

SNS를 활용한 K-POP 기록물 수집활동에 대한 지속의도 통합모델 연구

김건^{1*}, 윤승욱², 김현대³

¹전북대학교 기록관리대학원 교수, 문화융복합아카이빙연구소장,

²전북대학교 문화융복합아카이빙연구소 전임연구원, ³전북대학교 프랑스·아프리카학과 박사 수료

A Study on the Integration Model of Continuous Intention to Collect K-POP Records Using SNS

Geon Kim^{1*}, Sung-uk Yun², Hyun-Tae Kim³

¹Professor, Graduate School of Archives and Records Management, Jeonbuk National University / Director of research, Institute of Culture Convergence Archiving, Jeonbuk National University

²Associate Researcher, Institute of Culture Convergence Archiving, Jeonbuk National University

³Ph. D. Candidate, Department of French & African Studies, Jeonbuk National University

요 약 본 연구는 SNS를 이용하여 K-POP 기록물 수집활동을 하고 있는 SNS 이용자들을 대상으로 설문조사를 실시하여 K-POP 기록물 수집활동 지속의도에 영향을 미치는 요인을 검증하였다. 주요 분석방법은 SPSS 21.0 프로그램과 AMOS 21.0 프로그램을 이용하여 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석, 상관관계분석, 경로분석을 수행하였다. 주요 결과를 요약, 제시하면 다음과 같다. 첫째, 인지된 혁신특성이 인지된 유용성과 인지된 용이성에 미치는 영향을 살펴본 결과, SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 적합성은 인지된 유용성에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 관찰가능성은 인지된 용이성에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 시험가능성은 인지된 유용성과 인지된 용이성에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, SNS를 이용한 K-POP 기록물 수집활동에 대한 인지된 용이성이 인지된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 인지된 용이성은 인지된 유용성에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, SNS를 이용한 K-POP 기록물 수집활동에 대한 인지된 유용성과 인지된 용이성이 K-POP 기록물 수집활동 지속의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 인지된 유용성과 인지된 용이성은 K-POP 기록물 수집활동 지속의도에 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 본 연구의 결과는 혁신확산이론과 기술수용모델의 통합을 통해 SNS를 이용한 K-POP 기록물 수집활동의 지속의도를 설명할 수 있음을 시사한다.

주제어 : K-POP, 기록물 수집활동, 혁신확산이론, 기술수용모델, 의도

Abstract This study conducted a questionnaire survey on SNS users who are conducting K-POP record collection activities using SNS and verified factors affecting the intention to continue K-POP record collection activities. The main methods of analysis were exploratory factor analysis, confirmatory factor analysis, correlation analysis, and path analysis using SPSS 21.0 program and AMOS 21.0 program. The results are summarized as follows. First, compatibility for K-POP record collection activities through SNS has a positive effect on perceived usefulness, and observability also has a positive effect on perceived usefulness and perceived ease of use. Second, perceived ease of use for K-POP records collection using SNS has a positive effect on perceived usefulness. Third, perceived usefulness and perceived ease of use for K-POP records collection using SNS have a positive effect on continuous intention of K-POP records collection activity through SNS. As a result of this study, it suggests that the intention to continue the collection activities of K-POP records using SNS can be explained through the integration of innovation diffusion theory and technology acceptance model.

Key Words : K-POP, Records collection activity, Innovation diffusion theory, Technology acceptance model, Intention

*This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea (NRF-2019S1A5B8099507) 이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임 (NRF-2019S1A5B8099507) This paper was supported by the research funding of Jeonbuk National University in 2019. 이 논문은 2019년도 전북대학교 연구 기반조성비 지원에 의하여 연구되었음

*Corresponding Author : Geon Kim(godardkim@jbnu.ac.kr)

Received February 28, 2020

Accepted May 20, 2020

Revised April 20, 2020

Published May 28, 2020

1. 서론

오늘날 기록물이 종이문서 환경에서 전자문서 환경으로, 아날로그 기반 환경에서 디지털 기반 환경으로 변화, 발전하면서 기록물 수집에 대한 관심과 중요성이 높아지고 있다. 이전과는 비교할 수 없을 정도의 엄청난 양의 기록물이 손쉽게 검색되면서 수집, 저장, 분류가 그 어느 때보다 용이해졌고, 기록물의 가치와 이용의 확장성도 확대되고 있다. 이는 기록학이나 기록관리 측면에서 새로운 기회이자 도전이라고 할 수 있다. 과거 기록관리는 공공 영역에 치우쳐 이루어져 왔다고 볼 수 있다. 그러나 디지털 테크놀로지에 기반 한 다양한 기술적 수단들이 확산되면서 기록관리에 대한 유형과 방식, 범위가 확장되었고, 공공영역 중심에서 민간영역으로 확대되면서 민간영역의 기록관리에 대한 관심도 높아지고 있다.

이러한 상황에서 근래에 들어 민간영역에서의 새로운 기록관리 수단이자 대상으로서 소셜네트워크서비스(social network service, 이하 SNS)에 대한 관심이 높아지고 있다. 기록학 측면에서 SNS는 그 자체적으로 효율적인 기록관리 및 보존수단이라는 주장이 확산되고 있는 것이다.

기록학적 측면에서 SNS는 다양한 가치와 영향력을 가질 것으로 평가된다. 예컨대, 다양한 사건과 현상들은 SNS를 중심으로 기록되거나 생산되며, 유통될 수 있고, 당시의 사회적 환경이나 배경 이외에도 정치, 경제, 문화, 생활 등을 보다 정확하게 이해하고 파악할 수 있다. 또한 선거와 정부기관 및 기업의 홍보, 마케팅, 그리고 국민이나 고객과의 핵심적 소통수단으로 이용되고 있을 뿐 아니라 그 사회 주류를 포함한 소수자나 사회적 약자의 의견이 자유롭게 유통되고 토론될 수 있는 공적 공간으로써 그 사회의 다양한 의견을 일목요연하게 파악할 수 있다[1]. 실제로 한국 근현대 사진기록 보존과 관련된 정보 입수경로를 조사한 결과, SNS를 통해 한국 근현대 사진 기록을 입수했다는 의견이 가장 높았고, 그 다음으로 인터넷 광고로 나타나 IT산업의 발달이 기록물의 검색과 수집, 저장, 유통 등과 무관하지 않음을 보여준다[2].

한편, SNS의 기록관리나 수집, 보존 수단으로써의 가치를 살펴볼 수 있는 분야로 K-POP을 들 수 있다. K-POP은 대표적인 한류상품 중 하나로 세계적으로 선풍적 인기를 끌고 있는 분야로 중국, 일본을 포함한 동남아시아 권을 시작으로 미국과 유럽, 나아가 중동과 중남미로까지 그 영향력이 확대되고 있으며, 휴대폰에서부터 화장품, 음식, 관광, 심지어 한국어 열풍에 이르기까지 다

양한 시너지 효과를 유발하고 있다. 이러한 K-POP이 전 세계 대중음악의 주류로 떠오르게 된 배경에는 유튜브(YouTube)나 페이스북(Facebook) 등과 같은 SNS의 확산과 무관하지 않다[3,4].

SNS는 가장 핵심적인 소통매체 중 하나로, 정보에 대한 검색과 수집이 용이하고, 이를 통해 자신이 원하는 정보만을 능동적으로 선택할 수 있기 때문에 음악을 포함한 드라마나 영화, 음식, 패션 등 문화적 생산물의 수집과 분류, 저장, 나아가 확산을 가능하게 하고, 다양한 문화적 소비에 대한 소비자 욕구를 충족시켜 줄 수 있는 강력한 수단이라고 할 수 있다[5].

