

# 디지털 컨버전스 환경에서 미디어 문화 패러다임의 변화

2009. 11

연구기관: 동국대학교  
연구책임자: 이호규(동국대학교 교수)  
참여연구원: 박성복(한양대학교 초빙교수)

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.

## 제 출 문

정보통신정책연구원 원장 귀하

본 보고서를 『디지털 컨버전스 환경에서 미디어 문화 패러다임의 변화』  
의 최종보고서로 제출합니다.

2009. 11. 30

연 구 기 관 : 동국대학교

연구책임자 : 이호규(동국대학교 교수)

참여연구원 : 박성복(한양대학교 초빙교수)

## 목 차

요약문 .....	5
제1 장 서 론 .....	19
제2 장 이론적 논의 .....	26
제1 절 디지털 컨버전스 개념 정의 .....	26
제2 절 네트워크 구조의 변화 .....	28
제3 절 디지털 공간에 대한 재해석 .....	32
1. 사이버 공간과 유토피아 논의 .....	33
2. 사이버 공간과 맑시스트 .....	33
3. 르페브르의 공간 이론 .....	34
제4 절 사회 장치(Dispositif)로서의 디지털 공간과 권력 의미의 변화 .....	39
1. 푸코의 권력의 변화 논의 .....	39
2. 전략적인 권력 행사로서의 사회 장치(dispositif) .....	40
제3 장 사회 장치와 커뮤니케이션 양식의 변화 .....	44
제1 절 이방인으로서의 컨버전스 매체 .....	44
1. 공간과 장소의 변증법적 관계 .....	44
2. 이방인으로서의 컨버전스 매체 .....	47
3. 네티즌들의 유동적 정체성 .....	50
4. 공간에 대한 신뢰 .....	51
제2 절 네티즌들의 커뮤니케이션 양식 .....	55
제3 절 메시지와 메시지의 커뮤니케이션 양식 .....	59
1. 메시지 중심의 커뮤니케이션 .....	59

2. 온라인 게시판의 커뮤니케이션 사례 .....	64
제4 장 통합된 미디어 이용(휴대폰, 블로그/미니홈피)의 성향적 이용동기, 이용행태 및 사회심리 변인, 미디어 문화 패러다임의 관계 규명을 중심으로 .....	72
제1 절 이론적 배경 및 선행 연구 검토 .....	72
1. 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스로서의 미니홈피와 블로그 .....	72
2. 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스의 이용 동기 .....	73
3. 개별화된 미디어로서의 휴대폰의 특성 및 휴대폰 이용동기 .....	76
4. 성향적 미디어 이용 동기 .....	77
5. 사회적 관계의 변화: 대체 가설과 관여 가설 .....	78
제2 절 연구문제 및 연구방법 .....	86
1. 연구문제 및 연구가설 .....	86
2. 연구방법 .....	88
제3 절 연구결과 .....	93
제5 장 결론 및 정책적 함의 .....	115
제1 절 결 론 .....	115
제2 절 정책적 함의 .....	127
참고문헌 .....	130

## 표 목 차

〈표 3-1〉 메시지 1(방송시장도 자유경쟁시장이 되어야 하는가. 그렇게 되면 방송 콘텐츠의 질도 자연스럽게 향상되는가?) .....	65
〈표 3-2〉 메시지 2(주장에 대한 실증적 증거의 신빙성이 있는가? YTN의 영향력은 어느 정도인가?) .....	66
〈표 3-3〉 메시지 3(민영이 바람직한가 공영이 바람직한가? 뉴스의 본질은 객관적 사실전달인가 해석인가?) .....	66
〈표 3-4〉 메시지 4(미디어법의 지분소유관련 부분은 어떠한 의미를 가지는가?) ..	67
〈표 4-1〉 휴대폰과 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스의 이용행태 .....	94
〈표 4-2〉 연구문제 2-1의 결과 상관관계 표 .....	103
〈표 4-3〉 연구문제 2-2의 결과 상관관계 표 .....	104
〈표 4-4〉 연구문제 3-1의 결과 상관관계 표 .....	106
〈표 4-5〉 연구문제 3-2의 결과 상관관계 표 .....	108
〈표 4-6〉 연구문제 4-1의 결과 위계적 회귀분석 표 .....	109
〈표 4-7〉 연구문제 4-2의 결과 위계적 회귀분석 표 .....	111
〈표 4-8〉 연구문제 4-3의 결과 위계적 회귀분석 표 .....	112
〈표 4-9〉 연구문제 4-4의 결과 위계적 회귀분석 표 .....	113

## 그 림 목 차

[그림 2-1]	디지털 컨버전스의 개념 체계도 .....	26
[그림 2-2]	피라미드 네트워크 .....	28
[그림 2-3]	지오디식 네트워크 .....	30
[그림 2-4]	리좀 네트워크 .....	31
[그림 3-1]	네티즌들의 커뮤니케이션 행위 .....	56
[그림 3-2]	메시지 중심의 커뮤니케이션 .....	60
[그림 3-3]	나선형 모델 .....	61
[그림 3-4]	나선형의 만남과 헤어짐 .....	63
[그림 3-5]	나선형의 조우 .....	63
[그림 3-6]	메시지 중심의 관계의 커뮤니케이션 .....	69
[그림 3-7]	디지털 공간에서의 커뮤니케이션 양식 .....	71
[그림 4-1]	휴대폰 문자이용정도가 온라인 정치참여에 영향을 미치는 정도 ...	95
[그림 4-2]	휴대폰 문자이용정도가 오프라인 정치참여에 영향을 미치는 정도 ...	95
[그림 4-3]	휴대폰 사용정도와 개성표출 정도 .....	97
[그림 4-4]	휴대폰 사용정도가 친구와의 대화에 영향을 미치는 정도 .....	99
[그림 4-5]	휴대폰 사용정도가 가족과의 대화에 영향을 미치는 정도 .....	99
[그림 4-6]	개별화된 인터넷 서비스 사용정도가 새로운 형태의 문화창조에 미치는 영향 .....	101

## 요 약 문

### □ 연구의 배경 및 목적

커뮤니케이션 매체와 커뮤니케이션 양식의 변화 그리고 문화의 변화의 관계에 대해 해롤드 이니스(Harold Innis), 마셜 맥루언(Marshal McLuhan), 월터 옹(Walter Ong) 등의 학자들이 지금까지 다양한 견해로 자신들의 논의를 진행해 왔다. 이에 본 보고서에서는 기존에 제시된 다양한 접근 방법을 통해, 문화를 비롯한 우리 사회 각 영역에서 최근 급속히 진행되고 있는 컨버전스(융합) 또는 퓨전(이종합성) 현상을 디지털 미디어 컨버전스(digital media convergence) 개념을 중심으로 살펴보고자 한다. 즉, 새로운 매체환경 속에서 변화하는 사람들의 매체 이용 행태 및 커뮤니케이션 양식을 파악함으로써 사람들의 의식체계 및 문화적 패러다임의 변화를 커뮤니케이션 학적 관점에서 이해하고 설명, 궁극적으로는 디지털 컨버전스 현상의 문화적 함의를 도출함으로써 향후 지속적으로 변화하는 매체 환경에서의 개인의 주체성 있는 커뮤니케이션 문화 형성을 위한 정책적 대안의 기초를 제공하려 한다. 또한 디지털 컨버전스 현상과 더불어 점차 확대되어 가는 새로운 (온라인, 사이버, 또는 가상) 공간에서 사람들은 어떠한 사회적 (또는 공동체적) 삶을 영위하고 있는가를 이해하고자 함이 본 보고서의 연구 목적이다.

커뮤니케이션 매체의 컨버전스는 시간이 아니라 공간에 대한 논의를 필요로 한다. 따라서 본 과제를 수행하기 위한 기초 작업으로서 먼저 컨버전스로 인해 나타난 디지털 공간을 이해할 필요가 있다. 이를 위해 사람들에게 수없이 회자되어 왔으며 친숙한, 사이버 공간에 대한 논의를 빌려오하고자 한다. 현재 사이버 공간에 대한 논의들의 대부분이 토마스 모어의 유토피아에서 관찰 할 수 있듯이, 사이버 공간을 현실과는 다른, 실재하고 있는 공간으로 간주하는 경향이 있다. 과연 사이버 공간은 모

어의 유토피아처럼 현실과 다른 어디에 실재하고 있는 것인지, 아니면 사이버 공간이 현실 세계의 한 부분을 드러내고 있는 사회 체계를 형성하는 구성 요소인지 등에 대한 이해가 필요하다. 따라서 본 보고서에서는 첫째, 사이버 공간의 정체성을 이해하고자 한다. 이를 위해 르페브르의 공간에 대한 논의와 푸코의 권력 개념을 토대로 사이버 공간의 정체성을 밝히고자 한다. 둘째, 사이버 공간의 정체성에 대한 이해를 근거로 하여 과연 디지털 공간에서의 사람들의 커뮤니케이션 행위의 특성이 무엇인지를 규명하고자 한다. 셋째, 실증연구를 통해 ① 컨버전스 매체를 이용한 사회적 관계의 본질은 무엇인지, 그리고 ② 실제적인 사회적 관계에 어떤 영향을 미치는지 사람들의 인식을 조사하였다. 이에 대해서는 컨버전스 매체를 활발하게 사용하고 있는 청소년을 대상으로 연구하였다.

## □ 연구 주요 내용

### ○ 제1장 서론

컨버전스로 인해 나타난 공간에서의 커뮤니케이션 양식을 규명하기 위해 첫째, 디지털 공간에서 빈번하게 커뮤니케이션을 하는 사람들을 대상으로 2009년 8월 달에 20명을 대상으로 심층면접을 하였으며, 심층면접과 병행하여 온라인의 토론 사이트인 다음의 아고라를 참여 관찰하였다. 다음의 아고라를 선택한 이유는 촛불시위 등을 통해 일반인들에게 많은 사람들이 참여하고 자유롭게 자신들의 의견을 개진할 수 있는 공간으로 인식되고 있기 때문이다.

둘째, 사회적 관계 형성 및 유지의 중요한 수단으로 기능하였던 인터넷상의 커뮤니티 방식이 아닌 미니홈피나 블로그로 대표되는 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스, 그리고 휴대폰을 통해 미디어 이용자들이 어떻게 관계를 형성 또는 유지하는지, 그리고 이용자들이 맺는 사회적 관계의 양적 그리고 질적 특성에 영향을 미치는 요소들은 무엇인지를 청소년들을 대상으로 한 경험적 분석을 통해 알아보려고 했다.

연구 대상으로서의 청소년들은 본 연구의 주요 관심 분야인 미니홈피나 블로그와

같은 새로운 기술들을 가장 빠른 속도로 수용하는 특성을 가지고 있으며, 휴대폰은 가장 손쉽게 이용할 수 있는 친근한 미디어이다. 그 이유는 청소년들이 기존의 틀에 얽매이지 않고 변화를 받아들일 수 있는 감수성이 풍부한 발달 단계에 있는 세대임과 동시에 새로운 매체를 능동적으로 수용할 수 있는 지적 능력 또는 디지털 리터러시와 풍부한 경험을 보유하고 있기 때문이다. 이에 본 연구에서는 청소년들을 대상으로 융합된 미디어인 개별화된 인터넷(블로그/미니홈피)과 휴대폰의 성향적 이용동기와 이용행태를 파악하고 디지털 컨버전스 매체 이용이 디지털 컨버전스 문화 패러다임의 변화를 이끌어 내는지에 대해 조사하고자 했다.

## ○ 제2장 이론적 논의

### － 제1절 디지털 컨버전스 개념 정의

문화영역에서의 컨버전스를 “디지털화에 따라 네트워크 기반의 호환성과 이동성이 제고되면서 흩어져있던 정보와 콘텐츠뿐만 아니라 사람 간의 연결이 활성화되고 이종적인 장르 간의 혼종, 감각의 확장, 물리적 공간과 디지털 공간의 혼재가 일상화되어가는 현상”이라고 정의하였다.

### － 제2절 네트워크 구조의 변화

정보통신 네트워크는 과거의 피라미드 구조에서 지오디식, 그리고 리즘의 구조로 변화하고 있다. 피라미드 형태의 폐쇄적인 네트워크 구조에서 이용자들 위주의 지오디식 네트워크로, 수동적 정보 소비자를 적극적인 정보 사용자로 강화하는 가능성을 지니고 있는 리즘 형태의 네트워크로 변화하고 있는 것이다. 네트워크 사용자는 자신이 전달할 정보의 내용과 전달 시간, 전달 의도, 전달 대상을 선택한다. 뿐만 아니라 자신이 전달받을 정보도 적극적으로 선별할 수 있다. 따라서 사람들은 리즘 네트워크에 접속하여 사회 활동에 적극적 개입하고 참여함으로써 스스로 미디어의 내용과 형식을 창출하는 창조적 주체로 설 가능성을 지니고 있다.

－ 제3절 사회 장치로서의 디지털 공간과 권력 의미의 변화

르페브르는 사회 관계가 공간 구성에 반영된다고 보고 있다. 이러한 맥락에서 사이버 공간은 현실과 다른 공간이 아니라 사회 관계의 다양한 모습들이 조성하는 공간으로 이해할 수 있다. 르페브르의 공간성에 대한 논의가 공간의 사회성을 이해하는데 커다란 도움을 주고 있음에도 불구하고, 그가 공간성을 자본주의와 연결시켜 논의하고 있는 관계로 공간성에 내재되어 있는 사회 관계들의 권력 논의를 경제적인 측면에 국한시키는 결과를 초래하였다. 이에, 르페브르의 경제 환원적인 권력 관계의 공간성을 극복하기 위해 푸코의 논의를 살펴볼 필요가 있다.

디지털 공간의 사회 장치는 규율과 사회화를 위한 메커니즘을 사람들이 상호작용을 하는 공간으로 이전시켰다. 학교, 대학교, 제도, 병원 등이 역할을 담당한 산업사회에서 관찰할 수 있는 감시(panoptic observation)와 규율 체계를 대신하여, 여러 분야를 가로지르는 네트워크가 그 자리를 대체하고 있다. 이러한 변화는 규율이 자기－규율(self-discipline)을 담당하는 개인에게 내재되게 되었음을 의미하는데, 이는 변화하는 사회 상황에 단순히 적응하고자 하는 것 이외에, 세상에 존재하는 주체(existence-in-the-world)가 되기 위한 조건이다. 예를 들면 신과 이성과 같은 절대적인 존재에 자신의 행위의 근거를 두기 보다는, 사람들은 자기 자신을 관찰하고, 자신의 목적을 달성하기 위한 방법을 이용하는 주체로서의 자신과 때로는 객체의 자아의 형태로서 자신들을 규율한다. 감시 사회에 근거한 감옥 대신에, 동시에(syn) 서로가 서로를 감시하는 synopticon의 시대에 살고 있음을 의미한다.

○ 제3장 사회 장치와 커뮤니케이션 양식의 변화

－ 제1절 이방인으로서의 컨버전스 매체

디지털 공간에서의 네티즌들의 바람직하지 못한 의견들이 간혹 다른 사람들의 명예를 훼손하거나 모욕하는 행위들이 중요한 의제로 논의되고 있다. 이를 방지하기 위해 정부에서는 실명제 도입을 적극적으로 검토하고 있다. 하지만 실명제 도입만이 이러한 문제를 해결할 수 있을지에 대해 의문이 드는 것이 사실이다. 왜냐하면

사람들은 공간의 유형에 따라, 어떠한 공간에서는 적극적으로 자신의 의사를 표명하는 반면에, 여타 공간에서는 전혀 다른 형태의 행동을 하기 때문이다. 즉, 자신들이 마음에 드는 공간에서와 그렇지 못한 공간에서의 행위는 매우 다르게 나타나기 때문이다. 이에 대해 익명의 응답자 A는 “내가 중요하게 생각하는 사이트에서는 매우 적극적으로, 예의가 있는 커뮤니케이션을 하는 반면에 그렇지 않은 사이트에서는 간혹 도배를 하는 경우가 있다.”라고 표명하고 있다. 그렇다면 이러한 상반된 행동이 나타나는 이유는 무엇인가?

많은 학자들의 논의는 사람들이 디지털 공간에서는 익명성을 누릴 수 있기 때문이라 역설하고 있다. 과연 익명성만이 사람들의 디지털 공간에서의 다양한 행위를 설명할 수 있을 것인가? 이에 대한 해답을 찾기 위해서 공간과 장소의 역학 관계를 알아보려고 한다. 사람들이 디지털 공간을 형성하는 이유는 자신들이 ‘무엇을 하고 싶고’, ‘무엇을 얻을 수 있다’고 생각하기 때문이다. 즉, 자신들의 욕구를 충족하기 위해 디지털 공간을 찾아다니고 형성한다. 단순히 사람들의 행위를 가능하게 하는 공간보다는 사람들이 어느 특정한 공간에 대해 가치를 부여함으로써 자신들의 행위의 의미를 추구하는 장소를 찾고자 한다. 그렇다면 디지털 공간과 장소는 어떠한 관계가 있는가? 사람들의 행위에 영향을 미칠 수 있는 공간과 장소에 대한 논의가 선행되어야 한다.

공간과 장소는 언제나 전환될 수가 있다. 사람들의 행위가 발생하는 공간에 사람들이 의미를 부여하면서 장소로 전환되고 이러한 장소가 사람들에게 의해 주어진 의미가 상실될 경우에는 다시 공간으로 전환된다. 이는 디지털 공간 자체에 소속감과 자유가 내재되어 있음을 의미한다. 이러한 이중성은 디지털 공간에서 행위하고 있는 네티즌들을 이방인으로 특징짓는다. 그렇다면 왜 네티즌들은 이방인의 특징을 갖게 되었는가? 이는 바로 커뮤니케이터와 커뮤니케이션 매체가 일치하고 있기 때문이다. 사람들은 자신들의 커뮤니케이션 매체를 작동시키면서 사이보그(반은 인간, 반은 기계의 형태)로 전환되면서 컨버전스 매체가 보장하는 상상의 세계로 들어간다. 이는 바로 사람들이 컨버전스 매체의 운용 원리 내에서 커뮤니케이션을 함을 의

미한다. 컨버전스 매체는 사람들이 스위치를 on/off 한다는 단순한 작동을 통해 운영되기 때문에 바로 컨버전스 매체가 이방인의 특성을 갖고 있다.

#### – 제2절 네티즌들의 커뮤니케이션 양식

주체 형성 기제가 산업사회와 전혀 다른 형태로 출현되면서 커뮤니케이션 양식에도 커다란 변화가 나타나고 있다. 첫째, 과연 누가 송신자이고 수신자인가? 이를 구분하기에는 매우 어려운 커뮤니케이션 현상이 재현되고 있다. 즉, 디지털 공간에서의 커뮤니케이션에서는 사람들이 커뮤니케이션의 주체이기도 하지만 메시지도 주체의 역할을 하고 있음이 기존의 커뮤니케이션 양식과 매우 다른 점이다. 메시지 중심의 모델이 설명하듯이 많은 사람들이 커뮤니케이션에 참여하면서 메시지가 자체적인 생명력을 갖게 되었다. 형성된 메시지는 끊임없이 많은 사람들에 의해 수정/보완되면서 선의 혹은 관계의 커뮤니케이션의 형태를 갖게 된다. 나선형의 커뮤니케이션 모델과 같이 어떤 메시지는 소멸되고, 어떤 메시지는 지속적으로 유지되면서 처음의 목적과는 다른 형태로 변질되는 경우도 있다. 수많은 사람들이 자신이 관심을 갖는 메시지에 자신의 정체성을 투영시키면서 나선형의 형태로 커뮤니케이션이 진행된다.

#### – 제3절 메시지와 메시지의 커뮤니케이션

우리들은 디지털 공간에서 이루어지는 커뮤니케이션을 사람과 사람들 간의 커뮤니케이션으로 이해하는 경향이 있다. 이는 우리들이 아직도 원자(atom) 원리에 근거한, 즉 분리될 수 없는 개인(in-dividual) 인식에 사로잡혀 있기 때문이다. 디지털 공간은 아톰의 의식을 무색하게 하면서 사람들의 주체성이 그들이 추구하는 관계에 의해 형성되고 있음을 보여주고 있다. 디지털 공간에서 형성되는 담론은 바로 사람들의 관계에 의해 가능하다. 결국 컨버전스 매체에 의해 나타나는 새로운 형식의 커뮤니케이션은 점의 커뮤니케이션에서 선의 커뮤니케이션으로 이행하고 있음을 알 수 있다.

○ 제4장 융합된 미디어 이용(휴대폰, 블로그/미니홈피)의 성향적 이용동기, 이용  
행태 및 사회심리 변인, 미디어 문화 패러다임의 관계 규명을 중심으로

－ 제1절 이론적 배경 및 선행 연구 검토

미니홈피와 블로그의 대인 커뮤니케이션 매체로서의 공통된 특성을 토대로 ‘개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스’로 개념화하였다. 무엇보다 미니홈피와 블로그는 이용 및 관리의 주체가 개인이라는 점과 커뮤니케이션 메시지의 생성과 소비가 전적으로 개인적이라는 공통점을 가진다. 또한 미니홈피와 블로그는 기존 매스미디어들과 확연히 대비되는 고도의 상호작용성을 전제로 한다. 개별 이용자가 작성한 게시물은 여러 이용자에게 의해 공유되며, 답글, 방명록, 쪽지, 메일 등의 부가 기능들을 통해 상호작용은 더욱 활성화된다. 바로 이러한 상호작용성에 주목하여 본 연구에서는 미니홈피와 블로그를 단순히 ‘1인’ 또는 ‘개인적(individualiaed)’ 미디어로 개념화하는 대신 ‘개별화(individuated)’된 사회적 커뮤니케이션 수단으로 개념화하였다.

청소년들의 미니홈피나 블로그와 같은 개별화된 인터넷 서비스 이용 행태를 이용과 충족 접근을 통해 보다 체계적으로 이해하고자 한다. 인터넷은 능동적 양방향 커뮤니케이션 매체로서 상호작용적이며 탈중심적(decentralized)인 커뮤니케이션을 특징으로 한다. 이러한 새로운 커뮤니케이션 양식은 이용과 충족 접근이 전제로 하고 있는 이용자의 능동성(activity)과 선별성(selectivity)에 상응하는 이용자의 적극적 참여를 수반한다. 특히 미니홈피나 블로그와 같은 개별화된 커뮤니케이션 서비스를 통해 이용자들은 정보를 보다 더 주체적으로 생산하거나 선택한다. 다시 말해서 이용자들은 개별화된 인터넷 서비스를 통해서 커뮤니케이션의 내용은 물론 형식에 대해 기타의 다른 인터넷 서비스들을 이용하는 경우 보다 더욱 증가된 통제력을 발휘할 수 있다는 것이다. 능동적 수용자 관점으로서의 이용과 충족 접근은 인터넷상의 개별화된 커뮤니케이션 서비스를 통해 생성되고 유통되는 정보들에 대한 이용자들의 반응은 물론 이들 개별화된 공간을 통해 사회적 관계를 형성하고 유지하는 방식을 살펴보는 데 유용한 분석틀을 제공해 줄 것이다.

다매체 환경에서의 미디어 이용자는 다중매체 이용자로서 자신의 욕구를 충족시

키기 위해 여러 미디어를 섭렵하는 경향이 있고 특정한 콘텐츠를 이용하기 위해 특정 미디어를 선택해야만 하는 제약에서 비교적 자유롭기 때문에 미디어의 개별적 특성보다는 미디어 이용자에게 보편적으로 존재하는 성향적 미디어 이용 동기를 파악하는 것이 실제 미디어 이용들을 설명함에 있어 유용하다. 따라서 다중매체 이용자의 성향적 동기를 파악하기 위해 다양한 미디어 연구에서 도출된 기존 이용 동기들을 요인분석을 통해 분류하고 재조합하여 “환경감시 및 학습 동기”, “사회관계 통제 동기”, “오락 및 여유 추구 동기”, “자기 현시 및 표현 동기”를 도출하였다. 도출된 네 가지 미디어 이용 동기 유형들은 개인이 일상생활에서 사용하는 미디어들의 이용 동기들을 거의 포함하고 있으며 디지털 컨버전스 환경에서 개별화된 미디어라고 할 수 있는 인터넷(블로그/미니홈피)과 휴대폰과 관련하여 기존 연구에서 도출된 이용 동기의 특징을 상당 부분 포괄하고 있는 것으로 추정된다. 본 연구에서는 새로운 미디어 환경에서 미디어에 많은 부분 의존하고 있는 다중매체 이용자들에게 보편적으로 적용할 수 있는 미디어 이용 동기(인터넷, 휴대폰)들이 디지털 미디어 패러다임 환경(문화)의 변화에 어떠한 영향을 미쳤는지 파악하고자 했다.

개별화된 컨버전스 커뮤니케이션 서비스의 다양한 기능 중 사회 통합적(social integrative) 매체로서의 기능에 초점을 맞추어, 과연 디지털 매체의 융합을 통해 가속화되고 있는 커뮤니케이션 전 과정에서의 개별화라는 특성이 이용자들, 특히 급변하는 매체 환경을 가장 적극적으로 수용하고 있는 청소년들이 속한 공동체 문화의 특성을 결정하는 핵심적 요소인 사회적 관계에 어떤 영향을 미치는가를 이론적으로 논의하고자 한다. 이를 위해 기존의 인터넷 커뮤니케이션의 효과에서 논의하였던 대체(displacement) 가설과 관여(engagement) 가설을 이용하여 조사하였다. 대체 가설은 온라인 커뮤니케이션이 친구들과 가족과의 오프라인 접촉에 할애되는 시간을 대체함으로써 기존의 사회적 관계를 약화시키고 나아가 청소년들의 심리적 상태에도 부정적인 영향을 미칠 것으로 예측하는 것으로 인터넷이 청소년들로 하여금 그들의 기존 오프라인 관계를 유지하기 보다는 낯선 사람들과의 새로운 관계를 형성하도록 동기화시킨다는 가정이 깔려 있다. 온라인상에서 형성되는 관계는 친밀감이나

책임감이 결여된 피상적이고 약한 관계이기 때문에 결과적으로 청소년들이 맺는 사회적 관계들은 약화된다는 것이다. 이에 반해 관여 가설은 촉진(stimulation) 가설이라고도 하는데, 온라인 커뮤니케이션이 기존의 오프라인 관계에 소비되는 시간에 오히려 긍정적인 영향을 미침으로써 사회적 관계가 더욱 강화되고 따라서 청소년들의 심리적 상태에도 긍정적인 영향을 줄 것으로 전망한다.

— 제2절 연구 문제 및 연구 방법

연구문제 1-1. 청소년들의 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스(미니 홈페이지와 블로그)의 이용행태는 어떠한가?

연구문제 1-2. 청소년들의 휴대폰 서비스의 이용행태는 어떠한가?

연구문제 2-1. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 이용정도 및 성향적 이용 동기, 온, 오프라인 정치참여, 새로운 상품소비에 대한 욕구, 대인커뮤니케이션, 개성표현, 멀티미디어 서비스 활용, 새로운 문화적 형태의 창조, 미디어 2.0(구술문화)의 특성간의 상관관계는 어떠한가?

연구문제 2-2. 청소년들의 휴대폰 서비스 이용정도 및 성향적 이용 동기 오프라인 정치참여, 새로운 상품소비에 대한 욕구, 대인커뮤니케이션, 개성표현, 멀티미디어 서비스 활용, 새로운 문화적 형태의 창조, 미디어 2.0(구술문화)의 특성간 상관관계는 어떠한가?

연구문제 3-1. 청소년들의 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스의 성향적 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적 특성 간의 상관 관계는 어떠한가?

연구문제 3-2. 청소년들의 휴대폰 서비스의 성향적 이용 동기와 이용 행태, 사회 심리적 특성간의 상관관계는 어떠한가?

연구문제 4-1. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 이용 동기와 이용 행태, 사회 심리적인 특성(개인 중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적지향성)은 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 이용(융합 미디어로서의 인터넷 사용정도(블로그/미니홈피와 휴대폰 등 디지털 장비의 연동적 사용 정도))에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제 4-2. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 성향적 이용 동기와 이용 행태, 사회심리적인 특성(개인 중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적 지향성)은 멀티미디어 커뮤니케이션 서비스의 활용의도에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제 4-3. 청소년들의 휴대폰의 성향적 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적인 특성(개인 중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적지향성)은 청소년들의 휴대폰 이용(융합미디어로서의 휴대폰 사용정도(휴대폰과 인터넷의 연동적 사용))에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제 4-4. 청소년들의 휴대폰의 성향적 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적인 특성(개인 중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적지향성)은 멀티미디어 서비스의 활용의도에 어떠한 영향을 미치는가?

디지털 컨버전스 환경 즉, 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스(블로그/미니홈피)와 모바일에 가장 익숙한 세대인 청소년 그 중 고등학생을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 표본은 편의적 추출법에 근거하여 서울과 부산의 청소년 고교 1학년부터 3학년까지의 재학생들로 구성했다. 총 350부의 설문지를 배포하였고, 이 중 불성실한 응답을 제외한 312부의 데이터가 실제 분석대상으로 본 연구에 이용되었다. 설문조사 시기는 2009년 9월 24일부터 29일에 걸쳐 진행되었다. 남녀의 비율은 남학생이 128명으로 전체의 42%를 차지했고, 여학생이 183명으로 전체의 58%를 차지했다. 고등학교 1학년 학생이 208명으로 66.7%, 고등학교 2학년학생이 65명으로 20.8%, 고등학교 3학년 학생이 38명으로 12.2%를 차지했다. 조사대상의 평균연령은 17.43(SD=.70)세로 나타났다.

#### — 제3절 연구 결과

청소년들의 휴대폰 이용 정도와 온라인 정치참여 의향과의 관계를 파악하기 위한 교차분석 결과, 유의확률이 0.273으로 양자 사이에는 관계가 없었다. 휴대폰 통화와 온라인 정치참여간의 교차분석 결과는 유의수준이 0.052로 양자 사이에 유의미한 차이가 도출되지 않았다. 그러나 휴대폰 문자 이용과 온라인 정치참여 의향의 경우

유의확률이 0.000으로 양자 사이에는 유의미한 차이가 나타났다.

청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 이용자의 개성 표현과 관계가 있을 것이라는 연구가설3은 청소년들의 휴대폰 서비스 이용정도에 한정하여 부분적으로 지지되고 있음을 나타내고 있다. 한편, 휴대폰 및 개별화된 인터넷 서비스 관련 액세서리 이용정도는 이용자의 개성표현 정도와 관계가 있음이 밝혀졌다. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 성향적 이용 동기는 상호간 유의미한 상관관계가 도출되었다. 인터넷 게시물 작성은 오락 및 여유추구동기, 댓글작성, 게시물 읽기, 댓글읽기, 촬영 업로드, 일정관리, 채팅, 음악영화감상, 패러디물 창작, 파도타기, 집단 중심성, 혁신성, 타인지향성과 정적 상관관계가 도출되었다.

댓글작성은 모든 이용 동기 및 인터넷 게시물 작성, 댓글작성, 게시물/댓글 읽기, 촬영 업로드, 일정관리, 채팅, 음악영화감상, 패러디물 창작, 파도타기, 집단 중심성, 혁신성, 타인지향성과 유의미한 상관관계가 도출되었다. 게시물 읽기는 환경감시 및 학습동기를 제외한 모든 이용 동기와 게시물 및 댓글작성과 유의미한 상관관계가 도출되었다. 댓글읽기는 환경감시 및 학습동기를 제외한 모든 동기와 게시물, 댓글작성 및 게시물 읽기, 댓글읽기, 촬영업로드, 일정관리, 채팅, 음악영화감상, 파도타기, 혁신성, 타인지향성과 유의미한 상관관계가 도출되었다. 사진촬영 업로드 등은 환경감시 및 학습동기를 제외한 모든 동기와 게시물, 댓글작성 및 게시물, 댓글 읽기, 일정관리, 채팅, 음악영화감상, 패러디물 창작, 파도타기, 집단 중심성, 혁신성, 타인지향성, 전통지향성과 유의미한 상관관계가 도출되었다.

## □ 연구의 정책적 시사점

지금까지의 연구결과의 정책적인 함의는 다음과 같다. 첫째, 컨버전스 현상은 사람들의 커뮤니케이션 양식에 커다란 변화를 주고 있다. 기존의 점의 커뮤니케이션에서 선의 커뮤니케이션으로 이행하고 있다. 시간과 공간의 분리로 인해, 이제 더 이상 사람들이 커뮤니케이션을 하기 위해서 시간과 공간을 같이 할 필요가 없게 되

었다. 이는 사람들이 컨버전스 매체를 작동시키면서 나타나고, 운용되는 사회적 공간에서 가상적인 커뮤니케이션을 함을 의미한다. 앞에서 논의하였듯이, 사람들이 다른 사람들과 관계를 맺으면서 나타난 사회적인 공간, 즉, 디지털 공간의 정체성을 사람들의 관계가 주체가 되어 형성해 가고 있다. 전통적인 커뮤니케이션 모델에서 중요한 역할을 하는 커뮤니케이터와 커뮤니케이션 매체가 융합되면서 커뮤니케이션 매체가 생성하는 상황에 사람들이 커다란 영향을 받게 되었다. 이를 고려하였을 때, 현재의 점의 커뮤니케이션 시대의 규제 틀에 대한 점검이 요구되는 시점이다. 예를 들면, 금년 초에 사람들의 주목을 크게 받은 미네르바 사건의 경우, 미네르바가 다른 사람들과 인터넷 상에서 관계가 형성되지 않았더라면, 그리 많은 관심을 받지 못하였을 것이다. 미네르바가 올린 글이 주목을 받게 된 것은 바로 많은 사람들과의 관계가 형성되었기 때문이다. 과연 미네르바와 관계를 맺은 사람들은 그 어떠한 책임을 질 필요가 없는가?

과거 인쇄시대에는 불가능했던 커뮤니케이션 양식이 나타나고 있다. 처음에 올린 글이 씨가 되고, 이 씨가 다른 사람들과 관련을 맺으면서 풍부한 글의 구조를 가지면서 성장한다. 때로는 제대로 싹을 피우지는 못하는 경우도 있다. 바로 이 점이 컨버전스 현상이 발생하고 모든 콘텐츠들이 디지털로 표현되면서 나타나는, 예전에는 상상하지 못했던 매우 환상적인 커뮤니케이션 현상이다. 인쇄 시대에는 저자가 책을 집필하거나 어떠한 글을 작성하게 되면 그것이 바로 저자의 목소리였다. 이러한 관계로 저자의 소유물이 되었다. 그러나 디지털의 표현 양식으로 인해 처음에 누군가가 글을 올리면 많은 사람들의 손에 의해 처음보다 훌륭한 혹은 그렇지 않게 글이 변화하게 된다. 이렇게 많은 사람들의 관계에 의해 형성된 글에 대해 누가 도덕적이고 법률적인 책임을 져야 하는가?

점의 커뮤니케이션에서 선의 커뮤니케이션으로의 이행은 기존의 규제 원리의 재고를 필요로 한다. 사람들은 사회 구조에 내재된 규칙을 준수하면서 행위를 한다. 이를 고려하였을 때, 현재 우려가 되는 디지털 공간에서의 분별력이 없는 행위를 제재하기 위해서는 사람들이 실천적 행위를 하는 컨버전스 매체를 통해 형성되는 사

회적인 공간의 구조를 어떻게 디자인해야 하는가에 대한 고찰이 요구된다. 이는 컨버전스 매체를 운영하는 사업자들과의 긴밀한 협조가 필요하다. 이와 더불어 새롭게 출현하고 있는 컨버전스 매체의 의미에 대한 미디어 교육이 요구된다.

둘째, 개별 미디어를 이용하는 청소년들의 사회 관계의 변화를 살펴보았을 때, 기존의 인간 관계를 벗어나 네트워크가 허용하는 가능한 한 범위에서 인간관계의 폭을 넓히면서, 사회 참여를 매우 활발하게 하고 있다. 과거에는 생각할 수 없었던 청소년들의 사회 참여는 사회에서 중요한 역할을 하는 적극적인 행위자 집단이 될 수 있는 개연성을 보여주고 있다. 이렇게 청소년들이 네트워크라는 연결성을 이용하여 자신들의 입지를 강화하였을 때, 과연 그들의 목소리를 정부에서 어떻게 수용할 것인가에 대한 진단이 요구된다. 이와 유사한 맥락에서 앞에서 서술한 팬덤 문화는 바로 컨버전스의 연결성에 의해 새롭게 나타나고 있다. 한국은 아직까지 그렇게 심각한 상황은 아니지만, 앞으로 이러한 문제를 어떻게 다루어야 하는지에 대한 논의는 요구된다. 예를 들면 영화를 대상으로 자신들의 관점을 반영하여 이야기를 구성하면서 때로는 전혀 다른 형식의 영화가 탄생할 수 있다. 이 경우에 과연 기존 영화의 저작권을 침해하는 것이 아닌지, 만약에 침해한다면 어느 정도 수준에서 침해라고 할 것인지, 만약에 저작권을 엄격하게 적용한다면 일반인들의 창조성을 저해하는 결과가 초래될 수 있다. 때문에 일반인들의 참여로 인한 창의성과 제도권의 협조가 어느 수준에서 이루어져야 하는지에 대한 고찰이 필요하다. 사회가 발전하기 위해서는 아이디어들의 창조적 긴장(creative tension of ideas)이 필요하다.

마지막으로 개인 미디어가 가능해지면서 청소년들은 자신들의 개성을 연출하는데 많은 노력을 기울이고 있다. 이러한 청소년들의 적극적인 개성 표현 행위는 기업가들에게 잠재적인 소비층—비록 현재도 구매력이 강한 집단이지만—이 될 것이다. 기업가들은 그들의 수익을 증대하기 위해 청소년들의 욕구들 충족시킬 수 있는 마케팅을 전개할 것이다. 이러한 맥락에서 청소년들이 자본주의의 논리에 종속되지 않고 자신들의 개성을 맘껏 연출할 수 있도록 정책적인 보완이 필요하다.

## 제 1 장 서 론

커뮤니케이션 매체와 커뮤니케이션 양식의 변화 그리고 문화의 변화의 관계에 대해 지금까지 해롤드 이니스(Harold Innis), 마셜 맥루언(Marshall McLuhan), 월터 옹(Walter Ong) 등의 많은 학자들이 다양한 견해로 자신들의 논의를 진행해 왔다. 이에 본 보고서에서는 기존에 제시된 다양한 접근 방법을 통해, 문화를 비롯한 우리 사회 각 영역에서 최근 급속히 진행되고 있는 컨버전스(융합) 또는 퓨전(이종합성) 현상을 디지털 미디어 컨버전스(digital media convergence) 개념을 중심으로 살펴보고자 한다. 즉, 새로운 매체환경 속에서 변화하는 사람들의 매체 이용 행태 및 커뮤니케이션 양식을 파악함으로써 사람들의 의식체계 및 문화적 패러다임의 변화를 커뮤니케이션학적 관점에서 이해하고 설명, 궁극적으로는 디지털 컨버전스 현상의 문화적 함의를 도출함으로써 향후 지속적으로 변화하는 매체 환경에서의 개인의 주체성 있는 커뮤니케이션 문화 형성을 위한 정책적 대안의 기초를 제공하려 한다. 또한 디지털 컨버전스 현상과 더불어 점차 확대되어 가는 새로운 (온라인, 사이버, 또는 가상) 공간에서 사람들은 어떠한 사회적 (또는 공동체적) 삶을 영위하고 있는가도 알아보려고 한다.

사람들은 시간과 공간을 무대로 살아간다. 사람의 존재 의미에 시간과 공간은 커다란 역할을 한다. 그럼에도 불구하고 근대 이후, 발전담론으로 인해 공간 보다는 시간과 인간의 관계에 대해 더 많은 논의들이 전개되어 왔다. 19세기 후반에 등장한 마르크스의 역사유물론과 실증주의 사회과학은 자본주의 발전을 역사적인 과정으로 이해하면서 공간은 철저하게 탈정치화 되고 외면당했다. 이러한 분위기 속에서 역사주의의 결점을 지적하면서 공간을 사회적 산물이자 동시에 사회생활을 구성하는 원동력으로 인식하면서 공간에 대한 논의가 사람의 행위를 설명하는데 중요한 역할을 한다는 데 이론적 토대를 제공한 두 이론가는 바로 앙리 르페브르(Henri

Lefebvre)와 미셸 푸코(Michel Foucault) 이다.

공간이 모든 형태의 공동체적 삶에 있어서 근본이 되며 인간 존재의 공간적 질서가 공간의 사회적 생산을 통해서 형성된다는 점을 간파한 르페브르는 『자본주의 생존』(The Survival of Capitalism)에서, 사회적으로 생산된 공간은 지배적인 생산관계가 재생산되는 곳으로 자본주의 발달과 더불어 파편화되고 등질화되고 계층적으로 구조화 된다. 따라서 우리가 살고 있는 공간은 그 자체로 이질적일 수 밖에 없다. 한편 지식, 권력, 공간성의 관계에 대해 연구를 한 푸코는 「타자의 공간에 대하여」(Of Other Spaces)에서 헤테로토피아(Heterotopia)인 이질적인 공간은 르페브르가 경험 공간(lived space)이라고 부르는 공간으로서 사회적으로 창출된 공간성이며 사회적 실천의 아비투스(habitus)라고 주장했다(Soja, 1989:18).

공간은 등질적이고 가치중립적이며 객관적인 것처럼 보이지만 결국은 정치적이며 이데올로기적이다.

공간이 그 내용물에 대해 중립적이고 무관심하다는 인상을 풍긴다면, 따라서 순전히 형식적이라는 느낌, 즉 이상적 추상의 축도라는 느낌을 준다면 그것은 바로 공간이 점유되어 이용되어 왔고 이미 지나온 과정들의 중심이 되어 왔기 때문이다. 공간은 역사적·자연적 요소로부터 형성되고 구조되어 왔지만, 이것은 정치적 과정이었다. 공간은 정치적이며 이데올로기적이다. 그것은 글자 그대로 이데올로기로 가득 찬 산물이다(Lefebvre, 1976:31).

공간이 정치적이려면, 여기에는 필연적으로 권력의 문제가 개입된다. 푸코는 「권력의 시선」(The Eye of Power)에서 “거창한 지정학적 전략에서부터 작게는 작은 삶의 공간을 지배하는 전술에 이르기까지 공간들에 대한 기술은 곧 권력들의 역사가 될 것”(Foucault, 1980:149)이라 역술하고 있다.

