

# 스마트폰의 ‘스마트한 이용’에 대한 탐색적 연구 ‘스마트함’, ‘스마트하다’의 이용행태에 대한 2차 측정모형을 중심으로\*

김기윤 서강대학교 커뮤니케이션학부 강사\*\*

진화하는 모바일 기술은 새로운 스마트폰을 출시하고, 주기적으로 이용자들에게 교체하도록 유도하면서 모바일 기술 속에 이용자들을 가두어놓는 것 같다. 그러나 단순히 기기의 이용이 기술 자체의 속성에 의해 전적으로 결정되는 것이 아닌 바, 이용자들이 ‘어떻게 수용하고 있으며 인지하고 있는가’에 따라 스마트함에 대한 의미에 차이가 발생할 것으로 보인다. 특히 이 연구에서는 스마트폰의 ‘스마트함’, ‘스마트하게 이용한다’라는 현상적 개념을 ‘스마트한 이용’의 개념으로 구체화하였고, 2차 측정모형(second-order measurement model)을 통해 스마트한 이용의 구성개념을 검증하였다. 그 결과 8개로 구성되었던 1차 요인들은 6개로 축소되었는데, 이 과정에서 ‘사용준비성’과 ‘미디어 통합성’이 ‘다기능 사용 준비성’으로 묶였으며, ‘시간 효율성’과 ‘관계 연결성’이 ‘관리 효율성’으로 합쳐졌다. 결과적으로 ‘스마트한 이용’의 구성개념은 ‘다기능 사용 준비성’, ‘관리 효율성’, ‘미디어 일체감’, ‘기기연결성’, ‘이용자 중심 최적화’, ‘외부연결성(being connected)’의 6개 요인으로 추출되었다. 이에 스마트한 이용이란, 스마트폰의 기기적 특성을 기반으로 모바일 공간 속에서의 자율적 활용 역량으로 적절히 조율되는 이용행태로 설명될 수 있을 것이다.

**KEYWORDS** 스마트한 이용, 스마트함, 2차 측정모형, 2차 확인적 요인분석

---

\* 이 논문은 저자의 박사학위 논문의 일부를 바탕으로 재구성되었으며, 2015 한국언론정보학회 봄철정기학술대회에서 일부 발표되었습니다. 이 논문을 정성스럽게 심사해주신 익명의 심사위원 선생님들께 진심으로 감사드립니다.

\*\* yooni@sogang.ac.kr

## 1. 문제 제기

스마트폰의 채택이 확산되면서 사람들은 스마트폰을 '스마트하게 이용하고 있는가'에 대해 자문하기 시작했다. 그렇다면 사람들은 어떤 이용행태를 '스마트한 이용'이라고 생각하고 이야기하는 것일까? 스마트폰의 등장과 확산의 과정에서 가장 주목할 만한 변화는 개인의 일상생활 속에서 찾아볼 수 있다. 과거 뉴미디어의 등장이 개인의 일상생활의 변화를 이끄는 현상에 대한 연구들은 미디어 이용이 다른 활동 및 시간 활용 방식에 영향을 미친다는 점에 주목했으며, 인터넷 등장 이전부터 꾸준히 논의되어 왔다(Peterson, 1980; Sahin & Robinson, 1980). 일례로 최근 스마트폰의 등장으로 스마트워크의 개념이 제시되었는데, 이는 공간성에 대한 의미 변화와 이에 따른 업무처리 방식 등의 변화를 가져옴과(Middleton, 2007) 동시에 개인의 미디어 이용 패턴의 변화도 이끌어냈다(Nielsen, 2012; Pew Research, 2012; 심미선 · 김은미 · 오하영 · 김반야, 2012). 이러한 개인의 이용행태의 변화는 과거 모바일 미디어가 갖는 매체적 속성에 기인하기보다는 이용자 개인의 활용적 속성에 영향을 미친다는 기존의 논의를(김용찬 · 손혜영 · 심홍진 · 임지영, 2012; 심미선 외, 2012; Farman, 2012) 기반으로 할 때, 앞으로 등장할 '스마트'디바이스, '스마트'서비스 등이 어떻게 수용되고 진화할지를 예측하기 위해서는 스마트폰이 대중적으로 확산된 상황에서 발견되는 이용행태에 대해 다각적으로 탐색하는 것은 의미 있는 과정이 될 것으로 보았다. 이에 본 연구에서는 스마트폰 사용자들의 스마트폰 이용행태의 특성을 활용적 측면에서 살펴보고, 이 특성들이 '스마트한 이용'으로 설명될 수 있는지에 대해 실증적으로 검증해 '스마트한 이용'을 측정 가능한 수준에서 분석하고자 하였다.

현재 스마트폰은 기존 미디어의 특징을 통합하면서 개인의 커뮤니케이션 경험을 확장시키는 매체적 특징(손영준 · 김옥태, 2011)과 부합해 스마트폰의 급속한 확산을 이루어냈고, 일상적인 미디어로 자리 잡아가고 있다는 데에 이견을 제시할 여지가 없다(김은미 · 심미선 · 김반야 · 오하영, 2012a). 그럼에도 불구하고 스마트폰의 스마트, 스마트 TV와 스마트홈의 스마트가 무엇을 의미하는지에 대한 체계적인 학문적 탐구는 매우 드물며, 산업계의 마케팅 용어 중의 하나로 치부되어 그 의미와는 상관없이 재생산되고 있다. 그렇다면 과연 스마트 기기들, 스마트 미디어의 스마트란 어떤 의미를 가지고 있는가? 구체적으로 스마트폰을 '스마트하게 이용한다'고 하는 것이 어떠한 이용행태를 가리키는 것인가? 이러한 상황에서 스마트폰을 소유한 사람들이 자동적으로 모든 서비스를 이용하지는 않을 것(Chen, Yen, & Chen, 2009; Verkasalo, Lopez-Nicolas, Molina-Castillo, & Bouwman, 2010)이라는 지적은 근본적이면서도 흥미로운 논의거리를 제시한다. 그 이유는 과거 연구

들의 경우 기존의 미디어와 새로운 미디어 이용자가 이전과 달리 어떤 특성을 갖고 있는지에 관심을 가졌다면, 최근에는 스마트폰 환경에서 이용자들이 다양한 어플리케이션의 활용을 통해 서로 다른 이용양상을 보이는 이질적인 집단임을 설명하고 있기 때문이다(양일영·이수영, 2011; 심미선 외, 2012). 이러한 논의들은 이용자 개인이 스마트폰을 ‘어떻게 이용하느냐’에 따라 미디어로서의 기능을 전혀 다르게 구성하는 출발점이 되고 있음을 가리킨다. 이에 따라 스마트폰의 ‘스마트한 이용’행태의 탐구는 ‘언제부터’, ‘얼마나 사용했느냐’를 넘어서 ‘어떻게 사용하느냐’에 중점을 두는 것이 타당할 것이며, 이는 스마트 미디어 환경의 이용 차원에 대해 보다 체계적으로 이해하는 데 기여할 수 있을 것으로 판단된다. 특히, 스마트폰은 기존의 모바일 미디어의 특성을 통합하면서 과거 인터넷 이용을 통해 체험되었던 가상세계(혹은 사이버공간)의 공간과의 경계를 빠르게 허물어가고 있어, 시간차가 없는 즉각적인 공간 구현을 통해 물리적 공간을 넘어서 개인들의 체화된 공간으로 만들어어나가는 과정으로 논의되기 시작했다(Farman, 2012). 이러한 상황에서 스마트폰의 수용 과정에서 생성된 ‘스마트하다’의 담론은 기존의 개인미디어로서 모바일 미디어의 특성을 포함하면서, 동시에 이를 넘어서는 형상을 보여준다. 이에 대해 스마트함에 대한 사용자들의 인식 연구를 수행한 심미선 등(2012)은 스마트미디어만의 독특한 기능에 근거한 것이라기 보다는, 휴대전화의 매체적 속성에 이용자 개인의 활용이 더해질 때 드러나는 현상으로 지적하였다.

이에 이 연구에서는 ‘스마트하게 이용한다’에 담긴 ‘스마트한 이용행태’를 이용자의 활용의 관점에서 구체화하고, 이를 위해 과거 모바일 미디어의 이용행태에 대해 천착한 연구들에서 이용자들이 말하는 ‘스마트하게 이용한다’의 의미를 구체화할 수 있는 지점을 탐색하고자 한다. 이를 통해 스마트 미디어 환경에서 나타나는 이용 행태, 소위 ‘스마트한 이용’이란 무엇인가에 대한 질문의 답을 찾음으로서 스마트폰의 이용행태에 대한 개념적, 경험적 측면에서의 논의를 확장시켜 나가하고자 한다.

## 2. 이론적 논의

### 1) 스마트의 다중적 의미

‘스마트’가 붙은 기기들의 특징이 즉각적이고 습관적인 반응을 통해 이용자들에게 스마트 기기가 제공하는 특정 공간을 제공한다는 등 기술적, 기능적 속성을 스마트함으로 전제해 논의되어 온 경향이 있어, 이를 토대로 스마트함의 의미를 찾아보고자 한다.

우선 기술 및 기능적인 측면에서 스마트폰은 휴대폰과 개인휴대단말기(PDA)의 장점을 결합한 것으로, 휴대폰 기능에 일정관리, 팩스 송·수신 및 인터넷 접속 등의 데이터 통신기능을 통합시킨 것으로 정의될 수 있다. 이용자들의 사용 방식 측면에서 보면, 스마트폰은 기존의 휴대폰과는 달리 수백여 종의 다양한 애플리케이션(응용프로그램)을 사용자가 원하는 대로 설치하고 추가 또는 삭제할 수 있다는 점이다.

이와 같은 '스마트'의 의미를 촉발시키는 다양한 측면의 정의에 부합하는 스마트폰이 등장한 것은 2007년 아이폰(iPhone)의 탄생을 기점으로 한다(PC Magazine, Encyclopedia, n.d.). 2007년 1월 '아이팟, 휴대폰, PDA'가 합쳐진 '마술처럼 작동하는' 새로운 전화의 탄생과 함께, 아이폰은 기존의 디지털 환경에 '스마트'가 도입되도록 하는 변화를 가져왔다(Campbell & La Pastina, 2010). 이 후 스마트폰의 의미는, 기술발전과 상품혁신에 대한 자본주의적 열망, 대중의 호기심과 소비 욕망, 마니아들의 정열과 팬덤, 광고와 홍보의 담론적 효과 등의 사회적 요소들과 효율적으로 접합하며, 거의 모든 기술상품으로 상징적 혹은 실질적으로 이전·확산하는데 성공하였다(김예란, 2012). 예를 들어, 2011년 세계전자박람회에서는 본격적으로 스마트미디어 시대를 알렸다고 보도했는데, 여기서의 '스마트'란 주로 기기 간 상호 연결성이나 호환성을 의미하였다(Winslow, 2011, 1, 17; 심미선 외, 2012). 그리고 휴대폰 제조사 입장에서 '스마트'란 과거 'intelligent & multi-functional'의 의미에서 'self-customized & social networked'의 개념에 더 가깝게 변화했다(한영수, 2010). 이에 스마트 이용자는 김예란(2012)의 논의에 따라 스마트 기술을 물질적 생산행위, 기호와 상징작용, 사회참여 및 정치활동을 통한 권력의 기술로 활용하여, 결국 자아의 기술을 구현하고자 하는 이용자의 행태로 설명될 수 있다. 이는 젠킨스(Jenkins, 2008)가 제안하는 이용자의 모습으로서, 자신이 원하는 것을 부지런히 찾아보는 소비자—혹은 '생비자'—의 능동성이 반영된 결과로 볼 수 있다. 이러한 '생비자'들은 모바일미디어 환경에서 새로운 미디어 기술을 적극 활용하여 주체적이고 능동적으로 자신들의 모바일 환경과 공간을 구성하고 창조하는 능력을 갖추고 있는 이용자로 설명된다(황경호·권상희, 2011).

이처럼 스마트폰이 생성해내는 스마트함의 의미를 살펴본 바, 기기가 갖는 매체적 특성보다는 이용자 개인의 동기 및 선택 등이 스마트함의 의미 창출에 중요한 역할을 하고 있음을 예상해 볼 수 있다. 즉, '스마트하다'는 것은 미디어가 그 때 그 때 필요나 상황에 따라 재조합될 수 있다는 개념을 포함하는데, 이는 이용자 개인의 취향에 따라 자신에게 가장 적합하게, 자신이 원하는 방식으로 미디어를 이용하는 것으로 논의되었던 것과 같이(심미선 외, 2012), 스마트폰의 기능적 측면을 포함해 이용자 스스로가 어떻게 사용하는지가 중요해졌음을 보여준다.

## 2) 이용자들의 활용성 탐색 동기와 인식을 중심으로

앞서 논의한 바와 같이 '스마트함'은 개인이 모바일 기기를 이용하는 방식이나 이 기기가 다른 기술들과 상호작용하는 것이 현재의 스마트폰을 '인터페이스'(Farman, 2012)로 변화시키는 것이지, 단순히 기기 자체가 '스마트'한 결과물을 가져다주는 것은 아님을 설명하고 있다. 그렇다면 '스마트함', '스마트하게 이용한다'에서 나타나는 이용행태는 이용자의 목적, 동기, 욕구 등에 기반 한 목적지향적인 행동으로 이해할 수 있다. 이는 미디어 이용행위가 단순히 미디어가 존재하기 때문에 발생하는 것이 아니라 구체적인 목적을 띤 행위이고, 수용자 개인의 특성은 이용행위를 설명하는 주요인으로 논의되어왔기 때문이다(심미선, 2004).

이용자가 미디어를 어떻게 이용하고 있는가에 중점을 두고 있는 이용과 충족적 접근에서는 능동적인 이용자를 가정하는 바, 이용자들은 목적지향적으로 자신의 욕구가 무엇 인지를 인지하고 있으며 자신의 욕구를 충족시켜줄 수 있는 매체를 선택하고 매체의 이용을 통해서 자신의 욕구가 충족될 때 보다 적극적으로 그 매체를 이용하게 된다고 설명한다(Eighmey & McCord, 1998; Katz, Blumer, & Gurevitch, 1974). 특히 이용자에 의한 특정 매체의 선택과 이용을 설명하는 데 유용한 분석틀을 제공하는데(Dimmick, Kline, & Stafford, 2000), 이용자의 통제라는 능동성에 기반을 둔 디지털 미디어 환경에서는 이용자의 능동성을 강조하는 이용과 충족적 접근이 더욱 설명력을 갖게 됐다고 평가된다(이수영 · 은혜정, 2006). 나아가 현재 스마트폰 환경은 일반 휴대폰과 달리 통신사와 제조사에 의해 기능이 통제되지 않고, 그 통제의 영역이 이용자 중심으로 상당 부분 옮겨왔기 때문에(양일영 · 이수영, 2011) 통제 즉, 개인들의 동기에서 촉발된 활용을 통해 스마트한 이용의 의미를 탐색하는 과정은 타당할 것으로 보인다.

