

모바일 마이크로블로깅(Mobile Microblogging) 서비스의 사용요인에 관한 연구

진정숙* · 조로사* · †박주석*

A Research on Usage Factors
of Mobile Microblogging Service

Jeong Suk Jin* · Zhao Lusi* · †Joo Seok Park*

■ Abstract ■

Microblogging is a Web2.0 technology that is used to manage online interpersonal relationship in SNS. Microblogging service allows the users to publish online brief text updates, usually less than 140~200 characters, sometimes images too. Recently, it becomes more and more popular. There are many reasons, the major one of which is that it can be perfectly combined with mobile.

Based on technology acceptance model (TAM) and according to mobile service and microblogging service, this research adds four attributes : Perceived enjoyment, Habit, Mobility, Social Influence. It studies the factors that will impact on the way in which people use rapid developing Mobile Microblogging Service.

This research will compare the influence factors and intension to use with the results from other studies with SNS and Mobile Microblogging Service, and then conclude the differences that can be generated in Microblogging.

Keywords : Social Network, Mobile Microblogging, Technology Acceptance Model

논문접수일 : 2010년 10월 08일 논문수정일(1차 : 2011년 03월 08일, 2차 : 06월 02일)

논문게재확정일 : 2011년 06월 15일

* 경희대학교 경영학과

† 교신저자

1. 서론

현대인의 생활 속에 모바일과 웹은 커뮤니케이션의 필수적인 요소가 되었다. 특히 1990년대 이후 디지털 커뮤니케이션 기술의 발달은 기존에 별개로 존재하던 정보 기술, 미디어 콘텐츠, 커뮤니케이션 네트워크가 상호 연결될 수 있게 되었다[7]. 뿐만 아니라 정보기술 발달로 고성능 모바일기기들이 출시됨에 따라 휴대폰은 전화통화나 문자메시지를 주고받는 기존의 통신기능 이외에 인터넷을 통한 채팅, 이메일, 블로그 등의 기능들을 제공하게 되어 소셜 네트워크의 중심적인 매체가 되고 있다[3].

소셜 네트워크 서비스(Social Network Service : SNS)는 웹을 기반으로 하여 발전한 서비스이지만 모바일 기술 즉 모바일기와 모바일 관련 기술이 성장함에 따라 모바일에서도 가능한 서비스로 변화하였다.

소셜 네트워크 서비스(SNS)의 대표적인 모바일 서비스는 모바일 마이크로블로깅(Mobile Micro-blogging) 서비스로, 트위터(Twitter)가 현재 전 세계적으로 이용자 수가 가장 많다. 2010년 IDG에 의하면 트위터 가입자 수는 1억 4,500만 명이며, 그 중에서 모바일 이용자는 14%를 차지하고 있으며, 모바일 사용자 수가 점점 증가하고 있다고 발표하였다[28].

마이크로블로깅은 사용자가 지정한 제한된 그룹이나 전체에게 커뮤니티를 동시에 진행하기 때문에 이전의 SNS와는 다른 형태의 온라인 커뮤니티이다.

모바일 마이크로블로깅은 트위터 등에서 모바일과 연계해 짧은 메시지를 수시로 올리고 교환할 수 있는 서비스로 웹에서 이용되는 마이크로블로깅과 동일한 서비스를 모바일 기기에서도 할 수 있다는 것이다.

모바일 마이크로블로깅 서비스는 스마트 폰에서 이루어지는 서비스이다. 현재 모바일 기기는 스마트 폰의 열풍으로 스마트 폰 사용자가 계속해서 확산되고 있는 추세이므로 모바일 마이크로블로깅 서비스의 사용자 또한 더욱 증가할 것으로 예상된다.

모바일 마이크로블로깅 서비스는 스마트 폰 사용자의 입장에서는 스마트 폰의 또 다른 어플리케이션에 불과하다. 이러한 스마트 폰의 상황에서 모바일 마이크로블로깅의 사용요인에 대한 연구가 필요하다고 판단되며, 온라인과 모바일 기기에서 동시에 연동되는 서비스를 연구한다는 점에서 이제까지 연구된 정보기술 서비스와는 차이가 있다고 본다.

본 연구는 모바일 마이크로블로깅 서비스 사용자의 사용요인에 대한 연구로, 어떠한 요인이 마이크로블로깅 서비스를 모바일로 사용하게 되는지 확인하는 실증적인 연구이다.

2. 이론적 배경

2.1 SNS의 사용요인에 관한 연구

SNS(Social Network Service)는 온라인 인맥 구축서비스로 1인 미디어, 1인 커뮤니티, 정보공유 등을 포함하는 개념으로 사람들 간의 관계 형성을 목적으로 하는 서비스이다. 우리나라의 대표적인 SNS는 싸이월드(Cyworld)이며, 미국은 마이스페이스(Myspace)와 페이스북(Facebook) 등이 있다.

SNS의 사용요인에 대한 기존연구에서 번청[4]은 서비스 이용자의 참여행동에 직접적인 영향을 주는 3가지 요소에 상호작용성(Interaction), 오락성(Fun), 유용성(Perceived Usefulness)이 있다고 하였다. 특히 SNS는 인간과 인간의 상호작용에 기반한 것이기 때문에 관계를 구축하기 위해 ‘상호작용성’이 참여행동에 가장 중요한 요인인 것으로 조사되었다. ‘오락성’과 ‘유용성’은 참여행동의 긍정적인 영향요인으로 흥미롭고 유용할수록 SNS 사용자들은 더욱 높은 참여의도를 보인다고 하였다.