커뮤니케이션 매체의 컨버전스는 시간이 아니라 공간에 대한 논의를 필요로 하고 있다. 따라서 본 과제를 수행하기 위한 기초 작업으로서 컨버전스로 인해 나타나는 디지털 공간을 이해할 필요가 있다. 이를 위해 사람들에게 수없이 회자되어 왔으며, 친숙한 사이버 공간에 대한 논의를 통해 유추하고자 한다. 현재 사이버 공간에 대한

논의들의 대부분은 토마스 모어의 유토피아에서 관찰 할 수 있듯이, 사이버 공간을 현실과 다른, 실재하고 있는 공간으로 간주하는 경향이 있다. 과연 사이버 공간은 모어의 유토피아처럼 현실과 다른 어디에 실재하고 있는 것인지, 아니면 사이버 공간이 현실 세계의 한 부분을 드러내고 있는 사회 체계를 형성하는 구성 요소인지 등에 대한 이해가 필요하다. 따라서 본 보고서에서는 첫째, 사이버 공간의 정체성을 이해하고자 한다. 이를 위해 르페브르의 공간에 대한 논의와 푸코의 권력 개념을 토대로 사이버 공간의 정체성을 밝히고자 한다. 둘째, 사이버 공간의 정체성에 대한 이해를 근거로 하여 과연 디지털 공간에서의 사람들의 커뮤니케이션 행위의 특성이 무엇인지를 규명하고자 한다. 커뮤니케이션 매체는 물질적인 특징으로 인해 사람들의 커뮤니케이션 행위에 지대한 영향을 미친다. 이에 대한 논의들은 이미 매체 이론(media theory)을 통해 진행되어 왔다.

컨버전스로 인해 나타난 공간에서의 커뮤니케이션 양식을 규명하기 위해 첫째, 디지털 공간에서 빈번하게 커뮤니케이션을 하는 사람들을 대상으로 2009년 8월에 20명을 대상으로 심층면접을 하였으며, 심층면접과 병행하여 온라인의 토론 사이트인 다음의 아고라를 참여 관찰하였다. 다음의 아고라를 선택한 이유는 촛불시위를 통해 일반인들에게 많은 사람들이 참여하고 자유롭게 자신들의 의견을 개진할 수 있는 공간으로 인식되고 있기 때문이다. 셋째, 실증연구를 통해 ① 온라인에서의 사회적 관계의 본질은 무엇인지, ② 이들 온라인상의 관계들이 실제적인 사회적 관계에 어떤 영향을 미치는지에 대한 사람들의 인식을 조사하였다. 이에 대해서는 온라인에서 활발한 활동을 보이고 있는 청소년을 대상으로 연구하고자 한다.

컨버전스(convergence), 즉 융합이란 뜻의 용어는 컴퓨터를 비롯한 디지털 정보·통신 기술의 급속한 발전으로 인해 가속화되고 있는 정보화 사회를 특징짓는 대표적인 키워드가 되었다. 원래 이종의 미디어 기술들 간의 단일한 인터페이스로의 통합을 지칭하던 협소한 의미에서의 ‘미디어 융합(media convergence)’이 이제는 커뮤니케이션 영역을 넘어 사회 전 영역의 변화 현상을 설명하는 광의의 의미를 갖게 된 것은 그만큼 커뮤니케이션 기술이 지닌 사회적 의미가 크다는 것을 의미한다.

미디어 기술의 융합 현상이 확산됨에 따라 나타나는 한 가지 주요한 특징은 커뮤니케이션 매체의 개별화(individuation)이다. 개별화는 발전된 커뮤니케이션 기술을 기반으로 한 이용자 중심의 커뮤니케이션 서비스 제공 및 그로 인한 사회문화적 다양성의 추구하고 관련된 긍정적 개념이다. 오픈·공유·참여 등의 키워드로 표현되었던 웹 2.0 시대를 넘어 앞으로의 웹 3.0 시대에서는 인터넷 커뮤니케이션의 개별화가 본격적으로 진행될 것으로 예상되는데, 이미 인터넷상에서 활용 가능한 다양한 개인맞춤형 서비스들이 이러한 개별화 현상을 잘 보여주고 있다.

이러한 커뮤니케이션 과정에서의 개인의 주도성 강화라는 현상의 정점에 미니홈피나 블로그와 같은 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스와 휴대폰이 자리하고 있다. 사람마다 성향은 물론 관심 영역 역시 다르다. 하지만 대개의 포털 사이트는 마치 전통적인 매스미디어처럼 모든 사람에게 동일한 방식으로 정보를 전달하는 구조를 가지고 있어서 개개인의 의사가 잘 반영되지 못한다. 반면에 미니홈피나 블로그는 같은 정보를 개별화하여 구성해 주고, 개개인은 각자의 구미에 맞춰 정보를 취사선택할 수 있도록 서비스되며, 정보 배치도 개인이 원하는 방식으로 제시해 준다는 이점을 가진다. 이는 휴대폰의 사용에 있어서도 마찬가지이다. 최근의 휴대폰은 음성대화를 위한 단순한 커뮤니케이션 수단에서, 영상통화, 문자메시지 전송, 이메일 확인, 블로그 및 미니홈피 확인, 채팅 등 ‘커뮤니케이션 기능’이 대폭 확장되었고, DMB, MP3, 게임, 영화감상, 사진촬영 등 ‘오락 기능’, 모바일 뱅킹, 모바일 쇼핑, 모바일 증권 등 ‘주문/구매/서비스 기능’, 길 찾기, 버스도착 확인, 개인일정을 세우거나 확인하는 ‘정보/일정 관리 기능’, ‘학습 기능’ 등 다양한 기능이 포함된 일종의 ‘토털 미디어’로서 기능하고 있다(이정기·황상재, 2009). 이정기·황상재(2009)의 연구에 의하면 10대 청소년의 휴대폰 이용 동기의 경우 과시 및 체면동기가 제1요인이었는데, 이는 10대에게 휴대폰은 그 기능과 디자인 등을 심리 변인에 의거 취사선택 할 수 있게 고안된 개별화된 미디어라는 점을 보여준다.

그러나 컨버전스 미디어가 지속적으로 발달함에 따라 확산되고 있는 커뮤니케이션의 개별화 또는 참여의 주체화라는 상대적으로 바람직한 문화의 이면에는 공동체

속에서의 소외와 고립 그리고 중국에는 공동체 네트워크들 간의 단절을 의미하는 개인화(individualization)라는 부정적 현상도 동시에 심화될 여지가 공존한다는 사실에 주목할 필요가 있다. 개인화는 프랑스의 사회학자인 에밀 뒤르켐(Emile Durkheim)이 1897년에 발표한 저서 《자살론》에서 언급한 개념으로서, 한 사회에서 개인과 사회의 결합과 유대관계가 약화되는 것을 의미한다.

인터넷과 휴대폰과 같은 정보통신 네트워크를 기본적인 사회적 커뮤니케이션 인프라로 활용하는 현 상황에서 사람들은 사이버 상에서 일도 하고 유희도 한다. 이렇게 네트워크에 의존해서 삶을 살아가는 사회의 구성원들은 공적인 이슈에 무관심하고 다른 사회구성원들과 상대적으로 느슨한 유대 관계를 갖고 있다. 그 이유는 전통적인 사회 이외의 영역인 정보사회의 다양성 속에서 선택의 기회가 많아지고, 사람들이 기존 사회보다는 오히려 네트워크에 대한 의존성을 강화시키면서 스스로 사회와 등을 돌려 사회적 소외감을 자초하기 때문이다.

우리나라는 전통적으로 공동체 사회로서 사회의 소속감과 집단의식이 굉장히 강한 편이었다. 하지만 오늘날 그러한 공동체 의식과 인간적 유대 관계가 끊어지고, 많은 사람들은 사이버 공간 속에서 독자적이고 개인적인 삶에 익숙해지고 있다. 이러한 현상의 극단적인 심화가 초래할 수 있는 사회적 및 개인적 차원에서의 부정적 효과들의 일부는 이미 우리 사회에서 목격되고 있다. 예를 들어, 우리는 컴퓨터 작업 중 뭔가 의도대로 일이 뜻대로 되지 않고 오류가 생겼을 때 리셋버튼을 누름으로써 시스템을 재가동시킨다. 이와 마찬가지로, 인간생활에서도 뜻하는 바대로 일이 이루어지지 않고 자신의 상황이 마음에 들지 않을 때, 원점으로 인생을 되돌릴 수 있다고 생각하는 정신질환이 리셋 증후군(reset syndrome)이다. 리셋 증후군이라는 사회적 병리현상의 이면에는 매체에 대한 지나친 의존이 가져오는 인간의 고립화가 내재되어 있다. 또한 사회로부터의 단절, 그리고 컴퓨터 현실 내지는 가상현실을 실제 현실로 착각하는 현상 역시 디지털 매체에 대한 맹목적 의존이 야기하는 결과로서, 이는 결국 정보사회를 위협하는 중요한 문제가 되고 있다.

또 다른 예로써, 얼마 전부터 일본을 비롯하여 우리나라에서도 정상적인 사회 활

동을 거부한 채 밀폐된 공간에 집착하는 히키코모리(구석방 폐인)족이 늘어나면서 사회적 문제가 되고 있다. 히키코모리는 틀어박힘이라는 뜻의 일본말로 사회생활에 적응하지 못하고 자신만의 한정된 공간에서 은둔 생활을 하는 사람을 일컫는다. 이와 같은 구석방 폐인이 늘어나는 이유 중의 하나는 인터넷이라는 나만의 사이버 공간이 있기 때문이다. 어떠한 이유로든 현실 공간보다 사이버 공간에 더욱 빠져들으로써 사람간의 대면 커뮤니케이션이 점점 없어져 사회성을 상실하고 결국은 점차 고립화되어 간다.

미디어 기술의 변화는 필연적으로 인간관계의 변화를 유발한다. 온라인 커뮤니케이션 기술이 인간이 일찍이 경험하지 못했던 새로운 차원의 사회적 관계를 경험하게 했듯이 이미 형성된 온라인과 오프라인에서의 사회적 관계 역시 커뮤니케이션 매체의 개별화 현상이 진전됨에 따라 변화하게 될 것이다. 이러한 상황에서 미니홈피나 블로그와 같은 새로운 인터넷 커뮤니케이션 서비스들은 사람들의 사회적 관계 회복에 대한 욕구를 실현하는 하나의 공간으로서 최근 주목을 받고 있다. 한 설문조사 결과에 따르면, 대학생들은 미니홈피나 블로그와 같은 공간을 지인과 인맥 관리의 목적으로 가장 많이 사용한다고 한다. 개인화되어가는 사회에서도 사람들과 연결되고자 하는 욕구가 미니홈피나 블로그와 같은 인터넷 공간을 통해 실현되는 현상이 증가하고 있는 것이다. 이는 휴대폰 이용도 다르지 않다. 토탈미디어로 진화한 휴대폰 이용동기에 있어 10대들은 타인과의 관계를 위한, 심리적이고 과시적인 이유로 휴대폰을 이용하는 경향이 나타나고 있다(이정기·황상재, 2009). 개인화되어 가는 사회라고 하지만 휴대폰 미디어를 통해 타인과 소통하고자 하는 모습이 나타나고 있다는 것이다.

이에 본 연구는 사회적 관계 형성 및 유지의 중요한 수단으로 기능하였던 인터넷 상의 커뮤니티 방식이 아닌 미니홈피나 블로그로 대표되는 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스, 그리고 휴대폰을 통해 미디어 이용자들이 어떻게 관계를 형성 또는 유지하고, 이용자들이 맺는 사회적 관계의 양적 그리고 질적 특성에 영향을 미치는 요소들은 무엇인지를 청소년들을 대상으로 한 경험적 분석을 통해 알아보려 했다.

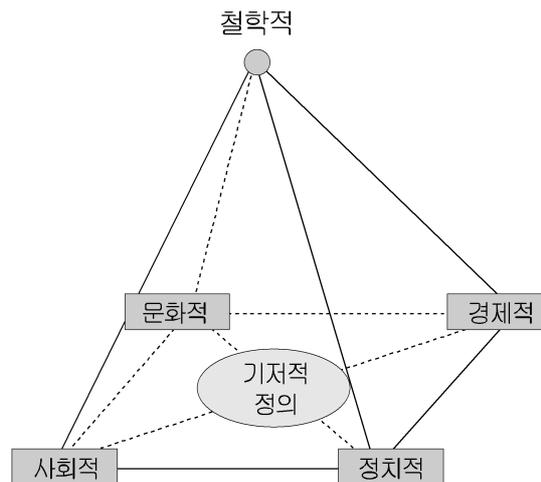
다. 연구 대상으로서의 청소년들은 본 연구의 주요 관심인 미니홈피나 블로그와 같은 새로운 기술들을 가장 빠른 속도로 수용하는 특성을 가진다. 한편, 청소년들에게 휴대폰은 가장 손쉽게 이용할 수 있는 친근한 미디어이다. 청소년들이 기존의 틀에 얽매이지 않고 변화를 받아들일 수 있는 감수성이 풍부한 발달 단계에 있는 세대임과 동시에 새로운 매체를 능동적으로 수용할 수 있는 지적 능력 또는 디지털 리터러시와 풍부한 경험을 보유하고 있기 때문인 것으로 해석된다. 이에 본 연구에서는 청소년들을 대상으로 융합된 미디어인 개별화된 인터넷(블로그/미니홈피)과 휴대폰의 성향적 이용 동기와 이용행태를 파악하고 디지털 컨버전스 매체 이용이 디지털 컨버전스 문화 패러다임의 변화를 이끌어 내는지에 대해 조사하고자 했다.

## 제 2 장 이론적 논의

### 제 1 절 디지털 컨버전스 개념 정의

현재 디지털 컨버전스가 무엇인지에 대한 논의들이 진행되고 있다. 그럼에도 불구하고 첫째 디지털 컨버전스에 대한 기존의 기술 및 기능 중심적 개념으로는 정치, 경제, 사회, 문화 및 의식세계 전반의 변화상을 담아내기에 한계가 있다는 점, 둘째 단일 프로젝트 내에서 너무 이질적이거나 상반된 정의들이 혼재하는 현상을 지양해야 한다는 점에서, 디지털 컨버전스 개념에 대한 “기저적 정의(baseline definition)”가 연구자들 간에 공유되는 것이 바람직하다.

[그림 2-1] 디지털 컨버전스의 개념 체계도



그러나 컨버전스의 개념화는 다양한 관점이나 방식으로 이루어질 수 있어, 영역별 특성이 반영된 독자적 개념 정의가 동반되는 것이 바람직하다고 생각되어, i) 다

디지털 컨버전스에 관한 “기저적 정의(baseline definition)” 외에, ii) 정치, 경제, 사회, 문화의 4대 활동 범주에 적실한 컨버전스의 “영역별 정의(domain definitions)” 경제, 사회, iii) 상기 활동들의 인식론적·존재론적 의미를 별도로 규정하는 “철학적 정의(philosophical definition)”로 이루어진 피라미트 형태의 개념체계를 구성해야 한다.

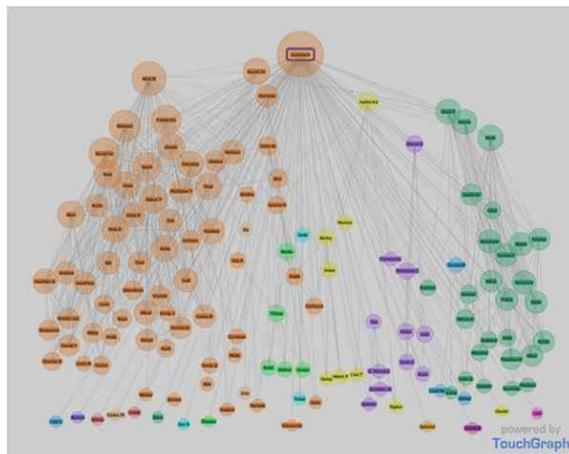
기저적 정의(Baseline Definition)는 “디지털 기술로 인한 미디어 환경과 소통양식의 변화로 정보·컨텐츠가 다른 영역을 넘나들어 부문간 경계가 약화됨으로써, 기존의 이질적 요소들이 모이고(수렴), 섞이고(혼합), 바뀌고(변형), 나뉘고(분화), 거듭나거나(재구성) 새로운 것으로 창발하는 현상”이라고 할 수 있다.

영역별 정의(Domain Definitions)는 정치, 경제, 사회, 문화의 영역으로 구분할 수 있다. 첫째, 정치영역에서 디지털 컨버전스의 정의는 “기술, 서비스, 산업 등이 디지털을 매개로 수렴되거나 분화됨으로 인해 정치행위자의 제도적 개입·조정과 시민·소비자의 참여를 둘러싼 기존의 조직과 행동양식이 통합되거나 재구조화되는 현상”을 말한다. 둘째, 경제영역에서 디지털 컨버전스의 정의는 “기술, 제품, 서비스 및 산업 수준에서 일어나고 있는 디지털 전환과 그 확산의 결과로 발생하는 산업과 생산자, 소비자, 시장에서의 행태와 관행, 절차, 문화 등이 변화, 소멸, 또는 신생되는 현상”을 의미한다. 셋째, 사회영역에서의 정의는 “디지털 기술에 기반한 탈(脫)계약적 의사소통으로 미시적 인간관계에서 거시적 사회구조, 외적 생활환경에서 내적 의식세계, 실제 현실에서 가상세계에 이르는 사회적 행위 공간 전역에서 복합적으로 전개되는 일련의 이합 집산적 현상”을 말한다. 넷째, 문화영역에서의 정의는 “디지털 화에 따라 네트워크 기반의 호환성과 이동성이 제고되면서 흩어져있던 정보와 콘텐츠뿐만 아니라 사람 간의 연결이 활성화되고 이종적인 장르 간의 혼종, 감각의 확장, 물리적 공간과 디지털 공간의 혼재가 일상화되어가는 현상”을 말한다. 한편, 디지털 컨버전스의 철학적 정의(Philosophical Definition)는 “존재하는 모든 것들이 디지털로 수렴됨으로 인해 사물, 인간, 생명, 그리고 가상과 현실이 기존의 존재론적 경계를 상실하고 상호 침투하고 혼합되거나 창발하는 현상”을 의미한다. 이에 본 보고서 영역인 문화 영역에서는 디지털 컨버전스를 연결성과 이동성의 틀에서 분석하고자 한다.

## 제2 절 네트워크 구조의 변화

전통적으로 자연독점이론이 전화산업구조를 지배하여 왔다. 그 이유는 첫째, 산업의 고정비용이 높다는 것이다. 전화사업에 참여하기 위해서는 초기에 엄청난 비용의 시설투자와 노동비가 필요하다. 그러나 일단 초기 투자가 완료되면 한계비용은 거의 제로에 가깝게 된다. 그렇게 함으로써 평균비용의 감소와 더불어 규모의 경제를 가져올 수가 있고, 결국 규모의 경제로 인해 여러 회사가 있는 것보다는 거대한 회사 하나가 더 효율적이라는 것이다. 이러한 경제적 논리—특히 벨 회사에서 제기된—로 인해 전화산업에서는 하나의 안정된 회사만이 필요하다는 믿음을 갖게 되었다. 전화사업에서 초기의 높은 고정비용은 바로 교환기 때문이다. 전화사업이 나타난 초기에 전화서비스는 점대 점을 전화선으로 연결하는 형태를 띠고 있었다. 따라서 고가의 회선교환 방식(circuit switching)을 저가의 전화선으로 대체하는 것이 바람직하였다. 결국 초기에는 전화선이 교환기에 비해 상대적으로 저렴하여 전화선이 네트워크의 구조를 결정짓는데 있어서 매우 중요하였다. 이러한 이유로 아래의 그림과 같이 피라미드 네트워크 구조를 이루었다.

[그림 2-2] 피라미드 네트워크



그러나 현재의 디지털화된 전화네트워크와 현저하게 다른 점이 바로 교환기에 달려 있다. 과거의 자연독점 논의에도 불구하고 현재 우리들은 과연 전화사업이 자연독점인지에 대한 의문을 갖게 되었다. 실제로 데이비스는 “테크놀로지 결정론적인 시각과는 반대로, 정보통신의 하부구조가 독점적으로 구조화 된 이유는 바로 정치적인 선택이다”(Davies, 1994: 242)라고 주장한다. 즉, 정보통신의 테크놀로지 특성으로부터 자연발생적으로 형성된 것이 아니라 시장구조가 정치와 정책에 의해 결정되었다는 것이다. 하지만 이러한 자연독점에 대한 논의는 바로 중앙집중적인 운영과 규모의 경제에 의해 옹호되었다. 일반인들은 전화회사에 독점적 위치를 부여하는 대신에 보편적 서비스를 해야 한다는 의무를 지움으로써 자연독점에 동의를 하게 되었다.

그러나 자연독점에 근거한 보편적 서비스는 바로 경제적인 상황을 고려하지 않았기 때문에, 보편적 서비스는 바로 내부 상호보조로 인해 가능하였다는 태생적 문제점을 가지고 있었다. 즉 시장 환경을 정책이 결정하였다는 것이다. 이러한 내부 상호보조는 경쟁 시대에는 가능하지가 않게 된다. 만약에 시내전화 시장이 경쟁 시대로 접어들게 되면, 과연 어느 누가 상호보조를 위해 고가의 서비스를 사용할 것인가 하는 것이다. 또한 과거와는 달리 가정과 직장의 정보통신 네트워크 사용 상황이 유사하게 되고 있다.

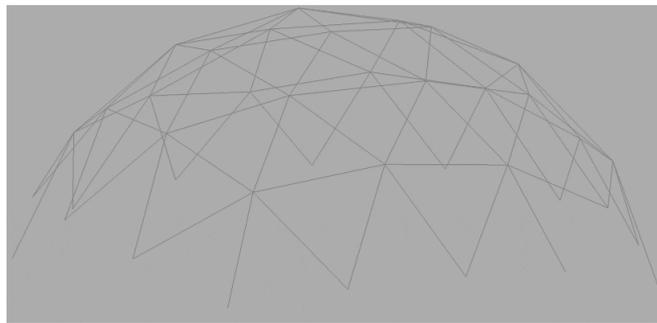
과거에는 영업용과 가정용의 정보통신 요구가 현저하게 차이가 났지만, 현재 그리고 미래에는 거의 유사하게 될 것이다. 즉, 과거에 가정용은 거의 음성서비스에 국한되었지만 현재의 변화하는 정보통신 환경은 그들에게도 데이터 이용이 보편화됨에 따라 정보통신의 가정용과 영업용의 구별이 어렵게 된다는 것이다(Office of Technology Assessment Congress of The United States, 1994: 76).

이러한 경우에 정보통신 이용자들을 사용 현황에 따라 구별한다는 것이 더욱 어려워진다. 다시 말해, 영업용 서비스를 사용하는 사람들이 가정용 서비스 보조를 위해 지불해야 할 보조금 징수가 어렵게 된다. 또한, 가정에서 영업을 하게 됨에 따라 누가 가정용을 사용하고 누가 영업용을 사용하는지를 파악하기도 어렵게 된다. 이

렇게 다양하게 변하는 정보통신 서비스 외에, 또 하나의 중요한 요인은 바로 교환기의 변화이다. 컴퓨터의 급속한 증가와 더불어 전화 네트워크가 계층적 구조와 독점적 구조로부터 비계층적 구조의 네트워크간의 상호접속 형태로 바뀌게 되었다.

이러한 구조의 변화는 바로 전화선과 교환기 비용의 변화로 인해 야기되었다. 과거에는 전화시설을 가설하는 경우에 엄청난 비용이 들면서 거의 모든 비용이 매몰 비용이 되기 때문에 자연독점의 논리가 받아들여졌다. 그러나 현재는 이러한 매몰 비용이 약해지면서—유선 네트워크 외에 무선을 이용한 서비스의 등장으로 인해—정보통신에 있어서 경쟁의 시대를 맞이하게 되었다(Hayashi, 1992: 202). 또한 컴퓨터의 등장으로 인해 교환기의 비용은 급속히 감소된 반면에 전화선은 광섬유 등의 등장으로 과거에 비해 상대적으로 비싸지면서 네트워크의 구조가 과거의 전화선 위주의 피라미드 구조에서 교환기 위주의 지오디식(geodesic)구조로 이행하게 되었다. 이는 바로 네트워크 상에서의 정보 흐름을 관장할 수 있는 이용자들의 영향력이 증대되었다고 할 수 있다(Huber, & Thorne, 1993).

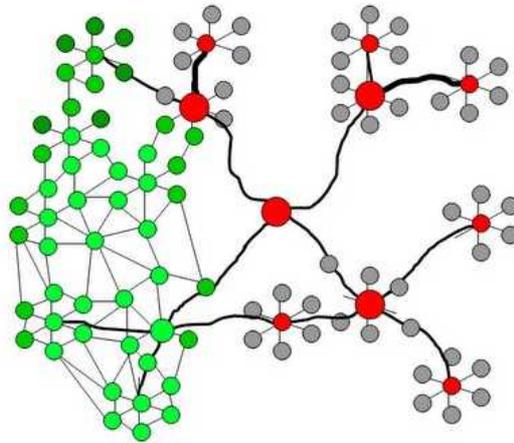
[그림 2-3] 지오디식 네트워크



과거의 전화선이 위주가 된 네트워크는 폐쇄형 네트워크로서 이는 중앙집중형의 네트워크이며, 그림에서와 같이 네트워크 상에 흐르는 모든 정보들이 중앙교환기를 거치게 된다. 이러한 경우에는, 이용자들은 독점적 지위를 누리고 있는 전화업자가 제공하는 틀 내에서 커뮤니케이션을 하게 된다. 그러나 교환기의 저렴화와 전화선

의 고가로 인해, 그리고 컴퓨터의 교환기 역할로 인해 전화 네트워크가 지오디식 구조로 변함에 따라 ‘이용자 지향적’인 네트워크 구조로 변하고 있다. 이렇게 피라미드 네트워크 형태에서 지오디식의 형태로 이행하였다. 현재 네트워크들의 컨버전스가 이루어지면서 아래의 리좀의 형태 네트워크 구조를 갖게 되었다.

[그림 2-4] 리좀 네트워크



컴퓨터 네트워크는 고구마 뿌리처럼 얽힌 구근형 구조를 갖는다. 이것은 줄기와 뿌리, 가지간의 계통적 위계가 서 있는 수목 모델과는 다른 구조이다. 구근형 구조에서 중심은 무의미하거나 힘을 쓸 수 없다. 구근 줄기의 어느 부분에서나 힘이 뻗쳐 나갈 수 있고 그 영향은 신속하게 사방으로 번져나간다. 이러한 컴퓨터 네트워크의 리좀(rhizome) 구조는 수동적 정보 소비자를 적극적인 정보 사용자로 강화하는 가능성을 지니고 있다. 네트워크 사용자는 자신이 전달할 정보의 내용과 전달 시간, 전달 의도, 전달 대상을 선택한다. 뿐만 아니라 자신이 전달받을 정보도 적극적으로 선별할 수 있다. 네트워크 사용자는 적극적 개입과 참여로 스스로 미디어의 내용과 형식을 창출하는 창조적 주체로 설 가능성을 갖고 있다. 바로 이점이 개인의 참여를 확대하고 주체성을 회복하는 민주주의의 초석으로 작용할 수 있는 지점이다.

### 제3 절 디지털 공간에 대한 재해석

1974년에 르페브르는 그의 책에서 다음과 같이 설명하였다. “어떻게 컴퓨터 테크놀로지가 설치되었으며 누구의 목적을 위해 존재하는가? 컴퓨터 테크놀로지가 형성하는 공간의 정체성이 무엇인지 파악하기가 매우 어렵다.”(Lefebvre, 1991: 86) 1984년에 윌리엄 깁슨(William Gibson)에 의해 사이버 공간으로 명명되기까지는 약 10년이 걸렸다. 커뮤니케이션과 정보 테크놀로지가 조성하는 공간을 지칭하기 위한 수사어로서 사이버 공간은 이제 더 이상 신비스러운 이상향을 가리키는 용어가 아니라 어딘가에 존재하는 정보로 구성된 새로운 디지털 공간을 의미한다. “사이버 공간은 전 세계가 네트워크로 연결되어 있으며 컴퓨터로 유지되고 컴퓨터에 의해 접근할 수 있으며 컴퓨터에 의해 조성된 공간이다.”(Benedikt, 1991:122~123). 베네딕트에 의하면 사이버 공간은 많은 사람들이 컴퓨터를 사용하게 되면서 자연스럽게 나타난 공간이다.

그렇다면 이렇게 새롭게 나타난 사이버 공간은 무엇을 의미하는가? 사이버 공간에 의해 나타나는 커뮤니케이션 행위를 이해하기 위해서는 무엇보다도 사이버 공간의 정체성을 파악할 필요가 있다. 현재 사이버 공간에 대한 해석은 첫째, 물리적인 테크놀로지들에 의해 구성된 테크놀로지 존재(Technological being)로서의 사이버 공간(이하, 존재로서의 공간이라 명명함)과 정치적인 테크놀로지로 간주해야 한다는 입장으로 해석되고 있다. 테크놀로지 존재로서의 공간은 사이버 공간을 현실과 다른 공간으로 간주하면서 사이버 공간을 물상화 하고 있는 반면에, 정치적인 테크놀로지로 간주하는 입장은 사이버 공간은 사회 세력들의 새로운 관계의 역학으로 파악하고 있다.

이러한 맥락에서 본 보고서에서는 먼저 사이버 공간을 테크놀로지 존재로 간주하는 논의를 살펴보고자 한다. 존재로서의 공간 논의는 자유론자와 맑시스트로 양분되고 있는데, 그들 공히 사이버 공간은 기존의 사회 공간과는 매우 다른 새로운 공간으로 바라보고 있다. 이에 존재로서의 공간에 대한 입장을 간략하게 살펴보고, 그

들 논의들의 허구를 드러냄으로써 융합 현상으로 인해 나타난 사이버 공간에서의 커뮤니케이션 행위의 실천적인 차원에서의 의미를 도출하고자 한다.

### 1. 사이버 공간과 유토피아 논의

다니엘 벨의 후기 산업사회와 맥을 같이 하고 있는 논의들은 사이버 공간을 정보 사회가 우리들에게 제공한 혜택이라고 이해하고 있다. 사이버 공간은 사람들에게 그들이 동경해 왔던 사회의 모습을 실천할 수 있다는 약속한다고 하는 유토피안적인 견해를 견지하고 있다. 따라서 그들 논의의 대부분은 사이버 공간의 권력 관계를 간과하고 있으며, 사이버 공간이 현실의 공간과는 다른 공간으로 이해함으로써 현실 공간에 존재하는 권력 관계와는 전혀 다른 모습을 보이고 있다고 이해하고 있다.

사이버 공간은 현실의 공간과 근본적으로 별개의 공간이므로 민주적인 권력 행사가 가능하다. 사이버 공간에 내재되어 있는 자유를 보장하기 위하여 현실 공간의 권력 관계로부터 자유로워야 한다. 이러한 시각에서 사이버 공간에서는 주체들이 현실 공간에서의 제약으로부터 자유롭기 때문에, 그들이 염원하는 사회를 영위할 수 있다. “그 어느 누구도 주인이 아니며, 모든 구성원들이 인정받는다.”(Negroponte, 1995:181). 존재로서의 사이버 공간 시각은 테크놀로지들이 발전하면서 나타난 자연스러운 결과의 테크놀로지 진화의 견해와 그 맥을 같이하고 있다. 이로 인해 존재로서의 공간 시각은 사이버 공간이 출현하게 된 역사/사회의 맥락을 간과하고 심지어 감추고 있다. 사이버 공간은 존재로서의 공간이 아니라 사람들의 공간에 대한 욕망을 재현하고 있다.

### 2. 사이버 공간과 맑시스트

어니스트 만델(Ernest Mandel)은 자유주의의 기술 결정론은 자본주의의 모순을 해결하기 위해 나타난 이데올로기에 불과하다고 주장한다(Mandel, 1972:501). 만델과 견해를 같이하고 있는 학자들은 사이버 공간은 단지 자본주의 특히, 다국적 기업의

이익을 보장하기 위해 전략적으로 조성한 국가의 노력으로 치부하고 있다. 산업사회에서 정보사회로의 이행은 생산 양식에서 포디즘에서 자동공정, 유연 전문화, 적시(just-in-time) 생산 등이 특징인 포스트-포디즘의 생산양식으로 이행하면서 사이버 공간이 출현되었다. 자본의 유연 축적은 다국적 기업이 나타나면서 전 세계적으로 흩어져 있는 생산, 유통, 소비의 전 과정을 하나로 묶을 필요가 있었으며 이러한 요구는 바로 테크놀로지 융합과 사이버 공간의 출현을 갖고 왔다. 이렇게 사이버 공간의 존재 이유는 후기 자본주의가 공간과 시간의 축약을 통해 자신의 위기를 극복하고자 하는 노력의 일환이라고 해석하고 있다.

사이버 공간에 대한 맑시스트 입장은 사이버 공간이 앞에서 논의한 자유론자들이 간과하고 있는 현실 사회의 권력 관계에서 나타났다고 간주하고 있다. 그럼에도 불구하고 맑시스트 입장은 단지 사회의 변화를 정보의 생산, 유통, 소비의 측면에 초점을 두고 있다고 하는데 취약점이 있다. 사이버 공간의 권력 관계를 논의하기 위해서는 맑시스트의 접근이 다소 도움이 될 수 있지만, 정보로 표현되는 지식 생산의 사회/역사적인 맥락을 고려할 필요가 있다.

### 3. 르페브르의 공간 이론

르페브르(Lefebvre, 1991)는 철학적, 형이상학적, 수학적 공간과 대비는 공간으로서 ‘사회적 공간’을 논하고 있다. ‘사회적 공간’은 선형적으로 주어진 것이 아니라 인간생활과 더불어 항상 함께하면서 형성·변화해 가는 것으로 이해해야 한다. 공간은 사회적 과정이 작동하는 장소이며 동시에 그 작동에 영향을 미치는 조건으로 이해해야 한다(최병두, 2002:31). ‘사회적 공간’은 인간의 일상적 삶의 행위들이 이루어지는 장소이며 타인과 상호작용하면서 만들어지고 변화되는 공간이다. 또한 그 속에서 활동하는 사람들의 삶과 규범, 가치관에 일정한 영향을 미친다. 르페브르는 삶의 공간을 사회 실천의 공간으로 파악하면서 공간을 단순히 물리적 특성만으로 바라보는 입장을 거부한다. 그는 공간 생산의 의미를 파악하기 위해서는 논리적이거나—수학적 공간의 형식적인 추상화와 함께 사회공간의 실천적—감각적 영역의

설명이 필요하다고 보고 있다(Lefebvre, 1991). 또, 공간을 만들어가는 공간 전문가들의 실천뿐만 아니라, 일상적 삶을 통해 이루어지는 다양한 공간 활용과 공간에 대한 의미 부여를 포함한 인간의 공간 실천행위를 이해할 때, ‘공간 생산’의 의미를 보다 명확히 파악할 수 있다고 주장한다. 더 나아가 르페브르적인 이러한 ‘공간’이 자본주의적 생산과정을 통해 하나의 상품으로 만들어지는 과정, 즉 ‘상품으로서의 공간의 생산’ 또한 고찰하고 있다.

상품으로서의 공간은 일련의 행위(operation)과정의 산물로서 단순한 사물로 환원될 수 없으며, 행위를 제안하거나 금지하면서 새로운 행위가 일어날 수 있도록 허용한다. 이러한 행위들 사이에서 어떤 사람들은 공간의 생산에 봉사하고 어떤 사람들은 공간을 소비하게 된다(Lefebvre, 1991:73).

‘상품으로서의 공간’은 물질 생산을 위한 환경을 조성해주며 이 과정에서 공간 자체가 하나의 생산요소가 되며 나아가 주요한 생산력으로 자리 잡게 된다. 공간 생산을 위한 행위 과정에서 물리적 공간 위에 존재하는 사물들과 환경들은 재조정의 과정을 겪게 되며 공간의 의미와 구성, 질서는 변화하게 된다.

사회적 공간은 자연이나 과거의 역사로서 적절하게 설명될 수 없다.…… 집단들의 행위, 지식, 이데올로기, 재현 영역 안에 존재하는 요인들이라는 매개물을 고려해야 한다. 사회적 공간은 자연적이고 사회적인 대단히 다양한 사물(objects)들을 담고 있다.…… 이러한 사물들은 단순한 물건만이 아니라 관계를 포함한다. 사물로서 그것들은 독특성(peculiarity)과 윤곽(contour), 형태를 가진다. 사회적 노동은 그것들의 물질성, 자연적 상태에 영향을 주지 않으면서 시공간적 지형(configuration) 속에서 그것들의 위치를 재조정함으로써 그것들을 변형시킨다(Lefebvre, 1991:77).

르페브르는 이러한 변화의 과정을 통해 형성되는 공간은 하나의 가치나 의미를 갖는 것이 아니라 다각적(polyvalence) 특성을 갖게 된다고 본다. 또한 동일한 물리적 공간 위에는 다양한 사회적 공간이 형성되며 겹쳐지게 된다. 사회적 공간들이 서로 겹쳐지거나 침투하게 되는 원리에 대한 분석을 함으로써 부분공간들이 갖고 있는 다양한 사회적 관계를 알 수 있게 된다. 공간 배치와 재조정의 과정에는 다양한

사회적 계급과 사회적 존재의 의도와 이해관계가 개입하게 되며 이를 통해 다양한 사회적 공간이 생성되고 겹쳐지게 된다. 이 과정에서 각각의 계급은 자신들의 이해 관계를 반영할 수 있는 공간 구조와 질서를 만들기 위해 끊임없는 투쟁과 실천을 벌여나가게 된다. 르페브르는 이러한 공간 실천이 구체적으로 어떠한 층위를 갖고 수행되는가를 보려 하였으며 그것을 세 가지 층위로 제시하고 있다. 그는 ‘공간적 실천(spatial practice)’, ‘공간의 재현(representations of space)’, ‘재현의 공간(representational spaces)’이라는 세 가지 층위를 제시한다. 르페브르는 세 가지 층위를 다음과 같이 정의하고 있다.

1. 공간적 실천: 공간의 생산과 재생산, 특정한 입지(location), 각각의 사회적 양식의 공간적 구성의 특성(spatial sets characteristic of each social formation)을 포함. 공간적 실천은 연속성과 어느 정도의 고정성을 보장 해준다. 사회의 공간적 실천은 변증법적 상호작용 속에서 사회적 공간을 은폐하게 된다. 공간 해독 작업을 통해서 사회의 공간적 실천이 드러나게 된다. 일상적 실재와 도시 생활의 실재 사이에서 공간적 실천은 밀접한 결합을 체현한다. 모든 사회구성원의 특정한 공간적 특성과 행위 수행(performance)은 경험적으로 평가될 수 있다. 공간적 실천은 확실한 고정성(cohesiveness)을 가져야 하지만 그렇다고 명확하게 파악될 수 있는 것은 아니다.
2. 공간의 재현: 생산관계, 생산관계가 부과하는 질서, 지식, 기호(sign), 부호(code), ‘표면적frontal’ 관계와 연결되어 있다. 개념화된 공간, 과학자, 계획자(planner), 도시계획가(urbanist), 관료적 구획 분할자(technocratic subdivider), 사회공학자의 공간. 어느 사회에서든지 지배적 공간이 된다. 이들의 공간 개념은 언어적(지적인 모습으로 구성된 intellectually worked out) 기호체계를 향하게 된다.
3. 재현의 공간: 복합적인 상징, 부호를 체현하며 사회적 삶의 숨겨진 부분과 연결된다. 조합된(associated) 이미지와 상징을 통해 직접적으로 살아가는 공간. ‘거주자’와 ‘이용자’의 공간, 묘사하는 것 이상을 열망하지 않는 예술가와 작가, 철학자들의 공간, 변화와 전유를 추구하는 상상력의 공간, 상징 사용을 통해서 물

리적 공간을 덧씌우는 공간. 비언어적 상징과 기호로 구성된, 일말의 명석함 (more or less coherent)을 갖는 체계를 향한다(Lefebvre, 1991, pp.33~38).

건물이나 구조물을 만든다거나 공간을 일상적으로 이용하는 것이 공간적 실천을 구성하게 된다. 이 과정에서 사람들 사이의 상호작용이 이루어지며 상호작용을 통해 형성되는 다양한 사회적 관계망을 바탕으로 사회적공간이 형성된다. 그렇게 만들어진 공간은 일정한 영속성과 특성을 갖게 된다. 지배적 성과에 의해 만들어진 공간은 사회적 관계를 은폐하는 역할을 하게 되며 숨겨진 사회적 관계는 공간에 대한 분석을 통해서 드러날 수 있다고 르페브르는 보고 있다.

공간의 재현은 공간 계획을 입안하고 공간 개념을 만들어 내는, 소위 말하는 공간 전문가들에 의해 만들어지는 개념화된 공간이라고 할 수 있다. 이들이 만들어내는 공간 개념이 한 사회의 지배적 공간 개념이 된다. 공간 개념을 만들어 내고 이를 구체화시키려 하는 사람들은 자신들의 개념 체계가 하나의 언어적 기호체계 혹은 주류 담론체계로 보이게 함으로써 사람들이 그것을 자연스럽게 체화하고 받아들일 수 있도록 한다. 우리가 사회의 지배적 언어체계, 기호체계에 자연스럽게 적응하고 그것을 따르듯이 공간에 대한 지배적 개념들을 자연스럽게 체화하고 그 규칙과 질서에 적응하고 순응하도록 하는 역할을 하게 된다.

재현의 공간은 구체적인 삶의 장소에서 행위를 수행하는 사람들에 의해 만들어지는 상상의 공간 혹은 상상에 의해 만들어질 수 있는 공간이라고 할 수 있다. 이미지와 상징의 변화, 상징 행위의 수행을 통해서 기존의 공간 이미지를 변화하고 새로운 공간에 대한 이상을 만들어가는 공간적 실천이라고 할 수 있다. 이 과정을 통해서 공간의 재현이 표현하고 있는 지배적 공간 개념에 저항하거나 공간적 실천을 통해 일정한 영속성을 확보하고 있는 기존의 공간 위에 새로운 공간 개념을 덧씌우는 작업을 수행 하게 된다.

공간의 재현이 공간을 어떻게 정의내릴 것인지에 관심을 집중한다면 재현의 공간은 공간을 이용하며 사회적 의미를 만들어내고 전달하며 표현 하려는 인간의 구체적이고 주체적인 행위의 측면, 실천의 측면에 집중하게 된다. 이러한 공간 실천을

통해서 공간의 재현과 재현의 공간이라는 사회 공간의 두 가지 층위가 모순되고 긴장된 관계를 형성하며 지배적 코드에 대한 전복이나 도전이 이루어지게 된다(박세훈, 1994:25). 일상적 삶을 영위하는 사람들은 대부분 공간의 재현, 공간적 실천을 통해 형성된 공간을 소비하게 되며 이 과정에서 지배적 공간 개념과 질서를 익숙하게 받아들이며 순응하게 된다. 반면에 일부의 사람들은 공간 소비행위 과정에서 새로운 공간 개념을 찾으려 노력하며 새로운 공간 이용 행위를 통해서 기존의 공간이 갖고 있던 개념과 질서를 전복하게 되는 것이다.

