

중국 쇼트 클립 어플리케이션 지속 이용의도 연구: 플로우 이론과 통합기술수용모형을 바탕으로

The Research of Exploring Factors Impact on User's Continuance Usage of
Chinese Short-clip Application:
Based on the Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) and
Flow Theory

항월, 남윤재
경희대학교 문화관광콘텐츠학과

Yue Xiang(dongnanzhiee@163.com), Yoonjae Nam(ynam@khu.ac.kr)

요약

본 연구는 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 수용에 관한 연구로서, UTAUT모델과 플로우(Flow)이론을 기반으로 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 결정적 다수, 주의집중, 즐거움, 시간왜곡 등의 변인이 쇼트 클립 이용 만족과 지속사용 여부에 미치는 영향을 실증적으로 분석하였다. 본 연구는 중국인 이용자를 대상으로 온라인 조사를 통하여 이루어졌으며, 최종 263명의 유효 응답을 바탕으로 구조방정식모형을 제시하고 분석하였다. 연구결과로는 성과기대, 즐거움, 시간왜곡은 사용만족도에 긍정적인 영향을 미친 것으로 나타났으며, 결정적 다수에 대한 지각 또한 사회적 영향에 통계적으로 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 지속사용여부에 관련하여서는 기술수용관련 변인 중 사회적 영향이 지속사용 여부에 긍정적인 영향을 주고 있었고, 플로우 이론에 도출된 변인 중 시간왜곡은 지속적 사용의도에 부정적이면서 유의미한 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

■ 중심어 : | 통합기술수용모형 | 플로우 | 쇼트 클립 어플리케이션 | 사용의도 | 중국이용자 |

Abstract

This research explored how the various of factors including performance expectancy, effort expectancy, social influence and facilitating conditions and some external factors consisting of critical mass, attention, perceived enjoyment, and time distortion had impacts on users' usage of short-clip application based on flow theory and the UTAUT model. The research employed SEM with 263 valid questionnaires. The results showed that social influence and satisfaction factors had positive impacts on sustainable usage of mobile short-clip application, while the other factors have no special effect on it. The results also indicated that time distortions had a negative effect on the intention of continuous usage. Furthermore, performance expectancy, perceived enjoyment, and time distortions had positive impacts on users' satisfaction. The beneficial effects of critical mass on social influence had been recognized through this study.

■ keyword : | The UTAUT Theory | Flow Theory | Short-clip Application | Intention of Usage | Chinese Users |

I. 서론

최근 인터넷, 모바일 기술의 발전은 미디어 환경과 소통의 방식을 변화시키고 있음은 물론이고 현대인들의 생활 방식도 크게 변화 시키고 있다[1]. 이러한 변화는 중국도 예외가 아닌데, 중국 인터넷 네트워크 정보센터(CNNIC)의 《중국 인터넷 발전상태 통계 보고서》에 따르면, 2018년 6월 까지 중국 인터넷 보급률은 57.7%까지 도달하였으며, 인터넷 사용자는 8억 2천만 명 정도라고 한다. 또한 확산속도도 매우 빠르게 진행되고 있는데, 2018년 상반기 인터넷 사용자는 전년도 2017년 말에 비해 3.8%가 증가한 것으로 나타났다. 중국의 모바일 인터넷 사용자 또한 7억 7800만 명가량으로 추산되며, 스마트폰을 통해 인터넷에 액세스하는 사용자가 총 인터넷 사용자의 98.3%로 보고되었다[2-4]. 이렇듯, 중국 내 모바일 및 인터넷 서비스가 급격히 성장함에 따라, 현재 중국인들의 스마트폰 이용은 일상생활과 분리되어질 수 없게 되었으며, 이에 따라 개인의 생활양식과 비즈니스 환경 또한 급속하게 변화하고 있다.

최근 중국 모바일 어플리케이션 시장 중 두드러지게 주목받는 서비스 중에 하나인 쇼트 클립 어플리케이션은 2013년 무렵 등장하였으며, 최근 더욱 빠르게 확산되고 있으며 점점 더 큰 인기를 얻고 있다. 이들 어플리케이션이 제공하는 서비스의 특징은 콘텐츠의 길이가 길지 않고, 누구나 손쉽게 빠르게 제작 및 편집을 할 수 있을 뿐만 아니라 음악, 음식, 게임, 뷰티, 뉴스 등의 다양한 콘텐츠를 제공한다는 것이다. 주로 재미위주의 콘텐츠가 빠른 속도로 제작되며, 이들 콘텐츠들은 간단하면서도 편리하게 소비되고 공유되고 있다. IiMedia Research의 자료에 의하면, 2017년 말까지 중국의 쇼트 클립 어플리케이션 사용자 수는 2억 4천 2백만 명에 도달했으며, 2018년에는 3억 3500만 명까지 확대되어 질 것으로 예측되었다[5].

중국 내 대표적인 쇼트 클립 어플리케이션으로는 메이파이(美拍), 마오파이(秒拍), 콰이쇼우(快手), 더우인(抖音)등 있다. 특히, 중국 내 뿐만 아니라 전 세계에서도 인기 끌고 있는 쇼트 클립 어플리케이션 의 하나인

더우인(Douyin)은, 틱톡(Tik Tok)이라는 글로벌 서비스명으로 서비스가 제공되고 있다. 2017년 하반기 틱톡(Tik Tok)의 이용자는 150개국에서 한 달 평균 1억 5400만 명에 도달했으며[6], 미국의 리서치 컴퍼니인 센서 타워(Sensor Tower)에 따르면, Douyin의 글로벌 버전인 틱톡(Tik Tok) 어플리케이션은 2018년 첫 분기 동안 인스타그램(Instagram), 유튜브(Youtube), 페이스북(Facebook)등의 메이저 소셜네트워크서비스들의 다운로드 수를 제치고 앱스토어 전체 다운로드 순위 1위를 차지하였다. 또한, 2018년 6월 12일 기준 Douyin의 DAU(Daily Active User)는 약 1.5억 명 도달하였으며, 이는 같은 해 1월에 비하여 4배에 달하는 것으로 나타났다[7].

이러한 미디어 환경의 변화에 따라, 본 연구는 모바일 어플리케이션, 특히 그 중에서 최근 각광받고 있는 쇼트 클립 어플리케이션의 사용만족과 지속사용 여부에 관련하여 플로우(Flow)이론과 통합기술수용(UTAUT)이론에 근거한 변인들의 영향을 살펴보고자 한다. 다양한 디바이스, 플랫폼 등에 관련하여 기술수용모형을 적용한 연구들은 현재까지 상당수 축적되어 있으나, 모바일 인터넷을 기반으로 한 동영상 및 동영상 어플리케이션 특히, 쇼트 클립 어플리케이션이라는 분야에 관한 연구는 여전히 부족한 실정이다. 또한 본 연구는 쇼트 클립 어플리케이션이 제공하는 동영상의 특성이 개별 영상은 짧지만, 일련의 동영상을 연속적으로 시청할 수 있게 하며, 몰입을 유도함에 따라 플로우 이론을 도입하여 모델을 확장하여 분석을 시도하려고 한다.