2.2 모바일 마이크로블로깅의 사용요인에 관한 연구

2.2.1 마이크로블로깅의 사용요인에 관한 연구

마이크로블로깅이란 한 두 문장 정도 분량의 단

편적 정보를 관련 인맥에게 실시간으로 전달하는 새로운 통신방식이며 ‘미니 블로그’ 혹은 ‘한 줄 블로그’로 불리기도 한다[5]. 웹에서 지인과의 인간 관계를 강화시키고 또 새로운 인간관계를 형성할 수 있도록 해주는 서비스인 SNS의 일종이다.

마이크로블로깅 서비스의 사용요인에 대한 기존 연구에서 신현석 등[5]은 마이크로블로깅의 사용요인은 인지된 편의성, 인지된 유용성 뿐만 아니라 인지된 메시지 전파노력, 인지된 즐거움, 사회적인 관심/관여, 개인적인 관심/관여가 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 중에서도 ‘기술사용의 즐거움(playfulness)’이 가장 큰 요인인 것으로 연구되었다.

심홍진 등[6]의 연구에서는 ‘정보교환을 통한 사회이슈 참여’, ‘상호작용을 바탕으로 팔로우어 그룹 형성’, ‘편리한 소통기능’, ‘정보전달의 용이성’, ‘휴식 및 오락’, ‘사적 기록 공간’, ‘140자 글쓰기 유용성’인 것으로 나타났다.

2.2.2 모바일 마이크로블로깅 서비스의 특징에 관한 연구

모바일 마이크로블로깅(Mobile Microblogging) 서비스는 모바일 기기를 이용하여 마이크로블로깅 서비스를 행하는 것을 말한다.

모바일 마이크로블로깅 서비스의 특징은 언제 어디서나 시간과 장소에 구애 받지 않으면서 빠른 속도로 포스팅(posting)을 편하게 할 수 있다는 것이다. 마이크로블로깅 서비스의 단문이라는 제약은 모바일 마이크로블로깅 사용자에게는 오히려 실시간 정보공유 및 의사표현의 쌍방향으로 참여가 마이크로블로깅 서비스보다 훨씬 접근이 용이하다고 할 수 있다.

2.2.3 서비스의 특징 및 사용요인 비교 연구

SNS, 마이크로블로깅, 모바일 마이크로블로깅의 사용요인 및 특징에 관한 기존연구를 통해서 사용요인에 대한 내용을 정리하면 <표 1>과 같다. 따라서 본 연구에서는 모바일 마이크로블로깅의 사용요인으로 지각된 즐거움, 습관성, 이동성, 사회적 영

향, 지각된 편의성, 지각된 유용성으로 판단하여 이를 중심으로 조사·분석 하였다.

<표 1> SNS와 마이크로블로깅의 사용요인에 관한 비교 연구 결과

기존 연구	서비스 특성	사용요인
SNS, 변청 [4]	Presence, Sharing, Conversations, Groups, Reputation, Relationships, Identity.	오락성, 상호작용성, 유용성.
마이크로블로깅, 신현석 등[5]	140자 내외의 짧은 글 또는 사진이나 오디오 클립 같은 작은 미디어를 올릴 수 있음, 빠른 커뮤니케이션 속도, 정보공유 상호작용을 바탕으로 그룹 형성, 사적 기록 공간.	편의성, 유용성, 메시지 전파노력, 즐거움, 사회적인 관심/관여, 개인적인 관심/관여.
마이크로블로깅, 심홍진 등[6]		정보교환을 통한 사회이슈 참여, 상호작용을 바탕으로 그룹 형성, 편리한 소통기능, 용이성, 휴식 및 오락, 사적기록 공간, 유용성

2.3 TAM에 관한 이론적 고찰

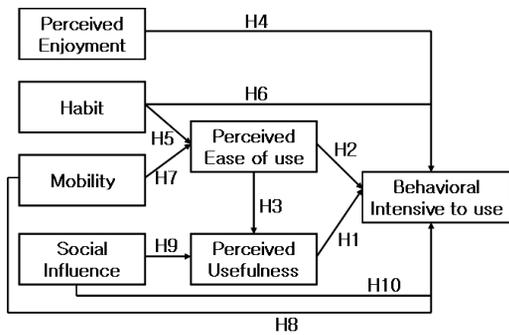
TAM은 정보기술에 대한 사용자의 수용성을 설명한 대표적인 모형으로, 지각된 유용성(Perceived Usefulness)과 지각된 편의성(Perceived Ease of Use)이라는 두 개의 신념을 이용하여 정보시스템에 대한 사용자의 사용의도를 설명하고 있다[12]. Davis[12]는 지각된 유용성이란 “특정한 시스템의 사용이 사용자의 작업성과를 높여준다고 믿는 정도”로 정의하였으며, 지각된 편의성이란 “특정한 시스템을 사용하는 데 있어 많은 노력을 하지 않아도 사용할 수 있다고 믿는 정도”로 정의하였다. TAM은 이 두 개의 신념이 정보시스템 사용에 대한 태도에 영향을 준다고 보았으며, 태도는 사용의도에, 사용의도는 결국 실제적인 사용에 영향을 준다고 하였다.