현재 K-POP에게 쏠리는 전 세계적 관심과 위상, 그리고 K-POP이 가지는 경제적, 문화적 가치 등을 고려할 때, K-POP에 대한 기록과 관리, 보존은 전 세계 대중음악의 역사를 조명하고, 이해하는데 있어 중요한 자료가 될 수 있다. 이영지와 오효정, 안승권[6]은 K-POP 팬덤이 자발적으로 K-POP 관련 다양한 정보를 수집하고 새로운 문화와 자료를 재생산해내고 있음에 주목하고, 방탄소년단 팬덤을 대상으로, 그들이 수집, 생산하는 기록의 특성과 현황 분석을 통해 대중음악 아카이브 구축을 위한 팬덤 기록활용 방안을 모색하는 과정에서 SNS가 대중음악 관련 기록을 수집하는데 있어 가장 많이 이용되는 미디어인 것으로 보고한 바 있다.

이는 기록학적 측면에서 SNS를 기반으로 한 기록수집과 관리, 보존 수단으로서의 가능성을 보여주는 것으로, SNS가 K-POP 기록물을 수집하고 보존하는데 있어 중요한 역할을 수행할 수 있음을 시사한다. 아직까지 기록학적 측면에서 SNS 관련 연구들은 매우 미진한 편으로, 일부 연구들에서 SNS의 기록학적 가치를 문헌위주로 탐색하거나[1] SNS 국가기록원에 대한 SNS 이용자들의 인식이나 이용패턴 분석[7], 그리고 설문조사를 통해 한국 근현대 사진기록에 대한 기록학적 가치와 인식[2]을 살펴본 연구들이 대부분이다.

이에 본 연구에서는 선행연구들[1,6]에 기초하여 SNS를 K-POP 기록물을 수집하고 보존하는 수단으로 상정하고, SNS를 이용한 K-POP 기록물 수집활동을 지속적으로 수행하는데 영향을 미치는 요인들을 혁신확산이론과 기술수용모델을 통합 적용하여 탐색하고자 하였다. 이를 통해 기록학적 측면에서 SNS의 기록물 수집 및 보존 수단으로써의 가능성을 확인하고, SNS를 이용하여 K-POP 기록물 수집활동 및 보존의 지속성을 담보할 수 있는 방안을 모색하는데 필요한 시사점을 제공해줄 수 있을 것으로 판단된다.

2. 이론적 배경

2.1 기록관리 및 보존으로서의 SNS 가치와 팬덤 및 K-POP의 관련성

현재 SNS는 IT 기술의 발전과 사용인구의 폭발적 성장 및 확산으로 사회의 핵심적 소통 수단으로 발전하면서 정보를 생산하고 소비하며, 유통하는 역할을 수행하고 있다. 특히 그날그날의 새로운 이슈와 매 시간의 핵심적 이슈들이 실시간으로 전달되고, 게시 글이나 댓글, 또는 대화 등을 통해 공유되고 토론된다. 즉, 텍스트와 더불어 이미지나 동영상 등을 통해 자신의 생각이나 의견, 논평 등이 공유되는 것이다. 이는 SNS가 다른 미디어와 비교되는 차별점이기도 하며, 소비자들에게 어필할 수 있는 매우 효과적인 수단이 된다[5].

이에 따라 SNS는 어느 특정 사회의 특정한 때에 다양한 사건들이나 현상들을 이해할 수 있는 중요한 기록으로써의 대상이 된다. 특히, SNS는 서로 생각이나 느낌 등을 포함한 의견이나 정보를 교환하고, 그 과정에서 공감대가 형성, 사회적 관계로의 확장으로까지 이어진다는 점 [6]에서 그 시대의 생활상이나 이슈를 파악함은 물론 특정 집단이나 조직의 생성과정과 의견의 형성 등을 이해할 수 있다. 더욱이 첨단 IT 기술이 지속적으로 진화, 발전하는 과정을 통해 SNS 역시 다양한 정보를 검색하고 저장하며, 분류할 수 있는 용량이 기하급수적으로 증가 [5]하면서 기록 관리와 보존의 새로운 수단으로서 그 위상이 정립되어 나갈 수 있다. 이는 네트워크의 크기나 회원 수가 해당 기술의 유용성을 인식하는데 중요한 영향을 미친다는 점과 같은 맥락을 형성한다[8, 9]. 실제로 기록학에서 여러 연구자들[1,6]은 SNS를 기록관리 및 보존 수단으로써 높은 가치를 가지고 있다는 점을 강조하여 왔다. 예컨대, SNS가 개인 간 소통을 목적으로 한다는 점에서 사적공간이기는 하지만 소셜이라는 단어에서 알 수 있듯이, SNS는 사회적 공간으로 확장되었기에 스마트폰 기반의 음성이나 메일, 문자메시지, 사진 등 모두 기록학적 가치를 지님으로써 단순히 개인의 기록 차원에만 머무는 것이 아닌 사회적 공간의 확장과 개방에 바탕을 둔 공격 측면의 기록학적 가치를 지닌다는 것이다[10,11].

구체적으로, SNS는 관계 확장과 유대감에 바탕을 둔 팬덤 문화와 밀접하게 관련된다. 즉, 팬덤에게 중요한 것은 팬덤 내 문화적 공감대를 형성시키고, 사회적 참여와 확대로 이어질 수 있도록 하는 것인데, SNS는 공감대와 유대감, 관계 확장을 온라인뿐만 아니라 오프라인까지도 확장시킬 수 있는 힘을 가지고 있다는 것이다. 또한 SNS

는 사람과 사람, 콘텐츠와 콘텐츠, 사람과 콘텐츠를 연결시키기 때문에 SNS를 기반으로 한 네트워크의 가치는 계속해서 확장되고, 나아가 사회적 의미로 확장되어 사회적 가치와 함의를 내포하게 된다[12]. 그러므로 SNS는 팬덤 뿐 아니라 K-POP이라는 한류 대중문화를 사회를 넘어, 국가 수준으로, 나아가 전 세계 수준으로 그 가치를 확대시키며, 방탄소년단의 전 세계적 팬덤인 ARMY가 그 대표적인 예라고 할 수 있다. 특히, 방탄소년단의 팬덤인 ARMY는 방탄소년단에 대한 잘못된 거나 왜곡된 정보에 대해서는 합심하여 왜곡된 정보를 바로잡거나 적극 대처하는 등의 모습을 보이는, 이른바 집단지성을 발휘하기도 한다. 이는 SNS의 연결성을 기반으로 한 공감대와 유대감, 관계 확장이라는 특성이 팬덤과 결합되면서 팬덤의 내적, 외연적 확장을 가능하는 요소로 작용하기 때문이다. 결국 SNS는 특정시대의 팬덤과 K-POP이라는 대중문화를 이해하고 파악할 수 있는 중요한 기록적 가치를 지니는 것으로 평가할 수 있다.

