

한국인의 커뮤니케이션 가치관과 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화의 매체인식

기성세대의 이중성을 중심으로*

배진한**

(상지대학교 방송영상문화학과 교수)

이 연구는 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화 이용을 우리의 전통적인 커뮤니케이션 가치관과 연결시켜 다뤄보자는 의도에서 출발했다. 온라인조사방법을 통해 수집된 자료를 분석한 결과, 어린 세대보다 나이 많은 세대에서 전통적 커뮤니케이션 가치관이 더 큰 영향력을 유지하고 있으며, 전통적 커뮤니케이션 가치관은 특히 나이 많은 세대에 있어서는 대인커뮤니케이션 매체로서 이동전화의 매체인식에 보다 큰 영향을 미치고 있음을 볼 수 있었다. 즉, 전통적 커뮤니케이션 가치관에 공감하는 정도가 높은 나이 많은 세대는 어린 세대에 비해 이동전화의 효율성은 내심 인정하면서도 우리 사회의 전통적 커뮤니케이션 가치관에 영향을 받아 이동전화의 적합성은 낮게 평가하는, 소위 '이동전화에 대한 매체인식의 이중성'의 일단을 보여준다는 것이다. 특히 커뮤니케이션 상대가 뒷사람이고 커뮤니케이션 상황이 개인적인 부탁을 해야하는 인간관계의 부담이 큰 상황일수록 나이 많은 세대의 이러한 '이중성'은 어린 세대에 비해 더 극명하게 드러났다.

키워드: 이동전화, 커뮤니케이션 가치관, 대인커뮤니케이션

* 이 논문은 2001년도 한국학술진흥재단의 지원에 의하여 연구되었음(KRF-2001-003-C00388).

** jhbae3@mail.sangji.ac.kr

1. 문제의 제기

이제는 빛이 많이 바꿨지만 우리 사회는 서구와는 사뭇 다른 커뮤니케이션 가치관을 가지고 있었다. 스피치보다 비언어적 커뮤니케이션을 더 중시하여 유창한 말보다는 도(道)의 묵묵한 실천을 강조한다든지(임태섭, 1999), 대인커뮤니케이션 매체 선택에 있어서 자신의 체면은 물론 상대방의 체면도 소홀히 하지 않는다든지(임태섭, 1995), 효와 충을 기반으로 한 인간관계를 가장 이상적인 인간관계로 본다든지(공용배, 2002) 하는 등이 대표적인 예이다. 뿐만 아니라 커뮤니케이션 메시지 자체보다 커뮤니케이션상황을 통해 내용의 더 많은 부분을 ‘눈치’로 헤아리는 고맥락 문화적(high-context culture) 성격(김숙현, 2001), 윗사람에 대한 공대와 윗사람을 대했을 때의 시선·몸가짐·언어사용에 대한 강조(박기순, 1995) 등도 서구와 차이나는 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관의 핵심을 이룬다고 하겠다.

그런데 이러한 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관은 이동전화라는 대인 커뮤니케이션 매체와는 여러모로 갈등의 소지가 있어 보인다. 비언어적 커뮤니케이션과 체면의 강조, 윗사람에 대한 공대, 고맥락 문화 등은 대인커뮤니케이션 매체로서 이동전화보다는 면대면 매체의 선호로 자연스럽게 이어진다. ‘매체가 메시지’라는 말을 굳이 언급하지 않더라도 윗사람에게 이동전화를 사용하는 것은 우리의 커뮤니케이션 전통과 관행에 비취볼 때 온당치 않게 느껴진다. 사적인 약속모임과 같은 단순한 정보전달이 아니라 개인적인 청탁을 하거나 어려움을 윗사람에게 상의하는 커뮤니케이션 상황에 이르러서는 더 말할 나위가 없다. 면대면 매체 즉, ‘윗사람을 찾아뵈어야’ 마땅한 것이다.

그러나 이렇듯 우리의 커뮤니케이션 전통과는 부합되지 않은 측면이 다분한 이동전화는, 3천만 명의 이상의 가입자, 유선전화의 그것을 앞지른 이동전화의 매출액(김규태, 2002) 등을 통해서도 알 수 있듯이 이미 일상적 커뮤니케이션매체로 자리잡았다. 국내 커뮤니케이션학 분야의 이동전화연구도 이러한 추세에 부응하여 그간 상당한 성과를 거두었고, 선구적인 질적·

양적 연구(가령 김신동, 2001a, b; 나은영, 2001a, b; 배진한, 2001; 이인희, 2000; 성동규·조윤경, 2002 등)들을 통해 관련 현상의 많은 부분들이 해명된 바 있다. 하지만 앞서 언급한 우리 사회의 전통적 커뮤니케이션 가치관과 이동전화 이용의 문제를 결부시킨 경험적인 연구사례는 찾아보기 힘든데, 이것이 이 연구의 첫번째 문제의식이다. 커뮤니케이션 가치관이 변화함에 따라 커뮤니케이션의 전반적 지형이 달라지게 되고, 특히 이동전화 이용을 포함한 대인커뮤니케이션은 커뮤니케이션 가치관의 변화에 보다 민감할 수밖에 없기 때문이다. 더욱이 우리 사회의 세대간 갈등은, 망국병(亡國病)으로까지 불리는 지역갈등보다 더 심각한 문제로 비화될 소지가 있다는 점에서(김창호, 2001), 그리고 세대간의 가치관 차이는 물론 이동전화 등 뉴미디어 이용의 세대간 격차는 우리 사회 신구세대간의 커뮤니케이션 단절을 현재보다 더 악화시킬 공간이 크다는 점에서 이 문제는 세대간 통합, 더 나아가 사회통합을 위한 사회과학적 기초자료의 제공이라는 의의도 있다고 생각된다. 기존 연구성과를 토대로 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관이 우리 사회 신구세대의 이동전화 이용에 어떠한 영향을 미치며, 이동전화의 도입에 따라 대인 커뮤니케이션 매체 인식과 이용은 어떻게 변모하고 있는가에 대한 이론적·실증적 천착이 절실히 요청된다는 게 연구자의 판단이다.

일반적으로 대인커뮤니케이션 매체 선택에 있어서는 그 매체가 사회적으로 얼마나 적합한가(socially acceptable)와 그 매체는 시간이나 비용 등을 고려할 때 애초에 의도했던 커뮤니케이션 목표 달성에 얼마나 효율적인가(effective)라는 두 가지 잣대가 필수적으로 고려된다. 즉, 대인커뮤니케이션 매체선택은 그 사회의 커뮤니케이션 전통과 관행에 부합하는 정도인 '적합성(appropriateness),' 그리고 커뮤니케이션 목표를 얼마나 효과적으로 달성할 수 있는가의 '효율성(effectiveness)'에 따라서 크게 좌우되는데, 최종적인 매체선택에서 적합성과 효율성 가운데 어느 것에 더 큰 무게를 두는가는 커뮤니케이션 행위자가 어떠한 커뮤니케이션 가치관을 갖고 있는가에 따라 달라진다고 한다(Westmyer, DiCiccio, & Rubin, 1998). 국내 기존연구에서도 이 점이 부분적으로 검증된 바 있는데, 가령 김현주(2000)의 연구와 배진한의

연구(2001)에서는 커뮤니케이션 상대방이 친구나 동료이고 당면한 커뮤니케이션 상황이 사적인 약속시간과 장소의 전달처럼 인간관계상 부담이 작을수록 이동전화를 더 적합한 것으로 인식하며, 특히 나이 어린 집단이 나이 많은 집단에 비해 대인커뮤니케이션 매체로서 이동전화를 보다 적합한 것으로 인식한다는 점이 밝혀졌다. 하지만 기존연구들은 아쉽게도 대인커뮤니케이션 매체선택에 있어서 또 하나의 중요한 고려사항인 ‘효율성’을 검토하지 않았다는 한계를 갖고 있다. 효율성으로만 따진다면 번거롭게 커뮤니케이션 상대방을 직접 찾아가야 하는 면대면 매체보다는 전화나 이동전화가 시간이나 비용 면에서 더욱 효과적인 것으로 인식될 공산이 크고, 따라서 실제 매체선택에서도 이러한 효율성이 중요하게 고려될 것이기 때문이다. 이것이 바로 이 연구의 두번째 문제의식이다. 적합성뿐만 아니라 효율성을 함께 고려한 상태에서 이동전화에 대한 매체인식문제를 다뤄야 우리의 대인커뮤니케이션 지형에 대한 좀더 입체적인 조망이 가능해질 것이라는 게 연구자의 생각이다.

