

휴대용 디지털기기 액세서리 구매과정의 질적 분석: 디지털그림자노동에 의한 해석*

이웅규** · 조아라***

〈목 차〉

I. 서론	4.3 선택코딩
II. 이론적 배경	4.4 디지털그림자노동에 의한 해석
2.1 디지털그림자노동	V. 결론
2.2 디지털기기 액세서리 구매	5.1 연구요약
III. 연구방법론	5.2 이론적 시사점
3.1 근거이론방법론	5.3 실무적 시사점
3.2 연구절차	5.4 향후과제 및 연구의 한계
IV. 연구결과	참고문헌
4.1 개방코딩	<Abstract>
4.2 축 코딩	

I. 서론

태블릿이나 스마트폰과 같은 휴대용 디지털 기기의 사용이 늘어 감에 따라 커버나 파우치 또는 필름 등과 같은 각종 액세서리의 사용도 급증하고 있다. 기능적으로 보았을 때 디지털 기기의 액세서리는 디지털기기의 기능을 보완하거나 강화시키는 보완재(complementary goods)다. 김현아 등(2019)의 견해에 따르면 개별적

으로 판매가 불가능한 필수적 보완재(essential complementary goods)로서 액세서리만으로는 수요가 존재할 수 없고 반드시 디지털기와 더불어서 판매될 수 밖에 없다. 가령, 태블릿의 커버나 필름은 그 자체만으로는 수요가 존재할 수 없다. 당연히 대부분의 디지털기는 별도의 액세서리 없이 그 자체만으로도 일상적 사용은 물론이고 새로운 앱의 설치나 업그레이드 등과 같은 관리 기능도 가능하다.

* 이 논문은 2021년 정부(교육과학기술부)의 재원으로 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2021S1A3A2A02089809)

** 대구대학교 경영학부, woong3041@empal.com(주저자)

*** 대구대학교 경영학부, ara2147483647@gmail.com(교신저자)

그럼에도 불구하고 액세서리의 수요는 점차 늘어가고 있고 심지어 디지털기기 못지 않게 액세서리 구매에 관심을 갖는 사용자가 늘어가고 있다. 이미 10여 년 전부터 전 세계 액세서리 시장 규모는 100억 달러를 넘어설 것으로 예상되었고¹⁾ 앞으로도 시장 규모는 꾸준히 성장할 것이라는 것이 전문가들의 일치된 견해다²⁾.

디지털기기 액세서리에 대한 수요가 꾸준히 지속되는 것은 사용자들이 디지털기기를 사용할 때 수반되는 댓가 없는 관리작업과 관련을 갖는다. 액세서리가 없다고 해서 디지털기기의 성능이나 기능이 현격하게 달라지지는 않지만 액세서리가 주어지면 사용이나 관리가 좀 더 용이해질 수 있을 것이다. 가령, 태블릿의 커버가 주어지면 태블릿의 안전관리가 용이해질 것이고 키보드가 주어지면 입력이 상대적으로 편리해진다. 반대로 액세서리가 없다면 사용자들은 귀찮은 관리나 불편한 작업을 감수해야 한다. 커버나 파우치가 없다면 항상 기기의 파손에 신경을 써야 하고 키보드가 없다면 입력의 불편을 감수해야 한다. 다시 말해 사용자들이 액세서리를 사용하는 이유는 디지털기기를 사용하기 위해서 아무런 댓가도 없이 해야 하는 귀찮은 작업을 절감시킬 수 있다고 믿기 때문이다.

이와 같이 디지털서비스를 받기 위해 어쩔 수 없이 사용자에게 요구되는 댓가도 없고 (unpaid) 보이지도 않는(unseen) 작업을 디지털 그림자노동(digital shadow work, 이하 DSW)이라고 한다(박상철 등, 2020; 이웅규, 2021). 오늘날 디지털서비스로 인해 사람들은 이전에

경험하지 못했던 혜택을 누리고 있지만 더불어서 이전에 하지 않았던 작업 즉, DSW를 아무런 댓가 없이 무의식적으로 수행하고 있다. DSW의 대표적인 예로는 종업원 없이 물품을 구매해야 하는 무인판매대(Liu, 고준, 2021), 종업원을 대신해서 해야 하는 키오스크 조작(김현규 등, 2022), 시스템 사용을 위해서는 반드시 해야 하는 소프트웨어 업그레이드나 비밀번호 변경, 스팸메일 관리 등과 같은 작업(박상철 등, 2020), 반드시 해야 하는 것은 아니지만 나름 소소한 즐거움을 줄 수도 있는 프로필 사진 관리(이웅규, 조아라, 2022) 등을 들 수 있다. 본 연구의 목적은 디지털기기 액세서리의 사용이 사용자가 지각하는 DSW와 관련이 있다고 보고 액세서리 사용과 구매를 통제하는 심리적 기제에서 DSW의 역할을 규명하는 것이다. 좀 더 구체적으로 본다면 디지털기기 사용자에게 DSW에 대한 지각은 어떻게 형성되며 형성된 DSW는 어떤 방식으로 구매에 영향을 미쳐서 어떤 결과를 가져올 것인지 밝히는 것이다.

이와 같은 연구 목적을 달성하기 위해 근거이론방법론(grounded theory methodology)을 연구 방법론으로 채택한다. 근거이론방법론은 질적(qualitative) 접근법 가운데 하나로 제시된 이론을 검증하기 보다는 새로운 이론 개발에 적합한 것으로 알려져 있다(이웅규, 2020; Urquhart et. al., 2010). 아직까지 DSW의 설명할 수 있는 이론적 연구가 부족한 점을 고려한다면 근거이론방법론은 본 연구의 목적을 달성하는데 적절한 방법론이라 볼 수 있다.

1) “스마트기기 액세서리 경쟁 뜨겁다”, 서울경제, 2011.6.12.

2) “Mobile Protective Cases Market - Growth, Trends, COVID-19 Impact, and Forecasts (2022-2027)”, Mordor Intelligence, <http://mordorintelligence.com>

본 논문의 구성은 다음과 같다. I 장 서론에서 연구의 배경과 목적을 밝히고 II 장에서는 디지털그림자노동에 대한 이론적 배경과 선행 연구에 대해 검토한다. III 장에서는 본 연구에서 채택한 연구방법론인 근거이론방법론에 대한 소개와 본 연구에서 채택한 구체적인 방법론에 대해 설명한다. IV 장에서는 본 연구에서 수행한 연구결과를 설명한다. 개방코딩과 축코딩의 결과 그리고 핵심코딩의 결과인 핵심범주를 도출한다. 그리고 도출된 핵심범주를 DSW에 의해 해석한다. 마지막으로 V 장에서는 연구 요약과 더불어 연구의 시사점 및 연구의 한계점을 제시한다.

II. 이론적 배경

2.1 디지털그림자노동

디지털그림자노동(DSW)의 이론적 배경인 그림자노동(shadow work)은 댓가 없이 행하는 노동을 의미한다(이용규, 2021; Illich, 1981; Lambert, 2016). 원래 자본주의의 모순을 비판하기 위해 제안된 개념이지만 디지털환경에서 그림자노동은 자본주의 비판의 관점이 아니라도 항상 존재할 수밖에 없다(이용규, 조아라, 2022). 오늘날 DSW는 ‘디지털 기술을 이용한 사람들이 당연히 해야 하는 숨겨진 노력’으로 ‘디지털 서비스에 수반되는 그림자노동’을 의미한다(이용규와 조아라, 2022; 박상철과 이용규, 2019).

DSW에 관한 연구는 양적으로는 매우 부족하지만 최근 다양한 차원에서 의미 있는 시도

가 있었다. 가령 박상철과 이용규(2019)는 셀프 서비스에 관한 문헌 고찰을 통해 디지털 환경에서의 그림자 노동의 개념을 도출하였는데 이때 문헌 고찰은 근거이론방법론에 기반을 두고 있다. 한편, 이용규(2021)는 DSW를 분류하였는데 한 축은 관리형과 운영형으로 구분하고 또 한 축은 ‘should’ 형과 ‘want’ 형으로 구분하였다. 관리형은 비밀번호 변경이나 스팸메일과 같이 직접적인 디지털 서비스 자체가 아니라 서비스 관리를 위해 해야하는 DSW다. 반면 운영형은 키오스크의 조작과 같이 직접적인 서비스를 받기 위해 필요한 DSW다. 또 ‘should’ 형은 사용자가 원하지 않아도 해야만 하는 DSW인데 비해 ‘want’ 형은 사용자가 원해서 하는 DSW다. 따라서 DSW는 <그림 1>에서 보는 바와 같이 각각 초어, 메이크업, 루틴, 퀘스트 등으로 구분하였다.

want형	<퀘스트: Quest>	<메이크업: Make-up>
should형	<루틴: Routine>	<초어: Chore>
	운영지향 Operation oriented	관리지향 Management oriented

<그림 1> DSW 분류(Lee, 2021)

<그림 1>에 보는 바와 같이 이용규(2021)의 분류에 따르자면 대부분의 DSW 연구는 주로 루틴형에 집중되어 있다. 가령, 송중식 등(2022)은 새로 출시한 앱 사용을 중단적인 방식으로 분석하였고, 이병훈과 고준(2022)은 콜센터 직원의 작업을 조직시민행동의 관점에서

DSW를 분석하였다. Bu와 고준(2022)은 공유 모빌리티 서비스를 대상으로 강제성과 대가성이 DSW에 미치는 영향을 근거이론에 따라 분석하였고, 김현규 등(2021; 2022)은 셀프서비스 키오스크 서비스를 대상으로 DSW와 서비스 재방문 의도의 관계에서 기질과 상황 귀인(attribution)과 기술준비도의 매개효과를 조명하였다. Liu와 고준(2021)은 무인판매대 사용을 대상으로 혜택과 비용이 DSW를 매개로 소비자 반응에 미치는 영향을 분석하였고, 장현용

등(2021)은 노인들의 온라인교육과정 참여에서 발생하는 DSW를 근거이론방법론에 의해 분석하였다. 이밖에도 모바일 쇼핑 상황에서 그림자 노동의 선행변수로 정보 과증과 시스템기능 과증을 두고 피로감과 사용의도 중단을 결과변수로 본 연구모형(Ryoo and Park, 2021) 등도 루틴형 DSW의 대표적인 예다.

