

## 블로그 사용자의 지속적 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

최재영\* · 전중양\*\* · 배순한\*\*\*

### *A study on the determinant to effect on blog usage*

Choi, Jae Young · Jeon, Joong Yang · Bae, Soon Han

#### 〈Abstract〉

Blog services have been developed in 5 years and also many companies have introduced many kinds of blog services as well. It is expected that the blog services will grow continuously. As the number of blog users is growing rapidly, the blogs progressively exert their influences on our society and are directly connected to the success or the failure of the portal site businesses. Thus it is necessary to investigate users' motivation to use blog and to predict their intention of continuous uses of the blog. Specifically, this study is to focus on user's motivation and user's psychological status in using the blogs. Furthermore, this study explores their causal relationships. The study tries to investigate what motivations make users to use the blogs on the regular basis. Its results show that two motivation factors, intrinsic and extrinsic motivation factors, significantly affect user's flow experiences and the flow experiences affect general use of the blogs.

Key Words : Motivation, Flow, Social Media, Blog

## I. 서론

인터넷을 비롯한 IT 및 관련 서비스의 급속한 발전과 보급으로 미디어의 접근성이 용이해 졌으며, 개인이라면 누구나 미디어를 가질 수 있는 1인 미디어 시대가 도래했다. 대표적인 1인 미디어인 블로그(blog)는 사적 의견 표출과 경험 공유의 장이며, 정보를 전달하고 제공받는 매개체 역할을 하고 있다. 이는 전통적인 커뮤니케이션 관점에서 볼 때, 한 개인이 커뮤니케이션 과정에서 송신

자와 수신자의 기능을 동시에 수행하게 하는 독특한 매체이다. 이와 같은 1인 미디어는 약 10여년에 불과한 짧은 기간 동안 널리 보급되었으며, 그러한 과정에서 스마트폰의 등장과 함께 마이크로블로그(microblog)라는 새로운 형태의 커뮤니케이션 채널을 파생시켰다. 이제 블로그는 개인의 블로깅(blogging) 행위에 의한 사적인 공간인 동시에, 사회적인 의제(agenda)를 생성하는 파급력을 지닌(ex, 미국 대통령(오바마) 선거운동) 소셜미디어(Social Media)로 진화하였다. 블로그(blog)가 일시적인 문화 현상 이상의 의미를 갖게 되면서 커뮤니케이션 학계를 비롯한 심리학, 사회학, 경영학 등 다 학제적 연구 대상으로 블로그를 주목하고 있으나[1-4], 확산정도에 비

\* 부천대학 e-비즈니스과 교수(제1저자)

\*\* 건국대학교 밀러MOT스쿨 박사과정(교신저자)

\*\*\* 한양대학교 대학원 경영학과 박사과정

해 연구 성과는 만족할 만한 수준이 아니다. 따라서 본 연구는 소셜미디어로써 블로그의 커뮤니케이션 특성 고찰과 더불어 이용자들의 심리적 이용 동기요인에 주목하고자 한다. 또한 그러한 동기요인과 커뮤니케이션 과정에서 이용자들이 경험하는 심리적 상태와의 인과 관계를 밝히고, 이를 통해 이용자들의 블로그 이용 행위를 설명하고자 한다. 특히 본 연구는 블로그의 사회적 의미와 파급효과에만 주목한 기존 연구와는 달리 개인의 심리적 동기요인과 심리적 상태를 통해 개인의 미디어 이용 행위를 예측한다는 점에서 학문적인 시사점을 기대할 수 있을 것이다. 또한 블로그 서비스를 제공하는 기업에서 조차, 블로그 이용자들의 동기와 서비스를 이용하는 심리적인 상태를 충분히 고려하지 않고 무분별한 서비스 개발과 제공에만 몰두하고 있는 현 시점에서, 본 연구는 향후 블로그의 지속적인 사용 행위에 영향을 주는 서비스 개발에 시사점을 제공할 수 있을 것이다.

본 연구는 우리 사회에 영향력 있는 소셜미디어로 자리 잡은 블로그 서비스를 이용하는 사용자들의 블로그 사용 동기 요인 파악과 더불어 블로그 사용 중에 경험하는 심리적 상태, 즉 Flow 요인과의 인과 관계를 살펴보고 그러한 Flow 요인이 사용자의 블로그 사용의도에 미치는 영향을 알아보고자 하였다. 따라서 다음과 같은 2가지 연구 문제를 선정하여 연구를 진행하였다.