지난 30여 년에 걸친 우리 사회의 산업화·도시화과정에서 서두에서 언급한 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관을 둘러싸고 현저한 세대차가 나타나게 되었다(박기순, 1995; 임태섭, 1999). 급속한 사회변화에 발빠르게 적응하는 젊은 세대에 비해 아무래도 보수적일 수밖에 없는 나이 많은 세대는 그 변화에 보조를 맞추기 힘들었기에 커뮤니케이션 가치관의 신구세대간 간극은 커질 수밖에 없었던 것이다. 그런데 여기서 연구자의 눈길을 끄는 대목은, 이러한 커뮤니케이션 가치관의 세대차가 대인커뮤니케이션 매체로서 이동전화에 대한 매체인식의 차이로 이어져, 궁극적으로는 동일한 커뮤니케이션 상황을 놓고서도 ‘면대면 매체로 할 것인가, 이동전화로 할 것인가’의 판단 즉, 세대간의 차별적 매체선택으로까지 이어지고 있지는 않는가 하는 점이다. 특히 신세대보다 기존의 커뮤니케이션 가치관의 영향에서 자유롭지 못하거나 관성에 젖은 기성세대들은 이러한 급격한 변화로 인해 자신의 내면적 판단과 외적으로 표출되는 판단 사이에 어린 세대보다 더 큰 ‘이중성’을 보일 가능성이 있지 않은가 하는 게 이 글의 세번째 문제의식이다). 즉,

기성세대는 대인커뮤니케이션 매체선택에 있어서 이동성·직접성·즉각성 등 이동전화의 월등한 '효율성(나은영, 2001a)'은 내심 인정하면서도 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관에 비취볼 때 '적합성'이 더 높은 면대면 매체를 선택하는 '이중성'²⁾을 보이는 반면, 전통적 가치관에 별로 구애받지 않는 신세대는 적합성보다는 효율성에 더욱 큰 가치를 부여하고, 이러한 내면적 판단에 따라 이동전화를 선택함으로써 기성세대에 비해 이중성을 덜 보이게 되는지를 실증적으로 살펴볼 필요가 있다는 얘기다. 특히 커뮤니케이션 상대방과 당면한 커뮤니케이션 과업에 따라 이러한 신구세대간의 '이중성'의 차이가 어떻게 달라지는가를 밝히는 경험적 연구가 긴요하다는 것이 연구자

-
- 1) 이 문제와 관련하여 최준식(1997)은, 우리 사회의 기성세대는 신세대보다 유훈문화의 지배로부터 자유롭지 못하거나 기존의 가치관이 굳어져 새로운 것을 받아들이기 쉽지 않기 때문에 기성세대가 상대적으로 '이중성'이 더 클 수밖에 없다고 주장한다. 즉, 나이가 어릴수록 개인주의화(個人主義化)의 정도가 더 높고, 개인주의화된다는 것은 집단의 규범으로부터 자유롭다는 뜻이기에 굳이 집단의 규범과 사적 행동기준을 이중적으로 둘 필요가 없지만 우리 사회의 기성세대는 그렇지 못하다는 것이다.
 - 2) 1998년 '가정의 달 특집'으로 제작된 공중파 방송사의 한 프로그램(《MBC 다큐 스페셜》, 1998)은 비록 실험의 신뢰도와 타당성에 문제가 없지 않음에도 불구하고 기성세대의 이러한 '이중성'과 관련하여 흥미로운 시사점을 준다. 이 프로그램에서는 신구세대의 이중성 차이와 관련된 간단한 실험을 했다. 즉, 자유분방한 압구정동 거리와 질서정연한 육사생도들의 행진모습을 담은 영상물을 신구세대 같은 숫자로 구성된 피험자들에게 보여주고, 어느 쪽이 더 좋은지를 설문지에 답하도록 하는 동시에 생리적 반응(뇌파)을 측정했다. 그 결과 신세대는 설문지의 응답(외적 표출)과 생리적 반응(내적 판단)이 일치한 데 비해 기성세대는 양자가 상충되는 것으로 나타났다. 다시 말해서 기성세대와 신세대 둘 다 생리적으로는 육사생도의 행진모습보다는 압구정동 거리에 더 유쾌하게 반응했지만 설문지 응답에 있어서는 기성세대는 육사생도의 행진모습을, 신세대는 압구정동 거리를 더 선호한다고 답했다는 것이다. 이러한 결과는 기성세대의 경우 이제까지 자라 온 방식에 의해 바람직한 것이 머릿속에 설정돼 있어서, 생리적으로 선호하는 것(뇌파)이라도 기존의 관행이나 관습에서 벗어나면 외적으로 표출되는 주관적 판단에서는 좋지 않은 것으로 평가하는 '이중성'의 일단을 보여주는 것이라 하겠다(나은영, 민경환, 1998, 77쪽에서 재인용).

의 생각이다.

이런 맥락에서 이동전화라는 새로운 대인커뮤니케이션 매체에 대한 신구 세대간의 차별적 인식을 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관과 함께 살펴보는 것은 바로 우리가 살고 있는 현실의 문제를 다루는 것인 동시에 우리가 장차 경험하게 될 대인커뮤니케이션의 변화 양상의 일단을 조망해볼 수 있다는 점에서 이론적·실제적인 의미가 결코 작지 않다고 하겠다. 현재 기성 세대의 시각에서는 불손하거나 심지어 일탈적인 것으로까지 비춰지는 신세대들의 이동전화 이용양태가, 이들이 우리 사회의 주류로 자리잡을 장래에는 일상적이고 보편적인 커뮤니케이션 관행으로 자리잡을 가능성을 배제할 수 없고, 따라서 기성세대와는 차별적인 신세대의 이동전화 이용방식을 이 시점에서 기술·설명하는 작업은 미래의 우리 사회의 대인커뮤니케이션 변화를 예측하는 작업이 될 수 있다는 게 연구자의 생각이다.

이 글의 주요 관심사를 좀더 구체적으로 정리하면 다음과 같다. 첫째, 우리의 전통적인 커뮤니케이션 가치관을 둘러싸고 나이 어린 세대와 나이 많은 세대간에 실제 '세대차'가 존재하는가? 다시 말해서 '말보다는 행동을 중시하고, 어른에게 공손한 비언어적 커뮤니케이션을 강조하며, 충효사상에 근거한 윗사람에 대한 공대' 등으로 요약되는 우리의 커뮤니케이션 가치관에 대한 공감의 정도가 신구세대간에 확연하게 다를 것인가?

둘째, 만약 신구세대 사이에 전통적 커뮤니케이션 가치관의 세대차가 있다면, 이 차이가 이동전화라는 대인커뮤니케이션 매체인식까지 영향을 미치는가? 다시 말해서 전통적 커뮤니케이션 가치관에 영향을 강하게 받는 기성세대가 그렇지 않은 어린 세대에 비해 이동전화에 대한 매체인식의 이중성 즉, 이동전화에 대한 효율성 인식과 적합성 인식간의 더욱 현격한 차이를 보일 것인가?

셋째, 기성세대의 이동전화에 대한 매체인식의 이중성은 실제 대인커뮤니케이션 매체선택에까지 영향을 미칠 것인가? 다시 말해서 기성세대는 커뮤니케이션 상대별·상황별 이동전화의 효율성 인식에서는 신세대와 별다른 차이가 없지만 적합성 인식에서는 더욱 큰 차이를 보이고, 이것이 이동전화

라는 대인매체 선택 상의 신구세대간의 차이로 나타날 것인가?

2. 이론적 배경

1) 전통적 커뮤니케이션 가치관을 둘러싼 세대차

우리 사회는 서구와는 다른 전통적 커뮤니케이션 가치관을 가지고 있었다는 점은 글 첫머리에서 언급한 바 있다. 하지만 1970년대 이후 산업화·도시화의 물결과 함께 전통사회가 붕괴하면서 이러한 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관은 점차 힘을 잃어갔고, 서구의 그것이 대거 유입되면서 더욱 희미해졌다(박기순, 1995). 이 과정에서 전통적 커뮤니케이션 가치관의 영향을 상대적으로 크게 받는 구세대와 그렇지 않은 어린 세대간에 작지 않은 세대차가 나타나게 되었다고 한다(임태섭, 1999). 그렇다면 실제로 우리 사회의 나이 많은 집단과 나이 어린 집단은 전통적 커뮤니케이션 가치관을 구성하는 여러 하위차원들에 대한 공감의 정도에 있어서 확연한 차이를 보일 것인가?

<연구문제 1> 우리 사회의 신구세대간에는 전통적 커뮤니케이션 가치관의 '세대차'가 있는가?

