

# 스마트 폰의 연령별 이용 형태와 보안의 필요성

최정일\* · 장예진\*\*

## 약

스마트폰은 PC의 소형화된 운영 체제를 탑재한 기기에 무선전화가 가능한 하드웨어와 소프트웨어 모듈이 추가된 휴대 전화이다. 본 연구는 연령별로 스마트폰이 보급 확대되는 과정 및 특성에 대해 살펴보고자 한다. 또한 KISA와 KISDI의 설문조사를 참고하여 스마트폰을 통한 미디어 이용 행태의 연령별 특징에 대해 조사해 보고자 한다. 스마트폰은 손쉽게 사용이 간편하고 소형 PC와 같아 휴대성과 이동성이 뛰어나다. 시간과 장소의 영향을 받지 않고 언제 어디서나 정보 및 자료 검색이 용이하다. 사진 및 동영상의 촬영이나 저장이 용이하고 여러 지인들과 다양한 정보교류가 가능하다. 모든 연령대에서 스마트폰을 널리 사용하여 삶의 만족도가 향상되었으면 한다.

## Use form by age-based of Smart phones and Necessity of Security

Jeong-Il Choi\* · Ye-Jin Jang\*\*

### ABSTRACT

The Smart phone is the mobile phone added to mounted equipment miniaturized operating system of PC and wireless phone possible hardware, software modules. This study is examine about Smart phone supply spreading process and characteristic by age. And this study is wish to investigate about age-based features of the media usage attitude via a Smart phone as a reference questionnaire of KISA and KISDI. Smart phone is easy-to-use and excellent portability and mobility like Pocket PC. It is easy to information and data search anytime and anywhere unaffected by time and place. It is to possible a variety of information exchange with several acquaintances and easy to photos and video photography. Wish to improve the life satisfaction with widely using for smart phones at all ages.

**Key words : Necessity of security, Smart Phone, Age group, Media, Use For**

접수일(2015년 9월 30일), 게재확정일(2015년 10월 29일)

\* 성결대학교 경영학부 교수 (주저자)

\*\* 국제대학교 경호보안계열 교수 (교신저자)

## 1. 서 론

스마트폰은 일반 PC와 같이 범용운영체제를 탑재하여 다양한 모바일 앱<sup>1)</sup>을 자유롭게 설치 및 실행할 수 있는 휴대전화이다. 앱 스토어를 통해 자신이 원하는 앱을 구입하고 스마트폰에 추가하여 이용할 수 있으며 3G, 4G, LTE, Wi-Fi 등을 시간과 공간에 관계없이 무선 인터넷에 접속할 수 있는 특성을 가지고 있다[1].

스마트폰은 음성통화라는 단순한 기능을 넘어 음악 감상, 사진촬영, TV시청, 인터넷게임 등 다양한 기능을 가진 융합매체이다. 모바일 매체에 대한 초기 연구는 활용도에 대한 연구에 집중되었으며 이용과 충족 및 기술수용모델 등 미시적이고 개인적 접근에 집중되는 경향을 보였다[2, 3].

더불어 인제어디서나 인터넷 접속하여 필요한 정보서비스에 접근이 가능하고 다양한 형태로 서비스가 제공 가능하다는 점에 강조되고 있다.

인터넷의 발달로 인터넷 이용자수의 증가와 더불어 스마트폰의 가입자 수가 갈수록 확산되고 있어 2014년 9월 4,000만 명이 돌파한 이후 2015년 3월 기준으로 4,125만 명에 이르고 있다. 통신사별 현황은 SKT는 1,975만 명, KT는 1,264만 명, LGU+는 886만 명으로 나타났다[4].

국민 1명이 1대 이상의 스마트폰을 소유하고 거리를 활보하는 세상이라는 점에서 보안서비스 역시 그 변화에 흐름을 타고 있다. 새로운 보안서비스로 활용할 수 있도록 스마트폰과 첨단 IT기술이 접목해 보안환경을 구축하고, '내 손안의 컴퓨터'라는 편리성이 최대의 장점으로 이미 2003년 휴대폰을 활용한 모바일 출동서비스, 위치확인서비스, 안전펜스서비스, 구급신호서비스 등을 제공하고 있으며, 휴대폰의 장단점을 기반으로 발전하고 있다.

본 연구에서는 스마트폰의 다양한 기능과 이용자 현황에 대해 연구하며 향후 보안시장의 전망에 대한 활발한 연구를 위해 살펴보고자 한다. 설문조사를 통해 살펴본 연령별 스마트폰 이용 현황과 연령별 서비스 이용 현황 그리고 연령별 방송프로그램 시청 행태에 대해 조사해 보고자하며, 이러한 조사결과를 토대로 향후 보안시장의 전망에 대한 활발한 연구방향의

대안을 제시하고자 한다.

