

이동전화와 인간 커뮤니케이션의 확장

송종현*

(선문대학교 언론광고학부 강사)

이 연구는 맥루한의 '인간 확장' 개념으로부터 출발해, 이동전화의 매개하고 있는 인간 커뮤니케이션 확장 개념이 어떤 차원들로 구성되어 있는지를 논증해보고, 이들 각 차원의 상호작용에 의한 구체적인 이동전화 이용행태와 사회적 관계의 확장의 양상을 실증적 자료를 바탕으로 검증하고자 했다. '이동성'과 '개별성'이라는 이동전화의 매체적 특성은 인간 커뮤니케이션의 '기능 확장'과 '자아 확장'이라는 두 개의 차원 혹은 영역을 견인하고 있으며, 이는 이동전화의 도구적 이용동기와 표현적 이용동기에 각각 조응하고 있음을 밝혀 보았다. 나아가 설문조사방법을 통해 수집된 자료를 분석한 결과, 이용동기의 두 차원의 상호작용 결과, 이동전화 이용자들의 이용행태와 사회적 관계의 확장은 다양한 양상으로 전개되는 것으로 나타났다. 결론적으로 이동전화의 견인하고 있는 인간 커뮤니케이션의 확장은 일률적인 내용과 방향으로 전개되는 것이 아니라, 확장 개념의 두 차원이 상호작용함으로써 불균등한 양상으로 진행되는 것을 알 수 있었다.

키워드 : 이동전화, 인간 커뮤니케이션 확장, 이용동기, 이용행태, 사회적 관계

1. 문제의 제기

지금까지 인류가 발명한 미디어 중 가장 빠른 속도로 확산되고 있는 이동전화는, 과거의 어떤 미디어보다도 인간 커뮤니케이션의 물리적 시공간에 대한 통제력을 급격하게 확장시키고 있다. 나아가 이동전화는 음성 기반의 대인 커뮤니케이션의 기능뿐만 아니라, 텍스트와 이미지, 영상 등 다양한 표현양식을 활용한, 정보 획득 기능과 공공서비스, 비즈니스, 오락, 그리고

* sch2182@sunmoon.ac.kr.

자기표현의 기능까지 포괄하는, 통합 모바일 멀티미디어 기기로 진화하면서, 소위 ‘유비쿼터스 커뮤니케이션(ubiquitous communication)’의 시대를 열어가고 있다. 미디어 발달의 역사가 인간 커뮤니케이션의 시공간적 제약을 극복하고, 그 상호작용의 지평을 확장시키는 과정이었음을 상기해본다면, 이동전화를 근간으로 한 모바일 미디어의 눈부신 변화, 발전이 인간 커뮤니케이션 영역의 확장을 주도하고 있다 해도 과언은 아닐 것이다.

그렇다면, 이처럼 이동전화가 매개하고 있는 인간 커뮤니케이션 영역의 확장이란 무엇을 의미하는 것일까? 물리적 시공간에 대한 통제력이 강화되고, 과거 분리되어 있던 커뮤니케이션 기능들이 하나로 통합되고 있다는 것만으로 충분한 설명이 되는 것일까? 앞서 언급했던 ‘확장(extension)’이란 어떤 차원들로 구성된 개념이며, 그것이 이동전화의 이용과는 어떤 연관성을 지니고 있는가에 대한 물음이 이 연구의 출발점이다.

이동전화가 현대 사회의 중추적 커뮤니케이션 미디어로서 자리잡아감에 따라, 다양한 학문적 배경을 지닌 연구자들에 의해, 이동전화가 우리의 일상적 삶의 한 부분으로 정착되는 과정, 또는 그 과정에서 발생하는 새로운 사회문화적 현상을 다루는 연구들이 점증하고 있다. 하지만, 대부분의 연구들이 모바일 커뮤니케이션(mobile communication) 현상의 특성을 기술하거나, 사회경제적 혹은 심리적 변인과의 관계를 설명해 보려는 분절된 시도를 했을 뿐, 이동전화가 매개하고 있는 인간 커뮤니케이션 영역에서의 변화가 구체적으로 어떤 구조를 지니고 있는지, 그리고 그러한 변화의 결과 혹은 효과가 무엇을 함의하는지에 대한 본격적인 설명이 제시되지 않았던 것 또한 사실이라 생각된다.

이 연구는 일찍이 미디어를 ‘인간의 확장’으로 설명했던 맥루한(McLuhan, 1964)의 논의로부터 그 해답의 실마리를 찾아보고자 한다. 이동전화는 ‘개인적 사물 영역(personal object sphere)¹⁾에 속하는 가장 대표적

1) 개인적 사물 영역이란 자신이 항상 소지했으면 하는 핵심적인 사물들의 집합으로, 이에는 가령 열쇠, 지갑, 돈, 담배, 디지털 카메라, 이동전화 등이 포함될 수 있다 (Cohen & Wakeford, 2003; 이재현, 2004에서 재인용).

인 물품으로서, 지금까지의 그 어떤 매체보다도 우리의 신체에 밀착된 채, 일상에서 많은 시간을 함께 하는 매체이기에, 맥루한의 인간 확장 개념을 적용시키는 데 있어 적합한 대상이라 생각되기 때문이다. 특히 이 연구는 기존에 맥루한의 논의 속에서 다루어진 인간 확장의 개념에만 머물기보다, 오히려 이동전화가 매개하는 인간 커뮤니케이션 확장 개념을 통해, 맥루한의 개념을 한 두 단계 더 '확장'된 차원으로 발전시킬 수 있음을 살펴보고자 한다.

구체적으로 이 연구가 다루고자 하는 문제는 첫째로, 이동전화가 견인하고 있는 인간 커뮤니케이션 확장이라는 개념은 '기능의 확장(extension of function)'이라는 차원과 '자아의 확장(extension of ego)'이라는 차원으로 구성되어 있음을 논증하는 것이다. 둘째로, 이러한 인간 커뮤니케이션 확장의 두 차원은, 이동전화의 도구적 이용동기와 표현적 이용동기의 두 차원과 조응하고 있을 뿐 아니라, 각각의 차원은 대립적이기보다 상호교차적인 관계를 맺으면서, 인간 커뮤니케이션 영역을 다양한 양상으로 전개시키고 있음을 실증적 자료를 바탕으로 살펴보고자 한다. 마지막으로 이 연구는 이동전화 매개하는 인간 커뮤니케이션 확장의 사회적 효과 혹은 성과적 측면에 해당하는 세번째 차원으로, '사회적 관계의 확장(extension of social network)'을 설정하고, 이동전화의 이용동기 유형과 사회적 관계 확장 간의 연관성을 역시 실증적 자료를 바탕으로 검증해보고자 한다.

2. 이론적 배경

1) 이동전화와 인간 커뮤니케이션 확장의 차원

“미디어가 메시지다”라는 것의 의미는 간단하다. 그것은 모든 미디어가 우리 자신의 확장이며, 이 미디어의 개인적 및 사회적 영향은 우리 하나 하나의 확장, 바꾸어 말한다면 새로운 테크놀로지 하나 하나가 우리에게 도

입되는 새로운 척도로서 측정되어야 한다는 것이다(McLuhan, 1964, p. 25)

위와 같은 맥루한의 견해에 따르면, 미디어는 인간 신체가 갖고 있는 한계, 즉 감각기관의 한계를 극복하게 만드는 ‘인간의 연장(extension of men)’으로 이해될 수 있다. 다시 말해 미디어는 인간 신체의 감각 기관의 확장으로 이해될 수 있으며, 그로 인한 인간의 지각 및 사고양식(sensory organization and thought)의 변화, 나아가 사회구조의 변화를 주동적으로 이끄는 수단이라 할 수 있다.

이러한 설명해 비추어볼 때, 이동전화는 ‘이동성(mobility)’이라는 특성을 지니고 있는 바, 리코프와 허틴(Licoppe & Heurtin, 2002)이 언급한 ‘탈맥락적 효과(de-contextualization effects)’를 통해 우리의 귀와 입, 손과 두뇌 등의 기관이 수행하는 기능을 시공간적으로 무한히 확장하고, 그에 따라 새로운 비율과 균형의 지각 및 인지양식을 형성하게 된다고 볼 수 있다. 좀더 구체적으로 말하자면, 이동전화는 커뮤니케이션의 시공간적 제약을 극복함으로써, 우리가 일상을 조직하고, 정보를 수집, 처리하고, 누군가와 상호작용을 수행하는 ‘기능의 확장(extension of function)’을 가능케 하고 있는 것이다.