II. 이론적 배경

1. 중국 내 모바일 미디어 환경과 쇼트 클립 어플리케이션

최근 스마트폰과 같은 모바일 미디어가 보편화 되면서, 다양한 커뮤니케이션 현상이 스마트 기기로 융합되고 실현되고 있다. 이제, 모바일 미디어는 특정 커뮤니케이션 기능을 효율적으로 수행하는 단순한 도구가 아니라, 전체 미디어 환경을 변화시키며, 그 안에서 새로

은 문화가 형성되며, 정치, 사회 조직, 습관, 사고방식 등을 변화시키게 하는 수단으로 인식되어 진다[8]. 다시 말하면, 모바일 미디어는 단순히 정보를 교류하고 대화를 나누거나 콘텐츠를 이용하는 수단이 아니라, 하나의 환경으로 우리의 경험이나 이해 방식 혹은 사회적 상호작용을 변화시키고 사회 구조를 새로운 방식으로 구성하게 한다[9].

전통 미디어 이용 추세의 하락과 모바일 시장의 지속적인 발달로 인하여, 이용자들은 스마트폰을 기반으로 하는 다양한 어플리케이션을 통하여 콘텐츠를 소비하고 있으며, 다양한 정보를 편리하게 획득할 수 있는 주요 경로로 활용하고 있다[10].

또한, 최근 스마트폰 사용자들의 소비행태는 과거 문자 위주의 소비방식에서 보다 시각적인 자극을 주는 이미지 또는 동영상 소비하는 방식으로 점차 변화하고 있다. 광대역 무선 네트워크 기술의 발전은 고용량의 파일을 빠르게 처리할 수 있는 환경을 구축하였으며, 이에 따라 더욱 더 많은 동영상 콘텐츠가 생산되고 소비되는 경향을 보여 주고 있다[11]. 즉, 모바일 기술의 발전은 문자와 이미지 중심이었던 정보 소비에서 동영상 중심의 콘텐츠 소비로 전환하게 하였으며, 동영상의 시청방식 또한 다운로드 형식이 아닌 실시간 스트리밍 서비스 중심으로 전환되었다[10].

이러한 미디어 환경의 변화 속에서 최근 인기를 많이 얻고 있는 쇼트 클립 어플리케이션 동영상들은 초단위로 제작이 되어지는데, 이용자들은 고성능 모바일 디바이스를 활용하여 쉽게 영상을 촬영하고, 화면을 편집하며, 부가기능을 활용할 수 있다. 그리고 제작된 동영상은 소셜 미디어 어플리케이션을 통하여 실시간으로 공유가 가능하다[11]. 동영상을 시청하는 이용자들은 수동적인 시청 행태에 그치지 않고 댓글, 좋아요 등과 같은 기능을 활용하여 콘텐츠 제작자와 양방향 소통을 할 수 있다.

최근 중국에서 가장 인기 있는 쇼트 클립 어플리케이션 중에 하나는 Douyin(抖音)이다. 중국 이용자들은 공간과 시간의 제약 받지 않고, 길에서, 기차에서, 직장에서, 학교에서, 집에서 등 어디에서나 더우인을 통하여 다양한 콘텐츠를 소비 할 수 있다. 이에, 어떤 사용자들

은 몇 시간 동안 계속 도우인(抖音)을 하며 빠져 들기도 하는 등 최근 중국인들의 일상생활과 밀접한 어플리케이션으로 자리 잡았다.

데이터 회사인 트러스트데이터(Trustdata)가 발표한 보고서에 따르면, 2017년 12월까지 60개가 넘는 기업들이 짧은 동영상 영역에 투자하게 되면서 더 많은 창업자들이 짧은 동영상 제작 영역으로 진입하였다고 한다[12]. 콰이, 마오콰이, 더우인, 매파이 등 쇼트 클립 어플리케이션 산업에 진입한 각 회사들은 경쟁을 통하여 초기 오락 중심의 콘텐츠에서 여행, 뷰티, 운동, 뉴스 등의 다양한 콘텐츠로 확장시키고 있다. 이는 이용자들은 더욱 더 다양하고 질 높은 콘텐츠에 쉽게 접근할 수 있게 되었음을 의미한다.

2. 통합기술수용이론(UTAUT)

사회와 문명이 빠르게 진보함에 따라 새로운 기술이 급속하게 발전하고 있고, 새로운 기술수용에 대한 연구가 각광을 받고 있다. 여러 가지 연구 중의 가장 대표적인 모델은 Davis[13]의 개발된 기술수용모델(TAM: Technology Acceptance Model)이다. Davis[13]의 연구에 의하면 기술 수용 요인 중 '인지된 유용성'이 기술 수용에 직접적인 영향을 미치는 것으로 알 수 되었고, '인지된 이용 용이성'이 '인지된 유용성'에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 모델은 많은 학자가 다양한 분야에서 적용하고 실증적으로 분석을 해오고 있다. 하지만, 핵심 변수로 '인지된 유용성'과 '인지된 이용 용이성'을 사용되는 기술 수용 모델(TAM)은 여러 분야에서 인정을 받았지만 끊임없이 변화하는 정보시스템 환경을 전적으로 반영하지 못하는 것도 사실이다[14][15]. 이에, Venkatesh 외[15]는 기존 모형의 문제점들을 보완하기 위해 IT 수용에 관한 연구에서 가장 중요한 8개의 이론 및 모형의 요소들을 통합하는 통합기술수용이론(Unified Theory of Acceptance and Use of Technology, UTAUT)을 제시하였다[16-18]. Venkatesh와 연구자들[15]은 통합기술수용이론 모형에서 핵심 변인인 성과기대, 노력기대, 사회적 영향은 이용의도에, 그리고 촉진조건은 이용행위에 영향을 미치는 것을 밝혀졌다. 결과적으로 기존의 기술수용의 8개 주요 이론과 비교한

결과 70% 수준까지 설명력을 높인 모형으로 개선되었다[19].

통합기술수용이론(UTAUT) 선행 연구를 보면, 기존의 기술수용 이론에서 설명하지 못한 다양한 변수들을 추가 및 응용하여 새로운 정보기술 수용에 적합한 모형으로 접근하고 분석하는 방식으로 활용되었다[19]. 특히, 급속도로 기술이 변화하면서 신상품이나 서비스도 빠르게 개발되고 있는 모바일 분야에서는 통합기술수용이론을 적용하는 경우가 많다[18]. Tan, Leby[20]는 모바일 뱅킹 분야, Wong과 연구자들[21]은 모바일 TV 분야, Kang[22]은 모바일 어플리케이션 분야, Musa와 연구자들[23]은 모바일 페이먼트 분야, 그리고 Ho와 연구자들[24]은 모바일 학습 분야 등에서 통합기술수용이론을 근거해서 다양한 변수들의 관계를 모형으로 제시하여, 신기술의 수용에 영향관계를 검증하였다. 또한, 김영채, 전승렬[4]의 연구에서는 통합기술수용모형에 근거한 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건 등의 핵심 요인들이 모바일 패션어플리케이션의 지속적인 사용의도에 영향을 주는 것으로 나타났다.