## 2. 선행연구

정만수(2014)는 스마트폰 사용에 있어 연령이 중요한 변수로 작용하며 40세를 기준으로 이전과 이후의 스마트폰 형태가 많이 다르다고 밝혔다. 일반적으로 연령이 낮을수록 하루 스마트폰 사용시간이 길고 스마트폰에 대한 의존도가 높으며 자주 사용하는 스마트 앱 개수가 많고 스마트폰 앱에 대한 호감도가 높은 것으로 조사했다[3].

Morris et al.(2007)은 연령은 스마트폰 등 새로운 매체의 수용과 활용에 중요한 영향을 미치는 요인이며 실제로 연령층이 높아질수록 스마트폰 등 새로운 매체의 활용 초기에 불편함, 불안감, 낮은 효능도와 같은 심리적 장애를 가졌다고 밝혔다. 스마트폰과 같은 새로운 매체의 선택과 활용에는 개인의 선호도와 개성 등이 중요한 요인으로 작용하며 다양한 앱 활용에 있어서도 중요한 변수로 작용한 가능성이 높다고 조사했다[5].

황하성·손승혜·최윤정(2011)은 많은 스마트폰 이용자가 높은 의존성을 보이며 일부는 중독 상태에 까지 이르는 것으로 파악되는데 이러한 현상은 점차 증가하고 있는 추세이며 젊은 층일수록 기성세대에 비해 스마트폰에 대한 의존도가 더 높게 나타나는 것으로 파악했다[6].

조화(2013)는 스마트패드 이용량이 20~50대 연령층에서는 10대에 비해 적게 감소되었으며 모바일 앱 이용 현황에서 남성은 게임·오락·지도·네비게이션·날씨 등, 여성은 음악·쇼핑 등을 상대적으로 많이 이용한다고 밝혔다. 연령별로는 10대, 20대, 30대의 80% 이상이 게임·오락 모바일 앱을 더 많이 다운받는 것으로 조사했다. 스마트폰 이용 후 다른 단말기 이용 변화에서 여성은 남성에 비해 데스크탑 컴퓨터, 노트북 컴퓨터의 이용이 많이 감소하였고 20~50대 연령층에서는 스마트패드 이용량이 10대에 비해 적게 감소하는 것으로 나타났다[1].

본 연구에서는 기존 연구를 참고하여 연령별로 스마트폰이 보급 확대되는 과정 및 특성에 대해 살펴보

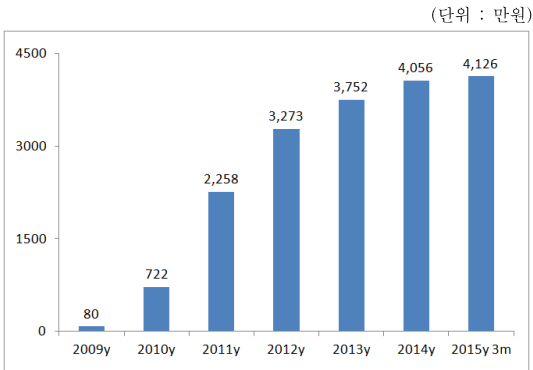
1) 모바일 앱은 스마트폰에 맞춘 응용소프트웨어로서 게임 및 전자책, 지도 등 다양한 서비스를 제공한다.

고자 한다. 또한 인터넷진흥원(KISA)과 정보통신정책연구원(KISDI)의 설문조사를 참고하여 스마트폰을 통한 미디어 이용 행태를 각 연령별로 조사하여 그 특징에 대해 살펴보고자 한다.

### 3. 자료 및 연구방법

국내 스마트폰 가입자 수가 (그림 1)와 같이 지난 2009년 국내에 스마트폰(아이폰 3GS)이 처음 도입된 5년 후 2014년 9월 4,000만 명을 넘어서면서 국민 전체의 약 80%가 스마트폰을 이용하고 있다. 이동통신사 별로는 SK텔레콤, KT, LGU+ 순으로 많은 가입자를 유치하고 있다[4].

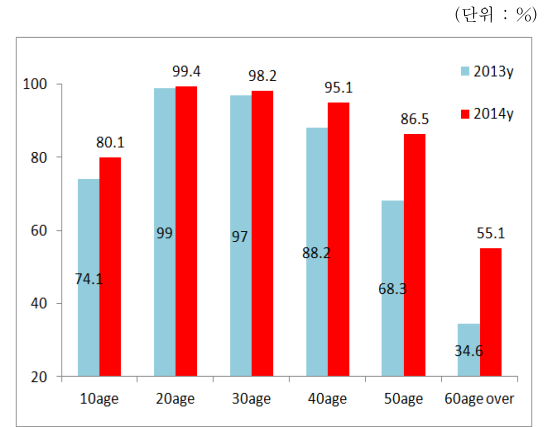
반면 태블릿 PC 가입자는 지난 2012년 12월 72만으로 최고점을 찍은 이후 매달 5,000~10,000명씩 꾸준히 감소하고 있다. 태블릿 PC보다 갤럭시노트4·아이폰6 플러스 등 '큰 화면 스마트폰'이 인기를 끌면서 이러한 현상이 반영되고 있다.