또한 르페브르는 지배 공간과 전유공간을 제시하고 있다. 지배공간은 기술, 실천에 의해 매개된 공간으로서 정치적 권력 자체와 그 기원을 같이 한다. 전유 공간은 자연 공간이 어떤 집단의 필요와 기대를 위해 변형될 때 말해질 수 있는 것으로 어떤 측면에서, 어떤 방식으로, 누구에 의해, 누구를 위하여 전유되어 왔는가에 따라 다른 구조를 가지게 된다(Lefebvre, 1974/1991, pp.164~165). 공간의 재현은 지배공간을 만들어내려는 지배 계급의 의도가 반영된다고 할 수 있다. 재현의 공간은 전유의 과정, 즉 각각의 계급과 주체가 자신의 의도 하에 공간을 점유하고 새롭게 포함함으로써 지배공간과 다른 공간을 만들어내는 것이라 할 수 있다. 따라서 전유된 공간은 다양성의 측면을 갖고 있으며 이러한 다양성과 공간의 재 전유는 새로운 공간 생산에 대해서 우리에게 많은 것을 가르쳐주기 때문에 중요한 의미를 갖는다고 르페브르는 보고 있다.

르페브르는 사회 관계가 공간 구성에 반영된다고 보고 있다. 이러한 맥락에서 사 이버 공간은 현실과 다른 공간이 아니라 사회 관계의 다양한 모습들이 조성하는 공간으로 이해할 수 있다. 르페브르의 공간성에 대한 논의가 공간의 사회성을 이해하는데 커다란 도움을 주고 있음에도 불구하고, 그가 공간성을 자본주의와 연결시켜 논의하고 있는 관계로 공간성에 내재되어 있는 사회 관계들의 권력 논의를 경제적 인 측면에 국한시키는 결과를 초래하였다. 이에, 르페브르의 경제 환원적인 권력 관계의 공간성을 극복하기 위해 푸코의 논의를 살펴볼 필요가 있다.

## 제 4 절 사회 장치(Dispositif)로서의 디지털 공간과 권력 의미의 변화

### 1. 푸코의 권력의 변화 논의

푸코의 권력 개념은 강압적이고, 부정적인 제도 권력이 아니라 생산적이고 긍정적인 효과를 갖고 있다(Foucault, 1982:88-98). 기존의 권력 개념은 타자의 행위를 통제하고 금지하는 권위적인 영향력으로 간주되어 왔다. 그러나 푸코는 권력을 지식을 구성하는 능력의 관점에서 바라보고 있다. 현실의 실체를 파악하는데 도움이 되는 정보 생산과 관련하여 권력은 행사된다(Foucault, 1979:170&194). 진실은 사람들의 인식밖에 존재하는 추상적인 실체이기 보다는 ‘진실에 대한 의지’이다. 진실에 대한 의지는 진실을 인식론적인 토대(foundation)로부터 분리시키면서 진실을 담론을 통해 밝히고자 한다. 따라서 진실이 진실에 대한 의지에 의해 방해받기 때문에 사람들은 진실을 알 수 없다.

이렇게 권력의 근거를 제도적인 도구에서 분리시킴으로서, 푸코는 권력을 분석하려는 그 어떠한 시도는 누가 권력을 갖고 있고, 누구에게 권력이 행사되는가로부터 권력의 효과로 이행되어야 한다고 역설하고 있다(Foucault, 1980:97). 푸코의 권력 개념은 전략적이다. 기존의 권력 개념에서 수 많은 사회 관계 내에 존재하는 관계망에서 권력 개념을 찾고 있다(Sawicki, 1991:21).

전략적인 맥락에서, 권력은 계속성을 갖고 있으며 대등하지 않은 관계 내에서 매우 복잡한 미시적인 투쟁(micro-struggle)이다(Thompson, 2003: 116-117). 푸코가 기존의 권력의 개념과 다른 개념을 제시하고 있는 이유로서는, 정체성 형성의 독립성을 인정하고 있지 않기 때문이다. “권력의 존재는 폭력이 아니다. ... 권력은 모든 가능한 행위에 영향을 줄 수 있는 행위의 총체적 구조이다.”(Foucault, 1982: 220-221). 푸코가 제시하고 있는 권력은 단지 지식을 생산하는 행위를 의미하지 않는다. “저항이 없다면 권력의 관계가 없다. 권력의 관계가 실행될 때, 저항은 즉시 나타난다.”(Foucault, 1980: 142). 사람들은 엘리트가 통제하는 테크놀로지 하부구조라는 도구를 사용하면서 디지털 공간에 존재한다. 그러나 테크놀로지 하부 구조는 사람들이

권력을 가질 수 있는 도구를 제공하기도 한다. 디지털 공간은 수 많은 사회 관계들이 형성되면서 권력과 권력에 대한 저항을 반영한다.

권력은 전략인 동시에 관계로서 특정인에 의해 소유되는 것이 아니라 사회적으로 행사되는 전략이며 사회 집단들 사이에서 발생하는 일종의 효과이다. 권력은 중심을 갖고 피라미드적인 방식으로 위에서 아래로 억압의 기제를 통하여서 작동하는 것이 아니라 다양한 가치를 가지고 분산된 매우 다양한 층위를 가로질러 실행된다. 그것은 사회 체계의 상부에 위치하고 있지 않으며 아주 미세한 톱니바퀴처럼 신체, 몸짓, 태도, 개인의 일상생활에 이르기까지 모세혈관이라고 부를 수 있을 정도로 미세하게 접근한다. 이러한 기계장치는 다양한 동기를 지닌 기획의 산물로서 자체의 상황과 역사를 지닌 채 미시적으로 작동한다. 종래의 권력이 억압하고 금지하고 검열하는 것이라면, 이제 권력은 실재를 생산하고 진리를 산출한다.

## 2. 전략적인 권력 행사로서의 사회 장치(dispositif)

푸코의 전략적인 권력의 개념을 디지털 공간에 적용하기 위해서는 푸코와 들뢰즈가 제시하고 있는 장치(dispositif; social apparatus)에 대한 이해를 필요로 한다. 앞에서 논의하였듯이 푸코의 권력의 개념은 개인의 자유를 제한하는 권력에서 사람들의 관계 속에서 나타나는 담론들의 진행에 영향을 주는 권력으로 이행하였다. 권력이 부정적이고 강압적인 특징을 갖고 있었다면, 효율적으로 행사되지도 않았으며 지금과 같이 권력의 관계가 안정적일 수 없다(Foucault, 1979). 권력은 변화하면서 서로 연결되어 있는 네트워크를 형성하면서 사회에 깊숙이 침윤되어 있다. 권력은 지식과 주체 형성과 깊은 관계가 있다. 따라서 권력이 사회의 특정한 제도 혹은 기구에만 한정되어 있지 않다. 주체성이 권력과 지식과 연관되어 있기 때문에, 독립적인 개인을 이야기 하는 것은 불가능하다. 권력의 네트워크는 다양한 권력 관계를 포함하고 있으며, 그 권력 관계들이 안정적이지 않으며 갈등 관계로 전환되기도 한다. 전략적이고 생산적인 차원에서의 권력에서는 사회 장치인 담론, 실천, 주체성의 관계가 중요한 역할을 한다.

들뢰즈는 장치에 대해 명료하게 정의 내리고 있다. 그에 의하면 *dispositif* 는 선(*lines*)<sup>1)</sup> 들을 포함하고 있는데, 선들은 방향(*direction*)과 두 갈래로 나누어짐(*bifurcating*) 측면에서 변화하기도 하고 중지되기도 한다. 또한 표류하기도 한다(Deleuze, 1992:159). 들뢰즈는 *dispositif*에 대해 네 가지 차원으로 설명하고 있다. 가시성(*visibility*)과 언명(*enunciation*)은 사물이 보이게 하면서 지식을 생산하는 장치이다. 비록 권력이 모든 장치에 스며들어 있음에도 불구하고, 권력은 영향력의 선(*line of force*)을 따라서 명료하게 나타난다. 영향력의 선들은 기존의 권력 관계와 상호 작용하면서 기존의 권력 관계의 향방에 지대한 영향을 주게 된다.

들뢰즈는 주관화에 대해 다음과 같이 논의하고 있다. “주관화(*subjectification*)는 과정이며 사회 장치에서 주체성을 형성한다. 주관화는 사회 장치가 허용하는 만큼 형성된다. 주관화는 도피이다. 기존의 주관화로부터 벗어나게 한다. 자아(*the Self*)는 지식도 아니고 권력도 아니다. 자아는 집단과 사람들과 관련을 가지면서 나타나는 개별화(*individuation*) 과정이다.”(Deleuze, 1992:161). 들뢰즈는 전통적인 사고방식을 지양하고, 사회를 흐름과 선으로 정의하고 있다. 사회의 기본 단위는 고정된 개인(주체) 혹은 집단(주체)가 아니라 *dispositif*를 통해 개인의 주체성이나 집단의 정체성이 안정된 구조 속에 존재하는 변하지 않는 점들이 아니라 연속적으로 변화하는 선 위에서 발생하는 일시적인 선들의 집합으로 보고 있다.

산업사회에서의 근본적인 자기-테크놀로지(*self-technology*) 개념은 그리스의 고전적인 개념인 “너 자신을 알라(*know thyself*)”이었지만, 포스트 산업사회에서는 “자신을 돌보라(*care for the self*)”이다(Townley, 1995). 너 자신을 알라의 자기 테크놀로지 시대에서는 개인들은 항상 안정성이 있는 주체로 간주되었으나, “자신을 돌보는(*self-care*)” 사회의 자기 테크놀로지는 자아 혹은 정체성에 대한 대안들을 가능하게 한다. 따라서 개인의 정체성은 유동적이고, 자신들의 과거와 미래의 관계를 계속적

1) 들뢰즈의 선과 초끈이론의 공통점을 생각할 수 있다. 우주를 구성하는 최소 단위를 양성자·중성자·전자 같은 소립자나 쿼크 등 구(球)의 형태가 아니라, 이보다 훨씬 작으면서도 끊임없이 진동하는 아주 가느다란 끈으로 보는 이론이다.

으로 성찰한다. 이는 바로 자신이 무엇을 하는가에 관심이 있으며, 자신이 실제로 과거에 무엇을 하였으며, 그에 대한 이유들과 과거의 행위들의 의미들을 끊임없이 생각한다. 이러한 과정에서 정체성이 산출물과 동시에 투입물의 형태로 나타난다 (Foucault, 1988).

디지털 공간은 사람들이 자신의 주체 의식을 갖게 하는 기제로서 과거에는 목격할 수 없었다. 새로운 주체 형성 기제(dispositif)인 디지털 공간은 사람들의 행위에 구조적인 조건을 형성하는 규칙들과 논리들을 제공한다. ‘자기 자신을 돌보는(care for thyself)’ 형태의 자기 테크놀로지로 인해 유동적이고 끊임없이 새로운 방법으로 자신들을 표현한다. 디지털 공간이 주체 형성에 영향을 주는 규칙은 분권화와 권력 행사의 개인화이다. 사람들은 자기 테크놀로지가 변화되면서, 자신에게 부여된 사회의 역할과 규칙을 준수하는 것으로부터 자신의 목적을 완수하기 위한 권리의 단계로 이행하고 있다. 이와 더불어 사람들 간의 대화가 나타나고 있다. 이렇게 디지털 공간이 일반인들의 권력 행사로 사용되고 있음은 심층면접에서도 여실이 나타났다. “자신의 생각을 주입시키고자”, “내 의견을 보여주기 위해서, 다시 한 번 생각해 보라고, 내 생각을 강요하기 위해서, 결국 권력 욕구를 충족시키기 위해서”, “나의 존재 가치를 느끼기 위해서. 아무런 반응이 없을 때는 매우 민망하다”, “나의 영향력을 행사하기 위해” 등 익명의 응답자들 대부분이 컨버전스로 인해 나타난 디지털 공간은 자신들의 목소리, 나아가 자신들의 영향력을, 자신들의 의견 혹은 자신들이 알고 있는 지식을 이용하여, 사회에 행사하기 위해 적극적으로 행위하고 있음을 알 수 있다. 답변 중에서 “아무런 반응이 없을 때 실망을 하면서 어떻게 커뮤니케이션을 해야 남들에게 관심을 받는지를 연구하는 경우도 있다.”는 디지털 공간이 일반인들에 매우 중요한 의미로 다가오고 있음을 알 수 있다.

주체 형성 기제인 사회 장치(dispositif)의 특성을 알기 위해서는 사람들의 논쟁과 행위에 스며들고 있고 이미 스며들고 있는 규칙성을 주목할 필요가 있다. 규칙성은 행위를 결정하지는 않는다, 다만 대다수의 주장과 행위를 지지한다. 동시에 규칙성을 따르지 않는 주장이나 행위들은 그 위력이 약화되거나 소멸된다. 주어진 시간에

주어진 상황에서의 규칙성을 이해하기 위해서는 해당 사회 장치의 역사성과 지역성을 고려할 필요가 있다(Foucault, 1975; Raffnsøe, 2008).

디지털 공간의 사회 장치는 규율과 사회화를 위한 메커니즘을 사람들이 상호작용을 하는 공간으로 이전시켰다. 학교, 대학교, 제도, 병원 등이 역할을 담당한 산업사회에서 관찰할 수 있는 감시(panoptic observation)와 규율 체계를 대신하여, 여러 분야를 가로지르는 네트워크가 그 자리를 대체하고 있다. 이러한 변화는 규율이 자기-규율(self-discipline)을 담당하는 개인에게 내재되게 되었음을 의미하는데, 이는 변화하는 사회 상황에 단순히 적응하고자 하는 것 이외에, 세상에 존재하는 주체(existence-in-the-world)가 되기 위한 조건이다. 예를 들면 신과 이성과 같은 절대적인 존재에 자신의 행위의 근거를 두기 보다는, 사람들은 자기 자신을 관찰하고, 자신의 목적을 달성하기 위한 방법을 이용하는 주체로서의 자신과 때로는 객체의 자아의 형태로서 자신들을 규율한다. 감시 사회에 근거한 감옥 대신에, 동시에(syn) 서로가 서로를 감시하는 synopticon의 시대에 살고 있음을 의미한다.

## 제 3 장 사회 장치와 커뮤니케이션 양식의 변화

### 제 1 절 이방인으로서의 컨버전스 매체

#### 1. 공간과 장소의 변증법적 관계

디지털 공간에서의 네티즌들의 바람직하지 못한 의견들이 간혹 다른 사람들의 명예를 훼손하거나 모욕하는 행위들이 중요한 의제로 논의되고 있다. 이를 방지하기 위해 정부에서는 실명제 도입을 적극적으로 검토하고 있다. 과연 실명제 도입만이 이러한 문제를 해결할 수 있을지에 대해 의문이 제기된다. 왜냐하면 사람들은 공간의 유형에 따라, 어떠한 공간에서는 적극적으로 자신의 의사를 표명하는 반면에, 여타 공간에서는 전혀 다른 형태의 행동을 하기 때문이다. 즉, 자신들이 마음에 드는 공간에서와 그렇지 못한 공간에서의 행위는 매우 다르게 나타나기 때문이다. 이에 대해 익명의 응답자 A는 “내가 중요하게 생각하는 사이트에서는 매우 적극적으로, 예의가 있는 커뮤니케이션을 하는 반면에 그렇지 않은 사이트에서는 간혹 도배를 하는 경우가 있다.”라고 표명하고 있다. 그렇다면 이러한 상반된 행동이 나타나는 이유는 무엇인가?

많은 학자들의 논의는 사람들이 디지털 공간에서는 익명성을 누릴 수 있기 때문이라 역설하고 있다. 과연 익명성만이 사람들의 디지털 공간에서의 다양한 행위를 설명할 수 있을 것인가? 이에 대한 해답을 찾기 위해서 공간과 장소의 역학 관계를 알아보고자 한다. 사람들이 디지털 공간을 형성하는 이유는 자신들이 ‘무엇을 하고 싶고’, ‘무엇을 얻을 수 있다’고 생각하기 때문이다. 즉, 자신들의 욕구를 충족하기 위해 디지털 공간을 찾아다니고 형성한다. 단순히 사람들의 행위를 가능하게 하는 공간보다는 사람들이 어느 특정한 공간에 대해 가치를 부여함으로써 자신들의 행위의 의미를 추구하는 장소를 찾고자 한다(Day & Murdoch, 1993; Relph, 1976; Silk,

1999). 그렇다면 디지털 공간과 장소는 어떠한 관계가 있는가? 사람들의 행위에 영향을 미칠 수 있는 공간과 장소에 대한 논의가 선행되어야 한다.

장소는 시간과 공간이 분리되면서 그 의미가 달리 나타나고 있다. 그리스에서는 코라(chora)와 토포스(topos)가 장소를 의미하였다(Walter, 1988). 코라는 장소의 질 혹은 주관적인 성격을 뜻하는 반면에 토포스는 장소의 물리적인 위치 혹은 개관적인 특징을 나타냈었다. 시간과 공간이 일치되어 있을 때는 장소가 바로 물리적인 위치와 그곳에 거주하는 사람들이 느끼는 주관성을 동시에 내포하고 있었다. 장소에 대한 경험은 공간과는 전혀 다르다. 어떠한 공간을 접한다는 것은 사람들이 세상을 접하는 것의 일부이다. 공간은 단순히 세계의 구조를 뜻하기 때문이다. 이는 3차원의 환경이며 그 속에서 사건들과 사물들이 발생된다. 반면에 장소에 대한 개념은 바로 사람들의 기억 속에 구성되고 또한, 지속적인 만남을 통한 역사성에 근거한 감정이입에 의해 나타난다. 장소에 대한 의식은 종종 소외를 극복할 수 있는 소속감과 관련된다(Walmsley, 1988:63; Relph, 1985:26). 공간은 자유와 무한한 기회를 의미하고 장소는 안정을 의미하기 때문이다(Tuan, 1977:3). 이러한 의미에서, 자유로운 공간보다는 안정을 느낄 수 있는 장소가 공동체 형성에 적합하다. 사람들이 공동체를 추구하는 이유는 변해가고 있는 세계에서 안정성을 가져다주는 안식처를 갖고자 하기 때문이다. 따라서 사람들은 역사 이래로 특정한 장소와 깊은 관련을 맺고자 하는 욕망이 있다(Relph, 1976:147).

자유를 의미하고 있는 공간은 어떠한 행위가 바람직하고 그렇지 않은가를 제시하지는 않는다. 그저 단순히 어떠한 행동이 발생됨을 알리고 있다. 그러나 장소는 사람들의 행위에 영향을 준다. 장소는 적합한 행동과 문화적 기대에 대한 이해를 내포하고 있는 공간이기 때문이다(Harrison & Dourish, 1996:67). 이러한 의미에서 에릭슨은 장소를 의미가 있는 공간(Erickson, 1993)으로 규정하였다. 사람들이 자신들이 행동하는 공간에 대해 의미를 부여하게 되면 그들에게는 더 이상 공간이 아니라 장소가 된다.

이러한 면에서 사람들이 디지털 공간을 장소로 느끼기 위해서는 디지털 공간에

참여하는 사람들이 커뮤니케이션 행위가 이루어지는 공간을 일회성으로 방문하는 것이 아니라 연속적으로 방문하여 다른 사람들과 관계하면서 그들의 역사를 창조함이 필요조건이다. 전(前) 현대적인 공간은 수많은 장소들로 구성되어 있었으며, 사회적 실천에 의해 인지될 수 있었다. 이는 시간과 공간이 일치되어 있었기 때문에 가능하다. 반면에, 시간과 공간의 분리는 장소의 의식이 물리적인 경험뿐만 아니라 주관적으로 중요하다고 인지되는 토포필리아에 의해서도 가능하게 되었다.

개인들이 인지하는 장소는 사람들에게 행동의 지침을 내재화하게 한다. 단순히 자유를 의미하는 공간이라는 은유는 우리들이 인터넷이 조성하는 공간에서 ‘무엇을 추구해야 하는가?’와 ‘그것을 위해 어떻게 해야 하는가?’에 대한 문제를 제시하고 있지 않다(Lefebvre, 1991). 이러한 맥락에서 자유를 의미하는 디지털 공간이라는 은유는 사람들이 그 세계에 내재(being-in-the-world) 하면서 역사를 창조하는 실천 행위에 대한 지침이 결여되어 있다. 그러나 개인들이 ‘이 곳에서 무언가를 얻을 수 있다’, ‘자주 가고 싶다’라고 하는 욕구에서 공간을 자신의 장소로 의식하게 되면 사람들은 동일한 공간을 계속적으로 방문하게 되고 해당 장소에서 그들의 정체성 및 문화와 역사를 창조해 나간다. 사이버 공간은 사용자들에게 현실과 유사한 공간 결여 세계 내에 존재함을 가능케 함이 기존의 매체와 다른 면이라 하겠다. 이러한 점에서 하이데거의 being-in-the-world는 시사하는 점이 많다 하겠다. 사이버 공간에 몰입(immersion)한다는 것이다. 하이데거의 세상이라는 개념은 객관적으로 존재하는 것이 아니라 그 속에서 사람들이 주체성을 갖고서 세상 속에 존재하여 그들의 역사를 창조해 나간다는 것이다(Heidegger, 1962).

근세 시대 전에는 대부분의 장소는 이미 이루어진 구성물이었다. 따라서 사람들은 그들의 장소를 선택하는데 있어 자율성이 거의 없었다. 다만, 세월이 흐르면서 장소에 대한 감각만이 재구성될 뿐이었다. 이러한 재구성 작업은 자연 재해 혹은 새로운 지역예로의 정착 등에 의해 나타났다. 그러나 근세이후 새로운 테크놀로지들이 나타나면서, 특히 공간을 조성하는 테크놀로지들이 나타나면서 사람들은 한 장소에서 자유로워지고 해당 장소를 바라보는 시각도 달라졌다. 산업사회가 발전되면

서 더욱더 사람들은 가정보다는 사회의 다양한 집단들에 속하게 되고 기존의 물리적 장소에 근거한 공동체 내에서의 역할을 재규정하게 되었다. 여행과 각종의 커뮤니케이션 테크놀로지를 통해 다양한 공간과 장소를 경험하게 되었다. 이러한 점이 바로 과거에는 장소에 대한 인식이 집단정신에 의해 많은 영향을 받았지만, 근세 이후에는 개인의 주관에도 그 기반을 두게 되었다. 즉, 앞에서 언급하였듯이, 장소에 대한 의미 부여는 바로 개인의 감정과 각 개인들이 해당 시점의 필요성을 투영한 것이다(Schama, 1995). 사람들은 자신들 고유의 정체성, 공동체, 그리고 장소들을 창조하게 되었다. 따라서 동일한 공간이 사람들에게 의해 장소로 인지될 때, 다양한 의미의 장소 의식이 부여된다. 공간과 장소는 사람들에게 의해 언제라도 전환될 수 있으며, 장소에 대한 합의된 의미보다는 해당 시점에 다양한 견해의 장소 의식이 공존한다(Relph, 1976).

## 2. 이방인으로서의 컨버전스 매체<sup>2)</sup>

공간과 장소는 언제나 전환될 수가 있다. 사람들의 행위가 발생하는 공간에 대해 사람들이 의미를 부여하면서 장소로 전환되고 이러한 장소가 사람들에게 의해 주어진 의미가 상실될 경우에는 다시 공간으로 전환된다. 디지털 공간 자체에 소속감과 자유가 내재되어 있음을 의미한다. 이러한 이중성은 디지털 공간에서 행위하고 있는 네티즌들을 이방인으로 특징짓는다.

디지털 공간에서 활동하는 사람들은 영원히 한 공간 혹은 장소에 머물러 있지 않고 언제나 떠날 수 있는 사람들이다. 그들은 어떠한 장소에 그들의 근원을 두고 있지 않고 있기 때문에 어느 특정한 장소와 집단의 특수성과의 관계가 약하다. 이러한 특성으로 인해 그들은 객관성을 갖고 있다. 어떠한 집단과의 연결의 유연성으로 인해 네티즌들은 해당 집단의 관습과 제약으로부터 자유롭다. 따라서, 매개된 커뮤니

2) 이 부분은 연구자가 2002년에 언론과 사회에 발표한 “가상공동체 개념 정립: 공간, 장소, 그리고 신뢰를 중심으로”의 논문의 일부를 발췌하여 수정, 보완하였음을 밝힌다.

케이션을 통한 공동체는 서로 알지도 못하는 사람들 간에 가까움과 소원함을 동시에 갖게 한다.

그렇다면, 디지털 공간에서 발생하는 커뮤니케이션 주체들의 특성을 어떻게 인지할 것인가? 시간과 공간의 분리를 가져 온 인터넷에 의해 나타나고 있는 디지털 공간에서의 커뮤니케이션 주체들의 특성을 이해하기 위해서는 짐멜의 이방인(stranger) 논의를 살펴봄이 바람직하다. 디지털 공간에서의 네티즌들의 행동은 바로 짐멜의 이방인과 유사한 모습을 보이고 있기 때문이다(Simmel, 1971).<sup>3)</sup>

이방인은 실질적으로나 이론적으로 자유로운 사람들이다. 그들은 편견을 갖고 판단하지 않고 일반적이고 객관적인 기준을 갖고 판단하며 그들의 행동은 관습 혹은 전례(precedent)에 근거하여 이루어지지 않는다(Simmel, 1971:146).

짐멜의 이방인들의 객관성은 공정함보다는 ‘자유’를 의미한다. 객관적인 사람들은 자신들의 판단에 편견을 가져올 수 있는 어떠한 사회적 굴레를 벗어버릴 수가 있다(Wolff, 1950:404). 특정 집단과 장소에서 사회적으로 역사적으로 구성된 가치들이 배제된 상태를 말함이다. 이는 바로 우리들이 현실에서 구성된 사회성을 벗어버린 디지털 공간에서의 행동과 유사하다. 이방인들을 만날 수 있는 가능성은 디지털 공

---

3) 짐멜은 현대 사회의 도시는 모든 사람들을 이방인으로 만들고 있다고 주장하였다. 예를 들면, 비록 지리적으로는 가까우나 감정적으로는 소원하게 느낄 수가 있듯이 현대인들은 항상 가까움과 소원함을 내포하고 있다고 하였다. 이방인들의 속성에 대해 짐멜은 다음과 같이 열거하고 있다. 1) 비소속감(not belonging): 처음부터 특정한 지역 혹은 집단에 물리적으로 소속되어 있지 않다. 2) 이동성(mobility): 여러 집단들과 끊임없이 관계를 갖는다. 이는 모든 이들이 어느 지역을 떠날 수 있던지 혹은 유대 관계를 단절 할 수 있음을 의미한다. 3) 객관성(objectivity): 그/그녀가 속해 있는 집단에서 발생하는 일들에 대해 장기적으로 관련이 되어 있지 않기 때문에 그는 객관적인 위치를 갖고 있다. 즉, 집단의 일상적인 관례와 제약들로부터 자유롭기 때문에 가끔씩 집단 구성원들이 내부 구성원에게 폭로하였을 때에는 위험한 사항에 대해서도 자유롭게 자신들의 의견을 개진할 수 있다. 4) 추상적 공통점(commonalities): 구성원들의 공통점이 구체성을 갖고 있지 않고 매우 추상적인 수준, 예를 들면, 인종, 국적, 혹은 직업 등과 같은 공통점을 갖고 있다.

간의 출현으로 제고되고 있다. 디지털 공간의 동호회나 혹은 채팅 공간에서 다수의 이방인들 간의 커뮤니케이션이 진행되고 있다. 인터넷이란 테크놀로지를 통하여 물리적으로 먼 거리에 있는 사람들과 커뮤니케이션을 함으로써 가깝게 느낄 수 있는 반면에 물리적으로 가까운 사람들을 상대적으로 멀리 느낄 수가 있다는 것이다. 이러한 이유로, 디지털 공간에서의 커뮤니케이션은 현실과는 달리 다소 조직적이지 않다는 것이 그 특징이다. 디지털 공간의 네티즌들은 이방인과 같이 어디에 속하지도 않고 항상 움직일 수 있는 개연성이 있으므로 해서 디지털 공간을 일종의 자유의 공간으로 간주하게 된다(Levine, 1985:147).

이외에, 이방인의 특징인 이동성은 어떠한 공간에서의 커뮤니케이션을 쉽게 단절시킬 수가 있다. 이렇게 이방인들은 디지털 공간에서 이리저리 움직이면서 그들이 호감을 가질 수 있는 공간을 찾아다닌다. 디지털 공간은 일종의 뷔페와 같이 다양한 상호작용이 일어날 수 있는 공간이다. 뷔페식당에서와 같이 참여자들은 자신에게 적합한 음식, 즉 공간을 찾아서 커뮤니케이션을 하게 된다. 이러한 천차만별의 커뮤니케이션은 다양하고 유동적인 관계를 갖고 온다. 이는 시간과 공간의 분리로 인해 개인들이 자신의 취향에 맞는 공간을 찾아다니는 방랑자의 특성을 갖고 있기 때문이다. 이러한 방랑자와 이방인은 과거 우리나라에서 볼 수 있었던 방물장수와 유사한 모습을 보이고 있다. 방물장수들은 오늘 와서 내일 떠날 수 있고 이곳저곳을 다니면서 호감이 가는 장소에 잠깐 머물렀다 떠나기도 하고 혹은 머물러서 삶을 꾸렸다. 이러한 맥락에서 현재 디지털 공간에서의 사람들의 커뮤니케이션은 방물장수들이 그들이 무언가 정을 느낄 수 있는 장소(a sense of place)를 찾기 위한 목적성 혹은 이동성의 커뮤니케이션이라 할 수 있다.

그렇다면 왜 네티즌들은 이방인의 특징을 갖게 되었는가? 이는 바로 커뮤니케이션 매체와 커뮤니케이션 매체가 일치하고 있기 때문이다. 사람들은 자신들의 커뮤니케이션 매체를 작동시키면서 사이보그(반은 인간, 반은 기계의 형태)로 전환되면서 컨버전스 매체가 보장하는 상상의 세계로 들어간다. 이는 바로 사람들이 컨버전스 매체의 운용 원리 내에서 커뮤니케이션을 함을 의미한다. 컨버전스 매체는 사람들이 스

위치를 on/off 하는 단순한 작동을 통해 운영되기 때문에 이방인의 특성을 갖고 있다.

### 3. 네티즌들의 유동적 정체성

디지털 공간에서의 커뮤니케이션은 앞에서 밝혔듯이 개인들이 선택한 사회적 공간에서 물리적 공간과 인지적 공간을 배경으로 하여 발생된다. 디지털 공간에서의 이방인들은 앞에서 논의되었듯이 자신들의 인지적 공간에서 끊임없이 자신들의 욕구를 충족시켜 주는 사회적 공간을 찾는 것이 특징이다. 따라서 일시적으로 형성된 혹은 처음 찾아간 사회적 공간에 매력을 갖게 되지 못할 경우에는 언제나 다른 사회적 공간을 찾아 떠나게 된다. 이러한 유동적인 공간이 네티즌들의 커뮤니케이션 행위에 영향을 주는 사회적 상황(social situation)을 구성한다. 따라서, 매개된 커뮤니케이션을 통한 공동체는 서로 알지도 못하는 사람들 간에 소원함, 친밀함, 그리고 자유의 감각이 긴장 관계를 형성하면서 내재하고 있다. 이러한 특성은 디지털 공간을 가능하게 하는 테크놀로지에 의해서 발생되었다.

디지털 공간을 가능케 하는 테크놀로지는 친밀성과 소원성간의 긴장을 조성하는 이방인을 가능케 하기 때문이다(Bogard, 2000: 15). 이는 앞에서 논의하였듯이 공간과 장소가 항상 긴장 관계가 있음과 밀접한 관계가 있다. 즉, 사람들 간의 상호작용을 가능하게 하는 사회적 상황에 이방인의 특성이 내재하고 있기 때문이다. 이방인들 간의 커뮤니케이션은 커뮤니케이션을 하는 사람보다는 메시지가 전달되는 방법과 상황이 문제가 된다. 컴퓨터 자체가 짐멜의 이방인의 속성을 갖고 있기 때문이다. 이러한 특징으로 인해 디지털 공간에 참여하는 사람들은 자유로움과 소속감을 항상 갖고 있으면서 커뮤니케이션이 나타나는 상황에 적합하게 자신을 노출시킨다. 자신들의 노출을 통제함은 디지털 공간이외에 현실에서도 나타난다. 고프만(1959)에 의하면 사람들은 상호작용을 통제하고 만들어 가기 위해 계속해서 자신의 이미지를 관리(impression management) 한다. 사람들이 자신을 바라보는 방법을 변화시키기 위해, 즉, 자신의 의도대로 사람들이 자신을 보게끔 하기 위해 계속해서 자신의 이미지를 관리한다. 상황이 계속해서 변하는 관계로 사람들은 그 상황에 맞게

끔 자신들의 역할과 정체성을 바꾸게 된다. 특히 디지털 공간에서는 사람들이 비추어내는 모습들이 그들을 특징짓는다. 그들의 정체성은 바로 특정 시간 혹은 특정 상황에서 그들의 정체성이 된다. 결론적으로 가상 공동체에서는 개인들이 그 상황에 맞게 자신을 나타내는 모습이 그의 정체성이 되며 이에 따라 그 공간 내에서의 커뮤니케이션 양식을 구조화한다. 그들은 그들의 다른 모습이 나타날 때까지는 어떤 그대로 간주된다(Giese, 1996).

이러한 선택은 바로 디지털 공간에서의 커뮤니케이션이 이루어지는 상황을 자신들이 어떻게 인지하는가에 의해 결정된다. 커뮤니케이션 상황이 다양하면 할수록 사람들은 자신들을 노출할 수 있는 정도의 범위가 증가된다. 자신들의 정체성의 노출 정도가 자유롭게 때문에 어떠한 상황에 대한 자신들의 참여 여부를 자신들이 통제하게 된다. 따라서, 정체성의 노출 정도는 바로 참여자들이 커뮤니케이션 상황을 어떻게 정의하는가와 깊은 관계가 있다. 이는 사람들 간의 커뮤니케이션에서 나타나는 개인들의 정체성이 참여자들의 동기와 상호작용의 특징과 깊은 관계가 있음을 암시한다. 달리 말하면, 정체성은 상황에 따라 달리 나타난다(참고: Meyrowitz, 1985, Goffman, 1959, 1974; Fitzgerald, 1993). 결국, 사람들의 정체성은 해당 사회 혹은 집단에서 사람들에게 의해 인지되는 장소의 특성에 의해 결정된다. 피츠제럴드는 정체성은 바로 “맥락 내에서의 자신에 대한 은유”라고 하였다. 개인의 정체성은 바로 그곳의 문화적 특성과 구성원들에 의해 결정된다(Fitzgerald, 1993:40).

그렇다면, 다양한 정체성이 가능하며, 공간과 장소의 긴장 관계가 내재되어 있는 디지털 공간에서의 사람들 간의 신뢰는 어떻게 형성될 수가 있을 것인가?

#### 4. 공간에 대한 신뢰

디지털 공간에서 발생하는 커뮤니케이션은 앞에서 논의하였듯이 커뮤니케이션 상황이 물리적인 장소와 분리되어 있다. 이는 사회적 상호작용을 위한 규칙들이 더 이상 물리적인 장소와 관계가 없음을 의미한다(Meyrowitz, 1985:116). 면대면 커뮤니케이션에서는 상호작용의 원칙들이 장소에 의해 지배된다. 그렇다면 장소간의 뚜렷

한 구별이 없는 인터넷에서는 어떠한 규칙들이 적용될 것인가? 상호작용의 양태가 가상 장소(virtual place)마다 다를 수 있을까? 가상 장소가 쉽게 변함에 따라 사람들은 자신과 가까운 사람 혹은 낯선 사람들과 용이하게 커뮤니케이션을 할 수 있다.

디지털 공간(특히 컴퓨터 게시판)에서 행해지는 사람들의 커뮤니케이션 내용을 살펴보면 간혹 무책임한 행동을 하는 경우가 있다. 심지어 자신들의 사적인 일을 서슴지 않고 이야기 하는 경우가 있다. 이러한 현상을 어떻게 이해해야 하는가가 디지털 공간에서의 신뢰의 문제와 깊은 관계가 있다. 단순히 커뮤니케이션에 참여하는 사람들이 기존에 존재하고 있고 사회에서 구성된 정체성으로부터 해방되었기 때문인지? 아니면 디지털 공간에서 사람들 간의 신뢰가 형성되었기 때문에 진솔한 이야기를 털어놓을 수 있는 것인지에 대한 논의가 필요하다. 혹자는 네티즌들의 이중성이 객관성을 초래하고 이러한 객관성으로 인해 사람들은 디지털 공간에서 위와 같은 행동을 할 수 있기 때문에 디지털 공간의 익명성은 친밀성의 연장선상에서 이해될 필요가 있다고 한다. 익명성을 갖고 있는 네티즌들이 객관성을 갖고 있기 때문에 디지털 공간에서 커뮤니케이션을 하는 당사자들은 이러한 익명성이 전제된 객관성을 신뢰하기 때문에 모든 이야기를 할 수가 있다. 이러한 면에서 익명성은 바로 친밀성과 관계가 있다(Virnoche & Marx, 1997).

그렇다면, 친밀성을 가져오는 객관성으로 인해 어떠한 이야기도 할 수 있다고 함이 바로 공동체를 가져올 수 있을 것인가? 만약에 그렇다고 한다면 단순히 컴퓨터를 매개로 한 커뮤니케이션 모두가 공동체라 할 수 있다. 이는 앞에서 논의한 공간과 장소의 구별이 무색해지는 결과를 초래한다. 자유로움을 강조하는 공간의 특성이 객관성과 친밀성을 동시에 제공할 수 있다. 그러나 공간은 이방인들에게 소속감을 갖게 하지는 않는다. 이를 위해서는 본 논문의 마지막 작업으로서 과연 가상 공동체에 필요한 소속감과 연결된 신뢰의 정체성을 알아볼 필요가 있다.

디지털 공간에서의 신뢰가 어떠한 의미이고 무슨 기능을 가지는지 알아보기 위해서는 디지털 공간에서 나타날 수 있는 다음의 예를 주목할 필요가 있다. 반 켈더 연구에서 나타난 것으로, 줄리라는 이름으로 컴퓨터 게시판을 통해 장애를 겪고 있는

여자들로부터 상담을 받는 역할을 수 년 동안 한 상담원이 있었다. 줄리는 많은 여자들로부터 인기를 끌었고 친절한 상담원으로서 인정받았다. 줄리와의 상담을 통해 많은 여성들이 그들의 삶에 자신감을 찾고 의욕적으로 그들의 인생을 설계하였다. 그러나 줄리라는 여성이 남성 심리학자임이 밝혀지면서 많은 여성들이 경악을 금치 못하였다. 어떤 여성은 심지어 자신이 강간을 당하였다고 까지 생각하게 되었다 (Van Gelder, 1985년 10월:94).

줄리 이야기의 초점은 이렇다. 단순히 심리학자가 자신의 현실에서의 정체성을 속이기 위해 디지털 공간에 들어간 것은 아니다. 또한 메시지가 항상 신뢰할 수 없다는 것도 아니다. 줄리의 오프라인의 정체성이 밝혀지면서 해당 공간이 더 이상 공동체에 참여하고 있는 사람들 간의 커뮤니케이션 장, 즉 사회적 공간으로서의 의미가 없어진 것이다. 커뮤니케이션이 발생할 수 있는 장으로서의 신뢰가 상실되었음을 의미한다. 이방인의 특징인 친밀함이 소멸되기 전에는 줄리는 훌륭한 상담원이었다. 짐멜의 이방인 경우와 같이 객관성과 친밀성을 갖고 있는 상담원으로서 모든 여성들에게 비추어졌다는 것이다. 줄리는 여성 참여자들에게 신뢰성이 있으며 용감한 상담원이었다. 그러나 줄리의 사회적 공간에서의 정체성이 문제가 되었을 때, 참여자들은 실망을 금치 못하였다. 디지털 공간에서는 사람들은 다양한 정체성을 만들고 다른 사람들도 그럴 수 있다는 것을 예측한다. 이러한 점들은 만약에 정체성이 커뮤니케이션을 하는데 있어서 중요한 역할을 하게 될 시에는 이방인의 이동성과 같이 바로 커뮤니케이션을 중단할 수 있음을 의미한다.

사람들은 상황에 따라서 자신의 정체성을 달리 한다. 사람들의 행위는 사회적 상황에 커다란 영향을 받는다(Meyrowitz, 1985:23; Blumer, 1969). 사람들은 어떠한 사회적 상황에 참여하기 전에 그 상황을 미리 정의한다(Goffman, 1974). 무의식적으로 해당 사회적 상황의 특징이 무엇인지를 미리 생각하고 그 상황이 자신에게 원하는 역할을 함으로서 사람들은 사회생활을 원활하게 하기를 원한다. 그러나 이러한 상황들은 일종의 배경 역할을 하기 때문에 종종 상황이 사람들의 행위를 지배한다고 생각하지 않는 경우가 있다. 커뮤니케이션이 발생하는 사회적 상황은 특히 매개된

커뮤니케이션에서 더욱더 그 영향이 증대된다. 매개된 커뮤니케이션의 상황은 구조의 역할을 하게 된다. 커뮤니케이션 상황이 개별 행동에 영향을 주는 규칙들을 제공하기 때문이다(Rasmussen, 1997). 따라서 사람들이 상대방과 사회적 공간에서 커뮤니케이션을 하는 경우의 당사자는 항상 이방인의 모습을 갖고 있다.

이러한 이방인의 이중적인 모습을 갖고 있는 참여자들이 자신들이 방문한 공간에 신뢰를 부여함은 바로 장소의 의식을 갖게 됨을 의미한다. 그럼으로써, 자신들의 정체성을 해당 장소에 맞게끔 노출을 시키거나 창조하게 된다. 또한, 자신들이 원하는 정체성과 유사한 공간을 찾게 된다. 이방인들의 커뮤니케이션 행위에서 논의하였듯이 커뮤니케이션 초기에는 상대방에 의해 인지된 혹은 개인이 만들어 낸 정체성들이 시간이 흐르면서 장소의 의식을 제공하는 사회적 공간에서 정체성이 구성된다. 그러나 인지의 장소는 공간에 부여된 의미가 상실되는 순간 다시 공간으로 변화된다. 부여되는 의미는 바로 공간에 대한 신뢰<sup>4)</sup>라 할 수 있다. 해당 공간에서 자신이 무언가를 할 수 있고 얻을 수 있다는 목적이 충족될 수 있음을 인지하게 된다. 해당 공간을 자신들의 장소라고 인지하게 되면 이방인들은 그들의 삶을 해당 공간에서 영위하고자 한다.

