

Social Network Service (SNS) 지속사용에 관한 연구

: 사용자의 SNS 리터러시 조절효과를 중심으로

박경자* · 유 일** · 김재전***

<목 차>	
I. 서론	IV. 연구설계 및 실증분석
II. 이론적 배경	4.1 변수의 조작적 정의 및 측정
2.1 소셜미디어 SNS	4.2 측정모형
2.2 사용자 능력에 관한 기존 연구	4.3 구조모형
2.3 SNS에서의 리터러시	V. 결과 및 토의
III. 연구모형 및 연구가설	5.1 연구결과 요약 및 논의
3.1 연구모형	5.2 연구의 시사점과 향후 연구방향
3.2 연구가설	참고문헌
	<Abstract>

I. 서론

웹이라는 정보통신분야의 커뮤니케이션 테크놀로지의 발전은 사람 간의 커뮤니케이션을 매개하며 소통의 방식과 문화를 바꾸어 놓았다. 특히 급격하게 확산되고 있는 소셜네트워크서비스(social network service: SNS)는 개인들 간의 상호작용을 지원하는 웹 기반의 서비스로, 정보전달 및 가공의 속성을 지니고 있어 기존의 다른 커뮤니케이션보다 파급속도와 영향력이 크다고 할 수 있다. 그 영향력은 개인에게 뿐만

아니라 **경제적 효과**로 많은 기업들을 집중시키고 있으며 사회, 정치, 문화 등 전반에 걸쳐 새로운 패러다임을 이끄는 기류로 자리잡아가고 있다. 이와 같이 SNS는 경이로운 성장세를 보이며 다방면에 걸쳐 편익을 증가시키고 있지만, 항상 긍정적이고 낙관적인 변화만을 가져오진 않는다. 최근 조사결과에 따르면, SNS에 대한 기대감으로 가입은 하지만 초기의 기대와는 달리 활발하게 사용하지 않거나 관계해지 및 이탈을 고려하고 있는 이용자가 늘고 있으며, 이용빈도가 둔화되고 가입자 수가 감소하는 경향을 보인다

* 박경자, 전남대학교 경영학부 강사, 주 저자, parkkj@jnu.ac.kr
** 유 일, 순천대학교 경영학과 교수, 교신저자, iryu@scnu.ac.kr
*** 김재전, 전남대학교 경영학부 교수, 공동저자, jeajon@jnu.ac.kr

고 한다(Exact Target, 2011). 이들은 디지털 피로감, 테크노스트레스, 원하지 않는 사회적 관계 등 SNS 사용과 관련하여 부정적인 감정을 호소하고 있다. SNS의 다양한 기능을 습득하고 관계를 유지하기 위해 들여야 하는 시간과 노력에 피로감이 가중되고, 기술에 대한 접근 및 활용능력의 차이에 따른 정보격차로 스트레스를 받고 있다(Tarafdar et al., 2007).

이러한 부정적인 평가나 이탈 행위들은 SNS 성패와 직결될 수 있으므로 주목할 필요가 있다. 정보시스템과 관련된 많은 연구에서 검증된 바와 같이, SNS를 비롯한 정보통신기술의 진정한 성공 역시 최초 수용이 아닌 지속적인 사용에서 비롯되기 때문이다(Bhattacharjee, 2001). 지속 사용은 일정한 시간동안 사용자들이 정보기술을 활용하면서 실질적인 가치를 향유하는 것으로, 실제로 사용하는 사람에 의해 해석되고 수용되어진다는 특징을 갖고 있다(Jasperson et al., 2005). 즉, SNS 사용과 관련하여 다양한 시각과 의견이 존재하지만 결국 사용자가 어떻게 이용하고 활용하느냐에 따라 그 성격이 규정된다고 할 수 있다. 특히 SNS는 사용자들이 만들고 소비하는 ‘생산자적 소비자의 소통구조’로 이루어져 있어 소셜미디어 성격이 강하게 나타난다. 사용자들은 생산·유통·소비 모든 과정에 참여하고 있어 SNS의 가장 큰 주체라 해도 과언이 아닐 것이다. 그러므로 SNS 성공여부와 지속사용을 논의하기 위해서는 무엇보다 사용자행동에 대한 이해가 전제되어야 한다.

개인의 행동과정을 설명하고 있는 계획된 행동이론에 의하면, 개인이 행동을 수행하기 위해서는 통제권을 가지고 있어야 한다고 하였다. 행위통제(behavioral control)란 행위수행의 어려

움에 대한 개인의 인식으로, 실제행동으로 이어진다는 점에서 중요하다(Ajzen, 1985). SNS 사용과 관련하여 어려움이 없다고 느낄수록 실제 사용행동으로 이어진다고 할 수 있다. 또한 기존의 미디어 환경에 비해 쌍방향성, 네트워크성, 개방성을 지닌 SNS와 같은 디지털 미디어 구조에서는 사용자에게 능동적인 참여와 이를 주동적으로 활용할 줄 아는 개인의 능력이 핵심적인 관심사로 떠오르고 있다(안정임, 2010). 사용자들이 직접 주도하는 능동적인 구조일수록 무엇보다 활발한 사용행동을 유도할 수 있는 능력이 요구되기 때문일 것이다.

이러한 맥락에서 본 연구에서는 사용자 능력(user ability)을 중점으로 SNS 지속사용 의도를 파악하고자, 미디어 리터러시 개념을 SNS 환경에 반영시킨 ‘SNS 리터러시’를 제안한다. 미디어 리터러시란 미디어를 통해 제시되는 메시지를 이해하고 활용하는 능력으로, 미디어 환경에 따라 다양한 의미를 내포하는 개념으로 정의할 수 있다(Silverblatt, 1995). 본 연구에서는 SNS 환경에 맞춰 기술적 접근(access)능력, 온라인 사회에서의 소통을 의미하는 이해(understand)능력, 적극적인 활용을 의미하는 창조(create)능력으로 구성하여 SNS 리터러시로 개념화하였다. 그리고 개인의 행동 유발을 설명하는 이론 중 동기이론(motivation theory)을 바탕으로, ‘인지된 유용성’과 ‘인지된 유희성’이 지속사용 의도에 미치는 영향을 살펴보고자 한다. 특히 이러한 관계에 있어서 사용자 능력에 따른 차이를 SNS 리터러시로 침체화하여 조절효과를 파악하는 데 중점을 두었다.

II. 이론적 배경

2. 1 소셜미디어 SNS

소셜미디어라는 개념은 사람들이 자신의 생각과 의견, 경험, 관점 등을 서로 공유하고 참여하기 위해 사용하는 개방화된 온라인 톨과 미디어 플랫폼으로, 웹 2.0 패러다임으로 등장하게 되었다. 웹 2.0 패러다임을 토대로 하는 소셜미디어는 다른 미디어에 비해 다음과 같은 특징으로 차별화된다(설진아, 2007). 첫째, 사용자들의 생산과 피드백을 촉진하며 미디어와 수용자의 경계를 불명확하게 함으로써 프로슈머(prosumer)를 탄생시켰다는 점이다. 둘째, 참여나 피드백이 공개되어 있으며 투표, 피드백, 코멘트, 정보 공유를 촉진함으로써 콘텐츠 접근과 사용에 장벽이 거의 없다는 것이다. 셋째, 전통적인 미디어가 수용자에게 일방적으로 메시지를 전달했다면 소셜미디어는 콘텐츠 제작자와 수용자가 쌍방향성으로 대화할 수 있게 하였다. 넷째, 소셜미디어의 커뮤니티적 속성은 소셜미디어가 빠르게 의사소통 대상자를 구성하고 의사소통 대상자로 하여금 공통 관심사에 대해 이야기하게 해 주었다. 다섯째, 대부분의 소셜미디어는 다양한 미디어를 조합하거나 링크로 연결함으로써 콘텐츠 공유를 포함한 공유형 네트워크 성격을 강화시켰다. 이와 같은 특성을 지닌 소셜미디어의 대표적 채널로 SNS를 꼽을 수 있다.

