05-27

21세기 한국 메가트렌드 시리즈 II

**IT와 모바일 커뮤니케이션의
사회문화적 영향:
휴대전화, DMB, 무선인터넷**

2005. 2

연구기관: 한림대학교

연구책임자: 김 신 동

요 약 문

본 연구는 휴대전화와 모바일인터넷, 그리고 DMB 등을 중심으로 한 모바일 미디어의 사회문화적 의미와 영향에 대한 탐구 보고서이다. 모바일 미디어의 영향이 급격히 증가하고 있는 가운데 이에 대한 보다 체계적인 이해의 필요성이 대두되고 있다는 점이 연구의 배경이라고 하겠으며, 구체적 목표로는 (1) 모바일 미디어의 확산과 채택에서 나타나는 사회적 및 문화적 요인들을 파악하고, (2) 동일한 모바일 미디어가 서로 상이한 사회문화적 맥락 속에서 어떤 기능적 차별화를 보이는지 관찰하며, 또 이를 통해 사회문화적 변인의 기술적 의미를 파악하는 것과, (3) 모바일 커뮤니케이션 기술이 일상생활의 내용과 형식, 그리고 시공간의 배분 방식을 어떻게 변화시켜왔는지 살펴보고 향후 사회적 및 문화적 파급효과를 예측해 보자는 것 등을 설정하였다.

주요한 연구 내용 및 결과로는 다음과 같은 사항을 지적할 수 있다. 첫째, 휴대전화의 빠른 확산과 채택에 영향을 미친 요인들을 사회문화적 측면에서 추적해 보았다. 경제적, 기술적 요인의 중요성은 일단 공통적인 상수로 인식하고, 이 밖에 문화적 혹은 사회규범적 속성이 한국에서의 빠른 휴대폰 확산과 관련이 있는지 파악한 결과 사회적 성향이 높은 사람일수록 채택 시기가 빠른 것으로 나타났다. 특히 집단주의, 혹은 연고주의적 속성이 강한 경향을 가진 사람들에게서 조기채택의 비율이 높게 나타나는 것을 발견하였다. 이미 휴대전화의 확산이 전체 모집단에 충분하게 이루어진 상황에서 이러한 조사를 다시 해 보는 것은 불가능하다. 확산의 초기 단계에서 아직 채택자와 비채택자의 비율이 적절히 분포하고 있는 시점에서만이 이러한 과정을 비교해 볼 수 있다고 했을 때 이 연구에서 활용한 자료가 지니는 의미는 상당히 중요하다. 휴대전화의 조기채택 경우를 토대로 다른 모바일 미디어나 모바일 서비스의 경우를 유추해 본다면, 역시 연고주의 및 집단주의 성향이 강할수

록 조기채택의 가능성 또한 높을 것으로 예상할 수 있다.

두 번째로 이 연구는 휴대전화의 이용 측면에서 국가 간 어떤 차이가 있는지에 대한 질적 분석을 시도하였다. 한국, 일본, 중국, 미국 등 4개국 조사를 통해 세대간 이용 격차 및 특성이 크게 나타나는 점을 확인 하였으며, 공공장소에서의 사용 패턴은 국가별로 차이가 드러나는 점을 발견하였다. 이 연구는 4개국에서 스물다섯 명을 상대로 인터뷰를 실시하여 얻은 자료를 바탕으로 휴대전화나 인터넷과 같은 새로운 통신기술의 사용이 사회문화적 맥락에 따라 어떤 차별성을 보이는지, 혹은 동일성을 보이는지를 조명해 보고자 하였다. 다른 문화권으로 가정된 각각의 나라에서 이 두 가지 기술의 이용과 관련해서는 극적인 차이보다는 오히려 유사한 현상이 지배적으로 발견되었다고 할 수 있다. 하지만 동시에 휴대전화가 각각의 사회에서 작지만 의미 있는 차이를 발현하고 있음도 살펴 볼 수 있었다. 어느 사회를 막론하고 세대간의 차이가 발견된 것은 주목할만한 현상이었으며, 이러한 세대간 기술 이용 상의 격차가 발생하는 원인에는 새로운 커뮤니케이션 기술이 요구하는 능동적 학습 능력의 문제가 있음을 본 연구는 지적하였다. 급속히 발전하는 정보통신 기술의 복잡성은 미래에 세대간 격차를 더욱 증대시킬 가능성도 있다. 기술을 중심으로 한 세대 격차는 단순히 기술 자체의 활용 차이에서 그치는 것이 아니라 기술의 활용이 매개하는 다른 활동들, 예컨대 정치적 참여, 경제적 이윤추구, 사회적 교제 등등의 행위에서도 중요한 차이로 발전할 수 있다.

휴대전화의 등장은 전화 커뮤니케이션에서 통상 가정되던 통화성립에 필요한 최대시간의 길이를 하루에서 수 시간으로 단축시켰다. 현재의 휴대전화 이용관행을 기준으로 삼는다면 휴대전화 사용자가 즉각 응답을 하지 않을 ‘정당한’ 경우란 회의나 강의 등의 업무를 위해 ‘잠시’ 꺼 두는 경우이다. ‘잠시’의 허용시간은 길어야 수 시간이다. 하루 종일 걸리는 회의에 참석하고 있었다고 하더라도, 쉬는 시간을 이용하여 사서함을 확인해 보리라는 것이 발신자와 수신자간에 성립하고 있는 암묵적인 동의이다. 이러한 동의의 범위를 넘는 경우 발신을 시도한 사람은 다른 매체를 사용하여 커뮤니케이션을 시도했다가 예상 기한 내에 이것이 이루어지지 않았을

경우 경험한 바와 동일한 문제 상황에 직면하게 된다. 즉, 상대방이 커뮤니케이션을 꺼리는 것은 아닌가, 혹은 커뮤니케이션이 불가능한 상황에 처한 것은 아닐까, 나아가 심지어는 자신의 전화기에 이상이 있는 것은 아닐까에 이르기까지 커뮤니케이션 행위가 성립되지 못한데 대한 다른 종류의 원인을 추측하게 된다는 것이다.

세 번째로 이 연구는 모바일 미디어의 등장으로 인해 야기되고 있는 공간적, 시간적 경험 방식의 변화에 대해 논의한다. 새로운 미디어의 등장은 항상 공간을 구성하는데 있어서나 시간을 조직하는 방법에 있어서 변화를 촉발시켜 왔다. 일례로 매체마다 커뮤니케이션을 성립시키는 데에 소요되는 시간이 다른 점을 들 수 있다. 매체에 따라 달라지는 기대시간에 대한 변화, 즉 커뮤니케이션 성립에 소요되는 시간을 어디까지 허용할 것인지에 대한 기대의 변화가 뜻하는 것은 일반적으로 사회적 행위의 즉시성, 혹은 즉흥성을 높일 가능성이 있다는 점에서 주목을 끈다. 다수가 함께 개입되는 모든 행위들에 대해, 즉 모든 형태의 공동행위들에 대해, 행위를 예정하고 준비하는 데 필요할 것으로 허용하였던 시간의 길이가 감소하게 되고 이는 행위를 유발하는데 소요되는 경제적 비용의 감소를 뜻하는 것으로 해석될 수 있다. 반면에 부정적인 측면으로는 즉흥적 행위가 가져올 수 있는 임의성과 불안정성이 증가하게 되고 이에 따라 사전에 제거할 수 있는 착오를 증가시킬 수 있다는 점을 지적할 수 있다. 또한 같은 전화라고 할지라도 유선전화와 휴대전화는 메시지 전달의, 혹은 통화행위의 선차성과 중요성 측면에서 차별적인 기대감을 형성하기도 한다.

모바일 미디어의 확장을 상상하는 과정에서 이전 미디어가 지닌 기능의 연장으로 상상하는 방법은 많은 한계를 안고 있다. 따라서 기능적 연장의 선상에서 문제에 접근하는 방법보다는 이동성 자체의 편재가 야기하게 될 가능성에 초점을 두는 것이 더 유용한 방식이다. 다시 말해 이동성의 제한으로 말미암아 정해졌던 모든 일들이 모두 그 속박으로부터 놓이게 됨으로 인해 완전히 새로운 방식의 사회적 제도와 행위가 구성될 수 있는 점에 착안하는 것이다. 근래 논의되기 시작하는 모바일 미디어를 응용한 전자투표제도의 도입 같은 것이 한 예일 수 있다. 투표란 전통적

으로 공간적 구속을 심하게 받는 상황에서만 가능한 사회적 행위이자 제도였다. 근대적 대의제 민주주의가 시작된 이래 지금에 이르기까지 어떤 면에서는 가장 변화하지 않은 형태로 이루어져 온 정치적 절차이기도 하다. 그러나 사회체계 전반에 걸쳐 모든 부문에서 이동성이 급격히 제고되고 있는 마당에 전통적인 정주사회의 모형에 기준을 둔 투표방식은 결과적으로 투표 참여의 저하나 무관심을 유발하는 요인으로 기능하기 쉽게 되었다. 인터넷이나 모바일 미디어를 투표에 활용할 수 있는 방안이 마련된다면 이것은 다만 움직이는 텔레비전이나 인터넷의 차원을 넘어서는 혁명의 미디어로서 잠재력을 가지는 셈이 된다. 모바일 미디어에 대한 상상은 이러한 점에 초점을 맞출 것을 요구하고 있다.

제 1 장 서장: 연구의 목적 및 주요 내용

정보통신기술(IT 혹은 ICT)은 21세기의 향방을 예측하는 결정적 변인이다. 그러나 그 발전과 변화의 따라잡기 힘든 속도는 어떠한 예측도 시간의 시련 앞에서 몇 년, 혹은 몇 개월을 건디기 어렵게 한다. 정보통신기술의 최근 특성은 이동성의 구현 및 커뮤니케이션 네트워크의 완전한 파급을 통한 이른바 유비쿼터스 환경의 건설로 압축된다.

휴대전화에서 출발하여 무선인터넷, 그리고 DMB 서비스의 실현으로 이어지는 일련의 기술진화는 인간의 이동 범위 확대에 따른 커뮤니케이션 서비스의 제약을 소멸시키는 일정한 방향성을 보여준다. 그러나 이것은 여전히 시작에 불과하다. 모든 것이 이동성을 부여받을 때(everything's on the mobile?), 그러한 사회의 모습을 상상하기란 쉽지 않다. 우리에게 현재 익숙한 사고의 방식은 매우 물리적인 공간예속적(space-bound)인 것이기 때문에, 모바일 커뮤니케이션의 등장과 전파에 따른 사회문화적 파급효과의 모습이 어떤 것인지를 상상하기란 결코 쉬운 작업이 아닌 것이다.

전화와 인터넷, 컴퓨터와 텔레비전이 사무실이나 거실에서 나오게 되면 어떤 일이 일어날 것인가? 이러한 변화는 통신사업자나 기기사업자들에 의해 빠르게 촉진되고 있지만, 그 영향은 산업적 효과의 범위를 훨씬 벗어난다. 우리의 정치, 우리의 교육, 우리의 일상적 삶과 규범, 놀이와 노동, 교환과 보존, 좋음과 나쁨이 모두 서서히, 혹은 급히 변화하기 시작한다. 이러한 변화는 이미 시작되었으며 여러 가지 모습으로 드러나고 있다. 본 연구는 모바일 미디어의 잠재적 영향에 대한 예측을 중점 과제로 설정하되, 접근의 각도를 미디어의 기술 속성으로부터가 아니라 사용자 및 사용 사회의 특성으로부터 잡고 비교사회학적 및 비교문화론적 관점으로부터 답을 도출해 가려 한다.

제1 절 연구 목적

- 문제 1. 모바일 미디어의 확산과 채택에서 나타나는 사회적 및 문화적 요인들을 파악한다.
- 문제 2. 동질적 미디어가 서로 상이한 사회문화적 맥락 속에서 어떤 기능적 차별화를 보이는지 관찰하며, 이를 통해 사회문화적 변인의 기술적 의미를 파악한다.
- 문제 3. 모바일 커뮤니케이션 기술이 일상생활의 내용과 형식, 그리고 시공간의 배분 방식을 어떻게 변화시켜왔는지 살펴보고 향후 사회적 및 문화적 파급효과를 예측한다. 그러나 모바일 커뮤니케이션 테크놀로지의 도입, 혹은 이들 테크놀로지의 사용으로 인한 직접적 효과의 발생 등에 관찰의 초점을 두어서는 안 될 것이다. 시공간의 구성은 시대와 문화에 따라 매우 극단적인 상이성을 보이며 발전해 왔으며, 테크놀로지 요소가 이와 결부된 양상은 매우 제한적이며 다양하다. 모바일 미디어가 일상의 구성에 어떻게 작용하고 있는지를 세밀하게 검토하는 작업은 결국 기술의 사회문화적 효과를 부각시키는 결과를 가져오겠지만, 그것은 결과로서 드러나야지 목표로서 추구되어서는 곤란한 것이다.

제2 절 연구 내용

1. 모바일 커뮤니케이션의 역사적 전개 양상 고찰: 모바일 커뮤니케이션은 흔히 생각하는 바와 같이 이동전화로부터 시작된 것이 아니다. 이동성에 결부된 커뮤니케이션 미디어의 진화는 이보다 훨씬 오래된 일이다. 새로운 커뮤니케이션 테크놀로지의 출현이 사회변동의 직접적, 혹은 간접적 원인으로 작용한 경우는 무수히 많다. 문자의 발명으로부터 인쇄술과 영화, 무선전신과 전화, 라디오와 텔레비전, 그리고 인터넷과 이동전화에 이르기까지 이른바 정보통신기술의 장구한 발

달사는 인류사의 주요한 변화와 맥을 같이 한다. 지난 10년 남짓한 기간 동안에 전 세계는 인터넷과 이동통신이라는 두 가지 정보통신기술의 도래를 경험하며 정보사회로의 진입을 실감하고 있다. 케이블 텔레비전이나 위성방송 등과 같은 방송계 미디어의 발전도 괄목할만한 것임에도 불구하고 인터넷과 이동통신의 충격은 이러한 발전을 왜소하게 보이게 할 만큼 파장이 큰 것으로 보인다. 2002년 기준으로 국내 인터넷 사용자는 전 인구의 약 57%에 달하는 2천 4백여 만 명에 이르고 있고, 휴대전화 가입자는 3천만 명을 넘어서고 있다(한국인터넷정보센터, 2002; 김규태, 2002).

90년대 중반까지만 하더라도 이렇게 빠른 기술 확산은 예측은 물론 상상하기도 쉽지 않은 일이었다. 그러나 지금은 현재의 인터넷 사용과 휴대전화 활용이 마치 오래 전부터 해오던 일인 듯이 당연하게 받아들여지고 있을 뿐만 아니라, 어떻게 하면 이들 정보기술을 더욱 효과적으로 사용할 것인가를 두고 사회적인 수준에서 고민을 하고 있다. 정보기술의 급속한 발전과 확산에 수반되는 정보 및 지식 격차 문제의 발생이나 인터넷 중독문제, 음란 및 자살 사이트 등과 같은 반사회적 현상 등과 같은 문제가 대두된 것이다.

새로운 미디어의 등장이 놀라운 장점과 편리성을 제공하는 동시에 또한 예기치 못한 문제점을 던져주는 것에 대해 많은 연구들이 진행되고 있지만, 기술출현이야기한 사회변동과 그로 인한 문제와 그에 대한 분석 사이에는 건널 수 없는 간격이 있어 보인다. 말하자면 문제와 분석 사이에는 좀처럼 좁혀지지 않는 격차가 유지되고 있는 것이다. 그리고 이러한 격차의 유지는 기술발전의 속도가 더욱 빨라짐에 따라 불가피한 문제가 되고 있다.

이 연구는 근래 가장 광범위하며 충격적인 영향을 미치고 있는 이동전화와 인터넷의 이용과 관련하여, 이들 정보기술들이 각각 상이한 사회문화적 환경에 들어갔을 때 그 수용과 활용이 어떻게 달라지는지를 들여다보는 데에 목적이 있다. 이러한 문제의 제기 이면에는 테크놀로지의 수용과 활용, 혹은 소비 과정이 항상 사회적 조건과 문화적 맥락 속에서 제한되거나 변용되거나 재창조된다는 이론적

가정이 숨어 있다. 즉 넓은 의미에서의 사회구성주의적 입장을 취한다고 볼 수 있다(MacKenzie and Wajcman, 1985).

그러나 이 연구의 목적이 테크놀로지의 사회적 구성 그 자체를 주장하거나 증명하려는 것은 아니다. 그보다는 동일한 테크놀로지가 하더라도 그것이 어떤 사회에 수용되고 활용되는 과정에서 항상 동일한 방식으로 동일한 기능을 하는 도구로 이용되는 것은 아니라는 점을 살펴봄으로써 현대의 정보기술이 지닌 특성을 좀 더 잘 이해해 보려는 데에 근원적인 목표가 있다고 할 수 있다.

2. 모바일 커뮤니케이션의 기술적 특성과 확산과정: 이미 확산의 초기 단계를 지나 버린 많은 사회에서 초기 확산 과정에서 드러나는 특징들을 연구할 기회는 더 이상 존재하지 않는다. 그러나 기능적 세분화에 따른 기술적 복잡성의 증대가 야기하는 복합적 결과에 대해서는 면밀한 연구가 필요하다. 테크놀로지의 사회적 확산은 단계별로 여러 가지 독특한 성격을 띤다. 전파이론의 여러 연구들은 이점에 대해 이미 오랜 동안 연구를 축적해 왔으므로 새삼 중언부언 할 필요는 없겠지만, 예컨대 새로운 기술의 초기채택자들은 나중에 나서는 사람들과 비교해 볼 때 확실히 구별되는 속성을 보이는 것이 사실이다(Rogers, 1983). 테크놀로지 자체가 확산의 단계에 따라, 또 정도에 따라 사회적으로 부여받는 의미와 가치가 달라지는 것도 일반적인 현상이다. 텔레비전이 초기에 등장했을 때 그것을 가진다는 것은 부의 과시이자 상징이 될 수 있었다. 휴대전화가 어떤 사회에 전파되는 초기 단계에서 발견되는 보편적 특징은 그것이 종종 부와 지위의 상징물로서의 위치를 갖는다는 것이다(Donner, 2003; 김신동 2001b; Plant, n.d.). 테크놀로지의 확산초기에 그것에 부여되는 희소성, 고가성 등이 이와 같은 사회적 의미를 형성하고 부여하는 것이다. 그러나 확산이 진행됨에 따라 이용자가 늘고 가격이 떨어지면서 이러한 의미는 곧 변하게 된다. 제품은 가격과 기능면에서 매우 복잡하게, 시장을 분할하는 전략에 따라 차별화 된 형태로 제공된다. 뿐만 아니라 새로운 테크놀로지들은 그 특성에 따라 이용자 집단을 여러 가지 방식으로 재조합하는 성향을 지닌다. 사람들은 대체로 자신의 선택에 의해 미디

어를 이용한다고 생각하지만, 선택이 이루어지기 이전에 이미 선택을 선별하는 기술적 특성이 있게 마련이다. 가장 흔하게는 경제적 능력이 테크놀로지의 소비를 제한한다. 학력이나 직업 등도 선택을 제한하거나 차별화하는 범주이며 인종이나 성별 역시 이러한 사회적 범주라고 할 수 있다.

이 연구는 휴대전화와 같이 전 세계적으로 거의 동시에 확산되고 있는 테크놀로지가 다른 문화적 맥락에서 각각 다른 의미로 수용되는가를 관찰해 보고자 한다. 기술의 전파와 수용 과정에서 문화적 요인과의 관계는 어떤지에 대해 파악하려는 것이다. 또 이 연구에서는 특히 테크놀로지 수용 및 활용에 있어서 격차를 유발하는 매우 중요한 범주로 세대에 주목한다. 다시 말해 나이 차에 따라 테크놀로지 수용격차가 분명해지며 또 활용에 있어서도 분명한 차이를 드러낸다는 점을 지적하고 왜 그런지에 대한 설명을 추구한다.

모든 테크놀로지는 그것이 들어가게 되는 사회적 환경과 문화적 맥락에 따라 동일하지 않은 역할과 의미를 가지게 될 것이라는 예상은 어렵지 않은 것이지만 그러한 생각을 실제에서 발견하고 정리해내는 작업은 별개이다. 테크놀로지 수용이 문화 간에 그리고 세대 간에 어떤 차이와 의미를 드러내는지 보기 위해 본 연구는 다음과 같은 문제로부터 출발점을 삼고자 한다. 첫째, 휴대전화의 이용에 있어서 문화 간 차이는 어떠한가, 그 이유는 무엇인가? 둘째, 휴대전화 사용에 있어서 세대간 차이는 어떠한가 그 이유는 무엇인가? 셋째, 이러한 차이가 궁극적으로 제시하는 정보기술 수용상의 문제점과 의미는 무엇인가?

3. 모바일 커뮤니케이션의 채택이 일상시간 배분(가정, 일, 여가)에 가져오는 변화: 이동성의 증가는 일과 여가, 가정과 일터의 고전적 경계를 허물고 있다. 그러나 이것이 반드시 효율적인지, 혹은 바람직한지에 대해서는 더욱 많은 관찰이 요구된다. 이러한 작업은 필연적으로 기술과 문화의 상호 관계에 대한 고찰이나 이에 관련된 개념과 이론의 검토를 전제로 하는 것이다. 기술과 문화의 관계에 대한 가장 전통적인 이론적 구분법은 기술결정론과 기술의 사회적 구성론을 대립시키는 방법이다. 그러나 이러한 대비는 그 자체가 이미 낡은 개념이 되었고, 실제로

그 둘 가운데 어느 한 편도 실재하는 지지자를 발견할 수 없는 것이 현재의 형편이다. 기술결정론적 요소를 강하게 유지하는 접근법들은 여전히 건재하지만 그 내용은 보다 정교해져서 이제는 기술에 의한 ‘제한적’ 결정론 정도로 적용가능성의 폭을 넓히고 있고, 사회적 구성론 역시 다양한 이론적 가치를 만들어 발전해 오고 있다(Bijker & Law, 1992; Edge, 1995; Jackson, 1996). 주목할 점은 어느 편도 일방적 결정론을 주장하지는 않는다는 것이다. 또한 무엇이 무엇을 결정하는가의 문제는 시간적 범위와 분석의 수준을 어떻게 설정하느냐에 따라 가변적인 것이 될 수 있다.

테크놀로지에 대한 이해가 언제나 사회적 및 문화적 맥락을 고려하면서 이루어져야 한다는 점에 대한 인식의 제고와 함께, 이의 활용에 대한 연구가 일상생활의 맥락 안에서 고려되어야 한다는 점도 여러 연구를 통해 지적되고 있다(나미수, 2003; 2001; Morley, 1986; Lull, 1990; Silverstone & Hirsch, 1992). 이러한 연구는 테크놀로지 자체의 속성을 중심으로 미디어 수용 및 활용 등을 분석하는 접근과는 다소 구별되는 접근이라고 하겠는데, 새로운 테크놀로지의 출현 이전에 이미 존재하는 사회적 및 문화적 변인의 중요성에 초점을 맞춘다는 점에서 특히 그러하다.¹⁾

새로운 기술의 채택 및 확산과정에 대한 연구들 역시 기술 자체가 지니는 요인과 함께 수용자 요인, 그리고 환경 요인 등을 중요시 한다. 캐롤라인 린(2003)은 커뮤니케이션 기술 채택의 통합적 모델을 제시하는 개념적 연구를 통해 기술채택과정에 영향을 미치는 요인들을 여섯 개 군으로 나누어 전체적인 조망을 시도하였다. 제도, 기술, 수용자, 시장 등을 두루 고려함으로써 기술채택과정을 보다 입체적으로 분석해 볼 수 있는 개념적 틀을 제시하였다. 하지만 이 연구는 개념틀

1) 이동전화의 테크놀로지 속성에 주목한 연구들로 김현주(2000), 나은영(2001a), 박종민(2003), 배진한(2002) 등이 있고, 이용자 속성에 주목한 연구들로 배진한(2001), 이인희(2001), 성동규·조운경(2002), 박웅기(2003), 그리고 사회적 및 문화적 요인에 주목한 연구들로 김신동(2001a, 2001b), 나은영(2001b) 등이 있다.

만을 제시한 것이므로 실제적 유용성은 응용연구를 통해 규명되어야 할 것이다. 사디 플란트(n.d.)가 모토롤라의 위촉으로 1990년대 후반에 수행한 관찰지적 연구는 휴대전화의 활용이 여러 가지 사회에서 어떤 다양한 모습을 형성하며 이루어지는지에 대해 매우 생생한 정보를 제공하고 있다. 플란트는 특히 리즈맨이 1950년에 제시했던 고전적인 인간형 구분을 원용하여 휴대전화 사용상에서 드러나는 특성을 간결하게 구분하고 있다. 플란트의 관찰에 의하면 문화권의 차이를 막론하고 이동전화 이용자들을 대략 세 가지 유형으로 분류할 수 있다는 것인데, 특히 공간마련형(spacemaker)과 자유발설형(speakeasy)에 대해서는 본 연구를 위해 좀 더 주목할 필요가 있다. 자유발설형이란 고개를 뒤로 한껏 저치고 편하게 기대는 자세로 남들은 아랑곳하지 않고 편하게 자기 통화를 하는 타입을 말한다. 반면에 공간마련형의 사용자들이 취하는 전형적인 자세는 현재의 상황으로부터 통화행위를 구분하고 신체적 제스처를 통해 이를 분명히 하는 것이다. 몸을 옆으로 돌린다든지, 혹은 자리에서 일어나 밖으로 나간다든지, 고개를 숙이고 전화기와 입을 손으로 가린다든지 하는 등이 이에 포함된다. 공간마련형들은 통화 중에 원을 그리며 서성거린다든지 전화에 대해서 몸을 움직이며 반응한다든지 하는 특징을 보인다. 또 통화를 위해 비교적 편안한 장소를 찾거나 혹은 그런 분위기를 조성하려고 하며, 이를 위해 벽이나 구석을 향해 서서 통화를 함으로써 마치 통화(행위)를 보호하려는 듯한 태도를 취한다(Plant, n.d., 52). 표에 잘 정리되어 있듯이 공간마련형에 가까운 이용자들은 기본적으로 휴대전화를 꼭 필요한 경우에 절제하며 사용해야 하는 것으로 인식하는 경향이 있고, 반면에 자유발설형들은 어떤 목적에서든 공공연히 내놓고 거리낌 없이 사용하는 특징을 보인다. 플란트의 타이폴로지는 매우 통찰력이 있는 것으로 보인다. 특히 전통지향형의 범주를 이용하여 이동전화 채택을 거부하는 사람들까지도 포괄할 수 있는 장점을 지니고 있다. 그러나 두 가지 점에서 주의를 요한다. 첫째, 사용자들은 대체로 세 유형 가운데 하나에 속할 수도 있지만 경우에 따라서는 개별 사용자들이 세 유형 모두를 오갈수도 있다는 것이다. 둘째, 집합적으로 고려했을 경우 사용자들의

유형은 시간의 경과와 보급률의 증가에 따라 점차 한 유형으로부터 다른 유형으로 이동해 나갈 수 있다는 점이다.

특히 이동전화 확산의 초기 단계에서는 전통지향형이나 공간마련형이 양적으로 우세했다가도 나중에는 대체로 자유발설형으로 변이해 가는 경향이 있다. 혹은 이동전화 자체가 확산의 초기 단계에서 지니던 사회적 지위의 상징효과 때문에 자유발설형적 태도를 취하던 이용자가 보급률의 증가에 따라 상징적 가치가 사라짐으로써 공간마련형적 속성을 가지게 되는 경우를 고려해 볼 수 있다. 요컨대 기술의 활용 패턴은 일시에 형성되어 고정되는 것이라기보다는 기술의 확산 정도, 익숙함의 정도, 활용범위의 정도 등등에 따라 계속적으로 변화해 나간다는 점이 고려되어야 한다.

4. 모바일 커뮤니케이션이 관련 산업에 갖는 파급 효과 예측(하드웨어, 콘텐츠, 일반소비재): 이동통신의 등장과 확산에 따른 산업적 효과는 지대할 것이다. 산업적 비중의 변동이 가져올 사회적 의미는 무엇인가? 정보통신 산업의 비중 증가는 이미 산업구조의 변화를 견인하는 중요한 부문이 되어 있다. 산업구조변화는 구성 노동인력의 변화를 수반하는 것이며 노동력 수급 체계의 변화는 다시 교육과 훈련의 시스템 변화로 이어진다. 한국은 커뮤니케이션 관련 전자산업분야를 미래의 국가 산업으로 이미 지정하고 있으며, 특히 근래의 이동통신 기기 생산에서의 세계적 약진은 이와 무관하지 않다. 나아가 이러한 추세는 앞으로도 지속될 것이다.

본 연구는 모바일 미디어 관련 산업의 주요 특징과 동향을 분석, 파악하여 이를 사회문화적 변화의 해석에 연결하겠지만, 산업론적 분석 자체를 목적으로 삼지는 않는다. 그보다는 산업부문에 대한 정치경제학적 접근을 토대로 그 사회적 함의를 추적하고 밝혀보는 작업에 초점을 둔다.

5. 이밖에도 모바일 커뮤니케이션의 확산이 일과 놀이의 내용과 형식에 가져오는 변화를 전망하고, 세대에 따른 일과 놀이의 관념, 행태, 실천의 양상을 파악하는

것이 필요하다. 세대 변인은 특히 새로운 기술의 급속한 파급 과정에서 매우 중요한 사회학적 범주로 부각되고 있다. 이 과정에서 학습(learning)의 개념은 특히 중요하다. 새로운 커뮤니케이션 테크놀로지의 중요한 특성이 바로 학습을 전제로 하기 때문이다. 이것은 마치 문맹이 글을 깨우침으로써 새로운 방식의 커뮤니케이션 행위에 참여하게 되는 것과 다를 바 없다. 가장 오래된 커뮤니케이션 미디어인 문자의 습득을 위해서는 최소 수년에서 길게는 수십 년의 시간이 요구된다. 그리고도 반복적인 학습과 사용을 지속하지 않으면 문자를 다루는 능력, 즉 읽고 쓰는 능력은 오히려 감퇴되는 것이 일반적 현상이다. 문자를 해독하고 활용하는 능력 또한 학습자에 따라 천차만별이어서 지식과 정보의 중요성이 강조되는 사회환경일수록 학습기간이 길어지고 재교육 및 계속교육이 중요해지는 양상을 보인다. 컴퓨터 리터러시 역시 마찬가지이며, 특히 컴퓨터 기술이 나날이 새롭게 발전해 나가는 상황에서는 지속적인 학습의 중요성이 더욱 증대한다.

그런데 문제는 기술의 학습과 습득이 모든 사람들에게 동일한 난이도를 가지고 다가오는 것이 아니라는 점에서 발견된다. 이미 오래 전부터 인간의 인지적 학습 능력은 20대 초반에 정점에 달했다가 이후에는 감퇴한다는 보고가 이루어졌다 (Wechsler, 1958; Green, 1969). 펄뮤터와 그 동료들(1990)은 성인이 된 이후에도 인간의 능력은 계속 발전해 나간다는 주장을 지지하기 위해 연구를 수행 하였다. 이들은 능력을 측정하는 기준을 하위 개념들로 나누어 각각 신체적 능력, 인지적 능력, 사회적 능력, 그리고 업무에 관한 지식, 업무수행행위 등으로 구분하였다. 식당에서 일하는 젊은 연령층의 종업원들과 나이든 종업원들로 각각 집단을 나누어 위의 각 항목들에 대해 능력 검증을 해 본 결과, 신체적 및 인지적 능력 등에서 나이와 반비례하는 결과가 분명하게 드러났다. 결국 경험이 중요한 몫을 하는 업무 관련 지식이나 수행에서는 나이든 종업원의 능력이 좀 더 나은 것으로 나타났지만 일반적 능력 면에서는 나이가 들에 따라 학습 능력이 감소한다는 것이 증명되었다.

커뮤니케이션 테크놀로지의 발전 속도와 이용상에 필요한 지적 능력의 복잡성은

결국 이용자의 학습 능력에 따라 격차를 유발하는 중요한 요인으로 등장하고 있다. 라디오, 텔레비전, 전화 등과 같은 유형의 기술을 이용하는데 있어서 학습 능력에 따른 장애란 있을 수 없었다. 이용에 요구되는 기술 자체의 단순성과 이용행태의 수동성 때문이다. 그러나 새로운 정보통신기술들은 복잡한 조작과 능동적 활용을 요구한다. 휴대폰만 하더라도 수십 가지 기능과 무수한 서비스가 제공되고 있지만 이를 이용하는 행태상의 차이는 성별이나 직업, 수입, 학력 등과 같은 전통적 사회범주에 의해서보다는 세대에 따라 확연히 다른 양상을 드러내고 있다. 이 연구에서는 휴대폰과 인터넷 사용에 있어서 세대간 차이를 조명함으로써 이론적 검증을 시도한다.

제 3 절 방법에 관한 논의

본 연구의 수행을 위해 문헌연구, 통계자료 분석, 질적 심층면접 등을 동시에 실시하였다. 개념의 도출과 역사적 고찰 등은 문헌연구에 크게 의존하였으며, 기술의 확산과 이에 따른 일상의 구성 변화에 대한 조사에서는 질적 관찰법과 심층면접, 그리고 여러 가지 통계자료에 대한 분석 등이 활용되었다. 특히 본 연구는 주제가 광범위하여 단일 연구로 수행하기에 어려운 점이 많아 필자가 기존에 수행한 연구의 자료 및 결과 등을 광범위하게 활용하여 진행하였다.

1. 핵심적 개념의 도출: 기술의 사회문화적 영향은 광범위하며 모호하다. 연구의 명료성을 증대시키기 위하여 핵심적 개념을 중심으로 연구의 범주를 획정하였다. 이동성의 지속적 증대라는 점에 초점을 두고 개념을 도출하였다.
2. 비교사회학적 및 비교문화론적 접근: 기술 자체가 아닌 사회문화적 영향의 규명을 위해서는 비교론적 접근이 유익하며 이를 국가간 모바일 미디어의 이용 특성을 살펴보는데 적용하였다.
3. 기술적 유행성에 대한 반사적 반응은 지양: 새로운 기술의 등장에 항용 수반되는

과잉된 낙관, 혹은 기대를 지양하고 기존의 사회적 구성에 어떤 형식으로 물려 들어가는 지에 관찰의 초점 유지하였다.

4. 일상의 구성과 기술의 관계에 주목: 사회적 및 문화적 영향이란 결국 일상의 구성 방식에 변화를 초래하는 형태로 드러난다. 이 점을 단순한 효과론적 접근이 아닌 문화해석학적 방법으로 분석하였다.