첫째, 사용자의 내적, 외적 동기요인이 Flow 경험에 영향을 주는가?

둘째, 사용자의 Flow 경험이 블로그 이용의도에 영향을 주는가?

## II. 이론적 배경

### 2.1 소셜미디어

소셜미디어란 사람들이 의견, 생각, 경험, 관점 등을

서로 공유하기 위해 사용하는 온라인 툴과 플랫폼을 뜻한다. 이러한 소셜미디어는 텍스트, 이미지, 오디오, 비디오 등의 다양한 형태를 가지고 있는데 가장 대표적인 소셜미디어로는 블로그(Blogs), 소셜네트워크(Social Networks), 메시지 보드(Message Boards), 팟캐스트(Podcasts), 위키스(Wikis), 비디오블로그(Vlog) 등이 있다. 또한 이러한 서비스들이 스마트폰으로 확장되어 미투데이(metoday), 트위터(Twitter) 등은 마이크로블로그로 분류되고 있다. 소셜미디어는 아래 <표 1> 과 같이 사용 환경과 주요 콘텐츠 및 사용자의 사용 목적과 대상에 따라 다양하게 분류될 수 있지만 가장 일반적인 소셜미디어로는 블로그(Blogs) 서비스로 들 수 있다.

<표 1> 소셜미디어의 종류 및 특성[9]

	전통적 웹	소셜 미디어				
		블로그	SNS	위키	UCC	마이크로 블로그
사용목적	정보전달	정보공유	관계형성 엔터테인먼트	정보공유 협업에 의한 지식 사찰조	엔터테인먼트	관계형성 정보공유
주제 대상	1:N	1:N	1:1 1:N	N:N	1:N	1:1 1:N
사용 환경	채널 다양성	인터넷 의존적	인터넷 의존적 이동통신환경	인터넷의존적	인터넷의존적	인터넷 환경 이동통신환경
	특시성	사용기록 인터넷 연결시에만 정보전달	사용기록 인터넷/이동통신 연결시에만 정보전달	사용기록 인터넷 연결시/공유 정보공유	사용기록 인터넷연결시 콘텐츠 공유	실시간 기록 이동통신/인터넷 연결시 공유
콘텐츠	주요 콘텐츠	고객질문, 불만사항 공지사항, FAQ 등	특정주제에 대한 주관적 논평 산발적기정보	협업에 의해 정조된 지식 지속적/역동적 업데이트	특정주제에 대한 동영상	원재상태 개인적감정(문 자수 제한)
	신뢰성	정보제공가능 성 낮음(공식적커 뮤니케이션 특성)	주관적해석/비 판 의미적 왜곡가능성 낮음(블로그 평판훼손 우려)	의의적왜곡가 능성 왜곡가능성 낮음(IP 네트워킹)	주관적해석/비 판 의의적 왜곡가능성 높음(IP 추적가능)	주관적 해석/참의성에 의한 원 콘텐츠의 회화화 등 왜곡 가능성 존재
대표사례	기업홈페이지	개인블로그	페이스북 마이페이스	위키피디아	유튜브	트위터

#### 2.1.1 블로그

블로그는 인터넷을 의미하는 웹(web)과 자료를 의미하는 로그(log)의 합성어인 웹 로그(Weblog)에서 파생된 조어로, 인터넷에서 자신의 관심사에 따라 자유롭게 글과 정보를 올려 제공하는 개인 사이트를 지칭한다[5]. '웹 로그(Weblog)'라는 신조어는 1997년 12월 17일, 'Robot Wisdom'이란 블로그를 운영하는 존 바거(John Barger)