SNS는 개인의 프로필을 구성하고 개인들 간의 관계를 통해 형성된 연결을 공유하며, 그 연결을 바탕으로 일어나는 개인들 간의 상호작용을 지원하는 웹 기반의 서비스로 정의할 수 있다(Boyd and Ellison, 2007). 마이스페이스, 트위터,

페이스북 등이 이에 해당된다. 이 공간에서 사용자들은 자유롭게 참여하여 정보를 제공하고 교환함으로써 활발한 인적교류를 형성해 나간다. 따라서 SNS에서 주체는 서비스 공급자가 아니라 사용자이다. 사용자가 주체가 되어 스스로 콘텐츠를 생산, 교환하는 ‘사용자에 의해 만들어진 매체’라 할 수 있다(Kaplan and Haenlein, 2010). 최근 발달된 정보통신기술과 스마트폰 사용으로 일상성, 개별성, 신속성이 더욱 강화되어 **네트워크 구축이 용이한 구조를 지닌 SNS는 (유호중, 2010) 소셜미디어의 대표적인 채널로 인식되고 있다.**

2.2 사용자 능력에 관한 기존 연구

정보시스템 분야의 관련 기술은 매우 빠르게 발전하고 있어 그 속도를 따라 적응하기란 쉽지 않은 않다. 개인에 따라 수용의 시점과 사용의 범주가 다르고 느끼는 편익 또한 다르다. 이러한 흐름으로 정보시스템 관련 연구들에서도 수용 후 지속사용의 중요성이 대두되었고, 사용자들 중심으로 한 유용한 변인들이 제시되고 있다. 하지만 사용자의 개인특성 변인들은 연구자에 따라 그 결과가 상충되거나 혼재되어 있다. 이는 정보시스템을 실제 수용하고 사용하는 개인 간에 존재하는 능력의 차이를 고려하지 않았다는 점에서 비롯될 수 있다(서건수, 2008).

사용자의 사용과 능력에 관한 연구로, 김유정과 김민선(2011)의 SNS 정보품질에 관한 연구에서는 사용자의 인지적, 감정적 능력이 정보 품질을 결정하는 중요한 역할을 하고 있음을 입증하고, 이러한 능력을 ‘소셜필터링 능력’이라는 개념으로 소개하였다. 서건수(2008)의 연구에

서는 사용자 능력에 따른 인터넷 쇼핑몰 수용의 조절효과를 검증하였다. 백상용(2007)의 연구에서는 사용자의 상대적 사용정도를 중심으로 정보기술 수용격차 현상에 영향을 미치는 요인을 분석하였다.

사용자 능력이라는 개념은 포괄적인 의미를 담고 있어 연구목적에 따라 다양하게 분류되었다. 나중연(2010)의 연구에서는 소비자의 능력을 기술에의 접근성과 웹 기반 활용 능력으로 구성하여 측정하였다. 서현주 등(2005)의 연구에서는 개인의 흡수역량을 사전 지식, 지식 내재화 능력, 지식 활용 능력으로 분류하여 사용성과와의 관계를 검증하였다. 홍성표 등(2011)의 연구에서는 획득, 이해, 변형, 활용능력과 같은 하위차원으로 사용자 흡수역량을 구성하였다. 이들은 필요한 지식을 인지하고 습득하는 능력을 ‘획득’이라 표현하고, 획득한 정보를 분석·처리·해석하는 능력을 ‘이해’, 결합하는 능력을 ‘변형’, 그리고 변형된 지식을 이용하는 능력을 ‘활용’이라 하였다. 사용자 능력은 조직 차원에서도 성과에 영향을 미치는 주요 변수로 제시되어 왔다. Zahra and George(2002b)의 연구에서는 조직에서 새로운 정보기술을 충분히 활용하기 위해서는 흡수역량을 확보하는 것이 중요하다고 보았다. 조직차원에서 지식의 획득이 중요하지만 이를 흡수하고 가공하며 이용하는 사용자 역량에 대한 상대적 중요성을 강조하고 있다.

이상의 선행연구를 통해 살펴본 바와 같이 사용자의 능력에 대한 정의와 분류, 구성은 연구자에 따라 다르다. 하지만 사용자 능력의 중요성과 능력이라는 개념이 다차원적으로 구성된다는 점에는 대체로 동의하고 있다(Zahra and George, 2002a).

2.3 SNS에서의 리터러시

미디어 리터러시(media literacies)란 신문, 잡지, TV, 라디오, 영화, 컴퓨터 등 미디어가 제시하는 메시지를 이해하고 활용하는 능력을 일컫는 개념이다(Silverblatt, 1995). 리터러시 개념은 새로운 미디어가 출현할 때마다 확장되어 왔으며, 특히 디지털미디어의 출현으로 새로운 형태의 리터러시가 요구되고 있다. 기존 미디어 환경에 비해 양방향성, 네트워크화 등의 특성을 지닌 디지털미디어는 이를 이용하는 일차적인 능력뿐만 아니라 비판적으로 정보를 선택하고 활용할 수 있는 능력이 필요하다. 또한 다른 사람과 함께 하는 협동과 자신만의 독창성을 결합하는 능력이 **필수적으로 요구된다**(Mishra et al., 2001). 이와 관련하여 디지털미디어 시대의 리터러시 개념은 컴퓨터 리터러시(Horton, 1983), 정보 리터러시(Lee, 1999), 테크놀러지 리터러시(U.S. Department of Education, 1996), 미디어 리터러시(Hobbs, 1994; Silverblatt, 1995) 등 다양하게 명명되고 제시되어 왔다. 그리고 다중적인 의미를 지녔다는 뜻으로 멀티 리터러시(multi literacies)와 같은 용어가 소개되기도 하였다(Tyner, 1998). 리터러시 개념을 종합적으로 고찰한 Potter(2002)의 연구에서는 **기술 접근(skill-based)과 이해 중심(understand-based)으로 리터러시 차원을 대별하였다**. Livingstone and Helsper(2010)의 연구에서는 기술기반 리터러시와 비판적 차원의 리터러시로 구분하여 설명하였다. 이들의 연구에서는 스킬이 기능적 측면에 가깝다면 이해의 차원은 주변에서 감지되는 정보를 해독하는 능력으로써 지적 능력 또는 문화적 능력이라고 표현하였다.

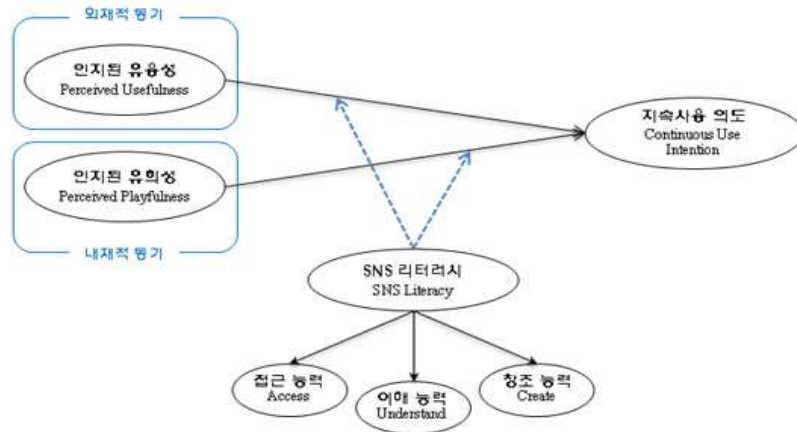
그렇다면 디지털미디어 시대의 대표적인 채널인 SNS에서의 리터러시는 어떠한 개념들로 구성되고 적용되는 지 살펴볼 필요가 있다. SNS는 컴퓨터뿐만 아니라 모바일 기기 등을 통해 서비스되는 복합적인 매체특성과, 사용자들의 커뮤니케이션 공간이라는 소셜미디어 특성을 지니고 있다. SNS에서의 사용 행동은 읽기와 같은 소극적인 정보 소비에서, 의견을 선도하고 협력과 조절을 통해 정보를 이끌어 가는 적극적인 행위에 이르기까지 사용자에게 따라 활용범주가 다양하다(Dijkerman, 2006). 사용 행동 기준의 강조점을 어디에 두느냐에 따라 리터러시 개념을 설명할 수 있는데(Tyner, 1998), SNS 리터러시는 다음과 같이 구성할 수 있다. 첫째, 기술적인 액세스(access)를 의미하는 개념으로 접근능력이다. SNS 서비스를 이용하기 위해서는 컴퓨터나 모바일 사용법 및 관련 소프트웨어 설치 등과 같은 기본적인 기술적 접근이 선결되어야 하기 때문이다. 둘째, 이해(understand)능력이다. SNS라는 온라인 사회에서 상용되는 상징체계와 서사구조, 기호 및 부호를 해독하고 의미를 해석할 수 있는 능력을 의미한다. 예를 들어, SNS를 통해 쏟아지는 수많은 콘텐츠를 읽고 선택하며, 필요한 정보를 검색·선별하여 비판적으로 수용하기 위해서는 단순한 해독뿐만 아니라 의미해석의 비판적 능력까지 요구되기 때문이다. 셋째, 부호화 및 정보를 가공하고 생산해 낼 수 있는가를 의미하는 개념인 창조(create)능력을 들 수 있다. 소비자이면서 동시에 생산자인 SNS 사용자의 역할을 가장 잘 설명해주는 개념이라 할 수 있다. 하지만 대부분의 사용자들은 정보획득과 같은 소비자 역할에 편중되어 있고, 정보가공이나 확산과 같은 생산 활동은 상대적으로

으로 낮은 것으로 나타났다(나종연, 2010). 이러한 능력이 균형있게 배양되어 있다면 부정적인 요소를 방어하고 편익을 강화시키면서 활발하고 지속적인 사용을 할 것으로 예측할 수 있다. 본 연구에서는 앞서 기술한 접근능력, 이해능력, 생산능력으로 ‘SNS 리터러시’ 개념을 구성하여 기존의 사용자 능력에 관한 이해를 넓히고자 하였다.