반면 메이크업형이나 초어형 DSW에 관한 연구는 상대적으로 적다. 가령, 메이크업형 DSW의 경우 프로필사진 관리를 지배하는 심

<표 1> 디지털그림자노동 연구내용 연구대상 및 방법론

연구 유형	연구	연구내용	연구대상	DSW 유형	방법론
개념 도출	박상철, 이용규 (2019)	셀프서비스 관련 문헌고찰을 통해 DSW개념 도출	셀프서비스	-	근거이론
	이용규 (2021)	DSW의 개념적 분류와 연구방향 제시	-	-	이론검토
실증 연구	송중식 등 (2022)	DSW의 유형 변화 분석	앱서비스	루틴	중단분석 근거이론
	이병훈, 고준 (2022)	DSW와 조직시민행동의 관계 분석	콜센터 직원작업	루틴	근거이론
	이용규, 조아라 (2022)	메이크업형 DSW의 심리적 기제	프로필사진 관리	메이크업	근거이론
	Bu, 고준 (2022)	DSW에서의 강제성과 대가성	공유모빌리티 서비스	루틴	근거이론
	김현규 등 (2022)	셀프서비스의 DSW와 재방문 관계에서 귀인성의 역할 분석	키오스크 서비스	루틴	계량분석
	Ryoo and Park (2021)	정보 과증과 시스템기능 과증이 DSW를 매개로 피로감과 사용중단에 미치는 영향 분석	모바일 쇼핑 앱	루틴	계량분석
	김현규 등 (2021)	셀프서비스의 DSW와 재방문 관계에서 기술준비도 역할 분석	키오스크 서비스	루틴	계량분석
	Liu, 고준 (2021)	셀프서비스의 혜택과 비용과 소비자 반응의 관계에서 DSW 역할 분석	무인판매	루틴	계량분석
	장현용 등 (2021)	노인들의 온라인 교육수용 과정에서의 DSW	노인 온라인교육	루틴	근거이론
	박상철, 류성열 (2020)	셀프서비스 이용고객의 DSW 형성과정 설명	셀프서비스	루틴	근거이론
박상철 등 (2020)	비밀번호 변경, 스팸메일 관리 그리고 소프트웨어 업데이트 등 세 가지의 디지털그림자노동 분석	비밀번호 변경, 스팸메일 관리, 소프트웨어 분석	초어	근거이론	

리적 기제를 근거이론에 의해 도출한 연구를 들 수 있다(이용규와 조아라, 2022). 초어형 DSW의 예로는 비밀번호 변경, 스팸메일 삭제 그리고 소프트웨어 업데이트 등 세 가지의 DSW 분석을 통해 각각의 코드를 도출하고 DSW의 일반적인 기제 도출한 연구가 있다(박상철 등, 2020). 이상 기존 DSW에 관한 연구를 정리하면 <표 1>과 같다.

아직 걸음마 단계에 불과하지만 최근 들어 발표된 논문들은 DSW의 다양한 측면을 이해 하는데 큰 기여를 한 것으로 판단된다. 그럼에도 불구하고 기존 연구현황은 다음과 같은 두 가지의 한계를 가지고 있다. 첫째, 연구의 대상이 소프트웨어 또는 서비스 자체에 집중되어 있다. <표 1>에서 보는 바와 같이 모든 연구는 셀프서비스, 프로필사진관리, 비밀번호 변경 등 주로 서비스와 소프트웨어 사용에 국한되어 있다. 둘째, 루틴형 DSW를 중심으로 연구가 이루어졌다. 메이크업형을 다룬 이용규와 조아라(2022)의 연구나 초어형을 다룬 박상철 등(2020) 이외의 모든 연구는 루틴형 DSW를 다루었다. 따라서 본 연구에서 다루려는 디지털디바이스 관리 즉, 초어형 하드웨어의 DSW에 대한 연구는 이루어지지 않았다.

2.2 디지털기기 액세서리 구매

정보기술 사용 분야에서 디지털기기에 대한 연구는 주로 기기의 수용이나 구매 또는 사용을 중심으로 비교적 활발히 이루어져 있다. 대부분 전통적인 정보기술 수용이론을 기본 틀로 하여 PC나 스마트폰 구매 또는 채택을 조망하고 있다. 하지만 기존 연구들의 초점은 디지털

기기 자체에 두고 있는데 비해 디지털기기 액세서리에 관심을 둔 연구는 찾아보기 쉽지 않다.

다만 디지털기기 액세서리를 디지털기기의 보완재로 간주하고 구매의도를 실증적 검증을 통해 분석한 연구가 있다(김현아 등, 2019). 이 연구에서는 개별적 판매가 불가능한 필수적 보완재와 개별적 판매가 가능한 선택적 보완재의 구매과정 차이를 실증적 방식으로 검증하고 있다. 하지만 이 경우에도 액세서리의 단독 구매 과정이 아니라 스마트폰과 액세서리(필름)의 번들 상품 구매를 다루었다는 점에서 본 연구의 대상과 차이가 날 뿐 아니라 DSW의 관점은 전혀 고려 대상이 아니었다.

Ⅲ. 연구방법론

3.1 근거이론방법론

근거이론방법론은 자료 수집을 통해 이론을 구축하려는 귀납적 접근방식의 질적(qualitative) 연구방법론으로 여타 질적 방법론과 달리 정형화된 원칙과 절차에 의해 접근하기 때문에 사회과학 분야에서 널리 사용되어 왔다(김인숙, 2012). 이론의 검증이 아닌 이론의 개발을 위한 방법론으로서 자료수집과 분석을 동시에 수행하는 지속적 비교방법(constant comparison method), 표본의 장소, 시기, 또는 크기는 이제까지 분석에서 나타난 이론에 따라 정하는 이론적 표집(theoretical sampling) 등이 근거이론방법론의 중요한 특징이다(이용규, 2020; Urquhart et. al., 2010).

일반적으로 근거이론방법론은 주로 시간의 변화에 따른 과정(process)에 대한 관찰과 분석이 필요한 경우에 적용한다(이용규, 2020). 가령, 정보기술의 확산 과정을 다룬 주제훈(2013)의 연구, 병원 내에서 정보기술의 전유(appropriation)을 다룬 최희재와 이준기(2009)의 연구 또는 지식이전 과정을 다룬 백상용과 박경수(2006)의 연구가 대표적이다. 한편 최근에는 디지털 그림자 노동(박상철 등, 2020; 박상철, 이용규, 2019)이나 경영예술 창작모형(박지연 등, 2019)과 같이 정보시스템 분야에서 큰 관심을 두지 않았던 이론 분야는 물론이고 중국마케팅 기업의 이커머스 진출과정(김정란, 2017)이나 청년 일자리 창출(홍순구 등, 2015) 또는 창업교육과정(설병문 등, 2014)과 같이 실무적인 시사점을 도출하려는 연구에서도 근거이론방법론을 적용하고 있다.

근거이론방법론의 구체적인 작업은 코딩을 통해 이루어진다. 코딩이란 이론 구성을 위한 데이터 분석과정으로 개방코딩(open coding), 축코딩(axis coding), 선택코딩(selective coding)으로 나뉜다(Strauss & Corbin, 1998). 개방코딩은 자료 검토를 기반으로 현상을 발견하여 그 현상에 대해 이름을 짓고(naming), 이를 다시 범주화(categorization)하는 분석 작업이고 축코딩은 개방코딩에서 발견한 범주들 간의 관계를 찾아서 현상을 전체적으로 설명하는 작업이다(이용규, 2020). 축코딩과 개방코딩은 새로운 결과가 발견될 때마다 이제까지 얻어진 연구결과와 지속적 비교분석을 통해 계속 수정되어지고 수정되어진 연구결과를 토대로 이론적 표집이 반복된다. 이 반복은 더 이상 새로운 사항이 발견되지 않는 이론적 포화(saturation)가

될 때까지 계속된다(Urquhart et. al., 2010).

한편 일반적으로 축코딩은 패러다임(paradigm) 모형에 의해 정리될 것을 권장하고 있다. 패러다임 모형은 범주들을 각각 ‘인과적 조건’, ‘중심현상’, ‘맥락적 조건’, ‘중재적 조건’, ‘작용/상호작용 전략’, ‘결과’의 구조로 구분하여 시간의 흐름에 따라 관련성을 나타내는 도구다(이용규, 2020; Strauss & Corbin, 1998).

선택코딩은 범주들 또는 코드들 가운데 가장 중심이 될 수 있는 핵심범주를 찾는 단계다. 선택코딩부터는 더 이상의 자료 수집 즉, 개방코딩과 축코딩을 중단하고 이제까지 얻어진 코드와 범주들을 대상으로 이론을 도출한다. 핵심범주는 개방코딩과 축코딩으로부터 도출된 범주일 수도 있지만 여러 범주들을 통합한 새로운 범주가 될 수도 있고 또는 두 개 이상의 범주가 될 수도 있다. 선택코딩으로부터 도출된 핵심범주는 전체 현상을 설명할 수 있는 이론이 될 수 있다(이용규, 2020).

3.2 연구절차

(1) 연구대상

본 연구에서는 디지털기기 태블릿 가운데 애플(apple)의 아이패드(iPad) 사용자를 대상으로 하였다. 연구대상을 아이패드 사용자로 한정하는 이유는 브랜드 차이에서 오는 변수보다는 태블릿 자체에 집중하기 위해서이다. 또 여러 브랜드 가운데 아이패드를 선택한 이유는 아이패드가 오랫동안 태블릿의 대명사가 될 만큼 많은 사용자가 있어 왔을 뿐 아니라 아직까지도 태블릿 가운데 가장 널리 사용되고 있는 것으로 알려져 있기 때문이다³⁾.