가 처음 사용한 것으로 알려졌는데, 웹(Web)과 향해 일지란 뜻의 로그(Log)의 조합어로, 연대순으로 정리 되어 최근 글이 맨 위에 보이는 일지 형식의 웹 사이트를 지칭하는 용어가 되었다[6]. 이후 1999년 피터 멀홀츠(PeterMerholz)가 그의 웹 로그에 “Web log” 를 “Weblog”로 표현하기 시작 하면서, 블로그(Blog)라는 신조어가 탄생되었고, ‘블로깅(Blogging)’, 블로그 포스트(Blog Post), ‘포스트(Post)’ 또는 ‘엔트리(Entry)’ 와 같은 용어를 사용하여 블로그에 각각의 글을 게시하는 행위와 그 각각 글들을 지칭하고 있다[7]. 그리고 이와 같은 블로그는 인터넷에서 집단적으로 우연히 일어나는 유행 차원으로 치부되는 것이 아니라 학자들 사이에서 하나의 미디어로 받아들여지고 있으며 그 특성과 영향력에 대한 학문적 연구 대상이 되고 있다.

아래 <표 2>에 정리한 바와 같이 블로그의 미디어로서의 기능과 대안 매체로의 가능성에 대한 연구가 있으며, 블로그의 이용에 영향을 주는 사회적 원인의 탐색과 그로 인한 여러 가지 사회 현상에 대한 다양한 해석과 분석이 이뤄지고 있다. 하지만 블로그 이용자의 심리적 상태와 동기 요인에 주목한 연구는 미흡하다. 따라서 본 연구는 블로그 이용자의 이용 행태의 원인을 심리적 기제인 동기와 플로우 요인을 차용하여 설명하고자 한다.

<표 2> 블로그에 대한 선행 연구

연구자	내 용	주 제
Blood[5]	Weblogs and Journalism : 블로그의 저널리즘 가능성 제시	-
박노일, 남은하[8]	블로그 이용 동기가 저널리즘 역할 인식과 활동에 미치는 영향 : 블로거들의 정보공유 행위	블로그의 미디어 기능 인식 블로그의 저널리즘 기능에 주목
김영주[9]	블로그의 미디어적 기능과 한계 : 정보의 전달 및 왜곡 가능성 지적	
Pew internet & American life project[10]	Blogger ; a portrait of the internet's new storytellers : 정보 전달 및 생산자로서의 블로거들의 행태 조망	

## 2.2 동기요인

인간이 왜 그러한 행위를 하는가?, 무엇이 인간을 그렇게 행동하도록 하는가? 라는 질문은 곧 동기(motivation)가 무엇인가를 묻는 질문이다. Deci and Ryan[17]은 동기를 어떠한 것을 하도록 마음이 움직이는 근원적인 원인으로 행동을 조절하는 에너지 또는 힘으로 정의하고 있다. 이와 관련하여 많은 연구자들은 동기를 내재적 동기와 외재적 동기로 구분하고 있다[18-19]. 내재적 동기(Intrinsic Motivation)는 특정한 과업에 대해서 내재적인 재미를 느끼거나 흥미를 가지게 됨으로 인해서 생기는 태도를 의미한다. 이러한 내재적 동기는 외부로부터 주어지는 보상이나 처벌과 같은 외적 자극과는 무관하게 나타나는 ‘순수한’ 동기로 알려져 있다[20-21]. 이와는 반대로, 행동에 따른 결과를 기대할 수 있고, 특정 목적 달성을 위해 과업을 하게 되는 동기는 외재적 동기(Extrinsic Motivation)라 구분한다[19]. 초기 심리학자들은 내재적 동기를 강조하였으며, 내재적 동기가 인간의 창의성과 성과를 가져오는 가장 큰 원인이라고 결론을 내리고 있다 [18, 22]. 또한 내재적 동기와 외재적 동기와의 관계에 관한 연구에는 상반된 주장이 존재하는데, Lepper와 Greene[21]는 내재적동기와 외재적 동기가 합쳐져서 그만큼 동기가 증가하는 게 아니라 오히려 외재적 동기가 내재적 동기를 저하시킨다고 주장하였다. 그들은 아동의 창의성에 관한 실험을 통해 보상 집단의 아동들이 그린 그림의 평가가 무 보상 집단보다 낮게 나타났다는 연구 결과를 제시하였으며[20], 외재적 동기를 부여하는 것은 개인이 가질 수 있는 내재적 동기를 억제하는 효과를 가져 올 수 있음을 증명한 것이다. 이와 관련하여 Amabile[23] 또한 보상 이외에도 경쟁, 평가 같은 다양한 형태의 외재적 동기 상황에서도 내재적동기가 저하됨을 실증하였다. 그러나 최근의 연구에 따르면 외재적 동기가 항상 부정적으로만 작용하지는 않는다는 결론을 제시하고 있다. 내재적 동기와 외재적 동기의 두 동기 유형은 한쪽이 높아지면 다른 쪽이 낮아지는 식이 아니라 개인

