디지털 컨버전스 기반 미래연구 (Ⅰ) 시리즈 09-06

디지털 컨버전스와 공간인식의 변화

2009. 11

연 구 기 관: 정보통신정책연구원
연구책임자: 황주성(정보통신정책연구원 연구위원)
참여연구원: 박윤정(정보통신정책연구원 연구원)
이동후(인천대학교 교수)

KISDI 정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

1. 본 연구보고서는 방송통신위원회의 방송발전기금으로 수행한『디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅰ)』의 연구결과입니다.

2. 본 연구보고서의 내용을 발표할 때에는 반드시 방송통신위원회『디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅰ)』의 연구결과임을 밝혀야 합니다.

서 언

디지털 컨버전스는 단순한 기술적 변화가 아니라, 개인과 집단, 사회가 서로 커뮤니케이션을 하는 방식을 바꿈으로 인해 기술, 산업, 문화 및 사회적 패러다임의 전환을 초래한다고 할 수 있습니다. 디지털 컨버전스로 인해 우리는 기존에 서로 다른 양식으로 유통되던 텍스트, 영상, 오디오의 정보를 상호호환적인 플랫폼들 위에서 동시에 구현할 수 있게 되었습니다. 이는 단순히 몇 가지의 미디어를 하나의 단말기에서 사용한다는 개념이 아니라, 이로 인해 새로운 문화와 사회적 가치관이 창발되고 있으며 그 역동적인 변화의 원인과 과정, 결과에 대한 통찰이 필요하다는 새로운 연구문제를 제기합니다.

디지털 컨버전스의 가장 대표적인 예가 바로 휴대전화입니다. 휴대전화를 이용한 DMB의 보편화, 게임, 내비게이션, 채팅, 인터넷 검색, 카메라, mp3 등 그 기능과 성능은 하루가 다르게 발전하고 있습니다. 오늘날의 휴대전화는 사용자 간 커뮤니케이션이 가장 주요한 기능이었던 과거와는 달리, 엔터테인먼트, 정보검색 소셜 네트워킹 기능까지 골고루 갖춘 디지털 컨버전스의 요체라 할 수 있습니다. 특히 주목해야 할 부분은 휴대전화를 이용한 풀 브라우징 인터넷과 스마트폰 등장입니다. 종전 휴대전화가 커뮤니케이션의 도구로 사용되면서 사회관계와 시공간 이용에 큰 변화를 유발했던 것처럼, 디지털 컨버전스 시대에는 휴대전화의 기능이 다양해지면서 시공간 이용에 또 다른 변화가 예상됩니다.

휴대전화 인터넷을 통하여 디지털 컨버전스가 진행될수록 우리의 삶은 일정한 공간 안에서 이루어진다고 말하기 어려우며, 공간의 기능 역시 재편되고 있습니다. 예컨대 전자상거래의 확장으로 전통적 소매상점이 집적된 지역들이 공동화 현상을 겪고 있고, 전자정부 서비스의 확대는 동사무소의 기능을 변화시키는 등 디지털화의 영향은 이미 다양한 공간차원에서 상당히 진전되고 있습니다. 디지털 미디어와 공

간의 관계에 관한 연구가 중요한 이유는 인간이 환경을 조성하고 의미를 부여하는 과정에서 형성되는 장소화를 통해 안정성과 정체성에 큰 영향을 받기 때문입니다. 공간은 추상적 개념이 아니라 3차원 공간에 거주하는 사람들에게 자신의 위치를 파악하고 이해하는 틀을 제공하는 형식이라고 할 수 있습니다.

본 연구는 디지털 컨버전스가 사람들이 공간을 인식하고 조직할 수 있는 방식에 어떠한 변화를 일으키며, 이로 인해 개인과 집단의 생활에 어떠한 새로운 양식과 가치를 지향하는지를 밝히고자 시작되었습니다. 구체적으로는 사용자들의 공간 인식과 행동의 특성, 컨버전스 서비스 이용 이후의 변화 특징, 이러한 변화가 사회관계에 갖는 함의 등을 탐색적으로 연구하는데 목적이 있습니다. 이러한 연구는 디지털 컨버전스 시대에 부합하는 공간에 대한 새로운 개념을 정립하고 역할과 기능을 재검토하는 계기를 마련하게 될 것입니다. 또한, 유비쿼터스 등 공간관련 IT기술의 발달로 급변할 수 있는 공간정책이나 지역정책에 시사점을 제공하며, 후속연구를 위한 새로운 연구문제를 발굴할 수 있을 것입니다.

본 연구는 정보통신정책연구원의 황주성 박사와 박윤정 연구원을 중심으로 인천대학교 이동후 교수님의 참여 하에 이루어졌습니다. 본 연구가 성공적으로 수행될 수 있도록 조언과 격려를 아끼지 않으신 많은 분들께 감사의 말씀을 전합니다. 설문조사를 도와주신 마케팅인사이트(주) 관계자와 LG텔레콤 관계자 여러분, 그리고 심층인터뷰에 참여해 주신 오즈(OZ)이용자 여러분께도 깊은 감사의 말씀을 드립니다.
끝으로 본 연구보고서가 방송통신융합으로 인한 개인의 공간인식의 변화를 이해하고 관련된 정책을 수립하는데 조금이나마 도움이 되기를 바라며, 향후 후속연구의 발전을 위하여 여러분들의 많은 조언을 바랍니다.

2009년 11월

정보통신정책연구원

원 장 방 석 호

목 차

서 언 ····· 1

요약문 ····· 9

제 1 장 서 론 ····· 19

제 1 절 연구배경 및 필요성 ····· 19

제 2 절 연구 목적 ····· 21

제 2 장 휴대전화의 진화와 공간적 영향 ····· 22

제 1 절 휴대전화의 진화에 따른 공간의 변화 ····· 22

제 2 절 휴대전화 인터넷과 네트워크 연결의 이동성 ····· 25

1. 사회적 연결성과 정보적 연결성 ····· 25

2. 이동 가능한 네트워크 연결성 ····· 26

제 3 절 휴대전화 인터넷과 가상과 현실의 혼종화 ····· 27

1. 혼종적 공간의 등장 배경 ····· 27

2. 혼종적 공간을 유발하는 위치기반 게임(LBMG)의 사례 ····· 30

제 4 절 휴대전화 인터넷과 관계적 장소개념 ····· 32

1. 관계적 장소성의 정의와 유사 개념들 ····· 32

2. 관계적 장소성의 의미 ····· 33

제 5 절 휴대전화 인터넷의 이용행태와 공간 인식 ····· 34

제 3 장 휴대전화 인터넷에 의한 공간인식의 변화 설문조사 분석 ····· 37

제 1 절 조사 개요 ····· 37

1. 조사의 목적 ····· 37

2. 조사의 대상과 방법 ····· 37

3. 조사의 내용 ····· 40
제 2 절 휴대전화 사용 일반에 관한 고찰 ····· 48
1. 휴대전화 및 멀티기능의 이용에 관한 고찰 ····· 48
2. 휴대전화 인터넷 이용에 관한 고찰 ····· 51
제 3 절 휴대전화 인터넷 이용과 공간인식에 관한 고찰 ····· 57
1. 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자 간 공간인식의 차이 ····· 58
2. 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 공간인식의 차이 ····· 63
3. 휴대전화 인터넷 이용자의 공간인식에 영향을 미치는 요인 ····· 68
제 4 절 소 결 ····· 76

제 4 장 휴대전화 인터넷 이용과 공간 인식: 포커스 그룹 인터뷰를 중심으로 ·· 79
제 1 절 조사 개요 ····· 79
제 2 절 휴대전화 인터넷의 수용 ····· 83
1. 풀 브라우징 휴대전화 인터넷의 채택 ····· 83
2. 휴대전화 인터넷에 대한 인식 ····· 85
제 3 절 일상생활과 휴대전화 인터넷: 디지털 공간에의 접근 양식 ····· 88
1. 일상생활과 디지털 공간 ····· 88
2. 시공간 경험의 변화: 항시 접속의 문화 ····· 93
제 4 절 장소 경험의 재구성: 관계적 공간의 형성 ····· 98
1. 장소 기반 정보의 활용과 장소의 경험 ····· 98
2. 다중적 공간의 공존: 관계적 장소성 ····· 102
제 5 절 소 결 ····· 105

제 5 장 결 론 ····· 108
제 1 절 연구결과의 종합정리 ····· 108
1. 휴대전화 인터넷의 의미 ····· 108
2. 휴대전화 인터넷의 이용맥락 ····· 109

3. 휴대전화 인터넷과 공간 인식 ····· 110
제 2 절 정책적 함의 ····· 113

참고문헌 ····· 115

〈첨 부〉 설문지 ····· 118

표 목 차

〈표 2－1〉 가상과 현실 연속체의 특징 ····· 29
〈표 2－2〉 하이브리드 리얼리티 게임의 종류와 특징 ····· 30
〈표 3－1〉 응답자 특성 ····· 39
〈표 3－2〉 휴대전화 인터넷 이용 공간 분류 ····· 41
〈표 3－3〉 휴대전화 인터넷 이용 콘텐츠 분류 ····· 43
〈표 3－4〉 휴대전화 인터넷 이용 동기 분류 ····· 46
〈표 3－5〉 디지털 미디어로 인한 공간인식의 분류 ····· 48
〈표 3－6〉 휴대전화 인터넷 이용여부에 따른 휴대전화 이용량 차이 ····· 49
〈표 3－7〉 휴대전화 인터넷 이용여부에 따른 멀티기능 이용의 차이 ····· 51
〈표 3－8〉 휴대전화 인터넷 이용의 일반적 동기와 장소에 따른 동기 ····· 54
〈표 3－9〉 휴대전화 인터넷의 일반적 이용 콘텐츠와 장소에 따른 이용 콘텐츠 ···· 56
〈표 3－10〉 휴대전화 인터넷 이용 여부에 따른 네트워크 연결성의 차이 ····· 58
〈표 3－11〉 휴대전화 인터넷 이용여부에 따른 혼종적 공간성 인식의 차이 ····· 60
〈표 3－12〉 휴대전화 인터넷 이용여부에 따른 관계적 장소성 인식 차이 ····· 62
〈표 3－13〉 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 네트워크 연결성 인식 차이 ····· 64
〈표 3－14〉 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 혼종적 공간성 인식 차이 ····· 66
〈표 3－15〉 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 관계적 장소성 인식 차이 ····· 67
〈표 3－16〉 공간성에 따른 독립변인의 재분류 ····· 69
〈표 3－17〉 네트워크 연결성 인식에 영향을 미치는 요인 회귀분석 ····· 71
〈표 3－18〉 혼종적 공간성 인식에 영향을 미치는 요인 회귀분석 ····· 73
〈표 3－19〉 관계적 장소성 인식에 영향을 미치는 요인 회귀분석 ····· 75
〈표 4－1〉 인터뷰 참여자 ····· 82

그 림 목 차

〔그림 2－1〕 휴대전화에 의한 도시 공간 변화 ····· 23
〔그림 2－2〕 밀그램의 가상성 연속체 ····· 28
〔그림 2－3〕 실바의 혼종적 현실 개념도 ····· 29
〔그림 3－1〕 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자의 휴대전화 멀티기능 이용 현황 ····· 50
〔그림 3－2〕 휴대전화 인터넷 이용 장소 ····· 52
〔그림 3－3〕 이용자와 비이용자의 네트워크 연결성 인식 긍정 응답 비율 ····· 59
〔그림 3－4〕 이용자와 비이용자의 혼종적 공간성 인식 긍정응답 비율 ····· 61
〔그림 3－5〕 이용자와 비이용자의 관계적 장소성 인식 긍정응답 비율 ····· 63

요 약 문

제1장 연구의 배경 및 목적

현대는 여러 가지 전달 매체가 공존하는 다매체 환경이 형성되어 있으며, 정보 기술, 미디어 콘텐츠 그리고 커뮤니케이션 네트워크가 상호 연결되고 이로 인해 콘텐츠의 향유방식에 새로운 문화적 변화를 창출하는 디지털 컨버전스 현상이 나타나고 있다(Jenkins, 2006). 디지털 컨버전스의 가장 대표적인 예가 바로 휴대전화이다. 휴대전화를 이용한 DMB의 보편화, 휴대전화 게임, 휴대전화 네비게이션, 휴대전화 채팅, 휴대전화 인터넷 검색, 휴대전화 카메라, 휴대전화 mp3 등 텍스트, 영상, 오디오의 정보가 하나의 플랫폼에서 구현 가능하다. 현대의 휴대전화는 이용자 간 커뮤니케이션이 가장 주요한 기능이었던 과거와는 달리, 커뮤니케이션 기능과 더불어 엔터테인먼트, 정보검색의 기능까지 골고루 갖춘 디지털 컨버전스의 요체라 할 수 있다.

특히 주목해야 할 부분은 휴대전화를 이용한 풀 브라우징 인터넷의 사용이다. 종전 휴대전화가 커뮤니케이션의 도구로 사용되면서 사회관계와 시공간 이용에 큰 변화를 주었던 것처럼, 디지털 컨버전스 시대에는 휴대전화의 기능이 다양해지면서 사회구성원들의 생활양식과 가치관, 정체성 등 여러 가지 측면에서의 변화가 예상된다. 모바일 플랫폼을 중심으로 하는 디지털 컨버전스는 특히 공간과 밀접한 관계가 있다. 디지털 컨버전스가 진행될수록 우리의 삶은 일정한 공간 안에서 이루어진다고 말하기 어려우며, 공간의 기능 역시 재편되고 있다. 예컨대 전자상거래의 확장으로 전통적인 소매상점이 집적된 지역들이 공동화 현상을 겪고 있다. 뿐만 아니라, 전자정부 서비스의 확대는 동사무소의 기능을 변화시키는 등 다양한 공간차원에서 디지털화의 영향은 이미 상당히 진전되고 있다. 디지털 미디어와 공간의 관계에 관한 연구가 중요한 이유는 인간이 환경을 조성하고 의미를 부여하는 과정에서 형성

되는 장소화를 통해 안정성과 정체성에 큰 영향을 받기 때문이다(조성동, 2009). 공간은 추상적 개념이 아니라 3차원 공간에 거주하는 사람들에게 자신의 위치를 파악하고 이해하는 틀을 제공하는 형식이다(Castells, 2000).

본 연구는 휴대전화 인터넷으로 인한 공간 인식 변화에 대한 탐색적 연구의 한 시도로, 디지털 컨버전스가 사람들이 공간을 인식하고 조직할 수 있는 방식에 어떠한 변화를 일으키며, 이로 인해 개인과 집단이 생활에 어떠한 새로운 양식과 가치를 지향하는지를 밝히고자 한다. 구체적으로는 이용자들의 공간 인식과 행동의 특성, 디지털 컨버전스 단말기가 제공하는 서비스 이용 이후의 변화와 특징, 이러한 변화가 사회관계에 갖는 함의를 탐색적으로 연구하는데 목적이 있다. 이러한 연구는 디지털 컨버전스 시대에 부합하는 공간에 대한 새로운 개념을 정립하고 역할과 기능을 재검토하는 계기를 마련하게 될 것이다. 또한, 유비쿼터스 등 공간관련 IT기술의 발달로 급변할 수 있는 공간정책이나 지역정책에 시사점을 제공하며, 후속연구를 위한 새로운 연구문제를 발굴할 수 있다.

상기 연구의 목적을 달성하기 위해 본 연구에서는 문헌연구를 통해 미디어로 인한 공간인식의 변화상을 개념적으로 예측하고 설문조사와 심층인터뷰를 통해 실증적인 근거를 제시하고자 하였다. 설문조사와 심층인터뷰를 병행함으로써 양적 연구와 질적 연구의 한계를 상호보완하고 보다 경험적인 자료들을 얻을 수 있었다.

제2장 휴대전화의 진화와 공간적 영향

문헌연구를 통해 휴대전화와 관련된 공간의 하위 개념으로 네트워크 연결성, 혼종적 공간성, 관계적 장소성을 찾아낼 수 있었다.

현대인들은 휴대전화나 인터넷과 같은 쌍방향 커뮤니케이션 미디어를 통해 지식, 정보, 인간, 사회 네트워크를 확장시킨다. 미디어를 통해 형성되는 네트워크는 크게 사회적 연결성(social connectivity)과 정보적 연결성(informational connectivity)으로 구분 할 수 있다. 휴대전화를 통한 커뮤니케이션은 더욱 세밀한 사회적 관계 네트워

크를 만드는 것으로 연구되었다(Katz, 2005). 휴대전화 인터넷의 경우는 인터넷과 같이 두 가지 연결성의 특징을 동시에 가지면서 더욱 확장된 모습을 나타낸다. 휴대전화의 통신은 개인과 개인을 서로 연결해 사회적 상호작용을 촉진시키고, 휴대전화의 인터넷은 사람과 정보를 연결시켜 정보를 획득할 수 있게 할 뿐만 아니라 개인과 집단의 상호작용을 가능하게 한다. 뿐만 아니라 휴대전화로 인해 단말기와 단말기 사이의 중간지대, 즉 도로나 길 같은 사이 공간(space “in between”)이 활용 가능해짐에 따라 인터넷을 제3의 공간으로 이끌어 냈음을 의미한다. 인터넷의 휴대화는 ‘통신 및 정보접근의 이동성(mobility of communications and information access)’을 부여한다는 측면에서 의미가 크다.

정신적이고, 고정적이지 않으며, 실체가 없는 성격을 지닌 가상공간(cyber space)은 육체적이며 고정적인 실체를 지닌 현실 공간(real space)과 엄격히 분리되는 개념이었다. 인터넷은 현실공간에서 가상공간으로 들어가는 하나의 연결 고리의 역할을 했지만, 휴대전화 인터넷은 여기에 혁신적인 변화를 일으켰다. 휴대전화 인터넷 이용이 이루어지는 물리적 공간과 휴대전화 인터넷을 통해 제공되는 가상공간이 융합 또는 중첩되면서 혼종적 공간이 형성되는 것이다(박은아, 2008). 유선 인터넷이 가상공간과 현실공간을 잇는 통로의 역할을 한다면 휴대전화 인터넷의 역할은 가상공간과 현실공간을 섞는 그 자체의 장이 될 것으로 전망된다. 가상과 현실이 혼합된 공간에 이동성과 커뮤니케이션이 연결되면서 물리적 공간과 디지털 공간 경계의 병합으로 만들어진 개념적 공간인 혼종적 공간(hybrid space)이 탄생하게 되었다. 혼종적 공간의 특징은 위치기반 서비스와 휴대전화 인터넷을 이용한 게임, SNS에서 두드러지게 나타난다. 이용자들이 이러한 게임에 몰두하게 될 때, 가상공간과 현실공간은 더 이상 동떨어진 공간이 아니며, 현실에서의 행동이 그대로 가상공간 안의 게임 캐릭터로 전이된다. 따라서 휴대전화의 모니터를 통해 펼쳐지는 게임 캐릭터의 가상공간과 이용자의 실제 움직임이 있는 현실공간이 서로 긴밀하게 연결되어 호환성이 매우 뛰어나며, 이런 특징이 혼종적 공간성을 유발한다고 볼 수 있다.

도시 환경에서의 커뮤니케이션 기술의 발전은 다차원적 사회 현실들을 한 장소에

서 발생하게 하며, 물리적으로 같은 공간 안에 다른 두 영역의 사회적 사건이 발생할 수 있게 한다(Willis, 2008). 이에 따라 장소를 시간의 흐름에 따라 끊임없이 변화하는 사회행동을 통해 형성되는 하나의 과정으로 봐야 한다는 관계적 장소개념이 주장되고 있다(Wilken, 2008). 관계적 장소성에 의해 나타나는 현상 중 하나는 장소의 다의성(polysemy of place)이다. 휴대전화 인터넷을 통해 이러한 특징은 더욱 빈번하고, 집단적이기 보다는 개인적으로 발생하게 되었다. 관계적 장소성에 의해 나타나는 또 다른 현상은 휴대전화가 공적 공간과 개인 공간의 경계를 재구축하거나 약화시킨다는 점이다. 이렇듯 장소의 개념은 휴대전화의 등장으로 그 절대적 의미를 잃기 시작하였다. 그 결과 장소의 논리에 의해 인간 활동이 규정되기 보다는 인간의 활동과 상호작용의 본질에 의해 장소의 의미가 변화하게 되었다.

제3장 휴대전화 인터넷에 의한 공간인식의 변화 설문조사 분석

휴대전화 인터넷의 초기 사용자들을 대상으로 공간인식의 변화를 탐색적으로 연구하기 위한 조사인 만큼 휴대전화 인터넷의 이용에만 국한하여 조사하지 않고, 휴대전화 인터넷 이용의 흐름이나 맥락을 파악하기 위해 휴대전화 이용패턴을 양적 요인과 질적 요인을 선정하여 이를 기준으로 조사하였고, 휴대전화라는 미디어에 대한 이용 숙련도도 함께 고려하였다. 공간인식의 개념은 이론적 논의를 통해 정보의 접근성 인식, 혼종적 공간의 인식, 관계적 장소성 인식으로 나누어 조사하였다. 조사 대상은 휴대전화 인터넷 이용자 300명과 비이용자 150명을 연령과 성별을 기준으로 할당 표집 방법으로 선정하였다. 이는 이동통신사 브랜드에 따라 이용자가 가지고 있는 차별적인 성격을 최대한 통제하기 위해 표본은 모두 LG텔레콤 내에서 선정하였다. 조사는 2009년 7월 31일부터 8월 7일까지 이메일을 통한 인터넷 조사로 이루어졌다.

휴대전화 인터넷 이용으로 인한 가장 큰 변화는 네트워크 접근성 인식이 강화되었다는 점이다. 네트워크에 대한 접근은 정보적 접근성과 사회적 접근성으로 구분

할 수 있는데, 사회적 접근성에 있어 개인적 접근(가족/친구)은 휴대전화로 인한 변화와 크게 다르지 않으나 휴대전화 인터넷으로 인해 온라인 동호회와 항시적으로 연결이 가능해 지는 등 집단적 접근이 강화되었다는 점을 알 수 있었다. 따라서 향후 휴대전화 인터넷이 확산되면 집단적 행동과 정보 공유가 더욱 용이해 질 것으로 보인다. 예를 들어 휴대전화를 통한 SNS(social network service)의 한 종류인 트위터(Twitter)는 트위터는 단순히 신변잡기적 이야기 작성에 그치지 않고 정치적, 경제적, 사회적, 교육적으로 활용 영역을 넓혀가고 있다. 2008년 오바마 대통령이 대선에서 트위터를 통해 메시지를 전달하거나 노점상들이 트위터를 이용해 고객에게 이동 위치를 미리 알려 마케팅 전략에 활용하는 등 사회적 영향력이 높아지고 있다는 것을 알 수 있는 사례가 다수 있다. 이는 오히려 정보를 개방, 공유함으로써 조직력을 강화하고, 어느 때보다 더 거대하고 더 널리 흩어져 있는 공동 작업 그룹이 탄생하며 완전히 새로운 형태의 집단행동이 가능해졌다는 주장을 뒷받침 한다(Shirky, 2008). 또 정보적 접근성이 공간인식의 변화에서 가장 큰 부분을 차지하게 되었다는 것도 중요한 변화이다. 업무나 오락, 지역 정보 등의 콘텐츠 이용이 시간과 장소에 관계없이 가능해졌고, 이는 휴대전화 인터넷이 정보접근의 공간(mobile space of information)을 확장시킨다는 측면에서 의미가 크다.

정보에 대한 접근이 자유로워졌기 때문에 자연스럽게 하나의 장소가 하나의 역할에 국한되기 보다는 행위에 따라 장소의 역할이 규정되는 관계적 장소성 인식에서도 차이가 나타났다. 삶에서 중요한 일들이 점점 더 제3공간에서 발생한다는 오제(Auge, 1995)의 주장처럼, 제3공간은 더 이상 이동하기위해 어쩔 수 없이 거쳐야 하는 공간이 아니라 똑같이 대중교통이나 카페에 앉아 있더라도 개인의 활동에 따라 업무 공간, 휴식 공간, 취미 공간으로 각자 다르게 장소의 역할을 이해하는 경향이 확산되고 있다.

그러나 휴대전화 인터넷의 발달로 가상세계에 대한 출입의 제약이 줄어들고, 버튼 하나로 연결될 수 있으며, 위치기반 서비스로 인해 제공될 수 있는 새로운 휴대전화 인터넷 서비스들이 가상공간과 현실공간의 경계를 모호하게 하고, 심지어는

가상공간과 현실공간이 매듭 없이 자연스럽게 이어지는 현상을 이용자들이 인식할 것이라고 예측한 혼종적 공간성 인식은 검증되지 않았다. 혼종적 공간성의 인식까지는 기술 개발과 서비스의 확산, 그리고 이로 인한 휴대전화 인터넷의 일상화라는 과제가 남아있는 것으로 보인다.

마지막으로 휴대전화 인터넷의 이용량, 이용동기, 이용장소, 이용콘텐츠 중에서 공간 인식의 변화에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 휴대전화 인터넷 이용량인 것으로 나타났다. 세부항목의 특성에 따라서는 이용 동기나 이용 콘텐츠, 이용 장소가 공간 인식에 영향을 미치기도 했다. 결국 휴대전화 인터넷 이용량과 비례하는 휴대전화 인터넷의 일상화가 공간 인식에 변화를 주는 것으로 해석할 수 있다.

제4장 휴대전화 인터넷 이용과 공간 인식: 포커스 그룹 인터뷰를 중심으로

우선 휴대전화 인터넷이 기존의 유선 인터넷 이용의 연장선상에서 주로 수용되고 있다. 인터뷰 참여자들은 유선 인터넷이 연결되지 않는 곳에서 인터넷을 사용할 수 있다는 점을 휴대전화 인터넷의 가장 큰 장점으로 이야기하는데, 이 때 휴대전화 인터넷은 인터넷 이용을 보완하거나 확장하는 미디어, 더 나아가 유선 인터넷과는 좀 차이가 나는 미디어로 인식되어 갔다. 휴대가능성, 이동성, 연결성 등에 기반한 휴대전화 인터넷이 이용자들의 일상생활 속에 독자적인 의미를 갖는 미디어로 자리잡아가면서, 휴대전화가 통화 수단 이상의 의미를 갖는 융합미디어로 인식되는데 기여한다.

일상생활에서의 휴대전화 인터넷 이용패턴을 보면, 주로 주요 일과가 진행되기 전후의 틈새 시간에 이용되고 있고, 이동 중이나 대기 장소와 같은 비장소(non-place) 뿐만 아니라 유선 인터넷이 연결될 수 있는 직장이나 집에서도 틈틈이 이용되고 있다. 이러한 휴대전화 인터넷 이용으로 인해 몇 가지 시공간 경험의 변화가 관찰되는데, 이와 같은 변화로는 죽은 시간인 틈새 시공간(time-space in-between)을 하나의 활용 가능한 시공간으로 인식하기, 속도의 문화와 '항시 접속(always-on)' 문화의 강

화, 시간의 보다 세분화된 활용과 미시적 조정(micro-coordination), 가상적 공존감의 재구성 및 휴대전화 친구의 확대 등을 들 수 있다. 이러한 현상은 네트워크 연결성 인식의 변화를 뒷받침해주고 있다.

마지막으로 휴대전화 인터넷 이용은 지금－여기의 자신을 중심으로 주변 장소를 인식할 수 있는 '개인－중심의(self-centered)' 장소 인식을 가능하게 하고, 물리적 공간에 장소 관련 정보가 부가된 증강된 공간(augmented space)을 경험할 수 있게 한다. 휴대전화 인터넷은 일종의 '가상 안내자(virtual guide)'로서 비계획적이고 즉흥적인 장소 경험을 가능하게 할 뿐만 아니라 낯선 장소를 낯설지 않은 공간으로 바꿔준다. 또한 휴대전화 인터넷을 통해 언제 어디서나 디지털 공간에 접근할 수 있게 됨으로써, 다양한 사적 혹은 공적 목적의 공간이 공존할 수 있고, 물리적 장소는 일시적으로 개인의 다중 활동이 전개될 수 있는 다중적 공간(multi-layered space)이 관계적으로 경험된다. 휴대전화 인터넷은 장소의 맥락에서 탈구된 사적 미디어 공간에서부터 낯선 장소를 익숙하게 만드는 증강된 공간에 이르기까지 다양한 공간 경험을 가능하게 해주었다.

휴대전화 인터넷이 휴대전화에 들어오면서 단순한 부가 기능의 역할을 수행하기보다는, 휴대전화에 대한 인식이나 경험 전반을 바꾸고 있다. 휴대전화 인터넷이 갖는 기술적 가능성은 아직 구현되는 서비스의 한계로 인해 충분히 구현되고 있지 않지만, 시공간의 인식이나 공간 경험을 점차 변화시키고 있다고 볼 수 있다. 휴대전화 인터넷은 물리적 장소에서 디지털 공간에 접근할 수 있는 '자유'를 제공함으로써 틈새 시공간 그리고 이동 중의 비장소를 보다 개인적 필요성에 맞춰 미시적으로 조정할 수 있게 해준다. 그럼으로써 이용자는 보다 주관적인 시공간 경험을 할 수 있고 일상생활 속에서 온라인 상태를 유지할 수 있게 된다.

제5장 결 론

휴대전화 인터넷 이용으로 인한 가장 큰 변화는 첫째, 네트워크 연결성 인식이 강

화되었다는 점이다. 네트워크에 대한 연결을 정보적 연결성과 사회적 연결성으로 구분할 수 있다. 특히, 정보적 연결성이 공간인식에서 가장 큰 부분을 차지하게 되었다는 것이 가장 중요한 변화이다. 업무나 오락, 지역 정보 등의 콘텐츠 이용이 시간과 장소에 관계없이 가능해졌고, 이는 휴대전화 인터넷이 유선인터넷의 사각지대를 극복하면서 모바일 정보공간(mobile space of information)을 확장시킨다는 측면에서 의미가 크다. 둘째, 정보에 대한 접근이 자유로워졌기 때문에 자연스럽게 하나의 장소가 하나의 역할에 국한되기 보다는 행위에 따라 장소의 역할이 규정되는 '관계적 장소성' 인식도 증강되었다. 비장소(non-place)는 더 이상 이동하기위해 어쩔 수 없이 거쳐야 하는 공간이 아니라, 똑같이 대중교통이나 카페에 앉아 있더라도 개인의 활동에 따라 업무 공간, 휴식 공간, 취미 공간으로 각자 다르게 장소의 역할을 이해하는 경향이 확산되고 있다. 휴대전화 인터넷은 언제 어디서나 물리적 장소에 디지털 공간을 가져올 수 있게 해줌으로써 다양한 사적 혹은 공적 목적의 공간이 공존할 수 있게 된다. 또한 물리적 장소는 '일시적으로' 개인이 저마다 하나의 활동이 아닌 다중 활동을 전개할 수 있는 다중적(multi-layered) 공간으로 탈바꿈할 뿐 아니라 이러한 공간적 활동의 조건이 되고 있다. 셋째, 휴대전화 인터넷 이용집단 내에서 공간 인식의 차이에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 휴대전화 인터넷 이용량인 것으로 나타났다. 세부항목의 특성에 따라서는 이용 동기나 이용 콘텐츠, 이용 장소가 공간 인식에 영향을 미치기도 했다.

본 연구의 실증부분에서 보여준 네트워크 연결성과 관계적 장소성의 차이는 이제 2년이 넘지 않은 국내 풀브라우징 인터넷 여건을 감안할 때 매우 의미 있는 것이다. 이러한 관점에서 향후 휴대전화인터넷이 제공하는 커뮤니케이션 능력의 극대화와 이로 인한 이용자의 공간활용 능력의 확대를 위해 다음과 같은 두가지 정책적 제언을 하고자 한다. 첫째, 정부는 휴대전화 인터넷 서비스의 본격적인 도입단계에 진입할 국내 모바일 업계가 콘텐츠와 서비스의 실질적인 경쟁을 통해 휴대전화 인터넷 고유의 소비자 가치를 창출할 수 있도록 정책적 노력을 기울여야 할 것이다. 둘째, 휴대전화 인터넷의 활성화와 함께 나타날 수 있는 공간행태의 변화가 중장기적으로

국토정책이나 지역정책에 어떠한 시사점을 줄 수 있을지에 대해 보다 진지한 고민을 하여야 할 것이다. 향후 지방정부에서는 제3의 공간 전반에 대해 모바일 시대에 부응하는 새로운 개념과 모델을 찾아나가야 하며, 보다 큰 의미에서 '지역정보화'라는 정책도 마찬가지의 변화를 맞이하고 있다. 휴대전화 인터넷은 '네티즌이 찾을 때까지 기다리는' 지역정보 패러다임에서 '필요로하는 모티즌'을 찾아가는 패러다임으로 전환시키는 유비쿼터스의 첨두라고 할 것이다.

제1장 서 론

제1절 연구배경 및 필요성

현대는 여러 가지 전달 매체가 공존하는 다매체 환경이 형성되어 있으며, 정보 기술, 미디어 콘텐츠 그리고 커뮤니케이션 네트워크가 상호 연결되고 이로 인해 콘텐츠의 향유방식에 새로운 문화적 변화를 창출하는 디지털 컨버전스 현상이 나타나고 있다(Jenkins, 2006). 젠킨스(Jenkins, 2006)는 디지털 컨버전스가 넓은 의미로는 여러 미디어 체제가 공존하고, 미디어 콘텐츠가 미디어 간을 유동적으로 흘러 다니는 상황이라고 정의하면서, 컨버전스는 계속해서 진행되는 과정이고, 서로 다른 미디어 체제간의 교차점을 의미하며, 이용자들은 자신이 원하는 미디어로 이동하는 이주적 행동을 보이는 등 고정된 관계가 아니라고 주장했다. 디지털 컨버전스는 기술적, 산업적, 문화적, 사회적 변화를 일으켜 패러다임의 전환을 이끈다고 해도 과언이 아니다. 구체적으로 표현하자면 디지털 컨버전스로 인해 기존에 서로 다른 양식으로 유통되던 텍스트, 영상, 오디오의 정보를 상호호환적인 플랫폼들을 동시에 구현할 수 있게 되었다는 것이다. 이는 이용자들이 단순히 몇 가지의 미디어를 하나의 단말기에서 사용한다는 개념이 아니라, 이로 인해 새로운 문화와 사회적 가치관이 창발되고 있으며 그 역동적인 변화의 원인과 과정, 결과에 대한 통찰이 필요하다는 일련의 문제를 제기한다.

디지털 컨버전스의 가장 대표적인 예가 바로 휴대전화이다. 휴대전화를 이용한 DMB의 보편화, 휴대전화 게임, 휴대전화 내비게이션, 휴대전화 채팅, 휴대전화 인터넷 검색, 휴대전화 카메라, 휴대전화 mp3 등 그 기능과 성능은 하루가 다르게 발전하고 있다. 현대의 휴대전화는, 휴대전화의 사용에서 사용자 간 커뮤니케이션이 가장 주요한 기능이었던 과거와는 달리, 커뮤니케이션 기능과 더불어 엔터테인먼트,

정보검색의 기능까지 골고루 갖춘 디지털 컨버전스의 요체라 할 수 있다. 특히 주목해야 할 부분은 휴대전화를 이용한 풀 브라우징 인터넷의 사용이다. 종전의 휴대전화가 커뮤니케이션의 도구로 사용되면서 사회관계와 시공간 이용에 큰 변화를 유발했던 것처럼(황주성 외, 2005), 디지털 컨버전스 시대에는 휴대전화의 기능이 다양해지면서 시공간 이용에 또 다른 변화가 예상된다. 휴대전화 풀 브라우징 인터넷 사용의 확산은 시장의 확장세가 반영하고 있는데, 전용 서비스인 LG텔레콤 OZ의 가입자가 2009년 8월 90만명을 넘어선 바 있다.[1] 또한 아직은 스마트폰 사용자가 전체 휴대전화 이용자 수의 1～2%정도에 불과하지만, 2010년에는 티핑 포인트를 넘어서며 빠르게 확산될 것으로 보인다.

이러한 디지털 컨버전스로 인한 미디어 사용의 변화는 사회구성원들의 생활양식과 가치관, 정체성 등 여러 가지 측면에서의 변화를 이끌고 있다. 특히 도시공간에서의 디지털 컨버전스는 시・공간의 효율성을 높이는 동시에 이에 대한 인식 자체를 변화시키기도 한다. 전술하였듯이 향후 급격하게 확산될 휴대전화를 이용한 인터넷의 사용 또한 이 시대를 살아가는 사회구성원들에게 새로운 인식과 가치관을 요구할 것이다. 디지털 컨버전스가 가져오는 변화는 공간과 밀접한 관계가 있다. 디지털 컨버전스가 진행될수록 우리의 삶은 일정한 공간 안에서 이루어진다고 말하기 어려우며, 공간의 기능 역시 재편되고 있다. 예컨대 전자상거래의 확장으로 전통적인 소매상점이 집적된 지역들이 공동화 현상을 겪고 있고, 전자정부 서비스의 확대는 동사무소의 기능을 변화시키는 등 다양한 공간차원에서 디지털화의 영향은 이미 상당히 진전되고 있다. 디지털 미디어와 공간의 관계에 관한 연구가 중요한 이유는 인간이 환경을 조성하고 의미를 부여하는 과정에서 형성되는 장소화를 통해 안정성과 정체성에 큰 영향을 받기 때문이다(조성동, 2009). 공간은 추상적 개념이 아니라 3차원 공간에 거주하는 사람들에게 자신의 위치를 파악하고 이해하는 틀을 제공하는 형식이라고 할 수 있다(Castells, 2000).

---

1) 서울경제 “저렴한 무선인터넷 정액제 ‘인기몰이’”, 2009. 08. 23

제2절 연구 목적

디지털 컨버전스는 정보와 커뮤니케이션 그리고 콘텐츠를 소비자가 필요할 때는 언제 어디서든 다양한 단말기를 통해 제공할 수 있는 환경을 제공함으로써, 그들이 서비스와 상호작용하고 소비하는 방식에 근본적인 변화를 초래할 것으로 예측되고 있다. 따라서 본 연구는 디지털 컨버전스가 사람들이 공간을 인식하고 조직할 수 있는 방식에 어떠한 변화를 일으키며, 이로 인해 개인과 집단의 생활에 어떠한 새로운 양식과 가치를 지향하는지를 밝히고자 한다. 구체적으로는 사용자들의 공간 인식과 행동의 특성, 디지털 컨버전스 단말기가 제공하는 서비스 이용 이후의 변화와 특징, 이러한 변화가 사회관계에 갖는 함의를 탐색적으로 연구하는데 목적이 있다.