제 4 절 기대성과 및 활용방안

1. 이 연구는 그 동안 미진했던 모바일 미디어의 사회학적 분석에 매우 중요한 디딤돌을 제공할 것으로 기대한다. 그간의 연구들은 양적인 측면에서도 턱 없이 적었거니와, 그나마 행해진 연구들이 대체로 모바일 미디어의 기능적 특성을 조사하거나 이용자의 단편적 속성을 조사하는 등에 경사되어 온 감이 있다. 반면에 본 연구는 모바일 미디어들을 새롭게 구성되어 가고 있는 통합적 미디어 환경으로 인식하고, 이러한 새로운 미디어 환경의 건설이 가져올 사회학적 및 문화론적 의미와 특성을 분석해 내는 작업이다. 이 연구의 결론이 제시하는 평가와 전망은 향후의 연구들에 매우 유익한 개념적 발판을 제시하게 되기를 희망한다.
2. 이 연구는 국제적 비교 연구의 측면에서도 의미 있는 이정표가 될 것이다. 현재 한국은 이동통신분야 및 인터넷 보급률 등에서 세계 최선두의 위치를 차지하고 있지만, 이러한 기술들이 지니는 의미와 효과에 대한 사회적 연구에 있어서는 매우 초보적인 상태에 답보하고 있다. 본 연구는 한국의 사례를 단순히 소개하는데 그치지 않고 한국의 경험을 바탕으로 이론적 개념과 모델을 도출하여 제시하고자 한다.

제 2 장 모바일 미디어의 등장: 뉴미디어 수용과 채택의 사회문화적 양상

제 1 절 서 론

잠깐 사이에 휴대전화는 우리의 일상에 필수항목으로 등장했다. 한국의 경우 전체 성인의 대부분이 모바일 미디어의 대표 주자인 휴대폰 이용자이다. 휴대폰, 휴대전화, 이동전화 등으로 불리는 이 기계가 한국인의 일상에서 낯선 느낌을 지우는데 필요로 했던 시간은 극히 짧다. 불과 몇 년 전까지만 하더라도 주위에서 휴대폰을 들고 다니는 사람을 신기하게 쳐다보았던 점을 상기한다면, 요즘 이 기계를 대하는 우리의 자연스러움이 오히려 이상한 현상이 아닌가 여겨질 정도이다.

휴대폰에 대한 열광은 보급 초기에 젊은층에서 특히 높게 나타났다. 몇 년 전에 이루어진 한 소비자 조사에 의하면 2-30대가 이용자의 70% 가량을 차지하며 여자 보다는 남자가 더 많이 사용하고 있는 것으로 나타난다. 그러나 보급률에 있어서 초기에 나타난 이러한 성별, 연령별 차이는 휴대폰 보급이 증가함에 따라 점점 줄어들고 있다. 휴대폰에 대한 젊은 층의 열광은 이웃 일본에서도 예외가 아니었는데, 보도에 의하면 10대들이 용돈의 20%를 휴대폰 이용료로 지출한다고 한다(Yomiuri Shimbun, 1999).

이동통신 기술의 도입이 전통적인 사회적 상호작용의 양상을 바꾸어 놓게 될 것이라는 가정은 별로 무리한 생각이 아니다. 역사적으로 모든 새로운 커뮤니케이션 기술의 등장은 인간의 소통양식과 행위, 나아가 사고의 유형까지 바꾸어 놓았다. 굳이 기술결정론적 입장에 동의하지 않더라도 문자의 발명과 사용이 구술문화의 시대에서 문자문화의 시대로 인간을 이주시켰다는 주장에 이의를 달 사람은 별로 없을 것이다(Ong, 1982). 신문, 전화, 라디오, 텔레비전, 컴퓨터 등 새로운 커뮤니케이

선 매체들은 각각 제몫의 영향을 통해 사회적 및 문화적 변동을 견인하였다. 다른 측면에서 보면, 사회적 상황 및 문화적 특성이 특정 기술의 도입과 확산에 중요한 영향을 미치는 요인이 되기도 한다. 새로운 기술이라고 해서 모두 현실에 잘 적용되는 것은 아니다. 기술이 현실적합성을 가지기 위해서는 기술 이외 요인들과의 결합이 매우 중요하다. 휴대전화라고 하는 신기술 역시 경제적 및 사회문화적 여건이 그 기술에 대해 어떤 환경을 구성하고 있느냐에 따라 응용의 성패가 갈리게 마련이다. 이 장에서는 휴대전화 보급에 영향을 준 사회문화적 조건에 대해 해석적 탐구를 시도한다. 휴대전화의 확산에 미친 사회문화적 요인의 영향은 무엇인지에 대한 탐구를 통해 뉴미디어의 사회적 수용을 기술 자체의 속성으로부터가 아닌 환경적 요인으로부터 추적해 보려는 것이다.

이동전화의 파급과 문화적 특성간의 관계를 파악해 보려는 시도는 시작부터 문화적 특수성을 반영한 행위 자체가 지니는 다중성과 복합성에 의해 발목이 잡히기 쉽다. 인간을 “합리적 존재”로 상정하고 그 행위를 설명하려고 하는 경제적 접근과는 달리, 인간이 문화적 맥락 속에서 선택하는 행위는 “합리성”을 가정하기 어렵게 한다. 일상에서의 휴대폰 사용을 잠시 관찰해 보면 이러한 양상은 어렵지 않게 발견된다. 서울의 지하철에 올라타면 어김없이 휴대폰을 열어놓고 사소한 잡담을 끝도 없이 늘어놓는 사람들을 볼 수 있다. 주위 사람들의 불편한 심정은 아랑곳하지 않는다는 식이지만, 정작 옆에서 소리 없이 고통을 겪고 있던 사람들을 어이없게 만드는 것은 전화를 끊으며 던지는 마지막 말이다: “응, 다왔어. 만나서 자세히 이야기하자”. 도대체 더 이상 자세히 어떤 이야기를 할 수 있다는 것인가?

지하철의 동승자들에게 있어서 그 사람의 전화 잡담은 소음 이상의 의미를 가지기 어렵다. 나아가 많은 경우 불쾌감과 때로는 고통을 강요하는 소리 없는 폭력이기도 하다. 공공장소에서 사적인 이야기를 마구 해대는 행위가 수치스러운 일로 여겨진 것이 오래 전의 관행이 아니다. 버스나 기차, 지하철 등에서 친구와 두런거리는 일은 자연스러운 일상 행위였음에 틀림없지만, 여전히 주변을 시선과 주목을 의식하는 정도의 ‘예절’은 있었고, 예절의 이름으로 작용하는 규범적 압력에 따라 사

람들은 공공연히 할 수 있는 이야기와 할 수 없는 이야기의 애매한 선을 지켜왔다고 보여진다. 그런데 돌연, 이러한 보이지 않는 예절은 휴대폰의 등장에 때맞추어 모두 증발해 버린 듯한 느낌을 갖게 한다.

휴대폰은 사람들로 하여금 갑작스레 뻔뻔해지게 만드는 마력을 지닌 기계인가? 아니면 사람들의 이러한 무신경한 행위는 휴대폰과는 무관하게 다른 사회적 요인에 의해 조장된 것인가? 이 연구는 이동전화라고 하는 새로운 커뮤니케이션 기술의 등장과 연관된 여러 가지 현상의 문화적 의미를 탐구해 보고자 하는 보다 장기적인 연구 계획의 일환으로, 우선 한국에서 이동전화의 보급이 이처럼 획기적인 속도로 진행된 이유가 도대체 무엇인지를 파악해 보려는 평이한 질문으로부터 출발된 것이다. 문화적 의미는 다양한 각도에서 다양한 소재를 통해 찾아볼 수 있을 것이다. 새로운 커뮤니케이션 기술의 도입은 통상 사람들이 기존에 유지해왔던 상호작용의 방식에 변화를 요구한다. 그런데 상호작용의 방식은 그 방식의 기능성과는 무관한 여러 가지 사회적 규범과 가치에 결합되어 있다. 예컨대, 과거의 소통방식에 익숙해 있는 어떤 선생님들은 학생이 불쑥 전화를 걸어 사소한 것을 물어본다거나 이메일로 긴 설명을 필요로 하는 질문을 던진다거나 하는 행위를 부적절하다고 여기는 것을 볼 수 있다. 가까이 있는 어른에게 직접 가서 말하지 않고 전화를 하는 것 또한 한국 사회에서는 자칫 불손한 '짓'으로 오해받을 소지가 크다. 전화나 이메일이 규범적 인정을 받기까지는 기술에 대한 일종의 사회화 과정이 필요한 것이다. 어떤 학자는 휴대폰 사용자가 사회적 다수(majority)가 됨에 따라 휴대폰 비사용자가 겪게 되는 '왕따'현상이나, 혹은 휴대폰 사용을 요구하는 압력과 강요에 시달리게 되는 현상을 지적하며, 기술에 대한 구속으로 인해 자유가 억압되고 인간관계의 심층성이 약화된다는 비판을 내놓기도 한다(강정인, 2000). 기술도입에 따른 문화적 의미에 대한 논의는 대체로 문화의 변동을 종속적 변수로 설정하는 경향이 있다. 그러나 여기서는 휴대폰의 등장으로 인해 어떤 문화적 변동이 일어났는가를 통해 휴대폰 사용의 문화적 의미를 탐구하기보다는, 어떤 문화적 변수가 한국에서의 폭발적인 휴대폰 확산에 보다 직접적으로 관련되어 있는지를 추적해보려는 작업으로 논

의의 범위를 제한한다. 다시 말해 한국인이 왜 휴대폰에 열광하는지를 문화의 스펙트럼을 통해 살펴보는 것이다. 도대체 ‘전화(하는)인간’ *homo telephonicus*의 등장을 재촉한 요인은 무엇이었을까?

제 2 절 이동전화 확산의 일반적 요인들

최근 대략 1997년부터 2000년 사이, 즉 한국에서의 휴대폰 보급이 급속도로 개시되는 시기에 폭발적인 휴대폰 확산을 부채질한 요인은 너무나 많다. 대략 이들 요인을 살펴본다면, 첫째, 경제적 요인, 둘째, 커뮤니케이션 인프라 공급요인, 셋째, 산업정책요인, 넷째, 광고 및 유행 요인 등을 먼저 생각해 볼 수 있다. 먼저, 경제적인 관점에서 보자면 단연 돈이 생겼으니 편리함을 사는 것이라는 설명이 가장 중요하게 될 것이다. 매달 적게는 수 만원에서 많게는 수 십 만원에 이르는 휴대폰 통신비를 생각한다면, 가용소득의 든든한 뒷받침 없이 휴대폰을 사용한다는 것은 현실적으로 불가능한 일임에 틀림없다. 다음으로 기존에 사용되던 통신 시스템의 보급 정도나 편리성, 경제성 등도 새로운 통신매체에 대한 수요를 결정하는데 단연 중요한 요인이다. 유선전화 보급률이 결코 낮지 않다고 하지만, 공중전화 때문에 살인까지 일어나는 나라라는 극적인 사례를 상기하지 않더라도 한국의 공공 통신서비스는 수요의 급증을 따라잡지 못한다. 공공기관이 입주한 빌딩에서도 전화 한 번 쓰려면 몇 분 이상 줄서는 것은 당연한 일이고, 한 줄서기 습관이 없는 나라에서 자칫 줄을 잘 못 고르면 자신의 재수를 타하며 분을 삭이는 수밖에 없다. 자동차는 급속히 보급되어 많은 사람들이 자가용 운전자가 되었는데, 시내 공중전화 박스는 보행자 기준으로만 설치되어 있는 까닭에 도대체 주차할 수 없는 대로변에만 있다. 미국이 한국보다 휴대폰 보급률이 낮은 한 이유는, 가는 곳마다 전화가 설치되어 있고 자동응답기와 이메일이 이미 널리 쓰이고 있기 때문에 굳이 별도의 비용으로 이동통신 서비스를 추가할 이유가 없는 까닭임을 알아야 한다. 세 번째로 정부의 이동통신 부양정책은 휴대폰 사업자들의 과열경쟁을 조장하지는 않았더라도 방조한 측면

은 있다. 이용자 조기 확보를 위한 단말기 보조금 지급방법은 원래의 의도를 충분히 달성하고 단말기 과잉공급 현상으로 이어졌다. 적자를 무릅쓴 단말기 보조금 지급 관행은 올 들어 정부의 개입으로 사라졌지만, 단말기 값이 가입을 둔화의 근본 원인은 아니다. 정부의 이동통신산업 육성을 위한 정책적 지원 또한 휴대전화의 단기 확산에 중요한 기여 요인이다. CDMA기술을 이용한 통신기기 수출시장의 확대를 목표로 정부는 휴대폰 사업의 성공을 위해 적극적인 정책적 지원을 아끼지 않았다. 네 번째로 광고의 폭주 또한 빠른 보급의 중요한 원인이다. 휴대전화 광고 경쟁은 무수한 유행어를 낳을 정도로 광고시장을 달구었는데, 휴대전화 사업자와 단말기 생산자들은 광고주 순위에서 최상위를 차지하는 기록을 세웠다(KAA저널, 1999).

경제적, 기술적, 산업적 및 정책적 측면에 걸친 여러 요인들을 보면 휴대전화 보급이 급속히 증가한 사실이 별로 무리가 아니다. 여기에 문화적 요인까지 합세하여 명실공히 휴대폰의 나라로 솟아오르는데 불과 3~4년 남짓의 기간이 걸렸을 뿐이다(〈표 2-2〉 참조). 문화적 요인들로 자주 지적되어 온 사항들로 휴대전화가 일종의 붐을 형성하였다는 점과 사회적 위신을 나타내는 구실을 했다는 점 등이 있다. 이러한 사항이 기여했을 것임에는 틀림없지만, 체계적인 분석이나 자료는 아직 별로 없다. 청소년들 사이에 휴대폰의 전신이라 할 수 있는 삐삐의 보급이 선풍적인 인기를 끈 점이나 휴대폰 자체가 급속히 확산되고 있는 요인으로 완벽한 일대일 통신 가능성을 지적할 수 있다. 유선전화의 경우 가족 공유인 반면 삐삐는 가족 구성원 각자의 소유이므로 그에 대한 통제와 사용 역시 완전히 개인적으로 이루어진다. 결국 호출기와 휴대전화는 이동성(mobility) 뿐만 아니라 개별성(individuality)과 비밀성(secretcy)도 증가시키는 특징을 가짐으로써 청소년들의 선호를 높일 수 있었던 것이다. 혹자는 휴대폰이 통제의 도구라고 말하지만, 동시에 자유의 도구인 측면도 있다. 양날의 칼인 셈이다. 아무튼 한국의 이동통신 보급은 획기적이다. 〈표 2-1〉에서 보듯이 1998년 예측에서 미국 등 선진국들보다도 높은 보급률을 보이고 있으며, 아시아의 개발국가들과 비견되는 수준을 보인다. 표에서 암시되는 재미있는 사항은 동아시아 국가들에서 공통적으로 높은 보급률이 예측되고 있다는 점이다.²⁾ 사

실 위에서 기술한 여러 가지 확산 요인들은 여러 나라에 일반적으로 적용될 수 있는 사항들이다. 이동통신 자체의 속성이 가져오는 편리함, 신기술의 도입이 야기하는 산업발전 효과 시장점유를 위한 사업자간 경쟁, 정부의 지원, 그리고 소비를 촉진하는 유행 등은 어느 나라에서나 정도의 차이는 있을망정 예외 없이 관찰할 수 있는 현상이다. 그리고 이러한 일반적 요인들이야말로 이동통신 기술의 급속한 확산에 주요한 영향을 미치는 것인지 모른다. 그러나 이러한 요인 이외에 한국이나 동아시아국가들에서 특별히 기술의 확산과 채택이 급속히 이루어지는 데에는 이들 나라가 지닌 독특한 변수, 즉 문화적 변수가 작용하고 있을 것이라는 가정을 검토해 볼 차례가 되었다. 다음절에서는 이를 위한 몇 가지 이론을 고찰해 보도록 한다.

〈표 2-1〉 주요국가의 이동전화 보급에 대한 초창기 예측

(단위: 천명, (%))

국가	1999	2000	2001	2002
미국	80,567(29)	96,516(35)	109,645(39)	119,010(42)
영국	12,910(22)	15,810(26)	18,420(31)	20,650(34)
프랑스	12,267(21)	15,175(26)	18,014(30)	20,560(34)
일본	54,408(43)	60,778(48)	66,471(52)	71,778(56)
한국	21,711(46)	23,484(50)	23,830(50)	24,030(50)
홍콩	2,163(44)	3,162(48)	4,430(52)	5,908(57)
싱가포르	1,209(38)	1,456(45)	1,167(50)	1,839(54)

출처: Strategies Group(1998). *World Cellular/PCS Markets*.

- 2) 핀란드를 위시한 북유럽 국가들의 보급률은 현재 세계 최상위 수준을 유지함으로써 서구 국가들 가운데 예외적인 현상을 나타냈다. 핀란드의 경우 1999년에 이미 보급률 70%를 넘는 기록을 보이고 있으며, 이동통신 서비스 사업자들의 주요 마케팅 대상이 이미 10대 초반의 어린이층으로 확산되고 있었다(Rautiainen, 1999).

〈표 2-2〉 유선 및 이동전화 서비스의 가입자 초기 현황 및 전망

(단위: 천명)

		1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004
유선 전화	가입자수	19,601	20,425	20,114	21,178	21,317	21,343	21,309	21,282	21,787
	성장률(%)	5.4	4.2	-1.5	5.3	0.7	0.1	-0.2	-0.1	0.02
	100인당 보급률	43	44.4	43.4	45.7	46	46.1	46.2	46.1	46
이동 전화	가입자수	3,131	6,911	14,070	23,324	26,779	28,993	30,205	30,969	31,459
	성장률(%)	90.8	120.7	103.6	65.8	14.8	8	4.4	2.5	1.6
	100인당 보급률	6.9	15	30.3	49.8	56.7	60.7	62.9	63.9	64.5

자료: 가입자수 1996~1998년은 한국정보통신진흥협회(1999. 4), 1999년 이후는 KISDI예측(1999. 12), 인구추계는 통계청의 장래인구추계(1999)

1. 설비비 등 가입제도는 현행 유지되는 것으로 가정
2. 일반전화 가입자수는 ISDN 및 ASDL의 가입자수를 차감한 수치임
3. 100인당 보급률은 일반전화가입자와 ISDN/ASDL가입자를 합하여 계산된 것임
4. 우리나라 인구전망: 1998년 46,429,000명→2004년 48,784,000명

출처: KISDI 연구보고서 99-31, p.80

제3 절 문화적 요인의 이론적 고찰

1. 전파이론의 명제들

기술확산에 관련된 선행연구들을 토대로 만들어진 이론에 따르면, 새로운 기술이 용이하게 파급될 수 있는지를 가름하는 기준으로 상대적 이점(relative advantage), 적합성(compatibility), 복잡성(complexity), 시험가능성(trialability), 관찰가능성(observability) 등이 일반적으로 제시된다(Rogers, 1983; Straubhaar and LaRose, 1997). 휴대전화는 이러한 다섯 가지 기준을 높은 수준에서 만족시키는 신기술이다. 이들 기준이외에도 기술의 확산을 용이하게 하거나 저해하는 다음과 같은 사전 조건들이 있다. 첫째, 사람들이 신기술과 유사한 기술을 사용해 본 경험이 있는가? 둘째, 신기술을 채택함으로써 해결할 수 있는 문제나 불편함이 있는가? 셋째, 신기술을 기꺼이 시험

해 볼 의지가 있는가? 넷째, 새로운 기술에 연결된 사회적 규범이 어떠한가? 앞서 말한 기준들이 대체로 기술 자체에 내재한 속성인 측면이 강한 반면, 사전 조건들은 사회적 및 문화적 상황에 보다 밀접하게 연관되어 있다.

휴대폰과 유사한 기술을 사용해 본 경험이 있는지의 여부는 물어볼 필요도 없는 질문이다. 최초로 전화가 등장했던 경우에 비해 보면 휴대폰의 경우 사람들은 이미 그 용도에 대해 너무나 잘 알고 있는 상황이었다. 휴대전화의 다양한, 그리고 더욱 다양해지는 기능을 모두 익히는 것은 아무에게나 쉬운 일은 아니지만, 기본적인 기능과 사용법을 모르는 사람은 없다. 그러나 유선전화의 경우는 이야기가 다르다. 미국의 경우 19세기 말에 등장하여 20세기 초부터 일반에 보급되기 시작한 유선전화의 경우, 처음 그것이 등장했을 때 도대체 전화가 무엇인지 왜 필요한지 분명히 인식할 수 있었던 사람은 많지 않았다. 초기의 전화사업자, 예컨대 AT&T,는 전화를 팔기 위해 먼저 잠재적 소비자인 일반 대중에게 전화가 왜 필요한지, 어떤 이점을 가져다 주는 지부터 ‘교육’시키지 않으면 안되었다(Fisher, 1992).

휴대폰의 경우에는 이미 소비자들이 그 주요 용도를 충분히 알고 있었지만, 사업자들의 입장에서는 그것으로 충분치 않았다. 막대한 광고를 통해 끊임없이 새로운 용도를 창조해 내고 그것을 교육시키는 노력은 휴대폰 보급과정에서도 광고를 통해 지속적으로 이루어지고 있다. 가족과 연인, 부모와 친구들에게 다정하고 자상하며 사랑 받을 수 있기 위해서는 휴대전화를 이용해야한다는 메시지가 끝없는 상황 설정을 통해 배워지고 있는 것이다. 주요 기능의 교육으로는 이미 고갈된 새로운 수요와 시장을 창출하기 위해 교육은 계속된다.

휴대전화의 보급과 더불어 기존 전화의 보급은 눈에 띄게 둔화되고 있다. <표 2-2>에 나타난 바와 같이 이동전화 가입자 성장률이 100%를 초과한 1998년의 경우 유선전화 신장률은 마이너스를 기록하고 있다. 2000년 이후의 성장예측률은 1% 미만이거나 감소 추세를 나타낸다. 유선전화 보급의 정체나 감소는 이동통신에 대한 시장 수요를 더욱 증가시킬 것임에 틀림없다. 휴대전화 사용을 결정하기 전에 소비자가 그것을 시험해 보고 그 효과를 체험할 수 있는 데에는 거의 아무런 장애도 없

다. 대부분의 사람들은 친구나 가족의 휴대폰을 이미 이용해 본 경험을 가지고 있다. 보급 초기에도 이러한 시험 및 체험가능성은 전혀 장애 요인이 되지 않았다.

이미 휴대폰 보급이 높은 수준으로 이루어지고 있는 현재의 시점에서는 휴대폰의 소지 여부가 더 이상 특별한 문화적 코드로 작용하지 않는다. 그러나 보급 초기 휴대폰을 소지한다는 것은 부와 지위의 표시, 혹은 과시로 해석되었다. 적지 않은 유지비용은 경제적 여유를 가진 사람에게만 초기 채택자가 될 수 있는 경계를 설정했으며, 식당이나 다방에 앉아 전화를 걸거나 받는 초기의 이용자들은 주위의 사람들에게 제법 중요한 인물이라도 된 양 으쓱하는 분위기를 연출하곤 했다.³⁾ 미국의 경우 무선통신의 초기 사용자들은 주로 트레일러 운전자들이었기 때문에 이와 결부된 부정적 이미지를 지우기 위해 사업자들이 휴대폰 사용을 상류층 백인과 연결하려는 캠페인을 많이 했다고 한다. 한국에서는 휴대폰에 연결된 사회적 규범이 시초부터 긍정적인 이미지로 투사되었던 점도 급속한 확산에 긍정적인 영향을 주었다. 한편 휴대폰 사용자들은 비사용자들 보다 새로운 기술을 시험해 보려는 의지도 높은 것으로 나타났다. 이에 대해서는 뒤에서 통계자료의 분석과 함께 다시 살펴보도록 한다.

2. 한국인, 한국사회의 문화적 배경

한국사회, 혹은 보다 포괄적으로 동아시아 국가들에서 휴대폰의 확산이 빠르게 이루어진 요인을 본 연구는 일단 한국사회가 지니는 사회문화적 속성에서 기인한다고 가정한다. 그렇다면 한국사회의 사회문화적 속성이란 무엇인가? 시각과 접근법에 따라 여러 가지 정의가 가능하겠으나, 본 연구에서는 사회체계 및 질서의 유

3) 이러한 현상은 미국에서도 마찬가지로 보인다고 보인다. 1999년 겨울에 어느 미국 교수와의 대담에서 휴대폰의 사용이 미국 사회에서 표상하는 문화적 의미가 무엇이었는지에 대해 이야기하던 중, ‘공공장소에서 보란듯이 휴대폰을 꺼내 쓰는 사람들은 마치 자신이 중요한 인물이나 된다는 듯이 으스스하고 있는 것’이라는 논평을 들었다. 베블렌의 개념을 쓴다면, 일종의 ‘과시적 소비’ 행위로 해석되는 셈이다. Rob Wilson 교수 인터뷰, University of Hawaii, 1999. 12. 7.

지와 성원들의 사회 행위에 일반적으로 드러나는 정향이라고 일단 규정한다. 한국 사회의 문화적 특징들을 규명한 여러 연구에서 공통적으로 지적되고 있는 속성으로는 위계서열적 권위주의, 연고주의, 집단주의, 온정주의/인정주의, 파벌주의, 감정주의, 형식주의 등을 들 수 있다(길승흠, 1980; 김경동, 1993; 김한교, 1973; 백완기, 1984; 유석춘 외, 2000; 윤천주, 1961; 이지훈, 1982; 이홍구, 1977; 최재석, 1977; 최준식, 1997; 한배호·어수영, 1987; 한승조, 1986; Hahm, 1975; Lee, 1969). 특히 연고주의/연줄주의는 최근 한국사회를 특징짓는 현상으로 사회학적 분석의 중요한 주제가 되고 있어 흥미롭다(박준식·이재혁, 1999; 김용학, 1996; 김선업, 1993; 김동노, 1997; 송복, 1997; 최장집, 1991). 연고주의는 혈연, 지연, 학연으로 대표되는 연줄망을 형성하여 사회적 이익을 배타적으로 독점하는 집단 이기주의로 표출되기도 하고, 개인적 능력에 따라 사회적 성취를 이루기보다는 귀속적, 폐쇄적 연줄에 의존하여 이익을 배분함으로써 성취 기회구조의 확대를 저해하는 요소로 작용하기도 한다.

위에 열거한 사회문화적 속성은 각각이 별개로 작용하기보다는 서로 얽혀 작동하는 거대한 구조를 형성한다. 연줄망으로 연결된 내부집단의 성원 사이에는 인정주의와 파벌주의가 공유되며, 배타적 이익집단의 유지를 위해 위계적 권위와 서열이 중시된다. 연줄망의 획득은 사회적 상승의 가장 확실한 통로로 작용하기 때문에 한국인들은 이 연결망을 만들고 유지하는 데에 어떠한 투자나 노력도 아깝지 않다고 생각한다. 신분사회의 붕괴와 산업화에 따른 이농현상 등으로 인해 혈연과 지연에 의한 연결망 형성은 현저히 약화되었지만, 결혼에서 가족적 배경을 중시한다거나, 향우회, 종친회 등을 통해 인맥을 형성하려는 노력은 여전히 지속되고 있다. 혈연과 지연이 물러선 공간에 학벌과 동문관계에 기초한 학연의 그물이 연줄망의 형성에 중요한 위치를 차지하게 되었으며, 명문대 진학은 곧 평생을 보장하는 관건으로 자리잡게 되었다.

연고를 중시하는 한국인의 의식은 곧잘 처음 만나는 사이에 이른바 ‘호구조사’로 수인사가 시작되는 일상의 행위에서 어렵지 않게 발견할 수 있다. 어느 대학을 나왔는가에서 시작하여 유치원까지 맞추어보고, 고향을 묻는 질문은 현주소 조회로

이어진다. 당사자가 겹치는 내용이 없으면 부모형제에 사돈네 팔촌까지 동원하여 어떻게든 연을 이어 보려는 노력은 처절하기까지 하다. 생전 처음 보는 사람을 술집에서 만나도 학교 후배라는 이유만으로 술을 사는 것이 크게 이상하지 않은 한국인에게 그들이 속할 수 있는 집단을 형성하는 일은 중요할 수밖에 없다. 그룹으로부터 낙오되는 것에 대한 두려움은 역설적으로 ‘왕따’ 현상을 낳았으며, 원만한 ‘관계 유지’에 대한 강박은 친목회와 경조사 챙기기로 이어진다. 이른바 ‘잘 나가는’ 사람은 매일 저녁 딱딱한 교제 일정을 채우기 위해 말 그대로 잘 ‘나가야’ 한다.

연고를 중시하는 한국인은 연줄망의 유지를 위해 부단히 어울린다. 지위를 가진 사람들은 여러 종류의 회합이 역시 여러 가지 명분으로 예정되기 때문에 늘 바쁜 일정을 보내지만, 그래도 역시 전화만큼 효과적인 약속 수단이 없다. 휴대폰의 등장은 혹시 연락을 못하거나 못 받아 모임에 빠지게 될까 두려워하는 사람들이 의지할 수 있는 든든한 보호자이다. 사회적 연줄망에 대한 이재열의 연구(Yee, 2000)에 따르면, 보통의 한국 사람들이 개인적인 관계망을 유지하기 위해 투자하는 시간과 에너지는 미국인이 평균적으로 소비하는 것보다 많은 것으로 나타나고 있다. 미국인과 비교했을 때 한국인들은 더 넓은 관계망을 유지하면서도 관계망의 밀도가 더 높은 현상을 보임으로써 국가간 비교를 했을 경우 규모와 밀도는 반비례한다는 관계망 유지의 일반적 원칙을 벗어나고 있다.

제4 절 실증적 자료의 분석과 검토

이상의 절에서는 전파이론의 명제들 및 한국인의 사회문화적 속성에 대한 기존의 연구들을 간단히 검토해 보았다. 그런데 이런 사항들이 한국에서의 휴대전화 확산과 어떤 관계가 있다는 말인가? 이 절에서는 전파이론의 명제들이 한국의 휴대전화 확산의 경우에서도 적용될 수 있는 것인지, 그리고 한국인의 사회문화적 속성변인들이 휴대폰의 전파과정에서 어떤 영향요인으로 작용했을 것인지를 간접적으로 뒷받침해 줄 것으로 기대되는 실증자료 분석을 시도한다. 아래의 실증자료 분석은 한국인의

소비행위 전반을 파악하기 위해 시행된 전국단위 조사자료 중 일부를 토대로 이루어진 2차 분석이다. 따라서 앞 절에서 논의한 개념들을 실증적으로 분석해보기 위해 조사가 설계된 것이 아니기 때문에 아래에 제시될 실증분석의 결과로부터 유도해 낼 수 있는 의미는 매우 제한적이다. 그러나 본 연구가 제시하는 문화적 변인의 역할 유무를 간접적으로 증명해 주기에는 상당한 의미가 있는 자료라고 판단된다.

1. 사회문화적 속성 진술문

이 논의의 목표는 휴대폰의 확산에 미친 사회문화적 요인의 규명이라는 점을 이미 앞에서 서술하였다. 이를 위해 기존에 행해진 소비자 조사 자료 가운데 사람들의 사회적 행동양식을 간접적으로 알아볼 수 있는 데이터를 휴대폰 채택 여부를 기준으로 삼아 분석해 보았다. 즉 응답자들이 퇴근 후 동료들과 어울리는 일에 대해 어떻게 생각하는지, 일과 후 술자리에 대해 어떻게 생각하는지, 가족과 일 가운데 어느 편에 비중을 두는지, 그리고 새로운 기술이나 방법의 채택에 대해 어떤 태도를 보이는지 등을 묻는 질문에 대해 휴대폰 사용자 집단과 비사용자 집단으로 나누어 두 집단 간에 차이가 있는지를 분석해 보았다. 이들 진술문들은 휴대전화 사용자와 비사용자간에 어떤 태도의 차이가 있는지를 보여줄 것으로 기대된다. 이들 진술문들이 앞 절에서 논의한 한국사회의 문화적 속성들을 적절히 검증해 줄 수 있는지의 여부에 대해서는 의문의 여지가 없지 않다. 앞서도 말한 바와 같이 이러한 진술문들은 원래의 소비자조사에 포함되었던 질문들 가운데 문화적 속성에 관련된 네 가지 것들일 뿐이다. 따라서 이러한 진술문에 대한 응답자들의 태도 성향을 기준으로 문화적 속성을 단정한다는 것은 무리가 따르는 일이다. 그보다는 오히려 이러한 진술에 대한 응답의 방향 분석을 통해 앞서 논의한 사회문화적 속성의 영향을 보완하는 데에 의미가 있다고 하겠다.

이상의 진술에 대한 휴대폰 사용자 집단과 비사용자 집단의 응답 자료를 토대로 통계적 분석을 실시하여 두 집단간에 통계적으로 유의미한 차이가 존재한다는 사실이 입증된다 하더라도, 그것이 곧 휴대폰 사용자들이 연고주의를 비롯한 다른 사

회문화적 속성을 강하게 가진 사람들이라고 주장할 수 있는 근거는 아니다. 연고의 관리를 중요시하는 사람들은 공식적, 비공식적 모임에 적극적으로 참여함으로써 연줄망의 유지 및 관리를 할 것이라는 전제, 그리고 이러한 행위에 휴대폰이 효용이 크기 때문에 보다 적극적으로 새로운 커뮤니케이션 기술인 휴대전화를 채택할 것이라는 전제 하에서 비로소 이 분석은 사회문화적 속성 변인과 휴대폰 채택 사이에 어떤 정적인 관계가 있음을 증명해 보일 수 있을 것이다.

2. 자료의 수집과 처리

여기서 사용된 실증 자료는 제일기획이 1999년에 실시한 소비자조사 자료 가운데 응답자의 사회문화적 속성에 관련된 네 가지 문항에 대한 응답자료를 본 연구의 목적에 맞게 이차적으로 분석함으로써 마련되었다. 각 질문의 점수분포는 1점(전혀 그렇지 않다)에서 5점(매우 그렇다)이다. 자료는 SPSS-PC를 이용하여 통계 분석을 하였다. 응답자들의 일반적 특성은 빈도와 백분율 등의 기술통계로 처리하였으며, 네 가지 항목(<표 2-3>)들에 대한 휴대폰 사용자 집단과 비사용자 집단의 차이를 파악하기 위해서는 일원변량분석을 실시하였다.

<표 2-3> 사회문화적 속성에 연관된 네 가지 진술문

항목	질문
혁신성	다소 위험이 따르더라도 새로운 방법으로 일을 해보려고 노력한다.
모임	나는 일과 후 동료들과 자주 어울린다.
술자리	원만한 직장 생활을 위해서는 일과 후 술자리를 피할 수 없다.
회사-가족	회사 일이 가족생활보다 중요하다.