실제로 스마트폰의 이용 동기를 중심으로 사용 의도 등 스마트폰의 이용에 대해 탐구한 연구들은 스마트폰 이용이 목적지향적이며, 정보추구, 여유시간 즐기기, 지인들과의 관계 강화, 통합적 서비스 이용, 소유의 의미 등 복합적인 동기에 의해 이용되고 있음을 확인시켜주었다(김수연 · 이상훈 · 황현석, 2011; 양일영 · 이수영, 2011; 유호중, 2013; Shin, Shin, Choo, & Beom, 2011; Verkassalo, et al, 2010). 스마트폰 이용행태에서 드러나는 복합적인 동기들은 스마트폰 이용자들이 동질적인 집단이라기보다는 이질적인 집단임을 설명해주는 단서가 되며, 이는 어플리케이션의 선택과 조합의 과정에서 단적으로 드러나고 논의된 바 있다. 특히, 스마트 미디어의 경우 비록 동일 기기를 사용한다고 할지라도 어떤 어플리케이션을 사용하는가에 따라 완전히 다른 미디어로 기능할 수 있기 때문에 어떤 다른 미디어보다도 이용자의 선택과 통제가 중요한 변수로 작용할 수 있다. 이는 곧 스마트폰의 기기 자체만으로는 '스마트'함을 추동하지 않을 것임을 확인시켜 주는 과정이 된다.

따라서 이용과 충족적 관점에서 도출된 모바일 미디어의 이용 동기 및 특성들을 토대로 스마트폰을 추동하는 요인들이 도출될 수 있음을 시사한다.

한편, 인식의 측면에서 이용자들의 행태를 논의한 '지각된 통제감(perceived controllability)'(Bandura, 1997)의 개념을 꼽을 수 있다. '지각된 통제감'은 사람들은 끊임없이 외 부환경 내에 존재하는 자원과 장애물, 그리고 자신의 능력을 비교하면서 자기가 스스로 외 부환경을 변화시킬 수 있을지 없을지에 대한 믿음을 형성한다는 것을 가리키는데, 반두라(1997)의 연구를 비롯한 실증적 연구들은 실제 객관적 능력보다 지각된 능력이 사람들의 문제 해결 행동 참여에 더 직접적인 영향을 끼친다는 점을 강조하고 있다(Bandura & Wood, 1989). 이러한 통제감은 최근 등장한 SNS의 이용행태에 잘 반영되어 있는데, 모바일 기기를 통한 SNS의 이용은 사회관계 형성과 유지 과정에 있어서 지리적 공간과 시간의 제약을 상당부분 극복할 수 있는 기술적 가능성을 제공하고 있지만, 스마트폰을 포함한 모바일 기기의 이용이 사람들의 관계를 파편화시킬지 모른다는 우려 역시 제기되고 있다. 그러나 오히려 개인들은 이러한 새로운 매체들을 자신의 사회관계를 스스로 통제할 수 있는 기술적 자원으로 받아들이고 있다는 점에 주목해야한다(김용찬 외, 2012). 개인들은 스마트폰 등의 모바일 기기로 관계의 파편화를 강요당하기보다는, 필요하다면 그런 매체들을 사용해 집합적 소속감을 강화시키는 모습을 보이는데(Ling, 2008), 벤클러(Benkler, 2006)는 이를 개인의 자율성(autonomy)의 강화로 설명하고 있다. 이러한 결과는 개인들 스스로가 자신의 환경을 통제하는 것을 돕는 기술들을 선용할 수 있느냐 없느냐의 개인의 자율적 선택의 지점에서 개인들을 통제하고, 감시하고 행동을 제약하는 기술로 쓰이게 하는가 아닌가를 결정하게 된다고 이해할 수 있다. 이를 통해 벤클러(2006)나 셔키(Shirky, 2008; 2010)가 전망하는 것처럼 개인들이 더 많은 자율성 갖고, 더 많은 개인적, 집합적 힘(empowerment)을 갖게 될 수 있음을 생각해볼 수 있다. 이에 따라 스마트폰의 이용이 단순히 모바일 기기의 이용에 그치지 않는 것이 아니라, 이를 활용하는 이용자 개인들의 동기, 인식에 따라 다양한 이용행태로 나타남을 알 수 있다. 이 때 발생하는 이용행태를 소위 '스마트하게 이용한다'라고 표현하는 바, 이용자들의 인식 차원은 물론, 이용자들의 동기, 그리고 이를 토대로 발생하는 다양한 행태까지 포괄적으로 논의해 나가야 할 것이다.

### 3) 스마트폰 유사매체의 선행연구: 모바일미디어와 스마트폰의 속성들

과거 모바일 미디어의 이용 행태에 대한 논의들을 살펴보면, 즉각적으로 인터넷에 접속하고, 필요한 정보를 얻으며, 물리적으로 다른 공간에 있는 사람과 동시다발적으로 대화를 나눌 수 있는 기능 등을 가리켜 모바일미디어의 특성으로 설명하였고, 이를 이동성, 편재

성, 즉시성, 개별성, 멀티미디어성으로 제시하였다(김신동, 2001; 김주환·김영석, 2005; 나은영, 2001; 이재현, 2004). 그러나 스마트미디어는 여기에 그치지 않고 기술적 속성의 활용을 통해 나타날 수 있는 특성에 대해 다시 즉시성, 시간적 효율성, 다기능 미디어, 연결성, 관계 형성 및 유지, 개인 중심성을 들며, 이러한 스마트 미디어의 속성은 상호배타적이기보다는 기술적 속성을 활용하면서 발생하는 결과로 상호중첩적임을 설명하였다(심미선 외, 2012). 따라서 이용자들의 인식, 동기, 행태를 포함하는 활용 양상에서 스마트폰과 과거 모바일 미디어와의 차별적인 특성이 명확히 구분될 수 있을 것이며, 이러한 지점에서 스마트함의 속성을 도출할 수 있을 것으로 판단된다.

첫째, 공통적으로 과거 모바일 미디어와 스마트폰의 특성으로 지목된 이동성은 기존 연구에서 제시된 개념들과 크게 다르지 않다. 위성DMB의 채택 연구에서도 언급되었던 이동성은 개인적 생활 차원이 이동적 사사회(privatization)되면서, 기존의 TV 방송이 가지던 시공간적 고정성이 해체되어 개인화와 사사회가 극대화될 것이라 전망하였다(김대호·김도연·김은미·도준호, 2006, 69쪽). 이와 같이 이동성은 모바일 미디어에서 비롯된 속성으로서 “고정된 공간에서 벗어나 휴대하고 다니면서 언제든지 사용”(황주성·이재현·이나경, 2010, 29쪽)하는 것으로 정의된다. 이러한 이동성의 특성으로 인해 이용자들은 휴대가 가능한 모바일 기기를 활용하면서 시간적 효율성을 획득할 수 있게 되었다. 또한 이재현(2005)은 모바일 미디어의 특성에 대해 ‘틈새시간(nich time)’을 창출하면서 ‘동시성(simultaneity)’을 확대해주는데, 특히 DMB는 자투리 시간을 활용하게 하는 미디어로서 이동성을 사사회한다고 지적하였다.

둘째, 개인미디어의 특성인데, 버칼살로와 동료들(Verkasalo, et al., 2009)은 스마트폰 애플리케이션의 주체인 이용자 개인이 자신의 필요와 관심에 따라 애플리케이션을 설치하고 이용한다는 점을 강조하였다. 이와 유사하게 국내 연구에서는 “미디어로서의 기기를 타인과 공유하는 것이 아니라 나 혼자만의 기기로 이용하는 것”으로 정의해 개인화(personalization)로 명명할 만큼 스마트폰의 중요한 특성이지만(황주성 외, 2010, 31쪽), 과거 모바일 미디어의 속성에서도 개별성(individuality), 개인중심성 등으로 제시된 바 있어 스마트폰의 고유한 특성은 아닌 것으로 보였다. 그러나 스마트폰의 등장으로 개인중심성(심미선 외, 2012), 개인미디어(Verkasalo, et al., 2009), 개인화(황주성 외, 2010)는 ‘내 중심에서 마음대로 이용할 수 있다’는 점으로 과거 모바일 기기와는 차별되는 스마트한 속성 중 하나로 제시되고 있다. 이는 ‘어떤 방식으로’ 이용하느냐 하는 것이 이용자들에게 스마트폰의 역할을 결정짓는 데 더 중요한 요인이 될 수 있음을 보여준다.

셋째, 모바일 인터넷 서비스 기반의 연결성을 들 수 있다. 모바일 미디어 속성에서는

다소 개념상의 차이가 있으나 이를 즉시성의 특징으로서 네트워크에 대한 자유로운 접속을 통해 언제라도 커뮤니케이션을 가능하게 한다고 정의하였다. 이러한 측면의 즉시성의 경우 이용자의 활용 측면이 강화된 스마트 미디어의 속성으로 논의된 바 있는데, 언제 어디서나 이용자가 원할 때에 필요한 정보를 검색할 수 있다는 점(양일영·이수영, 2011, 123쪽)에서 과거의 인터넷 접속 속도가 빠르다 등의 즉시성과는 다른 의미로 해석되었다. 다른 한편으로 연결성의 특성으로 보면, 기기 간 연결성과 사회적 연결성의 두 가지 의미로 나누어진다. 하나는 N-screen 서비스 등을 가능하게 하는 기기 간 연결성(Karlson, Meyers, Jacobs, Johns, & Kane, 2009)이며, 다른 하나는 사회적 연결성(황주성·박윤정, 2010; 황하성·손승혜·최윤정, 2011)이다. 즉, 일반 휴대전화는 사교적 연결성에 유용한 매체였다면, 스마트폰은 풀 브라우징을 기반으로 두 가지 연결성을 모두 담보할 수 있다는 점에서 기존의 휴대전화의 연결성과는 차별된다고 보았다. 전자가 PC와의 연결성, 혹은 동영상콘텐츠의 재생 및 호환성 등을 염두에 둔 특징이라면, 후자는 SNS 이용과 같은 관계 형성 및 유지와 관련된 연결성을 의미한다.

넷째, 멀티미디어적인 특성으로서 스마트 미디어의 제1의 채택요인이기도 한데(한국인터넷진흥원, 2013), 모바일 미디어의 특징으로도 설명된 바 있으며, 정부연(2010)은 “하나의 단말기 내에서 컴퓨터, 미디어, 통신 기능 등 다양한 기능을 수행할 수 있는 스마트 단말”로 정의했다. 양일영과 이수영(2011)의 연구에서는 이를 ‘서비스의 통합성’으로 명명하였는데, 일반 휴대전화와 모바일 인터넷으로 충족될 수 없는 스마트폰만의 새로운 이용 동기로 도출된 바 있다. 이는 이용자 개인의 자율적 활용 정도와 통제를 통해서 기능적 속성이 변화할 수 있는 가장 강력한 스마트의 의미에 해당된다고 볼 수 있다.

위의 속성들은 기존의 모바일 미디어에 대한 연구 결과의 매체적 속성과 매우 유사한 부분이 있음을 확인하였으나, 이용자들의 활용 측면이 더해져서 그 의미가 심화되거나 새로운 내용으로 진화되고 있음을 또한 확인할 수 있었다. 이처럼 스마트폰의 스마트한 특성을 파악하기 위해서는 기기적 속성 이외의 활용적 속성을 행하는 과정을 탐색해볼 필요가 있을 것으로 보이며, 이를 통해 스마트한 이용 행태에 대해 구체적으로 접근할 수 있을 것으로 판단된다.

따라서 이 연구에서는 스마트폰 이용자들이 어떻게 스마트폰을 이용하고 있는가에 대한 이용 양상을 인식과 동기 차원의 복합적인 이용행태에 대해 전반적으로 살펴봄으로써 스마트한 이용의 개념에 구체적으로 접근하고자 한다. 이에 세대별 심층인터뷰를 토대로 새롭게 등장한 속성들은 무엇인지 탐색하고, 이러한 속성들이 스마트한 이용을 설명하는 구성개념으로서 실증 데이터와 적절한 적합도를 보이는지를 검증하고자 한다. 이에 본

연구는 다음과 같은 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1: 스마트폰의 활용에 대한 이용자들의 인식, 동기를 포함해 ‘스마트하게 이용한다’의 행태까지 보여주는 ‘스마트한 이용’의 개념은 어떠한 요인들로 구성될 수 있는가?  
연구문제 2: 스마트폰 이용자들의 이용행태에서 관찰되는 구성 요인들(연구문제 1)은 ‘스마트한 이용’을 설명하는 데 타당한 실증 적합도를 나타내는가?

선행연구에서 확인한 바와 같이 스마트폰 등의 이용자 집단은 과거 초기채택자 연구에서와 같이 동질적인 이용행태를 나타내지 않는 이질적인 이용자집단을 형성한다(양일영 · 이수영, 2011; 심미선 외, 2012). 따라서 <연구문제 1>의 해결을 위해 세대별 심층인터뷰를 실시하고, 이용자 개인들의 스마트폰 이용행태 양상을 도출하며, 이를 토대로 측정 개념이 존재하지 않는 스마트한 이용행태의 1차 요인들을 구성해보고자 한다. 이러한 1차 요인들은 <연구문제 2>에 대한 2차 측정모형을 구성하며, 2차 요인인 ‘스마트한 이용’이 1차 요인들에 미치는 영향력을 파악하게 한다.

### 3. 연구방법

본 연구의 방법은 2단계로 구성되며, 심층인터뷰와 선행연구를 토대로 1차 잠재요인을 도출하고, 다음으로 2차 측정모형을 통해 2차 요인인 ‘스마트한 이용’을 실증적으로 검증한다.