그러나 이동전화에는 맥루한이 직접적으로 거론하지 않은, 또 다른 확장의 차원이 존재하고 있다고 생각되는 바, 바로 ‘자아의 확장(extension of ego)’이 그것이다. 에론과 에론(Aron & Aron, 1986)에 따르면, 인간은 이 세상의 많은 것을 자기 것으로 흡수하여 자신을 넓히려는 욕구, 즉 ‘자기확장의 동기(self-expansion motivation)’를 지니고 있다 한다(안신호, 1999, 125쪽에서 재인용). 이동전화는 개인에 의해 배타적으로 소유되고 이용되는 개별성(individuality)을 지니고 있을 뿐 아니라, 이메일이나 인터넷 채팅에 비해 구체적이고 물리적인 형태를 갖고 있기 때문에 이러한 자기확장의 동기 혹은 욕구를 충족시키는 데 있어 보다 효율적인 도구라 할 수 있을 것이다. 부연하건대 이동전화는 단지 기능적 욕구 충족의 편리한 수단의 의미를 넘어, 자기 자신을 표현하거나 투사하는 대상으로서, 때로는 자아의 정체성을 구성하는 도구로서의 지위를 지니고 있다는 것이다.²⁾

따라서 이동전화의 매개하고 있는 인간 커뮤니케이션의 확장은, 인간 신체의 기능적 확장과 자아 확장이라는 두 개의 차원으로 구성된 개념으로서, 이들의 상호작용 과정을 통해 다양한 양상으로 전개된다고 이해하는 것이 보다 타당할 것이다. 즉 우리는 이동전화를 통해 도구적 차원의 커뮤니케이션 능력을 확장시킬 뿐 아니라, 스스로를 다른 대상에게 표현할 수 있는 기회와 가능성의 확장이라는 두 가지 욕구를 모두 충족시키고 있는 것이다.

2) 이동전화 이용동기 개념의 확장과 이용행태

이동전화의 매개하고 있는 ‘기능 확장’과 ‘자아 확장’의 두 차원은, 인간 커뮤니케이션 양식의 도구적 측면과 표현적 측면과 대응하고 있다. 여기서 말하는 도구적 양식은 어떤 목적을 얻기 위한, 커뮤니케이션의 도구적 기능(*instrumental function*)에 해당되는 것이고, 표현적 양식은 자신과 다른 대상에 대한 태도와 정서를 표현하는, 커뮤니케이션의 표현적 기능(*expressive function*)에 해당되는 것이다(나은영, 2002a, 51-53쪽).

이처럼 인간 커뮤니케이션의 본원적 욕구와 기능에 해당하는, 기능 확장과 자아 확장의 두 차원은, 우리들이 이동전화를 이용하는 동기와의 자연스럽게 조응하고 있다. 다시 말해, 우리는 이동전화라는 미디어를 도구적으로 이용함으로써 인간 커뮤니케이션의 기능적 확장을 도모할 뿐 아니라, 표현적 이용을 통해 인간 자아의 확장을 추구하고 있는 것이다. 그리고, 이동전화 이용동기의 유형을 탐구한 기존의 연구(Hoflich & Rossler, 2001; Leung & Wei, 2000; 배진한, 2001; 이인희, 2001 등)들이 제시한 다양한 차원의 이용동기를 메타분석해보더라도, 크게 도구적 이용동기(가령 도구성, 실용성, 즉시성, 사교성 등)와 표현적 이용동기(유행 및 사회적 지위, 프라이버시, 정서전달 등)로 구분됨을 알 수 있다.

2) 오크스(Aakhus, 2003)는 이러한 이동전화의 의미를 “기계는 우리 자신이 되어가고, 우리 또한 기계가 되어가는 상황(machines becoming us and we becoming machines)”라는 비유를 통해 적절히 설명한 바 있다.

그런데 기존의 연구들은 도구적 이용동기와 표현적 이용동기를 단일 선상의 양극단에 존재하는 대항적인 개념으로 이해하는 경향을 보이고 있다. 가령, 나은영(2002b)의 연구는 이동전화 이용의 세대간 차이를, 자기표현적이고 탈물질주의적이며 변화수용적인 신세대와 아직 물질주의를 벗어나지 못한 변화저항적, 도구적 가치지향의 기성세대 사이에 존재하는 차이를 반영하는 것으로 보고 있다. 즉, 탈물질주의 성향이 높은 사람들은 자기표현적 가치(expressive value)를 중시하기 때문에, 이동전화를 자기표현의 수단으로 간주할 가능성이 높은 반면, 탈물질주의 성향이 낮은 사람들은 도구적 가치(instrumental value)를 중시해 이동전화는 편리한 통신수단일 뿐으로 인식하는 정도가 높다는 것이다. 그러나 이러한 견해는 기성 세대와 신세대 각각의 내부에도 도구적 가치 지향과 자기표현적 가치지향의 차이가 존재할 수 있음을 간과한 것이라 할 수 있다.

이처럼 두 차원 중 어느 한쪽을 취하면, 다른 한쪽은 자연히 위축된다는 선형적이고, 양극적인 견해는 잘못된 것이다. 왜냐하면 이 두 차원은 이동전화를 통해 일상과 사회생활의 효율성을 높이고, 긍정적인 자기정체감과 타인과의 친밀한 관계를 유지하려는 인간의 기본적인 동기와 관련된 두 가지 서로 다른 전략으로 이해되어야 하기 때문이다.³⁾

따라서, 이동전화의 이용동기는 도구적 차원(=기능확장 차원)과 표현적 차원(=자아확장 차원)의 어딘가에 배치되어 있는 것이 아니라, 두 축이 교차하며 만들어내는 아래의 <표 1>과 같은 네 가지 유형으로 구분될 수 있다. 다시 말해, 사람들이 이동전화를 이용하는 동기는, 도구성과 표현성 중의 어느 한 차원은 높고 다른 차원은 낮은 사람도 있지만, 도구성과 표현

3) 이러한 관점은 사회심리학의 ‘개별성-관계성’의 관계에서도 발견할 수 있다. 김동직과 한성열(1998)에 따르면, 독립과 자율, 개성을 추구하고자 하는 심리적 욕구인 개별성과, 남과 어울리기 좋아하고 타인의 반응에 민감하게 반응하는 관계성은, 어느 한 쪽을 취할 경우 다른 한 쪽이 소멸되는 대립적 개념이 아니라는 것이다. 개별성이 낮은 사람도 필요에 따라 주도적인 역할(예, 부모, 선배, 상사의 역할)을 수행할 수 있으며, 관계성이 낮은 사람도 사랑하는 사람과 다정하고 관계지향적으로 상호작용을 할 수 있는 것이기 때문이다.

<표 1> 확장된 이동전화 이용동기의 유형화

		도구적(=기능확장적) 차원	
		높음	낮음
표현적 (=자아확장적) 차원	높음	복합적 (hyper-coordination)*	표현적(expressive)
	낮음	도구적(instrumental)	제한적(limited or minimal)

* 복합조정(hyper-coordination)이라는 용어는 링과 이트리(Ling & Yttri, 1999)에 의해 사용된 것으로, 그들은 이동전화의 기능을 도구적인 조정과 타인으로부터의 접근가능성(availability)을 관리하는 ‘미시조정(micro-coordination)’과 사회정서적 커뮤니케이션과 집단 내부 혹은 외부에 대해 자아를 표상하는(self-presentation) 역할까지 포함하는 ‘복합조정’으로 구분한 바 있다.

성이 모두 높은 유형이 있을 수 있고, 또 반대로 도구성과 표현성의 동기가 모두 낮은 유형도 존재할 수 있는 것이다.

이와 같은 이동전화 이용동기 개념의 확장을 통해, 우리는 이동전화가 견인하고 있는 인간 커뮤니케이션 확장 개념의 다층적 속성을 다시 한번 확인할 수 있으며, 보다 중요하게는 인간 커뮤니케이션 확장의 제 측면이 우리 모두에게 있어 균등하게 진행되기보다는, 차별화된 양상으로 전개되고 있음을 짐작케 해준다는 것이다. 또한 우리는 서로 다른 이동전화 이용동기를 지닌 사람들의 실제 이동전화 이용행태를 비교해봄으로써, 앞서 말한 인간 커뮤니케이션 확장의 다양한 전개 양상을 구체적으로 이해할 수 있을 것이다. 그리고, 이를 경험적으로 살펴보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

<연구문제 1> 이동전화 이용동기의 차이는 이동전화 이용행태에 어떤 영향을 미치는가?