III. 연구모형과 연구가설

3.1 연구모형

정보통신기술의 진정한 성공이라고 할 수 있는 지속적 사용행동을 논의하기 위해서는 사용자에게 대한 이해가 전제되어야 한다. 기술은 사용자에게 의해 수용되고 해석되어지기 때문이다. 또한, 정보기술수용에 관한 행동을 충분히 규명하기 위해서는 수용 후 시간 흐름에 사용을 평가해야 하며, 유용성과 같은 외재적 동기와 함께 내재적 동기에 관한 중요성도 강조되어야 한다(이응규, 2009). 이러한 배경 하에 본 연구에서는 SNS 사용자를 대상으로 하여, 외재적 동기요인으로 ‘인지된 유용성’과 내재적 동기요인으로 ‘인지된 유희성’을 설정하여 지속사용 의도와 의 관계를 파악하고자 하였다. 그리고 이러한 영향 관계는 사용하는 개인의 능력에 따라 달라질 것으로 보고 조절효과를 검증하고자 하였다. 특히 SNS의 소셜미디어 환경 특성을 보다 면밀히 반영하고자 ‘미디어 리터러시’ 개념을 도입·적용하였다. 미디어 사용과 활용에 있어 사용자의 능동적인 능력을 강조하는 미디어 리터러시를



<그림 1> 연구모형

SNS 환경에 맞춰 3개의 하위차원으로 구성, ‘SNS 리터러시’로 개념화하였다. 이러한 개념적 틀을 바탕으로 <그림 1>과 같은 연구모형을 제시하였다.

3.2 연구가설

지속사용은 수용단계 후 장기간에 걸쳐서 이루어지는 행위로 일정한 시간동안 사용자들이 시스템을 활용하여 소기에 목적했던 정보시스템의 실질적인 가치를 향유하는 단계를 의미한다(박기운, 옥석재, 2008). 지속사용에 관한 Bhattacherjee(2001)의 연구에서는, 사용자 태도는 이용경험을 바탕으로 수용 전의 기대를 수정함으로써 정보시스템에 대한 새로운 사후신념을 형성하게 된다고 보고 후기수용모델(post-adaption model)을 제시하였다.

이들은 온라인뱅킹 시스템 사용자들의 사후신념으로 인지된 유용성이 지속사용 의도에 영향을 미친다는 것을 입증하였다. 이후 후기수용 모델을 기초로 한 지속사용에 관한 많은 연구들

이 진행되었다. Lin et al.(2005)은 웹 포털사이트 지속사용에 관한 연구를 통해 인지된 유용성, 인지된 놀이성, 만족이 지속사용에 영향을 미치는 것을 실증하였다. Thong et al.(2006)의 모바일인터넷 지속사용에 관한 연구에서는 인지된 유용성과 인지된 즐거움, 만족이 지속사용에 영향을 주는 것으로 나타났다. 박기운과 옥석재(2008)의 연구에서는 인지된 유용성, 태도, 습관이 지속사용 의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. Liao(2007)의 사이버대학시스템 지속사용에 관한 연구에서도 인지된 유용성은 의미있는 요인으로 나타났다. Moon과 Kim(2001)의 연구에서는 웹 환경에서의 유희성이 지속사용에 영향을 미치는 것을 검증하였다. 이상의 지속사용에 관한 연구결과를 통해 유용성과 유희성이 중요한 요인임을 알 수 있으며, 이는 동기이론을 기반으로 설명할 수 있다.

인지된 유용성과 인지된 유희성과 같은 사후신념은 동기요인으로 작용하여 사용자의 행동방향과 정도에 영향을 미치는데, 행동을 재촉하는 내부적 요인과 행동을 유도하는 외부적 요인

으로 분류할 수 있다. 외재적 동기요인은 가치있는 결과를 달성하는데 도움이 되는 것으로 성과적인 의미를 지니고 있으며, 내재적 동기요인은 성과를 떠나서 특별한 행동을 함으로써 유발되는 즐거움이나 만족감을 의미한다. Davis et al.(1992)의 연구에서는 외재적 동기요인으로 인지된 유용성(perceived usefulness)과 내재적 동기요인으로 인지된 즐거움(perceived playfulness)을 반영하여 사용의도에 미치는 영향을 규명하였다. SNS의 경우 자신의 경험을 공유하며 타인과의 상호작용으로 만들어가는 온라인 사회로, 사용자로 하여금 외재적인 유용성 동기를 유발시키기에 충분하다. 또한, 관계를 유지하고 형성하는 과정에서 사용자에게 심리적 안녕과 만족을 느끼게 하여 즐거운 참여를 촉진시킬 수 있다. 맞춤형 할 수 있는 다양한 기능과 모바일 기기와 같은 일상적인 접근이 가능해짐으로써 사용자의 유용성과 유희성은 더욱 강화되었다고 할 수 있다. 이상의 선행연구를 바탕으로, SNS를 사용하면서 인지된 유용성과 유희성은 지속사용 의도에 영향을 미칠 것이며 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

가설1: 인지된 유용성은 SNS 지속사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설2: 인지된 유희성은 SNS 지속사용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

디지털환경에서는 특정한 정보기술을 활용하는 단순한 일차적인 능력뿐만 아니라 비판적으로 정보를 고르고 활용할 수 있는 능력과 자신만의 독창성을 결합하는 능력이 필수적이다(Mishra et al., 2001). 미디어환경에 수동적으로 끌려 다니는 것이 아니라 그것을 선별하고 평가

할 수 있는 능력, 더 나아가 적극적으로 활용할 수 있는 능력이 요구되기 때문이다(안정임, 2010). 특히 SNS는 사용자가 만들고 소비하는 소셜미디어로써 사용자의 임파워먼트에 긍정적으로 활용되기 위해서는 수용자의 역량이 필요하다(나종연, 2010). 이러한 역량은 수용자에 따라 다르게 나타나므로 정보시스템을 실제 수용하고 사용하는 개인 간의 능력 차이를 고려해야 한다(서건수, 2008). 백상용(2007)의 연구에서는 사용자의 상대적 사용정도를 중심으로 정보기술 수용격차 현상에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 김유정과 김민선(2011)의 SNS정보 품질에 관한 연구에서는 사용자의 인지적, 감정적 능력을 소셜필터링 능력으로 표현하며, 정보 품질을 결정하는 영향요인임을 검증하였다. 서건수(2008)의 인터넷 쇼핑물 수용에 관한 연구에서는 사용자 능력이 낮을수록 이용편리성과 수용도 간의 관계가 높게 나타났고, 사용자 능력이 높을수록 유용성과 수용도 간의 관계가 높게 나타나 조절효과가 확인되었다. 이 외의 정보시스템 사용과 성과에 관한 연구들에서도 사용자 역량의 중요성을 입증되었다(Zahra and George, 2002b; 서현주 등, 2005; 홍성표 등, 2011).

앞서 제시한 바와 같이 사용자의 특성에 따라 수용행동이 달라질 수 있음은 정교화 가능성 모형(elaboration likelihood model: ELM)으로 설명할 수 있다. ELM에 따르면, 사용자 특성에 따라 정보를 처리하는 경로가 다르다는 것을 보여주고 있다(Petty and Cacioppo, 1986). 사용자가 수용대상을 평가할 수 있는 능력이 있을 때는 주로 논점을 중심으로 의사결정을 하는 중심경로를 이용하는 반면, 능력이 부족한 경우에는 단순한 단서 등에 의존하여 정보를 처리하는 주변

경로를 거친다는 것이다. ELM을 기반으로 한 Sussman and Siegel(2003)의 연구에서는 이메일로 전달되는 지식의 수용에 있어 수용자의 전문성이 높을수록 수용도가 강하게 나타나는 것을 확인하였다. Bhattacharjee and Sanford(2006)의 문서관리시스템 수용에 관한 연구에서는 IT전문성이 높은 사람들은 유용성과 관련한 항목에 의존할 가능성이 높다는 것을 입증하였다. 사용자 능력이 높을수록 유용성이 더욱 중요하게 작용하는 것은 심리적 잠금 현상(cognitive lock-in)으로도 설명할 수 있다. 심리적 잠금 현상이란 어떤 대상에 대해 친숙해지면 비록 더 좋은 대안이 나타나더라도 이를 선택하지 않고, 기존의 친숙한 것에 집착하려는 일반적인 경향을 일컫는다. 하지만 능력이 높은 사용자는 능력이 낮은 사용자에 비해 대상에 대한 적응도가 높기 때문에, 기존의 친숙한 것에 집착하기 보다는 유용성이라는 단서에 민감하게 반응하여 수용여부를 결정할 가능성이 높기 때문이다(Johnson et al., 2000). 이상의 선행연구를 토대로, SNS 사용자 능력이 높을수록 유용성을 크게 지각하여 지속사용 의도가 강해질 것으로 보고 가설을 설정하였다.