#### 1) ‘스마트한 이용’을 구성하는 1차 요인(연구문제 1)

이용자들이 스마트폰을 활용하는 양상을 파악하기 위해 본 연구에서는 질적인 방법인 심층인터뷰를 실시하였다. 심층인터뷰는 서울과 인천에 거주하는 10대에서 40대의 남·여 이용자를 대상으로 이루어졌는데, 2013년 7월부터 9월까지 약 두 달간 진행되었으며, 각 세대별로 10대 14명, 20대 17명, 30대 10명, 40대 6명으로 총 47명을 대상으로 실시되었다.

질문의 구성은 사전조사<sup>1)</sup> 내용을 토대로 스마트폰을 사용하는데 있어 스마트하게 이

---

1) 사전조사로서 미디어 다이어리 작성법을 활용했으며, 이는 2013년 6월 5일부터 12일까지 실시되었다. 디지털 미디어 관련 수업을 수강하고 있는 27명의 학생이 참여하였으며, 미디어다이어리의 형식은 황주성과 이재현(2011)의 연구와 제6차 스마트폰이용실태조사(2013)를 참고하였다.

용한다는 것이 무엇인지에 중점을 두어 구성하였다. 집단 인터뷰의 경우, 다수 참여자간의 상호작용이 함께 이어지고, 모두가 서로의 경험을 공유하는 과정에서 보다 풍부한 논의가 이루어질 수 있다(강민아 · 손주연 · 김희정, 2007). 이로 인해 연령대별로 연구자가 생각하지 못한 부분이 제기되기도 하였는데, 그와 관련된 추가질문을 제시함으로써 준비된 질문으로 인해 논의의 범위가 제한되는 일이 없도록 주의하였다(심미선 외, 2012).

표 1. 심층인터뷰 참여자 특성

집단구분		연령	이용기기	직업	
10대	남자	1	18	LG옵티머스	인문계고
		2	18	갤럭시S2	
		3	18	갤럭시S2	
		4	18	LG옵티머스	
		5	18	아이폰5	
		6	18	갤럭시S3	
		7	18	갤럭시S2	
		8	18	갤럭시S3	
	여자	9	17	베가R3	예체능고
		10	17	갤럭시2HD	
		11	17	베가R3	
		12	17	베가R3	
		13	17	갤럭시S3	
		14	17	LG옵티머스	
20대	남자	15	25	갤럭시S3	대학생
		16	26	갤럭시S2	
		17	28	LG옵티머스	
		18	25	베가R3	
		19	25	갤럭시S3	
		20	25	갤럭시S4	
	여자	21	26	베가R3	
		22	24	갤럭시S3	
		23	23	아이폰5	
		24	21	아이폰4S	

집단구분		연령	이용기기	직업	
20대	여자	25	21	SKY베가N5	대학생
		26	22	베가R3	
		27	21	갤럭시S2	
		28	25	갤럭시S3	
		29	24	갤럭시 미니	
		30	21	LG옵티머스	
		31	21	갤럭시S4	
30대	남자	32	35	갤럭시S2	일반사무직
		33	33	갤럭시S2	
		34	36	갤럭시S2	
	여자	35	35	아이폰4	교사
		36	35	아이폰4	
		37	34	갤럭시S2	
		38	35	갤럭시노트	금융사무직
		39	34	갤럭시S2	일반사무직
		40	34	LG옵티머스	자영업
		41	34	갤럭시S3	프리랜서
40대	남자	42	49	갤럭시S2	금융사무직
		43	46	갤럭시노트	일반사무직
		44	42	갤럭시S3	교수
	여자	45	49	갤럭시노트	교사
		46	42	갤럭시S2	주부
		47	49	갤럭시S2	일반사무직

## 2) ‘스마트한 이용’의 2차 측정모형(연구문제 2)

### (1) 2차 요인분석의 특성

이 연구에서는 ‘스마트한 이용’의 구성개념을 검증하기 위한 방법으로 2차 요인분석(second-order Confirmatory Factor Analysis)을 실시하였다. 2차 측정모형에서 2차 개념은 측정변수를 가지고 있지 않으며, 대신 저차개념들을 간접적으로 측정하는 것으로 연결되어 있다. 즉, 2차 개념이 1차 개념들에 미치는 영향력이 2차 측정모형의 주된 관심이다.

본고에서 2차 요인분석을 통해 측정한 이유는 첫째, ‘스마트한 이용’에 대한 직접적인

측정문항이 부재하기 때문이며, 둘째, '스마트'의 개념이 이용자들의 동기와 인식에 따라 다양한 이용행태로 나타나는 등 복합적인 의미를 지니기 때문이며, 나아가 사용이 능숙해질수록 이 개념들은 다른 개념들과 더불어 진화하고 있었다. 이에 따라 셋째, '스마트한 이용'의 개념 역시 선행연구에 근거한 초기 이용자 집단과 심층인터뷰를 통해 밝혀진 현재의 이용자 집단이 설명하는 내용에 차이가 나타나 단일 항목으로 설명될 수 없음을 확인하였기 때문이다. 이러한 상황에 비추어 볼 때, 스마트한 이용을 단일 차원에서 측정하는 것은 적합하지 않다고 판단하여 다양한 요인들을 통해서 2차적으로 의미를 추출해볼 수 있는 방법을 선택하였다. 이에 따라 스마트한 이용을 측정하기 위해 사용된 문항은 <표 2>에 요인별로 제시하였으며, '전혀 그렇지 않다'에서 '매우 그렇다'의 5점 리커트 척도로 측정되었다.

## (2) 표본

본 연구의 조사는 스마트폰을 사용하고 있는 서울·인천 지역의 남녀 700여 명을 대상으로 10대에서 40대에 걸쳐 편의표본추출방법(Convenience sampling)을 이용하여 이루어졌다. 2013년에 발표된 <제6차 스마트폰이용실태조사>(한국인터넷진흥원, 2013)의 이용자 연령 분포를 근거로 하여, 스마트폰의 이용률이 가장 높은 20대와 30대를 중심으로 점차 이용률이 높아져가고 있는 10대 고등학생과 40대까지 포함하여 설문조사를 실시하였다. 자료 수집의 편의표집으로 인해 연구결과를 일반화하기에는 문제가 있으나, 스마트폰 이용자들의 스마트한 이용으로서 이용행태의 경향성을 파악할 수 있을 것이라 판단된다. 또한 각 연령대별 비율을 동일하게 설정하지 않고 국내 스마트폰 보유의 연령별 분포를 따랐는데, 20, 30대의 스마트폰 보유 비율이 타 연령대보다 높았기 때문에 모든 연령대의 비율을 동일하게 표집했을 경우 발생할 수 있는 측정 오류를 최소화하기 위해서였다.

설문배포 기간은 2013년 10월 7일부터 16일까지 열흘간 진행되었으며, 총 715부가 배포되었고, 그 중 661부는 오프라인으로, 54부는 온라인으로 응답하였다. 이 중 590부가 회수되었으며, 50대 응답자 2부와 불성실하게 응답을 한 11부를 제외하고 총 577부가 분석에 사용되었다.

본 설문지의 응답자들의 연령 비율은 10대 14.9%, 20대 31.9%, 30대 30.7%, 40대 22.5%로 나타나 분석의도에 적합한 것으로 판단되었다. 성별 비율의 경우, 남성이 53.2%, 여성이 46.8%로 남성이 더 높게 나타났으나, 40대의 경우 여성보다는 남성의 스마트폰 보유 비율이 더 높다는 점에 비추어볼 때, 연구의 진행에 문제가 되지 않을 것으로 보인다.

## 4. 분석 결과

### 1) 스마트폰의 ‘스마트한 이용’을 구성하는 1차 요인들

심층인터뷰에서 스마트한 이용에 대해 질문하였을 때 참여자들이 가장 먼저 떠올린 스마트함이란 ‘자신에게 필요한 기능을 알맞게 만들어 이용하는 것’과 ‘내가 스마트해야 하는 것’으로 제시하였다. 이는 미디어 자체의 선택과 조합을 함께 고려해야하는 스마트 미디어의 속성에 활용적 속성을 함께 내포하는 발언인 동시에, 이용자 개인의 적극적인 이용 의지 혹은 통제 의 능동성의 의미를 담고 있다. 이에 따라 ‘스마트한 이용’의 실체를 파악하기 위해서는 모바일 공간에서의 즉각적이고 다양한 어플리케이션의 활용과 이를 적절히 통제할 수 있는 이용자의 역량에서 스마트한 이용의 의미가 구성될 것으로 판단하였다.

#### (1) 미디어 통합성

본 연구의 심층인터뷰에서 참여자들은 ‘하나의 기기로 다양한 서비스 및 기능을 사용할 수 있다’는 점이 스마트하게 이용하는 것이라는 언급을 많이 하였는데,<sup>2)</sup> 선행 연구에서는 이를 다기능 미디어 혹은 서비스 통합성의 개념으로 정의한 바 있다. 다기능 미디어의 의미는 하나의 단말기로 다양한 기존 미디어 이용을 대체할 수 있다는 점을 가리키는(심미선 외, 2012) 반면, 양일영·이수영(2011)의 연구에서 제시한 ‘서비스의 통합성’은 일반 휴대전화와 모바일 인터넷으로 충족될 수 없는 스마트폰만의 새로운 이용 동기로서 기존의 여러 플랫폼을 통해서 사용되던 방송, 인터넷, 전화, 데이터 등 다양한 서비스들이 어플리케이션과 위젯의 형태로 하나의 단말기인 모바일 기기를 통해서 통합되는 것을 말한다. 특히 ‘서비스 통합성’의 경우 이용자들이 스마트폰을 휴대폰이 아닌 PC에 가까운 제품으로 인식하고 있음을 지적하였다. 따라서 본 연구에서는 “하나의 단말기 내에서 컴퓨터, 미디어, 통신 기능 등 다양한 기능을 수행할 수 있는 스마트 단말”의 정의에 부합하는 ‘미디어 통합성’의 용어로 1차 요인을 설정하였다.

2) “스마트폰만 있으면 컴퓨터가 없어도 살 수 있어요. 스마트폰 안에 필요한 모든 것이 다 들어 있으니깐. 인터넷, 네비게이션, 검색 포털, TV 등.....”(30대 여자37)

“전에는 아이와 함께 외출할 때 카메라, 비디오카메라, 동영상 재생되는 MP3, 휴대폰, 각각 챙겨가기 번거로웠는데 스마트폰 하나로 해결되니까 편해요.”(30대 남자32)

“스마트폰을 구매한 이유가 전자사전, MP3, 전화, 문서 다 따로 들고 다녀야 했는데, 스마트폰 하나로 다 해결돼서 샀다. 그만큼 여기에 해당하는 기능들만 주로 이용한다.”(40대 남자 43)

## (2) 기기 연결성

‘기기 연결성’은 스마트 미디어의 특성으로 제시된 것으로서 모바일 미디어의 속성인 연결성과 유사하게 정의될 수 있다. 스마트폰의 연결성이란, N-screen 서비스 등을 가능하게 하는 기기 간 연결성(Karlson, et al., 2009)과 사회적 연결성(황주성·박윤정, 2010; 황하성 외, 2011)으로 나누어 설명되고 있다. 본 연구에서는 스마트한 속성으로 제시된 기기 간 연결성에 제한을 두었다. 그 이유는 참여자들이 제시한 ‘스마트폰의 동기화’에 대한 의견에서 찾을 수 있다.<sup>3)</sup> PC와 연결하여 두 기기 간의 정보를 저장하고 공유하는 동기화 서비스는 이전의 휴대전화에서는 필요하지 않았던 것에 비해, 스마트폰에서는 ‘매우 유용하면서 절차가 까다로운 과정’으로 인식하고 있었다. 이를 근거로 PC, 노트북, 태블릿PC, 스마트폰 간의 연결을 원활히 활용할 수 있는가의 틀 안에서 스마트한 이용이 추동될 것으로 분석되었다.

## (3) 관계 연결성

심층인터뷰에서 10대와 40대 참여자들이 가장 많이 사용하는 기능으로 카카오톡과 카카오톡스토리, 페이스북을 꼽았다. 즉, 스마트폰 이용 동기에 대한 응답으로서 10대들은 친구들과와의 연락을 위해서, 40대는 연락이 끊긴 동창생들부터 업무상 연락하는 인맥 관리를 위해 이용하고 있었다. 또한 20대들은 스마트폰 초기 채택 동기로 카카오톡 이용을 언급할 만큼, 친구 그룹 간의 연결과 관리를 위해 활발히 이용하고 있었으며, 30대 역시 필수기능으로 인지하고 있었다.<sup>4)</sup> 선행연구에서도 스마트폰 사용자들은 SNS 이용하는데 있어 관계 형성 요소를 매우 중요한 요소로 생각한다고 지적하였다(Raacke & Bonds-Raacke, 2008; Jung, Youn, & McClung, 2007). 이러한 관계 연결성은 사회적 연결성으로서 SNS 이용과 같은 관계 형성 및 관리·유지와 관련된 것을 의미하는데, 특히 관계 관리·유지를 위한 연결성은 이용자 스스로가 활용하지 않으면 전혀 활성화되지 않는 점에서 개인의 자율적 활용에 중점을 둔 스마트한 속성이라고 볼 수 있다. 따라서 이를 ‘관계 연결성’으로 스마트한 이용의 1차 요인으로 설정하였다.