TAM에 대한 타당성은 이미 전통적인 정보시스템 분야에서 많은 연구들에 의해 입증되어 왔다

[10, 12-14, 20, 23]. 특히, 모형의 타당성이 검증된 후에는 지각된 유용성과 지각된 편의성에 영향을 주는 외부변수들에 대한 연구로 확장되어 진행되어 왔다[1, 24, 27].

2.4 연구모형

본 연구의 연구모형은 TAM의 이론적 배경을 토대로 <그림 1>와 같이 구성하였다. TAM의 모형에 모바일 서비스와 SNS의 특성을 나타내는 요인 4개를 추가하였다.



<그림1> 연구 모형

2.4.1 지각된 유용성(Perceived Usefulness)과 지각된 편의성(Perceived ease of use)

먼저 TAM 모형의 핵심 변수인 지각된 유용성과 지각된 편의성은 연구하고자 하는 정보기술에 대한 사용자의 인식을 나타내는 요인이다[12]. 사용자는 새로운 정보기술을 사용하여 자신의 업무를 수행한 결과가 높게 나온다면, 정보기술을 유용하다고 생각하여 해당하는 정보기술을 이용하게 된다. 이것을 지각된 유용성이라고 한다. 그러나 정보 기술이 유용하다고 생각되지만 만약 사용하기 어렵고 사용에 따른 성과보다 더 많은 노력이 필요하다면 정보기술을 사용하지 않게 된다. 이것을 지각된 편의성이라고 한다. 즉, 사용하기 어렵다고 느끼고, 얻을 수 있는 이익이 적다면 유용성이 떨어진다고 느끼게 되어 정보기술을 이용하려

는 의도가 낮아지게 된다. 따라서 지각된 편의성과 지각된 유용성은 정보기술에 대한 태도 형성과 사용의도에 영향을 미친다고 할 수 있다[12, 18, 20].

본 연구에서는 모바일 마이크로블로깅 서비스 이용자의 사용의도를 분석하기 위해 가설 1, 가설 2, 가설 3를 설정하였다.

- H1 : 지각된 유용성은 모바일 마이크로블로깅 서비스 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H2 : 지각된 편의성은 모바일 마이크로블로깅 서비스 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H3 : 지각된 편의성은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.4.2 지각된 즐거움(Perceived Enjoyment)

Venkatesh[27]는 정보기술을 이용할 때 즐거움이 있어야 자발적으로 사용하게 된다고 하였다. 기존 연구에서도 ‘지각된 즐거움’은 컴퓨터 분야와 인터넷 분야에서 널리 사용되었다.

신현석 등[5]은 뉴미디어 환경에서의 메시지 확산 연구에서 기술사용의 즐거움 때문에 M2Day를 사용하여 메시지를 전파한다고 하였다.

본 연구에서는 모바일 기기에 다양하고 독특한 마이크로블로깅의 어플리케이션 에서 이용자는 즐거움을 느끼고 있다고 가정하였다.

스마트폰의 확산과 더불어 다양한 종류의 어플리케이션이 출시되고 있으며, 마이크로블로깅에 대한 어플리케이션은 me2photo(사진을 찍어 바로 올릴 수 있음), tweesearch(사용자의 프로필 검색), twitteryam(자신의 트위터의 가치계산이 가능함) 등 이 있다. 이러한 어플리케이션을 통해 모바일 기기의 이용자체가 재미라는 목적을 가진다고 보았다. 따라서 지각된 즐거움은 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

- H4 : 지각된 즐거움은 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.4.3 습관성(Habit)

사람들은 경험을 통해서 습관이 형성 될 뿐만 아니라 행동변화에도 영향을 준다고 하였다. 연구에 의하면 습관이 동일한 행동을 지속적으로 보이는 것으로 나타났다[9, 17].

Ouellette and Wood[21]는 어떤 습관이나 익숙한 행동은 무의식적이고 조건없이 행해진다고 하였다.

Beatty and Smith[11]는 습관때문에 동일한 상점에 가는 고객이 40~60%라고 발표하였다. 이처럼 습관은 자동화된 행동 경향을 보이고 있다. 따라서 마이크로 블로깅 서비스를 웹이 아닌 모바일기기를 통해 사용을 하게 되었을 때 사용자들은 모바일의 특성인 편리성, 즉시성 등으로 인해 사용자들은 더 이상 웹으로 마이크로블로깅을 하는 것이 아니라 모바일로 마이크로 블로깅을 사용하게 될 것으로 본다.

H5 : 사용 습관은 지각된 편의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H6 : 사용 습관은 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.4.4 이동성(Mobility)

이동성은 언제 어디서나 인터넷에 접속하여 실시간으로 필요한 제품, 서비스, 정보 등을 제공받거나 커뮤니케이션이 가능하다는 것을 뜻한다. 즉, 사용자가 이동 중이거나 또는 PC를 사용하지 못하는 상황에서도 자신이 필요한 정보가 있는 경우 모바일 인터넷을 통해 해결할 수 있기 때문에 이는 다른 매체가 제공해 주지 못하는 모바일 인터넷 고유 속성이라고 할 수 있다.

예를 들어, 이동전화로 사진을 찍어서 웹사이트에 바로 올리거나 나와 연결된 친구가 글이나 사진을 웹 사이트에 올리면 바로 볼 수 있고 댓글을 달아줄 수 있다. 이로 인해 마이크로블로깅의 사용이 편리해졌다.