2.2 SNS 기반 K-POP 관련 기록물 수집활동 지속 의도 예측을 위한 모델 통합: 혁신확산이론과 기술수용모델을 중심으로

IT기술의 혁신과 융합이 급속하게 전개되면서 새로운 기술의 수용 또는 채택은 매우 중요한 관심이 된다. 새로운 기술의 혁신 확산이나 채택 관련 연구들은 새로운 기술이 확산되는 현상을 규명하는데 초점을 맞춰왔고, Rogers[13]의 혁신확산이론(IDT: Innovation Diffusion Theory)은 새로운 기술의 확산과 채택을 이해할 수 있는 중요한 단초를 제공한다. 보통 혁신(innovation)은 새로운 사고나 아이디어, 기술, 행동 등을 빠르게 현실로 만들고 채택하는 정도를 의미한다. 그러므로 어떤 특정한 위험을 감수하더라도 새로운 것을 이용해보고자 하는 개인의 의식이나 성향이라고 할 수 있다[14-16]. 또한 확산(diffusion)은 채널이나 미디어와 같은 특정 수단을 통해 혁신이 전달되는 과정이라고 할 수 있다. 이에 따라 혁신확산이론은 사람들이 혁신이라고 할 수 있는 새로운 사상이나 기술이 왜, 어떤 과정을 거쳐 채택하는지를 이해할 수 있는 이론이다. 특히, 혁신확산이론은 SNS가 사회 내에서 이용되고 채택되는지를 설명하는데 매우 유용한 이론적 관점을 제공하며[17]. 혁신의 속성이라고 할 수 있는 상대적 이점이나 적합성, 복잡성, 관찰가능성, 시험가능성 등은 SNS의 지속적인 이용을 판단하고 이해할 수 있는 중요한 예측요인이 된다[17,18].

예컨대, 혁신확산이론 관점에서 새로운 기술이나 제

품, 서비스의 수용이나 확산에 영향을 미치는 요인으로 상대적 이점(relative advantage)과 적합성(compatibility), 복잡성(complexity), 관찰가능성(observability), 시험가능성(triability) 등 5가지 요인을 들 수 있다[17]. 즉, 기존의 제품이나 서비스와 비교하여 새로운 제품이나 서비스의 상대적 이점이 높을 경우에 확산이 이루어지며, 새로운 제품이나 서비스가 소비자들의 가치관이나 욕구, 신념 등과 일치할 때, 이용하기 쉽거나 복잡하지 않을 때, 그리고 사용의 편리성이 높고 주변에서 자주 목격될 때, 새로운 제품이나 서비스에 대한 확산 정도가 높아진다는 것이다[15, 19-22].

한편, 기술수용모델(TAM: Technology Acceptance Model)은 정보기술이나 시스템 등 혁신 수용과 채택을 이해하는데 있어서 자주 활용되어 온 모델로써, 핵심적인 2가지의 요인, 즉 인지된 용이성과 인지된 유용성을 통해 이용자들의 혁신수용이나 채택과 관련된 동기를 설명한다. 구체적으로 인지된 용이성(perceived ease of use)은 새로운 기술을 이용하는 것과 관련 쉬운 혹은 어려운 정도를 의미하는 것으로, 특정한 노력을 기울이지 않고도 새로운 기술을 이용할 수 있다고 믿는 정도를 뜻하며, 인지된 유용성(perceived usefulness)은 개인의 새로운 기술 이용이 업무와 관련된 성과를 개선하거나 높이는 데 도움을 줄 것이라고 믿는 정도를 의미한다[23].

기술수용모델 관련 연구들은 새로운 기술이 등장할 때 마다 기술수용모델의 타당성을 검증하거나 혹은 새로운 외부변수를 투입, 기술수용모델을 확장하는데 높은 관심을 가져왔다[24]. 이는 기술수용모델 자체가 지나치게 단순하다는 간명성으로 인해 복잡한 인간의 행동을 충분히 설명하기에는 다소 무리가 따르고[25,26], 새롭게 출현하는 정교한 기술들의 수용을 설명하는데 있어 제한적일 수 있다. 이에 따라 기술수용모델은 기술의 혁신 수용에 영향을 미칠 수 있는 다양한 변수들의 제안을 통해 지속적으로 수정되어 왔고[27], 새로운 기술이나 혁신의 수용과 채택을 설명할 수 있는 강력한 수단이 된다[28]. 이 같은 관점에서 기술수용모델에 혁신확산이론이 적용이 되어 인지된 용이성과 인지된 유용성에 영향을 미치는 혁신의 속성이 외부변인으로 투입되어 검증된 바 있다. 이 과정에서 혁신채택 관련 연구들은 인지된 용이성이 복잡성, 인지된 유용성이 상대적 이점과 유사한 구성개념이라고 간주되었다[29,30](Agarwal & Prasad, 1998; Venkatesh, Morris, Davis, & Davis, 2003). 실제로 여러 연구들에서 적합성과 관찰가능성 등은 일관되지는 않지만 인지된 용이성과 인지된 유용성에 유의한 영향을

미친 것으로 보고된 바 있다[31,32]. 이상의 연구에 기초하여 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

연구가설 1: SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 적합성은 인지된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구가설 2: SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 적합성은 인지된 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구가설 3: SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 관찰가능성은 인지된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구가설 4: SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 관찰가능성은 인지된 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구가설 5: SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 시험가능성은 인지된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구가설 6: SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 시험가능성은 인지된 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

기술수용모델 관점에서 인지된 용이성이나 인지된 유용성은 소비자들의 기술수용에 대한 의도를 결정하는데 중요한 영향을 미치는 요인으로 가정되며[21], 인지된 용이성은 인지된 유용성을 효과적으로 예측하는데 유용한 선행요인으로 보고된다[33,34]. 여러 연구들에 의하면, 스마트폰 애플리케이션에 대한 인지된 용이성과 인지된 유용성은 사용의도를 높이는 데 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다[35] 기술수용모델과 관련된 145개의 연구논문에 대한 메타분석에서 인지된 용이성은 이용행위와 직접적인 관련성이 있었고, 인지된 유용성은 행위의도에 중요한 영향을 미치는 요인으로 밝혀진 바 있다[36]. 1986년부터 2013년까지의 기술수용모델 관련 연구논문을 메타 분석한 결과, 인지된 유용성은 인지된 용이성보다 의도에 보다 큰 영향을 미치는 것으로 보고된 바 있다[30]. 이상의 연구에 기초하여 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

연구가설 7: SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 인지된 용이성은 인지된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구가설 8: SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동

에 대한 인지된 유용성은 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구가설 9: SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 인지된 용이성은 지속사용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 연구방법

3.1 연구대상

본 연구의 조사대상자는 K-POP 중심의 팬클럽에 가입하고 있으면서 SNS를 기반으로 K-POP 관련 기록(음원이나 음반, 사진, 영상, 기사 등의 문헌자료)을 수집하거나 수집한 경험이 있는 SNS 이용자들로 설정하고, 온라인 설문조사를 통해 주요 자료를 수집하였다. 조사대상자를 SNS 이용자로 선정할 이유는 K-POP 관련 기록을 수집하는데 있어 가장 많이 이용하는 매체가 SNS로 보고되었다는 점에 근거한다[6]. 본격적인 설문조사는 해당 관계자와의 사전 협의를 통해 약속된 시기에 본 연구자가 보조연구원 1인과 함께 방문, 설문 목적을 간략하게 언급한 후에 동의를 거쳐 이루어졌으며, 설문에 동의하지 않는 조사대상자는 제외하였다. 이상의 과정을 거쳐 275부의 설문지를 수거하였고, 이 중에서 불성실하게 응답하였다고 판단되는 설문지 10부를 제외한 265부를 최종 분석에 활용하였다. 인구통계학적 특성을 살펴보면, 성별은 남성 63명(23.8%), 여성 202명(76.2%)으로 나타났고, 연령은 20세 이하가 61명(23.0%), 21-23세 35명(13.2%), 24-26세 84명(31.7%), 27세 이상 85명(32.1%), 하루 SNS 이용시간은 1시간 미만 73명(27.5%), 1시간-2시간 167명(63.0%), 2시간 이상 22명(8.3%)으로 조사되었다.