우리 사회의 급격한 가치관의 변화로 인해 세대간의 가치관 차이는 더욱 심화되었고(나은영, 2002), 그 과정에서 우리의 전통적인 커뮤니케이션 가치관 또한 급격한 몰락의 길을 걸었다. 잉글하르트(Inglehart, 1997)의 조사에 따르면 43개 조사대상국가 가운데 한국사회가 가장 큰 가치관의 세대차를 보였다고 한다(나은영·차재호, 1999, 39쪽에서 재인용). 지난 20여 년 동안 한국 사회의 나이 많은 세대와 어린 세대사이에 큰 차이를 보인 가치관 항목들은 경제적으로 풍요로운 인생의 중시, 여성의 정조관념 및 상하 구별 경

시, 개인주의, 자기주장성의 강화 등이었다. 한마디로 우리 사회 어린 세대의 가치관이 상당부분 서구화, 합리화되었다는 것이다. 이렇듯 우리 사회의 어린 세대들은 자기주장과 생각을 있는 그대로 거리낌없이 표출하는 반면 인연이니 삼강오륜이니 공손이니 하는 것들은 ‘고리타분한’ 옛날 얘기로 치부해버리는 실정이다(김숙현, 2001; 임태섭, 1999). 이러한 점들을 고려할 때 상당부분 서구화되고 합리화된 가치관을 갖고 있는 나이 어린 집단보다는 전통적 가치관의 영향에서 여전히 자유롭지 못한 것으로 보이는 나이 많은 집단이 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관에 대한 공감의 정도가 더욱 클 것이라는 예상은 나름의 이론적 근거가 있다고 하겠다.

[가설 1] 나이 많은 집단은 어린 집단에 비해 전통적 커뮤니케이션 가치관을 구성하는 여러 하위차원들에 대한 공감의 정도가 더 클 것이다.

2) 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화에 대한 매체인식의 세대차

인간의 커뮤니케이션 능력은 사회적으로 합당하면서도(*socially acceptable*) 목표달성에 효율적인 매체를 선택하는 능력을 포함한다. 매체의 고유한 속성과 커뮤니케이션 상황을 잘 연결시키는 게 곧 커뮤니케이션 능력이라는 것이다. 여기서 ‘사회적으로 합당하다’는 것은 이용자가 살고 있는 사회의 커뮤니케이션 규범과 관행에 얼마나 잘 부합하는가, 즉 적합성(*appropriateness*)을 말하며 ‘목표달성에 효율적’이라 함은 시간이나 비용 등의 조건을 고려했을 때 얼마나 효과적인가에 대한 각 개인의 인식을 뜻한다(Westmyer, DiCioccio, & Rubin, 1998).

대인커뮤니케이션 매체로서 면대면 매체, 전화 혹은 이동전화를 이용할 것인가의 결정에는 커뮤니케이션 상대와의 지위 차이, 상대와의 친밀도, 커뮤니케이션 동기, 시간이나 비용 등이 복합적으로 고려된다(Christie & Holloway, 1975). 인간관계 측면에서 상대의 지위나 신분이 높을수록 면대면

접촉이, 친밀한 사이에는 전화 혹은 이동전화가 보다 적합한 것으로 인식된다(Kayany, Wotring & Forrest, 1996; 김현주, 2000: 72 재인용). 커뮤니케이션 상황별로는 단순 질문이나 정보교환일수록 전화로도 가능하지만, 상대방으로부터 조언을 구한다거나 부탁을 하는 경우는 상대를 직접 만나는 것이 보다 적합한 것으로 평가된다. 국내의 선행연구(김현주, 2000; 배진한 2001)에서도 이러한 측면이 일부 검증된 바 있다.

급격한 사회변동을 경험한 우리 사회는 다른 어떤 사회보다 가치관의 세대차가 크다는 점은 이미 언급한 바 있다. 여기서 세대차가 크다는 것은 서로 다른 시각과 관점을 가진 사람들이 동시대를 함께 살아간다는 것을 뜻하기 때문에 전통·근대·탈현대의 서로 다른 가치관을 지닌 세대들이 같은 시공간에 공존한다고 볼 수 있다³⁾. 이러한 ‘전이적 공존’ 상황에서 기성세대는 한편으로는 근대적 생각과 규범을 전적으로 부정하지는 않으면서도 외적으로 표출되는 판단에서는 전통적인 관행과 관습에 얽매이는 경향이 있기 때문에 이중성이 비교적 크게 나타난다. 이에 비해 신세대는 비교적 일관되게 탈현대적 생각과 행동을 한다는 점에서 이중성은 상대적으로 작다고 한다(나은영·민경환, 1998, 91쪽). 그렇다면 기성세대와 어린 세대간에 이동전화에 대한 매체인식에 있어서도 이러한 차별성이 나타날 것인가? 특히 우리 사회의 전통적 관습과 규범으로부터 자유롭지 못한 기성세대는 이동전화라는 새로운 대인커뮤니케이션 매체에 대한 인식의 이중성, 즉 이동전화의 효율성은 내심 인정하면서도 전통적 커뮤니케이션 관행에 큰 영향을 받는 적합성의 인식은 그에 못 미치는 이중성을 어린 세대보다 더욱 뚜렷하게 보일 것인가?

<연구문제 2> 나이 많은 집단은 어린 집단에 비해 대인커뮤니케이션 매체

3) 이런 맥락에서 이문웅 등(1997)은 ‘전이적 공존(轉移的 共存)’이라는 개념을 사용한다. ‘비동시성의 동시적 공존’이라고 정의되는 이 개념은 전통·근대·탈현대라는 서로 다른 시간성이 같은 시공간 상에 존재하는 것을 뜻한다(나은영·민경환, 1998, 90쪽에서 재인용).

로서 이동전화에 대한 매체인식의 이중성을 더 크게 보일 것인가?

이와 같은 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화에 대한 적합성과 효율성 인식의 논의와 우리 사회의 신구세대간의 커뮤니케이션 가치관의 차별성의 논의를 결부시켜보면, 다음과 같은 이론적 가정이 가능하다. 즉, 우리 사회의 나이 많은 세대는 즉각성·직접성·이동성 등의 강점을 지닌 이동전화의 효율성은 내심 인정하지만 우리의 커뮤니케이션 관습과 규범으로부터 자유롭지 못하기 때문에 대인커뮤니케이션 매체로서의 적합성은 낮게 평가할 것이라는 가정이 그것이다. 특히 커뮤니케이션 상대방이 윗사람이고 당면한 커뮤니케이션 상황이 개인적인 부탁을 하는 등 인간관계의 부담이 큰 경우에 나이 많은 세대는 어린 세대에 비해 이동전화의 효율성과 적합성의 인식의 차이 즉, 이동전화에 대한 인식의 이중성을 더욱 크게 드러낼 것이라는 이론적 예측이 가능하다.

[가설 2-1] 커뮤니케이션 상대가 윗사람일수록 그리고 커뮤니케이션 상황이 개인적인 부탁을 구하는 상황일수록 나이 많은 집단은 나이 어린 집단에 비해 대인커뮤니케이션 매체로서 이동전화에 대한 인식의 이중성, 즉 이동전화의 효율성과 적합성의 인식간의 차이가 더 클 것이다.

또한 커뮤니케이션 상대별·상황별로 ‘이동전화를 가장 효율적인 매체로 평가하는 경우의 수’와 ‘이동전화를 가장 적합한 매체로 평가하는 경우의 수’에 있어서도 나이 많은 집단의 이러한 ‘이중성’이 나타날 것이라는 추론이 가능하다. 즉, 시간과 비용을 고려했을 때 앞서 언급한 이동전화의 강점 때문에 ‘이동전화를 가장 효율적인 매체로 평가하는 경우의 수’에 있어서는 나이 많은 집단과 어린 집단 사이에 차이가 크지 않을 것이지만, ‘이동전화를 가장 적합한 매체로 평가하는 경우의 수’에 있어서는 두 집단간의 차이가 더욱 클 것이라는 얘기다. 그 이유는 커뮤니케이션 상대별·상황별로 적합한 매체의 평가에 있어서는 우리 사회의 커뮤니케이션 전통과 가치관이

더욱 강하게 작용하게 되고, 이 점은 어린 집단보다는 나이 많은 집단에서 더욱 뚜렷하게 나타날 것이기 때문이다. 이러한 이론적 예측이 현실과 부합하는가를 실증적으로 검토하기 위해 다음과 같은 가설을 설정했다.