그렇다면, 이동전화 이용동기의 각 유형에 해당하는 사람들은, 어떤 특성을 보이고 있는 것일까?⁴⁾ 먼저, 복합적(hyper-coordination) 이용동기를 지닌

4) 모바일 이용자들의 유형을 구분한 다른 연구(IDC, 2003)도, 이 글에서 제시하고 있는 분류틀과 유사한 내용을 담고 있다. IDC의 연구에서 밝힌 이용자 유형은,

사람들은, 이동전화의 도구적 이용동기와 표현적 이용동기가 모두 높은 유형으로, 이동전화의 지니고 있는 다양한 기능의 가능성을 최대한 활용하는 사람들이라 할 수 있다. 그린(Green, 2003)은 이러한 이동전화 이용자를 ‘열광적 이용자(enthusiastic user)’로 명명하고 있기도 한데, 그녀에 의하면 이들은 청소년 집단에서 가장 흔히 발견되는 유형으로, 이동전화의 기능, 서비스, 외양, 그리고 어떻게 이용하고, 또 왜 이용하는가 등에 대해 상당히 세밀한 묘사 혹은 설명 능력을 지니고 있다. 그리고 이들은 이동전화를 자아표상의 한 부분으로, 또한 동료집단과의 커뮤니케이션의 상징으로 동일시하며, 현재의 이동전화 서비스에 대해 일반적으로 긍정적인 태도를 지니는 중이용자(heavy users)에 해당된다고 한다.

다음으로, 도구적(instrumental) 이용동기의 사람들은, 기능적으로는 효율적, 합리적으로 이용하지만, 자아의 개성을 표현하는 데는 무관심한 집단이다. 그린(2003)에 의하면 이들은 이동전화를 실용적이고 도구적인 수단으로 인식하면서, 현재 제공되는 서비스를 즐기는 경향이 있기는 하지만, 향후의 서비스가 자신의 삶에서 즉각적인 실용성을 지니지 못한다면 수용할 필요는 느끼지 않는 ‘실용적 이용자(pragmatic users)’라고 할 수 있다.

셋째로, 표현적(expressive) 이용동기의 사람들은, 이동전화를 통해 독특한 자아의 개성과 타인에 대한 친밀감을 표현하는 데 있어서는 적극적이지만, 도구적 측면에서의 효율성이나 합리성은 낮은 사람들이 할 수 있다. 이동전화로 가까운 사람들과 사소한 잡담을 나누는 일 외에는 그다지 다른 기능이나 용도를 보이지 않고 있지만, 이동전화 자체를 꾸미고 이를 통해 자신을 표현하고 느끼는 데 많은 시간과 노력을 투자하는 사람들이라 하겠다.

mobile elite(초기 이용자 집단으로 최신의 도구나 솔루션을 추구하고 다양한 도구를 사용), voice and text fanatics(커뮤니케이션 지향적 집단으로, 문자메시지 등 텍스트 기반의 서비스 사용 비중이 큼), display mavens(이동 중 가시적 사용이 많고, 짤이 날 때 오락적인 도구로 활용), minimalist(모바일 엘리트와 정반대로, 가장 기본적인 이용만 함)로 구분되고 있다(박소라, 2004에서 재인용). 이들 유형은 이 글에서 제시하고 있는 복합적, 도구적, 표현적, 제한적 이용동기 유형과 각각 조응한다고 볼 수 있을 것이다.

마지막으로 제한적(limited) 이용동기를 지닌 사람들은, 이동전화의 도구적 측면이나 표현적 측면 모두에 무관심하거나, 최소 수준에서 이용하는 사람들이 해당된다. 이들의 이동전화 채택 동기는 자발적이라기보다는, 사회적 압력에 의해 불가피하게 결정되는 경우가 많다고 보여진다. 구체적으로 이들은 단말기 전원을 수시로 꺼두거나, 다른 사람에게 번호를 잘 알려주지도 않아, 통화대상이나 통화량도 많지 않은 편이며, 자신이 필요한 경우에만 제한적으로 이용하는 모습을 보인다. 이동전화의 다양한 기능에 대한 인지도가 낮고, 표현적 기능에도 마찬가지로 그다지 큰 관심을 보이지 않는다.

따라서, 이동전화 이용동기의 네 가지 유형 중, 복합적 이용동기를 지닌 사람들은 이동전화 이용에 있어 가장 적극적인 이용자(most active users)라고 할 수 있으며, 구체적으로 이동전화의 이용량(usage frequency)이 많을 뿐 아니라, 넓은 범위의 사람들(usage extensity)과 통화를 시도하고, 이동전화의 기능이나 장식행위를 능숙하게 빈번히 수행하고 다양한 서비스를 활용하는 특성(usage variety)을 지닐 것으로 예상된다. 이에 <연구문제 1>의 검증을 위한 가설을 다음과 같이 설정하였다.

<가설 1-1> 복합적(hyper-coordination) 이용동기를 지닌 집단의 이동전화 통화량이 가장 많을 것이다

<가설 1-2> 복합적(hyper-coordination) 이용동기를 지닌 집단의 통화대상자가 가장 많을 것이다

<가설 1-3> 복합적(hyper-coordination) 이용동기를 지닌 집단이 이동전화 이용의 다양성이 가장 높을 것이다

3) 이동전화 이용동기와 사회적 관계의 확장

앞서 살펴본 기능 확장과 자아 확장의 차원과 더불어, 이동전화의 매개하고 있는 인간 커뮤니케이션 확장의 세번째 차원이자, 궁극적인 결과 혹은 사회적 효과는 '사회적 관계의 확장(extension of social network)'이라 할 수

있다.

본래 미디어란 그 어원이 ‘중간’을 의미하는 것으로서, 이 중간은 서로 거리를 두고 있는 두 개의 양 항을 양편에 두고 있을 때 성립될 수 있는 바, 이때의 중간은 그 양 항이 서로 관계 맺을 가능성을 애초부터 담지하고 있다(김상환, 1998, 18쪽). 또 “소통한다는 것은 먼 것을, 다시 말해 어떤 것과의 소원함을 폐기하는 것이고, 그래서 친밀해지는 것을 뜻한다”는 하이데거의 말을 되새겨볼 때, 이동전화에서 관찰할 수 있는 기능확장과 자아확장의 두 차원은, 궁극적으로 인간이 주변 세계와의 소통 영역을 넓혀나가는 과정, 즉 사회적 관계의 확장과 적절히 조율하고 있다 하겠다. 따라서, 이동전화는 우리의 사회적 관계망을 어떤 양상으로 변화시키고 있는지, 구체적으로 말해, 이동전화의 이용으로 인해 우리의 사회적 관계는 강화되고 있는지, 아니면 약화되고 있는지의 문제에 관심을 기울일 필요가 있는 것이다.

이 문제와 관련해, 기존의 연구들은 상반되는 견해를 제시하고 있다. 이동전화가 기존의 사회적 관계의 범위(폭/크기=양)와 깊이(친밀감/신뢰=질)를 개방적이고 심층적인 양상으로 확장시킨다는 견해가 있는가 하면, 반대로 폐쇄적이고 피상적인 방향으로 위축시킨다는 주장도 제기되고 있다. 전자의 주장은 이동전화가 타인에 대한 접근가능성(accessibility)을 증가시켜, 즉시적(immediate)이고, 직접적(directed)인 커뮤니케이션의 기회와 가능성이 증대되었음을 강조한다(Geser, 2002; Palen, 2002). 또 사회적 관계의 깊이와 관련해서도, 이동전화는 ‘짧지만 빈번한 접촉’이라는 특성을 지니는 바, 이는 ‘경험의 동시화(synchronization of experience)’ 혹은 ‘동시적 삶의 양식(synchronized lifestyle)’을 가능케 함으로써, 궁극적으로 친밀감과 신뢰의 강화로 이어진다는 것이다(Licoppe, 2003; Puro, 2002).

반면 이동전화가 사회적 관계를 위축시킨다는 견해에 따르면, 이동전화는 제한된 사람들과의 폐쇄적이며 내밀한 상호작용의 공간에 탐닉하게 만들 가능성이 높다고 한다. 소위 ‘커뮤니케이션 엔도가미’(박승관, 1996) 혹은 서로 비슷한 사람들끼리만 어울리고 대화하는 ‘동종애(homophily)’(de Gournay & Smoreda, 2003)의 경향이 심화된다는 것이다. 이는 이동전화

기존 관계망 내의 사람들과 직접적이고 즉각적인 커뮤니케이션을 증대시킴으로써, 낯선 사람들과의 만남이 가져다주는 복잡성과 불확실성 등을 감소시켜 줄 수 있고, 그 결과 이미 알고 지내는 사람들과의 친밀감은 더욱 증가하지만, 새로운 관계의 형성은 오히려 줄어들 수 있기 때문이라는 주장이다. 또 사회적 관계의 깊이라는 측면에서도, 항시 접촉가능하다는 사실이 오히려 과정 그 자체가 중요한 사회적 관계 영역에서 심층적이고 참여적인 경험 대신 피상적이고 방관적인 경험을 하게 만들며(강정인, 2000; 김신동, 2001), ‘즉흥적 생활양식(extempore lifestyle)’(Puro, 2002)을 증가시키고, 사회적 관계를 양적인 관계로 서열화시키는⁵⁾ 문제점이 지적되곤 한다.