3.2 측정도구

3.2.1 인지된 혁신특성

본 연구에서 인지된 혁신특성은 적합성과 관찰가능성, 시험가능성으로 구성하였다. 우선 적합성은 SNS를 통해 K-POP 관련 기록물을 수집하는 것이 현재 자신의 필요성에 부합하는 정도, 관찰가능성은 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집이 유사한 관심사를 가진 주변에서 가시적으로 관찰되거나 직접적으로 느끼는 정도, 그리고 시험가능성은 SNS를 통해 K-POP 관련 기록물을 수집하는 활동을 시험적으로 해볼 수 있는 정도로 조작화하고, Park[28,37]과 Han[38], Han과 Ha[39]가 사용한 문항

을 참조하여 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하는 과정을 통해 적합성 3문항, 관찰가능성 3문항, 시험가능성 3문항 등 총 9문항으로 구성하였으며, 각 문항은 5점 리커트 척도(5-point likert scale)로 구성, 1점 '전혀 그렇지 않다'에서 5점 '매우 그렇다'로 측정하였다. 주요 문항과 관련하여 적합성은 다음과 같다. ① SNS는 K-POP 관련 기록물 수집활동을 하고자 하는 나의 필요와 부합한다. ② SNS는 K-POP 관련 기록물을 다른 사람들과 공유하고 싶은 나의 필요에 부합한다. ③ SNS는 K-POP 관련 기록물을 잘 이용하고자 하는 나의 필요에 부합한다. 관찰가능성은 다음과 같다. ① SNS를 통해 K-POP 관련 기록물을 수집하는 모습을 내 주위에서 쉽게 볼 수 있다. ② 내 주변에 SNS를 통해 K-POP 관련 기록물을 수집하는 친구들이 제법 있다. ③ SNS를 통해 K-POP 관련 기록물을 수집하는 사람들을 많이 보았다. 시험가능성은 다음과 같다. ① SNS를 이용하다가 K-POP 관련 기록물 수집활동을 해볼 수 있는 기회가 있는 것 같다. ② SNS를 이용하여 K-POP 관련 기록물 수집활동을 쉽게 해볼 수 있다. ③ SNS를 이용하여 K-POP 관련 기록물을 수집해보는 것은 금전적으로 비용이 별도 들지 않는다.

3.2.2 인지된 유용성과 인지된 용이성

본 연구에서 인지된 유용성은 SNS 이용이 K-POP 관련 기록물 수집활동을 개선하거나 높이는데 도움을 주는 정도, 인지된 용이성은 본 연구에서 특정한 노력을 기울이지 않고도 SNS를 통해 K-POP 관련 기록물 수집활동을 할 수 있다고 믿는 정도로 조작화하고, Lee와 Lee[32], Chang과 Kim[29], Woo[40]이 사용한 문항을 참조하여 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 활용하였다. 인지된 유용성은 3문항, 인지된 용이성 3문항 총 6문항으로 구성하였고, 각 문항에 대해서는 5점 리커트 척도(5-point likert scale)를 이용하여 측정하였다. 주요 문항에 대해 인지된 유용성은 다음과 같다. ① SNS를 활용하면 내가 원하는 K-POP 관련 기록물을 더 빠르게 수집할 수 있다. ② SNS를 활용하면 내가 원하는 K-POP 관련 기록물을 효과적으로 수집하는데 도움이 된다. ③ SNS를 활용하면 내가 하고자 하는 K-POP 관련 기록물 수집활동을 편리하게 하는데 도움이 된다. 인지된 용이성은 다음과 같다. ① SNS를 통해 K-POP 관련 기록물을 수집하는 것은 쉽다. ② 어떤 일을 하면서도 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동을 쉽게 할 수 있다. ③ SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동은 분명하고 이해하기 쉽다.

3.2.3 K-POP 기록물 수집활동 지속의도

본 연구에서 K-POP 관련 기록물 수집활동 지속의도는 SNS를 통해 K-POP 관련 기록물을 지속적으로 수집하려는 의도로 조작화하고, Kim과 Lee, Bonn[41], Kim과 Lee, Preis[42], Kim과 Lee, Contractor[18]이 사용한 척도를 참조하여 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하여 활용하였다. 이 척도는 총 4문항으로 이루어졌으며, 5점 리커트 척도(5-point likert scale)를 통해 1점 '전혀 그렇지 않다'에서 5점 '매우 그렇다'로 평정하였다. 주요 문항은 다음과 같다. ① 앞으로도 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 있어서 새로운 정보를 계속해서 추가할 것이다. ② 나는 K-POP 관련 기록물 수집활동을 위해 SNS를 자주 이용할 것이다. ③ 나는 K-POP 관련 기록물 수집활동에 관한 정보를 정기적으로 검색할 것이다. ④ 나는 SNS를 K-POP 관련 기록물 수집활동에 계속 사용할 것이다.

3.2.4 자료처리

본 연구에서는 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석, 그리고 신뢰도분석을 통해 측정도구에 대한 타당도를 검증하였고, 주요 결과를 도출하기 위하여 상관관계분석(correlation analysis)과 경로분석(path analysis)을 실시하였다. 이상의 과정은 통계프로그램 SPSS 21.0 프로그램과 AMOS 21.0 프로그램을 통해 이루어졌다.

3.3 타당도 검증

측정도구의 타당도 및 신뢰성 검증을 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였고, 그 결과를 바탕으로 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)을 수행하였다. 탐색적 요인분석은 주성분분석(principal component analysis)의 베리맥스회전기법(varimax rotation method)을 이용하였고, 확인적 요인분석을 통해 모델 적합도(model fit)와 통계적 유의성을 살펴보았으며, 최종적으로 신뢰도분석(reliability analysis)을 통해 내적 합치도(Cronbach's α)를 확인하였다. 이에 기초하여 인지된 혁신특성에 대해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 우선 탐색적 요인분석의 적정성을 평가하기 위하여 Kaiser-Meyer-Olkin을 살펴본 결과, KMO=.79, $\chi^2=573.05$, $df=6$, $p<.001$ 로 나타나 본 연구에서 사용한 문항이 탐색적 요인분석을 수행하는데 적합한 것으로 평가되었다. 인지된 혁신특성은 적합성(36.95%), 관찰가능성(14.09%), 시험가능성(12.58%)으로 분류되었고, 전체 설명력은 63.63%로 나타났다.

Table 1. Exploratory factor analysis: Perceived innovation characteristics

	Compatibility	Observability	Trialability
Compatibility01	.73	.15	.22
Compatibility02	.73	-.01	.17
Compatibility03	.72	.26	-.03
Observability02	.02	.77	.22
Observability03	.28	.77	-.00
Observability01	.08	.72	.21
Trialability03	-.01	.17	.81
Trialability01	.23	.19	.78
Trialability02	.39	.08	.63
eigenvalue	3.32	1.26	1.13
variance%	36.95	14.09	12.58
cumulative%	36.95	51.05	63.63

이상의 결과에 기초하여 확인적 요인분석을 수행하였다. 적합도는 χ^2 , GFI, RMR, NFI, CFI를 이용하였다. 적합기준은 χ^2 의 경우에 통계적으로 유의하지 않아야 하며 ($p>.05$), GFI는 .90 이상, RMR은 .06 이하, 그리고 NFI, CFI는 모두 .90 이상일 때 적합기준을 충족한 것으로 본다. 다만, χ^2 의 경우에 표본의 수에 민감하기 때문에 적합기준을 충족하지 못하였을 경우에 다른 적합지수를 통해 적합도를 최종 판단한다. 이에 인지된 혁신특성에 대한 적합도를 확인한 결과, $\chi^2=52.38$, $p<.05$, GFI=.95, RMR=.04, NFI=.91, CFI=.94로 나타나 χ^2 의 경우에 적합기준을 충족하지 못하였으나, 나머지 적합지수가 적합기준을 충족하였으므로 본 연구에서 사용한 모델이 비교적 양호한 것으로 평가할 수 있다. 잠재변수가 관측변수에 미치는 효과를 살펴본 결과, 표준화경로계수(β)는 .54~.77로 나타나 최소기준인 .40을 넘었으며, 모두 통계적으로 유의하였다. 또한 신뢰도분석을 통해 내적 합치도를 살펴본 결과, 적합성은 .65, 관찰가능성 .68, 시험가능성 .72로 나타나 사회과학수준에서 비교적 신뢰할만한 것으로 평가되었다.