3. 플로우이론(Flow)

플로우는 Csikzentmihalyi에 의해 1975년 처음 제안되었는데, 인간이 자신의 행위에 대해 인식하지 못하고 해당 활동에 완벽하게 몰입되어지는 현상이라고 할 수 있다[25]. 즉, 플로우란 어떤 행위에 깊게 몰입하여 시간의 흐름이나 공간, 더 나아가서는 자신에 대한 생각까지도 잊어버리게 될 때를 일컫는 심리적 상태라고 할 수 있다[26]. 하지만, 플로우는 많은 개념들(예: 도전감, 숙련도, 주의집중, 즐거움 등)이 포함되어 있는 광범위한 개념이기에 간략하게 정의하기는 어렵다[27]. 이에 플로우 개념은 학자와 연구의 목적에 따라 각기 다른 정의와 다른 측정 방법으로 재정의되어 사용하고 있으며, 따라서 명확한 개념 정의를 내리기에는 모호하고 때로는 모순된 측면도 있다[28]. 플로우는 다차원으로 구성된 개념으로서, 지금까지 선행연구에 따르면 관여도(involved), 도전감(또는 도전, challenge), 숙련도(또는 기술, skill), 각성(arousal), 통제(control), 상호작용성(interactivity), 탐색적 행동(exploratory behavior),

주의집중(또는 집중된 주목, focused attention), 최적 자극 수준(OSL: Optimal Stimulus Level), 원거리 실재감(telepresence), 즐거움(playfulness), 긍정적 감정(positive affect), 시간왜곡(time distortion)등 13가지가 언급되고 있다[29][30].

본 연구에서 플로우 구성변수들 중에 주의집중, 즐거움과 시간왜곡을 변인으로 채택하였다. 그 이유로는 일반적인 이용자와 비교하여 이들 플로우 상태에 진입한 이용자들이 해당 제품이나 서비스에 대한 만족감이나 지속적인 이용의도가 높을 수 있기 때문이다. 예를 들면, 김보민[31]은 스마트폰을 이용하는 외식소비자가 소셜 미디어를 활용하여 외식정보를 검색하는데 플로우 요인인 주의집중, 즐거움, 시간왜곡이 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것을 검증하였다. 따라서 수용자들이 모바일 서비스 과정에서 재미있는 느낌을 느끼고 몰입하여 발생하는 즐거움이 사용 행동이나 수용에 큰 영향을 미치는 것을 알 수 있다. 하지만, 플로우가 반드시 지속사용 여부에 영향을 주지 않을 수도 있는데, 예를 들어, 양영순[32]의 소셜 미디어의 이용에 관한연구에서는 가상실재감(시간왜곡)이 지속적 사용의도에 통계적으로 유의하지 않게 영향을 미치는 것으로 확인되었다.

4. 결정적 다수(critical mass)

결정적 다수(critical mass)는 원래 물리학 분야에서 사용되던 용어인데 임계량이란 핵분열 폭발이 발생하기 위해 필요한 방사능 물질의 양을 의미한다[33]. 사회 과학적 측면에서 결정적 다수란 특정 기술이나 서비스가 도입되고 확산될 수 있는 사용자들의 수를 의미하고, 이때 결정적 다수는 단순히 양적으로 많음을 의미하는 것이 아니라 결정적인 변화에 영향을 주는 최소한의 필요한 사용자들의 수로 이해될 수 있다[34]. 현재, 정보 기술의 수용 행동에 관한 결정적 다수의 연구는 주로 인스턴트 커뮤니케이션, 소셜 네트워킹 웹 사이트, 온라인 게임 분야에 집중되고 있는데, Morris & Ogan[35]에 의하면 결정적 다수라는 개념이 인터넷 커뮤니케이션 연구에 유용하다고 주장하였다. 또한, Hsu et al.[27]는 온라인 게임의 행동요인을 탐색하기 위하

여 TAM모델을 기반으로 결정적 다수를 추가 하여 분석을 실시하였다. 이들 연구결과를 보면, 결정적 다수는 사람들이 온라인 게임 이용 의도에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

III. 연구방법

1. 연구 모형 및 가설

모바일 쇼트 클립 어플리케이션 이러한 새로운 기술의 수용을 분석하고 예측하기 위해 본 연구는 기존의 연구들을 바탕으로 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 수용을 더 잘 파악할 수 있도록 기초 변수들 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건 이외에 결정적 다수(CM: critical mass)이라는 외부변수를 추가하고, 또한 플로우(Flow)의 주의집중, 즐거움, 시간왜곡 등 세 가지 구성개념을 적용하여 연구를 진행하고자 한다.

새로운 기술이 수용되고 확산되기 위하여 많은 변인들이 영향을 줄 수 있는 것이 사실이며, 몇몇의 특정변인으로만 설명을 하기는 어려울 수 있다. 본 연구는 UTAUT모델 중 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건을 변인으로 설정하였는데, 그 이유는 기존의 TAM모델에서 사용되어지는 용이성, 유용성 등의 변인은 이미 모바일 기기의 사용이 일상적이며 사용에 익숙한 이용자들에게는 큰 영향을 주지 않을 것이 라는 가정 때문이다. 이에 상대적으로 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건 등은 디바이스 또는 어플리케이션 이용 자체 보다는 외적인 환경 또는 사용에 따른 결과에 대한 기대를 고려한 요소들이기에 소셜네트워크 플랫폼 기반의 어플리케이션 서비스인 쇼트 클립 어플리케이션의 이용에 보다 적합할 것이라 예측되어 본 연구에 변인들로 채택하였다.

본 연구에서는 플로우의 개념들 중에서는 주의집중, 즐거움, 시간왜곡을 독립변인으로 채택하였다. 플로우는 어떠한 콘텐츠 또는 미디어의 이용에 대한 결과로서 해석되어져 매개변인 또는 조절변인으로 모델에서 검증해 볼 수 있으나, UTAUT 변인들과 플로우 변인들간의 인과관계가 명확하지 않고, 두 변인들간의 상호작용

에 중점을 두는 것이 아니라 사용만족과 지속사용여부에 미치는 영향을 중점으로 분석하려는 것이 본 연구의 목적이기에 본 연구 모델에는 독립변인으로 설정하였다.

이에 본 연구는 앞서 살펴본 선행연구를 토대로 [그림 1]과 같은 연구모형을 설정하였다.

이에 따라 앞장의 선행연구를 토대로 본 연구에서는 각 요인들이 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 사용만족도 및 지속적 사용의도에 영향관계를 검증하여 가설을 설정하였다.