그렇다면 도대체 어떤 주장이 더 타당한 것일까? 이 연구는 이동전화와 사회적 관계의 확장 문제를 통합적으로 살펴볼 필요성을 제기한다. 다시 말해, 이동전화가 사회적 관계에 미치는 영향 또한 하나의 단일한 방향으로 전개되기보다는, 사람들이 이동전화를 통해 어떤 욕구 충족을 기대하고 있고, 실제로 어떤 방식으로 이용하는가에 의해 차별적으로 발현될 것이라는 생각이다.⁶⁾ 이에 다음과 같은 연구문제를 통해 이동전화와 사회적 관계의

- 5) 가령, 누군가와와의 관계가 친밀하고 신뢰할 만한 것인가를 판단을 함에 있어, 상대가 내 전화 통화나 메시지에 즉각적인 응대를 하는가(피드백에 소요되는 시간), 서로의 단말기 주소록의 몇 번째에 입력되어 있는가, 얼마나 주기적으로 빈번하게 연락을 주고받는가(언제든지 연락을 취할 수 있다는 조건에서, 연락이 없다는 것은 무관심의 표현으로 이해될 것이다) 등이 중요한 기준이 될 수 있다. 물론 다른 수단과 방식을 통해서도 관계의 양적인 표현이 가능한 것은 사실이나, 그것을 암묵적으로 인정할 수는 있어도 드러내놓고 표현하는 것은 사회 규범에 어긋나는 것이라 할 수 있다. 그러나 이동전화는 우리로 하여금 부지불식간에, 수시로, 적극적으로 표현하게끔 만들고 있다.
- 6) 배진한(2003)의 연구에서는 기존의 면대면 커뮤니케이션에 불만을 느끼거나 소심함 때문에 커뮤니케이션을 회피하는 사람들은, ‘이동전화로 빈번하게 통화하는 상대의 수’나 ‘단말기에 입력된 전화번호의 수’와 같은 현재적, 잠재적 인간관계의 폭이 협소한 것으로 나타났다. 또 이들은 음성 및 문자메시지 통화량이 더 작고 발신자번호서비스를 통해 통화상대방을 더욱 선별적으로 제한하고 있다고 한다. 이는 이 연구의 내용과 비교해 볼 때, 무엇을 선행 요인으로 파악하는가의 차이만 존재할 뿐, 같은 맥락의 주장을 담고 있는 것으로 보인다.

확장에 미치는 영향을 살펴보고자 한다.

<연구문제 2> 이동전화의 이용동기는 사회적 관계의 범위와 깊이에 어떤 영향을 미치는가?

테일러와 하퍼(Taylor & Harper, 2001)에 의하면, 사람들은 전화를 걸거나 메시지를 보내는 행위와 같은 기능적 방식을 통해 사회적 관계망에 관여하고 확장시킬 뿐 아니라, 이동전화의 물리적 외양이나 표현방식과 같은 상징적 차원에서도 사회적 관계의 지속성(durability)을 공고히 하는 데 관심을 둔다고 한다. 이는 달리 말해, 이동전화의 도구적 이용을 통해 자신의 사회적 관계망을 효율적으로 관리함으로써, 외연적인 확장을 가능케 할 뿐 아니라, 표현적 이용을 통해서도 상대방과의 친밀하고 신뢰할 만한 관계를 표현하고, 확인하는 것 또한 가능하다는 의미로 보여진다.

반대로 이동전화의 도구적, 표현적 이용에 소극적인 제한적 이용동기를 지닌 사람들은, 새로운 관계의 형성을 위해 노력하거나 빈번한 접촉으로 친밀감을 표현하는데도 무관심해, 사회적 관계의 범위와 깊이 모두 위축되는 경향을 보일 수 있다. 특히 이들은 이동전화를 중심으로 이루어지는 커뮤니케이션의 그물망 속에서, 동료들로부터 불신을 받게 되어, 점차 소외되고 배제될 가능성 또한 높다.

이상의 내용을 정리해보면, 도구적이면서도 동시에 표현적인 이동전화 이용동기를 보이고, 가장 적극적인 이용행태를 보이는 사람들은, 사회적 관계의 범위를 확장시키는 데 적극적일 뿐 아니라, 구성원들과의 친밀감의 증대에 있어서도 가장 효율적인 모습을 보일 것으로 예상할 수 있다. 다시 말해, 이동전화 이용동기의 도구성과 표현성이 모두 높은 복합적 이용동기 집단의 사회적 관계가 가장 '개방적'(범위)이면서, 동시에 '심층적'(깊이)일 것으로 예상된다.

<가설 2-1> 복합적(hyper-coordination) 이용동기를 지닌 집단의 사회적

관계의 범위가 가장 개방적일 것이다

<가설 2-2> 복합적(hyper-coordination) 이용동기를 지닌 집단의 사회적 관계의 깊이가 가장 심층적일 것이다

3. 연구방법

1) 자료수집 절차

이 연구의 자료는 설문지조사방법을 통해 수집되었다. 설문조사는 2003년 5월 7일부터 5월 14일까지, 한 주일간에 걸쳐 3개 대학의 학생 500명을 대상으로 실시되었다.

이 연구에서 다루고 있는 주요 변인 중 하나인 사회적 관계 변인은 응답자의 연령과 직업, 생활양식에 따라 상당한 편차를 보일 수 있는 것으로 판단되었기 때문에, 가급적 비슷한 연령대와 직업, 생활양식을 보일 수 있는 대학생 집단만을 표집하였다.

그리고 응답 학생들의 전공과 학년 등에 의한 편파의 가능성을 통제하기 위해, 다양한 전공과 학년으로 구성되어 있는 마스크 관련 교양 강좌 수강자들을 대상으로 삼았고, 한 대학이 지닌 특성에서 나타날 수 있는 편파를 가급적 방지하기 위해, 서울 지역 2곳과 충남 지역 1 곳의 대학에서 조사를 실시하였다.

수집된 설문지는 모두 498부였으나, 이 중 응답이 누락되었거나 불성실하다고 판단된 16부를 제외하고, 총 482부의 설문지를 대상으로 분석하였고, 피조사자들의 주요 인구학적 속성의 분포는 아래의 <표 2>와 같다.

2) 측정 척도의 구성

(1) 이동전화 이용동기

이동전화의 이용동기를 측정하기 위한 척도는, 이인희(2002)와 배진한(2002), 성동규와 조윤경(2002) 등의 연구에서 추출된 동기요인을 참고해 작성하였다. 이들 연구에서 제시된 여러 동기요인 중, 도구적 이용동기와 표현적 이용동기에 해당하는 항목들을 선별하였다. 구체적으로, 도구적 이용동기는 선행연구들에서 제시된 ‘도구성’, ‘실용성’, ‘즉시성’, ‘사교성’의

<표 2> 설문조사 대상자의 분포

		응답자수(명)	비율(%)
성별	남자	280	58.1
	여자	202	41.9
연령	18-19세	100	20.7
	20-21세	189	39.2
	22-23세	110	22.8
	24세 이상	83	17.2
학번	03학번	85	17.6
	02학번	132	27.4
	01학번	85	17.6
	00학번	56	11.6
	99학번 이상	124	25.8
학교	서울대	296	61.4
	고려대	77	16.0
	선문대	109	22.6
계		482	100.0

요인을 포함시켰고, 표현적 이용동기는 ‘유행 및 사회적 지위’, ‘프라이버시’, ‘정서전달’의 요인으로 구성하였으며, 각 항목은 ‘전혀 그렇지 않다’ ‘매우 그렇다’의 5점 척도로 측정하였다.

이동전화 이용동기에 사용된 척도들의 신뢰도를 검토한 결과, Chronbach α 계수가 도구적 이용동기는 .67이었고, 표현적 이용동기는 .70으로 나타나 통계처리에 무리가 없는 것으로 판단되었기에, 합산 평정하여 각각의 이용

<표 3> 이동전화의 도구적 이용동기와 표현적 이용동기 측정 항목

- 도구적 이용동기	
1.	일정이나 시간관리 등을 효율적으로 처리하기 위해
2.	필요한 정보나 조언을 쉽게 얻기 위해
3.	사람들이 내게 즉시 연락할 수 있도록 하기 위해
4.	자주 만나지 못하는 사람들과 연락을 취하기 위해
- 표현적 이용동기	
1.	또래 사람들과의 동질감을 느끼기 위해
2.	나의 개성을 표현할 수 있어서
3.	나만의 내밀한 세계를 만들기 위해
4.	이는 사람들에게 친밀감을 표현할 수 있어서

동기 지수로 사용하였다. 다음으로 이동전화 이용동기 측정을 위해 사용된 척도들의 타당도를 검토하기 위해, 도구적 이용동기와 표현적 이용동기가 포함된 측정 문항에 대해 Varimax 방식의 요인분석을 실시하였다. 그 결과가 연구에서 가정한 바와 같이, 도구적 차원과 표현적 차원으로 구분되어 척도의 타당도를 만족시킨 것으로 판단되었다.