H7 : 이동성은 지각된 편의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

그리고 사용자들이 언제 어디서나 마이크로블로깅 서비스를 하려고 할 때 사용할 수 있으니까 모바일 마이크로블로깅 서비스를 사용하게 될 것을 믿는다.

H8 : 이동성은 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

2.4.5 사회적 영향(Social Influence)

사회적 영향은 사회적 관계 속에서 서로간의 행위에 의해 영향을 주고받는 것으로 정의할 수 있다[22]. Venkatesh[25]에 의하면 제품 구매 정보 시스템 수용에 있어서 사회적 영향이 중요한 요인으로 작용하고 있다고 한다. 특히 새로운 제품에 대한 사용경험이 없거나 잘 알지 못하는 제품을 구매할 경우 주변 사람의 영향을 많이 받는 것으로 알려져 있다[16].

인터넷 이용자의 SNS 사용 실태조사 결과에 따르면 주로 “친교·교제를 위해서(93.0%)” 또는 “개인의 일상생활이나 관심사를 공유하기 위해서 (81.0%)” SNS를 사용하고 있다는 것을 알 수 있다[8].

본 연구에서는 모바일 마이크로블로깅을 사용하는 것이 다른 사람과의 커뮤니케이션을 원활히 함으로써 모바일 마이크로블로깅 서비스에 대한 유용성을 지각하게 되는 것을 가설하였다.

H9 : 사회적 영향은 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

Venkatesh[26]은 성별, 나이, 자발성에 따라 사회적 영향이 사용의도에 다르게 영향을 미친다고 주장하였다.

동료, 친구, 가족 등의 주변 사람들이 모바일 마이크로블로깅을 사용하는 것을 보게 된다면 모바일 마이크로블로깅을 사용하게 될 가능성이 높아질 것이다. 이에 사회적 영향과 사용의도의 인과관계에 대한 가설을 다음과 같이 설정하였다.

H10 : 사회적 영향은 사용의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3. 연구방법

3.1 표본추출 및 특성

연구가설을 검증하기 위해 모바일 마이크로블로깅 사용자를 대상으로 설문 조사를 실시하였다.

설문조사는 2010년 4월 26일~5월 10일까지 약 15일 동안 이루어졌으며, 모바일 마이크로블로깅을 사용한 경험이 있는 사용자를 대상으로 설문을 실시하였다. 그 결과 총 152부의 설문지를 회수하였으며, 설문지 중에서 일부를 응답하지 않았거나 불성실하게 응답한 설문지를 제외하고 131개가 최종적으로 분석에 사용되었다.

〈표 2〉 응답자의 특성

구 분		빈도	%
성별	남	79	60.3
	여	52	39.7
연령	16~20세	4	3.1
	21~30세	101	77.1
	31~40세	23	17.6
	41~50세	3	2.3
직업	대학생/ 대학원생	98	74.8
	사무직/ 기술직	18	13.7
	자영업	4	3.1
	전문직	7	5.3
	기타	4	3.1
마이크로 블로깅 이용회수 (회/주)	5회 미만	62	47.4
	5~9회	24	18.3
	10~20회	18	13.8
	21~35회	11	8.4
주로 이용하는 모바일 마이크로 블로깅	Me2day	16	12.2
	Twitter	75	57.3
	Facebook	25	19.1
	기타	15	11.5

설문에 응답한 131명 응답자의 특성은 <표 2>와 같다.

3.2 연구절차

본 연구의 가설을 검증하기 위해 분석에 사용된 통계 프로그램은 AMOS 5.0이며, 분석과정은 다음과 같다.

먼저 설문의 신뢰도를 검증하였으며, 다음은 연구 모델의 사용될 요인인 지각된 즐거움, 습관성, 이동성, 사회적 영향, 지각된 편의성, 지각된 유용성, 사용의도에 관한 구조방정식 모형을 이용하기 위하여 먼저 측정모형을 개발하였다. 측정모형의 개발은 확인 요인분석의 집중타당도(convergent validity)와 판별타당도(discriminant validity)를 분석하였다. 다음은 연구모형의 가설을 검증하기 위해 구조방정식 모형분석을 실시하였다.

4. 연구결과

4.1 신뢰도 검증

분석에 사용되는 측정변수들의 요인에 대한 신뢰도 분석을 실시하게 되는데 개념 신뢰도(Construct Reliability : CR > 0.6)와 표준분산추출(Average Variance Extracted : AVE > 0.5)을 검증하였다. 개념 신뢰도와 표준분산추출을 검증한 결과, 모든 요인들의 개념 신뢰도와 표준분산추출은 모두 기준치인 0.6과 0.5이상으로 나타났다(<표 4> 참조).

4.2 측정모형 개발

4.2.1 집중타당도 검증

집중타당도 분석에서는 표준요인 적재량(Factor Loadings > 0.6), 다중상관치(Squared Multiple Correlations : SMC > 0.5), 표준잔차행렬(Standardized Residual Covariance : SRC < ±2.7)이 기준에 맞는지 검증하였다. 검증과정을 거쳐 본 연구는 통계치 범위내에 있다는 것을 확인함으로써 집중

타당도가 있다(<표 3>, <표 4> 참조).

4.2.2 판별타당도 검증

판별타당도(discriminant validity)는 서로 다른 개념을 측정할 경우 측정된 결과의 상관계수는 낮아야 한다.