가설 1-1: 성과기대는 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 이용 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 1-2: 성과기대는 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 지속적 이용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-1: 노력기대는 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 이용 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 2-2: 노력기대는 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 지속적 이용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-1: 사회적 영향은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 이용 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 3-2: 사회적 영향은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 지속적 이용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4-1: 촉진조건은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 이용 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 4-2: 촉진조건은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 지속적 이용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5-1: 주의집중은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 이용 만족도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

가설 5-2: 주의집중은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 지속적 이용 의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

선의 지속적 이용 의도에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 6-1: 즐거움은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 사용만족도에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 6-2: 즐거움은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 지속적 이용 의도에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 7-1: 시간왜곡은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 이용 만족도에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 7-2: 시간왜곡은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 지속적 이용 의도에 부(-)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 8: 결정적 다수는 사회적 영향에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

가설 9: 만족도는 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 지속적 이용 의도에 정(+)¹⁾의 영향을 미칠 것이다.

통계프로그램을 적용하여 분석하였다. 이를 위해 선행 연구를 토대로 본 연구의 주요 측정변인에 관한 설문문항들은 아래 [표 1]와 같이 구성하였다. 주요변인이 측정은 7점 리커트 척도로 측정하였다.

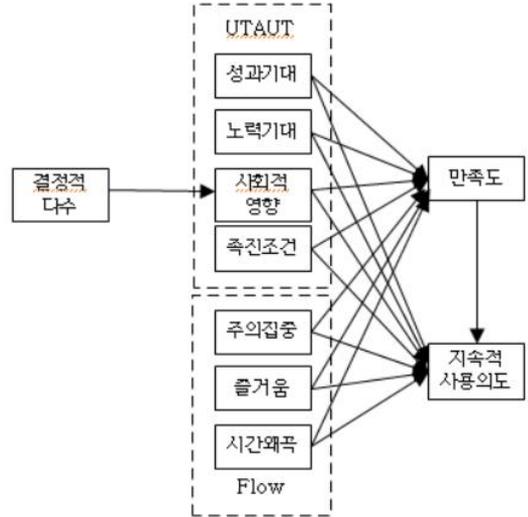


그림 1. 연구모형

2. 조사설계 및 분석방법

본 연구는 모바일 쇼트 클립 어플리케이션 수용에 있어서 UTAUT의 핵심 변수(성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 촉진조건), 결정적 다수와 플로우 경험(주의집중, 즐거움, 시간왜곡) 및 사용 만족, 지속적 사용의도에 미치는 영향 관계를 살펴보고자 한다. 이 연구목표를 수행 하기 위해 본 연구는 쇼트 클립 어플리케이션에 대한 설문은 2018년 10월6일부터 10월13일까지 약 7일 동안 실시되었다. 온라인 설문은 중국의 원첸성(問卷星)이라는 설문조사 제작 사이트(www.wjx.cn)를 통하여 제작되었으며, 온라인으로 결과가 수집되었으며, 본 설문은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션을 사용한 경험이 있는 중국 사람을 대상으로 하기 위해 최근 3개월 이내 사용 여부에 관한 스크리닝 설문을 거쳐 실제 설문을 진행하였다. 설문조사 이후 총 300부의 응답이 회수되었으며, 이들 중 최근 3개월 이내 모바일 쇼트 클립 어플리케이션을 사용한 응답자 총 263명의 유효응답 자료를 바탕으로 SPSS 23.0 통계프로그램과 AMOS 20.0

표 1. 측정도구의 구성 및 출처

변수	항 목	출처
성과기대	1. 모바일 쇼트 클립 앱을 이용 하는 것은 유용하다.	Venkatesh et al.[14]; Marchewka et al.[36];
	2. 모바일 쇼트 클립 앱은 실시간으로 상호작용할 수 있다.	
	3. 모바일 쇼트 클립 앱은 시간을 절약 하게 해준다.	
	4. 모바일 쇼트 클립 앱을 이용하는 것이 생활에 도움이 될 것으로 기대 한다.	
노력기대	1. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이해하기 쉽고 명확하다.	Davis et al.[13]; Venkatesh et al.[14];
	2. 나는 모바일 쇼트 클립 앱의 이용에 익숙하다.	
	3. 나는 모바일 쇼트 클립 앱의 사용법을 쉽게 배울 수 있다.	
	4. 나는 모바일 쇼트 클립 앱이 다른 모바일 동영상 제작하는 앱보다 더 편리하다.	
사회적 영향	1. 나에게 중요한 사람(예:가족, 학교 친구 등)은 내가 모바일쇼트 클립 앱을 당연히 사용할 것으로 생각한다.	Venkatesh et al.[14]; 홍건기[37]
	2. 나에게 많은 영향을 주는 사람들이 내가 모바일 쇼트 클립 앱을 당연히 사용할 것으로 생각한다	
	3. 내 주위 가까운 사람들이 나에게 모바일 쇼트 클립 앱의 사용을 추천한다.	

	4. 내 주위 가까운 사람들이 모바일 쇼트 클립 앱을 많이 이용하면 나도 이용하게 될 것 같다.	
축진 조건	1. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용하는데 필요한 기술적 지식을 가지고 있다.	Venkatesh et al.[14]; Marchewka et al.[38]; 김영채 등[4]
	2. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용하기에 적합한 모바일기기와 조건을 가지고 있다.	
	3. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용하기에 앞서, 관련된 안내사항을 받을 수 있다.	
	4. 모바일 쇼트 클립 앱을 사용하다가 어려움이 발생한다면 지원을 받을 수 있다.	
결정적 다수	1. 내 주위 대다수의 사람들은 모바일 쇼트 클립 앱을 이용한다.	Cocosila and Igonor[39]; Zhang et al[40]
	2. 내가 속해있는 커뮤니티의 대다수 사람들이 모바일 쇼트 클립 앱을 이용한다.	
	3. 내가 속해있는 직장이나 학교 등의 대다수 사람들이 모바일 쇼트 클립 앱을 이용한다.	
주의 집중	1. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용하는데 매우 집중한다.	Agarwal et al[41]; Novak et al.[42]
	2. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용하는데 완전히 빠져들곤 한다.	
	3. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용하는데 다른 생각을 하지 않는다.	
	4. 모바일 쇼트 클립 앱을 사용하는데 주위의 소음을 느끼지 않는다.	
즐거움	1. 모바일 쇼트 클립 앱을 이용하는 것은 흥미롭다.	Agarwal et al.[41]; Novak et al.[42]
	2. 모바일 쇼트 클립 앱을 이용하는 것은 즐겁다.	
	3. 모바일 쇼트 클립 앱을 이용하는 것은 신난다.	
	4. 모바일 쇼트 클립 앱을 사용하는 것은 재미있다.	
시간 왜곡	1. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용하는데 시간이 빠르게 지나간다.	Agarwal et al.[41]; Novak et al.[42]
	2. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용할 때 시간가는 줄 모른다.	
	3. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용할 때 내가 예상한 것보다 더 많은 시간을 소비한다.	
만족도	1. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용할 때 만족한다.	De Wulf et al[43]; 이수현[44]
	2. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용할 때 나의 욕구를 충족시켜 준다.	
	3. 나는 모바일 쇼트 클립 앱을 이용할 때 기분이 좋다.	
지속적 사용 의도	1. 나는 향후 모바일 쇼트 클립 앱을 이용할 것이다.	Agarwal et al.[41]; Bhattacharjee[45]; Zhou[46]
	2. 나는 쇼트 클립 앱을 향후 다른 사람들에게 추천할 것이다.	
	3. 나는 모바일 쇼트 클립 앱이 필요하다.	
	4. 나는 앞으로 모바일 쇼트 클립 앱을 계속 사용할 생각이 있다.	