3. 분석결과

가. 응답자의 일반적 특성

총 응답자는 3,500명이었으나 휴대폰 사용 여부를 묻는 질문 대해 무응답수가

700명이었으며 이는 분석대상에서 제외되어 본 연구를 위한 분석 대상자 수는 2,800 명이었다. 이는 전체 표본수의 80%를 차지한다. 응답자들의 일반적 특성을 파악한 결과, 핸드폰 사용자는 1,682명, 비사용자는 1,118명이었고 휴대폰의 소지는 남자(64.1%)가 여자(35.9%)보다 높게 나타났다. 응답자들의 연령은 20대(20~29세)가 37.5%로써 가장 많았으며, 핸드폰 소지는 20대가 43.7%로 가장 높은 비율을 차지하였다. 응답자들의 일반적 특성은 <표 2-4>에 제시되었다.

<표 2-4> 응답자의 일반적 특성

특성		사용자	비사용자	소계
성별	남	1,078(64.1)	322(28.8)	1,400
	여	604(35.9)	796(71.2)	1,400
연령	20~29	735(43.7)	315(28.2)	1,080(37.5)
	30~39	509(30.3)	366(32.7)	875(31.3)
	40~49	302(18.0)	223(20.0)	525(18.8)
	50~59	136(8.1)	214(19.1)	350(12.5)
총계		1,682(60.1)	1,118(39.9)	2,800

나. 응답자의 사회적 행위와 태도에 대한 분석결과

본 연구에서 제시한 4가지의 가설을 검증한 결과는 <표 2-5>에 나타난 바와 같다.

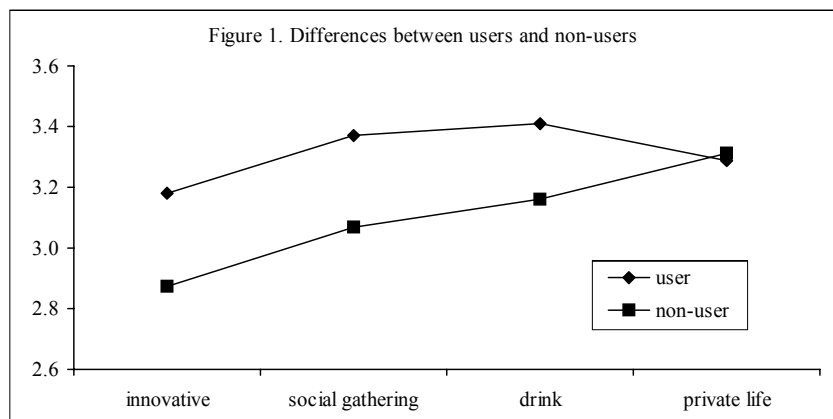
<표 2-5> 사회적 속성에 따른 집단간 차이

특성	Mean square	df	F	P
혁신성	62.14	1	65.82	.000**
모임	19.06	1	21.2	.000**
술자리	12.33	1	12.54	.000**
회사-가족	0.11	1	0.13	.716

**p < .01

‘혁신성’ 항목에 대한 휴대폰 사용자의 응답 평균은 3.18인 반면, 비사용자는 2.87로써 통계적으로 유의한 차이가 있음이 검증됨으로써($F=65.14, p=.000$) 첫 번째 진술문에서 예상한 대로 휴대폰 사용자는 비사용자보다 다소 위험이 따르더라도 새로운 방법의 채택에 더 적극적인 것으로 나타났다. ‘사회적 모임’의 항목에 대해서도 휴대폰 사용자가 평균 3.37, 비사용자는 3.07로 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($F=21.2, p=.000$). 두 번째 진술을 통해서도 휴대폰 사용자가 비사용자보다 일과 후 동료들과 어울리는 경향이 높을 것이라는 점이 예상되었는데, 이것 역시 예상이 확인되었다. ‘술자리’ 항목의 경우, 휴대폰 사용자는 평균 3.41이었고, 비사용자는 3.16으로써 이는 통계적으로 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다($F=12.33, p=.000$). “휴대폰 사용자는 비사용자보다 일과 후 술자리를 더 중요하게 여길 것이다”라는 본 연구의 세 번째 진술에 대해서도 집단간에 유의미한 통계적 차이를 보였다. ‘회사와 가족’ 항목의 경우는 휴대폰 사용자의 평균점수는 3.29, 비사용자는 3.31으로 나타났으며 통계적으로 유의한 차이는 없는 것으로 나타나($F=.114, p=.72$) 네번째 진술문에 대한 집단간 차이는 없는 것으로 나타났다. 즉 “휴대폰 사용자는 비사용자보다 직장생활을 가족생활보다 중요하게 생각할 것이다”

(그림 2-1) 핸드폰 사용자와 비사용자 간의 사회적 태도 및 행위 비교



는 예측에 대해서는 휴대폰 사용자와 비사용자간에 어떤 차이도 보이지 않았다. 두 집단이 네 가지 진술에 대해 보여준 사회적 태도 및 행위를 비교해 보면 (그림 2-1)과 같이 표시할 수 있다. (그림 2-1)의 두 선은 사용자 집단과 비사용자 집단이 세 가지 속성요인에 대해 뚜렷한 차이를 지니고 있음을 잘 나타내준다.

제 5 절 소 결

확산 초기에 급속도로 이루어진 휴대전화의 확산이 경제적 여유나 기술적 편리함, 광고와 판매경쟁, 정책적 지원 등의 요인에 의한 것이었음을 전제하면서, 그러나 이 밖에도 한국사회에 내재한 독특한 사회문화적 배경요인이 휴대폰 확산을 더욱 가속화하는 원인이었을 것이라는 가정을 이 글의 출발점으로 삼았다. 다시 말해 한국인들이 휴대폰에 열광하고 앞을 다투어 하나씩 장만해야만 하는 품목이 된 데에는 위계적 권위주의, 집단주의, 연고주의 등 사회 저변에 흐르는 문화적 요인이 강하게 작용한 까닭이며, 휴대폰 조기 채택자들은 이러한 속성들의 영향을 받았을 것이라는 주장이다.

이를 알아보기 위하여 본 연구에서는 입수 가능한 조사자료를 이용, 휴대폰 사용여부와 사회문화적 속성 관련 응답만을 2차 분석해 본 결과 휴대전화 사용자들이 일반적으로 비사용자들에 비해 사교적 모임과 술자리를 중요시하고 있음을 알아낼 수 있었다. 휴대폰 사용자들은 또한 일을 수행하는데 있어서 다소 위험이 따른다 하더라도 새로운 방법을 채택해 보려는 혁신성에 있어서도 비사용자 집단에 비해 적극적인 태도를 보였다.

이 분석결과를 해석하는 데에는 주의 사항이 따른다. 첫째는 동료들과 어울리기 좋아한다거나 일과후 술자리에 가는 것이 원만한 직장생활에 반드시 필요하다고 생각한다는 것이 곧 응답자의 권위주의적, 집단주의적, 연고주의적 속성을 직접 보여주는 것은 물론 아니라는 점이다. 연고주의와 집단주의라고하는 다소 불명확하고 커다란 개념에 개인의 속성과 태도 정향을 연결짓는 작업은 별도로 필요하다. 그러

나 사고모임과 술자리 등에 능동적으로 참여하거나 그러한 경우를 긍정적으로 판단하는 것을 일단 집단지향적 태도라고 가정한다면, 본 연구에서 시도한 분석결과, 즉 휴대폰 사용자와 비사용자간에 드러낸 뚜렷한 사회문화적 태도 및 행위의 차이는 휴대폰 채택에 이들 요인이 관계되고 있을 것이라는 해석을 뒷받침한다.

분석결과를 좀 더 살펴보면, 한 가지 재미있는 사실은 휴대전화의 사용여부에 관계없이 응답자들은 모두 회사 일과 가족생활 중 어느 것이 중요한가라는 질문에 대해 유의미한 차이를 보이지 않고 있다는 점이다. 원만한 사회생활을 위해 동료들과 어울리고 술자리도 가야한다고 응답하면서 동시에 회사일 보다는 가족이 중요하다는 응답을 보이는 경향이 오히려 더 높다. 이 질문에 대한 응답을 성별로 나누어 분석해 보면, 더욱 분명한 차이가 나타나는데 여자들이 남자들보다 더 그렇게 생각하고 있었다. 한국인의 집단주의, 연고주의가 공동체주의의 성격을 보이기보다는 가족주의적 경향을 보이고 있음을 보여주는 결과이다. 가족주의 역시 공동체주의의 한 모양이 아니냐라고 볼 수도 있지만, 공동체주의란 연고에 기반한 집단의 이익을 공유, 혹은 도모하기보다는 계약에 기반하여 성원들의 공동이익과 보호를 목표로 삼는다는 점에서 크게 다르다. 한국의 사회조직이 연결망이 아닌 연줄망에 입각해 있다는 비판과 이로 인한 폐해를 해소하기 위해서는 집단이기주의에 기초한 연줄망 구조를 열린 관계망인 연결망 구조로 전환해야 한다는 주장이 이런 점에서 의미를 가진다고 본다(김용학, 1996).

이 연구에서는 집단주의와 연고주의로 대변되는 한국인의 사회문화적 속성과 휴대전화라고 하는 통신기술의 채택을 연결시켜, 새로운 커뮤니케이션 기술의 문화적 의미를 검토해 보았다. 이론적 및 질적 논의와 양적 자료를 연결해 보려 했으나, 조사 자체가 본래 이 연구의 가설을 검증하기 위해 이루어진 것이 아닌 상태에서 이루어진 것이기 때문에 개념과 데이터를 연결하는데 몇 가지 전제를 바탕으로 하고 있음은 주지한 바와 같다. 그러나 간접적인 증명효과는 있었다고 생각된다. 해석의 일환으로 휴대전화가 야기하는 몇 가지 현상에 대한 논평을 덧붙이고 나아가 앞으로의 연구주제에 대해 언급한 뒤 글을 맺고자 한다.

휴대전화의 보급과 함께 변화하고 있는 중요한 현상 가운데 하나로 약속의 방식이 변하고 있는 점을 들 수 있다. 이 점은 앞서 지적한 우리 사회의 위계적 권위주의와도 부분적으로 통하는 점이어서 더욱 흥미롭다. 약속의 설정이란 호혜적인 커뮤니케이션 행위 가운데 하나이다. 즉 약속은 일방적이기보다는 쌍방적인 것이며, 여러 가지 가능한 우선순위의 조합과 배열의 결과로 이루어지는 행위이다. 그러나 동시에, 모든 커뮤니케이션 행위가 그러하듯이 약속을 설정하는 행위는 권력을 수반한다(Thompson, 1995). 약속행위는 참여자 중 우세한 입장(더욱 강한 권력이라고 해도 좋다.)에 있는 사람의 조건(시간과 장소 등)에 맞추는 경향이 강하다. 따라서 주말에 예정했던 가족과의 저녁약속은 갑자기 걸려온 상사의 골프초대에 의해 어렵지 않게 뒤로 밀려난다. 한국사회는 특히 약속의 설정이 미리 이루어지지 않는 사회적 성격을 강하게 지니고 있다. 매년 열리는 학회의 일시와 장소도 두어 주일 전에야 정해지기 일쑤이고 심한 경우에는 불과 며칠 전에야 통지가 된다. 두 세 달 전에 세미나 일정을 확정하려고 하면, 곧잘 뒤 벌써부터 난리나는 식의 반응을 듣는다. 지금으로서는 잘 모르겠으니, 그 때 가서 다시 연락하자는 반응도 드문 일이 아니다. 이유는 간단하다. 혹시 그 사이에 무슨 중요한 일이 있을지도 모른다는 생각 때문에 약속의 확정애 조심스럽게 되며, 나아가 변경의 가능성을 가능한 한 오래도록 유지하고자 한다. 대체로 이 중요한 일이란 위계질서상 위로부터 정해져오는(혹은 요청되는) 일정을 가리킨다. 다시 말해 약속은 호혜적이지 않으며, 특히 위계적 서열의 지배가 강한 사회에서 약속의 설정과 취소는 위에서 아래로 지시되는 행위이다. 언제 걸려올지 모르는 전화를 받아야만 되는 한국인은 위계의 네트워크로부터 자유롭지 못하다. 휴대전화의 지니는 ‘언제 어디서나’의 특성은 바로 이 약속의 임의성을 극한으로 몰고 가는 것 같다. 다시 말해 항상 만들어질 수 있으며 동시에 항상 취소될 수 있는 상황, 정해진 것은 아무 것도 없는 상황으로 우리를 몰아붙이는 것이다.

휴대폰의 광범위한 보급과 함께 제기되고 있는 여러 가지 문제점, 혹은 새로운 현상으로 공공의 공간에 대한 인식의 변화와 공공장소에서의 행위변화 또한 중요한

합의를 지닌다. 글의 첫 대목에서 잠시 언급한 바와 같이 공공장소에서 사적인 대화를 거리낌 없이 하는 행위는 공간을 공유하는 주변의 사람들을 마치 그 자리에 없다는 듯이 간주하고 있다는 의심을 하게 한다. 공공장소에서의 윤리부재에 대해서는 여러 각도에서 많은 지적과 비판이 있다. 버스를 기다리는 줄에서 담배를 피움으로써 주위에 있는 사람들이 오도가도 못하며 억지로 담배연기에 고통을 당하는 모습이나, 있으나마나한 지하철의 경로석 표시, 운전중에 다툼이 일어나면 먼저 욕부터 퍼붓고 보는 기묘한 습관, 기차나 식당에서 아이들이 마구 휘젓고 다녀도 말리지 않는 부모들 등등 공공윤리 부재를 증명하는 모습들은 일상에 차고 넘친다. 이른바 ‘건전한 휴대폰 문화’의 정착을 위해 여러 가지 제안이 있지만, 한국인을 바라보는 어떤 외국인의 지적처럼, 원칙은 ‘나의 권리를 누리기 위해 다른 사람을 방해하지 않는다’는 선에서 구해져야 할 일이다(부르텡, 2000). 휴대폰 보급이 급격히 증가되기 시작하던 1998년에 한 신문사가 실시한 조사에 의하면 ‘공공장소나 혹은 휴대폰 사용이 금지된 장소’에서 휴대폰을 꺼둔다고 응답한 사람은 46% 정도에 그쳤다. 전화가 걸려오면 ‘다른 사람에게 피해가 가지 않도록 낮은 목소리로 통화한다’고 응답한 사람도 무려 30% 가까이 되었다. 도대체 옆 사람에게 피해가 되지 않게 낮은 소리로 통화한다는 것은 어떤 통화를 의미하는 것일까?

비싼 사용료를 마다하지 않고 휴대전화를 사용하는 사람들이 느는 까닭은 물론 그것이 현대인의 생활에 가져다주는 편리함 때문이라는 점에는 이론의 여지가 없다. 기술의 편리함이 속박과 공해의 부메랑으로 돌아오지 않도록 기술사용의 사회적 규범을 확립하는 것이 필요하다. 공공장소에서의 적절한 규범에서부터 공적 공간의 구성에 이르기까지 새로운 커뮤니케이션 기술에 연관된 문제점들은 기술의 등장과 함께 끊임없이 제기된다. 인터넷의 등장이 공론장의 새로운 가능성을 열었다는 낙관과 함께 사이버스페이스의 통제와 폭력, 무규범 또한 문제로 제기되었듯이 이동통신 기술이 허용하는 시공간적 극복이라는 획기적인 장점의 이면에는 공공의 공간을 삭막하게 변질시키는 어두운 가능성이 존재한다. 이에 대한 주목은 별도의 연구를 필요로 한다.

제 3 장 모바일 미디어의 이용과 국가적 차이

제 1 절 서 론

새로운 커뮤니케이션 테크놀로지의 출현이 사회변동의 직접적, 혹은 간접적 원인으로 작용한 경우는 무수히 많다. 문자의 발명으로부터 인쇄술과 영화, 무선전신과 전화, 라디오와 텔레비전, 그리고 인터넷과 이동전화에 이르기까지 이른바 정보통신기술의 장구한 발달사는 인류사의 주요한 변화와 맥을 같이 한다.

지난 10년 남짓한 기간 동안에 전 세계는 인터넷과 이동통신이라는 두 가지 정보통신기술의 도래를 경험하며 정보사회로의 진입을 실감하고 있다. 케이블 텔레비전이나 위성방송 등과 같은 방송계 미디어의 발전도 괄목할만한 것임에도 불구하고 인터넷과 이동통신의 충격은 이러한 발전을 왜소하게 보이게 할 만큼 파장이 큰 것으로 보인다. 2002년 기준으로 국내 인터넷 사용자는 전 인구의 약 57%에 달하는 2천 4백여 만 명에 이르고 있고, 휴대전화 가입자는 3천만 명을 넘어서고 있다(한국인터넷정보센터, 2002; 김규태, 2002).

90년대 중반까지만 하더라도 이렇게 빠른 기술 확산은 예측은 물론 상상하기도 쉽지 않은 일이었다. 그러나 지금은 현재의 인터넷 사용과 휴대전화 활용이 마치 오래 전부터 해오던 일인 듯이 당연하게 받아들이고 있을 뿐만 아니라, 어떻게 하면 이들 정보기술을 더욱 효과적으로 사용할 것인가를 두고 사회적인 수준에서 고민을 하고 있다. 정보기술의 급속한 발전과 확산에 수반되는 정보 및 지식격차 문제의 발생이나 인터넷 중독문제, 음란 및 자살 사이트 등과 같은 반사회적 현상 등과 같은 문제가 대두된 것이다.

새로운 미디어의 등장이 놀라운 장점과 편리성을 제공하는 동시에 또한 예기치 못한 문제점을 던져주는 것에 대해 많은 연구들이 진행되고 있지만, 기술출현이 야

기한 사회변동과 그로 인한 문제와 그에 대한 분석 사이에는 건널 수 없는 간격이 있어 보인다. 말하자면 문제와 분석 사이에는 좀처럼 좁혀지지 않는 격차가 유지되고 있는 것이다. 그리고 이러한 격차의 유지는 기술발전의 속도가 더욱 빨라짐에 따라 불가피한 문제가 되고 있다.

이 연구는 근래 가장 광범위하며 충격적인 영향을 미치고 있는 이동전화와 인터넷의 이용과 관련하여, 이들 정보기술들이 각각 상이한 사회문화적 환경에 들어갔을 때 그 수용과 활용이 어떻게 달라지는지를 들여다보는 데에 목적이 있다. 이러한 문제의 제기 이면에는 테크놀로지의 수용과 활용, 혹은 소비 과정이 항상 사회적 조건과 문화적 맥락 속에서 제한되거나 변용되거나 재창조된다는 이론적 가정이 숨어 있다. 즉 넓은 의미에서의 사회구성주의적 입장을 취한다고 볼 수 있다 (MacKenzie and Wajcman, 1985).

그러나 이 연구의 목적이 테크놀로지의 사회적 구성 그 자체를 주장하거나 증명하려는 것은 아니다. 그보다는 동일한 테크놀로지가 하더라도 그것이 어떤 사회에 수용되고 활용되는 과정에서 항상 동일한 방식으로 동일한 기능을 하는 도구로 이용되는 것은 아니라는 점을 살펴봄으로써 현대의 정보기술이 지닌 특성을 좀 더 잘 이해해 보려는 데에 근원적인 목표가 있다고 할 수 있다.

테크놀로지의 사회적 확산은 단계별로 여러 가지 독특한 성격을 띤다. 전파이론의 여러 연구들은 이점에 대해 이미 오랜 동안 연구를 축적해 왔으므로 새삼 중언부언 할 필요는 없겠지만, 예컨대 새로운 기술의 조기채택자들은 나중에 나서는 사람들과 비교해 볼 때 확실히 구별되는 속성을 보이는 것이 사실이다(Rogers, 1983). 테크놀로지 자체가 확산의 단계에 따라, 또 정도에 따라 사회적으로 부여받는 의미와 가치가 달라지는 것도 일반적인 현상이다. 텔레비전이 초기에 등장했을 때 그것을 가진다는 것은 부의 과시이자 상징이 될 수 있었다. 휴대전화가 어떤 사회에 전파되는 초기 단계에서 발견되는 보편적 특징은 그것이 종종 부와 지위의 상징물로서의 위치를 갖는다는 것이다(Donner, 2003; 김신동 2001b; Plant, n.d.). 테크놀로지의 확산초기에 그것에 부여되는 희소성, 고가성 등이 이와 같은 사회적 의미를 형성하

고 부여하는 것이다. 그러나 확산이 진행됨에 따라 이용자가 늘고 가격이 떨어지면 서 이러한 의미는 곧 변하게 된다. 제품은 가격과 기능면에서 매우 복잡하게, 시장을 분할하는 전략에 따라 차별화 된 형태로 제공된다.

뿐만 아니라 새로운 테크놀로지들은 그 특성에 따라 이용자 집단을 여러 가지 방식으로 재조합하는 성향을 지닌다. 사람들은 대체로 자신의 선택에 의해 미디어를 이용한다고 생각하지만, 선택이 이루어지기 이전에 이미 선택을 선별하는 기술적 특성이 있게 마련이다. 가장 흔하게는 경제적 능력이 테크놀로지의 소비를 제한한다. 학력이나 직업 등도 선택을 제한하거나 차별화하는 범주이며 인종이나 성별 역시 이러한 사회적 범주라고 할 수 있다.

이 연구는 휴대전화와 같이 전 세계적으로 거의 동시에 확산되고 있는 테크놀로지가 다른 문화적 맥락에서 각각 다른 의미로 수용되는가를 관찰해 보고자 한다. 기술의 전파와 수용 과정에서 문화적 요인과의 관계는 어떤지에 대해 파악하려는 것이다. 또 이 연구에서는 특히 테크놀로지 수용 및 활용에 있어서 격차를 유발하는 매우 중요한 범주로 세대에 주목한다. 다시 말해 나이 차에 따라 테크놀로지 수용격차가 분명해지며 또 활용에 있어서도 분명한 차이를 드러낸다는 점을 지적하고 왜 그런지에 대한 설명을 추구한다. 다른 사회적 범주 대신에 세대에 주목하는 이유에 대해서는 뒤에서 다시 상술하게 될 것이다.

모든 테크놀로지는 그것이 들어가게 되는 사회적 환경과 문화적 맥락에 따라 동일하지 않은 역할과 의미를 가지게 될 것이라는 예상은 어렵지 않은 것이지만 그러한 생각을 실제에서 발견하고 정리해내는 작업은 별개이다. 테크놀로지 수용이 문화 간에 그리고 세대 간에 어떤 차이와 의미를 드러내는지 보기 위해 본 연구는 다음과 같은 문제로부터 출발점을 삼고자 한다. 첫째, 휴대전화의 이용에 있어서 문화 간 차이는 어떠한가, 그 이유는 무엇인가? 둘째, 휴대전화 사용에 있어서 세대 간 차이는 어떠한가, 그 이유는 무엇인가? 셋째, 이러한 차이가 궁극적으로 제시하는 정보기술 수용상의 문제점과 의미는 무엇인가?

제 2 절 커뮤니케이션 기술과 문화에 대한 논의

휴대전화는 다른 사회, 다른 문화 속에 들어가게 되었을 때 여기에 어떤 주목할 만한 차이가 있는가를 보려고 할 때, 활용할 수 있는 이론적 자원으로 우선 기술의 수용과정에 관련된 이야기와 그 기술의 문화적 변용에 관한 이야기가 있을 수 있다. 기술의 확산이론, 기술의 사회적 구성이론 등이 전자에 포함된다면, 사디 플란트가 최근 시도한 여러 문화권에서의 휴대전화 이용에 대한 에쓰노그래피적 스케치는 후자에 포함될 수 있을 것이다.

한편 기술 수용 및 활용의 세대 차이를 분석하고 설명하기 위해서는 무엇보다도 기술의 이용에 개재되는 습득이론에 대한 검토가 유용할 것으로 보인다. 인지심리학이 제공하는 발달에 관한 이론을 검토함으로써 이에 관한 자원을 구하고자 한다.

1. 커뮤니케이션 기술과 문화

기술과 문화의 관계에 대한 가장 전통적인 이론적 구분법은 기술결정론과 기술의 사회적 구성론을 대립시키는 방법이다. 그러나 이러한 대비는 그 자체가 이미 낡은 개념이 되었고, 실제로 그 둘 가운데 어느 한 편도 실재하는 지지자를 발견할 수 없는 것이 현재의 형편이다. 기술결정론적 요소를 강하게 유지하는 접근법들은 여전히 건재하지만 그 내용은 보다 정교해져서 이제는 기술에 의한 ‘제한적’ 결정론 정도로 적용가능성의 폭을 넓히고 있고, 사회적 구성론 역시 다양한 이론적 가치를 만들어 발전해오고 있다(Bijker & Law, 1992; Edge, 1995; Jackson, 1996). 주목할 점은 어느 편도 일방적 결정론을 주장하지는 않는다는 것이다. 또한 무엇이 무엇을 결정하는가의 문제는 시간적 범위와 분석의 수준을 어떻게 설정하느냐에 따라 가변적인 것이 될 수 있다.

테크놀로지에 대한 이해가 언제나 사회적 및 문화적 맥락을 고려하면서 이루어져야 한다는 점에 대한 인식의 제고와 함께, 이의 활용에 대한 연구가 일상생활의 맥

락 안에서 고려되어야 한다는 점도 여러 연구를 통해 지적되고 있다(나미수, 2003; 2001; Morley, 1986; Lull, 1990; Silverstone & Hirsch, 1992). 이러한 연구는 테크놀로지 자체의 속성을 중심으로 미디어 수용 및 활용 등을 분석하는 접근과는 다소 구별되는 접근이라고 하겠는데, 새로운 테크놀로지의 출현 이전에 이미 존재하는 사회적 및 문화적 변인의 중요성에 초점을 맞춘다는 점에서 특히 그러하다.⁴⁾

〈표 3-1〉 휴대전화의 이용 유형

	전통형	내향형	외향형
행동	—	공간마련형	자유발설형
표현	—	신중함	공공연함
이용 패턴	거부	제한적	빈번함
통상적인 사용공간/ 사용이유의 정당화	불필요하다고 생각	직장, 가정 목적적, 수단적	직장, 가정 목적적, 수단적, 정서적, 쾌락적
휴대전화 이용자들에 대한 태도	비판적	주의함	무관심
사회적 모임에서의 특징	가족중심, 전통적 네트워크	구심적	원심적
자기 관리	의존에 대한 두려움	과다사용, 엄격한 개인주의의 붕괴 등에 대한 죄책감	연락두절, 사회적 지지망의 붕괴에 대한 두려움

출전: Sadie Plant(n.d.), 71 페이지.

새로운 기술의 채택 및 확산과정에 대한 연구들 역시 기술 자체가 지니는 요인과 함께 수용자 요인, 그리고 환경 요인 등을 중요시 한다. 캐롤라인 린(2003)은 커뮤니케이션 기술 채택의 통합적 모델을 제시하는 개념적 연구를 통해 기술채택과정에

4) 이동전화의 테크놀로지 속성에 주목한 연구들로 김현주(2000), 나은영(2001a), 박종민(2003), 배진한(2002) 등이 있고, 이용자 속성에 주목한 연구들로 배진한(2001), 이인희(2001), 성동규·조윤경(2002), 박웅기(2003), 그리고 사회적 및 문화적 요인에 주목한 연구들로 김신동(2001a, 2001b), 나은영(2001b) 등이 있다.

영향을 미치는 요인들을 여섯 개 군으로 나누어 전체적인 조망을 시도하였다. 제도, 기술, 수용자, 시장 등을 두루 고려함으로써 기술채택과정을 보다 입체적으로 분석해 볼 수 있는 개념적 틀을 제시하였다. 하지만 이 연구는 개념틀만을 제시한 것이므로 실제적 유용성은 응용연구를 통해 규명되어야 할 것이다.

사디 플란트(n.d.)가 모토롤라의 위촉으로 1990년대 후반에 수행한 관찰지적 연구는 휴대전화의 활용이 여러 가지 사회에서 어떤 다양한 모습을 형성하며 이루어지는지에 대해 매우 생생한 정보를 제공하고 있다. 플란트는 특히 리즈맨이 1950년에 제시했던 고전적인 인간형 구분을 원용하여 휴대전화 사용상에서 드러나는 특성을 간결하게 구분하고 있다(〈표 3-1〉 참조).

플란트의 관찰에 의하면 문화권의 차이를 막론하고 이동전화 이용자들을 대략 세 가지 유형으로 분류할 수 있다는 것인데, 특히 공간마련형(spacemaker)과 자유발설형(speakeasy)에 대해서는 본 연구를 위해 좀 더 주목할 필요가 있다. 자유발설형이란 고개를 뒤로 한껏 저치고 편하게 기대 자세로 남들은 아랑곳하지 않고 편하게 자기 통화를 하는 태도를 말한다. 반면에 공간마련형의 사용자들이 취하는 전형적인 자세는 현재의 상황으로부터 통화행위를 구분하고 신체적 제스처를 통해 이를 분명히 하는 것이다. 몸을 옆으로 돌린다든지, 혹은 자리에서 일어나 밖으로 나간다든지, 고개를 숙이고 전화기와 입을 손으로 가린다든지 하는 등이 이에 포함된다. 공간마련형들은 통화 중에 원을 그리며 서성거린다든지 전화에 대해서 몸을 움직이며 반응한다든지 하는 특징을 보인다. 또 통화를 위해 비교적 편안한 장소를 찾거나 혹은 그런 분위기를 조성하려고 하며, 이를 위해 벽이나 구석을 향해 서서 통화를 함으로써 마치 통화(행위)를 보호하려는 듯한 태도를 취한다(Plant, n.d., 52). 표에 잘 정리되어 있듯이 공간마련형에 가까운 이용자들은 기본적으로 휴대전화를 꼭 필요한 경우에 절제하며 사용해야 하는 것으로 인식하는 경향이 있고, 반면에 자유발설형들은 어떤 목적에서든 공공연히 내놓고 거리낌 없이 사용하는 특징을 보인다.

플란트의 타이포로지는 매우 통찰력이 있는 것으로 보인다. 특히 전통지향형의

범주를 이용하여 이동전화 채택을 거부하는 사람들까지도 포괄할 수 있는 장점을 지니고 있다. 그러나 두 가지 점에서 주의를 요한다. 첫째, 사용자들은 대체로 세 유형 가운데 하나에 속할 수도 있지만 경우에 따라서는 개별 사용자들이 세 유형 모두를 오갈수도 있다는 것이다. 둘째, 집합적으로 고려했을 경우 사용자들의 유형은 시간의 경과와 보급률의 증가에 따라 점차 한 유형으로부터 다른 유형으로 이동해 나갈 수 있다는 점이다.

특히 이동전화 확산의 초기 단계에서는 전통지향형이나 공간마련형이 양적으로 우세했다가도 나중에는 대체로 자유발설형으로 변이해 가는 경향이 있다. 혹은 이동전화 자체가 확산의 초기 단계에서 지니던 사회적 지위의 상징효과 때문에 자유발설형적 태도를 취하던 이용자가 보급률의 증가에 따라 상징적 가치가 사라짐으로써 공간마련형적 속성을 가지게 되는 경우를 고려해 볼 수 있다.

요컨대 기술의 활용 패턴은 일시에 형성되어 고정되는 것이라기보다는 기술의 확산 정도, 익숙함의 정도, 활용범위의 정도 등등에 따라 계속적으로 변화해 나간다는 점이 고려되어야 한다.

한편 레오나디는 미국에 거주하는 라틴계 이민들이 컴퓨터와 인터넷과 휴대전화 등을 이용하는 방식에서 사회문화적 특성에 따라 독특한 의미부여가 이루어짐을 보고하였다(Leonardi, 2003). 연구대상이 된 저소득층 라틴계 이주민들은 이른바 뉴미디어로 통칭되는 세 가지 테크놀로지에 대해 그들이 생각하는 좋은 커뮤니케이션의 기준에 비추어 각각 그 유용성이 상당히 다르다는 반응을 보였다. 예컨대 휴대폰의 경우는 개인간 접촉을 도와주는 유용한 매체로 인식하고 있음에 반하여 인터넷은 바람직한 사회관계를 해치는 매체로 인식하는 것이다. 결국 사용자들이 처한 사회적 조건과 문화적 가치에 따라 기술에 대한 지각과 인식이 달라질 수 있음을 보여주고 있다.

2. 새로운 커뮤니케이션 이용기술의 학습과 습득

앞서 레오나디의 연구에서 인터뷰 대상으로 선정된 사람들은 남아메리카로부터

미국에 이주한 1세대 노동자들이었다. 이들은 대체로 영어 구사에 어려움을 겪는 사람들이며 저학력에 저임금 육체노동에 종사하는 사람들이었다. 컴퓨터나 인터넷을 사용할 시간과 동기 등이 대체로 부정적인 사회적 조건에 있기 때문에 이들이 인터넷 등을 효율적인 커뮤니케이션 채널로 여기기에는 어려움이 있는 것이 당연한 귀결일지도 모른다. 왜냐하면 인터넷 검색이나 컴퓨터의 활용 등은 일상적 생활의 맥락 속에서의 필요와 욕구에 밀접하게 연관되어 있는 것이기 때문에, 일상의 활동이 이를 지지해 주지 않는다면 이들 사용자들로서는 새로운 기술의 이점을 ‘배울’ 이유와 기회가 없게 되기 때문이다.

여기서 학습(learning)의 개념은 특히 중요하다. 새로운 커뮤니케이션 테크놀로지의 중요한 특성이 바로 학습을 전제로 하기 때문이다. 이것은 마치 문맹이 글을 깨우침으로써 새로운 방식의 커뮤니케이션 행위에 참여하게 되는 것과 다를 바 없다. 가장 오래된 커뮤니케이션 미디어인 문자의 습득을 위해서는 최소 수년에서 길게는 수십 년의 시간이 요구된다. 그리고도 반복적인 학습과 사용을 지속하지 않으면 문자를 다루는 능력, 즉 읽고 쓰는 능력은 오히려 감퇴되는 것이 일반적 현상이다. 문자를 해독하고 활용하는 능력 또한 학습자에 따라 천차만별이어서 지식과 정보의 중요성이 강조되는 사회환경일수록 학습기간이 길어지고 재교육 및 계속교육이 중요해지는 양상을 보인다. 컴퓨터 리터러시 역시 마찬가지이며, 특히 컴퓨터 기술이 나날이 새롭게 발전해 나가는 상황에서는 지속적인 학습의 중요성이 더욱 증대한다.