판별타당도에서는 요인들간의 상관계수 < 0.9여야 하며, X^2 차이 검정($> 3.84, p < 0.05$)를 실시한 후 상관계수의 값이 1인지 아닌지를 판단한다. 본

연구의 분석결과는 아래의 <표 3>에서 나타나듯이 본 연구에는 사회적 영향과 습관성의 상관관계 및 지각된 유용성과 사용의도의 상관관계가 0.784로 가장 높게 나타났으며, 요인들간의 상관계수는 1이 아닌 것으로 나타났다. 그리고 제약모델은 X^2 차이는 $X^2 = 106.907(p < 0.05)$ 로 나타났으므로 판별타당도가 있다고 할 수 있다.

본 연구에서는 측정 요인들의 변수들간의 집중타당도와 판별타당도 분석을 통해서 먼저 표준 요

<표 3> 상관계수 및 AVE(Average Variance Extracted)의 Square Roots

구분	사회적 영향	습관성	이동성	지각된 즐거움	지각된 편의성	지각된 유용성	사용의도
사회적 영향	0.809						
습관성	0.784	0.715					
이동성	0.573	0.706	0.822				
지각된 즐거움	0.561	0.711	0.692	0.849			
지각된 편의성	0.468	0.646	0.602	0.429	0.902		
지각된 유용성	0.632	0.687	0.533	0.558	0.648	0.795	
사용의도	0.727	0.690	0.702	0.673	0.711	0.784	0.837

<표 4> 확인적 요인분석결과

요인	변수	설문 항목	표준 부하량	C.R.	AVE
사회적 영향	c7	모바일 마이크로블로깅을 통해 다양한 사람들을 알게 되었다.	0.875	0.791	0.654
	c8	모바일 마이크로블로깅을 통해 다른 사람들에게 나의 생각을 알릴 수 있다.	0.801		
습관성	e3	모바일 마이크로블로깅은 웹으로 사용하는 것과 동일하다.	0.869	0.677	0.511
	e2	마이크로블로깅으로 메시지를 전달하는 것을 좋아한다.	0.722		
이동성	d3	모바일 마이크로블로깅에서 글이나 사진을 실시간으로 댓글 달기가 잘 된다.	0.740	0.862	0.676
	d2	모바일 마이크로블로깅을 어디서나 사용할 수 있다.	0.854		
	d1	모바일 마이크로블로깅을 언제나 이용할 수 있다.	0.879		
지각된 즐거움	b3	모바일 마이크로블로깅에 대한 관심이 많다.	0.762	0.885	0.722
	b2	모바일 마이크로블로깅이 재미있다고 생각한다.	0.919		
	b1	모바일 마이크로블로깅을 이용하는 것은 즐겁다.	0.838		
지각된 편의성	f3	모바일 마이크로블로깅의 이용방법은 간단하다.	0.861	0.898	0.814
	f2	모바일 마이크로블로깅의 이용방법은 쉽다.	0.927		
지각된 유용성	g3	모바일 마이크로블로깅을 통해 취득한 자료는 유용하다.	0.838	0.773	0.632
	g2	필요한 자료는 모바일 마이크로블로깅을 통해서 모두 얻을 수 있다.	0.684		
사용 의도	h3	주위의 다른 사람에게 모바일 마이크로블로깅을 사용을 추천하겠다.	0.820	0.824	0.701
	h1	앞으로도 모바일 마이크로블로깅을 계속 사용하려고 한다.	0.844		

인부하량의 값이 0.6미만인 것을 제거한 결과 사회적 영향 요인에서 4개의 변수를 제거하고, 이동성 요인에서 1개의 변수를 제거하였다.

다음으로 다중상관 제공값을 검증한 결과 유용성 요인에서 3개, 편의성 요인에서 3개, 사용의도 요인에서 1개, 습관성 요인에서 1개, 사회적 영향 요인에서 다시 1개의 변수를 제거하였다.

마지막으로 적합도지수(GFI >= 0.90)를 검증한 결과 사회적 영향 요인의 측정변수에서 다시 2개의 변수를 제거하였다.

최종적으로 연구모형에 적용된 변수는 지각된 즐거움 요인 3개, 습관성 요인 2개, 이동성 요인 3개, 사회적 영향요인 2개, 지각된 편의성 요인 2개, 지각된 유용성 요인 2개, 사용의도 요인에서 2개가 각각 사용되었다.

4.3 연구모형 검증

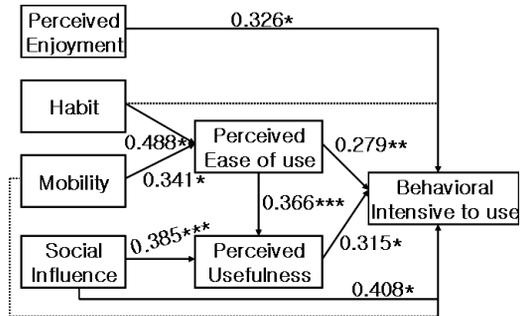
전체 요인들 간의 인과관계를 조사하기 위해 구조모형을 검증한 결과 CMIN = 113.172, DF = 88, P = 0.037, CMIN/DF = 1.286, GFI = 0.907, AGFI = 0.856, NFI = 0.916, CFI = 0.98, RMR = 0.043, RMSEA = 0.047로 나타났다. 이는 일반적인 적합도 지수를 모두 충족시키는 것으로 본 연구의 모형은 적절한 것으로 나타났다.