Table 2. Confirmatory factor analysis: Perceived innovation characteristics

Observed variable	Latent variable	β	S.E.	C.R.	Cronbach's α
Compatibility3	Compatibility	.59	Fix	Fix	.65
Compatibility2		.54	.17	6.27***	
Compatibility1		.74	.18	7.21***	
Observability1	Observability	.61	Fix	Fix	.68
Observability3		.68	.17	6.90***	
Observability2		.65	.16	7.03***	
Trialability2	Trialability	.73	Fix	Fix	.72
Trialability1		.77	.11	8.66***	
Trialability3		.56	.10	7.13***	

*** $p<.001$

다음으로 인지된 유용성과 인지된 용이성에 대해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석의 적정성을 살펴본 결과, KMO=.73, $\chi^2=449.96$, df=15, $p<.001$ 로 나타나 본 연구에서 사용한 문항이 탐색적 요인분석에 적합한 것으로 평가되었다. 본 연구에서 인지된 유용성은 47.02%, 인지된 용이성은 20.02%로 나타났고, 전체 설명력은 67.04%로 분석되었다.

Table 3. Exploratory factor analysis: Perceived usefulness/perceived ease of use

	Perceived usefulness	Perceived ease of use
Perceived usefulness2	.84	.24
Perceived usefulness3	.78	.11
Perceived usefulness1	.77	.14
Perceived ease of use2	.09	.84
Perceived ease of use3	.29	.79
Perceived ease of use1	.13	.74
eigenvalue	2.82	1.20
variance%	47.02	20.02
cumulative%	47.02	67.04

이상의 결과에 기초하여 확인적 요인분석을 수행하였다. 적합도를 확인한 결과, $\chi^2=4.57$, $p>.05$, GFI=.99, RMR=.01, NFI=.98, CFI=1.00으로 나타나 모든 적합지수가 적합기준을 충족한 것으로 나타났다. 잠재변수가 관측변수에 미치는 효과를 살펴본 결과, 표준화경로계수(β)는 .50~.90으로 나타나 최소기준인 .40을 넘었으며, 모두 통계적으로 유의하였다. 또한 신뢰도분석을 통해 내적 합치도를 살펴본 결과, 인지된 유용성은 .75, 인지된 용이성은 .73으로 나타나 사회과학수준에서 신뢰할만한 것으로 평가되었다.

Table 4. Confirmatory factor analysis: Perceived usefulness/perceived ease of use

Observed variable	Latent variable	β	S.E.	C.R.	Cronbach's α
Perceived usefulness1	Perceived usefulness	.64	Fix	Fix	.75
Perceived usefulness3		.60	.10	8.30***	
Perceived usefulness2		.90	.14	9.09***	
Perceived ease of use1	Perceived ease of use	.50	Fix	Fix	.73
Perceived ease of use3		.82	.23	6.43***	
Perceived ease of use2		.64	.20	6.64***	

*** $p<.001$

K-POP기록물 수집활동 지속의도에 대해 탐색적 요

인분석을 실시하였다. 탐색적 요인분석의 적정성을 살펴본 결과, KMO=.78, $\chi^2=487.44$, df=6, $p<.001$ 로 나타나 본 연구에서 사용한 문항이 탐색적 요인분석에 적합한 것으로 평가되었으며, 지속의도의 전체 설명력은 69.68%로 나타났다.

Table 5. Exploratory factor analysis: Intention to continue K-POP record collection Activities

	Intention to continue
Intention to continue2	.87
Intention to continue1	.87
Intention to continue3	.85
Intention to continue4	.72
eigenvalue	2.78
cumulative%	69.66

이상의 결과에 기초하여 확인적 요인분석을 수행하였다. 적합도를 확인한 결과, $\chi^2=13.24$, $p<.01$, GFI=.97, RMR=.01, NFI=.97, CFI=.97로 나타나 χ^2 가 적합기준을 충족하지 못하였으나, 나머지 대부분의 적합지수가 적합기준을 충족하였으므로 비교적 양호한 모델이라고 평가할 수 있다. 잠재변수가 관측변수에 미치는 효과를 살펴본 결과, 표준화경로계수(β)는 .56~.84로 나타나 최소기준인 .40을 넘었으며, 모두 통계적으로 유의하였다. 또한 신뢰도분석을 통해 내적 합치도를 살펴본 결과, 지속의도는 .854로 나타나 사회과학수준에서 비교적 높은 신뢰도를 보인 것으로 평가되었다.

Table 6. Confirmatory factor analysis: Intention to continue K-POP record collection Activities

Observed variable	Latent variable	β	S.E.	C.R.	Cronbach's α
Intention to continue2	Intention to continue	.56	Fix	Fix	.85
Intention to continue1		.79	.18	9.09***	
Intention to continue3		.84	.20	9.21***	
Intention to continue4		.81	.20	8.87***	

*** $p<.001$

4. 연구결과

4.1 상관관계 분석

본 연구에서 설정한 주요 변수 간 상관을 알아보기 위하여 상관관계분석을 실시하였다. 인지된 혁신특성인 적합성은 인지된 유용성($r=.40$, $p<.01$), 지속의도($r=.51$,

$p < .01$)와 정적 상관을 나타냈고, 관찰가능성도 인지된 유용성($r = .29, p < .01$), 인지된 용이성($r = .26, p < .01$), 지속의도($r = .39, p < .01$)와 각각 정적 상관을 보인 것으로 분석되었다. 시험가능성 역시 인지된 유용성($r = .51, p < .01$), 인지된 용이성($r = .34, p < .01$), 지속의도($r = .59, p < .01$)와 정적 상관을 보인 것으로 나타났다. 또한 인지된 유용성($r = .64, p < .01$)과 인지된 용이성($r = .45, p < .01$)은 각각 지속의도와 정적 상관을 보인 것으로 분석되었다. Table 7. 또한 평균분산추출값(AVE)과 상관계수 제곱값의 비교를 통해 판별타당성을 살펴본 결과, 평균분산추출값이 상관계수 제곱값보다 모두 큰 것으로 나타나 판별타당성이 있는 것으로 확인되었다.