휴대전화와 공간에 대한 연구는 국내외적으로 많은 편인데 비해, 휴대전화 인터넷의 이용과 공간 인식의 관계에 관한 연구는 거의 없는 상황이다. 새로이 확대되는 휴대전화 인터넷과 위치기반서비스 등의 공간정보기술(urban informatics)[2]이 이용자의 공간행태와 도시공간에 대한 수요를 어떻게 형성할 것인지를 파악하기 위해서는 아직 초기이지만 구체적 사례에 대한 탐색적인 연구가 필요하다. 이러한 연구는 디지털 컨버전스 시대에 부합하는 공간에 대한 새로운 개념을 정립하고 역할과 기능을 재검토하는 계기를 마련하게 될 것이다. 또한, 유비쿼터스 등 공간관련 IT기술의 발달로 급변할 수 있는 공간정책이나 지역정책에 시사점을 제공하며, 후속연구를 위한 새로운 연구문제를 발굴할 수 있다. 상기한 연구목적을 달성하기 위해 본 연구에서는 문헌연구를 통해 미디어로 인한 공간인식의 변화상을 개념적으로 예측하고 설문조사와 심층인터뷰를 통해 실증적인 근거를 제시하고자 하였다. 설문조사와 심층인터뷰를 병행함으로써 양적 연구와 질적 연구의 한계를 상호보완하고 보다 경험적인 자료들을 얻을 수 있었다.

---

2) 공간정보기술은 지리공간(Geospatial)과 관련된 공간정보의 취득, 처리, 저장, 분석 및 활용에 이르는 일련의 과정에 포함되는 모든 기술을 말함(서기환・사공호상, 2007)

제 2 장 휴대전화의 진화와 공간적 영향

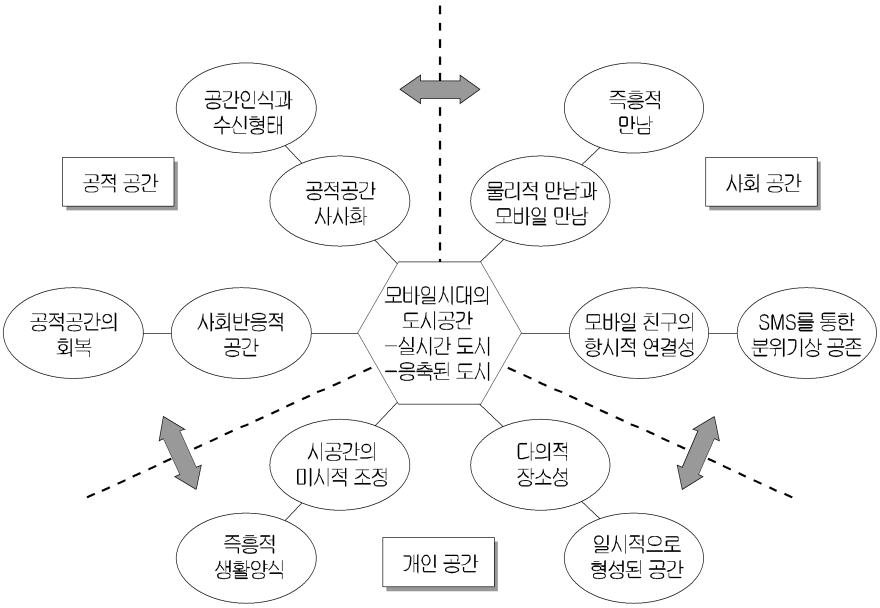
제 1 절 휴대전화의 진화에 따른 공간의 변화

고대 그리스 유클리드의 원소론부터 시작된 공간에 대한 논의는 현대에 이르기까지 긴 역사적 배경을 가지고 있다. 공간은 인간 존재의 위치를 확인하고 세계를 이해하는 하나의 기준이 되기 때문에 시대상에 따라 변하게 된다. 근대에 이르러 공간의 개념은 균일하고 절대적 인식에서 벗어나 이질적인 공간의 성질을 중심으로 인식이 바뀌었고, 각 학문별로 다양한 성질에 대한 주장을 펼치고 있다(김재경, 2007). 공간 현상을 이해하는 틀은 주로 행정적 연구의 성격을 띤 '기술・지리적 공간'이나 '규범적 공간'에 국한되어 있으나 미디어를 다루는 언론학에서의 공간에 대한 이해는 사회과학적인 관점인 '사회적 공간' 개념으로 보아야 한다(임영호, 2002). 휴대전화 미디어의 사용으로 기존의 기술적・지리적・규범적 시공간이 극복됨과 동시에 물리적이지 않은 다른 방식으로서의 시공간 이해를 요구하고 있기 때문이다.

실제로 공간을 개인적 공간, 사회적 공간, 공공적 공간으로 분류해 휴대전화의 이용으로 인한 공간인식의 변화에 대해 살펴본 황주성 외(2005)의 연구에 의하면 휴대전화 커뮤니케이션의 확산과 고도화는 인간이 공간을 이용하고 관리하는 방식에 획기적인 변화를 초래하는 것으로 나타났다. 휴대전화의 사용은 이동 중 연결성(mobile communicability)을 기반으로 행동에 대한 피드백이 실시간으로 이루어지는 미시적 조정(micro-coordination)을 가능하게 하였고, 장소의 논리가 아니라 인간 활동의 본질이 공간의 성격을 규정하게 하는 소위 '일시적 공간(temporalized space)'을 형성함으로써 근대적 공간질서를 바꾸기 시작하였다. 사회관계 측면에서는 공간을 초월하여 형성되는 '항시적으로 연결된 휴대전화 친구'를 가능하게 하였으며 이러한 과정을 통해 죽은 공간 또는 통신의 사각지대로 인식되던 공적공간의 역할과 중

요성을 한층 강화시켰다(〔그림 2－1〕 참조).

〔그림 2－1〕 휴대전화에 의한 도시 공간 변화



출처: 황주성, 유지연, 이동후(2005)

최근에는 디지털 컨버전스로 인해 휴대전화의 기능과 역할이 확대되고 있어 이로 인한 공간의 변화를 설명하기 위한 논의의 필요성이 제기된다. 휴대전화를 커뮤니케이션의 목적으로 음성통화와 문자메시지를 중심으로 사용하던 것에서 벗어나 휴대전화의 DMB, MP3, 카메라, 게임 등의 멀티 기능을 사용하고 있으며, 특히 휴대전화 인터넷의 비약적인 발전은 공간인식에도 영향을 미칠 것으로 보인다. 이러한 변화를 설명하기 위해 증강된 도시(augmented city: Aurigi & De Cindio, 2008), 코드화된 공간(codespace: Forlano, 2009), 혼종적 공간(hybrid space; Silva, 2006)과 같은 개념들이 등장하고 있다.

우리나라의 경우 휴대전화 인터넷은 아직 확산 전단계이며 기술적으로도 수월한

네트워크 이용에는 한계가 있기 때문에 휴대전화 인터넷에 의해 수반되는 변화를 모두 포착하기에는 무리가 있다. 다만 종래의 휴대전화와 공간인식에 대한 논의를 확장시켜 휴대전화 인터넷으로 인한 공간인식의 변화를 예측해 볼 수 있다.

먼저 네트워크 연결성의 이동성 강화이다. 휴대전화가 시간과 장소에 관계없이 상대방을 계속해서 연결함으로써 약속 장소와 시간을 미시적으로 조정할 수 있게 해주면서 만남의 패러다임이 변하였다. 휴대전화 인터넷의 시대에는 인터넷의 속성인 정보에의 접근과 활용에 따라 상대방의 위치와 스케줄 뿐 아니라 다른 정보들에도 끊김 없이(seamless) 연결 가능한 확장된 환경을 제공할 것이다. 휴대전화 친구와의 항시적 연결성 역시 휴대전화가 개인 커뮤니케이션을 강화시키는 역할을 했다면 휴대전화 인터넷은 온라인 동호회와 카페, 트위터 같은 SNS(social network software)를 통해 개인과 개인, 개인과 집단의 커뮤니케이션을 촉진시킬 것으로 기대된다.

둘째는 실시간 응답성, 활발한 상호작용성으로 상황에 따라 적절하게 행동할 수 있도록 휴대전화가 사회 반응적 공간을 제공했다면 휴대전화 인터넷을 통해 더욱 강화될 것이라 추측할 수 있다. 사회 반응적 공간의 이러한 특징은 위치기반 서비스(LBS)가 실시되면서 더욱 강화될 전망이며, 휴대전화 인터넷이 활성화 되면 휴대전화의 공간과 현실 공간 간의 상호작용에서 그치는 것이 아니라 현실과 가상이 융합되어 그 경계를 거의 인식하지 못하는 혼종적 공간(hybrid spaces)이 발생할 것이다.

셋째는 휴대전화가 만든 다의적 장소성의 변화이다. 언제, 어디서나 다른 공간과 접속할 수 있게 되면서 공적 공간이 사사화 되거나 일시적으로 개인 공간을 형성하여 몰입할 수 있게 되었다. 휴대전화 인터넷은 휴대전화보다 이용할 수 있는 서비스의 양과 종류가 훨씬 다양하기 때문에 이러한 현상을 더욱 분화시키고 가속화 시킬 것이다. 따라서 관습적으로 정해진 공간의 역할을 따르는 것이 아니라 공간에서의 행위와 공간의 관계에 따라 공간의 역할이 결정될 것으로 보인다.

제 2 절 휴대전화 인터넷과 네트워크 연결의 이동성

1. 사회적 연결성과 정보적 연결성

현대인들은 미디어와의 상호작용을 통해 지식, 정보, 인간, 사회 네트워크를 확장시킨다. 특히 휴대전화나 인터넷과 같은 쌍방향 커뮤니케이션 미디어에서 그러한 특징이 잘 드러난다. 미디어를 통해 형성되는 네트워크는 크게 사회적 연결성(social connectivity)과 정보적 연결성(informational connectivity)으로 구분할 수 있다.

휴대전화는 개인과 개인을 연결하는 일대 일 커뮤니케이션 통신을 집이나 직장처럼 고정적인 장소에서 뿐만 아니라 잠시 머무르거나 이동 중인 장소에서도 사용이 가능하게 했다. 사회적 차원에서 휴대전화를 통한 커뮤니케이션의 특징은 상대방이 언제든 'on'되어 있어 부르면 응답할 수 있다는 사실에서 '분위기상 공존(ambient virtual co-presence)'을 느끼고 있다는 것이다(Ito, 2005). 이렇게 항시적으로 서로 연결되어 있기 때문에 휴대전화 사용자의 77.1%가 만나는 사람의 수가 늘었다고 생각하고, 68.1%가 친밀도가 강화되었다고 생각하는 것으로 나타났다(황주성 외, 2005). 휴대전화를 통한 커뮤니케이션은 더욱 세밀한 사회적 관계 네트워크를 만드는 것으로 연구되기로 하였다(Katz, 2005).

반면 오래전부터 논의되어 온 인터넷으로 인한 정보적, 사회적 연결성은 인터넷의 사용목적에 잘 드러난다. 우리나라는 현재 만3세 이상의 인구 중 77.2%가 인터넷을 이용하고 있는데, 이용 목적을 보면 자료 및 정보획득이라고 응답한 경우가 89.4%, 여가활동은 88.4%로 나타나 정보적 연결성을 강하게 추구하는 것으로 나타났다(한국인터넷진흥원, 2009). 또 87.0%의 응답자가 커뮤니케이션을 위해 이용하는 것으로 조사되어 인터넷 이용자들은 정보적 연결성과 사회적 연결성을 모두 추구한다고 할 수 있다.

휴대전화 인터넷의 경우는 인터넷과 같이 두 가지 연결성의 특징을 동시에 가지면서 더욱 확장된 모습을 나타낸다. 휴대전화의 통신은 개인과 개인을 서로 연결해

사회적 상호작용을 촉진시키고, 휴대전화의 인터넷은 사람과 정보를 연결시켜 정보를 획득 할 수 있게 할 뿐만 아니라 개인과 집단의 상호작용을 가능하게 한다. 즉 휴대전화가 사회적 연결성을 확장시켰고, 인터넷이 정보적 연결성, 사회적 연결성을 강화시켰다면 휴대전화 인터넷은 사회적 접근성을 개인에서 집단으로 확대하고, 정보적 접근성을 고정된 장소에서 유동적 장소로 확장시킨다고 볼 수 있다.

2. 이동 가능한 네트워크 연결성

단말기와 단말기 사이의 중간지대, 즉 도로나 길 같은 사이 공간(space "in between")이 활용 가능해 지면서 네트워크의 결점(node)뿐 아니라 사람들이 이동하는 길(path) 또한 네트워크를 구성하는 주요한 요소가 되었다(Silva, 2006). 이러한 변화는 휴대전화 커뮤니케이션에 '통신의 이동성(mobility of communications)'이라는 공간적 의미를 부여하였다.

이후 휴대전화의 진화로 인한 휴대전화 인터넷의 등장은 휴대전화가 커뮤니케이션 수단에 그치지 않고 인터넷을 제3의 공간[3]으로 이끌어 냈음을 의미한다. 인터넷의 휴대화는 '통신 및 정보접근의 이동성(mobility of communications and information access)'을 부여한다는 측면에서 휴대전화 커뮤니케이션과 그 의미를 달리 한다. 즉 휴대전화가 주로 가족이나 연인 또는 친구 사이의 사회적 관계형성을 중심으로 이동 중의 공간을 형성하였다면, 휴대전화 인터넷은 소셜 소프트웨어를 통해 온라인 동호회, 카페 등의 개인과 집단 간 사회적 관계형성을 이동 중 공간에 형성한다. 또한 업무, 정보, 문화, 학업 등 일상생활의 전 영역에서 이동성을 확보해 주게 될 것이다. 더 나아가 차세대 인터넷은 기계와 기계간의 정보교환도 증가할 것으로 전망하고 있다(ITU, 2005).

이처럼 휴대전화 인터넷은 인간 모빌리티 확대에 새로운 전기를 마련해 줄 것으

---

3) 제1의 공간인 주거공간, 제2공간인 업무공간을 제외하고 대중이 함께 이용하면서 커뮤니케이션이 유발되는 장소를 제3의 공간이라 명명하였다(Oldenburg, 1999).

로 기대된다. 휴대전화 인터넷은 통화와 문자 교환뿐만 아니라, 원격접속에 의한 업무수행과 TV, 뉴스, 정보 검색, 오락 등 디지털 컨버전스로 인한 모든 디지털 생활의 이동성을 강화한다. 또 휴대전화 인터넷과 위치기반 서비스의 연동은 '지금 여기서 나의 경우에'라는 실시간으로 최적화된 정보를 제공함으로써 개인과 네트워크가 더욱 밀착될 것으로 보인다. 공간적 측면에서 이런 모든 활동이 이루어지는 제3공간의 역할과 의미가 강화될 것이라고 예측할 수 있다.

제 3 절 휴대전화 인터넷과 가상과 현실의 혼종화

1. 혼종적 공간의 등장 배경

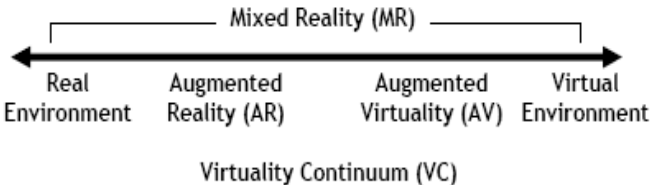
가상공간에 대한 논의는 인터넷의 등장 이래 지속적으로 이루어져왔다. 정신적이고, 고정적이지 않으며, 실체가 없는 성격을 지닌 가상공간(cyber space)은 육체적이며 고정적인 실체를 지닌 현실공간(real space)과 엄격히 분리되는 개념이었으며, 가상공간으로 인해 물리적 제약에서 벗어난 공간적 이동성을 부분적으로 가지게 되었다. 인터넷은 현실공간에서 가상공간으로 들어가는 하나의 연결 고리의 역할을 했고, 이용자들은 시간과 장소를 초월하여 범세계적인 공동체를 만들어 나갔다.

인터넷의 휴대화는 여기에 혁신적인 변화를 일으켰다. 더욱 진화된 형태인 휴대전화 인터넷의 등장은 공간의 이동성 보장 뿐 아니라 새로운 공간을 창출하기도 한다. 휴대전화 인터넷 이용이 이루어지는 물리적 공간과 휴대전화 인터넷을 통해 제공되는 가상공간이 융합 또는 중첩되면서 혼종적 공간이 형성되는 것이다(박은아, 2008). 유선 인터넷이 가상공간과 현실공간을 잇는 통로의 역할을 한다면 휴대전화 인터넷의 역할은 가상공간과 현실공간을 섞는 그 자체의 장이 될 것으로 전망된다. 가상과 현실의 혼종화는 위치기반 서비스 및 공간정보의 확충에 따라 인간의 공간행태에 새로운 가능성을 열 것이며, 공적공간의 기능은 물론 실시간 응답성, 상호작용성을 특징으로 하는 사회반응적 공간(socially responsive space)의 구현을 보다 앞

당길 것으로 기대된다.

혼종적 공간(hybrid space)의 개념은 그간 논의 되었던 증강현실, 혼합현실(mixed reality)과는 다른 개념이다. 이들 개념들은 모두 가상공간과 현실공간의 경계가 모호하다는 공통점이 있다. 그러나 증강된 공간은 가상과 현실이 융합되는 공간으로 가상에 현실이 객체로 융합되면 가상임에도 불구하고 더욱 현실적인 증강 가상(Augmented virtuality)이 되고, 현실에 가상성이 객체로 융합되면 현실임에도 가상성이 증강된 증강 현실(Augmented reality)이 된다. 반면 혼합 현실(mixed reality)은 현실 환경부터 가상 환경까지를 모두 포함하는 개념으로 중간단계에 증간현실과 증강가상이 들어간다(Milgram, 1994).(〔그림 2－2〕 참조)

〔그림 2－2〕 밀그램의 가상성 연속체

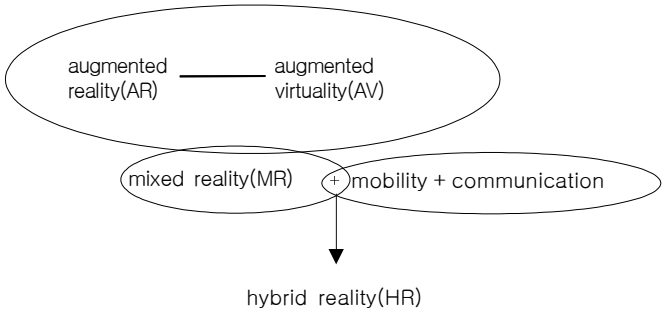


출처: Milgram, 1994

혼종적 공간의 특징은 혼합 현실과 모바일 미디어의 이동성이 합쳐져 형성된 공간이라는 것이다. 증강된 현실과 증강된 가상의 혼합 현실과 모빌리티와 커뮤니케이션의 교집합 부분을 실바(Silva, 2006)는 혼종 공간(hybrid space)이라 정의하였다(〔그림 2－3〕 참조).

그는 인터넷이 장소에 고정적인 것에서 휴대전화 인터넷으로 들어오면서 “혼종적인 사회적 공간(social space as hybrid space)”이 형성된다고 주장하였다. 이것을 증강 현실(augmented reality)과는 달리 이동성과 커뮤니케이션이 연결되면서 “물리적 공간과 디지털 공간 경계의 병합으로 만들어진 개념적 공간”이라 정의하였다. 인터넷은 물리적 공간을 움직이는 동안 디지털 공간에 접속할 수 있을 뿐만 아니라, 디

〔그림 2－3〕 실바의 혼종적 현실 개념도



출처: Silva, 2006

지털 공간을 다니는 중간에 비가시적인 다른 곳의 맥락에 접속함으로써 가상과 현실의 경계를 허물어뜨리고 두 공간이 분리된 실체라고 인식하지 않게 만든다는 것이다(이동후, 2009). 따라서 혼종적 공간의 개념은 휴대전화 인터넷과 같은 모바일 미디어와 공간을 논의하기에 적절한 개념이라고 할 수 있다. 이상에서 논의한 개념을 정리하면 다음 표와 같다.

〈표 2－1〉 가상과 현실 연속체의 특징

구분	가상공간 /현실공간	증강 공간 (augmented space)	혼합 공간 (mixed space)	혼종적 공간 (hybrid space)
정의	컴퓨터가 생성한 새로운 세계로 사용자가 그 안에서 새로운 경험을 하도록 도움	가상과 현실이 구분되지 않는 연속체의 일부분. 증강현실은 현실에 가상이 융합된 환경, 증강가상은 그 반대.	현실환경, 증강현실, 증강가상, 가상 환경과 관련된 모든 환경을 포함	혼합현실과 모바일 미디어가 만나는 교집합 공간으로 형성 장소가 자유롭고 빈도가 높음
특징	구분 뚜렷함 현실세계에 비해 단순	가상세계와 현실세계의 융합 실시간 작동, 대화 가능, 현실과 가상이 정확히 정렬	모든 개념을 포괄	모빌리티
주요 연구자		Aurigi(2009)	Milgram(1994)	Silva(2006)

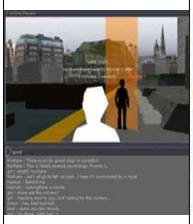
2. 혼종적 공간을 유발하는 위치기반 게임(LBMG)의 사례

혼종적 공간의 특징은 위치기반 서비스와 휴대전화 인터넷을 이용한 게임, SNS에서 두드러지게 나타난다. 이런 게임들은 자유로운 이동성을 보장하고, 개인의 위치를 파악・적용 할 수 있다는 휴대전화의 장점을 그대로 살리고 있다. 휴대전화 인터넷과 GPS 기술을 이용하여 실행하는 위치기반 게임(LBMG: Location Based Mobile Game)이란 게임의 한 장르로 이용자는 지리 정보와 게임 정보를 인터넷이나 휴대전화 망으로 연결된 휴대형 단말기를 통해 정보를 받으며 가상공간이 아닌 실제 환경을 움직이며 참여하는 게임이다(정의태, 2008). 이용자들이 이러한 게임에 몰두하게 될 때, 가상공간과 현실공간은 더 이상 동떨어진 공간이 아니며, 현실에서의 행동이 그대로 가상공간 안의 게임 캐릭터로 전이된다. 따라서 휴대전화의 모니터를 통해 펼쳐지는 게임 캐릭터의 가상공간과 이용자의 실제 움직임이 있는 현실공간이 서로 긴밀하게 연결되어 호환성이 매우 뛰어나며, 이런 특징이 혼종적 공간성을 유발한다고 볼 수 있다.

위치기반 서비스의 발전과 더불어 위치기반 게임의 개발도 활발하게 진행되고 있다. GPS가 대중화되기 시작한 2000년대 초반 이미 다양한 종류의 시범 서비스들이

〈표 2－2〉 하이브리드 리얼리티 게임의 종류와 특징

구분	Botfighter	CYSMN?	Mogi	Pac-Manhattan
국가	스웨덴	영국	일본	미국
게임 소개	－ 등장: 2001년 － 로보트 배틀 설정 － 게임 마니아들이 상대방 집 근처를 급습해 사이버 무기와 자동차를 뺏는 등 게임과 실생활이 구별되지 않는 현상이 발생하기도 함	－ 등장: 2003년 (실험적 게임) － 원제목: Can You See Me Now? － 탈출과 추적 설정	－ 등장: 2003년 － 보물찾기 설정 － 아이템 획득과 트레이딩이 주 목적임 － PC와 연동하여 공동 작전을 펼칠 수 있음	－ 등장: 2004년 － 뉴욕대학교 인터렉티브 텔레커뮤니케이션프로그램의 과정에서 개발 － 아케이드 방식의 게임이 재탄생 한 것이라 볼 수 있음

구분	Botfighter	CYSMN?	Mogi	Pac-Manhattan
국가	스웨덴	영국	일본	미국
게임 방법	– 플레이어는 평소 자신의 로봇을 휴대전화에 키움 – 검, 레이저검 등 서비스업체에서 구입한 아이템을 가지고 거닐다가 게임에 참여한 상대방이 인근에 출현하면 경고메시지가 울리고 배틀이 시작됨	– GPS와 휴대전화를 이용하여 온라인 플레이어가 실제거리에서 도망하는 플레이어를 추격하여 잡는 게임	– GPS를 이용한 무선측위기술을 사용하는 특성상, 정확히 위치측정 – 휴대전화를 이용해 virtual item을 찾아다니는 일종의 보물찾기 게임 – 찾은 보물의 포인트를 합산하여 점수를 계산함	– 술래잡기 형식으로 술래인 고스트를 피해 실제 공간에서 달아나면서 임무를 완수해야 함 – 길거리에 널린 포인트 획득 – 게임 플레이의 범위는 워싱턴 스퀘어 파크를 둘러싼 6×4 블럭임
가상과 현실의 만남	– 플레이어가 휴대폰의 지시에 따라 적수의 위치를 파악하면 몰래 접근해 상대편의 무기를 노획하거나 격퇴하는 게임	– 온라인 플레이어 5m 안에 도망자가 들어오면 사진을 찍음으로써 도망자 체포	– 휴대전화 속의 지도와 실제 지형이 같으며 휴대전화 상의 가상 아이템을 실제 공간에 찾아가서 획득함	– 설정된 게임 플레이 범위 안에서 거리를 뛰어다니면서 휴대전화 화면을 현실에 대입하여 포인트를 획득 – 가상 속의 고스트를 만나지 않기 위해 현실에서 피해 다녀야 함
실제 화면				

출현하였다. 보트파이터(Botfighter), 모기(Mogi), CYSMN?(can you see me now?) 등의 하이브리드 리얼리티 게임(hybrid reality game)과 트위터(twitter) 등 미니 블로그 서비스의 사용을 예로 들 수 있다. 하이브리드 리얼리티 게임의 게임 방법과 특징은 〈표 2－2〉와 같다.

제4절 휴대전화 인터넷과 관계적 장소개념

1. 관계적 장소성의 정의와 유사 개념들

현대에는 사용의 패턴이 고정화되어 있지 않는 장소, 즉 한 가지 이상의 사회적 행동이 가능한 장소들이 존재한다. 현대인들은 장소의 기능을 비슷하게 또는 반대로 사용하며 훨씬 유연하게 장소의 개념을 받아들이기 때문에 장소의 사회적 이용은 일시적 유동체와 같다. 도시 환경에서의 커뮤니케이션 기술의 발전은 다차원적 사회 현실들을 한 장소에서 발생하게 하며, 물리적으로 같은 공간 안에 다른 두 영역의 사회적 사건이 발생할 수 있다(Willis, 2008). 이에 따라 장소를 시간의 흐름에 따라 끊임없이 변화하는 사회행동을 통해 형성되는 하나의 과정으로 보아야 한다는 관계적 장소개념이 주장되고 있다(Wilken, 2008). 자연히 장소감(sense of place)은 사회적 관계와 이해의 네트워크 속에서 형성된 순간의 감각이라 정의할 수 있다. 이제는 장소를 '안정적이며 분명한 위치'로 이해하기 보다는 '개방적이며 경합 가능한' 것으로 이해되어야 한다는 것이다. 휴대전화의 테크놀로지는 개인적인 장소 경험에 순간적이면서 변화무쌍하게 영향을 미치기 때문이다.

관계적 장소성에 의해 나타나는 현상 중 하나는 장소의 다의성(polysemy of place)이다(황주성 외, 2006). 근대적 관점에서의 공간은 시간과 긴밀하게 연결되어 인간의 삶을 규정했다. 공간은 저마다 고유한 역할(affordance)이 존재해서 해당 공간에서 해야 하는 사회적 약속이나 관습이 있었다. 그 역할은 사회적으로 용납될 수 있는 규범에 기초하여 만들어진다. 예를 들어, 거리에서의 대화와 침실에서의 대화는 서로 분위기와 어조가 다르고, 경기장에서 소리치는 것은 자연스럽지만 교회에서는 그렇지 않다(Willis, 2008). 집에서는 휴식을, 직장에서는 업무를, 공원에서는 소풍을 하는 것이 정상적인 것으로 인식되었다. 그러나 휴대전화 커뮤니케이션의 등장은 일시적으로 형성된 공간(temporalized space)을 만들어내면서 공간의 의미를 다의적으로 바꾸었다(Dholakia and Zwick, 2003; 황주성 외 2005). 휴대전화를 사용하는 순간 지

속적으로 하고 있던 일보다 휴대전화의 사용에 더욱 몰입하게 되기 때문이다. 더 나아가 휴대전화 인터넷을 통해 이러한 특징은 더욱 빈번하고, 집단적이기 보다는 개인적으로 발생하게 되었다. 윌리스(Willis, 2008)는 사회의 많은 구성요소가 서로 묶여 네트워크로 작용하기 때문에 다의적 장소성이 나타난다고 보았는데, 점점 더 복잡해져 가는 현대사회가 그 특징을 더 잘 드러낸다.

관계적 장소성에 의해 나타나는 또 다른 현상은 휴대전화가 공적 공간과 개인 공간의 경계를 재구축하거나 약화시킨다는 점이다. 공적인 공간을 분할해 타인과 차단되는 자신만의 공간을 구축함으로써 공적 공간을 사유화하기도 하고, 사무실을 벗어난 상황에서 휴대전화로 업무지시를 내리는 것과 같이 휴대전화를 이용해 사적 공간에 공적 공간이 침투하거나 통합되기도 한다(황주성, 2006; 박은아, 2008).

이렇듯 장소의 개념은 휴대전화의 등장으로 그 절대적 의미를 잃기 시작하였다. 그 결과 장소의 논리에 의해 인간 활동이 규정되기 보다는 인간의 활동과 상호작용의 본질에 의해 장소의 의미가 변화하게 되었다. 기존에 커뮤니케이션의 기능에만 집중하던 휴대전화가 휴대전화 인터넷 및 위치기반 서비스로 인해 정보탐색 기능과 엔터테인먼트 기능이 강화・확대되면서 장소의 재개념화는 더욱 절실히 요구되고 있다.

2. 관계적 장소성의 의미

관계적 장소의 재개념화나 장소의 중요성을 과소평가하자는 것은 아니다. 오히려 이러한 관계적 장소의 개념은 문화 정치적으로 다양한 형성에 대한 상당한 잠재력을 가지고 있다. 장소는 여전히 중요한 의미를 갖지만 그것을 이해하는 방식은 변화될 필요가 있다는 것이다. 장소는 그 안에 존재하는 요소들 간의 상호작용에 의존하며 동시에 다른 장소들과의 상호연계성에 영향을 받지만, 궁극적으로는 우리가 인지하는 장소감(sense of place)은 '사회관계의 네트워크와 이해 속에서 인식되는 순간'이라는 것이다. 이러한 장소개념의 관계성은 개인이 아닌 장소의 관점에서는 '다의적 장소성(polysemy of place)'을 형성해 주는 기재가 된다(Dholakia and Zwick,

2003). 공적공간과 관련하여 다의적 장소성은 공동체의 집합적이고 연속적인 장소의 경험을 어렵게 함으로써 공적공간의 성격을 희석시키는 부정적 측면이 있는 반면, 공적공간의 다양성과 포용성, 그리고 다기능성을 강화시켜 '공적공간의 거실화(living room for the inhabitants, Kopomma, 2000)'를 촉진시키는 긍정적인 효과를 동시에 지니고 있다고 하겠다.

제 5 절 휴대전화 인터넷의 이용행태와 공간 인식

상기한 기존 연구들을 살펴보면, 휴대미디어로 인한 공간변화의 공통적인 특징은 '경계의 허물어짐'에 있다. 인터넷이 등장했을 때에도, 휴대전화가 등장했을 때에도 이와 같은 논의는 중요하게 다루어졌다. 그렇다면 융합 미디어인 휴대전화 인터넷이 허무는 공간의 경계가 무엇이며, 그 의미는 무엇인가? 본 연구의 출발점은 이 문제를 규정하는데 있으며, 이를 위해 휴대전화 인터넷 이용 행태 중에서 공간적인 성격을 지닌 것들을 중심으로 공간인식의 변화를 살펴보도록 할 것이다.

융합 미디어의 등장과 확산에 따라, 많은 연구자들이 융합 미디어를 소비하는 수용자들의 이용행태 변화와 이로 인해 초래되는 결과에 대한 다양한 논의를 시도했으나 미디어 이용 행태에 관한 연구는 단순 미디어 소비량을 중심으로 전개하는 것이 일반적이었다. 그러나 휴대전화 인터넷과 같이 다양한 특성을 지닌 미디어의 이용 행태는 단순히 양적 차원만을 가지고는 설명 되지 않는다. 휴대전화 풀 브라우징 인터넷의 기본적인 속성은 유선 인터넷과 같이 원하는 시간에 접속하여 정보를 획득할 수 있고, 하이퍼링크로 인한 콘텐츠의 다각적 사용과 자유로운 이용이 가능하기 때문에 이용 행태의 질적 차원에서 이용 동기와 콘텐츠에 대해 살펴 볼 필요가 있다. 또 휴대전화 인터넷의 가장 큰 특징인 이동성을 고려하여 휴대전화 인터넷을 사용하는 장소 또한 중요한 요인이 된다.

양적 차원에서 이용 패턴의 요인은 '이용여부'와 '이용량'이다. 휴대전화 인터넷의 이용여부에 따라 공간인식에 대한 변화의 크기가 다를 수 있다. 따라서 다음과

같은 연구문제와 가설을 설정하였다.

연구문제 1. 휴대전화 인터넷 사용자와 비사용자 간 공간인식은 어떠한 차이가 있는가?

가설 1-1. 휴대전화 인터넷 사용자가 비사용자 보다 네트워크 접근성이 더욱 용이하다고 인식할 것이다.

가설 1-2. 휴대전화 인터넷 사용자가 비사용자 보다 가상과 현실 세계가 연결된다고 인식할 것이다.

가설 1-3. 휴대전화 인터넷 사용자가 비사용자 보다 장소를 다양하게 활용할 것이다.

연구문제 2. 휴대전화 인터넷 사용량에 따라 공간인식은 어떠한 차이가 있는가?

가설 2-1. 휴대전화 인터넷을 많이 사용하면, 더욱 네트워크 접근이 용이하다고 인식할 것이다.

가설 2-1. 휴대전화 인터넷을 많이 사용하면, 가상과 현실이 더욱 연결된다고 인식할 것이다.

가설 2-3. 휴대전화 인터넷을 많이 사용하면, 장소를 더욱 다양하게 활용할 것이다.

한편 질적 차원에서의 이용 패턴 요인은 '이용 콘텐츠'와 '이용 장소', '이용 동기'로 구분되는데, 이들은 상호 연결되어 있다. 특정 장소에서 미디어를 사용하는 행위는 미디어 사용 동기와 관련이 깊고(배진한, 2006), 특정 장소에서 특정 콘텐츠를 사용하거나 기피하게 되는 경향이 있기 때문이다(Taylor 외, 2008). 따라서 어떤 '이용 콘텐츠'를 많이 사용하는가를 공간적인 성격을 포함한 콘텐츠를 많이 사용하는 경우와 그렇지 않은 경우의 공간인식에 대한 차이를 통해 파악하고자 한다. 둘째, 휴대전화 인터넷의 성격을 가장 많이 반영하는 '이용 장소'는 고정적인 장소인지, 잠시 머무르는 장소인지, 이동 중인 장소인지에 따라 공간인식에 큰 차이가 있을 수 있다. 셋째, '이용 동기'는 자체가 공간인식에 직접적으로 영향을 미치지는 않을 것으로 예측되나, 공간적인 동기와 비공간적인 동기에 따라서는 이동 가능한 정보환경에 대한 니즈(needs)가 있는 사람과 없는 사람의 공간 인식에 차이가 있을 것으로

예상된다. 어떠한 요인이 공간인식에 가장 큰 영향을 미치는지 알아보기 위해 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

연구문제 3. 휴대전화 인터넷 사용자의 공간인식에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?

연구문제 3-1. 휴대전화 인터넷 사용자의 네트워크 접근성 인식에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?

연구문제 3-2. 휴대전화 인터넷 사용자의 혼종적 공간성 인식에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?

연구문제 3-3. 휴대전화 인터넷 사용자의 관계적 장소성 인식에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?

상기 연구문제 2번 및 3번과 관련하여 휴대전화 인터넷 이용자 집단의 공간인식 변화 양상을 심층적으로 파악하기 위해 질적 연구를 병행하였다. 질적 연구에서는 공간인식의 변화가 구체적으로 어떻게 발생하는지 심층 인터뷰를 통해 분석함으로써 양적연구의 논의를 구체화 시키고자 하였다.

제 3 장 휴대전화 인터넷에 의한 공간인식의 변화 설문조사 분석

제 1 절 조사 개요

1. 조사의 목적

이 조사는 앞 장에서 제시한 연구문제 즉, 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자 간 공간인식의 차이, 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 이용자 간 공간인식의 차이, 그리고 공간인식에 영향을 미치는 요인은 무엇인지 알아보는데 목적이 있다. 이를 통해 휴대전화 인터넷 이용과 공간인식의 관계에 대한 윤곽을 도출하는 탐색적 연구의 발판을 마련하고자 실시하는 조사이다.

휴대전화 인터넷의 초기 사용자들을 대상으로 공간인식의 변화를 탐색적으로 연구하기 위한 조사인 만큼 휴대전화 인터넷의 이용에만 국한하여 조사하지 않고, 휴대전화 인터넷 이용의 흐름이나 맥락을 파악하기 위해 휴대전화 이용패턴을 양적 요인과 질적 요인을 선정하여 이를 기준으로 조사하였고, 휴대전화라는 미디어에 대한 이용 숙련도도 함께 고려하였다. 공간인식의 개념은 이론적 논의를 통해 정보의 접근성 인식, 혼종적 공간의 인식, 관계적 장소성 인식으로 나누어 조사하였다.