모바일 마이크로블로그 서비스 사용의도에 영향을 미치는 요인을 분석한 결과는 다음의 <그림 3> 및 <표 5>와 같다. 먼저 지각된 편의성에 영향을 주는 요인으로는 습관성과 이동성이 있으며, 특히 습관성(0.488)이 이동성(0.341)보다 영향력이 더 높게 나타났다.

다음으로 지각된 유용성에 영향을 주는 요인으로는 사회적 영향, 지각된 편의성이었으며, 특히 사회적 영향(0.385)이 내생 변수인 지각된 편의성(0.366)보다 영향력이 더 높았다.

마지막으로 사용의도에 영향을 주는 요인으로는 지각된 즐거움(0.326), 지각된 편의성(0.279), 지각된 유용성(0.315), 사회적 영향(0.408)이 있으며, 특

히 사회적 영향이 가장 높은 영향을 주었다. 습관성과 이동성은 사용의도에 직접적인 영향이 없는 것으로 나타났다.



<그림 2> 연구모형의 실증분석 결과

<표 5> 요인간의 경로계수

요인	경로계수	P	가설검정
습관성 → 지각된 편의성	0.488	0.017	채택
습관성 → 사용의도	-0.514	0.121	기각
이동성 → 지각된 편의성	0.341	0.018	채택
이동성 → 사용의도	0.174	0.132	기각
지각된 즐거움 → 사용의도	0.326	0.023	채택
사회적 영향 → 지각된 유용성	0.385	***	채택
사회적 영향 → 사용의도	0.408	0.018	채택
지각된 편의성 → 사용의도	0.279	0.006	채택
지각된 편의성 → 지각된 유용성	0.366	***	채택
지각된 유용성 → 사용의도	0.315	0.031	채택

이러한 구조모형의 인과관계를 총효과, 직접효과, 간접효과로 나누어서 분석하면 <표 6>와 같으며, 이러한 효과를 인과관계적으로 나타내면 다음과 같다.

〈표 6〉 구조모형의 직/간접 효과분석

요 인	총효과	직접효과	간접효과
습관성 → 지각된 편의성	0.488	0.488	
습관성 → 지각된 유용성	0.178		0.178
이동성 → 지각된 편의성	0.341	0.341	
이동성 → 지각된 유용성	0.125		0.125
사회적 영향 → 지각된 유용성	0.385	0.385	
지각된 편의성 → 지각된 유용성	0.366	0.366	
지각된 편의성 → 사용의도	0.394	0.279	0.115
지각된 유용성 → 사용의도	0.315	0.315	
지각된 즐거움 → 사용의도	0.326	0.326	
사회적 영향 → 사용의도	0.53	0.408	0.121
습관성 → 사용의도	-0.322	-0.514	0.192
이동성 → 사용의도	0.308	0.174	0.134

먼저, 습관성 → 지각된 편의성 → 지각된 유용성 → 사용의도에 대한 경로와 습관성 → 지각된 편의성 → 사용의도에 대한 경로를 들 수 있다. 총효과를 보면 사용의도에 영향을 미치는 요인으로 지각된 편의성은 직접효과(0.279)는 간접효과(0.115)보다 더 큰 것으로 나타났다. 이는 지각된 편의성은 지각된 유용성을 통해보다 사용의도와 강한 인과관계를 맺고 있다는 것을 의미한다.

또한 지각된 편의성에 영향을 주는 변수를 분석해 보면 습관성(0.488)이 이동성(0.341)보다 더 크게 영향을 주고 있다. 이러한 결과는 간접효과 분석에서도 나타나는 것처럼 이동성(0.134)보다는 습관성(0.192)이 좀 더 간접적인 영향을 주고 있다는 것 알 수 있다. 이러한 결과를 종합해 보면 습관성 → 지각된 편의성 → 사용의도에 대한 인과경로가 매우 유의하다는 것으로 검증되었다.

다음으로 사회적 영향 → 지각된 유용성 → 사용의도에 대한 경로가 있다. 사회적 영향이 사용의도에 미치는 직접효과(0.408)는 간접효과(0.121)보다 더 큰 영향을 주고 있다. 그리고 총 효과를 분석한 결과를 보면 사회적 영향(0.53)이 사용의도에 미치는 영향이 가장 크다. 이는 사회적 영향 → 지각된 유용성 → 사용의도에 대한 경로보다 사회적 영향 → 사용의도에 대한 인과경로가 매우 유의하다는 것을 알 수 있다.

마지막으로 습관성(-0.322)과 이동성(0.308)은 사용의도에 대한 경로가 있지만, P값이 0.05보다 크므로(습관성 P값 = 0.121, 이동성 P값 = 0.132) 유의하지 않는 것으로 나타났다.

5. 결론 및 제언

5.1 연구의 결과

본 연구는 모바일 마이크로블로깅 서비스의 사용자들은 어떠한 요인에 의해 서비스를 사용하는지를 확인하는 것이다.

본 연구의 목적을 위해 외부변수를 추가한 수정된 TAM 모델을 이용하여 연구 모델을 제시하였다.

연구결과 TAM 모형의 기본 요인이 지각된 편의성과 지각된 유용성은 사용의도에 직접적인 영향을 미치고 있었으며, 지각된 즐거움 또한 사용의도에 영향을 미치고 있었다. 따라서 본 연구는 TAM 모형의 기본모형에 의거한 연구결과를 보인다고 할 수 있다.

연구모델에서 선정된 외부변수인 사회적 영향, 습관성, 이동성과 사용의도간의 인과 관계를 검증한 결과는 다음과 같다.