출처 : 미래창조과학부(2114)  
(그림 1) 국내 스마트폰 가입자 수 현황

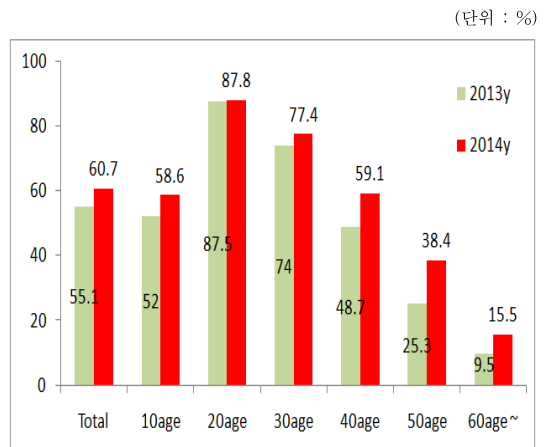
최근 스마트폰 인스턴트 메신저<sup>2)</sup> 이용률은 (그림 2)과 같이 지속적으로 상승(2012년 60.1% ⇒ 2014년 89.2%)하였으나 이메일 이용률은 지속적으로 하락한(2012년 84.8% ⇒ 2014년 59.3%) 것으로 나타났다. 이는 간편한 인스턴트 메신저가 이메일을 대체하는

추세가 반영된 것으로 보인다.



출처 : 미래창조과학부(2114)  
(그림 2) 연령별 인스턴트 메신저 이용률

스마트폰 인스턴트 메신저의 기능이 최근 커뮤니케이션 외에 금융 결제 및 송금 등 다양한 분야로 확장되고 있어 앞으로도 이용률이 지속적으로 상승할 것으로 기대된다. 특히 중·장년층의 스마트폰 활용도가 높아지면서 40대 이상의 메신저 이용률이 상승하고 있는 것으로 조사되었다[4].



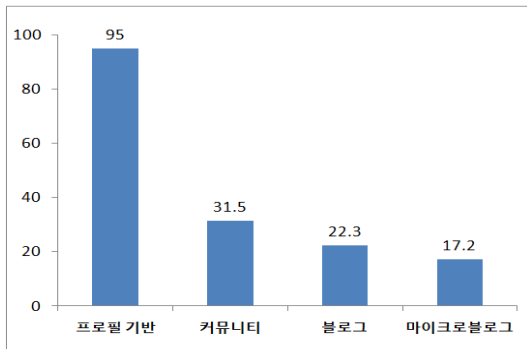
출처 : 미래창조과학부(2114)  
(그림 3) 연령별 SNS 이용률

(그림 3)과 (그림 4)는 연령별 SNS 이용률과 SNS

2) 인스턴트 메신저는 즉각적인 메시지를 중계하는 클라이언트이다. 인스턴트 메신저는 실시간으로 대화가 이루어진다는 점에서 전자 우편과 다르다. 대부분의 인스턴트 메신저 서비스는 현재 접속해 있고 대화 가능한 목록을 보여주는 접속자 정보 기능을 제공한다. 인스턴트 메신저 서비스에는 닷네트 메신저 서비스, 닷넷 메신저 서비스, AOL 인스턴트 메신저 서비스, 야후! 메신저 서비스, 카카오톡 등이 있다.

유형별 이용 현황을 나타내고 있다. SNS 중 가장 이용률이 높은 유형은 카카오톡, 네이버 밴드, 페이스북 등 프로필 기반 서비스(95.0%)인 것으로 나타났다. 다음으로 카페 및 클럽 등 커뮤니티(31.5%)와 블로그, 트위터 등 마이크로 블로그, 미니홈피 등의 순으로 조사되었다[4].

(단위 : %)

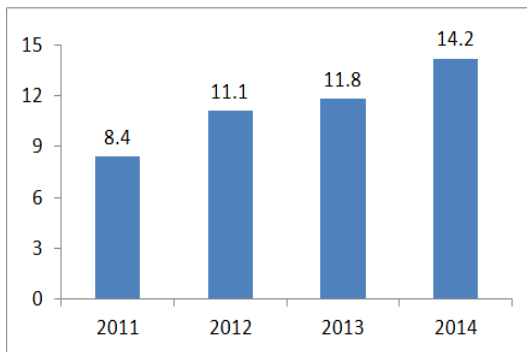


출처 : 미래창조과학부(2014)

(그림 4) SNS 유형별 이용현황

미래창조과학부와 한국정보화진흥원은 스마트폰 이용자를 대상으로 면접조사를 통해 실태조사를 실시한 결과 (그림 5)와 같이 2014년 현재 14.2%(4,561천명)가 중독 현상을 보이는 것으로 나타났다. 스마트폰의 급격한 보급 및 지나친 과다사용으로 2011년도 8.4%에서 2014년도 14.2%로 증가세를 보이고 있다.