이러한 조사를 통해 공간인식과 같이 추상적인 개념을 객관적으로 수치를 통해 비교 분석함으로써 집단 간 공간인식에 대한 전반적인 차별점을 도출하고, 다음 장에서 이어질 심층 인터뷰의 길잡이를 마련하고자 한다.

2. 조사의 대상과 방법

가. 조사 대상

표본 선정은 휴대전화 인터넷 이용자 300명과 비이용자 150명을 ‘2009 이동통신

기획조사[4)]'를 바탕으로 연령과 성별을 기준으로 할당 표집 방법을 이용하여 선정하였다. 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자를 대비시킴으로써 두 집단 간 차이를 확연히 도출 할 수 있을 것으로 사료된다. 실제로는 휴대전화 인터넷 이용자 모집단보다 비이용자의 모집단이 훨씬 크다. 그러나 현재 휴대전화 인터넷에 관련된 선행연구가 거의 존재하지 않고, 본 조사의 주요 연구대상자는 휴대전화 인터넷 이용자이므로 이들을 심층 분석하고자 한다. 따라서 조사의 타당성을 확보하기 위한 충분한 사례수가 필요하기 때문에 휴대전화 인터넷 이용자를 2배수 많이 조사하였다.

휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자 표본은 모두 LG텔레콤 내에서 선정하였는데, 이는 이동통신사 브랜드에 따라 이용자가 가지고 있는 차별적인 성격을 최대한 통제하기 위해서이다. 예를 들어, SK텔레콤 이용자는 통화품질과 브랜드 이미지에 대한 니즈(needs)가 높은 반면 LG텔레콤 이용자는 가격에 대한 니즈(needs)가 대체로 높은 특성이 있다(이동통신기획조사, 2008). 순수하게 휴대전화 인터넷의 이용으로 인한 공간인식의 차이를 알아보기 위해서는 이러한 불필요한 특징들을 최대한 배제할 필요가 있다.

휴대전화 인터넷 이용자의 표본은 LG텔레콤의 풀 브라우징 인터넷 서비스 OZ를 이용하는 사람들로 구성하였다. 다른 이동통신사의 제한적인 인터넷 서비스에 비해 OZ는 PC와 가장 유사한 풀 브라우징 사용 환경을 제공함으로써 자유로운 이용이 가능하기 때문이다. OZ 서비스는 2009년 9월을 기준으로 가입자수가 90만명을 넘었고,[5)] 가입자의 약 80%는 휴대전화 인터넷을 사용하고 있다. 또한 지난 4월 LG텔레콤 자체조사에 의하면 가입자는 하루 평균 3회 휴대전화를 통해 인터넷에 접속하며 가장 많이 사용하는 콘텐츠도 포털이 31%, 실시간 교통정보 및 지도, 날씨, 증권 등 생활 밀착형 콘텐츠가 29%, 엔터테인먼트 27%, 뉴스 콘텐츠 9%로 선진국형 콘텐츠 이

---

4) 이동통신 기획조사(2009)는 조사업체 마케팅 인사이트가 이동통신 3사 이용자 총 74,893명을 대상으로 이동통신 이용 실태 전반에 대한 조사를 실시하였고, 이 중 LG텔레콤 이용자는 17.6%였다.

5) 머니투데이 경제 2009. 09. 20일자

용양식으로 기존 WAP 방식과는 확연한 차이를 보이고 있어 조사대상으로 적절하다.[6)]

휴대전화 인터넷 이용량에 따라서도 조사대상을 제한하였다. 이용량은 범주형 척도를 이용하여 휴대전화 인터넷을 사용하지 않으면 1번, 1달에 1회 미만이면 2번, 1달에 1～4회 이상이면 3번, 1주일에 2～6회 이상이면 4번, 매일 이용하면 5번에 응답하게 하였다. 여기서 '사용 안함'과 '1달에 1회 미만' 이용자는 휴대전화 인터넷으로 인한 변화가 미미할 것으로 예상되어 조사대상에서 제외하였다. 이를 제외한 응답 내용을 기준으로 한 달에 1회～4회 사용자는 저사용자(n=45), 1주일에 2회～6회 사용자는 중사용자(n=100), 매일 이용하는 사람은 고사용자(n=155)로 구분하였다.

조사된 응답자의 인구통계학적 특성은 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자 중 남성이 각각 53.7%, 58.7%로 여성보다 많았고, 휴대전화 인터넷 이용자의 연령이 20대와 30대에 주로 분포하는 것과 달리, 비이용자는 응답자의 연령층이 높아질수록 많아졌다.

〈표 3－1〉 응답자 특성

응답자 특성		휴대전화 인터넷 사용자		휴대전화 사용자	
성별	남자	161	53.7	88	58.7
	여자	139	46.3	62	41.3
연령	14～19세	38	12.7	16	10.7
	20～29세	146	48.7	32	21.3
	30～39세	85	28.3	47	31.3
	40～49세	31	10.3	55	36.7
이용량	고사용자	155	51.7	—	—
	중사용자	100	33.3	—	—
	저사용자	45	15	—	—
	합계	300(명)	100.0(%)	150(명)	100.0(%)

6) WAP 방식의 이용 콘텐츠는 벨소리 다운로드가 58.4%, 배경/그림 다운로드가 36.8%, 통화 연결음 설정이 36.4%이다(ETRC, 2008).

나. 조사 방법

이번 조사는 이동통신 기획조사를 진행한 리서치 업체 (주)마케팅 인사이트가 보유한 LG텔레콤 OZ 이용자와 휴대전화 이용자 패널을 대상으로, 이메일을 통한 인터넷 조사로 이루어졌다. 인터넷 조사는 지역에 관계없이 할당된 표본에 따라 전국 단위조사가 가능하고, 조사 시간을 단축시킬 수 있으며, 자료 입력 절차가 생략되어 데이터의 정확성을 높일 수 있는 반면, 일방향적 조사로 인한 오해의 여지와 자격을 갖추지 않은 조사대상자의 참여로 인한 오류가 발생할 수 있다. 이러한 단점을 사전에 차단하기 위해 휴대전화 기종을 기입하게 하고 실제로 휴대전화 인터넷 이용이 가능한 단말기인지 검토하는 작업을 거쳤다(첨부 참조). 조사기간은 2009년 7월 31일부터 8월 7일까지 약 일주일이 소요되었고, 수집된 자료는 SPSS 12.0을 이용하여 통계 분석하였다.

3. 조사의 내용

가. 설문의 구성

휴대전화 인터넷 이용으로 인한 공간인식의 변화에 대해 알아보기 위하여 크게 네 부분으로 구성된 설문지를 설계하였다. 먼저 본 조사에 적합한 응답자인지 선별하기 위하여 이용 중인 이동통신사, 휴대전화 인터넷 이용 빈도, 휴대전화 음성 및 문자, 멀티 기능 사용량 등을 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자 모두에게 공통적으로 조사하였다. 휴대전화 인터넷의 이용패턴을 파악하기 위해서는 인터넷뿐만 아니라 휴대전화에 의한 이용숙련도의 맥락을 파악할 필요가 있다. 두 번째 부분은 휴대전화 인터넷 이용자를 대상으로 휴대전화 인터넷 사용동기를 일반적인 동기와 이용 장소에 따른 동기로 구분하여 조사하고, 이용 콘텐츠 역시 일반적인 이용 콘텐츠와 장소에 따른 이용 콘텐츠로 구분하여 조사하였다. 세 번째 부분은 공간 인식에 대한 부분으로 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자 공통으로 네트워크 접근성에 대한 인식, 혼종적 공간성에 대한 인식, 관계적 장소성에 대한 인식에 대해 질문하였다. 마지막으로 응답자 특성과 심층 인터뷰 참석 의향을 묻는 과정으로 설문지를 설

계하였다.

나. 주요변인 측정

1) 독립변인: 이용 장소, 이용 콘텐츠, 이용 동기에 관한 조작적 정의

(1) 휴대전화 인터넷 이용 장소

휴대전화 인터넷을 이용하는 장소에 따라 이용 콘텐츠나 이용 동기, 공간에 대한 인식이 달라지는지 파악하기 위하여 이용 장소를 구분하였다. 올덴버그(Olernburg, 1982)는 장소의 개념을 정리하면서 집과 직장 이외에, 다른 사람들과 어울려 시간을 보낼 수 있는 카페, 서점, 이발소 등을 '제3공간(the third place)'으로 규정한 바 있고, 오제(Auge, 1995)는 집과 직장과 같은 생활공간 외에 상징성이나 역사가 없는 공간을 '비장소(non-place)'로 보았다. 비장소는 대규모의 유통과 순환이 발생하는 공간으로 고속도로, 대형 할인매장, 가상 커뮤니케이션 공간 등이 포함되며(김성도, 2005), 다시 대중교통, 대기 장소, 상업적 장소, 레저 장소로 세분할 수 있다(Auge, 1995). 현대에는 이 비장소에서 순환, 소비, 커뮤니케이션이 활발하게 발생하고 삶의 중요한 활동이 일어나고 있으며, 이는 휴대전화의 발달과 함께 비장소에서 할 수 있는 일이 다양해지면서 명확해 지고 있다. 테일러 외(Taylor, 2008)는 휴대전화 인터넷

〈표 3－2〉 휴대전화 인터넷 이용 공간 분류

<table>
<tr><th colspan="2">연구자
구분</th><th colspan="2">Auge
(1995)</th><th>Taylor 외
(2008)</th><th>NIDA
(2008)</th><th>본 연구</th></tr>
<tr><td rowspan="4">Oldenburg
(1982)의
the third
place</td><td rowspan="4">non-
place</td><td rowspan="3">transpor-
tation</td><td>On transit(in)</td><td>이동 중
교통수단</td><td rowspan="3">대중교통/
자가용 등 이동
중 장소</td></tr>
<tr><td>Car Driver
(stopped or moving)</td><td></td></tr>
<tr><td>Walking</td><td></td></tr>
<tr><td>transit</td><td>On transit(waiting
for bus, taxi)</td><td></td><td>역/정류장/공항/
대합실 등
대기 장소</td></tr>
</table>

연구자 / 구분	Auge (1995)		Taylor 외 (2008)	NIDA (2008)	본 연구
Oldenburg (1982)의 the third place	non-place	commerce	Service Facility (restaurant, bar)	커피숍/식당/극장 등 상업시설	커피숍/식당/백화점/마트 등 상업시설
		leisure	Recreation Site(bowling alley, park bench)	길거리/공원 등 실외장소	공원/광장/극장/경기장 등 레저시설
the second place			Work	학교/학원	직장/학교/학원
				직장	
the first place			Home	집	집
			Other's Home		
				관공서/공항 등 공공시설	기타

이용 동기를 알아보기 위해 장소를 9개로 구분한 반면, 한국인터넷진흥원은 7개의 항목으로 구분하여 조사하였다.

전술한 선행연구를 토대로 본 연구에서는 〈표 3－2〉와 같이 장소를 분류하였다. 휴대전화 인터넷 이용 장소를 제1공간인 집, 제2공간인 직장/학교, 제3공간(비장소)인 대중교통과 그 외 임시적으로 머무는 장소로 구분하기로 하였다. 응답은 단수응답으로 1순위에 응답하게 하였다.

(2) 휴대전화 인터넷 이용 콘텐츠

휴대전화를 이용한 풀 브라우징 인터넷 서비스가 등장하기 전까지 국내의 휴대전화 인터넷 이용 콘텐츠는 대부분 WAP 방식으로 제공되는 벨소리다운로드, 그림/배경 다운로드, 통화 연결음 설정, 장문메시지 전송(MMS) 정도였다(배진한, 2006; ETRC, 2008; NIDA, 2008). 비싼 이용요금과 느린 속도, 빈약한 콘텐츠, 접근의 제한 때문에 콘텐츠의 활용이 매우 제한적으로 특정 아이템에 집중되어 있었다. 본 조사에서 이용 콘텐츠를 조사하는 목적은 이용 콘텐츠에 따라 공간 인식에도 차이가 있는지를 살펴보기 위해서이다. 그러나 폐쇄적 WAP 방식의 콘텐츠는 인터넷의 성격을 잘 반

영하지 못할 뿐 아니라, 이용 콘텐츠 분포가 치중되어 연구 결과가 왜곡될 우려가 있다. 따라서 본 연구에서는 WAP 방식의 콘텐츠를 제외하기로 하였다.

휴대전화 인터넷 이용 콘텐츠를 조사하기 위해 선행되었던 연구들을 살펴보면, 이용 가능한 콘텐츠를 나열하고 이용 행태를 살피고자 실시된 연구가 다수였다. 배진한(2006)은 정보 획득, 거래, 커뮤니티, 음악 감상, 게임, 위치기반서비스로 콘텐츠를 분류하였는데 이후 기술의 발전과 함께 콘텐츠 역시 세분화된 측면이 있다. ETRC(2008)과 한국인터넷진흥원(2008), LGT(2009)의 연구가 더욱 세분화된 항목을 제시하였으나 중첩되는 부분을 고려하지 않은 단점이 있다. 숀 등(Sohn, 2008)의 연구는 정보검색을 집중적으로 세분화하여 분류했으나 커뮤니티 활동과 엔터테인먼트 콘텐츠를 반영하지 못했다.

〈표 3－3〉 휴대전화 인터넷 이용 콘텐츠 분류

<table>
<tr><th>구분 \ 연구자</th><th>배진한 (2006)</th><th>ETRC (2008)</th><th>NIDA (2008)</th><th>Sohn 외 (2008)</th><th>LGT (2009)</th><th>본 연구</th></tr>
<tr><td rowspan="9">정보 접근</td><td rowspan="6">－</td><td rowspan="6">정보검색</td><td rowspan="2">정보검색</td><td>trivia</td><td rowspan="6">날씨/지식인 등 정보검색</td><td rowspan="2">관심정보 검색</td></tr>
<tr><td>관심 검색</td></tr>
<tr><td rowspan="4">생활정보</td><td>시간표 검색</td><td rowspan="4">생활정보 검색</td></tr>
<tr><td>생활정보</td></tr>
<tr><td>여행정보</td></tr>
<tr><td></td></tr>
<tr><td>뉴스/정보 얻기</td><td>－</td><td>뉴스</td><td>날씨검색</td><td>뉴스, 스포츠 등 검색</td><td rowspan="2">뉴스검색 (날씨/스포츠 /뉴스/주식)</td></tr>
<tr><td>－</td><td>－</td><td>연예/스포츠/ 금융/ 재테크 정보</td><td>뉴스/스포츠/ 주식 검색</td><td>－</td></tr>
<tr><td>거래 (m커머스)</td><td>은행서비스</td><td>휴대전화 뱅킹/증권</td><td></td><td>증권/금융</td><td rowspan="3">휴대전화 거래 서비스</td></tr>
<tr><td>－</td><td>상품구매</td><td>쇼핑</td><td>쇼핑정보</td><td>쇼핑(음반, 서적, 기타)</td></tr>
<tr><td>－</td><td>티켓예매</td><td>쿠폰</td><td>－</td><td>쇼핑(영화)</td></tr>
</table>

구분 \ 연구자	배진한 (2006)	ETRC (2008)	NIDA (2008)	Sohn 외 (2008)	LGT (2009)	본 연구
사회적 상호작용	–	이메일 송수신	이메일 송수신	–	이메일 송수신	이메일 송수신
	–	블로그 접속	블로그/ 미니홈피		블로그/카페/ 미니홈피	블로그/카페 /미니홈피 등 SNS
	커뮤니티 활동		커뮤니티			
	–	채팅/메신저	채팅/메신저		–	휴대전화 채팅/메신저
엔터테인 먼트	음악 듣기	휴대폰 뮤직 서비스	음악 듣기/ 다운로드	–	–	인터넷 음악
	게임하기	게임 다운로드	휴대전화 게임		게임	인터넷 게임
	–	동영상 시청	–		동영상 시청	인터텟 동영상
위치기반 서비스	LBS	교통 정보안내	–	교통정보	교통정보	실시간 교통정보
		위치기반 서비스	친구 찾기	친구 찾기	–	친구 찾기
			버스 도착 알림	위치검색	–	길찾기, 주변검색
			길안내	방향	길찾기	

본 연구에서는 선행 연구를 바탕으로 콘텐츠의 공통적인 속성에 따라 크게 정보 접근에 관한 콘텐츠, 사회적 상호작용에 관한 콘텐츠, 엔터테인먼트를 위한 콘텐츠, 위치기반서비스를 활용하는 콘텐츠로 구분하여 중첩되거나 누락될 우려를 최소화 하였다. 정보에 접근하거나 검색하는 콘텐츠에는 관심정보, 생활정보, 뉴스, 은행 거래 서비스가 포함되고, 사회적 상호작용을 위한 콘텐츠는 이메일 송수신, 카페 등 SNS 사용, 채팅과 메신저가 있다. 엔터테인먼트를 위해서는 인터넷 음악, 동영상, 게임이 있고, 위치기반서비스(LBS)에는 실시간 교통정보, 친구 찾기, 길안내 및 주변 검색이 포함된다. 응답은 단수응답으로 1순위에 응답하게 하였다.

(3) 휴대전화 인터넷 이용 동기

이용 동기란 해당 서비스를 선택하고 이용하는 이유를 의미하는 것으로, 미디어의 이용과 충족 이론에 기반을 둔 휴대전화 인터넷 이용 동기에 관한 선행연구들을 발견할 수 있다. 먼저 배진한(2006)은 양적 연구방법을 통해 응답된 결과를 요인 분석하여 지식추구, 유희추구, 이동성 추구, 자기과시 추구의 4유목을 제시했고 테일러 등(Taylor, 2008)은 질적 연구방법을 통해 응답자들이 제시한 동기를 정보추구, 시간관리, 호기심, 유희, 사회적 연결, 사회적 회피의 6개 유목으로 분류한 바 있다. 중복되는 유목을 묶고 구체적인 항목을 살펴보면 전자신문 미래기술센터(ETRC, 2008)가 실시한 휴대전화 인터넷 이용 동기에 관한 조사와도 공통점을 발견할 수 있다. 이 조사에서는 무료함 달래기, 필요시 인터넷 이용, 어디서든 인터넷 이용 순으로 결과가 나타나 이동성에 관한 동기가 큰 것으로 나타났다.

본 연구에서는 정보획득 동기를 파악하기 위해 '시시각각 변화하는 정보에 항상 접근하기 위해서', '의사결정에 도움을 받기 위해서'의 항목을 구성하였다. 관리 동기를 알아보기 위해서는 '장소와 위치를 확인하기 위해서', '시간표나 스케줄을 확인하기 위해서', '여유시간/자투리 시간에 무료함을 달래기 위해서', '학업이나 업무상 필요해서' 항목을 설정하였다. 호기심 동기를 구성하는 항목은 '갑자기 의문이 나는 이슈를 살펴보기 위해서', '새로운 서비스나 기술에 대한 호기심 때문에', '휴대전화 전용 서비스나 콘텐츠를 활용하기 위해서' 이다. 유희/오락적 동기는 '현재의 상황을 잠시 잊기 위해서'로 측정했고, 사회적 연결 동기는 '동호회, 카페 등의 그룹 의사소통을 위해서'와 '친구나 지인과의 연결(교류, 연락)을 위해서'로 질문하였다. 이동성 동기는 '시간과 장소에 관계없이 인터넷 이용이 가능해서', '이동 중에도 원하는 정보나 콘텐츠를 얻을 수 있어서', '인터넷 이용의 용이성과 편리함 때문에' 항목이 구성되었고, 마지막 문항 '나를 멋있어 보이게 해줘서'는 자기 과시 동기를 알아보는 질문이다. 응답은 단수응답으로 1순위에 응답하게 하였다.

〈표 3－4〉 휴대전화 인터넷 이용 동기 분류

연구자 / 구분	배진한 (2006)	Taylor 외 (2008)	ETRC (2008)	본 연구
요인 및 문항	동기 요인			동기 문항
정보획득	도구적 지식 추구	Awareness		시시각각 변화하는 정보에 항상 접근하기 위해서
				의사결정에 도움을 받기 위해서
관리		Time Management		장소와 위치 확인을 위해서
				시간표나 스케줄을 확인하기 위해서
			무료함	여유시간(자투리 시간, 틈새시간)에 무료함을 달래기 위해서
			학업, 업무상 필요	학업이나 업무상 필요해서
호기심		Curiosity		갑자기 의문이 나는 이슈를 살펴보기 위해서
			신규서비스 관심	새로운 서비스나 기술에 대한 호기심 때문에
			무선 콘텐츠 이용	휴대전화 인터넷 전용 서비스나 콘텐츠 이용을 위해서
유희·오락	유희오락 추구	Diversion		현재의 상황을 잠시 잊기 위해서
사회적 연결		Social Connection		동호회, 카페 등의 그룹 의사소통을 위해서
				친구나 지인과의 연결(교류, 연락)을 위해서
이동성	이동성 추구		필요시/어디서든 이용	시간과 장소에 관계없이 인터넷 이용이 가능해서
				이동 중에도 원하는 정보나 콘텐츠를 얻을 수 있어서
			유선 인터넷 사용 불가	인터넷 이용의 용이성과 편리함 때문에
자기과시	자기과시 추구			나를 멋있어 보이게 해줘서
기타		Social Avoidance		－

2) 종속변인: 공간인식에 관한 조작적 정의

휴대전화 인터넷 이용으로 인한 공간인식의 변화를 측정하기 위해서 황주성 외(2005)가 구성한 휴대전화 이용과 개인의 경험에 대한 질의 항목을 수정하여 사용하였다. 이 연구에서 황주성 외(2005)는 개인의 경험을 개인공간에서의 경험, 사회공간에서의 경험, 공적공간에서의 경험으로 구분하여 측정하였다. 이러한 구분에서 본 연구에서 측정하려는 네트워크 접근성 인식, 혼종적 공간성 인식, 관계적 장소성 인식과 겹치는 문항을 채택하고, 부족한 문항은 보완하였다.

본 연구에서 네트워크 접근성 인식이란 정보적 접근성과 사회적 접근성을 포괄하는 개념이다. 통신 이전 시대에 죽은 공간으로 인식되던 공간과 공간 사이(space in-between, 예, 이동 중)가 휴대전화로 인해 사회적 상호작용만이 가능해졌던 제한적 정보접근, 사회적 접근과 달리, 휴대전화 인터넷의 대중화를 통해 업무나 취미생활 등 다양한 활동이 가능한 확대된 정보적 접근 인식과 개인에서 집단적 상호작용을 가능하게 하는 사회적 접근성 인식을 말한다.

혼종적 공간성 인식이란 휴대전화 인터넷이 장소에 관계없이 현실과 가상을 연결하는 장을 마련함에 따라 가상공간에 접속할 수 있는 기회가 양적, 질적으로 확대되면서 나타나는 현상이다. 이용자들은 가상공간과 현실공간의 경계를 인식하지 못하고 자유롭게 드나들기 때문에 가상과 현실을 동시적, 동질적으로 인식하게 된다.

마지막으로 관계적 장소성 인식은 하나의 공간이 규정된 역할을 갖고 있는 것이 아니라 해당 공간에서 수행하는 활동에 따라 유동적으로 공간의 역할이 규정됨을 의미한다.

휴대전화 인터넷에 의한 공간 인식의 변화 측정항목은 〈표 3－5〉와 같고, 측정은 리커트 5점 척도를 이용하여 '매우 동의'하면 5점, '전혀 동의하지 않음' 이면 1점에 응답하게 하였다. 최종단계에서 각 평균을 개념의 점수로 이용하였다. 다만 혼종적 공간성 인식의 7번 문항은 문맥에 따라 역코딩하여 분석하였다.

〈표 3－5〉 디지털 미디어로 인한 공간 인식의 분류

구분 \ 항목	디지털 미디어로 인한 공간에 관한 생각
네트워크 접근성 인식	1) 언제 어디서나 항상 친구, 가족과 연결되어 있다는 느낌이 든다.
	2) 언제 어디서나 온라인 동호회와 연결되어 있다는 느낌이 든다.
	3) 어디에서나 업무(또는 공부)를 자유로이 할 수 있다.
	4) 어디에서나 필요한 정보와 콘텐츠(음악,영화,TV)를 즐길 수 있다.
	5) 갑자기 자투리 시간이 생기더라도 심심하거나 답답하지 않다.
	6) 전혀 모르는 곳에 가더라도 불안하거나 초조하지 않다.
혼종적 공간성 인식	7) 인터넷 상의 가상공간과 현실공간은 전혀 별개의 공간이다.
	8) 가상공간에서 접속한 친구를 바로 눈앞에서 직접 보는 시대가 올 것이다.
	9) 영화처럼 인간이 디지털 신호로 기계와 교신하는 시대가 올 것이다.
	10) 휴대전화 게임은 가상 캐릭터를 실제 공간에서 만나게 할 수 있다.
	11) 친구 찾기, 길안내 등 위치기반 서비스(LBS)가 확대되면 가상과 현실이 만나는 기회가 많아질 것이다.
관계적 장소성 인식	12) 커피숍에서도 업무나 뉴스 검색 등 다양한 활동이 가능해졌다.
	13) 대중교통 속의 시간이 매우 다양한 활동의 공간이 된다.
	14) 공원, 광장 등에서도 휴대전화 기기만 있으면 사무실이 된다.
	15) 위치나 장소의 구속에서 자유로워 졌다.
	16) 사무실도 연인과 연결되면 일시적으로 데이트장소가 될 수 있다.

제2절 휴대전화 사용 일반에 관한 고찰

1. 휴대전화 및 멀티기능의 이용에 관한 고찰

휴대전화 인터넷의 이용으로 인한 공간 인식의 변화를 살펴보기 전에 휴대전화 인터넷 이용자 집단과 비이용자 집단의 휴대전화 사용 패턴을 파악하고자 한다. 디지털 컨버전스의 미디어로써 휴대전화 인터넷을 이용하는 것은 휴대전화의 이용과 하나의 맥락이나 흐름을 형성하고 있다고 볼 수 있다. 미디어를 사용하는데 숙련된 이용자가 응용 서비스를 수용하는 데 적극적이고 자연스럽다. 따라서 휴대전화 인

터넷의 이용이 아직 확산 초기 단계이기 때문에 휴대전화의 사용과 휴대전화 인터넷의 이용이 서로 긴밀히 연결되어 있을 수 있다.

먼저 집단 간 휴대전화를 이용한 음성 통화와 문자 메시지 이용량을 조사하였다. 그 결과 〈표 3－6〉과 같이 음성 통화의 발신 건수는 휴대전화 인터넷 이용자가 평균 9.02회, 비이용자 8.19회였고, 수신 건수는 휴대전화 인터넷 이용자가 9.68회, 비이용자가 8.13회로 이용자와 비이용자 간 차이가 없었다(t=.711, p=.478/t=1.337, p=.182). 하지만 문자메시지 사용의 발신 건수는 휴대전화 인터넷 이용자가 31.53회, 비이용자가 14.0회였고, 수신 건수 33.50회와 비이용자 17.05회로 두 집단 간 유의미한 차이를 보였다(t=4.049, p=.000/t=3.937, p=.000). 휴대전화 인터넷 이용자 집단이 비이용자 집단보다 문자메시지를 약 2배 더 많이 사용하고 있다는 것을 알 수 있다.

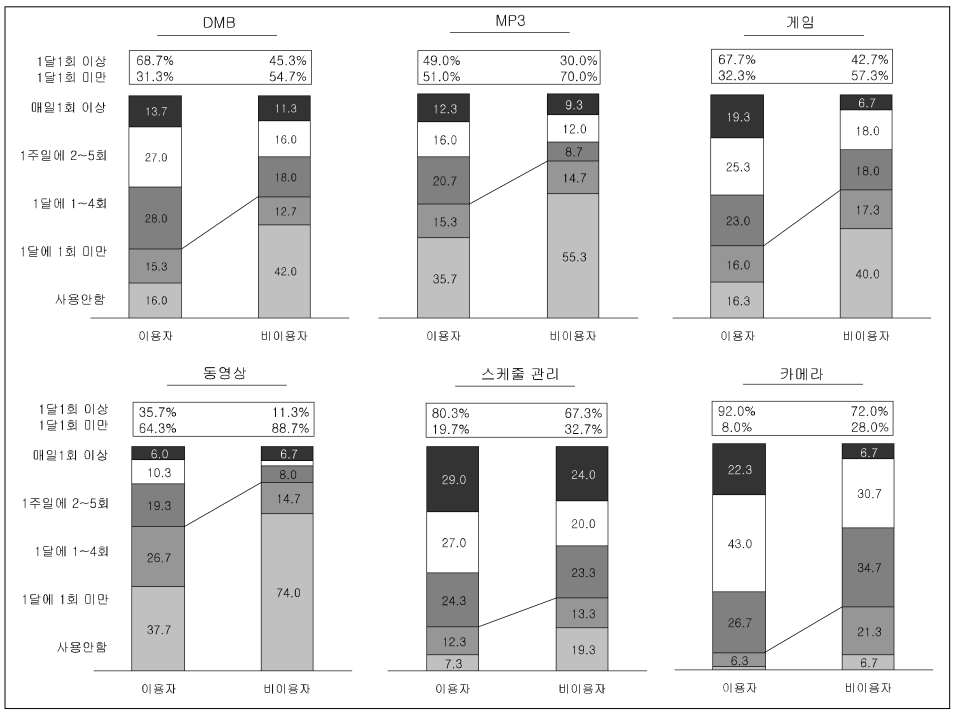
〈표 3－6〉 휴대전화 인터넷 이용여부에 따른 휴대전화 이용량 차이

	이용 여부	응답자 수	평균 (단위: 회)	표준 편차	t	유의 확률
음성통화 발신건수	이용	300	9.02	10.754	0.711	0.478
	비이용	150	8.19	12.114		
음성통화 수신건수	이용	300	9.68	12.021	1.337	0.182
	비이용	150	8.13	10.777		
메시지 발신건수	이용	300	31.53	49.414	4.049	0.000
	비이용	150	14.00	27.179		
메시지 수신건수	이용	300	33.50	46.233	3.937	0.000
	비이용	150	17.05	30.962		

휴대전화의 멀티기능 이용에 관한 차이는 상당히 흥미로운 방향성을 나타냈다. 먼저 본 연구에서 선정한 휴대전화의 멀티기능은 DMB(실시간 TV 시청, 라디오 청취), MP3(음악감상), 게임(내장 또는 다운로드된 게임), 동영상(뮤직비디오, 영화 등 다운로드 된 동영상), 스케줄 관리(메모, 일정, 시간표 등), 카메라(사진, 동영상 촬

영)가 포함되었다. 휴대전화 인터넷 이용자 집단과 비이용자 집단 간 멀티기능의 사용 비율은 〔그림 3－1〕과 같이 나타났다. 전반적으로 카메라, 스케줄관리, DMB 등의 이용이 높게 나타나는 가운데 전 기능에 걸쳐 휴대전화 인터넷 이용자가 멀티 기능도 많이 사용하는 경향이 있었다. 인과관계의 방향은 규명하기 어렵지만 멀티기능과 휴대전화 인터넷의 이용 간에 정(+)의 상관관계가 있음을 알 수 있다.

〔그림 3－1〕 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자의 휴대전화 멀티기능 이용 현황



* 이용자 n=300, 비이용자 n=150, 단위: %

또한 멀티기능의 종류와 관계없이 WAP 방식 인터넷, 풀 브라우징 인터넷을 포함해 8개의 멀티기능에 대하여 두 집단 간 이용 수에 차이가 있는지 살펴보았다. 그 결과, 매우 극명한 차이가 드러났는데, 휴대전화 인터넷 이용자의 경우 멀티기능 이용 수가 많아질수록 차지하는 비율도 커지고, 반대로 비이용자 집단은 멀티기능 이

용수가 많아질수록 차지하는 비율이 줄어들었다(〈표 3－7〉 참조). 다시 말해, 휴대전화 인터넷 사용자가 더욱 적극적이고 다양하게 휴대전화를 이용하고 있다고 할 수 있다.

〈표 3－7〉 휴대전화 인터넷 이용여부에 따른 멀티기능 이용의 차이

멀티 기능 이용수	이용여부리코딩				X^2 (양방향)
	이용		비이용		
1개	0	0.0	19	12.7	0.000
2개	2	0.7	47	31.3	
3개	4	1.3	33	22.0	
4개	33	11.0	23	15.3	
5개	76	25.3	20	13.3	
6개	82	27.3	8	5.3	
7개	55	18.3	0	0.0	
8개	48	16.0	0	0.0	
total	300(명)	100.0(%)	150(명)	100.0(%)	

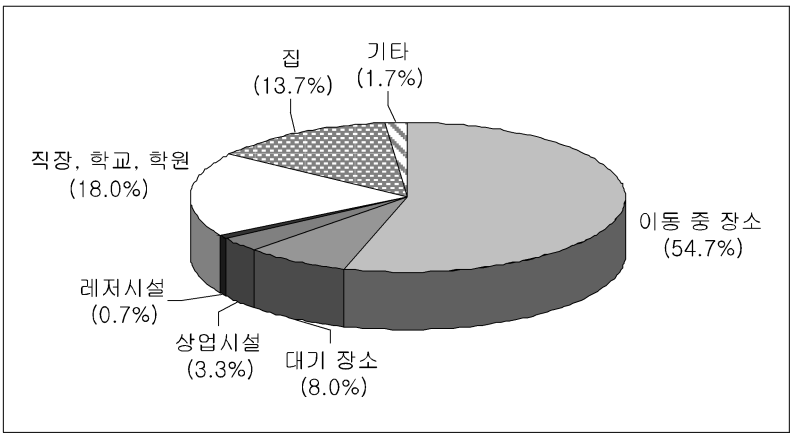
2. 휴대전화 인터넷 이용에 관한 고찰

가. 휴대전화 인터넷 이용 장소

휴대전화 인터넷의 가장 큰 특징은 인터넷을 고정된 장소 밖으로 끌어내어 휴대 가능하게 했다는 점이다. 이는 생활하는데 중요한 활동들이 비장소(non-place)에서 점점 더 빈번히 발생한다는 오제(Auge, 1995)의 주장을 뒷받침하는 근거를 제시하기도 한다. 실제로 휴대전화 인터넷 이용자들이 휴대전화 인터넷을 어디에서 주로 사용하는지 조사한 결과, 대중교통과 같은 이동 중 장소가 54.7%로 과반수이상으로

많았고, 집과 직장 같은 고정적 장소는 합이 31.7%에 그쳤다(〔그림3－2〕 참조). 이러한 결과는 지난 해 ETRC가 실시한 조사에서 '이동 중' 54.1%, '직장' 12.9%, '집' 12.4% 등의 결과와 매우 일치하는 모습을 보였다. 그러나 ETRC의 조사는 WAP 방식의 인터넷 콘텐츠를 포함하고 있는데 비록 이용 콘텐츠에 있어서는 차이를 보이지만 근본적인 수요는 통신의 공백지대인 이동중의 장소에서 나온다는 점을 확인할 수 있다.

〔그림 3－2〕 휴대전화 인터넷 이용 장소



나. 휴대전화 인터넷 이용 동기

휴대전화 인터넷 이용자들을 대상으로 일반적으로 휴대전화 인터넷을 이용하는 이유와 특정장소(개인이 가장 자주 휴대전화 인터넷을 사용하는 장소)에서 사용하는 이유를 조사한 결과 〈표 3－8〉과 같이 장소에 따라 조금씩 다른 패턴을 보이는 것으로 나타났다. 휴대전화 인터넷을 이용하는 일반적 동기는 '시간이나 장소에 관계없이 인터넷 사용이 가능해서'가 29.7%로 가장 큰 비중을 차지하였고, '갑자기 의문의 나는 이슈를 살펴보기 위해서'와 'PC보다 번거로움 없이, 손쉽게 인터넷을 할 수 있어서'가 각각 12.7%와 11.0%로 뒤이어 나타났다.

주이용 장소별로 조사된 이용 동기는 전체적으로 휴대전화 인터넷 이용의 일반적 동기와 유사한 패턴을 보이지만 각 장소별로 고유한 차이들을 보였다. 이동 중 공간과 대기 장소에서 휴대전화 인터넷을 사용하는 이유는 '자투리시간, 틈새시간의 무료함을 달래기 위해서'가 각각 20.1%, 29.2%로 가장 많았고, '이동 중에도 원하는 정보나 콘텐츠를 얻을 수 있어서' 항목도 일반적 동기보다 높은 14.0%, 16.7%로 나타났다. 반면 직장에서 휴대전화 인터넷을 사용하는 동기는 '시간이나 장소에 관계없이 인터넷 이용이 가능해서'가 25.9%로 가장 많았고, '갑자기 의문이 나는 정보를 찾아보기 위해서'가 14.8%, '나에게 전송된 정보를 즉시 확인하기 위해서'가 11.1%로 나타나 PC의 보완 매체로써 이동성을 강조한 동기가 큰 것을 알 수 있다. 한편 집에서 이용하는 이유는 'PC보다 번거로움 없이, 손쉽게 인터넷을 할 수 있어서'가 29.3%, '갑자기 의문이 나는 이슈를 찾아보기 위해서'가 19.5%, '시간이나 장소에 관계없이 인터넷 이용이 가능해서'가 14.6% 순으로 나타나 인터넷 접속의 용이성이 휴대전화 인터넷 이용의 주요 동기가 되고 있음을 확인하였다. 휴대전화 인터넷의 접근성이 유선 인터넷보다 훨씬 뛰어나다는 것을 반영하는 결과이다.

일반적 동기와는 달리 장소별 동기에서는 장소에 따라 독특한 동기가 부각되었다. 이동 중인 장소에서는 '자투리 시간 활용'과 '이동 중 원하는 정보/콘텐츠 이용'이 상대적으로 높았고, 대기 장소에서도 '자투리 시간 활용'과 '이동 중 원하는 정보/콘텐츠 이용', 그리고 '장소와 위치, 스케줄 확인 ' 등 장소의 성격과 관련된 동기가 높게 나타났다. 반면 직장과 집에서는 '전송된 정보 확인'과 '손 쉬운 인터넷 접속'이 각각에서 독특한 동기 요인으로 드러났다.