첫째, 사회적인 영향이 모바일 마이크로블로깅의 사용의도에 가장 큰 영향이 있었다. 즉, 마이크로블로깅에서 사용자간의 관계맺기와 이를 통한 커뮤니케이션이 자체 서비스의 구조에서 가장 중요한 역할을 담당하고 있다. 이는 번청[4]의 SNS 사용자의 몰입과 지속적 사용의도에 대한 연구 결과

인 상호작용성이 참여행동에 가장 중요한 영향요소가 있다는 것과 동일하다. 지인과 관계를 맺은 사람들에게 자신의 메시지가 실시간으로 모바일을 통해 전달해서 실시간으로 '일대 다'의 의사소통이 가능하게 된다.

둘째, 모바일 마이크로블로깅의 지각된 즐거움은 모바일 마이크로블로깅 서비스의 사용의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 사용자들은 모바일 마이크로블로깅 서비스를 사용하면서 즐거움을 느낀다는 것이다. 따라서 모바일 마이크로블로깅 서비스가 활성화 되려면 다양한 서비스가 필요할 것으로 본다.

셋째, 모바일 마이크로블로깅 서비스의 습관성은 지각된 편의성에는 영향을 주는 것으로 나타났지만, 사용의도에는 영향을 주지 않는 것으로 나타났다. 즉, 웹으로 마이크로블로깅을 이용하는 것보다 모바일로 마이크로블로깅을 할 때가 더 편리하다는 것을 느끼지만 모바일 마이크로블로깅에 대한 습관성이 직접적인 사용 이유는 아닌 것으로 인지하고 있었다.

결국 습관성은 모바일 마이크로블로깅 서비스를 사용하게 되었을 때 지속적으로 사용할 수 있도록 도와주는 보조적인 요인 역할을 한다고 생각한다.

넷째, 모바일의 주요 특성인 이동성은 모바일 마이크로블로깅의 지각된 편의성에는 영향을 미치는 것으로 나타났지만, 직접적인 사용의도에는 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

모바일 마이크로블로깅이기 때문에 모바일의 가장 큰 특성인 이동성은 사용의도에 영향을 미칠 것이라는 예상과 달리 편의성에만 영향을 미치고 있었다.

따라서 이동성은 습관성과 마찬가지로 모바일 마이크로블로깅 서비스를 사용하게 되는 직접적인 요인이 아니라 사용하게 되었을 때 지속적으로 사용할 수 있게 하는 역할을 한다고 볼 수 있다.

연구결과, 모바일 마이크로블로깅은 모바일로 인한 특성 때문에 서비스를 이용하는 것이 아니라 마이크로블로깅 서비스의 주요 역할인 '사회적 영향

성' 즉, 지인들과 맺어진 상호의사소통 때문에 사용하는 것으로 여겨진다. 따라서 모바일로 마이크로블로깅을 사용한다는 것은 마이크로블로깅의 또 다른 사용방법에 불과한 것으로 풀이된다.

SNS의 사용요인에 대한 기존연구와 본 연구의 결과를 비교분석 하면 다음과 같다. SNS의 사용 영향 요인에 대한 연구에서 변청[4]은 오락성, 상호작용성, 지각된 유용성을, 권상희 등[2]은 블로그의 이용동기에서 상호작용적 동기, 자아추구적 동기 등을 확인하였다. 그리고 마이크로블로깅의 사용요인에서 신현석 등[5]은 지각된 편의성, 지각된 유용성, 메시지 전파노력, 즐거움, 사회적인 관심/관여, 개인적인 관심/관여였으며, 본 연구의 결과에 따르면 모바일 마이크로블로깅의 사용요인은 지각된 즐거움, 사회적 영향, 지각된 편의성, 지각된 유용성이었다. 그리고 내가연[3]의 연구에서는 타인과의 커뮤니케이션, 오락성, 이용의 용이함 등이 있었다. 따라서 소셜 네트워크(Social Network)의 사용요인에 가장 중요한 요인은 즐거움과 사회적인 요인인 것으로 판단된다.

5.2 한계점 및 향후 연구

본 연구는 모바일 SNS에 영향을 미치는 요인이 무엇인가를 알 수 있는 초기 조사로서 의미가 있다고 판단된다. 그러나 서비스가 대중들에게 널리 알려진 시기가 2009년인 점을 고려한다면 연구의 한계점이 있을 수 있다고 생각한다.

첫째, 모바일 마이크로블로깅 서비스에 대한 연구가 활성화 되지 않은 시점에 시작된 연구이어서 관련된 연구논문이 절대적으로 부족하였다. 이로 인해 본 연구를 진행하는데 있어서 기존연구에 대한 비교분석이 충분하지 않았다고 본다.

둘째, 조사대상의 대부분이 대학생/대학원생으로 구성되어 있다는 것이다. 이는 표본구성에 대한 한계로 볼 수 있다. 모바일 마이크로블로깅 서비스의 주 연령층이 20~30대이지만 대학생(대학원 생)이 74.8%인 조사결과를 해석하여 일반화하는 것에

는 추가적인 검증이 필요할 것 같다.