줄리에게 상담을 원하였던 사람들은 바로 해당 사회적 상황에서 구성된 줄리의 정체성과 그녀의 상담이 이루어지고 있는 공간의 특징이 해당 공간을 찾는 사람들에게 신뢰를 제공함으로써 장소로 인지하게 하였다. 그럼으로써, 심리적인 문제를 갖고 있는 사람들에게는 바람직한 공동체로서 존재하였었다. 그러나 공간에 대한

---

4) 이 때의 신뢰는 일반적으로 논의되고 있는 개인들 간의 역사성에 의한 신뢰가 아니라 당 공간이 자신이 기대하는 바를 충족시킬 수 있는 자원이 있다고 여기는, 일반적으로 개인들이 공간에 부여하는 신뢰이다. 디지털 공간의 특성으로 인해 참여자들로 하여금 이방인으로 행동하게 한다. 비록, 친한 관계에 있는 사람일지라도 그들이 정체성을 바꾸어서 커뮤니케이션에 참여할 수 있다. 이외에, 이방인은 그들이 호감을 느끼는 사회적 공간을 추구하는 특징이 있다. 따라서 이 때의 신뢰는 디지털 공간과 이방인의 신뢰이지 현실에 정체성을 두고 있는 사람들 간의, 즉 쌍방향성의 신뢰가 아니다.

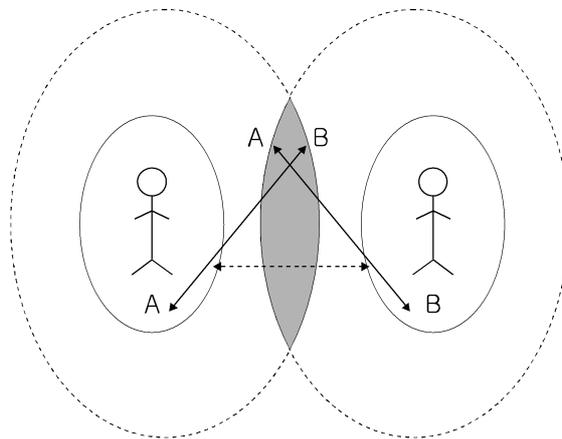
신뢰의 효력이 상실되면서 다시 자유를 의미하는 공간으로 전환되었다. 결론적으로, 가상 공동체 운영을 위한 신뢰는 메시지의 진실 여부와 구성원들 간의 신뢰가 아니라 메시지가 전달되는 방법, 즉 매개체에 있다. 디지털 공간에 내재되어 있는 친밀함과 소원성의 긴장감이 사람들의 커뮤니케이션 규칙에 영향을 준다. 이는 결국, 사회적 공간에 참여하는 사람들 간의 신뢰가 아니라 이방인의 모습을 나타나게 하는 공간에 대한 신뢰이다. 이러한 현상은 가상 공동체를 가능케 하는 매체가 밖과 안의 문화적 경계를 무의미하게 하였기 때문이다(Morley & Robinson, 1995). 항상 밖과 안이 공존하는 관계로 디지털 공간에서 커뮤니케이션은 개인들이 해당 사회적 상황을 어떻게 인지하는가에 따라 커뮤니케이션 형태가 어느 정도 구조화된다. 이방인들 간의 커뮤니케이션이 발생하는 사회적 공간에 개인들이 신뢰를 부여하게 되면 해당 개인에게는 일종의 인지적 장소 역할을 하게 된다.

## 제2 절 네티즌들의 커뮤니케이션 양식

컨버전스가 진행되면서 나타난 디지털 공간은 많은 사람들이 자신들이 원하는 사회적 관계를 형성하는데 커다란 역할을 하고 있다. 사람들로 하여금 자유롭게 글을 통해 커뮤니케이션할 수 있도록 하는 디지털 공간은 푸코의 논의를 고려할 때 새롭게 나타난 사회 장치이다. 디지털 공간이라는 사회 장치를 통해 자신들의 주체성을 확보하고 때로는 객체가 되면서 관계 자체가 정체성을 갖게 되는 사회 장치이다. 하이데거에 의하면 테크놀로지는 탈 은폐의 특징을 갖고 있다. 디지털 공간의 사회 장치는 과거에는 가능하지 못했던 다양한 사람들 간의 관계를 실천 가능하도록 하였으며 사람들의 타인과의 커뮤니케이션에 대한 욕망을 발현시키게 하였다. 그렇다면 디지털 공간의 사회장치를 통한 사람들 간의 커뮤니케이션 형태는 어떠한가? 이를 위해서는 과연 디지털 공간이 무엇인지를 파악할 필요가 있다. 즉, 과연 디지털 공간은 객관적으로 존재하고 있는 것인지? 그렇지 않다면 무엇이 디지털 공간을 특징짓는지에 대한 논의가 필요하다. 이를 위해서는 앞에서 논의한 르페브르의 공간

이론에 근거하여 사람들이 디지털 공간에서 어떠한 실천행위를 하는지를 살필 필요가 있다.

[그림 3-1] 네티즌들의 커뮤니케이션 행위



르페브르는 물리적 공간으로서 현재 사람들이 살고 있는 자연과 우주를 말하고, 정신의 공간은 사람의 인지 구조에 내재하고 있으며 논리적으로 추상성이 있는 공간이며 마지막으로 사회적 공간으로서 사람들이 상호작용 함으로서 나타나는 공간을 제시하고 있다. 위의 세 가지 공간은 서로 독립적으로 존재하지 않고 서로 연결되어 있다(Lefebvre, 1991). 디지털 공간에서 나타나는 커뮤니케이션 행위에 영향을 주는 사회적 상황은 르페브르가 제시한 세 가지의 공간이 밀접하게 연결되어 있다.

[그림 3-1]에서 실선의 원은 커뮤니케이션 주체들이 현존하고 있는 물리적 공간을 의미하며 점선으로 이루어진 원은 각 개인들이 인지하고 있는 위상 공간(topographical space)으로서 개인들이 상상하고 있는 디지털 공간을 의미한다. 이 디지털 공간이 겹쳐 있는, 즉 빗금 친 공간이 바로 사람들 간의 커뮤니케이션에 의해 발생하는 사회적 공간을 의미한다. 디지털 공간에서의 커뮤니케이션 행위에 영향을 주는 사회적 상황(social situation)은 다음과 같다. 각 개인들이 처해 있는 물리적 공간, 이를

연구자는 개인이 안전하다고 인지하는 물리적 사적 공간이라 칭한다. 그리고 사람들 간의 커뮤니케이션이 발생 되는 혹은 발생되면서 조성되는, 개인들이 공적인 공간이라 인지하는 사회적 공간과 각 개인들이 인지하는 인지적 디지털 공간이 커뮤니케이션 행위에 영향을 주는 사회적 상황이다. 결론적으로 디지털 공간에서의 커뮤니케이션이 발생하는 공간은 각 개인들이 인지하는 공간 테두리 내에서 개인들이 컴퓨터를 작동하여 타자와 커뮤니케이션을 함으로서 발생하는 사회적 공간과 각 개인들이 물리적으로 현존하고 있는 서로 다른 물리적 공간이 구성 요소이다.

[그림 3-1]에서 보듯이 개인들은 컴퓨터를 작동시킴과 동시에 디지털 공간으로 진입하게 되고 다시 자신이 원하는 공간 혹은 자신의 인지의 장소로 들어가게 된다. 이 후 다른 사람들과 커뮤니케이션 하면서 사회적 공간(여기서는 컴퓨터 게시판이라 할 수 있다)에 진입하거나 사회적 공간이 조성된다. 이 때의 커뮤니케이션 상대자는 개인이 위치한 사회적 공간과 인지적 공간에 자신이 투영한 A'와 B'와 커뮤니케이션을 하게 된다. 이 때의 A'와 B'는 A와 B가 상대방이 제공하는 정체성과 사회적 공간의 맥락에 의해 A'는 B에 의해 B'는 A에 의해 형성되는 정체성이다. 혹은 A와 B가 커뮤니케이션 하고자 하는 사회적 공간의 특성에 적합하거나 자신들이 남에게 비추어 졌으면 하는 정체성을 창조한 것이다. 약술하면, 사회적 공간에서 발생하는 커뮤니케이션은 A와 B사이 뿐만 아니라 각 개인들이 사회적 공간과 인지적 공간에서 형성된 A와 B' 그리고 B와 A'가 커뮤니케이션을 하게 된다는 점이다.<sup>5)</sup> 과연 자신들이 디지털 공간에서 누구와 대화를 하는가에 대한 질문에 대부분의 익명의 응답자들이 다음과 같이 밝히고 있다.

“결국에는 과거부터 현재까지 올린 글을 보면서 이미지를 상상한다. 그러나 결국에는 해당 글에 대해서 커뮤니케이션 한다.” “나도 모르고 상대방도 모른다. 다만 상상할 뿐이다. 결국에는 글에게 커뮤니케이션 한다.” “글을 보고 상대방의 정체성을 유추

5) 디지털 공간에서의 커뮤니케이션이 컴퓨터 끝에 있는 A와 B의 커뮤니케이션이라 할 수 있다. 그러나, A와 B' 그리고 B와 A'간의 커뮤니케이션이 실질적으로 이루어진다고 보아 A와 B는 실선으로 처리하였다.

한다.” “글의 내용을 보고 상대방의 정체성을 유추한다. 결론적으로 글에 나의 의견을 덧붙이는 것이니 글과 글의 커뮤니케이션이 아닌가?” “그 글을 쓴 사람이 내 글을 보겠지. 그렇다면 결국 그의 글에다가 나의 의견을 첨가한다. 즉 글과 글의 커뮤니케이션이다.”

결국 앞에서 논의하였듯이, 사람들은 시간과 공간이 분리된 디지털 공간, 나아가 디지털 공간에서의 커뮤니케이션은 자신들이 상상하고 있는 정체성, 즉, 자신들이 유추한 정체성에 커뮤니케이션을 하고 있다. 결론적으로 사람들은 자신이 원하는 공간을 대상으로 커뮤니케이션하고 있음을 보여주고 있다.

디지털 공간의 네티즌들은 자신들이 호감을 느낄 수 있는 공간(사회적 공간)을 찾아다니는 특성을 갖고 있다. 해당 사회적 공간이 매력이 있을 경우에는 잠시 머무르기도 하고 그렇지 않을 경우에는 즉시 떠나 다른 공간을 추구한다. 이는 네티즌들에게는 사회적 공간의 특성이 매우 중요함을 의미한다. 어떠한 이슈에 대해서 자신의 의견을 개진하고자 할 때 네티즌들은 자신들의 목적에 따라 자신들의 견해와 비슷하거나 그렇지 않은 게시판을 찾게 된다. 따라서 디지털 공간에서는 커뮤니케이션 하는 사람과 커뮤니케이션 매체를 명확하게 구별하기가 매우 어렵다. 디지털 공간에서의 커뮤니케이션이 컴퓨터가 조성하는 공간과의 상호 작용인지 혹은 컴퓨터 끝에 있는 다른 사람과의 상호작용인지를 구별하기가 모호하게 되었다(Bogard, 2000: 32). 이는 개인과 개인의 커뮤니케이션이 아니라 개인들이 커뮤니케이션 하고자 하는 사회적 공간과의 커뮤니케이션이 이루어지고 있음을 보여주고 있다. 요약하면 디지털 공간에서 이루어지는 커뮤니케이션은 사람과 사람들간의 커뮤니케이션이 아니라 공간과 사람간의 커뮤니케이션이다.

마치 우리들은 디지털 공간에서 이루어지는 커뮤니케이션을 사람과 사람들 간의 커뮤니케이션으로 이해하는 경향이 있다. 이는 아마도 우리들이 아직도 원자(atom) 원리에 근거한, 즉 분리될 수 없는 개인(in-dividual) 인식에 사로잡혀 있기 때문이다. 디지털 공간은 아톰의 의식을 무색하게 하면서 사람들의 주체성이 그들이 추구하는 관계에 의해 형성되고 있음을 보여주고 있다. 디지털 공간에서 형성되는 담론은 바

로 사람들의 관계에 의해 가능하다. 근대성의 주체성을 갖고 있는 사람들의 목소리가 아니라 관계에 의해 나타난 공간의 목소리임을 이해할 필요가 있다. 이를 근거로 하여 과연 관계에 의해 나타나는 공간의 주체성 형성의 과정을 살펴볼 필요가 있다. 환언하면, 사회적인 영향력을 발휘하는 공간의 주체성과 그렇지 못한 공간의 주체성에는 어떠한 차이가 있는지에 대해 연구할 필요가 있다.

디지털 공간은 사람들의 관계가 형성되어야 나타나고 작동된다. 이는 마치 하이데거의 다음의 논의와 궤를 같이한다. 세계내의 사물들은 present-at-hand의 상태에 있다. 이는 바로 본 논문에서 제시하고 있는 공간과 일맥상통한다. 즉, 세계가 사람들에게 객관적으로 존재하고 있음을 나타낸다. 그러나 사람들이 무엇을 하기 위해서(in order to do something) 어떠한 사물을 이용하게 되면서(ready-to-hand) 그들은 바로 세계와 관련(engagement with)을 맺게 된다. 예를 들면, 사람들은 워드 프로세서를 접한다는 것은 워드프로세서를 단순한 사물로서가 아니라 무엇을 하기 위해서 접하게 된다. 그럼으로써, 워드 프로세서의 존재를 알게 된다. 이렇게 무엇을 위한 의도가 내재되어 세계와 관련을 맺을 때 비로소 세계는 그것의 모습을 우리에게 드러낸다. 공간이라는 present-at-hand가 사람들에게 의해 어떠한 목적을 갖고 ready-to-hand가 되었을 때 의미가 형성된다. 객관적으로 존재하고 있는(present-at-hand) 공간의 사용할 수 있는 공간(ready-to-hand)으로의 전환은 사람들의 참여 행위가 없으면 실현될 수가 없다. 사람들의 참여 행위는 바로 그들 간의 혹은 공간과 개인 간의 커뮤니케이션을 통해 실현된다. 이러한 커뮤니케이션 행위를 통해 해당 공간의 특성이 형성된다. 이렇게 형성된 특징이 해당 공간을 다른 공간과 차별화 하게 된다.

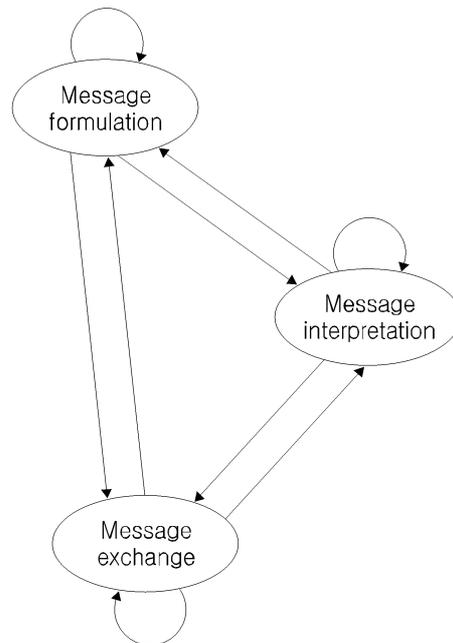
### 제3 절 메시지와 메시지의 커뮤니케이션 양식

#### 1. 메시지 중심의 커뮤니케이션

주체 형성의 사회 장치인 디지털 공간에서의 커뮤니케이션은 누가 송신자이고 누가 수신자인지를 구분하기가 매우 어렵다. 디지털 공간에서의 커뮤니케이션은 사람

들 그리고 조직들 간의 상호연관성이 높게 나타나고 있다. [그림 3-1]에서 논의하였듯이 디지털 공간에서의 커뮤니케이션은 사람들이 찾아 간 공간과의 커뮤니케이션이 특징이다. 공간의 정체성은 커뮤니케이션에 참가한 사람들이 게재한 메시지들에 의해 결정된다. 처음에 공간에 메시지가 형성되고, 형성된 메시지가 그 후 해당 공간을 들어 온 사람들에 의해 재 수정되면서 참여자들 간의 메시지가 교환된다. 따라서 디지털 공간에서의 커뮤니케이션 행위는 형성되고/수정되는 메시지와 사람들의 관계에 의해 나타난다. 따라서 [그림 3-2]와 같이 디지털 공간에서의 커뮤니케이션은 메시지 중심의 커뮤니케이션으로 이해할 필요가 있다.

[그림 3-2] 메시지 중심의 커뮤니케이션<sup>6)</sup>



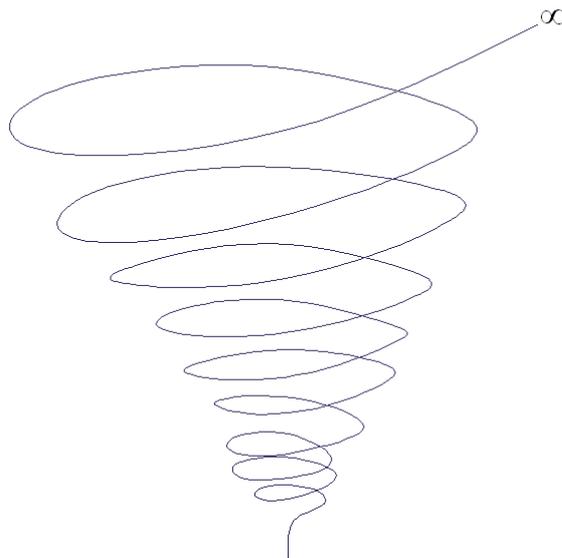
출처: Critical Connections: Communication for the Future. February, 1990. OTA-CIT-407, NTIS order #PB90-182742, p.33

6) OTA 보고서에서는 이 모델을 커뮤니케이션 과정으로 명명하였지만 본 보고서에서는 메시지 중심의 커뮤니케이션을 강조하기 위하여 모델 명칭을 수정하였음을 밝힌다.

연구자가 다음의 아고라 사이트를 관찰하면서 과연 어떠한 담론들은 계속적으로 진행되고 어떠한 담론들은 그렇지 않은지를 살펴보면서 프랑크 댄스(Frank Dance)가 제시하였던 커뮤니케이션의 나선형 모델과 유사한 모습을 발견하였다. 예를 들면, 2009년 7월 15일자에 해수사랑의 이름으로 “천씨 사건으로 치명적인 상처를 입은 검찰...”의 글이 올라왔다. 이 글의 경우에, 천성관 검찰총장 임명자의 도덕성에 대한 많은 논의들이 이루어졌다. 천성관 검찰총장 임명자 사건을 두고서 처음에는 천성관 임명자의 도덕성에 대한 공유된 의미들이 교환되다가, 급기야는 검찰 전체의 도덕성, 이어서 노무현 전 대통령의 자살 사건과 검찰의 관계 등으로 변화되는 모습을 보면서 앞의 이론적 논의에서 나타난 디지털 공간이라고 하는 주체 형성의 사회 기제를 이용하여 많은 사람들이 메시지와 메시지에 대한 댓글로 자신의 정체성을 드러내고 있음을 살펴볼 수 있었다.

[그림 3-3] 나선형 모델

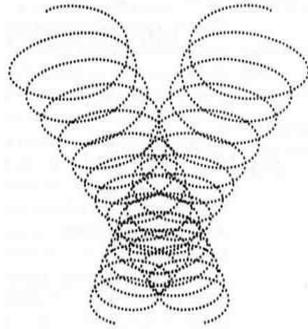
**A Helical Model of Communication**  
from Dance, 1967



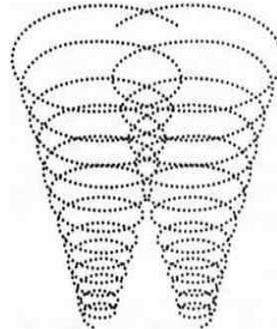
프랭크 단스(Frank Dance)가 과정을 중시한 커뮤니케이션 모델은 그림과 같이 나선형의 형태를 특징으로 한다. 나선형의 커뮤니케이션 모델은 과정의 연속성과 무한대로 나타날 수 있음을 보여주고 있다(Dance & Larson, 1976). 그림에서 나타난 바와 같이 처음에는 몇몇의 커뮤니케이터들이 참여하다가 시간이 흐르면서 많은 사람들이 참여하면서 담론의 폭이 넓어지고 있음을 보여주고 있다. 기존의 S-M-C-R-E의 모델에 기초한 커뮤니케이션 모델들은 화자의 의도가 청자에게 얼마나 정확하게 전달되었는가를 중시하기 때문에, 피하주사(hypodermic needle) 모델이라고도 한다. 이 후의 많은 모델들이 피하주사 모델을 근거로 하여 약간의 수정/보완했을 따름이다(Singh, 1984).

그러나 단스는 커뮤니케이션의 수학적 이론을 근거로 한 모델을 부정하면서 커뮤니케이터들 간의 메시지 교환 행위에 초점을 두었다. 그는 커뮤니케이션을 단지 얼마나 메시지를 정확하게 전달하는 것 보다는 서로 메시지를 교환하는 의미의 공유로 정의하였다(Dance, 1968). 그는 선형성 혹은 순환성의 커뮤니케이션 모델은 실제 세계의 커뮤니케이션 행위의 실체를 제대로 파악하지 못하고 있다고 간주하였다. 커뮤니케이션 행위는 마치 나선형의 형태처럼 앞으로 움직이다가 원래 상태로 복귀하기도 한다. 실제 세계의 커뮤니케이션은 과거의 행위에 영향을 받는다(Dance, 1970: 105). 그는 커뮤니케이션이 이루어지기 위해서는 커뮤니케이터들 간의 상호작용이 있어야 함을 전제로 하고 있다(Dance, 1997: 251). 상호작용을 가능하게 하는 추동력은 바로 수용자(receiver)로부터 송신자(sender)로의 반응인데, 이러한 반응은 단스가 은유적으로 표현하기를 숨씨가 없는 골퍼가 아닌 재능이 있는 골퍼 수준의 반응이어야 한다고 주장하였다(Dance, 1968: 26). 숨씨가 있는 골퍼의 은유는 단순히 수동적으로 메시지를 받아들이는 사람들이 아니라, 즉, 커뮤니케이션 과정에서 항상 객체로 존재하지 않고 주체의 입장에서 대화에 참여하고자 하는 마음이 있으며 그렇게 행동해야 함을 의미한다. 바로 단스의 나선형 모델이 커뮤니케이션 과정의 역동적인 모습을 적절하게 묘사하고 있다(Saunders and Hamilton, 1999: 121).

[그림 3-4] 나선형의 만남과 헤어짐



[그림 3-5] 나선형의 조우



출처: Dance, F. E.(1967). Human Communication Theory: Original Essays.  
Holt: Rinehart & Winston.

[그림 3-5]에서 보여주듯이 나선형의 모델은 커뮤니케이션이 누적적으로 이루어지면서, 커뮤니케이터들 간의 상호간의 의미 공유의 정도가 넓어지고 있음을 나타내고 있다. 이러한 나선형 모델을 통해 대학의 강의를 설명하는데 있어서 맥퀘일과 윈달(McQuail & Windahl, 1981: 16)은 학생들과 강사가 어느 정도의 공유된 의미가 있는가를 나타낸다고 주장한다. 강사가 강의를 하기 전에 어느 학생이 어느 정도의 단계에 있는지를 파악할 수가 있다. 또한 나선형 모델의 마지막 특징은 무한성이다. 기존의 선형성의 커뮤니케이션 모델은 최종의 도착지가 있음을 암시하는 반면에, 나선형 모델은 커뮤니케이션이 종착지가 없이 진행됨을 보여주고 있다. 나선형 모델은 커뮤니케이션 나선에 있어서 ‘마법의 마지막 굽이(curve)’가 없다(Dance, 1970: 106). 또한 나선형 모델은 커뮤니케이션의 시작점이 없다. 왜냐하면 커뮤니케이션은 이전의 형태로 돌아갈 수도 있고, 앞으로 나갈 수도 있기 때문이다. 커뮤니케이션은 진공 상태에서 발생되지 않는다.

선형성의 커뮤니케이션 모델은 송신자의 의도가 수신자에게 전달되었는지의 여부가 특징인 닫힌 형태의 커뮤니케이션인 반면에, 나선형의 모델은 커뮤니케이션 과정이 어떻게 이루어지는가 하는 상황적인 요인에 커다란 영향을 받는다. 이처럼 나선형의 모델은 커뮤니케이션 행위가 매우 유동적임을 암시하고 있다. 마지막으로

단스는 그의 나선형의 커뮤니케이션 모델은 월터 옹(Ong, 1989)의 ‘구술 커뮤니케이션의 지성(oral noetic)’을 반영하고 있다(Dance, 1989) 주장한다. 월터 옹은 구술에 근거한 커뮤니케이션은 변증법의 형태로 이루어졌다(Ong, 1989)고 주장했다. [그림 3-4]와 [그림 3-5]와 같이 하나의 주제에 대해 커뮤니케이터들 간에 의견 교환이 이루어지면서 유사한 주제들에 대해 진행된 커뮤니케이션 나선이 겹쳐져서 상승작용의 효과가 나타나기도 한다. 반면에 다른 주제들에 대해 행해진 나선형의 커뮤니케이션이 어느 시점에서는 겹쳐지다가 다시 분리되기도 한다.

## 2. 온라인 게시판의 커뮤니케이션 사례

온라인 게시판의 커뮤니케이션의 특징을 알아보기 위해 연구자는 7월 25일 “외국계 회사 다니는 직장인이 본 미디어 법”의 제목의 글에 대한 커뮤니케이션의 과정을 관찰하였다. 일단 처음에 ‘와츠’라는 아이디를 가진 사람의 글이 게시판에 나타나면서 요즘 세간의 주목을 받고 있는 미디어 법에 대한 토론이 진행되었다. 본 토론은 2009년 7월 25일 오후 1시 33분에 시작되어 오후 4시 29분경에 끝이 났다. ‘와츠’의 아이디의 글이 게시판에 실리면서 시작된 미디어 법에 대한 논쟁은 시간이 지나면서 처음의 메시지1의 형태가 메시지2, 메시지3, 메시지4의 형태로 변화하는 모습이 관찰되었다. 방송시장에서의 자유 경쟁과 방송 콘텐츠의 질의 관계에서 YTN의 영향력으로, 민영과 공영의 찬반양론과 뉴스가 과연 객관적인 사실을 보도하는지, 마지막으로 미디어 법의 지분소유관련 부분에 이르기까지 처음에 제시되었던 ‘와츠’의 메시지가 커뮤니케이션이 진행되면서 다양한 주제로 변화하였다. 미디어 법에 대한 토론의 모습을 표로 나타내면 다음과 같다.

〈표 3-1〉 메시지 1(방송시장도 자유경쟁시장이 되어야 하는가. 그렇게 되면 방송 콘텐츠의 질도 자연스럽게 향상되는가?)

<p>〈와츠〉 미디어법이란 자유 시장에서 자유롭게 경쟁하여 더 좋은 양질의 방송을 보여주도록 하고 소비자는 그 중 맘에 드는것을 선택할 자유를 가지면 된다.</p>	<p>〈공수거〉 이탈리아의 예를 보라. 공영성과 공성은 가진 자가 아니라 약한 자, 없는 자를 배려하는 것이다.</p>
<p>〈amo〉 자본주의 사회에서는 자본이 가장 거대한 권력이다. 지금의 방송통신 기관들을 누가 장악하고 있는가.</p>	<p>〈와츠〉 실제 현재 케이블 시장에서 대기업의 콘텐츠가 더 풍부하게 사실이며, 대기업이라고 해서 무조건 돈 되는 콘텐츠만 만들지는 않는다.</p>
<p>〈와츠〉 과장이다. 방송의 기초는 중립성과 공정성에 있다. 그리고 방송법의 제재력이 신문법보다 훨씬 강력하기 때문에 그렇게 우려할 필요 없다. 신문법과 방송법은 다르다.</p>	<p>〈와츠〉 방송법이 편파성을 제재할 것이며, 시장참여 자체를 막는 것이 오히려 자유경쟁체에 맞지 않는다. 현재 대기업의 보도참여금은 5공 때 언론장악을 위해서 만들어진 것이다.</p>
<p>〈greenegg〉 정부가 인터넷 통제를 위해 하는 일들을 보면 미디어법도 어느 방향으로 갈지 대충 보이지 않는가.</p>	<p>〈와츠〉 그러니까 방송법으로 다스려진다는 말이다. 시장참여 자체를 막아서는 안된다.</p>
<p>〈avideditor〉 거대자본이 들어오면 콘텐츠가 풍부해져 수용자 복지에 도움이 된다는 것은 어불성설이다. 기존 방송역사상 찾아보기 힘들다.</p>	<p>〈와츠〉 공중과 방송국들은 이미 방송시장에서 독점적 지위를 누리고 있다. 대기업이 들어와서 경쟁을 하게 된다고 하더라도 불공정 경쟁이 아니다.</p>
<p>〈와츠〉 정부의 인터넷 통제는 사람마다 생각이 다르다. 방송법의 공정성을 담보해줄 것이고 대기업의 대자본은 콘텐츠의 고품질화를 가져올 것이다.</p>	<p>〈공수거〉 공중과 방송국이 약한 기업이 아니기에 공공성과 공영성이 담보되어야 한다. 공공성과 공영성은 이윤추구라는 상업성과는 맞지 않아요. 그래서 언론의 소유구조가 중요한 것이다.</p>
<p>〈avideditor〉 기존에 대기업들이 케이블에 진출해서 중소pp들을 흡수한 예를 보라. 기업이 공정하게 경쟁해서 수용자 복지를 위해 콘텐츠의 고품질화를 가져오겠나?</p>	<p>〈와츠〉 대기업이 보도 방송에 참여했다가 공성과 공영성을 잃어버리게 되면 방송법에 근거하여 제재를 당하고 심하면 퇴출될 것임. 무얼 믿고 무얼 믿지 못하는지는.. 국민이 객관적으로 판단해야 하고, 그러기 위해서는 다양한 방송이 필요함.</p>
<p>〈netzoa7〉 방송시장을 자유경쟁체제로 만들어버리면 자국 방송의 정체성을 잃게 된다. 대기업들이 방송시장에 진출하면 결과가 뻔하다.</p>	
<p>〈만소〉 일반국민들은 미디어 자체에 실제로 그렇게 신경을 쓰지 않기 때문에 공정보도라는게 더욱 중요한 것이다.</p>	
<p>〈토리〉 자유경쟁이라는 것은 동일한 상황과 조건에서 이루어져야 하는 것이다.</p>	

메시지 1 단계의 토론의 특징은 ‘와츠’ 아이디어를 가진 사람의 주장을 둘러싼 논의들이 진행되고 있다. 와츠와 그 외의 아이디어를 가진 사람들은 다른 사람의 메시지에 대한 자신의 의견을 피력하면서 남들과의 관계 속에서 자신의 정체성을 계속해서 표현하고 있다. 상호간의 의견 교환을 통해 해당 공간의 정체성을 형성해가고 있다.

〈표 3-2〉 메시지 2(주장에 대한 실증적 증거의 신빙성이 있는가? YTN의 영향력은 어느 정도인가?)

---

<p>〈남도일〉 YTN의 영향력이 강력하다고 주장 한건 일방적인 증거 없는 주장임. 최근엔 MBN이나 별 다를바 없음</p>	<p>〈와츠〉 MBN은 알다시피 매일경제 방송입니 다. 경제가 주가 되는 방송이며 시사, 사회를 전문으로 하는 YTN과는 방송 성격이 다름.</p>
<p>〈남도일〉 MBN정치 사회 안 나오나? 엄연한 보도채널이다.</p>	<p>〈와츠〉 YTN과 MBN중 어디가 더 케이블 뉴 스로 영향력이 큰지는 한번 따로 설문조사를 해보시지요. 여기서 논쟁한다고 바뀔 문제가 아닙니다.</p>
<p>〈남도일〉 둘사이 시청률 0.몇 % 차이이다. 중 요한 건 둘 간에 얼마가 차이냐는 중요 하지 않다. 사실관계를 잘 따져서 논리를 구 성하라. 왜곡하지 말라. 케이블 쪽은 YTN이 강한 영향력을 독보적으로 잡고 있는 상황이 라는 주장도 YTN이 무슨 독과점이라도 되는 양 거짓된 논리 섞어가며 지금의 방송법이 마치 무슨 독과점을 해제하기 위한 것인 양 거짓말 하지 말라는 것임. 정확한 근거와 자 료를 기반으로 주장할 것.</p>	

---

〈표 3-3〉 메시지 3(민영이 바람직한가 공영이 바람직한가? 뉴스의 본질은 객관적  
사실전달인가 해석인가?)

---

<p>〈남도일〉 YTN의 영향력이 강력하다고 주장 한건 일방적인 증거 없는 주장임. 최근엔 MBN이나 별다를바 없음</p>	<p>〈와츠〉 YTN과 MBN이 케이블 보도방송을 하고 있는데 실제 영향력은 YTN이 더 크다 라는 내용이었음. 잘못이해한 것 같음. MBC</p>
<p>〈남도일〉 총칼의 통제를 받는 관영보단 민영 이 낫고 민영보단 공영이 낫기 때문임. 그 리고 지상파가 MBC의 독과점인가?</p>	

---

〈남도일〉 민영보다 공영이 낫다는 건 절대적인 건 아닙니다. 단 지금의 정책과 같은 민영은 반대하는 것입니다. MBC가 편향이라는 것과 클로징 멘트가 싫다 라는 것도 님의 관점이고 그로인해 공영임을 부정하는 것도 님의 주관적인 견해일 뿐 조중동이 편향되었다는 주관에 따라의 문이 아니라고 할 수 없는 것과 같은 이유입니다. 공영이라고 그런 클로징 멘트 날리지 말란 기준이라도 있습니까? 이게 바로 님의 관점이라니까요? 지금의 정책 → 법안 내용 보면 알잖아요 → 지분소유, 동아일보 사설에 이런 내용 있더군요 우리는 지분소유에 전혀 관심없다 새 채널을 만들기 위함이라고 그런데 지분 소유 개정과 보도채널에 왜 그렇게 집착하는 거랍니까? 조중동을 제외한 다른 언론들도 것도 님의 편향적이고 다는 것 모르는 거 아닙니다. 그래서 서로 다른 논조의 매체간의 균형이 맞아야 한다는 겁니다.

가 당시 민영을 주장하며 내세우기로 자유로운 보도기능과 주체적인 운영인 민영 장점을 내세웠는데, 왜 다시 민영으로 돌아가는 것을 반대하게 됐을까. 공영 관영의 종속적인 문제가 아니라 현재 방송법으로 인한 MBC 독과점 형태인 철밥통을 버리는게 아깝고 싫기 때문임. MBC의 독과점 문제는 별도 포스팅 할 만큼 내용이 방대함.

〈와츠〉 민영보다 공영이 나은 이유를 언급 안하셨는데.. 공영의 자격조건이 뭐라고 생각하시는지요. 뉴스데스크에서 사적인 의견이나 생각을 뉴스 말머리에 던지는 건 공영의 의무인 공공성을 위해하는 일입니다. 뉴스는 단지 팩트만을 던지는 것이고, 그것을 이해하는 건 시청자의 몫입니다. 안 그러면 원하는 대로 민영 방송 해야죠.

〈표 3-4〉 메시지 4(미디어법의 지분소유관련 부분은 어떠한 의미를 가지는가?)

〈남도일〉 YTN의 영향력이 강력하다고 주장한 건 일방적인 증거 없는 주장임. 최근엔 MBN이나 별 다를 바 없음

〈와츠〉 서로 다른 논조간의 매체가 있어야 하기 때문에 다양한 방송이 필요한 것입니다. 그런 취지라면 타 매체의 등장은 시청자로서는 환영해야 하는 게 당연하지요. 지금은 MBC, KBS, SBS + YTN에만 목매고 있는 실정입니다.

〈남도일〉 다양한 방송 맞죠. 현대 지분법 소유가 다양한 방송인 겁니까? 법안 내용은 님도 잘 알건데요? 다양한 방송이란 것은 진보 보수매체 간의 균형성이 어느 정도 담보가 되어야 하는 것 아닙니까?

〈와츠〉 지분법 애길 왜 하시는지 모르겠네요. 기업 자본을 들여 세운 방송국에 지분이 없다는 게 상식적으로 납득이 안 가는군요. 그럼 누가 투자하려고 할까요? MBC가 현재 자기 지분을 몇% 가지고 있는지 확인 바랍니다.

〈남도일〉 지분을 특정 신문사와 대기업이 갖게 될 수 있으니 문제라는 거죠. MBC정수장학회(박근혜)30%소유 문화방송진흥회(70%)소유 단 문화방송진흥회 임원은 최시중 방송통신위원회장이 임명할 수 있다.

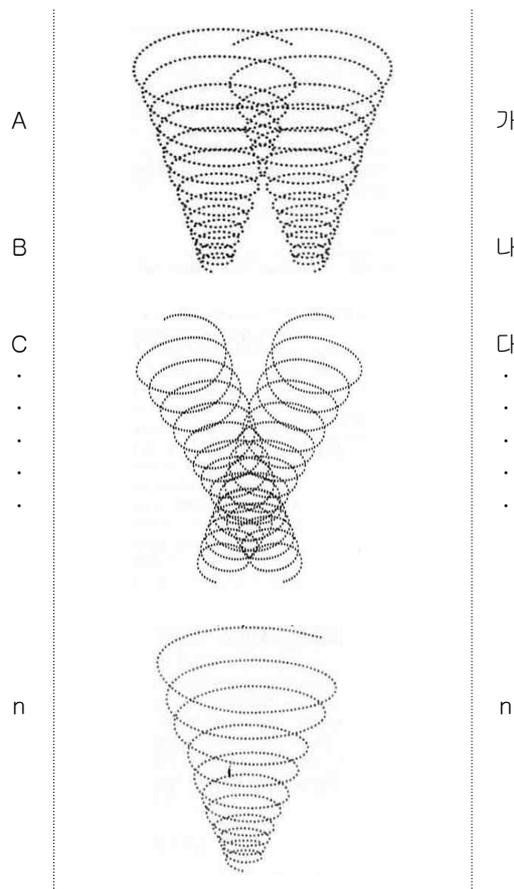
〈표 3-2〉, 〈표 3-3〉 그리고 〈표 3-4〉의 토론들에서 관찰되듯이, 미디어 법에

대한 논의들이 진행되면서 메시지가 자연스럽게 수정되고 전혀 다른 메시지 형태로 전환되면서 앞에서 논의한 나선형이 서로 겹치는 현상들이 나타나고, 메시지가 자체 생명력을 가지면서 어디가 토론의 시작이고 끝 인지를 알 수 없다. 커뮤니케이션을 하는 사람들의 인격, 지위 등의 변수들은 온라인 게시판에서는 그리 중요한 변수가 되지 않는다. 다만, 자신들이 커뮤니케이션을 하고자 하는 메시지의 특성에 근거하여 자신들의 메시지를 형성해 가는 것을 볼 수 있다.

앞에서 제시한 사례들과 지금까지 논의한 사항들을 종합/정리하면 다음과 같다. 디지털의 전송으로 인해 다양한 매체들이 연결되면서 다양한 관계망이 형성되고 있다. 개인들은 자신들이 원하면 언제든지/어느 곳에서든지 비록 알지는 못하지만 관계를 형성할 수 있는 가능성이 생겼다. 이러한 관계 형성은 푸코의 표현을 빌리자면 개인들이 전략적으로 자신들의 권위를 행사할 수 있게 됨으로써, 글을 통해 자신들의 정체성을 형성해 나가는 것이다. 결국 이러한 관계망은 디지털 공간이 출현되면서 가능해졌다. 따라서 디지털 공간은 현실과 전혀 다른 공간 혹은 세계가 아니라 사람들이 자신들의 정체성을 만들어 가면서 자신들의 주체 의식을 갖게끔 하는 사회 장치이다. 주체 형성 기제가 산업사회와 전혀 다른 형태가 출현되면서 커뮤니케이션 양식에도 커다란 변화가 나타나고 있다. 첫째, 과연 누가 송신자이고 수신자인가? 이를 구분 하기에는 매우 어려운 커뮤니케이션 현상이 재현되고 있다. 즉, 디지털 공간에서의 커뮤니케이션은 사람들이 커뮤니케이션의 주체이기도 하지만 메시지도 주체의 역할을 하고 있음이 기존의 커뮤니케이션 양식과 매우 다른 점이다. 메시지 중심의 모델이 설명하듯이 많은 사람들이 커뮤니케이션에 참여하면서 메시지 자체가 생명을 갖게 되었다. 형성된 메시지는 끊임없이 많은 사람들에게 의해 수정/보완되면서 선의 혹은 관계의 커뮤니케이션의 형태를 갖게 된다. 나선형의 커뮤니케이션 모델과 같이 어떤 메시지는 소멸되고, 어떤 메시지는 지속적으로 유지되면서 처음의 목적과는 다른 형태로 변질되는 경우도 있다. 이러한 현상은 [그림 3-6]으로 표현될 수 있다. 그림에서 나타난 바와 같이, ABC... 가나다...의 수많은 사람들이 자신이 관심을 갖는 메시지에 자신의 정체성을 투영시키면서 나선형의 형태로

커뮤니케이션이 진행된다. [그림 3-6]의 점선의 의미는 사람들이 디지털 공간을 상상하는 형태가 서로 다르기 때문에 실선이 아닌 점선으로 표시하였음을 밝힌다.

[그림 3-6] 메시지 중심의 관계의 커뮤니케이션



마치 우리들은 디지털 공간에서 이루어지는 커뮤니케이션을 사람과 사람들 간의 커뮤니케이션으로 이해하는 경향이 있다. 이는 아마도 우리들이 아직도 원자(atom) 원리에 근거한, 즉 분리될 수 없는 개인(in-dividual) 인식에 사로잡혀 있기 때문이다. 디지털 공간은 아톰의 의식을 무색하게 하면서 사람들의 주체성이 그들이 추구하는

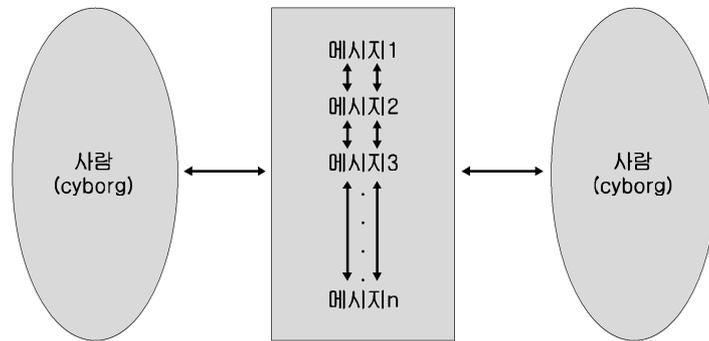
관계에 의해 형성되고 있음을 보여주고 있다. 디지털 공간에서 형성되는 담론은 바로 사람들의 관계에 의해 가능하다. 근대성의 주체성을 갖고 있는 사람들의 목소리가 아니라 관계에 의해 나타난 공간의 목소리임을 이해할 필요가 있다. 이를 근거로 하여 관계에 의해 나타나는 공간의 주체성 형성 과정은 어떠한지 살펴볼 필요가 있다. 환언하면, 사회적인 영향력을 발휘하는 공간의 주체성과 그렇지 못한 공간의 주체성에는 어떠한 차이가 있는지에 대해 연구할 필요가 있다.