고정된 장소에서는 공간적 동기보다는 유선인터넷을 대체하는 대체제로서의 의미가 더 부각되는 것으로 해석할 수 있다. 이러한 결과는 휴대전화 인터넷의 이용 동기가 반드시 공간적인 것에 국한되지 않고 장소에 따라 다양하게 나타남을 의미한다. 휴대전화 인터넷을 사용하는 동기 중 이동성 동기는 장소에 관계없이 공통적이나 정보 획득과 시간/일정 관리 동기는 고정적이지 않은 장소에서 강한 동기로 작용하였다. 유동적 공간에서 시공간의 미시적 조정이 발생하고 있음을 의미하는 동시에

휴대전화를 통한 네트워크 접근 범위의 확대를 의미한다.

〈표 3－8〉 휴대전화 인터넷 이용의 일반적 동기와 장소에 따른 동기

이용장소& 해당 장소에서의 이용 동기	일반적 사용 동기	대중 교통, 자가용, 보행 등 이동 중 장소	역, 정류장, 공항, 대합실 등 대기 장소	커피숍, 식당, 백화점, 마트 등 상업 시설	공원, 광장, 극장, 경기장 등 레저 지설	직장, 학교, 학원	집	기 타
n=300(명)	300	164	24	10	2	54	41	5
(%)	100.0	54.7	8.0	3.3	0.7	18.0	13.7	1.7
시시각각 변화하는 정보에 항상 접근하기 위해서	5.7	4.9	8.3	10.0	50.0	9.3		
나에게 전송된 정보를 즉시 확인하기 위해	4.0	4.3		10.0		③11.1		
갑자기 의문이 나는 이슈를 살펴보기 위해서	②12.7	②14.6	4.2	20.0		②14.8	②19.5	
장소와 위치 확인을 위해서	2.7	6.7	③12.5	10.0		1.9	2.4	
시설, 극장 등의 시간표나 스케줄을 확인하기 위해서	2.3	4.3	③12.5	10.0			2.4	
PC보다 번거로움 없이, 손쉽게 인터넷을 이용할 수 있어서	③11.0	9.1	4.2		50.0	9.3	①29.3	
휴대전화 웹서핑 전용 서비스나 콘텐츠 이용을 위해서	3.0	1.8				1.9	7.3	
시간이나 장소에 관계없이 인터넷 이용이 가능해서	①29.7	③14.0	12.5	20.0		①25.9	③14.6	40.0
이동 중에도 원하는 정보나 콘텐츠를 얻을 수 있어서	10.3	③14.0	②16.7			5.6	9.8	40.0
가족, 친구등 가까운 사람들과 연락하기 위해서	0.3	0.6				1.9		

이용장소& 해당 장소에서의 이용 동기	일반적 사용 동기	대중 교통, 자가용, 보행 등 이동 중 장소	역, 정류장, 공항, 대합실 등 대기 장소	커피숍, 식당, 백화점, 마트 등 상업 시설	공원, 광장, 극장, 경기장 등 레저 지설	직장, 학교, 학원	집	기 타
동호회, 카페 등의 그룹 의사소통을 위해서	2.0	3.7				3.7		
자투리 시간, 틈새시간에 무료함을 달래기 위해서	10.3	①20.1	①29.2	20.0		5.6	12.2	20.0
새로운 서비스나 기술에 대한 호기심 때문에	2.7					1.9		
재미나 기분 전환을 위해	3.3	1.8				7.4	2.4	
계(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

다. 휴대전화 인터넷 이용 콘텐츠

휴대전화 인터넷을 이용할 때 가장 자주 사용하는 콘텐츠는 장소에 관계없이 뉴스 검색(29.0%)과 카페, 미니홈피 등 소셜 네트워크 서비스(18.3%)인 것으로 나타났다. 이들 콘텐츠는 유선 인터넷 사용 시에도 빈번하게 이용하는 콘텐츠로서 휴대전화의 인터넷 환경이 유선의 인터넷 환경을 닮아가면서 자연스럽게 사용이 전이되고 있는 콘텐츠로 보인다. 또 가장 공간성과 관련이 큰 콘텐츠인 GPS에 기반한 위치기반서비스의 경우 휴대전화 인터넷 환경이 제공하고 있는 고유 영역으로서 활용되는 정도가 상당히 높은 것으로 나타나(10.3%), 휴대전화 인터넷 콘텐츠의 독립적 영역에 대한 가능성을 제시하고 있다.

휴대전화를 통한 인터넷 콘텐츠는 고정된 장소에서 이용하는 것이 아니기 때문에 상황에 따라 달라질 수 있다. 대중교통과 같이 이동 중 장소에서는 길안내 및 주변 검색(13.4%)이 3위였고, 역, 정류장 등의 대기 장소에서는 '실시간 교통정보(20.8%)'가 두 번째로 주요한 콘텐츠로 이용되고 있어 역시 이동의 효율성을 높이는 것이 휴대전화 인터넷의 특징임을 알 수 있다.

그러나 유선 인터넷이 연결되어 있는 직장과 학교에서도 휴대전화 인터넷으로 관심정보를 검색하는 경우도 상당히 많은 것으로 나타났다(13.0%). 일반적으로 뉴미디어의 이용과 충족 관점에는 세 가지 관점이 있는데, 뉴미디어가 기존 미디어를 대체한다는 주장, 상호 보완적이라는 주장, 뉴미디어와 기존 미디어는 전혀 관련이 없다는 주장이다(심미선 외, 2009). 본 조사가 보여주듯이 휴대전화 인터넷이 유선 인터넷의 보완적인 매체로 사용되고 있는 것으로 보인다.

〈표 3－9〉 휴대전화 인터넷의 일반적 이용 콘텐츠와 장소에 따른 이용 콘텐츠

이용 장소 & 해당 장소에서의 콘텐츠	일반적 사용 콘텐츠	대중 교통, 자가용, 보행 등 이동 중 장소	역, 정류장, 공항, 대합실 등 대기 장소	커피숍, 식당, 백화점, 마트 등 상업시설	공원, 광장, 극장, 경기장 등 레저지설	직장, 학교, 학원	집	기타
n=300(명)	300	164	24	10	2	54	41	5
(%)	100.0	54.7	8.0	3.3	0.7	18.0	13.7	1.7
관심정보 (학업/업무관련 정보)	5.3	6.1		10.0		③13.0	9.8	
생활정보 (시간표/여행/ 쇼핑정보 등)	5.7	7.3	4.2				2.4	
뉴스 (날씨/스포츠/ 뉴스/주식 등)	①29.0	①28.0	①25.0	20.0		①31.5	①26.8	40.0
이메일 송수신	5.3	3.0	8.3	10.0		9.3	2.4	
소셜 네트워크 서비스(SNS)	②18.3	②22.0	②20.8	20.0		②22.2	②24.4	20.0
휴대전화 채팅, 메신저	1.0	1.2	4.2			1.9	4.9	
인터넷 음악	1.7	0.6			50.0		7.3	

이용 장소 & 해당 장소에서의 콘텐츠	일반적 사용 콘텐츠	대중 교통, 자가용, 보행 등 이동 중 장소	역, 정류장, 공항, 대합실 등 대기 장소	커피숍, 식당, 백화점, 마트 등 상업시설	공원, 광장, 극장, 경기장 등 레저지설	직장, 학교, 학원	집	기타
인터넷 게임	3.3	1.2				7.4	7.3	
인터넷 동영상	3.0	1.2		10.0	50.0	1.9	2.4	
휴대전화 거래, 은행 서비스	6.0	2.4	4.2			5.6	4.9	
실시간 교통정보	8.3	9.8	②20.8	10.0				
친구 찾기	1.0	0.6						
길안내 및 주변 검색	③10.3	③13.4	8.3	10.0			2.4	20.0
기타	1.7	3.0	4.2	10.0		7.4	4.9	20.0
계(%)	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

제 3 절 휴대전화 인터넷 이용과 공간인식에 관한 고찰

이번 절에서는 휴대전화 인터넷 이용이 공간인식에 영향을 미쳤는지 알아보기 위해 먼저 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자 간 공간인식의 차이를 네트워크 접근성 인식, 혼종적 공간성 인식, 관계적 장소성 인식으로 나누어 살펴보고, 휴대전화 인터넷 이용자 사이의 공간인식은 어떠한 양상을 보이는지를 분석해 보도록 하겠다.

다만 휴대전화에는 인터넷 뿐 아니라 DMB, 게임, MP3 등 다양한 기능이 있고 이용자마다 사용하는 기능이 다르기 때문에 공간인식에 관한 차이가 반드시 휴대전화 인터넷에서 기인한다고 보기는 어려울 것이다. 하지만 앞 절의 〈표 3－7〉에서 보았듯이 휴대전화 인터넷과 멀티기능 사이에 긍정적인 상관관계가 나타나는 만큼 휴대전화 인터넷의 사용 여부에 따른 비교분석이 갖는 의미는 충분할 것으로 생각된다.

1. 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자 간 공간인식의 차이

가. 휴대전화 인터넷 이용 여부에 따른 네트워크 접근성 인식의 차이

휴대전화 인터넷 이용 여부가 정보의 접근을 용이하게 인식하게 하는지 알아보기 위하여, 네트워크 접근성 인식을 측정하는 문항 6개를 리커트 5점 척도에 따라 응답하게 한 결과, 휴대전화 인터넷 이용자는 평균 3.40, 비이용자는 3.15를 나타냈다. 두 집단을 대상으로 독립변인 T 검정을 실시한 결과, t=3.380로 유의수준 .01 이하에서 유의미한 값으로 드러났다.

〈표 3－10〉 휴대전화 인터넷 이용 여부에 따른 네트워크 연결성의 차이

	이용여부	사례수	평균	표준편차	T	유의확률
집단구분	휴대전화 인터넷 이용자	300	3.40	0.728	3.380	0.001***
	휴대전화 이용자	150	3.15	0.741		

주) *** $p < .01$

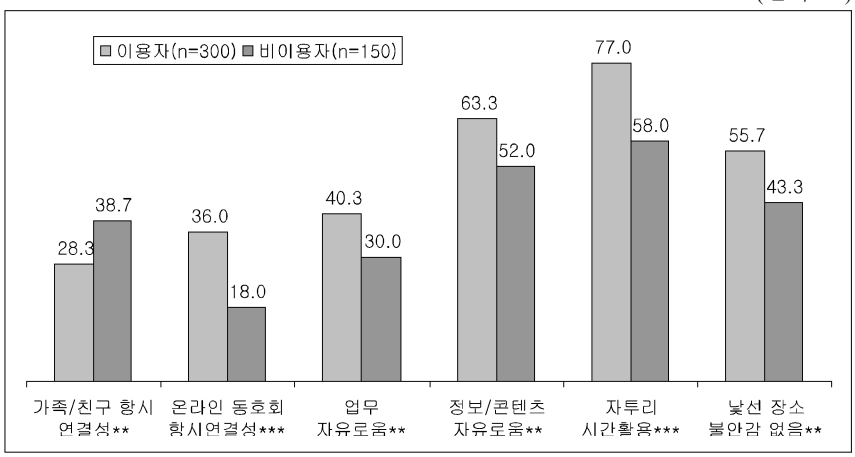
구체적으로 네트워크 접근성 인식을 측정하는 6개의 항목 각각에 대하여 살펴보면, ‘자투리 시간 활용’ 항목에 휴대전화 인터넷 이용자의 77.0%가 긍정적인 답변[7]을 보여 58.0%로 응답한 비이용자와의 차이가 가장 크게 나타났다(χ^2=17.415, p=.000). ‘온라인 동호회와의 항시 연결’과 에 대한 항목에서도 휴대전화 인터넷 이용자가 36.0%, 비이용자가 18.0%의 긍정적인 반응을 보여(χ^2=15.429, p=.000) 두 집단 간 차이가 났다. ‘업무의 자유로움’과 ‘정보/콘텐츠 이용의 자유로움’, ‘낯선 곳에 대한 불안감’ 항목에서는 휴대전화 인터넷 이용자 집단이 약 10% 정도 더 긍정적인 답변을 하였다(χ^2=4.586, p=.038/χ^2=5.333, p=.025/χ^2=6.090, p=.016). 다만 ‘가족/친구

7) 긍정적인 답변이란 리커트 5점 척도를 기준으로 ‘그렇다’와 ‘매우 그렇다’에 표시된 응답이다.

들과의 항시 연결성' 항목에서는 휴대전화 인터넷 비이용자가 38.7%, 이용자가 28.3%로 비이용자가 긍정적으로 응답한 비율이 더 높았고, 모두 통계적으로도 유의미하였다(χ^2=4.925, p=.032)(〔그림 3－3〕 참조).

〔그림 3－3〕 이용자와 비이용자의 네트워크 연결성 인식 긍정 응답 비율

(단위: %)



주) ** p<.05, *** p<.01

'가족/친구와의 항시 연결성' 항목에서 비이용자의 긍정적 응답 비율이 더 높은 이유는 휴대전화 인터넷이 집단적, 정보적 사회관계에는 크게 기여하는 반면 가족이나 친구 같은 개인적, 정서적 사회관계에는 상대적으로 기여하는 정도가 약하다는 해석을 가능하게 한다. 실제로 지난해 한국인터넷진흥원(2008)의 조사에 의하면 음성통화, 문자메시지, 영상통화, 무선인터넷 이용 비중의 합을 100%로 가정했을 때, 휴대전화 인터넷 이용자의 음성통화 이용비중이 56.5%인 반면, 비이용자의 경우 65.4%로 높게 나타난 바 있다. 온라인 동호회와의 연결을 위해서는 휴대전화 인터넷이 필수 기능이지만, 가족과 친구의 연결을 위해서 반드시 인터넷이 필요한 것은 아니다. 이러한 현상으로 미루어 보아 휴대전화 인터넷이 개인적 연결성에는 크게 영향을 미치지 않으나 온라인 동호회와 같은 집단적 연결성을 더욱 강화시킨다고 할 수 있다.

나. 휴대전화 인터넷 이용 여부에 따른 혼종적 공간성 인식의 차이

휴대전화 인터넷 이용에 따라 가상공간과 현실공간의 연결 가능성을 더 높게 인식하는지 알아보기 위하여, 혼종적 공간 인식에 관련된 5항목을 리커트 5점 척도로 조사하였다. 예상했던 것과 다르게, 휴대전화 인터넷 비이용자의 혼종적 공간인식 평균이 3.04로 이용자 평균 2.93보다 높은 것으로 나타났으나, 이 차이가 통계적으로 유의한 수준은 아니었다.

〈표 3－11〉 휴대전화 인터넷 이용여부에 따른 혼종적 공간성 인식의 차이

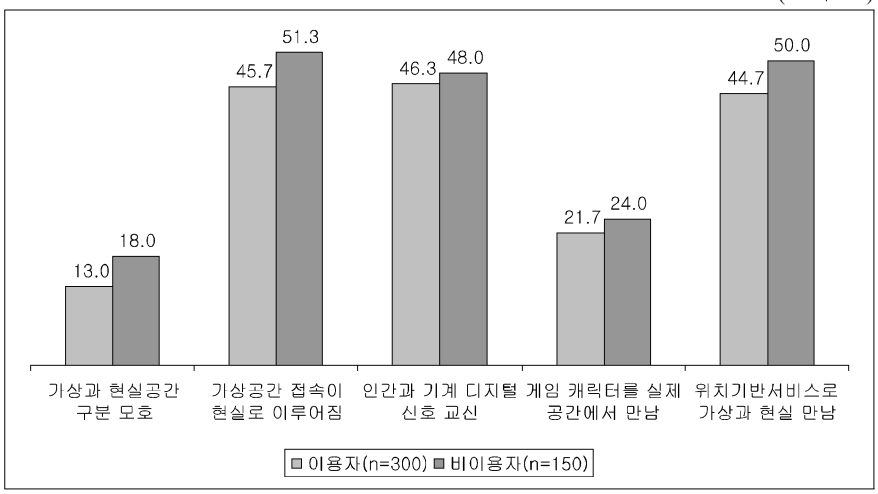
	이용여부	사례수	평균	표준편차	T	유의확률
집단구분	휴대전화 인터넷 이용자	300	2.93	0.739	－1.455	0.146
	휴대전화 이용자	150	3.04	0.678		

개별 5개에 대해서도 모두 휴대전화 인터넷 비이용자가 긍정적으로 응답한 비율이 높았다. 전반적으로 ‘가상공간에서 접속한 친구를 현실에서 직접 만나게 될 것’이라는 항목과, ‘인간이 디지털 신호로 기계와 교신하게 될 것’, ‘위치기반 서비스가 확대되면 가상과 현실이 만나는 기회가 많아질 것’의 항목에는 두 그룹 모두 40%를 웃도는 긍정적 반응을 보였다. 이에 비해 가상과 현실의 연결성을 의미하는 다른 두 항목은 상대적으로 낮은 동의 수준을 보였다. ‘가상과 현실공간 구분 모호’ 항목에서의 긍정적 답변은 휴대전화 인터넷 비이용자가 18.0%로 이용자 13.0%보다 다소 높게 나타났으며, ‘게임 캐릭터를 실제 공간에서 만남’ 항목도 이용자 21.7%, 비이용자 24.0%로 비이용자가 높았다.

휴대전화 인터넷 이용자가 혼종적 공간도 더 인식하고 있을 것이라는 예상과 달리 가상공간과 현실공간의 경계가 사라진다는 인식은 휴대전화 인터넷 사용과는 관계가 없었고, 오히려 휴대전화 인터넷을 이용하지 않는 사람들이 약간 더 많이 동의

〔그림 3－4〕 이용자와 비이용자의 혼종적 공간성 인식 긍정응답 비율

(단위: %)



했다. 이는 비사용자들의 휴대전화 인터넷에 대한 높은 기대감을 반영한다고 할 수 있다. 비사용자들은 기술적 가능성에 대한 기대수준이 높아 막연히 긍정적인 기대감을 보일 수 있다. 현재까지는 우리나라에서 휴대전화 게임의 캐릭터를 현실에서 만나거나, 위치기반서비스를 이용해 친구의 위치를 파악하고 실제 만남으로 이어지는 서비스가 거의 부재하거나 제공되었더라도 실패한 경우가 많기 때문에 휴대전화 인터넷 이용자들이 오히려 혼종적 공간성의 한계를 더 잘 파악하고 있는 것으로 해석할 수 있다.

위치기반서비스를 활용한 개인 위치 검색 등의 서비스는 개인정보 보호와 관련된 법제적 문제로 인해 서비스 제공이 지연되고 있고, 2006년에 시도했던 위치기반 서비스를 이용한 영토확장 게임 '준 삼국지', '전국시대' 등도 상업적으로 크게 확산되지 못했다(유성호, 2008). 현재 제공되고 있는 싸이월드 미니홈페이지 서비스의 경우 휴대전화 인터넷을 통한 업로드와 편집이 가능해 지면서 접근성은 확대되었으나 서비스의 내용이 유선 PC에서 휴대전화로 옮겨왔을 뿐 휴대전화의 장점을 살리는 서비스는 실시되지 않는 실정이다. 이러한 상황으로 미루어 보아 휴대전화 인터넷 이용자들이 비이용자들보다 혼종적 공간성의 실현에 대해 낮은 동의감을 표시할 가

능성이 있다.

다. 휴대전화 인터넷 이용 여부에 따른 관계적 장소성 인식의 차이

휴대전화 인터넷 이용 여부에 따라 장소의 역할이 관계적이라는 인식이 달라지는지 알아보기 위해 관련 항목 5개를 리커트 5점 척도로 조사하였다. 휴대전화 인터넷 이용자가 관계적 장소성을 인식하는 정도는 평균 3.74, 비이용자가 인식하는 정도의 평균은 3.43으로 유의미한 차이를 보였다(t=4.101, p=.000).

〈표 3－12〉 휴대전화 인터넷 이용여부에 따른 관계적 장소성 인식 차이

	이용여부	사례수	평균	표준편차	T	유의확률
집단구분	휴대전화 인터넷 이용자	300	3.74	0.744	4.101	0.000***
	휴대전화 이용자	150	3.43	0.779		

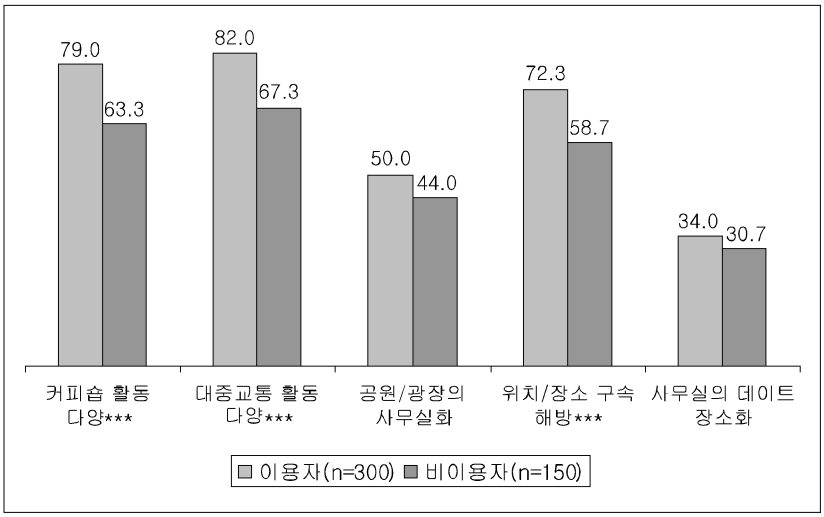
주) *** $p < .01$

구체적인 각각의 항목에 대해 긍정적으로 응답한 비율은 휴대전화 인터넷 사용자가 모두 높은 것으로 나타났는데, 특히 '커피숍 활동이 업무나 뉴스 검색으로 다양해짐' 항목은 휴대전화 인터넷 이용자가 79.0%, 비이용자가 63.3%의 긍정적 답변을 나타내 두 집단 간 차이가 가장 컸다(χ^2=12.687, p=.001), '대중교통 속 시간이 다양한 의미가 됨' 항목에서 휴대전화 인터넷 이용자의 긍정적인 답변이 82.0%, 비이용자의 것이 67.3%로 나타났으며(χ^2=12.188, p=.001), '위치나 장소의 구속으로부터의 자유' 항목은 휴대전화 인터넷 이용자의 긍정적 답변이 72.3%, 비이용자 역시 58.7%로 대다수가 동의했다(χ^2=8.552, p=.004). 집단 간 차이가 모두 유의확률 .01이하에서 모두 유의미한 것으로 드러나 휴대전화 인터넷을 이용하는 사람이 필요시 대중교통이나 커피숍이 업무, 취미생활을 영유하는 장소로 구성할 수 있다고 여긴다는 것을 알 수 있었다. 그러나 '공원, 광장도 휴대전화만 있으면 사무실이 될 수 있음' 항목과 '사무실도 연인과 연결되면 데이트 장소가 됨'에 대한 항목에서는 상

대적으로 낮은 긍정적 답변 비율이 나타났으며, 집단 간 차이도 유의하지 않았다 (χ^2=1.442, p=.271/χ^2=.503, p=.524). 이러한 결과는 사무실과 같이 특정성이 강한 '고정적 장소'에 대해서는 장소의 다중화가 상대적으로 저조하다는 데서 비롯되는 것으로 보인다.

〔그림 3－5〕 이용자와 비이용자의 관계적 장소성 인식 긍정응답 비율

(단위: %)



주) *** p<.01

2. 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 공간인식의 차이

휴대전화 인터넷을 이용한다는 조건 아래 하나의 집단으로 묶여 있더라도 휴대전화 인터넷의 이용량은 개인마다 매우 다르게 분포한다. 휴대전화 인터넷 이용량에 따라 공간인식에 차이가 있는지 알아보기 위해 이용량에 따라 집단을 세 개로 구분하여 분석하였다. 집단은 '1달에 1～4회'면 저사용자(n=45), '1주일에 2～6회'면 중사용자(n=100), '매일 1회 이상' 이면 고사용자(n=155)로 구분하였다. 세 집단의 차이를 알아보기 위해 일원 변량분석을 사용하였으며 세부적인 집단 간 차이를 파악하기 위해 사후분석(Scheffe)을 실시하였다.

가. 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 네트워크 접근성 인식의 차이

휴대전화 인터넷 이용량에 따른 네트워크 접근성 인식의 차이는 매우 확연하게 드러났다. 전체적으로 휴대전화 인터넷 사용량이 많을수록 네트워크 접근성 인식 평균도 높아지는 경향을 보였다. 고사용자는 네트워크 접근성 인식 평균이 3.50, 중사용자는 3.36, 저사용자는 3.13으로 유의미한 차이를 보였으며, 이 차이는 특히 고사용자의 평균에서 저사용자의 평균을 뺀 결과(Scheffe)가 유의수준 .05 이하에서 유의미한 것으로 나타나 이 두 집단 간 네트워크 접근성 인식에 차이가 있는 것으로 나타났다. 그러나 중사용자와 저사용자, 중사용자와 고사용자 간에는 차이를 보이지 않아 휴대전화 인터넷 이용량이 특정 기준에 도달해야 네트워크 접근성에 대해 다르게 인식하게 된다는 것을 알 수 있다.

〈표 3－13〉 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 네트워크 연결성 인식 차이

디지털 미디어로 인한 공간에 관한 생각	평균			F (유의확률)	사후분석 (Scheffe)
	저사용 n=45	중사용 n=100	고사용 n=155		
네트워크 접근성 인식 전체	3.13	3.36	3.50	4.721 (0.010)**	high-low=.3670**
가족/친구 항시 연결성	2.78	2.88	3.02	1.121 (0.327)	–
온라인 동호회 항시 연결성	2.87	2.89	3.17	2.406 (0.092)	–
업무 자유로움	3.00	3.11	3.20	0.683 (0.506)	–
정보/콘텐츠 자유로움	3.56	3.71	3.74	0.612 (0.543)	–
자투리 시간 활용	3.51	4.09	4.19	9.607 (0.000)***	high-low=.68** middle-low=.58**
낯선 장소에 대한 불안감 감소	3.07	3.49	3.66	5.832 (0.003)***	high-low=.59**

주) ** p<.05, *** p<.01

네트워크 접근성 인식의 각 항목별 이용량에 따른 차이를 보면, '자투리 시간 활용' 항목과 '낯선 장소에 대한 불안감 감소' 항목에서 차이가 나는 것을 볼 수 있다. 휴대전화 인터넷을 많이 사용하는 사람일수록 틈새시간 활용도가 높고, 낯선 장소에 대한 불안감도 적다는 것은 휴대전화 인터넷을 통해 관심정보와 지역정보 등에 대한 접근성이 높기 때문인 것으로 해석된다. 특히 '자투리 시간 활용'의 경우 고사용자와 저사용자, 중사용자와 저사용자 간 차이가 유의미하게 나타나 집단 간 차이가 가장 크다. 그러나 '가족/친구와의 연결성', '온라인 동호회와의 연결성', '업무의 자유로움', '정보/콘텐츠 이용의 자유로움'에 관련해서는 휴대전화 인터넷 이용량에 따라 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

나. 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 혼종적 공간성 인식의 차이

휴대전화 인터넷은 장소에 관계없이 가상세계와 현실세계에 들어갈 수 있는 환경을 제공한다. 이러한 인식이 실제로 사용자들 사이에 어느 정도로 나타나고 있는지 알아보고자 분석한 결과, 전체적으로 휴대전화 인터넷 이용량이 많아질수록 혼종적 공간 인식 평균도 2.80, 2.90, 3.00으로 높아지는 경향을 볼 수 있으나 그 차이가 미미해 통계적으로 유의미하지는 않았다.

개별 항목에 대해서도 '가상과 현실의 경계 모호' 항목과 '가상에서 접속한 친구를 현실에서 만남' 항목, '디지털 신호로 인간과 기계가 교신' 항목, '위치기반 서비스의 확대로 가상과 현실 만남'은 저사용자보다 중사용자, 고사용자로 갈수록 혼종성 인식이 높아지는 경향이 있었다. 그러나 '게임 캐릭터의 실제 만남' 항목에서는 오히려 저사용자가 인식하는 혼종적 공간성이 평균 2.62인데 반해, 고사용자가 2.55, 중사용자가 2.43으로 조사되어 방향성이 일정하지 않았다. 이러한 결과는 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자 간의 비교와 맥을 같이 하는 것으로 혼종적 공간성을 경험할 수 있는 서비스가 충분히 제공・소비되지 않은 데에 그 원인을 돌릴 수 있을 것이다.

〈표 3－14〉 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 혼종적 공간성 인식 차이

디지털 미디어로 인한 공간에 관한 생각	평균			F (유의확률)	사후분석 (Scheff)
	저사용 n=45	중사용 n=100	고사용 n=155		
혼종적 공간성 인식 전체	2.80	2.90	3.00	1.521 (0.220)	－
가상과 현실의 경계 모호	2.09	2.35	2.48	2.500 (0.084)	－
가상에서 접속한 친구의 현실 만남	3.18	3.31	3.32	0.295 (0.745)	－
디지털 신호로 인간과 기계 교신	3.02	3.17	3.32	1.385 (0.252)	－
게임 캐릭터의 실제 만남	2.62	2.43	2.55	0.452 (0.637)	－
위치기반서비스 확대로 가상과 현실 만남	3.07	3.22	3.33	1.095 (0.336)	－

다. 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 관계적 장소성 인식의 차이

휴대전화 인터넷은 필요에 따라 정보와 콘텐츠를 즉각 제공함으로써 업무를 더욱 효율적으로 하게 함은 물론, 취미생활의 범위도 대폭 확장시켜준다. 집이나 직장과 같이 고정된 장소 뿐 아니라 정류장이나 영화관, 카페와 같이 임시적으로 머무르는 장소, 심지어 이동하는 교통수단 내에서도 다양한 활동을 수행할 수 있게 한다. 이로 인해 장소들의 역할이 기존의 사회적 관습대로 틀 지워진 것에서 벗어나 개인마다 다양하게 재정의될 수 있다. 개인이 이용하는 콘텐츠에 따라 장소와 개인이 갖는 관계가 달라지는데, 휴대전화 인터넷 이용량에 따라 이러한 개인과 장소와의 관계에 대한 인식에 어떠한 차이가 있는지 살펴보았다.

휴대전화 인터넷 이용량에 따라 관계적 장소성을 인식하는 정도는 평균 3.43, 3.76, 3.82로 이용량이 증가함에 따라 높아졌으며, 사후 분석을 통해 이 차이가 고사용자와 저사용자, 중사용자와 저사용자 사이에 나타나는 것을 알 수 있다. 그러나 중사용자와 고사용자 간에는 유의미한 통계적 차이가 나타나지 않았다.

한편 각각의 항목에 대해서는 휴대전화 인터넷 이용량에 따라 차별적인 특징이 드러

났는데, '커피숍 활동 다양' 항목에서 고사용자(4.22)보다도 중사용자(4.24)가 커피숍이 단순히 커피만 마시는 곳이 아니라는 인식을 더욱 하고 있는 것으로 나타났고, 고사용자와 저사용자 간, 중사용자와 저사용자 간 차이가 유의미한 것으로 밝혀졌다. '대중교통 속 활동 다양' 항목은 가장 관계적 장소성이 높게 나타나는 항목이었는데, 저사용자가 평균 3.80 인식하고 있었고, 중사용자 4.19, 고사용자 4.27이었다. 고사용자 집단과 저사용자 집단, 중사용자 집단과 저사용자 집단 간 차이가 유의미한 반면, 고사용자 집단과 중사용자 집단은 차이가 없었다. '위치/장소 구속에서 자유로움' 항목은 저사용자가 평균 3.60이라고 인식한 반면, 중사용자 3.98, 고사용자 4.01로 나타나 고사용자 집단과 저사용자 집단 간 차이를 보였다.

각각의 항목에서 집단 간 차이가 발생하는 경향은 고사용자와 저사용자 사이, 중사용자와 저사용자 사이여서 휴대전화 인터넷을 일주일에 2～6번 이상 사용하는 사람과 일주일에 1번 정도 사용하는 사람 간에는 자신이 머무르는 장소의 역할을 고정하지 않고, 다양하게 활용하는 데 차이가 있었다. 관계적 장소성에 대한 인식정도에 차이가 있음을 보여준다.

〈표 3－15〉 휴대전화 인터넷 이용량에 따른 관계적 장소성 인식 차이

디지털 미디어로 인한 공간에 관한 생각	평균			F (유의확률)	사후분석 (Scheff)
	저사용 n=45	중사용 n=100	고사용 n=155		
관계적 장소성 인식 전체	3.43	3.76	3.82	4.960 (0.008)***	high-low= .3888** middle-low=.335**
커피숍 활동 다양	3.73	4.24	4.22	5.709 (0.004)***	high-low=.49** middle-low=.51**
대중교통 속 활동 다양	3.80	4.19	4.27	5.417 (0.005)***	high-low=.47** middle-low=.39**
공원/광장의 사무실화	3.20	3.43	3.52	1.403 (0.247)	
위치/장소 구속에서 자유로움	3.60	3.98	4.01	3.231 (0.041)**	high-low=.41**
사무실의 데이트 장소화	2.80	2.97	3.06	0.982 (0.376)	

주) ** p<.05, *** p<.01

3. 휴대전화 인터넷 이용자의 공간인식에 영향을 미치는 요인

앞서 휴대전화 인터넷 이용 여부와 이용량에 따라 네트워크 접근성 인식과 관계적 장소성 인식에 차이가 있음을 보았다. 그렇다면 이용량을 비롯한 이용 장소, 이용 콘텐츠, 이용 동기와 같은 요인 중에서 공간 인식에 영향을 미치는 요인은 무엇인가? 이를 알아보기 위해 범주형 회귀분석을 실시하였다. 이는 교대최소제곱법(Alternating Least Squares)을 이용하여 최적척도화를 수행하는 것으로 결과적으로 변환된 변수들에 대한 최적화된 선형 회귀식을 구할 수 있게 된다(양경숙, 2004). 범주형 척도를 사용하는 경우 통상적으로 적용하는 회귀분석을 사용하게 되면 오차항에 대한 정규성 가정이나 등분산 가정에 위배되어 결과가 왜곡될 가능성이 있기 때문이다.

한편 이용 동기, 이용 장소, 이용 콘텐츠는 '공간성'을 기준으로 재분류하였다(〈표 3－16〉 참조). 공간성을 가장 큰 가치로 삼는 휴대전화 인터넷의 특성상 주 이용 콘텐츠와 장소 그리고 동기의 공간성 여부가 공간인식의 방향성을 예측하는 요인이 될 수 있기 때문이다.

예컨대, 이용 장소는 제2절에서 제시한 4개의 분류를 이동성(mobility)이라는 차원에서 3개로 재구분 하였다. 이용 장소가 유동적인 경우, 임시적 혹은 고정적인 경우보다 공간인식에 대한 공감도가 더욱 클 것이라고 예측해 볼 수 있다. 이용 콘텐츠 역시 공간적인 콘텐츠로 위치기반서비스, 비공간적인 콘텐츠로 정보접근, 사회적 상호작용, 엔터테인먼트로 구분했다. 비공간적 콘텐츠는 공간에 관계없이 이용할 수 있는 속성이 있지만 위치기반 서비스의 경우 현재 위치와 장소가 가장 핵심적인 역할을 하기에 이러한 콘텐츠를 주로 이용하는 사람이 공간인식에 대해 더 높은 공감도를 보일 수 있다고 예측할 수 있겠다.

이용 동기도 공간성에 따라 공간적 동기와 비공간적 동기로 구분할 수 있는데, 공간적 동기에는 '시시각각 변화는 정보에 항상 접근하기 위해서', '나에게 오는 정보를 즉시 확인하기 위해서', '갑자기 의문이 나는 이슈를 살펴보기 위해서', '이동 중에도 원하는 정보나 콘텐츠를 얻을 수 있어서', '자투리 시간/틈새시간에 무료함을

달래기 위해서', '장소와 위치 확인을 위해서', '시설/극장 등의 시간표나 스케줄 확인을 위해서'의 동기가 포함된다. 한편 비공간적 동기는 '가족/친구 등 가까운 사람과 연락하기 위해서', '동호회/카페 등의 그룹 의사소통을 위해서', 'PC보다 번거로움 없이 손쉽게 인터넷을 이용할 수 있어서', '새로운 서비스나 기술에 대한 호기심 때문에', '재미나 기분 전환을 위해', '나를 멋있어 보이게 해줘서'의 동기가 포함된다. 모든 독립변인들은 이용량 정도나 공간성 정도에 따라 순서형(ordinal) 범주를 적용하여 분석하였다.