3) “스마트폰에 드랍박스 같은 클라우드 시스템을 이용하면, 내 컴퓨터에 있는 문서나 동영상을 바로 어디서나 볼 수 있어 편리하다.”(40대 남자44)

“스마트폰에 공인인증서 등록하거나 데이터 백업하는 과정이 어려워서 스마트폰으로 은행 업무를 보거나 동기화작업 같은 걸 실행하지 않는다.”(30대 남자36)

4) “연락 끊겼던 동창들하고 카톡 그룹채팅에서 쉽게 안부를 건네고 대화할 수 있어 좋아요.”(30대 여자35), “카카오톡을 사용하면서 인맥이 넓어진 느낌이에요. 별로 친하지 않은 친구한테도 쉽게 안부문자를 보낼 수 있고, 그룹으로 묶여서 잡담을 하기도 하구요.”(20대 여자23)

“대학에서 카톡을 사용하지 않으면 대인관계 유지 못한다는 불안감이 컸어요.”(20대 여자24)

#### (4) 시간 효율성

심층인터뷰 참여자들은 스마트한 이용이 무엇인가에 대한 질문에 “아침 출퇴근 시간, 아 이를 재우는 시간 등 그냥 흘려보내는 자투리 시간에 업무처리를 하거나 블로그 관리 및 검색, 드라마를 보는 등 없던 시간을 다시 만들어 내는 것”으로 언급하였다. 이는 스마트 미디어의 스마트함의 속성으로 제시된 ‘시간효율성’의 개념과 매우 유사하였다. 즉, 이동 하는 시간, 자투리 시간을 이용하여 업무를 처리하거나, 드라마를 시청하는 등의 활용을 통해 “시간의 밀도를 높이고(densification of time), 이중시간(double time)을 만들어냈다”(Jauréguiberry, 2000, p.257)에 해당하는 설명이다. 이러한 현상에 대해 그린(Green, 2002)은 기존의 공간 중심의 조직을 시간 중심의 조직으로 전환시키는 경향을 더욱 강화시킨다고 평가하였다. 공간에 따라 활용 내용이 달라졌던 과거와 달리 스마트폰은 사적 영역 과 공적 영역을 흐리게 함을(황주성·박윤정, 2010) 반영한 이용 상황을 보이고 있다. 이와 같은 활용의 배경에는 스마트폰의 유용성, 유희성에 대한 인식이 뒷받침되고 있음을 심층인터뷰에서 발견하였다. 효율적 시간 관리를 스마트한 이용으로 주장했던 30대 참여자는 스마트폰의 활용이 ‘퇴근하는 동안 좋아하는 드라마를 시청하며 블로그를 관리하는 등 집에 돌아가서 해야 할 취미활동을 이동 중에 할 수 있게 해줘 매우 즐겁고 유용하다’는 점을 설명하였다. 시간적 효율성 측면에 대해 20대 참여자는 스마트폰을 이용하게 된 이후, 자투리 시간까지 무엇인가 유용하고 재미있게 시간을 보내는 것으로 이용해야 할 것 같은 압박감이 느껴질 정도로 ‘가만히 있는 시간’을 없애주었다고 했다. 이에 따라 ‘시간 효율성’을 자투리 시간을 활용해 나에게 유용하고 즐거운 시간을 만들어내는 것으로 정리하여, 시간 관리를 포함해 유용성과 유희성의 개념으로서 설명되는 1차 요인으로 설정하였다.

#### (5) 외부 연결성(being connected)

모바일 미디어의 속성을 밝히는 연구들은 이동성 혹은 휴대성에 주목하였다. 이동성은 모바일 미디어에서 비롯된 속성으로서 “고정된 공간에서 벗어나 휴대하고 다니면서 언제든지 사용”(황주성 외, 2010)하는 것으로 정의된다. 또한 이동성은 휴대성이 구현되어 어디서든 커뮤니케이션을 가능하게 하므로 공간상의 제약에서 자유로운 편재성의 특징을 함께 갖는다고 정의되었다. 이에 따라 이동전화의 통화에서 사람들은 두 가지 공간에 동시에 존재할 수 있기 때문에 실재감을 느끼게 된다고 설명한 바 있다(Ling, 2008).

본 연구에서는 이에 따라 스마트폰의 이동성이 갖는 공간적 특성을 부각시키는 측면으로서 ‘외부 연결성’이라고 재정의하였다. 이동성과 휴대성의 개념들이 ‘이동’ 혹은 ‘지니고 다닌다’의 개념이 부각된 반면, ‘외부 연결성’은 ‘도처에 존재함(the state of being every-

where at once')이라는 편재성(ubiquity)에 더 가까운 뜻으로 이동성이 갖는 시간의 조정, 다의적 장소성, 공적 공간의 사사회에 더 밀접한 표현이 될 것으로 보였다. 특히, 심층인터뷰에서 '언제 어디서나 연결되어 있는 느낌', '어디에 있어도 두려움 없이 누군가와 함께 있는 느낌'들을 언급한 부분이 기존의 이동성과 휴대성을 설명한 연구에서는 드러나지 않은 스마트폰 이용의 독특한 특성으로 부각되었기 때문이다. 이는 스마트폰의 이용으로 인한 공적 공간의 사사회를 가리키며, '어디든' '일시적으로 형성된 사적 공간'에서 이용 행위가 발생함을 말한다. 이러한 배경에 근거해 '외부 연결성'은 기존 모바일 연구에서 사용된 이동성과 휴대성, 편재성의 개념과 심층인터뷰에서 도출된 심리적 안정감을 포함해 1차 요인으로 설정하였다.

#### (6) 이용자 중심 최적화

모바일 공간 속에서의 자율적 활용과 통제의 능동성이 잘 반영 된 요인으로서 '이용자 중심의 최적화' 요인을 재개념화하였다. 본 연구의 심층인터뷰에서 참여자들은 스마트폰이 이전의 휴대전화와 전혀 다르다고 느끼는 점에 대해서 '내 중심에서 마음대로 이용할 수 있다'는 점을 공통적으로 꼽았다. 기존 연구에서는 이를 개인중심성(심미선 외, 2012), 개인미디어(Verkasalo, et al., 2009), 개인화(황주성 외, 2010)로 정의하고 스마트한 속성 중 하나로 설명한 바 있는데, 스마트폰의 경우 애플리케이션의 주체인 이용자 개인이 자신의 필요와 관심에 따라 이를 설치하고 이용한다는 점(Verkasalo, et al., 2009), 미디어로서의 기기를 타인과 공유하는 것이 아니라 나 혼자만의 기기로 이용하는 점(황주성 외, 2010, 31쪽)에서 스마트폰만의 속성으로 분류되었다. 그러나 기기의 사용 과정 측면에서 스마트폰의 이용을 보면, 이용자가 어플리케이션을 직접 선택하여 기기에 다운받아 사용하기 때문에 이용자의 특성에 따라 개인화되고(추호정·윤남희, 2011), 이용자에 따라 사용할 수 있는 기능 및 서비스가 달라져 개인의 일상생활에 영향을 미치는 개인 미디어로 기능하고 있음을 알게 된다. 이는 '어떤 방식으로' 이용하느냐 하는 것이 이용자들에게 스마트폰의 역할을 결정짓는데 더 중요한 요인이 될 수 있음을 보여준다. 이에 따라 스마트폰의 기능을 개인적 특성에 따라 선택 및 조합, 통제까지 하는 과정으로 정리하여 '이용자 중심의 최적화'로 정의하고, 선행 연구에서 설명한 개인중심성, 개인미디어화의 특성들과 선택과 활용의 개념을 토대로 제시된 미디어 최적화 개념을 포함해 설명하고자 한다.<sup>5)</sup> 특히, 스마트폰은

5) '최적화'란 다양한 미디어를 자신의 필요와 목적을 최대로 충족할 수 있도록 미디어를 개인화(customize)하여 사용하는 것을 의미하는데, 이 개념은 능동성 재탐색 연구에서 능동성의 요인 중 하나로 명명된 '미디어 최적

어플리케이션의 선택과 조합으로 그 기능이 구성되며, 이를 개인들이 어떻게 이용하는가에 따라 서로 다른 서비스를 가져다 줄 것이기에 더욱더 최적화의 개념에 부합하는 상황이다.<sup>6)</sup> 본 연구에서는 다양한 미디어를 자신의 필요와 목적에 맞게 이용하는 것으로 정의되는 ‘미디어 최적화’의 개념을 활용적 속성으로서 이용자의 능동적 성향 위에 자신이 원하는 바를 선택하고 조합해 이용하는 것으로 ‘이용자 중심’의 최적화로 정의하고자 한다.

### (7) 사용 준비성

본 연구의 심층인터뷰에서 새롭게 발견된 ‘사용준비성’은 스마트폰 이용의 가장 만족스러운 점 중의 하나로 언급되었는데, 부팅 시간이 길어서 기다려야하는 PC와 달리 필요할 때 즉각적으로 인터넷이나 어플리케이션을 통해 필요한 정보에 접근할 수 있다는 측면에서 마치 ‘나를 위해 대기하고 있는 듯한 느낌’으로 표현되었다.<sup>7)</sup> 모바일 인터페이스가 즉각적으로 기능하기 때문에 모바일 공간을 나의 시간 속으로 끌어올 수 있다는 점(Farman, 2012)에서 기존 연구의 속성과 차별화되는 지점이었다. 그러나 기존 연구에서 이러한 측면은 부정적인 인식으로 나타난 사례도 있었다. 즉, 끊임없이 다른 사람들과 연결되어 있어야 한다는 영속적 접속에 대한 부담감(Baym, 2010), 늘 다른 사람들의 호출에 대기상태로 기다려야하는 영속적 대기상태와 여기에서 오는 피로감(Castells, Fernandez-Ardevol, Qiu, & Sey, 2007), 하이퍼커넥션 상태(김은미 · 이동후 · 임영호 · 정일권, 2011) 등이 인지적 과부하를 초래함으로써(Carr, 2010) 개인이 자기 환경을 통제하는 것이 아니라 오히려 환경에 통제당하는 인식을 증가시킨다는 것이다(김용찬 외, 2012).<sup>8)</sup>

그럼에도 불구하고 항상 접속되어 있는 상태를 유지하는 스마트폰은 즉각적으로 이용할 수 있다는 의미와 필요한 정보에 쉽게 접근할 수 있다는 의미를 함축하고 있다. 이러

---

화로 설명된다(김은미 · 심미선 · 김반야, 2012b, 63~64쪽).

6) “다양한 기능을 최대한 많이 활용해 자신에게 알맞게 사용하는 것”(20대 남자18)

“다른 기기들과 연결시켜 나에게 편리한 쪽으로 구성하여 사용하는 것”(40대 남자44)

“다른 사람과는 확연히 다르게 나만의 폰을 만들어 꾸미고, 이용하는 어플도 다양하지만 꼭 필요한 어플로만 채워놓는 것”(20대 여자22)

7) “내가 필요할 때 즉각적으로 반응해서 원하는 것을 바로바로 찾아주니까 시간도 절약되고 생활도 편해지고...”(20대 남자17), “컴퓨터는 부팅시간이 길어 기다려야 하는데 스마트폰은 즉각 검색기능을 이용할 수 있어 나를 위해 기다려주고 있는 기분이 들어 좋아요.”(20대 여자21)

8) “일상생활에서 인터넷을 너무 자유롭게 이용할 수 있게 돼서 쓸데없는 것까지 검색해서 찾아보게 되요. TV를 보다가도 저 연예인 나이가 몇 살인가 괜히 검색해보고, 지하철 노선표도 다 외우고 있었는데 이제는 매일 내리는 곳도 어플을 열어서 확인하죠.”(20대 여자22)

한 내용에 근거해 본 연구에서는 영속적 대기 상태를 스마트폰의 기기적 특성을 고려해 '사용준비성'으로 명명하고자 한다. 이는 과거 모바일 미디어 관련 연구에서 제시된 즉시성으로 일부 설명할 수 있을 것이다. 즉시성은 인터넷 접속 속도가 빠르다는 기기적 특성을 포함해, 언제 어디서나 이용자가 원할 때에 필요한 정보를 검색할 수 있는 특성(양일영 · 이수영, 2011, 123쪽)을 가리키기 때문이다. 또한, 확산이론에서 검증된 적합성 역시 이를 설명하는 개념의 하나가 될 수 있을 것으로 본다. 적합성은 '생활방식과 필요에 부합한다고 인식하는 정도'로 정의된 '인지된 적합성'이 마이크로블로그 채택과정의 이용의사에 긍정적으로 영향을 미치는 변인으로 확인된 바(장용호 · 박종구, 2010, 45쪽), 이를 이용자의 필요에 부합하는 정도로 설명할 수 있을 것이다. 이에 따라 '사용준비성'은 즉각적으로 인터넷에 접속해 자신의 필요에 부합하는 정보나 서비스를 이용할 수 있다는 특징을 설명하는 개념으로 정의하고, 이를 기존 연구에서 도출된 개념인 즉시성과 적합성을 통해 설명하고자 한다.

#### (8) 미디어 일체감

본 연구에서 스마트한 이용의 1차 요인으로 제시하는 '미디어 일체감'은 스마트폰의 습관적 이용에 주목하여 구성한 것으로서 기존의 스마트폰의 속성에서 제시되지 않았던 항목이다. 일찍이 미디어 테크놀로지를 '인간 능력의 확장'이라고 정의 내린 맥루한은 인간이 미디어 테크놀로지를 발명하고 사용하는 궁극적 이유에 대해 자신의 제한된 능력을 확장시켜 자기 환경에 대해 더 많은 통제력을 갖기 위해서라고 설명하였다(McLuhan, 1964). 실제로 사람들은 자신을 둘러싼 물리적 환경뿐 아니라, 다양한 사회, 공간적 환경에 대해 더 많은 지배력을 갖고자 하는 기대를 갖고 미디어 테크놀로지를 사용하는데, 최근에 등장한 스마트폰도 이에 해당된다(김용찬 외, 2012). 이와 관련한 언급은 심층인터뷰에서도 찾아볼 수 있었는데, 참여자들은 "스마트폰 없는 세상을 상상할 수 없다", "컴퓨터와 TV 없이는 살아도 스마트폰 없이는 못 산다" 등의 표현으로 스마트폰의 익숙함, 혹은 일상화된 이용을 말하였다. 또한, 참여자들은 '스마트폰이 마치 내 몸의 일부인 양 손에서 떨어질 날이 없다'고 공통적으로 언급한 바 있다. 이는 에릭슨 보고서(2011)<sup>9)</sup> 결과와 같이 스마트 미디어 이용자의 상당수가 아침에 눈을 뜬 순간부터 잠이 드는 순간까지 늘 스마트 미디어와 '함께' 생활하고 있음을 입증하는 부분이기도 하다. 또한, 늘 몸의 일부인양 함께 생활하다

9) inews24, [에릭슨 보고서①] 스마트폰 '습관적' 이용자 급증, 스마트폰 이용자 40% '깨서 잠들 때까지' 2011. 12. 30.

보니 “10분 간격으로 스마트폰을 확인하고”, “어떤 알람이 없음에도 불구하고 습관적으로 확인한다”고 응답한 내용 역시 이에 해당되었다. 강진숙과 장유정(2012)은 스마트폰 이용을 통한 경험은 다른 미디어와 달리 언제나 손바닥 안에서 가능한 소통으로 그 어떤 미디어보다 접근이 쉽고 비밀스럽다는 점에서 사실상 기계와 내가 하나라고 인식하게 된다는 점을 주장하였다. 이러한 과정을 통해 ‘감각의 마비’라는 원격현전 경험을 하게 됨을 지적한 것이다. 이에 따라 본 연구에서는 일상적이고 습관적인 이용, 익숙한 미디어, 내 손 안에 함께 있는 것 같은 느낌들의 의견을 종합해 내 손과 연결된 임베디드 미디어 개념으로서 설명하고자 한다.