가설3: 인지된 유용성이 지속사용 의도에 미치는 영향은 SNS 리터러시가 높을수록 강하게 나타날 것이다.

미디어는 사용자에게 유용성과 같은 요인 외에도 사용자체가 주는 기쁨, 행복, 불안, 스트레스 등 다양한 감정을 유발시킬 수 있다. 사용경험을 통해 유발된 감정은 개인의 특성에 따라 다르게 기능되고, 감정이 주는 정보를 응용할 수 있는 개인의 능력이 매우 중요한 요인으로 평가

되고 있다. 미디어를 매개로 한 커뮤니케이션 과정은 사용자의 주관적 경험이 용해되어 있기 때문에 다양성과 복잡성을 띠고 있는 가치이다. 즉 경험한 감정들이 누적되어 미디어를 수용하는 결정요인으로 기능될 수 있기 때문이다(Petty and Cacioppo, 1986). SNS의 경우 컴퓨터뿐만 아니라 모바일 기기를 통해 개인의 일상적인 재미와 즐거움을 더해주고 있어 생활의 일부로 정착되고 있다. 하지만 모든 사용자가 SNS 사용에 대해 긍정적인 감정만 갖고 있는 것은 아니다. 재미나 즐거움이 아닌 디지털 피로감과 테크노스트레스와 같은 부정적인 감정을 호소하는 사용자도 늘고 있다. 즉, 사용자가 SNS 사용에 흥미를 느끼며 즐거운 감정이 누적되어 지속사용 의도가 있다하더라도, 자신에게 맞는 환경이나 기능을 설정할 수 있는 기술적 구현능력이 부족하거나 사생활 침해와 같은 부정적인 측면을 통제할 수 없다면 지속사용 의도는 약해질 것이다. 이상의 선행연구를 통해 SNS 사용자의 능력이 높을수록 지각되는 유희도 커져 지속사용 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 볼 수 있다. 이에 다음과 같은 가설을 설정할 수 있다.

가설4: 인지된 유희성이 지속사용 의도에 미치는 영향은 SNS 리터러시가 높을수록 강하게 나타날 것이다.

IV. 연구설계 및 실증분석

4.1 변수의 조작적 정의 및 측정

본 연구에서 사용한 측정항목은 기존 연구의

<표 1> 연구변수의 조작적 정의 및 측정항목

변수명	조작적 정의	측정항목	관련연구	
SNS 리터러시	접근 능력 (Access)	네트워크 기기 및 S/W 등에 대한 기술적인 접근능력	SNS 접속을 위한 기기 및 어플리케이션 설치 등 기술적 기능에 대해 알고 있다.	Livingstone and Helsper (2010)
			SNS에서 제공해 주는 서비스 및 관련 어플리케이션 조작법을 알고 있다.	
			다양한 기능의 이용방법을 알고 있다.	
	이해 능력 (Understand)	미디어 환경의 서사구조를 이해하고 부호·기호의 의미를 해석하는 능력	SNS상의 서사구조·기호를 이해할 수 있다.	Buckingham (2009)
			대화내용의 의미를 해석할 수 있다.	
			SNS상에서 필요한 정보를 검색하고 비판적으로 수용할 수 있다.	
	창조 능력 (Create)	정보가공, 의견표출, 감정표현 등의 콘텐츠 생산하는 능력	나의 감정이나 의견을 부호화할 수 있다.	Buckingham (2009)
			SNS에서 정보를 가공, 재생산할 수 있다.	
			SNS를 통해 주장, 감정을 표현할 수 있다.	
인지된 유용성 (Perceived Usefulness)	SNS를 사용하는 것이 유용하다고 인지된 정도	SNS를 사용해 보니 나에게 도움이 된다.	Davis et al. (1992) Bhattacharjee (2001)	
		SNS는 나의 일상생활에 유용하게 쓰인다.		
		전반적으로 SNS 이용은 나에게 유용하다.		
		SNS 사용은 유익한 점이 많다.		
인지된 유희성 (Perceived Playfulness)	SNS를 사용하는 것이 즐겁다고 인지된 정도	SNS를 이용하면서 즐거움을 느낀다.	Davis et al. (1992) Thong et al. (2006)	
		SNS를 이용하는 것은 흥미로운 일이다.		
		SNS 이용은 즐거운 놀이에 가깝다.		
지속사용 의도 (Continuous Use Intention)	SNS를 지속적으로 사용하려는 사용자의 의도	SNS 사용을 중단할 마음이 없다.	Bhattacharjee (2001) Thong et al. (2006)	
		앞으로도 SNS를 계속 사용할 것이다.		
		주변에 SNS 사용을 추천할 것이다.		

설문항목 및 개념적 정의를 토대로 하여 연구 환경에 맞추어 구성하였다. 먼저, SNS를 사용하고 있는 50명의 대학생을 대상으로 파일럿 조사를 수행, 연구의 목적을 왜곡시킬 수 있는 문항들을 수정하여 본 설문조사에 사용할 문항을 최종적으로 확정하였다. 본 설문은 2012년 4월 2일부터 4월 10일까지 20대를 대상으로 수행하였다. 이들은 SNS의 주된 사용자로 인터넷 등 정보기술과 가까운 디지털 네이티브(digital native) 성향이 강하며, 다른 연령대의 사용자에 비해 리터러시 수준이 높기 때문에 연구목적

수행하는데 적절하다고 판단하였다. 총 381부의 설문을 회수하였으며, 이 중 응답이 불성실한 설문지 26부를 제외한 총 355부를 분석에 사용하였다. 연구모형과 가설을 검증하기 위해 사회과학 통계패키지인 SPSS 17.0과 Amos 20.0을 이용하여 분석하였다. 본 연구에서 사용한 변수들의 조작적 정의와 측정항목은 <표 1>에, 설문 응답자의 인구통계학적 특성 및 SNS 이용에 관한 특성은 <표 2>에 요약 제시하였다.

<표 2> 응답자 특성

구분		평균	S.D.	응답수	구분		빈도	비율(%)	
이용 빈도	이용기간	30개월	27.48	355	성별	남성	165	46.5	
						여성	190	53.5	
	이용 횟수 (주당)	14.6회	23.65	347	구분		평균	S.D.	응답(결측)
					관계맺은 사람 수		128.5	175.2	352(3)
이용 시간 (회당)	37.4분	41.81	354	응답자 연령	23세	1.92	352(3)		
					최소(20)	최대(29)	중위수(23)		
구분		빈도	비율(%)	구분		빈도	비율(%)		
주 사용 기기 (중복)	유선 인터넷	101	27.7	사용 목적 복수 응답 (중복)	친교 및 교재	259	39.7		
	무선 인터넷	71	19.5		일상생활 기록	145	22.2		
	모바일 인터넷	189	51.8		개인관심사 공유	145	22.2		
	기타	4	1.1		지식, 정보 공유	74	11.3		
	합계	365	100		의견표출	18	2.8		
						경제활동	9	1.4	
				기타	3	.5			
				합계	653	100			

<표 3> 탐색적 요인분석 결과

항 목		Cronbach's α	성 분					
			1	2	3	4	5	6
인지된 유용성	use3	.929	.879	.115	.044	.098	.135	.074
	use4		.877	.109	.068	.147	.136	.088
	use2		.864	.067	.081	.160	.214	.127
	use1		.860	.002	.021	.150	.215	.091
접근능력	acc4	.916	.062	.915	.096	.101	.093	.192
	acc3		.092	.889	.155	.111	.111	.190
	acc1		.102	.839	.124	.118	.106	.163
창조능력	cre4	.881	.008	.120	.897	.133	.138	.178
	cre5		.025	.154	.879	.163	.182	.164
	cre3		.180	.129	.721	.255	.071	.269
인지된 유희성	play4	.897	.098	.130	.145	.834	.266	.125
	play1		.302	.112	.195	.803	.219	.105
	play2		.207	.146	.254	.789	.238	.173
지속사용 의도	conti3	.920	.247	.131	.105	.236	.836	.170
	conti2		.307	.132	.174	.276	.816	.167
	conti1		.308	.136	.227	.321	.728	.113
이해능력	und3	.824	.115	.160	.172	.121	.157	.822
	und2		.131	.246	.177	.122	.006	.792
	und4		.093	.173	.223	.110	.223	.754
고유값	합계		8.212	2.671	1.905	1.381	1.072	1.001
	%누적		41.059	54.412	63.938	70.841	76.199	81.202
회전 제공합 적재값	합계		3.523	2.869	2.651	2.475	2.454	2.269
	%누적		17.613	31.956	45.212	57.585	69.858	81.202

4.2 신뢰성 및 타당성 분석

현재 실증연구가 부족한 SNS 리터러시는 단 일차원성 확보가 중요하다. 본 연구에서는 접근 능력, 이해능력, 창조능력을 하위차원으로 하는 2차 변수로 SNS 리터러시를 구성하였다. 따라서 연구변수에 대한 탐색적 요인분석(EFA)과 확인적 요인분석(CFA)을 실시하였다. 먼저, 탐색적 요인분석은 직교회전에 의한 주성분분석(principal factor analysis)을 실시하였다. 탐색적 요인분석을 통한 측정항목의 타당성 분석결과, 고유치(≥ 1.0)와 요인 적재량(≥ 0.5)이 기

준치 이상으로 모든 측정항목들이 유의한 것으로 나타났으며(Hair et al., 2006), 추출된 6개 요인이 전체 분산의 약 81.2%를 설명하고 있다. 신뢰성을 검증하기 위해 Cronbach's α 값을 확인한 결과, 모든 계수가 0.8이상으로 측정항목에 대한 신뢰성을 확보하고 있는 것으로 나타났다(Nunnally, 1978). 탐색적 요인분석결과는 <표 3>에 제시하였다.