(단위 : %)



출처 : 미래창조과학부(2014)

(그림 5) 스마트폰 중독 비율 현황[7]

스마트폰 연령별 중독현황은 <표 1>와 같이 10대(18.4%), 20대(13.6%), 30대(8.1%), 40대(4.2%) 순으로 연령이 높아질수록 감소하고 있다. 정부는 중독 현상을 예방하기 위해 스토리텔링 방식 유아용 놀이교구 개발 및 보급, 게임과 몰입 예방 가족캠프 운영, 스마트폰 과다사용을 예방하는 스마트미디어 청정학교 운영 등 다양한 교육을 실시하고 있다[11].

<표 1> 스마트폰 연령별 중독현황

	스마트폰 중독률 (%)	
	2011	2012
전체(10-49세)	8.4	11.1
10대	11.4	18.4
20대	10.4	13.6
30대	7.2	8.1
40대	3.2	4.2

출처 : 2011년, 2012년 인터넷 중독 실태조사[11, 12]

애플리케이션<sup>3)</sup> 관련 연령별 피해구제 접수현황은 <표 2>에 나타나 있다. 2010년에서 2012년까지 3년 동안 30대(40건), 20대(34건), 40대(23건), 10대(5건), 50대(3건) 순으로 많이 접수되어 있다.

<표 2> 애플리케이션 관련 연령별 피해구제 접수현황

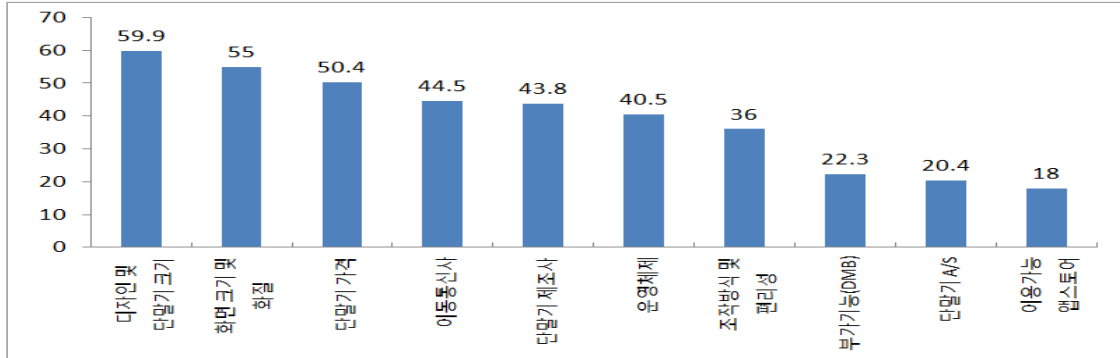
	2010	2011	2012	Total
10대	-	5	-	5
20대	2	21	11	34
30대	5	21	14	40
40대	4	8	11	23
50대	-	1	2	3
60대 이상	-	-	-	-

출처 : 한국소비자원(2013)[8]

3) 응용제거나 프로그램을 뜻하는 단어로 스마트폰에서는 "어플"이나 "앱"으로 줄여 말하기도 한다. 애플리케이션은 스마트폰 화면에 네모난 아이콘으로 표시되며 자신이 사용하고 싶을 때 가벼운 터치 한번으로 실행되어 언제 어디서든지 쉽게 사용 가능하다

## 4. 실증분석

### 4.1 스마트폰의 연령별 이용형태



출처 : 조화(2013)

(그림 6) 스마트폰 선택 시 고려사항(복수응답)

&lt;표 3&gt; 연령별 스마트폰 선택 시 고려사항(복수응답)

	디자인 및 단말기 크기	화면 크기 및 화질	단말기 가격	이동통신사	단말기 제조사	운영체제	조작방식 및 편리성	부가기능	단말기 A/S	이용가능 앱스토어
10대	62.1	55.3	56.1	43.0	30.8	36.3	24.1	21.4	13.1	13.9
20대	67.1	51.8	44.4	44.3	44.1	47.9	33.9	18.4	17.7	19.0
30대	62.7	55.3	49.2	45.0	48.1	40.7	38.3	23.6	23.6	19.1
40대	51.8	57.6	53.6	44.9	44.2	38.1	38.7	26.0	23.8	18.2
50대	46.0	57.7	54.5	43.6	50.4	31.1	47.9	23.7	23.2	18.3

출처 : 한국인터넷진흥원(2012), 조화(2013)

&lt;표 4&gt; 스마트폰 이용 서비스 자료 및 정보 획득(복수응답)

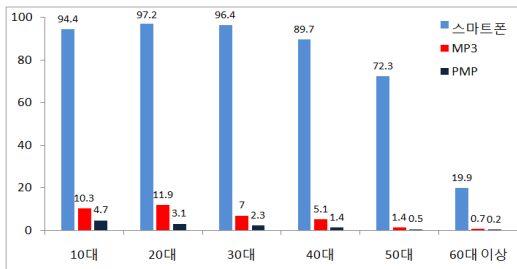
	일반적인 정보검색	뉴스	날씨	상품, 서비스 등 쇼핑정보	교육 및 학습	금융 및 제테크 정보	서비스 이용하지 않음
10대	82.8	64.3	62.2	58.8	51.1	8.4	3.2
20대	87.8	79.6	78.2	71.0	45.7	32.3	0.5
30대	84.8	84.0	79.0	69.4	36.9	40.2	0.4
40대	84.3	82.3	76.4	64.0	39.1	44.7	0.6
50대	85.6	79.0	80.7	54.5	35.0	39.1	1.2