이상의 인터뷰 내용의 분석은 스마트폰의 이용이 단순히 기능적 사용이 아니라, 모바일 공간으로 즉각적으로 이동해 다양한 어플리케이션들이 제공하는 다차원적인 공간을 누리는데서 오는 동기 차원의 만족감과 이를 적절히 통제할 수 있다는 인식 차원, 그리고 결과인 이용자의 활용 행태가 조합되면서 스마트함의 의미가 생성되는 것임을 확인하였고, 이를 기반으로 8개의 1차 요인들이 구성되었다. 다음의 <표 2>에서 기존 연구의 유사개념과 본 연구에서의 조작적 정의를 비교해 8개의 1차 요인들을 정리해 제시하였다.

표 2. 스마트한 이용의 1차 요인들

구분	1차 요인	본 연구에서의 정의	기존 연구의 유사개념		참고문헌
기존 연구	미디어 통합성	하나의 기기로 다양한 서비스 및 기능을 사용할 수 있는 속성	서비스통합성 다기능미디어 멀티미디어	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 방송, 인터넷, 전화, 데이터 등 다른 플랫폼을 통해 서비스 되었으나, 어플리케이션과 위젯으로 하나의 단말기로 통합</li> <li>• 하나의 기기로 다양한 서비스 및 기능을 사용할 수 있는 속성</li> </ul>	양일영 이수영(2011) 심미선 외(2012) 정부연(2010) 황하성 외(2011) 황주성 외(2010)
	기기 연결성	타미디어와 연결하여 각종 콘텐츠를 호환하여 사용할 수 있는 것	연결성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 기기간의 연결성을 통해 생산적인 업무를 보조, 기존의 휴대전화가 사교적 연결성을 담보했다면, 스마트폰은 정보적 연결성까지 담보함</li> </ul>	Karlson et al.(2009) 황주성 · 박윤정(2010) 황하성 외(2011)
	관계 연결성	타인과의 관계 맺기와 유지의 확장	관계형성 및 유지 사회적 연결성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 다른 사람과 관계를 맺고 유지하는 방식이 확장 된 것</li> <li>• 사교적 연결성과 정보적 연결성으로 구분</li> </ul>	심미선 외(2012) 황주성 · 박윤정(2010); 황하성 외(2011) 박웅기(2010) 김은미 외(2011) 곽해운 외(2011) 김희연 · 오주현(2012) Sherry & Salvador(2002) Ito(2004)

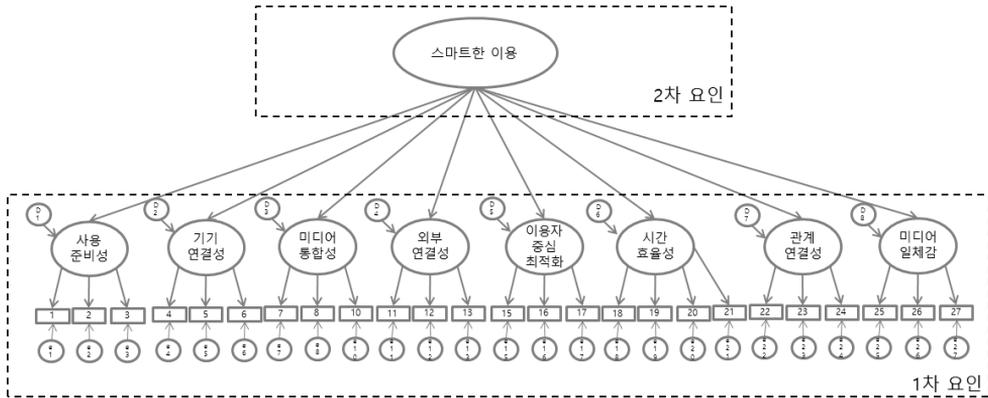
구분	1차 요인	본 연구에서의 정의	기존 연구의 유사개념		참고문헌
기존 연구	시간 효율성	자투리 시간을 활용해 나에게 유용하고 즐거운 시간을 만들어내는 것	유용성 유회성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 특정시스템을 이용하는 행위 자체가 즐겁다고 인식되는 정도</li> <li>• 정보기술시스템을 사용함으로써 자신의 업무성과가 개선될 것이라고 믿는 정도</li> </ul>	Davis(1989) Venkatesh & Bala(2008) 심미선 외(2012) 이재현(2004, 2005) Green(2002) 황주성 · 박윤정(2010)
기존 연구 + 심층 인터뷰	외부 연결성	공간 상의 제약에서 벗어나 어디서든 사용 가능	이동성 휴대성 편재성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 고정된 공간에서 벗어나 휴대하고 다니면서 언제든지 사용</li> <li>• 물리적 장소에 구애받지 않고 이용자가 위치한 장소에서 이용할 수 있는 것</li> </ul>	황주성(2005) 황주성 외(2010) 이동후(2010) 심미선 외(2012) Ling & Yttri(1999) Dholakia & Zwick(2003) Ling(2008, 2009)
	이용자 중심 최적화	이용자의 취향과 능동적 선택 및 조합에 따라 활용 내용이 달라지는 정도	개인중심성 개인미디어 개인화 미디어최적화 능동성	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 자신에게 최적화된 서비스 및 기능들을 이용할 수 있는 것</li> <li>• 이용자에게 따라 사용할 수 있는 기능이 무궁무진하다는 점</li> </ul>	Lee, Kim, Seoh, & Lee(2010) Lee, Ryu, & Kim (2010) 심미선 외(2012) Verkasalo et al. (2009) 황주성 외(2010) 양일영 · 이수영(2011) 이수영 · 은혜정(2006) 김은미 외(2012b)
심층 인터뷰	사용 준비성	기기를 사용하고 정보를 탐색하고자 하는 이용자의 요구에 빠르게 반응하는 정도	즉시성 적합성	개인의 필요 및 욕구, 원하는 정보에 대한 접근성을 의미 혁신이 잠재적 채택자가 갖고 있는 기존 가치, 과거 경험, 필요에 부합하는 정도	심미선 외(2012) Rogers & Shoemaker(1971) 양일영 · 이수영(2011) 장용호 · 박종규(2010) 박종규(2011)
	미디어 일체감	몸의 일부 혹은 연장으로 인식하여 습관적으로 이용하는 정도	습관적 이용 확인습관	스마트미디어 이용행위 조사 결과 “아침에 일어나서 잠들 때 까지 휴대폰을 사용한다”의 이용자가 40% 차지(강은성, 2011)	Kim & Biocca(1997) 김은미 외(2012a) 강은성(2011) 임상수(2011); 황하성 외(2011) 강진숙 · 장유정(2012)

## 2) '스마트한 이용'을 구성하는 요인: 2차 측정모형 결과

### (1) 2차 요인분석 모형

이상과 같이 <연구문제 1>에서 도출된 8개의 1차 잠재요인이 2차 요인인 '스마트한 이용'에 영향을 받는 위계적 구조 속에서 설명됨을 확인하고자 <그림 1>의 모형을 구성하였다.

그림 1. 2차 측정모형



(2) 탐색적 요인분석 결과와 요인의 명명

스마트한 이용의 구성개념은 이론적 논의와 심층인터뷰를 근거로 8개의 요인으로 도출되었다. 스마트한 이용의 요인 분석을 위해 주성분분석과 베리맥스 회전 방법에 의한 탐색적 요인분석을 시행하여 27개의 문항이 스마트한 이용에 대한 분석 자료로 사용되었다. 총 6개의 요인이 추출되었는데 각 요인들의 신뢰도는 .722에서 .873으로 측정 항목의 내적 일관성이 있다고 볼 수 있으며, 6개 요인의 회전 후 총 설명력은 63.99%로 나타났다. 또한 대부분 측정변수의 요인적재량이 0.5 이상으로 나타나 제거된 항목은 없었다. 따라서 모든 측정변수를 가지고 CFA를 실행하는 것이 가능하다고 판단되었고, 특히 KMO검정 결과 .922로써 0.8 이상에 해당되므로 요인분석을 실시하기에 매우 적절하다고 판단되었다. 따라서 본 요인분석을 수행함에 큰 무리가 없다고 할 수 있다. 스마트한 이용의 탐색적 요인 분석 결과는 <표 3>과 같다.

탐색적 요인분석 결과, 본 연구에서 새롭게 개념화한 ‘사용준비성’ 요인과 기존 연구에서 제시된 ‘미디어 통합성’ 요인이 하나의 요인으로 묶였으며, ‘시간 효율성’과 ‘관계 연결성’ 요인 역시 하나의 요인으로 묶였다. 나머지 요인들은 ‘기기 연결성’과 ‘외부 연결성’으로 구성되었으며, 본 연구에서 각각 재개념화하고 새롭게 제시한 요인인 ‘이용자 중심 최적화’와 ‘미디어 일체감’ 요인도 예측한 바와 같이 구성되었다. 이상의 6개 요인들을 구체적으로 살펴보면, 이용자들이 ‘사용준비성’과 ‘미디어 통합성’을 같은 요인으로 인식한 점이 매우 흥미로운 지점이었다. 이용자들은 스마트폰의 융합미디어로서의 측면이 부각되어 어떤 형태의 서비스, 콘텐츠, 미디어든 스마트폰을 통해 이용할 수 있다는 점을 중요하게 생각하고 있었는데, 이 장점이 곧바로 이용 가능하다는 점과 이어져 ‘미디어 통합성’과 즉각적

표 3. 스마트한 이용의 탐색적 요인분석

요인명	스마트한 이용 측정항목	요인 적재치	아이겐 값	설명된 분산값(%)	신뢰도
다기능 사용 준비성	스마트한1. 스마트폰은 즉각적으로 원하는 정보를 찾고자 하는 나의 필요에 부합한다.	.759	9.826	16.150	0.873
	스마트한2. 스마트폰은 즉각적으로 여유시간을 이용하고자 하는 나의 필요에 부합한다.	.697			
	스마트한3. 스마트폰은 나의 필요에 따라 즉각적으로 응답하기 위해 항상 켜져 있는 상태로 대기하고 있는 것 같다.	.672			
	스마트한10. 나는 언제 어디서든 스마트폰을 이용해 정보(인터넷 검색)와 콘텐츠(음악, 영화, TV)를 즐길 수 있다.	.656			
	스마트한7. 나는 스마트폰을 이용해 전화, 문자, 방송, 음악, 인터넷, SNS, 쇼핑, 은행업무 등을 함께 이용한다.	.620			
	스마트한8. 나는 스마트폰이 휴대전화와 컴퓨터의 기능을 통합한 단말기라고 생각한다.	.627			
관리 효율성	스마트한21. 스마트폰은 나의 시간을 더 의미 있게 활용 및 관리해 준다.	.718	2.209	12.331	0.862
	스마트한19. 스마트폰은 다양하고 질 좋은 정보를 제공해준다.	.663			
	스마트한22. 나는 스마트폰으로 다양한 사람들과 소통한다.	.640			
	스마트한18. 스마트폰은 나의 업무와 학업에 도움을 준다.	.600			
	스마트한23. 나는 스마트폰으로 내가 가진 생각을 많은 사람들과 공유한다.	.634			
	스마트한24. 나는 스마트폰으로 친구, 지인들과 더 자주 연락한다.	.570			
	스마트한20. 스마트폰은 재미와 즐거움, 오락거리를 제공해 준다.	.507			
미디어 일체감	스마트한25. 나는 스마트폰을 이용하는 동안 시간가는 줄 모른다.	.762	1.697	9.715	0.722
	스마트한27. 나는 스마트폰을 이용하지 않는 동안에도 습관적으로 수시로 확인한다.	.708			
	스마트한26. 나는 스마트폰을 이용하는 동안 내 자신이 스마트폰 속의 세계에 존재한다는 느낌을 받는다.	.674			
기기 연결성	스마트한6. 나는 스마트폰과 스마트패드(아이패드, 태블릿PC)를 연결해 문서를 읽거나 사진을 저장하는 등의 활용을 한다.	.791	1.284	9.077	0.803
	스마트한4. 나는 스마트폰과 컴퓨터를 연결해 문서를 읽거나 작성한다.	.766			
	스마트한5. 나는 스마트폰과 컴퓨터를 연결해 사진을 저장하거나 편집한다.	.675			

요인명	스마트한 이용 측정항목	요인 적재치	아이겐 값	설명된 분산값(%)	신뢰도
이용자 중심 최적화	스마트한16. 나는 추천목록에 있거나 사람들이 많은 사람들이 사용하는 어플을 이용하기보다는 내 필요와 목적을 고려하여 선택한다.	.805	1.162	8.550	0.755
	스마트한15. 나는 나에게 필요한 어플을 적절히 이용하고, 사용하지 않거나 필요하지 않은 어플은 삭제한다.	.731			
	스마트한17. 스마트폰은 나의 위치에 따라 제공하는 정보와 서비스가 다르다.(예. 위치기반서비스)	.618			
외부 연결성	스마트한12. 나는 스마트폰이 있어 전혀 모르는 곳에 가더라도 불안하거나 초조하지 않다.	.806	1.101	8.166	0.752
	스마트한13. 나는 스마트폰이 있어 위치나 장소의 구속에서 자유로워졌다.	.746			
	스마트한11. 나는 언제 어디서든 스마트폰을 이용해 친구, 가족과 연결되어 있다는 느낌이 든다.	.476			

으로 이용할 수 있는 ‘사용 준비성’이 같은 요인으로 생성된 것으로 해석된다. 본 연구에서 새롭게 제시한 ‘사용준비성’의 요인이 기존 연구 결과의 ‘서비스 통합성’과 만나 스마트한 이용을 설명하는 핵심적인 요인으로 생성된 점에 의의를 두어, ‘사용준비성’과 ‘미디어 통합성’ 요인을 ‘다가능 사용준비성’ 요인으로 재명명하였고, 스마트한 이용을 설명하는 제1 요인으로 도출되었다.