[가설 2-2] 나이 많은 집단과 어린 집단간의 차이는 ‘이동전화를 가장 효율적인 매체로 인식하는 경우의 수’보다는 ‘이동전화를 가장 적합한 매체로 인식하는 경우의 수’에서 더욱 클 것이다.

3. 연구방법

1) 조사절차 및 표본의 구성

본 연구의 자료는 온라인 설문조사방법으로 수집되었다. 설문조사는 2002년 7월 29일(월)부터 8월 9일(토)까지 약 2주일간에 걸쳐 실시되었다⁴⁾. 조사기간 중 총 1,500여 명의 인터넷 이용자가 본 조사에 응했는데, 이 중 이동전화 비가입자와 응답이 부실한 것을 제외하고 총 1,448건을 최종분석에 투입하였다.

최종분석에 사용된 표본의 성별·연령 등 인구학적 속성별 분포를 국내 인터넷 이용자 전체의 그것과 비교해보았는데 그 결과는 <표 1>과 같다. 표에서 보듯이 표본의 인구학적 속성별 분포는 성별에서는 남자와 여자가 56 : 44의 비율을, 연령별로는 10대·20대·30대·40대 이상이 6 : 44 : 37 : 12의 비율을 보이고 있다. 함께 제시된 인터넷 이용자 전체의 인구학적

4) 구체적인 조사절차는 다음과 같다. 조사기간 중 온라인조사 전문업체인 나라리서치(주)가 인터넷 이용자들로 구성된 조사패널들에게 조사에 협조해줄 것을 부탁하는 이메일을 보내고, 조사에 응할 의사가 있는 패널들은 조사업체가 사전에 마련한 인터넷사이트에 접속해 순차적으로 화면에 제시되는 문항에 대해 컴퓨터로 응답하고, 그 내용이 자동적으로 호스트컴퓨터 기억장치에 저장되도록 했다.

속성별 분포와 이를 비교해보면 성별에 있어서는 이용자 전체(56 : 44)와 거의 동일하고, 연령별로는 인터넷 이용자 전체에 비해 30대만이 조금 더 많이 표집되었을 뿐 여타 연령층에 있어서는 전집과 거의 유사한 분포를 보여 표본은 최소한 인구학적 속성에서는 인터넷 이용자 전체의 구성을 대표할 수 있는 것으로 판단하였다. 다만 이 연구의 표집방법이 확률표집방법이 아니고 피조사자의 적극성에 의존하는 의도적 표집이라는 점, 그리고 이 연구의 ‘전집’은 국내 인터넷 이용자 전체가 아니라 ‘국내 이동전화 이용자’라는 점에서 연구결과의 대표성에 있어서는 일정한 한계가 있을 수밖에 없다. 따라서 이러한 표본의 한계를 고려하여 연구결과를 가능한 한 유보적으로 해석하려 노력했음을 미리 밝혀둔다.

<표 1> 표본의 성별·연령별 분포 및 국내 인터넷 이용자 전체와의 비교

표 본			국내 인터넷 이용자 전체	
인구학적 속성	응답자수(명)	백분율(%)	백분율(%)	
성별	남자	815	56.3	55.6
	여자	633	43.7	44.4
연령	10대	88	6.1	7.9
	20대	643	44.4	45.7
	30대	539	37.2	32.4
	40대 이상	178	12.3	13.9
계	1,448	100.0	100.0	

주) 전집의 인구학적 속성에 관한 자료는 2001년 12월 31일 현재로 작성된 한국인터넷정보센터의 『국내 인터넷 이용현황 조사개요』를 토대로 재구성한 것임.

2) 설문문의 구성 및 주요 변인의 측정

본 연구의 설문은 크게 두 부분으로 구성되었다. 전반부는 이동전화 이용 현황을 묻는 문항으로, 후반부는 커뮤니케이션 상대 및 상황별 이동전화의 적합성 및 효율성 인식, 이동전화를 가장 적합한 매체로 인식한 경우의 수, 이동전화를 가장 효율적 매체로 인식한 경우의 수, 대인커뮤니케이션 매체

로 이동전화를 선택한 개수, 전통적 커뮤니케이션 가치관에 대한 인식 그리고 성별·연령·직업 등 인구학적 속성을 묻는 항목들로 구성되었다.

상기 이동전화 이용현황은 이동전화 가입기간과 월 평균 이동전화요금 등의 척도로 잴다. 먼저 이동전화 가입기간은 6점 척도('1년 미만' 1점, '1년~2년 미만' 2점, '2년~3년 미만' 3점, '3년~4년 미만' 4점, '4년~5년 미만' 5점, '5년 초과' 6점)로 측정했다. 월 평균 이동전화요금은 6점 척도('2만 원 미만' 1점, '2만~4만 원 미만' 2점, '4만 원~6만 원 미만' 3점, '6만 원~8만 원 미만' 4점, '8만~10만 원' 5점, '10만 원 초과' 6점)를 사용했다.

이 연구는 커뮤니케이션 상대 및 상황에 따른 이동전화의 적합성 및 효율성 인식을 재기 위해 선행연구(김현주, 2000; 배진한 2001)에서 사용한 방법을 수정하여 사용하였다. <표 2>에서 보는 바처럼 먼저 커뮤니케이션 상대별 이동전화의 적합성 및 효율성을 측정하기 위해 '친구나 동료' 그리고 '윗사람'의 두 가지 인간관계를 설정하였다. 또한 커뮤니케이션 상황별 이동전화의 적합성 및 효율성을 재기 위해 알림 상황과 부탁상황을 설정했는데, 알림 상황은 '사적인 모임약속을 알릴 경우'처럼 상호작용성이나 인간관계적 부담이 작은 상황으로, 부탁상황은 '개인적인 부탁을 해야할 경우'처럼 부담이 큰 상황으로 차별화 했다. 먼저 이동전화의 적합성 인식은, 이렇게 나뉜 4가지 경우 각각에 대해 '우리 사회의 예절이나 관습에 비춰볼 때' 이동전화가 얼마나 적합하다고 인식하는지를 5점 척도로 측정하였다(1점 '전혀 적절치 않다'에서 5점 '매우 적절하다'까지). 다음으로 이동전화의 효율성 인식은, 위의 4가지 경우에 대해 '시간이나 비용을 고려할 때' 이동전화가 얼마나 효율적이라고 인식하는지를 역시 5점 척도로 잴다(1점 '전혀 효율적이지 않다'에서 5점 '매우 효율적이다'까지).

한편 '대인커뮤니케이션 매체로서 이동전화에 대한 매체인식의 이중성'은 앞의 4가지 경우 각각에 대해 피조사자가 답한 이동전화의 효율성 점수와 적합성 점수의 차이로 정의했다. 즉, 커뮤니케이션 상대별·상황별로 나뉘어진 4가지 경우 각각에 대해 이동전화의 효율성 인식점수에서 이동전화의 적합성 인식점수를 뺀 값을 말한다. 따라서 '이중성'의 점수가 클수록

<표 2> 커뮤니케이션 상대별·상황별 이동전화의 적합성 및 효율성 측정방법

커뮤니케이션 상대	커뮤니케이션 상황	
	알림	부탁
윗사람	윗사람(귀하보다 연장자, 학교선배, 직장상사)에게 '이동전화로' 사적인 모임약속을 알릴 경우	윗사람(귀하보다 연장자, 학교선배, 직장상사)에게 '이동전화로' 개인적인 부탁을 해야할 경우
친구·동료	친구나 동료에게 '이동전화로' 사적인 모임약속을 알릴 경우	친구나 동료에게 '이동전화로' 개인적인 부탁을 해야할 경우

이동전화의 적합성보다는 효율성의 인식이 더 긍정적인 것을 의미한다.

다음으로 '이동전화를 선택한 경우의 수', '이동전화를 가장 적합한 대체로 인식한 경우의 수', '이동전화를 가장 효율적 대체로 인식한 경우의 수'는 앞의 <표 2>의 4가지 경우 각각에 대해 6가지 대인매체⁵⁾를 선택지로 제시하고 '귀하라면 어떤 방법으로 하시겠습니까?' '우리 사회의 예절이나 관습에 비춰볼 때 어떤 방법이 가장 적합한 행동이라고 생각하십니까?' '시간이나 비용을 고려할 때 어떤 방법이 가장 효율적인 행동이라고 생각하십니까?'를 묻고, 이동전화를 선택한 개수로 측정하였다. 따라서 이 3개 변인들의 최소값은 0, 최대값은 4이다.