지금까지 논의한 사항들을 종합/정리하면 다음과 같다. 컨버전스를 여러 가지 유형으로 정의 내릴 수 있지만 본 보고서에서는 잠정적으로 관계망의 형성으로 정의를 내린다. 다양한 매체들이 디지털을 이용하여 하나의 매체로 수렴하는 현상은 개인들에게 자신들이 원하면 언제든/어느 곳에서든지 비록 알지는 못하지만 관계를 형성할 수 있는 가능성을 주었다. 이러한 관계 형성은 푸코의 표현을 빌리면 개인들이 전략적으로 자신들의 권위를 행사할 수 있게 됨으로써, 글을 통해 자신들의 정체성을 형성해 나가게 된 것이다. 결국 이러한 관계망은 디지털 공간이 출현되면서 가능해졌다. 따라서 디지털 공간은 현실과 전혀 다른 공간 혹은 세계가 아니라 사람들이 자신들의 정체성을 만들어 가면서 자신들의 주체 의식을 갖게끔 하는 사회 장치이다.

주체 형성 기제가 산업사회와 전혀 다른 형태가 출현되면서 커뮤니케이션 양식에도 커다란 변화가 나타나고 있다. 첫째, 과연 누가 송신자이고 수신자인가? 이를 구분하기에는 매우 어려운 커뮤니케이션 현상이 재현되고 있다. 즉, 디지털 공간에서의 커뮤니케이션은 사람들이 커뮤니케이션의 주체이지만 메시지도 주체의 역할을 하고 있음이 기존의 커뮤니케이션 양식과 매우 다른 점이다. 메시지 중심의 모델이 설명하듯이 많은 사람들이 커뮤니케이션에 참여하면서 메시지가 자체 생명을 갖게 되었다. 형성된 메시지는 끊임없이 많은 사람들에 의해 수정/보완 되면서 선의 혹은 관계의 커뮤니케이션의 형태를 갖게 된다. 나선형의 커뮤니케이션 모델과 같이 어떤 메시지는 소멸되고, 어떤 메시지는 지속적으로 유지되면서 처음의 목적과는 다른 형태로 변질되는 경우도 있다. 이러한 현상을 (그림 3-6)으로 표현될 수 있다. 그림에서 나타난 바와 같이, ABC... 가나다...의 수많은 사람들이 자신이 관심을 갖

는 메시지에 자신의 정체성을 투영시키면서 나선형의 형태로 커뮤니케이션이 진행된다. [그림 3-6]의 점선의 의미는 사람들이 디지털 공간을 상상하는 형태가 서로 다르기 때문에 실선이 아닌 점선으로 표시하였음을 밝힌다. 결국 컨버전스 매체에 의해 나타나는 새로운 형식의 커뮤니케이션은 점의 커뮤니케이션에서 선의 커뮤니케이션을 이행하고 있음을 알 수 있다.

[그림 3-7] 디지털 공간에서의 커뮤니케이션 양식



## 제 4 장 융합된 미디어 이용(휴대폰, 블로그/미니홈피)의 성향적 이용동기, 이용행태 및 사회심리 변인, 미디어 문화 패러다임의 관계 규명을 중심으로

### 제 1 절 이론적 배경 및 선행 연구 검토

#### 1. 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스로서의 미니홈피와 블로그

미니홈피는 미니 홈페이지의 줄임말로 모니터의 전체 화면보다 작은 크기의 개인 홈페이지이다. 주로 포털 사이트나 커뮤니티 사이트에서 제공하는 개인 공간으로서 블로그와는 엄밀한 의미에서는 구분되나 이용자들의 편의를 위한 다양한 기능들이 지속적으로 추가되면서 그 구분이 명확하지 않은 실정이다(권상희·우지수, 2005). 미니홈피는 이미 만들어진 템플릿에 자신의 정보를 기록하고 게시판에 글과 사진을 올릴 수 있도록 되어 있으며, 기존의 홈페이지에 비해 제작과 관리가 용이하다는 특성을 지닌다. 또한 배경 화면과 음악 그리고 각종 멀티미디어 효과를 통해 이용자의 개성을 표현할 수 있도록 해주며, 다른 미니홈피 이용자와 상호작용을 할 수 있다는 점에서 블로그와 매우 유사하다. 특히 인적 네트워크 기능을 강화한 미니홈피의 특성은 공동체 의식과 소속감이 강한 우리나라 이용자들의 정서와 부합하며 특히 자기표현의 욕구가 강한 청소년층을 중심으로 널리 대중화되어 있다.

블로그(Blog)는 인터넷을 의미하는 웹(Web)과 일기 또는 일지를 뜻하는 로그(log)의 합성어인 웹로그(Weblog)의 줄임말로, 인터넷에서 자신의 관심사에 따라 자유롭게 글을 올리는 개인 사이트를 지칭한다(Blood, 2000). 블로그의 형식상의 특징은 우선 일기(일지) 형태이고, 주로 내용이 짧다. 그리고 새로운 내용을 통해 자주 갱신되며 내용들이 시간 순으로 배열되며, 제목과 본문이 첫 화면에 함께 노출된다. 게시물은 작성과 동시에 발행되고 반영되며, 각각의 게시물은 HTML 형식으로 작성되

어 고유한 주소를 가진다. 또한 게시물은 카테고리화 되어 있고, 트랙백을 통해 서로 그물망처럼 엮여 진다.

미니홈피와 블로그의 차이점은 첫째, 블로그의 경우 제목과 본문이 첫 화면에 함께 노출되는 데 반해, 미니홈피는 공간적인 문제와 독창적인 서비스(미니룸, 플레이룸, 자기소개, 방송 등)로 인해 대부분 제목만 보여 준다. 둘째, 블로그는 원래 각각의 게시물에 대해 고유한 주소를 가지는 반면 미니홈피는 개별 게시물에 해당하는 주소가 없기 때문에 항상 메인 화면으로 연결된다. 셋째, 미니홈피도 다른 홈피들과의 자유로운 링크는 가능하지만, 블로그의 트랙백이나 RSS 기능이 지원되지 않으므로 자료나 글을 그대로 옮겨올 때 중간 과정은 생략된다(권상희·우지수, 2005).

이러한 두 서비스 간의 기술적 차이점에도 불구하고 본 연구에서는 미니홈피와 블로그의 대인 커뮤니케이션 매체로서의 공통된 특성을 토대로 ‘개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스’로 개념화하였다. 무엇보다 미니홈피와 블로그는 이용 및 관리의 주체가 개인이라는 점과 커뮤니케이션 메시지의 생성과 소비가 전적으로 개인적이라는 공통점을 가진다. 또한 미니홈피와 블로그는 기존 매스미디어들과 확연히 대비되는 고도의 상호작용성을 전제로 한다. 개별 이용자가 작성한 게시물은 여러 이용자에게 의해 공유되며, 답글, 방명록, 쪽지, 메일 등의 부가 기능들을 통해 상호작용은 더욱 활성화된다. 바로 이러한 상호작용성에 주목하여 본 연구에서는 미니홈피와 블로그를 단순히 ‘1인’ 또는 ‘개인적(individualiaed)’ 미디어로 개념화하는 대신 ‘개별화(individuated)’된 사회적 커뮤니케이션 수단으로 개념화하였다.

## 2. 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스의 이용 동기

디지털과 컴퓨터 기술의 발달에 힘입어 최근 등장하는 뉴미디어는 다양한 표현양식을 구현하는 멀티미디어적 성격을 강하게 띠는 특성을 지닌다. 이러한 멀티미디어는 이용자가 어떤 목적으로 어떻게 이용하는가에 따라 그 기능 역시 다양하다. 즉, 기술적으로는 동일한 미디어라 하더라도 이용자와의 상호작용 유형에 따라 그 기능이 개별화된다는 것이다. 예를 들어, 인터넷의 경우 어떤 이용자들은 주로 온라

인 게임을 통한 오락적 욕구 충족을 위해, 어떤 이용자들은 주로 커뮤니티 활동을 통한 사회적 통합 욕구 충족을 위해, 또 어떤 사람들은 인터넷 신문이나 정보 검색 및 수집 등의 인지적 욕구 충족을 위해 사용하는 등 그 기능이 다양하다(참조: 김유정, 2005; 나영주 외, 2005; Davis, 2001).

이미 상술했듯이 미니홈피와 블로그 등의 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스는 높은 상호작용성에 기반을 두어 매스 커뮤니케이션은 물론 대인 커뮤니케이션도 가능하며 정보의 내용과 형식 또한 다양하다. 이들 개별화된 서비스들의 커뮤니케이션 매체로서의 기능은 이용자들의 이용 동기 구조를 파악함으로써 보다 구체화될 수 있을 것이다. 따라서 본 연구에서는 우선 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스의 대표적 형태인 미니홈피와 블로그의 이용 동기 구조를 주 이용자층인 청소년들을 대상으로 하여 체계적으로 밝히고 다양한 차원의 이용 동기들과 이용 행태간의 상관관계를 규명하고자 한다.

이용과 충족 접근은 커뮤니케이션 연구에서 미디어 노출을 설명하기 위한 지배적 패러다임으로 활용되어 왔다. 이 접근 방법은 다양한 영역의 전통적 매스 미디어(참조: Palmgreen, Wenner, & Rosengren, 1985)는 물론 대인 커뮤니케이션(예: Rubin, Perse, & Barbato, 1988) 그리고 인터넷을 비롯한 최근의 새로운 디지털 미디어 연구에 광범위하게 적용되어 왔다. 많은 커뮤니케이션 연구자들은(예: December, 1996; Morris & Ogan, 1996; Newhagen & Rafaeli, 1996; Perse & Dunn, 1998 등) 이용과 충족의 전통적 모델들이 인터넷과 뉴미디어의 이용 연구들에도 유용한 분석 틀을 제공할 수 있으며 새로운 커뮤니케이션 기술 채택에 따른 미디어 이용 행태의 변화에 대한 설득력 있는 이론적 설명을 제공한다고 평가한다.

이에 본 연구에서도 청소년들의 미니홈피나 블로그와 같은 개별화된 인터넷 서비스 이용 행태를 이용과 충족 접근을 통해 보다 체계적으로 이해하고자 한다. 인터넷은 능동적 양방향 커뮤니케이션 매체로서 상호작용적이며 탈중심적(decentralized)인 커뮤니케이션을 특징으로 한다. 이러한 새로운 커뮤니케이션 양식은 이용과 충족 접근이 전제로 하고 있는 이용자의 능동성(activity)과 선별성(selectivity)에 상응하는

이용자의 적극적 참여를 수반한다. 특히 미니홈피나 블로그와 같은 개별화된 커뮤니케이션 서비스를 통해 이용자들은 정보를 보다 더 주체적으로 생산하거나 선택한다. 다시 말해서 이용자들은 개별화된 인터넷 서비스를 통해서 커뮤니케이션의 내용은 물론 형식에 대해 기타의 다른 인터넷 서비스들을 이용하는 경우 보다 더욱 증가된 통제력을 발휘할 수 있다는 것이다. 능동적 수용자 관점으로서의 이용과 충족 접근은 인터넷상의 개별화된 커뮤니케이션 서비스를 통해 생성되고 유통되는 정보들에 대한 이용자들의 반응은 물론 이들 개별화된 공간을 통해 사회적 관계를 형성하고 유지하는 방식을 살펴보는 데 유용한 분석 틀을 제공해 줄 것이다.

이용과 충족 접근은 이용자들이 특정한 욕구 또는 다양한 미디어들로부터 충족될 것으로 기대하는 만족을 토대로 미디어 내용을 선택할 것이라고 가정함으로써, 커뮤니케이션 연구의 초점을 수동적 수용자에 대한 미디어의 직접적 영향으로부터 능동적 이용자들의 미디어 이용으로 전환시켰다. 즉 이용과 충족 접근은 개별 미디어 이용자의 이용과 선택을 강조함으로써(Rubin, 1994) 미디어 효과를 이용자의 의도나 동기에 의해 매개되는 것으로 가정한다(Katz, Gurevitch, & Hass, 1973). 일찍이 카츠와 동료들(Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974)이 정의한 바, 이용과 충족 접근을 통한 미디어 이용 연구는 다음과 같은 요소들을 포함한다.

“욕구의 사회적 및 심리적 기원, 이들이 야기하는 매스 미디어 또는 다른 소스들에 대한 기대, 이를 통한 상이한 유형의 미디어 노출 또는 기타 활동에의 관여, 결과로서의 욕구 충족 및 대개 의도하지 않았던 기타 결과들”(p.20)

미디어의 이용을 특정한 욕구의 충족을 위한 기능적 행위로 파악하는 이용과 충족의 관점은 사람들이 특정한 유형의 매개 커뮤니케이션에 관여하는 다양한 이유들을 규명하고 매체 이용을 통해 충족될 수 있는 다양한 유형의 만족을 유형화하는 것을 가능하게 해주었다. Katz et al.(1973) pointed out that all media users have essentially the same five categories of needs: 카츠와 동료들(Katz et al., 1973)은 모든 미디어 이용자들의 일반적 욕구를 크게 다섯 가지로 구분하고 있다. ① 인지적 욕구(cognitive needs)는 정보, 지식 그리고 이해의 강화와 관련한 욕구이다. ② 정서적 욕구(affective

needs)는 미적이고 즐거운 감정적 경험의 강화와 관련된 욕구이다. ③ 자아 통합 욕구(personal integrative needs)는 신뢰, 신념, 안정 그리고 개인의 지위를 강화하고자 하는 욕구이다. ④ 사회적 통합 욕구(social integrative needs)는 가족, 친구 그리고 외부 세계와의 관계를 강화하고자 하는 욕구이다. 끝으로 ⑤ 회피 욕구(escapist needs)는 자아와 자신의 사회적 역할로부터 벗어나거나 긴장을 완화하려는 욕구이다.

멀티미디어 또는 융합 미디어로서의 인터넷의 매체적 특성을 고려해 볼 때, 인터넷 이용자들 역시 텔레비전, 라디오, 신문, 책, 영화와 같은 전통적 매체들의 이용에 있어서 발견되는 이러한 욕구들을 공유하고 또한 인터넷상의 다양한 서비스들을 이용함으로써 이들 욕구들을 충족시키고 있을 것으로 여겨진다. 마찬가지로 인터넷상에서 유용한 하나의 커뮤니케이션 서비스 형태로서의 미니홈피나 블로그 역시 미디어 이용과 관련한 일반적 욕구들(즉, 인지, 정서, 자아 통합, 사회적 통합, 회피 욕구)을 충족시키는 기능을 할 것으로 예상할 수 있다. 그러나 기존의 인터넷상에서 이용 가능한 여타의 서비스들과 차별화되는 속성, 즉 커뮤니케이션의 과정의 개별화로 인해 이용자들이 다양한 종류의 커뮤니케이션 욕구를 충족하는 방식 또는 이들 새로운 커뮤니케이션 서비스들이 이용자들의 욕구 충족에 기능하는 방식은 매우 혁신적일 가능성이 있다.

### 3. 개별화된 미디어로서의 휴대폰의 특성 및 휴대폰 이용동기

휴대폰 이용 동기와 관련해 령과 웨이(Leung & Wei, 2000)는 ‘패션과 지위’, ‘감정과 사회성’, ‘휴식’, ‘이동성’, ‘즉시성’, ‘도구성’, ‘안심’ 등 7가지 휴대폰 이용동기를 도출하였다. 한편, 이인희(2001)는 대학생 이용자의 휴대폰 이용 동기에 있어 나은영(2001)의 한국적 문화요인과 령과 웨이(Leung & Wei, 2000)의 패션과 지위 요인을 고려하여 대학생들의 휴대폰 이용동기를 측정하였다. 그 결과 ‘즉시성’, ‘이동성’, ‘체면 및 동조’, ‘도구성’, ‘정보습득’, ‘흥미’, ‘휴식’, ‘과시’, ‘패션 및 사회적 지위’, ‘시간관리’, ‘안심’ 등 11가지 요인을 규명하였다. 이중 유행/사회적 지위, 호의/사교성, 휴식, 이동성, 즉각적인 접근성, 도구성, 안심의 7개 동기는 령과 웨이(2000)가

발견한 동기와 일치하였다. 한편, 박웅기(2003)는 대학생 이용자를 대상으로 ‘습관/무료함’, ‘현실도피’, ‘오락’, ‘휴식’, ‘흥분’, ‘사교’ 등 6개의 휴대폰 이용 동기를 밝혔고, 윤해진(2009)은 ‘일상조정 동기’, ‘친밀감 동기’, ‘체면/동조 동기’의 3가지 대학생의 휴대폰 이용 동기를 밝혔다.

한편, 링(Ling, 2000)은 청소년의 휴대폰 이용 동기를 ‘연락가능성’, ‘부모로부터의 해방 또는 독립’, ‘안전’, ‘일상생활의 조율’, ‘과시’ 등 5가지로 분류하였다. 한편, 이정기·황상재(2009)는 초, 중, 고등학생을 대상으로 한 휴대폰 이용 동기 연구에서 10대의 휴대폰 이용 동기가 ‘과시 및 체면’, ‘이동성’, ‘일정관리’, ‘시간 보내기 및 재미’, ‘주문 및 구매’의 5개 요인으로 규명됨을 밝혔다. 한편, 그들은 10대 남학생의 휴대폰 이용 동기는 ‘과시’ 요인, ‘이동성’ 요인, ‘일정관리’ 요인, ‘주문/구매’ 요인의 4가지 요인, 10대 여학생의 휴대폰 이용 동기는 ‘과시’, ‘시간보내기 및 재미’, ‘이동성’, ‘안전/정보’, ‘주문 및 구매’, ‘사회성’의 6가지 요인, 초등학생은 ‘과시’, ‘이동성’, ‘일정관리’, ‘시간 보내기 및 재미’, ‘주문 및 구매’의 5개 요인, 중학생은 ‘과시’, ‘일정관리’, ‘시간 보내기 및 재미’, ‘주문 및 구매’, ‘체면/동조’, ‘이동성’의 6개 이용 동기, 고등학생은 ‘과시’, ‘사회성’, ‘주문 및 구매’, ‘일정관리’, ‘이동성’, ‘시간 보내기 및 재미’의 6개 이용 동기가 발견되는 등 성별과 학년에 따라 이용 동기에 차이가 있음을 밝혔다.

#### 4. 성향적 미디어 이용 동기

몇몇 연구자들은 새로운 미디어는 많아졌지만 개별 미디어의 정체성과 제 기능의 특징은 점점 줄어들어가고 있다고 강조한다(이준웅·김은미·심미선). 그러므로 다매체 환경에서 중요한 것은 개별 미디어보다는 오히려 “다중매체 이용자”의 특성에 주목하여 모든 사람들에게 보편적으로 나타나는 성향적(dispositional) 미디어 이용 동기를 파악하는 것이 새로운 매체 환경에서 인간의 미디어 이용행위에 관한 보편성을 이해하는데 도움을 줄 수 있을 것으로 예상하였다(우형진, 2007). 이준웅 외(2006)는 다매체 환경에서의 미디어 이용자는 다중매체 이용자로서 자신의 욕구를

충족시키기 위해 여러 미디어를 섭렵하는 경향이 있고 특정한 콘텐츠를 이용하기 위해 특정 미디어를 선택해야만 하는 제약에서 비교적 자유롭기 때문에 미디어의 개별적 특성보다는 미디어 이용자에게 보편적으로 존재하는 성향적 미디어 이용 동기를 파악하는 것이 실제 미디어 이용들을 설명함에 있어 유용하다고 주장하였다. 이들은 다중매체 이용자의 성향적 동기를 파악하기 위해 다양한 미디어 연구에서 도출된 기존 이용 동기들을 요인분석을 통해 분류하고 재조합하여 “환경감시 및 학습 동기”, “사회관계 통제 동기”, “오락 및 여유 추구 동기”, “자기 현시 및 표현 동기”를 도출하였다. 도출된 네 가지 미디어 이용 동기 유형들은 개인이 일상생활에서 사용하는 미디어들의 이용 동기들을 거의 포함하고 있으며 디지털 컨버전스 환경에서 개별화된 미디어라고 할 수 있는 인터넷(블로그/미니홈피)과 휴대폰과 관련하여 기존 연구에서 도출된 이용 동기의 특징을 상당 부분 포괄하고 있는 것으로 추정된다. 본 연구에서는 새로운 미디어 환경에서 미디어에 많은 부분 의존하고 있는 다중매체 이용자들에게 보편적으로 적용할 수 있는 미디어 이용 동기(인터넷, 휴대폰)들이 디지털 미디어 패러다임 환경(문화)의 변화에 어떠한 영향을 미쳤는지 파악하고자 했다.

##### 5. 사회적 관계의 변화: 대체 가설과 관여 가설

개별화된 컨버전스 커뮤니케이션 서비스의 다양한 기능 중 사회 통합적(social integrative) 매체로서의 기능에 초점을 맞추어, 과연 디지털 매체의 융합을 통해 가속화되고 있는 커뮤니케이션 전 과정에서의 개별화라는 특성이 이용자들, 특히 급변하는 매체 환경을 가장 적극적으로 수용하고 있는 청소년들이 속한 공동체 문화의 특성을 결정하는 핵심적 요소인 사회적 관계에 어떤 영향을 미치는가를 이론적으로 논의하고자 한다.

기존의 인터넷은 사람들의 사회적 관계 또는 공동체 형성 및 유지에 긍정적 영향은 물론 부정적 영향을 미칠 수 있는 기술적 잠재력을 지니고 있다. 따라서 인터넷 기술 그 자체는 가치중립적이라고 할 수 있겠으나, 인터넷의 사회적 역할에 대한 기

존 논의는 크게 낙관적 전망과 비관적 전망으로 대립되어 왔다. 낙관론은 인터넷이 사회를 보다 나은 방향으로 개혁할 수 있는 엄청난 잠재력을 지니고 있다고 보는 관점이다. 이 관점은 전 세계의 다양한 사람들을 맥루한이 지칭한 “지구촌(global village)”으로 결집시킬 수 있는 인터넷의 능력에 주목하여, 인터넷이 평등과 상호존중에 기반한 사회적 관계들을 활성화할 것이라고 전망한다. 이에 반해 비관론적 입장은 온라인상에서의 이용자들의 사회적 행동 양식에 문제의 소지가 있다고 여기며, 온라인상의 사회적 관계는 실제 생활에서의 면대면(face-to-face) 관계에 결코 필적할 수 없다는 관점이다. 온라인은 오프라인에서 경험할 수 있는 보다 정서적으로 만족스러운 사회적 관계들로부터 시간을 앗아갈 뿐이며, 따라서 인터넷은 공동체의 연결망을 약화 관고 결국 개인들을 고립화시키고 소외시킬 것으로 전망한다(Kroker & Weinstein, 1994; Stoll, 1995).

인터넷 이용과 관련한 선행 연구들을 검토해 보면, 최근 들어 인터넷의 주요 기능이 상당히 변화한 것으로 여겨진다. 특히 청소년들의 경우, 1990년대에는 주로 인터넷을 오락적인 목적으로 이용(Valkenburg & Soeters, 2001)하던 데 반해 최근에는 대인간 커뮤니케이션 목적으로 주로 인터넷을 사용하는 경향을 보인다(Gross, 2004; Lenhart, Madden, & Hitlin, 2005). 인터넷의 이러한 사회적 매체로서의 특성이 점차 부각됨에 따라 그에 대한 학문적 논의도 꾸준히 전개되어 왔다.

사회적 소통 도구로서의 인터넷이 사회적 관계에 미치는 효과에 대한 기존 논의들은 크게 두 가지 상반된 관점으로 요약할 수 있다. 인터넷의 이용은 물리적으로 제한된 개인들의 시간을 차지하게 되는 것이고 따라서 기존의 사회적 관계에 할애하던 시간이 줄어들 수밖에 없기 때문에 기존의 사회적 관계가 약화된다는 입장과, 이와 반대로 인터넷이 제공하는 여러 기술적 특성을 활용하여 보다 많은 사회적 관계를 형성하는 것이 가능하며 기존의 사회적 관계도 보다 강화된다고 보는 입장이 그것이다.

이들 관점은 각각 대체(displacement) 가설과 관여(engagement) 가설이라 하는데, 대체 가설은 온라인 커뮤니케이션이 친구들과 가족과의 오프라인 접촉에 할애되는

시간을 대체함으로써 기존의 사회적 관계를 약화시키고 나아가 청소년들의 심리적 상태에도 부정적인 영향을 미칠 것으로 예측한다(Valkenburg & Peter, 2007). 이러한 관점의 바탕에는 인터넷이 청소년들로 하여금 그들의 기존 오프라인 관계를 유지하기 보다는 낯선 사람들과의 새로운 관계를 형성하도록 동기화시킨다는 가정이 깔려 있다. 온라인상에서 형성되는 관계는 친밀감이나 책임감이 결여된 피상적이고 약한 관계이기 때문에 결과적으로 청소년들이 맺는 사회적 관계들은 약화된다는 것이다. 이에 반해 관여 가설은 촉진(stimulation) 가설이라고도 하는데, 온라인 커뮤니케이션이 기존의 오프라인 관계에 소비되는 시간에 오히려 긍정적인 영향을 미침으로써 사회적 관계가 더욱 강화되고 따라서 청소년들의 심리적 상태에도 긍정적인 영향을 줄 것으로 전망한다(Valkenburg & Peter, 2007).

올린스와 레이니(Orleans & Laney, 2000)는 이들 두 상반된 입장을 각각 제로섬(zero-sum)과 비 제로섬(non zero-sum) 관점으로 구분한다. 제로섬 관점은 새로운 미디어나 기술을 이용한다는 것은 기존의 시간과 사회적 관계를 줄여야만 가능하다고 보는 입장이고, 비 제로섬 관점은 오히려 새로운 미디어가 새로운 사회적 관계의 기회로 작용하여 기존의 시간과 사회적 관계를 상쇄시키는 것이 아니라 사회적 관계에 대한 새로운 욕구를 초래한다고 보는 것이다.

대체 가설, 즉 인터넷 이용이 사회적 관계에 부정적인 영향을 준다는 입장을 지지하는 선행 연구 결과를 살펴 보면, 인터넷의 초창기인 1998년, 미국 카네기 멜론 대학의 연구자들(Kraut et al., 1998)은 “인터넷 패러독스: 사회 참여와 심리적 안녕을 감소시키는 사회적 기술?(Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being?)”이라는 제목으로 인터넷에 대한 비판론을 실증적으로 지지하는 연구 결과를 발표했다. 연구자들은 사회적 도구로서의 인터넷의 기능에도 불구하고, 인터넷 이용자들이 친구와 가족과는 낮은 수준의 대면 커뮤니케이션을 하고 있음을 발견했다. 또한 인터넷 이용으로 인해 이용자들이 우울증, 스트레스 그리고 외로움 등의 증상을 보임을 관찰하였다. 이러한 연구 결과는 당시 미디어의 많은 주목을 받았으며, 인터넷이 사회적 관계 및 정신 건강에 치명적이라

는 대중적 인식을 심어주었다. 샌더스와 동료들(Sanders et al., 2000)도 고등학생들을 대상으로 조사한 결과, 인터넷 이용이 증가함에 따라 가족 및 친구 관계가 악화되는 경향을 발견하였다.

이러한 연구 결과들과 대조적으로, 크라우트와 동료들(1998)이 조사했던 동일한 응답자들을 대상으로 세 차례의 후속 연구들을 수행한 결과들이 “인터넷 패러독스 재검토(Internet paradox revisited; Kraut et al., 2002)”라는 제목으로 발표되었다. 결과는 인터넷 이용의 부정적 효과들이 3년 후에는 사라진 반면, 사회적 관계 및 심리적 차원에서 긍정적인 효과가 있음을 보여주었으며, 이러한 긍정적 효과는 특히 외향적인 성향을 가진 이용자들에게서 현저하게 발견되었다. 앞선 연구에서의 부정적인 효과들은 이용자들의 인터넷 이용 경험 부족으로 설명되었다. 이러한 연구 결과들은 인터넷 이용 그 자체가 전적으로 긍정적이거나 부정적인 결과를 초래하기 보다는 외향성과 같은 이용자의 기존 성향과 밀접히 관련되어 있음을 의미한다. 또한 인터넷 이용자가 비이용자에 비해 사회적 참여를 보다 적극적으로 하며(Katz & Aspden, 1997a), 인터넷을 많이 이용하는 이용자들이 가족과 친구와의 대면적 접촉을 보다 빈번히 하는 경향도 발견되었다(Pew Internet and American Life Project, 2000). 1995년부터 2000년까지 수행된 미국의 전국적 서베이를 분석한 결과, 카츠와 동료들(Katz, Rice, & Aspden, 2002)도 인터넷이 이용자들의 사회적 관계에 긍정적 영향을 미치고 있음을 검증하였다. 구체적으로, 인터넷 이용이 증가하더라도 사회적 참여 정도나 사회적 관계가 축소되지는 않으며, 시간적인 차원에서도 인터넷 이용이 가족이나 친구들과 보내는 시간에 큰 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 오히려 인터넷 이용과 전화 이용간의 유의미한 정적 상관관계를 통해 인터넷 이용이 공간적으로 산재한 이용자들 간의 상호작용을 더욱 촉진하는 것으로 나타났다.

일과표(time diary) 작성을 통해 응답자들의 일상 활동을 기록한 연구들 역시 인터넷이 사회적 관계에 부정적 영향을 미치거나 실제 대인 관계에 소비되는 시간을 잠식한다는 증거는 발견하지 못했다. 948명의 미국인 표본으로부터 획득된 일과표를 분석한 로빈슨과 그의 동료들(Robinson, Kestnbaum, Neustadt, & Alvarez, 2002)은

인터넷 이용자와 비이용자들 간에 오프라인 커뮤니케이션 패턴(대면 및 전화)에 있어 차이가 없음을 발견했다. 앤더슨과 트레이시(Anderson & Tracey, 2001) 역시 일상에서의 인터넷 이용을 조사하기 위해 2,600명의 영국인으로부터 종단적(longitudinal) 방법을 통해 작성된 시간이용 일지(time-use diary)와 질적 인터뷰 데이터를 분석하였다. 분석 결과, 일단 이용자들이 인터넷을 이용하게 되면 시간 소비 패턴에 큰 변화가 발생하지 않는 것으로 나타났다. 오히려 이직과 같은 주요한 라이프스타일의 변화들이 주로 인터넷의 채택과 일상 활동들의 변화를 초래하는 것으로 밝혀졌다. 이것은 인터넷 이용과 생활 패턴의 변화 간의 관계는 인생에서의 보다 근본적인 사건들에 의해 영향을 받는다는 것을 의미한다.

이상에서 소개한 일과표(time diary) 데이터 분석에 기초한 연구 결과들은 온라인 및 오프라인에서의 사회적 행위를 측정 한 대규모 서베이 연구들의 결과와 일치한다. 즉, 서베이 연구들을 통해서도 인터넷 활동이 사회적 참여 및 활동에 미치는 뚜렷한 영향은 발견되지 않았다. 예를 들면, 1,800명의 미국인 표본을 설문조사한 결과, 인터넷 이용자와 비이용자 간 전화 이용 정도에는 차이가 없는 것으로 나타났다(Katz & Rice, 2002). 또한 인터넷 이용과 종교 모임, 취미활동 모임 또는 지역 모임과 같은 오프라인 공동체 참여 정도 간에도 유의한 상관관계는 없었다(Katz & Aspden, 1997b). 내셔널 지오그래픽 웹사이트에 게시된 설문문의 응답들을 분석한 또 다른 연구는 이메일을 통한 커뮤니케이션의 증가가 대면 접촉이나 전화 통화량을 감소시키지 않는다는 것을 확인하였다(Quan-Haase & Wellman, 2002).

온라인에서 소비된 시간이 오프라인에서의 친구나 가족과의 사회적 관계에 소비되는 시간을 대체한 것이 아니라면 분명 다른 활동들에 소비되는 시간을 상쇄할 것이다. 많은 연구들이 주로 온라인에 소비되는 시간량과 TV 시청과 같은 전통적 매체에 소비되는 시간량을 비교해 봄으로써 이 문제를 검토했다. 사회 과학 분야의 많은 연구들이 그러하듯이 상이한 데이터 소스, 연구 방법 그리고 측정 방법들로 인해 일관된 연구 결과들을 발견할 수는 없지만, 일반적으로 인터넷 이용은 TV 시청 시간량(Nie & Hillygus, 2002; Pronovost, 2002; Robinson et al., 2002) 및 수면 시간량

(Fu, Wang, & Qiu, 2002; Nie & Hillygus, 2002; Robinson et al., 2002)의 감소와 관계 있는 것으로 보고되고 있다.

몇몇 종단적(longitudinal) 연구들은 온라인 접속으로 인해 과연 어떤 활동들이 대체되는가를 조사하였다. 종단적 연구는 연구자들로 하여금 인터넷 이용량의 변동과 다른 일상 활동들에 소비되는 시간량의 변화간의 관계를 지속적으로 보여줌으로써 이러한 연구 문제 해결에 적합한 조사 방법이다. 1997년부터 2001년까지 천여 명의 스위스 인터넷 이용자들을 대상으로 한 연구 조사 결과, 인터넷 이용으로 인해 TV 시청 시간이 감소했음이 확인되었다(Franzen, 2000; 2003). 유사한 연구 결과가 무작위로 표집된 미국 인터넷 이용자들 대상으로 한 패널 설문 연구(Kraut, Kiesler, Boneva, & Shklovski, 2006)를 통해서도 발견되었는데, 인터넷을 새로운 사회적 관계를 형성하기 위한 목적으로 사용하는 경우에서만 TV 시청량이 감소한 반면, 오락적 목적을 위한 인터넷 이용은 TV 시청량과 정적인 상관관계가 있는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과는 일상생활 속에서 인터넷이 어떻게 이용되는가를 제대로 파악하기 위해서는 미디어 이용자들의 동기와 욕구에 대한 이해가 반드시 전제되어야 함을 시사한다.

인터넷 이용이 여타의 사회적 활동 및 오프라인에서의 사회적 관계들에 소비되는 시간을 대체하지 않는다는 사실은 인터넷 이용이 이들 사회적 활동 및 사회적 관계들에 어떠한 영향도 미치지 않는 것으로 해석되어서는 안 된다. 예를 들어, 미국의 Pew Internet and American Life 프로젝트 보고서에 따르면 인터넷 이용자들의 93%가 이메일을 사용한다고 한다(Fallows, 2004). 이들 이메일의 상당량이 친구들이나 가족과 같이 기존에 이미 알고 있던 사람들 간에 교환되었다고 가정하면, 이메일을 통해 증가된 접촉량은 기존의 관계를 더욱 강화시킬 뿐만 아니라 더욱 빈번한 오프라인 접촉을 유도할 수도 있을 것이다. 아니면 이러한 온라인 접촉이 단순히 오프라인 접촉과 무관하게 증가할 뿐, 오프라인에서의 실제 접촉 빈도나 시간을 증가시키지 않을 수도 있다.

종단적 연구들은 인터넷 이용이 친한 친구들과의 오프라인 상호작용과 정적인 상

관관계에 있음을 보여 준다. 그러나 가족과의 상호작용과는 관련이 없는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 인터넷 이용과 오프라인에서의 친구 및 가족들과의 사회적 상호작용을 측정한 16개의 연구들의 데이터들을 메타 분석하여 도출된 것이다 (Shklovski, Kiesler, & Kraut, 2006). 이들 연구들은 모두 1995년에서 2003년 사이에 수행된 횡단적 및 종단적 연구들로서, 비록 연구들 간 측정 방법상의 차이점은 있었으나 인터넷 이용과 오프라인 상호작용이라는 공통된 개념을 포함함으로써 데이터의 통합 및 비교가 가능했다. 연구자들은 각 측정치들을 직접적으로 비교하는 대신, 개별 연구 내에서의 인터넷 이용과 오프라인 상호작용 간의 상관관계의 총 효과를 피셔의 Z 변형(Fisher's Z transformation) 방법을 이용하여 표준화하였다. 연구 결과는 서베이 디자인에 따라 매우 다르게 나타났다. 구체적으로, 횡단적 서베이 연구들이 인터넷 이용과 친구들과의 상호작용 간의 부적인 상관관계를 보여준 것과는 대조적으로 종단적 서베이 연구들에서는 이 상관관계가 정적인 것으로 나타났다. 종단적 연구들은 또한 인터넷 이용이 가족과의 상호작용에는 유의한 영향을 미치지 않는다는 결과를 보여주었다.

이러한 결과들을 설명하면서, 연구자들은 이메일 이용은 친구들과의 관계를 강화할 뿐만 아니라 친구들과의 오프라인 접촉을 증가시킨다고 주장한다. 즉, 이메일이 추가적인 자극 소스로서 작용하여 이메일 발송자를 상기시키고 따라서 수신자와의 관계를 재확인시켜줌으로써 친구들 간의 관계 및 우정을 강화시켜 준다는 것이다. 이메일은 또한 커뮤니케이션의 비동시성이라는 특성으로 인해 실제 만남을 계획하는 과정에서 보다 도구적인 목적으로 활용될 수도 있다. 송신자는 언제라도 이메일을 발송할 수 있으며 수신자는 편한 시간에 이메일을 읽고 회답할 수 있다. 확실히 전화를 이용해서 약속을 정하는 경우와는 커뮤니케이션 상황이 확연히 다르다.

친구들과의 관계는 상대적으로 유동적이며 따라서 적극적인 관계 유지 노력이 요구되는 반면, 가족 관계는 주로 일상적인 상호작용을 토대로 유지된다. 이는 특히 생활공간을 공유하는 가족 구성원들의 경우에 더욱 분명하다. 즉, 가족 관계는 일상에서의 빈번한 상호작용 때문에 이메일 교환의 긍정적 기능이 덜 작용한다는 것이

다. 가족 관계는 일반적으로 안정적이기 때문에 상대적으로 소극적인 노력을 통해서도 관계 유지가 가능하다. 상호간의 사회적 관계를 재차 확인시켜줌으로써 기존의 관계를 보다 강화시키고 오프라인 접촉을 증가시키는 이메일의 경우, 일상적 상호작용에 주로 의지하는 비자발적 인간관계인 가족 관계에서는 그리 유용한 커뮤니케이션 수단이 되지 못한다.

이상에서 검토한 바대로 사회적 미디어로서의 인터넷은 주로 기존의 사회적 관계를 바탕으로 활용된다는 연구 결과에도 불구하고, 새로운 관계들을 형성하는 인터넷의 잠재력에도 상당한 관심이 기울어져 왔다. 사실 인터넷을 둘러싼 많은 과장들이 사람들이 실제로 한 번도 대면하지도 접촉해 보지도 못한 사람들과 깊은 관계를 맺을 수 있는 가능성에 관한 것들이기도 하다. 그리고 일부 학자들은 인터넷 이용자들을 온라인상의 관계에 지나치게 몰입한 나머지 오프라인에서의 실제적인 사회적 관계들을 도외시하는 존재로 묘사하기도 하지만(예: Chayko, 2002; Kendall, 2002; Rheingold, 2002; Turkle, 1995), 새로운 관계 형성에 있어서의 인터넷의 역할에 관한 한 여전히 보다 체계적인 연구의 필요성이 제기된다.

현재로서는 인터넷이 몰입적인 온라인 세계에만 존재하는 새로운 비현실적 관계들을 광범위한 정도로 형성한다는 증거는 없다. 실제로는 상대적으로 소수의 인터넷 이용자들만이 온라인상에서 새로운 만남을 이루었을 뿐이다. 미국에서 대규모로 수행된 두 개의 전국적 서베이 연구들은 약 10%의 인터넷 이용자들만이 온라인상에서 새로운 인간관계를 형성한 것으로 보고하고 있다(Katz & Aspden, 1997a; Katz & Rice, 2002). 이러한 관계들은 대개 시간의 경과에 따라 약화되어 온라인상에서 오래 지속되지 못했을 것으로 추측할 수 있는데, 오랜 기간 동안 지속되는 온라인 관계들은 오프라인으로 이전하는 경향이 있기 때문이다. 이러한 가정은 온라인상에서 친구를 만든 온라인 뉴스그룹 이용자들이 보편적으로 인터넷 친구들을 실제로 만나기를 원한다는 두 연구(Parks & Floyd, 1996; McKenna, Green, & Gleason, 2002)의 일관된 결과를 통해 실증적으로 지지된다. 이러한 연구 결과는 인터넷상에서의 토론이, 특히 물리적 및 심리적 장애요인들로 인해 직접적인 만남이 어려운 상황에

서, 새로운 친구 관계를 형성하는 데 있어 중요한 역할을 할 수 있음을 부정하는 것은 아니다. 예를 들어, 물리적으로 고립되거나 자아의 이미지에 만족하지 못하는 사람들이 친구를 만들기 위해 더욱 온라인 토론에 의지하는 경향이 있는 것으로 나타났다(McKenna et al., 2002). 그럼에도 불구하고, 일단 온라인상에서 친구 관계가 형성되면 실제로 만나보길 원하는 보편적 욕구가 있다는 사실은 사람들이 온라인 커뮤니케이션을 통해 경험할 수 있는 것에 비해 보다 광범위한 상호작용을 원한다는 것을 의미한다.

이러한 선행 연구 결과들을 종합해 보면, 우선 인터넷이 사람들의 일상적 활동들과 사회적 관계를 상당한 정도로 변화시킬 만큼 지대한 영향력을 가진 것으로는 볼 수 없다. 그러나 청소년들이 인터넷을 기존의 사회적 관계를 유지하는 수단으로 주로 이용하는 경우에는 대체 효과의 전제 조건이 충족되지 않음으로써 사회적 관계의 약화를 기대할 수 없을 것으로 기대된다. 오히려 인터넷의 다양한 커뮤니케이션 서비스들을 활용함으로써 기존의 오프라인에서의 사회적 관계는 더욱 강화되는 양상을 보일 가능성이 있다. 반면에 인터넷을 새로운 관계를 형성하는 수단으로 주로 이용하는 청소년들의 경우에는 비록 양적인 측면에서 보다 폭 넓은 사회적 관계를 형성할 수는 있으나 그 관계들의 질은 오프라인에서의 사회적 관계들에 비해 상대적으로 약하며 기존의 오프라인에서의 사회적 관계 역시 약화되는 결과를 초래할 수 있다. 이는 청소년들이 가장 손쉽게 접할 수 있는 융합매체로서 새로운 관계를 형성 유지하는 수단으로 사용하는 측면이 강한 휴대폰과 관련된 이용에서도 마찬가지일 것이다.

## 제 2 절 연구문제 및 연구방법

### 1. 연구문제 및 연구가설

연구문제 1-1. 청소년들의 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스(미니 홈페이지와 블로그)의 이용행태는 어떠한가?

연구문제 1-2. 청소년들의 휴대폰 서비스의 이용행태는 어떠한가?

연구가설 1. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용 정도는 온, 오프라인 정치참여와 관계가 있을 것이다.

연구가설 2. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용 정도는 새로운 상품에 대한 소비(욕구)와 관계가 있을 것이다.

연구가설 3. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용 정도는 이용자의 개성표현과 관계가 있을 것이다.

연구가설 4. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용 정도는 대인 커뮤니케이션과 관계가 있을 것이다.

연구가설 5. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용은 멀티미디어의 활용과 관계가 있을 것이다.