다음으로 ‘기기 연결성’은 기존 연구들과 동일한 결과를 얻었으나, 본 연구에서 주목한 부분은 클라우드 서비스, N-screen 서비스로서 콘텐츠 공유에 집중한 바, 기존 논의들이 지적하는 기기 자체의 연결과는 그 의미상의 차이가 분명 존재할 것으로 짐작된다. 그러나 콘텐츠를 공유하든 기기 자체를 연결하든 컴퓨터와 스마트폰의 연결이라는 지점에서 선행연구의 ‘기기 연결성’의 개념은 여전히 유효한 요인으로 수용되었다.

또한, 본 연구에서 기존 연구의 ‘이동성’ 개념보다는 공간적 특성에 주목해 ‘어디든’, ‘일시적으로 형성된 사적 공간’에서 ‘누군가와 함께 연결되어 있는 느낌’을 추가해 정의한 ‘외부연결성’도 예상과 같이 도출되었다. 이는 미디어의 주체로서의 의식이 투영되어 ‘내가 미디어의 주인으로서 세상과 연결된 느낌’으로 설명될 수 있어 퍼스널 미디어 혁명에서 제시된 ‘소비자 주권 강화’의 측면을 확인할 수 있는 지점이었다. 더불어 이러한 ‘외부 연결성’은 다양한 스마트 디바이스들이 대중적으로 상용화되면 더욱 강화될 것으로 예상되는 부분인 동시에 스마트폰의 자율적 활용 속성의 이용 행태에서 드러난 ‘미디어 일체감’의 측면까지 포괄적으로 설명할 수 있어 앞으로 더 주목해야할 요인으로 분석되었다.

이어서 '관리 효율성'은 '시간효율성'과 '관계연결성'의 개념이 하나의 요인으로 통합되면서 생성되었다. 심층인터뷰에서 모든 세대의 이용자들은 스마트폰의 SNS와 메신저 이용을 통해 지인들과의 관계 유지가 쉬워진 점을 스마트폰의 독특한 특성으로 꼽았다. 그런데 흥미로운 점은 스마트폰을 통해 '틈새시간'을 창출하면서 '동시성'을 확대해주는 '시간 효율성'의 속성(이재현, 2005)을 '관계 연결성'의 특성과 함께 인지했다는 점이다. 결국 이용자들이 자투리 시간을 창출해 무언가를 한다는 행위가 페이스북, 트위터, 블로그 등을 관리한다는 응답이 많았던 것에 근거해 보면, 새로운 시간을 창조해 지인들과의 관계를 관리하는데 중점을 두었다고 해석된다. 따라서 '시간효율성'에서 의미했던 스마트폰 이용의 유용성 및 유희성은 지인들과의 관계 관리 및 관계 맺기에 소비하면서 얻어지는 것으로 해석되었다. 이에 따라 본 연구에서는 기존 연구에서 제시하였던 스마트함의 특성인 '시간효율성'과 '관계연결성'이 별도로 분리되는 개념이 아니라 현재의 이용자들에게는 하나의 새로운 행위를 하는 개념으로 이해됨을 제안하는 바, 이 요인을 '관리 효율성'으로 다시 명명하였다.

다음의 '미디어 일체감'은 본 연구에서 새롭게 제안한 스마트폰의 자율적 활용 속성이었는데, 일상적이고 습관적인 이용, 익숙한 미디어, 내 손 안에 함께 있는 것 같은 느낌들로서 내 손과 연결된 임베디드 미디어 개념으로 조작화하여 측정하였고, 이에 대한 타당한 결과를 얻었다. 이 요인은 향후 스마트폰과 연결된 스마트시계, 스마트 글래스 등의 등장으로 인해 '외부 연결성' 요인과 함께 스마트폰의 특성 중 가장 강력한 영향을 미치는 요인으로 진화할 가능성이 높은 것으로 예상된다.

마지막으로 '이용자 중심 최적화' 요인은 이용자의 능동적 성향 위에 자신이 원하는 바를 선택하고 조합해 이용하는 것으로 조작적 정의를 내렸으며, 김은미 등(2012b)이 발견한 능동성의 하위개념으로서 미디어 최적화의 개념과 개인미디어, 개인중심적인 미디어로서 스마트폰의 활용의 개념, 그리고 질적 이용에 해당하는 능동성 경향이 높은 이용형태 개념(양일영 · 이수영, 2011)을 고려하여 해당 요인을 측정하였고, 이에 대한 타당한 결과를 얻었다. 이 요인 역시 본 연구에서 새롭게 제안하는 개념으로서 스마트한 이용을 설명하는 요인 중 개인의 활용 역량과 가장 밀접한 개념에 해당된다. 이에 개인의 이용 능력과 긴밀한 관계 속에서 성장할 것으로 예상되는 바, 스마트 디바이스 사용이 보편화되면서 스마트한 이용을 설명하는 필수적인 요인으로 해석될 가능성이 높다.

### (3) 2차 측정모형의 타당도 검증과 분석 결과

#### ① 측정도구의 신뢰도

본 연구에서는 다항목으로 구성된 스마트한 이용을 대상으로 측정도구의 내적일관성

(internal consistent)을 파악하기 위해 SPSS Statistics 21을 사용하여 신뢰성 분석을 실시하였다.<sup>10)</sup> 각 잠재변인별로 내적 일관성을 검증하기 위해 신뢰성 분석을 실시한 결과 Cronbach's  $\alpha$ 값은 0.873에서 0.722에 분포되어 모두 0.5 이상으로 높게 나타나 수용가능한 수준인 것으로 분석되었다(〈표 3〉의 신뢰도 참고).

② 측정도구의 타당성

집중타당도는 확인적 요인분석을 실시한 이후 표준화 요인부하량, 평균분산추출, 잠재요인신뢰도 값을 구해 평가한다(이학식·임지훈, 2009). 각 잠재요인에 대한 분석결과, 다기능 사용준비성(.499)과 미디어일체감(.456)의 AVE값이 .5에 근소하게 못 미치는 값으로 나타났으나, 각 측정항목의 표준화요인부하량이 .5 이상으로 나타났으며, 다른 잠재요인들과 판별타당도에 문제를 보이지 않았고, 잠재요인 신뢰도의 기준치에 부합하여 수용 가능한 집중타당도를 보유하고 있다고 판단하였다. 특히, 미디어일체감의 경우 새롭게 발견된 요인으로서 탐색적 시도라는 점을 감안하여 하위 구성개념으로 채택하였다(〈표 4〉의 AVE 참고).<sup>11)</sup>

표 4. 판별타당도 검증

	다기능 사용 준비성	관리 효율성	미디어 일체감	기기 연결성	이용자중심 최적화	외부 연결성	AVE	개념 신뢰도
다기능 사용준비성	1						.499	.799
관리효율성	.573**						.541	.822
미디어 일체감	.460**	.532**					.456	.627
기기연결성	.522**	.440**	.278**				.536	.697
이용자중심 최적화	.505**	.293**	.162**	.300**			.563	.717
외부연결성	.505**	.473**	.344**	.364**	.297**	1	.628	.771

주. \*\*\*P<.001, \*\*P<.01 수준에서 유의함.

10) 신뢰성 계수(Cronbach's coefficient alpha)는 0.5 이상이 수용 가능한 수준으로 해석된다(이학식·임지훈, 2011, 121쪽; Hair et al., 2010, p.92).

### ③ 측정도구의 판별타당도

본고에서의 잠재요인의 평균분산추출 값과 잠재요인들 간의 상관관계 제곱의 값을 도출해 분석한 결과 모든 잠재요인의 평균분산추출값이 상관관계 제곱값보다 큰 것으로 나타나 측정도구의 판별타당성이 확보되었다.<sup>12)</sup> 즉, 변수들 간의 상관관계는 통계적으로 유의하게 나타났으며, 연구자가 제안한 가설의 방향과 일치하고 있었다. 또한, 각 연구 단위별 변수들은 모두 상호 간의 상관계수가 .70 이상의 매우 높은 관계로 나타나지 않고 있기 때문에 각 변수들 간에 다중공선성이 없다고 판단되므로 판별타당성은 확보되었다고 볼 수 있다(황영호·문유진·황우택, 2012, 36쪽).

이상과 같이 본고에서 제안한 2차 측정 연구모형에 대한 타당도가 확보된 바, 스마트한 이용의 2차 요인분석을 실시하였고, 그 결과는 아래에 제시된 <표 5>와 같다.

구체적으로 살펴보면, 2차 측정모형을 통한 요인분석의 측정모형 적합도는 RMSEA의 경우 0.063( $p < .05$ , 최대  $p < .08$ )으로 기준치를 충족시키고 있었고, RMSEA와 함께 바람직한 적합도 지수로 추천되고 있는 GFI 적합도 지수 또한 0.931로 최적 모델 기준치에 부합하는 것으로 나타났다. 그 밖의 다른 적합도 지수들의 경우 위의 <표 5> 하단에 제시하였는데, 구체적으로  $\chi^2/df = 3.319$ , NFI는 0.992로 나타나 매우 만족할 만한 수준의 적합도임이 확인되었다. 또한, 측정 변인들의 집중타당도를 검증하는 AVE와 개념신뢰도를 구하였는데, '미디어일체감'의 경우 개념신뢰도와 AVE값이 기준치에 다소 미치지 못하는 것으로 나타났다. 그러나 미디어 일체감의 2차 요인부하량이 .682로, 측정변인들의 요인 적재량도 .7 이상으로 분석되었으며, 크론바흐 알파의 신뢰도 계수 역시 .699(Cronbach's  $\alpha > 0.6$  이상)로 분석되어 제거할 필요성을 크게 느끼지 못하였다. 이에 미디어 일체감의 요인까지 포함해 6개 요인으로 2차 요인분석 결과를 정리하였다.

2차 요인분석 결과, 내용면에 있어서는 탐색적 요인분석의 결과와 큰 차이는 없으나, 각 요인의 측정변인 중 표준화된 요인부하량 값이 적은 항목들은 제거되어 측정변인의 수가 감소하였고, 이를 통해 각 요인의 측정변인들의 집중타당도가 확보되어 측정항목에 대한 타당도와 신뢰도를 확보할 수 있었다. 2차 측정모형을 정리한 결과는 <그림 2>와 같다.

스마트한 이용에 가장 큰 영향을 받는 요인은 '다기능 사용준비성'으로 나타났으며,

11) 요인부하량이 .5 이하라도 너무 낮지만 않다면(예,  $\lambda = .45$  이상), 해당 관측변수를 무조건 제거해 구성 개념의 의미가 변질되기보다는 사용하는 것을 고려할 수 있다(우종필, 2012, 165쪽).

12) 다기능사용준비성과 관리효율성의 상관관계 제곱의 값은 0.328로 이들 각각의 AVE값이 0.499와 0.541보다 작다. 또한 관리효율성과 미디어일체감의 상관관계 제곱의 값은 0.283으로 이들 각각의 AVE 값 0.541과 0.456보다 작다.

표 5. 스마트한 이용의 2차 요인분석 결과

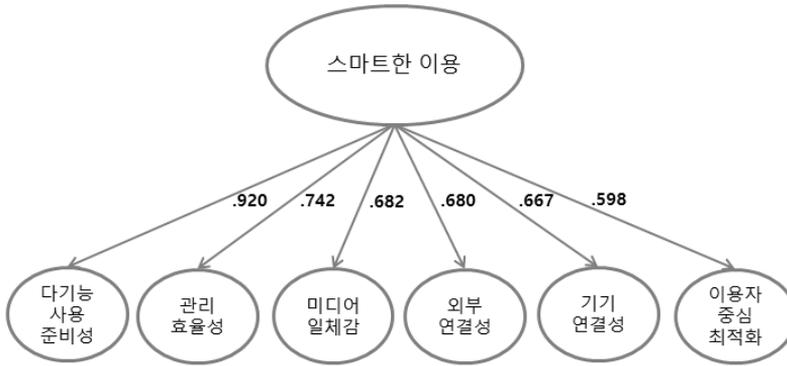
요인		측정항목	표준 적재치	표준 오차	t값	p값	CR	AVE	Cronba ch $\alpha$
2차 요인	1차 요인								
스마트한 이용	다기능 사용 준비성 (=.920)	스마트한2	0.712	0.066	14.782	***	0.799	0.499	.821
		스마트한7	0.751	0.077	15.443	***			
		스마트한8	0.673	-	-				
		스마트한10	0.798	0.070	16.184	***			
	관리 효율성 (=.742)	스마트한19	0.588	0.043	14.138	***	0.822	0.541	.840
		스마트한22	0.836	0.048	21.209	***			
		스마트한23	0.085	-	-				
		스마트한24	0.804	0.048	20.380	***			
	미디어 일체감 (=.682)	스마트한25	0.723	0.087	11.342	***	0.627	0.456	.699
		스마트한27	0.743	-	-				
	기기 연결성 (=.667)	스마트한4	0.770	-	-		0.697	0.536	.795
		스마트한5	0.856	0.081	14.220	***			
	이용자 중심 최적화 (=.598)	스마트한15	0.853	0.128	10.041	***	0.717	0.563	.717
		스마트한16	0.656	-	-				
외부 연결성 (=.680)	스마트한12	0.784	-	-		0.771	0.628	.817	
	스마트한13	0.882	0.072	15.509	***				

적합도  $\chi^2=325.302(df=98, p=.000)$ ,  $\chi^2/df=3.319$ , GFI=.931, AGFI=.904, NFI=.922, RMSEA=.063

주. ( )괄호 안에 2차 요인 표준적재치임. \*\*\*P<.001, \*\*P<.01 수준에서 유의함.

그 뒤로 ‘관리효율성’, ‘미디어일체감’, ‘외부연결성’, ‘기기연결성’, ‘이용자중심최적화’의 순으로 나타났다. 즉, 이용자들은 스마트한 이용을 구성하는 개념으로서 즉시성, 적합성, 다기능미디어, 멀티미디어성을 포괄하는 ‘다기능 사용준비성’을 가장 스마트한 이용행태로 여기고 있었으며, 자투리 시간을 활용해 타인과의 관계를 관리하는 ‘관리 효율성’을 스마트한 이용행태로 보고 있음을 알 수 있었다. 그 뒤로 ‘미디어일체감’과 ‘외부연결성’, ‘기기연결성’은 비슷한 수준의 설명력을 보였는데, 몸의 일부인 양 습관적으로 스마트폰을 이용하고, 모르는 장소에 있어도 불안하지 않으며, 문서나 사진 등을 관리 저장할 수 있는 이용 상황을 스마트한 이용행태로 보고 있었다. 마지막으로 ‘이용자 중심 최적화’가 스마트한 이용을 설명하는 가장 낮은 영향력의 요인으로 도출되었는데 8개의 1차 요인 중 가장 능동성이

그림 2. '스마트한 이용'의 2차 측정모형 분석 결과



높은 행동으로 측정된 바, 이용자들의 능동적 활용과 통제는 스마트함을 설명하는 중요한 기준이 되지만 모든 이용자들이 강도 높은 능동적 행태를 나타내지는 않음을 짐작할 수 있게 했다. 이에 따라 '이용자 중심 최적화'를 보다 구체적으로 논의할 수 있는 이용자의 능동성 혹은 질적 이용의 측면에 대해 다차원적인 탐색이 더욱 중요해지는 상황으로 보인다.<sup>13)</sup>

이상과 같이 '스마트한 이용'이란 6개의 하위 요인으로 구성된 개념으로서 '다기능 사용준비성', '관리 효율성', '미디어 일체감', '외부 연결성', '기기 연결성', '이용자 중심 최적화'의 요인으로 설명되는 개념임을 명확하게 제안할 수 있다.