Table 7. Correlation analysis

	1	2	3	4	5	6
1	.40					
2	.33** (.10)	.42				
3	.44** (.19)	.38** (.14)	.48			
4	.40** (.16)	.29** (.08)	.51** (.26)	.53		
5	.08 (.06)	.26** (.06)	.34** (.11)	.40** (.16)	.45	
6	.51** (.26)	.39** (.15)	.59** (.34)	.64** (.40)	.45** (.20)	.58

주1) 1: Compatibility, 2: Observability, 3: Trialability, 4: Perceived usefulness, 5: Perceived ease of use, 6: intention to continue
 주2) 맨 위 대각선 값은 평균분산추출값(AVE)임
 주3) ()의 값은 상관계수의 제곱(squared correlation) 값임
 ** $p < .01$

4.2 경로분석

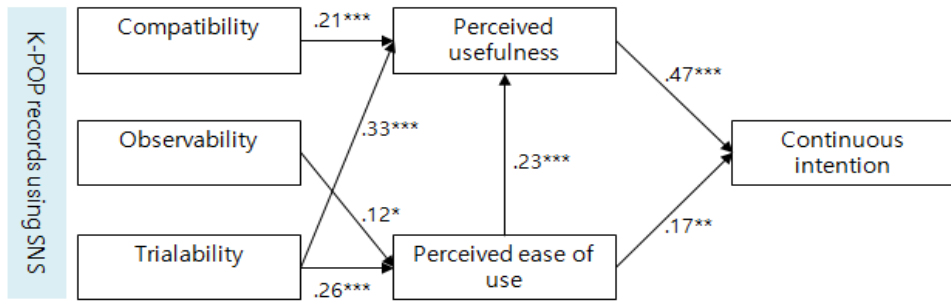
본 연구에서 설정한 가설을 검증하기 위하여 경로분석(path analysis)을 실시하였다. 가설을 중심으로 살펴보면, 가설 1과 관련하여 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 적합성이 인지된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 적합성은 인지된 유용성에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .21, p < .001$). 가설 2와 관련하여 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 적합성이 인지된 용이성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 적합성은 인지된 용이성에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 나타났다($\beta = -.02, p > .05$). 가설 3과 관련하여 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 관찰가능성이 인지된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 관찰가능성은 인지된 유용성에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하였다($\beta = .03, p > .05$). 가설 4와 관련하여 SNS를 통한 K-POP

관련 기록물 수집활동에 대한 관찰가능성이 인지된 용이성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 관찰가능성은 인지된 용이성에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .12, p < .05$). 가설 5와 관련하여 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 시험가능성이 인지된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 시험가능성은 인지된 유용성에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .33, p < .001$). 가설 6과 관련하여 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 시험가능성이 인지된 용이성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 시험가능성은 인지된 용이성에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .26, p < .001$). 가설 7과 관련하여 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 인지된 용이성이 인지된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 인지된 용이성은 인지된 유용성에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .23, p < .001$). 가설 8과 관련하여 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 인지된 유용성이 K-POP 기록물 수집활동 지속의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 인지된 유용성은 지속의도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .47, p < .001$). 가설 9와 관련하여 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 인지된 용이성이 K-POP 기록물 수집활동 지속의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 인지된 용이성은 지속의도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다($\beta = .17, p < .01$).

Table 8. Path analysis: Intention to continue K-POP record collection Activities

Dependent variable	Independent variable	β	S.E.	C.R.
H1. Perceived usefulness	← Compatibility	.21	.05	3.73***
H2. Perceived ease of use	← Compatibility	-.02	.08	-.42
H3. Perceived usefulness	← Observability	.03	.05	.70
H4. Perceived ease of use	← Observability	.12	.07	1.98*
H5. Perceived usefulness	← Trialability	.33	.05	5.62***
H6. Perceived ease of use	← Trialability	.26	.07	3.89***
H7. Perceived usefulness	← Perceived ease of use	.23	.04	4.55***
H8. Intention to continue	← Perceived usefulness	.47	.05	8.58***
H9. Intention to continue	← Perceived ease of use	.17	.04	3.10**

* $p < .05$ ** $p < .01$ *** $p < .001$



Model fit: RMR=.04, GFI=.95, NFI=.90, IFI=.91, CFI=.90
 * p<.05 ** p<.01 *** p<.001

Fig. 1. Path analysis results

5. 논의 및 결론

본 연구는 K-POP 중심의 팬클럽에 가입하고 있으면서 SNS를 이용하여 K-POP 기록물 수집활동을 하고 있거나 해당 경험이 있는 SNS 이용자들을 대상으로 혁신 확산이론과 기술수용모델을 통합 적용하여 K-POP 기록물 수집활동 지속의도에 영향을 미치는 요인을 검증하였다. 주요 결과를 요약하고, 논의를 수행하면 다음과 같다.

우선 인지된 혁신특성이 기술수용모델 변수인 인지된 유용성과 인지된 용이성에 미치는 영향을 살펴본 결과, SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 적합성은 인지된 용이성에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하였으나, 인지된 유용성에는 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 관찰가능성은 인지된 유용성에는 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하였으나, 인지된 용이성에는 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 시험가능성은 인지된 유용성과 인지된 용이성에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 따라 연구가설 2와 3은 기각된 반면에 연구가설 1, 4, 5, 6은 채택되었다.

본 연구에서 적합성이 인지된 유용성에만 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다는 결과는 전자책 수용에 대한 연구에서 적합성이 인지된 유용성에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다고 보고된 것과 일치하며[43], 디지털교과서에 대한 적합성이 인지된 유용성과 인지된 용이성에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다고 보고된 것과는 부분 일치한다[44]. 또한 관찰가능성이 인지된 용이성에만 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다는 본 연구의 결과는 초기 모바일인스턴트메시지에 대한 관찰가능성이 인지된 용이성에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다고 보고된

선행연구의 결과와 일치하며[45], VR 기기에 대한 이용자들의 관찰가능성이 인지된 유용성과 인지된 용이성에 유의한 영향을 미치지 못하였다고 보고된 선행연구의 결과와는 부분 일치하는 것이다[46]. 시험가능성이 인지된 유용성과 인지된 용이성에 모두 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다는 본 연구의 결과에 대해서는 VR 기기에 대한 시험가능성이 인지된 용이성에만 유의한 정(+)의 영향을 미쳤고[46], 초기 모바일인스턴트메시지에 대한 시험가능성은 인지된 유용성에만 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다고 보고된 연구결과[43]와 부분 일치하는 것이며, 전자책에 대한 시험가능성이 인지된 유용성에 유의미한 영향을 미치지 못하였다고 보고된 것과는 상이한 결과이다[43].

이러한 본 연구의 결과는 K-POP 관련 기록물을 수집하는 활동에 있어서 SNS가 적합하다고 인식할수록 SNS가 K-POP 관련 기록물을 빠르고, 편리하게, 효과적으로 수집할 수 있다는 유용성을 높게 인식하며, 주변에서 SNS를 이용하여 K-POP 관련 기록물을 수집하는 사람들을 자주 관찰할 수 있다고 인식할수록 SNS를 통한 K-POP 관련 기록물 수집이 용이하고, SNS를 이용하여 K-POP 관련 기록물 수집을 쉽게 해볼 수 있다는 시험가능성을 높게 인식할수록 SNS를 이용하여 K-POP 기록물을 수집하는 것이 용이하고 유용하다고 인식하는 것으로 평가할 수 있다. 특히, 본 연구에서 적합성은 SNS를 이용한 K-POP 기록물 수집활동이 유용하다는 인식에 영향을 미쳤고, 관찰가능성은 SNS를 이용한 K-POP 기록물을 쉽고, 빠르게 수집할 수 있다는 것에 영향을 미친 반면에 시험가능성은 인지된 유용성과 인지된 용이성 모두에 영향을 미쳤다. 본 연구의 대상이 팬덤에 가입, 실제로 SNS를 이용하여 K-POP 관련 기록물 수집활동을 해

오고 있는 SNS 이용자임을 감안할 때, K-POP 관련 기록물 수집활동이라는 공통의 관심사를 가진 이용자들이 SNS를 이용하여 해당 기록물을 수집하는 활동이 얼마나 자주 목격되고 관찰되는가의 여부가 중요하게 작용할 수 있음을 시사한다. 하지만 적합성이 인지된 용이성, 관찰 가능성이 인지된 유용성에 유의한 영향을 미치지 못한 부분에 대해서는 고도 정보통신기술의 복잡성이 이용자들의 기술수용 과정에 대한 이해와 설명을 어렵게 한다는 점을 고려할 필요가 있으며, 이에 혁신확산이론과 기술수용모델을 통합 적용한 연구들에서도 그 결과가 일관되게 나타나고 있지 않다는 점에서 지속적인 연구의 필요성을 시사한다[47].