2차 요인 분석을 위해 Hair et al.(2006)가 제안한 단계적 과정분석에 따른 확인적 요인분석을 수행하였다. 단계적 과정분석에서 개념타당성 평가를 위해 **표준화 적재값**(standardized

<표 4> 단일차원성, 신뢰성, 수렴타당성

변수명		표준부하량			신뢰성계수(SMC)			합성신뢰도			평균분산추출(AVE)				
항목		1차	2차	3차	1차	2차	3차	1차	2차	3차	1차	2차	3차		
인지된 유용성	use4	0.867		0.880	0.772		0.774	0.913	-	0.892	0.725	-	0.675		
	use3	0.852		0.858	0.736		0.737								
	use2	0.904	-	0.900	0.811	-	0.810								
	use1	0.864		0.866	0.752		0.751								
인지된 유희성	play4	0.838		0.825	0.715		0.681	0.813	-	0.872	0.526	-	0.694		
	play2	0.884	-	0.887	0.767	-	0.787								
	play1	0.868		0.874	0.74		0.764								
지속사용 의도	conti3	0.876		0.877	0.768		0.769	0.904	-	0.912	0.759	-	0.776		
	conti2	0.960	-	0.959	0.922	-	0.920								
	conti1	0.847		0.848	0.717		0.719								
SNS 리터러시	이해 능력	und4	0.875	0.873		0.765	0.761	0.598	0.856	0.856	0.754	0.666	0.666	0.507	
		und3	0.724	0.722	0.705	0.524	0.521								
		und5	0.894	0.898		0.799	0.806								
	접근 능력	acc4	0.962	0.963		0.925	0.927	0.581	0.908	0.908	0.754	0.768	0.767	0.507	
		acc3	0.913	0.913	0.617	0.834	0.833								
		acc2	0.882	0.881		0.778	0.777								
	창조 능력	cre3	0.891	0.883		0.794	0.780	0.593	0.868	0.867	0.754	0.687	0.687	0.507	
		cre2	0.955	0.963	0.702	0.912	0.928								
		cre1	0.819	0.817		0.672	0.668								
항목		χ^2		χ^2/df		GFI		AGFI		NFI		CFI		RMSEA	
A) 1차 요인		255.002		1.645		0.934		0.91		0.958		0.983		0.043	
B) 2차 요인		36.89		1.537		0.978		0.958		0.986		0.995		0.039	
C) 3차 요인		145.684		2.428		0.937		0.904		0.957		0.974		0.050	

<표 5> 1차 요인에 대한 상관관계

1차 구성개념	인지된 유희성	지속사용 의도	인지된 유용성	이해능력	창조능력	접근능력
인지된 유희성	0.761					
지속사용 의도	.640**	0.865				
인지된 유용성	.439**	.542**	0.851			
이해능력	.416**	.458**	.307**	0.633		
창조능력	.462**	.390**	.302**	.463**	0.824	
접근능력	.340**	.342**	.220**	.426**	0.679**	0.870

** . P < 0.01 수준(양쪽), 오른쪽 대각선 값은 \sqrt{AVE}

<표 6> 2차 요인에 대한 상관관계

2차 구성개념	이해 능력	창조 능력	접근 능력
이해능력	.787		
창조능력	.463**	.919	
접근능력	.426**	.323**	.878

** . P < 0.01 수준(양쪽), 오른쪽 대각선 값은 \sqrt{AVE}

<표 7> 3차 요인에 대한 상관관계

3차 구성개념	인지된 유희성	지속사용 의도	인지된 유용성	SNS 리터러시
인지된 유희성	.694			
지속사용 의도	.640**	.881		
인지된 유용성	.439**	.542**	.675	
SNS 리터러시	.523**	.505**	.353**	.712

** . P < 0.01 수준(양쪽), 오른쪽 대각선 값은 \sqrt{AVE}

regression weights)을 확인하였고, 집중타당성을 검증하기 위해 합성신뢰도(composite reliability)와 AVE(average variance extracted)를 분석하였다(Fornell and Larcker, 1981). 단계적 과정분석 결과는 <표 4>와 같다.

첫 번째, 1차 요인에 대한 개념타당성 평가에서 항목들에 대한 표준화 적재값은 0.72~0.96(≥ 0.7)으로 나타났으며, 합성신뢰도(composite reliability)는 0.86~0.91(≥ 0.7)로 나타났다. 두 번째, 2차 요인 개념타당성 평가결과 표준화 적재값이 0.72~0.96으로 나타났으며, 합성신뢰도는 각각 0.86~0.91로 나타났다. 세 번째, 3차 요인의 표준화 적재값은 0.62~0.96이며, 합성신뢰도는 0.75~0.91로 나타났다. 또한 이 연구에서 사용된 변수들의 평균분산

추출(AVE) 값은 1차, 2차, 3차 모두 0.5를 초과하고 있어 측정도구의 신뢰성이 있는 것으로 판명된다. 각 단계별 모형에 대한 적합도를 알아보기 위한 측정항목에 있어서도 1차, 2차, 3차 요인에 대한 모형 적합도 지수가 제안된 기준들을 모두 만족하였다.

요인에 대한 판별타당성(discriminant validity) 평가 역시 1~3단계별 과정분석으로 각각 수행되었다. 판별타당성을 분석하기 위해 개념들 간의 상관계수와 AVE의 제곱근 값을 비교하여 AVE의 제곱근 값이 상관관계 계수보다 클 경우 **판별타당성이 확보된다고 할 수 있다**(Fornell and Larcker, 1981). 분석결과 <표 5>~<표 7>과 같이 판별타당성이 확보되었다.

4.3 구조모형

구조모형을 검증한 결과, 연구모형의 적합도 지수가 공분산구조분석의 일반적인 평가기준으로 삼는 지표와 비교해 볼 때, 만족할 만한 수준으로 나타났기 때문에 적절한 것으로 판단된다 ($\chi^2=82.768$, $\chi^2/df=2.587<3$, $RMR=.044\leq 0.05$, $GFI=.955\geq 0.9$, $AGFI=.922\geq 0.9$, $NFI=.972\geq 0.9$, $CFI=.983\geq 0.9$, $RMSEA=0.060<0.07$).

연구모형의 경로 유의성 분석을 통한 가설검증 결과, 지속사용 의도에 대한 인지된 유용성($\beta=.331$, $p<.001$)과 인지된 유희성($\beta=.571$, $p<.001$)의 정(+)의 영향관계에 대한 가설 1과 가설 2가 모두 채택되었다. 지속사용 의도에 대

한 $R^2=.546$ 으로 54.6%의 설명력을 보인다. 조절효과에 대한 방향성은 비표준화 경로계수로 확인 할 수 있다. <표 8>과 같이 지속사용 의도에 대한 인지된 유용성과 인지된 유희성 경로 모두 SNS 리터러시가 높은 집단이 낮은 집단보다 높은 경로계수 값을 가짐을 확인 할 수 있다. 따라서 SNS 리터러시가 높을수록 유용성과 유희성이 지속사용 의도에 미치는 영향이 크다는 것을 의미하며, 가설 3과 가설 4 모두 채택되었다.