<표 4> 이동전화의 이용동기에 대한 요인분석 결과(Varimax 회전방식)^{a)}

이동전화 이용동기	인자		h ²
	I	II	
표현적 동기1	.767		.589
표현적 동기2	.805		.655
표현적 동기3	.730		.550
표현적 동기4	.541	.209	.337
도구적 동기1		.753	.566
도구적 동기2	.220	.673	.501
도구적 동기3	.289	.548	.384
도구적 동기4		.791	.627
고유값(아이겐값)	2.704	1.505	
전체 변량 백분율(%)	33.8	18.8	52.6

a) 요인적재치가 2 이하의 점수는 표시하지 않았음.

(2) 이동전화 이용행태

이동전화의 이용행태를 알아보기 위해 수행된 선행연구들에서는 각기 다른 연구의 목적에 적합한 이용행태 항목들을 선별하여 측정하고 있기 때문에, 개념적 체계가 불명확하고, 일관성도 낮은 편이다. 이러한 점을 감안할 때, 선행연구에서 가장 보편적으로 활용되고 있는 이용행태의 측정 항목은, 이용량과 관련된 것이라 하겠다. 그러나, 이용량 또한 단일한 차원의 개념이 기보다는, 다차원적인 속성을 지닌 개념으로 보아야 한다는 주장이 설득력을 얻고 있다.

가령, 게서(Geser, 2002)는 이동전화의 이용행태(usage patterns)를 양적인 관점(quantitative perspectives)에서 측정할 때 주로 사용하는 이용량(amount of usage) 개념은, 기능의 차이에 상관없이 얼마나 많은 시간동안 이용했는가를 의미하는 ‘통화량(usage intensity)’과 통화를 주고받은 사람의 수(서로 다른 사람이어야 함)를 의미하는 ‘통화대상의 범위(usage breadth)’, 그리고 얼마나 자주 이용되는가와는 별도로 이동전화가 사용되는 상황과 기능의 ‘다양성(usage variety)’ 등의 세 차원을 통해 측정될 때 보다 정교한 분석이 가능하다고 한다.

이 연구에서는 이러한 견해를 수용해, 이동전화 이용행태 개념을, 통화량(usage frequency or time)과 통화대상자의 수(usage extensity), 이용의 다양성(usage variety)의 세 항목으로 측정하였다. 구체적으로 첫째, 이동전화 통화량은 하루 평균 송수신한 문자메시지의 건수와 음성통화의 시간(분)으로 구성하였는데, 이 두 항목의 서로 다른 단위를 사용하고 있기 때문에, 표준점수(z-score)로 환원시킨 후 합산하여 지수로 사용하였다. 둘째로, 이용의 범위를 의미하는 통화대상자의 수는, 이동전화로 연락을 주고받는 친구나 선후배의 하루 평균 숫자로 측정하였다. 마지막으로 이동전화 이용의 다양성은, ① 이동전화로 ‘뉴스 및 정보검색’ ‘예약 및 주문’ ‘벨소리나 액정화면 바꾸기’ ‘통화연결음(컬러링) 바꾸기’ 등의 서비스의 이용정도를 ‘거의 이용하지 않는다’ ‘자주 이용한다’의 5점 척도를 통해 측정한 후, 합산 평정하였고, ② 이동전화에 내장되어 있는 여러 가지 기능들 중 자신에게 꼭 필요하

고, 자주 사용하는 것의 개수와, 자신의 이동전화 단말기에 액세서리나 장식물을 몇 개나 부착되어 있는지를 단순 합산한 후 척도로 사용하였다.

(3) 사회적 관계의 범위

사회적 관계의 범위(width)는 다음의 세 가지 지표를 통해 측정하고자 했다. 첫째, 자신과 친한 친구나 선후배의 수, 둘째, 이동전화 단말기 안에 저장된 친구나 선후배의 전화번호의 수, 셋째, 이동전화가 자신의 사회적 관계의 범위에 미친 영향에 대한 평가이다.

먼저, 자신과 친한 친구나 선후배의 수를 묻는 척도는, 이재현(1993)의 연구에서 사용된 것을 원용하였다. 이 연구에서는 대인관계의 범위를 친근한(intimate) 관계를 맺고 있는 직장동료의 수로 조작적 정의를 내린 바 있는데, 이 연구에서는 조사대상이 대학생 집단인 점을 감안해 주변의 친구나 선후배들 가운데 ① 스포츠나 취미 등 여가생활을 같이 하는 관계 ② 직장생활의 어려움을 함께 이야기하는 관계 ③가정에서의 어려운 문제를 함께 이야기하는 관계 ④ 급할 때 돈을 빌리거나 빌려줄 수 있는 관계 중 조사대상자가 어느 한 관계라도 맺고 있는 경우라면 친근한 관계로 규정하였다.

다음으로, 본 연구는 이동전화를 통해 맺고 있는 사회적 관계의 범위 또한 알아볼 필요가 있다는 판단하에, 이동전화 기기 안에 저장되어 있는 친구나 선후배의 전화번호 숫자를 질문하였다. 앞서 살펴본 친한 친구나 선후배의 숫자가 많은 사람일수록, 저장된 전화번호의 숫자도 많을 것으로 판단되었기 때문이다.

마지막으로 앞서의 두 가지 측정 척도가 사회적 관계의 범위를 객관적으로 보여주는 지표라면, 이동전화가 자신의 사회적 관계의 범위에 미친 영향에 대한 평가 척도는, 응답자들의 주관적 평가를 반영한다고 할 수 있다. 여기서 사용된 척도는 기존 이동전화 조사연구 등에서 적절하다고 판단되는 것을 선별하여, 모두 4개 문항으로 구성하였고, 이들 척도 항목의 신뢰도는 .66으로 나타났다.

<표 5> 이동전화가 사회적 관계의 범위 미친 영향에 대한 평가 측정 척도

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. 필요한 사람과 항상 만날 수 있게 되었다2. 친구들과 만나는 횟수가 늘어났다3. 더 많은 사람을 사귄 수 있게 되었다4. 술자리나 모임에 더 많이 참석하게 되었다 |
|--|

(4) 사회적 관계의 깊이

사회적 관계의 깊이(depth)는 다음의 두 가지 지표를 통해 측정하였다. 먼저, 이재현(1993)의 연구에서 대인관계의 깊이(depth of tie)를 알아보기 위해 사용한 척도를 이용하였다. 이 연구에서는 앞서 사회적 관계의 범위를 측정할 때 사용한, 네 가지 항목 중에서 급할 때 돈을 빌리거나 빌려줄 수 있는 관계를 제외하고, 사회적 이슈나 정치문제를 이야기하는 정도를 추가해, 이러한 네 가지 일을 어느 정도 자주 같이 하는가의 빈도로서 측정한다. 본 연구에서는 이를 원용해, 친한 친구나 선후배와 여가생활을 어느 정도 자주하는지, 학교생활의 어려움을 어느 정도 자주 이야기하는지, 가정에서의 어려운 문제를 어느 정도 자주 이야기하는지, 그리고 사회적 이슈나 정치문제를 어느 정도 자주 이야기하는지에 대해, 그 행위정도에 따라 '거의 하지 않는다' '매우 자주 한다'의 5점 척도에 응답케 하였고, 그 점수를 합산 평정해, 사회적 관계의 깊이를 측정하는 척도를 구성하였다.

다음으로, 사회적 관계의 범위를 측정했던 것과 마찬가지로, 조사대상자들이 이동전화가 자신의 사회적 관계의 깊이에 미친 영향에 대한 평가를, 4개 문항을 통해 측정했으며, 이들 문항간의 신뢰도 계수는 .79로 나타났다.

<표 6> 이동전화가 사회적 관계의 깊이에 미친 영향에 대한 평가 측정 척도

- | |
|--|
| <ol style="list-style-type: none">1. 사람들과의 친근감이 높아졌다2. 외로움이 많이 해소되었다3. 상대에 대한 이해의 정도가 높아졌다4. 상대와의 갈등해소에 도움이 되고 있다 |
|--|

4. 연구결과

1) 이동전화 이용동기와 이용행태의 관계 검증 결과

이동전화 이용동기와 이용행태간의 관계를 알아보기 위해 설정한, <가설 1-1>, <가설 1-2>, <가설 1-3>은 ‘복합적 이용동기를 지닌 집단의 이동전화 통화량, 통화대상자수, 이용의 다양성이 가장 높을 것이다’라는 내용이었다. 복합적 이용동기 집단이란, 이동전화의 도구적 이용동기와 표현적 이용동기가 모두 높은 사람들을 말하는데, 먼저 이 집단의 추출을 위해, 도구적 이용동기와 표현적 이용동기의 평균점수(각각 3.33, 3.03)를 기준으로, 먼저 상위 집단(H)과 하위 집단(L)으로 구분한 뒤, 두 차원 모두에서 평균점수 보다 높은 집단(HH)을 복합적 이용동기 집단으로 분류하는 방식을 사용하였다. 이렇게 분류된 이동전화 이용동기의 유형을 독립변인으로 하고, 이용행태를 종속변인으로 하는 일원변량분석(one-way ANOVA)을 수행해 가설을 검증하였다.