의 동기 성향과 과업이 맞아 떨어질 때는 보상과 같은 외적 동기요소들이 창의적인 수행에 상승적인 효과를 낼 수 있다는 새로운 관점이 제기되기도 하였다[10, 24].

Covington[25]의 연구는 이러한 관점을 지지하고 있는데, 그는 학생들을 대상으로 한 연구를 통해서 개인이 관심을 가지고 있는 과제에서 좋은 점수를 받는 것은 오히려 전반적인 동기 수준을 증가시킬 수 있다는 연구 결과를 밝혔다. 즉, 좋은 점수라는 보상이 자부심이나 열정과 같은 긍정적인 감정을 불러일으킬 수 있다는 것이다. 따라서 본 연구는 이와 같은 동기 관련 연구를 기반으로 내적 동기 요인과 외적 동기 요인을 동시에 고려하여 블로그 이용 과정에서 이용자가 느끼는 심리적 상태에 영향을 주는 동기 요인을 도출하고자 한다.

## 2.2 플로우(Flow) 요인

플로우(Flow)는 Csikszentmihalyi[26]에 의해 처음 도입된 개념으로 자기 목적(Autotelic) 체험 또는 그 자체가 보상이 되는 심리적 경험을 의미한다.

Csikszentmihalyi[27]를 비롯한 일군의 심리학자들은 Flow를 인간 삶에 있어서 항상 즐거움이 넘치듯 행위 자체에 완전히 몰두한 최적 경험상태(State of Optimal Experience)로 도전과 기술이 일정수준 이상에서 균형을 이룰 때 발생하며 시간이나 공간에 대한 인식도 사라지며 잡념이나 불필요한 감정이 끼어들 여지도 없다고 정의하고 있다[18, 27-28].

Clarke와 Haworth[29]는 Csikszentmihalyi[27]의 Flow개념에 기초하여, Flow를 주어진 과제나 활동의 도전성 정도와 자신의 기술능력 수준이 일치하는 상황에서 수반되는 기술적인 경험이라고 정의하였으며, Massimini와 Carli[30]는 Flow를 일정 수준 이상의 도전감과 기술·능력의 조화라고 제시하였다. 특히 플로우 개념을 웹에 적용시킨 Hoffman and Novak[31]은 상호작용적 매체를 사용하고 있는 사용자가 느끼는 신체적, 정신적 만족감, 심리적 최적감을 통칭하는 개념으로 정의하였다.

이외에도 관련 주요 학자들의 Flow 개념에 대한 연구를 정리하면 아래 <표 3>와 같다.

<표 3> Flow에 대한 정의

연구자	정 의
Ellis, Voelkl and Morris[32]	특정상황에서 기술·능력과 도전성에 관한 균형의 지각을 할 때 발생하는 최적의 경험이다.
LeFevre[33]	개인의 활동 중 평균 수준을 넘어서는 기술에 대한 도전의 균형된 비율
Lutz and Guiry[34]	사람들이 측정 대상이나 활동에 깊이 관여되어 있을 때 혹은 완전히 몰두할 때 경험하는 현상
Mannell, Zuzanek and Larson[35]	한 개인이 자신이 수행 중인 활동에 완전히 빠져드는 정서, 영향력, 집중, 숙련도, 도전에 관한 지각
Privette and bundrick[36]	사람들이 완전히 몰입했을 당시에 느끼는 총체적인 감정이나 기분

이와 같은 심리적 경험은 정의내리기 어려울 뿐만 아니라 한 가지 차원으로 구성되는 것이 아니며, 여러 요인으로 구성된 복잡한 개념이다. 최초 Csikszentmihalyi[26]는 플로우의 구성 요인을 (1) 분명한 목적, (2) 피드백, (3) 도전과 기술의 조화, (4) 집중, (5) 통제, (6) 자의식의 상실, (7) 시간왜곡, (8)활동의 자기 목적화의 8가지 구성 개념 요인을 제시하였다. 이러한 플로우 개념을 기반으로 그 구성 개념을 실증하고 확장한 많은 연구가 수행되었는데, 선행 연구에서 주로 사용된 플로우의 구성 개념은 아래 <표 4>과 같다.