(2) 데이터 수집 및 분석 - 개방코딩과 축코딩

아이패드 사용자들을 인터뷰하여 개방코딩, 축코딩을 통해 인터뷰 내용을 분석하였고 이를 토대로 아이패드 사용자의 액세서리 구매행태에 대한 연구모형을 제시하였다. 이 과정에서 지속적 비교방법을 적용하여 추출된 코드와 범주 그리고 범주 간의 관계를 지속적으로 비교 검토를 하여 수정하고 보완하였다. 그리고 이 과정은 더 이상 새로운 코드와 범주가 나오지 않는 이론적 포화에 도달할 때까지 계속되었다. 한편 인터뷰는 크게 3차에 걸쳐 실시하였는데 각각의 인터뷰 대상자의 선정은 이제까지 이루

어진 분석 결과를 토대로 하는 이론적 표집을 따랐다.

각 차수별 인터뷰 조사내용과 발견점 그리고 인터뷰 대상자 프로파일은 <표 2>와 같다. 1차 인터뷰에서는 20대 학생과 회사원을 대상으로 커버, 파우치, 액정필름, 스티커 등 다양한 액세서리 사용행태에 대해 비교적 자유롭게 이야기하게 하였다. 그 결과 사람들은 액세서리 구매 과정에 관심을 많이 기울이고 있음을 발견하였고 한정된 연령층에서 좀 더 다양한 연령층으로 인터뷰 대상자를 확대하기로 하였다.

2차 인터뷰는 1차 인터뷰 내용을 토대로 다

<표 2> 차수별 인터뷰 조사내용과 인터뷰 대상자 프로파일

차수	조사 내용	인터뷰대상자 프로파일					비고
		순번	이름	성별	연령대	직업	
1차	아이패드 액세서리 전반에 걸친 사용행태	1-1	김xx	남	20	회사원	<ul style="list-style-type: none"> • 구매과정에 관심이 많음. • 인터뷰대상자 다양화 필요성 제기
		1-2	이xx	여	20	대학생	
		1-3	황xx	여	20	대학생	
		1-4	이xx	여	20	대학생	
2차	아이패드 액세서리 구매의 일반 행태	2-1	지xx	남	20	대학생	<ul style="list-style-type: none"> • 액세서리 커버에 관심이 많음 • 응답은 연령별 차이가 적음
		2-2	조xx	남	50	변호사	
		2-3	전xx	여	20	대학생	
		2-4	방xx	여	20	대학생	
		2-5	김xx	남	40	회사원	
		2-6	이xx	여	40	디자이너	
		2-7	김xx	여	20	디자이너	
		2-8	최xx	여	20	디자이너	
		2-9	조xx	여	50	사업가	
		2-10	홍xx	여	20	디자이너	
3차	아이패드 커버 구매에 대한 일반행태	3-1	서xx	여	20	대학생	<ul style="list-style-type: none"> • 인터뷰 내용이 거의 동일한 코드 도출(이론적 포화 도달)
		3-2	이xx	여	20	대학생	
		3-3	박xx	여	20	대학생	
		3-4	송xx	남	20	대학생	
		3-5	김xx	남	20	대학생	
		3-6	윤xx	여	20	대학생	
		3-7	한xx	여	20	대학생	
		3-8	박xx	남	20	대학생	
		3-9	남xx	여	20	대학생	
		3-10	임xx	남	20	대학생	

3) <https://www.sedaily.com/NewsView/26CKCSPJV2>

양한 연령층을 대상으로 하였다. 총 10명의 사용자를 대상으로 아이패드 액세서리 구매의 일반적인 행태를 분석하였다. 2차 인터뷰 결과 액세서리 가운데 커버 구매에 많은 시간을 투자하고 있음을 발견하였고 연령층과는 무관하다는 것으로 발견하였다. 그러면서도 20대가 커버의 품질이나 디자인 그리고 구매 과정에 상대적으로 민감하다는 것을 발견했다. 따라서 연구의 대상을 20대의 아이패드 커버 구매과정에 집중하기로 하였다.

최종적으로 3차 인터뷰에서는 연구의 대상을 아이패드 커버에 중점을 두고 10명의 사용자들을 대상으로 인터뷰하였다. 특히 3차 인터뷰에서는 아이패드 커버에 대한 좀 더 구체적인 생각이나 느낌 그리고 커버 구매 과정에 대한 상세한 내용을 알아 보려고 노력하였다. 이 과정에서 1차와 2차 과정에서 밝혀진 코드를 좀 더 풍부하게 하고 있음을 밝혀 냈고 더불어서 이전에 밝혀지지 못했던 새로운 코드를 발견했다. 인터뷰는 10명으로 제한한 것이 아니라 새로운 코드가 발견되지 않을 때까지 계속했고 그 결과 10명 정도의 인터뷰를 했을 때 더 이상 새로운 코드가 발견되지 않아서 멈추었다. 1차와 2차에서 도출된 코드와 범주를 3차 인터뷰를 토대로 새롭게 추가 보완하였고 이를 토대로 수정된 패러다임 모형을 정교화하는데 중점을 두었다. 3차인터뷰를 통해 더 이상의 코드

나 범주가 도출되지 않았기 때문에 더 이상의 인터뷰를 하지 않았다. 인터뷰 과정에서 토대로 하였던 질문은 <부록1>, <부록 2>, <부록 3>과 같다.

(3) 선택코딩 및 DSW에 의한 해석

개방코딩과 축코딩을 통해 얻어진 연구모형에서 액세서리 구매과정을 설명할 수 있는 두 가지 핵심코드를 추출하였다. 그리고 두 코드에 내재된 DSW의 특성을 규명하여 두 가지 핵심 코드가 어떤 유형의 DSW와 관련을 갖고 있는지 분석하였다. 최종적으로 액세서리 구매과정에 발생하는 DSW의 동태성을 명제로 제시하였다.

IV. 연구 결과

4.1 개방코딩

개방코딩은 1차, 2차 인터뷰를 참조하여 3차 인터뷰를 토대로 대규모의 코드를 정리하는 방식으로 실시하였다. 총 20개의 코드가 도출되었고 각 코드를 검토한 결과 7개의 범주로 정리되었다. 각 코드가 도출된 인터뷰 내용의 예와 해당 인터뷰 대상자는 <표 3>에 정리한 바와 같다.

<표 3> 개방코딩 결과

범주	코드	인터뷰대상자 답변 예	대상
기기에 대한 관심과 우려	항시 휴대	전공 과제 할 때도 사용을 하긴 하는데, 영상 시청을 하거나 그냥 들고 다니다가 웹 서핑할 때나 이럴 때도 사용을 하고 있어요	3-3
	기기 가격	일단 이게 제가 거의 200만원 가까이 주고 샀기 때문에 파손이 될까 봐서 무섭기도 하고	3-3

	파손 우려	아이패드 자체가 좀 잘 깨질 것 같다는 그런 인식이 있어서...	3-2
	기기의 외적 미관	그냥 아이패드 순정 자체가 되게 예쁘단 말이에요..	3-5
기기관리의 어려움	안전관리	밖에서는 조금 그래도 위험하니까 떨어뜨릴 수 있고 그렇잖아요..	3-1
	오염 방지	오래 쓰고 싶고 기스 남기는 게 싫어가지고 ..	3-8
	고가의 수리비	이게 어쨌든 떨어뜨리면 수리비가 굉장히 많이 나오고, ... 파손되면은 원가에 반절 정도를 수리비로 내야 된다.	3-3
기기기능 확대 욕구	활용성 확대	... 세워서 보고 싶을 때는 커버가 있어야지 좀 세워지거든요.	3-2
	타 액세서리 관리	애플 펜슬을 꽂을 수 있는 그런 이제 공간이 필요하다고 생각을 하고..	3-5
액세서리 구매	심사숙고	제가 한 2시간씩 거의 한 2,3일 정도 고민한 했어요.	3-1
	온라인 중심 구매	..공식 홈페이지에 들어가서 어떤 제품들이 있는지를 보다가.... 그걸 필터링을 해두고,....제품 하나하나 들어가서 리뷰를 살펴보고, 또 리뷰가 괜찮은 것들 중에 ... 골랐어요.	3-3
	후기 검토후 구매	한 달 사용 후기에 별 점이나 후기들을 좀 보고, 그리고 나서 구매를 결정했죠	3-4
	크로스오버 쇼핑	만약에 모델이나 약간 브랜드가 없으면은.....오프라인 매장에서만 사는 경우가 있고, 근데 만약에 이게 디자인이 마음에 드는데 가격이 조금만 더 저렴했으면 좋겠다 싶으면은 온라인에서 좀 찾아보는 편이에요.	3-2
구매시 고려사항	가격	정품은 너무 비싸고 좀 쓸모없다고 생각이 들어서 가격 대비 굳이 그렇게까지 비싸게 살 필요는 없다고 생각해서...	3-1
	디자인	개성을 표현하는 수단으로도 될 수 있다고 생각하는데, 저는 좀 약간 저의 개성을 표현한다기보다 약간 커버를 이렇게 예쁘게 함으로써 약간 본인이 만족하는	3-2
	기능	저는 그 위 앞면 말고, 옆에 끼우는 게 없었으면 좋겠어 가지고 폴리오 케이스를 구매했어요.	3-6
	내구성	커버를 살 때 가장 중요하게 생각하는 거는 저는 튼튼함이라고 생각해요.	3-5
구매경험 결과	구매과정의 즐거움	네, 신났죠 아이패드 사고, 막 꾸밀 생각에 그냥 예쁘게 액세서리 같은 거 살 생각에	3-1
	제품선택의 피로도	(구매가 피곤했었냐는 질문에) 있었어요. 좀 막판에 이거 다 비슷한 것 같다, 이런 느낌	3-9
	전문성 확보	이 제품 사용법에 대해서 이제 제가 잘 알고, 잘 아니까 그렇다고 생각해요.	3-6
	타인에게 구매 조언	내가 여기저기서 찾아봤는데, 나는 다 비슷한데 나는 여기에 색깔이랑 디자인이랑 이런 디테일로 디테일이랑 가격 이런 걸로 이거를 골랐다, 이렇게 했어요.	3-9
구매결과	구매 만족	그냥 색깔도 그냥 무난하게 잘 산 것 같고, 별로 안 질리고요. 그리고 어디 잠깐 챙겨 나갈 때 용도로는 좀 튼튼한 것 같아요.	3-1
	재구매	근데 요즘에는 조금 제가 시간이 있어서 그냥 시간 나는 대로 생각나는 대로 틈틈이 찾아보고 있어요.	3-8

(1) 기기에 대한 관심과 우려

아이패드는 일정한 곳에 거치하고 사용하는 것이 아니라 대부분 항상 휴대하고 다니기 위

한 기기다. 학생들의 경우 과제할 때, 영상 시청할 때, 웹 서핑의 용도 등 학교생활과 일상생활에서 활용하고 있었다.