먼저 <가설 1-1>의 분석결과를 보면, 복합적 이용동기 집단에 속하는 사람들의 통화량이 가장 많은 것으로 나타났으며, 다른 집단들과의 비교 결과도 통계적으로 유의적인 수준에서 차이를 보이고 있다. 반면, 이동전화 이용동기의 도구성과 표현성이 모두 낮은, 제한적(limited) 이용동기를 지닌 집단은 이동전화 통화량이 가장 적은 것으로 나타나, 가설에서 예상한 결과가 검증되었다고 할 수 있다.

한편, <가설 1-1>은 네 개 유형의 동기 집단 중에서, 복합적 이용동기 집단이 다른 집단에 비해 이동전화 통화량이 가장 많을 것으로 설정되었기 때문에, 다른 집단들간의 차이 또한 유의적인지에 대해서는 확인할 수 없었다. 이에 네 개 집단에 대한 다중비교분석(multiple comparison test)을 통해, 각각의 집단에 대한 통화량의 차이가 유의적인가를 알아보았다. 즉 가설에서는 복합적 이용동기 집단이 다른 집단에 비해 가장 통화량이 많을 것으로만 설정하였기에, <표 7>에서 검증된 내용을 좀 더 구체적으로 이해하기

위해, 복합적 이용동기의 집단과 과연 어떤 집단의 차이가 유의미한 것인가를 알아보고자 한 것이다. 이를 위한 다중비교분석은 Dunnett t-test 방식(양방향)을 사용하였는데, 이는 복합적 이용동기 집단을 통제집단으로 하고, 도구적, 표현적, 제한적 이용동기 집단과의 평균 차이의 통계적 유의미성을 검증하기 위해서였다. 이후에 제시되는 다중비교 분석 내용은 모두 이와 같은 방식을 통해 수행되었다.

분석 결과는 아래의 <표 8>에서 보는 바와 같이, 이동전화 문자메시지 이용량의 집단간 차이에서는, 복합적 이용동기 집단과 도구적 이용동기 집단의 차이(평균 차이=4.23)와 제한적 이용동기 집단의 차이(평균 차이=

<표 7> 이동전화 이용동기 유형에 따른 이동전화 통화량 비교

	복합적		도구적		표현적		제한적		F	df*	p
	(문자N=139)		(문자N=101)		(문자N=81)		(문자N=145)				
	(음성N=135)		(통화N=100)		(통화N=80)		(통화N=148)				
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD			
문자메시지 송수신(건)	19.47	11.90	15.24	12.01	16.81	11.87	15.12	12.48	3.74	(3,462)	.01
음성통화 송수신(분)	33.27	24.03	30.02	21.59	31.04	22.28	25.57	18.26	3.18	(3,459)	.02

* 전체표본은 482명이지만, 극단치를 제외했기 때문에, 집단별 분포의 차이가 나타났음

<표 8> 이동전화 통화량의 집단간 다중비교(Dunnett t-test)

	문자메시지 송수신(건)	음성통화 송수신(분)
도구적 - 복합적	- 4.23*	- 3.25
표현적 - 복합적	- 2.65	- 2.24
제한적 - 복합적	- 4.35**	- 7.71**

* p < .05, ** p < .01

4.35)가 유의적인 것으로 나타났다. 또한 이동전화 음성통화량에 대한 네 개 집단간 다중비교분석 결과에서는, 복합적 이용동기 집단과 제한적 이용동기 집단만이 유의적인 차이를 지니는 것으로 나타났을 뿐, 그 외의 경우는

유의적인 결과를 보이지 않고 있었다.

다음으로 <가설 1-2>의 검증 결과를 보면, 가설에서 예상했던 방향대로, 복합적 이용동기 집단의 통화대상자가 가장 많았으며, 다른 집단과의 차이 또한 유의적인 것으로 나타났다. 한편, 이동전화 통화대상자수에 대한 집단간 다중비교의 결과를 보면, 복합적 이용동기를 지닌 집단은 도구적, 표현적, 제한적 이용동기를 지닌 집단과 모두 유의적인 차이를 보이고 있었다.

마지막으로 이동전화 이용동기와 이용의 다양성 변인과의 관계를 설정한 <가설 1-3>의 검증결과를 보면, 복합적 이용동기 집단의 이용 다양성이 가장 높았으며, 집단간 차이는 모두 통계적으로 유의미한 것으로 나타나, <가설 1-3>은 세 가지 항목 모두 가설에서 예상한 방향대로 검증되었다고

<표 9> 이동전화 이용동기 유형에 따른 통화대상자수 비교

	복합적 (N=139)	도구적 (N=100)	표현적 (N=84)	제한적 (N=142)	F	df*	p
	SD	SD	SD	SD			
통화 대상자수(명)	2.98	2.66	2.36	2.24	6.06	(3,461)	.00

* 전체표본은 482명이지만, 극단치를 제외했기 때문에, 집단별 분포의 차이가 나타났음

<표 10> 이동전화 통화대상자수의 집단간 다중비교(Dunnnett t-test)

	통화대상자수 (명)
도구적 - 복합적	-.97*
표현적 - 복합적	-.94*
제한적 - 복합적	-1.25**

* $p < .05$, ** $p < .01$

하겠다. 그리고, <가설 1-3>에서 설정하고 있는 이동전화 이용의 다양성 변인의 구성 항목 세 개를 표준점수로 전환해 하나의 지수(index of usage variety)로 만든 후, 이동전화 이용동기 유형별로 그 차이를 비교해 보았는데, 역시 복합적 이용동기 집단의 다양성 지수가 가장 높은 것으로 나타났다.

한편, 이러한 차이가 각각의 집단간에서도 유의미한 것인가를 알아보기 위해 다중비교분석을 실시한 결과, 이동전화 서비스 이용빈도의 경우, 복합적 이용동기 집단은 도구적 이용동기 집단과 제한적 이용동기 집단에 대해

<표 11> 이동전화 이용동기 유형에 따른 이용의 다양성 비교

	복합적 (N=144)		도구적 (N=104)		표현적 (N=86)		제한적 (N=148)		F	df	p
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD			
이동전화 서비스 이용빈도(5점 척도)	2.10	.73	1.79	.80	1.94	.72	1.59	.67	12.54	(3,478)	.00
주요 사용 기능 (개)	4.38	1.63	4.00	1.57	3.70	1.39	3.49	1.45	9.11	(3,478)	.00
부착 장식물 (개)	1.18	.70	.97	.65	.98	.61	.89	.64	5.24	(3,478)	.00
다양성 지수(z-score)	.35	.78	-.02	.78	-.004	.73	-.32	.70	19.90	(3,478)	.00

서는 그 차이가 유의미한 것으로 나타났다. 다음으로, 이동전화에 내장된 기능 중에서, 자주 사용하고 꼭 필요한 기능의 수에 대해, 이용동기 집단간 다중 비교를 해본 결과, 복합적 이용동기 집단은 표현적 이용동기와 제한적 이용동기 집단에 대해 유의적인 수준에서 높은 점수를 얻고 있었다. 한편, 부착장식물수에 있어서 복합적 이용동기 집단은 도구적 이용동기 집단과 제한적 이용동기 집단에 비해 유의적으로 더 많은 것으로 나타났다. 마지막으로 이상의 세 항목을 표준점수로 전환해 합산한 다양성 지수에 대해서, 복합적 이용동기 집단은, 도구적, 표현적, 제한적 이용동기 집단 모두와 유의미한 차이를 보이고 있었다.

<표 12> 이동전화 이용의 다양성 집단간 다중비교(Dunnnett t-test)

	서비스 이용빈도	주요 사용기능	부착 장식물	다양성 지수 (z-score)
도구적 - 복합적	-.31**	-.38	-.21*	-.37**
표현적 - 복합적	-.15	-.68**	-.20	-.35**
제한적 - 복합적	-.51**	-.90**	-.30**	-.67**

* p < .05, ** p < .01

2) 이동전화 이용동기와 사회적 관계의 관계 검증 결과

이동전화의 매개하고 있는 인간 커뮤니케이션 확장의 세 번째 차원인 사회적 관계의 확장은, 이동전화 이용동기의 두 차원인 도구적 이용동기와 표현적 이용동기의 상호작용에 의한 결과 혹은 효과라 할 수 있는 바, <가설 2-1>과 <가설 2-2>는 복합적 이용동기를 지닌 집단의 사회적 관계의 범위와 깊이가 가장 확장되어 있을 것으로 예측하였었다.