연구가설 6. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용 정도는 패러디, 움짤 등 새로운 형태의 문화적 형태의 창조의 정도와 관계가 있을 것이다.

연구문제 2-1. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 이용정도 및 성향적 이용 동기, 온, 오프라인 정치참여, 새로운 상품소비에 대한 욕구, 대인커뮤니케이션, 개성표현, 멀티미디어 서비스 활용, 새로운 문화적 형태의 창조, 미디어 2.0(구술문화)의 특성간의 상관관계는 어떠한가?

연구문제 2-2. 청소년들의 휴대폰 서비스 이용정도 및 성향적 이용 동기 오프라인 정치참여, 새로운 상품소비에 대한 욕구, 대인커뮤니케이션, 개성표현, 멀티미디어 서비스 활용, 새로운 문화적 형태의 창조, 미디어 2.0(구술문화)의 특성간 상관관계는 어떠한가?

연구문제 3-1. 청소년들의 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스의 성향적 이용동기와 이용행태, 사회 심리적 특성 간의 상관 관계는 어떠한가?

연구문제 3-2. 청소년들의 휴대폰 서비스의 성향적 이용 동기와 이용 행태, 사회 심리적 특성간의 상관관계는 어떠한가?

연구문제 4-1. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 이용 동기와 이용 행태, 사

회 심리적인 특성(개인 중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적지향성)은 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 이용(융합 미디어로서의 인터넷 사용정도(블로그/미니홈피와 휴대폰 등 디지털 장비의 연동적 사용 정도))에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제 4-2. 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 성향적 이용 동기와 이용 행태, 사회심리적인 특성(개인 중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적 지향성)은 멀티미디어 커뮤니케이션 서비스의 활용의도에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제 4-3. 청소년들의 휴대폰의 성향적 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적인 특성(개인 중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적지향성)은 청소년들의 휴대폰 이용(융합미디어로서의 휴대폰 사용정도(휴대폰과 인터넷의 연동적 사용))에 어떠한 영향을 미치는가?

연구문제 4-4. 청소년들의 휴대폰의 성향적 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적인 특성(개인 중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적지향성)은 멀티미디어 서비스의 활용의도에 어떠한 영향을 미치는가?

## 2. 연구방법

### 가. 연구대상

디지털 컨버전스 환경 즉, 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스(블로그/미니홈피)와 모바일에 가장 익숙한 세대인 청소년, 그 중 고등학생을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 표본은 편의적 추출법에 근거하여 서울과 부산의 청소년 고교 1학년부터 3학년까지의 재학생들로 구성했다. 총 350부의 설문지를 배포하였고, 이 중 불성실한 응답을 제외한 312부의 데이터가 실제 분석대상으로 본 연구에 이용되었다. 설문조사 시기는 2009년 9월 24일부터 29일에 걸쳐 진행되었다. 남녀의 비율은 남학생이 128명으로 전체의 42%를 차지했고, 여학생이 183명으로 전체의 58%를 차지했다. 고등학교 1학년 학생이 208명으로 66.7% 고등학교 2학년학생이 65명으로

20.8%, 고등학교 3학년 학생이 38명으로 12.2%를 차지했다. 조사대상의 평균연령은 17.43(SD=.70)세로 나타났다.

#### 나. 주요 변인의 측정

##### (1) 디지털 컨버전스(개별화된 인터넷) 미디어의 성향적 이용동기

성향적 미디어 이용 동기는 이준웅 외(2006)의 연구에서 사용한 네 가지 미디어 이용 동기 요인들을 사용하였고 성향적 미디어 이용 동기 측정을 위해 “내가 블로그/미니홈피(싸이월드), 휴대폰을 이용하는 이유는~”이라는 보기 아래 13개 문항이 5점 척도로 제시되었다. 다만, 이준웅 외(2006)의 연구에서 유의미한 요인 적재치가 나오지 않은 “다른 사람들을 잘 다룰 수 있도록 하기 위해” 문항을 우형진(2007)의 연구에서는 “자신이 앞서간다는 것을 보이기 위해”로 대체하였는데 본 연구에서도 그 문항을 대체한 이후 요인분석을 실시하였다. 요인분석 결과 1) 환경감시 및 학습 동기(새로운 아이디어를 얻기 위해, 필요한 것을 배우기 위해, 내게 주어진 임무를 잘 수행하기 위해), 2) 자기 현시 및 표현 동기(세상 사람들에게 중요하게 보이고 싶어서, 다른 사람에게 잘 보이기 위해서, 자신이 앞서간다는 것을 보이기 위해), 3) 사회관계 및 통제동기(다른 사람들과 잘 어울릴 수 있으므로, 인간적 유대 관계를 맺는데 도움이 되려고, 다른 사람의 삶에 대해 알기 위해), 4) 오락 및 여유추구 동기(즐거운 시간을 보내려고, 지루하지 않게 ‘시간을 보내기 위해, 재미를 추구하고자)가 추출되었다. 단 ‘세상 돌아가는 일을 알기 위해’라는 항목은 유의미한 요인 적재치가 도출되지 않았다. 각 매체별 네 가지 요인의 아이겐 값 범위는 1.12~5.04이었으며, 전체설명변량은 38.75~73.46%로 나타났다. 각 미디어별 네 가지 성향적 미디어 이용 동기 문항 간 신뢰도는 다음과 같다(개별화된 인터넷 미디어(블로그/미니홈피): Cronbach's  $\alpha$ =.81~.85, 휴대폰: Cronbach's  $\alpha$ =.82~.87). 성향적 미디어 이용 동기 지수는 각 요인별 문항의 합산 평균한 값을 지수(개별화된 인터넷 미디어(블로그/미니홈피):  $M=2.37\sim 3.76$ ,  $SD=0.81\sim 0.85$ , 휴대폰:  $M=2.20\sim 3.64$ ,  $SD=0.79\sim 0.97$ )로 삼았다.

### (2) 미디어 이용정도 및 미디어별 콘텐츠 이용

휴대폰 통화량과 블로그/미니홈피의 이용정도는 주중 이용량과 주말 이용량을 각각 측정하여 주중에 가중치×5, 주말에 가중치×2를 하여 7로 나눈 값을 하루 평균 미디어 이용량으로 측정하였다. 1) 전혀 사용하지 않음 ~ 8) 3시간 이상의 등간척도로 측정하였다. 휴대폰 문자메시지 전송량 역시 주중과 주말의 전송량을 나누어 측정하였다. 1) 전혀 사용하지 않음 ~ 8) 50건 이상으로 구분하여 측정하였다.

미디어별 콘텐츠 이용은 이준호·안수근·정용조(2004)의 구분을 기본으로 하여 모바일의 경우 1) 음성통화, 2) 문자메시지, 3) 인터넷 검색(인터넷 서비스), 4) 게임 서비스, 5) 방송/동영상 시청, 6) 음악 감상, 7) 모닝콜, 일정관리, 8) 소액결제 활용, 9) 휴대폰 카메라, 동영상 촬영 등으로 구분하였고, 블로그 및 미니홈피의 경우 1) 게시글 쓰기, 2) 댓글쓰기, 3) 게시글 읽기, 4) 댓글 읽기, 5) 사진/동영상 촬영 업로드, 6) 계획세우기/일정관리, 7) 채팅/대화하기, 8) 음악/영화 감상, 9) 디카, 폰카, 각종 소프트웨어를 활용한 패러디 사진(움짤) 등 만들기, 10) 파도타기로 구분하여 5점 리커드 척도(1) 거의 안한다, 2) 2~3일에 한번, 3) 하루 1~2회, 4) 하루 3~4회, 5) 하루 5회 이상)로 이용정도를 측정하였다.

### (3) 디지털 컨버전스 환경 관련 변인

안종묵(2008)은 디지털 컨버전스 매체로서의 이동전화의 커뮤니케이션 기능에 관한 연구에서 이동전화 사용 정도와 대인커뮤니케이션(관계와 친밀도), 개성표현, 멀티미디어 서비스 활용 등의 변인과의 관계를 통해 이동전화의 커뮤니케이션 기능의 확장을 설명하였다. 디지털 컨버전스를 상징하는 매체로서 휴대폰과 블로그 및 미니홈피를 다룬 본 연구에서도 안종묵(2008)의 척도를 그대로 사용하여 보다 확장된 디지털 컨버전스 환경을 규명하고자 하였다. 구체적으로 대인커뮤니케이션은 각 매체(모바일, 블로그/미니홈피)가 일상생활에서 친구/가족들과의 관계와 친밀도에 각각 영향을 미치는지를 5점 리커드 척도로 각각 측정하였다. 대인과의 관계와 친밀성은 대인 커뮤니케이션에서 중요한 변인으로 각각 작용할 수 있기 때문이다(안종묵, 2008). 개성표현은 휴대폰의 경우 이동전화 단말기에 자신의 개성을 표현하는

액세서리의 사용여부를 조사하였다. 블로그 및 미니홈피의 경우 블로그, 싸이월드 등에 배경음악이나 스킨, 미니미 등의 아이템을 사용하는지의 여부를 조사하였다. 멀티미디어 활용의향의 경우 휴대폰/개별화된 미디어서비스가 멀티미디어 서비스를 강화하고 있는 상황에서 이를 활용할 의향이 있는지에 대해 조사하였다.

한편, 토털 미디어로서의 휴대폰의 활용, 블로그 및 미니홈피의 이용은 디지털 컨버전스 환경 속에서의 미디어로 규정할 수 있지만, 기존의 미디어가 아니었던 미디어들의 미디어 되기 과정으로, 서로 다른 기술, 기계, 체계, 문화의 마주침과 만남을 통해 일어나는 비역과 혁명의 과정(박종진, 2007)인 미디어2.0 혹은 웹2.0으로도 규정할 수 있다고 판단된다. 미디어2.0 혹은 웹2.0은 “일방적이기 보다 쌍방향적”, “객관적이기보다 주관적”, “이성적이기 보다 감성적”, “비일상적이기 보다 일상적”, “종합적이기 보다 단편적”, “일방적이기보다 창조적”, “공간적이기 보다 시간적”, “논리적이기보다 논쟁적”, “동원적이기보다 자발적”, “문자적이기보다 영상적”, “정보의 집중보다 정보의 공유”, “수동적이기 보다 수정적”, “권위적이기 보다 민주적”, “정치적”, “참여적”, “다변적” 등의 특성을 가지고 있기 때문이다(명승은, 2008; 이정기, 2009). 디지털 컨버전스 환경에서 디지털문화 패러다임의 변화를 탐색적으로 확인하고자 한 본 연구에서는 블로그/미니홈피, 휴대폰의 이용을 기반으로 한 디지털 컨버전스 환경이 미디어2.0 혹은 구술문화적 문화적 특성과 관련이 있을 것이라고 가정하였고, “내가 생각하기에 휴대폰, 인터넷(블로그/미니홈피)처럼 다양한 기능이 통합되어 있는 개인 미디어 환경을 이용하는 것이나 그런 미디어 환경은…….”이라는 질문에 대해 5점 어의분별 척도를 이용하여 17개의 단어의 쌍(예: 일방적, 창조적)을 제시하여 본인이 생각하는 바에 가까운 정도에 표시하게 하였다. 미디어2.0 지수의 평균은 3.35(SD=0.45,  $\alpha=0.72$ )로 나타났다.

#### (4) 심리사회적 변인

응답자들이 지니는 8개 차원의 사회심리적 변인을 측정하고자 했다. 각 특성별로 2개씩의 문항으로 구성하였는데, 8개 차원들은 선행연구에서 제시되거나 실제 분석에 사용되었던 변인들이다. 이동전화 이용자의 집단적, 개인적 특성들을 구분하

기 위한 것들이었다(이준호 · 안수근 · 정용조, 2004). 즉 이용자들의 개인, 타인 중심성, 즉시성, 직접성은 나은영(2001)의 연구에서, 혁신성은 로저스(Rogers, 1986)의 연구와 김신동의 연구(2001)에서 사용되었다. 그리고 내적지향성과 타인지향성, 전통지향성은 리스먼(Risman, 1969)과 플란트(Plant, 2004)에 의해 제시되어 성동규 · 조윤경(2002), 이준호 · 안수근 · 정용조(2004)의 연구에서 실증분석에 활용되었다. 본 연구역시 모바일 즉 이동전화 이용의 사회심리적 속성을 다루고 있고, 이와 함께 개별화된 융합매체로서의 블로그 및 미니홈피의 사회심리적 속성을 다루고 있기에 모바일 연구에서 사용된 사회심리적 변인들을 공통적으로 적용하여, 개인미디어이자 융합미디어인 모바일과 블로그/미니홈피 이용자들의 사회 심리적 속성의 차이를 규명하고자 했다.

#### (5) 문화 패러다임의 변화 변인

본 연구에서는 디지털 컨버전스의 영역별 정의를 정치, 경제, 사회, 문화의 영역별로 제시하였기에, 디지털 컨버전스 매체를 이용하는 이용자들의 문화 패러다임의 변화 역시 정치, 경제, 사회, 문화의 부분으로 구분하여 제시하고자 했다.

이에 따라 정치영역은 온, 오프라인 정치참여 의향을 측정하였다. 본 연구에서는 하중원(2006) 등이 사용한 비전통적/비관습적 정치참여의 문항을 구체화 시켰다. 온라인에서의 정치참여 의향의 경우 “인터넷 상에서 항의나 반대운동에 서명한다.”, “반대하는 정당이나 정치인등의 홈페이지에 메일을 보내거나 댓글을 남긴다.”, “본인의 휴대폰 화면에 반대 메시지나 패러디 사진 등을 게시하거나 반대의견을 휴대폰 문자 등으로 전달하는 방식으로 반대의견을 표현한다”, “본인의 홈페이지(미니홈피, 블로그)에 글, 펴글, 사진 등을 게시하여 반대 의견을 표현한다.”, “반대하는 단체휴대폰 기관의 안티 사이트(대폰 커뮤니티)에 가입한다.”, 등의 5가지 의향 항목으로 구성하였다( $M=2.47$ ,  $SD=1.02$ ,  $\alpha=.88$ ). 오프라인에서의 저항적 정치참여의 경우 “정부나 정치인의 부당행위에 대해 항의하거나 탄원하는 서명을 한다.”, “사회단체가 벌이는 신문구독, TV시청 거부운동에 참가한다.”, “대안 조직(야당, 시민단체, 노동조합 등)에 가입한다.”, “광고 불매 운동, 광고 구매 운동 등에 참여한다.”, “항의

시위나 집회에 참여한다.” 등 5가지 의향 항목으로 구성하였다( $M=2.47$ ,  $SD=0.86$ ,  $\alpha=.82$ ).

한편, 경제, 사회, 문화의 영역에서의 패러다임 변화는 2009년 9월 19일~20일 사이에 디지털 컨버전스 미디어인 휴대폰과 블로그, 미니홈피 등의 이용자들 5명과의 인터뷰를 통해 측정 문항을 구성하였다. 인터뷰 문항은 “휴대폰/블로그 및 미니홈피를 이용하여 어떠한 행동을 하는가”, “일반적인 휴대폰 통화 기능, 인터넷 이용과는 달리 융합된 미디어를 통해 바뀐 미디어활용 내용은 무엇인가”에 대한 것이었고, 5명의 응답 내용 중 비교적 일치하는 내용을 중심으로 문항을 구성하였다. 구체적으로 새로운 형태의 문화적 창조는 “귀하는 인터넷 공간에서 포토샵 등을 통해 패러디 사진(재미있는 사진)을 만든 경험이 있습니까?/귀하는 휴대폰을 통해 사진의 합성/패러디 사진을 만든 경험이 있습니까”로 측정하였다. 새로운 상품소비에 대한 욕구는 “귀하는 블로그, 미니홈피를 활용하기 위해 질이 좋은 다른 장비나 소프트웨어를 구입하고 싶은 의향이 있습니까?”, “귀하는 휴대폰의 통화기능과 관련 없이 다른 부가적인 기능에 의해 휴대폰을 교환하십니까?”의 문항에 대해 5점 리커드 척도로 동의정도를 표시하게 하였다.

### 제 3 절 연구결과

#### 1. 연구문제 1에 대한 연구결과: 휴대폰 및 블로그/미니홈피 서비스 활용 정도

청소년들의 휴대폰 및 개별화된 미디어(블로그/미니홈피)의 이용행태에 대한 규명을 위해 빈도분석을 실시하였다. 그 결과 첫째, 청소년들의 휴대폰의 콘텐츠별 이용은 휴대폰 문자메시지( $M=4.68$ ,  $SD=0.93$ ), 휴대폰 음성통화( $M=3.72$ ,  $SD=1.23$ ), 카메라, 동영상 촬영( $M=3.41$ ), 모닝콜, 일정관리( $M=3.31$ ), 음악감상( $M=3.04$ ), 게임( $M=2.25$ ), 인터넷검색( $M=2.21$ ), 방송, 동영상 시청( $M=1.98$ ), 소액결제( $M=1.50$ )순으로 나타났다.

둘째, 청소년들의 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스의 콘텐츠별 이용은 음악/영화감상( $M=3.37$ ), 채팅, 대화( $M=3.36$ ), 게시글 읽기( $M=3.10$ ), 댓글읽기( $M=3.10$ ), 댓

글쓰기(M=2.82), 파도타기(M=2.68), 게시글 쓰기(M=2.27), 사진/동영상 촬영 업로드(M=2.13), 계획 세우기/일정관리(M=1.79), 패러디물 창작(M=1.73) 순으로 나타났다.

〈표 4-1〉 휴대폰과 개별화된 인터넷 커뮤니케이션 서비스의 이용행태

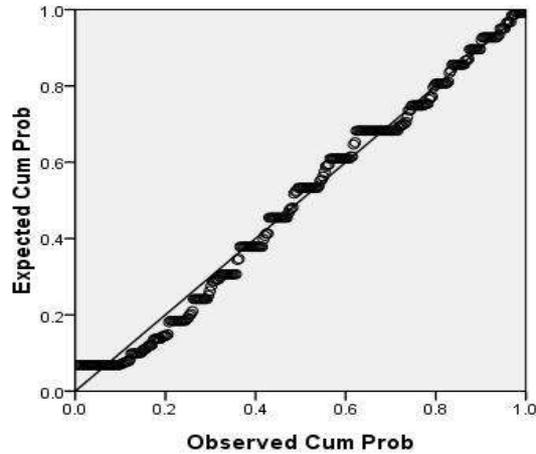
휴대폰 이용행태	M	SD	인터넷 이용행태	M	SD
휴대폰 음성통화	3.72	1.23	게시글쓰기	2.27	1.22
휴대폰 문자메시지	4.68	0.93	댓글쓰기	2.82	1.31
인터넷 검색	2.21	1.54	게시글 읽기	3.10	1.36
게임	2.25	1.36	댓글읽기	3.10	1.36
방송(DMB), 동영상 시청	1.98	1.28	사진/동영상 촬영 업로드	2.13	1.10
음악감상	3.04	1.59	계획세우기/일정관리	1.79	1.12
모닝콜, 일정관리	3.31	1.20	채팅/대화	3.36	1.49
소액결제	1.50	1.06	음악/영화감상	3.37	1.47
카메라, 동영상 촬영	3.41	1.45	패러디물 창작	1.73	1.20
			파도타기	2.68	1.53

\* 5점 척도로 측정함, 1: 거의 안한다. 2: 2~3일에 한번, 3: 하루 1~2회, 4: 하루 3~4회, 5: 하루 5회 이상

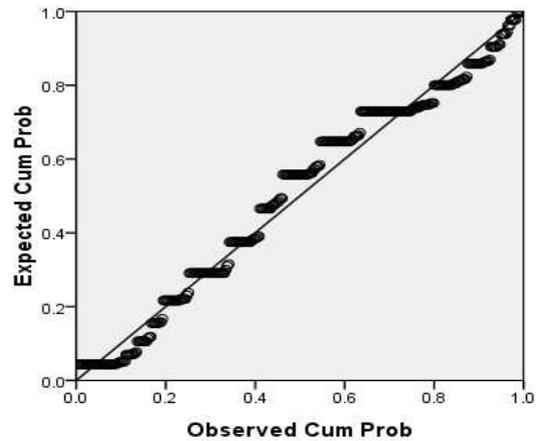
## 2. 연구가설 1(청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 온, 오프라인 정치참여와 관계가 있을 것이다)에 대한 연구결과

청소년들의 휴대폰 이용 정도와 온라인 정치참여 의향과의 관계를 파악하기 위한 교차분석 결과, 유의확률이 0.273으로 양자 사이에는 관계가 없었다. 휴대폰 통화와 온라인 정치참여간의 교차분석 결과는 유의수준이 0.052로 양자 사이에 유의미한 차이가 도출되지 않았다. 그러나 휴대폰 문자 이용과 온라인 정치참여 의향의 경우 유의확률이 0.000으로 양자 사이에는 유의미한 차이가 나타났다. 램다값은 0.102(=10.2%, 온라인정치참여 의향)로 나타났다. 그리고 두 변인간의 관계를 설명하는 회귀표준화 잔차의 정규 P-P도표를 통해서도 밀접한 관계가 있음을 보여준다. 한편, 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 이용정도와 온라인 정치참여 의향과의 관계 파악을 위한 교차분석 결과 유의확률이 0.813으로 양자 사이에는 관계가 나타나지 않았다.

[그림 4-1] 휴대폰 문자이용정도가 온라인 정치참여에 영향을 미치는 정도  
회귀 표준화 잔차의 정규 P-P도표



[그림 4-2] 휴대폰 문자이용정도가 오프라인 정치참여에 영향을 미치는 정도  
회귀 표준화 잔차의 정규 P-P도표



한편, 청소년들의 휴대폰 이용정도와 오프라인 정치참여 의향과의 관계를 파악하기 위한 교차분석 결과, 유의확률이 .717로 유의미한 차이가 도출되지 않았다. 휴대폰 통화와 오프라인 정치참여간의 교차분석 결과는 유의확률이 .736으로 유의미한 차이가 도출되지 않았고, 휴대폰 문자와 오프라인 정치참여간의 교차분석 결과는

유의확률이 .019로 유의미한 차이가 도출되었다. 램다값은 0.093(=9.3%, 오프라인 정치참여 의향)로 나타났다. 그리고 두 변인간의 관계를 설명하는 회귀표준화 잔차의 정규 P-P도표를 통해서도 밀접한 관계가 있음을 보여준다. 또한 인터넷 이용정도와 오프라인 정치참여 의향과의 교차분석 결과는 유의확률이 .998로 유의미한 차이가 도출되지 않았다.

이상의 연구결과를 종합해보면, 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도가 이용자의 온, 오프라인 정치참여 의도와 관계가 있을 것이라는 연구가설 1은 청소년들의 휴대폰 서비스 문자 이용정도에 한정하여 부분적으로 지지되고 있음을 나타내고 있다.

### 3. 연구가설 2(청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 새로운 상품에 대한 소비(욕구)와 관계가 있을 것이다)에 대한 연구결과

청소년들의 휴대폰 이용 정도와 부가기능에 의한 새로운 단말기에 구입의향과의 관계를 파악하기 위한 교차분석 결과, 유의확률이 0.328로 양자 사이에는 관계가 없었다. 한편, 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 이용정도와 디지털 장비 및 소프트웨어 구입 의향과의 관계 파악을 위한 교차분석 결과 역시 유의확률이 0.258로 양자 사이에는 관계가 없었다.

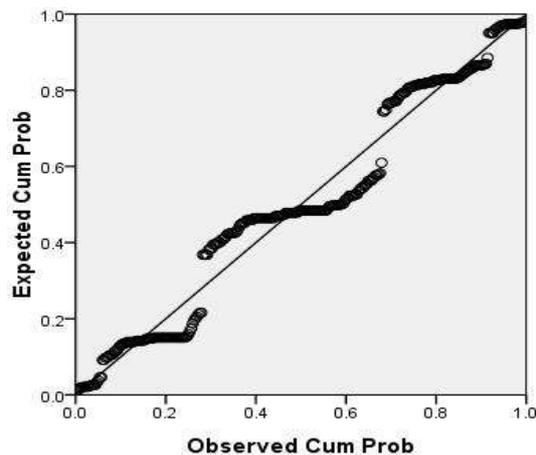
### 4. 연구가설 3(청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 이용자의 개성표현과 관계가 있을 것이다)에 대한 연구결과

청소년들에게 휴대폰은 단순한 커뮤니케이션 수단 이상의 의미를 지닌다(안종묵, 2008; 이정기·황상재, 2009). 이것은 이용자들이 휴대폰을 개성 표현의 수단으로 생각하고 있다는 것을 의미한다(안종묵, 2008). 청소년들이 휴대폰을 도구적 기능이 아닌 표상적 기능으로 인식하고 있는지의 여부를 파악하기 위해 액세서리 사용여부와 개성 표현과의 관계를 교차분석 하였다. 교차분석 결과, 유의확률이 0.000으로

유의수준(=0.05)보다 적음으로 액세서리 사용여부와 개성 표현과는 관계가 있었다. 또한 휴대폰의 이용정도와 자아표상적 기능과의 관계를 분석한 결과, 유의확률은 0.025로 휴대폰 이용정도와 자아표상적 기능과는 관계가 있었다. 람다값은 0.199 (=19.9%, 자아 표상 기능)로 나타났다. 그리고 두 변인간의 관계를 설명하는 회귀표준화 잔차의 정규 P-P도표를 통해서도 밀접한 관계가 있음을 보여준다. 한편, 개별화된 인터넷 서비스 즉, 블로그나 싸이월드 등에 배경음악이나 스킨, 미니미 등의 액세서리 사용여부와 개성표현과의 관계를 교차 분석하였다. 교차분석 결과, 유의확률이 0.000으로 유의수준(=0.05)보다 적음으로 액세서리 사용여부와 개성 표현과는 관계가 있었다. 또한 개별화된 인터넷 서비스 이용정도와 자아 표상적 기능과의 관계를 분석한 결과, 유의확률이 0.406으로 유의미한 결과가 도출되지 않았다.

이상의 연구결과를 종합해보면, 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 이용자의 개성표현과 관계가 있을 것이라는 연구가설3은 청소년들의 휴대폰 서비스 이용정도에 한정하여 부분적으로 지지되고 있음을 나타내고 있다. 한편, 휴대폰 및 개별화된 인터넷 서비스 관련 액세서리 이용정도는 이용자의 개성표현 정도와 관계가 있음이 밝혀졌다.

(그림 4-3) 휴대폰 사용정도와 개성표출 정도  
회귀 표준화 잔차의 정규 P-P도표



#### 5. 연구가설 4(청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 대인 커뮤니케이션과 관계가 있을 것이다)에 대한 연구결과

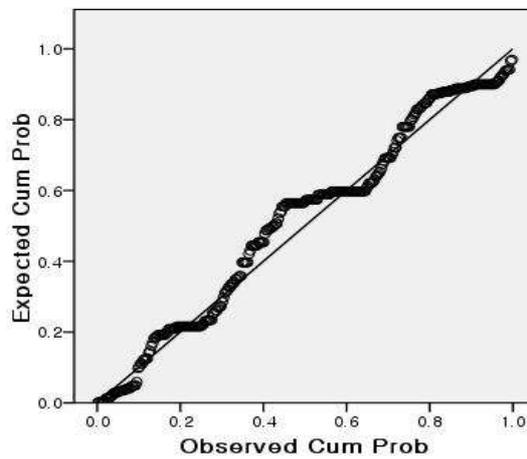
휴대폰의 사용 정도가 일상생활에서 친구들과의 대화와 관계를 갖고 있는지를 교차 분석하였다. 교차 분석 결과 유의확률이 0.04로 나타나 유의수준( $=0.05$ )보다 적어 유의미한 결과를 얻었으며, 아울러 사용정도와 대화 간의 두 변인간의 관계를 설명하는 회귀 표준화 잔차의 정규 P-P도표에서도 일정한 관계를 갖고 있음을 보여준다. 다음으로 휴대폰 사용 정도에 따라 친구들과의 친밀성과는 어떠한 관계를 가지고 있는지 분석하였다. 교차분석 결과, 유의확률이 0.013으로 나타나 유의미한 결과를 얻었으며, 연관성을 보여주는 램다값은 0.229(22.9%, 친밀성)로 나타났다. 또한 휴대폰의 사용정도가 가정에서 가족과의 대화와 관계를 갖고 있는지를 교차 분석하였다. 교차분석 결과 유의확률이 0.013으로 유의수준( $=0.05$ )보다 적어 유의미한 결과를 얻었으며, 아울러 사용정도와 대화 간의 두 변인간의 관계를 설명하는 회귀 표준화 잔차의 정규 P-P도표에서도 일정한 관계를 갖고 있음을 보여준다. 다음으로 휴대폰 사용 정도에 따라 가족과의 친밀성과는 어떠한 관계를 가지고 있는지 분석하였다. 역시 교차분석 결과, 유의확률이 0.021로 유의미한 결과를 얻었으며, 연관성을 보여주는 램다값은 0.25( $=25\%$ , 친밀성)로 나타났다.

본 연구결과에 따르면, 연구가설 4에서 제기된 휴대폰 사용정도와 대인커뮤니케이션은 관계가 있을 것이라는 가설은 받아들여질 수 있을 것이다.

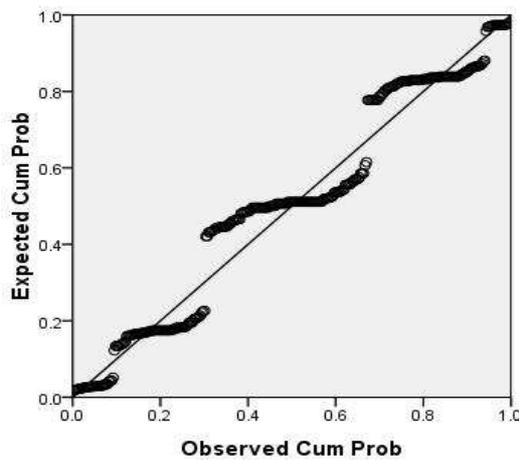
한편, 개별화된 인터넷 서비스 사용 정도가 일상생활에서 친구들과의 대화와 관계를 갖고 있는지를 교차 분석하였다. 교차 분석 결과 유의확률이 0.492로 나타나 유의수준( $=0.05$ )보다 커 무의미한 결과를 나타냈다. 다음으로 개별화된 인터넷 서비스 사용 정도에 따라 친구들과의 친밀성과는 어떠한 관계를 가지고 있는지 분석하였다. 교차분석 결과, 유의확률이 0.708로 나타나 무의미한 결과를 나타냈다. 또한 개별화된 인터넷 서비스 사용정도가 가정에서 가족과의 대화와 관계를 갖고 있는지를 교차 분석하였다. 교차분석 결과 유의확률이 0.952로 유의수준( $=0.05$ )보다 커서 무의미한 결과를 얻었다. 다음으로 개별화된 인터넷 서비스 사용 정도에 따라 가족

과의 친밀성과는 어떠한 관계를 가지고 있는지 분석하였다. 역시 교차분석 결과, 유의확률이 0.956으로 무의미한 결과를 나타냈다.

[그림 4-4] 휴대폰 사용정도가 친구와의 대화에 영향을 미치는 정도  
회귀 표준화 잔차의 정규 P-P도표



[그림 4-5] 휴대폰 사용정도가 가족과의 대화에 영향을 미치는 정도  
회귀 표준화 잔차의 정규 P-P도표



이상의 연구결과는 연구가설 4에서 제기된 개별화된 인터넷 서비스 사용정도와 대인커뮤니케이션은 관계가 있을 것이라는 가설이 지지되지 않고 있음을 나타내는 결과이다.

이상의 연구결과를 종합해보면, 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 대인 커뮤니케이션과 관계가 있을 것이라는 연구가설 4는 청소년들의 휴대폰 서비스 이용정도에 한정하여 부분적으로 지지되고 있음을 나타내고 있다.

#### 6. 연구가설 5(청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 멀티미디어 활용과 관계가 있을 것이다)에 대한 연구결과

휴대폰이 디지털 컨버전스의 총아로 변신해 가고 있는 상황에서 단말기의 멀티미디어 서비스 기능이 강화되고 있다(안종목, 2008). 휴대폰은 일종의 토털 미디어로서 기능하고 있는 것이다(이정기·황상재, 2009). 본 연구에서는 청소년들에게 휴대폰이 멀티미디어 서비스를 강화하고 있는 상황에서 이를 활용할 의향이 있느냐고 질문하였다. 분석결과 전혀 아니다(2.9%), 아니다(6.1%), 보통이다(22.8%), 그렇다(40.4%), 매우그렇다(27.9%)로 긍정적 응답이 68.3%, 보통 22.8%, 부정적 응답은 9%에 불과했다. 다음, 휴대폰의 사용정도가 멀티미디어 서비스의 활용과 관계를 갖는지 분석하였다. 교차분석 결과, 휴대폰 문자와 통화량 전체를 통합한 휴대폰 이용정도와 멀티미디어 활용정도는 유의확률이 0.351로 유의미한 관계가 도출되지 않았으나, 휴대폰 문자 이용량과 멀티미디어 활용정도는 유의수준이 0.000으로 문자이용정도와 멀티미디어 활용과는 관계가 있었으며 연관성을 보여주는 람다값은 0.097(=9.7%, 멀티미디어 활용)로 나타났다. 휴대폰 통화 정도와 멀티미디어 활용 정도 역시 유의확률이 0.887로 유의미한 관계가 도출되지 않았다.

한편, 개별화된 인터넷 서비스가 멀티미디어 서비스를 강화하고 있는 상황에서 이를 활용할 의향이 있느냐고 질문하였다. 분석결과 전혀 아니다(6.1%), 아니다(8.7%), 보통이다(38.8%), 그렇다(30.4%), 매우 그렇다(16%)로 긍정적 응답이 46.4%, 부정적 응답은 14.8%에 불과했다. 개별화된 인터넷 서비스 이용정도와 멀티미디어 활용 정

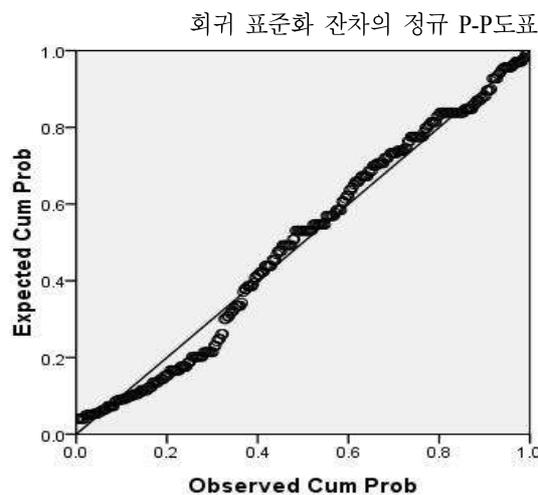
도의 관계는 교차분석 결과 유의확률이 0.217로 유의미한 관계가 도출되지 않았다.

이상의 결과에 따르면 청소년들의 휴대폰 이용도와 개별화된 인터넷 서비스의 이용정도 중 휴대폰 문자의 이용정도만이 멀티미디어 서비스의 활용과 관계를 갖는 것으로 연구가설 5는 부분적으로 받아들여지는 것으로 나타났다.

7. 연구가설 6(청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 새로운 형태의 문화적 창조와 관계가 있을 것이다)에 대한 연구결과

청소년들의 휴대폰 이용이 새로운 형태의 문화적 창조의 정도와 어떠한 관계를 가지는지 확인하기 위한 교차분석 결과, 유의수준은 0.812로 유의미한 결과가 도출되지 않았다. 반면, 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 이용과 새로운 형태의 문화적 창조와의 관계 파악을 위한 교차분석 결과, 유의수준은 0.008로 유의미한 결과가 도출되었다. 인터넷 사용정도와 새로운 형태의 문화적 창조 두 변인간의 관계를 설명하는 회귀 표준화 잔차의 정규 P-P도표에서도 일정한 관계를 갖고 있음을 보여준다. 연관성을 보여주는 람다값은 0.263=26.3%, 새로운 형태의 문화적 창조)로 나타났다.

[그림 4-6] 개별화된 인터넷 서비스 사용정도가 새로운 형태의 문화창조에 미치는 영향



이상의 결과에 따르면 청소년들의 휴대폰 이용정도와 개별화된 인터넷 서비스의 이용정도 중 인터넷 서비스의 이용정도만이 새로운 형태의 문화적 창조의 정도와 관계를 갖는 것으로 나타났다. 연구가설 6은 부분적으로 받아들여지는 것으로 나타났다.

8. 연구문제 2-1(청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 이용 정도 및 성향적 이용동기, 온, 오프라인 정치참여, 새로운 상품소비에 대한 욕구, 대인커뮤니케이션, 개성표현, 멀티미디어 서비스 활용, 새로운 문화적 형태의 창조, 미디어/웹 2.0(구술문화)의 특성, 휴대폰을 통한 인터넷 서비스 사용(휴대폰과 개인화된 인터넷 서비스의 연동)간 상관관계는 어떠한가)에 대한 연구결과

성향적 이용 동기는 상호간 모두 정적인 상관관계가 나타났다. 그중 자아현시 및 표현동기와 사회관계 및 통제 동기는 가장 높은 상관관계를 보였다( $r=.520$ ). 개별화된 인터넷 서비스 이용 정도와 성향적 이용동기는 환경감시 및 학습동기를 제외한 3개 동기에서 모두 유의미한 상관관계가 나타났다. 다만, 인터넷 이용기간은 오락 및 여유허구동기와 비교적 높은 상관관계를 나타냈다( $r=.229$ ). 한편, 온라인 정치의사와 자아현시 및 표현동기, 사회관계 통제동기, 오락 및 여유허구동기는 정적 상관관계가 나타났으나, 환경감시 및 학습동기와는 유의미한 관계가 도출되지 않았다. 반면, 오프라인 정치참여의사의 경우 성향적 이용동기 중 환경감시 및 학습동기만이 유의미한 관계가 나타났다. 모든 이용동기와 이용정도에서 새로운 디지털 장비 구입 의향과 정적인 상관관계가 도출되었다. 친구관계 대화 및 친밀성은 환경감시 및 학습동기를 제외한 모든 동기와 유의미한 상관관계가 도출되었다. 가족과의 대화의 경우 오락 및 여유허구 동기를 제외한 모든 영역과 유의미한 상관관계가 있었고, 가족과의 친밀성의 경우 오락 및 여유허구동기, 사회관계 및 통제동기와 상관관계가 도출되지 않았다. 한편, 성향적 이용동기 및 이용정도는 개성표현, 멀티미디어 활용의향과 모두 정적 상관관계를 보였다. 패러디 경험은 자기현시 및 표현동기를 제외한 모든 동기와 상관관계를 나타냈고, 미디어2.0(웹2.0)은 환경감시 및 학습동기를

제외한 모든 동기와 정적 상관관계를 나타냈다. 휴대폰과 개별화된 인터넷 서비스의 연동적 사용의 경우 이용정도와 자아현시 및 표현동기와 정적 상관관계를 나타냈다.

〈표 4-2〉 연구문제 2-1의 결과 상관관계 표

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
2	.068															
3	.132*	.290**														
4	.138*	.217**	.520**													
5	.229**	.290**	.374**	.483**												
6	.105	.109	.165**	.206**	.195**											
7	.007	.173**	.086	.095	.054	.578**										
8	.240**	.176**	.244**	.229**	.163**	.287**	.286**									
9	.199**	.033	.133*	.296**	.144*	.176**	.121*	.238**								
10	.131*	.040	.180**	.334**	.231**	.184**	.078	.219**	.685**							
11	.090	.154**	.182**	.164**	.104	.206**	.112*	.028	.147**	.118*						
12	-.020	.180**	.198**	.093	.105	.127*	.073	-.025	.055	.084	.649**					
13	.242**	.207**	.315**	.376**	.349**	.184**	.114*	.344**	.275**	.284**	.151**	.039				
14	.194**	.179**	.213**	.174**	.265**	.195**	.150**	.239**	.355**	.351**	.023	.047	.257**			
15	.290**	.164**	.168**	.081	.142*	.280**	.165**	.270**	.100	.056	.124*	.093	.171**	.182**		
16	.116*	.069	.195**	.259**	.185**	.057	.038	.098	.180**	.124*	.036	-.036	.161**	.146**	.007	
17	.265**	.069	.107	.128*	.111	.169**	.132*	.196**	.110	.069	.204**	.118*	.133*	.171**	.248**	.147**

1: 인터넷이용량, 2: 인터넷 환경감시 및 학습 동기, 3: 인터넷 자아현시 및 표현 동기, 4: 인터넷 사회관계 및 통제 동기, 5: 인터넷 오락 및 여유추구동기, 6: 온라인정치 의사. 7: 오프라인 정치 의사, 8: 디지털장비구입의향, 9: 친구관계(대화), 10: 친구친밀, 11: 가족관계(대화), 12: 가족친밀, 13: 인터넷 개성표현, 14: 멀티미디어 활용 의향, 15: 패러디 경험, 16: 미디어2.0(웹 2.0), 17: 휴대폰과 개인화된 인터넷 서비스의 연동, \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001.

9. 연구문제 2-2(청소년들의 휴대폰 이용 정도 및 성향적 이용동기, 온, 오프라인 정치참여, 새로운 상품소비에 대한 욕구, 대인커뮤니케이션, 개성표현, 멀티미디어 서비스 활용, 새로운 문화적 형태의 창조, 미디어/웹 2.0(구술문화)의 특성, 휴대폰을 통한 인터넷 서비스 사용(휴대폰과 개인화된 인터넷 서비스의 연동)간 상관관계는 어떠한가)에 대한 연구결과

청소년들의 휴대폰의 성향적 이용동기 각 변인들은 상호간 정적인 상관관계가 나

타났다. 그중 자아현시 및 표현동기와 사회관계 및 통제동기는 가장 높은 상관관계를 보였다( $r=.597$ ). 휴대폰 이용 정도는 사회관계 및 통제동기와 유의미한 상관관계가 나타났다. 휴대폰의 성향적 이용동기는 온라인 정치참여와 상관관계가 나타났다. 단, 오프라인 정치참여 의향에서는 오락 및 여유추구 동기는 유의미한 관계가 도출되지 않았다. 그 외의 모든 동기는 유의미한 상관관계가 도출되었다. 자아현시 및 표현동기와 이용정도는 새로운 상품의 구입의향과 유의미한 상관관계가 도출되었다. 친구와의 친밀도는 환경감시 및 학습동기를 제외한 모든 이용동기에서, 친구와의 대화 정도는 모든 이용동기 및 이용정도와 유의미한 상관관계를 나타냈다. 가족과의 대화 및 친밀도는 휴대폰의 모든 이용동기와 유의미한 관계가 도출되었다. 휴대폰 이용정도 및 성향적 이용동기는 개성표현과 유의미한 관계가 도출되었으며,

〈표 4-3〉 연구문제 2-2의 결과 상관관계 표

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
2	0.04															
3	.087	.511**														
4	.166**	.448**	.505**													
5	.101	.259**	.411**	.597**												
6	.197**	.148**	.163**	.188**	.119*											
7	.074	.145*	.144*	.144*	.054	.578**										
8	.189**	.097	.140*	.108	.084	.182**	.095									
9	.213**	.114*	.144*	.295**	.201**	.199**	.157**	.127*								
10	.157**	.098	.136*	.289**	.183**	.179**	.160**	.106	.729**							
11	.097	.225**	.168**	.260**	.139*	.121*	.160**	.032	.313**	.278**						
12	.169**	.241**	.254**	.314**	.151**	.066	.083	.110	.252**	.207**	.713**					
13	.127*	.253**	.243**	.276**	.192**	.089	.066	.135*	.240**	.258**	.196**	.255**				
14	.146**	.069	.091	.262**	.253**	.094	.086	.154**	.269**	.286**	.126*	.117*	.270**			
15	.161**	.121*	.122*	.040	.047	.280**	.165**	.184**	.012	.054	.028	.016	.133*	.085		
16	.133*	.011	.130*	.126*	.055	.057	.038	.194**	.115*	.105	.036	.011	.126*	.209**	.007	
17	.203**	.039	.056	.115*	.045	.169**	.132**	.295**	.042	.068	-.029	.018	.133*	.122*	.248**	.147**

1: 휴대폰이용량, 2: 휴대폰 환경감시 및 학습 동기, 3: 휴대폰 자아현시 및 표현 동기, 4: 휴대폰 사회관계 및 통제 동기, 5: 휴대폰 오락 및 여유추구동기, 6: 온라인정치의사, 7: 오프라인 정치의사, 8: 새로운 상품구입의향, 9: 친구관계(대화), 10: 친구친밀, 11: 가족관계(대화), 12: 가족친밀, 13: 휴대폰 개성표현, 14: 멀티미디어 활용 의향, 15: 패러디 경험, 16: 미디어2.0(웹 2.0), 17: 휴대폰과 개인화된 인터넷 서비스의 연동, \* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$ .