그런데 문제는 기술의 학습과 습득이 모든 사람들에게 동일한 난이도를 가지고 다가오는 것이 아니라는 점에서 발견된다. 이미 오래 전부터 인간의 인지적 학습능력은 20대 초반에 정점에 달했다가 이후에는 감퇴한다는 보고가 이루어졌다(Wechsler, 1958; Green, 1969). 펄무터와 그 동료들(1990)은 성인이 된 이후에도 인간의 능력은 계속 발전해 나간다는 주장을 지지하기 위해 연구를 수행 하였다. 이들은 능력을 측정하는 기준을 하위 개념들로 나누어 각각 신체적 능력, 인지적 능력, 사회적 능력, 그리고 업무에 관한 지식, 업무수행행위 등으로 구분하였다. 식당에서 일하는

젊은 연령층의 종업원들과 나이든 종업원들로 각각 집단을 나누어 위의 각 항목들에 대해 능력 검증을 해 본 결과, 신체적 및 인지적 능력 등에서 나이와 반비례하는 결과가 분명하게 드러났다. 결국 경험이 중요한 몫을 하는 업무 관련 지식이나 수행에서는 나이든 종업원의 능력이 좀 더 나은 것으로 나타났지만 일반적 능력 면에서는 나이가 들에 따라 학습 능력이 감소한다는 것이 증명되었다.

커뮤니케이션 테크놀로지의 발전 속도와 이용상에 필요한 지적 능력의 복잡성은 결국 이용자의 학습 능력에 따라 격차를 유발하는 중요한 요인으로 등장하고 있다. 라디오, 텔레비전, 전화 등과 같은 유형의 기술을 이용하는데 있어서 학습 능력에 따른 장애란 있을 수 없었다. 이용에 요구되는 기술 자체의 단순성과 이용행태의 수동성 때문이다. 그러나 새로운 정보통신기술들은 복잡한 조작과 능동적 활용을 요구한다. 휴대폰만 하더라도 수십 가지 기능과 무수한 서비스가 제공되고 있지만 이를 이용하는 행태상의 차이는 성별이나 직업, 수입, 학력 등과 같은 전통적 사회 범주에 의해서보다는 세대에 따라 확연히 다른 양상을 드러내고 있다. 이 장의 논의는 2003년에 실시한 심층 면접 자료를 재분석하여 휴대폰과 인터넷 사용에 있어서 세대간 차이를 조명한다.

제 3 절 심층면접의 적용

1. 질적 비교연구의 설계

통신 테크놀로지의 수용과 사용이 사회문화적 맥락에 따라 어떤 차이를 보이는가를 묻는 것은 곧 비교사회학적 질문을 제기하는 것이 된다. 통상 지적되는 바와 같이 비교사회학에서 고질적인 문제로 남아 있는 것 가운데 하나가 바로 변수의 수와 사례의 수 사이에 존재하는 심각한 불균형이다(김용학·임현진, 2000: 78). 예컨대 기술수용과정을 분석하는 과정에서만도 린(2003)이 제시한 바와 같이 체계요인, 기술요인, 수용자 요인, 사회적 요인, 사용요인, 채택요인 등 여섯 가지 서로 다른 측면의 요인군들에 대한 고려가 필요하다. 그런데 이런 요인들 모두를 만족시키면서

적절한 비교를 가능케 할 실제적 사례는 많이 존재하기 어렵다.

또한 비교의 수행 과정에서 개별적 속성에 주목하느냐 관계적 속성에 주목하느냐에 따라 비교의 성격이 크게 달라질 수 있기도 하고, 동일한 현상을 두고 추상화의 수준을 어디에 맞추느냐에 따라 동일성과 상이성의 부각이 크게 달라지기도 한다. 따라서 비교의 축을 어떻게 설정하느냐가 무척 중요한 방법론적 프레임을 결정하게 된다.

사회체제, 혹은 문화권 등과 같은 거시적인 규모의 단위를 비교하는 연구에서는 체제나 문화가 결국 같은 형태로 발전/변동해 나가는 것으로 보는가, 혹은 각자의 길을 개척하며 다른 양상으로 변해 나가는 것으로 보는가에 따라 입장과 접근이 크게 갈리는 경우가 많다. 이른바 수렴론이라고 불리는 접근에 따르면, 산업화의 진전에 따라 모든 사회가 결국은 유사한 형태로 수렴된다고 본다. 수렴론은 일종의 기술결정론적 경향을 띠는데, 산업사회에서 효율성의 추구는 결국 가장 좋은 한 가지 방법을 추구하게 되며 모든 사회는 이것으로 귀착할 것이라는 가정이 있다. 그러나 이에 반하여 기술 이외의 변수를 중요시하는 비수렴론의 입장에서는, 각 문화권마다 다른 해결방법들을 개발하기 때문에 모든 사회가 하나의 문화로 수렴한다는 것은 근거 없는 주장이라고 논박한다(김용학·임현진, 2000: 66-71).

비교연구를 추구하는 일반화의 수준에 따라 방법별로 나누어 보면 질적 비교, 비교사적 비교, 그리고 양적 비교로 구분해 볼 수 있는데, 본 연구는 일반화를 목적으로 삼고 있지 않기 때문에 질적 비교방법의 적용에 따른 문제는 없을 것으로 판단된다. 아울러 위에서 지적한 문제점들을 줄여나가려는 의도에서 본 연구는 개별적 속성의 비교에 범위를 설정하고, 나아가 수렴론이 가정하는 기술결정론적 가정을 가급적 배제하고자 한다.

구체적으로 이 연구는 연구대상 사회인 일본, 중국(홍콩), 한국, 그리고 미국 등 네 사회에서 휴대전화의 채택과 이용이 젊은이들 사이에서 어떤 모습으로 정착하고 있는지를 알아보며, 또 세대간에는 어떤 차이가 있는지를 조사하는 것에 국한한다. 몇 개의 나라를 선택하는 것이 바람직한지, 혹은 어떤 나라들을 선택하는 것이

좋은지 등에 대한 절대적 답안은 존재하지 않는다. 이 연구에서 동아시아의 세 나라와 미국을 선택한 이유는 첫째, 휴대전화나 인터넷의 보급이 비슷한 시기에 비슷한 정도로 이루어진 나라들을 선택함으로써 기술보급 격차에 따른 차이들이 너무 부각되지 않도록 하였으며, 둘째, 사회문화적 배경이 유사하다고 인정되는 나라와 그렇지 않은 나라를 동시에 택함으로써 그에 따른 차이도 관찰해 보고자 하였다. 전자와 같은 의도에 따라 중국보다는 홍콩을 선택하였고, 후자의 목적을 위해 일본과 미국을 추가하였다. 이 나라들을 선택한 것이 최선인지에 대해서는 의문의 여지가 있겠지만, 연구에 동원할 수 있는 자원의 범위내에서는 현실적으로 매우 광범한 관찰을 하였다고 말 할 수 있다.

여기서는 또한 소수의 대상자들을 대상으로 그룹인터뷰를 실시하여 자료를 구하고 있는데, 특히 각 개인이 처한 사회의 문화적 특성이 이미 개인들의 행위와 사고에 배태되었다고 가정하고 조사대상자의 응답으로부터 직접 문화간 차이를 발견하려고 했다. 이러한 점에서 이 연구가 취하는 입장은 문화적 속성을 개인의 행위와 선택이라는 차원으로 환원하는 미시적 접근이라고 할 수 있다. 또한 세대간 차이를 비교하기 위해 젊은 응답자들을 통해 부모 세대의 테크놀로지 이용 상황에 대한 평소의 관찰을 진술하도록 하였는데, 결국 이러한 방법은 연구의 진행상 편의를 도모하는 데에는 이점이 있었지만, 부모 세대로부터 직접 인터뷰 자료를 확보하지 못한 점에서는 단점을 인정할 수밖에 없다. 그렇다고 하더라도 응답자들로부터의 진술을 통해 수집한 부모 세대의 기술 이용 행태가 전혀 무가치한 정보라고 생각되지는 않는다. 자료는 대체로 소그룹들에 대한 심층면접을 통해 채집하며, 이에 대한 해석은 관련 문헌과 이론의 틀을 바탕으로 진행하였다. 면접대상의 선택과 면접의 시행은 각각 다음과 같이 진행하였다.

2. 면접대상

이 글의 논의는 한국, 일본, 중국(홍콩), 미국 등 네 개 국가의 대학생들을 주 대상으로 심층인터뷰를 실시하여 수집한 자료를 이용하고 있다. 한국의 경우 대학 및

대학원 석사과정에 재학중인 학생 5명을 대상으로 하였으며, 일본에서는 학부 신입생 4명과 대학원생 1명, 그리고 졸업 후 직장 생활을 하고 있는 20대 3명을 면접하였다. 홍콩에서는 대학졸업반(3학년)⁵⁾ 학생 3명과 2학년 재학생 3명을 각각 면접하였다. 미국의 경우 중서부에 위치한 중간 규모의 대학에 재학 중인 1학년부터 4학년까지의 학부 재학생 5명을 면접하였다. 면접대상자의 선택에는 연구의 현실적 편의가 가장 많이 고려되었다. 해외 면접의 경우 현지에 체류하는 한국인 교수나 유학생을 통해 대상자들을 섭외 하였으며, 섭외 조건으로 제시한 사항은 단지 평범한 젊은이로서 휴대폰과 인터넷을 조금이라도 이용하고 있는 사람이면 된다는 정도였다.

현지 협력자들의 생활환경이 대학인 이유로 대개 대학생들이 면접 대상으로 섭외되었으며, 국내·외를 막론하고 대학생 집단이 인터뷰 대상자로서 부적격할 이유가 없었으므로 이를 활용하기로 하였다. 그러나 일본에서는 섭외 대상자 가운데 포함된 대학원생이 자원하여 직장인 친구들을 섭외하겠다고 함으로써 직장인들도 인터뷰에 포함시키게 되었다. 일본 인터뷰의 경우 현지 유학중인 대학원생이 통역과 자료 기록을 담당했으며, 홍콩과 미국에서는 영어로 인터뷰가 진행되었다. 인터뷰는 개별면접을 택하지 않고 그룹인터뷰 방식을 택했다. 시간을 절약해 주는 이점도 있지만, 그보다는 다른 사람들의 이야기가 자극이 되어 자연스럽게 자신의 경험과 생각을 말할 수 있는 기회가 촉진된다고 보았기 때문이다. 개인적으로 공개하기 싫거나 곤란한 이슈에 관한 사항이 있다면 집단 인터뷰 방식이 부적절할 수도 있겠으나, 면접 사항에 그러한 내용이 별로 없고 또 설령 그에 유사한 내용이 있다 하더라도 어차피 개별면접에서도 연구자에게 털어놓기는 어려울 것이므로 집단 인터뷰로 인한 손해는 별로 없을 것으로 기대하였다. 인터뷰는 2003년 6월과 7월, 그리고 9월과 10월에 일본, 미국, 홍콩, 한국에서 각각 실시되었다.

5) 홍콩의 대학들은 3년제이기 때문에 3학년이 졸업반임.

3. 인터뷰의 진행

포커스 그룹 심층면접을 친구들 집단 단위로 실시하는 경우 편안한 분위기를 조성함으로써 참여자들로부터 깊이 있는 이야기를 끌어낼 수 있는 장점이 있다(Krueger, 1994). 이상적인 그룹 사이즈는 대개 여섯 명에서 열명 정도의 규모이며, 좋은 연구 결과를 얻기 위해서는 셋에서 다섯 정도의 그룹을 확보하는 것이 좋다는 연구가 있다(Morgan, 1997). 또한 참여자들이 스스로를 터놓고 자유롭게 이야기 할 수 있도록 하기 위해서는 고압적인 거리를 조성하지 않도록 하는 것이 중요하다(Bradford et al, 1999).

이 글에서 사용하는 데이터는 일본에서 두 그룹, 그리고 다른 나라들에서는 각각 한 그룹씩 모두 다섯 그룹을 대상으로 실시한 인터뷰에서 얻은 것이다. 참가자 수는 그룹별로 네 명에서 여섯 명 사이였으며, 그룹별 참가자들 모두 서로 잘 아는 친구들로 구성되었다. 참가자들은 사전에 현지의 모집책으로부터 인터뷰의 목적에 대해 대략의 내용을 전달 받은 상태였다. 응답자들이 아무런 생각 없이 오기보다는 미리 주제와 관련하여 생각해 볼 시간을 주기 위해 반드시 인터뷰 목적을 미리 전달하도록 조치하였다.

인터뷰는 참가자들이 평소 생활하는 대학의 빈 강의실을 사용함으로써 낯설거나 불편한 느낌을 주지 않으려 했고, 일본의 직장인 그룹 역시 자신들의 모교 강의실을 빌려서 활용함으로써 편안한 분위기를 조성하고자 하였다. 인터뷰는 테이블이나 책상 등을 사이에 두고 둘러앉은 상태에서 간단한 자기소개를 하는 것으로 통상 시작하였으며 보통의 경우 한 세션을 약 두 시간 동안에 걸쳐 진행하였다. 인터뷰 전에 간단히 작성한 개방형 질문지를 가지고 시작하였으나, 순서에 구애받지 않고 대개는 이야기가 흘러가는 방향으로 따라가는 방식을 취했고, 이야기가 막히거나 하는 경우에 새로운 이슈를 제기하는 방식을 유지하였다. 가급적 인터뷰 대상자의 경험과 생각, 판단 등을 자연스럽게, 또 자유롭게 표현하도록 배려하였다.

인터뷰는 젊은이들의 휴대전화 및 인터넷 이용에 관련된 포괄적인 질문들을 위주로 진행되었다. 휴대전화를 이용한 기간, 구입 시기, 주요 통화 대상자, 통화내용, 통

화시간 등과 같은 직접적이고 사실적인 문제에서부터 휴대전화나 인터넷이 자신들의 생활 속에서 어떤 용도로 활용되는지, 의미는 무엇인지 등에 관한 반성적(reflexive) 질문도 포함하였다. 이밖에 응답자들의 일상적 생활과 연관시켜 평소 여가 시간을 활용하는 패턴, 직업과 관련한 활동, 가족관계, 친구관계, 사회적 활동 등에 관해서도 질문이 이루어졌다.

인터뷰의 중요한 두 번째 주제는 응답자 자신들의 휴대전화 및 인터넷 이용에 관한 것이 아니라 응답자 부모들의 이용에 관한 것이었다. 대부분의 경우 응답자들은 부모들의 휴대전화 및 인터넷 이용에 관한 상당히 구체적인 정보를 가지고 있었으며, 나름대로의 기준에 기초한 평가적 진술을 하기도 하였다.

일본 인터뷰: 일본에서의 인터뷰는 크게 두 그룹에 대하여 세 개 세션으로 나누어 진행하였다. 첫 번째 대상자들은 30대 초반의 기혼 직장인 그룹이었으며, 두 번째 그룹은 대학 신입생 그룹이었다(〈표 3-2〉). 두 번째 그룹 참가자의 경우 세 명의 여학생은 서로 잘 아는 친구 사이이고 나머지 남학생 한 명은 얼굴만 아는 정도의 사이였는데, 남학생이 혼자 인터뷰하는 상황을 선호하여 두 번째 그룹의 세션을 다시 분리하였다(2003년 6월 28일 와세다대학 캠퍼스에서 진행한 자료).

〈표 3-2〉 일본 인터뷰 대상자

이름	성별	나이	직업	휴대폰 사용	인터넷 사용
타가(나이토) 시노	여	31	대학원생	10년	9년
타가 테츠야	남	31	회사원	8년	8년
카나자와(시라카와) 키와코	여	32	회사원	6년	6년
카나자와 히로유키	남	32	변호사	5년	5년
츠즈미 쇼타로	남	19	대학생	3개월	3년
오카무라 료코	여	19	대학생	4년	5년
스즈키 이즈미	여	19	대학생	3년	7년
후지마키 사유리	여	19	대학생	4년	2년

홍콩 인터뷰: 홍콩인터뷰는 2003년 9월 12일에 홍콩중문대학(Chinese University of Hong Kong)의 학생클럽에서 진행하였다. 참가 학생들은 모두 정치행정학부 재학생들로 남학생 두 명, 여학생 네 명으로 구성되었다. 홍콩은 영어와 중국어(광둥어)를 공용어로 하는 이중 언어 지역이기 때문에 인터뷰를 영어로 진행하였으나, 참가 학생들의 영어 표현력이 기대했던 것 보다는 약간 아쉬운 수준이었다. 언어적 표현의 어려움이 인터뷰 상황에서 가져올 수 있는 약점은 매우 많다. 세밀하고 복합적인 상황에 대한 묘사라든지, 모순적인 심정표현 등과 같이 미묘한 언어적 표현을 요구하는 사항에 대해서 대체로 침묵하게 되기 쉬우며, 그룹 내 참가자 가운데 월등히 언어구사가 뛰어난 사람이 있는 경우 이에 의해 압도당함으로써 표현이 소극적으로 되는 경우가 있다. 그러나 홍콩의 인터뷰 그룹에서는 이러한 문제가 심각하게 발생하지는 않았다.

〈표 3-3〉 홍콩 인터뷰 대상자

이름	성별	나이	직업	휴대폰 사용	인터넷 사용
로라	여	21	대학생	3년	5~6년
카렌	여	20	대학생	3년	
패트릭	남	21	대학생	3년	
루	남	20	대학생	6년	
테일러	여	19	대학생	2년	
매기	여	19	대학생	3년	

미국 인터뷰: 미국 인터뷰는 2003년 7월 5일 인디애나주 에반스빌에 소재한 남인디애나대학(University of Southern Indiana) 교정의 라운지에서 진행하였다. 참가자들은 수학과 교양강좌를 수강하는 학생들이었으며, 모두 여학생들이었다.

〈표 3-4〉 미국 인터뷰 대상자

이름	성별	나이	직업	휴대폰 사용	인터넷 사용
트레이시	여	20	대학생	2년	5년
저스틴	여	19	대학생	1년	6년
스테파니	여	20	대학생	2년	6년
베쓰	여	24	대학생	3년	8년
도나	여	21	대학생	3년	5년
세라	여	23	대학생	4년	6년

한국 인터뷰: 한국 인터뷰는 2003년 10월 5일에 한림대학교의 연구자 연구실에서 실시하였다. 참가자들은 연구자가 소속한 학부의 재학생 및 대학원생으로 구성되었다.

〈표 3-5〉 한국 인터뷰 대상자

이름	성별	나이	직업	휴대폰 사용	인터넷 사용
학생1	남	22	대학생	5년	5년
학생2	남	21	대학생	3년	6년
학생3	여	22	대학생	3년	5년
학생4	여	23	대학생	3년	4년
학생5	여	25	대학원생	6년	6년

각 그룹에 대해 동일한 질문이 반복된 것은 아니다. 그룹의 특성에 따라 각각 다른 질문들이 주어졌으며, 진행하는 순서도 같지 않았다. 그러나 모든 그룹에 대해 휴대전화 이용행태 및 이에 연관된 것들을 이야기 하도록 하였고, 인터넷 및 다른 미디어 이용에 관한 질문과 부모들의 이용행태에 관하여 진술하도록 요구하였다.

제 4 절 휴대폰 사용에 대한 문화, 가족, 세대의 영향

1. 통신 기술 수용과 사회문화적 맥락의 차이

이 연구가 수행한 조사 결과를 분석, 제시함에 있어서 특히 유념하고자 하는 것은 각 나라의 경우를 평면적으로 단순 비교하는 것을 피하는 일이다. 이 연구에서 네 나라에 걸쳐 휴대전화 및 인터넷 이용이 대체로 어떤 차이를 보이는가(혹은 보이지 않는가)를 이용자 행태의 사회문화적 측면에서 살피고자 한 이유는 글의 모두에서 밝혔듯이 기술의 수용에는 사회적 요인에 의한 기술의 구성적 측면이 있다는 점을 드러내고, 그럼으로써 기술주의적, 혹은 기술중심론적 해석이 지니는 설명의 한계를 극복해 보자는 것이다.

그런데 사회문화적 맥락의 다층적 성격을 충분히 고려하지 못한 채 기술 이용의 일면, 혹은 제한된 면만을 관찰하여 이를 단순 비교하고 그로부터 무리한 결론을 이끌어 내려 한다면 이는 필경 잘못된 주장을 제시할 우려가 없지 않다. 이 연구는 이를 피하고자 하는 시도로서 간략하나마 각각의 사회가 휴대폰 수용과 관련하여 지니고 있는 특징을 먼저 검토해 보고자 한다.

앞서 이론적 배경을 검토하는 과정에서 언급하였듯이 린(2003)은 커뮤니케이션 기술을 채택하는 과정을 통합적으로 파악하는 모델을 제시한 바 있다. 린의 모델에 따르면 채택에 관련하여 체계요인, 기술요인, 수용자 요인, 사회적 요인, 사용요인, 채택요인 등 여섯 가지 서로 다른 측면의 요인군들로 구분이 된다. 린의 모델이 지니는 장점은 기술 채택에 관여되는 요인들을 빠짐없이 고려해 보고자 하는 시도라는 점에서 발견 된다. 그런데 본 연구가 살펴보고 있는 네 사회는 이 요인군들 모두에서 상당한 차이를 가지고 있음이 분명하다.

체계요인에 포함된 항목만 보더라도 각 나라마다 규제구조가 다르고 기술문화도 다르며 시장경쟁 상황이나 산업동향도 차이가 있다. 조사대상국 모두가 높은 휴대전화 및 인터넷 보급률을 보이고 있지만 기술의 구체적인 활용상은 상당한 차이를

보인다. 일본의 경우 도코모를 중심으로 휴대전화 기술과 산업에 있어서 명실 공히 세계 최고 수준을 유지하고 있다. 한국과 일본, 홍콩 등은 지난 5년 남짓한 기간 동안 전 세계에서 이동전화 보급이 가장 급속히 이루어진 사회들이다. 반면에 미국은 대체로 완만한 보급률 곡선을 그리며 휴대전화의 확산되는 양상을 보여 왔다. 각 사회는 또한 요금제도도 같지 않다.

그러나 조사 대상자들이 주로 대학생들이라는 점을 고려할 때 반드시 지적하고 싶은 사항은 각 나라별로 학생들이 처하고 있는 생활공간의 구성과 통신 채널의 환경이 매우 대조적이라는 것이다.

〈표 3-6〉 응답 대학생들의 생활공간 특성 및 주요 통신채널의 비교

	일본	홍콩	한국	미국
주거공간	자가/자취	자가/기숙사	기숙사/자가	기숙사/자취
부모동거여부	동거/독거	동거/독거	동거/독거	독거
캠퍼스 거주 여부	no	no	yes/no	yes/no
인터넷 접근성	높음	높음	높음	매우 높음
유선전화	있음 없음(독거 학생)	있음	없음	있음
가장 빈번하게 사용하는 채널	휴대폰	휴대폰	휴대폰	이메일

〈표 3-6〉에서 보듯이 학생들의 주거 공간 가운데 가장 주요한 방식으로 언급된 것은 일본과 홍콩의 경우 자기 집에서 부모와 동거하는 방식이었으며, 반면에 미국과 한국은 기숙사에서 친구들과 방을 쓰는 것이었다. 한국의 경우에도 조사 대상자들이 만약 서울에 소재한 대학의 학교에서 선정 되었더라면 자가 주거 비율이 훨씬 높게 나왔을 것이다. 그러나 이 연구에 참여한 한국 응답자들은 지방대학 재학생이었기 때문에 한 명을 제외하고는 모두 기숙사에 살고 있었다. 동경, 홍콩 등은 각국의 중심적 대도시라 대체로 자기 집에 거주하는 학생들이 대부분이었다.

미국의 대학 캠퍼스는 동아시아 국가들의 경우와는 상당히 다르다. 대학생들의 거의 대부분이 입학과 동시에 자기 집을 떠나 기숙사 생활이나 혹은 학교 근처에서 자취를 하는 것이 대표적인 유형이다. 대체로 기숙사에 거주하는 경우 캠퍼스 내에 있기 때문에 학교 친구들과 접촉 빈도가 높다고 볼 수 있다.

캠퍼스에 거주하든 밖에 거주하든 인터넷 접속 가능성은 대체로 모두 높다고 응답했다. 그러나 미국의 경우 인터넷 접속 포인트가 거의 모든 빌딩에 구비되어 학생들이 손쉽게 접속할 수 있고 따라서 사용자의 밀도가 높지 않아 대기 시간이 너무 길지 않은 장점이 있었다. 반면에 아시아 국가들에서는 학교에서의 인터넷 접속 포인트가 보다 제한적이었다. 물론 접속 포인트의 물리적 구존 차이를 문화적 차이로 해석할 수는 없는 일이다. 그러나 물리적 환경의 차이에 따라 인터넷 이용의 습관이 다른 패턴으로 형성된다거나 주요한 커뮤니케이션 채널로 자리를 잡는다거나 하는 경우에는 일종의 독특한 매체 이용 문화를 형성하는 양상으로 발전하는 것을 볼 수 있다. 특히 미국의 경우 휴대폰에 앞서 인터넷을 통한 이메일 통신이 일상적 생활 속에 자리 잡은 기간이 길어 학생들이 익숙하게 여기는 통신수단이 되어 있었다. 수업시간이 끝나면 의례적으로 이메일을 체크하고 대개의 커뮤니케이션을 해결하였다. 휴대폰은 이메일 사용이 어려운 경우에 차선으로 선택하는 경우가 많았고, 혹은 긴급히 연락해야 하는 경우에 선택하는 경향이 있었다. 특히 수업 시간이 서로 달라 송신과 수신이 동시에 이루어지기 어려운 환경에서는 이메일이 오히려 더 빠른 접촉을 가능케 해주는 도구라고 응답하고 있었다.

2. 휴대전화 이용의 국가별 비교

휴대전화에 대한 사회적 이미지나 구체적인 이용 패턴 등은 특히 휴대폰의 사회적 확산이 시작되기 시작하는 초기 단계에서 극적으로 나타나기 쉽다. 새로운 기술에 대해 각 사회와 개인이 이전에는 없던 규범을 형성하고, 또 가치부여를 해 나가기 때문에 새롭게 여겨지는 현상이 많다. 그러나 다수 채택자(early majority)가 늘어나는 시점에 이르면 이미 초기적 현상은 사라지고 보다 안정된 형태의 규범과 패턴

이 자리를 잡게 된다.

이 연구가 대상으로 삼고 있는 네 개의 사회는 이미 휴대전화의 보급률이 거의 완성 단계에 이르고 있고 따라서 휴대폰이라고 하는 신기술에 관련된 사회적 수용 패턴이 거의 정착 단계에 들어서 있다고 볼 수 있다. 휴대폰 자체가 지니는 기술적 속성은 생산자에 따라 별 차이가 없고 또 소수의 제조업자들이 세계 시장을 과점함에 따라 기술 자체는 매우 보편적으로 수용되는 상황이다. 그럼에도 불구하고 동일한 기술이 각 사회에서 활용되는 과정에서 미세하지만 간과할 수 없는 차이들이 존재함을 발견할 수 있다.

〈표 3-7〉 휴대전화 이용의 국가별 비교

	일본	홍콩	한국	미국
응답자 연령	19(4), 31~32(4)	19~21(6)	21~25	1~24
휴대폰 사용기간	0.3~5년, 5~10년	1~5년	3~6년	1~4년
월 사용료	3~4천엔(학생)	HK\$100~150	2만~4만원	\$30~50
주요 용도	이메일, 음성	음성, SMS	SMS, 음성	음성, SMS
주요 사용기능	계산기, 샵메루*, 메모장	계산기, 알람	시계, 알람	시계, 알람
착신 모드	진동(음악다운 불필요)	음악, 진동	음악, 진동	진동
사용 빈도**	(여학생 3명의 경우) 30/18/2 45/42/1 15/10/0	13 23 17 10 7	모두 10건 이상	10/3/7 10 통화 이상 10 통화 이상 기록 없음 14/10/4 14/8/6
통화 상대	친구들	엄마, 친구들	친구들, 엄마	가족, 친구들
기계 특성	컬러, 카메라	컬러	컬러, 카메라	컬러
요금 지불	부모(학생), 자신	부모	자신(용돈)	부모, 자신

* 샵메루란 사진 메일을 말함.

** 일본 빈도표시 중 첫 번째는 하루 총메일수신, 둘째는 답신, 셋째는 음성통화 숫자이다. 홍콩의 경우 총통화/수신/발신.

〈표 3-7〉은 이러한 것 가운데 몇 가지를 정리해 놓은 것인데, 응답자들이 말한 휴대폰 사용 기간은 20대 초반 학생들의 경우 대체로 1년에서 6년 미만 정도의 분포를 보였는데, 미국 학생들의 경우는 대개가 2, 3년을 넘지 않는다고 대답한 반면에 아시아 학생들의 경우에는 다수가 4~5년을 사용해 왔다고 말하였다. 이러한 차이는 대략 5년 전 무렵의 휴대폰 보급률과 비교해 보면 일리가 있는 응답이라고 볼 수 있다(〈표 3-8〉). 1999년 예측치의 경우 한국, 일본, 홍콩이 모두 43~46% 정도 수준에 이르고 있음에 반해 미국은 29% 정도에 머무르고 있다. 대학생들 보다는 30-40대 직장인들 사이에서 초기채택자 비율이 높다는 점을 감안해 보면 미국의 경우 대학생 사이에 보급이 급증한 것은 2001년 이후의 현상이 아닌가 한다. 학생들만 비교했을 때 월 사용료 수준은 크게 차이나지 않았다. 그러나 현지 물가를 감안한다면 일본과 미국의 응답자들은 휴대폰 경사용자(light users), 혹은 절약형 사용자라고 생각된다.

〈표 3-8〉 주요국가의 이동전화 보급 예측

(단위: 천명, (%))

국가	1999	2000	2001	2002
일본	54,408(43)	60,778(48)	66,471(52)	71,778(56)
한국	21,711(46)	23,484(50)	23,830(50)	24,030(50)
홍콩	2,163(44)	3,162(48)	4,430(52)	5,908(57)
싱가포르	1,209(38)	1,456(45)	1,167(50)	1,839(54)
미국	80,567(29)	96,516(35)	109,645(39)	119,010(42)
영국	12,910(22)	15,810(26)	18,420(31)	20,650(34)
프랑스	12,267(21)	15,175(26)	18,014(30)	20,560(34)

출처: Strategies Group(1998). *World Cellular/PCS Markets*.

모든 사회에서 음성통화와 SMS가 많이 사용되었다. 특히 한국과 홍콩에서는 SMS가 학생들이 가장 많이 사용하는 기능이었음에 비해 미국의 경우는 음성 통화가 더 많았다. 이러한 현상은 앞서 지적한 바와 같이 SMS의 기능을 이메일이 대신하기 때문인 것으로 풀이된다. 일본의 경우가 주목할 만한 것이었는데, SMS 대신에 이메일

일을 주로 사용하고 있었다. 특히 어떤 여학생의 경우 하루 동안에 45통의 메일을 받고 42개에 대해 답신 메일을 보냈으며 음성통화는 단 한 건에 불과했다. 다음 여학생도 역시 메일 수신 30개, 답신 18개, 음성통화 2건으로 메일 사용이 압도적이었으며, 마지막 여학생의 경우에는 음성통화가 아예 없고 메일 수신과 답신만이 각각 15건, 10건 이었다. 간단히 말해 일본 응답자들의 경우 휴대폰은 이미 전화라기보다는 이메일기계(e-mailer)라고 할 수 있었다. 응답자들에 따르면 대부분의 친구들이 자신들과 유사한 사용 패턴을 보인다고 한다. 통화요금이 비싸기 때문에 요금을 절약하려는 목적에서 이런 이용 패턴이 형성되었다고 볼 수 있고, 다른 이유로는 공공장소에서 눈에 띄는 통화를 회피하려는 일본인의 문화적 속성을 들 수 있을 것으로 보인다. 이 점에 대해서는 다음 절에서 다시 논의하기로 한다.

음성 통화나 이메일, 단문메시지 등을 제외한 기능 가운데 많이 사용하는 것으로 일본과 홍콩에서는 계산기, 메모장, 알람 등이 언급된 반면, 한국과 미국에서는 시계와 알람이 많이 이용된다는 대답이었다. 일본에서는 최근 사메루(사진메일) 보내기가 유행이라고 말했는데, 이는 응답자들이 사용하는 기계의 특성에서도 나타나듯이 일본 사회에서 가장 최신형의 모델이 보급되고 있는 것을 반영하는 현상이었다. 조사가 이루어진 2003년 중반 당시 카메라폰을 가진 학생이 있는 나라는 일본과 한국뿐이었다. 또 카메라폰 구입의사에 대해서는 일본과 한국, 홍콩 등의 학생들은 다음 번 교체 때 꼭 사겠다는 응답이 많았던 반면, 미국의 경우에는 필요성에 대해 좀 더 두고 봐야겠다는 식의 유보적 반응이 많았다. 아시아 학생들의 경우 거의가 카메라폰을 구경한 경험이 있었으며, 반면 미국 응답자들의 경우 실제로 카메라폰을 보거나 이용해 본 적이 있다고 말한 사람은 한 명도 없었다.

최신형 휴대폰에 대한 이용자들의 민감성 역시 아시아에서 뚜렷이 높게 나타나는 것 같았다. 인터뷰 참여자들 모두 구모델과 신모델, 저가 모델과 고가 모델 등에 대해 자세한 정보를 많이 가지고 있는 반면, 미국 응답자들은 대체로 모델 자체에 대한 관심과 정보가 부족하였다.

주요 통화상대로는 모두가 친구와 가족을 언급하였으나 아시아의 경우 친구가 더

많이, 미국의 경우 가족이 더 빈번하게 언급되고 있었다. 휴대전화 이용요금은 어느 사회에서나 상당한 경제적 부담거리로 지적 되었다. 그런데 재미있는 현상은 한국의 대학생들이 통상 부모로부터의 경제적 독립이 늦다는 인식과는 달리 휴대폰 이용료의 부담에 있어서만은 아르바이트나 용돈을 통해 해결한다는 응답이 많았고, 오히려 다른 나라에서는 부모에 의존한다는 응답이 많았다. 응답자 수가 워낙 적기 때문에 일반적인 경향이라고 말할 수는 없고, 다만 응답자에 포함된 학생들의 학년이나 연령이 한국의 경우 약간 더 높은데서 기인한 결과가 아닌가 생각된다.