한편 한국인의 전통적 커뮤니케이션 가치관을 실증적으로 조사한 선행연구(임태섭, 1999)를 토대로, 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관을 구성하는 총 16개 항목을 추출하였다(<표 3> 참조). '스피치에 대한 인식', '비언어적 행위에 대한 인식', '대인관계에 대한 신념' 등의 차원을 포괄하는 전통적 커뮤니케이션 항목들 가운데 선행연구에서 각 차원별로 높은 적재치를 보이는 동시에 여전히 우리 사회에 뿌리깊게 남아있는 것으로 보고된 커뮤니케이션 가치관 항목들을 골라냈다. 이렇게 얻어진 전통적 커뮤니케이션 항목들을 응답자들에게 제시하고, 자신들이 동의하는 정도를 5점척도('전혀 동의하지 않는다' 1점에서, '전적으로 동의한다' 5점까지)에 답하도록 했다.

5) 선택지로 제시한 6가지 대인매체는 '직접 찾아뵙기(면대면 매체), 유선전화, 이동전화, 이메일, 편지/엽서, 기타'였다.

4. 연구결과

1) 전통적 커뮤니케이션 가치관을 둘러싼 연령별 집단간의 차이([가설 1]의 검증결과)

가설검증에 앞서 전통적 커뮤니케이션 가치관을 구성하는 여러 항목들에 대한 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 즉, 연구방법에서 언급한 16개에 달하는 우리 사회의 전통적인 커뮤니케이션 가치관 항목들이 어떠한 요인구조로 묶이는가를 살피기 위해 주성분분석(principal component factor analysis)을 수행하였는데, 회전방식은 요인의 적재치를 최대화하기 위해 베리맥스 회전(varimax rotation)을 사용하였다. 그 결과 <표 3>에서 보는 바와 같이 아이겐 값(eigen value)이 1.0 이상인 5개의 요인들이 추출되었는데, 이들은 전체 변량의 67%를 설명해준다. 이러한 항목들을 하나의 요인에 최소 .6 이상의 적재치를 보이면서 다른 요인들에는 .4 미만의 적재치를 보이고, 최소 3개 이상의 항목들이 한 개 요인에 적재되는 항목들만을 추출하였다(김정기, 1998). 이러한 기준을 적용한 결과 3개의 요인들을 얻을 수 있었다.

첫번째 요인 ‘스피치’는 ‘말은 진실해야 한다’ ‘말은 못해도 거짓을 꾸며서는 안 된다’ 등 4개 항목들로 구성되며, 5개 요인들 중 전체변량을 가장 많이 설명해준다(27.5%). 두번째 ‘충의’ 요인은 ‘나이 많은 사람의 권위는 존중해야 한다’ 등 3개 항목들로 구성되며 전체변량의 14.5%를 설명하고 있다. 세번째 ‘비언어적 커뮤니케이션’ 요인은 ‘윗사람과 대화할 때 눈을 똑바로 쳐다보지 말아야 한다’ ‘윗사람과 대화할 때 제스처를 자제해야 한다’ 등 4개 항목들로 구성되며 전체 변량의 9.7%를 설명해준다. 그밖에 ‘남녀가 할 일은 따로 있다’ 등 5개 항목들은 최소 3개 항목 이상이 한 개 요인에 적재돼야 한다는 등 앞서 언급한 기준을 충족하지 못했기 때문에 후속분석에서 제외하였다. 한편 상기 3개 요인으로 묶여진 11개 항목들의 신뢰도(Cronbach's α)를 살펴보았는데, <표 3>에서 보는 바와 같이 3개 요인들 모

<표 3> 전통적 커뮤니케이션 가치관을 구성하는 항목들의 요인분석 결과
(사례수=1,448)

항 목	평균값 (5점만점)	표준 편차	요인				
			I	II	III	IV	V
(I) 스피치							
말은 진실해야 한다.	4.46	.67	.79	.20	.06	-.04	-.01
말은 못해도 거짓을 꾸며서는 안된다.	4.34	.74	.83	.12	.04	.06	.10
말은 기교보다 그 내용이 그 내용이 더 중요하다.	4.18	.80	.78	.04	.01	.01	.22
말은 유창함보다 진실성이 더 중요하다.	4.33	.74	.84	.07	.01	-.02	.16
(II) 총의							
나이 많은 사람의 권위는 존중해야 한다.	3.96	.67	.09	.82	.14	-.02	.11
윗사람의 의견을 존중해야 한다.	3.91	.59	.11	.82	.12	.04	.06
국가에 충성하는 것은 당연하다.	3.69	.88	.13	.61	.08	.16	.08
(III) 비언어적 커뮤니케이션							
윗사람과 대화할 때 눈을 똑바로 쳐다보지 말아야 한다.	2.69	1.01	-.15	-.01	.67	.23	.23
윗사람과 대화할 때 제스처를 자제해야 한다.	2.78	.96	-.10	.06	.77	.11	.27
윗사람과 대화할 때 자세가 발라야 한다.	3.85	.80	.31	.38	.68	-.01	-.06
다른 사람과 대화할 때 자세가 발라야 한다.	3.78	.75	.34	.31	.64	-.03	-.06
(기타 항목들)							
남녀가 할 일은 따로 있다.	2.80	1.12	-.03	.09	.11	.90	.08
남자와 여자는 구분이 있어야 한다.	3.02	1.11	.04	.07	.09	.91	.03
진중하고 점잖은 사람이 좋다.	3.77	.87	.21	.33	.19	.03	.51
말이 많으면 쓸 말이 없다.	3.52	.94	.10	.14	.12	.06	.81
말만 잘 하는 사람은 신뢰할 수 없다.	3.64	1.03	.15	-.03	.06	.03	.56
아이겐 값(Eigen Value)			4.4	2.3	1.55	1.38	1.1
설명된 변량(%)			27.5	14.5	9.7	8.5	6.8
신뢰도(Cronbach's α)			.86	.72	.71		

두 최하 .7 이상의 신뢰도를 보여 후속분석에 사용하는데 큰 지장은 없는 것으로 판단하였다.

[가설 1]은, '우리 사회의 신구세대간에는 전통적 커뮤니케이션 가치관의

‘세대차’가 있는가?라는 <연구문제 1>의 검증가설로서 ‘나이 많은 집단은 어린 집단에 비해 전통적 커뮤니케이션 가치관을 구성하는 여러 하위차원들에 걸쳐 공감의 정도가 더 클 것이다’였다. 가설검증을 위해 응답자를 연령의 중간값(29세)을 기준으로 연령별 상·하위 두 집단으로 구분하고 전통적 커뮤니케이션 가치관의 3가지 차원별로 집단간 평균값 차이를 t-test로 검증하였다.

<표 4> 연령별 상·하위 집단간 커뮤니케이션 가치관 차이의 비교(5점 만점, 일방검증)

커뮤니케이션 가치관	연령별 집단(29세 기준)		t-test		
	낮은 집단 (N=733)	높은 집단 (N=715)			
I. 스피치관(5점 만점)	4.22(.65)	4.44(.57)	t=6.86	df=1432.1	p<.001
II. 충의의식(5점 만점)	3.78(.57)	3.91(.55)	t=4.31	df=1446	p<.001.
III. 비언어적 커뮤니케이션 (5점 만점)	3.21(.66)	3.55(.62)	t=4.10	df=1446	p<.001

주 1) 괄호 안은 표준편차

2) N.S.: Non Significant

그 결과 <표 4>에서 보는 바처럼 스피치관·충의의식·비언어적 커뮤니케이션 등 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관을 구성하는 3개 요인 모두에서 가설이 예측한 방향대로 나이 많은 집단과 어린 집단의 평균값 사이에 통계적으로 유의미한 차이가 나타나 <가설 1>은 자료의 뒷받침을 받았다. 구체적으로 살펴보면 ‘스피치관’ 요인에서는 평균값 4.44 대 4.22(t=6.86, df=1432.1, p<.001), ‘충의의식’ 요인에서는 3.91 대 3.78(t=4.31, df=1446, p<.001), ‘비언어적 커뮤니케이션’ 요인에서는 3.55 대 3.21로(t=4.10, df=1446, p<.001) 나이 많은 집단이 나이 어린 집단에 비해 통계적으로 유의미하게 더 큰 공감을 보였다. 다시 말해서 우리 사회의 급속한 근대화의 결과로 한국인의 전통적 커뮤니케이션 가치관이 많이 희석된 것은 분명하지만, 우리 사회의 기성세대 사이에서는 여전히 젊은 세대에 비해 상대적으로 강하게 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관이 자리하고 있음을 알 수 있다.