## 5. 논의

본 연구는 스마트폰의 채택이 확산되면서 사람들의 '스마트한 이용' 행태는 어떠한지, 그리고 추상적인 개념인 '스마트한 이용'을 실증데이터로 측정가능한가에 대한 물음에서 시작되었다. 이에 본 연구에서는 스마트폰 이용자들의 스마트폰 이용행태의 특성을 활용적 측면에서 살펴보고, 이 특성들이 '스마트한 이용'으로 설명될 수 있는지에 대해 실증적으로 검증하였다. 그 결과 첫째, 심층인터뷰 결과 10대에서 40대까지 각 세대별 이용행태에는 차이를 보였지만, 각각의 차원이 '스마트한 이용'에 해당된다고 진술하는 지점은 개인의 인

13) 이에 따라 김기운(2015)의 연구에서는 질적이용에 대한 2차 측정모형을 실시한 바 있어, 스마트한 이용과 질적이용과의 관계에 대한 재탐색이 필요함을 도출하였다.

식, 동기 및 행태에 걸쳐 각각의 활용정도에 따라 구분되었다. 이를 토대로 도출된 스마트한 이용행태의 특성은 미디어통합성, 기기연결성, 관계연결성, 시간효율성, 외부연결성, 이용자 중심 최적화, 사용준비성, 미디어 일체감으로 유목화 할 수 있었다. 일부 개념은 기존 연구에서 제시된 특성과 유사하지만, 이번의 심층인터뷰를 통해 새롭게 제시되거나 재개념화된 부분도 있다. 이를 기반으로 스마트한 이용의 1차 잠재요인을 설정, 2차 측정모형을 구성해 검증하였다.

둘째, 2차 측정모형으로 스마트한 이용의 구성요인을 검증하였는데, 그 결과로서 다기능 사용준비성, 관리 효율성, 미디어 일체감, 기기연결성, 이용자 중심 최적화, 외부연결성(being connected)의 6개 요인이 추출되었다. 이 과정에서 '사용준비성'과 '미디어 통합성'이 '다기능 사용준비성'으로 묶였으며, '시간 효율성'과 '관계 연결성'이 '관리 효율성'으로 합쳐졌다. 따라서 '스마트한 이용'의 하위개념인 6개의 요인들이 스마트한 이용의 개념으로 설명되는 영향력에 대해 논의하고자 한다.

'스마트한 이용'이란 기존의 모바일 미디어의 매체적 특성과 개인의 활용적 속성을 포괄적으로 통합해 구성된 복합적인 개념으로서 이용자들의 자율적 활용과 능동적 통제를 기반으로 진화해나가는 개념임을 파악할 수 있었다. 그 중 '외부연결성' 요인과 '미디어 일체감' 요인의 경우 본 연구를 통해 새롭게 제기된 개념이다. '외부연결성'은 'being connected' 상태에서 기존 연구들에서 논의되는 '이동성'과 '휴대성'의 개념에 기반하였지만, 심층인터뷰를 통해 발견된 '일시적으로 형성된 사적 공간'에서 '누군가와 함께 연결되어 있는 느낌'을 포함해 '심리적 안정성'과 '항상 누군가와 연결되어 있는 느낌'으로 정의되었다. '외부연결성'은 매스미디어에서 퍼스널미디어로 이동하면서 소비자가 주체가 되고 개인이 중심이 되는 통제혁명을 설명해 주기 때문에 진화하는 모바일 기기들이 반드시 내재화해야 하는 특성 중 하나가 될 것으로 보인다. 이와 더불어 주목해야 하는 요인은 '미디어 일체감'이다. '미디어 일체감'은 스마트폰의 습관적 이용 행태에 기반 해, 이용자가 무의식적으로 모바일 공간을 끊임없이 오고가는 과정에서 발생하는 '경계의 희미해짐' 현상으로 볼 수 있다. 모바일 인터페이스의 발달은 '미디어 일체감'을 극대화시킬 수 있어 앞으로 더욱 진화해 나갈 개념으로 논의될 가능성이 크다. 특히, 스마트폰을 두고 '개인비서'라고 일컫는 데서 '미디어 일체감'의 중요성이 부각되는데, 이는 향후 발전하고 있는 사물인터넷과의 결합을 통한 스마트폰의 '스마트함'에 대한 증가와 직결되기 때문일 것으로 보인다. 즉, 모든 사물들과 네트워크가 연결되면서 축적된 데이터를 고도화된 컴퓨팅 능력으로 해석해 사용자 일상에 맞춤형 서비스를 제공하는 스마트폰이 일종의 개인비서로 발달했다고 설명하는 것이다. 이는 향후 스마트폰을 중심으로 웨어러블 디바이스를 포함한 사물인터넷 분야

까지 확대될 수 있음을 가리키는 것이며, 스마트폰, 스마트 디바이스를 일컫는 스마트의 의미는 개인들의 일상생활을 포함해 다양한 산업 분야로 더욱 확대되고 재생산되고 있음을 알 수 있다. 이에 따라 모바일 인터페이스에 대한 개인의 통제성을 약화시키면서 끊임 없는 커뮤니케이션을 유도하고 끊임 없는 확인 습관을 생성해 모바일 공간 속에서의 개인의 자율적 역량을 높여나갈 수 있기 때문이다.

그러나 '스마트한 이용'에 대한 가장 높은 표준화된 요인부하량을 보인 요인은 '다기능 사용준비성'과 '관리 효율성'이다. 이에 근거해 현 상황에서는 스마트한 이용의 상당부분을 '다양한 서비스와 미디어를 즉각적으로 이용할 수 있는 것', '시간을 쪼개어 사회적 관계를 관리하고 유지하는 것'으로 설명할 수 있다. 이는 스마트폰이 즉각적으로 모바일 공간을 구현해주는 특성에 기반해 나타나는데, 이용자가 원하는 시간과 장소에서 커뮤니케이션할 수 있게 함으로서 실질적으로 이용자들이 자신의 환경을 통제할 수 있다는 것을 의미한다(양일영 · 이수영, 2011). 이러한 측면에서 스마트한 이용이란 개인의 필요 및 목적 또는 상황적 특성을 고려하여 가장 적합한 미디어 서비스를 선택하고 이를 지속적으로 점검하는 행위가 중요해졌다는 기존 연구 결과에(심미선 외, 2011) 스마트폰 이용을 통한 심리적 안정감과 물리적 공간성의 약화에 대한 내용이 추가됨으로서 이용자들의 이용 행태를 보다 다양한 층위에서 측정할 수 있다고 논의할 수 있을 것이다. 더불어 '이용자 중심의 최적화 요인'과 '기기연결성' 요인까지 해석의 폭을 넓혀보면, 미디어가 그 때 그 때 필요나 상황에 따라 어떤 기기나 미디어나 콘텐츠와도 재조합될 수 있다는 능동성의 개념을 포함하고 있어 이용자 개인의 취향 및 미디어 이용능력에 따라 자신에게 가장 적합하게, 자신이 원하는 방식으로 미디어를 이용할 수 있음을 스마트한 이용으로 제한할 수 있을 것이다. 따라서 '스마트한 이용'을 이상의 6개의 요인이 설명하는 것으로 추론하면, 스마트폰의 기능과 다양한 어플리케이션 활용으로 인한 결과가 개인의 자율적 활용과 능동적 통제로 적절히 조율되는 이용행태로 설명할 수 있을 것이다.

이와 같이 스마트한 이용은 개인들의 인식과 동기, 이에 따른 다양한 이용행태를 통해 매우 복합적인 특성을 보이며 변화하는 환경에 따라 그 개념이 이용자들의 활용 속에서 융합되고 진화되어 가는 양상을 보임을 파악할 수 있었다. 그 이유는 첫째, 기존 연구에서 제시된 즉시성은 심층인터뷰를 통해 사용준비성으로 재개념화되었으며, 이는 실증데이터 검증을 통해 다기능 미디어, 미디어 통합성과 같은 기존의 매체적 특성과 결합해 '다기능 사용준비성'으로 새롭게 제시된 바를 들 수 있다.

둘째, 스마트한 이용행태를 설명하는 특성들은 기존 연구의 매체적 특성과 유사하지만 이 개념이 의미하는 바는 기존의 매체적 특성을 설명할 때와는 다소 차이가 있다. 이

는 이용자들이 인식과 동기를 토대로 활용하는 양상 속에서 그 의미가 발생했기 때문인데, ‘관리효율성’의 경우 2차 요인분석 결과 ‘관계연결성’과 ‘시간효율성’의 요인이 함께 묶이면서 재개념화되었다. 이에 대해 이용자들은 스마트폰으로 타인과 관계를 맺고, 유지하고 확장해나가는 과정이 즐겁고 재미있는데, 이동하거나 친구를 기다리는 등 자투리 시간을 활용하여 이러한 작업을 하면 스마트하다고 설명했기 때문이다.

셋째, ‘다기능 사용준비성’(.982)과 ‘관리효율성’(.742)에 비해 ‘미디어일체감’(,.682), ‘외부연결성’(,.680), ‘기기연결성’(,.667), ‘이용자중심최적화’(,.598) 요인은 상대적으로 스마트한 이용의 하위개념으로서 설명력이 낮게 나타났다. 이는 ‘이용자중심최적화’ 요인이 나머지 요인에 비해 철저히 이용자의 활용에 근거해 발생할 수 있는 특성이라는 점에서 여전히 이용자의 능동성에 대한 탐구가 더해져야 함을 확인할 수 있다. 즉, ‘미디어일체감’, ‘외부연결성’, ‘기기연결성’ 요인도 이용자의 활용이 없으면 발생하지 않는 요인이지만, ‘이용자중심최적화’ 요인에 비해 기기적 특성에 근거해 발생한다는 차이가 있기 때문으로 보인다. 이에 따라 매체적 특성에 의거해 고찰되었던 기존의 논의들에서 스마트한 이용의 개념이 개인의 활용에 따라 진화하고 있는 개념임을 보여준다는 점에서 의미가 있을 것이다.

본 연구에서는 스마트한 이용을 기존의 이론적 틀을 활용해 분석을 시도해 일반적으로 사용하는 ‘스마트 ○○○’, ‘~스마트하다’, ‘스마트하게 이용한다’ 등의 ‘스마트’의 의미를 이용자의 활용을 중심으로 체계적인 접근을 시도하였다. 또한 ‘스마트’의 의미는 모바일 기술의 진화와 이용자들의 능동적 성장을 기반으로 역동적으로 진화하고 있는 개념임을 다루었다. 이를 통해 ‘스마트한 이용’이라는 새로운 개념을 측정할 부분에 있어 성과를 거두었다고 판단된다.

그러나 본 연구는 스마트폰 이용행태에 대한 귀납적 접근으로 인해 이론 모형 구성에 한계가 있었다.<sup>14)</sup> 이에 따라 구성 개념의 포괄성 문제로서 스마트한 이용을 측정할 방법론적인 제한점이 발생하였다. 즉, 본 연구에서는 기존의 유사개념에 대한 측정 문항을 이용해 스마트한 이용을 추론하는 과정을 거쳤다. 이를 위해 심층인터뷰와 미디어 다이어리를 통해 새로운 이용행태를 최대한 포함하려 노력하였으나, 기존에 검증된 요인으로 재구성하는 과정에서 배제된 요인이 있을 것으로 생각된다. 특히, 본고에서는 2차 요인인 ‘스마트한 이용’을 측정하기 위해 1차 잠재요인들을 복합적인 개념들로 구성하였다. 그 과정에서

14) 특히, 스마트한 이용이 이용자들의 자율적 활용과 능동적 통제에 기반한다면, 이용자들의 이용능력과 관련된 논의를 토대로 이론모형을 구성할 수 있었던 바, 이에 대한 논의는 김기윤(2015)의 다른 연구에서 수행되어 본 논문에서 함께 다루지 못한 한계가 존재한다.

인식, 태도, 행위의 요인이 혼재되어 구성된 한계가 존재하는데, 공분산구조모형에서 엄격하게 필요한 이론적 배경, 선행연구와 관련 없이 새로운 탐색적 인과관계 모형 구축에 적절한 것으로 평가받는 PLS를 활용했다면 이들의 관계를 설정하고 규명하는 등의 보완적 설명이 가능했을 것으로 판단된다. 최근 신동희(Shin, 2015)는 스마트폰의 만족도와 관련하여 PLS를 활용, smart satisfaction index를 평가한 바, SCSI모형을 제안하여 스마트폰 서비스의 질적 평가를 위한 강력한 틀을 제공했다는 점에서 산업과 학계의 유용하게 활용될 것으로 보고 있다. 따라서 후속 연구에서는 스마트한 이용을 인지와 동기, 이에 따른 행위차원이 혼재되어 있는 복합적인 내용을 동일한 층위로 측정하는 1차 잠재요인으로 구성하는 대신, PLS를 활용해 탐색적 인과관계를 설정함으로써 2차 요인인 스마트한 이용에 대한 다른 층위의 해석을 이끌어 낼 수 있으리라 본다.

또한, 본 연구에서는 세대별 심층인터뷰를 진행해 스마트한 이용을 측정하고자 시도했음에도 불구하고, 세대별 이용행태의 차이에 대한 논의는 담지 못한 한계가 있다. 스마트한 이용이라는 개념에 접근하기 위해 미처 분석되지 못한 세대별 이용행태에 대한 심층적인 논의 역시 수행되어야 할 것이다. 따라서 후속 연구에서는 본 연구를 통한 '스마트한 이용'의 논의가 초기 단계의 개념임을 유념해 다각적인 시각으로서 역동적인 진화상을 포착하고, 그 진화과정에 대한 논의를 계속해서 이어갈 수 있을 것으로 판단된다.