본 연구 또한 블로그 사용자의 사용과정에서 느끼는 심리적 상태를 플로우 개념을 도입하여 살펴보고자 한다. 이와 같이 플로우 개념을 도입한 이유는 첫째, 블로그는 선행 연구를 통해 웹과 같은 상호 작용적 매체로 인정받고 있으며, 인터넷 상에서 사용자의 네비게이션 행위와 블로그 이용 행위와 밀접한 관련이 있기 때문이다. 둘째, 각 개인이 인터넷이나 모바일을 통해 블로그를 사용하는데 있어 적절한 자극 즉, 플로우의 선행변인으로 알려진 숙련도(skill)와 그 기술에 대한 도전(challenge) 및 호기심이 존재할 수 있기 때문이다. 셋째, 1인 미디어로써 대부분의 의사결정 및 탐색을 개인이 혼

<표 4> 플로우의 구성개념

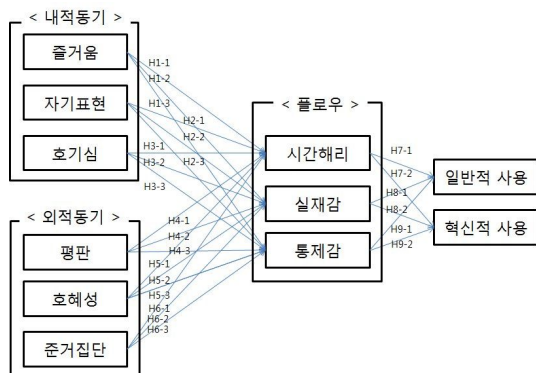
	도전감	통제	주의 집중	상호 작용	참여	긍정적 영향	속련도	실재감	시간 왜곡
Novak et al., [16]	○		○				○	○	○
Csikszentmihalyi[27]		○	○	○	○				
Hoffman and Novak[31]	○		○	○			○	○	○
Ellis et al., [32]	○				○	○	○		
Mannell et al., [35]	○	○	○		○	○	○		
Ghani et al., [37]	○	○	○			○	○		

자서 해야 하는 이용자를 이해하는데 있어서 플로우는 매우 적절한 개념일 것이다.

### III. 연구모형 및 가설설정

#### 3.1 연구모형

본 연구는 블로그 사용자의 동기요인과 심리적 상태와의 인과 관계 및 이용의도를 예측이 그 주된 목적이다. 따라서, 앞선 선행 연구를 바탕으로 다음과 같은 개념적 연구 모형과 가설을 설정 하였다.



<그림 1> 연구 모형

#### 3.2 가설의 설정

앞선 선행 연구에서 밝히 바와 같이 Deci and Ryan[17]에 따르면 인간의 행위의 근원적인 원인은 동기에 있으며 그것이 보상이 없는 상태이라면 내적 동기이며, 보상을 기대 한다면 외적동기로 구분하였다. 또한 플로우 연구에서 플로우 경험은 개인이 가진 능력과 도전과제에 대한 최적 경험 상태라고 정의하고 있다 Csikszentmihalyi et al.[27]. 따라서 개인의 동기요인과 그로인한 심리적 상태의 변화는 밀접한 관계가 있을 것이다. 따라서 다음과 같은 가설을 수립하였다.

H1~H3 : 내적 동기(즐거움, 자기표현, 호기심)은 플로우 경험(시간해리, 실재감, 통제감)에 영향을 줄 것이다.

H4~H6 : 외적 동기(평판, 호혜성, 준거집단)은 플로우 경험(시간해리, 실재감, 통제감)에 영향을 줄 것이다.