2) 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화에 대한 매체인식의 이중성([가설 2-1] 및 [가설 2-2]의 검증결과)

가설검증에 앞서 참고로 나이 많은 집단과 어린 집단간의 이동전화에 대한 적합성과 효율성의 인식에는 어떠한 차이가 있는지 살펴보았다. 먼저 응답자를 연령의 중간값(29세)을 기준으로 상·하위 두 집단으로 구분하고 집단 사이의 커뮤니케이션 상대별·상황별 이동전화의 적합성 인식에 대한 타-테스트(t-test)를 실시하였다. 그 결과 <표 5>에서 보는 바처럼 커뮤니케이션 상대가 낯사람이고 커뮤니케이션 상황이 개인적인 부탁을 해야하는 인간관계적 부담이 큰 경우에 나이 어린 집단(평균 2.65)이 나이 많은 집단(2.55)보다 이동전화를 보다 적합한 것으로 인식하고 있음이 밝혀졌다($t=-2.41$, $df=1433.6$, $p<.01$). 한편 커뮤니케이션 상대방이 친구나 동료이고 커뮤니케이션 상황이 개인적인 약속시간과 장소를 알리는 경우에도 나이 어린 집단(평균 3.37)이 나이 많은 집단(3.21)에 비해 이동전화를 더욱 적합한 매체로 인식하고 있음이 밝혀졌고($t=-3.48$, $df=1446$, $p<.01$), 그 밖의 경우에는 비록 통계적으로 유의미한 차이는 없었지만 나이 어린 집단이 나이 많은 집단

<표 5> 연령별 상·하위집단간 커뮤니케이션 상대별·상황별 이동전화 적합성·효율성 인식의 차이에 대한 t-test결과(5점 척도, 일방검증)

	커뮤니케이션 상대방	커뮤니케이션 상황	연령별 집단(29세 기준)		t-test
			낮은 집단 (N=733)	높은 집단 (N=715)	
적합성	낯사람	알림	3.06(.69)	3.04(.74)	$t=-.42$, $df=1446$, N.S.
		부탁	2.65(.75)	2.55(.80)	$t=-2.41$, $df=1433.6$, $p<.01$
	친구·동료	알림	3.37(.88)	3.21(.85)	$t=-3.48$, $df=1446$, $p<.01$
		부탁	3.32(.79)	3.29(.79)	$t=-.57$, $df=1446$, N.S.
효율성	낯사람	알림	3.63(.81)	3.61(.80)	$t=-.50$, $df=1446$, N.S.
		부탁	2.99(.72)	3.03(.76)	$t=.52$, $df=1446$, N.S.
	친구·동료	알림	3.80(.85)	3.72(.82)	$t=-1.89$, $df=1446$, $p<.05$.
		부탁	3.54(.86)	3.47(.82)	$t=-1.59$, $df=1446$, N.S.

주 1) 괄호 안은 표준편차
 2) N.S.: Non Significant

에 비해 이동전화의 적합성을 약간 더 높게 인식하는 양상을 보여주었다.

한편 연령별 집단간의 이동전화의 효율성 인식 차이를 살펴보기 위해 바로 앞의 경우처럼 응답자를 연령별 상·하위 두 집단으로 구분하고 집단 사이의 커뮤니케이션 상대별·상황별 이동전화의 효율성 인식에 대한 티-테스트를 실시하였다. 그 결과 <표 5>에서 보는 바처럼 커뮤니케이션 상대가 친구나 동료이고 커뮤니케이션 상황이 개인적인 약속시간과 장소를 알리는 인간관계적 부담이 작은 경우에만 나이 어린 집단(평균 3.80)이 나이 많은 집단(3.72)보다 이동전화를 보다 효율적인 매체로 인식하고 있음이 밝혀졌을 뿐($t=-1.89$, $df=1446$, $p<.05$), 그 밖의 모든 경우에는 집단간에 이동전화에 대한 효율성 인식 상의 유의미한 차이가 없는 것으로 나타나 앞의 이동전화에 대한 적합성의 인식과는 상당히 다른 양상을 보여주었다. 특히 적합성의 인식에 있어서 연령별 집단간에 유의미한 차이를 보여주었던 상대방이 윗사람이고 커뮤니케이션 상황이 개인적인 부락을 해야하는 경우에는 비록 통계적으로 유의미한 차이는 없었으나 오히려 나이 많은 집단이 이동전화를 더 효율적인 매체로 평가하는 양상까지 보이고 있음을 볼 때 나이 많은 집단도 즉각성·이동성·직접성 등 이동전화의 기술적 강점은 충분히 인식하고 있음을 엿볼 수 있다고 하겠다.

[가설 2-1]은, '나이 많은 집단은 어린 집단에 비해 대인커뮤니케이션 매체로서 이동전화에 대한 매체인식의 이중성을 더 크게 보일 것인가?'라는 <연구문제 2>의 검증가설로서 '커뮤니케이션 상대가 윗사람일수록 그리고 커뮤니케이션 상황이 개인적인 부락을 구하는 상황일수록 나이 많은 집단은 나이 어린 집단에 비해 대인커뮤니케이션 매체로서 이동전화에 대한 매체인식의 이중성, 즉 이동전화의 효율성과 적합성의 인식간의 차이가 더 클 것이다'였다.

가설검증을 위해 응답자를 연령별 중간값(29세)을 기준으로 상·하위 두 집단으로 구분하고 집단 사이의 커뮤니케이션 상대별·상황별 이동전화에 대한 효율성과 적합성간의 차이 즉, '이동전화에 대한 매체 인식의 이중성'을 t-test로 비교하였다. 그 결과 <표 5>에서 보는 바처럼 커뮤니케이션

상대가 윗사람이고 커뮤니케이션 상황이 개인적인 부탁을 해야하는 인간관계적 부담이 큰 경우에 나이 많은 집단(평균 .48)이 나이 어린 집단(.34)보다 이동전화에 대한 매체인식의 이중성이 더 큰 것으로 나타나($t=3.24$, $df=1446$, $p<.01$), [가설 2-1]은 자료의 뒷받침을 받았다. 또한 다른 모든 경우에 있어서도 비록 통계적으로 유의미하지는 않았지만 나이 많은 집단이 어린 집단보다 대인커뮤니케이션 매체로서 이동전화에 대한 매체 인식의 이중성이 더 큰 양상을 일관되게 보여주고 있다.

이를 종합해보면 나이 많은 집단은 시간이나 비용 등을 고려한 이동전화의 효율성은 나름대로 높게 평가하면서도 우리 사회의 전통적 커뮤니케이션 가치관의 영향을 크게 받을 수밖에 없는 적합성은 상대적으로 낮게 인식하는 ‘이동전화에 대한 매체인식의 이중성’을 보이고 있음을 알 수 있다. 특히 우리의 커뮤니케이션 전통에 비춰볼 때 면대면 매체가 가장 적합한 매체로 인식되고 있는 경우 즉, 윗사람에게 개인적인 부탁을 해야할 때에 있어서 더욱 그러함을 알 수 있다.

<표 6> 연령별 상·하위집단간 이동전화에 대한 매체인식의 이중성에 대한 t-test결과(일방검증)

커뮤니케이션 상대방	커뮤니케이션 상황	연령별 집단(29세 기준)		t-test
		낮은 집단 (N=733)	높은 집단 (N=715)	
윗사람	알림	.57(.89)	.59(.91)	$t=.77$, $df=1305.3$, N.S.
	부탁	.34(.84)	.48(.81)	$t=3.24$, $df=1446$, $p<.05$
친구·동료	알림	.43(.79)	.51(.83)	$t=1.15$, $df=1446$, N.S.
	부탁	.18(.82)	.23(.88)	$t=1.05$, $df=1446$, N.S.

주) 괄호 안은 표준편차

다음으로 가설 [2-2]는, ‘나이 많은 집단은 어린 집단에 비해 대인커뮤니케이션 매체로서 이동전화에 대한 매체인식의 이중성을 더 크게 보일 것인가?’라는 <연구문제 2>의 검증가설로서 ‘나이 많은 집단과 어린 집단 간의 차이는 ‘이동전화를 가장 효율적인 매체로 인식하는 경우의 수’보다는

‘이동전화를 가장 적합한 매체로 인식하는 경우의 수’에서 더욱 클 것이다 ‘였다. 가설검증을 위해 ‘이동전화를 가장 적합한 매체로 인식하는 경우의 수’, ‘이동전화를 가장 효율적 매체로 인식한 경우의 수’에 있어서 연령별 집단 간의 차이가 있는지를 타-테스트로 검증했는데, 그 결과는 <표 7>과 같다.