“전공 과제 할 때도 사용을 하긴 하는데, 영상 시청을 하거나 그냥 들고 다니다가 웹 서핑할 때나 이럴 때도 사용을 하고 있어요.” (3-3)

그럼에도 불구하고 상대적으로 고가의 제품이 되기 때문에 사용자들은 늘 조심스럽게 다룰 수밖에 없다. 더욱이 미려한 디자인을 가지고 있기 때문에 파손은 물론이고 사소한 오염에도 민감하지 않을 수 없다.

“... 거의 200만원 가까이 주고 샀기 때문에 파손이 될까 봐서 무섭기도 하고...” (3-3)

“아이패드 자체가 좀 잘 깨질 것 같다는 그런 인식이 있어서...” (3-2)

“그냥 아이패드 순정 자체가 되게 예쁘단 말이에요...”(3-5)

고가의 장비이면서 빼어난 외관을 가지고 있는데 파손이나 오염의 가능성이 매우 높고 그러면서도 항상 휴대하고 다녀야하기 때문에 아이패드 사용자들의 대부분은 기기에 대한 관심과 우려를 가지고 있었다.

(2) 기기 관리의 어려움

대부분의 사용자들은 기기에 대한 우려가 높을수록 기기관리에 대한 어려움을 인식하고 있다. 가장 큰 것은 기기 파손에 대한 안전관리다. 특히 기기의 성격상 많은 시간을 휴대하고 다닐 뿐 아니라 외부로 노출되는 스크린 부분이 많기 때문에 항상 파손에 대한 우려를 하고 있다. 또한 제조사의 특성상 애플사의 아이패드와 같은 기기는 안전관리에 좀 더 신경을 쓰게 된다.

“밖에서는 조금 그래도 위험하니까 떨어뜨릴 수도 있고 그렇잖아요”(3-1)

“... 그 화면이 손상될 가능성이 있기 때문에 커버가 필요하다고 생각합니다.” (3-5)

“일단은 아이패드 자체가.. 좀 잘 깨질 것 같다는 그런 인식이 있어가지고..” (3-2)

“... 파손 위험이 있고 가격대가 나가는 물건이니까...” (3-6)

꼭 파손까지는 아니지만 대부분의 사용자는 기기에 흠집이 난다던지 더럽히는 것에 대해 민감하다. 특히 오염에 대한 우려도 파손만큼 크다. 기기가 파손될 경우 기기 가격에 맞먹는 막대한 수리비에 대한 걱정을 하는 사용자들이 많았다.

“오래 쓰고 싶고 기스 남기는 게 싫어가지고 사용을 하고 있어요.” (3-8)

“떨어뜨리면은 수리비가 굉장히 많이 나오고 또 제가 알기로는 액정 파손되면은 거의 그냥 이거 원가에 반절 정도를 수리비로 내야 된다고 알고 있어서.” (3-3)

(3) 기기 기능 확대 욕구

기기 관리에 대한 관심과는 별도로 아이패드 구조상 한계를 가질 수밖에 없는 기능을 확대하려는 욕구도 발견되었다. 하드웨어나 소프트웨어 업그레이드 같은 높은 수준의 향상이 아니라 간단한 액세서리로 가능한 기능 확대에 대한 욕구다. 가령, 세워서 볼 수 있는 기능이나 애플펜슬을 보관할 수 있는 기능의 필요성을 지각하고 있다.

“세워서 보고 싶을 때는 커버가 있어야지 좀 세워 지거든요”(3-2)

“아무래도 영상 같은 거 볼 때는 세워놔야지 더 편해서..” (3-3)

“애플 펜슬을 꺾을 수 있는 그런 이제 공간이 존재하기 때문에 꼭 필요하다고 생각을 하고..” (3-5)

“그 본체만 들고 다니면 세우기가 불편하니까 세우는 면에서도 편할 거 같아서..” (3-6)

(4) 액세서리 구매

대체로 액세서리의 구매는 심사숙고 과정을 거치고 있었다. 오랜 시간 동안 다양한 제품을 검토하여 구매한 경우가 대부분이었다. 심지어 다른 사람의 조언을 구해 구매한 경우도 있었다. 적어도 즉흥적으로 구매한 경우는 거의 없었다.

“제가 한 2시간씩 거의 한 2,3일 정도 고민한 했어요”(3-1)

“하루 만에 그냥 아니면 그냥 딱 보고 고른 게 아니라 그래도 좀 며칠에 걸쳐서 고민을 했으니까 신중하게 골랐다. 이렇게 생각했어요”(3-9)

“굉장히 왜냐하면 제가 마음에 들었던 것이 총 네 가지의 모델이 있었는데, 특히 그 당시에는 부모님과 같이 살았어서 부모님께 주로 여쭙보면서 결정을 했던 것 같아요”(3-5)

구매 과정은 온라인이 중심이었고 매우 체계적이었다. 대부분 홈페이지 검색, 상품리뷰 검토, 좋은 리뷰 상품 중심으로 상품 선택 등의 과정을 거치고 있다. 경우에 따라서는 실제 사용한 후기를 검토한 후 구매를 하는 경우도 있다.

“공식 홈페이지에 들어가서 어떤 제품들이 있는지를 보다가,..... 그걸 필터링을 해두고 그 다음에....

제품 하나하나 들어가서 리뷰를 살펴보고, 또 리뷰가 괜찮은 것들 중에 골랐어요”(3-3)

“한 달 사용 후기를 많이 봤어요... 한 달 사용 후기에 별 점이나 후기들을 좀 보고, 그리고 나서 구매를 결정했죠“(3-4)

대부분의 경우 온라인을 이용하여 상품을 탐색하고 있지만 온라인과 오프라인을 동시에 이용하는 크로스오버 쇼핑을 하는 경우도 있었다. 오프라인에서는 상품의 직접적인 경험을 하고 온라인에서는 가격이나 디자인을 탐색하는 방식으로 순수하게 온라인만을 이용한 경우보다 좀 더 직접적이면서도 입체적인 방식을 택한 것이다.

“만약에 모델이나 약간 브랜드가 없으면은.... 오프라인 매장에서만 사는 경우가 있고, 근데 만약에 이게 디자인이 마음에 드는데 가격이 조금만 더 저렴했으면 좋겠다 싶으면은 온라인에서 좀 찾아보는 편이에요 ”(3-2).

액세서리 구매과정은 대부분 대단히 신중하면서도 체계적으로 이루어졌고 대부분의 상품의 검색을 온라인에서 하고 있었다. 반면 경우에 따라서는 온오프라인을 동시에 이용하는 크로스오버쇼핑도 발견되고 있다.

(5) 구매 시 고려사항

구매 시 중요하게 생각하는 고려 사항은 사용자들마다 차이가 있었지만 많은 사용자들은 가격에 가장 많은 신경을 쓰고 있었다.

“정품은 너무 비싸고 좀 쓸모없다고 생각이 들어서 가격 대비 굳이 그렇게까지 비싸게 살 필요는 없

다고 생각해서...”(3-1)

디자인 역시 매우 중요한 고려사항이다. 디자인은 자신을 표현하는 수단으로 생각하고 다른 사람에게 자신을 돋보이게 하면서 자기만족하는 경우가 많았다.

“개성을 표현하는 수단으로도 될 수 있다고 생각하는데 저는 좀 약간 저의 개성을 표현한다기보다 약간 커버를 이렇게 예쁘게 함으로써 약간 본인이 만족하는”(3-2)

가격과 디자인 이외에도 아이패드 커버가 제공할 수 있는 기능이나 내구성도 중요한 고려사항이었다.

“저는 그 위 앞면 말고 옆에 끼우는 게 없었으면 좋겠어 가지고 폴리오 케이스를 구매했어요”(3-6)

“커버를 살 때 가장 중요하게 생각하는 거는 저는 튼튼함이라고 생각해요 한 번 샀을 때 이제 다시 좀 안 바꾸고 오랫동안 사용할 수 있는 그런 걸 많이 보는 것 같아요”(3-5)

(6) 구매경험 결과

대부분의 사용자에게 구매경험은 즐거움으로 지각되었다. 상품 자체를 검색하고 선택하는 과정이 많은 시간과 인지적 노력을 요구하는 경우가 있었음에도 그 과정 자체를 즐기는 사용자가 대부분이었다.