〈표 3－16〉 공간성에 따른 독립변인의 재분류

	변인	사례수	포함 항목
이용동기	1) 비공간적 동기	67	10) 가족, 친구 등 가까운 사람들과 연락하기 위해서 11) 동호회, 카페 등의 그룹 의사소통을 위해서 6) PC보다 번거로움 없이, 손쉽게 인터넷을 이용할 수 있어서 7) 휴대전화 웹서핑 전용 서비스나 콘텐츠 이용을 위해서 13) 새로운 서비스나 기술에 대한 호기심 때문에 14) 재미나 기분 전환을 위해 15) 나를 멋있어 보이게 해줘서
	2) 공간적 동기	227	1) 시시각각 변화하는 정보에 항상 접근하기 위해서 2) 나에게 오는 정보를 즉시 확인하기 위해 3) 갑자기 의문이 나는 이슈를 살펴보기 위해서 8) 시간이나 장소에 관계없이 인터넷 이용이 가능해서 9) 이동 중에도 원하는 정보나 콘텐츠를 얻을 수 있어서 12) 자투리 시간, 틈새시간에 무료함을 달래기 위해서 4) 장소와 위치 확인을 위해서 5) 시설, 극장 등의 시간표나 스케줄을 확인하기 위해서
이용량	1) 경사용	45	1달에 1～4회
	2) 중사용	100	1주일 2～6회
	3) 고사용	155	매일 1회 이상

	변인		사례수	포함 항목
이용장소	1) 고정적 장소		99	5) 직장, 학교, 학원 6) 집
	2) 임시적 장소		41	2) 역, 정류장, 공항, 대합실 등 대기 장소 3) 커피숍, 식당, 백화점, 마트 등 상업시설 4) 공원, 광장, 극장, 경기장 등 레저지설
	3) 유동적 장소		160	1) 대중교통, 자가용, 보행 등 이동 중 장소
이용콘텐츠	1) 비공간적 콘텐츠	정보 접근/검색	138	1) 관심정보(학업/업무관련 정보 등) 2) 생활정보(시간표/여행/쇼핑정보 등) 3) 뉴스(날씨/스포츠/뉴스/주식 등) 10) 휴대전화 거래, 은행 서비스
		사회적 상호작용	74	4) 이메일 송수신 5) 블로그, 카페, 미니홈피 등 SNS 6) 휴대전화 채팅, 메신저
		엔터테인먼트 및 기타	29	7) 인터넷 음악 8) 인터넷 게임 9) 인터넷 동영상 14) 기타
	2) 공간적 콘텐츠	위치기반 서비스	59	11) 실시간 교통정보 12) 친구 찾기 13) 길안내 및 주변 검색
	합계		300	

가. 휴대전화 인터넷 이용자의 네트워크 연결성 인식에 영향을 미치는 요인

휴대전화 이용량과 이용 동기, 이용 장소, 이용 콘텐츠 중에서 네트워크 접근성 인식에 영향을 미치는 요인은 무엇인지 알아보기 위해 분석한 결과, 〈표 3－16〉과 같이 전체적으로 이용량이 가장 큰 중요도를 차지하면서 주요인으로 나타났고, 이용 장소 또한 유의한 영향을 미치고 있었다. 베타(beta) 값이 0.180(p=.000), 0.106(p=.039)으로 모두 양수이므로 이는 이용량이 많을수록, 장소의 유동성이 높아질수록 휴대전화 인터넷으로 인해 정보 접근이 더욱 용이해졌음을 인식한다는 뜻이 된다.

개별 항목 분석 결과에서는 다소 다른 요인들이 영향을 미치는 것으로 나타났는데, 항목에 따라 이용 동기, 이용 콘텐츠가 각각 다르게 영향을 미치는 것을 알 수

있다. ‘가족/친구와의 항시 연결성’의 경우 이용량과 이용 콘텐츠가 영향을 미치고 있으나, 이용 콘텐츠의 베타(beta)값이 음수이므로, 이용량이 많고, 비공간적 콘텐츠(사회적 상호작용 콘텐츠 포함)를 사용하는 사람들이 가족/친구와 항상 연결되어 있다고 생각하는 것으로 나타났다(beta=.126, p=.009). ‘온라인 동호회와의 항시 연결성’ 항목과 ‘자투리 시간 활용’ 항목은 휴대전화 인터넷 이용량만이 영향을 미치고 있었다(beta=.202, p=.000/beta=.249, p=.000). 이용량이 많을수록 온라인 동호회와 항시 연결되어 있다고 인식하며, 자투리 시간 활용도가 높다고 인식한다는 의미가 된다. 한편, 이용량이 많고(beta=.123, p=.033), 동기가 비공간적일 때(beta=-.110, p=.059) 업무나 학업이 장소에 관계없이 자유롭다고 인식하는 것으로 나타났고, 이용량이 많고(beta=.119, p=.040) 이용 장소가 유동적일수록(beta=.111, p=.060) 정보나 콘텐츠 접근이 용이하다고 인식했다. 낯선 장소에 대한 불안감은 휴대전화 인터넷 이용량이 많고 공간적 콘텐츠 즉, 위치기반 서비스를 이용할수록 적은 것으로 나타나(beta=.228, p=.000/beta=.142, p=.015) 위치기반 서비스의 이용으로 인한 인식의 변화를 살펴볼 수 있었다.

〈표 3－17〉 네트워크 연결성 인식에 영향을 미치는 요인 회귀분석

	회귀분석	이용 동기	이용량	이용 장소	이용 콘텐츠
네트워크 접근성전체	beta	－0.054	0.180	0.106	0.020
	F	0.858	9.817	3.287	0.117
	유의확률	0.355	0.000***	0.039**	0.732
	중요도	0.043	0.717	0.232	0.009
	결정계수(수정)	0.043(0.024)			
가족/친구 항시 연결성	beta	－0.040	0.126	－0.024	－0.131
	F	0.465	4.837	0.167	4.984
	유의확률	0.496	0.009***	0.847	0.026**
	중요도	0.058	0.422	0.036	0.483
	결정계수(수정)	0.041(0.021)			

	회귀분석	이용 동기	이용량	이용 장소	이용 콘텐츠
온라인 동호회 항시 연결성	beta	－0.079	0.202	0.004	－0.049
	F	1.885	12.562	0.004	0.698
	유의확률	0.171	0.000***	0.951	0.404
	중요도	0.128	0.803	－0.001	0.071
	결정계수(수정)	0.051(0.039)			
업무 자유로움	beta	－0.110	0.123	0.065	0.062
	F	3.594	4.608	1.235	1.115
	유의확률	0.059*	0.033**	0.267	0.292
	중요도	0.332	0.451	0.124	0.093
	결정계수(수정)	0.031(0.018)			
정보/콘텐츠 자유로움	beta	－0.084	0.119	0.111	0.054
	F	2.047	4.261	3.562	0.855
	유의확률	0.154	0.040**	0.060*	0.356
	중요도	0.153	0.400	0.354	0.093
	결정계수(수정)	0.032(0.018)			
자투리 시간 활용	beta	0.021	0.249	0.088	－0.045
	F	0.140	19.707	2.420	0.616
	유의확률	0.708	0.000***	0.121	0.433
	중요도	0.008	0.866	0.101	0.025
	결정계수(수정)	0.073(0.060)			
낯선 장소 불안감 감소	beta	－0.007	0.228	0.071	0.142
	F	0.014	16.409	1.548	6.028
	유의확률	0.904	0.000***	0.214	0.015**
	중요도	－0.002	0.656	0.086	0.260
	결정계수(수정)	0.076(0.057)			

주) * $p<.10$, ** $p<.05$, *** $p<.01$

나. 휴대전화 인터넷 이용자의 혼종적 공간성 인식에 영향을 미치는 요인

휴대전화 인터넷 이용량과 이용 동기, 이용 장소, 이용 콘텐츠가 가상공간과 현실공간의 구분을 모호하게 하고 서로 만나게 할지에 대한 예상에 영향을 미치는지 알아보고자 분석하였다. 드물게 휴대전화 인터넷 이용량이 영향을 미치는 것으로 나타났다. 앞 절에서 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자 간 혼종적 공간성 인식과는

다소 다른 결과이다. 다시 말해, 가상공간과 현실공간의 혼종에 대해 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자는 차이가 없지만 휴대전화 인터넷 이용자 집단 내에서는 이용량에 따라 차이가 있는 것이다(beta=.120, p=.015).

휴대전화 인터넷의 이용량은 혼종적 공간성 인식 전체 외에도 '가상과 현실은 별개의 공간이 아님' 항목, '가상에서 접속한 친구를 현실에서 만남' 항목, '위치기반 서비스 확대로 가상과 현실 만남' 항목에도 영향을 미쳐 이용량이 많을수록 혼종적 공간이 발생할 것이라 예상하는 것으로 밝혀졌다(beta=.134, p=.005/beta=.137, p=.018/beta=.108, p=.030). 다만 '가상공간과 현실공간의 분리 인식' 항목에서는 이용 장소도 영향을 미치고 있었는데(beta=.147, p=.013), 이용량이 많을수록 장소가 유동적일수록 가상과 현실은 별개의 공간이 아니라고 인식하고 있었다.

〈표 3－18〉 혼종적 공간성 인식에 영향을 미치는 요인 회귀분석

	회귀분석	이용 동기	이용량	이용 장소	이용 콘텐츠
혼종적 공간성 인식 전체	beta	－0.049	0.120	0.024	0.060
	F	0.690	4.274	0.168	1.027
	유의확률	0.407	0.015*	0.682	0.312
	중요도	0.094	0.723	0.032	0.152
	결정계수(수정)	0.019(0.002)			
가상과 현실의 경계 모호	beta	0.038	0.134	0.147	0.063
	F	0.432	5.499	6.291	1.168
	유의확률	0.511	0.005**	0.013*	0.281
	중요도	0.058	0.342	0.485	0.115
	결정계수(수정)	0.047(0.031)			
가상에서 접속한 친구의 현실 만남	beta	－0.079	0.137	0.056	0.006
	F	1.853	5.629	0.931	0.011
	유의확률	0.174	0.018*	0.335	0.917
	중요도	0.210	0.684	0.107	－0.001
	결정계수(수정)	0.027(0.014)			

	회귀분석	이용 동기	이용량	이용 장소	이용 콘텐츠
디지털 신호로 인간과 기계 교신	beta	－0.038	0.095	－0.080	0.026
	F	0.419	2.652	1.805	0.195
	유의확률	0.518	0.072	0.180	0.659
	중요도	0.097	0.516	0.389	－0.002
	결정계수(수정)	0.018(0.001)			
게임 캐릭터의 실제 만남	beta	－0.071	－0.069	－0.084	0.018
	F	1.438	1.410	1.990	0.088
	유의확률	0.231	0.236	0.159	0.767
	중요도	0.322	0.266	0.417	－0.005
	결정계수(수정)	0.018(0.005)			
위치기반서비스 확대로 가상과 현실 만남	beta	0.018	0.108	0.094	0.099
	F	0.100	3.539	2.594	2.846
	유의확률	0.752	0.030*	0.108	0.093
	중요도	0.024	0.329	0.313	0.334
	결정계수(수정)	0.032(0.016)			

주) * $p<.10$, ** $p<.05$

다. 휴대전화 인터넷 이용자의 관계적 장소성 인식에 영향을 미치는 요인

휴대전화 인터넷 이용자가 장소의 역할이 규정된 것이 아니라 장소와 이용행위의 관계에 따라 변화한다는 인식에 영향을 미치는 요인이 무엇인지 알아보았다. 이용량은 전체 평균과 세부항목 모두에 영향을 미치는 것으로 분석되었다. 이용량이 많을수록 관계적 장소성에 대한 인식이 높은 것으로 나타났는데(beta=.179, p=.000), 그 중요도가 .904로 매우 결정적인 요소임을 알 수 있다.

‘커피숍에서의 다양한 활동’에 영향을 미치는 요인은 이용량과(beta=.243, p=.010) 이용 동기였는데(beta=.145, p=.010), 이용량이 많을수록 이용 동기가 공간적일수록 커피숍에서 뉴스검색, 업무, 학업 등 다양한 활동이 가능하다고 인식하였다. ‘대중교통 속 다양한 활동’ 항목은 이용량과 이용 장소가 영향을 미쳤는데(beta=.194, p=.000/beta=.150, p=.009), 휴대전화 인터넷 이용량이 많은 사람들은 장소가 유동적일수록 대중교통에서의 활동이 다양하다고 인식함을 의미한다. ‘공원과 광장의 사무실화’ 항목과 ‘위

치나 장소의 구속에서 자유로워짐' 항목은 모두 이용량만이 영향을 미치고 있었다(beta=.119, p=.041/beta=.188, p=.000). '사무실의 데이트 장소화'에서 유의미하게 영향을 미치는 것은 이용량과(beta=.184, p=.001) 이용 동기(beta=－.105, p=.070)로 조사되었는데, '커피숍에서의 다양한 활동' 항목은 동기가 공간적일수록 커피숍이 다양한 활동의 장소가 될 수 있다고 인식하는 반면, '사무실의 데이트 장소화' 항목은 동기가 비공간적일수록 사무실이 연인과 연결된다면 데이트 장소가 될 수 있다고 인식하였다. 비공간적 동기 항목에 사회적 연결에 대한 동기, 재미에 대한 동기가 포함되어 있기 때문인 것으로 보인다.

〈표 3－19〉 관계적 장소성 인식에 영향을 미치는 요인 회귀분석

	회귀분석	이용 동기	이용량	이용 장소	이용 콘텐츠
관계적 장소성 인식 전체	beta	0.026	0.179	0.046	0.018
	F	0.199	9.637	0.612	0.093
	유의확률	0.656	0.000***	0.543	0.761
	중요도	0.027	0.904	0.061	0.009
	결정계수(수정)	0.035(0.015)			
커피숍 활동 다양	beta	0.145	0.243	0.092	0.001
	F	6.678	19.182	2.675	0.000
	유의확률	0.010**	0.000***	0.103	0.990
	중요도	0.247	0.650	0.103	0.000
	결정계수(수정)	0.092(0.080)			
대중교통 속 활동 다양	beta	0.036	0.194	0.150	－0.061
	F	0.406	11.801	6.847	1.111
	유의확률	0.524	0.000***	0.009***	0.293
	중요도	0.025	0.602	0.332	0.041
	결정계수(수정)	0.064(0.048)			
공원/광장의 사무실화	beta	－0.034	0.119	0.057	0.030
	F	0.335	4.206	0.949	0.255
	유의확률	0.563	0.041**	0.331	0.614
	중요도	0.045	0.745	0.169	0.042
	결정계수(수정)	0.018(0.005)			

	회귀분석	이용 동기	이용량	이용 장소	이용 콘텐츠
위치/장소 구속에서 자유로움	beta	0.024	0.188	－0.028	0.028
	F	0.175	10.699	0.238	0.220
	유의확률	0.676	0.000***	0.626	0.639
	중요도	0.020	0.951	0.018	0.011
	결정계수(수정)	0.037(0.020)			
사무실의 데이트 장소화	beta	－0.105	0.184	－0.064	－0.027
	F	3.309	10.401	1.219	0.214
	유의확률	0.070*	0.001***	0.297	0.644
	중요도	0.222	0.632	0.113	0.033
	결정계수(수정)	0.055(0.039)			

주) * p<.10, ** p<.05, *** p<.01

제4절 소 결

이 장에서는 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자의 공간인식의 차이, 휴대전화 이용자 간 이용량에 따른 공간인식의 차이, 휴대전화 인터넷 이용자의 공간인식에 영향을 미치는 요인을 객관적 설문조사를 통해 수치화 하여 비교분석 하였다. 휴대전화 인터넷의 이용이 전반적으로 확산되지 않은 상황에서 공간인식의 변화를 살펴본 것이기 때문에 예측과 맞는 결과와 혹은 반대되는 결과를 나타내기도 하였으나, 급속히 확산되고 있는 휴대전화 인터넷에 관련된 공간인식에 관한 연구는 향후 변화 가능성과 방향을 제시할 수 있을 것으로 보인다.

휴대전화 인터넷 이용으로 인한 가장 큰 변화는 네트워크 접근성 인식이 강화되었다는 점이다. 네트워크에 대한 접근은 정보적 접근성과 사회적 접근성으로 구분할 수 있는데, 사회적 접근성에 있어 개인적 접근(가족/친구)은 휴대전화로 인한 변화와 크게 다르지 않으나 휴대전화 인터넷으로 인해 온라인 동호회와 항시적으로 연결이 가능해 지는 등 집단적 접근이 강화되었다는 점을 알 수 있다. 따라서 향후 휴대전화 인터넷이 확산되면 집단적 행동과 정보 공유가 더욱 용이해 질 것으로 보인다. 이미 해외의 몇몇 사례는 이러한 경향을 반영하고 있다. 예를 들어 휴대전화

를 통한 SNS(social network service)의 한 종류인 트위터(Twitter)는 현재 자신의 상황에 대해 간단히 댓글을 다는 형태로 진행된다. 트위터는 단순히 신변잡기적 이야기를 작성에 그치지 않고 정치적, 경제적, 사회적, 교육적으로 활용 영역을 넓혀가고 있다. 2008년 오바마 대통령이 대선에서 트위터를 통해 메시지를 전달하거나 노점상들이 트위터를 이용해 고객에게 이동 위치를 미리 알려 마케팅 전략에 활용하는 등 사회적 영향력이 높아지고 있다는 것을 알 수 있는 사례가 다수 있다. 이는 오히려 정보를 개방, 공유함으로써 조직력을 강화하고, 어느 때보다 더 거대하고 더 널리 흩어져 있는 공동 작업 그룹이 탄생하며 완전히 새로운 형태의 집단행동이 가능해졌다는 주장을 뒷받침 한다(Shirky, 2008). 또 정보적 접근성이 공간인식의 변화에서 가장 큰 부분을 차지하게 되었다는 것도 중요한 변화이다. 업무나 오락, 지역 정보 등의 콘텐츠 이용이 시간과 장소에 관계없이 가능해졌고, 이는 휴대전화 인터넷이 정보접근의 공간(mobile space of information)을 확장시킨다는 측면에서 의미가 크다.

정보에 대한 접근이 자유로워졌기 때문에 자연스럽게 하나의 장소가 하나의 역할에 국한되기 보다는 행위에 따라 장소의 역할이 규정되는 관계적 장소성 인식에서도 차이가 나타났다. 삶에서 중요한 일들이 점점 더 제3공간에서 발생한다는 오제(Auge, 1995)의 주장처럼, 제3공간은 더 이상 이동하기위해 어쩔 수 없이 거쳐야 하는 공간이 아니라 똑같이 대중교통이나 카페에 앉아 있더라도 개인의 활동에 따라 업무 공간, 휴식 공간, 취미 공간으로 각자 다르게 장소의 역할을 이해하는 경향이 확산되고 있다.

그러나 휴대전화 인터넷의 발달로 가상세계에 대한 출입의 제약이 줄어들고, 버튼 하나로 연결될 수 있으며, 위치기반 서비스로 인해 제공될 수 있는 새로운 휴대전화 인터넷 서비스들이 가상공간과 현실공간의 경계를 모호하게 하고, 심지어는 가상공간과 현실공간이 매듭 없이 자연스럽게 이어지는 현상을 이용자들이 인식할 것이라고 예측한 혼종적 공간성 인식은 검증되지 않았다. 혼종적 공간성의 인식까지는 기술 개발과 서비스의 확산, 그리고 이로 인한 휴대전화 인터넷의 일상화이라는 과제가 남아있는 것으로 보인다.

마지막으로 휴대전화 인터넷의 이용량, 이용동기, 이용장소, 이용콘텐츠 중에서 공간 인식의 변화에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 휴대전화 인터넷 이용량인 것으로 나타났다. 세부항목의 특성에 따라서는 이용 동기나 이용 콘텐츠, 이용 장소가 공간 인식에 영향을 미치기도 했다. 결국 휴대전화 인터넷 이용량과 비례하는 휴대전화 인터넷의 일상화가 공간 인식에 변화를 주는 것으로 해석할 수 있다. 다음 장에서 휴대전화 인터넷 고사용자를 중심으로 포커스 그룹 인터뷰를 통해 휴대전화 인터넷의 일상화가 공간인식에 미치는 영향에 대해 심도 깊이 이해해 보고자 한다.

제 4 장 휴대전화 인터넷 이용과 공간 인식: 포커스 그룹 인터뷰를 중심으로

제 1 절 조사 개요

제4장은 컨버전스 미디어로서의 휴대전화가 이용자의 공간 인식에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 포커스 그룹 인터뷰를 통해 알아보고자 한다. 특히 국내 휴대전화가 2008년 새롭게 선보인 풀 브라우징 휴대전화 인터넷이라는 멀티미디어 기능이 이용자들의 일상생활 속에 어떻게 경험되고 있는지를 구체적으로 관찰해봄으로써, 컨버전스 미디어로서의 휴대전화의 이용과 이용자의 공간 경험 간의 관계를 보다 세밀하게 살펴보고자 한다. 물론 아직 풀 브라우징 휴대전화 인터넷 서비스가 아직 시작 단계이고 관련 서비스와 기기 개발이 계속되고 있기 때문에 현재의 휴대전화 인터넷 이용이 가진 사회적 효과에 관해 논의하는데 조심스러울 필요가 있다. 이 연구는 휴대전화의 풀 브라우징 휴대전화 인터넷의 초기 이용자들의 경험을 살펴보면서 컨버전스 미디어로서의 휴대전화의 새로운 기술적 가능성들이 어떻게 일상적으로 구현되고 공간 인식에 영향을 미치는 지에 관한 미시적 변화들을 포착해보고자 한다. 포커스 그룹 인터뷰를 통해 휴대전화 인터넷 이용에 따른 공간 인식의 변화 과정을 구체적으로 살펴보면서, 디지털 공간에의 접근을 '언제나' 허용하는 이동 미디어가 어떻게 공간 경험의 변화에 영향을 미치는지를 논의하기 위한 경험적 근거들을 찾아보고자 한다. 이를 위해 본 포커스 그룹 조사는 다음과 같은 세 가지 지점을 주목해보고자 한다.

첫째, 이용자들이 휴대전화 인터넷을 채택하는 과정을 살펴본다. 1990년대 말 이후 국내에서 광범위하게 상용화된 유선 인터넷과 휴대전화에 익숙한 이용자들이 어떤 필요에 의해 휴대전화 풀 브라우징 휴대전화 인터넷 서비스를 채택하였고, 실제

이용을 통해 휴대전화 인터넷을 어떻게 인식하게 되는지를 알아보고자 한다. 다시 말해 유선 인터넷과 휴대전화와 같은 기존 미디어의 사용 맥락 속에서 새로운 미디어 기능이 어떻게 수용되고 인식되는지를 관찰해보고자 한다. 이러한 과정을 살펴봄으로써, 휴대전화 인터넷이 이용자의 일상적 삶에 어떻게 받아들여지고 개인 미디어로서 어떤 의미를 획득해 가는지를 가늠해볼 수 있다.

둘째, 실제 일상생활 속에서 휴대전화 인터넷이 사용된 사례를 살펴보면서, 이러한 이용이 일상적 시공간 경험에 영향을 미치는 방식에 주목해보고자 한다. 휴대전화 인터넷을 통해 이용자들은 인터넷의 데이터 공간과 사회적 공간에 언제 어디서나 접근할 수 있다. 본 조사는 실제 이용에 있어 이러한 휴대전화 인터넷을 통한 디지털 가상공간에의 접근이 일상적 삶 속의 어떠한 상황에서 그리고 어떠한 방식으로 이루어지는지를 관찰해보고자 한다. 이러한 관찰을 통해 휴대전화 인터넷의 이용이 현실의 일상적 시공간 경험을 구성 혹은 재구성하는 과정에 관한 구체적인 이해를 시도해 보고자 한다.

셋째, 휴대전화 인터넷의 일상적 이용으로 어떠한 장소 감각(a sense of place)이 만들어지고 있는지를 살펴보고자 한다. 특히 이동성을 갖춘 휴대전화를 통해 주변의 장소 정보를 손쉽게 얻을 수 있는 기술적 가능성이 실제로 어떻게 경험되고 있는지, 그리고 공적 장소에서의 휴대전화 인터넷 이용이 장소의 경험에 어떠한 영향을 미치는 지를 주목해보고자 한다. 이용자들이 개인의 현재 위치에서 장소 정보를 손쉽게 접할 수 있게 되고 자신의 시공간 경험을 제어하는 사적 도구를 갖게 됨으로써 어떠한 장소 경험을 하게 되는지를 고찰해보고, 이를 통해 휴대전화의 사회적 효과를 논의했던 '시간화된 공간', '공적 공간의 사사화' 등의 기존 이론적 개념들을 재고해보고자 한다.

포커스 그룹에 대한 심층 인터뷰는 2009년 8월 수도권에 사는 10대에서 30대 연령의 휴대전화 인터넷 이용자 33명을 대상으로 이루어졌다. 인터뷰 참여자들에 대한 섭외는 국내 휴대전화 인터넷이 주로 10대～30대 연령층을 중심으로 수용되고 있다는 점과 휴대전화 인터넷 정액제 서비스에 가입할 경우 휴대전화 인터넷 서비

스에 보다 노출될 가능성이 높다는 점을 고려하여, 휴대전화 인터넷 정액제 서비스에 가입한 20대와 30대 이용자를 대상으로, 특히 매일 1회 이상의 적극적인 이용자를 중심으로 섭외가 이루어졌다. 심층 인터뷰에는 10대 2명, 20대 17명, 30대 14명(여성 17명, 남성 16명)이 참여하였고, 이들은 학생, 회사원, 가정주부, 엔지니어 등 다양한 직업군에 속해 있다.

인터뷰는 2인에서 4인 규모의 집담회 형태로 2시간 정도 진행되었다. 인터뷰에 앞서 인터넷, 휴대전화, 및 휴대전화 인터넷의 주요 활용 방식을 물어보는 기초 설문조사를 실시하였는데, 이러한 설문조사는 정량분석을 위한 목적이 아니라 이들의 일상적인 미디어 활용 방식에 대한 기본적인 정보를 얻고 인터뷰를 진행하기위한 첫 질문, 또는 대화의 실마리를 얻기 위해 이루어졌다. 인터뷰의 진행은 연구자가 연구 목적을 설명하지만 최소한 개입하며 참여자가 편하게 이야기할 수 있도록 최대한 배려하는 반구조화된 질문방식으로 전개되었다.

인터뷰는 과거부터 현재까지 유선 인터넷을 어떻게 이용해왔는지를 인터뷰 참여자 스스로 이야기해보는 데에서 시작하여, 휴대전화의 개인적 활용의 역사, 휴대전화 인터넷의 수용 및 이용 방식, 휴대전화 인터넷을 통한 장소 정보의 활용 등을 이야기하는 방식으로 진행되었다. 연구자는 휴대전화 인터넷 이용 자체만을 인터뷰하기보다는, 이들이 기존의 인터넷 및 휴대전화 이용이나 일상적 미디어 이용의 맥락 안에서 휴대전화 인터넷을 어떻게 경험하고 있는지를 이해해보고자 하였다. 이들과의 인터뷰는 사전의 양해를 구해 전부 녹음되었고 문서로 기록되었다. 연구자는 이러한 기록을 반복해서 읽으면서, 인터뷰 내용을 휴대전화 인터넷의 수용 과정, 일상생활에서의 이용 맥락 및 시공간 경험과의 관계, 공적 장소에서의 휴대전화 인터넷 이용 및 장소 정보의 활용 등으로 정리해보았다. 인터뷰 참여자는 〈표 4－1〉과 같다.

〈표 4－1〉 인터뷰 참여자

구분	나이	성별	직업	유선 인터넷				휴대전화			휴대전화 인터넷							
				하루평균	주요용도			주요 용도			평균 이용	1회평균접	주이용 콘텐츠			주이용 장소		
				이용시간	1순위	2순위	3순위	1순위	2순위	3순위	빈도수	속시간	1순위	2순위	3순위	1순위	2순위	3순위
P1	15	여	중학생	2시간	동호회	미니홈피	이메일	통화	문자	인터넷	하루3회	30분	동호회/미니홈피	이메일	생활정보	집	학교/학원	이동중
P2	16	여	고등학생	2~3시간	여가용정보검색	메신저	동영상/음악	문자	통화	카메라	주1회	20분	관심정보	음악	게임	대기장소	이동중	집
P3	20	여	대학생	3시간	미니홈피	메신저	쇼핑	문자	카메라	통화	하루2~3회	5~10분	동호회/미니홈피	이메일	생활정보	이동중	상업시설	학교
P4	22	여	대학생	3시간	학습정보검색	여가용정보	이메일	문자	통화	카메라	하루5~10회	10분	뉴스	생활정보	관심정보	이동중	학교	집
P5	22	여	대학생	2시간	여가용정보검색	학습정보	메신저	통화	문자	인터넷	하루3회	5분	교통정보	관심정보	생활정보	대기장소	이동중	학교
P6	22	여	대학생	2~3시간	미니홈피/블로그	메신저	여가용정보	문자	통화	인터넷	하루1회이상	5분	뉴스	관심정보	생활정보	이동중	대기장소	레저시설
P7	22	여	대학생	2시간	여가용정보검색	동영상/음악	쇼핑	문자	통화	카메라	주3회	5분	주변장소정보	생활정보	관심정보	이동중	상업시설	학교
P8	23	여	회사원	10시간	동호회	메신저	이메일	통화	인터넷	문자	하루20회	20분	동호회	메신저	이메일	이동중	대기장소	상업시설
P9	25	여	대학원생	5~6시간	학습정보검색	여가용정보	메신저	문자	통화	카메라	하루2회	3분	생활정보	교통정보	주변정보	이동중	대기장소	학교
P10	26	여	회사원	10시간	업무관련정보	여가용정보	메신저	통화	문자	인터넷	하루10회	5분	교통정보	생활정보	관심정보	이동중	대기장소	상업시설
P11	28	여	연구원	1시간	이메일	여가용	업무용정보	문자	통화	인터넷	하루2회	20분	이메일	관심정보	생활정보	이동중	집	대기장소
P12	29	여	회사원	5시간	업무관련정보	이메일	동영상/음악	문자	통화	음악	하루2~3회	1분	교통정보	동호회/미니홈피	음악	대기장소	이동중	－
P13	30	여	교사	2시간	미니홈피/블로그	메신저	여가용정보	문자	통화	카메라	주2~3회	3~5분	동호회/미니홈피	관심정보	이메일	이동중	상업시설	대기장소
P14	30	여	교사	5시간	여가용정보검색	쇼핑	메신저	통화	문자	카메라	하루2~3회	20분	주변정보	뉴스	교통정보	이동중	대기장소	레저시설
P15	32	여	가정주부	2~3시간	게임	미니홈피	동호회	통화	카메라	－	주2회	20분	미니홈피	주변정보	쇼핑정보	이동중	집	대기장소
P16	34	여	작가	하루종일	업무관련정보	이메일	여가용정보	통화	문자	DMB	하루1회	1분	관심정보	이메일	주변정보	이동중	대기장소	상업시설
P17	38	여	회사원	8시간	업무관련정보	이메일	미니홈피/블로그	통화	문자	인터넷	하루2회이상	30분	동호회/블로그	이메일	주변정보	이동중	상업시설	대기장소
P18	22	남	대학생	4~5시간	여가용정보	동영상/음악	게임	통화	문자	카메라	주2~3회	10분	주변정보	교통정보	관심정보	이동중	대기장소	학교
P19	24	남	대학생	3~4시간	여가용정보	이메일	학습관련정보	통화	문자	인터넷	하루3회	5분	뉴스	교통정보	이메일	이동중	대기장소	레저시설
P20	25	남	대학생	12시간	동호회	동영상/음악	여가용정보	통화	문자	인터넷	하루3회	20분	동호회/블로그	주변정보	동영상	이동중	대기장소	상업시설
P21	25	남	회사원	1시간	여가용정보	메신저	이메일	통화	문자	인터넷	하루6회	10분	뉴스	관심정보	생활정보	직장	대기장소	집
P22	28	남	회사원	9시간	여가용정보	업무용정보	동영상/음악	통화	문자	인터넷	하루10회	2~3분	뉴스	관심정보	생활정보	이동중	대기장소	직장
P23	28	남	회사원	4시간	업무용정보	메신저	이메일	통화	문자	게임	하루3회	30분	뉴스	관심정보	생활정보	이동중	상업시설	대기장소
P24	28	남	대학생	4시간	학습관련정보	미니홈피/블로그	이메일	통화	문자	인터넷	하루4회	10분	뉴스	관심정보	이메일	이동중	대기장소	학교
P25	31	남	엔지니어	13시간	동호회	이메일	메신저	통화	문자	음악	하루1회	10분	동호회/블로그	이메일	주변정보	이동중	상업시설	대기장소
P26	32	남	회사원	1시간	업무용정보	여가용정보	게임	통화	카메라	인터넷	주2~3회	10분	뉴스	교통정보	관심정보	이동중	대기장소	집
P27	32	남	회사원	6시간	업무용정보	이메일	쇼핑	통화	문자	인터넷	하루5회	5분	뉴스	동호회/블로그	동영상	이동중	상업시설	집
P28	32	남	회사원	9시간	업무용정보	여가용정보	이메일	통화	DMB	문자	하루8회	30분	이메일	뉴스	e-뱅킹	직장	집	이동중
P29	33	남	엔지니어	7시간	이메일	업무용정보	동호회	문자	통화	인터넷	하루8회	5분	동호회/블로그	교통정보	뉴스	이동중	대기장소	상업시설
P30	34	남	엔지니어	2시간	이메일	업무용정보	여가용정보	통화	문자	인터넷	하루2회	10분	주변정보	뉴스	교통정보	이동중	대기장소	집
P31	34	남	회사원	8시간	업무용정보	이메일	동영상	통화	문자	인터넷	하루10회	10분	동호회/블로그	뉴스	생활정보	이동중	직장	대기장소
P32	36	남	엔지니어	7시간	업무용정보	여가용정보	이메일	통화	음악	DMB	하루3회	10분	생활정보	관심정보	이메일	대기장소	이동중	직장
P33	36	남	회사원	8시간	동호회	업무용정보	여가용정보	인터넷	문자	통화	하루4회	10분	동호회/블로그	교통정보	주변정보	이동중	집	레저시설

제 2 절 휴대전화 인터넷의 수용

1. 풀 브라우징 휴대전화 인터넷의 채택

인터뷰 참여자들의 풀 브라우징 휴대전화 인터넷 이용은 풀 브라우징 휴대전화 인터넷을 할 수 있는 스마트폰 기기가 국내에 상용화되고 관련 서비스들이 개발되기 시작한 2008년 이후에 이루어졌다. 90년대부터 보편화되기 시작한 초고속 유선 인터넷과 휴대전화를 일상적으로 익숙하게 이용하던 사람들에게 풀 브라우징 휴대전화 인터넷은 고정된 유선에서 벗어나 이동 중에도 인터넷을 사용하고 싶어하는 요구에 응답하는 기술일 수 있으나, 유선망을 통해 인터넷이 충분히 활용하고 있는 가운데 과잉적으로 부가된 별다른 필요성을 못 느끼는 기술일 수도 있다. 인터넷 참여자들은 모두 휴대전화 기기를 바꾸거나 새롭게 구입하면서 풀 브라우징 휴대전화 인터넷을 접하게 되는데, 휴대전화 인터넷은 기기의 신기성을 경험하는 주요 기능이었다. 물론 휴대전화 인터넷을 사용하게 된 계기가 휴대전화 기기 구입 시의 약정 조건, 혹은 휴대전화 인터넷을 양껏 이용할 수 있는 정액제 서비스 실시와 같은 경제적인 요인에 직접적인 영향을 받기도 하지만, 휴대전화를 통해 통신 사업자가 제공하는 제한적인 인터넷 서비스가 아닌 일반 인터넷을 사용할 수 있다는 기대감이 무엇보다 중요한 이용 동기가 되고 있다.

> 저는 최신 폰 위주로 사는데 이거는(작년) 9월에 바꾼 거예요.... 매장에서 OZ도 나온다고, 그래서 마음에 안 들면 해지하지 하는 생각으로 썼는데 사용해보니까 마음에 들고 유용한 게 많고 해서 해지 안 하고 이용해서 거의 1년을 이용하고 있어요.... 그 때 당시에는 인터넷을 사용하는 폰을 가지고 있는 친구가 없었거든요. 제가 처음에 쓰면서 주변에서 애들이 신기하다고 그러면서 괜히 궁금한 거 알아볼 게 있으면 내가 할게 해서 네이버로 바로 검색해서 알려주고.. (그 이전에는) 벨소리나 이런 거 받기 위해서 네이트를 사용했는데, 접속하는 시간에도 돈이 나가잖아요. 그래서 인터넷에서 다운 받으려면 어떻게 해야 되나 아니면 최대한 고를 것만 골라가지고 최대한 접속 시간을 줄여가지고 사용을 했었어요. 그 때는 정액이 없었으니까. 그러다가 핸드폰

한 번 바꿨을 때 준이 처음 나왔을 때였거든요. 그래서 준을 이용해봤는데 그 때 당시에 무제한 식의 요금제 있어서 가입을 했는데 그게 알고 보니까 무슨 이용 요금은 따로 나가고 그래가지고 학생인데 한 거의 십만 원 정도면 많이 나온 거잖아요. 그래서 그 때 바로 해지를 해 버렸어요. 그 때부터는 인터넷 하면 약간 거부감부터 들었어요. ... 안 하다가 최근에 OZ 가입하면서 사용을 했는데 그냥 풀 브라우징이 PC버전이 편해가지고. (P5)

실은 약정 때문에 쓴 거고요, 그런데 휴대폰을 좀 좋은 거를 사려고 하다보니까 이게 그게 걸려 있더라고요. 그래서 작년 8월 달부터 썼으니까... 이제 1년 정도 그 통신사에서, 저는 지원이 다 된다고 생각이 되거든요. 써보고 나니까 편한데 굳이 뺄 생각은 없어요. 빼면 좀 불편해질 거 같아요. 평소 계속 해 오던, 심심할 때 읽을 것도 없고 그럴 때 예를 들어서 그냥 네이버 들어가서 기사도 보고 사람들하고 얘기하다가, 궁금하다고 그러면 제가 찾아보고. 그런 것들도 있고... 그리고 저는 또 다른 사람들이 궁금해 하는 거를 알려주고 그런 거를 좋아해서... (P30)

그동안 개인 미디어로서의 휴대전화는 통화와 문자 기능 이외에 MP3나 WAP방식의 인터넷, 카메라, 휴대전화 뱅킹, DMB 등 다양한 멀티미디어 기능을 선보여 왔고, 이용자들을 가장 친숙한 개인 미디어를 통해 다양한 멀티미디어 경험을 할 수 있게 된다. 풀 브라우징 멀티미디어 기능에 대한 기대감은 생활 속에 깊이 침투해있는 유선 인터넷의 활용을 확장시켜보고 싶다는 욕구와 맞닿아 있다. 이용자들은 휴대전화 인터넷을 통해 유선 인터넷이 연결되지 않은 곳에서도 인터넷을 사용할 수 있는 점이 무엇보다 큰 매력이었다.