본 연구에서 진화하는 스마트한 이용의 개념적 체계화에 주목한 이유는 복잡해져만 가는 미디어 이용행위를 보다 체계적으로 이해하는데 기여할 수 있는 대안 중 하나라고 보았기 때문이며, 향후 사물인터넷과 웨어러블 디바이스 기기, 스마트홈 등 미래를 선도하는 산업들이 스마트폰과 집중적으로 연결돼 그 산업의 규모를 키워나갈 가능성이 매우 높다는 데 있다(김기윤, 2014). 따라서 스마트폰을 '스마트하게 이용한다'의 의미를 파악해 개인 미디어로서 스마트폰의 이용 행태를 정확히 분석한다면, 향후 IoT 등 초연결사회에서 스마트폰 활용이 갖는 다양한 층위의 논의와 이해를 이끌어낼 수 있을 것으로 생각된다.

## 참고 문헌

- 강민아·손주연·김희정 (2007). 통합 연구 방법 적용 가능성에 대한 탐색 연구: 지역 보건 정책 결정을 위한 주민 의견 조사에 설문 조사와 포커스 그룹 방법의 통합적 적용. <한국행정학보>, 41권 4호, 415-437.
- 강진숙·장유정 (2012). 스마트폰 이용자들의 원격현전 경험에 대한 현상학적 연구: 비릴리오의 속도론과 '감각의 마비'를 중심으로. <한국방송학보>, 26권 2호, 7-45.
- 김기운 (2014). <스마트폰의 '스마트한 이용'이란 무엇인가?: 채택개념의 확장과 이용차원에 대한 탐구를 중심으로>. 서강대학교 신문방송학과 대학원 박사학위논문.
- 김기운 (2015). 스마트폰의 스마트한 이용이란 무엇인가: 스마트한 이용에 영향을 미치는 요인들에 대한 탐색을 중심으로. <미디어 경제와 문화>, 13권 4호, 7-59.
- 김대호·김도연·김은미·도준호 (2006). 초점집단 인터뷰를 통해 본 위성 DMB 초기채택자의 채택동기 및 이용행태. <한국언론학보>, 50권 3호, 65-95.
- 김용찬·손혜영·심홍진·임지영 (2012). 뉴미디어 이용과 환경 통제감 인식: SNS와 스마트폰 이용을 중심으로. <사이버커뮤니케이션학보> 29권 2호, 45-94.
- 김수연·이상훈·황현석 (2011). 스마트폰 수용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. <Entrue Journal of Information Technology>, 10권 1호, 29-39.
- 김은미·이동후·임영호·정일권 (2011). <SNS 혁명의 신화와 실제: '토크, 플레이, 러브'의 진화>. 서울: 나남.
- 김은미·심미선·김반야·오하영 (2012a). 미디어화 관점에서 본 스마트미디어 이용과 일상경험의 변화. <한국언론학보>, 56권 4호, 133-470.
- 김은미·심미선·김반야 (2012b). 능동적 미디어 이용 개념에 대한 재탐색. <한국방송학보>, 26권 6호, 46-87.
- 김예란 (2012). '스마트' 체제에 대한 이론적 고찰: '장치'와 '주체의 윤리학'의 관점에서. <언론과 사회>, 20권 1호, 성곡언론문화재단, 178-226.
- 김신동 (2001). 호모텔레포니쿠스의 등장: 이동전화 확산에 영향을 준 사회문화적 요인 연구. <한국언론학보>, 45권 2호, 62-85.
- 김주환·김영석 (2005). <모바일 미디어 사용행태에 관한 연구>. 한국무선국관리사업단.
- 나은영 (2001). 휴대전화 채택에 영향을 미치는 휴대전화 커뮤니케이션의 매체적 속성에 관한 연구. <한국언론학보>, 45권 4호, 189-228.
- 손영준·김옥태 (2011). 스마트폰 이용자의 이용경험, 구입동기가 스마트폰 유용성, 용이성 인식에 미치는 영향에 관한 연구. <한국언론학보>, 55권 5호, 286-491.
- 심미선 (2004). 수용자. 흥기선 외(편), <현대방송의 이해>. 서울:나남.
- 심미선·김은미·오하영·김반야 (2012). 스마트함이란 무엇인가?: 이용자의 스마트미디어에 대한 인식을 중심으로. <한국방송학보>, 26권 3호, 255-297.

- 이학식 · 임지훈 (2011). <SPSS 18.0 매뉴얼>. 서울: 집현재.
- 양일영 · 이수영 (2011). 이용 동기에 기반한 스마트폰 초기 이용자 유형에 관한 탐색적 연구. <한국언론학보>, 55권 1호, 109-489.
- 이수영 · 은혜정 (2006). 디지털 미디어 수용자의 능동성에 관한 연구: PPV(Pay Per View) 이용행태를 중심으로. <한국언론정보학보>, 36권, 348-373.
- 이재현 (2004). <멀티미디어와 디지털 세계>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 이재현 (2005). 인터넷, 전통적 미디어, 그리고 생활시간패턴: 시간재할당 가설의 제안. <한국언론학보>, 49권 2호, 224-254.
- 우종필 (2012). <우종필 교수의 구조방정식모델 개념과 이해>. 서울: 한나래.
- 장용호 · 박종구 (2010). 마이크로블로그 채택모델에 관한 연구: 미디어채택 연구에 대한 통합적 접근. <한국언론학보>, 54권 5호, 32-58.
- 정부연 (2010). 모바일 환경 변화에 따른 모바일 콘텐츠 및 애플리케이션의 변화 추세와 시사점. <방송통신정책>, 22권 18호, 37-64.
- 추호정 · 윤남희 (2011). 사용만족과 소비자 혁신성이 스마트폰 적극적 사용행동에 미치는 영향. <마케팅관리 연구>, 16권 4호, 153-176.
- 한국인터넷진흥원 (2013). <스마트폰이용실태조사>. Available:  
<http://isis.kisa.or.kr/board/index.jsp?pageId=040100&bbsId=7&itemId=795&pageIndex=2>
- 한영수 (2010). <weekly 포커스>. LG Business Insight.
- 황경호 · 권상희 (2011). 스마트폰의 진화와 문화자본(Cultural Capital)에 관한 연구. <문화경제연구>, 14권 2호, 3-33.
- 황영호 · 문유진 · 황우택 (2012). 트위터의 이용 동기가 이용자의 사회적 자본과 이용 만족에 미치는 영향. <한국자치행정학보>, 26권 2호, 23-50.
- 황주성 · 박윤정 (2010). 휴대전화 인터넷 공간인식의 변화: 폴브라우징 인터넷을 중심으로. <정보와 사회>, 17권, 1-31.
- 황주성 · 이재현 (2011). 스마트폰과 일반폰 이용자의 미디어 이용패턴 비교. <사이버커뮤니케이션학회>, 28권 4호, 303~351.
- 황주성 · 이재현 · 이나경 (2010). <모바일 인터넷으로 인한 미디어 이용패턴의 변화: 스마트폰 이용자를 중심으로>. 서울: 정보통신정책연구원
- 황하성 · 손승혜 · 최윤정 (2011). 이용자 속성 및 기능적 특성에 따른 스마트폰 중독에 관한 탐색적 연구. <한국방송학보>, 25권 2호, 277-313.
- Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The existence of control*. New York: Freeman.
- Bandura, A., & Wood, R. (1989). Effect of perceived controllability and performance standards on self-regulation of complex decision-making. *Journal of Personality and Social Psychology*, 56, 805-814.
- Baym. (2010). *Persnal connections in the digital age*. Malden, MA: Polity Press.

- Benkler, Y. (2006). *The wealth of networks: How social production transforms markets and freedom*. New Haven, CT: Yale University Press.
- Chen, J. V., Yen, D. C., & Chen, K. (2009). The acceptance and diffusion of the innovative smart phone use: A case study of a delivery service company in logistics. *Information & Management, 46*(4), 241–248.
- Campbell, H., & La Pastina, A. (2010). How the iPhone became divine: new media, religion and the intertextual circulation of meaning. *New Media & Society, 12*(7), 1191–1207.
- Carr, N. (2010). *The Shallows: What the Internet is doing to our brains*. New York: Norton. 최지향 역(2011). <생각하지 않는 사람들>. 서울: 청림출판.
- Castells, M., Fernandez-Ardevol, M., Qiu, J. L., & Sey, A. (2007). *Mobile communication and society: A global perspective*. Cambridge, MA: The MIT Press.
- Dimmick, J., Kline, S., & Stafford, L. (2000). The gratification niches of personal E-mail and the telephone. *Communication Research, 27*(2), 227–248.
- Eighmey, J., & McCord, J. (1998). Adding value in the information age: Use and gratifications of sites on the world wide web. *Journal of Business Research, 41*(3), 187–194.
- Farman, J. (2012). *The Mobile Interface Theory: Embodied space and locative media*. Routledge Taylor & Francis.: NY
- Green, N. (2002). On the Move: Technology, mobility, and the mediation of social time and space. *The Information Society: An International Journal, 18*(4), 281–292.
- Hair, J. F. Jr, Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Jauréguiberry, F. (2000). Mobile telecommunications and the management of time. *Social Science Information, 29*(2), 255–268.
- Jenkins, H. (2008). *Convergence Culture: Where old and new media collide*. NYU Press.
- Jung, T., H. Youn, & S. McClung (2007). Toward a general theory of strategic self-presentation, In J. Suls(ed.), *Psychological Perspectives on the self*, Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- Katz, E., Blumler, M., & Gurevitch, M. (1974). Utilization of mass communication by the individual. In J. G. Blumer & E. Katz(eds), *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on Gratifications Research*. Beverly Hills, CA: Sage.
- Karlson, A., Meyers, B., Jacobs, A., Johns, P., & Kane, S. (2009). Working Overtime: Patterns of Smartphone and PC Usage in the Day of an Information Worker. *Pervasive Computing, 5*538, 398–405.
- Ling, R. (2008). *New Tech, New Ties: Mobile Communication is Reaching Social Cohesion*. MA: MIT Press, 배진한 역(2009). <모바일 미디어와 새로운 인간관계 네트워크의 출현>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media: The extensions of man*. 박정규 역(1997). <미디어의 이해>. 서울: 커뮤니케이션북스.
- Middleton, C. A. (2007). Illusions of balance and control in an always-on environment: a case study of Blackberry users. *Journal of Media & Cultural Studies, 21*(2), 165–178.
- Nielsen (2012). Cross-Platform report: How We Watch From Screen to Screen. Available: [http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online\\_mobile/cross-platform-report-how-we-watch-from-screen-to-screen/](http://blog.nielsen.com/nielsenwire/online_mobile/cross-platform-report-how-we-watch-from-screen-to-screen/)
- Peterson, R. (1980). Planning the family: the art of the schedule. *Screen Education, 35*, 79–85.

- Pew Research Center (2012). Just-in-time information through mobile connections. Available: <http://pewinternet.org/Reports/2012/Just-in-time.aspx>
- Raacke, J. & Bonds\_Raacke, J. (2008), Myspace and facebook: Applying the uses and gratifications theory to exploring friend-networking site, *psychology and behavior*, 11(2), 169-174.
- Sahin, H., & Robinson, J. P. (1980). Beyond realm of necessity: Television and the colonization of leisure. *Media, Culture and society*, 3, 85-95.
- Shin, D. (2015). Effect of the customer experience on satisfaction with smartphones: Assessing smart satisfaction index with partial least squares. *Telecommunications Policy*, 39(8), 627-641.
- Shin, D., Shin, Y., Choo, H., & Beom, K. (2011). Smartphones as smart pedagogical tools: Implications for smartphones as u-learning devices. *Computers in Human Behavior*, 27(6), 2207-2214.
- Shirky, C. (2008). *Here comes everybody: The power of organizing without organizations*. New York: The Penguin Press.
- Shirky, C. (2010). *Cognitive surplus: Creativity and generosity in a connected age*. New York: The Penguin Press.
- Verkasalo, H., Lopez-Nicolas, C., Molina-Castillo, F. J., & Bouwman, H. (2009). Analysis of users and non-users of smartphone applications. *Telematics and Informatics*, 27(3), 242-255.
- Winslow, G.(2011. 1). *Tablet and Smart TVs: What You Need to Know*. Broadcasting & Cable.
- PC Magazine, Encyclopedia(n.d). definition of smartphone.  
[http://www.pcmag.com/encyclopedia\\_term/0,2542,t=Smartphone&i=5](http://www.pcmag.com/encyclopedia_term/0,2542,t=Smartphone&i=5) 1537,00.asp
- inews24, [에릭슨 보고서①] 스마트폰 '습관적' 이용자 급증, 스마트폰 이용자 40% '꺼서 잠들 때까지 만지작' 2011. 12. 30.  
 Available:[http://news.inews24.com/php/news\\_view.php?g\\_serial=627706&g\\_menu=020310](http://news.inews24.com/php/news_view.php?g_serial=627706&g_menu=020310)

투고일자: 2015. 07. 28 게재확정일자: 2015. 11. 20 최종수정일자: 2015. 11. 22

# Exploratory Study on Smart Usage of Smartphone

## Using the Second-order Measurement Model

**Ki Yoon Kim**

Ph.D., Institute for Media and Culture, Sogang University

The more mobile technology evolves, the more users are trapped in mobile technology by being encouraging the replacement with state-of-the-art technology. However, the use of device is not entirely determined by technology's attributes itself. The meaning of smartness can be varied by 'how users accept and perceive immediate spatial perception from reality to mobile space' without recognizing the boundaries between them. This study focuses on the analysis of 'smart usage' for smartphone and this is verified the concept of 'smart usage' by the second-order measurement model. The result show that the concept organization of 'smart usage' had been differentiated and elicited by the six factors - 'multifunctional use readiness', 'administrative efficiency', 'embedded media', 'device connectivity', 'user-friendly optimization', and 'external connectivity(being connected). According to the conceptual factors, 'smart usage' can be explained in an individual's autonomous ability to control a mobile interface and to utilize a wide range of applications of smartphones.

**KEYWORDS** 'smart usage', smartness, second-order measurement model, high-order measurement model, second-order Confirmatory Factor Analysis