“네, 신났죠 아이패드 사고 딱 꾸밈 생각에 그냥 예쁘게 액세서리 같은 거 살 생각에.”(3-1)

“저는 재미있게 찾았던 것 같아요”(3-5)

“제품을 사고 그거에 대한 커버를 사는 거니까 그

냥 기분이 좋았어요”(3-9)

반면 상품 선택에 있어 피로도를 느끼는 경우도 있었다. 별로 비싸지도 않은데 여러 종류의 상품 가운데 선택해야 하는 것에 지치는 사용자들이 많았다. 하지만 이들도 상품 선택 이후에는 나름의 즐거움을 느끼고 있었다.

“(구매가 피곤했었냐는 질문에) 있었어요 좀 막 판에 이거 다 비슷한 것 같다, 이런 느낌.”(3-9)

“가격이랑 디자인이랑 성능이랑 이런 거 하나하나 다 고려해 가면서 계속 찾아야 하는 게 피곤.”(3-8)

구매과정에서 얻은 다양한 모델과 제품에 대한 정보로 인해 많은 사용자는 액세서리에 대한 전문성을 확보하였다고 응답하였다.

“제가 사용하고 있는 모델에 대해서는 전문성을 얻었다고 생각을 합니다.”(3-5)

“이 제품 사용법에 대해서 이제 제가 잘 알고, 잘 아니까 그렇다고 생각해요,, 제품을 사용하는 방법이나 아니면 뭐 제품을 사용했을 때 편리한 점, 이런 걸 잘 알고 있어서요”(3-6)

구매과정에서 확보한 전문성을 통해 다른 사람들에게 구매를 조언해 주기도 하였고 경우에 따라서는 이를 의무감으로 여기는 경우도 있었다.

“내가 여기저기서 찾아봤는데, 나는 다 비슷한데 나는 여기에 색깔이랑 디자인이랑 이런 디테일로 디테일이랑 가격 이런 걸로 이거를 골랐다, 이렇게 했어요”(3-9)

(7) 구매 결과

대체적으로 심사숙고하여 구매하였기 때문에 자신이 구매한 제품에 만족하고 있었지만 경우에 따라서는 재구매 의도를 보여주고 있었다. 구매경험의 결과 얻어진 제품에 대한 지식이 재구매시 많은 도움을 줄 것으로 기대하고 있었다.

“그냥 색깔도 그냥 무난하게 잘 산 것 같고 별로 안 질리고요 그리고 어디 잠깐 챙겨 나갈 때 용도로는 좀 튼튼한 것 같아요”(3-1)

“근데 요즘에는 조금 제가 시간이 있어서 그냥 시간 나는 대로 생각나는 대로 튼튼이 찾아보고 있어요 지금 때가 너무 많이 타가지고”(3-8)

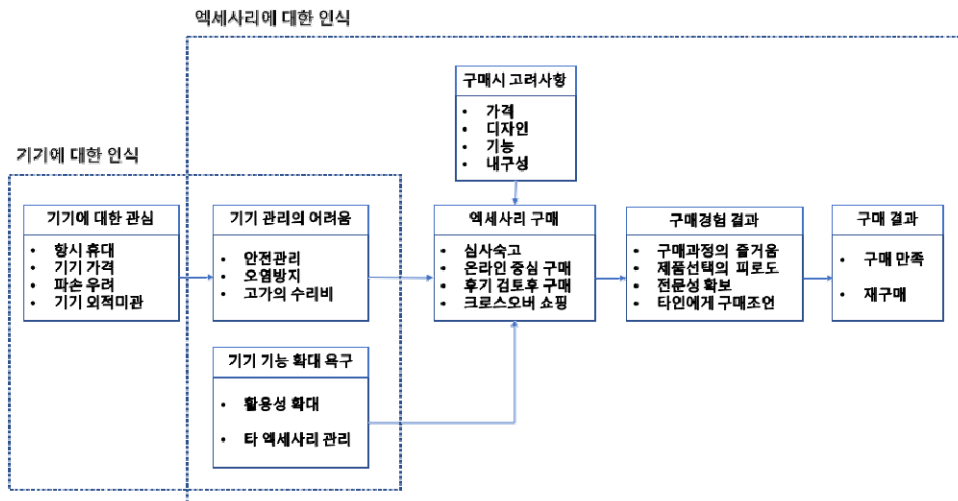
4.2 축코딩

개방코딩에서 도출된 범주 간의 관계를 설정하는 축코딩을 위해 Strauss & Corbin(1998)의 패러다임 모형을 본 연구에 맞도록 수정하였다. 축코딩의 결과는 <그림 2>에서 보는 바와 같다.

축 코딩의 결과는 액세서리 구매 과정에서 사용자의 심리적 기제가 어떻게 작동하는가를 보여 준다. 크게 디지털기기에 대한 인식(“기기에 대한 관심”, “기기관리의 어려움”, “기기 기능 확대 욕구”)과 액세서리에 대한 인식(“구매시 고려사항”, “액세서리 구매”, “구매경험 결과”, “구매결과”)으로 나눌 수 있다.

“기기에 대한 관심”은 Strauss & Corbin (1998)의 패러다임 모형에 따른다면 일종의 인과적 조건이다. 액세서리 구매의 가장 근본적인 원인은 아이패드 자체에 대한 관심 때문이다. 아이패드 즉 기기 자체에 대한 관심은 ‘기기 관리의 어려움’이라는 중심 현상을 낳게 되고 ‘부족한 기기 기능 확대 욕구’라는 중심 현상을 아울러 갖게 한다. 기기 중심의 인식이 기기와 함께 액세서리의 필요성을 동시에 인식하기 시작하는 것이다.

관리의 어려움과 기능 확대를 해결하기 위해 ‘액세서리 구매’라는 작용/상호작용 전략 즉, 행동을 취하게 되면서부터 사용자의 인식은 기기 중심에서 액세서리 중심으로 바뀌게 된다. 이



<그림 2> 축코딩 - 액세서리 구매과정 모형

때 ‘구매시 고려사항’은 ‘엑세사리 구매’에 대한 중재조건의 역할을 한다. 다시 말해 ‘엑세사리 구매’를 용이하게 하기도 하지만 통제하기도 한다. 구매가 끝나면 엑세사리 구매과정에서 겪은 직접 경험의 결과(‘구매경험 결과’)와 구매 이후의 만족도 또는 재구매와 같은 ‘구매결과’를 거친다.

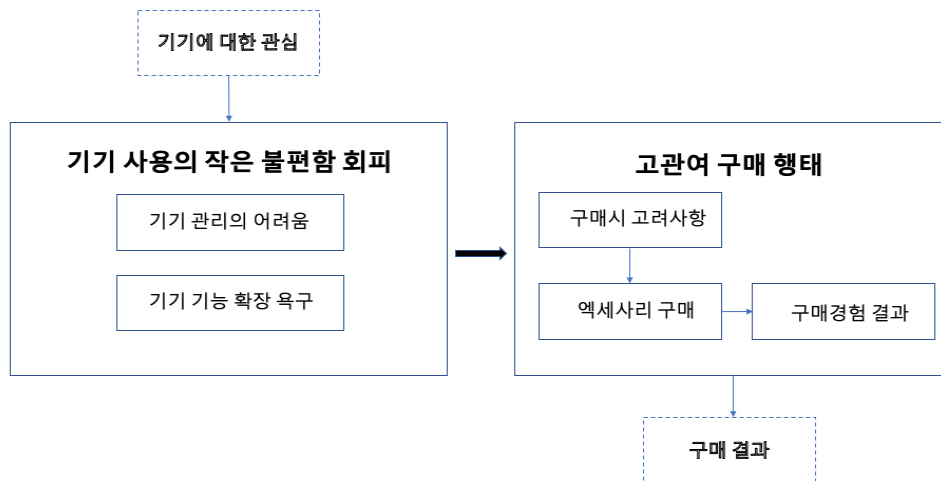
4.3 선택코딩

핵심코드는 연구목적에 해당하는 엑세사리 구매의 이유와 구매 방식에 중점을 두고 선택하였다. <그림 3>에서 보는 바와 같이 다음 두 가지로 정리할 수 있다.

첫째, 개방코딩과 축코딩 결과에 따르면 엑세사리의 구매 이유는 ‘기기 사용의 작은 불편함을 회피’하기 위함이다. ‘기기관리의 어려움’과 ‘기기 기능 확대 욕구’가 엑세사리 구매 이유에 해당한다. 이 두 범주는 사용자의 의식이 기기에서 엑세사리로 전환하게 하는 역할을 하

고 있을 만큼 전체 과정에서 핵심이 되는 범주다. 두 범주 모두 엑세사리의 필요성에 대한 지각이지만 사용자들은 엑세사리가 없다고 아이패드를 사용하지 못하거나 사용을 중단하려는 생각을 갖고 있지는 않다. 다만 작은 불편함을 느낄 뿐이다. 커버가 없으면 파손에 대해 신경을 써야 하지만 그렇다고 아이패드 사용을 못하는 것은 아니기 때문이다.

둘째, 엑세사리 구매 방식에서 가장 두드러진 특성은 사용자의 깊은 관여다. 즉, ‘고관여 구매행태’를 특징으로 한다. ‘엑세사리 구매시 고려 사항’에서도 다양한 요인이 동시에 검토되고 있을 뿐 아니라 ‘엑세사리 구매’는 금전적 투자는 물론이고 매우 전략적인 심사숙고 과정이 이뤄진다. 우리는 연구에서 사용자의 다양한 방식의 접근방식을 발견하였고 실제로 사용자들이 이 과정에 많은 시간을 소요하고 있었다. ‘구매경험 결과’에서 보는 바와 같이 인지적 노력(cognitive efforts)이 들어 갈 수도 있기 때문에 피로감을 느낄 수 있지만 구매 자체만으로



<그림 3> 엑세사리 구매과정의 핵심코드

도 만족할 수 있기 때문에 쾌락적(hedonic) 요소가 다분히 내재되어 있다. 다양한 자료의 검토와 분석은 액세서리 분야의 전문성을 확보할 수도 있다.