3. 공간마련형 대 자유발설형

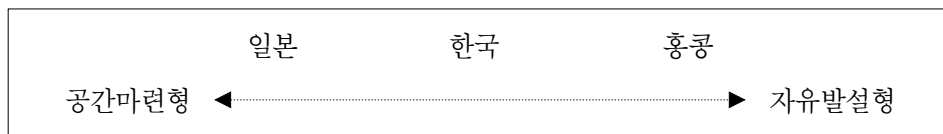
플란트가 이름 붙인 공간마련형(spacemaker)와 자유발설형(speakeasy)의 두 유형은 휴대폰 이용 행태에 있어서 비교적 차이가 없어 보이는 아시아 국가들의 이용자들 간에 일종의 뚜렷한 차이를 부각시켜주는 개념이다. 공간마련형 이용자들은 기본적으로 전화통화에 있어서 ‘때’와 ‘장소’를 가려야 된다고 생각하는 사람들이다. 그런데 휴대폰은 때와 장소를 가리지 않고 통화를 가능하게 한다는 것이 속성이자 장점이기 때문에. 공간마련형들은 통화에 적절한 공간을 물리적, 혹은 상징적으로 확보하려고 애쓰는 것이다. 이들은 대화의 내용과 현재 자신이 처한 물리적 상황이 야기할 수 있는 불일치를 최대한 줄이고자 하며, 또한 현재진행중인 행위에 우선성을 부여하고 전화는 이에 대한 일종의 끼어들기(interruption)로 해석하는 경향이 있다. 공간마련형들은 따라서 자신이 심리적으로 편하게 느낄 수 있음과 동시에 타인에게 피해를 주지 않는 공간이 어떻게든 마련되기 어려운 상황에서는 통화를 억제하거나 최소화하려는 경향이 있다. 예컨대 지하철이나 버스 등과 같은 장소에서의 통화를 불편하게 여긴다.

반면에 자유발설형은 말 그대로 거리낌 없이 떠들어대는 타입이다. 극단적인 경우 이들은 때와 장소, 통화의 주제와 상대, 목소리의 크기 및 주변 사람들의 반응 등에 대해 대체로 무관심하며 심한 경우에는 적극적으로 무시하는 행동을 보인다. 이들에게 버스는 자신의 안방이나 별반 차이가 없으며, 자신의 애인과의 통화를 옆

사람이 듣든지 말든지 관계치 않는다. 또 자신이 그러하기 때문에 남들의 자유발설형 태도에 대해서도 관대하다. 자유발설형이나 공간마련형이나 모두가 개인의 행위에서 그치기보다는 사회적으로 용납되느냐의 여부와 연결되기 때문에 개별적 행위 유형을 넘어 사회적 규범으로 형성되는 측면이 있다.

다시 말해 한 사회 내에도 공간마련형이나 자유발설형이 있게 마련이고, 심지어는 한 개인도 경우에 따라 이 유형에서 저 유형으로 옮겨 다닐 수 있지만, 그것이 집합적 상황에서 발현되는 경우에만 사회적 의미가 있다고 보기 때문에, 사회 규범적 측면에서의 고찰이 매우 중요하게 된다.

연구에 포함된 아시아 3국은 이러한 점에서 매우 재미있는 스펙트럼을 형성한다. 공간마련형과 자유발설형을 개인이 아닌 사회에 비교해 본다면 세 나라의 위치는 대략 다음과 같은 순서를 형성할 것이다.



지하철과 같은 공공장소에서 휴대전화를 사용하는 빈도와 행위 패턴을 보면 이러한 위치 지정이 쉽게 공감할 수 있다. 동경의 지하철에서 휴대전화 신호음이나 통화음을 듣기보다는 서울에서나 홍콩에서 그러기가 훨씬 수월하다. 홍콩의 인터뷰 참여자에게 공공장소에서의 휴대폰 사용문제에 대해 물었을 때 아래와 같은 대답을 하였는데, 참가자들이 대부분 동의하는 분위기였다.

“그것이 [공공장소에서 휴대폰 사용하는 것은] 약간 귀찮은 일이지는 하죠. 하지만 큰 문제는 아니에요. 공공장소에서도 말할 권리는 있는 것이죠... 사람들이 공공장소에서 굉장히 큰 소리로 통화하는 경우도 있기는 하지만 자주 있는 일은 아니죠. 난 괜찮아요. 그래서 별 문제 아니라고 생각합니다.”(패트릭)

편치는 없지만 별 문제 아니라고 생각하는 것이다. 하지만 지하철이 아니라 강의

실인 경우에는 이러한 관용이 용납되기 힘들어 보인다.

“비전공과목인 일반교육론 수업을 들을 때면 언제나 큰소리로 전화를 받는 사람들을 봐요. ‘응’, ‘여보세요’, ‘무슨 일이야?’, ‘어, 나 수업 중이야’ 등등의 말을 크게 해요.”(매기; 실제와 비슷하게 흉내냄)

그런데 수업 중에 전화를 꺼내 공공연히 통화를 하는 사람이 한 명이라도 있다는 것은 그 사회의 분위기가 그러한 행위를 가능케 할 만큼 휴대폰 사용에 대한 관용도가 높다는 것을 말해 준다. 한국에서도 회의 중에 전화가 걸려오면 자리를 뜨지 않고 그냥 고개만 돌리거나 머리를 테이블 아래로 숙이고 통화를 하는 사람들을 자주 볼 수 있다.

그런데 이러한 행위 패턴은 고착된 것이 아니다. 시간이 경과함에 따라 사회적 합의가 변할 수도 있고, 그 결과 휴대폰이라는 기술을 사회적으로 활용하는 데에 따른 규범을 형성해 나가는 것이다. 동경의 지하철에 휴대폰을 사용하지 말자는 스티커가 처음부터 붙었던 것은 아니다. 한국의 기차 좌석 커버에 휴대폰 사용을 억제하는 그림이 걸리고, 안내방송을 통해 실내 통화 금지가 요청되는데도 불구하고 여전히 전화를 꺼내 주위 사람들을 괴롭히는 사람들이 갑자기 사라질 수도 없는 노릇이다. 문화적 변화는 느리기 때문이다.

착신모드를 어떻게 설정하는가에 있어서도 문화적 요인의 영향은 강하게 개재하는 것으로 보인다. 일본 참여자들은 모두가 예외 없이 진동모드에 고정하고 있다고 응답하였음에 비해, 한국이나 홍콩의 경우 주요 모드는 벨소리였고 경우에 따라서 매너모드로 전환한다고 하였다. 모드 선택의 선호 차이는 곧 벨소리 다운에 있어서도 차이를 보였는데, 일본의 경우 진동모드를 바꾸는 경우가 거의 없기 때문에 벨소리를 다운받는다는 이용자가 한 명도 없었다. 반면에 한국이나 홍콩에서는 벨소리 다운로드가 휴대폰을 이용한 비즈니스 아이템 가운데 매우 중요한 부분을 차지하고 있다.

연구가 이루어진 2003년의 시점에서 동아시아의 세 나라 사이에는 분명 공공장소에서의 휴대폰 사용에 수반하는 소음의 용인 정도에서 차이를 보이고 있었다. 미국

의 경우를 앞서의 그림에 삽입한다면 한국과 일본 사이의 공간마련형 쪽 선상에 위치를 마련할 수 있을 것이다. 모든 문화권에서 휴대폰 소음(착신신호음, 통화음)은 기술의 편리함에 수반하는 부작용으로 여기는 것이 분명했지만, 그것을 필요악으로 여기고 참아 넘길 것인지, 혹은 새로운 사회적 규범을 마련하여 규제를 할 것인지에 대한 선호는 분명히 다른 양상을 보이고 있었다. 일본의 경우에는 후자가, 그리고 홍콩의 경우에는 전자가 주요한 선택이었다고 하겠는데, 이러한 현상이 얼마나 같은 패턴으로 지속될지는 분명치 않다.

4. 가족의 영향: 부모와 배우자

커뮤니케이션 미디어 이용의 패턴은 개인의 성향에 따라 다양하게 나타나지만, 다른 한 편으로는 가족을 중심으로 일정한 패턴이 형성되는 측면도 강하게 드러나고 있다. 본 연구의 일본 인터뷰 가운데 직장인 기혼자 그룹이 보여준 응답들은 이러한 가정을 강하게 뒷받침해 준다. 인터뷰에 응한 두 부부는 모두 31세 혹은 32세의 젊은 고학력 직장인들로서 비교적 많은 시간을 신문, 텔레비전, 인터넷, 휴대전화 등의 사용에 소비하고 있는 편이었다.

인터뷰 초반에는 두 부부의 미디어 이용 패턴에 별 차이가 없는 것처럼 보였다. 그러나 인터뷰가 진행됨에 따라 카나자와 부부는 타가 부부에 비해 새로운 기술의 채택과 이용 면에서 훨씬 보수적이고 소극적이라는 것이 드러났다. 이들 두 부부는 오랫동안 서로 알고 지낸 친구 사이였지만, 서로가 두 가정 간에 그런 차이가 있다고 생각해 본 적은 없는 것 같았다.

타가 부부는 휴대폰과 인터넷을 사용한 지 8년에서 10년 정도가 되었는데, 특히 부인 시노의 경우가 더 빨랐다. 중요한 이유로 이탈리아 항공사의 일본 지사에서 일하는 친정아버지의 영향이 지적 되었다. 비록 나이는 50대 중반이지만 친정아버지는 그 나이 또래와는 매우 다른 라이프스타일(취미가 오토바이이며, 인터넷을 통해 오토바이 동호회원들과 정보 교환)을 가지고 있었으며 새로운 기술에 대한 채택도 매우 빠른 유형에 속한다고 볼 수 있었다. 딸로부터 인터넷을 배워서 인터넷으

로 बैं킹과 쇼핑을 하고 지금은 홈페이지 구축에도 관심을 기울인다고 한다. 시노는 친구인 카나자와 부부에게 휴대폰을 권유하여 사게 만들었고, 이들 부부의 인터넷 이용에도 상당한 영향을 미친 것으로 나타났다.

그렇지만 카나자와 부부의 주요한 정보원은 인터넷이라기보다는 신문과 텔레비전 뉴스였다. 인터넷과 휴대폰을 이용하여 야후 검색에서 주로 뉴스를 얻는다는 타가와는 매우 대조적이었다. 타가는 사실상 신문을 구독하지도 않았다. 반면에 카나자와는 두 부부가 결혼 전에 각각 집에서 보던 아사히와 요미우리를 각각 3개월씩 번갈아가며 구독하고 또 매일 거르지 않고 신문을 장시간 동안 읽는 것으로 나타났다. 그런데 이 부부의 전통적 미디어 습관은 각자의 부모로부터 받은 영향 때문인 것으로 추측되었다. 카나자와의 부친은 퇴직 공무원인데 일생을 매우 검소하고 규칙적으로 살아온 교과서적인 인물이며, 신문과 텔레비전 이외에 다른 정보미디어를 활용하지 않는 타입이다. 어머니는 이 그룹이 알고 있는 사람들 가운데 할머니를 제외하고는 유일하게 휴대폰을 갖고 있지 않은 사람인 것으로 나타났다. 아버지 역시 휴대전화는 긴급 통화에만 쓰는 것 정도로 인식하고 있고, 본인도 많이 사용하는 편은 아니었다.

두 부부의 커뮤니케이션 미디어 이용 패턴을 보면 개인의 미디어 활용이 순전히 개인의 선택과 습관 등에 의해 형성 된다고보다는 부모와 배우자의 영향이 매우 크고, 또 개인을 단위로 이용 패턴이 형성되기 보다는 가족을 단위로 형성되는 측면이 발견된다. 특히 부모의 이용 행태는 자녀의 이용행태 형성에 직접적인 연관이 있는 것으로 보인다.

5. 세대간 정보 채널의 선택적 활용과 기술격차

홍콩 인터뷰의 참가자들은 부모들이 예외 없이 모두 음성통화 기능만 사용한다고 말하였다. 이러한 대답은 일본의 경우에도 대체로 비슷하였고 한국이나 미국에서도 마찬가지였다. 사실 부모의 연령대는 40대 초반에서 60대 초반까지 비교적 넓게 분포하고 있었는데도 모두 한결 같이 음성통화 위주의 전통적 전화 기능을 중심으로

휴대전화 이용이 이루어지고 있었다.

이러한 현상은 휴대폰이나 인터넷 등과 같은 새로운 기술 활용의 폭과 깊이가 나이에 비례하여 일정하게 증감하는 것이 아니라, 기술을 중심으로 구분된 세대간에 급격한 단절(break)이 있다는 것을 추측케 한다. 즉 40대와 60대는 모두 인터넷이나 휴대전화를 30대 이후에 수용하게 되었으며, 이는 이들이 이미 기존의 커뮤니케이션 기술과 그 기술에 기반을 둔 커뮤니케이션 모드에 완전히 적용된 이후에 새로운 기술과 만나게 되었음을 의미하는 것이다. 그런 점에서 40대와 60대는 새로운 기술에 자신들을 재훈련 시켜야 한다는 점에서 근본적으로 동일한 난관에 봉착하고 있는 것이고, 이에 대한 반응도 유사하다. 다만 직무로부터의 압박과 신체적 이점 등이 낮은 연령층에 있는 이용자들이 하위급 상대적으로 더 빨리 새로운 기술을 수용하고 적용하게 만드는 것일 뿐이다.

인지적 능력이 최고 상태에 있는 10대 후반에서 20대 초반에 휴대폰과 인터넷을 수용한 세대와 나이가 든 이후에 신기술을 접한 세대 사이에는 기술 적응력의 측면에서 상당히 근본적인 단절이 존재하는 것으로 이어진다. 이에 따라 현재의 10대와 20대, 30대, 그리고 40대 이상 간에는 정보 매체의 활용 패턴 측면에서 비교적 뚜렷한 격차를 보이게 되는 것이다. 응답자들이 지적한 바에서 나타나듯이 부모 세대가 취하는 뉴스의 주요 정보원은 텔레비전과 신문인 반면에 대학생들은 인터넷과 휴대전화가 언급되고 있다. 국내의 최근 조사에 따르면 15세에서 20세 미만에 있는 연령층의 경우 인터넷 이용률이 97%, 20~25세 미만은 96.1%, 25~30세는 83.1%, 30~40세 75%, 40~50세 56.5%, 50세 이상 22.2%로 40세를 기준으로 볼 때 세대간 이용률 격차가 급격하게 벌어지고 있음을 알 수 있다(정보통신정책연구원, 2004).

이러한 현상은 한국에서만이 아니라 이번 조사의 모든 응답자들로부터도 공통적으로 들을 수 있는 현상이었다. 아버지가 외과 의사인 한 미국 학생은 자신의 아버지가 거의 컴맹이며 어쩌다 사용하려는 경우 아들이 도와주어야 한다고 말하고 있다. 아버지의 나이는 47세 밖에 되지 않았지만 이메일 확인도 엄마가 주로 도와준다고 말하고 있다. 다른 한 학생의 경우는 아버지가 이메일이나 컴퓨터를 이용하지

않는 이유로 직업 환경을 들었다. 43세로 건축을 하는 자신의 아버지는 이메일을 사용할 상대방, 즉 할 네트워크가 없고, 또 굳이 이메일을 사용할 이유를 못 느낀다고 진술하고 있다.

휴대전화 이용에 대해 부모 세대가 자식 세대와의 비교에서 보이는 다른 중요한 차이점은 기술 자체에 대해 느끼는 사회적 적합성에 대한 감각에서도 발견된다. 젊은 세대의 경우 휴대 전화를 이용한 통화가 대인 간 커뮤니케이션 채널로써 편리할뿐만 아니라 적합한 도구라고 느끼는 반면에 부모 세대에서는 편리하기는 하지만 ‘상황’에 적합치 않은 커뮤니케이션 수단이라는 인식이 발견된다. 이러한 현상은 국내의 이용자들을 대상으로 한 연구에서 이미 확인된 바 있는데(배진한, 2003), 일본과 홍콩에서도 같은 현상에 대한 언급을 확인할 수 있었다.

일상적인 정보를 획득하는 주요 경로에서는 세대별 격차가 보다 뚜렷하게 나타났다. 부모의 인터넷 활용이 매우 적극적이라고 응답한 일본의 한 경우(나이토 시노)를 제외하고는 모든 응답자가 부모 세대의 주요 정보원으로 신문과 텔레비전을 꼽았다. 반면에 응답자들 스스로가 의존하는 정보원으로는 인터넷이 전체적으로 앞섰고 텔레비전, 신문 등이 다음 순위의 정보 통로로 지목되었다. 그러나 변호사를 하고 있는 카나자와와 법학 대학원생인 나이토의 경우는 신문을 통한 정보 획득이 매우 높았다. 이 경우는 두 사람의 직업적 특수성에서 기인한 것이라고 해석된다.

휴대폰과 인터넷으로 대변되는 새로운 정보 테크놀로지의 발전은 지속적으로 진행되고 있다. 정보기술 수용에 있어서의 사회적 격차 문제는 이른바 디지털 디바이드(digital divide)의 개념을 통해 빈번히 제기되어 왔다. 디지털 디바이드 논의가 통상 주목해 온 격차 문제는 주로 빈국과 부국, 빈자와 부자, 남성과 여성, 도시와 농촌 등의 대비를 통해 조명되어 왔다. 사회적 자원의 불균등 분배 상황에서 기인한 이러한 격차를 근본적으로 해결하는 방안은 자원분배의 공평성을 높이고 공공사업을 통해 약자의 편에 교육과 훈련을 집중하는 것이다. 그러나 나이를 기초로 한 세대간 디지털 디바이드는 다른 차원의 접근을 필요로 한다. 가장 잘 사는 나라의 부자들조차도 이 문제를 비켜갈 방도는 없기 때문이다. 기본적으로 노화에 의한 학습 능

력의 감퇴에서 기인하는 세대간 디지털 디바이드는 고령화 사회로의 이행이 급속히 이루어지고 있는 21세기의 한국 사회에서 더욱 진지하게 다루어져야 할 문제이기도 하다.

제5절 소 결

1980년대 초에 미국의 워싱턴에서는 통신산업 및 정책 전문가들이 한 자리에 모여 미래의 통신에 대해 토론을 벌이고 있었다. 당시 그들이 내 놓은 예측 가운데 하나는 이동통신이 머지않아 통신설비가 미비한 저개발국들에 의해 적극적으로 도입될 것이라는 점이었다. 하지만 예측은 빗나갔다. 몇 년 후 이동통신은 통신망이 없는 저개발국이 아니라 이미 전화선이 곳곳에 깔려 있는 선진 사회에서 가장 인기 있는 아이템으로 떠올랐다. 도대체 예측이 틀린 이유는 무엇일까? 이미 전화가 많이 보급된 나라에서 휴대전화 수요가 폭발한 까닭이 무엇이란 말인가?

이미 살펴보았던 것처럼 기술의 채택과 확산과정에는 여러 가지 요인들이 개재한다. 국가의 산업정책과 같은 정치적 요인, 시장 상황 및 가치분 소득의 규모 등과 같은 경제 요인, 기술의 상징적 가치나 시간 및 공간의 구성에 관련된 사회적 요인, 그리고 개인과 사회가 유지하고 있는 규범과 가치에 관련된 문화 측면 등이 모두 어떤 기술의 성패를 좌우할 이유들을 제공하기도 하고 제거하기도 한다. 기술의 잠재력을 기술 자체가 지닌 속성을 중심으로 파악하려고 하면 결코 그 기술의 미래를 제대로 볼 수가 없는 법이다. 이 연구는 20세기의 마지막 시기에 등장하여 불과 수 년 만에 현대인의 필수품이 되어버린 휴대전화라는 통신 기술이 문화적 맥락을 달리하는 환경에서 어떻게 다른 모습으로 활용될 수 있는지, 또 다양한 기능을 지닌 이 기술이 왜 세대에 따라 메뉴 선택의 폭에서 것처럼 큰 차이를 드러내게 되는지 등에 대해 알아보고자 하였다. 그렇게 함으로써 기술이 문화 속으로 들어 왔을 때 특정 문화와의 상호작용 속에서 서로가 서로에게 어떤 영향을 남기는 것인지 살펴보고자 하였다.

이 연구는 4개국에서 스물다섯 명을 상대로 인터뷰를 실시하여 얻은 자료를 바탕으로 휴대전화나 인터넷과 같은 새로운 통신기술의 사용이 사회문화적 맥락에 따라 어떤 차별성을 보이는지, 혹은 동일성을 보이는지를 조명해 보고자 하였다. 다른 문화권으로 가정된 각각의 나라에서 이 두 가지 기술의 이용과 관련해서는 극적인 차이보다는 오히려 유사한 현상이 지배적으로 발견되었다고 할 수 있다. 하지만 동시에 휴대전화가 각각의 사회에서 작지만 의미 있는 차이를 발현하고 있음도 살펴볼 수 있었다. 어느 사회를 막론하고 세대간의 차이가 발견된 것은 주목할만한 현상이었으며, 이러한 세대간 기술 이용 상의 격차가 발생하는 원인에는 새로운 커뮤니케이션 기술이 요구하는 능동적 학습 능력의 문제가 있음을 본 연구는 지적하였다. 급속히 발전하는 정보통신 기술의 복잡성은 미래에 세대간 격차를 더욱 증대시킬 가능성도 있다. 기술을 중심으로 한 세대 격차는 단순히 기술 자체의 활용 차이에서 그치는 것이 아니라 기술의 활용이 매개하는 다른 활동들, 예컨대 정치적 참여, 경제적 이윤추구, 사회적 교제 등등의 행위에서도 중요한 차이로 발전할 수 있다. 앞으로의 연구가 기술격차의 문제를 세대간 격차의 각도에서 좀 더 자세히 조명해 보아야 할 이유를 여기에서 발견할 수 있다.

제 4 장 모바일 미디어 사용과 커뮤니케이션 시공간의 재구성

제 1 절 서론

휴대전화의 급속한 보급은 현대인의 커뮤니케이션 양식에 근본적인 변화를 야기하고 있다. 휴대전화는 기존의 전화와 비교해 볼 때 단순히 기존 전화의 기능을 확장함으로써 편리함을 증가시키는 정도의 새로운 기술이 아니다. 기존 전화를 대체할 만한 실제적 효용성을 지녔음은 물론 근본적으로 대인간 커뮤니케이션 행위의 양식과 이에 수반되는 상호작용 양식의 변화를 동반한다는 점에서 새로운 커뮤니케이션 매체로서의 휴대전화가 가지는 사회적 함의는 대단히 중요하다. 그럼에도 불구하고 아직 이에 대한 탐구와 논의는 매우 초보적인 수준에 머무르고 있는 형편이다.

이 글은 휴대전화가 기존전화와는 달리 이용자들의 커뮤니케이션 행위 및 상호작용 방식에 어떤 새로운 작용을 일으키고 있는지를 탐구의 대상으로 설정해보고자 하는 시론이다. 특히 새로운 매체로서의 휴대전화가 이용자의 공간 및 시간에 대한 지각 방식을 어떻게 달리 변화시키고 있는지, 그리고 공간과 시간의 구성방식에 어떤 차이를 보이는지를 중심으로 살펴봄으로써, 매체의 사회적 특성과 영향을 평가해 보고자 한다. 이를 위해 먼저 사회적 공간(social space)의 구성에 관한 이론들을 살펴보고, 이를 통해 획득한 개념들을 사용하여 휴대전화가 구성하는 커뮤니케이션 공간의 특징을 파악해 보도록 한다. 다음으로는 “언제 어디서나” 사람들을 연결시켜 준다는 휴대전화의 신속성이 상호작용 과정에 개재하는 시간적 지체의 의미를 어떻게 바꾸고 있는지, 또 그럼으로써 사회적 상호작용에 끼치는 영향은 무엇인지에 대해 논의해 보려고 한다. 마지막으로 이러한 시공간 지각방식의 변화 문제를 일상적 상호작용 과정 및 공공공간(public space)의 구성에 미치게 되는 사회적 의미

에 대해 논의해 볼 것이다.

본론에 들어가기에 앞서 이 글이 주장하게 될 주요 사항을 간단히 정리해 보면 다음과 같다.

- 공간은 사회적으로 구성된다.
- 교통 및 통신 기술의 발전은 시간과 공간의 압축현상을 가져왔다.
- 휴대전화는 커뮤니케이션의 개방성과 폐쇄성의 구성 방식을 변화시킨다.
- 휴대전화는 상호작용의 개시에 소요되는 시간적 비용의 기대방식을 바꾼다.
- 휴대전화의 사용은 커뮤니케이션 공간의 공공성, 나아가 사회적 공간의 공공 재적 속성에 관련하여 고찰되어야 한다.

처음 두 가지 진술은 이 글에서 사용될 주요 개념들에 대한 이론적 탐색이며 나아가 휴대전화의 사용으로 인해 전개되는 새로운 커뮤니케이션 형태의 의미를 체계적으로 파악하는데 필요한 인식들을 마련해 보자는 목적을 지닌다. 나머지 세 진술은 이 글이 주요 논의 사항으로 삼고자 하는 관찰의 결과이자 주장이다. 본 연구는 대체로 주관적 관찰과 개념화 작업에 기초하고 있으며, 실증적 조사의 예비단계적 성격을 띠는 글임을 밝혀둔다. 아래에서는 위의 다섯 가지 진술을 중심으로 논의를 진전시키고자 한다.

제 2 절 커뮤니케이션 공간의 사회적 구성에 대한 이론적 검토

휴대전화의 급속한 보급과 더불어 야기되고 있는 여러 가지 사회적 및 문화적 현상 가운데, 공공연히 매우 사적인 이야기를 주고받는 현상을 볼 수 있다. 지하철, 버스, 기차, 등과 같은 공공장소에서 주위의 낯 선 사람들에게 둘러싸여 사적인 통화를 하는 현상이 일반화 되고 있다. 이제는 그것이 너무나 일상적인 모습이 되어버린 까닭에 이와 같은 지적 자체가 하등 새로운 것이 없는 소리처럼 들리게 되었다. 그러나 잘 되짚어 생각해 보면, 휴대전화가 보급되기 시작하던 초기에 장소의 제약 없이 전화기를 붙들고 이야기를 하는 모습이란 그 행위의 주체나 혹은 그 광경을

보고 있는 사람에게나 모두 매우 생경하고 어색한 장면이었다. 자동응답기에 대고 말을 한다는 것이 너무나 어색해서 그냥 전화를 끊어 버린 경험을 가진 사람들은, 길을 가며 전화에 대고 중얼거리는 행위가 얼마나 어색한 것이었는지 이해하기 어렵지 않을 것이다. 처음에는 매우 어색하던 이런 모습들이 이제는 일상의 모습으로 자리 잡았다.

특정 공간에서 특정 행위가 어떤 방식으로 받아들여지는가는 그 공간이 사회적으로 어떻게 구성되는가에 달려 있다. 시간과 공간은 사회적으로 구성된다(Harvey, 1996, 210-247참조). 뒤르켐 이후 사회학, 인류학, 사회심리학, 지리학 등에 관련한 수많은 학자들에 의해 이러한 주장은 무리 없이 받아들여져 왔다. 각각의 학자들이 모두 동일한 배경과 바탕에서 이 명제를 지지한 것은 아닐 수도 있다. 따라서 이 명제를 좀 더 명확히 정의할 필요가 있다. 지리학자 하비는 이를 다음과 같은 측면에서 진전시키고 있다. 첫째, 시간과 공간이 사회적 구성체임을 주장한다고 해서 시간과 공간에 대한 지각과 인식이 실제와는 무관한 상상적 구성물이라는 것은 아니다. 하비에 의하면 시간과 공간은 우주에 포괄되는 것이며 물질적 존재를 총체적으로 추상하는 우주의 개념 내에 있게 된다. 따라서 시간과 공간은 근본적으로 물질적 실재의 부분이며, 실재를 인식하는 방식에 가깝다. 즉 시간과 공간의 개념은 그 자체가 고정 불변의 실재라기 보다는 실재하는 어떤 대상을 인간이 범주화하고 유형화하여 인식할 수 있도록 해주는 일종의 방식이라는 것이다. 둘째, 시간과 공간은 객관적이다. 시간과 공간을 인식하고 정의하는 방식은 은유적이고 주관적인 측면이 있으나, 그것들이 사회적으로 구성된 이후에는 객관적 실재로서의 성격을 형성한다. 하비는 부르디외가 북아프리카의 카바일 사회에서 사람과 행위를 별도의 장소와 시간에 할당함으로써 어떻게 사회적 질서를 조직하는지 보여주고 있는 예를 인용하며 시간과 공간의 사회적 조직화가 객관적인 사회적 사실로 존재하게 됨을 주장한다. 카바일 사회에서는 여성의 역할이 시간과 장소의 구획에 따라 규정되는데 여기에는 권력의 배분과 간섭이 작용한다. 이와 동질적인 현상은 사실상 모든 사회에서 발견될 수 있다. 한국의 경우 여자가 밤늦게 나다니면 위험하다(혹은 안 된다)

든지, 부엌은 남자들이 들락거릴 곳이 아니라든지 하는 식으로 시간과 공간에 따라 성 역할을 규범화하고 있음을 볼 수 있다. 나아가 사회적 행위의 규범화는 사회적 권력을 공간에 결부시키는 것을 의미한다. 혹은 권력의 표출은 항상 공간의 독특한 구성방식에 따라 이루어지는 것이라고 말할 수도 있을 것이다. 또한 공간이 항상 사회적 권력을 담지하고 있는 것이라고 한다면, 공간의 재조직화는 사회적 권력이 표출되는 틀의 재조직화를 말하는 것이다(Harvey, 1989, 255).

공간의 사회적 구성에 대한 중요한 이론적 기여를 우리는 고프만의 연구(Goffman, 1959, 106-140)에서도 찾아볼 수 있다. 사람들이 일상의 행위를 어떻게 구성하는지에 대한 관찰을 토대로 고프만은 전면영역(front region)과 후면영역(back region), 혹은 무대 위(front stage)와 무대 뒤(backstage)의 개념을 적용하여 사회적 행위의 적합성이 어떻게 구성되는가를 탐구하고 있다. 전면영역이란 사람들이 자신의 행위를 주어진 시간과 공간의 영역 내에서, 상황의 전제에 따라 다른 사람들에게 ‘공연 performance’ 해 ‘보여주는(present)’ 공간이다. 전면영역에서의 행위는 무대 위에서의 공연과 마찬가지로 상황적 기대에 부응하는 의도적 자기 표현인 셈이다. 이에 반해 후면영역이란 사람들이 전면영역에서라면 하지 않을 행위, 혹은 전면영역에서 보여 주려 했던 것과는 오히려 모순적인 행위를 하는 영역이라고 할 수 있다. 무대 위와 무대 뒤의 구분은 행위의 목적과 상황에 따라 조건화되는 것이며, 나아가 행위가 이루어지는 시간과 공간에 대한 묵시적 및 명시적 구성에 따라 결정된다.

대체로 인간의 전면영역은 특정 장소에 의해 설정되기보다는 누구와 있느냐에 의해 설정된다. 근본적으로 모든 인간은 혼자 있는 상황을 제외하고는 항상 일종의 전면영역에 자신을 배치하게 된다고 볼 수도 있다. 배우자와 함께 있는 순간에도 사람들은 일정 부분 자신을 타인에게 ‘내 보이고 있음’을 의식하게 되며, 따라서 타인에 대해 자신을 연출하게 되는 것이다. 그러나 가족 내에서 형성되는 전면영역은 가족 밖의 공간에 놓이게 되는 상황과 비교했을 때, 후면영역의 성격을 지니게 된다. 다시 말해 전후면 영역, 혹은 무대 위와 뒤의 구분은 상대적이며 중층적이다. 일 상에서 경험하게 되는 가장 엄격한 전면영역은 공공영역, 혹은 공공공간이라고 할

수 있다. 공공공간에서의 행위는 무수히 많은 제약 속에서 이루어진다. 고탐를 지른 다거나 옷을 벗는다거나 남을 위협한다거나 하는 행위는 허용되지 않는다. 타인에게 피해를 가할 수 있는 모든 종류의 행위와 사회적 규범에 어긋나는 행위는 공공공간에서 배제되며, 이러한 배제의 규율은 권력에 의해 뒷받침된다. 주목할 점은 공공공간을 유지하는 권력의 성격이 매우 애매하고 포괄적인 권력이라는 점이다. 다시 말해 타인에게 직접적이고 명백한 피해를 가하는 행위의 경우에는 공권력에 의해 억제되는가 하면, 눈살을 찌푸리게 하는 정도의 행위는 성원간에 즉흥적으로 구성되는 규범적 권력에 의해 억제된다. 따라서 후자의 경우에는 규범적 구속력만을 지니기 때문에 억제력이 쉽게 무너지는 경우가 발생한다. 규범적 구속력의 강도는 문화와 시민의식이라고 하는 막연한 경계에 의존하게 된다.

한편 톰슨은 고프만의 개념을 적용하여 미디어에 의해 중개되는 커뮤니케이션이 면대면 커뮤니케이션이나, 혹은 매개된 유사 커뮤니케이션과 공간적 성격의 차원에서 어떻게 다른지를 구분하고 있다(Thompson, 1995, 81-118). 그는 상호작용의 유형을 면대면 상호작용, 매개된 상호작용, 그리고 매개된 유사 상호작용 등 세 가지로 구분하고, 커뮤니케이션 미디어를 이용하여 이루어지는 매개된 상호작용의 경우 전면영역이 후면영역에 비해 매우 작아지는 특징을 보인다고 주장한다. 다음의 <표 4-1>에서 보듯이 매개된 상호작용은 시공간적으로 분리된 맥락에 존재하는 주체들 간에 커뮤니케이션 미디어의 사용을 통해 이루어지는 행위이다. 이 유형의 커뮤니케이션에 참여하는 당사자들은 매우 제한된 상징적 지시체계—즉 편지의 경우에는 문자를, 전화의 경우에는 음성만을—를 사용하기 때문에 상대방에게 노출할 수 있는 전면영역의 범위는 면대면 상호작용의 상황에 비해 줄어든다는 것이 톰슨의 주장이다. 고프만의 개념을 상호작용별 유형에 따라 적용해 보려는 시도는 참신하지만, 전후면 영역의 구분이 상징적 지시체계의 공유 범위에 따른 것이라기 보다는 행위가 이루어지는 시간 및 공간에 대한 사회적 합의와 기대체계에 의한 것임을 감안해 보면, 톰슨의 고프만 적용은 다분히 제한적인 한계가 있다.

톰슨의 시도에서 정작 우리가 취할 수 있는 중요한 암시는 후면 영역이 넓어지는

매개 커뮤니케이션에 있어서는 면대면 커뮤니케이션에 비해 후면 영역적 특성을 지닌 메시지의 유통이 넓어질 수도 있다는 사실이다. 안타깝게도 톰슨은 이 점에 대해 별다른 논의를 전개하지 않고 있으나, 매개 커뮤니케이션에서 사람들이 보다 노골적인 표현을 한다는 점은 시사하는 바가 크다. 매개된 커뮤니케이션 상황에서 노골적일 수 있는 한 가지 이유는 규범적 구속력이 면대면 상황에 비해 크게 줄어들기 때문이다. 즉 전면영역에서 작동하는 사회적 권력의 작용이 공간적 격리를 통해 약화되거나 소거된다는 것이다.