4.3.1 조절효과 추가분석

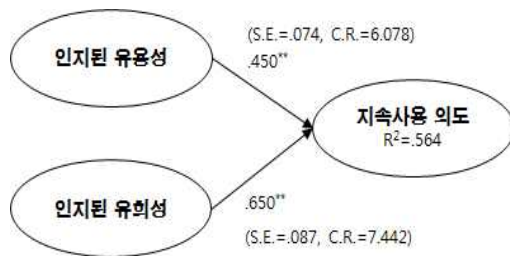
<그림 2>는 SNS 리터러시가 높은 집단과 낮

<표 8> 가설검증 결과

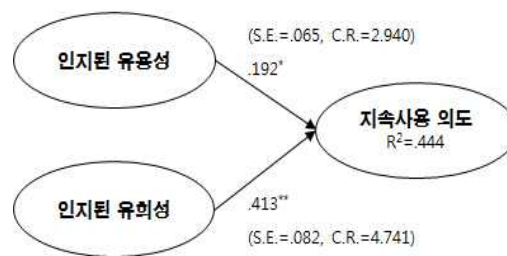
경로		SNS 리터러시	경로 계수	표준 오차	t 값	채택 여부
H1	인지된 유용성 → 지속사용 의도	-	.331	.052	6.417**	채택
H2	인지된 유희성 → 지속사용 의도	-	.571	.058	9.858**	채택
H3	인지된 유용성 * SNS 리터러시 → 지속사용 의도	높은 집단	.450	.074	6.078**	채택
		낮은 집단	.192	.065	2.940*	
H4	인지된 유희성 * SNS 리터러시 → 지속사용 의도	높은 집단	.650	.087	7.442**	채택
		낮은 집단	.413	.082	4.741**	

* p<.01, ** p<.001

<SNS 리터러시가 높은 집단>



<SNS 리터러시가 낮은 집단>



* p<.01, ** p<.001

<그림 2> 집단별 경로계수

<표 9> 조절효과 검증

경로	모델	χ^2	d.f.	p	차이검증
인지된 유용성 → 지속사용 의도	자유모형	125.68	64	.000	$\Delta\chi^2=6.71 > \chi^2(1)=6.63, p<.01$
	제약모형	132.39	65	.000	
인지된 유희성 → 지속사용 의도	자유모형	125.68	64	.000	$\Delta\chi^2=3.97 > \chi^2(1)=3.84 p<.05$
	제약모형	129.65	65	.000	

은 집단에 대한 연구모형 검증결과를 나타내고 있으며, 각 집단에 대한 연구모형 적합도는 다음과 같다. 먼저 리터러시가 높은 집단의 모형적합도는 $\chi^2=71.487$, $\chi^2/df=2.234$, $RMR=.064$, $GFI=.914$, $AGFI=.852$, $NFI=.939$, $CFI=.965$, $RMSEA=.09$ 이고, 리터러시가 낮은 집단의 모형적합도는 $\chi^2=54.169$, $\chi^2/df=1.693$, $RMR=.037$, $GFI=.948$, $AGFI=.911$, $NFI=.967$, $CFI=.986$, $RMSEA=.05$ 로 전반적 적합도 지수가 대체적으로 권장수준 기준치를 충족하고 있다. 각 집단별 인과관계를 검증한 결과, SNS 리터러시가 높은 집단과 낮은 집단에서 모든 경로가 유의한 것으로 나타났다.

<표 8>, <그림 2>와 같이 경로계수에 의해 SNS 리터러시가 조절적 역할을 한다는 결과도 출되었으나, 두 집단 간의 차이가 유의한 조절효과의 결과를 보여주는지 다중그룹 구조방정식 모형을 사용하여 분석하였다. <표 9>는 SNS 리터러시가 높은 집단과 낮은 집단의 비교를 통해 조절효과를 검증한 결과이다. 먼저, 인지된 유용성과 지속사용 의도 경로는 자유모형의 자유도 감소(d.f.=1)에 따라 $\Delta\chi^2=6.71$ 감소되었기 때문에 $p<.01$ 에서 자유모형이 제약모형보다 우수함을 알 수 있다. 따라서 인지된 유용성과 지속사용 의도 경로에서 SNS 리터러시의 조절효과는 유의함을 확인할 수 있다. 인지된 유희성과

지속사용 의도 경로는 자유모형의 자유도 감소(d.f.=1)에 따라 $\Delta\chi^2=3.97$ 감소되었기 때문에 $p<.05$ 에서 자유모형이 제약모형보다 우수함을 알 수 있다. 따라서 인지된 유희성과 지속사용 의도 경로에서 SNS 리터러시의 조절효과가 유의하다. 특히, 인지된 유용성의 경우, 리터러시에 따른 집단 간 차이가 현저하게 나타나는 것을 알 수 있다.

V. 결론 및 논의

5.1 연구결과 요약 및 논의

본 연구는 동기이론과 사용자의 능력을 중심으로 SNS 지속사용 의도를 설명하고자 했다. 지속사용과 같은 행동을 유발하는 외재적 요인으로 인지된 유용성과 내재적 요인으로 인지된 유희성이 지속사용에 미치는 영향을 파악하고, 사용자 능력에 따른 조절효과를 규명하고자 하였다. 이를 위해 SNS 사용자의 능력을 접근능력, 이해능력, 창조능력으로 구성하여 SNS 리터러시로 개념화시켜 연구모형을 제시하였다.

연구결과는 다음과 같다. 먼저, <가설 1> 인지된 유용성이 SNS 지속사용 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것이 확인되었다. 이는 기존의 기

술사용과 관련된 **선행연구 결과와 같은 것으로, SNS 환경에서도 유용성 변인이 의미있게 작용하고 있음을 확인할 수 있다.** 최근 모바일 환경으로 활용영역과 서비스가 확대되면서 유용성에 대한 인지수준이 더욱 높아졌을 것이다. 유용성과 같은 외재적 동기요인은 사용자의 행동방향과 정도에 영향을 미치는 주요 요인이므로, **사용자 입장에서 유용성이 충족될 수 있도록 세부적인 측정과 설계가 전제되어야 할 것이다.**

<가설 2> 인지된 유희성은 SNS 지속사용 의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 결과는 감정-인지이론의 대표적 모델인 M-R 모델(Mehrabian and Russell, 1974)의 주장과 같은 맥락에서 해석할 수 있다. **M-R 모델은 소비자 감정적 반응에 관한 연구로, PAD(pleasure, arousal, dominance) 모델을 통해 여러 감정적 차원들이 존재함을 밝히고 각 차원의 감정적 반응들을 통해 사용행동을 해석하고 있다. 그만큼 감정요인이 사용자의 행동을 설명하는 데 있어 중요하다는 것을 강조하고 있는 것이다.** 본 연구에서도 SNS 사용이 주는 감정적 경험인 유희성에 의해 지속 행동이 유도될 수 있음을 알 수 있다. 즉, SNS 사용자들은 특정한 목적과 상관없이 즐거움과 재미를 느끼고 있으며, 이와 같은 즐거운 경험은 지속적 반응을 유도할 것으로 해석할 수 있다. 특히, 이 연구결과는 업무에 있어서도 흥미롭거나 즐겁지 않으면 하지 않으려는 특성을 지니고 있다는 **20대 사용자의 디지털 네이티브 성향(Prensky, 2001)**이 반영된 것으로 보인다. **결과적으로 유희성과 같은 사용자의 긍정적인 감정은 개인의 행동을 재촉하는 내재적 동기요인으로 작용하여 행동을 지속시킬 수 있다는 것을 시사하고 있다.**

다음은 SNS 리터러시의 조절효과에 관한 것으로, <가설 3> 인지된 유용성이 지속사용 의도에 미치는 영향은 SNS 리터러시가 높을수록 강하게 나타났다. 리터러시가 낮은 집단에 있어서도 유용성은 지속사용 의도에 유의한 영향관계를 보이고 있지만, 사용자의 능력이 높을수록 유용성과 지속사용 의도와의 관계는 더욱 강력해지는 것을 알 수 있다. 앞서 언급한 정교화 가능성 모형(ELM)에서는 사용자가 수용대상을 평가할 수 있는 능력이 있을 경우, 주로 논점중심으로 의사결정을 하는 중심경로를 이용한다고 하였다. SNS 환경에 있어서도 SNS 리터러시가 높은 사용자는 다른 요인보다는 유용성에 민감하게 반응하여 수용 여부를 결정할 가능성이 높을 것으로 해석된다(Johnson et al., 2000).

<가설 4> SNS 리터러시가 높을수록 인지된 유희성이 지속사용 의도에 강하게 영향을 미치는 것으로 나왔다. 경로계수 값의 증가방향 및 집단 간 차이 검증을 통해 리터러시 수준이 높거나 낮은 집단 모두 SNS 사용으로 형성된 인지된 유희성이 지속사용 의도에 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 그리고 이러한 유희성은 리터러시 수준이 높은 집단에서 더 강하게 작용하는 것으로 나타났다. 대상에 대한 평가과정을 설명해 주는 직관-체계 모형에 따르면, 일반적으로 사람들은 ‘최소 노력의 원리’에 입각하여 행동하려는 경향이 있다고 하였다. SNS 지속사용을 고려하는 데 있어서도 사용자는 객관적이고 이성적인 동기 외에도 유희성과 같은 단순하고 직관적인 감정을 **사용한다는 것을 짐작할 수 있다.** 그러므로 사용자 능력이 배려된 재미와 즐거움을 경험될수록 사용자의 지속사용 의도 또한 **강해진다는 것을 알 수 있다.**

이상의 결과를 통해 사용자의 리터러시 수준이 높을수록 유용성뿐만 아니라 유희성도 크게 느낀다는 것이 확인되었다. 결과적으로, 리터러시 수준과 같은 사용자 능력에 따른 차이가 존재함을 보여주고 있다. 이는 SNS 지속사용에 있어 사용자의 동기와 능력 차이를 동시에 고려해야 함을 의미하고 있다.