4.4 디지털그림자노동에 의한 해석

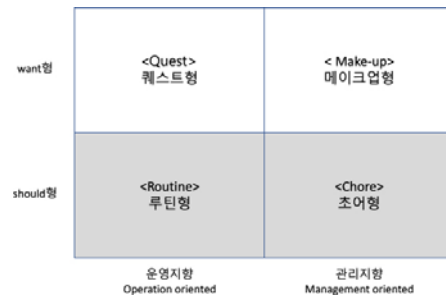
(1) DSW에 의한 해석의 필요성

선택코딩에 의해 도출된 핵심코드인 ‘기기 사용의 작은 불편함 회피’와 ‘고관여 구매행태’는 아이패드를 실제 사용하는데 있어서 굳이 하지 않아도 되는 일(work)에 관련되어 있다는 공통점을 가지고 있다. 전자는 액세서리가 없을 때 겪어야 하는 일에 대한 불편함이나 귀찮음에 관련되어 있다. 하지만 액세서리가 없다고 해도 기기를 사용하는데 크게 무리가 없다. 후자는 반드시 필요하지도 않은 액세서리를 구매하는 일을 위해 많은 노력과 시간을 투자하는 경우다. 그리고 두 경우 모두 사용자는 일이라는 의식이 없을 뿐 아니라 그 일에 대한 댓가도 없다. 다시 말해 추출된 두 가지 핵심코드에는 DSW가 내재되어 있다.

(2) 잠재적 DSW의 우려

첫 번째 핵심범주인 ‘기기 사용의 작은 불편함 회피’는 <그림 4>에서 보는 바와 같이 디지털기기 사용에서 예상되는 잠재적인 ‘should’형 DSW의 우려를 의미한다. 특히 아이패드의 파손이나 오염은 초어형 DSW에 대한 우려다. 초어형 DSW는 ‘should’형이면서 관리형인 DSW로서 디지털기기를 사용하면서 지속적으로 요구되는 그림자노동으로 짜증과 귀찮음을 동반

한다(이용규, 2021). 반면에 커버가 없기 때문에 운영이 좀 더 어렵고 불편하다는 지각은 일종의 루틴형 DSW에 대한 인식이다. 루틴형 DSW는 ‘should’형이면서 운영지향인 DSW로서 실제 디지털기기를 사용하는 과정에서 요구되는 그림자노동으로 특히 기기가 처음 주어졌을 때 익숙해지기 전까지 느낄 수 있는 피로감이다(이용규, 2021).



<그림 4> 기기 사용의 작은 불편함에서 나타나는 잠재적 DSW 유형

액세서리 구매과정에서 지각하는 초어형이나 루틴형 DSW 모두 실제 겪어서 느꼈다고 보다는 ‘잠재적 DSW의 우려’로 보는 것이 타당하다. 따라서 액세서리의 구매는 디지털기기에서 어려움을 겪을 것으로 예상되는 관리와 부족하다고 생각하는 기능을 액세서리 구매를 통해 대체하려는 것이다. 가령, 커버가 없다면 아이패드 사용자들은 파손이나 오염방지를 위해 번거로운 관리를 해야 하고 문제가 생긴다면 고가의 수리비를 지불해야 한다. 또 커버가 없기 때문에 아이패드는 세워져 쓰지 못하고 눕혀서 쓸 수밖에 없고 전자펜을 관리에도 어려움을 겪을 수 있을 것이다. 따라서 액세서리의 구매는 잠재적인 DSW를 액세서리를 통해 해소하려는 시도다.

(3) 새로운 DSW의 생성

‘고관여 구매행태’를 통한 액세서리의 구매는 새로운 DSW인 퀘스트형 DSW를 발생시킨다. 퀘스트형은 <그림 5>에서 보는 바와 같이 ‘want’형이면서 운영지향인 DSW다. 퀘스트형 DSW의 경우 사용자들은 DSW를 수행하고 있는 동안 몰입감에 빠져서 어떻게 시간이 흘러 갔는지 모르는 플로우(flow)를 경험할 수 있다 (이웅규, 2021).

본 연구의 결과에 따르면다면 액세서리 구매과정에서도 많은 사용자는 상품 탐색 자체를 즐겁게 한 것으로 응답하고 있다. 액세서리 구매과정은 본인의 의지와 상관없이 나름대로의 전문지식을 확보하는 경우가 많은 것으로 밝혀졌다. 전문성의 확보는 퀘스트형 DSW가 갖는 전형적인 특성이기도 하다(이웅규, 2021).

want형	<Quest> 퀘스트형	<Make-up> 메이크업형
should형	<Routine> 루틴형	<Chore> 초여형
	운영지향 Operation oriented	관리지향 Management oriented

<그림 5> 고관여형 구매과정에서 발생하는 새로운 DSW 유형

(4) DSW의 동태성

이제까지 내용을 종합하면 <그림 6>에서 보는 바와 같이 액세서리의 구매과정에는 잠재적 DSW에 대한 우려가 있고 잠재적 DSW가 아닌 새로운 DSW가 발생한다. 즉, 액세서리의 구매과정은 ‘DSW에 대한 우려 때문에 이를 회피하

기 위해 액세서리를 구매하는데 이 구매 행위 자체가 다른 종류의 DSW를 생성하는 과정’이다. DSW 분류에 따르자면 초여형이나 루틴형과 같은 ‘should’형 DSW에 대한 지각이 ‘want’형인 퀘스트형 DSW를 생성시켰다. 전자가 초여형과 루틴형 DSW에 대한 우려를 액세서리 구매를 통해 해소하려는 욕구인데 비해 후자인 ‘고관여 구매 행태’는 퀘스트형 DSW를 생성하여 플로우를 경험하고 전문성을 확보하는 과정이다. 따라서 디지털기기 액세서리 구매과정에서는 다음과 같은 세 가지의 명제가 성립한다.

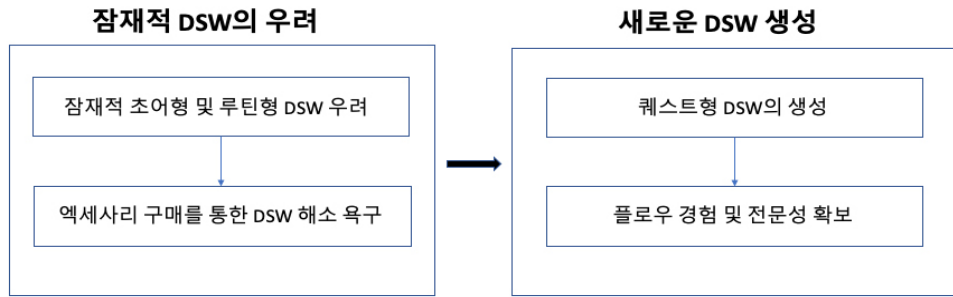
명제1: 디지털기기가 주어지면 DSW에 대한 잠재적인 우려가 발생한다.

명제2: DSW의 잠재적 우려를 회피하기 위해 액세서리를 구매한다.

명제3: 액세서리 구매 과정에서 새로운 DSW가 발생한다.

세 가지의 명제를 종합하면 결국 ‘잠재적 DSW에 대한 우려가 새로운 DSW를 생성’시키는 셈이다. 이는 이웅규(2021)가 제기한 DSW의 동태성(dynamic)과 연관시켰을 때 흥미로운 현상이다. DSW는 동일한 작업을 반복적으로 수행하기 때문에 학습에 의한 능력 향상도 있지만 지겨워지기도 한다. 그렇기 때문에 처음에는 ‘want’형이지만 ‘should’형으로 바뀔 수도 있고 그 반대가 되는 경우도 있다.

물론 본 연구에서는 사용자가 지각하는 DSW의 유형이 바뀌었다기보다는 DSW 발생 가능성에 대한 잠재적 우려가 새로운 유형의 DSW를 생성했다는 점에서 이웅규(2021)가 말한 동태성과는 구분되어야 한다. 하지만 액세서리 구



<그림 6> DSW의 동태성

매과정에서 발견한 DSW의 발생과 생성 역시 시간의 흐름에 따른 상태 변화라는 점에서 일종의 동태성을 형성했다고 보아야 할 것이다.

V. 결론

5.1 연구요약

본 연구의 목적은 디지털기기 액세서리의 사용이 사용자가 지각하는 DSW와 관련이 있다고 보고 액세서리 사용과 구매를 통제하는 심리적 기제에서 DSW의 역할을 규명하는 것이다. 이를 위해 근거이론방법론에 의해 총 3회에 걸쳐 24명의 아이패드 사용자를 인터뷰하여 개방코딩과 축코딩에 의해 정리하였고 핵심코딩을 통해 ‘기기 사용의 작은 불편함 회피’와 ‘고관여 구매 행태’를 핵심범주로 뽑았다. 그리고 두 핵심범주를 DSW의 관점에서 해석하였을 때 액세서리 구매과정은 초어형이나 루틴형과 같은 ‘should’형 DSW에 대한 우려가 ‘want’형인 퀘스트형 DSW를 생성시키는 새로운 유형의 동태적 과정임을 제시하였다.

5.2 이론적 시사점

본 연구의 이론적 시사점은 다음 세 가지로 요약할 수 있다. 첫째, 디지털서비스에서 DSW 역할과 속성에 대한 새로운 이해를 할 수 있게 되었다. 기존 연구가 대부분 DSW에 대한 지각이 디지털서비스 사용에 미치는 영향에 초점을 맞추었다(예; 장혜영 등, 2020; 김현규 등, 2021; 2022; Liu, 고준, 2021; 박상철 등, 2020; Ryu and Park, 2022). 반면 본 연구에서는 디지털기기 액세서리 구매과정의 심리적 흐름에서 나타나는 DSW에 대한 잠재적 우려와 새로운 DSW의 생성이라는 새로운 부분을 조망하였다. 또 이웅규(2021)가 제기한 DSW의 동태성과는 구분이 되지만 시간의 흐름에 따라 사용자가 지각하는 DSW의 성격이 바뀌었다는 점에서 새로운 DSW의 동태성을 발견했다고 볼 수 있다.