다음으로, SNS를 이용한 K-POP 관련 기록물 수집활동에 대한 인지된 용이성이 인지된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 인지된 용이성은 인지된 유용성에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이에 따라 SNS를 이용한 K-POP 기록물 수집활동에 대한 인지된 용이성이 인지된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 연구가설 7은 채택되었다. 이러한 결과는 혁신기술에 대한 이용이 용이하다고 인식할수록 해당 기술을 보다 더 유용한 것으로 인식한다는 기존의 선행연구들의 결과와 일치하는 것이다[32-34]. 그러므로 SNS를 이용하면 K-POP 기록물 수집활동을 용이하게 할 수 있다고 인식할수록 SNS가 K-POP 수집활동을 수행하는데 있어 유용하다고 인식하는 것으로 평가할 수 있다.

마지막으로, 기술수용모델 변인인 인지된 용이성과 인지된 용이성이 SNS를 이용한 K-POP 기록물 수집활동 지속의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 인지된 유용성과 인지된 용이성은 지속의도에 통계적으로 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 이러닝 수용의향[48], 맞춤형 스마트 광고 수용의도[49] 등의 연구에서 인지된 유용성과 인지된 용이성 모두 수용의도에 정(+)의 영향을 미쳤다고 보고되어 본 연구의 결과를 뒷받침한다. 또한 IPTV[33]의 수용에 대한 연구들에서 인지된 유용성만이 수용의도에 긍정적 영향을 미친 것으로 나타나 본 연구의 결과와 부분 일치한다. 그러므로 본 연구의 결과는 SNS를 이용, K-POP 기록물 수집활동이 유용하고, 용이하다고 인식할수록 K-POP 기록물 수집활동 지속의도도 높아지는 것으로 평가할 수 있다.

종합해보면, 인지된 혁신특성 중 적합성은 인지된 유용성, 관찰가능성은 인지된 용이성, 시험가능성은 인지된 용이성과 인지된 유용성을 효과적으로 예측하며, 인지된 용이성과 인지된 유용성은 수집활동 지속의도를 예측하

는데 있어 중요한 선행요인임을 확인할 수 있었다. 이러한 점은 혁신확산이론과 기술수용모델의 통합을 통해 SNS를 이용한 K-POP 기록물 수집활동의 지속의도를 설명할 수 있음을 시사한다. 특히, 팬덤이 K-POP 기록물을 수집하는데 있어 SNS를 가장 많이 이용하고 있다는 점을 고려하면[6], 본 연구에서 적용된 혁신확산이론과 기술수용모델의 통합모델은 SNS가 K-POP 기록물 수집활동을 위한 효율적인 매체이자 수단으로써 그 지속성을 확보하기 위해 요구되는 방향성을 제시하였다는 점에서 학술적, 실무적으로 의의가 있을 것이다. 다만, 본 연구에서 조사대상자들은 다양한 팬덤에 속해있고, SNS를 이용하여 K-POP 기록물 수집활동을 해오거나 해당 경험이 있는 SNS 이용자라는 점에서 본 연구의 결과를 해석하는데 있어 제한적이라는 한계를 지닌다. 후속연구에서는 SNS를 이용하여 K-POP 기록물을 수집하거나 해당 경험이 있는 이용자뿐 아니라 해당 경험이 없는 집단을 대상으로 비교 분석하고, SNS를 이용한 K-POP 기록물 수집에 대한 의도를 살펴본다면, 기록학적 측면에서 학술적으로나 실무적으로 의미 있는 시사점을 제안할 수 있을 것으로 판단된다.

REFERENCES

- [1] Z. H. Song. (2012). *A study on SNS as a records management: Focusing on facebook, twitter, blog, youtube*. Master's Thesis, Hankuk University of Foreign Studies.
- [2] S. H. Kim & J. S. Sim. (2019). A study on the recognition of the archival values and use of photographic records of modern Korea. *Journal of the Korean Biblia Society for Library and Information Science*, 30(2), 245-261.
- [3] S. J. Sohn. (2018). A study on the preference of K-culture in Argentina through contents analysis of local press reports and social media. *Korean Journal of Tourism Research*, 33(5), 67-88. DOI : 10.21719/jtms.33.5.4
- [4] B. C. Cho & H. Sim. (2013). Success factor analysis of K-pop and a study on sustainable Korean wave: focus on smart media based on realistic contents. *Journal of the Korea Contents Association*, 13(5), 90-102. DOI : 10.5392/JKCA.2013.13.05.090
- [5] D. Zhang & S. J. Yoon. (2018). Social media, information presentation, consumer involvement, and cross-border adoption of pop culture products. *Electronic Commerce Research and Applications*, 27, 129-138. DOI : 10.1016/j.eierap.2017.12.005

- [6] Y. J. Lee, H. J. Oh, & S. K. An. (2019). Characteristics analysis and utilization plans of K-POP fandom records for popular music archived: Focused on the case of BTS fandom, ARMY. *The Korean Journal of Archival Studies*, 60, 161-194.
- [7] J. W. Seo, J. H. Park, H. J. Oh, & E. H. Youn. (2016). A study on the issue analysis of national archives of Korea based on SNS analysis between 2014~2015. *The Korean Journal of Archival Studies*, 50, 139-175.
- [8] C. P. Lin & A. Bhattacharjee. (2008). Elucidating individual intention to use interactive information technologies: The role of network externalities. *International Journal of Electronic Commerce*, 13(1), 85-108.
DOI : 10.2753/JEC1086-4415130103
- [9] Lin, K. Y., & Lu, H. P. (2011). Why people use social networking sites: An empirical study integrating network externalities and motivation theory. *Computers in Human Behavior*, 27(3), 1152-1161.
DOI : 10.1016/j.chb.2010.12.009
- [10] P. J. Cunningham. (2003). IM: Invaluable new business tool or records management nightmare. *The Information Management Journal*, 37(6), 27.
- [11] M. Caswell. (2009). Instant documentation: Cell-phone-generated records in the archives. *American Archivist*, 72(1), 133-145.
DOI : 10.17723/aarc.72.1.k7186478626823x9
- [12] J. M. Kang, Y. J. Song, & M. K. Choi. (2013). Social phenomena and challenges for internet fandom culture: Be focused on the method of link value and scalability for Korea wave fandom. *The Journal of the Institute of Internet Broadcasting and Communication*, 13(1), 235-241.
DOI : 10.7236/jiibc.2013.13.1.235
- [13] E. M. Rogers. (1995). *Diffusion of innovation* (4th edition). New York: Free Press.
- [14] E. C. Hirschman. (1980). Innovativeness, novelty seeking, and consumer creativity. *Journal of Consumer Research*, 7(3), 283-295.
<https://www.jstor.org/stable/2489013>
- [15] E. M. Rogers. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York: Free Press.
- [16] Y. J. Kim, J. M. Jung, & E. J. Lee. (2011). What drives the adoption and usage of smartphone applications?: Factors affecting degree of use, continuous use, and recommendation. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 55(6), 227-252.
- [17] H. S. Chiang. (2013). Continuous usage of social networking sites: The effect of innovation and gratification attributes. *Online Information Review*, 37(6), 851-871.
DOI : 10.1108/oir-08-2012-0133
- [18] M. J. Kim, C. K. Lee, & N. S. Contractor. (2019). Seniors' usage of mobile social network sites: Applying theories of innovation diffusion and uses and gratifications. *Computers in Human Behavior*, 90, 60-73.
DOI : 10.1108/OIR-08-2012-0133
- [19] V. Venkatesch, M. G. Morris, G. B. Davis, & F. D. Davis. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *Information Management*, 27(3), 425-478.
DOI : 10.2307/30036540
- [20] Y. W. Song, M. H. Rim, K. Motohashi, & S. H. Kim. (2010). Innovative converged service and its adoption, use and diffusion: A holistic approach to diffusion of innovations, combining adoption-diffusion and use diffusion paradigms. *Journal of Information Technology Applications & Management*, 17(2), 187-205.
- [21] G. C. Moore, & I. Benbasat. (1991). Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information Systems Research*, 2(3), 192-222.
DOI : 10.1287/isre.2.3.192
- [22] L. G. Tornatzky & K. J. Klein. (1982). Innovation characteristics and innovation adoption-implementation: A meta-analysis of findings. *IEEE Transactions on engineering management*, 29(1), 28-45.
- [23] F. D. Davis. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
DOI : 10.2307/249008
- [24] D. Adams, R. Nelson, & P. Todd. (1992). Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology: A replication. *MIS quarterly*, 16(2), 227-248.
DOI : 10.2307/249577
- [25] B. Park. (2011). Integrative adoption model of new media. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies* 55(5), 448-479.
- [26] B. H. Chang & Y. G. Kim. (2007). An exploratory study on factors affecting the adoption intent of triple play service: Focusing on college students. *Korean Journal of Broadcasting*, 21(5), 165-203.
- [27] R. Scherer, F. Siddiq, & J. Tondeur. (2019). The technology acceptance model (TAM): A meta-analytic structural equation modeling approach to explaining teachers' adoption of digital technology in education. *Computers & Education*, 128, 13-35.
<https://doi.org/10.1016/j.compedu.2018.09.009>
- [28] R. Agarwal & J. Prasad. (1998). A conceptual and operational definition of personal innovativeness in the domain of information technology. *Information Systems Research*, 9(2), 204-215.
DOI : 10.1287/isre.9.2.204
- [29] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. B. Davis, & F. D. Davis. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *Information Management*, 27(3), 425-478.
DOI : 10.2307/30036540
- [30] C. W. Kim & C. K. Suh. (2017). The interrelationship between the functional characteristics and the