5.2 연구의 시사점과 향후 연구방향

본 연구의 이론적·실무적 공헌을 요약하면 다음과 같다. 첫째, 개인의 정보기술 사용에 있어 유용성과 같은 인지적인 요소 못지않게 유희성과 같은 감정 요인이 중요함을 확인한 점이다. 그동안 개인의 기술수용 및 지속사용에 관한 많은 연구에서 유용성과 같은 인지적 측면에 대한 연구들은 많았으나, 유희성과 같은 내재적이고 감정적인 요인에 대한 언급은 상대적으로 적은 편이었다. 특히 SNS와 같은 정보통신기술 관련 연구들에서는 사용자의 경험에 관심을 갖고 감정적 요인들과 태도 및 행동의도를 설명하려는 논의가 활발하게 진행되어야 할 것이다. 둘째, 본 연구는 기술의 특정기능 중심적 관점(feature-centric view of technology)으로 접근하여 그 효용성을 검증했다는 점이다. 정보기술은 그 자체의 객관적인 성능이나 품질보다는 사용하는 사람에 의해 해석되고 수용되어 진다는 기술의 기능 중심적 특징의(Jasperson et al., 2005) 유효성을 입증하였다. 이러한 결과는 SNS를 비롯하여 정보시스템 성공과 지속사용을 논의함에 있어서 사용자를 중심으로 하는 연구들이 활발하게 진행되어야 할 필요성을 제시하고 있다. 셋째, 정보시스템 연구에 사회심리학

적 요소를 접목시켜 의미있는 결과가 도출됨으로써, 유관 연구분야의 접목이 주는 다양한 시각, 풍부한 해석과 같은 유용성을 보여주고 있다. 이와 관련하여 정보시스템연구의 체계성에 비해 개인특성 부문의 연구는 주로 효능감, 경험, 습관 등으로 한정적이고 상대적으로 미약하다(박상철, 김종욱, 2008). 이 연구는 SNS의 미디어적 특성과 시스템 사용환경 특성을 반영시켜 리터러시 개념을 검증함으로써, 개인특성연구 부문에 새로운 변인을 추가적으로 제시했다고 할 수 있다. 넷째, 계획된 행동이론에서 말하는 개인의 통제력의 타당성을 확인했다는 점이다. 계획된 행동이론에서는 개인이 행동을 수행하기 위해서는 통제권을 가지고 있어야 한다고 전제하고 있다(Ajzen, 1985). 개인의 기술적 접근능력, 이해능력, 창조능력 등과 같은 내부적 통제요인이 지속적 사용행동에 영향을 미치고 있음을 확인시켜 주고 있다.

실무적인 측면에 있어서는 다음과 같은 시사점을 제공하고 있다. 첫째, SNS 지속사용을 유도하기 위해서는 사용자가 유용성과 유희성을 높게 인지할 수 있도록 해야 한다. SNS를 사용하는 주된 동기와 사용 패턴을 파악하여 그에 적합한 운영과 맞춤형 프로그램으로 사회적, 문화적, 경제적 가치 등 SNS 편익을 강화시켜야 할 것이다. 또한, 유용성과 함께 SNS 사용자체가 재미, 즐거움, 놀이와 같은 성향을 갖도록 다양하고 새로운 콘텐츠웨어를 제공해야 한다. 둘째, SNS 성공을 위해서는 가입자 수와 같은 양적인 성과보다는 사용자들의 만족과 충성도와 같은 질적인 성과에 주목할 필요가 있다. 특히, 사용자들이 하나 이상의 SNS 계정을 갖고 있다는 점에서 볼 때 상대적인 사용 행태에 관한 비교

분석을 토대로 비교 우위가 될 수 있도록 전략적 대응을 마련해야 할 것이다. 셋째, 사용자가 활발하게 사용할 수 있도록 사용자 수준에 고려한 환경을 조성해줘야 한다. 사용의도가 있다 하더라도 PC나 모바일 등 다양한 기기에 애플리케이션 설치와 같은 기술적 접근이 어려울 수 있으며, 온라인 사회에서 통용되는 기호나 부호의 의미해석에 괴리감을 느낄 수도 있고, 자신의 의견과 정보를 생산하는 데 불편함을 호소할 수도 있다. 이와 같이 사용자들의 능력이 다르다는 점을 감안하여 그에 맞는 사용 환경을 조성시켜 줌으로써 사용을 극대화시켜야 할 것이다. 넷째, 적극적인 방안으로 사용자의 능력을 배양시킬 수 있는 학습문화를 조성시켜야 한다. SNS와 같은 미디어는 양면의 칼날처럼 긍정과 부정의 모습을 함께 지니고 있다. SNS 리터러시 수준이 높은 사용자의 경우, 수많은 정보와 복잡하게 얽힌 사회적 관계망에서 불안감과 디지털 피로감, 테크노스트레스를 겪지 않고 선택적 노출과 비판적 수용, 효율적 생산과 활용을 통해 긍정적인 효용가치를 높여 갈 것이다. 그러므로 부정적인 측면을 예측하고 스스로 방어할 수 있도록 사전 교육이나 자발적 학습 프로그램 등을 통해 학습문화를 견인함으로써 부정적인 면모를 줄이고 긍정적인 측면이 강화될 수 있도록 실질적인 제도가 마련되어야 할 것이다.

이상의 시사점에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 점에서 자유로울 수 없다. 먼저, 본 연구에서는 접근능력, 이해능력, 창조능력과 같은 3가지 차원으로 구성된 SNS 리터러시 개념을 제안하였다. 그러나 리터러시는 다양한 접근과 의미를 내포하는 개념이므로, SNS 사용자를 이해하기 위한 유용한 기준과 면밀한 분류들이 시도

되어야 할 것이다. 또한, 본 연구에서는 2차 요인으로 구성된 SNS 리터러시 개념의 타당성과 영향력을 살펴보는 데 중점을 두었으나, 각각의 2차 요인들에 대한 개별적인 관계설정과 분석이 이뤄졌다면 좀 더 의미있는 해석과 풍부한 논의가 가능했을 것이다. 이러한 점을 반영하여 향후 연계된 연구에서는 개별 구성요인과 지속사용 의도와의 직접적인 영향관계를 검증하여, 각 요인들의 작동원리를 밝히는 노력이 필요할 것으로 보인다. 다음으로, 연구대상이 20대로 한정되었다는 점에서 일반화에 어려움이 있다. 리터러시 개념을 보다 명확하게 측정하기 위해 적합하다고 판단되어 설정한 연구대상이지만, 향후 연구에서는 다양한 연령대 및 기성세대와 디지털 네이티브 간의 비교 등의 추가적인 논의가 전개되어야 할 것이다.

참고문헌

- 나종연, “사용확산모형을 적용한 소비자의 온라인 소셜네트워크 활용에 관한 연구,” *소비자학 연구*, 제21권, 제2호, 2010, pp. 444-472.
- 김유정, 김민선, “소셜필터링, 정보품질 및 심리적 계약이 SNS신뢰와 지속적 정보공유 의도에 미치는 영향,” *인터넷전자상거래연구*, 제11권, 제3호, 2011, pp. 57-82.
- 박기운, 옥석재, “포털사이트의 지속사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” *정보시스템연구*, 제17권, 제2호, 2008, pp. 49-72.
- 박상철, 김종욱, “모바일 콘텐츠 서비스에 대한