IV. 결과

1. 구성개념간 타당성 및 신뢰도 검증

본 연구는 최종 263부의 유효응답 자료를 바탕으로 우선적으로 탐색적 요인분석을 실시하였다. 모든 측정 변수는 구성요인을 추출하기 위해서 주성분분석을 사용하였으며, 회전방식은 베리맥스 회전법을 채택하였다. 본 연구에서는 문항의 선택기준으로 요인적재치는 0.4 이상, 고유값은 1.0 이상을 기준으로 하였다. 탐색적 요인분석을 실시 한 결과 성과기대와 사회적 영향이 하나의 요인으로 묶였지만, 두 개념이 이론적으로 차이가 있기에 본 연구에서는 기존 UTAUT모델에서 제시한 것 같이 구분하여 적용하였다. 또한 변수들의 내적 일관성을 파악하기 위해 신뢰도 분석을 실시하였다. 실시한 결과는 다음 [표 2]과 같이 총 37개 문항 중에서 9개 문항이 제거하였고, 최종 28개 문항을 분석에 사용하였다. 결과를 보면 각 변수들의 요인 적재량(Factor Loading)은 다 0.5이상으로 나타나고 알파계수는 모두 0.7이상으로 나타났다. 따라서 본 연구에서 사용하던 요인들의 타당성과 신뢰도는 문제가 없는 것으로 판단되었다.

표 2. 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

요인		측정항목	요인 적재 값	고유값	Cronbach의 알파	
UTAUT	성과 기대	성과기대1	.822	1.572	.720	
		성과기대4	.712			
	노력 기대	노력기대1	.756	2.137		
		노력기대2	.852			
		노력기대3	.835			
	사회적 영향	사회적영향1	.873	2.384		
사회적영향2		.907				
사회적영향3		.914				
결정적다수	축진 조건	축진조건1	.852	1.751	.806	
		축진조건2	.906			
	결정적다수1	결정적다수1	.873	2.421		
		결정적다수2	.907			
Flow	주의 집중	결정적다수3	.914	2.304	.826	
		즐거움	주의집중2			.824
			주의집중3			.743
			주의집중4			.873
	시간 왜곡	즐거움1	.783	2.387		
		즐거움2	.834			
		즐거움3	.813			
		시간왜곡1	.760			
		시간왜곡2	.753			
	시간왜곡3	.833	2.183	.786		

만족도	만족도1	.898	2.394	.872
	만족도2	.876		
	만족도3	.906		
지속적사용의도	지속적 사용의도1	.895	2.470	.899
	지속적 사용의도2	.901		
	지속적 사용의도3	.901		
	지속적 사용의도4	.926		

2. 확인적 요인분석

본 연구에서는 AMOS 통계프로그램을 통해 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis:CFA)을 실시하였다. 모형의 적합도를 판단하기 위하여 χ^2 (CMIN), GFI(Goodness of Fit Index), TLI(Tucker-Lewis Index), CFI(Comparative Fit Index), RMSEA 지수 등을 분석한 결과는 CMIN=617.390, DF=305, CMIN/DF=2.024, p=0.000, GFI=0.857, IFI=0.937, NNFI=0.921, CFI=0.936, RMSEA=0.063로 나타났으며, 전체적으로 모형의 적합도는 양호한 것으로 인정되었다.

구성개념의 집중타당성을 검증하기 위하여 확인적 요인분석을 실행한 분석결과는 [표 3]과 같다. 본 연구에서 개별 측정변수들의 표준화계수가 모두 0.5보다 높게 나타났으며 통계적으로 유의하는 것을 알 수 있다. 성과기대, 노력기대, 사회적 영향, 주의집중, 시간왜곡 등 요인들의 C.R.값이는 0.6이상으로 나타났으며 AVE 값이는 0.5에 미치지 못하는 것 있지만 관측변수 삭제로 인해서 더 이상 집중타당성 확보하지 못하기 때문에 이를 사용하였다.

표 3. 확인적 요인분석 결과

요인	측정항목	P	표준화 계수	개념 신뢰도	AVE
성과 기대	성과기대1		0.759	0.633	0.463
	성과기대4	***	0.777		
노력 기대	노력기대1		0.79	0.738	0.486
	노력기대2	***	0.822		
	노력기대3	***	0.662		
사회적 영향	사회적영향1		0.841	0.710	0.450
	사회적영향2	***	0.841		
	사회적영향3	***	0.763		
촉진 조건	촉진조건1		0.985	0.670	0.512
	촉진조건2	***	0.686		
결정적다수	결정적다수1		0.787	0.826	0.613
	결정적다수2	***	0.865		
	결정적다수3	***	0.88		

주의 집중	주의집중2		0.835	0.675	0.410
	주의집중3	***	0.757		
	주의집중4	***	0.759		
	즐거움1		0.812		
즐거움	즐거움2	***	0.879	0.828	0.616
	즐거움3	***	0.86		
	시간왜곡1		0.774		
시간 왜곡	시간왜곡2	***	0.747	0.649	0.382
	시간왜곡3	***	0.711		
	만족도1		0.835		
만족도	만족도2	***	0.775	0.806	0.582
	만족도3	***	0.89		
	지속적사용의도1		0.85		
지속적 사용의도	지속적사용의도2	***	0.845	0.817	0.598
	지속적사용의도3	***	0.88		
	지속적사용의도4	***	0.88		

3. 가설검증

가설검증을 하기 위해서 Structure Equation Modeling (구조방정식모델)분석을 실시하였다. 본 연구의 구조모형의 모델적합도 분석결과는 CMIN=734.160, DF=313, CMIN/DF=2.346, p=0.000, GFI=0.839, IFI=0.915, NNFI=0.915, CFI=0.914, RMSEA=0.072로 나타났다. 일부 지수는 좋은 수치에 못 도달하였지만, 전체적으로 모형의 적합도는 양호하다고 판단할 수 있다. 또한 경로분석 결과를 정리하여 다음 [그림 2]과 같다.