직장생활하면서는 이메일이 굉장히 중요했어요. 노트북을 가지고 다녀도 인터넷이 직접 연결이 되지는 않았었거든요. 그런 불편함 때문에(노트북은). 무게도 크고 그렇게 해서 휴대하고 다니기 힘들다가 휴대폰으로 이메일 검색이라든가 또 오즈 통해서 정보 검색도 할 수 있다고 해서, 그런 게 계기가 됐어요. 휴대폰을 바꾼 후로는 인터넷이 가능한 휴대폰을 사게 되고 그 후에도 계속 사용하고 있어요. (P11)

저 같은 경우 터치폰이 나오고, '인터넷 된다'라는 말이 솔깃했죠. 일을 하다보면 현장직이다 보니까 현장에 인터넷이 없어요. 인터넷을 끌어 오려면 한전에 전화해가지고 '전주가 있느니 없느니'부터해서 그러다보면, '전화가 터지는데서 인터넷만 되면

얼마나 좋을까,' 현실적으로 업무상 그런 부분이 있다 보니까 갈망했었거든요. 그러던 차에 나왔다고 해서, 그렇게 해서 구입하게 되었고. 그렇게 해서 실질적으로 우리 같은 경우 간혹 정전이 일어나고 그러면 대책이 없거든요. 그럴 적에 요긴하게 써먹고 실시간으로 날씨 체크하고 그럴 때 우리는, 또 건설 쪽은 날씨하고 굉장히 밀접하기 때문에 날씨 정보 확인할 적에 굉장히 유용하게 써먹고요. (P26)

휴대전화 인터넷에 대한 초기 기대감은 개인에 따라 차이를 보인다. 휴대전화 기기의 약정 조건 때문에 의도하지 않게 접하기도 하고 새로운 기기를 구입하면서 얼떨결에 접하게 된 이들이 있는 반면, 휴대전화 인터넷 기능에 대한 필요성을 느껴 적극적으로 받아들인 이들도 있다. 개인별 기대감의 차이에도 불구하고, 인터뷰참여자들은 휴대전화 인터넷을 일상생활 속에 이용하면서 이를 휴대전화의 주요 기능 중의 하나로 받아들이기 시작했다. 휴대전화 인터넷은 기존의 유선 인터넷의 연장선상에 있으면서 차이가 있는 미디어로 인식되어갔고, 휴대전화에 대한 인식에도 변화가 생겨난다.

2. 휴대전화 인터넷에 대한 인식

풀 브라우징 휴대전화 인터넷 이전에는 이동통신사가 제공하는 WAP 방식의 제한적 인터넷(예를 들어, 네이트, 준, 매직앤, 핌, 이지아이 등)이 있었다. 인터뷰참여자들은 이러한 WAP 방식 인터넷을 경험한 바 있지만 내용이 제한적이고 무엇보다 사용 요금이 너무 비쌌기 때문에 사용을 거의 못했다고 말한다. 이들은 인터넷 공간에 대한 보다 자유로운 접근이나 이를 뒷받침해주는 정액제라는 요금 체계로 인해 상대적으로 덜 부담을 느끼면서 휴대전화 인터넷을 접할 수 있게 되었다. 인터뷰 참여자들은 현재의 휴대전화 인터넷이 기존의 WAP 방식의 휴대전화 인터넷의 한계를 벗어나고 있다는 데 공감하면서도, 기존 유선 인터넷에 비해 이용에 한계가 있다고 본다.

(풀브라우징 휴대전화 인터넷은) 처음에 제가 원해서 했다기보다는 아까도 말씀드렸다시피 기능이 있기에 한 번 써보자, 이 핸드폰으로 기종을 바꾸면서요. ... 무선 인

터넷 무한으로 쓰고 정액으로 해서, 제가 가지고 있던 불안함을 해소를 해준 거죠. 무조건 많이 써라 그러는데 그래서 써봤어요. 이것저것 검색도 해보고 자료도 보게 되고 가장 좋은 거는 제가 길을 잘 못 찾는데 길 찾기도 해주고 그러니까 이거 참 좋은 기술이구나 하면서, ... 휴대하면서 인터넷을 할 수 있다는 게 편하다고 느끼면서 욕심이 생겼죠. 그래서 제가 PDA 폰으로 살짝 갈아탔었어요. ... 제가 자료를 직업상 엑셀 파일 같은 거 받아서 확인하고 피드백하고 그런 게 많아요. 그거를 하려고 했는데 그게 컴퓨터 화면으로 보는 것처럼 보는 게 아니라 너무 힘든 거예요. ... 그래서 다시 이 핸드폰을 쓰게 되었고 예전과 동일하게 기본으로 제공되는 뉴스나 검색이나 길 찾기, 날씨 정보, 그런 거 위주로 보고 나머지는 컴퓨터로 봐요. (P14)

이거(휴대전화 인터넷)를 쓸 때는 컴퓨터로 인터넷 사용하는 거 같지는 않아요. 왜냐하면 너무 제약이 많으니까. 공인인증서도 있어야 되고 액티브 엑스도 깔아야 되는데 이게 안 되니까. 그래서 같은 느낌은 사실 아니에요. 그런데 요즘에는 휴대전화용(화면)을 따로 만들더라고요. 그런데 이거는 그런 느낌은 아니에요. 상당히 제약되어 있고, 내가 필요한 것만 찾아서 하고, 플래시 재생하는데도 문제가 있고, 웹상에 동영상도 재생이 안 되고 하니까 그런 거 볼 때 답답하고, 게시물 같은 거 확인을 할 때 동영상이나 같은 그런 게 링크되어 있는 거를 얘가 열지 못하니까 글만 읽고 그게 답답해요. 그러니까 그런 것에 있어서 진짜 제가 다 포기하고 진짜 알고 싶은 정보만 확인할 때만 쓰는 편인데요. 정말 답답할 때 지금 당장 확인할 때 그럴 때만 쓰는 편이고, ...할 일 없을 때 지하철이나 버스 탈 때 가끔 잠 안 올 때가 있잖아요. 할일 없을 때는 가끔 보기도 해요. (P24)

휴대전화 인터넷이 장소에 상관없이 틈날 때마다 인터넷에 접속할 수 있게 해주지만, 유선 인터넷의 기능을 모두 갖추지는 못한, 다시 말해 유선 인터넷에 비해 많은 한계를 가진 것으로 경험되고 있다. 이러한 한계로 휴대전화의 작은 화면 사이즈, 제한적 정보 구현 방식(예를 들어, 여러 개의 창의 띄울 수 없음), 느린 속도, 처리 능력(예를 들어, 액티브엑스나 동영상을 구현하지 못함), 배터리 용량 등이 지적되었다. 그럼에도 불구하고, 기존 WAP 방식의 휴대전화 인터넷이 휴대전화의 부가 정보서비스 정도로만 인식된데 반해, 풀 브라우징 휴대전화 인터넷은 인터넷에 보다 가까워진 미디어, 혹은 인터넷 이용을 보완하거나 확장하는 미디어, 더 나아가 유선 인터넷과는 좀 차이가 나는 미디어로 인식된다.

저는 (휴대전화 인터넷이) PC의 대체용인 거 같아요. 말 그대로... 편한 거는 데스크톱이나 집에서 사용하는 거는 PC고요. (휴대전화 인터넷은) PC를 사용할 수 없을 때 간단하게 검색하거나 그런 거를 위주로 하기 때문에. (P15)

제가 생각하기는 (휴대전화 인터넷은) 보조수단이 맞는 거 같아요. 확실히 인터넷의 기능보다는 인터넷의 중요 기능을 몇 가지를 뽑아다가 놓은 거잖아요. 그러니까 인터넷을 다 할 수는 없고 인터넷의 특정기능들을 밖에서 쓸 수 있다는 장점? 그게 주인 거 같아요. (P18)

(WAP방식에 비해) 이게(풀브라우징 휴대전화 인터넷은) 더 친근한 거 같아요. 컴퓨터로 보이는 화면이 그대로 보이는 거잖아요. 그러니까 훨씬 친근하고 편리하고 그냥 컴퓨터로 인터넷 했으면 어디에 어떤 정보가 있는지 알잖아요. 그래서 무선 인터넷을 훨씬 더 편리하고 친근하게 쓸 수 있는 거 같아요. 저는 전에는 핸드폰으로 문자나 통화 그런 것만 하다가 새로 인터넷하면서 즐거워진 것 같아요. 핸드폰이라는 게 '즐기는 수단이 될 수도 있구나', '토막시간을 활용하는 도구도 되는구나'를 느꼈어요. 저는 유선 무선 인터넷이 쓰임세가 아예 다른 거 같아요. 예를 들어 DSLR이 있지만 폰카도 있거든요. 쓰임이라는 게 아예 다르거든요. ... 무선인터넷도 유선인터넷을 따라 잡을 수는 없을 거라고 생각을 해요. 크기라는 한계 때문에 가독성이 앞으로도 영원히 떨어질 수밖에 없을 테고 그러니까 무선 인터넷이 유선인터넷을 따라가는 것이 아니라 독자적 영역을 개척해 나가야 된다고 생각을 해요. (P22)

특히 언제든지 휴대 가능한 휴대전화의 경량성과 이동성은 독자적인 의미를 갖는 미디어로 자리매김하는데 중요한 요인이 되고 있다. 이러한 휴대가능성과 이동성으로 인해 휴대전화 인터넷은 새로운 미디어 경험을 만들어내고 있고, 더불어 휴대전화를 통화 수단 이상의 의미를 갖는 융합 미디어로 인식하는데 기여한다. 이전에도 휴대전화에 카메라, MP3, DMB 등의 미디어 기능이 들어오면서 휴대전화의 부가 기능을 확장시켜왔는데, 휴대전화 인터넷은 우리가 일상적으로 이용해온 인터넷 공간과의 접속을 허용함으로써 휴대전화를 통화와 문자 중심의 단말기를 넘어 멀티미디어 기능을 가진 '작은 컴퓨터'로 경험하게 해줄 수 있게 해주었다. 또한 휴대전화는 이동 중 여타의 다른 미디어 기기들 (카메라, MP3, 라디오와 TV, 컴퓨터, 책 등)을 들고 다니는 부담을 줄여주며 이들을 대신해주는 기동력 있는 복합 미디어로 인식된다.

예전에는 휴대폰이 제가 누구한테 전화하기 위해 문자하기 위해 또는 연락 받기 위해 있던 수준이었는데 저는 그냥 이게 인터넷이 생기면서 저한테는 컴퓨터가 되어버린 거 같아요. 통신수단이 아니라 작은 컴퓨터 같은 거.(P10)

통화를 주로 문자로 많이 했거든요. 문자로 하다가 올해 들어서 핸드폰을 바꿨는데 바꾼 이유가 뭐냐면 기능이 뭐가 많잖아요. 그래서 많이 쓸 수 있겠다 해서 바꾼 건데 실제 가장 많이 쓰는 거는 웹브라우징이예요. 핸드폰이 아니라 웹브라우징이예요. 사실 블로그 하시는 분들은 아는데 블로그 하시는 분들의 기본 가방이 있어요. 가방을 열면 다 똑같아요. DSLR 카메라 하나, 책 한권, 노트북, 핸드폰 하나 배터리 두 개, 왜냐면 배터리 다 쓰게 되니까. 그리고 또 어떤 분은 스마트 폰, 그리고 에그(휴대용 무선 공유기) 하나. 그래가지고 가방을 들면 그것만 3kg예요. 언제나 뭔가 작업을 해야 되고 언제나 일을 해야 되요. 그 가방이 풀셋이예요. 그럼 점점 무게를 줄여야 할 텐데 뭐가 가장 마지막에 남을 거 같아요? 핸드폰이죠. 왜냐하면 그 무거운 DSLR 카메라가 1kg가 넘거든요. 보통 2K가 되요. 걔는 이제 기술이 발달을 하다보니까 핸드폰이 되요. 그리고 웹상에 올리는 거잖아요. 그러니까 고급사진이 아니어도 되요. 그러니까 핸드폰으로 어느 정도 찍고 노력하면 되요. 요즘엔 다 되요. 그러니까 무거운 애가 빠져요. 그 다음이 노트북 이예요. 노트북의 가장 큰 단점이 인터넷이 언제나 되진 않는다는 거예요. 뭔가 되는 장소에를 가거나 추가 장비를 가지고 다녀야 되는데 그 장비를 가지고 있으면 문제점이 뭐냐면 배터리가 빨리 달아요. 실제로 두 시간 세 시간 하면은 배터리가 없어가지고 꺼져요. 그러면 결국에 집에 가서 다시 충전하고 또 이거 인터넷 활성화 시키고 다시 세팅을 해야 되거든요. 그게 귀찮은 거예요. 그러니까 얘도 빠져요. 그러면 핸드폰에 웹 브라우저 있죠. (P25)

제 3 절 일상생활과 휴대전화 인터넷: 디지털 공간에의 접근 양식

1. 일상생활과 디지털 공간

휴대전화의 이동성을 기반으로 인터넷을 언제 어디서나 이용할 수 있게 해준 휴대전화 인터넷은 유선 인터넷과는 다른 형태로 일상생활에서 이용된다. 휴대전화 인터넷과 유선 인터넷 모두 네트워크를 통해 인터넷의 데이터 공간과 사회적 공간

에 접속할 수 있게 해주지만, 휴대전화 인터넷의 경우 무선으로 이동 중에 연결된다는 점, 그리고 아직은 유선 인터넷에 비해 디지털 공간에의 접속 속도와 활용이 기술면에 있어 상대적으로 제한적이라는 점에서 이용 내용과 형태면에서 차이를 갖게 된다. 우선 일상생활의 하루 일과 중 휴대전화 인터넷이 이용되는 패턴을 보면, 휴대전화 인터넷은 주요 일과가 진행되기 전후의 틈새 시간에 주로 이용되고 있음을 알 수 있다. 예를 들어, 인터뷰 참여자 S9와 S31의 사례를 보면, 통학이나 출근이 이루어지기 전이나 이루어지는 중에, 그리고 일과 중 잠깐 잠깐 짬이 있을 때 휴대전화 인터넷 사용이 이루어진다.

> 저도 핸드폰 알람으로 일어나고요. 매일은 아닌데 아침에 일어나서 휴대전화 인터넷으로 몇 개 확인을 해요. 자주 가는 커뮤니티 쪽지라든지. 확인을 하고 제가 자취를 하는데 집에 삼 일정도 있고 자취하는데 나머지는 있거든요. 그래서 집에 있을 때는 신문을 보고 아닌 날에는 그냥 학교 와서, 학교에서도 저는 컴퓨터를 계속 쓰고 있으니까 메신저 항상 켜 있고 휴대폰으로도 연락하고 그리고 커뮤니티 쪽지도 많이 사용하고요, 중간 중간 휴대전화 인터넷은 틈틈이 많이 사용하는 거 같아요. 그리고 집에 돌아와서도 TV는 없으니까 TV는 다운 받아서 몇 개만 보고 그리고 집에 와서도 (유선) 인터넷 하다가 자는 거 같아요. 거의 컴퓨터로 하는 일들이 많으니까. (S9)

> 저 같은 경우는 업무 상 아침에 일어나면 휴대전화를 제일 먼저 체크를 하고요. 전화 온 거, 그리고 문자 메시지. 응급사항이나 급한 업무 사항 체크하고 노트북을 열어서 메일 체크를 하고 tv를 키고 씻고, 모든 거 종료하고 출근을 하고 과거에는 경제신문 같은 거 꼭 보았었는데 지금은 출근 시간이 짧아지니까 (휴대전화) 인터넷으로 기사를 그 날 타이틀 식으로 보는 편이예요. 필요한 것만 경제나 사회나 보고, 출근해서 (유선) 인터넷에 있는 아울렛 쪽 메일 체크하고요. 그 다음에 업무 관련해서 인터넷을 키고요. 메신저도 키고요. 일을 쭉 하죠. (유선 인터넷 사용이) 회사에서는 대부분 업무고요. (휴대전화 인터넷 이용은) 퇴근하게 되면 이동시간에, 그리고 근무 시간 내내 블로그나 미니홈피나 카페 업데이트 확인 좀 하고, 그건 일종의 업무외 용이죠, 그리고 퇴근해서는 똑같이 계속해서 오즈 서비스로 블로그를 본다든지 뉴스를 검색한다든지 그때그때 필요한 때 쓰고요. 그렇게 개인적인 약속이나 업무로 쓰고요. 집에 와서는 TV는 주로 그냥 재미 위주로 켜놓는다고 봐야 하고요. 대부분은 (유선) 인터넷을 이용하는 거 같아요. (TV와 인터넷을) 동시에. 왜냐면 필요한, 마음에 드는 음악을 옮긴다든지 동영상을 옮긴다

든지 그런 서비스를 위해서라도. 제 패턴은 그런 거 같아요. (S31)

휴대전화 인터넷은 주로 버스나 지하철 등 교통수단이나 이러한 교통수단을 기다리는 대기 장소에 이용되었고, 직장이나 집에서도 틈틈이 이용되고 있다. 이동 중 혹은 대기 중에 사용하는 경우, 휴대전화 인터넷은 유선 인터넷을 대체하여 디지털 공간에의 접속을 자유롭게 할 수 있도록 해준다. 이와 같은 경우, 휴대전화 인터넷이 유선 인터넷을 대신하여 인터넷 접근의 욕구를 해결해준다고 볼 수 있다. 또한 유선 인터넷이 있는 집이나 직장/학교에서도 이용되고 있는데, 이럴 경우에는 유선 인터넷을 켜기가 부담스럽거나 귀찮아서, 혹은 공적인 직장에선 업무용 유선 인터넷에서 하기 어려운 사적 용도의 인터넷 사용을 위해 휴대전화 인터넷이 이용되고 있다. 휴대전화 인터넷이 유선 인터넷의 '대용' 역할을 하고 있다고 볼 수 있는데, 휴대전화 인터넷은 유선 인터넷이 미치지 못하는 곳이나 사용하기 어려운 곳에 인터넷의 경험을 확장시키며 인터뷰 참여자들의 일상생활 속에 자리 잡는다. 휴대전화 인터넷이 이용되는 상황을 살펴보면, 이동하는 중 심심할 때, 잠자기 전이나 인터넷을 쓸 수 없거나 사용하기 쉽지 않을 때, 여행을 갈 때, 친구들이 정보를 물어볼 때, 기다릴 때, 실시간 정보 확인이 필요할 때 등이 주로 이야기된다. 이동 중의 틈새 시간(time in-between)이나 유선 인터넷의 접근이 쉽지 않은 상황에서 크게 두 가지 용도로, 즉 심심하거나 기다리는 시간을 보내는 여가용 용도나 특정 필요에 따라 실시간으로 정보를 검색해보는 도구적 용도로 이용된다.

어디 나갈 때, 대중교통 탔을 때는 거의 다 해요. 그냥 무작정 들어가서 그냥 이것저것 시간 때우러 들어가고 그냥 검색도 하고... 검색으로 다 때우는 거 같아요. (P2)

만날 문자중계 들어가서 경기 진행보고 ... 그런 식으로 그리고 저도 호기심이 많은데 친구들이랑 서로 싸워요. 죽지 않는 해파리가 있다더라, 그런 게 어디 있냐, 그러면 (휴대전화 인터넷으로) 검색해서 내 말이 맞잖아, 그러고 그냥 이동하는 도중에 심심할 때 네이버 들어가서 신문기사 읽고 실시간 검색어 보고 어디 놀러가는 도중에 교통편이나 확인하고 ... 제 친구들도 제가 (휴대전화 인터넷) 쓰는 거 아니까 급하게 전화해서 제가 인터넷 하는 거 아니까, '야, 그거 막차 시간 좀 알아봐줘', 그러면 이거로

알아봐서 가르쳐 주고, 영화 시간표도 맨 날 물어봐요. 제가 좀 알려주는 '인터넷 전화 찬스' 그런 용도로 써요. (P6)

핸드폰 사용할 때는 바로바로 해야 될 것들을 많이 검색하는 편이거든요. 버스 같은 거 시스템이 잘 되어 있어가지고 정거장 몇 개 남았는지, 그럴 때 주로 많이 사용하고, 보통은 저용량 콘텐츠 같은 거를 많이, 예를 들면 축구경기 같은 경우에 몇 대 몇으로 이겼나, 거기까지만 보고 누가 어떻게 어떻게 골을 넣었는지는 집에서. 저 같은 경우에도 주로 남는 시간 자체가 주로 이동하는 시간, 기다리고 이동하는 시간, 그 시간에 저도 많이 사용하는 거 같고요. 그 때 찾아보면 간단한 뉴스거리라든지. 얼마 전까지는 동영상 같은 거는 KBS까지는 나오더라고요. 놓친 거 다시보고. 그런 거 버스 안에서 보고. (P19)

휴대전화 인터넷이 이동하는 중이나 "짬"나는 시간 혹은 다른 일과로 넘어가는 중간 시간에 이용되기에 이용 시간이 30분 이내의 비교적 짧은 시간 내에 이루어진다. 인터뷰 참여자들은 유선 인터넷의 경우 정보 검색을 시작했을 때의 목적과 달리 종종 여러 사이트를 넘나들며 "클릭의 늪에 빠지기" 쉽고 사용 시간과 내용을 조절하기 위해서는 상당한 절제력이 필요한 반면, 무선 인터넷은 유선 인터넷에 비해 몰입의 정도가 덜한 편이고 필요한 정보만 찾은 후 끝내거나 짧은 틈새 시간에만 사용한다고 말한다. 휴대전화 인터넷이 주로 이동 중이거나 틈새 시간에 이용되기에, 특정 정보를 추구하는 도구적 이용의 경우뿐만 아니라 여가용 이용까지도 모두 짧은 시간에 이루어지는 경향을 갖는다. 휴대전화 인터넷의 정보 처리 속도나 처리량의 한계도 이러한 짧은 이용 시간의 원인이 된다. 유선 인터넷이 빠른 정보 처리 속도, 많은 정보량과 저장량, 편리한 인터페이스로 인해 일상적 미디어 이용에 주를 이루지만, 휴대전화 인터넷은 기술적 여건 혹은 이용 상황의 여건상 짧게, 그리고 의식적 이용 목적이나 틈새 시간을 메우기 위해 이용된다.

(휴대전화 인터넷을) 자주 해요. 조금씩 자주. 그냥 그 카페에서 다 해요. 카페에서 돌아다녀요. (유선) 인터넷 하면 계속 여러 길로 빠지고 만화도 보고 하니까 할 거 없는데 시간 많이 보내고, 이거는 짬나는 시간에만 하는 거니까 많이 길게 못 해요. (P1)

저는 (직업상) 정보를 많이 찾아야 하니까. 저도 그런 경우가 있는데 처음에는 무슨 정치 관련된, 경제 보는데 나중에 소녀시대, 저희 친구들끼리는 클릭의 늪에 빠졌다고 해요. 자기 그게 필요하니까... 기사 검색 할 때 목표를 세워놓고 삼십 분 안에 찾는다. 가능하면 다른 거를 보지 않도록 사실 인터넷에는 다 되어 있으니까 그 뛰어난 기능이 악영향을 주게 되는 거 같아요. 그러니까 자꾸 가게 되니까 상당한 집중력과 절제력이 필요하죠. 하지만 무선 인터넷은 그렇게 많은 걸 검색하지는 않아요. (P16)

인터넷 휴대폰 같은 경우, 그냥 지나가다 궁금한 거 있으면, 예를 들어 지도 같은 거나 그냥 귀에 들리는 여러 가지 얘기들, '누가 죽었다더라' 그러면 그 사람에 대해서 검색을 하고, 그냥 궁금하면 자연스럽게 꺼내는 거 같아요. (P21)

집에 있는 인터넷은 할 게 없어도 하게 되잖아요. 그런데 이거는 제가 궁금하고 알고 싶은 게 있는데 그 목적이 달성되면 닫아버려요. 더 하거나 그러지는 않으니까 이용시간이 그리 길지는 않은 거 같아요. 그리고 알아낸 순간부터 꺼버리니까. (P24)

휴대전화 인터넷이 인터넷의 데이터 공간과 사회적 공간에 접근하기 위해, 즉 각종 정보 검색이나 인터넷 동호회, 미니홈피, 블로그 등의 사회적 네트워크에 연결되기 위해서 이용된다는 점에서, 유선 인터넷과 근본적으로 다르다고 볼 수 없지만, 구체적인 정보 검색의 내용이나 이용의 시공간적 맥락은 차이를 갖는다. 휴대전화 인터넷의 경우 실시간 뉴스나 주변 정보 혹은 교통 정보가 주요 정보 검색의 대상이 되고 있는데, 이는 이동 중 그리고 틈새 시간에 주로 사용된다는 점과 밀접하게 관련된다. 또한 유선 인터넷에서 자주 이용되는 동영상이나 메신저가 휴대전화 인터넷에서는 잘 이용되지 않는다는 점은 휴대전화 인터넷의 이용 상황의 성격과 관련이 있고 무엇보다 기술적인 제약 때문에 그렇다고 볼 수 있다. 휴대전화 인터넷 이용의 특성을 요약해본다면, 유선 인터넷을 사용할 수 없거나 사용하기 쉽지 않은 상황에 인터넷의 경험을 틈새 시공간으로 확장시킨다는 '대체성', 실시간 정보 이용의 필요성이나 이용 당시의 상황에 반응하는 '상황적 이용', 그리고 그러한 상황과 목적에 따라 의식적이고 잠깐 잠깐 이루어지는 '일시성' 등을 들 수 있다.

2. 시공간 경험의 변화: 항시 접속의 문화(a culture of always-being-on)

휴대전화 인터넷 이용으로 인해 몇 가지 시공간 경험의 변화가 이루어지는 것을 볼 수 있다. 우선 전통적인 시간 개념에 있어 죽은 시간인 틈새 시간이 하나의 활용 가능한 시간으로 경험되는 것이다. 인터뷰 참여자들이 많이 언급한 휴대전화 인터넷 이용 상황은 '이동 중', '기다리는 중', '자기 전', '심심할 때' 등 일과가 진행되는 사이의 막간시간이나 한 장소에서 다른 장소로 이동하는 시간이 미디어 이용 시간으로 인식되고, 더 나아가 하나의 일상적 리듬을 형성한다. 마치 과거에 집에 돌아와 텔레비전을 켜고 뉴스를 보거나 드라마를 보듯이, 이용자들은 이동 중이나 쉬는 시간, 기다리는 시간이나 잠들기 전과 같은 틈새 시간에 습관적으로 휴대전화의 휴대전화 인터넷에 접속한다.

또한 휴대전화 인터넷은 언제 어디서나, 혹은 상황에 따라 필요할 때 마다 디지털 공간에 접근하게 해주고 즉각적인 반응을 제공함으로써, 이용자의 정보 욕구에 실시간으로 답하고 일처리의 효율을 높이는 속도의 문화에 일조한다고 볼 수 있다. 휴대전화 인터넷은 유선 인터넷이 있던 곳에서만 가능했던 업무를 이동 중에까지 확장시키는가 하면, 업무 장소에서 벗어나 있어도 일처리가 가능한 '항시 접속의 상태(always-being-on)'를 만들어준다. 예를 들어, 이메일은 비동시적 커뮤니케이션 채널로서 사용자의 접속 여건에 따라 피드백이 늦어질 수 있는데, 이용자는 휴대전화 인터넷을 통해 장소와 시간에 상관없이 이메일을 확인하고 피드백을 준비할 수 있다. 물론 현재 이용되고 있는 휴대전화 인터넷의 피드백 기능이 유선 인터넷만큼 편하게 쓸 수 있는 것이 아니어서 일처리의 수행력이 떨어질 수는 있지만, 이용자는 실시간으로 일의 진행 과정을 확인하고 관련 일처리를 준비할 수 있는 능력을 가질 수 있다. 인터뷰 참여자들은 즉각적이고 빠른 반응을 할 수 있게 됨으로써 일의 처리 속도를 높이고 일에 관한 제어력을 확보할 수 있게 되었다고 말한다. 하지만 동시에 일을 빨리 처리해야한다는 강박감과 항상 접속되기에 가질 수 있는 피로감을 이야기한다. 휴대전화 인터넷의 이용은 잠자는 시간을 뺀 모든 시간을 접속 가능한 시간, 혹은 일처리가 가능한 시간으로 만드는데 일조한다. 휴대전화의 통화 및 문자

기능이 언제 어디서든지 연결 가능한 상태를 만듦으로써 속도의 문화 혹은 항시 접속의 문화를 강화해왔는데, 휴대전화 인터넷은 인터넷의 연결망에까지 항시 접속의 상태로 해주고 있어 더욱 이러한 문화를 강화시킨다고 볼 수 있다.

저는 업무 메일 아까 말씀 드렸듯이 그게 업무상으로 플러스라고 생각을 해요. 자료를 보내줬는데 읽지 않음으로 되어 있으면 그 사람도 약간 서운하고. 저희 팀 내에서는 빨리 빨리라는 규칙이 있어요. 누가 메일을 보내면 메일 보냈습니다, 문자 보내주고 확인했으면 확인했습니다, 문자를 보내줘요. 그러니까 메일만 보내놓고 기다리는 게 아니라 '확인했습니다!' 까지 됐으니까 한 바퀴가 도는 거잖아요. 그럼 내용이 다 같이 숙지가 된 거잖아요. 그러면 사실 업무가 빨리 돼요. 누가 몇 시에 메일을 보내서 뭐 했습니다, 했는데 한 네 시, 여섯 시 쯤에 확인을 하면 그 업무는 다음 날로 넘어가는 거잖아요. 보통 회사가 그러니까. 그런데 누가 메일을 빨리 확인을 하면 다 전달이 됐구나 하고 끝나요. 그러니까 그 다음날까지 업무가 안 넘어 가니까 속도도 빨라지고 하죠. ... 사실 예전보다 휴대전화가 되고 하면서 저는 업무시간이 굉장히 늘어났어요. 예전에는 집으로 연결을 하고 그러면 누구계시죠? 하고 조심스러워서 함부로 안 했는데 지금은 개인적으로 통화를 할 수가 있으니까 실시간으로 전화해서 부탁할 수도 있고 전화를 안 받으면 문자로 남겨놓을 수가 있으니까 그게 신속하게 일처리가 된다고 할 수도 있겠지만 어쩌면 스물네 시간 일을 해야 하는 것도 있어요. 그리고 예전에는 회사에 보면 내근직과 외근직, 구분이 되어서 나가있는 사람은 나가있는 일에만 전념을 하고 사무실에 있는 사람은 사무실에서 일을 했는데 이제 휴대전화가 다 되니까 나가서도 일을 하면서도 내부 일도 신경 쓰면서 일을 해야 되는 거 같아요. (P16)

저는 핸드폰 인터넷 되면서부터 대폭 시간 관리가 안 좋아졌어요. 왜냐면은 컴퓨터는 직업상 24시간 앞에 앉아 있거든요. 회사에서도 집에서도. 그러니까 문제는 이동하는 시간 이예요. 이 시간에도 인터넷을 하고 있는 거예요. 예전에는 책을 읽거나 여가를 즐겼는데 이제는 이거(휴대전화 인터넷) 때문에 빼앗긴 거예요. 업무도 중간 중간 껴요. 옛날에는 그런 얘기하잖아요. 산업화가 되서 기술력이 발전이 되면 사람들 일은 늘어나고 그 일은 24시간 따라다닌다고 제가 딱 그 모양이에요. 그러니까 편하게 있을지라도 핸드폰이 띠링 울리면 날아가요. 그러니까 몸은 여기 있어도 회사에서 어떤 문제가 있으면 자동으로 문자가 날라오거든요. 그러면 저는 이제 핸드폰 띄어가지고 회사 접속해서 어디에 문제가 있나 봐야 되요. 그러니까 오히려 안 좋아졌죠. (P33)

뿐만 아니라, 휴대전화 인터넷 이용으로 인해 시간의 보다 세분화된 활용과 미시적 조정(micro-coordination)이 이루어지게 된다(황주성 외, 2006). 필요에 따라 혹은 틈새 시간에 잠깐 잠깐 휴대전화 인터넷을 이용하면서 짧은 시간을 디지털 공간에 접근하는 시간으로 활용하고 있고, 또한 시간에 대한 보다 세밀한 계획을 할 수 있게 된다. 예를 들어, 여러 인터뷰 참여자들은 휴대전화 인터넷을 통해 얻을 수 있는 '실시간 교통 현황'이나 '버스 도착 예정 정보'가 무엇보다 유용했다고 말하는데, 이들은 이러한 정보를 기반으로 자신들의 이동 전 시간이나 이동 중 시간을 보다 계획적으로 사용하고 있다고 한다. 실시간 교통 상황에 맞추어 길이 막히지 않는 빠른 길을 선택하기도 하고, 목적지까지 가장 빠른 교통수단을 선택하는가 하면, 버스 도착 예정 시간에 맞추어 도착 시간 전까지 느긋함을 갖거나 모임 시간을 더 갖는 등 시간을 다양하게 활용하기도 한다. 실시간 정보를 기반으로 현재 활동하고 있는 시간을 보다 미시적인 단위로 조정하고 활용하게 된다.

최근에는 버스를 전철보다 많이 이용하는 편이어서 버스타고 가는 정류장 까지 가기 전에 그걸 알려주는 게 제 정거장 번호가 있잖아요. 그 번호 알려 주면은 몇 분 후에 뜨는 걸 보면서 아, 좀 빨리 가야 되겠구나, 지금은 느긋하게 가도 되겠구나, 그런 걸 알게 되니까 매번 타기 전에 검색을 하는 편이어서 오즈 눌렀을 때 처음 뜨는 페이지 즐겨찾기에 그거를 아예 넣어 놓았고요. ... 저도 그런 거 때문에 출발시간 안 늦고 딱딱 맞추게 되었어요. 지하철은 그냥 기능이 되서 아는 애들도 있는데 버스 막차는 들어가서 찾아봐야 되는 거잖아요. 그래서 막차 시간도 알고 마지막 버스가 어디 정거장에 있는지 파악되잖아요. 그래서 막차시간 근처까지 애들이랑 놀 때 '아, 이때는 나가야 돼' 하고. 그런 것 때문에 시간 활용 같은 거는 잘되는 것 같아요. (P5)

제가 버스를 많이 타는데 버스 정류장에서 몇 분 뒤에 버스가 올지 미리 볼 수 있다든가 이런 거는 정말 편리하고 사실 계속 버스 오나 안 오나 하면서 목을 빼고 기다리지 않아도 되는 그런 작은 편리함이 계속 쓰게 만드는 거 같아요. ... 아침에 버스 정류장에 가면 일단 버스가 몇 분 뒤에 오는 지를 확인해요 제가 2분이나 3분 뒤에 온다 하면 그럼 바로 끄지 않고 바로 만화를 봐요. 업데이트 된 만화를 보고 뉴스나 날씨 이런 거를 보고요. 그러고 나서는 음악을 켜서 들어요. 보통 이런 패턴이거든요. 그리고 제가 영화를 좋아하기 때문에 극장에 자주 가는 편이거든요. 이번 주 개봉영화나

이런 것들을 자주 보는 편인데 그거를 컴퓨터로 데스크 탑이나 노트북으로 안보고요, 거의 이동하면서 짬나는 시간에 보는 편이예요. (P12)

마지막으로 휴대전화 인터넷을 통해 온라인상의 사회적 공간에 접근하고 그곳에서의 상호작용 정보를 실시간 확인함으로써, 문자와 통화를 통해 항시 연결되었던 휴대전화 친구의 대상이 온라인 친구에까지 확장될 수 있게 된다. 다시 말해, 그동안 휴대전화로 공존감(co-presence)을 느꼈던 대상이 통화와 문자를 주고받는 친한 사람들이었다면, 이용자들은 휴대전화 인터넷을 통해 인터넷 공간의 사회적 상호작용에 참여할 수 있게 됨으로써 인터넷 동호회, 블로그, 미니 홈피 등의 온라인상의 지인과 항시 연결될 수 있게 된다. 온라인 공동체와 연결되어있다는 느낌을 항시적으로 가질 수 있게 됨으로써, 휴대전화를 통해 가질 수 있었던 공존감이 재구성되고 항시 연결되는 대상이 확대될 수 있게 된다. 또한 온라인상의 사회적 소통 과정에 보다 즉각적인 확인과 반응을 보일 수 있게 됨으로써, 이동 중에도 온라인상에서의 자신의 존재감을 드러낼 수 있다. 물론 현재의 휴대전화 인터넷의 글 올리기나 피드백 기능이 기술적 한계로 제한적인 형태로만 이루어지지만 (즉, 간단한 수준의 메시지나 댓글 정도만 올릴 수 있지만), 이와 같은 형태만으로도 항시적으로 연결되고 사회적 상호 작용하며 온라인에서의 자기 존재감을 지속적으로 유지시킬 수 있다.