먼저 <가설 2-1>의 검증결과를 살펴보면 아래의 <표 13>과 같다. 분석결과 사회적 관계의 범위 변인을 구성하고 있는, 세 가지 항목 중에서 친한 친구의 수를 제외한 두 항목에서 가설이 검증되었다. 즉, 복합적 이용동기를 지닌 집단이 이동전화에 저장한 친한 친구나 선후배의 수가 가장 많았고, 또 이동전화가 자신의 대인관계의 범위를 확장적으로 만들었다는

<표 13> 이동전화 이용동기에 따른 사회적 관계의 범위(개방성) 비교

	복합적		도구적		표현적		제한적		F	df*	p
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD			
친한 친구수(명)	8.79	6.48	9.75	6.02	8.62	5.72	8.00	5.21	1.74	(3,461)	.16
저장번호 개수(개)	141.46	60.63	125.47	57.82	119.28	66.42	109.45	51.15	7.46	(3,472)	.00
이동전화의 대인관계 범위에 미친 영향 평가 (5점 척도)	3.80	.60	3.65	.69	3.55	.73	3.14	.70	25.17	(3,478)	.00

* 전체표본은 482명이지만, 극단치를 제외했기 때문에, 집단별 분포의 차이가 나타났음

평가에 대해서도 긍정적인 태도를 보이고 있었다.

다음으로는, 복합적 이용동기 집단과 유의적인 차이를 보이는 집단은 누구인지를 알아보기 위해, 역시 다중비교분석을 수행하였다. 그 결과 먼저 친한 친구수에 대한 집단간 차이의 검증결과에서는, 복합적 이용동기 집단과 유의적인 차이를 보이는 집단은 없었다. 오히려 도구적 이용동기 집단이

복합적 이용동기 집단 보다, 친한 친구의 수가 더 많은 것으로 나타났다. 한편 저장번호 개수에 대한 다중비교에서는 복합적 이용동기 집단과 표현적, 제한적 이용동기 집단의 차이가 유의미한 것으로 확인되었으며, 이동전화가 대인관계의 범위에 미친 영향에 대한 평가에 대해서도 복합적 이용동기 집단은 표현적, 제한적 이용동기 집단과 유의적인 차이를 보이고 있었다. 한편, 이동전화 이용동기와 사회적 관계의 깊이(심층성)의 관계를 알아보

<표 14> 사회적 관계 범위(개방성)의 집단간 다중비교(Dunnett t-test)

	친한 친구수 (명)	저장번호 개수(개)	이동전화가 대인관계 범위에 미친 영향 평가 (5점 척도)
도구적 - 복합적	.96	- 15.99	- .15
표현적 - 복합적	-.17	- 22.18*	-.25*
제한적 - 복합적	-.79	- 32.01**	-.66**

* p < .05, ** p < .01

기 위해 설정한 <가설 2-2>의 검증결과에서는, 사회적 관계의 깊이와 이동전화가 자신의 사회적 관계의 깊이에 미친 영향에 대한 평가의 두 항목 모두에서, 복합적 이용동기 집단의 점수가 가장 높게 나타난 것이다. 그리고, 다른 집단들과의 차이 또한 통계적으로 유의미한 것으로 밝혀졌다. 따라서, 이동전화의 이용동기는 사회적 관계의 깊이에 정적인 영향을 미치고 있다고 할 수 있을 것이다.

그리고 사회적 관계의 깊이에 대한 이동전화 이용동기 집단간 차이의 유의미성을 검증하기 위해 수행한 다중비교 분석 결과를 보면, 대인관계의

<표 15> 이동전화 이용동기에 따른 사회적 관계의 깊이(심층성) 비교

	복합적		도구적		표현적		제한적		F	df	p
	M	SD	M	SD	M	SD	M	SD			
사회적 관계 깊이(5점)	3.75	.57	3.69	.57	3.59	.73	3.53	.67	3.48	(3,478)	.02
이동전화가 대인관계 깊이에 미친 영향 평가(5점)	3.57	.55	3.34	.62	3.32	.67	2.70	.69	49.38	(3,478)	.00

깊이의 경우, 복합적 이용동기 집단은 제한적 이용동기 집단과 유의미한 차이를 보이고 있었다. 그러나 이동전화가 대인관계의 깊이에 미친 영향에 대한 평가의 항목에 대해서는 복합적 이용동기 집단과 도구적, 표현적, 제한적 이용동기 집단간에는 모두 유의미한 차이가 나타났다.

<표 16> 사회적 관계 깊이(심층성)의 집단간 다중비교(Dunnnett t-test)

	대인관계 깊이 (5점 척도)	이동전화가 대인관계 깊이에 미친 영향 평가(5점 척도)
도구적 - 복합적	- .06	- .23*
표현적 - 복합적	- .16	- .25*
제한적 - 복합적	- .22**	- .87**

* $p < .05$, ** $p < .01$

5. 결론 및 논의

지금까지 이 연구는 맥루한의 인간 확장 개념으로부터 출발해, 이동전화 가 매개하는 인간 커뮤니케이션 확장 개념의 구조적 차원을 논증하고, 이들 차원에 조응하는 이동전화 이용동기의 상호작용에 따른 이동전화 이용행태와, 그 결과로서의 사회적 관계의 확장간의 연관성을 실증적인 가설 검증 과정을 통해 살펴보았다.

기존의 이용과 충족 연구에 따르면, 일반적으로 특정 매체를 이용하고자 하는 동기는, 그 매체를 통해 자신의 다양한 욕구 충족에 대한 기대가 높을 때 유발되게 되고, 그렇게 형성된 동기는 해당 매체의 실제적인 이용으로 이어지고 있음을 가정하고 있다. 이러한 논리적 가정에 근거해, 이 연구에서도 이동전화를 통해 자신의 다양한 욕구를 충족시키고자 하는 동기가 강한 사람들이, 가장 적극적이고 활발하게 이동전화를 이용할 것으로 예상해보았던 것이다.

이에 대한 분석결과는 가설에서 예상하고 있던 방향대로 검증되었음을 보여주고 있는데, 이는 이동전화의 도구적 이용동기와 표현적 이용동기가

모두 높은 사람들이, 이동전화를 가장 많이 사용하고, 이동전화의 통화대상자도 가장 많을 뿐 아니라, 이동전화를 이용해 다양한 서비스를 제공받고, 그 기능도 다양하게 활용하고 있음을 의미하는 것이었다.

이동전화의 통화량이 많다는 것은, 이들의 커뮤니케이션 환경에서 이동전화가 다른 매체에 비해 중요한 역할을 수행하고 있다는 의미로 해석될 수 있을 것이다. 즉, 유선전화나 이메일, 메신저 등의 대안적 매체보다는 이동전화에서 더 큰 충족의 효용성을 느끼고 있는 것으로 보여진다. 또 통화대상자가 많다는 것은, 다른 외적 요인들에 의해 영향을 받을 가능성이 높지만, 일단 그런 요인들을 통제하고 생각해 보면, 그 대상이 누구라 하더라도 가급적 이동전화로 연락을 주고받는 경향이 높다는 것으로 해석될 수도 있을 것이다. 그리고, 이동전화 이용의 다양성이 높다는 것은, 이제 이동전화의 '단순한 통화 수단 이상(more than just talk)'의 지위를 획득하고 있다는 주장의 근거가 될 수 있으리라 보여진다. 즉, 이동전화를 통해 어떤 기능적 욕구를 충족시키고자 하는 동기 뿐 아니라, 자신을 드러내고, 타인과의 친밀감을 표현하는 욕구 충족의 수단으로서 적극적으로 활용되고 있음을 의미한다고 말할 수 있을 것이다.

한편, 이동전화의 이용동기와 사회적 관계의 범위와 깊이의 연관성을 살펴본 결과, 이동전화를 도구적으로, 그리고 표현적으로 이용하려는 동기가 강한 사람들의 사회적 관계 범위가 가장 개방적일 뿐 아니라, 그 깊이 또한 가장 심층적인 것으로 나타났다. 이러한 결과를 볼 때, 이동전화는 우리들의 사회적 관계의 성격에 상당한 영향을 미치고 있다고 하겠는데, 복합적인 이용동기를 지니고 있는 사람들에게 있어, 이동전화는 사회적 관계망의 유지와 관리, 그리고 궁극적으로 그것의 확장을 위한 유용한 수단으로 인식되고 있음을 알 수 있었다. 또한 자신의 긍정적인 정체성과 타인에 대한 친밀감의 표현을 통해, 관계망 내의 사람들과 친밀하고 신뢰할만한 관계를 유지하고, 강화시킴으로써 만족스러운 사회적 관계를 유지하는 것으로 인식되고 있다고 하겠다.