둘째, 하드웨어 사용에서의 DSW 존재를 확인하였고 그 중요성을 제시하였다. 대부분의 디지털서비스가 디지털기기와 같은 하드웨어의 사용이 불가피하단 점을 고려한다면 하드웨어 자체의 관리는 불가피하다. 특히 파손이나 오염에 대한 안전관리는 피할 수 없는 이슈가 될 가

능성이 높다. 본 연구에서는 안전관리 이슈를 사용 여부에는 큰 영향이 없지만 사용자를 불편하게 만들 수 있는 ‘should’형 DSW의 관점에서 해석하였다. 오늘날 대부분의 디지털서비스가 휴대용 기기를 통해 제공될 것을 고려하면 하드웨어의 안전관리는 새롭게 고려해야 할 이슈가 될 수 있다.

셋째, 디지털기기 액세서리에 대한 이론적 의미를 부각시켰다. 대부분의 기존 이론은 디지털기기 사용이나 수용 또는 구매과정을 다루고 있다. 하지만 액세서리에 대한 관심은 상대적으로 부족했다. 본 연구에서는 디지털기기 액세서리가 정보시스템 사용 이론의 관점에서 볼 때 충분히 의미를 가지고 있을 뿐 아니라 새로운 영역으로 부각될 수 있음을 보였다.

5.3 실무적 시사점

실무적으로는 사용자가 디지털기기에 대해 지각하는 DSW의 의미가 무엇인지 보여 주었다. 근본적으로 사용자의 인식 여부와 상관없이 초어형이나 루틴형과 같은 ‘should’형 DSW가 발생하는 것은 서비스 개선의 여지가 있음을 의미한다. 공급자가 디지털기기에 대한 관리를 좀 더 용이하게 만들 경우 DSW는 그 만큼 경감하게 되고 사용자의 만족도는 증가할 것이다. 본 연구의 결과는 앞으로 디지털기기 공급자들이 DSW를 어떻게 관리해야 하는지를 시사하고 있다.

5.4 향후 과제 및 연구의 한계점

본 연구에서 제시된 명제는 그 자체로도 의

미를 가질 수 있지만 이에 대한 실증적 연구를 진행할 경우 흥미있는 결과를 도출할 가능성이 높을 것으로 예상된다. 이를 위해서는 무엇보다도 DSW를 계량적으로 측정할 수 있는 적절한 도구를 마련하는 일이 필요하다. 한편 가설은 본 연구에서 제시한 명제 자체를 중심으로 하는 것도 의미가 있겠지만 디지털기기의 수용과정과 지속적 사용 등에서 채택되어 왔던 다양한 이론과 연구 결과를 기반으로 설정할 경우 이론적으로 매우 의미있는 성과를 거둘 수 있으리라 본다. 또 연구 설계 역시 어느 한 시점에서 횡단면적(cross-sectional) 접근보다는 시점을 둔 종단적(longitudinal) 접근이 필요할 것으로 보인다. 끝으로 실증 자체를 설문과 통계적 분석에 의한 계량적인 방식으로 하는 것도 좋지만 미리 설정된 측정도구를 기반으로 하는 인터뷰를 통한 질적 방식이 오히려 높은 타당성을 보일 수도 있을 것으로 본다.

본 연구는 다음과 같은 연구의 한계를 갖고 있다. 첫째, 근거이론방법론을 채택하고 있음에도 적절한 이론을 도출했다고 보기에는 한계가 있다. 하지만 이제까지 근거이론에 의한 연구 가운데는 상당수가 이론의 구축보다는 과정에 대한 적절한 기술 또는 분석에 그치고 있었다(이용규, 2020; Wiesche et. al., 2017). 이 점을 고려한다면 본 연구 역시 가치가 부족하다고 보기는 힘들다. 그럼에도 근거이론방법론을 충실히 적용하여 이론 개발의 목적을 달성하지 못한 점은 분명한 연구의 한계로 보아야 한다. 둘째, 디지털기기 가운데 특정 브랜드를 갖는 태블릿에 초점을 맞추었고 또 태블릿의 커버에 중점을 두었다. 물론 연구의 결과물을 일반화하기 위해 노력했지만 한계가 있을 수 있다는 점

을 인정할 수밖에 없다. 스마트폰의 커버나 태블릿의 전자펜슬 등은 본 연구의 연구대상과는 다른 결과를 제공할 가능성이 있고 디지털기기 액세서리 또는 주변기기에 대한 이해의 폭을 넓혀 줄 것이다.

셋째, 주로 디지털기기 관리의 기능적인 부분을 주로 보았지만 사실 액세서리는 자기표현(self-presentation) 욕구가 있는 부분이다. 이에 대한 고려가 부족했던 점은 본 연구가 갖는 또 하나의 한계이며 새로운 연구 영역이 될 수 있을 것이다.

참고문헌

강소라, 김효근, “나와 우리를 위한 지식이전 이론: 지식을 이전하는 조직구성원의 심리적 상태에 관한 근거이론적 접근”, 경영학연구, 제34권, 제3호, 2005, pp. 739-781.

김경란, “중국 이커머스 대행사업 등장과 효과에 대한 질적 연구: 근거이론을 중심으로”, 인터넷전자상거래연구, 제16권, 제6호, 2016, pp. 95-114.

김나량, 홍순구, 이현미, “근거이론에 기반한 청년 벤처 창업 활성화 방안 연구”, 벤처창업연구, 제9권, 제3호, 2014, pp. 33-45.

김인숙, “근거이론의 분기: Glaser와 Strauss의 차이를 중심으로”, 사회복지연구, 제42권, 제2호, 2011, pp. 351-380.

김현규, 정남호, 부백, “사용자의 기술준비도가 기업의 셀프서비스기술 정책에 대한 공

정성 인식에 미치는 영향: 그림자 노동의 관점에서”, 관광레저연구, 제33권 제5호, 2021, pp. 373-394.

김현규, 정남호, 부백, “코로나 19 상황에서 고객의 셀프서비스기술에 대한 귀인 경향이 패스트푸드점 재방문의도에 미치는 영향: 그림자노동의 관점을 중심으로”, 정보시스템연구, 제33권 제3호, 2022, pp. 19-129.

김현아, 정옥자, 박진용, “필수적 및 선택적 보완재 제품이 구매의도에 미치는 영향: 실용적 및 쾌락적 소비가치의 조절효과를 중심으로”, 유통연구 제24권 제4호, 2019, pp. 77-97.

박상철, “그림자노동 차원에서 본 IT 사용자의 비밀번호 변경행동 연구”, 정보시스템연구, 제28권 제2호, 2019, pp. 93-107.

박상철, 류성열, “맥도날드제이션 관점에서 본 SST 사용자의 그림자 노동”, 인터넷전자상거래연구, 제20권 제1호, 2020, pp. 99-115.

박상철, 이용규, “문헌 고찰을 위한 근거이론방법의 활용: 디지털 환경에서의 그림자노동 개념 도출”, 지식경영연구, 제20권 제2호, 2019, pp. 183-195.

박상철, 이용규, 고준, 류성열, “디지털 기술 환경에서의 그림자 노동 메커니즘 규명 연구”, 경영학연구, 제49권 제1호, 2020, pp. 31-50.

백상용, 박경수, “정보기술구현 내부확산단계에서 지식창조과정에 관한 질적 연구”, 정보시스템연구, 제15권, 제2호, 2006, pp. 125-152.

- 설병문, 박상혁, 박종복, 김상표, “근거이론에 따른 창업교육 인식에 관한 고찰”, 벤처 창업연구, 제9권, 제3호, 2014, pp. 23-32.
- 송중식, 이용규, 이병훈, 고준, “애플리케이션 사용자의 사용기간이 디지털그림자노동 유형 변화에 미치는 영향에 대한 종단연구: LBS 기반 도와줘 앱 서비스를 중심으로”, 한국IT서비스학회지, 제21권, 제6호, 2022, pp. 91-106.
- 이병훈, 고준, “콜센터 상담원의 기술 스트레스 현상 분석: 디지털그림자노동과 조직시민행동을 중심으로”, 지식경영연구, 제23호, 제4호, 2022, pp. 21-41.
- 이용규, “우리나라 정보시스템 연구에서 근거이론방법론 현황의 분석과 적용 지침 제시”, 정보시스템연구, 제29권 제1호, 2020, pp. 181-199.
- 이용규, “디지털그림자노동의 분류와 동태성 및 연구 방향”, 정보시스템연구, 제30권 제1호, 2021, pp.105-121.
- 이용규, 조아라, “메이크업형 디지털그림자노동 사용을 지배하는 기제에 관한 연구: 프로필사진 관리 사례”, 정보시스템연구, 제31권, 제3호, 2021, pp. 1-18.
- 장현용, 박상철, 고준, “온라인 교육 수용 환경에서 시니어들의 디지털 행동 이해: 근거이론 적용”, 지식경영연구, 제21권 제2호, 2020, pp. 77-100.
- 주재훈, “시맨틱 웹 기술혁신의 채택과 확산: 질적연구접근법”, Asia Pacific Journal of Information Systems, Vol. 19, No.1, 2009, pp. 33-62.
- 최희재, 이준기, “신기술 사용 과정에 관한 비교 사례 연구: 기술 전유 과정의 근거이론적 접근”, Asia Pacific Journal of Information Systems, Vol. 19, No.3, 2009, pp. 99-124.
- 홍순구, 이현미, 한세익, 김종원, “청년층 일자리 창출문제에서 Co-creation적 해결방안에 관한 연구: 부산광역시를 중심으로”, 한국산업정보학회지, 제20권, 제1호, 2015, pp. 91-102.
- Bu, 고준, “디지털그림자노동(Digital Shadow Work)의 개념화: 강제성과 대가성 이슈를 중심으로”, 정보시스템연구, 제31권 제3호, 2022, pp. 89-108.
- Liu, Ting Ting, 고준, “혜택/비용, 그림자 노동에 대한 부정적 태도, 반응행동 간 구조적 관계”, 정보시스템연구, 제30권 제2호, 2021, pp. 79-103.
- Birks, D. F., Fernandez, W., Levina, N., and Nasirin, S., “Grounded Theory Method in Information Systems Research: its Nature, Diversity and Opportunities”, European Journal of Information Systems, Vol. 22, 2013, pp. 1-8.
- Lambert, Craig, Shadow Work: The unpaid, unseen Jobs that fill your day, Counterpoint, 2015.
- Ryoo, Sung-Yul and Park, Sang-Cheol, “Antecedents and Consequences of Digital Shadow Work in Mobile Shopping Apps Context,” Sustainability, Vol. 13, No. 7697, 2021, pp. 1-11.
- Strauss A. and Corbin, J., *Basics of Qualitative*

Research: Techniques and Procedures for Developing Grounded Theory, 2nd ed. Sage., 1998.

