

미국의 모바일 이용자 현황

미래전략연구실 연구원 김희연
(T. 570-4332, kimhy@kisdi.re.kr)

1. 개요

휴대전화와 PDA로 대표되는 모바일 기기는 초창기 단순한 음성서비스의 도구로 등장했을 때와는 달리 카메라, 게임, 인터넷, DMB 등의 기능을 추가하면서 현대사회의 대표적인 컨버전스 미디어로 진화해가는 동시에 새로운 소통방식을 이끌어가고 있다. 이에 본 고에서는 2008년 3월 5일 발표된 Pew Internet & American Life Project의 설문조사 결과를 소개하며, 미국의 모바일 이용자 현황을 살펴보고자 하겠다.

2. 조사결과 요약

미국의 Pew Internet & American Life Project가 2,054명의 미국성인을 대상으로 2007년 12월에 조사한 결과에 따르면, 집이나 사무실 이외의 장소에서 디지털 행위를 하는 모바일 인구가 전체 미국인의 62%에 이르는 것으로 추정된다고 발표하였다.

가. 모바일 인터넷 접속 경험

온라인 이용자들을 대상으로 집이나 일터가 아닌 곳에서 얼마나 자주 인터넷을 이용하는지에 대해 조사한 결과, 약 29%의 인터넷 사용자들은 최소 몇 주에 한 번씩 이용한다고 응답하였으며, 21%는 일주일에 2일 이상 이용한다고 응답한 것으로 나타났다.

이동 중 와이어리스 접속에 대해 응답자들의 52%는 휴대전화, PDA, 노트북을 사용해 본 경험이 있는 것으로 조사되었다. 이는 전체 미국인의 41%가 집 이외의 곳에서 와이어리스 접속경험이 있음을 의미한다.

나. 모바일 데이터와 커뮤니케이션 행위

설문에서는 다음의 <표 1>과 같이 10가지 행위로 세분화하여 소형기기를 이용한 모바일 데이터 이용과 커뮤니케이션 행위를 조사하였다.

〈표 1〉 모바일 데이터와 커뮤니케이션 행위

(단위: %)

	한번 이상 사용해 본 경험	일상적으로 사용
문자 메시지	58	31
사진 촬영	58	15
게임	27	8
이메일	19	8
인터넷(뉴스, 날씨, 스포츠 기타 정보)	19	7
동영상 촬영	18	3
음악	17	7
인스턴트 메시지	17	6
지도 또는 위치정보	14	3
동영상 감상	10	3

조사 결과 휴대전화와 PDA를 소유한 미국인의 75% 중, 〈표 2〉에 제시된 10가지 비음성 데이터 어플리케이션 중 적어도 한개 이상을 이용해본 경험이 있는 응답자는 77%, 일상적으로 이용하는 응답자는 42%로 조사되었다. 이러한 결과를 통해 전체 미국인의 58%는 비음성데이터 어플리케이션을 적어도 한번이상 사용해본 경험이 있으며, 32%는 매일 이용하는 것으로 추정할 수 있다.

〈표 2〉 연령대별 모바일데이터와 커뮤니케이션 행위

(단위: %)

	한번 이상 사용해 본 경험				일상적으로 사용			
	18~29세	30~49세	50~64세	65세 이상	18~29세	30~49세	50~64세	65세 이상
문자 메시지	85	65	38	11	60	32	14	2
사진 촬영	82	64	42	22	31	14	6	3
게임	47	29	13	6	16	8	3	1
이메일	28	21	12	6	10	9	7	2
인터넷	31	22	10	6	14	7	3	1
동영상 촬영	34	19	8	3	6	2	1	**
음악	38	16	5	2	16	6	2	*
인스턴트 메시지	26	18	11	7	9	7	3	2
지도 또는 위치정보	18	16	9	5	6	3	2	
동영상 감상	19	11	4	2	6	3	1	1
하나 이상 서비스 이용경험(비율)	96%	85%	63%	36%	73%	57%	23%	9%
한번이상 사용해본 서비스(중앙값)	4	2	1	0	1	0	0	0
총계	311	616	456	310	311	616	456	310