스마트폰 선택 시 고려할 사항은 (그림 6)과 <표 3>에 나타나 있다. 스마트폰 이용자의 과반수이상은 "디자인 및 단말기 크기"를 선호하고 "화면 크기 및 화질", "단말기 가격" "이동통신사" 순으로 고려하는 것으로 나타났다. 10대와 20대, 30대는 "디자인 및 단말기 크기"를 60% 이상 고려하고 있으나 40대와 50

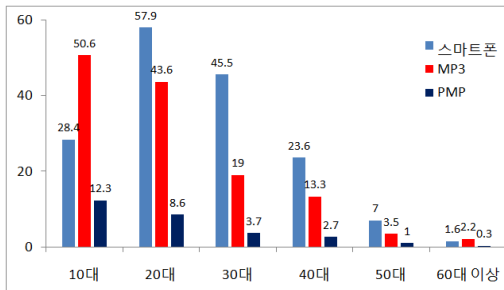
대는 "화면 크기 및 화질"과 "단말기 가격"을 주로 고려하는 것으로 나타났다. "이동통신사"의 경우는 모든 연령대에서 고른 분포를 보이고 있으나 "조작방식 및 편리성"은 연령이 높아질수록 선호도가 높아지는 것으로 조사되었다[13].

연령별 스마트폰 이용서비스(커뮤니케이션)는 <표 4>에 나타나 있다. 정보검색이나 일반적인 웹서핑은 모든 연령대에서 80%이상 고른 분포를 보이고 있으나 "뉴스"는 30대와 40대에서 80%이상 높은 수치로 나타났다. 금융 및 재테크 정보(주식·부동산·보험 등)에서 10대는 8.4%인 반면 30대와 40대는 40%가 넘어 상대적으로 높게 나타났다.

스마트폰의 보급 확대에 따라 연령대별 미디어 이용 행태의 특성을 분석하기 위해 KISDI는 전국의 6,042명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 스마트폰, TV, 라디오, PC 등 다양한 매체에 대한 수용자들의 연령대별 인식과 시청 행태의 변화를 분석하였다[9].



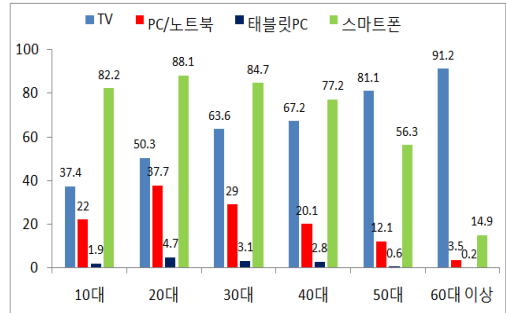
출처 : 정보통신정책연구원(2015)[13]  
(그림 7) 개인 미디어 보유 현황(2014년 조사)



출처 : 정보통신정책연구원(2015)  
(그림 8) 개인 미디어 보유 현황(2011년 조사)

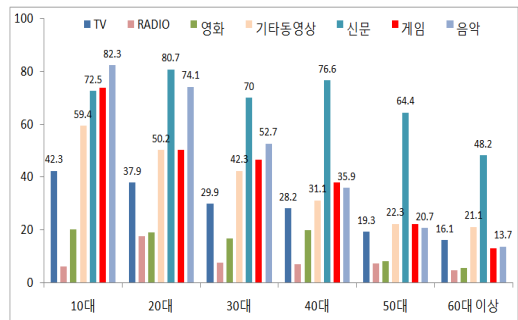
2011년도와 2014년도 개인 미디어 보유 현황이 (그림 7)와 (그림 8)에 나타나 있다. 스마트폰 보유율이 2014년도에서는 MP3나 PMP<sup>4)</sup>에 비해 모든 연령대에서 압도적으로 높은 비중을 보이고 있다.

스마트폰 보유율은 20대가 97.2%로 가장 높으며 30대 96.4%, 10대 94.4% 순으로 높게 나타나고 40대와 50대도 2011년도 이후 스마트폰의 보유율이 큰 폭으로 증가추세를 보이고 있다.



출처 : 정보통신정책연구원(2015)  
(그림 9) 연령별 미디어 이용 빈도 (매일 이용자 기준)

연령별 미디어 이용 빈도가 (그림 9)에 나타나 있다. TV와 스마트폰은 모든 연령대에서 높게 나타나 있으며 10대와 20대, 30대는 상대적으로 스마트폰과 PC/노트북의 이용 빈도가 높게 나타나 있다. 반면 50대와 60대 이상은 상대적으로 TV 이용 빈도가 높게 나타나 연령대별로 이용 빈도의 특성을 보이고 있다.