홈페이지나 카페의 모든 일에 대해서 정보 더 빨리 습득한다는 거죠. 늦게 보거나 아니면 번개나 모임이 있다는 걸 늦게 본다거나 아니면 무슨 일이 생긴 거에 대해서 늦게 안다거나 이런 것보다 좀 더 빨리 알게 되면서 아마 그게 더 친분이 쌓이는 수단이 되는 거 같기도 하고요. 모르겠어요, 제가 강박관념이 있어서 그런지는 모르겠는데 항상 확인을 하게 되요. 인터넷이 끊기면 많이 힘들어요. 그게 인터넷이 가끔 안 될 때가 있거든요. 비가 오거나 그럼 계속 여기 들어가서 안 끄고 보고 있고. 핸드폰이 없거나 인터넷이 없으면 워낙 제가 많이 살기가 불편할 거 같아요. 인터넷이라는 게 제 생활의 일부분이기 때문에 그러니까 인터넷을 하면서 사람들 모임을 만나고 친분을 쌓고 이런 행동이 가능하게 되었는데 이게 안 된다면 휴대폰 번호 없거나 서로 연락이 없는 이상 연락이 끝날 가능성도 있잖아요. 그런 게 단절이 되는 것이기 때문에 인터넷이 없어진다면 인간관계에 문제가 생길 거 같아요. 왜냐면 부산에 있는 사람이

랑 몇 번 만나지 않았지만 인터넷으로 소통을 하고 있는 그런 커뮤니티가 있거든요. 그런 커뮤니티는 인터넷이 안 된다면 그 사람이랑 연락할 방도가 없잖아요. 그런 문제가 있는 것 같아요. 이거는 글 작성이 힘들기는 한데 글 작성이 되긴 되요. 근데 길게 쓰지 않고 단문 쓸 때 하고 댓글을 계속 사용하고요. 트위터 같은 경우 가능하고 트위터도 댓글을 지속적으로 달고. 계속 지금도 보면서 업로드하고 있어요. (P8)

핸드폰이 어떻게 보면 나랑 누군가랑 연결하는 도구의 느낌이잖아요. 전화랑 문자도 그런 느낌이 강했는데 그게 더 강해진 거 같아요. 제가 항상 가지고 다니면서, 저는 인터넷을 사람을 본다거나 얘기하는데 주로 쓰니까 문자나 전화는 어쨌든 내가 아는 특별한 사람하고만 연결하는 도구인데 이게 좀 더 다른 사람들의 생각 알 수 있다거나 그런 생각이 드니까 저는 애착이 더 강해진 거 같아요. (P9)

(휴대전화 인터넷을 하면서) 사람이 좀 한심해져 보일 때가 있어요. 카페에 하루 종일 붙어 있는 줄 알아요. 딴 거 안 하고 카페만 보고 있는 줄 알아요. 답변이 거의 실시간으로 달리니까. 나는 아닌데... 그냥 화장실 갔다가 보니까 있기에 (댓글을) 단 건데, 알고 보면. (화면에 접속) 시간이 보이잖아요. 시간이 일분차이 이분차이 그러면 내가 봐도 안 되겠다 싶어서 다음엔 (일부러) 한 시간 후에 달고 그런 적이 있어요. 내가 봐도 한심한 거 같다, 그럴 때가 있어요. 보다보면 자주 들어가서 보는데, 특히 정보 같은 거 올리면 누가 보는 지 궁금하거든요. 그래서 자주 들어가 보는데 실시간 댓글이 되는데, 일부로 참고 한 번에 몰아서 달아준다거나 해요... 접속 리스트에 있으니까 사람들은 생각하기에 들어올 때마다 '저 사람은 항상 있구나', 하지만 내가 이걸 계속 보고 있는지 다른 걸 하는지 모르잖아요. 보는 사람들은 항상 내가 일 안하고 카페를 보고 있다고 생각을 하니까, 그렇다고 껐다 다시 켰다 그러면 귀찮으니까, 그래서 내려놓고 확인하고 그런 식으로 하죠. (P29)

휴대전화 인터넷은 인터넷 동호회, 블로그나 미니 홈피 등의 지인들과의 연결성을 항시적으로 확보할 수 있게 해줌으로써, 이들과의 친밀성 혹은 유대감을 강화하고 있다. 이용자들은 항상 들고 다니는 휴대전화를 통해 데스크톱 컴퓨터를 켜지 않고도 온라인의 사회적 네트워크에 접근할 수 있으며 온라인 지인들의 동정을 실시간으로 확인하고 피드백을 줄 수 있다. 하지만 일상생활을 하면서 온라인상의 사회적 공간에 항시 연결되어 있음으로써, 현실에서의 주의(attention)가 쉽게 분산될 수 있고 온라인 상호 작용에 보다 민감해진다.

제4절 장소 경험의 재구성: 관계적 공간의 형성

1. 장소 기반 정보의 활용과 장소의 경험

휴대전화 인터넷 기능 가운데 가장 주목 받는 기능 중 하나는 현재 있는 위치에서 주변의 정보를 찾아볼 수 있는 '주변정보 검색'이다. 대부분의 인터뷰 참여자들이 '주변 정보'를 휴대전화 인터넷의 주요 콘텐츠 중의 하나로 인식하고 있고 실제로 가끔씩 이용하고 있다고 말한다. 휴대전화 인터넷을 통해 주변의 위치를 파악하는 지도를 찾아본다든지, '맛집', 극장, 은행, 기기 수리 센터 등 주변에 이용할 수 있는 각종 시설물들을 검색해보기도 한다. 인터넷 공간에 이용자들이 직접 올린 장소에 관한 정보에서부터 통신사의 '내 주위엔'과 같은 위치정보 서비스가 제공하는 정보에 이르기까지, 휴대전화 인터넷 이용자는 지금－여기의 상황에서 자신에게 필요한 장소 정보를 실시간으로 얻을 수 있다.

> 서울 같은 경우에는 지하철역이 많고 어디에 뭐가 있는지 금방 알 수가 있잖아요. 그런데 지방에 내려가서나 버스를 타거나 그러면 어디 있는지 헷갈릴 때 많거든요. 그러면 저는 습관적으로 제 위치가 어딘지 그런 거 많이 찾아보거든요. 시간이 얼마나 걸리겠다, 그런 거 많이 찾아보기 때문에 위치 정보나 첫 번째 킬 때 지도가 뜨기 때문에 그거는 오즈 키면 자주 눌러봐요. 저 같은 경우 저번 주에 친구랑 여행을 다녀왔는데 지도 많이 이용했고, 아까 말씀드렸듯이 '어디 가자!' 즉석에서 찾아 놓고, 그렇게 많이 이용을 했었어요. 제 위치가 어딘지 알 수 있고요. 보면 건물이나 이런 것도 좀 나오는 편이잖아요. 그러니까 편하게 볼 수 있어가지고 들고 다닐 수 있으니까, 저는 그런 게 익숙하거든요. 좋아해가지고 많이 이용을 했었어요. 일단 모르는 곳에서 제 위치 표시된다는 게 편하고요. ... 그냥 종이 지도 볼 때는 사람들한테 되게 많이 물어봤거든요. 그런데 (휴대전화 인터넷으로) 여기가 어디여서 확대 해보면 대충 이렇구나 하고 걸어가는 것도 있고, 주변에 사람이 없거나 의존할게 없는 경우에 많이 써요. (P9)

> 거의 대부분 위치 찾기 하는 거면 맛집을 많이 찾는 거 같아요. 내 주위에 맛집이 어디 있는지, 지금 있는데서 가까운 지하철역이 어디 있는지. 썩 훌륭하지는 않았지만 그래도 아예 없는 것 보다는 낫기 때문에. 저도 그저께 친구랑 어디 가기로 했는데 원

래 경복궁역을 갔어야 했는데 둘 다 이상하게 안국역이라고 생각을 한 거예요. 둘 다 안국역에 왔는데 봤던 역이 아닌 거예요. 저는 친구를 믿고 갔거든요. 그런데 둘 다 틀렸던 거죠. 그 상황에서 경복궁이 어디 방향인지 모르겠는 거예요. 그렇다고 서울 한복판에서 택시를 타고 가면 우리를 어리바리하게 봐서 돌아가지는 않을까 그래서 지도를 꺼내가지고 우리 위치가 어딘지 확인을 하고 점점 축소하다보니까 저쪽 방향이다 라는 걸 알게 된 거죠. 그러고 나서 택시타고 갔어요. (P10)

일단 어디를 가기로 마음먹으면 네이버 지도로 찾아요. 어디 부근에 가면 목적지가 어디 있다는 걸 알지만 그걸로 일일이 찾지 않고 그냥 러프하게 찾아가거든요. 세밀하게 찾을 때는 핸드폰으로 하고. 오늘 여기를 오는데도 저는 그냥 신촌역 삼번 출구만 기억하고 쭉 나왔어요. 그러니까 만약에 이 이름 몰랐다면 꺼내서 또 찾았겠죠. 그래서 이게 위치정보에서, 그런데서 유용하게 쓰이는 거 같아요. 항상 내가 원하는 시간에 어느 위치에 있든지 정밀하게 찾아갈 수 있다는 그런 장점이 있는 거 같아요. (P22)

이러한 주변 장소에 대한 정보는 단순한 객관적 지리 정보를 제공하기 보다는, 지금－여기의 자신을 중심으로 위치를 파악하게 해주고 주변을 볼 수 있게 하는 '개인 중심의(self-centered)' 주변 정보를 제공한다. 현재를 나를 중심으로 자신의 위치를 알거나 주변 지리를 가늠해주기 때문에, 도시 공간을 바라보거나 상호작용하는 방식에 변화를 가져올 수 있다. 네트워크 공간의 지리 및 위치 정보가 그냥 단순하게 제공되는 것이 아니라 현재의 이용자 위치를 중심으로 재편되어 제공함으로써, 이용자는 물리적 공간에 장소 관련 정보가 부가된 증강된 공간(augumented space)을 경험할 수 있게 되고, 자신의 행선지를 선택하거나 찾아가는데 도움을 얻을 수 있다. 특히 지도 서비스는 줌인과 줌아웃을 통해 자기의 직접적인 주변뿐만 아니라 보다 거시적인 공간감을 얻을 수 있음으로써, 이용자들은 물리적 공간에서 실제로 보는 것 이상의 공간을 인지할 수 있게 되고 휴대전화는 공간방향을 제시하는 일종의 개인용 '나침반' 역할을 하게 된다.

또한 휴대전화 인터넷이 현장에서 필요한 주변 정보를 즉각적으로 제공해주기 때문에, 이용자들은 특정 장소에 대한 상세한 정보를 찾아보거나 자신들의 동선을 미리 계획하지 않아도 현장에서 해결할 수 있게 된다. 잘 모르는 장소를 갈 때 미리 지

도나 주변 정보를 숙지하고 않고도 근처에 가서 상세한 위치 정보를 얻을 수 있고, 애초 방문할 계획이 없던 곳을 즉흥적으로 찾아가볼 수 있게 된다. 따라서 비계획적이고 상황적인 장소 경험이 가능하게 되고, 또한 낯선 장소가 지리 정보와 수많은 경험적 정보를 매개하는 인터넷 데이터 공간과 접합됨으로써 낯설지 않은 공간으로 탈바꿈한다.

> 저는 되게 길치라서 집에서 컴퓨터를 찾아보고 어디를 나서거든요. 근데 계획이랑 다르게 계획하지 않은 장소로 이동할 경우가 생기면 휴대폰 인터넷 이용해서 가요. ... 저도 휴대폰 인터넷 서비스를 해서 어디 간다든가 어디를 가다가 갑자기 뭐 없을까 이래서 가본 적 있어요. 지난번에 이태원 지나가게 되었는데 친구랑 지나가다가 여기 어디 홍석천이 운영하는 카페가 있다더라. 그런데 이게 없었으면 이름도 모르고 아무 정보도 없으니까 다음에 검색해서 가볼 텐데 그 때 이걸 검색해서 가봤어요. ... 그럴 때는 편리할 거 같고. 어디 좀 외지 같은데 놀러가거나 출장 같은 거 갔을 경우에 회 같은 거 먹고 싶은데 저희는 외지 사람이니까 바가지 안 씌우는 집 이런 거 검색해가지고. 그런 서비스는 사실 휴대폰 인터넷이 있으니까 가능한 거잖아요. 그래서 낯선 곳을 갔을 때 그런 경험을 해 볼 수는 있는 거 같아요. (P16)

> 처음 와본 곳인데 위치를 제가 잘 모르니까 헤맬 때 많다는 말이 예요. 근데 이게 있으면 즉석에서 바로 검색해 볼 수가 있고, 당장 컴퓨터가 없는데 근처에 노트북이라도 있는 친구가 있으면 모르겠는데 그런 것도 아무것도 없는 경우에 얘기하다가 뭐가 생각 안 나면 바로 네이버 검색해서 찾아볼 수 있고 바로 시간이나 장소에 구애 안 받고 바로 접속을 할 수 있다는 점이 장점이죠. (P20)

온라인상에 올라온 장소에 관한 이용자들의 경험적 정보나 지리적 정보는 낯선 장소라도 “헤매지 않고” 능숙하게 찾아가거나 장소의 경험을 자신의 필요에 맞게 선택할 수 있게 해준다. 여러 명의 인터뷰 참여자들이 휴대전화 인터넷 이용으로 인해 낯선 장소에 있더라도 별로 두렵지 않게 되었다고 말한다. 이때 휴대전화는 모르는 장소에 혼자 있어도 혼자 있다는 느낌을 덜 받고 낯섦의 두려움을 덜 느끼게 해주는 일종의 ‘가상 안내자(a virtual guide)’와 같은 역할을 해준다.

> 그냥 어디서 친구랑 만나는데 거기를 제가 처음가요. 그러면 낯선 장소잖아요. 한

번도 안간 데면, 그런 데면 그냥 찾고 뭔가 얘가 있어서 덜 불안하고 덜 심심한 거 같아요, 더. 혼자 있을 때도 혼자 있다는 느낌을 덜 받는다고 해야 되나.저는 낯선 장소 갔을 때, 친구가 어디서 만나자고 했는데 처음 가는 장소예요. 그러면은 여행을 갔는데 갑자기 버스 이런 데가 안 붙어 있고 안 되는 데가 있잖아요. 그러면 인터넷 검색하고 그, 여기 휴대폰에 맛집 정보 있잖아요. 친구랑 아는 데 갔어도, 어디 있지? 그런 거는 검색 같은 거 하고. .... 저도 컴퓨터로, 약간 길치여서 컴퓨터로 미리 알아보고 가는데 옛날 같았으면 내가 막 그려서 다 적어서 갔을 텐데 요즘엔 그냥 스윽 보고 얘가 있으니까 덜 불안해요. 왜냐면 얘가 화면도 작고요, 일단은 지도를 보려면 정말 넓고 길도 자세히 나오고 그래야 되는데 얘가 아직까지는 그런 거를 못 따라주는 거 같아요. 사진이 잘 안 뜨고 느리기도 진짜 느리고 또 네이버 지식 같은 거 하면 사진이 잘 안 뜨는 게 많고, 액티브 엑스가 없으니까요. 안 뜨는 게 많고 해서요, 전적으로는 아닌데 그래도 좀 덜 불안한 정도예요. (P4)

낯선데 갈 때도 두려움은 별로 없어요. 그 근처까지는 갈 수 있으니까. 근처까지 가서 정확히 위치만 알면 물어서 갈 수 있으니까. 그리고 오늘 오는데도, 지도도 보내주셨고 별로 그런 거는 없고...그런 자신감 같은 거는, 같이 주는 거 같긴 해요. (P14)

하지만 휴대전화 인터넷을 통한 주변 정보의 활용에 대한 만족도는 그리 높지 않다. 인터뷰 참여자들은 이러한 주변정보검색 기능을 이용해본 적이 있고 휴대전화 인터넷의 주요 기능이라고 말하지만, 그 이용이 기대에 미치지 못한다고 말한다. 인터뷰 참여자들은 장소에 관한 정보의 정확성이나 신뢰성에 의문을 제기한다. 휴대전화 인터넷을 통해 즉각적으로 장소 정보를 얻을 수 있지만, 그것이 그렇게 정확하거나 자신의 취향 및 기대감에 확실하게 부합되지는 않는다고 말한다. 아직은 국내에 GPS에 기반을 둔 휴대전화 위치기반서비스가 활성화되어 있지 않고, 인터넷의 지도 정보를 휴대전화 화면으로 보기가 쉽지 않는 등 기술적 편의성에 있어 한계를 갖고 있다.

국내에서 휴대전화 인터넷의 장소 정보에 기반을 둔 장소 경험의 변화는 아직은 미미하게 관찰되고 있다고 할 수 있다. 현재까지의 인터뷰 참여자들의 경험을 살펴볼 때, 휴대전화 인터넷의 장소 정보 검색을 통해 계획하지 않았거나 예상치 않았던

장소의 경험을 가질 수 있는 기회를 갖는 것으로 보인다. 그런데 이러한 정보 검색은 개인의 필요에 직접적으로 응답하는 도구적 목적의 검색으로써, 낯선 외부 세계에 대해 호기심을 갖고 알아가거나 (재)발견하는 즐거움을 갖는 탐구적 검색은 아니라고 볼 수 있다. 또한 이용자들은 아직 주어진 정보를 소비하는데 머물며, 휴대전화 인터넷을 도시 공간에 대한 새로운 정보를 생성하는 미디어로 활용하고 있지는 못하다.

2. 다중적 공간의 공존: 관계적 장소성

휴대전화는 장소가 그곳에서 이루어지는 활동의 성격을 결정하는 "공간화된 시간"에서 벗어나 이용자의 활동이 장소의 성격을 결정하는 "시간화된 공간(temporalized space)"을 가능하게 했다(Dholakia & Zwick, 2003(황주성 외, 2006)). 휴대전화의 커뮤니케이션은 이동과 흐름의 공간으로서 사회적 관계나, 역사적인 것 혹은 지역 공동체의 정체성과 관련된 것으로 정의할 수 없는"비－장소(non-place)"(Auge, 1995)를 사회적 관계와 공동체 활동의 장소인 "제 3의 장소(third place)"(Oldenberg, 1982)로 전환시킬 수 있다. 다시 말해, 휴대전화는 사람들이 이동을 위해 지나쳐가는 교통수단, 대기 장소, 숙박이나 상업 시설 등과 같은 비－장소에 지인과의 사회적 공간을 불러들임으로써 제 3의 장소를 제공할 수 있고, 공적 공간을 사적으로 사용할 수 있게 해준다. 휴대전화 인터넷은 휴대전화와 마찬가지로 언제 어디서든지 디지털 공간에의 접근을 가능하게 함으로써 장소의 구속성에 벗어난 개인적 미디어 공간을 갖게 해준다. 그런데 이때 경험되는 시간화된 공간은 일시적 정보 흐름에 의해 물리적 공간이 탈자연화(de-naturalized) 되었다는 논리, 즉 일시적 매개 공간의 장소 지배로 물리적 장소의 구속성의 약화 내지는 해체되었다는 논리로 간단하게 설명될 수 없다. 인터뷰 참여자들에게 있어 공적 공간과 사적 공간의 경계(boundedness)는 여전히 자신의 일상적 활동에 주요 기준이 되고 있고, 집에 있을 때와 학교나 직장에 있을 때의 미디어 이용은 전반적으로 다른 내용을 갖는다. 특히 인터넷 이용에 있어 집에서는 개인적 목적의 미디어 이용이 학교나 직장에서는 보다 학습이나 업무에

충실한 미디어 이용이 이뤄지는 경향이 있다. 그런데 휴대전화 인터넷은 유선 인터넷을 사용할 수 없는 비－장소나 틈새 시간에 인터넷의 데이터 공간이나 사회적 공간에의 접근을 가능하게 해주고, 그럼으로써 시간화된 공간을 형성한다. 휴대전화 인터넷을 통해 교통수단이나 역에서부터 카페나 레스토랑, 혹은 회사 화장실이나 잠자리에 이르기까지 유선 인터넷이 미치지 못한 다양한 장소가 일시적으로 다중활동의(multi-tasking) 공간이 된다. 이럴 경우, 물리적 장소의 구속성이나 규범이 완전히 '탈자연화' 되기보다는 휴대전화 인터넷이 매개한 공간과 긴장 관계를 갖게 된다. 장소의 구조적 논리가 여전히 유효한 가운데, 개인은 이와 공존하는 매개 공간을 갖는 경향이 있다. 예를 들어, 많은 회사가 사적 용도의 인터넷 이용을 물리적으로 차단하고 있어 회사에서의 컴퓨터 이용은 업무용으로만 제한되는데, 이용자는 휴대전화 인터넷을 통해 주식 조회나 사회적 네트워킹 등 사적 관심사를 추구할 수 있다. 다시 말해, 공간의 규범을 거스르지 않으면서 사적 목적의 인터넷 접근을 틈틈이 할 수 있다. 한편 이동 중이나 사적 공간(집)에서 업무용 정보에 접근하게 됨으로써 업무에 대한 부담이 24시간 확장될 수 있다. 이와 같이 비－장소가 업무를 처리하는 장소로 활용되는 경우에도, 이동 중의 공적 장소라는 상황이나 휴대전화 인터페이스의 한계 때문에 메시지 확인이나 간단한 피드백 정도를 보내는 정도로만 (다시 말해, 유선 인터넷에 비해 상대적으로 제한된 형태로만) 인터넷 이용이 이루진다. 집에서 이용하는 경우에도, 이용의 상황(예를 들어, 취침 전 잠자리에서의 이용 상황)으로 인해 주로 간단한 정보 검색 수준에 머물러있다.

요컨대, 휴대전화 인터넷은 언제 어디서나 물리적 장소에 디지털 공간을 가져올 수 있게 해줌으로써 다양한 사적 혹은 공적 목적의 공간이 공존할 수 있게 된다. 또한 물리적 장소는 '일시적으로' 개인이 저마다 하나의 활동이 아닌 다중 활동을 전개할 수 있는 다중적(multi-layered) 공간으로 탈바꿈할 뿐 아니라 이러한 공간적 활동의 조건이 되고 있다.

> 예전에 비해 사무실 이외에 일을 집까지 들고 온다는 느낌이 있어요. 좀 불편한 것도 있고, 편리한 데 반해서 그런 단점도 있어요. 회사 외에도 출퇴근 시간에는 메일

확인에 있어서 못하던 거를 이제는 하기 때문에. ... 직장은 동대문구, 집은 일산이거든요. (통근하는데) 한 시간 반 정도 걸려요. 예전에는 MP3들으면서 다른 영어 공부하거나 라디오 듣거나 했는데, 이제는 검색한다든가 그런 걸로 바뀐 거 같아요. (회사에서) 일하면서 관련된 뉴스 검색이라든가 등은 못하는 부분도 있거든요. 제 자리가 워낙 오픈 된 자리여서 개인적인 업무를 쓸 수 있는 여지가 없어서요. 개인적인 일을 휴대폰으로 하게 되요. 그래서 이외의 것들, 업무 이외의 개인 적인 것들도 그 때 하고요. 집에 오면 일을 안 하면 되잖아요. 근데 사적으로 확인하고 싶어 하는 메일이라든가 그런 거를 확인을 하면서 업무적인 거 까지 확인하게 되고 내일 뭘 해야지 플레이를 짠다거나 잘 못 끊게 된다는 느낌은 있어요. (P11)

저와 같은 경우에 사무실에서 다른 인터넷 라인을 끌어내서 쓸 수가 없거든요. 와이브로나 다른 인터넷 라인을 써야 되는데 못써요. ... 예를 들어서 내부 통신망으로 내 메일로 보내고 싶을 때도 뭐 보낼 수가 없거든요. 그런 경우에 주로 이걸 써요. 좋은 게 또 화장실에 볼일 보러 갔을 때 유용하게 쓸 수가 있고. 또 저 같은 경우는 담배를 피우다 끊었으니까 소일거리가 없거든요. 친구들이랑 얘기할 때 혼자서 쿡쿡 거리거나 또 증권 같은 거 하시는 분들은 휴대폰에다 연결을 시켜서 하는 분들도 있고 그래요. (P28)

한편, 휴대전화가 휴대전화 인터넷을 비롯한 각종 멀티미디어 기능을 갖추게 되면서 공적 공간에 보이지 않는 '사적 미디어 장벽(private media wall)'을 구축하는 주요 미디어가 된다. 사람들은 휴대전화 인터넷의 등장으로 공적 공간에서 무선 인터넷과 상호작용할 수 있게 되었고 이와 같은 정보 흐름에 보다 주의를 기울이게 된다. 인터뷰 참여자들은 공적 장소에서의 사적 미디어 활용을 자연스럽게 받아들인다. 큰 소리로 주변 사람의 신경을 건들이거나 '피해를 주지 않은 이상' 공적 공간의 사사화(privatization)는 자연스런 현상이라고 보고, 타인의 사적 미디어 활용에 문제가 없다고 생각한다. 뿐만 아니라 이용자도 타인을 의식하지 않거나 타인의 시선에 영향을 받지 않는다. 이용자들은 자신의 휴대전화 화면을 타인이 엿볼 수 있지만 별로 신경 쓰지 않고, 사적인 통화와 문자 이용에 비해 주변을 덜 의식하며 휴대전화 인터넷을 이용한다.

저 같은 경우엔 제 개인적인 생각에는 옛날에는 지하철 갈 때 마주 있으니까 아무

래도 눈이 마주치게 되잖아요. 모르는 사람이랑. 그런데 저는 그게 너무 불편한 거예요. 그래서 그냥 거의 책 같은 거 보거나 핸드폰 만지작거리면서 이런 식으로 쓸데없이 시선을 밑으로 향하는 거예요. 그런데 이거 하니까 인터넷에 오늘 신문기사가 떠요. 그러면 똑같이 이거 만지작거리더라도 옛날에는 쓸데없이 그런 거라면 요즘에는 뭔가 개인한테도 도움이 되고, 좋은 거 같아요. (P7)

(공적 장소에서) 큰 소리로 통화하는 거 보면 예절이 없다, 그렇게 느껴지기도 하거든요. 그거 이외에 옆 사람한테 방해되지 않는 한도 내에서 사용하는 건 개인적인 시간 활용이기 때문에 책을 읽는다거나 신문을 읽는 것과 같이 받아들여지거든요. (P11)

피해만 안주면 써도 문제도 없고, 옆 사람이 쳐다봐도 뭐 상관없죠. 제가 피해를 주는 건 아니었고 이 사람이 관심 있어서 보는데 보지 말라고 할 수는 없잖아요. 신경 안 쓰고 보는 편이거든요. (P21)

휴대전화 인터넷은 다중적 공간 경험을 가능하게 하고 어떠한 공간에 있더라도 개인의 요구에 반응하는 미디어 공간을 가질 수 있게 해준다. 스쳐지나가는 이동 중의 장소에서도, 혹은 업무가 이루어지는 공적 장소에서도, 사적 목적의 인터넷 접근을 할 수 있게 된다. 지금－여기의 상황이나 장소의 성격(예를 들어, 유선 인터넷의 유무, 이동 중, 틈새 시공간 등)이 휴대전화 인터넷을 이용하는 주요 배경이 되는데, 이 때 휴대전화 인터넷은 현재의 장소의 맥락에서 탈구되어 개인의 주관적인 경험을 확장시키는 공간(dis-placed space)에서부터 주변 장소를 보다 익숙하게 다가갈 수 있게 해주는 증강된 공간에 이르기까지 다양한 공간 경험을 가능하게 한다.

제 5 절 소 결

이 장에서는 포커스그룹 인터뷰를 통해 휴대전화의 휴대전화 인터넷이 일상생활 속에 어떻게 경험되고 있는지, 특히 이용자의 공간 경험에 어떠한 영향을 미치고 있는지를 살펴보고자 했다. 이를 위해 휴대전화 인터넷이 수용되는 과정, 일상생활 속에서 휴대전화 인터넷을 통해 디지털 공간에 접근하는 양식, 그리고 장소 경험이 재구성되는 과정을 살펴보았다. 아직 휴대전화 인터넷 이용의 초기 단계라서 현재의

휴대전화 인터넷 이용이 공간 경험에 어떠한 영향을 미치는지를 논의하기엔 이른 감이 있지만, 몇 가지 미시적 변화를 포착할 수 있었다.

우선 휴대전화 인터넷이 기존의 유선 인터넷 이용의 연장선상에서 주로 수용되고 있다. 인터뷰 참여자들은 유선 인터넷이 연결되지 않는 곳에서 인터넷을 사용할 수 있다는 점을 휴대전화 인터넷의 가장 큰 장점으로 이야기하는데, 이 때 휴대전화 인터넷은 인터넷 이용을 보완하거나 확장하는 미디어, 더 나아가 유선 인터넷과는 좀 차이가 나는 미디어로 인식되어갔다. 휴대가능성, 이동성, 연결성 등에 기반한 휴대전화 인터넷이 이용자들의 일상생활 속에 독자적인 의미를 갖는 미디어로 자리잡아가면서, 휴대전화가 통화 수단 이상의 의미를 갖는 융합미디어로 인식되는데 기여한다.

휴대전화 인터넷이 일상생활에 이용되는 패턴을 보면, 주로 주요 일과가 진행되기 전후의 틈새 시간에 이용되고 있고, 이동 중이나 대기 장소와 같은 비－장소뿐만 아니라 유선 인터넷이 연결될 수 있는 직장이나 집에서도 틈틈이 이용되고 있다. 이러한 휴대전화 인터넷 이용으로 인해 몇 가지 시공간 경험의 변화를 관찰되는데, 이와 같은 변화로는 죽은 시간인 틈새 시간(time in-between)을 하나의 활용 가능한 시간으로 인식하기, 속도의 문화와 '항시 접속(always-on)' 문화의 강화, 시간의 보다 세분화된 활용과 미시적 조정(micro-coordination), 가상적 공존감의 재구성 및 휴대전화 친구의 확대 등을 들 수 있다.

마지막으로 휴대전화 인터넷 이용은 지금－여기의 자신을 중심으로 주변 장소를 인식할 수 있는 '개인－중심의(self-centered)' 장소 인식을 가능하게 하고, 물리적 공간에 장소 관련 정보가 부가된 증강된 공간(augumented space)을 경험할 수 있게 한다. 휴대전화 인터넷은 일종의 '가상 안내자(virtual guide)'로서 비계획적이고 즉흥적인 장소 경험을 가능할 뿐만 아니라 낯선 장소를 낯설지 않은 공간으로 바꿔준다. 또한 휴대전화 인터넷을 통해 언제 어디서나 디지털 공간에 접근할 수 있게 됨으로써, 다양한 사적 혹은 공적 목적의 공간이 공존할 수 있고, 물리적 장소는 일시적으로 개인의 다중 활동이 전개될 수 있는 다중적 공간(multi-layered space)으로 경험된

다. 휴대전화 인터넷은 장소의 맥락에서 탈구된 사적 미디어 공간에서부터 낯선 장소를 익숙하게 만드는 증강된 공간에 이르기까지 다양한 공간 경험을 가능하게 해주었다.

휴대전화 인터넷이 휴대전화에 들어오면서 단순한 부가 기능의 역할을 수행하기보다는, 휴대전화에 대한 인식이나 경험 전반을 바꾸고 있다. 휴대전화 인터넷이 갖는 기술적 가능성은 아직 구현되는 서비스의 한계로 인해 충분히 구현되고 있지 않지만, 시공간의 인식이나 공간 경험을 점차 변화시키고 있다고 볼 수 있다. 휴대전화 인터넷은 물리적 장소에서 디지털 공간에 접근할 수 있는 '자유'를 제공함으로써 틈새 시공간 그리고 이동 중의 비－장소를 보다 개인적 필요성에 맞춰 미시적으로 조정할 수 있게 해준다. 그럼으로써 이용자는 보다 주관적인 시공간 경험을 할 수 있고 일상생활 속에서 온라인 상태를 유지할 수 있게 된다. 그런데 이러한 항시－접속의 상태가 반드시 보다 나은 일의 효율성이나 보다 돈독한 사회적 관계로 이어지지는 않는다. 다중 공간의 공존, 그리고 이로 인한 정보의 과부하, 혹은 감각의 과부하는 현대인의 피로감을 가중시키고 있다. 앞으로 보다 많은 사람들이 휴대전화 인터넷을 이용하게 되고 현재의 기술적 불편함이나 서비스의 제약이 해결된다면, 휴대전화 인터넷이 일상생활의 시공간 경험에 보다 큰 영향력을 미칠 것으로 예상된다. 이 부분에 관해 보다 지속적인 관찰이 필요하다고 본다.

제 5 장 결 론

제 1 절 연구결과의 종합정리

1. 휴대전화 인터넷의 의미

휴대전화 인터넷 이용자에 대한 설문조사 및 심층인터뷰 결과를 종합해 볼 때 이용자들은 휴대전화 인터넷을 햅틱과 같은 휴대전화의 새로운 모델이나 추가 기능이라기보다 '이동성을 지닌 인터넷'으로 생각하는 것으로 보인다. 휴대전화 인터넷의 도입동기와 기대감에 따른 개인적 차이에도 불구하고, 휴대전화 인터넷은 기존 유선 인터넷의 연장선상에 있으면서 차이가 있는 미디어로 인식되고 있다. 특히 WAP과 다른 풀 브라우징에 대한 기대감은 생활 속에 깊이 침투해있는 유선 인터넷의 활용을 확장시켜보고 싶다는 욕구와 맞닿아 있다. 이용자에게 휴대전화 인터넷은 유선 인터넷이 연결되지 않은 곳에서도 인터넷을 사용할 수 있는 점이 무엇보다 큰 매력이었다.

이용자들은 현재의 휴대전화 인터넷이 기존의 WAP 방식의 휴대전화 인터넷의 한계를 벗어나고 있다는 데 공감하면서도, 기존 유선 인터넷에 비해 이용에 한계가 있다고 본다. 작은 화면 사이즈, 제한적 정보 구현 방식(예를 들어, 여러 개의 창을 띄울 수 없음), 느린 속도, 처리 능력(예를 들어, 액티브엑스나 동영상을 구현하지 못함), 배터리 용량 등이 구체적 사항들이다. 그럼에도 불구하고, 기존 WAP 방식의 인터넷이 휴대전화의 부가 정보서비스 정도로만 인식된데 반해, 풀 브라우징 휴대전화 인터넷은 인터넷에 보다 가까워진 미디어, 혹은 유선 인터넷을 보완하거나 확장하는 미디어, 더 나아가 유선 인터넷과는 좀 차이가 나는 미디어로 인식된다.

무엇보다도 언제든지 휴대 가능한 휴대전화의 경량성과 이동성은 독자적인 의미를 갖는 미디어로 자리매김하는데 중요한 요인이 되고 있다. 이러한 휴대가능성과 이동성으로 인해 휴대전화 인터넷은 새로운 미디어 경험을 만들어내고 있고, 더불

어 휴대통화 수단 이상의 의미를 갖게 된다. 이전에도 휴대전화에 카메라, MP3, DMB 등의 미디어 기능이 들어오면서 휴대전화의 부가 기능을 확장시켜왔는데, 휴대전화 인터넷은 우리가 일상적으로 이용해온 인터넷 공간과의 접속을 허용함으로써 휴대전화를 통화와 문자 중심의 단말기를 넘어 멀티미디어 기능을 가진 '작은 컴퓨터'로 경험하게 해줄 수 있게 해주었다.

2. 휴대전화 인터넷의 이용맥락

휴대전화 인터넷이 이용되는 패턴을 보면 그것은 일상생활의 하루 일과 중 주요 일정이 진행되기 전후의 틈새 시공간에 주로 이용되고 있음을 알 수 있다. 예를 들어, 통학이나 출근이 이루어지기 전이나 이루어지는 중에, 그리고 일과 중 잠깐 잠깐 짬이 있을 때, 30분 이내의 비교적 짧은 기간 내에, 이용이 이루어진다. 이용자의 54.7%가 휴대전화 인터넷의 주 이용장소로 대중교통, 자가용, 보행 등 '이동 중의 장소'를 선택하였고, 대기장소와 상업 및 레져시설을 합하면 그 비율은 약 67%에 달하였다. 장소이동 중의 틈새 시간(time in-between)이나 유선 인터넷의 접근이 쉽지 않은 상황에서 크게 두 가지 용도로, 즉 심심하거나 기다리는 시간을 보내는 여가용 용도나 특정 필요에 따라 실시간으로 정보를 검색해보는 도구적 용도로 이용된다고 하겠다. 이용동기에 대한 질문에서 가장 높은 비율을 보인 항목들이 '시간과 장소에 관계없이 인터넷 이용이 가능해서(29.7%)', '갑자기 의문이 나는 이슈를 살펴보기 위해서(12.7%)', 'PC보다 번거러움이 없어서(11.0%)', '짜투리 시간, 틈새시간에 무료함을 달래기 위해서(10.3%)', '이동 중에도 원하는 정보나 콘텐츠를 얻을 수 있어서(10.3%)' 등으로 나타난 것이 이를 뒷받침한다.

휴대 인터넷은 유선 인터넷에 비해 몰입의 정도가 덜한 편이고 필요한 정보만 찾은 후 끝내거나 짧은 틈새 시간에만 사용되는 편이다. 휴대전화 인터넷이 주로 이동 중이거나 틈새 시간에 이용되기에, 특정 정보를 추구하는 도구적 이용의 경우뿐만 아니라 여가용 이용까지도 모두 짧은 시간에 이루어지는 경향을 갖는다. 휴대전화 인터넷이 인터넷의 데이터 공간과 사회적 공간에 접근하기 위해 이용된다는 점에서

유선 인터넷과 근본적으로 다르다고 볼 수 없지만, 구체적인 정보 검색의 내용이나 이용의 시공간적 맥락은 차이를 갖는다. 휴대전화 인터넷의 경우 실시간 뉴스나 주변 정보 혹은 교통 정보가 주요 정보 검색의 대상이 되고 있는데, 이는 이동 중 그리고 틈새 시간에 주로 사용된다는 점과 밀접하게 관련된다. 설문응답자들이 가장 자주 이용하는 콘텐츠로 선택한 상위 네 항목, '뉴스(날씨/스포트/뉴스/주식 등)(29%)', '소셜네트워크 서비스(18.3%),' '길안내 및 주변검색(10.3%)', '실시간 교통정보(8.3%)' 등이 이를 반증한다.

휴대전화 인터넷 이용의 특성을 요약해본다면, 유선 인터넷을 사용할 수 없거나 사용하기 쉽지 않은 상황에 인터넷의 경험을 틈새 시공간으로 확장시킨다는 '대체성', 실시간 정보 이용의 필요성이나 이용 당시의 상황에 반응하는 '상황적 이용', 그리고 그러한 상황과 목적에 따라 의식적이고 잠깐 잠깐 이루어지는 '일시성' 등을 들 수 있다.