조사결과 30세 이하 성인의 60%는 문자메시지를 일상적으로 사용하는 것으로 나타나, 문자메시지가 젊은 세대의 욕구를 가장 잘 충족시켜주는 모바일 어플리케이션으로 조사되었다. 또한 이메일은 비록 그 중요성은 덜하다할지라도 여전히 전자적 커뮤니케이션의 일부로 남아 있음을 알 수 있다.

다. 접속기기에 대한 인식 변화

이러한 변화 추세는 미국인들의 접속 기기에 대한 인식을 바꾸어 놓고 있는 것으로 나타났다. 특정기술에 대한 포기가 어느 정도 어려운지를 묻는 질문에 대하여 응답자들은 휴대전화를 포기하기가 가장 어렵다고 하였다. 이는 2002년의 조사결과에서 유선전화를 가장 포기하기 어렵다고 했던 것과 매우 대조적인 결과이다.

<표 3> 접속기기에 대한 인식 변화

(단위: %)

	2002	2006	2007
이동전화	38	43	51
인터넷	38	38	45
텔레비전	47	44	43
유선전화	63	48	40
e-Mail	35	34	37
블랙베리 ¹⁾ (Blackberry) 또는 무선이메일기기(Wireless email device)	6	22	36

이러한 변화는 젊은 미국인과 히스패닉, 흑인계가 주도하고 있는 것으로 나타났다. 대다수의 젊은이들과 히스패닉은 인터넷 또는 이메일 없이 사는 것보다 휴대전화를 포기하는 것이 더 어렵다고 응답하였다.

특히 30세 이하 성인의 경우, 휴대전화(62%)와 인터넷(51%)없이 사는 것은 매우 힘들 것으로 응답한 반면, 유선전화를 포기하는 것이 어려울 것이라는 응답은 25%에 머물러 65세 이상 성인이 가장 포기하기 힘든 기기로 유선전화(60%)로 응답한 것과 극명한 대조를 보여 주고 있다.

1) blackberry는 무선인터넷과 이메일, 사무용 소프트웨어가 모두 가능한 스마트폰이다.

<표 4> 연령대별 접속기기에 대한 인식 변화

(단위: %, 명)

	18~29세	30~49세	50~64세	65세 이상
이동전화	62	52	43	37
인터넷	51	46	40	34
텔레비전	33	40	48	58
유선전화	25	34	43	60
e-Mail	37	39	35	33
응답자 수	311	616	456	310

3. 결 어

언제 어디서든지 이용가능한 모바일 기기의 등장은 접속의 속성을 바탕으로 이전에는 없었던 새로운 소통의 양식을 만들어내기도 하고, 우리의 삶의 양식을 바꾸어 놓기도 한다. 향후 모바일 기기의 확산으로 인하여 우리의 삶의 양식과 커뮤니케이션 양식이 어떻게 변화하고 있는지에 대한 체계적인 논의가 진행되기를 바란다.

참고자료:

- [1] “Mobile Access to Data and Information” 2008-3-5
(http://www.pewinternet.org/PPF/r/244/report_display.asp)
- [2] “Seeding The Cloud: What Mobile Access Means for Usage Patterns and Online Content”, 2008-3-5
(http://www.pewinternet.org/PPF/r/245/report_display.asp)

FCC, Liberty Media와 News Corp.간의 지분맞교환, 조건부 승인

공정경쟁정책연구실 연구원 이민석
(T. 570-4093, optimum@kisdi.re.kr)

1. 개 요

FCC는 지난 2월 News Corp.과 Liberty Media Corp.(Liberty Media)간 지분교환협정에 대해 조건부 승인을 결정하였다. 이번 협정을 통해 Liberty Media는 자신이 보유한 16.3%