- intelligent personal assistant. *Journal of Information Systems*, 26(4), 163-188.
- [31] H. Choi. (2016). A study on the effects of product characteristics of digital convergence on acceptance intention via perceived usefulness and ease of use: The moderating effects of gamification. Master's Thesis, Jeonbuk National University.
- [32] J. S. Lee & M. Y. Lee. (2006a). Examining factors affecting the adoption of terrestrial DMB phones using modified technology acceptance model2(TAM2). *Studies of Broadcasting Culture*, 18(2), 251-283.
- [33] J. S. Lee & M. Y. Lee. (2006b). Examining factors affecting the intention to use IP-TV with the extended technology acceptance model(TAM), *Broadcasting & Communication*, 7(1), 100-131.
- [34] S. Taylor, & P. A. Todd. (1995). Assessing IT usage: The role of prior experience. *MIS Quarterly*, 19(2), 561-570.
DOI : 10.2307/249633
- [35] H. Verkasalo, C. Lopez-Nicolas, F. J. Molina- Castillo, & H. Bouwman. (2010). Analysis of users and non-users of smartphone applications. *Telematics and Informations*, 27(3), 242-255.
DOI : 10.1016/j.tele.2009.11.001
- [36] S. Y. Yousafzai, G. R. Foxall, & J. g. Pallister. (2007). Technology acceptance: A meta-analysis of the TAM: Part 1. *Journal of Modelling in Management*, 2(3), 251-280.
DOI : 10.1108/17465660710834453
- [37] B. Park. (2012). An integrative adoption model of tablet-PCs: Focusing on the validation of the integrative adoption model of new media. *Journalism & Culture Research*, 19, 62-103.
- [38] S. K. Han. (2009). *A study on the factors affecting adoption of the IPTV*, Doctoral Dissertation Hanyang University.
- [39] Y. J. Han & J. Y. Ha. (2019). Factors affecting the use of user generated content on the web. *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, 152-190.
- [40] H. J. Woo. (2009). Exploring the influence on technology acceptance factors and perceived brand qualities affecting the internet radio player usage: Focusing on KBS Kong, MBC Mini, SBS Gorilla. *Journal of Media Economics & Culture*, 7(4), 7-45.
- [41] M. J. Kim, C. K. Lee, & M. Bonn. (2016). The effect of social capital and altruism on seniors' revisit intention to social network sites for tourism-related purposes. *Tourism Management*, 53, 96-107.
DOI : 10.1016/j.tourman.2015.09.007
- [42] M. J. Kim, C. K. Lee, & M. W. Preis. (2016). Seniors' loyalty to social network sites: Effects of social capital and attachment. *International Journal of Information Management*, 36(6), 1020-1032.
DOI : 10.1016/j.ijinfomgt.2016.04.019
- [43] D. H. Sung. (2011). *A study on the e-Book usage intention and adopting decision factor in the generation of smart media*. Doctoral Dissertation, Chungang University.
- [44] S. S. Suh. (2011). Exploration of digital textbook adoption and implementation based on an extended technology acceptance model, *Journal of the Korean Association of Information Education*, 15(2), 265-275.
- [45] S. H. Yoo. (2013). *Initial mobile instant messenger users' behavioral studies using the technology acceptance model*. Master's Thesis, Hong-ik University.
- [46] O. S. Kim. (2017). *A study on factors influencing purchase intention of personal VR devices*. Master's Thesis, Yonsei University.
- [47] B. S. Kim & H. J. Woo. (2019). A study on the intention to use AI speakers: Focusing on extended technology acceptance model. *Journal of the Korea Contents Association*, 19(9), 1-10.
- [48] J. M. Lee. (2012). What drives a successful e-learning: Focusing on the critical factors influencing e-learning satisfaction. *Korean Journal of Business Administration*, 24(4), 2245-2257.
- [49] J. K. Lee & K. S. Kang. (2015). A study on the determinants of acceptance intention in customized smart advertising: With a focus on a group of college students. *Journal of Speech, Media & Communication Association*, 26, 85-114.

김 건(Geon Kim)

[정회원]



- 1991년 2월 : 전북대학교 불어불문학
과 졸업(문학 학사)
- 1996년 6월 : University. de Paris
III (영상학 기초박사 D.E.A)
- 2002년 4월 : University of Paris I
(영상학 박사)
- 2010년 3월 ~ 현재 : 전북대학교 기록
관리대학원 교수/문화융복합아카이빙 연구소장
- 관심분야: 디지털아카이빙, 영상비즈니스마케팅, 영화이론
- E-Mail : godardkim@jbnu.ac.kr

윤 승 욱(Sung-Uk Yun)

[상회원]



- 2000년 2월 : 중앙대학교 신문학과(정
치학 석사)
- 2004년 2월 : 중앙대학교 신문학과(언
론학 박사)
- 2018년 2월 ~ 현재 : 전북대학교 문화
융복합아카이빙연구소 전임연구원
- 2018년 3월 ~ 현재 : 전북대학교 신문
방송학과 겸임교수
- 관심분야 : 모바일 커뮤니케이션, 소셜미디어, 수용자분석
- E-Mail : ysu@jbnu.ac.kr

김 현 태(Hyun-Tae Kim)

[성명]



- 2017년 2월 : 전북대학교 프랑스학과 (영화영상기획 석사)
- 2019년 9월 : 전북대학교 프랑스·아프리카학과(영화영상기획 박사 수료)
- 2019년 6월 ~ 현재 : 전북대학교 재난안전정보표준화사업단 연구원
- 관심분야 : 영화이론, 영상기획, 문화콘텐츠

· E-Mail : lovevirus0729@gmail.com