결론적으로 이동전화의 매개하는 인간 커뮤니케이션 확장 개념은, 첫째

로 시공간적 제약을 극복해 상호작용의 지평을 넓혀가는 커뮤니케이션 ‘기능적 확장’의 차원과, 둘째로는 세상의 많은 것들을 자신의 내부로 포섭하는 정체성 구성의 과정을 통해, 자아의 영역을 확장시켜 나가는 ‘자아 확장’의 차원으로 구성되어 있다 할 것이다. 그리고, 이는 미디어를 인간의 확장의 관점에서 접근했던 맥루한의 견해를 한 단계 더 확장시키는 개념이라 할 수 있을 것이다.

이동전화가 수행하는 이러한 기능과 자아의 확장 과정은 이용자 모두에게 균등하게 나타나는 것은 아님을 알 수 있었다. 물론 이동전화라는 하나의 매체를 통해서만, 이러한 확장의 과정을 설명하는 데에는 한계가 있을 것이다. 인간의 미디어 이용양식은 고립적인 상태가 아니라, 다양한 미디어 환경 하에서의 역동적인 면모를 지니고 있기 때문이다. 그러나, 이 연구에서 검토하고 분석한 결과에 따르면, 적어도 이동전화가 매개하는 기능과 자아 확장의 차별적 전개 양식은, 그 사회적 효과에 있어서의 격차를 유발할 가능성이 높은 것을 알 수 있었다.

특히 점차 통합적인 모바일 멀티미디어 기기로 진화하면서, 그 기능의 활용 영역이 날로 확장되고 있는 시점에서, 사회적 효과가 차별적으로 발현되는 문제는, 그것이 이후 단계에서의 성과적 측면의 토대가 되고 있다는 점에서, 기존 사회 내의 불평등 구조와 집단간 갈등을 심화시킬 가능성도 존재한다. 즉, 이동전화가 매개하는 인간 커뮤니케이션 영역의 확장은, 이제 끊임없는 자기 증식과 확장을 본성으로 하는 ‘자본’에 비유될 수 있는 단계로 진입하고 있다는 것이다. 따라서 향후에는 이동전화와 같은 모바일 미디어의 집단 내 수용 및 이용 과정에 대한 보다 엄밀한 분석과, 그 과정에서 발생하는 차별화된 격차의 문제에 대해 주목하는 연구들이 수행되기를 기대해본다.

◆ 참고문헌

- 강정인 (2000). 현대인의 삶 : 휴대폰 사용에 나타난 인간과 기술. 『전통과 현대』, 13호, 163~181.
- 김동직·한성열 (1998). 개별성·관계성 척도의 제작과 타당화 연구. 『한국심리학회지: 사회 및 성격』, 12권 1호, 71~93.
- 김상환 (1995). 매체와 공간의 형이상학. 『언론과 사회』, 제9호, 6~45.
- 김신동 (2001). 전화와 공간 : 휴대전화 사용과 커뮤니케이션 공간의 재구성. 『우리나라에서의 휴대폰 보급 및 사용문화』, 한국언론학회 세미나 자료집, 30~42.
- 나은영 (2002a). 『인간 커뮤니케이션과 미디어』, 서울: 한나래.
- 나은영 (2002b). 탈물질주의 가치와 이동전화 이용 행동 및 태도에서의 세대차. 『한국심리학회지 : 소비자, 광고』, 3권 1호, 17~32.
- 박소라 (2004). 모바일 미디어의 확산모델과 새로운 유형화. 한국언론학회 주최, 모바일 콘텐츠 이론 및 제작 발표회 발표논문.
- 박승관 (1996). 한국사회와 커뮤니케이션 엔도가미. 『한국언론학보』, 36권 봄호, 5~71.
- 배진한 (2001). 이동전화의 충족과 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화의 적합성 인식. 『한국언론학보』, 45권 4호, 160~188.
- 배진한 (2003). 면대면 커뮤니케이션 환경이 새로운 대인커뮤니케이션 매체 이용에 미치는 영향: 인터넷, 이동전화를 중심으로. 『한국언론정보학보』, 23호, 47~77.
- 성동규·조윤경 (2002). 이동전화 이용자의 집단적 특징에 따른 이용 유형 연구. 『한국언론학보』, 46권 6호, 153~190.
- 안신호 (1999). 한국의 집단주의에 관한 동기-자아개념-행동 모형의 검증. 『한국심리학회지: 사회 및 성격』, 13권 1호, 121~164.
- 이인희 (2001). 대학생 집단의 휴대폰 이용동기에 관한 연구. 『한국방송학보』, 15권 3호, 261~293.
- 이재현 (1993). 생활양식의 사사회와 텔레비전에 대한 의존. 서울대학교 대학원 박사학위논문.
- 이재현 (2004). 모바일 미디어와 모바일 사회. 한국언론학회 주최, 모바일 콘텐츠 이론 및 제작 발표회 발표논문.

- Aakhus, M. (2003). Understanding information and communication technology and infrastructure in everyday life : struggling with communication-at-a-distance. In J. Katz (Ed.), *Machines that Become Us* (pp. 27-42). NJ: Transaction Publishers.
- Aron, A. & Aron, N. E. (1986). *Love and the Expansion of Self*. NY: Hemisphere.
- Geser, H. (2002). *Towards a sociological theory of the mobile phone*. Available: socio.ch/mobile/t_geser1.htm
- de Gournay, C. & Smoreda, Z. (2003). Communication technology and sociability. In J. E. Katz (Ed.), *Machines That Become Us* (pp. 57-70). NJ: Transaction Publishers.
- Green, N. (2003). Outwardly mobile : young people and mobile technologies. In J. E. Katz (Ed.), *Machines that Become Us* (pp. 201-217). NJ: Transaction Publishers.
- Hofflich, J. R. & Rossler, P. (2001). Mobile Schriftliche Kommunikation order. *Medien & Kommunikationswissenschaft*, 49, 437~461.
- Leung, L. & Wei, R. (2000). More than just talk on the move : uses and gratifications of the cellular phone. *Journalism and Mass Communication Quarterly*, 77(2), 308~320.
- Licoppe, C. (2003). Two modes of maintaining interpersonal relations through telephone. In J. Katz (Ed.), *Machines that Become Us* (pp. 171-186). NJ: Transaction Publishers.
- Licoppe, C. & Heurtin, J. P. (2002). France : preserving the image. In J. E. Katz and M. Aakhus (Eds.), *Perpetual Contact* (pp. 94-109). Cambridge University Press.
- Ling, R. & Yttri, B. (1999). "Nobody sits at home and waits for the telephone to ring": micro and hyper-coordination through the use for the mobile telephone. Presented at Perpetual Contact Workshop, December, Rutgers University, New Brunswick, New Jersey. Available: www.telenor.no/fou/program/nomadiske/articles/08.pdf
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media*. 박정규 역 (1997). 『미디어의 이해』. 서울: 커뮤니케이션북스.

Palen, L. (2002). Mobile telephony in a connected life. *Communications of the ACM*, 45(3), 78~82.

Puro, F. P. (2002). Finland : a mobile culture. In J. E. Katz and M. Aakhus (Eds.), *Perpetual Contact* (pp. 19-29). Cambridge University Press.

Taylor, S. & Harper, R. (2001a). The gift of the gab? : a design oriented sociology of young people's use of 'mobilZe!'.
Available: www.surrey.ac.uk/dwrc/harper.html

(최초 투고 2004.09.01., 최종원고 제출 2004.10.12)

Mobile Phone and Extension of Human Communication

Chong-Hyun Song

Lecturer

(Division of Communication, Sunmoon University)

Mobile phone media have extended the terrain of human communication. Starting from the notion of McLuhan, this study suggests that the extension of human communication is a concept of multiple dimension, such as 'extension of function' and 'extension of ego'. Mobile phone speed the pace and efficiency of life, but also allow more flexibility at business and professional levels as well as family and personal life. On the other hand, mobile phone is also conceived as a personality kit, that is as a symbol of user's identity. So we can classify the mobile phone users as a typology of motivation. Group I, entitled 'hyper-coordination', has high instrumental and high expressive motivation. Group II(='instrumental') is high instrumental but low expressive. Group III(='expressive') is low instrumental and high expressive, and Group IV(='minimal') is low in both instrumentality and expressiveness of mobile phone use.

Then would the hyper-coordination group have different usage pattern with the other groups? A sample of 482 university students completed survey questionnaire. <Hypothesis 1>, which states hyper-coordination group would most frequently make calls and text, and have largest extensity and variety of usage, is supported statistically. <Hypothesis 2> states that hyper-coordination group would have larger and deeper social network than the other groups. This hypothesis is also supported with statistics.

Keywords : Mobile phone, Extension of human communication, Social network