〈표 4-1〉 상호작용의 유형

상호작용적 특성	면대면 상호작용	매개된 상호작용	매개된 유사 상호작용
공간 및 시간의 구성	공존의 맥락; 공간적-시간적 준거체계의 공유	분리된 맥락, 시간적 및 공간적으로 연장 될 수 있음	분리된 맥락; 시간적 및 공간적으로 연장 될 수 있음
상징적 지시의 범위	상징적 지시의 다중성	상징적 지시의 범위 감소	상징적 지시의 범위 감소
행위의 지향점	특정 대상을 지향	특정 대상을 지향	무한대의 잠재적 수용자를 지향
대화적/독백적	대화적	대화적	독백적

출처: Thompson(1996)

하비와 고프만, 그리고 톰슨의 이론과 개념을 통해 전화, 혹은 휴대전화의 속성을 이해하려고 했을 때, 염두에 두어야 할 점들은 공간의 사회적 구성과 권력의 작용, 그리고 매개된 커뮤니케이션 상황에서의 규범적 권력의 약화 등을 생각할 수 있다. 이러한 점들에 대한 보다 자세한 논의는 뒷 절에서 다루기로 한다.

제 3 절 미디어에 의한 시공간 압축과 휴대전화

매개적 커뮤니케이션을 가능케 하는 한 미디어로서 전화는 통신미디어가 일반적

으로 지나는 속성인 시공간적 장애의 극복이라는 점을 잘 보여준다. 톰슨의 표현을 빌자면, 시공간적으로 격리된 상황에서도 상호작용을 가능케 해 주는 매체이면서 여전히 대화적 속성을 유지시켜주는 특징이 있다. 그러나 상호작용에 참여하는 당사자들이 공유할 수 있는 지식체계는 음성신호뿐이라는 제한이 있다.

일반적으로 모든 커뮤니케이션 매체는 시간적 및 공간적 장애를 제거, 혹은 감소시켜 상호작용의 가능성을 신장시키는 기능적 효용을 지닌다. 시공간 압축, 지구촌, 작아지는 세계, 일일 생활권 등의 수식어들은 교통통신 기술의 발전에 기반을 둔 상호작용 가능성의 확대를 다르게 표현한 것이다. 천년 전이나 지금이나 지구의 크기는 변화가 없으며 한국에서 미국까지의 물리적 거리도 좁혀지지 않았다. 1860년에 태평양을 처음 건넌 최초의 일본 증기선이 샌프란시스코에 도착하기까지는 수개월이 걸렸지만, 지금은 채 열시간이 걸리지 않는다. 매개된 상호작용의 경우에는 시간에 의한 장벽이 전화의 사용과 더불어 완전히 사라졌다. 그러나 유선 전화의 경우 공간적 제약을 완전히 극복할 수는 없었다. 전화를 이용하기 위해서는 일단 전화가 설치된 한정 공간에 발신자와 수신자가 함께 있어야 한다. 전화는 현대 사회의 모든 곳이 편재하는 것처럼 보이지만, 실제 인간의 행동 환경에 비추어 보면 전화로 연결된 지점은 바다 위에 산재한 섬들과도 같은 것이다. 인간의 행동 환경과 통신 가능점을 일치시킨 기술이 바로 휴대전화이며, 여기에는 단순히 기존 전화의 기능을 연장했다는 의미 이상의 효과가 담겨있다. 매개된 상호작용의 가능성을 완벽한 수준에까지 확장시킨 것이다. 달리 말하면 시공간의 압축이 극점에 도달한 것이다. 3차원 공간에서 더 이상의 시공 압축은 없다.

제 4 절 개방과 폐쇄

휴대전화와 비교했을 때 유선전화의 특징은 공간적 제약이라고 쉽게 말할 수 있다. 즉 유선전화는 일정한 장소, 즉 전화가 설치된 장소에서만 전화를 걸거나 받을 수 있기 때문에 전화 설치 장소라는 공간적 한정으로부터 자유롭지 못하다. 휴대전

화의 이른바 편리함이란 바로 이와 같은 공간적 제약을 제거한 점이다. 그러나 그 뿐만은 아니다. 설치공간의 파괴는 그 공간에 같이 구현되어 있었던, 혹은 바로 그 공간적 제약과 함께 형성되어 온 여러 가지 사회적 및 문화적 관습을 파괴하는 효과도 가져오게 되었다. 이러한 것들로 어떤 것들이 있는가?

유선전화는 설치공간의 한정성을 전제하기 때문에 설치공간의 사회적 성격이 전화의 사용에 대한 사회적 관습을 형성하게 된다. 유선전화의 설치되는 공간은 크게 사무실과 같은 공적 공간과 (물론 개인 사무실의 경우 공동 사무공간에 비해 사적인 성격이 높다.) 가정과 같은 사적 공간으로 대별해 볼 수 있다. 가정이라는 공간을 단위로 전화가 설치된다는 의미는 전화 사용의 관습이 가족이라는 사회집단을 사용단위로 설정한 상황에서 형성됨을 의미한다. 그런데 전화가 지닌 기술 자체의 속성을 보자면 전화가 반드시 가족을 사용단위로 설정해야 할 이유는 없다. 이론상으로는 누구나 각자의 전화를 매달아 사용할 수 있는 것이다. 경제적 비용이라는 요소가 이러한 형태의 개인적 사용을 억제해 왔음은 물론이다. 그러나 경제적으로 여유가 있는 가정에서도 개인별로 전화를 설치하지는 않는 것이 일반적 현상이다. 부유한 가정의 경우 자녀들이 성장한 다음 별도의 전화를 추가로 설치하는 경우도 있지만 일반화된 현상으로 보기는 어렵다. 전화가 가정을 단위로 하는 매체가 된 것에는 경제적 비용 측면 이상의 사회적 함의가 있다. 즉 가족 구성원 간 커뮤니케이션의 개방이라는 암묵적 전제이다. 전화기가 설치되는 장소 역시 대체로 가족 모두가 쉽게 접근할 수 있는 거실이나 마루인 것도 마찬가지로 전제를 바탕으로 한다.

이와 유사한 미디어의 관습적 이용으로 라디오와 텔레비전을 예로 들 수 있다. 텔레비전의 주요 시청 단위는 개인이라기 보다는 가족이다. 최근에는 가구 당 텔레비전의 보유 대수가 한대에서 두대, 세대로 증가하고 있는 현상이 있지만, 아직까지는 가족을 주요 수용단위로 삼고 있다. 라디오의 경우 초기에는 가족이 청취단위를 구성하다가 수신기 가격의 하락, 수신기기의 소형화, 그리고 텔레비전의 보급 등에 따라 라디오는 이제 개인적으로 소비하는 매체가 되었다. 옛날처럼 온 가족이 라디오를 둘러싸고 앉아서 방송곡을 듣는 진풍경은 찾아보기 어렵다. 텔레비전의

경우도 라디오와 같은 이용 단위 상의 변화를 겪게 될 가능성이 높다. 여기서 주목할 사항은 텔레비전 매체 역시 가족을 사용단위로 설정하게 됨으로 인해 매체를 둘러싼 가족 구성원 내 수용 행태가 성원 간 개방성을 전제하게 된다는 것이며, 이것이 텔레비전 미디어의 내용 규제를 정당화하는 근거가 되기도 한다. 즉 사용공간의 개방성은 메시지의 폐쇄성을 유발하는 것이다.

공중전화의 경우를 살펴보면 전화 박스나 부쓰가 통화자와 통화 내용을 기능적으로 주변 환경에서 격리시켜 줄뿐만 아니라 상징적으로도 분리시켜 준다는 것을 알 수 있다. 인위적으로 통화공간을 만들어서 프라이버시를 확보해 주는 역할을 한 것이다. 나아가 주변 사람들에게 불필요한 소음을 전달하지 않도록 한다는 목적도 동시에 실행하는 장치라고 여겨진다. 휴대전화의 보급과 함께 이러한 인위적 공간의 설정은 모두 무의미한 것이 되고 말았다. 가정에서는 각자의 방으로 통신공간이 옮겨지고 공공장소에서의 인위적 통신공간 설정은 의미를 잃게 되었다. 전화의 사용 단위 역시 가족에서 개인으로 급세 변하게 되었으며, 전화를 개인적으로 전유한다는 것은 전화 사용에 부가된 관습들의 파괴와 변화를 수반하는 것이다. 전화를 중심으로 구성되는 공간의 의미와 역할 변화를 통해 이를 살펴볼 수 있다.

유선전화의 경우에서는 통화내용이 가족에게는 개방을, 낯 선 사람에게는 폐쇄를 원칙으로 공간을 설정한다면, 휴대전화의 경우에서는 이와 반대로 가족으로부터는 폐쇄를, 그리고 낯 선 공중에게는 개방을 원칙으로 하여 공간을 재구성하는 특징이 있다. 사적인 통화를 하고 있는 개인과 주변의 공중과의 경계를 설정해 준 벽은 무너지고, 공공공간은 이제 무수한 개인들의 연결되지 않는 이야기들로 가득 차게 되었다. 작게는 소음공해를 유발하는 행위 정도로 여기고 말 문제인 듯이 보이지만, 그리고 대체로는 에티켓이나 시민문화의 문제라는 식으로 거론되는 경향이 있지만, 공공장소에서 이루어지고 있는 이러한 의사소통의 형태는 사회적 커뮤니케이션의 구성에 근본적 변화를 암시한다.⁶⁾

6) 홍콩에서의 휴대전화 보급이 공적 공간과 사적 공간의 경계를 희미하게 만들고 있

개방성과 폐쇄성을 사용공간의 성격에 따라서가 아니고 통화자 간에 교환되는 메시지의 개방성과 폐쇄성이라는 차원에서 나누어 보면 위와는 다른 구분이 가능하다. 휴대전화는 이동성을 특징으로 가지기 때문에 자신만의 통화공간을 용이하게 형성할 수 있다. 가족 성원이나 직장 동료들의 ‘감시’를 피해 통화할 수 있기 때문에 통화내용에 대한 사회적 제약은 줄어들게 되고 따라서 통화상대자에 대한 커뮤니케이션의 개방성은 증가한다고 볼 수 있다.

제1절에서 논의하였던 하비와 고프만, 그리고 톰슨의 개념을 적용해보면, 우선 가족성원으로부터의 폐쇄성 증가는 성원 사이에 존재하는 억제와 감시의 소멸, 또는 감소를 의미하게 된다. 자녀들은 부모의 간섭이나 감시를 벗어나 통화를 할 수 있게 됨을 의미하며 이는 곧 통제권력의 공간적 재조정이라고 할 수 있다. 타인들 사이에서 사사로운 이야기를 거리낌 없이 할 수 있는 이유는 공공공간의 느슨한 통제가 전화사용자들의 규범적 이탈을 용이하게 해주기 때문이다. 익명의 공간에 노출되는 사적인 대화는 노출로 인한 아무런 직접적인 피해도 없는 것이기 때문에 소음으로 인해 타인의 눈살을 찌푸리게 하는 정도의 비용만 감수하면 되는 것이고 따라서 별다른 억제장치가 되지 않는다. 더구나 공공공간에서의 전화사용자가 급격히 증가하고 있는 상황에서는 초기에 일종의 후면행위로 인식되던 휴대전화 사용행위가 별 저항 없이 사회적 전면행위로 간주되는 변화를 겪게된다. 더 이상 견제나 억제의 대상이 아니라는 인식이 형성된다는 것은 공공공간에서의 휴대전화 사용이 사회성원 간에 암묵적으로 용인됨을 의미한다. 그러나 공공공간에서의 휴대전화 사용은 아무리 인식의 전환이 이루어진다 하더라도 본질적인 한계가 있다. 소음으로 인한 공적 공간의 침해 문제가 바로 그것이다. 이것은 마치 적정한 수준의 소음을 유발하는 대화는 주위 사람들에게 용납이 되지만 소음의 정도가 일정 수준 이상을

다는 연구가 있다. 이 연구에 따르면 휴대폰의 보급과 더불어 공공공간에서의 부적절한 사용 행위가 증가하고 있으며, 응답자들 또한 신호음과 통화소음, 그리고 남을 의식하지 않는 사용행태의 만연 등이 문제라고 지적하고 있다(Wei, R and Leung, L., 1999).

넘는 경우에는 사회적 억제를 초래하게 되는 것과 동일한 성격을 지니는 것이다. 이에 대해서는 공공공간의 공공재적 성격을 논하는 마지막 절에서 다시 살펴보도록 한다.

휴대전화 등장 이전에 이미 사용이 보편화 된 무선전화 역시 전화사용 집단내 구성원간에 폐쇄성을 증대시킨 특징이 있다. 이 경우 폐쇄성의 증대란 다른 각도에서 보면 개인성의 증가이기도 하다. 전화의 사용단위를 개인공간으로 격리시킨다는 점에서 무선전화는 유선전화와 휴대전화의 중간 선상에 있다고 할 수 있다. 그러나 유선전화의 개인성 증대가 건물 내, 혹은 건물 주변을 벗어나지 못한 것이었음에 반해, 휴대전화의 공간적 확장은 비교할 수 없을 만큼 넓어진 것이다.

제 5 절 시간적 지각의 변화: 상호작용에 있어서 시간적 기대의 변화

휴대전화는 커뮤니케이션 공간의 재구성 측면에서도 기존 전화와 다른 양상을 보이지만, 시간의 측면에서도 새로운 속성을 수반하고 있다. 이 절을 통해서도 휴대전화의 사용이 불러온 시간 개념의 변화가 상호작용과정에 어떤 의미를 줄 수 있는지에 대해 논의해 보고, 나아가 사회적 함의를 추론해 보도록 한다.

두 사람 이상간에 발생하는 커뮤니케이션은 매체를 사용하든 하지 않든 커뮤니케이션 행위를 시작하는 사람과 이에 대한 반응을 기본적 시발 양식으로 한다. 간단히 말해 먼저 말을 거는 사람이 항상 있게 마련이다. 가장 기본적인 커뮤니케이션 상황이라고 할 수 있는 면대면 커뮤니케이션의 경우 갑이 을에게 말을 건넌 경우 을은 이에 대해 즉각 응답함으로써 대화가 시작된다. 이때 을이 갑의 부름, 혹은 말에 대해 응답을 보이기까지 걸리는 시간은 보통의 경우 거의 즉각적이다. 언어적 반응을 보이기까지 몇 분 이상의 시간이 걸리는 경우도 있을 수 있지만, 면대면 상황에서는 을이 응답을 준비중이라는 사실을 알 수 있는 유사언어행위가 확인 가능하다. 결국 면대면 커뮤니케이션의 경우 대화의 시작을 성립시키는 응답은 즉각적

이라고 할 수 있다. 이와 달리 매체에 의해 매개되는 커뮤니케이션 상황에서는 응답, 혹은 답신에 소요되는 시간의 길이가 커뮤니케이션 행위의 성립에 중요한 영향 요소로 작용한다. 편지의 경우 아무리 빨라도 수일이 걸린다는 것은 쉽게 예상할 수 있다. 편지를 보내고서 답장이 그 다음 날 올 것이라 예상하는 사람은 아무도 없다. 혹은 답장이 도달하는 기일이 너무 길어지면 커뮤니케이션 시도가 제대로 작용했는지에 대한 의문부터 여러 가지 실패 가능성에 대한 예측이 시작된다. 여기서 ‘너무 길다’는 기준은 시대와 상황에 따라 다양하게 정의될 수 있다. 조선시대에 서울과 부산 간 편지왕래라면 수개월을 평범하게 예상할 수도 있을 것이다.

유선전화를 전화 커뮤니케이션의 기본 조건으로 상정하는 경우에서 성공적인 통화를 가져오는 요인들은 편지나 혹은 휴대전화와는 다르다. 전화를 거는 경우 먼저 상대방이 전화기 옆에 있어야 한다는 전제가 필요하다. 따라서 통화성공률을 높이고자 하는 경우 상대방이 전화기 옆에 있을 시간을 예상하는 것이 보통이다. 밤 열두시에 사무실에 전화하여 상대방의 응답을 기대하는 경우가 없는 이유가 바로 이것이다. 상대방과의 즉각 통화가 이루어지지 않은 경우 자동응답기나 혹은 전화를 받은 다른 사람에게 메시지를 남김으로써 통화, 즉 커뮤니케이션 성립에 소요되는 시간은 길어진다. 이 경우 상대방이 출장을 갔다거나 휴가 중이라거나 하는 경우를 제외하고는 통산 하루 정도를 최대한의 통화 시도기간으로 볼 수 있다. 하루가 지나도 응답이 없으면, 상대방이 통화를 꺼리는 것은 아닌지, 혹은 다른 변인이 가로막는 것은 아닌지 등에 대한 추측을 하게 된다.

휴대전화의 등장은 전화 커뮤니케이션에서 통상 가정되던 통화성립에 필요한 최대시간의 길이를 하루에서 수 시간으로 단축시켰다. 현재의 휴대전화 이용관행을 기준으로 삼는다면 휴대전화 사용자가 즉각 응답을 하지 않을 ‘정당한’ 경우란 회의나 강의 등의 업무를 위해 ‘잠시’ 꺼 두는 경우이다. ‘잠시’의 허용시간은 길어야 수 시간이다. 하루 종일 걸리는 회의에 참석하고 있었다고 하더라도, 쉬는 시간을 이용하여 사서함을 확인해 보리라는 것이 발신자와 수신자간에 성립하고 있는 암묵적인 동의이다. 이러한 동의의 범위를 넘는 경우 발신을 시도한 사람은 다른 매체를

사용하여 커뮤니케이션을 시도했다가 예상 기한 내에 이것이 이루어지지 않았을 경우 경험한 바와 동일한 문제 상황에 직면하게 된다. 즉, 상대방이 커뮤니케이션을 꺼리는 것은 아닌가, 혹은 커뮤니케이션이 불가능한 상황에 처한 것은 아닐까, 나아가 심지어는 자신의 전화기에 이상이 있는 것은 아닐까에 이르기까지 커뮤니케이션 행위가 성립되지 못한데 대한 다른 종류의 원인을 추측하게 된다는 것이다.

그렇다면 매체에 따라 달라진 이러한 기대시간에 대한 변화, 즉 커뮤니케이션 성립에 소요되는 시간을 어디까지 허용할 것인지에 대한 기대의 변화가 뜻하는 것은 무엇인가? 즉각적 소통 가능성의 증가가 일반적으로 사회적 행위의 즉시성, 혹은 즉흥성을 높이는 것은 아닐까? 즉, 2인 이상이 함께 개입되는 모든 행위들에 대해, 즉 모든 형태의 공동행위들에 대해, 행위를 예정하고 준비하는 데 필요할 것으로 허용하였던 시간의 길이가 감소하는 것은 아닐까? 커뮤니케이션 매체의 발전에 따른 긍정적 효과의 일반론에 의존한다면, 이는 행위를 유발하는데 소요되는 경제적 비용의 감소를 뜻하는 것으로 해석될 수 있다. 반면에 부정적인 측면으로는 즉흥적 행위가 가져올 수 있는 임의성과 불안정성이 증가하게 되고 이에 따라 사전에 제거할 수 있는 착오를 증가시킬 수 있다는 점을 지적할 수 있다.

전화이용에 관련된 시간적 기대감의 측면에서 또 다른 문제점을 발견할 수 있다. 같은 전화라고 할지라도 유선전화와 휴대전화는 메시지 전달의, 혹은 통화행위의 선차성과 중요성 측면에서 차별적인 기대감을 형성한다. 유선전화에 비해 휴대전화는 그 보급과정에서 즉시적 소통의 필요성과 효용을 강조해 왔다. 높은 사용료를 지불하면서도 휴대전화를 채택하는 이유 가운데 하나는 중요한 메시지를 언제든지 전달받을 수 있다는 점이다. 이것은 역으로 휴대폰을 통해 걸려온 전화는 보다 긴급하고 중요하다는 식의 인식을 형성할 수도 있다. 휴대전화와 유선전화의 동시에 걸려오는 경우 어느 것을 먼저 받을지는 실험이나 관찰을 통해 조사해 볼 문제이기도 하다. 물론 휴대전화를 사용하는 패턴이 사람들마다 다르기 때문에, 예컨대 휴대폰 번호를 친구나 가족 등의 범위에 국한해서 알려주는 이용자도 있고, 휴대폰을 업무용으로 사용하는 사람도 있기 때문에, 어떤 매체가 선차적 우선성을 가지는지

단순비교하기는 어렵다. 또한 통화시간과 장소, 상황에 따라 달라질 가능성도 높다.

그러나 최근 관찰되고 있는 재미있는 현상 가운데 하나는 사람들이 휴대전화와 집 전화, 사무실 전화 등에 전화를 할 수 있는 옵션이 주어졌을 때, 휴대전화를 첫 번째 선택 옵션으로 택하는 경우가 늘고 있다는 점이다. 한 번 시도로 통화를 이룰 수 있는 확률이 가장 높은 경우가 휴대전화이기 때문에 혹시 연결이 안 될지도 모르는 유선전화를 먼저 시도하여 통화에 실패함으로써 물어야하는 비용을 줄이려고 하는 것이다. 사무실이나 집에서 유선 전화를 앞에 두고 휴대전화를 사용하는 사람이 늘고 있다는 관찰도 있다. 휴대전화에 입력해 놓은 단축번호를 쓰는 편리함이나 쉽게 번호를 검색하는 편의를 얻기 위해 다소 비싼 통화비용을 지불할 의사가 있다는 것이다. 이러한 사용 습관의 변화는 휴대전화에 대해 초기에 형성했던 기대를 바꾸고 있는 것이 사실이며, 시간적 즉시성에 대한 기대 역시 변화시키게 된다.

〈표 4-2〉 상호작용의 유형과 시간적 기대감의 형성

커뮤니케이션 상황	상호작용 개시에 소요되는 기대 시간	커뮤니케이션 개시에 소요되는 시간적 비용	상호작용의 즉흥성
면대면 대화			
1. 같은 장소에 있는 경우	즉시	극히 적음	매우 높음
2. 다른 장소에 있는 경우	여행에 걸리는 시간	극히 많음	극히 낮음
편지	수일에서 수 주일	상당히 많음	극히 낮음
컴퓨터 통신			
1. 이메일	하루에서 수일	상당히 적음	다소 낮음
2. 대화방	즉시	극히 적음	매우 높음
유선전화	즉시, 혹은 하루	상당히 적음	매우 높음
휴대전화	즉시, 혹은 수 시간	극히 적음	극히 높음

〈표 4-2〉는 커뮤니케이션 상황에 따른 상호작용의 유형을 시간적 비용과 즉흥성의 정도에 따라 분류하고 있다. 표에서 보듯이 커뮤니케이션 개시에 소요되는 비

용이 높을수록 상호작용의 즉흥성은 줄어드는 반비례 관계를 추측해 볼 수 있다. 이메일의 경우는 다소 예외적이라 하겠는데, 여기에는 표에 적시되지 않은 다른 한 요인이 작용하기 때문이다. 즉 커뮤니케이션의 동시성 여부이다. 컴퓨터를 매개로 한 통신이라는 점에서 이메일과 대화방은 공통점을 지니지만, 대화방의 경우 커뮤니케이션 당사자들의 동시적 구속을 전제하는 반면, 이메일의 경우는 수신자에 의해 커뮤니케이션의 개시 여부가 결정됨에 따라 시간적 지체가 개재하게 된다. 다시 말해 수신자는 즉흥적 응답에 앞서 스스로 응답에 대한 숙고의 시간적 기회를 확보하게 되는 것이며 따라서 즉흥성의 정도는 감소할 수 있다고 보는 것이다. 매체에 따라 커뮤니케이션 개시에 소요되는 비용이 다르고 특히 전자매체의 경우 비용을 감소시키는 장점이 있지만, 동시에 즉흥적 상호작용의 가능성에서 본다면 이것이 반드시 긍정적인 결과만을 보장할 것인지에 대해서는 의문의 여지가 크다. 필자는 최근에 어떤 공식 모임을 기획하는 과정에서 커뮤니케이션의 즉시성이 즉흥적, 다시 말해 숙고를 결여하는, 판단을 유발하는데 영향을 주는 경험을 한 바 있다. 이미 정해 놓은 일정을 미처 예상치 못한 어떤 요인의 등장으로 인해 다시 변경할 필요성이 제기되었는데, 안건이 제기되자마자 즉시 휴대전화를 동원하여 의사결정에 참여하는 사람들을 연결해서 간단하게 원래의 일정을 변경하는 결론에 이르게 되었다. 원래 계획의 변경이 다른 문제없이 원만히 진행되었다면 아마 휴대전화의 유용성을 입증하는 좋은 사례가 되었을 것이다. 그런데 문제는 나중에 발생하였다. 원래 계획의 변경에 따른 여러 가지 다른 문제들이 뒤이어 부각되기 시작했는데, 이런 문제들이 즉시적인 결정을 요하는 커뮤니케이션 과정에서는 충분히 검토될 시간적 여유가 없었다는 것이 원인으로 분석되었다. 이 경우에서 보듯이 커뮤니케이션의 즉시성은 결과에 따라서 좋게도, 혹은 나쁘게도 작용한다. 신속한 커뮤니케이션의 가능성이 항상 좋기만 한 것은 아니라는 것이다.

즉각적 소통 가능성이 안고 있는 함정은 특히 의사결정에 이르는 조정 과정이 제도적으로 안정되어 있지 못한 상황과 문화에서 더욱 두드러질 소지가 크다. 커뮤니케이션 구조가 수평적이기 보다 수직적인 구조에서는 즉각적 반대나 이견의 제시

가 자유롭지 못함으로 인해 독단적 결정이 지배할 위험성이 높아진다. 한국사회의 위계질서화된 사회관계는 공적 커뮤니케이션의 한계 요인이며, 서양사회에서와 같은 수준의 토론문화를 기대하기 어렵다는 점(김세은, 2001) 역시, 경우에 따라서는 즉시적으로 이루어지는 커뮤니케이션이 일방적, 하달적, 지시적 커뮤니케이션이 될 위험성을 높게 내포하게 되는 요인이다. 실제로 이러한 상명하달식 커뮤니케이션 통로의 일상화는 한국 사회에서 충분한 시간적 여유를 두고 어떤 일을 계획한다는 것이 매우 어려운 문제로 남게 만들고 있다. 예컨대 A라는 사람이 어떤 세미나를 계획한다고 하자. A는 B, C, D, E, F 등을 교섭하여 발표와 토론을 맡기려고 한다. A는 자기 계획은 분명히 수립하고 여러 가지 부대 사항을 빈틈없이 준비하기 위해 B~F에게 미리 시간에 대한 확약을 요청한다. 이 때 B~F의 대응은 첫째, 즉시 A에 동의함으로써 자신들의 시간을 미리 확정해 두는 방법과 둘째, A에게 확약해 주는 시간을 최대한 뒤로 미루어 자신들의 시간을 좀 더 융통성 있게 보유하는 방안이 있게 된다. A의 위상과 그가 계획하는 행사의 중요성(B~F에게 지각된 중요성)에 따라 B~F는 전자, 혹은 후자의 선택을 하게 된다. B~F에게 지각된 중요도가 낮을수록 후자의 방안을 택하려는 경향이 높아진다. 왜냐하면 B~F는 통상 언제 A보다 더 중요한 S로부터 요청을 받게될지 알 수 없는 상황에 놓여 있기 때문이다. 여기서 A~F의 일정확약에 가장 큰 변수로 등장하는 것은 A~F 가운데 있는 것이 아니라 외부자 S에 있다는 점에 위계적 사회관계의 특징이 있다. 결국 A~F의 일정확약을 안정시키는 근본적 변인은 S의 안정성 및 비즉흥성을 통해 마련될 수밖에 없게 된다. 다음으로는 설령 S의 행위가 예측가능한 범위 내에 들어오더라도 A~F 사이에 있는 모든 행위자들의 조정이 원만히 이루어지기 위해서는 충분한 시간이 요구된다. 참여자의 수가 많아질수록 조정에 요구되는 시간 역시 길어진다. 그런데 문제는 참여자의 자기 시간에 대한 재량이 자신들이 아닌 외부자 S에 의존하고 있다면, 참여자가 많아질수록 미리 시간을 확약하려는 사람은 줄어들게 된다. 결국 참여자가 많을수록 보다 긴 조정시간이 요구됨에도 불구하고 실제에서는 오히려 각자의 시간적 재량이 감소함으로 인해 미리 시간을 확정하려는 사람이 줄어들

게 되는 모순적 상황에 발생하는 것이다. 권위적 위계질서의 사회관계란 바론 이러한 이유로 인해 사다리의 아래로 갈수록 자기 시간의 재량이 타인에게 구속되는 상황을 항상적 요소로 간직하는 관계가 된다. 커뮤니케이션의 즉시성이 오히려 비물질적, 비합리적 오류를 범할 가능성은 기존의 이와 같은 사회관계에서 더 높을 것으로 짐작된다.

제 6 절 커뮤니케이션 공간의 공공재적 속성과 공공적 구성

공간과 장소는 구성되는 방식에 따라 공공재적 성격과 사유재적 성격을 가지게 된다. 근본적인 의미에서 공간 자체는 사용으로 인해 소실되는 것은 아니므로 공공재적 성격을 가지고 있으나, 한편 누군가에 의해 점유되고 있는 한 타인의 사용이 불가능하기 때문에 사유재적 속성도 함께 지닌다. 공간을 사적으로 소유한다는 것은 공간을 배타적으로 점유한다는 것이다. 배타적 점유공간에 대한 타인의 접근은 용납되지 아니한다. 예컨대 각 개인의 집이라는 공간은 점유권을 가진 사람만이 이용할 수 있다.

그러나 지정된 사람들에 의해 독점되는 공간이 아닌 개방공간은 비록 물리적으로 유한한 속성이 있음에도 불구하고, 다수에 의해 반복적 소비가 가능한 공공재적 성격을 띠게 된다. 네거리에 걸린 간판이나 플래카드가 실제로 점유하고 있는 공간은 사유재의 방식으로 소비되는 것이지만, 해당 전시물이 사람들의 시지각에 도달하게 되는 공간은 누구에게나 열려 있는, 즉 소비가 개방되어 있는 공공재적 공간이다. 후자의 공간에는 아무런 물리적 점유가 이루어지지 않지만, 지각적 점유는 일어나게 된다. 지각적 점유가 발생하는 순간 이 공공공간은 사유재적 공간으로 전환한다. 이러한 문제는 시지각에 의존하는 게시물뿐만 아니라 청각에 의존하는 소음의 경우에도 동일하게 적용될 수 있다. 여기서는 이 문제와 관련하여 공공공간에서의 휴대전화 사용이 야기하는 점들을 논의해 보도록 한다.

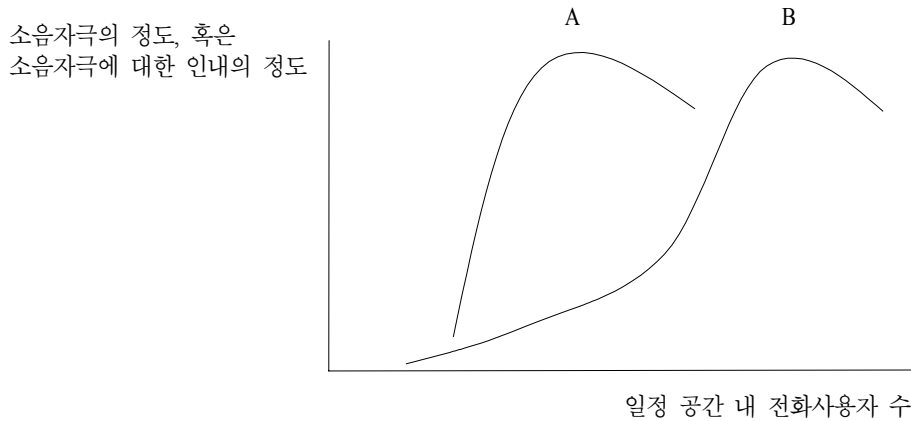
휴대전화는 유선전화와 달리 개인을 소유단위로 하는 매체이기 때문에 그에 대한

통제와 사용 역시 완전히 개인적으로 이루어진다. 휴대전화의 급속한 보급에는 이 기술이 지닌 이동성(mobility) 뿐만 아니라 개별성(individuality)과 비밀성(secretcy)도 한 몫을 했다는 점은 다른 연구에서 지적한 바 있다(김신동, 2001). 휴대폰이 통제와 도구라고 말하기도 하지만, 그 보다는 개인의 자유로운 커뮤니케이션 공간을 혁신적으로 확장한 점에 주목할 필요가 있다. 그러나 위에서 살펴 본 바와 같이 휴대전화의 보급은 사회적 커뮤니케이션 공간의 변형과 재조직화를 예고하고 있다. 또한 공간이 항상 사회적 권력을 담지하고 있는 것이라고 한다면, 공간의 재조직화는 사회적 권력이 표출되는 틀의 재조직화를 말하는 것이다. 개인의 커뮤니케이션 및 상호작용 공간을 극대로 확장했다는 점에서 휴대전화는 권력분산을 표상하는 자유의 통신매체라고 볼 수 있다. 그러나 동시에 휴대전화의 매개하는 커뮤니케이션 행위가 홀로 고립된 섬에서 이루어지는 것이 아니고 타인들의 군집 속에서 이루어진다는 차원에서 본다면, 휴대전화의 범람은 공공공간이라고 하는 사회적 행위의 전면영역을 근본적으로 위협하는 매체가 될 수도 있다. 전면영역을 구성하는 행위의 원리는 개인적 자유의 절제와 이를 지시하는 사회적 규범이다. 공공장소에서 고함을 지르거나 욕설을 퍼붓지 않는다는 것은 인간의 본성에 따른 자동적인 행위가 아니라 사회적으로 규범화한 공간 구성의 원칙인 것이다.