- 인지된 사용자 가치 결정요인에 관한 연구,” 한국정보기술응용학회, 2008, pp. 221-245.
- 백상용, “개인의 정보기술수용 격차요인에 대한 탐색적 연구,” 정보시스템연구, 제16권, 제3호, 2007, pp. 45-68.
- 서건수, “인터넷 쇼핑물 수용에 있어 사용자 능력의 조절효과 분석,” *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 제18권, 제4호, 2008, pp. 27-55.
- 서현주, 박종훈, 양희동, 신경식, “사용자의 흡수 능력이 ERP사용성과에 미치는 영향: 지식이전관점,” 경영학연구, 제34권, 제3호, 2005, pp. 651-681.
- 설진아, 『미디어 교육의 이론과 실제』, 예프스 테메. 2007.
- 이용규, “내재적 동기와 외재적 동기를 동시에 고려한 정보기술 수용의 설득과정에 대한 정교화가능성기반 중단분석,” 정보시스템연구, 제18권, 제4호, 2009, pp. 105-130.
- 안정임, “디지털 미디어 리터러시 관점에서 본 소셜 네트워크 미디어의 핵심이슈,” 여성연구논총, 제25권, 2010, pp. 91-112.
- 유호중, “소셜 미디어를 이용한 웹 홍보 전략에 관한 연구,” e-비즈니스연구, 제11권, 제5호, 2010, pp. 97-116.
- 홍성표, 송정수, 장길상, “ERP 사용자의 조직시민행동과 확장이용의도 간의 관계에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” 정보시스템연구, 제20권, 제1호, 2011, pp. 75-105.
- Ajzen, I., From intentions to actions: A theory of planned behavior. In J. Kuhl, & J. Beckman (Eds.), Action-control: From cognition to behavior. New York: Springer. 1985, pp. 11-39.
- Boyd and Ellison, “Social network sites: Definition, history, and scholarship,” *Journal of Computer-Mediated Communication*, Vol.13, No.1, 2007, p. 210.
- Bhattacharjee, A., “An empirical analysis of the antecedents of electronic commerce service continuance,” *Decision Support Systems*, Vol.32, 2001, pp. 201-214.
- Bhattacharjee, A. and Sanford, C., “Influence Processes for Information Technology Acceptance: An Elaboration Likelihood Model,” *MIS Quarterly*, Vol.30, No.4, 2006, pp. 805-825.
- Buckingham, D., *Beyond Technology: Rethinking learning in the age of digital culture*. Youth Media Democracy, 2009, p. 36.
- Davis, F.D., Bagozzi, R.P. and Warshaw, P. R., “Extrinsic and intrinsic motivation to use computers in the workplace,” *Journal of Applied Social Psychology*, Vol.22, 1992, pp. 1111-1132.
- Dijkerman, M., *Pyramid of User Generated Content use*. Something New. 2006.
- Exact Target, *The Social Break-UP*, Exact Target. com. 2011.
- Fornell, C. and Larcker, D., “Evaluating Structural Equation Models with

- Unobservable Variables and Measurement Errors,” *Journal of Marketing Research*, Vol.18, No.1, 1981, pp. 39-50.
- Hair, J. F., Jr., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E. and Tatham, R. L., *Multivariate Data Analysis*(6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall. 2006.
- Hobbs, R., “Teaching media literacy-are you hip to this?” *Media Studies Journal*, Winter, 1994.
- Horton, F., Information literacy vs. computer literacy. *Bulletin of the American Society for Information Sciences*, Vol.9, 1983, pp. 14-18.
- Hsu, M.H. Chiu, C.M. and Ju, T. L., “Determinants of Continued Use of the WWW: An Integration of Two Theoretical Models,” *Industrial Management & Data Systems*, Vol.104, 2004, pp. 766-775.
- Jasperson, J., Carter, P. E. and Zmud, R. W., “A Comprehensive Conceptualization of Post-Adoptive Behaviors Associated with Information Technology Enabled Work Systems,” *MIS Quarterly*, Vol.29, No.3, 2005, pp. 525-527.
- Johnson, W., Bellman, S. and Lohse, G., “What makes a website’s ticky?” Working Paper, Columbia School of Business, Columbia University, New York. 2000.
- Lee, A., Information literacy. *Information, Communication & Society*, Vol.2, No.2, 1999, pp. 134-155.
- Liao, C., Chen, J. L. and Yen, D. C., “Theory of planning behavior(TPB) and customer satisfaction in the continued use of e-service: An integrated model,” *Computers in Human Behavior*, Vol.23, 2007, pp. 2804-2822.
- Lin, C.S., Wu,s. and Tsai, R.j., “Integrating Perceived Playfulness into Expectation-Confirmation Model for Web Portal Context,” *Information & Management*, Vol.42, 2005, pp. 683-693.
- Livingstone, S. and Helsper, E.J., “Balancing opportunities and risks in teenagers’ use of the Internet,” *New Media & Society*, Vol.12. 2010.
- Mehrabian and Russell, *An approach to environmental psychology*: Cambridge, MA: MIT Press. 1974.
- Mishra, P., Nicholson, M. and Wojcikiewicz, S., “Seeing ourselves in the computer: How we relate to technologies,” *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, Vol.44, No.7, 2001, pp. 634-641.
- Moon, J. and Kim, Y., “Extending the TAM for a world-wide-web context,” *Information and Management*, Vol.38, No.4, 2001, pp. 217-230.
- Nunnally, J. C., *Psychometric Theory*, New York, NY: McGraw-Hill, 1978.
- Petty, R. E. and Cacioppo, J. T., “The elaboration likelihood model of persuasion,” *Adv. Experiment. Soc. Psych*, Vol.19, 1986,

- pp. 123-205.
- Potter, J., *Media literacy*. Thousand Oaks, CA: Sage. 2002.
- Prensky, M., "Digital natives, digital immigrants Part 1," *On the horizon*, Vol.9, No.5, 2001, pp. 1-6.
- Silverblatt, A., *Media Literacy: Keys to interpret media messages*. Westport, CT: Praeger Publishers. 1995.
- Sussman, S.W. and Siegel W. S., "Informational Influence in Organizations: An Integrated Approach to Knowledge Adoption, The impact of technostress on role stress & productivity," *Information Systems Research*, Vol.14, No.1, 2003, pp. 47-65.
- Tarafdar, M., Tu, Q. and Ragu-Nathan, T.S., "The impact of technostress on role stress & productivity," *Journal of Management Information Systems*, Vol.24, No.1, 2007, pp. 301-328.
- Thong, J. Y .L., Hong, S. J. and Tam, K. Y., "The Effects of Post-Adoption Beliefs on the Expectation-Confirmation Model for Information Technology Continuance," *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol.64, 2006, pp. 799-810.
- Tyner, K., *Literacy in a Digital World: Teaching and learning in the age of information*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Ass, 1998.
- U.S. Department of Education, *Getting America's students ready for the 21st century: A report to the nation on technology and education*. Washington D.C.: Office of Educational, 1996.
- Zahra, S. and George, G., "The Net Enabled Business Innovation Cycle and Evolution of Dynamic Capabilities," *Information Systems Research*, Vol.13, No.2, 2002a, pp. 147-150.
- Zahra, S. and George, G., "Absorptive Capacity; A Review, Reconceptualization, and Extension," *Academy of Management Review*, Vol.27, 2002b, pp. 185-200.

박경자(Park, Kyungja)



전남대학교에서 경영학 석사와 박사(E-commerce전공) 학위를 취득하고, 현재 전남대학교 경영학부에서 강사로 재직 중이다. 주요 관심분야는 E-commerce, 인터넷마케팅, Mobile Biz, Social Network

business 등이다.

유 일(Ryu, Il)



현재 순천대학교 경영학과 교수로 재직 중이다. 한국외국어대학교에서 석사학위와 전남대학교에서 경영학박사(MIS 전공) 학위를 취득하였다. 주요 관심분야는 e-비즈니스, IT 전략, 정보시스템 평가, Social

Network business 등이다

김재전(Kim, Jaejon)



전남대학교 경영대학장과 경영대학원장을 역임하였고, 현재 경영대학 교수로 재직 중이다. 고려대학교 경영학과 졸업, 미국 애리조나 주립대학교에서 MIS 전공으로 박사학위를 취득하였다. 주요 관심분야

는 정보시스템, e-비즈니스, 경영혁신 등이다.

<Abstract>

A Study on Continued Use of Social Network Services : Focused on the Moderating Effect of User's SNS Literacy

Kyungja Park · Il Ryu · Jaejon Kim

The development and expansion of communication technology in the field of information technology (IT) have changed the method and culture of communication, mediating communication among people. In particular, since social network service (SNS) has the attributes of information delivery and processing, it has a more powerful dissipating effect and influence than other existing communication methods. The role of users in SNS is important because it has the communication structure of producer-consumer, which consists of sharing, connection and participation of users. In this line, the purpose of this study is to investigate the intention for continued use of SNS by user ability. In order to explain the motivation and behavior for continued use of SNS by users, this study employed the motivation theory and post-adaptation model. The study applied 'media literacy' to the characteristics of SNS media and environment and expanded it into the concept of 'SNS literacy' to identify the moderating effect by user ability. Referred to as 'user's ability that is required to use SNS,' the SNS literacy was verified for its moderating effect with the three sub-dimensions: 'technical accessing ability,' 'understanding ability' and 'creative ability.'

The major findings of this study are as follows. First, the perceived usefulness and playfulness were found to have a significant effect on the intention for continued use of SNS, showing the same result with previous studies on technology acceptance. In other words, usefulness and playfulness are variables with an explanatory power in the SNS environment as well. Second, the conceptualization of SNS literacy with accessing ability, understanding ability and creative ability was found to be valid. Third, it was verified that there was a significant difference in the SNS literacy between perceived usefulness and continued use, indicating that users with higher ability respond sensitively to usefulness and affect continued behavior. The moderating effect of SNS literacy was also verified in the relationship between perceived playfulness and intention for continued use. The results above confirm the difference in post-adaptation behavior of individuals, and are expected to provide several implications.

Keywords: Social Network Service, Continuous Use Intention, SNS Literacy, Social Media, Perceived Usefulness, Perceived Playfulness.

* 이 논문은 2012년 8월 9일 접수하여 2차 수정을 거쳐 2013년 3월 1일 게재 확정되었습니다.