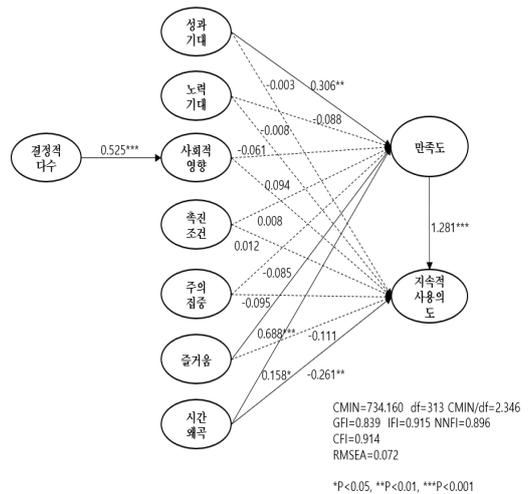


그림 2. 구조방정식 모형

이상의 경로 결과를 바탕으로 가설검증 결과를 정리하면 아래 [표 4]와 같다.

표 4. 가설검증 결과

가설	표준화 계수	P	채택 여부
H1-1 성과기대 → 만족도	0.306	0.006	채택
H1-2 성과기대 → 지속적사용의도	-0.003	0.985	기각
H2-1 노력기대 → 만족도	-0.088	0.101	기각
H2-2 노력기대 → 지속적사용의도	-0.008	0.904	기각
H3-1 사회적 영향 → 만족도	-0.061	0.121	기각
H3-2 사회적 영향 → 지속적사용의도	0.094	0.052	기각
H4-1 촉진조건 → 만족도	0.008	0.877	기각
H4-2 촉진조건 → 지속적사용의도	0.012	0.823	기각
H5-1 주의집중 → 만족도	-0.085	0.163	기각
H5-2 주의집중 → 지속적사용의도	-0.095	0.185	기각
H6-1 즐거움 → 만족도	0.688	***	채택
H6-2 즐거움 → 지속적사용의도	-0.111	0.665	기각
H7-1 시간왜곡 → 만족도	0.158	0.038	채택
H7-2 시간왜곡 → 지속적사용의도	-0.261	0.008	채택
H8 결정적 다수 → 사회적 영향	0.525	***	채택
H9 만족도 → 지속적사용의도	1.281	***	채택

V. 결론

최근 인터넷 발전과 확산으로 인하여 중국사회에서도 모바일 미디어 활용이 급성장하고 있다. 그 중에서 새롭게 유행하고 있는 스마트폰을 이용한 짧은 동영상 콘텐츠 중심의 모바일 쇼트 클립 제공은 중국인들의 생활 패턴을 변화시키고 있으며 향후 이 쇼트 클립(짧은 동영상) 시장은 크게 성장할 것으로 기대되고 있다. 따라서 본 연구는 기존 통합기술수용이론의 주요 변인인 ‘성과기대’, ‘노력기대’, ‘사회적 영향’, ‘촉진조건’과 플로우(Flow)의 구성개념 ‘주의집중’, ‘즐거움’, ‘시간왜곡’이 모바일 쇼트 클립 어플리케이션을 이용자의 사용만족도 및 지속적 사용의도에 영향을 미치는지를 실증적으로 검증하고자 하였다. 본 연구 주요결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 본 연구는 통합기술수용이론의 주요 변인인 ‘성과기대’, ‘노력기대’, ‘사회적 영향’, ‘촉진조건’ 등 네 가지 변인이 쇼트 클립 어플리케이션의 사용만족도 및 지속적 사용의도에 영향을 미치는지를 검증하였으며 실제적인 분석 결과와 기존 선행연구의 결과간의 차이를 확인할 수 있었다. 네 가지 변인 중 성과기대는 쇼트 클립 앱의 사용 만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 성과기대는 쇼트 클립 어플리케이션의 지속

적 사용의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 그리고 사회적 영향은 쇼트 클립 어플리케이션의 지속적 사용의도에 90% 유의수준에서 유의한 영향이 있음이 확인되었으며, 반면 사용만족도에는 정(+)의 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 다른 변인인 노력기대, 촉진조건은 쇼트 클립 어플리케이션의 사용만족도 및 지속적 사용의도에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 모바일 쇼트 클립 어플리케이션 서비스가 다른 정보 검색, 제공하는 모바일 서비스 어플리케이션과 비교하였을 때 직접적으로 일상생활에 유용하거나 도움을 주는 것이 아니라, 즉시적 즐거움을 주는 콘텐츠라는 인식이 지속적 사용의도에 크게 영향을 미치지 않는 것으로 해석 가능하다. 그리고 노력기대와 촉진조건이 유의미 하지 않은 이유는 스마트폰 보급률이 높은 현대 사회에서 많은 사용자들은 이미 다양한 스마트폰 어플리케이션에 대한 이용을 어렵게 생각 하지 않으며, 일상에서 보편적으로 사용하고 있는 단계이기 때문이라고 해석할 수 있다. 하지만, 주변 친구나 가족 등의 이용에 따른 사회적 영향들은 어느 정도 지속 사용의도에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

둘째, 플로우(Flow) 구성개념 중 즐거움은 모바일 쇼트 클립 어플리케이션의 사용만족도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 즐거움은 지속적 사용의도에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이용자들은 쇼트 클립 어플리케이션을 이용할 때 자신이 원하는 콘텐츠를 즐기면서 심리적인 만족을 느끼지만 이러한 즐거움이 직접적으로 어플리케이션의 지속적 사용의도에 영향을 주는 것은 아닌 것으로 나타났다. 그리고 시간왜곡이라는 요인은 쇼트 클립 어플리케이션의 사용만족도에 긍정적인 영향을 주면서도, 이는 플로우 요인들이 대체로 이용만족이나 이용의도에 긍정적인 영향을 줄 것이라는 기대에 반하는 결과인데, 이러한 결과가 나온 이유로는 이용자들이 모바일 쇼트 클립 어플리케이션에 집중해서 사용하게 되면서 시간이 흐르는 줄 모르는 플로우(flow)상태 들어가게 되면 오히려 어플리케이션 이용에 부담을 느끼는 것으로 해석되어 질 수 있다. 본 연구에서 설문 조사한 대상은 주로 젊은 층이나 평소에 바쁜 회사원들이 큰 비중을 차지했

는데, 이들은 예상보다 많은 시간을 자신도 모르게 이용에 할애한 후에는 자신들의 이용의도를 억제하기 때문이라고 할 수 있다. 또한 주의집중 변인은 쇼트 클립 어플리케이션의 만족도 및 지속적 이용의도에 긍정적인 영향을 확인하지 못하였고 가설이 기각되었다. 이는 쇼트 클립 어플리케이션의 특성이 주의집중을 요하며, 기승전결의 스토리텔링 위주의 콘텐츠가 아닌 매우 짧고 즉각적인 시청이 가능한 것이 그 이유가 될 수 있을 것이다.

셋째, 결정적 다수는 사회적 영향에 정적인 영향을 미친다는 것으로 확인되었다. 즉, 내가 속해있는 사회공간에서 쇼트 클립 어플리케이션을 계속 이용되어 질 것이라는 인식은 쇼트클립 모바일 이용을 하는데 있어서 주변의 이용에 대한 태도에 주게 된다는 것이다.