휴대전화의 일상적 사용 및 무제한적 공간점유 현상을 관찰함에 있어, 공간의 공공재적 및 사유재적 성격에 주목해 볼 수 있다. 전화의 사용은 유선이든, 무선이든, 휴대폰이든 간에 일정한 공간의 점유를 동반한다. 여러 사람이 공유하는 사무실에서 이루어지는 전화 통화는 주위 사람에게 작게는 약간의 신경 쓰임에서부터 크게는 정상적인 작업을 방해하는 정도에 이르기까지 다양한 수준의 자극(various levels of irritation)을 유발한다. 이러한 자극 수준이 허용될 수 있는 범위와 공간의 크기에는 정적인 상관관계가 있을 것이라는 점은 가정하기 어렵지 않다. 즉 열 명의 사람들이 열 평정도 되는 사무실에서 일하는 경우 한 사람이 통화 중인 것과 다섯 사람이 통화 중인 것과는 분명 다른 수준의 소음자극을 유발할 것이다. 혹은 지하철에서 차량 한 칸에 50명의 승객이 타고 가는 경우 열 명이 휴대전화를 사용하는 경우

와 스무 명이 사용하는 경우에 동일 공간 내에서 발생하는 소음자극의 정도는 달라질 수밖에 없다. 한 명이 한 번의 통화를 하는 경우, 발생하는 소음자극이 점유하게 되는 공간이 일정하다고 할 때, 각각의 공간들이 겹치는 현상이 심화되어 자극이 강화되는 것이다. 처음에는 어느 수준까지 이러한 자극의 정도가 완만하게 증가하다가, 어느 수준을 넘어서게 되면 소음자극을 인내하기, 혹은 감당하기 어려운 수준으로 급상승하고, 다시 자극의 정도가 일정 한계를 넘으면 일종의 역치 현상이 발생하여 자극의 정도가 계속 증가하기보다는 일정 수준을 유지하거나 혹은 오히려 감소할 수도 있다(B의 경우). 혹은 상황에 따라서 처음부터 자극의 정도가 급격히 증가할 수도 있을 것이다(A의 경우). [그림 4-1]은 이러한 상황을 시각화해 본 것이다.

[그림 4-1] 전화사용과 공간점유



[그림 4-1]을 통해 궁극적으로 시사하고자 하는 바는 공간의 사유재적 점유를 용인할 수 있는 수준과 공공재적 재화로 보존해야 하는 압력과의 사이에 어떤 개념적 구분이 있을 것이라는 점이다. 이 구분의 분기점은 사회적 환경과 문화적 특성, 또 휴대전화라고 하는 새로운 기술에 대해 사회성원들이 적응하는 방식에 따라 매우 다르게 나타날 수 있다. 도서관이라는 공간에서는 조그만 잡담이 일으키는 소음

도 사회적 견제의 대상이 되지만 시장에서는 소리소리 지르는 행위도 허용이 된다. 결국 소음의 정도에 앞서 공간에 대한 성격 규정이 규제 및 견제의 기준이라는 것을 알 수 있다. 그러나 공간의 규범은 미리 정해져 있는 것이 아니라 사용자들의 명시적, 혹은 묵시적 합의, 제도적 개입, 공간 분할의 권력 등에 의해 생성된다.

유선전화의 경우에는 전화 이용의 편의성을 높이기 위하여 최대한 많은 장소에 전화를 설치하려고 해도 설치비와 설치 공간의 문제 등으로 인해 제약이 있었고, 이러한 제약은 다시 전화 사용 행위에서 형성되는 커뮤니케이션 공간의 한정 및 이에서 비롯되는 소음 자극의 정도를 제어하는 효과를 낳았다. 즉 전화 사용으로 인해 발생하는 소음자극의 정도가 공공재적 성격을 지닌 사회적 공간의 과다점유 현상—혹은 사유재적 점유 현상—으로 해석될 여지는 적었다. 그러나 휴대전화의 경우 통화 장소에 대한 제약이 사라짐으로 인해 주어진 공간에서 전화 커뮤니케이션에 요구되는 최소 공간의 다중적 겹침 현상이 발생하고 이것은 곧 사회성원이 공평하게 누려야 할 사회적 공간의 침해를 빚게 된다. 통상 휴대폰 소음공해라고 문제시되고 있는 이러한 현상을 어떻게 대응할 것인가? 비행기나 기차, 버스, 식당 등 공공장소에서 흡연을 금지하는 것과 동일한 원칙을 적용해야 하는 것은 아닌가? 혹은 이러한 공간에 흡연장소를 별도로 마련하는 것과 같이 통화구역을 설정해야 할 필요는 없는 것인가? 공공재적 성격을 지닌 재화처럼 사용될 것이 전제되어 있는 공간이 사용자들의 행위 유형에 따라, 혹은 사용방법에 따라 사유재적 성격의 공간으로 전환하게 되고, 그 결과 공공자산의 사적 무단 전유 현상으로 이어진다면, 이러한 현상에 대한 규제의 필요성은 자연스럽게 대두한다. 규제의 수단과 방법이 반드시 법적인 수준에서 이루어져야 할 필연성은 없다. 공공재적 성격을 지닌 공간에 대해 타인의 사용을 차단하는 배타적 점유가 되지 않도록 자발적 혹은 도덕적 규제가 가능할 수도 있고, 휴대전화 기술의 발전에 의존하여 규제효과를 볼 수도 있다. 그러나 이러한 방식의 규제가 실효성을 상실한 상황에서는 제한적인 법적 규제의 적용을 배제할 수 없을 것이다.⁷⁾

상호작용의 또 다른 기반인 시간 감각에 있어서도 상호작용의 성립에 대한 시간

적 기대감의 변화가 커뮤니케이션 비용을 감소하는 정적 효과를 가짐과 동시에 행위의 즉흥성과 무계획성, 임의성을 증가하는 부적 측면을 가질 수 있다. 사회적 행위의 완성도는 조정(coordination)의 기술과 무관하지 않다. 조정 기술의 성숙과 무관하게 즉흥성만이 편리함의 이름으로 우선되는 커뮤니케이션 관습이 초래할 수 있는 사회적 비용에 대해서도 숙고가 필요하다. 편리한 통화기술의 보급에 따라 전체 사회의 수준에서 볼 때 통화메시지의 양은 급격히 증가하고 있다. 윤석민은 텔레비전 미디어가 다채널 시대로 진입함에 따라 채널 용량이 급격히 증가하고 있는 현상을 논의하는 한 연구에서, 정보량의 증대 없이 메시지만 폭증하여 표현요소가 남용되는 현상이 초래되고, 결국 채널이용의 효율성을 떨어뜨리게 된다고 지적하고 있다(1999, 145-146).⁸⁾ 사회적 커뮤니케이션의 채널로서 휴대전화의 보급은 채널용량의 증대를 가져오고, 이의 활용을 통해 상호작용에 소요되는 비용을 엄청나게 감소할 수 있는 장점이 있다. 동시에 흔히 ‘불필요한 통화’⁹⁾라고 일컬어지는 리턴던시가

7) 공공공간에서의 휴대전화 사용을 규제하자는 것은 별도의 숙고가 필요하다. 개인의 커뮤니케이션권을 간섭하는 어떠한 형태의 법적 강제도 원칙적으로는 바람직하지 않다고 본다. 사회집단 내의 자발적, 규범적 규제가 가장 이상적이다. 지난 5월 일본을 방문했을 때의 일이다. 지하철, 기차, 버스 등에서 휴대전화를 사용하는 사람의 수가 서울과 비교했을 때 놀라울 만큼 적다는 것을 관찰할 수 있었다. 차량의 한 구석에는 마치 금연 표시처럼 휴대폰 사용을 금지하는 조그만 스티커가 붙어 있을 뿐이었다. 간간히 휴대폰을 받는 사람이 있는 것을 보면 법적으로 제재를 가하는 것 같지는 않았는데도, 공공장소에서의 휴대전화 사용이 자발적으로 억제되고 있는 것이었다. 일본은 휴대전화 보급에 있어서 선두 그룹에 속한 나라임을 상기할 필요가 있겠다.

8) 메시지(m) = 정보 × 표현요소. “정보란 메시지와는 구별되는 개념으로써 메시지 안에 담겨져 있는 정신노동의 산물 내지 의식활동의 결과물을 말한다. 한편 표현요소란 정보를 메시지로 구현하는 상징적 수단이라고 할 수 있다.” 메시지(m)는 사회 전체적으로 일정한 용량을 지닌 채널의 일부를 활용해 전송된다. 따라서, 모든 메시지는 정도의 차이는 있지만 용량의 한계를 지닌다. “일정한 크기의 메시지에 보다 많은(=높은 수준의) 정보가 포함되려면 개개 정보 단위에 대한 표현요소의 양은 감소한다”(윤석민, 1999, 127-128).

9) ‘불필요한 통화’라는 것이 어떤 전화통화가 지니는 효율성을 부정하는 것은 아니다.

심한 통화들은 표현요소의 남용이라는 측면에서 커뮤니케이션의 사회적 비용과 비효율성을 증대시키는 측면도 있다.

제 7 절 소 결

현대를 살아가는 누구도 전화를 신기하게 생각하는 사람은 없다. 라디오, 텔레비전, 인터넷 등 모든 새로운 기술은 등장할 때만 새로울 뿐 곧 일상 속에 스며들어 언제나 있었던 것 같은 착각을 종종 불러일으킨다. 그러나 문자의 발명이 인간을 수 만년의 선사시대로부터 결별케 하고 역사시대의 새 장을 열었듯이 새로운 기술의 등장과 사용은 인간과 사회에 느끼지 못하는 가운데 쉽 없이 중요한 영향을 미치게 된다. 기술의 사회적 영향은 운명적이지 않다. 어떻게 받아들여지고 어떻게 사용되는가는 인간의 자기 성찰과 사회적 수용을 통해 방향을 가지게 된다. 세심한 관찰과 그 의미에 대한 탐구, 그리고 탐구를 바탕으로 한 기술 적용을 통해 사람들은 기술에 의해 휘둘리게 되기보다는 기술을 합리적으로 이용하는 길을 열게 되는 것이다. 기술에 대한 종속성이 깊어갈수록 기술의 일상적 의미에 대한 성찰은 더욱 절실하다. 일찍이 맥루한은 미디어가 인간 감각 기관의 확장임을 예견한 바 있다. 우리 몸의 일부가 되어버린 휴대전화에 대한 성찰의 시작을 위해 이 글에서는 시간과 공간에 대한 우리의 지각과 인식이 이 놀라운 커뮤니케이션 매체의 등장과 더불어 어떤 변화를 겪고 있는지를 짐작해 보고자 하였다. 이 글에서 제시한 가설적 주장들이 실증 연구를 통해 조만간 다듬어질 수 있기를 기대한다.

효용이 있다고 해서 반드시 필요한 것이라고 할 수는 없다.

제 5 장 모바일 방송

휴대폰, 혹은 좀 더 정확하게 말해 무선호출기로부터 시작된 근래의 모바일 미디어 혁명은 무선인터넷과 DMB 등으로 그 범위를 확장하고 있다. 모바일 미디어의 정의에 대해서는 이 글에서 잠정적으로 사용하고 있는 바와 같이 매우 구체적이고 협소하게 잡아 휴대전화나 무선인터넷 서비스, DMB 등에 국한할 수도 있고, 책이나 신문, 워크맨 등과 같이 이동 가능한 모든 미디어를 포괄하는 접근도 가능하다(이재현, 2003). 논의의 목적이 무엇이나에 따라 적절한 정의를 사용하면 될 것이다. 여기서는 논의의 범위를 최근 몇 년 동안 이동성의 측면에 주의를 돌린 미디어의 실체가 다름 아닌 휴대폰이었다는 점에 주목하여 모바일 미디어와 휴대전화를 거의 동일하게 취급하였다.

휴대전화의 성공적인 확산은 휴대전화 단말기를 이용한 인터넷(무선인터넷)과 방송(DMB) 서비스의 영역으로 모바일 미디어의 기능을 확장시키고 있다. 이들을 기본적으로 휴대전화에 기반을 둔 기능의 다변화라고 볼 것인지, 아니면 신종의 미디어 서비스로 볼 것인지에 대해서는 논란의 여지가 있다. 통신과 방송이 거의 완전하게 융합되어 나타나고 있는 것이 바로 위성을 통한 이동DMB라고 할 만한데, 이들 신종 융합서비스를 바라보는 인식의 틀은 과거의 이분법적 방식에서 탈피하지 못하고 있는 것이 현실이다.

휴대폰에서 무선인터넷으로, 그리고 DMB로의 확장은 단순한 기능 확장으로 보기에는 무리가 따른다. 휴대폰 자체가 단순히 들고 다니는(유선)전화기가 아닌 것과 마찬가지로, 인터넷과 방송에 이동성이라고 하는 성격이 부여되는 현상을 단지 휴대폰의 기능 다변화로 묶어서 보기에 그 파장이 너무나 깊고 크기 때문이다. 이 파장의 성격에 대해서는 이제 관찰과 연구가 시작되고 있다. 사실상 이 분야에서는 세계에서 가장 앞 선 나라 가운데 하나인 한국에서도 아직 DMB 서비스는 실현을

앞에 두고 있는 시점이다. 위성DMB에 적합한 콘텐츠가 무엇인지, 어떤 사람들이 잠재적인 소비자인지 등등 부분적으로 예측 연구들이 진행되고 있는 중이지만, 사실상 아직 세상에 나오지도 않은 아이를 두고 교육을 어떻게 시킬지(혹은 시키는 것이 좋은지), 장가를 언제 보낼 지 등을 논의하는 것과 크게 다르지 않은 점이 있다. 예측 연구의 효용을 무시하는 것은 아니지만, 빠르게 변화할 시장 상황을 단지 몇 개의 예측적 변인으로 설명해 보려는 시도에는 역시 한계가 뚜렷해 보인다. 더구나 정책의 향방에 따라 시장의 판도가 크게 변할 수 있는 상황임을 감안하면 DMB에 대한 예측 연구가 지니는 의미에 대해 회의적이지 않을 수 없다.

위성DMB나 모바일인터넷이 지니는 잠재적 의미는 아무래도 그 구체적인 내용에 대한 빈약한 예측과 전망을 앞세우는 방식보다는 이동성의 구현 자체가 가져올 주요한 특성에 대한 직관적 예지로부터 더욱 잘 드러나는 것 같다. 모바일 미디어의 쌍방향성과 충실도 등이 이들 다양한 서비스를 통해 극대화됨에 따라 기존에는 상상하기도 어려웠던 제도와 행위들이 미디어를 통한 매개 커뮤니케이션의 영역으로 이전하는 현상 같은 것이 좋은 예이다. 아무튼 여기서는 이동성의 구현이 가져올 방송의 구체적인 모습이 어떤 것이 될지에 대해 몇 가지 예측을 논의해 보도록 한다.

제 1 절 이동성(mobility)과 모바일 방송

이동성이란 인간이 공간을 활용하는 범위를 말한다. 얼마나 넓은 공간을 활용하는가를 결정하는 것은 얼마나 넓은 공간을 무대로 쓰느냐는 것과 유사한 질문이다. 이동성은 표면상 이동가능성, 즉 움직임으로 인해 ‘장소를 옮겨 다닐 수 있는 가능성’만을 말하는 듯이 여겨지지만, 만약 우리가 공간적 제약의 극복 가능성을 이동성이라고 파악하게 되면, 장소를 옮겨 다니면서도 휴대할 수 있는 가능성 이외에 장소를 옮겨도 제약받지 않을 가능성이라는 측면 또한 포함하게 된다. 이동의 주체가 무엇이냐에 따라서 이동성의 의미와 내포가 줄어들거나 늘어날 수도 있다는 말이다. 이동의 주체가 커뮤니케이션 수단, 예컨대 휴대전화나 노트북인 경우에는 이동

성의 의미가 휴대가능성을 뜻하게 된다. 그러나 이동의 주체가 커뮤니케이션 미디어 사용자인 경우에는 사용자가 도착하는 모든 장소에서 얼마나 쉽게 미디어에 접속할 수 있는지를 가늠하는 편재성이 중요한 항목이 된다.

이동성(mobility)의 두 측면=

공간적 이동 능력 = 휴대가능성(portability)

+ 공간적 이동으로 인한 제약 극복능력=편재성(ubiquity)

모바일 커뮤니케이션은 일단 휴대가능성에 초점을 두고 있으나 편재성 또한 이동을 증대시키는 본질적 요인임을 간과해서는 안된다. 이동성을 강화해 주는 대표적인 매체인 휴대전화만 하더라도 기지국이 편재하지 않으면 완전한 서비스를 제공할 수 없는 한계가 있다. 단말기의 이동성은 기지국의 편재성과 함께 성취되는 개념인 셈이다.

한국의 경우 편재성의 측면에서 이동성을 확장한 다른 대표적인 미디어 현상이 있는데 그것이 바로 PC방 네트워크를 중심으로 형성된 인터넷 활용이다. 휴대전화는 가지고 다니면서 사용하도록 애초부터 고안된 것이지만 노트북은 가지고 다니다 하더라도 접속설비가 갖추어진 지점에서만 통신단말기로서의 기능을 발휘할 수 있다. PC방은 그러한 접속지점이다. 매트릭스 영화가 만약 한국에서 제작되었다면 영화에 등장하는 주인공들이 사이버 공간의 출입문을 공중전화 박스가 아닌 PC방에서 찾았을 것이다.

일본의 휴대전화 보급은 우리나라와 비슷한 속도와 보급률을 보이는데 휴대전화의 기능면에서는 상당히 재미있는 차이를 드러내는 것이 있다. 한국의 경우 통화와 문자메시지 사용이 가장 보편적으로 많이 사용되는 서비스인데 반해 일본에서는 통화와 휴대폰 이메일 서비스가 광범위하게 사용된다. 몇 가지 원인을 즉각 짚어볼 수 있는데, 첫째, 일본의 휴대전화 사용자들은 서로 다른 서비스 사업자에게 가입한 경우에 서로 문자메시지를 교환할 수 없다. 그러나 이메일은 가능하다. 둘째, 일본의 PC보급률이나 특히 초고속 인터넷망 설비율은 매우 저조하다. PC방도 한국처럼

동네마다 골목마다 있는 것이 아니다. 따라서 컴퓨터를 이용한 이메일 사용보다는 휴대전화 단말기를 통한 이메일 사용이 편리하고, 또 이에 대한 수요가 있는 것이다. 아울러 휴대폰을 이용한 인터넷 접속도 한국에 비해 훨씬 활발하다. 이러한 현상은 2002년과 2003년을 전후로 전개되는 양상이며 얼마든지 다른 방향으로 급변할 수 있는 가능성은 상존한다.

요컨대 모바일 커뮤니케이션의 개념은 엄밀히 확장하자면 커뮤니케이션 미디어의 이동 가능성을 가리키는 휴대가능성과 커뮤니케이션 접점의 편재성을 동시에 포괄한다는 점이다. 따라서 모바일 통신이든 모바일 방송이든 모바일 커뮤니케이션 미디어의 미래에 대한 분석과 예측 또한 양 측면을 동시에 고려할 필요가 있을 것이다.

이동성의 두 측면, 즉 휴대가능성과 편재성은 방송의 미래를 예상하는 데에도 동시에 고려해야 할 주요 측면으로 떠오른다. 즉 미래의 텔레비전은 이동성이 고도로 강화된 형태로 발전될 것이라는 예측이 어렵지 않다. 이미 주요 통신 사업자들이 이동방송서비스를 위한 초기단계에 진입해 있다. 이동방송이란 휴대단말기를 통해 수신 가능한 방송을 말하는 것이지만, 시청자의 입장에서 보면 어느 지점에서나 장소의 제약 없이 시청할 수 있느냐 없느냐의 문제가 된다. 즉 편재성의 문제이다. 아래에서는 휴대용 단말기를 통한 방송서비스의 미래에 대해 보통의 소비자들이 예상하거나 기대하는 것들이 무엇인지 살펴보고, 또 텔레비전 미디어의 편재성이 더욱 강화된다면 어떤 공간적 변형을 통해 가능할 것인지에 대한 의견을 분석해 본다. 이들의 의견과 상상은 전문적 소양이나 식견에 기초한 것이 아니지만 새로운 미디어의 성공과 실패를 예측하는 데에는 크게 시사하는 바가 있을 것이다.

제 2 절 DMB의 요건

공간성, 시간성, 그리고 이동성 등의 개념이 미디어 발전에 따라 어떻게 변형될 수 있는지, 또 미디어 발전이 이러한 개념들 자체를 어떻게 변형할 수 있는지에 대

해서는 이미 앞 장과 앞 절에서 논의한 바 있다. 이상과 같은 개념분석적 논의가 지니는 장점은 얇은 수준의 집합적 의견 수집과 그 분석을 통해서는 파악하기 어려운 심도와 통찰을 기대할 수 있다는 점에 있다. 아울러 현상적인 자료들만 보아서는 잘 구분이 되지 않는 근원적 속성상의 차이점과 유사성을 직관해 내는 장점도 있다. 상황에 대한 직접적 가치판단이 배제된 논리적 구성 작업에서는 특히 이러한 접근을 통해 취할 수 있는 장점이 크다.

그러나 개념분석 자체를 통해 현상의 전개가 스스로 드러나지는 않는다. 이를테면 공간성, 시간성, 이동성 등이 현실에서 어떻게 구현되고 있는지를 알아내는 방법은 직접 사람을 관찰하고 물어보고 하는 수밖에 없다. 이를 위해 본 연구에서는 공중텔파이 기법을 활용하여 대학생들을 중심으로 모바일 방송에 연관한 그들의 의견과 예측을 수집하였다. 응답자들의 의견은 대체로 몇 가지 주제에 국한되는 경향을 보였다. 모바일 방송의 미래에 대한 낙관적, 혹은 비관적 전망, 현재의 문제점, 성공을 위해 개선할 점, 직접적 혹은 간접적 경험담 등이 주요 범주가 될 수 있다. 그러나 응답자 개개인의 답변은 길이와 형식, 내용에 대한 파악 정도에서 상당한 정도의 다양성을 보였다. 아래에서는 공중텔파이 응답에서 제시된 것 가운데 주목할 만한 사안을 중심으로 검토해 보기로 한다.

1. 휴대용 방송단말기

이동성의 이중적 성격을 텔레비전 미디어에 적용시켜보면 휴대용 텔레비전, 즉 휴대전화 단말기를 통한 텔레비전 방송 서비스의 구현과 모든 장소에 설치된 텔레비전을 동시에 고려할 수 있다. 먼저 휴대용 텔레비전에 대해서는 그 자체로서 별로 새로운 것이 없다는 점부터 지적해야 할 것이다. 휴대용 텔레비전이 개발된 것은 이미 30년도 넘는 일이다. 트랜지스터 라디오 크기밖에 되지 않는 휴대용 텔레비전도 개발되었지만 성공한 미디어의 반열에 오르지 못했다. 하지만 휴대용 텔레비전을 상당기간 동안 직접 사용해 본 경험이 있는 어떤 학생의 진술은 미래의 휴대용 텔레비전이 가질 수 있는 가능성에 대해 적지 않은 시사를 준다.

약간의 허세와 겉멋이 들어있을 고3 무렵 용산에서 약 10여 만원 정도에 구입했던 카시오 브랜드의 휴대용 TV를 사용했던 경험이 있다. 약 일년 반 동안의 사용기간 동안 내 손바닥만한 크기의 그 TV는 언제나 내 가방 안에 들어 있었다. 일반건전지 두 개가 들어가고 무게 또한 얇은 책 한 권 정도의 무게이지만, 버스나 택시 등을 탈 때, 누군가를 기다릴 때 등, 언제나 시간이 생기면 TV를 틀곤 했다. 큰 화면도 좋은 화질도 아니지만, 드라마나 뉴스를 보기에 전혀 지장이 없었고, 그 당시만 해도 굉장히 튀는 제품이라 당당히 사용할 수가 있었다. TV를 보려면 약 30cm의 안테나를 뽑고 전파가 비교적 잘 잡히는 곳에 있어야 가장 좋은 화질과 음질을 즐길 수 있었으며 움직이는 동안은 그냥 스스로 만족해하면서 화면을 이해하며 보았다. 이런 것을 즐길 때의 심리는 나의 경우에는 남들이 가지지 못했던 것을 가지고 즐길 수 있다는 그런 기분이 들었다. 또한 주위의 친구들도 내 작은 TV를 부러워했고 보고 싶어했다. 그 TV는 주로 드라마나 쇼 프로그램 등을 시청하는데 사용했었으며, 별도의 시청료는 없었다. 약 일년 반 정도의 사용 후 액정이 고장나면서 잃어버리게 되었고, 그 후에는 컴퓨터 등이 집에 생기고 인터넷이 발달되면서 살 생각을 안하고 지냈다(이명길, 남 23, 대학생).

과거의 휴대용 텔레비전은 일반 지상파 방송을 포터블 수신기를 통해 시청하는 것이었기 때문에 여러 가지 기술적 제약에 시달려야 했다. 응답자의 진술에서 나타나고 있듯이 화질과 화면은 계속 문제가 되었고 제한된 채널 또한 사용자를 만족시키기보다는 불만스럽게 하는 경우가 많았다. 그에 비하면 이 학생의 경우는 상당히 드문 경우에 속한다고 볼 수도 있을 것이다. 그러나 이 학생의 경우 휴대텔레비전의 사용에서 느낀 만족도가 미디어 자체가 제공하는 서비스의 질에서뿐만 아니라 또래 집단에서의 인정이라는 별도 요인이 혼재했음을 주목해야 할 것이다.

2. 모바일 방송의 미래에 대한 낙관적 전망

미래의 이동방송은 과거의 휴대용 텔레비전과는 다른 기술 기반에서 시작하고 있다. 위성을 이용한 디지털 멀티미디어 방송(digital Multimedia Broadcasting)이 바로 그것인데, 이는 무선인터넷 방송형 서비스를 의미한다. 즉 휴대전화 단말기를 이용해 인터넷에 접속한 사용자가 일정한 요금을 지불하고 원하는 방송프로그램을 시청하도록 하는 것이다. 이미 인터넷에 보편화된 유료 동영상 서비스를 휴대전화를

이용한 무선인터넷 네트워크에서 제공하겠다는 것이다. 현재는 SK텔레콤이 June을, 그리고 KTF가 Fimm 서비스를 상품화하여 제공하고 있으나 높은 사용료와 기술적인 문제로 인해 큰 호응을 받고 있지는 못한 상태이다. 그러나 이러한 서비스의 미래에 대한 공중텔파이 응답자들의 반응은 대체로 긍정적이다.

나는 이동방송의 미래의 전망을 밝을 거라 생각한다. 특히 휴대전화 단말기를 사용한 방송에는 무언가 끌리는 매력이 있는 것 같다. 아직 보편적이지는 않지만 모바일 방송으로 인해 엄청난 요금에 시달리는 사람들을 가끔 TV에 볼 수 있다. 사실 그 이슈는 이동통신사의 요금의 횡포에 대해 고발하는 내용이지만 잘 알고 보면 사람들이 그것을 한번 접하면 다시 계속 사용한다는 증거이기도 하다. 버스나 지하철 이용 시 사람들은 대부분 그냥 생각에 잠겨 있거나 신문 음악을 듣는 정도로 혼자 가는 경우들 등 그런 모습들을 종종 마주친다. 그런 사람들에게 모바일 방송은 시간 때우기에 참 요긴하게 쓰일 것 같다. 그전까지 청각이나 정지된 영상에 시각을 내주는 정도에서 더 나아가 움직이는 영상은 당연히 그들의 눈을 잡을 능력이 있다고 생각한다. 물론 기술적인 면에서 모바일폰의 모니터의 문제점이 있지만 말이다. 지하철 등 교통시설에 tv가 많이 보편화되어 있지만 모바일 방송은 자신이 원하는 것을 시청할 수 있으며 원하지 않는 광고는 보지 않아도 된다는 장점이 있다. 또한 요즘 사람들은 자신만의 공간을 갖길 원하는 특징이 있어서 모바일 방송은 그들의 선호에 부합될 것이다(김현정, 여 22, 대학생).

밤 시간에 회사 일이 끝나고 집에 가는 시내버스를 탔다. 서서 멍하니 가고 있는데 옆에 서 있던 어떤 직장인 차림의 여성이 준 핸드폰으로 일반 채널에서 해주는 드라마를 보고 있었다. JUNE 서비스를 사용하는 모습을 처음 본 것이라 시선이 갔다. 처음엔 신기해서 보았지만 나도 관심이 있던 드라마라 점점 드라마 내용에 빠지는 내 모습을 볼 수 있었다. 화면이 작았지만 그 동안 보아왔던 드라마이기 때문에 금방 스토리에 빠져 들어서 화면의 사이즈가 작아서 답답하다는 의식이 들지 않았고 사이즈는 그렇게 심각한 것이 아니었던 것으로 기억된다. 지금 방송하는 드라마의 주인공의 얼굴과 목소리가 이미 내 머리에 각인되었기 때문인지도 모르겠다(이수진, 여 22, 대학생).

두 응답은 각각 다른 이유에서 모바일 방송의 미래를 낙관적으로 예측하고 있는데 두 가지 이유 모두 충분한 논리적 근거와 설득력을 가진 지적이라고 판단된다. 혼자 있는 자투리 시간이 많고 또 수용자의 선택적 사용이 가능하다면 모바일 방송은 현실적 유용성이 크리라는 것이 첫 번째 예상은 수용자 측면에 주목하고 있다는

점에 의미가 있다. 즉 모바일 방송 기술이 지니는 가능성이나 매력에 의존하기보다는 수용자의 형편이 모바일 방송 서비스를 편리하게 인식할 수 있는 상황임을 지적한 것이고, 또 이러한 지적은 타당하다.

반면에 두 번째 응답은 보다 근원적인 수용자 특성을 지적하는 것이어서 매우 흥미롭다. 시내버스에서 우연히 넘겨 본 모바일 방송 서비스의 기술적 한계가 매우 분명한 것이었음에도 불구하고 이를 이용하는 사람이나 구경하는 사람을 강하게 흡인한 것은 바로 전달되고 있는 ‘이야기’라는 점이다. 어떤 의미에서 이들이 소비하는 것은 기술이 아니라(열악함에도 불구하고) 그 기술을 통해 전송되는 콘텐츠의 특성이라는 점이다. 그리고 이 특성은 바로 콘텐츠가 지니는 이야기로서의 특성이다.

사실 미디어를 통해 제공되는 모든 종류의 콘텐츠는 이야기(narrative)이다. 장르와 포맷이 어떤 것이든지에 관계없이 미디어 콘텐츠는 모두 특정한 서사구조와 양식을 갖춘 이야기들이다. 뉴스, 드라마, 다큐멘터리, 쇼, 그리고 스포츠 중계에 이르기까지 미디어는 소비자에게 이야기를 전달한다. 소비자가 원하는 것이 바로 이야기이기 때문이다.

3. 새로운 방송 미디어의 출현

응답 가운데에는 이동방송 서비스의 개시로 말미암아 방송 서비스 자체와 수용에 있어서의 행위 등이 변화할 것이라는 예상도 많았다.

방송편성시간이 24시간으로 늘어날 것 같다. 기존에는 낮에 TV를 시청하는 사람이 적었기 때문에 오후시간에는 방송이 없었다. 하지만 이동전화로도 정규방송을 시청할 수 있기 때문에 길을 가면서, 대중교통을 이용하면서, 대학생의 경우 공강 시간이나 때로는 수업시간에 문자를 보내듯이 수업시간에도 몰래 TV를 시청하는 경우도 생길 것이다. 이와 같이 공공기관에서의 이용을 위해 한국어 프로그램이라도 자막서비스가 가능하게 될 것 같다. 또한 짧은 시간동안 TV를 시청하는 경우가 많아지므로 시트콤과 같이 짧은 시간에 볼 수 있는 프로그램이 많아질 것 같다. 뉴스의 경우에도 중요한 내용만을 선정하여 뉴스를 만들어야 할 것이다. 보통 대형 화재나 참사가 일어나면 보도할 분량이 많이 준비되어 있지 않을 경우(생방송이므로) 반복해서 같은 내용과 장면을

방송한다. 그런 방송내용은 시청자에게 지루함을 줄 수 있다. 이동전화로 보는 뉴스는 한번 본 뉴스는 체크이 되어 시청자에게 뉴스 시청 여부를 알려 주는 기능이 마련되어야 할 것이다. ... 라디오, TV와 같은 종류로 이동전화 방송이라는 또 다른 매체로 분류될 수 있을 것이다. TV방송에 포함되는 것이 아닌 다른 매체의 등장을 의미한다. 이동전화 방송에 뛰어들게 채널에는 뮤직비디오가 주류인 KMTV와 MTV가 포함되리라고 생각한다. 앞에서 말했듯이 단시간 내에 방영이 가능한 프로그램에는 3,4분 분량으로써 20, 30대에 인기 있는 뮤직비디오가 적당하기 때문이다(장윤경, 여 21, 대학생; 응답자 강조).

방송서비스에 시간적 제약이 없어질 것이라든가 비규범적인 시청이 이루어질 것이라든가 하는 점에 대한 예상은 별로 대단한 것이 아닐지 모르지만, 실제 이동방송이 보편화되는 경우 바로 이러한 점들이 가장 일반적으로 생성될 변화가 될 소지가 크다는 점에서 중요한 지적이다. 짧은 시간에 시청 가능한 프로그램 포맷에 대한 강조와 이의 실례로서 뮤직비디오를 지적한 것도 많이 지적된 사항 가운데 하나이다. 주목할 점은 이동방송이 라디오나 텔레비전과 마찬가지로 수준의 새로운 미디어가 될 것이라는 예상이다.

이것 역시 이동방송서비스를 기존 방송의 연장으로 파악하는 일반적인 예상에서 벗어나 그 자체만이 고유하게 지니는 특성에 착안하고 있다는 점에서 중요한 지적이다. 이 글의 앞 부분에서 자세히 살펴보았듯이 이동성이 고양된 매체는 공간의 의미, 시간의 지각 등에서 근본적인 변화를 야기할 소지가 크다. 이것은 기존의 영상 미디어가 단지 휴대가능한 형식으로 재포장된다는 정도의 의미를 뛰어 넘어 거실에 고착된 텔레비전과는 전혀 다른 기능과 용도를 지닌 미디어로 발전될 가능성이 크다. 그 구체적인 모습이 어떻게 펼쳐질지는 실제의 응용과정에서 다양하게 전개될 것이다. 텔레비전 미디어의 최초 형성과정에서 보듯이 새로운 매체는 통상 미리 예견된 기능과 목표에 관계없이 수용의 실제 맥락 속에서 예상치 않은 방향으로 기능과 용도가 재창조되는 것이 보통이다. 라디오가 초기에는 유선미디어로 출발하여 가족 중심의 매체로 활용되었으나 트랜지스터 기술의 적용 이후 휴대미디어로 다시 만들어지고 이후 텔레비전의 보급과 함께 전체 미디어 지도에서 전혀 새로운

지점을 찾아 그 용도를 재설정하게 된 경우를 상기할 필요가 있다. 그렇다면 이동 단말기를 통한 방송서비스는 기존 방송의 연장이 되기보다는 기존 방송과는 다른 적소(niche)를 개발하는 미디어로 성장할 가능성이 높은 것이다.

4. 이동방송의 특성화

많은 응답이 지적하고 있는 내용 가운데 하나는 미래의 이동방송에 대한 응답자 나름대로의 방향설계였다. 즉 미래에 이동방송이 성공적으로 실시되려면 아마 이러 이러한 점들이 고려되어야 할 것이라라고 가정하고 진술한 내용들이다. 이동단말기의 특성에 맞는 콘텐츠, 이동중이라는 상황을 고려한 콘텐츠, 상호작용과 선택의 여지가 많다는 점을 강조한 콘텐츠 등등 콘텐츠의 형식에 많은 관심과 지적이 있었다.