3. 휴대전화 인터넷과 공간 인식

휴대전화 인터넷의 이용에 따라 공간인식에 어떠한 변화가 있는지를 세 가지 개념을 중심으로 살펴본 결과, 네트워크 연결성과 관계적 장소성은 높아지는 반면 혼종적 장소성은 큰 변화가 없는 것으로 나타났다. 첫째, 휴대전화 인터넷 이용으로 인한 가장 큰 변화는 네트워크 연결성 인식이 강화되었다는 점이다. 네트워크에 대한 연결을 정보적 연결성과 사회적 연결성으로 구분할 수 있다. 특히, 정보적 연결성이 공간인식에서 가장 큰 부분을 차지하게 되었다는 것이 가장 중요한 변화이다. 업무나 오락, 지역 정보 등의 콘텐츠 이용이 시간과 장소에 관계없이 가능해졌고, 이는 휴대전화 인터넷이 유선인터넷의 사각지대를 극복하면서 모바일 정보공간(mobile space of information)을 확장시킨다는 측면에서 의미가 크다. 휴대전화 인터넷은 언제 어디서나, 혹은 상황에 따라 필요할 때 마다 모바일 정보공간에 접근하게 해주고 즉각적인 반응을 제공함으로써, 이용자의 정보 욕구에 실시간으로 답하고 일처리의 효율을 높이는 속도의 문화에 일조한다고 볼 수 있다. 휴대전화 인터넷 이용으로 인해 시간의 보다 세분화된 활용과 미시적 조정(micro-coordination)이 이루

어지게 된다. 필요에 따라 혹은 틈새 시간에 잠깐 잠깐 휴대전화 인터넷을 이용하여 모바일 정보공간에 접근하기도 하고, 시간에 대한 보다 세밀한 계획을 할 수 있게 된다. 사회적 접근성에 있어서는 개인적 접근(가족/친구/지인)은 기존의 휴대전화로 인한 변화와 크게 다르지 않았으나, 휴대전화 인터넷으로 인해 온라인 동호회와의 연결과 같은 온라인 커뮤니티와의 연결이 강화되었다는 점을 알 수 있다. 휴대전화의 사회적 네트워크가 주로 개인이었다면, 휴대전화 인터넷이용자들은 동호회, 블로그, 미니 홈피 등 인터넷 공간의 온라인 공동체와 연결됨으로써 새로운 공존감을 갖게 된다. 또한 온라인상의 사회적 소통 과정에 보다 즉각적인 확인과 반응을 보일 수 있게 됨으로써, 이동 중에도 온라인상에서의 자신의 존재감을 드러낼 수 있다.

둘째, 정보에 대한 접근이 자유로워졌기 때문에 자연스럽게 하나의 장소가 하나의 역할에 국한되기 보다는 행위에 따라 장소의 역할이 규정되는 '관계적 장소성' 인식도 증강되었다. 비장소(non-place)는 더 이상 이동하기위해 어쩔 수 없이 거쳐야 하는 공간이 아니라, 똑같이 대중교통이나 카페에 앉아 있더라도 개인의 활동에 따라 업무 공간, 휴식 공간, 취미 공간으로 각자 다르게 장소의 역할을 이해하는 경향이 확산되고 있다. 교통수단이나 역에서부터 카페나 레스토랑, 혹은 회사 화장실이나 잠자리에 이르기까지 유선 인터넷이 미치지 못한 다양한 장소가 일시적으로 다중활동(multi-tasking)의 공간이 된다. 이럴 경우, 장소의 구조적 논리가 여전히 유효한 가운데, 개인은 이와 공존하는 매개 공간을 갖는 경향이 있다. 예를 들어, 많은 회사가 사적 용도의 인터넷 이용을 물리적으로 차단하고 있어 회사에서의 컴퓨터 이용은 업무용으로만 제한되는데, 이용자는 휴대전화 인터넷을 통해 주식 조회나 사회적 네트워킹 등 사적 관심사를 추구할 수 있다. 다시 말해, 공간의 규범을 거스르지 않으면서 사적 목적의 인터넷 접근을 틈틈이 할 수 있다. 한편 이동 중이나 사적 공간(집)에서 업무용 정보에 접근하게 됨으로써 업무에 대한 부담이 24시간 확장될 수 있다. 요컨대, 휴대전화 인터넷은 언제 어디서나 물리적 장소에 디지털 공간을 가져올 수 있게 해줌으로써 다양한 사적 혹은 공적 목적의 공간이 공존할 수 있게 된다. 또한 물리적 장소는 '일시적으로' 개인이 저마다 하나의 활동이 아닌 다중

활동을 전개할 수 있는 다중적(multi-layered) 공간으로 탈바꿈할 뿐 아니라 이러한 공간적 활동의 조건이 되고 있다.

셋째, 휴대전화 인터넷의 발달로 가상세계에 대한 출입의 제약이 줄어들고, 버튼 하나로 현실과 가상이 연결될 수 있으며, 위치기반 서비스로 가상공간과 현실공간의 경계를 모호하게 인식할 것이라고 예측한 혼종적 공간성 인식은 검증되지 않았다. 휴대 인터넷에서 장소에 대한 정보는 단순한 객관적 정보를 제공하기 보다는, 지금－여기(now & here)의 자신을 중심으로 위치를 파악하게 해줌으로써 '개인 중심의(self-centered)' 주변 정보를 제공한다. 현재를 나를 중심으로 자신의 위치를 알거나 주변 지리를 가늠해주기 때문에, 도시 공간을 바라보거나 상호작용하는 방식에 변화를 가져올 수 있다. 그러나 설문조사에는 휴대인터넷 이용자의 혼종적 공간성 인식에 큰 차이가 없었고, 이것은 두 가지로 해석할 수 있다. 하나는 이용하지 않은 무경험자의 과장된 기대와 유경험자의 부정적 현실인식이다. 휴대인터넷 이용자들은 실제 유사한 서비스를 경험함으로써 혼종성의 벽을 느꼈을 수 있다. 실제 휴대전화 인터넷을 통한 주변 정보의 활용에 대한 만족도는 그리 높지 않았다. 인터뷰 참여자들은 이러한 주변정보검색 기능을 이용해본 적이 있지만, 장소에 관한 정보의 정확성이나 신뢰성에 의문을 제기한다. 또 다른 해석은 국내 위치기반서비스 및 관련 콘텐츠의 부족에 원인을 돌리는 것이다. 어쨌든 혼종적 공간성의 인식까지는 증강된 현실(augmented reality) 관련 기술 개발과 게임과 같은 서비스의 확산, 그리고 이로 인한 휴대전화 인터넷의 일상화라는 과제가 남아있는 것으로 보인다.

넷째, 휴대전화 인터넷 이용집단 내에서 공간 인식의 차이에 가장 큰 영향을 미치는 요인은 휴대전화 인터넷 이용량인 것으로 나타났다. 세부항목의 특성에 따라서는 이용 동기나 이용 콘텐츠, 이용 장소가 공간 인식에 영향을 미치기도 했다. 예컨대, 네트워크 접근성 전체는 이용량이 높을수록, 장소의 유동성이 클수록 인식정도가 높은 성향을 보였다. 또한 '커피숍 활동 다양'이라는 관계적 장소성의 한 항목의 경우 이용량이 많을수록 공간적 동기를 가질수록 더 높은 성향을 보였다. 결국 휴대전화 인터넷 이용량과 비례하는 휴대전화 인터넷의 일상화가 공간 인식에 변화를

주는 주요 요인인 것으로 해석할 수 있다.

제2절 정책적 함의

휴대전화 인터넷은 휴대전화에 이어 커뮤니케이션의 공간적 자유를 크게 증대시킬 것으로 기대되고 있다. 본 연구의 실증연구 결과에서 휴대전화 인터넷 이용자와 비이용자 간에 네트워크 연결성과 관계적 장소성에 있어 뚜렷한 차이를 보여주었다. 다시 말해, 이용자가 비이용자에 비해 정보나 업무수행, 동호회, 이동 중 시간활용 등에 있어 훨씬 높은 효능감을 느끼는 것으로 분석되었다. 관계적 장소성에 있어서도 이용자가 커피숍, 대중교통, 광장 등 제3의 공간에 대해 보다 개방적인 사고를 가지고 있었다. 이에 비해 사이버 공간과 실제공간의 접목에 관한 혼종적 공간성에 있어서는 큰 차이를 보이지 않았다. 이것은 아직 우리나라의 휴대전화 인터넷의 이용 역사가 오래되지 않아 관련된 위치 및 공간 관련 서비스와 이용자 경험이 충분히 축적되지 않았기 때문인 것으로 추정된다.

이상의 결과는 스마트폰의 확산, 넷북 등 휴대성이 더 높은 단말기의 개발, 그리고 와이브로와 위치기반서비스의 활성화 등 다가올 이동성의 전성시대를 맞이하여 시사하는 바 적지 않다. 이동성이 확산되고 그것을 통해 주고 받을 수 있는 서비스와 컨텐츠가 다양화될수록, 인간은 공간을 주어진 환경과 제약으로 받아들이기 보다는 그것을 스스로 조정하고 활용하려고 할 것이다. 본 연구의 실증부분에서 보여준 네트워크 연결성과 관계적 장소성의 차이는 이제 2년이 넘지 않은 국내 풀브라우징 인터넷 여건을 감안할 때 매우 의미 있는 것이다. 이러한 관점에서 향후 휴대전화인터넷이 제공하는 커뮤니케이션 능력의 극대화와 이로 인한 이용자의 공간활용 능력의 확대를 위해 다음과 같은 두가지 정책적 제언을 하고자 한다.

첫째, 정부는 휴대전화 인터넷 서비스의 본격적인 도입단계에 진입할 국내 모바일 업계가 콘텐츠와 서비스의 실질적인 경쟁을 통해 휴대전화 인터넷 고유의 소비자 가치를 창출할 수 있도록 정책적 노력을 기울여야 할 것이다. 본 연구의 설문조

사와 심층인터뷰에서 알 수 있듯이, 휴대전화 인터넷은 단순한 멀티기능이 아니라 휴대전화의 새로운 패러다임으로 인식되고 있다. 이용자들은 휴대전화 인터넷을 유선인터넷의 보완, 확장하는 동시에 유선인터넷에서는 가능하지 않았던 새로운 가능성을 확인하고 있다. 하지만, 휴대전화 인터넷에 대한 망중심의 진입정책과 업체들의 폐쇄적인 콘텐츠 접근전략은 한국의 휴대전화 인터넷이 아직도 초기단계를 벗어나지 못하는 가장 큰 이유로 지목되고 있다. 최근 아이폰의 도입을 둘러싸고 통신사업자가 제기한 '무선랜 보안강화' 요청도 '보안'을 명분으로 무선랜(wifi)를 통한 아이폰 이용자의 인터넷 무료이용을 막고자 하는 의도로 해석되는 것도 같은 맥락이다. 정부는 융합서비스의 대표적인 서비스의 하나인 휴대전화 인터넷이 이용자에게 주는 커뮤니케이션의 자유감과 효능감에 대한 인식을 업계와 함께 하고 상대적으로 낙후된 국내 휴대전화 인터넷 시장의 활성화를 위해 보다 개방적이고 고객지향적 정책방향을 구체화해 나가야 할 것이다.

둘째, 휴대전화 인터넷의 활성화와 함께 나타날 수 있는 공간행태의 변화가 중장기적으로 국토정책이나 지역정책에 어떠한 시사점을 줄 수 있을지에 대해 보다 진지한 고민을 하여야 할 것이다. 광화문광장이나 시청광장 등 정치사회적 의미를 갖는 몇 곳을 제외하고 우리에게 도로・광장과 같은 제3의 공간에 대한 깊이 있는 정책이 있었다고 보기 힘들다. 하지만, 이제 모바일 시대의 개화를 맞아 대중교통, 대기장소, 상업공간, 레저시설 등은 새로운 생활공간으로 거듭나고 있다. 향후 지방정부에서는 이러한 제3의 공간 전반에 대해 모바일 시대에 부응하는 새로운 개념과 모델을 찾아나가야 할 것이다. 보다 큰 의미에서 '지역정보화'라는 정책도 마찬가지의 변화를 맞이 하고 있다. 지금까지 정보화에 따른 지역의 대응은 인터넷을 이용해 지역을 알리고 지역의 산품과 관광자원을 홍보하는 일이 주였다. 그러나 이러한 접근은 누군가 의도적으로 홈페이지를 방문해 주기까지는 실질적인 효과를 발휘하기 어려웠다. 휴대전화 인터넷은 지금까지 '네티즌이 찾을 때까지 기다리는' 지역정보 패러다임에서 필요로하는 모티즌을 찾아가는 패러다임으로의 전환을 예고하는 유비쿼터스의 첨두라고 할 것이다.

참 고 문 헌

김성도(2005) “세계화 시대, 인류 문화의 향방: 프랑스 인류학자 마크 오제와 김성도 교수의 대담”, 문학과 사회 제18(70), 293-311

김재경(2007) “인간에게 공간이란 무엇인가?”, 새한영어영문학회 공동학술 심포지움

박은아(2008) “다매체 이용자들의 미디어 동시사용 행태: DMB 초기 수용자를 중심으로”, 한국방송학보, 제22(1), 44-85

배진한(2006) “모바일 콘텐츠 이용동기 및 수용자 유형별 선호 콘텐츠 연구”, 한국언론학회 세미나

서기환・사공호상(2007) “공간정보 패러다임의 변화: 공간정보기술 트렌드”, 국토정책 Brief, 제155호

심미선・김은실・하예린(2009) “미디어 이용의 보완 및 대체에 관한 연구”, 한국방송학보, 제23(2)호, 317-364

양경숙(2004)「SPSS 최적 범주형 자료분석」, 한나래

유성호(2008) “위치기반(LBS) 모바일게임의 활성화방안: 국내게임과 해외게임의 사례여구를 중심으로”, 한국콘텐츠학회논문지, 제8(11)호, 74-84

「이동통신기획조사」(2008)

_____(2009)

이동후(2009) “융합미디어 환경, 트랜스리터러시, 그리고 디지털 주체의 양가성”, Beyond Convergence: 디지털 컨버전스의 미래 공동 컨퍼런스

임영호(2002) “공간이론을 통해 본 한국 방송학의 정체성 문제”, 한국방송학보, 제16(2)권, 275-303.

전자신문 미래기술센터(ETRC)(2008)「모바일 인터넷 시장의 성장 전략, 신인터넷 보고서」

정의태(2008) “1980년대 아케이드 게임 “Pac-Man”의 재발견, “Geo-Pac-Man””, DID 논문집 9(7-2), 71-83.

조성동(2009) “다매체 환경 정착에 따른 수용자의 매체이용 특성변화와 이용매체 구성변화”, 한국언론학회 제53권 1호, 233-256

한국인터넷진흥원(2008)「무선인터넷 이용실태 조사」

_____(2009) 2009「인터넷 이용실태 조사」

황주성 · 유지연 · 이동후(2005) “모바일 커뮤니케이션과 도시 공적공간의 변화”, 21세기 한국 메가트렌드 시리즈Ⅱ, 정보통신정책연원

_____(2006), “휴대전화의 이용으로 인한 개인의 공간인식과 행태의 변화”, 한국언론정보학보, 제34, 306-340

Auge, M. (1995)「Non-places: Introduction to an anthropology of Supermodernity」, Verso

Aurigi, A. & De Cindoi, F. (2008)「Augmented Urban Spaces: Articulating the physical and electronic city」, Ashgate Publishing Limited

Castells, M. (2000) “Materials for an Exploratory theory of the network society”, British Journal of Socioloy, Vol. 51(1), 5-24

Dholakia, N. & Zwick, D. (2003) “Mobile Technologies and Boundaryless Spaces: Slavish Lifestyles, Seductive Meanderings, or Creative Empowerment?”, Home Oriented Informatics and Telematics, Conference 6-8 April 2003

Forlano, L. (2009)「Codespaces: Community Wireless Networks and the Reconfiguration of Cities. In M. Foth(Ed.)」, Handbook of Research on Urban informatics: The Practice and Promise of the Real-Time City. Hershey, PA: Information Science Reference, IGI Global.

Ito, M. (2005) “Intimate Wisual Co-presence”, Pervasive Image, Captureing and Sharing Workshop. Ubicomp. Tokyo, Japan. September, 2005.

ITU(2005)「Internet of Things」, ITU Internet Reports

Jenkins, H. (2006) 「Convergence Culture: where old and new media collide」, New York University: 컨버전스 컬쳐, 김정희원, 김동신 역, 비즈앤비즈

Katz, J. E. (2005) “Individual freedom and social connectedness”, Seoul Symposium on Mobile Communication

Kopomaa, T. (2000) “Speaking Mobile: The City in Your Pocket”. available at: http://www.hut.fi/Yksikot/YTK/julkaisu/mobile.html.

LGT(2009) 「1/4분기 고객 만족도 조사」

Oldenburg, R. (1999) 「The Great Good Place: cafe, coffee shop, bookstores, bars, hair salons and other bangouts at the heart of a community」, Marlowe, New York.

Milgram, P. & Kishino, F.(1994) “A Taxonomy of Mixed Reality Visual Displays”, IEICE Trans, Information Systems, 77(12), 1321-1329.

Shirky, C. (2008) 「Here Comes Everybody: 끌리고 쏠리고 들끓다」; 송연석 역, 갤리온

Silva, A. (2006) “Mobile Technologies as Interfaces of Hybrid Spaces”, Space and Culture, 9(3), 261-278

Sohn, T., Li, K., Griswold, W. G. & Hollan, J. D. (2008) “A Diary Study of Mobile Information Needs”, CHI

Taylor, C. A., Anicello, O., Somohano, S., Samuels, N., Whitaker, L. & Ramey, J. A. (2008) “A Framework for Understanding Mobile Internet Motivations and Behaviors”, CHI

Wilken, R. (2008) “Mobilizing place: mobile media, peripatetics, and renegotiation of urban places”, Journal of Urban Technology, 15(3), 39-55

Willis, K. S. (2008) “Places, Situations and Connections, Augmented Urban Spaces”, Ashgate.

〈첨 부〉

휴대전화 웹서핑 이용에 대한 조사 안내문

안녕하세요?

마케팅리서치 전문회사인 마케팅인사이트입니다.

항상 저희 조사에 많은 관심을 가져주시고 참여해주셔서 감사드립니다.

이번에 **저희 회사에서는 협력 기관과 함께 휴대전화 웹서핑 이용에 대한 조사를 진행**하려고합니다. 본 조사는 여러분들의 의견을 수렴하여 더 나은 서비스를 제공하는데 필요한 기초자료를 얻는 데 그 목적이 있습니다. 귀하께서 응답하시는 내용은 철저히 비밀이 보장되며 오직 통계적인 목적으로만 이용됩니다.

바쁘시더라도 잠시만 시간을 내주셔서 귀중한 의견을 주시면 대단히 감사하겠습니다.

(문의: webmaster@mktinsight.co.kr)

설문 응답하기

++++++++++++++++++++++ 페이지 전환 후 안내문 제시 ++++++++++++++++++++++

안녕하십니까?

국무총리실 산하 정책연구기관인 정보통신정책연구원에서는 디지털 컨버전스로 인한 한국사회의 변화를 조사・분석하여, 향후 형성될 미래 사회를 전망하는 여러 가지 연구들을 수행하고 있습니다(연구원 홈페이지 www.kisdi.re.kr).

본 설문조사는 휴대전화 웹서핑을 통한 사회 구조의 변화, 특히 공간에 대한 인식과 행동의 변화를 알아보기 위한 것입니다. 귀하께서 응답하신 내용은 통계 처리되며, 개인의 비밀은 절대적으로 보장됩니다. 본 조사결과는 휴대전화 웹서핑 이용의 활성화를 위한 정책수립에 소중한 자료로 활용될 것입니다. 적극적으로 협조해 주시면 감사하겠습니다.

2009년 8월

연구책임자: 황주성 연구위원, 박윤정 연구원

(정보통신정책연구원, 미래융합전략연구실)

SQ

SQ1. 귀하께서는 **이동통신 서비스를 이용**하고 있습니까?〔SR〕

1) 이용하고 있다 2) 이용하고 있지 않다 → 설문 종료

SQ2. 현재 귀하가 **이용하고 있는 이동통신 서비스 회사**는 어디입니까? 2개 이상의 서비스회사를 이용하는 경우, **자주 이용하는 회사를 기준으로 응답**해 주시기 바랍니다.〔SR〕

1) SK텔레콤 → 설문 종료 2) KTF → 설문 종료 3) LG텔레콤

SQ3. 귀하의 나이는 어떻게 됩니까? 출생 연도를 확인하고 응답해 주십시오.〔OPEN〕

1 9 년생

* 1997년 이후 출생자(13세 이하) → 설문 종료

* 1961년 이전 출생자(50세 이상) → 설문 종료

SQ4. 현재 살고 계신 곳은 어디입니까?〔SR〕

1) 서울	2) 인천	3) 경기	4) 부산
5) 울산	6) 경남	7) 대구	8) 경북
9) 대전	10) 충남	11) 충북	12) 광주
13) 전남	14) 전북	15) 강원	16) 제주

〈응답 대상 분류〉

* 웹서핑(휴대전화 웹서핑) Heavy User(300명)
  : A, B, C Part 모두 응답
  : OZ 이용자 & OZ 월 1회 이상 이용자 & OZ 월정액 이용자
* 웹서핑(휴대전화 웹서핑) 비이용자(150명)
  : A, C Part 만 응답
  : 무선인터넷 비이용자 & OZ 비이용자
* 그 외, 설문 종료 대상
  : 무선인터넷 이용자 & OZ 비이용자, OZ 이용자 & 월 1회 미만 이용자, OZ 이용자 & OZ 월정액 비이용자

SQ5. 귀하께서 가입하여 이용하고 계시는 **LG텔레콤에서 제공하는 다음의 서비스들을 최근 1개월 내 얼마나 이용**해 보셨습니까?〔SR〕

서비스	① 사용 안함	② 1달에 1회 미만	③ 1달에 1～4회	④ 1주일에 2～5회	⑤ 매일 1회 이상
1) WAP 방식의 무선인터넷 : ez-i, OZ-Lite 등	❑	❑	❑	❑	❑
2) 풀 브라우징을 이용한 웹서핑 : OZ	❑	❑	❑	❑	❑

SQ5-1. (SQ5. 2) ③④⑤ 응답자만) 귀하께서 **OZ서비스를 이용하여 휴대전화로 웹서핑을 이용**하기 위해 현재 OZ 월정액 요금제(OZ무한자유, OZ파워팩, OZ&JOY)에 가입되어 있습니까?〔SR〕

1) 월정액 요금제에 가입되어 있다
2) 월정액 요금제가 가입되어 있지 않다 → 설문 종료

A. 휴대전화 사용 현황

A1. 현재 귀하께서 **LG텔레콤에 가입해 사용하시는 휴대전화 브랜드**는 무엇입니까? 여러 개를 사용할 경우, 주로 사용하는 것으로 응답해 주십시오.〔SR〕

1) 애니콜 2) 싸이언 3) 모토로라 4) 스카이
5) 큐리텔 6) 에버 7) 캔유 8) 기타(_____)

A2. 귀하께서 현재 사용하고 있는 휴대전화의 모델명을 정확하게 적어주십시오.〔OPEN〕

〔휴대전화 배터리를 열면휴 휴대전화 본체에 모델명이 있습니다〕

모델명: _____〔5글자 이하 입력시 '모델명은 정확히 입력하셨나요?' 알림메시지 뜸〕

A3. 귀하께서는 어제 휴대전화로 **음성통화 및 문자를 얼마나 사용**하셨습니까? **통화기록을 바탕으로 응답**해 주십시오. ☞ 부재중 전화나 통화시도는 제외해 주십시오. 〔OPEN〕

	음성통화	문자 메시지 (SMS, MMS 포함)
발신건수 (내가 상대방에게 걸거나, 보낸 문자 수)	건	건
수신건수 (상대방이 나에게 걸거나, 보낸 문자수)	건	건

A4. 최근 3개월 기준으로 볼 때 귀하의 **휴대전화 이용요금은 한 달 평균 얼마 정도**입니까? 〔OPEN〕

단말기 할부금 및 소액결제금액 등은 제외하고 응답해 주십시오.

패밀리 요금제나 결합상품 등의 이용으로 본인 휴대전화 이용 요금을 다른 요금과 함께 내더라도 본인 휴대전화 이용 요금만 적어 주십시오.

_____ 원(숫자로 기입해 주십시오) 〔단위: 여섯 자리까지만 입력 가능〕→ 숫자로만 기입 □ 잘 모르겠다

A5. 그럼, **휴대전화 웹서핑을 이용으로 인한 데이터 요금으로 한 달 평균 얼마나 지불**하고 계십니까? 〔OPEN〕

- 데이터 요금제 기본료(정액제 가입 시), 데이터 통화료, 정보이용료(다운로드 시) 포함
- 단, 부가서비스와 위성DMB 이용요금은 제외

_____ 원(숫자로 기입해 주십시오) 〔단위: 여섯 자리까지만 입력 가능〕→ 숫자로만 기입 □ 잘 모르겠다

A6. 귀하께서는 **다음에 제시된 휴대전화 기능들을 얼마나 자주 사용**하십니까? 다음의 척도 설명을 참고하여 응답하여 주시기 바랍니다. 〔SR, 보기 Rotation〕

척도	①	②	③	④	⑤
설명	사용 안함	1달에 1회 미만	1달에 1～4회	1주일에 2～5회	매일 1회 이상

이용 기능	사용 빈도
1) DMB(실시간 TV 시청, 라디오 청취 등)	①--②--③--④--⑤
2) MP3(음악 감상)	①--②--③--④--⑤
3) 게임(내장 및 다운로드 게임)	①--②--③--④--⑤
4) 동영상(뮤직비디오, 영화 등 다운로드 된 동영상)	①--②--③--④--⑤
5) 스케줄 관리(메모, 일정, 시간표 등)	①--②--③--④--⑤
6) 카메라(사진, 동영상 촬영)	①--②--③--④--⑤

A6-1. **위에서 응답하신 휴대전화 기능 이외**에 귀하께서 주로 사용하시는 휴대전화 기능이 있다면 어떤 기능인지 구체적으로 적어주세요. 〔OPEN〕

□ 그 외 이용하는 기능 없음

	이용 기능
1)	
2)	
3)	
4)	
5)	

B. 휴대전화 웹서핑 사용 현황

B1. 귀하께서는 휴대전화에도 자유롭게 웹서핑을 할 수 있는 풀브라우징 서비스인 **OZ를 사용하신지 얼마나 되셨습니까?** 〔OPEN〕

약 (　　) 개월

B2. (SQ5. 2)에서 ⑤ 응답자만) 귀하께서는 휴대전화 웹서핑을 위해 **OZ에 하루 평균 몇 회 접속**하십니까? 〔OPEN〕

약 (　　) 회

B3. 귀하께서 **휴대전화 웹서핑을 위해 OZ를 이용하는 가장 큰 동기**는 무엇입니까? 생각하시는 순서대로 3개까지만 응답해 주십시오. 〔MR, 보기 Rotation〕

*1순위*_____ *2순위*_____ *3순위*_____

1) 시시각각 변화하는 정보에 항상 접근하기 위해서
2) 나에게 오는 정보를 즉시 확인하기 위해
3) 갑자기 의문이 나는 이슈를 살펴보기 위해서
4) 장소와 위치 확인을 위해서
5) 시설, 극장 등의 시간표나 스케줄을 확인하기 위해서
6) PC보다 번거로움 없이, 손쉽게 인터넷을 이용할 수 있어서
7) 휴대전화 웹서핑 전용 서비스나 콘텐츠 이용을 위해서
8) 시간이나 장소에 관계없이 인터넷 이용이 가능해서
9) 이동 중에도 원하는 정보나 콘텐츠를 얻을 수 있어서
10) 가족, 친구 등 가까운 사람들과 연락하기 위해서
11) 동호회, 카페 등의 그룹 의사소통을 위해서
12) 자투리 시간, 틈새시간에 무료함을 달래기 위해서
13) 새로운 서비스나 기술에 대한 호기심 때문에
14) 재미나 기분 전환을 위해
15) 나를 멋있어 보이게 해줘서

B4. 귀하께서 **휴대전화 웹서핑을 위해 OZ를 자주 사용하는 장소**는 어디입니까? **사용량이 많은 장소부터 순서대로 3개까지만 응답**해 주십시오. 〔MR, 보기 Rotation〕

*1순위*_____ *2순위*_____ *3순위*_____

1) 대중교통, 자가용, 보행 등 이동 중 장소 2) 역, 정류장, 공항, 대합실 등 대기 장소
3) 커피숍, 식당, 백화점, 마트 등 상업시설 4) 공원, 광장, 극장, 경기장 등 레저지설
5) 직장, 학교, 학원 6) 집
7) 기타( )

B5. 귀하께서 휴대전화 웹서핑을 가장 많이 이용하신다고 응답한**(B4 1순위 응답값)**에서 **OZ를 사용하시는 가장 큰 이유**는 무엇입니까? 가장 중요한 이유 한 가지만 응답해 주십시오. 〔SR, 보기 Rotation〕

1) 시시각각 변화하는 정보에 항상 접근하기 위해서
2) 나에게 오는 정보를 즉시 확인하기 위해
3) 갑자기 의문이 나는 이슈를 살펴보기 위해서
4) 장소와 위치 확인을 위해서
5) 시설, 극장 등의 시간표나 스케줄을 확인하기 위해서
6) PC보다 번거로움 없이, 손쉽게 인터넷을 이용할 수 있어서
7) 휴대전화 웹서핑 전용 서비스나 콘텐츠 이용을 위해서
8) 시간이나 장소에 관계없이 인터넷 이용이 가능해서
9) 이동 중에도 원하는 정보나 콘텐츠를 얻을 수 있어서
10) 가족, 친구 등 가까운 사람들과 연락하기 위해서
11) 동호회, 카페 등의 그룹 의사소통을 위해서
12) 자투리 시간, 틈새시간에 무료함을 달래기 위해서
13) 새로운 서비스나 기술에 대한 호기심 때문에
14) 재미나 기분 전환을 위해
15) 나를 멋있어 보이게 해줘서

B6. 귀하께서 휴대전화 웹서핑을 위해 **OZ를 이용하여 지난 한달간 이용해 본 콘텐츠를 모두 선택**해 주십시오. 〔MR, 보기 Rotation〕

B6-1. 귀하께서 휴대전화 웹서핑을 위해 **OZ를 이용하여 자주 사용하는 콘텐츠**는 무엇입니까? **사용빈도가 많은 콘텐츠부터 순서대로 3개 까지만 응답**해 주십시오.

콘텐츠	B6 한 달간 사용 경험 콘텐츠	B6-1 자주 사용하는 콘텐츠 1, 2, 3위
1) 관심정보(학업/업무관련 정보 등)		
2) 생활정보(시간표/여행/쇼핑정보 등)		
3) 뉴스(날씨/스포츠/뉴스/주식 등)		
4) 이메일 송수신		
5) 블로그, 카페, 미니홈피 등 소셜 네트워크 서비스(SNS)		
6) 휴대전화 채팅, 메신저		
7) 인터넷 음악		
8) 인터넷 게임		
9) 인터넷 동영상		
10) 휴대전화 거래, 은행 서비스		
11) 실시간 교통정보		
12) 친구 찾기		
13) 길안내 및 주변 검색		
14) 기타		

B7. 귀하께서 휴대전화 웹서핑을 많이 이용하시는(**B4 1순위 응답값**)에서 **가장 자주 사용하는 콘텐츠**는 무엇입니까? 한 가지만 응답해 주십시오. 〔SR, 보기 Rotation〕

1) 관심정보(학업/업무관련 정보 등)
2) 생활정보(시간표/여행/쇼핑정보 등)
3) 뉴스(날씨/스포츠/뉴스/주식 등)
4) 이메일 송수신
5) 블로그, 카페, 미니홈피 등 소셜 네트워크 서비스(SNS)
6) 휴대전화 채팅, 메신저
7) 인터넷 음악
8) 인터넷 게임
9) 인터넷 동영상
10) 휴대전화 거래, 은행 서비스
11) 실시간 교통정보
12) 친구 찾기
13) 길안내 및 주변 검색
14) 기타

C. 공간 인식

C1. 귀하는 다음과 같은 생각에 얼마나 동의하십니까? 〔SR, 보기 Rotation〕

☞ *휴대전화 폰 사용자와 휴대전화 웹서핑 사용자 모두 응답해 주십시오.*

디지털 미디어로 인한 공간에 관한 생각	전혀 아니다	보통 이다	매우 그렇다
1) 언제 어디서나 항상 친구, 가족과 연결되어 있다는 느낌이 든다.	①	②	③	④	⑤
2) 언제 어디서나 온라인 동호회와 연결되어 있다는 느낌이 든다.	①	②	③	④	⑤
3) 어디에서나 업무(또는 공부)를 자유로이 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
4) 어디에서나 필요한 정보와 콘텐츠(음악,영화,TV)를 즐길 수 있다.	①	②	③	④	⑤
5) 갑자기 자투리 시간이 생기더라도 심심하거나 답답하지 않다.	①	②	③	④	⑤
6) 전혀 모르는 곳에 가더라도 불안하거나 초조하지 않다.	①	②	③	④	⑤
7) 인터넷 상의 가상공간과 현실공간은 전혀 별개의 공간이다.	①	②	③	④	⑤
8) 가상공간에서 접속한 친구를 바로 눈앞에서 직접 보는 시대가 올 것이다.	①	②	③	④	⑤
9) 영화처럼 인간이 디지털 신호로 기계와 교신하는 시대가 올 것이다.	①	②	③	④	⑤
10) 휴대전화 게임은 가상 캐릭터를 실제 공간에서 만나게 할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
11) 친구 찾기, 길안내 등 위치기반 서비스(LBS)가 확대되면 가상과 현실이 만나는 기회가 많아질 것이다.	①	②	③	④	⑤
12) 커피숍에서도 업무나 뉴스 검색 등 다양한 활동이 가능해졌다.	①	②	③	④	⑤
13) 대중교통 속의 시간이 매우 다양한 활동의 공간이 된다.	①	②	③	④	⑤
14) 공원, 광장 등에서도 휴대전화 기기만 있으면 사무실이 된다.	①	②	③	④	⑤
15) 위치나 장소의 구속에서 자유로워 졌다.	①	②	③	④	⑤
16) 사무실도 연인과 연결되면 일시적으로 데이트장소가 될 수 있다.	①	②	③	④	⑤

DQ. 응답자 특성

◇ **응답자 특성은 통계적 분류를 위해 사용되는 자료입니다. 통계목적 이외에 다른 용도로 절대 사용되지 않음을 약속 드립니다.**

DQ1. 귀하의 **직업**은 무엇입니까?

1) 행정/관리직 2) 사무관련직 3) 판매/서비스직 4) 생산관련직
5) 전문/자유직 6) 자영업 7) 전업주부 8) 학생 9) 기타

DQ2. 귀하의 **학력**은 어디에 해당합니까?

1) 중졸 2) 고졸 3) 대재
4) 대졸 5) 석사 6) 박사 7) 기타( )

DQ3. 귀댁의 **한 달 평균 소득**은 어느 정도 입니까?
소득이 없으신 경우 귀댁의 소득을 적어주십시오.

월 평균 ( )만원

DQ4. 귀하께서는 **이동 통신 회사(SKT, KTF, LGT)에서 운영하는 패널이나 모니터링에 참여해 본 경험**이 있습니까?

1) 예 → 전화면접 시 참여 내용을 세부적으로 질문
2) 아니오

디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅰ) 시리즈 안내

09-01 디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅰ) 총괄보고서(황주성, KISDI)

09-02 디지털 컨버전스 시대의 의식과 행동(이종관, 성균관대)

09-03 영상콘텐츠의 일상화에 따른 인지방식의 변화(김성도, 고려대)

09-04 욕망과 매체변화의 상관관계와 디지털 컨버전스 시대의 욕망구조(김상호, 대구대)

09-05 디지털 콘텐츠 표현양식과 다중정체성의 양상: 사례분석과 미래문화의 전망(김연순, 성균관대)

09-06 디지털 컨버전스와 공간인식의 변화(황주성, KISDI)

09-07 디지털 컨버전스 환경에서의 정치제도와 시민사회 변화 연구(류석진, 서강대)

09-08 디지털 컨버전스 환경에서의 대의제 변화와 정당의 역할(강원택, 숭실대)

09-09 디지털 컨버전스 환경에서 정치 거버넌스의 변화(윤성이, 경희대)

09-10 디지털 융합시대 온라인 사회운동 양식의 변화와 의미(장우영, 대구가톨릭대)

09-11 디지털 컨버전스 환경에서 글로벌 정치질서의 변화: 네트워크 사회에서의 국내정치와 국제관계(홍원표, 한국외대)

09-12 디지털 컨버전스 시대 미디어 플랫폼의 진화와 정치참여 연구(이원태, KISDI)

09-13 컨버전스 시대의 경제 패러다임 변화 연구(조남재, 한양대)

09-14 미디어 플랫폼의 다양화가 소비자 행동에 미치는 영향(정헌수, 건국대)

09-15 방송통신 융합환경에서 감성적 공감대 기반의 소비행동에 관한 연구(김연정, 호서대)

09-16 녹색성장 전략에서 차세대 통신망의 역할(홍성걸, 국민대)

09-17 디지털 융합과 콘텐츠 관련 산업의 공급사슬 변화 연구(한현수, 한양대)

09-18 디지털 컨버전스와 주요 멀티미디어 비즈니스 모델의 진화(손상영, KISDI)

09-19 융합사회의 소통양식 변화와 사회진화 방향 연구(김문조, 고려대)

09-20 미디어 융합의 전개과정과 사회문화적 파장(유승호, 강원대)

09-21 미디어 발전과 사회 갈등 구조의 변화(이명진, 고려대)

09-22 융합 사회의 인간, 인간관계: 온라인 자아 정체성과 사회화를 중심으로(민경배, 경희사이버대)

09-23 융합미디어를 활용한 공공-민간 상호작용 확대방안 연구(정국환, KISDI)

09-24 디지털 컨버전스 환경에서 미디어 문화 패러다임의 변화(이호규, 동국대)

09-25 가상성과 일상성의 컨버전스에 관한 연구(임종수, 세종대)

09-26 미디어 컨버전스와 감각의 확장: 감각확장 미디어의 사용성에 대한 연구(정동훈, 광운대)

09-27 컨버전스 시대와 매체로서의 개인(김관규, 동국대)

09-28 컨버전스 시대의 트랜스미디어 이용자 연구(이호영, KISDI)

09-29 미래예측방법론을 활용한 디지털 컨버전스의 미래 연구(최항섭, 국민대)

디지털 컨버전스 기반 미래연구(Ⅰ) 시리즈 09-06

디지털 컨버전스와 공간인식의 변화

2009년 11월 일 인쇄
2009년 11월 일 발행

발행인 방 석 호
발행처 정 보 통 신 정 책 연 구 원
경기도 과천시 용머리2길 38(주암동 1-1)
TEL: 570-4114 FAX: 579-4695～6
인 쇄 인 성 문 화
ISBN 978-89-8242-631-5 94320
ISBN 978-89-8242-655-1 (세트)