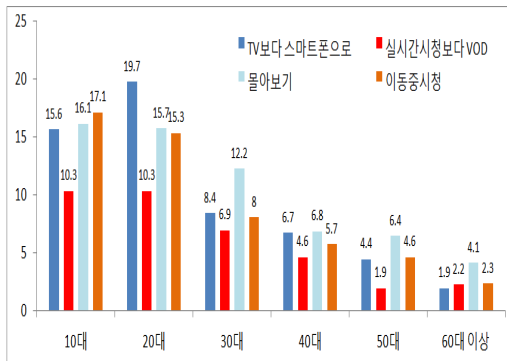
출처 : 정보통신정책연구원(2015)  
(그림 10) 연령별 스마트폰을 통한 콘텐츠 이용

연령별 스마트폰을 통한 콘텐츠 이용이 (그림 10)에 나타나 있으며 각 연령별 콘텐츠 이용에 뚜렷한

4) 휴대용 멀티미디어 플레이어(Portable Multimedia Player)로 이미지·음악·동영상 등 멀티미디어를 휴대하면서 즐길 수 있도록 만든 장치

차이를 보이고 있다. 10대와 20대, 30대는 주로 스마트폰을 통해 음악과 게임, 신문을 이용하고 있으나 40대 이후 세대는 상대적으로 스마트폰으로 신문을 보는 비중이 높게 나타났다. 젊은 연령대에서 스마트폰을 통한 TV 비중이 상대적으로 높게 나타나고 있어 스마트폰이 제2의 TV 기능을 하고 있는 것으로 볼 수 있다.

연령별 방송프로그램 시청 행태가 (그림 11)에 나타나 있다. 방송프로그램의 이용 행태에 대해 “TV를 수상기보다는 스마트폰 등으로 방송 프로그램을 보는 것을 좋아한다.”는 질문에 20대가 19.7%로 가장 높았고 10대(15.6%), 30대(8.4%) 순으로 높게 나타났다. “실시간 시청 보다 VOD 시청을 좋아한다.”는 질문에 10대와 20대가 10.3%로 가장 높았으며 30대 6.9% 순으로 높게 나타났다.

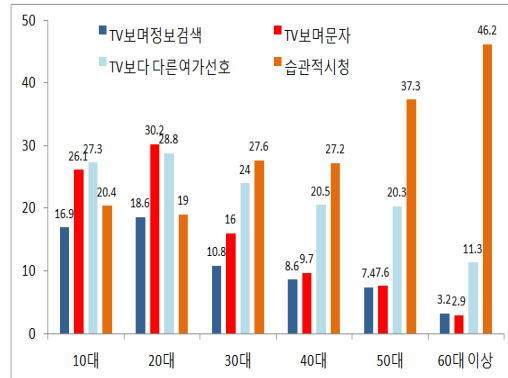


출처 : 정보통신정책연구원(2015)  
(그림 11) 연령별 방송프로그램 시청 행태

“드라마 시리즈를 전체 또는 일부를 몰아서 보는 것을 좋아한다.”는 질문에 10대(16.1%), 20대(15.7%), 30대(12.2%) 순으로 나타났다. “이동 중 대중교통이나 집 밖에서 스마트폰으로 방송 보는 것을 좋아한다.”는 질문에 10대(17.1%), 20대(15.3%), 30대(8%) 순으로 높게 나타났다. 결과 10대와 20대 등 청소년들은 40대 이후의 연령층에 비해 시간 및 공간의 제약에 구애받지 않고 능동적으로 시청을 주도하는 집단으로 나타났다.

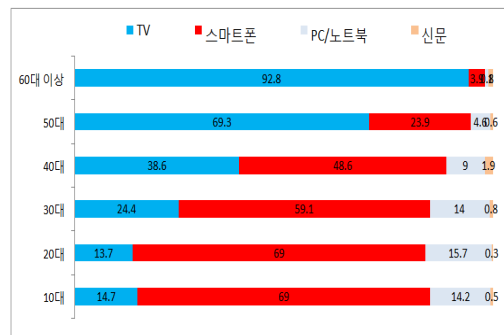
연령별 방송프로그램 시청 중 동시행동과 TV 의존에 관한 응답이 (그림 12)에 나타나 있다. 10대와 20대의 경우는 “TV보며 문자”나 “TV보다 다른 여가

선호”에서 높은 응답을 보여 TV를 보면서 SNS나 문자 메신저 등을 주위 사람들과 주고받는 것을 좋아하는 것으로 나타났다. 반면 50대와 60대 이상에서는 “습관적 시청”이 각각 37.3%와 46.2%로 조사되어 연령대가 높을수록 특별한 이유 없이 습관적으로 TV를 시청하는 것으로 나타났다.