모바일 드라마와 같은 새로운 형태의 드라마는 동영상보다는 정지 화상이나 낮은 텍스트를 통하여 상황을 사용자에게 보여주고 사용자의 생각이나 결정을 통해 새로운 형태의 드라마를 전개시켜 나간다면(휴대폰의 경우 쌍방향 커뮤니케이션이 가능하므로 어드벤처 게임의 형태와 같이 선택문을 통해서 드라마의 내용을 전개 시켜 나갈 수 있을 것이다) 동영상이나 화면보다는 사운드에 중점을 두어 사용자에게 상황을 인식시키는 새로운 형태가 나타날 것이다(실제로 일본의 「카마타치의 밤」이라는 게임에서는 사람형태와 물건의 형태만을 화면으로 보여주고 세밀한 사운드를 사용함으로써 유저의 상상력과 몰입성의 극대화를 가능하게 하여서 게임업계에서 주목을 받기도 하였다). 이러한 게임적 요소의 도입으로 인하여 사업자들은 같은 형태의 드라마를 만들어도 사용자들의 선택에 따라 적은 비용으로 새로운 형태의 드라마도 재생산할 수 있으므로 경제적인 이익을 창출할 수 있으며 사용자도 적극적인 참여를 통하거나 화상보다는 사운드에 더 집중하는 형태로 인한 몰입감과 상상력의 증가로 인한 즐거움을 느낄 수 있을 것이다(마상용, 남 24, 대학생; 응답자 강조).

상호작용성과 사운드에 강조할 필요가 있다는 예측은 매우 기본적인 지적인 듯 보이지만 실제로는 기존 방송 프로그램의 포맷으로는 이동방송의 콘텐츠르 제작하는 것이 부적합하다는 점을 강하게 일깨우는 것이다. 다음의 인용문에서도 다시 반복되는 것이지만, 이동방송용 프로그램을 별도로 제작해야 한다는 주장들은 대체로

이동용 수신기(여기서는 휴대전화)의 특성에 기초하고 있다. 특히 소형 모니터의 한계는 응답자들의 상상력을 매우 제한하는 요소로 작용하는 것으로 보인다. 그러나 말이식 모니터라는 참신한 상상을 통해 기술적 장애를 넘어보려는 시도도 있었다.

이동 통신 방송을 하려면 역시 이동 통신 방송용 프로그램을 다시 만들어야 한다. 기존 TV 프로그램을 내보내기에는 문제가 많다. 우선 화면구성이다. TV 화면을 그대로 이동통신에 쓰기에는 화면 크기 상 무리가 따른다. 스마트 폰으로 TV를 본다 해도 TV에서 보는 재미를 그대로 느낄 수 없을 것이다. 스토리만 느낄뿐, 우리가 영화를 TV로 보는 것과 같은 이치라 하겠다. 자기가 보고 싶은 방송이라면 조금 늦게 보더라도 인터넷을 통해 보겠다. 인터넷이 사용료도 더 싸고 고화질과 더 큰 화면에서 볼 수 있어 시간에 맞춰 굳이 이동 통신기로 방송을 볼 필요가 없다. 두번째는 시간이다. 이동통신 방송은 사용료 때문에 마냥 켜 놓고만 볼 수 없다. 심심할 때 잠깐 보는 건대 이동통신기 안에 TV수신카드를 달지 않는 이상 감당할 수 없는 사용료 때문에 사용자들은 쓰지 않을 것이다. 스토리가 있는 드라마 같은 경우라도 5분 정도 끊어서 계속 방송해 주는 게 나을 것 같다. 요즘 공중파에서 5분짜리 드라마를 편성해 반영하고 있다. 이런 거라면 가능성이 있다고 하겠다(박주경, 여 20, 대학생).

이동방송이 성공하려면 몇 가지 부분들에 대해 생각해 볼 필요가 있다. 첫째로 이동방송과 지금 현재 TV방송이 같은 형태여서는 안된다. 휴대전화 단말기에 적합한 방송이 필요하다. 휴대전화는 TV와 다르게 화면의 크기가 작기 때문에 이것을 고려한 화면 구성이 필요하다. 자잘한 배경을 모두 보여주기보다는 인물을 중심으로 화면을 구성하고 필요 없는 소품들은 과감히 생략해야 한다. 또 분위기와 배경으로 인물의 감정을 나타내기보다 인물의 얼굴을 클로즈업해서 그들의 표정변화로 감정상태와 상황을 파악할 수 있도록 하는 방법이 적합할 것이다. 또한 휴대전화 방송은 오랫동안 집중해서 보는 것이 아니라 짧은 시간에 여유를 즐기거나 이동하는 잠깐의 무료함을 달래기 위해 사용하는 경우가 대부분이기 때문에 이런 점을 고려해 내용이 빠르게 진행되고 시청자의 흥미를 끌 수 있는 감각적인 영상과 독특한 소재가 필요하다. 예를 들어 5분에서 10분 정도의 시리즈물이나 뮤직비디오식의 영상제작이 좋을 것이다(최상미, 여 20, 대학생; 강조는 응답자 자신의 것).

마지막으로 엉뚱한 생각일지도 모르지만 신문과 9시 뉴스들을 폰에 연결시키는 것도 좋은 방법이라고 생각합니다. 이것은 교수님 말씀에 힌트를 얻어서 생각하게 된 것인데 돌돌 말 수 있는 롤링스크린을 A4용지 반장정도의 크기로 만들어 평소엔 돌돌 말아 휴

대하면서 필요할때 그것은 핸드폰에 연결시켜 신문이나 뉴스를 볼 수 있게 하는 방법입니다. 사람들의 휴대폰의 액정이 작아 TV프로그램이 서비스됨에도 불구하고 많이 사용하지 않았다면 위 방법이 그것을 개선할 수 있으리라고 봅니다. 사람들이 인터넷과 같은 정보매체에 익숙해 졌음에도 불구하고 신문사들이 망하지 않는 이유가 신문을 펼쳐보는 재미라고 하는 사람들이 있는이 롤링스크린을 사용함으로써 이 또한 펼쳐지고 말리는 전자종이로 인해 개선할 수 있지 않을까 생각해 봅니다(이지은, 여 20, 대학생).

마지막으로 현재의 이동방송 서비스가 노출하고 있는 문제점을 지적하고 그에 대한 해답을 모색하는 것으로 미래의 이동방송을 전망한 사례들이 있는데 그 한 경우를 보면 다음과 같다. 비현실적으로 높은 요금, 다운로드에 걸리는 긴 시간, 열등한 화질과 음질, 협소한 메뉴선택범위, 배터리 수명에 관한 문제 등등이 자주 거론되는 기술적 한계였다. 하지만 이러한 한계가 극복될 것인가 하는 점에서는 압도적 다수가 긍정적인 견해를 나타냈으며, 나아가 이러한 점들의 시정과 함께 이동방송 서비스는 성공할 것이라고 전망하고 있었다.

현재 모바일방송 서비스는 너무 비싼 가격으로 인하여 대중화에는 실패했습니다. 그러나 현재 서비스되는 방송, 화질, 음질을 실사 티비 정도 수준으로 끌어올리고 가격이 다운된다면 얼마든지 대중화될 가능성은 있습니다. ... 현재 모바일 방송서비스의 수준은 아쉽게도(제가 June서비스를 이용해본 결과) 화면은 자주 끊기고 화질이 좋지 않으며 음질 역시 그렇습니다. 또한 무리하게 긴 다운로드 속도는 유저들의 한숨만 나오게 합니다. 저는 준으로 한창 유행했던 오락프로그램인 '강호동의 천생연분'을 봤는데 60분 짜리 한편 다운받는데 5분 이상 걸리는 것 같았습니다. 5분이란 시간은 판매자입장으로서 60분 보는데 5분이면 괜찮다고 생각할지 모르나 사용자 입장에서는 너무나 길게 느껴지는 지루한 시간입니다. 그리고 종류별로 구분은 해놓았긴 하지만 프로그램의 종류도 너무 한정되어있어서 스포츠 경기라던가 영화 관람 등은 아예 찾아 볼 수도 없습니다. 또한 그런 한시간의 콘텐츠를 보게되면 배터리 거의가 닳아버리는 치명적 문제도 존재하고 있습니다. 아무리 문화콘텐츠 이용하는 것이 좋다고 해도 명색이 전화기인데 시도 때도 없이 배터리를 충전시켜야 한다면 그것은 이미 전화기의 기능을 상실했다고 봐도 무관합니다. 이렇게 여러모로 현재의 모바일방송 서비스는 개선해야 할 여지가 많이 있습니다. 그러므로 이런 기술적인 문제를 극복하고 소비자들에게 합리적인 이용료를 부담시킨다면(현재의 한편 당 얼마의 개념이 아닌 한 달에 전화요금에+ 얼마

식의) 모바일방송 서비스는 현재의 문자서비스처럼 보편화될 것입니다(김국헌, 남 24, 대학생).

그런데 응답자 의견에서 간접적으로 보이는 재미있는 현상 한가지는 이동방송 서비스가 성공할 것인가의 문제를 예측하는데 있어 기술의 진보나 수용자의 수요 등과 같은 요소보다도 더욱 강하게 작용하고 있는 점 한 가지는 서비스 제공 사업자의 강력한 마케팅에 관한 간접적 시사였다. 이동방송이 나타난 한 소비자들은 이의 유혹을 거부하지 못하고 결국은 모두 어떤 형태로든 사용자가 되고 말 것이라는 식의 인식이 깔려 있다는 것이다. 이러한 인식은 아마도 기존의 이동전화나 보다 이전의 무선호출기 등과 같은 이동매체의 수용현상에 대한 인식으로부터 영향을 받은 것으로 보인다.

제 3 절 텔레비전의 편재성

수용자가 가는 곳마다 방송을 시청할 수 있다면 이것 역시 이동성의 증가와 관련된 방송서비스의 다른 한 차원이라고 볼 수 있다. 응답자들을 대상으로 텔레비전이 어디에 있는지 일상의 공간을 중심으로 진술하도록 요구했다.

텔레비전은 어디에 있는가?

집, 강의실, 고속버스 터미널, 비행기, 택시, 식당, 가전대리점 앞, 쇼윈도의 TV, 지하철역(광고), 이동차량(방송), 주방싱크대의 TV, 냉장고, 승용차, 버스, 마을버스, 배, 기차, 버스역, 기차역, 공항, 빌딩(옥외), 술집, 노래방, 음식점, 도서관, 기숙사, 교도소, 화장실, 패스트푸드점, 군대, 여관, 호텔, 운동장, 통신서비스 업체(ttl, uto, na), 영화관, 핸드폰, 컴퓨터, 수위실, 실내수영장, 사우나 내부, 주방의 싱크대, 버스 정류장, 지하상가 끝에 있는 멀티미디어(주로 m-net을 틀어놓는다), 커피숍, 병원 인포센터 있는데, 병원 입원실 안, 간호사실 안, 미용실, 광고전화기, 전자 상가(하이마트 등), 트럭에다 싣고 다니는 멀티비전(극장 앞 도로에 세워 두고선 영화 내용을 편집하여 보여줌으로써 광고하는 효과를 가짐), 교실(요즘은 초, 중, 고교에도 각 반마다 TV와 컴퓨터가 설치되어 있음), 학교 휴게실, 목욕탕, 사우나, 찜질방, 호텔로비, 호텔 엘리베이터, 길바닥(성북역

지하철 매표소 앞 아래 바닥에 보면 TV 설치하여 주로 뮤직비디오 종류를 틀어 놓음)
(중복응답을 무순으로 정리)

앞으로 텔레비전이 설치될 공간은?

화장실, 화장대, 기차내 좌석마다 뒷부분, 학교마다 학생정보 게시판, 상점쇼윈도 또는 상품진열대, 손목시계, 책, 옷(걸어 다니는 세일즈맨의 옷, 나이트 클럽웨이터 옷), 건물 벽 전체를TV로 활용, 신문가판대(중복응답을 무순으로 정리)

패스트푸드점이나 패밀리 레스토랑의 테이블에 TV가 부착되어 있으면 좋을 것이다. TV를 보면서 이런 저런 이야기도 나누면서 식사를 하면 더 맛있을 것이다(한윤지, 여 21, 대학생).

대부분의 응답자들은 중복되는 진술을 했다. 응답을 보면 텔레비전이 설치되지 않은 공간은 없는 것처럼 보인다. 그러나 앞으로 텔레비전이 설치될 수 있는 곳이 어딘 지를 물었을 때 응답자들은 새로운 항목을 추가시켰다.

성격이 다른 공간에 설치되어 있는 텔레비전들은 공간의 성격에 따라 프로그램도 다른 것이 보통이다. 큰 빌딩의 벽에 설치된 옥외 방송의 경우 사운드를 사용할 수 없고 짧은 시간에 전달해야 하는 특성 때문에 주로 단신 뉴스와 광고영상을 주로 편집해 내 보내게 된다. 공항이나 버스 터널 대합실과 같이 불특정 다수의 대기자들이 무료한 대기 시간을 보내기 위해 모여든 경우에는 스포츠 중계나 뉴스 방송이 주로 이용된다. 병원의 입원실에는 동전을 넣고 시간에 따라 시청하는 유료텔레비전이 정착되어 가는 모습을 보인가 하면 순전히 광고방송만을 내보내는 텔레비전도 늘고 있다. 광고전화기가 좋은 예가 될 것이다.

텔레비전의 편재성에 대한 조사에서 일반 응답자들은 별 특별한 의견을 제시하지 않은 반면에 전문가 그룹을 대상으로 한 초점집단면접에서는 몇 가지 특기할만한 의견이 채집되었다. 우선 텔레비전의 설치 공간이 확대되는 것에 따른 프로그래밍 기술의 변화가 지적되었다. FGI 참여자 가운데 누구도 구체적인 편성전략의 변화 방향을 제시하지는 않았지만, 매체의 특성과 수용상황에 특성에 따라 편성이 바뀔 필요가 있다는 점에 대해서는 대체로 동의하였다. 두 번째로 텔레비전의 편재성이

가져오는 공간의 침탈 문제이다. 텔레비전의 설치는 경우에 따라 텔레비전에 의한 어떤 공간의 점령현상을 야기한다는 것이다. 예컨대 지하철 객차 상단에 설치된 텔레비전은 지하철 공간의 점령군이며 이러한 공간적 점령현상의 대상자는 공간 그 자체가 아니라 공간의 구성인자인 승객들이 된다. 승객들은 텔레비전이 없었다면 하지 않을 수동적 시청행위에 이끌리게 된다. 이것은 마치 지하철 객차 벽면에 설치된 여러 가지 광고와 같은 역할을 하는 것인데, 차이가 있다면 움직이는 그림을 사용한다는 것과 광고가 아닌 내용도 같이 전달한다는 것이다. 셋째로 텔레비전의 설치는 늘어나지만 메시지 전달의 일방성이라는 측면에서의 변화는 거의 없다는 점이다. 텔레비전 미디어의 탄생에서부터 지속되어온 일방향 커뮤니케이션 모델이 쌍방향 통신의 범위가 넓혀지고 있는 오늘날에도 거의 변화 없이 유지되고 있다는 점이다.

FGI 그룹은 특히 미래의 텔레비전이 넓혀나가야 할 영역에 대한 지적도 많이 제시했는데, 특히 상업적 이익에 의해 추동되는 설치 공간의 확대에 못지 않게 공익적 이익을 수행할 수 있는 용도의 개발이 중요하다는 점에 일치된 의견을 냈다. 라디오 방송의 경우 교통방송 등을 통해 도시 운전자들의 편의와 교통체증 해소에 공익적 기여를 담당하듯이 텔레비전 미디어 역시 유사한 서비스를 개발 할 수 있을 것이라는 지적이 있었다. 즉 동일한 내용의 변형만을 확대 재생산하기보다는 다른 장소에 설치되는 모니터들이 각각 다른 종류의 서비스 개발에 관심을 돌려야 한다는 것이다.

제4절 소 결

이 장에서는 근래 빠른 속도로 전개되고 있는 이동통신 기술이 방송서비스 분야로 확장되는 경우를 중심으로 이동성과 방송서비스의 관계를 살펴보는데 목표를 두었다. 미디어 발전에 따른 공간과 시간의 개념 변화, 이동성의 의미 확장 등을 논의하고 이 분야의 미래에 대한 일반 수용자 및 전문가 의견을 수집하여 대체로 이

동성이 강조된 미디어를 통한 방송서비스의 미래가 어떻게 전개될 것인지, 또 어떻게 전개되어야 할 것인지에 대해 분석해 보았다.

이동통신매체는 기존의 통신미디어에 비해 공간적 장애를 극복하는데 탁월한 특징을 가진 것이 사실이다. 그러나 공간적 한계의 붕괴는 단지 하나의 기능적 장점이 추가된 정도의 의미를 벗어나 공간이 구성되는 방식 자체에 근본적 변화를 초래하고 있다. 공간이란 구체적인 물리적 장소와는 다른 것이며 항상 주체와 주체 사이의 관계형태로 존재하는 추상적 개념이다. 공간의 설정과 형성, 변형 등은 따라서 관계의 설정과 변화를 의미하는 것이며, 이동미디어의 등장은 관계의 설정에 동원되는 도구 이상의 의미를 일상의 행위에 각인하고 있다. 이동통신기기의 혁명적 발전으로 말미암아 이러한 추세는 더욱 빠르고 강하게 진전될 전망이다. 아마 사람들이 이 기술의 진정한 사회적 의미를 눈치채기도 이전에 이 기술은 인간의 일상을 새로 정렬하는 매체가 되어 있을지도 모른다. 컴퓨터와 전화, 카메라, 녹음기 등이 하나로 통합되는 스마트폰으로 무장한 사람들이 21세기를 운영해 나갈 것이다. 스마트폰은 이들 행위자들의 사무실이며 카페이며 친구이며 휴식처가 될 전망이다. 손바닥 안에 들어오는 이 매체로 인해 관계와 공간이 새롭게 설정된다는 말이다. 그 구체적인 모습을 그리는 연구는 이제 시작해야 할 과제이다.

이동미디어는 시간의 지각과 구별에 대한 통념에도 변화를 야기한다. 농경시대의 사람들에게 몇 시 몇 분이냐가 그다지 큰 의미를 주지 않았던 것처럼, 이동성이 충분히 구현된 환경에서 시간의 의미는 통신이 가능한가 혹은 불가능한가의 구분에 따라 다시 정돈될 가능성이 크다. Log on/off에 의해 일과 놀이가 재편된다는 것이다. 네트워크의 중요성은 증가할 것이며 네트워크 시간이 중요성을 더해 갈 것이다.

이동성(mobility)의 개념은 휴대가능성(portability)과 편재성(ubiquity)으로 확장되고 있으며 결국에는 네트워크에 접속될 수 있느냐 없느냐의 문제가 될 것이다. 휴대용 단말기든 버스터미널에 설치된 인터넷 카페든 행위자가 네트워크에 들어올 수 있는 가능성을 이동성이라고 보면 된다. 따라서 이동성을 증가시키는 하부구조의 개선은 휴대가능성과 편재성을 동시에 고양하는 방향으로 계속 진전될 것이다.

이동방송의 미래는 그것이 기반을 둔 미디어의 이와 같은 속성 변화를 모태로 준비되어야 할 것이다. 기술적 장애의 극복은 시간 문제라 하더라도 기술이 가져오는 관계와 상황의 변화를 고려하지 못하는 이동방송 서비스는 성공하지 어려울 것이다. 그러나 변화하는 공간적 시간적 감각의 새로운 포메이션에 맞는 프로그래밍을 통해 이동방송은 밝은 미래를 열어갈 가능성이 커 보인다. 기술과 요금이 해결된다면 저녁 9시 뉴스를 보기 위해 서둘러 귀가해야 되는 일은 없어질 것이다. 9시 뉴스는 귀가 길에 지하철에서 시청하면 된다. 자신의 휴대단말기를 통해 보든지 지하철 차량에 설치된 모니터를 통해 보든지 알아서 할 일이다. 지하철 차량의 텔레비전에서도 사운드 서비스를 하는 날이 올 것이다. 승객들은 미리 판매하는 이어폰이나 헤드폰을 구입하여 승차 후 무선으로 사운드를 즐길 수 있을 것이다.

요컨대 이동방송의 미래는 이미 시작되었다. 이동통신만큼이나 급속히 시장을 형성하고 점거하는 일이 일어날지는 미지수이다. 그러나 기존의 텔레비전이나 라디오의 연장이라기 보다는 별도의 새로운 미디어로서 성격이 강하다는 점에 주목하여 이러한 성격에 맞는 콘텐츠 제작을 준비해야 한다. 기존의 방송 모델에서 시사를 구하는 것은 좋지만 기존의 모델에 구애받아서 안된다. 고유한 공간성, 시간성, 이동성의 특성에 기초한 내용으로 새로운 미디어의 원형을 창조하는 데에서 이동방송의 미래를 구할 수 있을 것이다.

제5 절 계속되는 모바일 미디어의 확장

모바일 방송의 의미는 마치 휴대전화가 단순히 들고 다니는 유선 전화가 아니라 그 이상의 전혀 다른 미디어로 변화 한 바에서 시사하는 바와 마찬가지로 또 하나의 새로운 양식의 방송을 예고하는 것일 수도 있다. 그 방향과 성격을 지레 짐작하기란 힘들다. 정해진 결과를 향해 나아가는 일이 아니라 어떤 방식으로 진행될지 누구도 모르는 일이기 때문이다. 모바일 미디어의 확장을 상상하는 과정에서 이전 미디어가 지닌 기능의 연장으로 상상하는 방법은 많은 한계를 안고 있는 것 같다.

따라서 기능적 연장의 선상에서 문제에 접근하는 방법보다는 이동성 자체의 편재가 야기하게 될 가능성에 초점을 두는 것이 더 유용한 방식이라고 생각된다. 다시 말해 이동성의 제한으로 말미암아 정해졌던 모든 일들이 모두 그 속박으로부터 놓이게 됨으로 인해 완전히 새로운 방식의 사회적 제도와 행위가 구성될 수 있는 점에 착안하는 것이다.

근래 논의되기 시작하는 모바일미디어를 응용한 전자투표제도의 도입 같은 것이 한 예일 수 있다. 투표란 전통적으로 공간적 구속을 심하게 받는 상황에서만 가능한 사회적 행위이자 제도였다. 근대적 대의제 민주주의가 시작된 이래 지금에 이르기까지 어떤 면에서는 가장 변화하지 않은 형태로 이루어져 온 정치적 절차이기도 하다. 그러나 사회체계 전반에 걸쳐 모든 부문에서 이동성이 급격히 제고되고 있는 마당에 전통적인 정주사회의 모형에 기준을 둔 투표방식은 결과적으로 투표 참여의 저하나 무관심을 유발하는 요인으로 기능하기 쉽게 되었다. 인터넷이나 모바일 미디어를 투표에 활용할 수 있는 방안이 마련된다면 이것은 다만 움직이는 텔레비전이나 인터넷의 차원을 넘어서는 혁명의 미디어로서 잠재력을 가지는 셈이 된다. 모바일 미디어에 대한 상상은 이러한 점에 초점을 맞출 것을 요구하고 있다.

참 고 문 헌

- Aronson, S. H.(1982). The sociology of the telephone. In G. Gumpert & R. Cathcart (Eds.), *Inter/Media*(2nd Ed.). New York: Oxford University Press.
- Bijker, W. E. & Law, J.(Eds.)(1992). *Shaping Technology/Building Society: Studies in Sociotechnical Change*. Cambridge & London: The MIT Press.
- Bradford, L., Meyers, R. A., & Kane, K. A.(1999). Latino expectations of communicative competence: A focus group interview study. *Communication Quarterly*, 47, 98 ~ 117.
- Donner, Jonathan(2003). What mobile phones mean to Rwandan entrepreneurs. In Kristof Nyiri(Ed.), *Mobile Democracy: Essays on Society, Self and Politics*. Vienna: Passagen Verlag. 393 ~410.
- Edge, D.(1995). The social shaping of technology. In N. Heap, R. Thomas, G. Einon R. Mason & H. Mackay(Eds.), *Information Technology and Society*(pp.14 ~32). London: Sage.
- Fisher, C. S.(1992). *America Calling: A Social History of the Telephone to 1940*. Berkeley & Los Angeles, CA: University of California Press.
- Goffman, E.(1959). *The Presentation of Self in Everyday Life*. New York: Anchor Books.
- Green, R. F.(1969). Age-intelligence relationship between ages sixteen and sixty-four: A rising trend. *Developmental Psychology*, 1(5): 618 ~627.
- Hahm, P. C., “Toward a new theory of Korean politics: a reexamination of traditional factors,” in Wright, E. R.(ed.), *Korean Politics in Transition*(Seattle, WA: University of Washington Press, 1975), pp.321 ~ 356.
- Harvey, D.(1989). *The Condition of Postmodernity*. Cambridge, MA & Oxford, UK:

- Blackwell.
- Harvey, D.(1996). *Justice, Nature, and the Geography of Difference*. Cambridge, MA & Oxford, UK: Blackwell.
- Jackson, M. H.(1996). The meaning of “communication technology”: The technology-context scheme. In B. Burleson(Ed.), *Communication Yearbook*(Vol. 19, pp.229~268). Beverly Hills, CA: Sage.
- Kanayama, T.(2003). Ethnographic research on the experience of Japanese elderly people online. *New Media & Society*, 5(2): 267~288.
- Katz, J.(1999). *Connections: Social and Cultural Studies of the Telephone in American Life*. New Brunswick & London: Transaction Publishers.
- Krueger, R. A.(1994). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research*. Newbury Park, CA: Sage.
- Lee, Y. H., “The political culture of modernizing society: political attitude and democracy in Korea”. Unpublished Ph. D. Diss., Yale University, 1969.
- Lefebvre, H.(1974). *The Production of Space*. Cambridge, MA & Oxford, UK: Blackwell.
- Leonardi, P. M.(2003). Problematizing “new media”: Culturally based perceptions of cell phones, computers, and the Internet among United States Latinos. *Critical Studies in Media Communication*, 20(2): 160~179.
- Lin, C.(2003). An integrative communication technology adoption model. *Communication Theory*, 13(4): 345~365.
- Lull, J.(1990). *Inside Family Viewing: Ethnographic Research on Television's Audiences*. London & New York: Routledge.
- MacKenjie, Donald and Wajcman, Judy(1985). *The Social Shaping of Technology: How the refrigerator got its hum*. Milton Keynes & Philadelphia: Open University Press.
- Morgan, D. L.(1997). *Focus Groups As Qualitative Research*(2nd Ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.

- Morley, D.(1986). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. London: Routledge.
- Ong, Walter, *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*(London: Routledge, 1982). 이기우 · 임명진 옮김, *구술문화와 문자문화*(서울: 문예출판사, 1996).
- Perlmutter, M., Kaplan, M. & Nyquist, L.(1990). Development of adaptive competence in adulthood. *Human Development*, 33: 185 ~ 197.
- Plant, S.(n.d.). *On the Mobile: The Effects of Mobile Telephones on Social and Individual Life*. A document on the web.
- Rautiainen, Pirjo, “Mobile communication of children and teenagers: Case Finland 1997-1999,” in the *Perpetual Contact Workshop Proceedings*, (New Brunswick: NJ, Rutgers University, 1999. 12. 12.); also in Katz, J.(ed.), *Perpetual Contact* (Cambridge University Press, 2001).
- Rogers, Everett, *Diffusion of Innovations*, 3rd Ed.(New York: The Free Press, 1983), pp. 210 ~ 240.
- Silverstone, R. & Hirsch, E.(Eds.)(1992). *Consuming Technologies: Media and Information in Domestic Spaces*. London & New York: Routledge.
- Straubhaar, J. & R. LaRose, *Communications Media in the Information Society*, Updated Ed.(Wadsworth Publishing Company, 1997), pp.39 ~ 40.
- Thompson, J. B., *The Media and Modernity: A Social Theory of the Media*.(Stanford, CA: Stanford University Press, 1995), pp.12 ~ 13.
- Wechsler, D.(1958). *The Measurement and Appraisal of Adult Intelligence*(4th Ed.). Baltimore, NJ: William & Wilkins.
- Wei, R. and Leung, L.(1999). Blurring public and private behaviors in public space: policy challenges in the use and improper use of the cell phone. *Telematics and Informatics* 16: 11 ~ 26.
- Yee, Jaeyeol, “The social networks of Koreans,” *Korea Journal* 40(1), pp.325 ~ 352.

- Yomiuri Shimbun, Cell phone as teen talisman. *The Daily Yomiuri Online*. www.yomiuri.co.jp/newse/1013so20.htm, 1999.
- 강정인, “현대인의 삶: 휴대폰 사용에 나타난 인간과 기술”, *전통과 현대* 13, 2000: 163 ~ 181.
- 길승흠, “한국인의 정치의식 구조 변화: 1963년과 1978년”, *한국정치학회보* 14, 1980: pp.89 ~ 104.
- 김경동, *한국사회변동론*(서울: 나남, 1993), pp.135 ~ 160.
- 김규태, (2002). 이동전화 가입자 3천만 명 돌파 초읽기 의미. 『전자신문』, 3월 7일자, p.7.
- 김 근, “너 뉘집 아들이냐? 언어 안의 파시즘”, 임지현 편, *우리 안의 파시즘*(서울: 삼인, 2000), pp.177 ~ 193.
- 김동노, “국가의 정당성 결여와 생활세계의 왜곡”, *현상과 인식* 21(1), 1997.
- 김선엽, “연결망과 연고주의”, *오늘의 한국사회*(서울: 나남, 1993).
- 김세은, (2001). 커뮤니케이션, 문화 그리고 한국의 공론권. 미발표 초고.
- 김신동, (2001a). 전화와 공간: 이동전화 사용과 커뮤니케이션 공간의 재구성. *한국언론학회 학술세미나 『우리나라에서의 휴대폰 보급 및 사용 문화』*, 30 ~ 42.
- _____, (2001b). 호모 텔레포니쿠스의 등장: 이동전화의 확산에 영향을 준 사회문화적 요인 연구. 『*한국언론학보*』, 45권 2호, 62 ~ 85.
- 김용학, “연결망과 거래비용”, *사회비평* 14, 1996.
- 김용학 · 임현진(2000). 『*비교사회학: 쟁점, 방법 및 실제*』, 서울: 나남출판.
- 김한교, “한국에 있어서의 일본 식민통치의 유산”, *한국의 전통과 변천*(서울: 고대아세아문제연구소, 1973).
- 김현주, (2000). 전화의 사회문화적 영향에 관한 연구. 『*한국언론학보*』, 44권 2호, 65 ~ 92.
- 나미수, (2001). 홈컴퓨터의 소비를 통해 본 젠더와 테크놀로지에 관한 연구. 『*한국언론학보*』, 46(1): 72 ~ 115.

- 나미수, (2002). 일상생활에서 인터넷의 문화적 의미: 전업주부의 인터넷 이용을 중심으로. 『한국방송학보』, 16권 3호. 260~293.
- 나은영, (2001a). 이동전화 채택에 영향을 미치는 이동전화 커뮤니케이션의 매체적 속성에 관한 연구: 개인중심성, 즉시성 및 직접성을 중심으로. 『한국언론학보』, 45권 4호, 189~228.
- _____, (2001b). 휴대폰 커뮤니케이션의 의사소통 양식적 특성과 한국문화. 한국언론학회 학술세미나 『우리나라에서의 휴대폰 보급 및 사용 문화』, 1~29.
- 박웅기, 대학생들의 이동전화 중독증에 관한 연구. 『한국언론학보』, 47권 2호, 250~281.
- 박종민, (2003). 휴대전화, 인터넷, 텔레비전의 미디어 속성 차이와 이용 동기 요인 연구. 『한국언론학보』, 47권 2호, 221~249.
- 박준식 · 이재혁, “한국사회에서 연고주의의 작동방식과 효능감”, 동아시아의 연고주의와 세계화(춘천: 한림대학교 아시아문화연구소 제19회 학술연구발표회 발표자료, 1999. 12. 3.)
- 배진한, (2001). 이동전화의 충족과 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화의 적합성 인식: 세대간 비교를 중심으로. 『한국언론학보』, 45권 4호, 160~188.
- _____, (2002). 전화의 이용과 충족 그리고 대인매체로서의 전화의 속성. 『한국언론정보학보』, 통권 18호, 131~164.
- _____, (2003). 한국인의 커뮤니케이션 가치관과 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화의 매체인식: 기성세대의 이중성을 중심으로. 『한국언론정보학보』, 통권 21호, 87~113.
- 백완기, 한국의 행정문화(서울: 고려대학교출판부, 1984).
- 부르텡, 마리즈, “내가 핸드폰이 없는 이유”, 한국일보 2000. 2.
- 성동규 · 조윤경(2002). 이동전화 이용자의 집단적 특징에 따른 이용 유형 연구. 『한국언론학보』, 46권 6호, 153~190.
- 송 복, “지역갈등”, 한국사회의 갈등구조(서울: 경문사, 1997).

- 유석춘 · 장미혜 · 김태은, “동아시아의 연고주의와 세계화”, *전통과 현대* 13, 2000: 197~232.
- 윤석민, (1999). 다채널 TV론. 커뮤니케이션북스.
- 윤천주, 한국정치체제서설(서울: 문연당, 1961).
- 이인희, (2001). 대학생집단의 휴대폰 이용동기에 관한 연구. 『한국방송학보』, 15권 3호. 261~293.
- 이재현, (2004). 모바일 미디어와 모바일 사회. 커뮤니케이션북스.
- 이지훈, “한국 정치문화의 기본요인”, 고대 정외과 박사학위 논문, 1982: pp.176~195.
- 이흥구, “한국의 정치문화와 정치발전”, *한국정치학회보* 11, 1977: pp.114~134.
- 정보통신정책연구원(2004). 『인터넷미디어 이용실태 분석』(이슈리포트 04-05).
- 제일기획, 소비자조사(서울: 제일기획, 1999).
- 최장집, “지역감정의 지배이데올로기적 기능”, *지역감정연구*(서울: 학민사, 1991).
- 최재석, 한국인의 사회적 성격(서울: 개문사, 1977).
- 최준식, 한국인에게 문화는 있는가(서울: 사계절, 1997).
- 한국광고주협회, “상위 100대 광고주”, *KAA저널* 11, 1999: p.39.
- 한국인터넷정보센터, (2002). 『인터넷 이용자 수 및 이용행태에 대한 설문조사 보고서』.
- 한배호 · 어수영, 한국의 정치문화(서울: 법문사, 1987).
- 한승조, 한국민주주의와 정치발전(서울: 법문사, 1976), pp.156~162.