<표 7> 연령별 상·하위 집단간의 커뮤니케이션 상대별·상황별 실제 이동전화 선택한 경우의 수, 이동전화를 최적·최효율 매체로 인식한 경우의 수에 대한 t-test결과(4점 만점, 일방검증)

	연령별 집단(29세 기준)		t-test
	낮은 집단 (N=733)	높은 집단 (N=715)	
이동전화를 가장 적합한 매체로 인식한 경우의 수	1.68(1.23)	1.10(1.19)	t=-9.01, df=1446, p<.001
이동전화를 가장 효율적인 매체로 인식한 경우의 수	1.94(1.45)	1.84(1.42)	t=-1.37, df=1446, N.S.
대인커뮤니케이션 매체로 이동전화를 선택한 경우의 수	2.14(1.27)	1.35(1.29)	t=-11.64 df=1446, p<.001

주) 괄호 안은 표준편차

먼저 ‘이동전화를 가장 효율적인 매체로 인식하는 경우의 수’는 나이 어린 집단(평균 1.94)과 나이 많은 집단(평균 1.84) 사이에 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났는데(t=-1.37, df=1446, N.S), 이러한 결과는 바로 앞에서 살펴본 커뮤니케이션 상대별·상황별 이동전화에 대한 효율성 인식상의 연령별 집단 간 차이와 같은 맥락이라고 할 수 있다. 한편 ‘이동전화를 가장 적합한 매체로 인식하는 경우의 수’에 있어서는 나이 어린 집단(평균값 1.68)이 나이 많은 집단(평균값 1.10)보다 유의적으로 더 많은 경우에 이동전화를 가장 적합한 매체로 평가하고 있음이 밝혀졌다(t=-9.01, df=1446, p<.001). 즉, 이동전화를 가장 효율적인 매체로 인식하는 경우의 수에서는 연령별 집단간의 유의미한 차이가 없는데 비해 이동전화를 가장 적합한 매체로 인식하는 경우의 수에서는 유의적인 차이가 드러났다는 것이

다. 따라서 “나이 많은 집단과 어린 집단 간의 차이는 ‘이동전화를 가장 효율적인 매체로 인식하는 경우의 수’보다는 ‘이동전화를 가장 적합한 매체로 인식하는 경우의 수’에서 더 클 것이다”라는 [가설 2-2]는 자료의 뒷받침을 받았다.

참고로 <표 7>에 함께 제시된 ‘대인커뮤니케이션 매체로 이동전화를 선택한 경우의 수’에 있어서도 나이 어린 집단(평균 2.14)이 나이 많은 집단(평균값 1.35)보다 평균값이 유의적으로 더 높았다($t=-11.64$ $df=1446$, $p<.001$). 이러한 결과를 종합해보면, 나이 많은 집단은 어린 집단과 마찬가지로 이동전화의 기술적 강점은 인정하기 때문에 ‘이동전화를 가장 효율적인 매체로 인식하는 경우의 수’에 있어서는 어린 집단과 큰 차이를 보이지 않았다. 하지만 나이 많은 집단은 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관으로부터 자유롭지 못하기 때문에 ‘이동전화를 가장 적합한 매체로 인식하는 경우의 수’에서는 어린 집단과 보다 큰 차이를 보이게 되고, 궁극적으로 이러한 이동전화에 대한 매체인식의 이중성이 실제 매체선택의사에까지 영향을 미치고 있음을 엿볼 수 있다고 하겠다.

4. 결론 및 제언

이동전화를 포함한 새로운 커뮤니케이션 매체의 사회적 보급과 관련하여 주목해야 할 대목은 새로운 매체가 인간의 삶에서 가장 기본이 되는 대인커뮤니케이션 과정을 그 근저에서부터 변화시킬 수 있다는 점이다. 물론 이러한 심오한 변화는 그 사회의 기존 커뮤니케이션 전통 혹은 관행과 갈등하면서 서서히 진행된다. 이 과정에서 전통적인 커뮤니케이션 가치관에 순응하는 기성세대와 그것으로부터 자유롭기를 바라는 젊은 세대 사이에는 다소간의 반목과 마찰이 벌어지기 마련이다. 하지만 궁극적으로 커뮤니케이션 가치관을 둘러싼 이러한 세대간의 간극은 시간의 흐름에 따라 해소되고, 새로운 커뮤니케이션 가치관으로 무장한 새로운 세대가 사회의 주류가 됐을 때

이들 새 세대의 커뮤니케이션 가치관이 사회의 보편적 가치관으로 자리잡게 되는 것이다.

이 연구는 보편적 대인커뮤니케이션 매체로까지 성장한 이동전화 이용의 문제를 우리의 전통적인 커뮤니케이션 가치관과 연결시켜 다뤄보자는 의도에서 출발했다. 전통적인 커뮤니케이션 가치관 속에서 자라났고 우리 사회의 급격한 변화에도 불구하고 여전히 전통적 가치관의 영향에서 자유롭지 못한 기성세대와 그렇지 않은 어린 세대의 이동전화에 대한 인식과 이용의 차별성을 점검함으로써 이를 토대로 향후 우리의 대인커뮤니케이션 지형의 변화양상을 예측해보자는 취지로 연구를 수행했던 것이다.

연구결과, 어린 세대보다 나이 많은 세대에서 우리의 전통적 커뮤니케이션 가치관이 더 큰 영향력을 유지하고 있으며, 이러한 전통적 커뮤니케이션 가치관은 특히 나이 많은 세대에 있어서는 대인커뮤니케이션 매체로서 이동전화의 매체인식에 보다 큰 영향을 미치고 있음을 볼 수 있었다. 즉, 전통적 커뮤니케이션 가치관에 공감하는 정도가 높은 나이 많은 세대는 어린 세대에 비해 이동전화의 효율성은 내심 인정하면서도 우리 사회의 전통적 커뮤니케이션 가치관에 영향을 받아 이동전화의 적합성은 낮게 평가하는, 소위 ‘이동전화에 대한 매체인식의 이중성’의 일단을 보여주었다는 것이다. 특히 커뮤니케이션 상대가 윗사람이고 커뮤니케이션 상황이 개인적인 부탁을 해야하는 인간관계의 부담이 큰 상황일수록 나이 많은 세대의 이러한 ‘이중성’은 어린 세대에 비해 더 극명하게 드러났다. 아울러 커뮤니케이션 상대와 상황별로 ‘이동전화를 가장 효율적인 매체로 인식하는 경우의 수’에서는 세대간의 차이가 없었지만 ‘이동전화를 가장 적합한 매체로 인식하는 경우의 수’에서는 세대간의 차이가 뚜렷하게 나타나 나이 많은 세대의 이러한 ‘이중성’의 존재를 재차 확인할 수 있었다.

현재 우리 사회는 유선전화의 지난 역사가 보여주었던 기존 커뮤니케이션 관행과의 마찰, 신구세대간의 갈등을 이동전화 보급과 관련하여 단기간에 압축적으로 경험하고 있는 것으로 보인다. 기성세대에게는 못마땅하거나 불손한 짓으로까지 비춰지는 일부 신세대들의 이동전화 이용행태는 이런

뜻에서 공중도덕이나 에티켓 차원의 비판을 넘어 커뮤니케이션학적 시각에서 심도 있게 다뤄져야 할 충분한 가치가 있는 연구주제가 아닌가 생각된다. 신세대의 이동전화 이용행태가 설사 기성세대의 보수적인 잣대로 보기에는 기존 규범에 어긋난 일탈적인 것일지라도 어린 세대가 우리 사회의 주류를 형성하게 될 장래에는 보편적이고 일상적인 커뮤니케이션 관행으로 자리잡을 가능성을 결코 배제할 수는 없고, 이 연구의 결과도 그 일단을 보여주고 있기 때문이다. ‘갈등 해소를 향한 첫걸음은 갈등의 존재 자체를 인정하고 갈등을 명확히 정의하는 것’이라는 말이 있다. 대인매체로서 이동전화에 대한 매체인식과 관련하여 그 존재가 보다 분명해진 우리 사회 신구세대간의 간극은 두 세대가 서로 다른 커뮤니케이션 가치관과 매체인식을 갖고 있다는 명료한 인식으로부터 그 해결의 물꼬를 찾을 수 있으며 바로 이 점에서 본 연구의 의의를 찾을 수 있을 것이라 기대해본다.