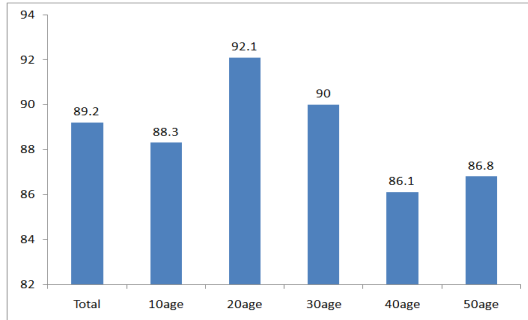


출처 : 정보통신정책연구원(2015)  
(그림 12) 연령별 방송프로그램 시청 중 동시행동과 TV 의존

연령별 일상생활의 필수 미디어에 대한 응답이 (그림 13)에 나타나 있다. 10대와 20대 중 69.0%와 30대 59.1%는 일상생활에서 스마트폰을 필요한 매체로 선택하여 스마트폰의 높은 이용 선도연령대로 나타나 있다. 반면 50대 69.3%와 60대 92.8%는 일상생활에서 TV를 필요한 매체로 선택하여 젊은 연령대의 스마트폰과 대조를 보이고 있다. 40대의 경우는 점차 TV에서 스마트폰을 선택한 비율(48.6%)이 증가하고 있는 것으로 나타났다.



출처 : 정보통신정책연구원(2015)  
(그림 13) 연령별 일상생활에서 필수 매체



출처 : 한국인터넷진흥원(2013)[14]  
(그림 14) 연령별 스마트폰을 통한 모바일 인스턴트 메신저 이용자(2012년도)

스마트폰 사용자들의 이용행태는 웹서핑 등 정보 검색과 함께 메시지의 사용이 가장 활발한 것으로 나타났다. KISA의 조사에 의하면 (그림 14)에서 모바일 인스턴트 메신저 이용률이 전체 89.2%이고 이 중 20대와 30대의 이용률이 각각 92.1%와 90%로 가장 높게 나타났다. 이용 경험자의 86.5%가 ‘하루에 한번 이상’ 이용하는 것으로 나타나 이용 빈도도 높게 나타났다[14].

#### 4.2 스마트폰 보안의 필요성

스마트폰 사용으로 개인 정보 및 금전적 손실이 발생할 수 있는 위험이 존재하고 있어 보안의 필요성이 강조되고 있다. 스마트폰의 보안위협 유형에는 개인정보 및 계좌정보 유출, 결제 도용, 불법 과금, SNS 피싱, 악성코드 감염, 불법위치 추적 등이 있다.

스마트폰을 사용할 때 주의할 사항은 다음과 같다.

첫째, 스마트폰의 분실은 개인 정보는 물론이고 기업 정보도 유출할 수 있어 도난 및 분실 방지에 대비하여 초기화면 암호 설정 등으로 손실을 최소로 줄여야 한다.

둘째, 개인 및 금융 정보(ID, Password, 보안카드, 계좌번호 등)는 가능하면 저장하지 않아야 하지만 부득이 저장할 경우에는 어플리케이션마다 암호를 걸어 노출 방지에 노력해야 한다.

셋째, 어플리케이션을 받을 때는 공인된 어플리케이션 마켓을 통해 받으며 사용자 평판 및 신뢰성을 확인하여 신중하게 접근한다.

넷째, 저장된 데이터는 분실될 수 있으므로 주기적

으로 백업을 하며 실제 데이터는 클라우드 환경에서 보관하도록 한다.

다섯째, 브라우저나 어플리케이션으로 인터넷에 연결할 경우 확인되지 않은 링크에 클릭을 삼가하고 스마트폰을 통한 피싱에 주의해야 한다[10].

## 5. 결론

스마트폰은 PC의 소형화된 운영 체제를 탑재한 기기에 무선전화가 가능한 하드웨어와 소프트웨어 모듈이 추가된 휴대 전화이다. 지난 2009년도에 스마트폰이 처음 도입되고 이후 2014년 9월에는 4,000만 명을 넘어서면서 국민 전체의 약 80%가 스마트폰을 사용하고 있다.

스마트폰을 선택할 때 10대와 20대, 30대의 이용자는 “디자인 및 단말기 크기”를 고려하고 40대와 50대는 “화면 크기 및 화질”과 “단말기 가격”을 주로 고려하는 것으로 나타났다. 스마트폰 이용서비스는 “정보검색이나 일반적인 웹서핑”에서 모든 연령대에서 고른 분포를 보이고 있으나 “뉴스” 및 “금융 및 채테크 정보”는 30대, 40대가 상대적으로 높게 나타났다.

연령별 미디어 이용 빈도에서 10대와 20대, 30대는 상대적으로 스마트폰과 PC/노트북의 이용 빈도가 높고, 50대와 60대 이상은 TV 이용 빈도가 높게 나타나 연령별 이용 빈도의 특성을 보이고 있다. 콘텐츠 이용에서 10대와 20대, 30대는 주로 음악과 게임, 신문을 이용하고 40대 이후 세대는 상대적으로 신문을 보는 비중이 높게 나타났다.