성향적 이용동기 중 사회관계 및 통제동기, 오락 및 여유허구동기, 이용정도는 멀티 미디어 활용 의향과 정적 상관관계가 도출되었다.

환경감시 및 학습동기와 자아현시 및 표현동기, 휴대폰 이용정도는 새로운 형태의 문화창조의 정도와 관계가 나타났다. 휴대폰 자아현시 및 표현동기와 사회관계 및 통제동기는 미디어2.0(웹2.0) 문화 환경과 유의미한 상관관계가 나타났다. 휴대폰 과 개별화된 인터넷 서비스의 연동적 사용은 휴대폰 이용량과 사회관계 및 통제동기와 정적 상관관계가 도출되었다.

#### 10. 연구문제 3-1(청소년들의 개별화된 인터넷 성향적 이용동기, 이용행태, 사회심리적 특성 간의 상관관계는 어떠한가)에 대한 연구결과

청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 성향적 이용 동기는 상호간 유의미한 상관관계가 도출되었다. 인터넷 게시글 작성은 오락 및 여유허구동기, 댓글작성, 게시글 읽기, 댓글읽기, 촬영 업로드, 일정관리, 채팅, 음악영화감상, 패러디물 창작, 파도타기, 집단 중심성, 혁신성, 타인지향성과 정적 상관관계가 도출되었다.

댓글작성은 모든 이용 동기 및 인터넷 게시글 작성, 댓글작성, 게시글/댓글 읽기, 촬영 업로드, 일정관리, 채팅, 음악영화감상, 패러디물 창작, 파도타기, 집단 중심성, 혁신성, 타인지향성과 유의미한 상관관계가 도출되었다. 게시글 읽기는 환경감시 및 학습동기를 제외한 모든 이용 동기와 게시글 및 댓글작성과 유의미한 상관관계가 도출되었다.

댓글읽기는 환경감시 및 학습동기를 제외한 모든 동기와 게시글, 댓글작성 및 게시글 읽기, 댓글읽기, 촬영업로드, 일정관리, 채팅, 음악영화감상, 파도타기, 혁신성, 타인지향성과 유의미한 상관관계가 도출되었다. 사진촬영 업로드 등은 환경감시 및 학습동기를 제외한 모든 동기와 게시글, 댓글작성 및 게시글, 댓글 읽기, 일정관리, 채팅, 음악영화감상, 패러디물 창작, 파도타기, 집단 중심성, 혁신성, 타인지향성, 전 통지향성과 유의미한 상관관계가 도출되었다.

일정관리는 환경감시 및 학습동기, 오락 및 여유허구 동기와 정적 상관관계를 나

타냈고, 게시글, 댓글 작성, 게시글 읽기, 사진촬영 업로드, 채팅, 음악영화감상, 패러디물 창작, 파도타기, 집단중심성과 정적 상관관계가 도출되었다. 채팅은 사회관계 및 통제동기, 오락 및 여유허구 동기, 게시글, 댓글 작성, 게시글, 댓글 읽기, 사진 촬영업로드, 일정관리와 정적 상관관계가 도출되었다. 음악영화감상, 패러디물 창작, 파도타기, 집단 중심성, 즉시성, 혁신성, 타인지향성과는 정적 상관관계가 개인 중심성, 내적지향성과는 부적 상관관계가 도출되었다. 인터넷 음악/영화 감상은 환경감

〈표 4-4〉 연구문제 3-1의 결과 상관관계 표

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21
2	.299**																				
3	.217**	.520**																			
4	.290**	.374**	.483**																		
5	.063	.077	.136*	.176**																	
6	.183**	.139*	.171**	.247**	.461**																
7	.111	.127*	.224**	.302**	.485**	.561**															
8	.110	.182**	.268**	.229**	.369**	.680**	.694**														
9	.108	.151**	.177**	.137*	.470**	.452**	.246**	.366**													
10	.149**	.104	.104	.123*	.421**	.244**	.208**	.092	.437**												
11	.081	.097	.197**	.131*	.233**	.491**	.375**	.467**	.211**	.137*											
12	.150**	.093	.083	.135*	.216**	.343**	.355**	.374**	.300**	.126*	.406**										
13	.143*	.119*	.035	.066	.391**	.223**	.072	.065	.450**	.478**	.152**	.184**									
14	.115*	.129*	.281**	.226**	.243**	.308**	.244**	.245**	.263**	.225**	.281**	.167**	.252**								
15	.014	-.082	-.081	-.021	-.050	-.115	-.050	-.111	-.060	.077	-.242**	-.066	.066	-.174**							
16	.226**	.279**	.227**	.185**	.158**	.055	.040	.104	.146**	.158**	.199**	.138*	.166**	.152**	-.202**						
17	.112*	.113*	.208**	.141*	.087	.057	.025	.129*	.093	.072	.130*	.040	.069	.129*	.021	.232**					
18	-.072	.065	.024	-.028	.026	-.076	.038	.046	.013	-.074	-.016	-.059	-.097	.035	.106	.029	.139*				
19	.257**	.269**	.264**	.196**	.174**	.140*	.198**	.259**	.169**	.052	.141*	.173**	.103	.254**	-.086	.247**	.350**	.252**			
20	.048	.029	-.019	-.029	-.036	-.075	.039	-.015	.027	.009	-.119*	.029	.062	-.020	.410**	-.082	-.057	.044	.041		
21	.069	.214**	.168**	.169**	.143*	.177**	.136*	.196**	.194**	.091	.204**	.167**	.141*	.158**	-.152**	.329**	.186**	.159**	.209**	-.092	
22	.157**	.079	.114*	.133*	.036	-.088	.103	.094	.127*	.083	-.017	.067	.126*	.073	.180**	.150**	.229**	.096	.082	.095	.118*

1: 인터넷 환경감시 및 학습 동기, 2: 인터넷 자아현시 및 표현 동기, 3: 인터넷 사회관계 및 통제 동기, 4: 인터넷 오락 및 여유허구동기, 5: 인터넷 게시글 작성, 6: 인터넷 댓글 작성, 7: 인터넷게시글 읽기, 8: 인터넷 댓글 읽기, 9: 인터넷사진촬영업로드, 10: 인터넷 일정관리, 11: 인터넷 채팅, 12: 인터넷 음악영화감상, 13: 인터넷 패러디물 창작, 14: 인터넷 파도타기(네트 워크 친목도모), 15: 개인중심성, 16: 집단중심성, 17: 즉시성, 18: 직접성, 19: 혁신성, 20: 내적 지향성, 21: 타인지향성, 22: 전통지향성 \*p<.05, \*\*p<.01.

시 및 학습동기, 오락 및 여유추구동기, 게시글, 댓글 작성 및 읽기, 사진 촬영 업로드, 일정관리, 채팅과 정적 상관관계가 도출되었다. 패러디물 창작, 파도타기, 집단 중심성, 혁신성, 타인지향성과 정적 관계가 도출되었다.

인터넷 패러디물 창작은 환경감시 및 학습동기, 자아현시 및 표현 동기, 게시글, 댓글 작성, 사진 촬영 업로드, 일정관리, 채팅, 음악/영화감상과 정적 상관관계가 도출되었다. 한편, 심리변인 중 집단 중심성, 타인지향성, 전통지향성과 정적 상관관계가 나타났다. 인터넷 파도타기(네트워크 형성)는 모든 동기와 게시글 읽기와 쓰기, 댓글 쓰기와 읽기, 모든 유형의 인터넷 행태와 정적인 상관관계가 도출되었다. 개인중심성과는 부적, 집단 중심성, 즉시성, 혁신성, 타인지향성과는 정적 상관관계가 도출되었다.

#### 11. 연구문제 3-2(청소년들의 휴대폰 서비스의 성향적 이용 동기, 이용행태, 사회 심리적 특성간의 상관관계)에 대한 연구결과

청소년들의 휴대폰의 성향적 이용 동기는 상호간 유의미한 상관관계가 도출되었다. 휴대폰 음성통화는 방송, 음악, 일정관리, 휴대폰 사진촬영 등의 기능과 정적 상관관계가 도출되었으며, 사회 심리적 특성 중 개인중심성과 유의미한 부적 상관관계가 도출되었다.

휴대폰 문자이용은 휴대폰 인터넷 이용, 소액결제와 부적상관관계가 나타났고, 개인 중심성, 내적지향성과 부적 상관관계가 도출되었다. 단, 음악, 일정관리, 사진촬영과는 정적인 상관관계가 도출되었다. 휴대폰 인터넷 기능 이용은 휴대폰 오락 및 여유추구 동기, 게임이용, 방송, 음악, 소액결제 기능과 정적 상관관계를 나타냈다. 휴대폰 게임이용은 휴대폰 오락 및 여유추구 동기, 인터넷 이용, 방송, 음악, 일정관리, 소액결제, 사진촬영, 즉시성, 혁신성, 타인지향성과 정적인 상관관계가 도출되었다. 휴대폰 방송이용은 환경감시 및 학습동기, 음성통화, 인터넷 이용, 게임, 음악, 소액결제 기능과 정적인 상관관계가 도출되었다. 문자와는 부적 상관관계가 도출되었다. 휴대폰 음악이용은 휴대폰 음성통화, 문자, 인터넷, 게임, 일정관리, 소액결제, 사진촬영과 정적 상관관계가 도출되었다. 휴대폰 일정관리는 음성통화, 문자, 게임,

방송, 사진촬영, 전통지향성과 정적 상관관계가 도출되었다. 휴대폰 소액결제는 자아현시 및 표현 동기, 오락 및 여유추구동기, 인터넷, 게임, 방송, 음악 이용, 집단 중심성, 즉시성, 혁신성과 정적 상관관계가 도출되었다. 문자이용과는 부적 상관관계가 도출되었다. 휴대폰 사진촬영은 자아현시 및 표현 동기, 사회관계 및 통제동기, 오락 및 여유추구동기, 음성, 문자, 게임, 음악, 일정관리, 집단 중심성, 즉시성, 혁신성, 타인지향성과 정적 상관관계가 도출되었다.

〈표 4-5〉 연구문제 3-2의 결과 상관관계 표

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
2	.511**																			
3	.448**	.505**																		
4	.259**	.411**	.597**																	
5	-.007	.024	-.018	.001																
6	.063	-.043	.049	.039	.013															
7	-.015	-.013	.085	.001	-.066	-.160**														
8	.099	.054	.055	.131*	.063	.073	.246**													
9	.140*	.045	.017	-.030	.166**	-.114*	.270**	.310**												
10	.097	.066	.056	.067	.169**	.171**	.297**	.322**	.370**											
11	.040	.077	.044	.074	.127*	.217**	-.028	.117*	.111	.264**										
12	.093	.160**	.102	.137*	.105	-.410**	.309**	.250**	.224**	.145*	-.062									
13	.093	.160**	.140*	.217**	.250**	.264**	-.065	.120*	.106	.282**	.324**	-.020								
14	-.103	-.121*	-.100	-.048	-.127*	-.151**	.005	.078	-.083	-.049	-.009	.056	-.109							
15	.294**	.257**	.213**	.088	.070	.013	.056	.110	-.020	.083	.097	.162**	.149**	-.202**						
16	.129**	.097	.117*	.141*	-.019	.018	.026	.146**	.073	.078	.067	.132*	.126*	.021	.232**					
17	-.017	-.009	.092	.053	-.049	-.014	.091	.075	-.031	-.013	.007	.039	-.057	.105	.029	.139*				
18	.284**	.288**	.292**	.205**	.091	.030	.018	.120*	.106	.028	.063	.209**	.147**	-.086	.247**	.350**	.252**			
19	.091	.044	.051	.039	-.101	-.154**	.006	.028	-.061	-.034	-.012	.079	-.045	.410**	-.082	-.057	.004	-.041		
20	.116*	.223**	.100	.119*	.064	.040	.101	.130*	.054	.107	.033	.103	.155**	-.152**	.329**	.186**	.150**	.209**	-.092	
21	.067	.040	.002	.001	-.057	-.007	.065	.108	-.302	.063	.127*	.087	.063	.180**	.150**	.229**	.096	.082	.095	.118*

1: 휴대폰 환경감시 및 학습 동기, 2: 휴대폰 자아현시 및 표현 동기, 3: 휴대폰 사회관계 및 통제 동기, 4: 휴대폰 오락 및 여유추구동기, 5: 휴대폰 음성통화, 6: 휴대폰 문자, 7: 휴대폰 인터넷 이용, 8: 휴대폰 게임이용, 9: 휴대폰 방송이용, 10: 휴대폰 음악이용, 11: 휴대폰 일정관리 이용, 12: 휴대폰 소액결제 기능, 13: 휴대폰 사진촬영, 14: 개인중심성, 15: 집단중심성, 16: 즉시성, 17: 직접성, 18: 혁신성, 19: 내적지향성, 20: 타인지향성, 21: 전통지향성 \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001.

12. 연구문제 4-1(청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적 특성(개인중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적지향성)은 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 이용(융합 미디어로서의 인터넷 사용정도, 개별화된 미디어로서의 블로그/미니홈피와 휴대폰의 연동)에 어떠한 영향을 미치는가)에 대한 연구결과

청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적 특성이 개별화된 인터넷 서비스(융합미디어로서의 인터넷 사용, 즉 개별화된 미디어로

〈표 4-6〉 연구문제 4-1의 결과 위계적 회귀분석 표

	R2	수정된 R2	β
환경감시 및 학습 동기	.055	.043**	-.028
자아현시 및 표현 동기			.135
사회관계 및 통제 동기			.038
오락 및 여유험구동기			.058**
게시글 작성	.321	.289***	.143
댓글 작성			.282*
게시글 읽기			.117
댓글 읽기			.073
사진촬영			.180
일정관리			.059
채팅			.259**
음악영화감상			.093
패러디물 창작			.095
파도타기 (네트워크 친목도모)			.079
개인중심성	.341	.291***	-.248+
집단중심성			.172
즉시성			.010
직접성			-.066
혁신성			-.111
내적지향성			.069
타인지향성			.102
전통지향성			-.102

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001, +P<.1

서의 블로그/미니홈피와 휴대폰 등 디지털 장비의 연동) 이용 정도에 영향을 미치는 지 검증하기 위한 위계적 회귀분석결과 첫 번째 단계에서 투입한 성향적 이용동기 중 오락 및 여유 추구 동기만이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=.058$ ,  $p<.01$ ). 두 번째 단계에는 개별화된 인터넷 서비스 이용행태 변인을 투입하였다. 그 결과 댓글 작성( $\beta=.282$ ,  $p<.05$ ), 채팅( $\beta=.259$ ,  $p<.01$ )만이 유의한 영향력을 나타내는 것으로 밝혀졌다. 세 번째 단계에서 투입한 사회심리적 변인은 개인중심성( $\beta=-.248$ ,  $p<.1$ )만이 부정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다. 개별화된 인터넷 서비스 이용 정도에 유의미한 변인들은 개별화된 인터넷 서비스 이용 변량의 34.1% 설명하였다.

13. 연구문제 4-2(청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적 특성(개인중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적지향성)은 멀티미디어 커뮤니케이션 서비스의 활용의도에 어떠한 영향을 미치는가)에 대한 연구결과

청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적 특성이 멀티미디어 커뮤니케이션 서비스의 활용의도에 영향을 미치는지 규명하기 위해 위계적 회귀분석을 수행하였다. 첫 번째 단계에서 성향적 이용 동기와 이용정도를 투입한 결과 환경감시 및 학습동기( $\beta=.122$ ,  $p<.1$ ), 자아현시 및 표현 동기( $\beta=.151$ ,  $p<.1$ ), 오락 및 여유추구동기( $\beta=.208$ ,  $p<.05$ ), 인터넷 이용정도( $\beta=.068$ ,  $p<.05$ )가 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 두 번째 단계에서 인터넷 이용행태를 투입한 결과 채팅( $\beta=-.083$ ,  $p<.1$ ), 파도타기(네트워크 친목도모)( $\beta=.166$ ,  $p<.001$ )가 유의미한 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 세 번째 단계에서 사회 심리적 특성을 투입한 결과 유의미한 요인이 도출되지 않았다. 멀티미디어 커뮤니케이션 서비스 활용의도에 유의미한 변인들은 전체 멀티미디어 커뮤니케이션 서비스 활용의도 변량의 21.5%를 설명하였다.

〈표 4-7〉 연구문제 4-2의 결과 위계적 회귀분석 표

	R2	수정된 R2	β
환경감시 및 학습 동기	.113	.099***	.122+
자아현시 및 표현 동기			.151+
사회관계 및 통제 동기			-.014
오락 및 여유험구동기			.208*
인터넷 이용정도			.068*
게시글 작성	.193	.152***	.008
댓글 작성			.084
게시글 읽기			.094
댓글 읽기			-.013
사진촬영			-.032
일정관리			-.026
채팅			-.083+
음악영화감상			-.052
패러디물 창작			.027
파도타기 (네트워크 친목도모)			.166***
개인중심성	.215	.152***	-.026
집단중심성			.049
즉시성			.072
직접성			.031
혁신성			.091
내적지향성			-.009
타인지향성			-.056
전통지향성			.122

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001, +P<.1

14. 연구문제 4-3(청소년들의 휴대폰의 성향적 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적 특성(개인 중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적지향성)은 청소년들의 휴대폰 서비스(융합 미디어로서의 휴대폰 사용정도, 휴대폰과 인터넷의 연동)의 이용에 어떠한 영향을 미치는가)에 대한 연구결과

청소년들의 휴대폰 성향적 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적 특성이 청소년들의 휴대폰 서비스 이용(융합미디어로서의 휴대폰 사용정도, 즉, 휴대폰과 인터넷의 연동

적 사용)에 영향을 미치는지 위계적 회귀분석을 통해 규명하였다. 위계적 회귀분석 결과 첫 번째 단계에서 성향적 이용 동기를 투입하였는데, 사회관계 및 통제 동기만이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=.484, p<.05$ ). 두 번째 단계에서는 휴대폰 이용행태 변인을 투입하였는데, 휴대폰 문자 이용( $\beta=.362, p<.05$ ), 휴대폰 소액결제( $\beta=.583, p<.001$ )가 유의미한 변인으로 나타났다. 세 번째 단계에서 사회심리변인을 투입하였는데, 개인중심성은 부정적으로( $\beta=-.593, p<.001$ ), 내적지향성 역시 부정적으로( $\beta=-.332, p<.1$ ) 휴대폰 서비스의 이용에 기여하는 것으로 나타났다. 휴대폰 이용 정도에 유의미한 변인들은 전체 휴대폰 서비스 이용 변량의 22.7%를 설명하였다.

〈표 4-8〉 연구문제 4-3의 결과 위계적 회귀분석 표

	R2	수정된 R2	$\beta$
환경감시 및 학습 동기	.030	.017*	-.168
자아현시 및 표현 동기			.069
사회관계 및 통제 동기			.484*
오락 및 여유추구동기			-.006
휴대폰 음성통화	.136	.099***	.158
휴대폰 문자이용			.362*
휴대폰 인터넷이용			.071
휴대폰 게임이용			-.094
휴대폰 방송이용			.043
휴대폰 음악이용			-.031
휴대폰 일정관리이용			.112
휴대폰 소액결제 이용			.583***
휴대폰 사진촬영			.320**
개인중심성	.227	.171***	-.593***
집단중심성			-.039
즉시성			-.189
직접성			-.126
혁신성			.001
내적지향성			-.332+
타인지향성			.268
전통지향성			-.059

\* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$ , + $P<.1$

15. 연구문제 4-4(청소년들의 휴대폰의 성향적 이용동기와 이용행태, 사회 심리적 특성(개인중심성, 집단중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적지향성)은 멀티미디어 서비스의 활용의도에 어떠한 영향을 미치는가)에 대한 연구결과

청소년들의 휴대폰 성향적 이용동기와 이용행태, 사회심리적 특성이 멀티미디어 서비스의 활용의도에 어떠한 영향을 미치는지 확인하기위해 위계적 회귀분석을 수

<표 4-9> 연구문제 4-4의 결과 위계적 회귀분석 표

	R2	수정된 R2	β
환경감시 및 학습 동기	.099	.081***	-.030
자아현시 및 표현 동기			-.071
사회관계 및 통제 동기			.196*
오락 및 여유추구동기			.169*
휴대폰 이용정도			.039
휴대폰 문자정도	.145	.102***	.043
휴대폰 음성통화			-.048
휴대폰 문자이용			.183*
휴대폰 인터넷이용			.018
휴대폰 게임이용			-.068
휴대폰 방송이용			.072
휴대폰 음악이용			-.031
휴대폰 일정관리이용			.022
휴대폰 소액결제 이용	.208	.145***	.099
휴대폰 사진촬영			.081+
개인중심성			-.039
집단중심성			.016
즉시성			-.139+
직접성			.151*
혁신성			.200**
내적지향성			-.037
타인지향성	-.022		
전통지향성			.130

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001, +P<.1

행하였다. 위계적 회귀분석 결과, 첫 번째 성향적 이용동기를 투입하였는데, 사회관계 및 통제동기( $\beta=.196, p<.05$ ), 오락 및 여유추구 동기( $\beta=.169, p<.05$ )가 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 두 번째 휴대폰 이용행태 변인을 투입하였는데, 휴대폰 문자이용( $\beta=.183, p<.05$ )과 휴대폰 사진촬영( $\beta=.081, p<.1$ )이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 세 번째로는 사회심리적 변인을 투입하였다. 결과 즉시성( $\beta=-.139, p<.1$ )은 부정적으로, 혁신성( $\beta=.200, p<.01$ )은 긍정적으로 멀티미디어 서비스 활용의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 휴대폰 멀티미디어 서비스 활용의도에 유의미한 변인들은 전체 멀티미디어 서비스 활용 의도 변량의 20.8%를 설명하였다.

## 제5장 결론 및 정책적 함의

### 제1절 결론

기존의 인터넷과 이동매체가 결합하면서 커뮤니케이션 매체의 컨버전스 현상이 화두가 되고 있다. 커뮤니케이션 매체들의 컨버전스가 사람들의 커뮤니케이션 양식에 어떠한 변화를 갖고 올 것인가에 대한 논의가 필요한 시점이다. 컨버전스와 커뮤니케이션 양식의 관계를 설명하기 전에 먼저 커뮤니케이션 매체의 컨버전스에 대한 정의가 요구된다. 간략하게 정의하면, 컨버전스는 연결성과 이동성을 의미한다. 사람들이 수많은 관계를 형성할 수 있고 또한 물리적인 움직임이 없이 이동할 수 있게 되었다. 이러한 현상은 사람들 간의 커뮤니케이션이 매우 중요한 역할을 하게 되었음을 의미한다. 컨버전스가 조성하는 디지털 공간(현재 회자되고 있는 디지털 공간과 유사함)이 과연 객관적으로 존재하고 있는 실체가 있는 공간인지에 대한 논의가 필요하다.

시간은 사람들의 리듬과 관계가 있으며 공간은 사람들의 행위와 깊은 관계가 있다. 비록 테크놀로지 차원에서 어딘가에 존재하고 있다고 할 수 있지만, 사람들의 참여 행위(누군가와 커뮤니케이션을 하고자 하는 욕구)가 전제되지 않으면 작동되지 않는 공간이다. 따라서 컨버전스가 조성하는 디지털 공간은 객관적으로 존재하는 실체가 있는 공간이 아니라 사람들에 의해 형성되고, 유지되고, 소멸되는 사람들의 실천적인 행위의 산물이라 할 수 있다. 디지털 공간은 변하지 않는 실체가 있는 것이 아니라 잠재태의 성격을 갖고 있다. 이러한 잠재태가 사람들의 실천 행위를 통해 현실화 된다. 사람들 간의 관계가 형성되어야 비로소 디지털 공간이 나타나고 작동된다.

디지털 공간에서의 사람들의 커뮤니케이션 양식을 이해하기 위해서는 현재 많은

사람들에게 친숙한 사이버 공간에서의 커뮤니케이션 양식을 통해 유추할 수 있다. 현재 정부에서는 사이버 공간에서 빈번하게 발생하는 남의 기분을 상하게 하는 무분별한 말들을 가능한 한 최소화하기 위해 실명제 도입을 고려하고 있다. 이 시점에서 과연 사람들이 정체되지 않는 말들을 하는 이유가 사이버 공간에서의 익명성이라고 단정할 수 있는가에 대한 논의가 필요하다. 사회학자 게오르그 짐멜은 1900년대 초에 근대인들의 특성을 다음과 같이 서술하였다. 근대인들은 잠재적인 방랑자(이방인)로서 오늘 와서 내일 가는 그러한 방랑자가 아니라 오늘 와서 내일 머무는 그러한 방랑자를 말한다. 따라서 그들은 실질적으로나 이론적으로 자유로운 사람들이다.

이방인의 특징인 이동성은 어떠한 공간에서의 커뮤니케이션을 쉽게 단절시킬 수가 있다. 이렇게 이방인들은 디지털 공간에서 이리저리 움직이면서 그들이 호감을 가질 수 있는 공간을 찾아다닌다. 디지털 공간은 일종의 뷔페와 같이 다양한 상호작용이 일어날 수 있는 공간이다. 뷔페식당에서와 같이 참여자들은 자신에게 적합한 음식, 즉 공간을 찾아서 커뮤니케이션을 하게 된다. 이러한 천차만별의 커뮤니케이션은 다양하고 유동적인 관계를 갖고 온다. 이는 시간과 공간의 분리로 인해 개인들이 자신의 취향에 맞는 공간을 찾아다니는 방랑자의 특성을 갖고 있기 때문이다. 과연 네티즌들이 이방인인지 혹은 네티즌을 이방인의 행동을 보이게 하는 다른 무엇이 있는지?

사람들은 컨버전스 매체를 통해 커뮤니케이션을 하고자 하는 경우에 자신이 갖고 있는 매체를 작동시킨다. 자신의 커뮤니케이션 매체를 통해 디지털 공간으로 들어가게 되면서 사람은 받은 인간이며 받은 기계의 사이보그로 전환된다. 예를 들면, 연필을 집었을 때 사람들은 연필을 갖고 무엇을 하고자 하는 상상을 하게 된다. 연필을 집고 있지 않을 때와 전혀 다른 사람이 됨을 의미한다. 이렇게 자신의 커뮤니케이션 매체를 작동시키면서 해당 커뮤니케이션 매체가 가져다 주는 온갖 상상을 하면서 디지털 공간에서 만난 다른 사이보그들과 커뮤니케이션을 한다. 지금까지는 분리되어 있던 커뮤니케이션 매체와 커뮤니케이터가 하나가 된다. 간혹 사람들은

자신들이 주체적으로 행동한다는 착각을 한다. 자신이 주체적으로 결정하여 무엇인가를 수행하였다고 생각한다. 이는 사람들이 자신들이 처한 환경에 내재되어 있는 규칙들을 인지하지 못하기 때문이다. 예를 들면, 음악회에 반바지를 입고 슬리퍼를 신고 갈 수 있을까? 정신병자일 경우를 제외하곤 아마도 그렇게 할 수 있는 사람은 없을 것이다. 사람들은 자신이 처한 상황이 요구하는 규칙들을 성실하게 수행하고자 한다.

이러한 맥락에서 커뮤니케이션 컨버전스 매체는 사람들로 하여금 자신들이 커뮤니케이션을 원할 때와 그렇지 않을 때, 쉽게 스위치를 켜다 껐다 할 수 있다. 바로 이러한 매체의 특성으로 인해 사람들이 이방인의 특성을 갖게 된다. 결국, 커뮤니케이션 매체의 특성에 사람들이 커다란 영향을 받게 된다. 이는 현재 정부에서 진행하고 있는 실명제 도입만이 책임있는 커뮤니케이션을 담보할 수 있는지에 대한 의문을 제기할 수 있는 근거를 제공한다. 디지털 공간의 커뮤니케이션 주체들은 공간에 내재되어 있는 이방인의 이중적 모습—친밀성과 소원함—으로 상대방과 커뮤니케이션을 함으로서 자신들의 인지적 장소를 구하는 사람들이라 정의 내릴 수 있다. 이들은 공간의 자유로움과 장소의 안정감이라는 긴장 관계를 항상 지니고 있으면서 자신들의 커뮤니케이션 참여에 대해 전적으로 통제권을 갖고 있다. 이방인들의 이동성으로 인해 디지털 공간의 커뮤니케이션 주체들은 자신들이 자신들의 장소라고 인지되는 공간에서 자신들의 욕구를 충족시키고자 한다.

커뮤니케이션 양식에서 관찰될 수 있듯이 이방인들은 끊임없이 그들이 원하는 사회적 공간과 커뮤니케이션 하면서 과연 해당 사회적 공간이 자신에게 어떠한 의미가 있는가를 생각한다. 만약에 이방인들이 해당 사회적 공간을 자신에게 의미가 있는 공간이라고 인식하게 되면 신뢰를 부여하면서 해당 공간을 인지의 장소로 각인시킨다. 이렇게 각인된 장소에서는 해당 장소에 합당한 그들의 정체성을 창조하게 되고 시간이 흐르면서 장소라고 하는 상황에서의 그들의 정체성이 구성된다. 앞에서 논의하였듯이, 근대사회로 이행되면서 사람들은 여행과 다양한 커뮤니케이션 테크놀로지를 통해 수많은 공간과 장소를 그들의 인지를 통해 경험하게 된다. 사람들

은 그들이 경험하는 공간과 장소의 특성에 따라 그들의 정체성을 다양하게 나타낸다. 또한, 사람들은 과거에는 가능하지 않았던 다양한 형태와 종류의 장소를 그들의 인지 구조를 통해 자신만의 장소로서 기억한다. 이렇게 기억된 장소는 개인에게 일종의 마음의 안식처 역할을 할 수 있고 때로는 해당 개인의 공동체 역할을 할 수 있다. 근대사회로 접어들면서 관찰 될 수 있었던 공간과 시간의 분리로 인한 인지의 장소가 바로 디지털 공간에서도 나타나고 있음을 본 글에서 볼 수 있었다.

디지털 컨버전스 환경에서 미디어 문화 패러다임의 변화를 규명하기 위해 휴대폰, 개별화된 인터넷 서비스(블로그/미니홈피) 등 융합된 미디어의 성향적 이용 동기, 이용행태와 심리적 변인, 미디어 문화 패러다임의 변화(정치, 경제, 사회, 문화)의 관계를 살펴보았다. 즉, 디지털 컨버전스화된 미디어인 휴대폰과 개별화된 인터넷 서비스의 성향적 이용 동기와 이용정도가 온, 오프라인 정치참여 의도, 새로운 상품에 대한 소비욕구, 이용자의 개성표현, 대인커뮤니케이션(가족, 친구 대화, 친밀도), 멀티미디어 활용 의도, 새로운 형태의 문화적 창조(패러디, 움짤 등 제작), 미디어2.0(웹2.0)문화 환경, 사회 심리적 변인(개인 중심성, 집단 중심성, 즉시성, 직접성, 혁신성, 전통지향성, 타인지향성, 내적지향성)과 어떠한 관계를 갖는지 파악하고자 했다. 이를 위해 융합된 미디어환경에 가장 익숙한 청소년 350명을 대상으로 설문을 배포하였고, 불성실한 응답을 제외한 312개의 데이터를 연구에 활용하였다. 조사대상의 평균연령은 17.43(SD=.70)세로 나타났다.

연구결과, 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도가 이용자의 온, 오프라인 정치참여 의도와 관계가 있을 것이라는 연구가설1은 청소년들의 휴대폰 서비스 문자 이용정도에 한정하여 부분적으로 지지되었다. 정치영역에서의 디지털 컨버전스의 정의는 “기술, 서비스, 산업 등이 디지털을 매개로 수렴되거나 분화됨으로 인해 정치행위자의 제도적 개입, 조정과 시민, 소비자의 참여를 둘러싼 기존의 조직과 행동 양식이 재구조화되는 현상”이다. 그러나 융합된 미디어인 개별화된 인터넷 서비스나 휴대폰 통화 이용정도와 정치참여 의도 사이에는 유의미한 관계가 도출되지 않았다. 다만, 휴대폰을 통한 문자 메시지 이용정도가 온, 오프라인

정치참여 의도와 관련이 있다고 나타난 점은 흥미롭다. 이는 지난 2008년 광우병 촛불집회 당시 청소년들 사이에서 휴대폰이 정치참여를 독려하는 기제가 되었다는 점(이정기, 2009)의 연장선상에서 설명될 수 있다. 청소년들이 휴대폰을 단순히 음성통화를 위해 이용하는 것이 아니며, 단순 통화를 위한 전화기의 기능이 기술적으로 확장되어 문자 메시지를 전송할 수 있는 상황이 되었고, 컨버전스된 휴대폰에 익숙한 청소년들이 이를 활용해 정치적 참여와 같은 새로운 유형의 활동을 수행하고 있다는 것이다.

연구가설 2(청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 새로운 상품에 대한 소비(욕구)와 관계가 있을 것이다)에 대한 연구결과는 지지되지 않았다. 경제영역에서 디지털 컨버전스의 정의는 “기술, 제품, 서비스 및 산업 수준에서 일어나고 있는 디지털 전환과 그 확산의 결과로 발생하는 생산자, 소비자, 시장에서의 행태와 관행, 절차, 문화 등이 변화, 소멸 또는 신생되는 현상”이다. 이에 따라 청소년들의 융합 미디어 즉, 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 이용정도가 높을수록 새로운 관련 상품에 대한 소비 욕구가 증가할 것이라는 가설을 세워 디지털 컨버전스와 소비 욕구의 관계를 검증하였으나 기각되었다. 소비 욕구와 관련된 이상의 결과를 디지털 컨버전스로 인한 경제적 변화 등으로 확장해 설명하기에는 무리가 있으나 청소년들이 융합된 미디어를 오래 사용한다고 하더라도 새로운 관련 상품에 대한 소비 욕구와의 관련성은 없다는 것을 확인한 결과이다.

청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 이용자의 개성표현과 관계가 있을 것이라는 연구가설 3은 청소년들의 휴대폰 서비스 이용정도에 한정하여 부분적으로 지지되었다. 한편, 휴대폰 및 개별화된 인터넷 서비스 관련 액세서리 이용정도는 이용자의 개성표현 정도와 관계가 있음이 밝혀졌다. 융합된 미디어 중 싸이월드, 블로그 등 개별화된 인터넷 미디어의 경우 개성표현 정도와 관련이 없었다. 이는 청소년들의 경우 개별화된 인터넷 미디어 보다 휴대폰을 자신의 개성을 표현하는 미디어로 인식하고 있다는 것을 나타내는 결과이다. 단, 휴대폰 컬러링, 휴대폰 고리, 블로그 싸이월드의 아이템 등 유료 액세서리 이용정도와 이용자의

개성표현과의 관계는 도출되었다. 이는 융합된 미디어의 이용이 이용자의 개성표현과 연결될 수 있고, 개성표현이 액세서리의 이용과 관련이 있을 수 있다는 결과를 나타낸다. 융합된 미디어의 사용이 이용자로 심리적 상태에 영향을 줄 수 있으며, 이것이 관련 액세서리 등의 소비로까지 이어질 가능성을 보여주고 있는 것이다.

청소년들의 개별화된 인터넷 서비스 및 휴대폰 서비스 이용정도는 대인 커뮤니케이션과 관계가 있을 것이라는 연구가설 4는 청소년들의 휴대폰 서비스 이용정도에 한정하여 부분적으로 지지되었다. 휴대폰 이용은 청소년들의 친구들과의 대화 및 친밀성, 가족과의 대화 및 친밀성 모두와 관계가 있었다. 이상의 결과는 융합된 미디어라 할지라도 미디어의 특성에 따라 사회적 관계를 맺는 대상이 다르게 나타나고 있음을 보여주는 결과라 판단된다. 휴대폰은 문자, 음성통화 등의 기능을 가지고 있어 온라인 기반 블로그, 싸이월드에 비해 또래집단과 기성세대와의 사회 관계형성에 더욱 폭넓게 활용되고 있었다. 반면, 개별화된 인터넷 서비스의 경우 가족 보다는 친구, 가까운 친구 보다는 파도타기 등의 기능을 통해 불특정 다수와의 관계형성을 위한 목적으로 이용되기 때문에 이상과 같은 결과가 도출되었을 것이라 짐작할 수 있다. 이상의 결과에 대한 청소년들과의 인터뷰를 통해 온라인 공간에서의 친구들과의 대화 및 친밀성 형성의 경우 메신저, 채팅 등의 역할이 개별화된 인터넷 서비스 보다 크다는 사실을 확인 할 수 있었다. 온라인 공간에서 청소년들의 사회적 관계 형성 등에 대해 추후 연구가 필요한 부분이다.

청소년들의 휴대폰 이용정도와 개별화된 인터넷 서비스의 이용정도 중 휴대폰 문자의 이용정도만이 멀티미디어 서비스의 활용과 관계를 갖는 것으로 연구가설 5는 부분적으로 받아들여지는 것으로 나타났다. 휴대폰 및 개별화된 인터넷 서비스가 멀티미디어서비스를 강화하고 있는 상황에서의 이를 이용할 의도가 있느냐는 질문에 대한 응답과 미디어 이용과의 관계를 파악한 결과, 청소년들은 휴대폰 문자 서비스의 이용 정도가 높은 사람들과 멀티미디어 서비스 활용과 관계가 나타났다. 이상의 결과는 청소년들이 학교라는 제한된 공간에서 가장 손쉽게 활용할 수 있는 미디어가 휴대폰이라는 점, 경제적 여유가 없는 청소년들이 쉽게 활용할 수 있는 휴대폰

콘텐츠가 문자 서비스라는 점이라는 연구 대상의 특성과 관련하여 생각해 볼 수 있을 것이다.

청소년들의 휴대폰 이용정도와 개별화된 인터넷 서비스의 이용정도 중 인터넷 서비스의 이용정도만이 새로운 형태의 문화적 창조의 정도와 관계를 갖는 것으로 나타났다. 연구가설 6은 부분적으로 받아들여지는 것으로 나타났다. 한편, 개별화된 인터넷 서비스 이용정도와 각종 패러디 사진 만들기, 합성 사진 만들기 등 새로운 형태의 문화적 창조와는 관련이 있었으나, 휴대폰 이용과 새로운 형태의 문화적 창조는 관련성이 도출되지 않았다.

연구문제 2-1. 즉, 청소년들의 인터넷 서비스 이용 정도 및 성향적 이용 동기, 온, 오프라인 정치참여, 새로운 상품 소비에 대한 욕구, 대인커뮤니케이션, 개성표현, 멀티미디어 서비스의 활용, 새로운 문화적 형태의 창조, 미디어(웹) 2.0의 특성 및 휴대폰을 통한 인터넷 서비스의 활용 정도 간의 상관관계 규명을 위해 상관관계분석을 수행한 결과 첫째, 성향적 이용 동기 상호간은 정적 상관관계가 도출되었다. 둘째, 이용 정도와 성향적 이용 동기는 환경감시 및 학습동기를 제외한 모든 영역에서 상관관계가 도출되었다. 셋째, 이용정도와 온, 오프라인 정치참여의 상관관계는 도출되지 않았으나 온라인 정치참여의 경우 자아현시 및 표현 동기와 사회관계 통제 동기, 오락 및 여유 추구 동기와 상관관계가 도출되었고, 오프라인 정치참여는 환경감시 및 학습동기와 상관관계가 도출되었다. 넷째, 이용 동기와 이용량이 새로운 디지털 장비 구입 의향과 정적관계가 도출되었다. 다섯째, 성향적 이용 동기는 개성표현, 멀티미디어 활용의향과 모두 정적 상관관계를 보였다. 여섯째, 새로운 형태의 창조 즉, 패러디 경험은 자기현시 및 표현 동기를 제외한 모든 동기와 상관관계를 보였다. 여덟째, 휴대폰과 인터넷의 연동적 사용은 이용정도와 자아현시 및 표현 동기와 정적 상관관계를 보였다.

연구문제 2-2 즉, 청소년들의 휴대폰 이용 정도 및 성향적 이용 동기, 온, 오프라인 정치참여, 새로운 상품 소비에 대한 욕구, 대인커뮤니케이션, 개성표현, 멀티미디어 서비스의 활용, 새로운 문화적 형태의 창조, 미디어(웹) 2.0의 특성 및 휴대폰을

통한 인터넷 서비스의 활용 정도 간의 상관관계 규명을 위해 상관관계분석을 수행한 결과 첫째, 청소년들의 성향적 이용 동기는 상호간 정적 상관관계가 나타났다. 둘째, 휴대폰 이용정도는 사회관계 및 통제동기와 유의미한 상관관계가 도출되었다. 셋째, 휴대폰 이용 동기는 온라인 정치참여와 상관관계가 나타났다. 단, 오프라인 정치참여에서는 오락 및 여유추구 동기를 제외한 영역에서 상관관계가 도출되었다. 넷째, 자아현시 및 표현 동기와 이용정도는 새 상품의 구입의향과 정적 상관관계가 도출되었다. 다섯째, 친구와의 친밀도는 학습동기를 제외한 동기에서 대화정도는 모든 이용 동기와 이용정도에서 상관관계가 도출되었다. 가족과의 대화 및 친밀도는 모든 영역에서 유의미한 관계가 도출되었다. 여섯째, 휴대폰 이용정도와 이용 동기는 개성표현과 유의미한 관계가 도출되었다. 일곱째, 환경감시 및 학습동기와 자아현시 및 표현 동기, 휴대폰 이용정도는 새로운 형태의 문화적 창조의 정도와 관계가 나타났다. 여덟째, 휴대폰과 개별화된 인터넷 서비스의 연동적 사용은 휴대폰 이용정도와 사회관계 및 통제동기와 정적 상관관계가 도출되었다.