이 연구는 많은 한계를 지니고 있다. 우선 이 연구가 인터넷 이용자를 대상으로 한 일종의 의도적 표집을 사용했다는 점에서 연구결과의 일반화에 다소간 문제가 있다는 점을 인정해야 하겠다. 비록 우리나라 인터넷 이용자 전체의 인구구성과 이 연구의 표본이 거의 유사하지만, 이 연구의 전집은 국내 인터넷 이용자가 아니라 국내 이동전화 이용자 전체라는 점에서 한계가 있다. 최근 새롭게 부각되고 있는 ‘이동전화를 이용한 설문조사(모바일서베이)’와 같이 이동전화 이용자 전집에서 체계적으로 표본을 추출할 수 있는 방법을 후속연구들이 적극 고려해주시기를 바란다.

두번째로, 앞의 한계가 관련 있는 것이지만 40대 이상의 표본 자체가 실제 이동전화 이용자통계보다 작다는 점을 지적해야 하겠다. 만약 40대 이상의 이동전화 이용자가 충분히 표본에 반영됐다면 이 연구에서 설정한 ‘이동전화에 대한 매체인식의 세대차’는 더욱 명확하게 부각될 수도 있었을 것이라는 아쉬움이 남는다.

셋째로, 다매체 시대의 수용자들은 다양한 매체들이 밀접한 영향을 주고받는 통합적인 매체환경 속에서 커뮤니케이션을 하고 있음을 고려할 때, 본 연구가 대인커뮤니케이션의 매체로서 이동전화와 면대면 매체에만 초점을 맞

준 것은 수용자의 매체 이용이라는 전체적 조망 속에서 이동전화의 의미와 기능을 충분히 다루지 못한 한계가 있다고 하겠다. 이동전화와 기능적인 대체 및 보완관계에 있는 여러 대체들과의 관계망 속에서 이동전화의 기능과 위상을 다루는 보다 성숙한 후속연구가 이 부분을 채워줄 것을 기대해본다.

넷째로, 매체에 대한 적합성 인식과 효율성 인식의 상호영향관계를 이 연구가 살펴보지 못했다는 점이다. 즉, 대인커뮤니케이션 매체 평가 및 궁극적인 매체선택에 있어서 적합성과 효율성은 별개의 것으로 인식되는 것이 아닐 터인데 이 연구에서는 연구방법상의 문제로 인해 둘 사이의 상호영향 관계를 제대로 다루지 못했다는 점이다. 방법론적으로 좀더 성숙되고 정교한 후속연구가 이 한계를 보완해주기를 바란다.

◆ 참고문헌

- 공용배 (2002). 토론문화의 언론사상사적 기반에 관한 연구. 『한국언론정보학보』, 통권 19호, 37~64.
- 김규태 (2002. 4. 19). 이동전화 가입자, 가입자 1인당 통화수익. 『전자신문』, 7.
- 김숙현 (2001). 문화, 가치관, 커뮤니케이션. 김숙현 외, 『한국인과 문화간 커뮤니케이션』 (64-96쪽). 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김신동 (2001a). 전화와 공간: 이동전화 사용과 커뮤니케이션 공간의 재구성. 한국언론학회 학술세미나 『우리나라에서의 휴대폰 보급 및 사용 문화』, 30~42.
- 김신동 (2001b). 호모 텔레포니쿠스의 등장: 이동전화의 확산에 영향을 준 사회문화적 요인 연구. 『한국언론학보』, 45권 2호, 62~85.
- 김정기 (1998). 청소년 시청자의 텔레비전 시청행태와 효과연구. 『한국언론학보』, 43권 1호, 78~114.
- 김창호 (2001. 12. 27). 가부장제에 의한 세대차 한국의 주요 갈등 될 것. 『중앙일보』, 12.

- 김현주 (1995). 끈끈한 연출의 나라, 한국. 임태섭 (편), 『정, 체면, 연출 그리고 한국인의 인간관계』 (193-210쪽). 서울: 한나래.
- 김현주 (2000). 전화의 사회문화적 영향에 관한 연구. 『한국언론학보』, 44권 2호, 65~92.
- 나은영 (2001a). 이동전화 채택에 영향을 미치는 이동전화 커뮤니케이션의 매체적 속성에 관한 연구. 『한국언론학보』, 45권 4호, 189~228.
- 나은영 (2001b). 휴대폰 커뮤니케이션의 의사소통 양식적 특성과 한국문화. 한국언론학회 학술세미나 『우리나라에서의 휴대폰 보급 및 사용 문화』, 1~29.
- 나은영 (2002). 『사회심리학적 관점에서 본 인간 커뮤니케이션과 미디어』. 서울: 한나래.
- 나은영·민경환(1998). 한국문화의 이중성과 세대차의 근원에 관한 이론적 고찰 및 기존 조사자료 재해석. 『한국심리학회지: 사회문제』, 4권 1호, 75~93.
- 나은영·차재호 (1999). 1970년대와 1990년대간 한국인의 가치관 변화와 세대차 증감. 『한국심리학회지: 사회 및 성격』, 13권 2호, 37~60.
- MBC 다큐스페셜 (1998). 『신세대를 알면 21세기가 보인다』. 가정의 달 특집프로그램(1998. 5. 21. 목요일 밤 11:00~11:50 방송).
- 박기순 (1995). 유교적 인간관계의 현대적 의미. 임태섭 (편), 『정, 체면, 연출 그리고 한국인의 인간관계』 (255-269쪽). 서울: 한나래.
- 배진한 (2001). 이동전화의 충족과 대인커뮤니케이션 매체로서의 이동전화의 적합성 인식: 세대간 비교를 중심으로. 『한국언론학보』, 45권 4호, 160~188.
- 배진한 (2002). 전화의 이용과 충족 그리고 대인매체로서의 전화의 속성. 『한국언론정보학보』, 통권 18호, 131~164.
- 성동규·조윤경 (2002). 이동전화 이용자의 집단적 특징에 따른 이용유형연구. 『한국언론학보』, 46권 6호, 153~190.
- 이문웅·민경환·박명규·한경구·나은영·이재혁 (1997). 『탈현대시대 한국인의 의식과 관행』. 교육부 지원 대학부설연구소 세부과제 1차년도 연구보고서.
- 이인희 (2001). 대학생집단의 휴대폰 이용동기에 관한 연구. 『한국방송학보』, 15권 3호, 261~293.

- 임태섭 (1995). 체면을 숭배하는 나라, 한국. 임태섭 (편), 『정, 체면, 연줄 그리고 한국인의 인간관계』 (103-128쪽). 서울: 한나래.
- 임태섭 (1999). 한국인의 커뮤니케이션 가치관: 전통과 변화. 『한국커뮤니케이션학』, 7집, 52~66.
- 최준식 (1997). 『한국인에게 문화는 있는가』, 서울: 사계절.
- 한국인터넷정보센터 (2001). 『국내인터넷 이용현황 조사개요』.
- Christie, B., & Holloway, S. (1975). Factors affecting the use of telecommunications by management. *Journal of Occupational Psychology*, 48, 3~9.
- Fisher, C. (1992). *America calling: A social history of the telephone to 1940*. Berkeley, CA: Univ. of California Press.
- Inglehart, R. (1997). *Modernization and postmodernization: cultural, economic, and political change in 43 societies*. Princeton, NJ: Princeton Univ. Press.
- Kayany, J., Wotring, C., & Forrest, E. (1996). Relational control and interactive media choice in technology-mediated communication situations. *Human Communication Research*, 22(3), 399~421.
- Westmyer, S., DiCioccio, R., & Rubin, L. (1998). Appropriateness and effectiveness of communication channels in competent interpersonal communication. *Journal of Communication*, 48(3), 28~48.

(최초투고 2003. 2. 28, 최종원고 제출 2003. 4. 11)

The Effect of Communication Values on Perception of Mobile Phone As Interpersonal Communication Medium

Jin-Han Bae

Professor

Dept. of Media & Culture, Sangji University

Despite the ubiquity of mobile phone, the medium has received far less scholarly attention than it should deserve. This study begins with the purpose of fair repositioning of mobile phone in Korean interpersonal communication. To accomplish this purpose, we examined the effect of communication values on perception of mobile phone as interpersonal communication medium, such as the appropriateness and effectiveness of mobile phone. The related raw data were collected from on-line survey process, and statistically analyzed. The result showed that the more effect the traditional communication values of our society have on the perception of mobile phone, the older users are. And younger generations tend to have more positive attitude to mobile phone as interpersonal communication medium. Particularly when the seniors are interpersonal communication partner and impending task is advice or request, younger persons tend to perceive mobile phone more appropriate and effective than the elder persons do. Thus, it is plausible to predict that relative position of mobile phone will be gradually more important in Koreans' social communication when the younger generation become the mainstream of our society.

Keyword: Mobile phone, Communication value, Interpersonal communication