스마트폰을 통한 TV 시청은 10대와 20대, 30대에서 상대적으로 높게 나타나 스마트폰으로 방송 프로그램 보는 것을 좋아하며 실시간 시청보다 VOD 시청을 좋아하는 것으로 나타났다. 또한 드라마 시리즈를 전체 또는 일부를 몰아서 보는 것을 좋아하며 이동 중에 스마트폰으로 방송 보는 것을 좋아하는 것으로 조사되어 청소년들은 시간 및 공간의 제약에 구애받지 않고 능동적으로 시청하는 것으로 나타났다.

10대와 20대는 TV를 보며 SNS나 문자를 지인들과 주고받는 것을 좋아하며 TV보다 다른 여가를 더 선호하는 것으로 조사되었다. 일상생활에서 필수 미



디어로 10대와 20대, 30대는 스마트폰을 선택하였으나 50대와 60대는 TV를 선택하여 연령별 차이를 보이고 있다. 반면 40대는 점차 TV에서 스마트폰을 선택하는 비중이 증가하는 것으로 나타났다.

스마트폰은 손쉽게 사용이 간편하고 소형 PC와 같아 휴대성과 이동성이 뛰어나며, 시간과 장소의 영향을 받지 않고 언제 어디서나 정보 및 자료 검색이 용이하다. 사진 및 동영상의 촬영이나 저장도 용이하고 여러 지인들과 다양한 정보교류가 가능하다. 음악이나 사진, 시계, 달력, 나침반 네비게이션 등 다양한 부가 기능들이 있어 이동이 간편하다. 더 나아가 현대인의 필수품으로 자리 잡으면서 새로운 보안서비스로 활용할 수 있도록 첨단 IT기술과 접목해 보안환경을 구축하는 방안 역시 제시되어야 할 것이다.

이와 같은 조사결과를 토대로 각 연령별로 적합한 스마트폰 관련 정책을 수립하고, 기존 방법시스템 규모나 가격에 비해 훨씬 더 저렴한 보안서비스를 10대에서 30대를 중심으로 활용도를 높게 하며, 더 나아가 40대에서 60대에게는 더욱 쉽고 수월한 보안서비스를 제공해야 할 것이다. 우리가 생각하는 경호가 인적요소만이 아니라 똑똑해진 스마트 폰의 활용으로 보안관련 산업시장이 급속히 성장하고 영역 역시 다양해지고 있어 진출분야가 더욱 확대될 것으로 보이며 필요한 기초자료로 활용되기를 기대해 본다.

## 참고문헌

- [1] 조화, "스마트폰 이용자의 성별·연령별 이용현황에 대한 연구", 한국인터넷진흥원 조사분석 포커스, Vol.11, pp.35-51, 2013.
- [2] 성동규·김민철, "2000년 이후 국내 휴대전화 연구경향 분석", 한국방송학회, Vol.24, No.6, pp.246-288, 2010.
- [3] 정만수, "연령과 인지욕구가 스마트폰 사용행동에 미치는 영향에 관한 탐색적 연구", 광고학연구, Vol.25, No.6, pp.105-133, 2014.
- [4] 미래창조과학부, 「2014 인터넷이용실태조사」 결과 발표, 보도자료, pp.1-5, 2014.
- [5] Morris, A., Goodman, J., Brading, H., "Internet

Use and Non-Use : Views of Older Users", Universal Assess in the Information Society, Vol 6, No.1, pp.43-57, 2007.

- [6] 황하성·손승혜·최윤정, "이용자 속성 및 기능적 특성에 따른 스마트폰 중독에 관한 탐색적 연구", 한국방송학회, Vol.25, No.2, pp.277-313, 2011.
- [7] 미래창조과학부2, 「2015년 인터넷 중독 예방 및 해소 추진계획」 발표, 보도자료,, pp.1-4, 2015.
- [8] 한국소비자원, "휴대폰 및 스마트폰 품목 중 사진 내용", 국정감사요구자료, p.1145, 2013.
- [9] 정용찬, "스마트폰 보급 확산과 세대간 미디어 이용 특징 변화", KISDI 통계분석 리포트, Vol.15, No.1, pp.1-15, 2015.
- [10] 안철수연구소, "모바일/스마트폰 보안의 필요성", IT 관련, 2013.
- [11] 미래창조과학부 : <http://www.msip.go.kr>
- [12] 한국정보화진흥원 : <http://www.nia.or.kr>
- [13] 정보통신정책연구원 : <http://www.kisdi.re.kr>
- [14] 한국인터넷진흥원 : <http://www.kisa.or.kr>

## [저자 소개]

### 최정일 (Jeong-II, Choi)



서강대학교 (학사)  
서강대학교 대학원 (경영학석사)  
명지대학교 대학원 (경영학박사)  
성결대학교 경영학부 교수

E-mail : [cji3600@hanmail.net](mailto:cji3600@hanmail.net)

### 장예진 (Ye-Jin, Jang)



경기대학교 (학사)  
경기대학교 대학원 (석사)  
경기대학교 대학원 (박사)  
국제대학교 경호보안계열 교수

E-mail : [guardzi@daum.net](mailto:guardzi@daum.net)