연구문제3-1. 청소년들의 개별화된 인터넷의 성향적 이용 동기, 이용행태, 사회 심리적 특성 간의 상관관계는 어떠한가를 규명하기 위해 상관관계 분석을 수행한 결과, 첫째, 인터넷 게시글 작성은 오락 및 여유추구 동기, 집단 중심성, 혁신성, 타인지향성 등과 관계가 도출되었다. 둘째, 댓글작성은 모든 이용 동기 및 집단 중심성, 혁신성, 타인지향성 등과 관계가 도출되었다. 셋째, 게시글 읽기는 환경감시 및 학습동기를 제외한 동기 등과 유의미한 관계가 도출되었다. 넷째, 댓글 읽기는 환경감시 및 학습동기를 제외한 동기와 혁신성, 타인지향성과 유의미한 관계가 도출되었다. 다섯째, 사진 촬영 업로드는 환경감시 및 학습동기를 제외한 동기와 집단 중심성, 혁신성, 타인지향성, 전통지향성 등과 유의미한 정적 상관관계가 도출되었다. 여섯째, 일정관리는 환경감시 및 학습동기, 오락 및 여유추구 동기, 집단중심성과 정적 상관관계가 도출되었다. 일곱째, 채팅은 사회 관계 및 통제동기, 오락 및 여유추구 동기, 집단 중심성, 즉시성, 혁신성, 타인지향성과 정적 상관관계가 도출되었으나 개인 중심성, 내적지향성과는 부적 상관관계가 도출되었다. 여덟째, 음악/영화 감상은

환경감시 및 학습동기, 오락 및 여유추구동기 등과 정적 상관관계가 도출되었다. 아홉째, 페러디물 창작은 환경감시 및 학습동기, 자아현시 및 표현 동기, 집단 중심성, 타인지향성, 전통지향성과 정적 상관관계가 나타났다. 열째, 인터넷 파도타기(네트 워크 형성)는 모든 이용 동기와 이용정도, 모든 유형의 인터넷 이용행태, 집단 중심성, 즉시성, 혁신성, 타인지향성과 정적 상관관계가 도출되었다. 개인중심성과는 부적 상관관계가 도출되었다.

연구문제 3-2. 청소년들의 개별화된 휴대폰의 성향적 이용 동기, 이용행태, 사회 심리적 특성 간의 상관관계는 어떠한가를 규명하기 위해 상관관계 분석을 수행한 결과, 첫째, 휴대폰 음성통화는 개인중심성과 부적 상관관계가 도출되었으며, 휴대폰 문자이용은 개인 중심성, 내적 지향성과 부적 상관관계가 도출되었다. 둘째, 휴대폰 인터넷 기능이용은 오락 및 여유 추구 동기 등과 정적 상관관계가 도출되었다. 셋째, 휴대폰 게임이용은 오락 및 여유추구 동기, 즉시성, 혁신성, 타인지향성과 정적 상관관계가 도출되었다. 넷째, 휴대폰 방송이용은 환경감시 및 학습동기와 정적 상관관계가 도출되었다. 다섯째, 휴대폰 일정관리는 전통지향성 등과 정적 상관관계가 도출되었다. 여섯째, 휴대폰 소액결제는 자아현시 및 표현 동기, 오락 및 여유 추구 동기, 집단 중심성, 즉시성, 혁신성 등과 정적 상관관계가 도출되었다. 일곱째, 휴대폰 사진촬영은 자아현시 및 표현 동기, 사회관계 및 통제동기, 오락 및 여유추구동기, 집단 중심성, 즉시성, 혁신성, 타인지향성과 정적 상관관계가 도출되었다.

연구문제 4-1. 즉, 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적 특성이 개별화된 인터넷 서비스(융합미디어로서의 인터넷 사용, 즉 개별화된 미디어로서의 블로그/미니홈피와 휴대폰 등 디지털 장비의 연동) 이용 정도에 영향을 미치는지 검증하기 위한 위계적 회귀분석결과, 첫 번째 단계서 투입한 성향적 이용 동기 중 오락 및 여유 추구 동기만이 유의미한 영향을 미쳤다. 두 번째 단계에는 개별화된 인터넷 서비스 이용행태 변인을 투입하였다. 그 결과 댓글 작성, 채팅만이 유의한 영향력을 나타냈다. 세 번째 단계에서 투입한 사회 심리적 변인은 개인중심성만이 부정적으로 영향을 미쳤다.

연구문제 4-2. 즉, 청소년들의 개별화된 인터넷 서비스의 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적 특성이 멀티미디어 커뮤니케이션 서비스의 활용의도에 영향을 미치는지 규명하기 위해 위계적 회귀분석 결과, 첫 번째 단계에서 성향적 이용 동기와 이용정도를 투입한 결과 환경감시 및 학습동기, 자아현시 및 표현 동기, 오락 및 여유허추구동기, 인터넷 이용정도가 유의미한 영향을 나타냈다. 두 번째 단계에서 인터넷 이용행태를 투입한 결과 채팅, 파도타기(네트워크 친목도모)가 유의미한 영향을 미쳤다. 세 번째 단계에서 사회 심리적 특성을 투입한 결과 유의미한 요인이 도출되지 않았다. 멀티미디어 커뮤니케이션 서비스 활용의도에 유의미한 변인들은 전체 멀티미디어 커뮤니케이션 서비스 활용의도 변량의 21.5% 설명하였다.

연구문제 4-3. 즉, 청소년들의 휴대폰 성향적 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적 특성이 청소년들의 휴대폰 서비스 이용(융합미디어로서의 휴대폰 사용정도, 즉, 휴대폰과 인터넷의 연동적 사용)에 영향을 미치는지에 대한 위계적 회귀분석 결과, 첫 번째 단계에서 성향적 이용 동기를 투입하였는데, 사회관계 및 통제 동기만이 유의미한 영향을 미쳤다. 두 번째 단계에서는 휴대폰 이용행태 변인을 투입하였는데, 휴대폰 문자 이용, 휴대폰 소액결제가 유의미한 변인으로 나타났다. 세 번째 단계에서 사회심리변인을 투입하였는데, 개인 중심성, 내적지향성은 부정적으로 휴대폰 서비스의 이용에 기여하는 것으로 나타났다. 휴대폰 이용 정도에 유의미한 변인들은 전체 휴대폰 서비스 이용 변량의 22.7% 설명하였다.

연구문제 4-4. 즉, 청소년들의 휴대폰 성향적 이용 동기와 이용행태, 사회 심리적 특성이 멀티미디어 서비스의 활용의도에 어떠한 영향을 미치는지 확인하기 위해 위계적 회귀분석을 수행한 결과, 첫 번째 성향적 이용 동기를 투입하였는데, 사회관계 및 통제동기, 오락 및 여유허추구 동기가 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 두 번째 휴대폰 이용행태 변인을 투입하였는데, 휴대폰 문자이용과 휴대폰 사진촬영이 유의미한 영향을 미쳤다. 세 번째로는 사회 심리적 변인을 투입한 결과 즉시성은 부정적으로, 혁신성은 긍정적으로 멀티미디어 서비스 활용의도에 영향을 미쳤다. 휴대폰 멀티미디어 서비스 활용의도에 유의미한 변인들은 전체 멀티미디어 서비스 활용 의

도 변량의 20.8%를 설명하였다.

지금까지의 연구결과를 통해 청소년들의 휴대폰과 개별화된 인터넷 서비스 등 융합된 미디어 이용이 기존의 상황에서는 기대할 수 없었던 새로운 형식의 사회적 관계 및 커뮤니케이션 영역을 만들어 내고 있음을 확인하였다. 구체적으로 융합된 미디어인 휴대폰의 문자 이용정도는 온라인상의 서명운동, 안티사이트 가입, 오프라인상의 불매운동, 탄원서명 등과 같은 비공식적이고 비전통적 방식의 온, 오프라인 정치참여와 유의미한 관계가 도출되었다. 인터넷 서비스 이용정도는 새로운 형태의 문화적 창조 즉, 인터넷이나 휴대폰을 통한 패러디 사진 및 동영상 제작 경험과 유의미한 관계가 도출되었다.

사람들이 콘텐츠의 디지털화와 개인 매체의 유용성을 이용하여 지금까지는 불가능했던 팬덤 문화 현상이 나타나고 있다. 기존의 저작물을 이용하여 자신들의 관점으로 재해석하면서 유튜브에 올리는 일들이 나타나고 있다. 새롭게 나타난 디지털을 이용한 풀뿌리 문화들은 바로 개인들의 사회 참여 정신을 반영하고 있다. 또한 일반인들의 목소리가 많은 사람들에게 유통되면서 새로운 공동체를 형성해 나가고 있다. 앞에서 제기 하였지만, 선의 커뮤니케이션 혹은 관계의 커뮤니케이션은 일반인들의 살아있는 목소리를 사회에 제공하면서 그들의 창조성을 사회에 공개하고 있다. 일반인들이 제도권의 목소리에 저항 혹은 동의하면서 그들의 하위문화를 형성해가고 있으며 때로는 대중문화로 인정받고 있다. 이렇게 디지털과 개인매체를 이용한 풀뿌리들의 목소리는 그들의 관점과 그들의 창조성, 나아가 그들의 창조성을 제도권에서 수용하면서 또 다른 문화를 창조하고 있다.

휴대폰 서비스 이용정도는 친구, 가족과의 대인커뮤니케이션 능력에 유의미한 영향을 미쳤다. 즉 융합된 미디어의 사용은 대인관계 및 친밀성 정도에 영향을 미치는 변인으로 나타났다. 또한 휴대폰 서비스 이용정도는 개인의 개성표현 정도와도 유의미한 관계가 도출되었다. 즉, 휴대폰 서비스를 많이 이용할수록 단말기에 자신의 개성을 표현하는 액세서리 등을 활발하게 이용하는 것이다. 한편, 휴대폰 문자 이용정도는 멀티미디어서비스의 활용과 유의미한 관계가 도출되었다. 즉, 휴대폰 문자

이용정도가 많을수록 휴대폰의 멀티미디어 서비스를 보다 적극적으로 이용할 의향을 가지게 되는 것이다.

이는 이론적 논의를 통해 규정한 “디지털 컨버전스”의 영역별 정의 즉, 문화, 사회, 정치, 경제적 정의와 일정부분 부합하는 결과라고 판단된다. 디지털 컨버전스 환경과 융합된 미디어의 이용이 사람들의 문화, 사회, 정치, 경제적 환경을 변화시키는 기제가 되고 있다는 것이다. 특히 휴대폰, 개별화된 인터넷 서비스의 이용은 디지털 컨버전스의 총아로 발전하고 있다. 이러한 상황에서 휴대폰과 개별화된 인터넷 서비스가 커뮤니케이션 기능을 확장하고 자기의 정체성에 대한 논의를 만들어 내는 인간 커뮤니케이션의 한 현상임을 알 수 있다. 특히 연구의 대상이 되었던 청소년들이 사회의 중추적 세력으로 부상할 때 휴대폰과 개별화된 인터넷 서비스 등의 이용은 사회적 커뮤니케이션의 일반적 형태로 발전할 가능성이 크다. 따라서 휴대폰과 개별화된 인터넷 서비스에 대한 이해는 앞으로 변화할 사회적 커뮤니케이션의 이해를 위해 가치가 있다고 판단된다.

그러나 본 연구에서는 몇 가지 한계를 노출하고 있다. 첫째, 디지털 컨버전스의 문제는 그것을 이용하는 사람들의 문제라는 측면에서 문화적이고 사회과학적 측면의 문제임에 틀림없으나 이 영역의 이해를 위해서는 디지털 컨버전스의 생태적이고, 기술적인 측면의 문제까지 아울러 규명되어야 보다 타당한 연구결과를 도출할 수 있을 것이다. 그러나 본 연구에서는 융합미디어인 휴대폰과 개별화된 인터넷 서비스에 대한 이러한 생태학적이고 기술적인 측면의 이해가 부족하였다. 둘째, 디지털 컨버전스 환경에서의 미디어 문화 패러다임의 변화 파악을 위해서는 휴대폰과 개별화된 인터넷 서비스 이외에도 다양한 융합 미디어의 활용과 이를 통한 패러다임의 변화를 살폈어야 하는데, 연구의 편의상 휴대폰과 개별화된 인터넷 서비스라는 두 가지 미디어의 측면에서만 연구가 진행되었다는 점이다. 이러한 한계는 후속 연구를 통해 충분히 보완될 필요가 있다. 셋째, 디지털 컨버전스 환경에서 미디어 문화 패러다임의 변화를 탐색적으로 규명하고자 성향적 이용 동기, 미디어 이용정도, 이용행태 및 사회 심리적 변인, 미디어 문화 패러다임의 관계를 살펴보았는데,

이는 기존 연구를 통해 패러다임의 변화와 관련된 양적 변인들이 도출되지 않았다는 한계에 기인한 것이다. 이 외에도 미디어 문화 패러다임의 변화를 설명해주는 다양한 변인들을 찾아내고, 이들 간의 상호관계와 영향관계 등을 파악하는 작업이 진행될 때, 융합된 미디어의 이용과 디지털 컨버전스 환경이 사회적 패러다임의 변화를 이끄는 기제가 되고 있는지를 보다 타당하게 규명해 낼 수 있을 것이다.

## 제2절 정책적 함의

지금까지의 연구결과들을 통해 도출된 정책적인 함의는 다음과 같다. 첫째, 컨버전스 현상은 사람들의 커뮤니케이션 양식에 커다란 변화를 주고 있다. 기존의 점의 커뮤니케이션에서 선의 커뮤니케이션으로 이행하고 있다. 시간과 공간의 분리로 인해, 이제 더 이상 사람들이 커뮤니케이션을 하기 위해서 시간과 공간을 같이 할 필요가 없게 되었다. 이는 사람들이 컨버전스 매체를 작동시키면서 나타나고, 운용되는 사회적 공간에서 가상적인 커뮤니케이션을 함을 의미한다. 앞에서 논의하였듯이, 사람들이 다른 사람들과 관계를 맺으면서 나타난 사회적 공간, 즉, 디지털 공간의 정체성을 사람들의 관계가 주체가 되어 형성해 가고 있다. 전통적인 커뮤니케이션 모델에서 중요한 역할을 하는 커뮤니케이터와 커뮤니케이션 매체가 융합되면서 커뮤니케이션 매체가 생성하는 주체 사람들이 커다란 영향을 받게 되었다. 이를 고려하였을 때, 현재의 점의 커뮤니케이션 시대의 규제 틀에 대한 점검이 요구되는 시점이다. 예를 들면, 금년 초에 사람들의 주목을 크게 받은 미네르바 사건의 경우 미네르바가 다른 사람들과 관계가 형성되지 않았더라면, 그리 많은 관심을 받지 못하였을 것이다. 미네르바가 올린 글이 주목을 받게 된 것은 바로 많은 사람들과의 관계가 형성되었기 때문이다. 과연 미네르바와 관계를 맺은 사람들은 그 어떠한 책임을 질 필요가 없는가?

과거 인쇄시대에는 불가능했던 커뮤니케이션 양식이 나타나고 있다. 처음에 올린 글이 씨가 되고, 이 씨가 다른 사람들과 관련을 맺으면서 풍부한 글의 구조를 가지

면서 성장한다. 때로는 제대로 짝을 피우지는 못하는 경우도 있다. 바로 이 점이 컨버전스 현상이 나타나고 모든 콘텐츠들이 디지털로 표현되면서 발생한 예전에는 상상하지 못했던 매우 환상적인 커뮤니케이션 현상이다. 인쇄 시대에는 저자가 책을 집필하거나 어떠한 글을 작성하게 되면 그것이 바로 저자의 목소리였다. 이러한 관계로 저자의 소유물이 되었다. 그러나 디지털의 표현 양식으로 인해 처음에 누군가가 글을 올리면 많은 사람들의 손에 의해 처음보다 훌륭한 혹은 그렇지 않은 글의 특징으로 변화하게 된다. 이렇게 많은 사람들의 관계에 의해 형성된 글에 대해 누가 도덕적이고 법률적인 책임을 져야 하는가?

점의 커뮤니케이션에서 선의 커뮤니케이션으로의 이행은 기존의 규제 원리를 재고할 필요성을 증대시켰다. 사람들은 사회 구조에 내재된 규칙을 준수하면서 행위를 한다. 이를 고려하였을 때, 현재 우려가 되는 디지털 공간에서의 분별력이 없는 행위를 제재하기 위해서는 사람들이 실천적 행위를 하는 컨버전스 매체를 통해 형성되는 사회적인 공간의 구조를 어떻게 디자인해야 하는가에 대한 고찰이 필요하다. 이는 컨버전스 매체를 운영하는 사업자들과의 긴밀한 협조가 필요하다. 이와 더불어 새롭게 출현하고 있는 컨버전스 매체의 의미에 대한 미디어 교육이 요구된다. 둘째, 개별 미디어를 이용하는 청소년들의 사회 관계의 변화를 살펴보면 기존의 인간 관계를 벗어나 네트워크가 허용하는 가능한 한 범위에서 인간관계의 폭을 넓히면서 사회 참여를 매우 활발하게 하고 있는 것을 볼 수 있다. 과거에는 생각할 수 없었던 청소년들의 사회 참여를 볼 때, 청소년들이 사회에서 중요한 역할을 하는 적극적인 행위자 집단이 될 수 있는 개연성이 있다. 이렇게 청소년들이 네트워크라는 연결성을 이용하여 자신들의 입지를 강화하였을 때 과연 그들의 목소리를 정부에서 어떻게 수용할 것인가에 대한 고민도 필요하다. 이와 유사한 맥락에서 앞에서 서술한 팬덤 문화는 바로 컨버전스의 연결성에 의해 새롭게 나타나고 있다. 심각한 상황은 아니지만 앞으로 이러한 문제를 어떻게 다루어야 하는지에 대한 논의가 요구된다. 예를 들면 영화를 대상으로 개인들이 자신의 관점을 반영하여 이야기를 구성하면서 때로는 전혀 다른 형식의 영화가 탄생할 수도 있다. 이 경우에 과연 기존 영화

의 저작권을 침해하는 것이 아닌지? 만약에 침해한다면 어느 정도 수준에서 침해라고 할 것인지? 만약에 저작권을 엄격하게 적용한다면 일반인들의 창의성을 저해하는 결과가 초래될 수 있다. 일반인들의 참여로 인한 그들의 창의성과 제도권의 협조가 어느 수준에서 이루어져야 하는지에 대한 고찰이 필요하다. 사회가 발전하기 위해서는 아이디어들의 창조적 긴장(creative tension of ideas)이 필요한 것이다.

마지막으로 개인 미디어가 가능해지면서 청소년들은 자신들의 개성을 연출하는데 많은 노력을 기울이고 있다. 이러한 청소년들의 적극적인 개성 표현 행위는 기업에게 잠재적인 소비 층—비록 요즈음에도 구매력이 강한 집단이지만—이 될 것이다. 기업은 그들의 수익을 증대하기 위해 청소년들의 욕구를 충족시킬 수 있는 마케팅을 전개할 것이다. 이러한 맥락에서 청소년들이 자본주의의 논리에 종속되지 않고 자신들의 개성을 맘껏 연출할 수 있도록 여러 가지 제도적 보장책이 요구되는 시점이다.

## 참 고 문 헌

- 권상희 · 우지수(2005). 블로그(Blog) 미디어 연구: 블로그 이용 및 만족과 인지 행태에 관한 연구. 한국방송학보, 19(2), 419~460.
- 김신동(2001). 호모 텔레포니쿠스의 등장: 이동전화 확산에 영향을 준 사회문화적 요인 연구, 한국언론학보, 45(2), 62~85.
- 김예란(2004). 가상공간의 공동체 문화 탐색: 사이월드 문화를 중심으로. 언론과 사회, 12(3), 55~89.
- 김유정(2005). 사이버 커뮤니티 참여와 이용에 대한 이용과 충족 연구. 한국언론학보, 49(3), 291~317.
- 김유정 · 조수선(2001). “사이버 커뮤니티로서의 인터넷 사이트 연구,” 한국언론학보, 45(3), 5~38.
- 김지수(2003). 블로그의 사회문화적 진화와 이슈. 정보통신정책, 16(8).
- \_\_\_\_\_(2004). 디지털 인맥과 인간 관계망(human network). 정보통신정책, 16(16), 1~19.
- 나영주 · 황진숙 · 이은희 · 고선주 · 박숙희(2005). 청소년 생활시간의 내용과 유형에 따른 인터넷 이용. 대한가정학회지, 43(12), 15~28.
- 나은영(2001). 이동전화 채택에 영향을 미치는 이동전화 커뮤니케이션의 매체적 속성에 관한 연구, 한국언론학보, 45(4), 189~228.
- 명승은(2008). 미디어2.0-미디어 플랫폼의 진화, 서울: 한빛 미디어.
- 박광순 · 조명휘(2004). 인터넷의 웹블로그(Web-blog) 이용동기와 만족도에 관한 연구: 대학생 집단을 중심으로. 한국언론학보, 48(5), 270~294.
- 박종진(2007). 미디어2.0, 새로운 공간과 시간의 가능성, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 성동규 · 조윤경(2002). 이동전화 이용자의 집단적 특징에 따른 이용 유형 연구, 한

- 국언론학보, 46(6), 153~190.
- 안중묵(2008). 디지털컨버전스의 커뮤니케이션 기능에 관한 고찰: 이동전화의 커뮤니케이션 기능, 커뮤니케이션학 연구, 16(2), 101~127.
- 우형진(2007). 미디어 이용자의 자아안정성, 성향적 미디어 이용 동기, 플로우, 그리고 중독에 관한 연구, 온라인 게임, 인터넷, 휴대폰 중독 비교 분석, 한국방송학보, 21(4), 101~140.
- 윤명희(2007). 블로그의 사회적 유형분석: 1인 커뮤니티의 다층화. 한국사회학, 41(1), 156~193.
- 이정기(2009). 광우병 촛불집회에 나타난 미디어2.0 현상에 관한 연구: 집회 참여자들의 미디어 이용행태에 대한 분석을 중심으로, 한양대학교 대학원 신문방송학과 석사학위 논문.
- 이정기·황상재(2009). 10대의 휴대폰 이용동기와 중독에 관한 연구: 서울, 경기도 역 초, 중, 고등학생을 중심으로, 한국방송학보, 23(5), 296~338.
- 이재현(2005). 블로그와 저널리즘. 관훈저널, 94.
- 최윤정(2008). 대중매체 이용이 사회자본에 영향을 미치는 경로분석: 대인간 커뮤니케이션 매개 모델 검증, 한국언론학보, 52(3), 374~395.
- 하중원(2006). 대학생의 인터넷 정치참여에 관한 연구: 정치효능감과 정치신뢰감을 중심으로, 한국언론정보학보, 통권 32호, 369~405.
- Adler, P. A. & Adler, P.(1987). Membership roles in field research. Newbury Park, Calif.: SAGE Publications.
- Barab, S. A. & Duffy, T.(2000). "From practice fields to communities of practice," In D. Jonassen, & S. M. Land. (Eds.), Theoretical Foundations of Learning Environments, (pp.25~56). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Baym, Nancy(1995). "The Emergence of Community in Computer-Mediated Communication." In Jones, Steven (Ed.) (1995), CyberSociety 2.0: Revisiting Computer-Mediated Communication and Community, (pp.35~68). Thousand Oaks: SAGE Publi-

cations.

- Bellah, R. N. and et al.(1996). *Habits of the Heart: Individualism and commitment in American life*. Berkeley: University of California Press.
- Benedict, W.(1991). "Cyberspace: Some Proposals." *Cyberspace: First Steps*. Ed. Michael Benedikt. Cambridge: MIT Press. 119 ~ 224.
- Bielby, D. & Harrington, L.(1994). Reach out and touch someone: Viewers, agency, and audiences in the television experience. In J. Cruz and J. Lewis (Eds.), *Viewing, reading, listening: Audiences and cultural reception*. San Francisco: Westview Press.
- Blood, R.(2000, Sep. 7). *Weblogs: A history and perspective*. Rebecca's Pocket Retrieved Sep. 27, 2004, from([http://www.rebeccablood.net/essays/weblog\\_history.html](http://www.rebeccablood.net/essays/weblog_history.html))
- Blumer, H.(1969), *Symbolic interactionism: Perspective and method*. New Jersey: Prentice-Hall.
- Bogard, W.(2000). Simmel in cyberspace: Strangeness and distance in postmodern communication, *Virtual Space and Organizational Networks: Space and Culture*, 4/5, 13 ~ 22.
- Bradner, E., Kellogg, W., & Erickson, T.(1999). *Social affordances of BABBLE*, CHI Conference, Pittsburgh, PA.
- Chayko, M.(2002). *Connecting: How we form social bonds and communities in the Internet age*. Albany, NY: State University of New York Press.
- Cutler, N. E., & Danowski, J. A.(1980). Process gratifications in aging cohorts. *Journalism Quarterly*, 57, 269 ~ 277.
- DANCE, F. E . X.(1968). 'Communication Theory and Contemporary Preaching', *Preaching: A Journal of Homileachs* 3 (4): 20 ~ 32.
- \_\_\_\_\_ (1970). 'A Helical Model of Communication', in K. K. Sereno and C.D. Mortensen (eds) *Foundations of Communication Theory*, pp.103 ~ 107. New

- York: Harper & Row.
- DANCE, F. E. X.(1989). 'Ong's Voice: "I," The Oral Intellect, You, and We', *Text and Performance Quarterly* 9 (July): 185 ~ 198.
- \_\_\_\_\_ (1997). 'Context's "Culture": Speech', in J. L. Owen (ed.) *Context and Communication Behavior*, pp.251 ~ 259. Reno, NV: Context Press.
- Dance, Frank, & Larson, Carl.(1976). *The Functions of Human Communication: A Theoretical Approach*. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Davis, R. A.(2001). A cognitive-behavioral model of Pathological Internet Use (PIU). *Computers in Human Behavior*, 17(2), 187 ~ 195.
- Day, G. and Murdoch, J.(1993). Locality and community: coming to terms with place. *Sociological Review* 41, 82 ~ 109.
- December, J.(1996). Units of analysis for Internet communication. *Journal of Communication*, 46(1), 14 ~ 38.
- Deleuze, G.(1992). 'What is a dispositif?', in Timothy J. Armstrong (ed) *Michel Foucault: Philosopher*, pp.159 ~ 167. Hemel Hempstead: Harvester Wheatsheaf.
- Dimmick, J. W., Sikand, J., & Patterson, S. J.(1994). The gratifications of the household telephone: Sociability, instrumentality, and reassurance. *Communication Research*, 21(5), 643 ~ 663.
- Dobos, J., & Dimmick, J.(1988). Factor analysis and gratification constructs. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 32, 335 ~ 350.
- Ebersole, S. E.(1999). Adolescents' use of the World Wide Web in ten public schools: A uses and gratifications approach. Unpublished Ph. D. dissertation, Regent University.
- Erickson, T.(1993). From interface to interplace: The spatial environment as a medium for interaction, *COSIT'93, Elba*, pp.391 ~ 405.
- Fallows, D.(2004). Spam: How it is hurting email and degrading life on the Internet.

- Pew Internet & American Life Project. Available at([http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2003/PIP\\_Spam\\_Report.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2003/PIP_Spam_Report.pdf))
- Fallows, D.(2004). Spam: How it is hurting email and degrading life on the Internet. Pew Internet & American Life Project.
- Fischer, C.(1992). America calling: A social history of the telephone to 1940. Berkeley: University of California Press.
- Fitzgerald T. K.(1993). Metaphors of identity: a culture-communication dialogue. Albany: State University of New York Press.
- Foucault, M.(1975). Surveiller et punir, Paris: Editions Gallimard
- \_\_\_\_\_ (1979). Discipline and Punish: The Birth of the Prison. Trans. Alan Sheridan. Hamondsworth: Penguin.
- \_\_\_\_\_ (1980). Power/Knowledge:Selected Interviews and Other Writings, 1972 ~ 1977. Ed. Colin Gordon. New York: Pantheon Books.
- \_\_\_\_\_ (1982). The History of Sexuality: An Introduction. Trans. Robert Hurley. Hamondsworth: Penguin.
- \_\_\_\_\_ (1986). "Of Other Spaces." *Diacritics*, 16(2), 22 ~ 27.
- \_\_\_\_\_ (1988). Technologies of the self: A seminar with Michel Foucault, in L.H. Martin, H. Gutman and P.H. Hutton (eds) Amherst, MA: University of Massachusetts Press.
- Franzen, A.(2000). Does the Internet make us lonely? *European Sociological Review*, 16, 427 ~ 438.
- \_\_\_\_\_ (2003). Social capital and the Internet: Evidence from Swiss panel data. *Kyklos*, 53, 341 ~ 360.
- Frederick, H. H.(1993). Global Communication and International Relations. Belmont, CA: Wadsworth.
- Fu, S. J., Wang, R., & Qiu, Y.(2002). Daily activity and Internet use in dual-earner

- families: A weekly time-diary approach. *IT & Society*, 1, 37~43.
- Giese, Marc(1996). *Voices from the WELL: The Logic of the Virtual Commons*. Los Angeles: Department of Sociology. Internet publication at: <http://www.sscnet.ucla.edu/soc/csos/virtcomm.htm>.Printing.
- Goffman, E.(1959). *The presentation of self*, New York: Anchor Books.
- \_\_\_\_\_ (1974). *Frame analysis: An essay on the organization of experience*, New York: Harper & Row.
- Gross, E. F.(2004). Adolescent Internet use: What we expect, what teens report. *Applied Developmental Psychology*, 25(6), 633~649.
- Grossman, P., Wineburg, S., & Woolworth, S. (2000), In Pursuit of teacher community, Paper presented at the American Educational Research Association, New Orleans.
- Harrison, S. & P. Dourish.(1996). Re-place-ing space: The roles of place and space in collaborative systems, Proc. of CSCW'96, Boston, MA: ACM Press, pp.67~76.
- Heidegger, M.(1977). *The Question Concerning Technology*. In *The Question Concerning Technology and Other Essays*, trans. A. Hofstadter. New York: Harper & Row
- \_\_\_\_\_ (1927). *Zein und Zeit*, trans. by J. Macquarrie. & E. Robinson. (1962), *Being and Time*, London: SCM Press.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M.(1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumler. & E. Katz (Eds.), *The uses of mass communications: Current perspectives on gratifications research*(pp.19~32). Beverly Hills, CA: Sage.
- Katz, E., Gurevitch, M., & Haas, H.(1973). On the use of the mass media for important things. *American Sociological Review*, 38(2), 164~181.
- Katz, J. E., & Rice, R. E.(2002). *Social consequences of Internet use, access, involvement, and interaction*. Cambridge, MA: MIT Press.

- Katz, J. E., Rice, R. E., & Aspden, P.(2001). The Internet, 1995~2000: Access, civic involvement, and social interaction. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 405~419.
- Katz, J., & Aspden, P.(1997). A nation of strangers? *Communications of the ACM*, 40, 81~86.
- \_\_\_\_\_ (1997a). Motivations for and barriers to Internet usage: Results of a national public opinion survey. *Internet Research: Electronic Networking Applications and Policy*, 7(3), 170~188.
- Kendall, L.(2002). *Hanging out in the virtual pub: Masculinities and relationships online*. Berkeley: University of California Press.
- Kim, A. J.(2000). *Community building: secret strategies for successful online communities on the web*, Berkeley, CA: Peachpit Press.
- Kraut, P., Kiesler, S., Boneva, B., & Shklovski, I.(2006). Examining the effects of Internet use on television viewing: Details make a difference. In P. Kraut, M. Brynin, & S. Kiesler (Eds.), *Computers, phones, and the Internet: Domesticating information technology* (pp.70~83). New York: Oxford University Press.
- Kraut, R., Kiesler, S., Boneva, B., Cummings, J., Helgeson, V., & Crawford, A. (2002). Internet paradox revisited. *Journal of Social Issues*, 58, 49~74.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukopadhyay, T., & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: A social technology that reduces social involvement and psychological well-being? *American Psychologist*, 53(9), 1017~1031.
- Kroker, A., & Weinstein, M. A.(1994). *Data trash: The theory of the virtual class*. New York: St. Martin's Press.
- Lave, J. and E. Wenger.(1991), *Situated Learning: Legitimate Peripheral Participation*, New York: Cambridge University Press.
- Lefebvre, H. C.(1974). *The production of space*, Cambridge: Blackwell.

- Lefebvre, H.(1976). "Reflections on the Politics of Space." Trans. M. Enders. *Antipode* 8, 30~37.
- \_\_\_\_\_ (1976). *The Survival of Capitalism*. London and Busby.
- \_\_\_\_\_ (1991). *The production of space*, Cambridge: Blackwell.
- Lenhart, A., Madden, M., & Hitlin, P.(2005). *Teens and technology*. Washington, DC: Pew Internet & American Life Project.
- Levine, D. N.(1985). *The flight from ambiguity: Essays in the social and cultural theory*, Chicago: University of Chicago Press.
- Mandel, E.(1978). *Late Capitalism*. Trans. Joris De Bres. London: Verso, 1978.
- Matei, S., & Ball-Rokeach, S. J.(2001). Real and virtual social ties: Connections in the everyday lives of seven ethnic neighborhoods. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 550~564.
- McKenna, K. Y. A., Green, A. S., & Gleason, M. E. J.(2002). Relationship formation on the Internet: What's the big attraction? *Journal of Social Issues*, 58(1), 9~31.
- MCQUAIL, D. & WINDAHL, S., eds(1981). *Communication Models for the Study of Mass Communications*. London: Longman.
- McQuail, D.(1984). With the benefit of hindsight: Reflections on uses and gratifications research. *Critical Studies in Mass Communication*, 1(2), 177~193.
- Mesch, G. S.(2001). Social relationships and Internet use among adolescents in Israel. *Social Science Quarterly*, 82(2), 329~339.
- Meyrowitz, J.(1985). *No sense of place: The impact of electronic media on social behavior*. Oxford University Press.
- Morley, D. and Robinson, K.(1995). *Spaces of identity: Global media, electronic landscapes and cultural boundaries*, New york: Routledge.
- Morris, M., & Ogan, C.(1996). The Internet as mass medium. *Journal of Communication*, 46(1), 39~50.

- Negroponte, N.(1995). *Being Digital*. New York: Knoff.
- Newhagen, J. E., & Rafaeli, S.(1996). Why communication researchers should study the Internet: A dialogue. *Journal of Communication*, 46(1), 4~13.
- Nie, N. H.(2001). Sociability, interpersonal relations, and the Internet: Reconciling conflicting findings. *American Behavioral Scientist*, 45(3), 420~435.
- Nie, N. H., & Hillygus, D. S.(2002). Where does Internet time come from? A reconnaissance. *IT & Society*, 1, 1~20.
- \_\_\_\_\_ (2002). Where does Internet time come from? A reconnaissance. *IT & Society*, 1(1~20).
- Orleans, M., & Laney, M. C.(2000). Children's computer use in the home. *Social Science Computer Review*, 18(1), 56~72.
- Palmgreen, P.(1984). Uses and gratifications: A theoretical perspective. In R. N. Bostrom (Ed.), *Communication yearbook* (Vol. 8, pp.20~55). Beverly Hills, CA: Sage.
- Palmgreen, P., Wenner, L., & Rosengren, K.(1985). Uses and gratifications research: The past ten years. In P. Palmgreen (Ed.), *Media gratifications research* (pp.11~37). Beverly Hills, CA: Sage.
- Parks, M. R. & Floyd, K.(1996). Making friends in cyberspace. *Journal of Communication*, 46, 80~97.
- Perse, E. M., & Dunn, D. G.(1998). The utility of home computers and media use: Implications of multimedia and connectivity. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 42(4), 435~456.
- Preece, J.(2000). *Online communities: Designing usability, supporting sociability*, Chichester, UK: John Wiley & Sons.
- Pronovost, G.(2002). The Internet and time displacement: A Canadian perspective. *IT & Society*, 1, 44~52.
- Putnam, R. D.(2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*.

- New York: Simon & Schuster.
- Quan-Haase, A., & Wellman, B.(2002). Capitalizing on the net: Social contact, civic engagement, and sense of community. In B. Wellman & C. Haythornthwaite (Eds.), *The Internet in everyday life* (pp.291 ~ 324). Oxford: Blackwell.
- Raffnsøe, S., M. Gudmand-Høyer & M. Sørensen(2008). *Foucault*. København: Samfundslitteratur
- Rasmussen, T. R.(1997). Social interaction and the new media: The construction of communicative contexts, at <http://www.nordicom.gu.se/reviewcontents/ncomreview/ncomreview297/rsmussen.pdf>.
- Relph, E.(1976). *Place and placelessness*, London: Pion.
- \_\_\_\_\_ (1985). Geographical experiences and being-in-the-world: The phenomenological origins of geography, in David Seamon. & Robert Mugerauer. (eds.), *Dwelling, Place & Environment: Towards a Phenomenology of Person and World*, (pp.15 ~ 32). Boston: Kluwer Academic Publishing.
- Rheingold, Howard(1993a). "A Slice of Life in My Virtual Community." In Harasim, Linda (Ed.) *Global Networks. Computers and International Communication*, (pp.57 ~ 80). Cambridge Mass.: The MIT Press.
- Rheingold, H.(2000). *The virtual community*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Ring, P. S. & Van de Ven, A. H.(1994), Developmental processes of cooperative interorganizational relationships, *Academy of Management Review*, 19, 90 ~ 118.
- Robinson, J. P., Kesnbaum, M., Neustadt, A., & Alvarez, A.(2002). Information technology and functional time displacement. *IT & Society*, 1, 21 ~ 36.
- Rogers, E. M.(1986). *Communication technology: The new media in society*. New York: Free Press.
- Rubin, A. M.(1981). A multivariate analysis of '60 Minutes' viewing motivations. *Journalism Quarterly*, 58, 529 ~ 534.

- Rubin, A. M.(1983). Television uses and gratifications: The interactions of viewing patterns and motivations. *Journal of Broadcasting*, 27, 37 ~ 51.
- \_\_\_\_\_(1984). Ritualized and instrumental television viewing. *Journal of Communication*, 34, 67 ~ 77.
- \_\_\_\_\_(1994). Media uses and effects: A uses-and-gratifications perspective. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (pp.417 ~ 436). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Rubin, A. M., & Rubin, R. B.(1982). Older persons' TV viewing patterns and motivations. *Communication Research*, 9, 287 ~ 313.
- Rubin, A. M., Perse, E., & Barbato, C.(1988). Conceptualization and measurement of interpersonal communication motives. *Human Communication Research*, 14, 602 ~ 628.
- Sanders, C. E., Field, T. M., Diego, M., & Kaplan, M.(2000). The relationship of Internet use to depression and social isolation among adolescents. *Adolescence*, 35(138), 237 ~ 242.
- Saunders, D. & Hamilton, D.(1999). 'A Twinning Model for Staff Development: in Higher Education', *Innovations in Education and Training International* 36(2): 118 - 127.
- Sawicki, J.(1991). *Disciplining Foucault: Feminism, Power and Body*. London & New York: Routledge.
- Schama, S.(1995). *Landscape and Memory*, London, Fontana Press.
- Schramm, W. J., Lyle, J., & Parker, E. B.(1961). *Television in the lives of our children*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Shaw, L. H., & Gant, L. M.(2002). Users divided? Exploring the gender gap in Internet use. *CyberPsychology & Behavior*, 5(6), 517 ~ 527.
- Shklovski, I., Kiesler, S., & Kraut, R.(2006). *The Internet and social interaction: A*

- meta-analysis and critique of studies, 1995~2003. In P. Kraut, M. Brynin, & S. Kiesler (Eds.), *Computers, phones, and the Internet: Domesticating information technology* (pp.251~264). New York: Oxford University Press.
- Silk, J.(1999). The dynamics of community, place and identity. *Environment and planning A*, 31, 5~17.
- Simmel, G.(1971). *The Stranger*, in Donald N. Levine. (ed.), *On Individuality and Social Forms*, Chicago: University of Chicago Press.
- Singh, S.(1984). ‘Models of Communication: an Overview’, *Eastern Anthropologist* 37(1): 15~27.
- Smith, Marc A., and Peter Kollock, (eds), (1998). *Communities in Cyberspace*, London: Routledge.
- Soja, E.(1989). *Postmodern Geographies: The Reassertion of Space in Critical social theory*. London: Verso.
- Stafford, T. F., & Stafford, M. R.(2001). Identifying motivations for the use of commercial Web sites. *Information Resources Management Journal*, 14(1), 22~30.
- Stephen Doheny-Farina.(1996). *The wired neighborhood*, Yale University Press, 1996.
- Stoll, C. (1995). *Silicon snake oil: Second thoughts on the information highway*. New York: Doubleday.
- Swanson, D. L.(1992). Understanding audiences: Continuing contributions of gratifications research. *Poetics*, 21, 305~328.
- Thompson, K.(2003). ‘Forms of Resistance: Foucault on Tactical Reversal and Self-Formation’ *Continental Philosophy Review*, 36(22), 113~138.
- Townley, B.(1995). “‘Know thyself’: self-awareness, self-formation and managing’, *Organization*, vol. 2, no. 2, pp.271~89.
- Tuan, Yi-Fu.(1974). *Topophilia: A study of environmental perception, attitudes, and values*, Englewood Cliffs, N. J.: Prentice Hall.

- Tuan, Yi-Fu.(1977). *Space and place: The perspective of experience*, Minneapolis: University of Minnesota Press.
- Turkle, S.(1995). *Life on the screen: Identity in the age of the Internet*. New York: Simon & Schuster.
- Turkle, Sherry(1996), "Virtuality and its Discontents: Searching for Community in Cyberspace." *The American Prospect*, 24, pp.50~57.
- Valkenburg, P. M., & Peter, J.(2007). Online communication and adolescent well-being: Testing the stimulation versus the displacement hypothesis. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(4), 1169~1182.
- Valkenburg, P. M., & Soeters, K. E.(2001). Children's positive and negative experiences with the Internet: An exploratory survey. *Communication Research*, 28(5), 652~675.
- Van Gelder, Lindsay.(1985, October). The strange case of the electronic lover, *Ms. Magazine*, p.94.

## 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(정현수, 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 09-24

디지털 컨버전스 환경에서 미디어 문화 패러다임의 변화

---

---

2009년 11월 일 인쇄

2009년 11월 일 발행

발행인 방 석 호

발행처 정보통신정책연구원

경기도 과천시 용머리2길 38(주암동 1-1)

TEL: 570-4114 FAX: 579-4695~6

인쇄인 성 문화

ISBN 978-89-8242-649-0 94320

ISBN 978-89-8242-655-1 (세트)

---

---