끝으로, 쇼트 클립 어플리케이션에 대한 만족도가 지속적 사용의도에 영향을 미치는지를 분석한 결과는 대다수 기존 선행연구의 결과와 같다. 쇼트 클립 어플리케이션에 대한 만족도는 지속적 사용의도에 긍정적인 영향을 끼침을 확인하였다. 사용자가 소셜 플랫폼을 사용하면서 얻는 만족감이 더욱 강할수록 소셜 플랫폼을 지속적으로 사용하려는 의도도 높아진다고 할 수 있다.

본 연구의 의의로는 우선, 최근 인기 있는 쇼트 클립 어플리케이션 같은 플랫폼을 급속한 발전하고 있으나, 이들 쇼트 클립 앱의 지속적 사용의도에 영향을 미치는 요인들에 대한 연구가 아직 미흡한 상황에서, 본 연구가 이러한 새로운 현상을 설명을 시도하고 있다는 것이다. 또한 쇼트클립 어플리케이션이 새로운 커뮤니케이션 기술로서, 새로운 비즈니스 분야로 정착되고 이용자를 확대하기 위해서는 소비자 입장에서 어떠한 요인들이 이용 만족과 지속사용 여부에 영향을 주는지에 대한 분석이 필요한 상황에서 본 연구의 결과가 활용될 수 있을 것이다.

현대 사회에서 대부분의 사람들은 일과 여가의 균형을 이루지 못하고 있고 과도한 업무량으로 인해 여가에 많은 시간을 투자하지 못한다. 이에 현대인들은 짧은 시간 내에 여가의 만족도를 높일 수 있는 효율적인 방법을 추구하고 있으며, 이러한 이유로 모바일 쇼트 클립 어플리케이션이 각광을 받고 있다고 할 수 있다. 하

지만, 본 연구에서 시간왜곡 요인이 쇼트 클립 어플리케이션의 지속적 사용의도에 부정적인 영향을 끼치는 것으로 나타난 결과는 현대 사회에서 바쁘고 과도한 업무가 있는 이용자들은 여가에 많은 시간을 소비하는 것에 불편함을 느낄 수 있으며, 유희적 모바일 어플리케이션 같은 다소 비생산적인 플랫폼에 과몰입이 되는 것에도 인식을 가지고 있음을 의미한다.

본 연구의 한계점과 향후 연구 방향은 다음과 같다. 첫째, 본 연구는 다수의 선행연구를 참고하였고 이를 기반으로 연구모형을 제시하였지만, 모델 설정에 있어서 여전히 고려해야 할 사항들이 많았다. 실제 응답을 바탕으로 측정항목들을 대상으로 요인분석을 실시하였지만 많은 측정항목이 제거될 수 밖에 없었다. 이는 기존의 UTAUT 모델의 구성요소들이 최근의 기술 수용에 적용되는 것에 어느 정도 한계가 있음을 의미한다. 또한 이러한 한계는 실제 본 연구의 검증에서 다수의 UTAUT변인들이 실제 이용만족과 지속이용의도에 직접적인 영향을 주지 않는 결과를 도출하게 된 원인이 될 수 있다. 또한 플로우 변인들은 만족도와 이용의도에 영향을 대체적으로 주는 것으로 나타났는데 만약 플로우 변인들을 매개변인 또는 조절변인으로 처리하였다면, UTAUT변인들의 설명력이 높아졌을 수 있을 것이다.

둘째, 본 연구는 중국에서 쇼트 클립 어플리케이션을 중국인 사용자 대상으로 연구하였기에, 연구결과의 일반화에 있어서 한계가 있다. 즉, 연구의 결과가 중국인들만의 독특한 모바일 기기 이용환경 및 인식에 영향을 받았을 수 있다. 따라서 연구 결과가 일반화되려면 후속 연구에서 모바일 인터넷이 발달한 다른 나라의 수용 형태가 연구되어 질 필요가 있다. 후속 연구들을 통해 얻어진 연구 결과를 비교해 보면 추가적 시사점을 얻을 수 있을 것이다.

마지막으로, 본 연구는 온라인으로 설문조사를 진행하였다. 데이터의 수치를 통해 연구문제를 분석하는 것은 의미가 있지만, 조사대상들에게 심층 인터뷰 등 질적 연구방법을 추가하여 제시된 모델의 변인 뿐 아니라 추가적인 지속사용의도에 대한 요인을 추출할 필요가 있겠다.

참 고 문 헌

- [1] 장채리, 중국 패션브랜드 SNS(WEIBO) 특성이 지각된 유용성 만족도 및 브랜드 충성도에 미치는 영향 경희대학교 대학원, 석사학위논문, 2016.
- [2] CNNIC, “中國互聯網絡發展狀況統計報告,” http://www.cnnic.cn/hlwfzyj/hlwzxbg/hlwjtjbg/201808/t20180820_70488.htm, 2018.
- [3] Trend Monitor, <http://www.trendmonitor.co.kr>, 2010.
- [4] 김영채, 전승렬, “모바일 앱 이용에 영향을 미치는 요인: 플로우 이론과 통합기술수용모형을 바탕으로,” 한국 인터넷 정보학회, 제14권, 제4호, pp.73-84, 2013.
- [5] 艾媒報告, “2017年-2018年中國短視頻產業趨勢與用戶行爲研究報告,” <http://iimedia.cn/60925.html>, 2018.
- [6] NAVER 뉴스, “中 동영상 앱 열풍... 더우인 ‘틱톡’ 유튜브 제쳤다,” <https://news.naver.com/main/read.nhn?mode=LS2D&mid=shm&sid1=104&sid2=231&oid=015&aid=0003944072>, 2018.
- [8] D. Li and G. Browne, “The role of need for cognition and mood in online flow experience,” *Journal of Computer Information Systems*, Vol.46, No.3, pp.11-17, 2006.
- [9] 이동후, *모바일 미디어 환경과 인간, 커뮤니케이션북스*, 2018.
- [10] 이유진, *짧은 동영상 이용동기와 충족에 관한 연구*, 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문, 2017.
- [11] WANG ZHONGXI, *이동식 쇼트 클립 어플리케이션의 이용동기와 충족에 관한 연구* 동영상 수용자의 이용행위를 중심으로 이화여자대학교 대학원, 석사학위논문, 2018.
- [12] <http://itrustdata.com>, 2018.
- [13] F. Davis, “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology,” *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, pp.319-339, 1989.
- [14] V. Venkatesh, M. G. Morris, G. G. Davis, and F. D. Davis, “User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View,” *MIS Quarterly*, Vol.27, No.3, pp.425-478, 2003.
- [15] R. P. Bagozzi, “On the meaning of formative measurement and how it differs from reflective measurement: Comment on Howell, Breivik, and Wilcox(2007),” *Psychol Methods*, Vol.12, No.2, pp.229-237, 2007.
- [16] 유호선, *유비쿼터스 컴퓨팅 서비스 수용에 영향을 미치는 요인연구: U-shop 관리자의 U-Service 수용을 중심으로*, 경희대학교, 석사학위논문, 2007.
- [17] 전새하, 박나래, 이증정, “공공부문 클라우드 컴퓨팅 서비스 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” *Entrue Journal of Information Technology*, 제10권, 제2호, pp.97-112, 2011.
- [18] 박일순, *통합기술수용이론(UTAUT) 기반 모바일 신용카드 서비스의 사용자 수용 모형에 관한 연구*, 국민대학교 대학원, 박사학위논문, 2012.
- [19] 송별철, 김완민, “통합기술수용이론(UTAUT)에 근거한 기술수용요인이 수용의도와 행동의도에 미치는 영향 - 한국의 의료기기 제품을 중심으로,” *동북아 문화연구(Journal of North-east Asian cultures)*, 제54권, 제3호, pp.49-62, 2018.
- [20] E. Tan and J. Leby Lau, “Behavioural intention to adopt mobile banking among the millennial generation,” *Young Consumers*, Vol.17, No.1, pp.18-31, 2016.
- [21] C. Wong, G. Tan, T. Hew, and K. Ooi, “Can mobile TV be a new revolution in the television industry? *Comput. Hum. Behav.*, Vol.55, pp.764-776, 2016.
- [22] S. Kang, “Factors influencing intention of mobile application use,” *Int. J. Mobile Commun.*, Vol.12, No.4, p.360, 2014.
- [23] A. Musa, H. Khan, and K. AlShare, “Factors influence consumers’ adoption of mobile payment devices in Qatar,” *Int. J. Mobile*