Urquhart, C., Lehmann, H., and Myers, M. D.,
“Putting the ‘Theory’ back into

Grounded Theory: Guidelines for Grounded Theory Studies in Information Systems”, *Information Systems Journal*, Vol. 20, 2010, pp. 357-381.

<부록>

- 대상 : 아이패드 액세서리를 사용하는 사용자를 대상으로 함 (1차)
- 인원 : 4명

1. 아이패드를 어떤 목적으로 구매했고, 지금 어떻게 사용하고 있는가?
2. 지금 현재 쓰고있는 아이패드 기종이 타사보다 괜찮은점?
3. 액세서리는 어떤 것을 구매해서 사용하고 있는가?
4. 본인의 취향에 따라 액세서리를 구매하여 커스텀하고 있는가?
5. 왜 그 액세서리를 구매하였는가?
6. 보통 전자 기기를 구매하면 잘 꾸미는 편인가?
7. 주위 사람들은 어떤 액세서리를 구매해서 쓰고있는가?
8. 아이패드를 예쁘게 꾸미고 다니는 사람들을 보면 어떤 기분이 드는가?
9. 대부분 액세서리를 구매할 때 어떤 매체를 통해 알게되고, 구매하는지?
10. 액세서리가 예쁜 것이 중요한가, 기능적인 것이 중요한것인가?
11. 액세서리 금액에 대해서 어떻게 생각하고 있는가?
12. 액세서리를 구매하지 않는 이유가 무엇이라고 생각되는가?
13. 보통 제품을 얼마나 찾아보고 구매하는가?
14. 제품 탐색과 선택에 대해 귀찮게 생각한적은 없는가?
15. 사용중인 액세서리에 대해서 얼마나 만족하고 있는가?

<부록 2>

- 대상 : 아이패드 액세서리를 사용하는 사용자를 대상으로함 (2차)
- 인원 : 10명

1. 아이패드를 어떤 목적으로 구매했고, 지금 어떻게 사용하고 있는가?
2. 아이패드의 악정이나 할부가 얼마나 남았는가?
3. 지금 현재 쓰고있는 아이패드 기종이 타사보다 괜찮은점?
4. 액세서리는 어떤 것을 구매해서 사용하고 있는가?
5. 본인의 취향에 따라 액세서리를 구매하여 커스텀하고 있는가?
6. 왜 그 액세서리를 구매하였는가?
7. 액세서리는 필수라고 생각하는가?

8. 보통 전자 기기를 구매하면 잘 꾸미는 편인가?
9. 제조사가 판매하는 정품 액세서리를 구매하는 편인가?
 - 9-1. 구매하는 편일 시 왜 정품을 선호하는가?
 - 9-2. 구매하지 않는 편일시 왜 선호하지 않는가?
10. 주위 사람들은 어떤 액세서리를 구매해서 쓰고 있는가?
11. 아이패드를 예쁘게 꾸미고 다니는 사람들을 보면 어떤 기분이 드는가?
12. 제품을 구매할 때 망설이는 편인가?
13. 대부분 액세서리를 구매할 때 어떤 매체를 통해 알게되고, 구매하는지?
14. 액세서리가 예쁜 것이 중요한가, 기능적인 것이 중요한것인가?
15. 악세서리 금액에 대해서 어떻게 생각하고 있는가? 금액적인 부분이 부담되어서 안산 적이 있는가?
16. 악세서리를 사지 않도록 하는 요인이 무엇이라고 생각되는가?
17. 보통 제품을 얼마나 찾아보고 구매하는가?
18. 제품 탐색과 선택에 대해 귀찮게 생각한적은 없는가?
19. SNS에서 제품을 보고 액세서리를 구매한 적 있는가?
20. 제품을 검색하면서 학습한다고 생각한적 있는가?
21. 사용중인 악세서리에 대해서 얼마나 만족하고 있는가?
22. 액세서리를 다른사람들에게 추천해줄 수 있을만큼 잘 알고 있다고 생각하는가?

<부록 3>

- 대상 : 아이패드 커버를 사용하는 대학생을 대상으로함 (3차)
- 인원 : 10명

A. 아이패드

1. 구매한 아이패드의 제조사와 모델은?
2. 구매한지는 얼마나 되었나요?
3. 구매 이유는 무엇인가요?
4. 현재 구매 이유를 충족하고 있습니까?

B. 아이패드 커버(이하 커버)에 대해

1. 아이패드 사용시 커버가 필요하다고 생각하십니까? 그 이유는?
2. 현재 커버를 구매하셨습니까?
3. 커버 구매시 가장 중요하게 고려한 점은 무엇입니까?
4. 커버가 자신을 돋보이게 한다고 생각하십니까?
5. 커버가 없으면 아이패드의 안전에 문제가 있다고 생각하십니까?
6. 커버가 없으면 기타 아이패드 사용에 문제가 있다고 생각하십니까?
7. 커버 기능을 아이패드 제조사에서 제공해야한다고 생각하신 적은 없습니까?

C. 아이패드 커버(이하 커버) 구매 과정에 대해

1. 커버 모델을 찾을 때 온라인과 오프라인을 전부 찾아봤습니까?
2. 커버 모델을 찾을 때 온라인에서 주로 이용한 곳은 어디입니까?
3. 커버 모델을 찾을 때 온라인에서는 주로 무엇에 중점을 두었습니까?

4. 커버 모델을 찾을 때 오프라인에서는 주로 무엇에 중점을 두었습니까?
5. 커버 구입 과정이 재미있었습니까?
6. 커버 구입 과정이 피곤했습니까?
7. 커버 모델을 선택할 때 심사숙고했다고 생각하십니까?
8. 커버 모델 구매에는 얼마나 오래 걸리셨습니까?
9. 커버 모델 과정에서 커버 모델에 대해 충분한 전문성을 얻었다고 생각하십니까?
10. 커버 모델의 구입은 온라인을 통해서 했습니까? 오프라인을 통해서 했습니까?
11. 커버 값이 비싸다고 생각하십니까?

D. 아이패드 커버(이하 커버)에 대한 현재 상태

1. 현재 커버를 두 개 이상 가지고 계십니까? 만일 그렇다면 그 이유는?
2. 현재 PC 커버에 만족하고 계십니까?
3. 현재 커버는 정품입니까? 만일 그렇다면 그 이유는 무엇입니까?
4. 현재 다른 사람에게 커버 구매에 대해 조언을 해 줄 수 있습니까?
5. 다른 사람에게 커버 구매에 대해 조언을 해 준 적이 있습니까?

이 웅 규 (Lee, Woong Kyu)



저자는 현재 대구대학교 경영학과 교수로 재직 중이다. 연세대학교 경영학과를 졸업하고 KAIST에서 경영과학 석사와 경영공학 박사학위를 받았으며 KT에서 선임연구원으로 재직하였다. 정보시스템 연구 편집위원장, ISR 편집위원장, 정보시스템 학회 회장 등을 역임하였다. 디지털그림자노동, 정보기술의 전유, 정보기술수용과 설득경로, 정보기술 사용의 내재적 동기, 정보기술의 지속적 사용 등과 같이 온라인 사용자 행태에 관심을 가지고 있다.

조 아 라 (Cho, A Ra)



저자는 현재 대구대학교 경영학 박사과정에 재학 중이다. 디지털 그림자노동, 정보기술수용과 확산, 소셜미디어 사용자의 사용 형태 및 전유, 데이터마케팅 대해 관심을 가지고 있다.

<Abstract>

A Qualitative Analysis of the Purchase Process of Digital Device Accessories: Interpretation by Digital Shadow Work

Lee, Woong Kyu · Cho, A Ra

Purpose

The purpose of this study is to identify the role of digital shadow work(DSW) in the psychological mechanism that controls using and purchasing digital device accessories. More specifically, it is to reveal how the digital device user's perception of DSW is formed and how the formed DSW affects purchase and what results it will bring.

Design/methodology/approach

Ground theory method(GTM), one of qualitative approaches, is adopted as research methodology. By interviewing total twenty five users, the data are analyzed by open coding and axis coding. Two core codes are selected by selective coding and interpreted by DSW theory.

Findings

We find concern for potential DSW and generation of new DSW. Concern for potential DSW lead to the purchase of accessory which would be supposed to reduce potential DSW. During purchasing accessories, quest type DSW, which provides flow experience and expertise, could be generated. This means that there would be dynamics of DSW in the purchase process of digital device accessories.

Keyword: Digital Shadow Work(DSW), Digital Device Accessory, Dynamics of DSW, Concern for Potential DSW. Generation of new DSW

* 이 논문은 2023년 2월 22일 접수, 2023년 3월 20일 1차 심사, 2023년 3월 26일 게재 확정되었습니다.