참고 문헌

- [1] 구자철, 이상철, 김남희, 서영호, “모바일 뱅킹에 서의 사용자 사용요인 : 확장된 TAM과 Trust를 이용한 실증연구”, 『경영정보학연구』, 제16권, 제2호(2006), pp.159-181.
- [2] 권상희, 우지수, “블로그(blog)미디어 연구 : 블로그 이용 및 만족과 인지행태에 관한 연구”, 『한국방송학보』, 제19권, 제2호(2005), pp.419-460.
- [3] 내가연, “모바일 SNS 이용자들의 이용동기와 만족감에 대한 연구”, 서강대학교 석사학위논문, 2010.
- [4] 변칭, “소셜 네트워크 서비스(SNS) 사용자의 지속적 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 서울대학교 석사학위논문, 2010.
- [5] 신현석, 심인수, 김효동, “뉴미디어 환경에서의 메시지 확산 모델 : 미투데이 사례분석을 통한 마이크로블로깅을 중심으로”, 아주대학교, 2009.
- [6] 심홍진, 황유선, “마이크로블로깅 이용동기에 관한 연구”, 『한국방송학보』, 제24권, 제2호(2010), pp.192-234.
- [7] 이동후, “융합미디어 환경, 트랜스리터러시, 그리고 디지털 주체의 양가성”, 『한국방송학회 세미나 및 보고서』, Beyond Convergence : 디지털 컨버전스의 미래, (2009), pp.15-32.
- [8] 한국인터넷진흥원, “인터넷 이용자의 SNS 이용실태조사 결과”, 2009.
- [9] Aarts, H., B. Verplanken, and A. van-Knippenberg, “Predicting Behavior from Action in the Past : Repeated Decision Making or a Matter of Habit,” *Journal of Applied Social Psychology*, Vol.28, No.15(1998), pp.1355-1374.
- [10] Adams, D.A., R.R. Nelson, and P.A. Todd, “Perceived Usefulness, Ease of Use, and Usage of Information Technology : A Replication,” *MIS Quarterly*, Vol.16, No.2(1992), pp.227-247.
- [11] Beatty, S.E. and S.M. Smith, “External Search Effort : an Investigation Across Several Product Categories,” *Journal of Consumer Research*, Vol.14, No.1(1987), pp.83-95.
- [12] Davis, F.D., “Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology,” *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3(1989), pp.319-340.
- [13] Davis, F.D., R.P. Bagozzi, Warshaw, and R. Paul, “User Acceptance of Computer Technology : A Comparison of Two Theoretical Models,” *Management Science*, Vol.35, No.8 (1989), pp.982-1003.
- [14] Doll, W.J., A. Hendrickson, and X. Deng, “Using Davis’s Perceived Usefulness and Ease of Use Instruments for Decision Making : A Confirmatory and Multigroup Invariance Analysis,” *Decision Science*, Vol.29, No.4(1998), pp.839-870.
- [15] Eagle, N. and A. Pentland, “Reality Mining : Sensing Complex Social Systems,” *Personal and Ubiquitous Computing*, Vol.10, No. 4(2006), pp.255-268.
- [16] Fisher, R.J. and L.L. Price, “An Investigation into the Social Context of Early Adoption Behavior,” *The Journal of Consumer Research*, Vol.19, No.3(1992), pp.477-486.
- [17] Gefen, D., “TAM or Just Plain Habit : a Look at Experienced Online Shoppers,” *Journal of End User Computing*, Vol.15, No. 2(2003), pp.1-13.
- [18] Lai, V.S. and H. Li, “Technology Acceptance Model for Internet Banking : an Invariance Analysis,” *Information and Management*,

- Vol.42, No.2(2005), pp.373-386.
- [19] Lin, H.-H. and Y.-S. Wang, "An Examination of the Determinants of Customer Loyalty in Mobile Commerce Contexts," *Information and Management*, Vol.43, No.3(2006), pp.271-282.
- [20] Mathieson, K., "Predicting User Intentions : Comparing the Technology Acceptance Model with the Theory of Planned Behavior," *Information System Research*, Vol.84, No. 1(1991), pp.123-136.
- [21] Ouellette, J.A. and W. Wood, "Habit and Intention in Everyday Life : the Multiple Processes by Which Past Behavior Predicts Future Behavior," *Psychological Bulletin*, Vol.124, No.1(1998), pp.54-74.
- [22] Rice, R.E., A.E. Grand, J. Schmitz, and J. Torobin, "Individual and Network Influences on the Adoption and Perceived Outcomes of Electronic Messaging," *Social Networks*, Vol .12, No.1(1990), pp.27-55.
- [23] Segars, A.H. and V. Grover, "Re-Examining Perceived Ease of Use and Usefulness : A Confirmatory Factors Analysis," *MIS Quarterly*, Vol.17, No.4(1993), pp.517-526.
- [24] Straub, D.W., "Measuring System Usage Implications for IS Theory Testing," *Management Science*, Vol.41, No.8(1995), pp.1328-1342.
- [25] Venkatesh, A., "Computers and Other Interactive Technologies for the Home," *Communications of the ACM*, Vol.39, No.2(1996), pp.47-54
- [26] Venkatesh, V., "Determinants of Perceived Ease of Use : Integrating Control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model," *Information System Research*, Vol.11, No.4(2005), pp.342-365.
- [27] Venkatesh, V. and F.D. Davis, "A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model : Four Longitudinal Field Studies," *Management Science*, Vol.46, No.2(2000), pp.186-204.
- [28] <http://www.idg.co.kr/search/total.do?searchField=NEWS&indexType=TOTAL&radioType=&searchKeyword=2010%EB%85%84%209%EC%9B%94%206%EC%9D%BC>, 접속일, Feb. 2011.