- Commun, Vol.13, No.6, p.670, 2015.
- [24] C. Ho, Y. Chou, and P. O'Neill, "Technology adoption of mobile learning: a study of podcasting," *Int. J. Mobile Commun*, Vol.8, No.4, p.468, 2010.
- [25] M. F. Christina and Z. Ping, "Flow in Computer-Mediated Environments: Promises and Challenges," *Communications of the Association for Information Systems*, Vol.15, pp.82-83, 2005.
- [26] 미하이 칙센트미하이 저, 최인수 역, *몰입 flow 미치도록 행복한나를 만나다*, 한울림, 2004.
- [27] C. L. Hsu and H. P. Lu, "Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and flow experience," *Information & Management*, Vol.41, No.7, pp.853-868, 2004.
- [28] 김정이, "국내 게임 분야에서 플로우 연구의 동향," *Korean Society For Computer Game*, 제26권, 제4호, pp.75-85, 2013.
- [29] 유재경, *한류(韓流)관광객의 몰입(flow) 결정요인에 관한 연구 TV드라마 촬영지 중심으로*, 경희대학교, 박사학위논문, 2006.
- [30] 이시훈, *인터넷 광고 효과 모델*, 서울: 커뮤니케이션 북스, 2000.
- [31] 김보민, *소셜 미디어 특성이 플로우(Flow)와 긍정적 감정 지속적 이용의도에 미치는 영향 연구: 스마트폰을 이용하는 외식소비자를 대상으로*, 경희대학교 대학원, 박사학위논문, 2017.
- [32] 양영순, *플로우(flow)경험에 따른 소셜 미디어의 상호 작용성이 지속적 이용의도에 미치는 영향 목적지 선택 전, 후의 조절효과를 중심으로*, 세종대학교 대학원, 박사학위논문, 2014.
- [33] P. Oliver, G. Marwell, and R. Teixeira, "A Theory of the Critical Mass I: Interdependence, Group Heterogeneity, and the Production of Collective Action," *American Journal of Sociology*, Vol.91, No.3, pp.522-556, 1985.
- [34] 이선형, "온라인 공간에서 결정적 다수의 특성-조두순 사건과 블로그," *사이버커뮤니케이션학보*, 제32권, 제4호, pp.43-80, 2015.
- [35] M. Morris and C. Ogan, "The Internet as mass medium," *Journal of Communication*, Vol.46, No.1, pp.39-50, 1996.
- [36] J. T. Marchewka, C. Liu, and K. Kostiwa, "An Application of the UTAUT Model for Understanding Student Perceptions Using Course Management Software," *Communications of the IIMA*, Vol.7, No.2, pp.93-104, 2007.
- [37] 홍진기, *스마트폰 금융 애플리케이션의 소비자 이용의도에 관한 연구* 한국 항공대학교 대학원, 석사학위논문, 2013.
- [38] J. T. Marchewka, C. Liu, and K. Kostiwa, "An Application of the UTAUT Model for Understanding Student Perceptions Using Course Management Software," *Communications of the IIMA*, Vol.7, No.2, pp.366-382, 2007.
- [39] M. Cocosila and A. Igonor, "How important is the "social" in social networking? A perceived value empirical investigation," *Inform. Technol. People*, Vol.28, No.2, pp.366-382, 2015.
- [40] H. Zhang, Y. Lu, S. Gupta, and P. Gao, "Understanding group-buying websites continuance," *Internet Res.*, Vol.25, No.5, pp.767-793, 2015.
- [41] R. Agarwal and E. Karahanna, "Time flies when you're having fun: Cognitive absorption and beliefs about information technology usage," *MIS Quarterly*, Vol.24, No.4, pp.665-694, 2000.
- [42] T. P. Novak, D. L. Hoffman, and Y. F. Yung, "Measuring the customer experience in online environments: A structural modeling approach," *Marketing Science*, Vol.19, No.1, pp.22-42, 2000.
- [43] K. De Wulf, N. Schillewaert, S. Muylle, and D. Rangarajan, "The role of pleasure in web site success," *Information & Management*, Vol.43, No.4, pp.434-446, 2006.

- [44] 이수현, *호텔기업의 SNS 품질이 사용자 만족 및 장기관계지향성에 미치는 영향*한양대학교 대학원, 석사학위논문, 2014.
- [45] A. Bhattacharjee, "Understanding information systems continuance: An expectation confirmation model," *MIS Quarterly*, Vol.25, No.3, pp.351-337, 2001.
- [46] T. Zhou, "An empirical examination of continuance intention of mobile payment services," *Decision Support Systems*, Vol.54, No.2, pp.1085-1091, 2013.

저자 소개

항 월(Yue Xiang)

정회원



- 2014년 6월 : Hunan University Of Science And Technology, Advertising(학사)
- 2019년 2월 : 경희대학교 문화관광콘텐츠학과(석사)

<관심분야> : 문화콘텐츠, 미디어, 스마트폰 애플리케이션

남 윤 재(Yoonjae Nam)

정회원



- 1998년 2월 : 연세대학교 신문방송학과(학사)
- 2004년 1월 : 럿거스대학교, 커뮤니케이션, 정보학(석사)
- 2011년 9월 : 뉴욕주립대학교 버펄로, 커뮤니케이션(박사)

- 2012년 9월 ~ 2018년 8월 : 경희대학교 문화관광콘텐츠학과 조교수
- 2018년 9월 ~ 현재 : 경희대학교 문화관광콘텐츠학과 부교수

<관심분야> : 미디어, 관광콘텐츠, 사회관계망