Csikszentmihalyi[27]는 Flow상태를 시간이나 공간에 대한 인식도 사라지며 잡념이나 불필요한 감정이 끼어들 여지도 없는 상황이라고 정의하고 있다. 따라서 블로그 서비스를 사용하는 과정에서 사용자가 Flow를 경험한다면 사용자들의 서비스 사용 과정에 더욱 몰입할 것이고, 서비스 사용에 보다 적극적으로 참여할 것이다[38]. 이와 같은 연구들은 Flow가 블로그 서비스 사용으로의 적극적인 참여와 혁신적인 콘텐츠를 만들어내는 등 서비스 사용에 긍정적인 효과를 가져 올 수 있음을 시사해주고 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 수립하였다.

H7~H9 : 플로우 경험(시간해리, 실재감, 통제감)은 블로그 사용(일반적 사용, 혁신적 사용)에 영향을 줄 것이다.

### 3.3 변수의 조작적 정의 및 측정 문항

본 연구에서 논의된 연구 변수들의 조작적 정의와 측정 도구는 아래의 <표 5>와 같으며, 모든 변수는 리커트 5점 척도로 측정(1=전혀 그렇지 않다, 5= 매우 그렇다) 하였다. 또한 각 변수의 측정항목들은 대부분 기존에 발표한 논문들에서 이미 신뢰성과 타당성이 입증된 측정항목들에 기초하여 본 연구 상황에 맞게 조정하여 개발하였다.

## IV. 실증 연구

### 4.1 연구 방법 및 자료 수집

본 연구에서의 연구대상은 블로그 서비스를 현재 사용하고 있는 사용자들을 대상으로 설문지 기법을 통해 자료를 수집하였다. 약 4주간의 기간동안 326명을 대상으로 설문을 실시하였으며, 불성실한 응답인 35부를 제외하고 총 291명의 응답을 최종 분석 대상으로 선정하였

다. 분석 도구는 SPSS 18을 이용하여 요인분석과 회귀분석을 실시하였으며 변수의 타당성과 신뢰성을 확보하고, 연구 가설을 검증 하였다.

### 4.2 변수의 타당성 및 신뢰성 분석

본 연구에 사용된 척도의 타당성과 신뢰성 분석을 위해 탐색적 요인 분석(EFA : Exploratory Factor Analysis)와 Cronbach's  $\alpha$ (알파)계수를 이용하였다. 특히 본 연구는 개념 타당성(construct validity)에 근거하여 측정도구의 타당성을 검증하고자 하고자 탐색적 요인분석을 실시하였다. 요인 추출방법으로 주 성분 분석을 사용하고, Varimax 회전을 통해 고유치 1이상인 요인만을 추출 대상으로 하였다. 또한 측정도구의 신뢰성을 확보하기 위해 Cronbach's  $\alpha$ (Alpha)값을 이용하였다. Cronbach's  $\alpha$  (Alpha)값에 대한 권고 기준은 없으나 일반적으로 0.6을 기준으로 그 이상이면 사회과학에서 만족할 수준으로 받아들인다[50].

이와 같은 요인분석 과정을 통해 아래 <표 6> 와 같

<표 5> 변수의 조작적 정의 및 측정 문항

개념(측정 문항수)	조작적 정의 및 측정 문항	선행 연구
내적동기	블로그 서비스가 제공하는 기능 등의 이용 자체에 즐거움을 느끼게 되는 정도	
즐거움(3)	블로그 서비스의 흥미로움, 재미, 소통 과정의 즐거움 지각 정도	Koufaris[39], 신호경 외 2인[40], 양승화[41]
자기 표현(3)	블로그 서비스를 이용 하면서 타인에게 자신을 표현하는 정도	Biocca et al.[42], Ma and Agarwal[43]
호기심(4)	제공되는 블로그 서비스 기능과 효과에 대하여 적극적으로 탐색 하는 정도	박석호[44], Moorman et al.[45]
외적동기	블로그 서비스 사용 중에 느끼는 외적 보상 및 기대 되는 결과에 대한 지각	
평판 (3)	블로그 서비스를 통해 명성을 기대 하는 정도	Ma and Agarwal[43]
호혜성(3)	블로그 서비스 사용 중에 타인의 도움을 기대하는 정도	Wasko & Faraj[38]
준거집단(3)	소속 집단의 블로그 사용으로 느끼는 심리적으로 느끼는 사용 압력	Chung et al.[46]
플로우	블로그 서비스 사용중에 느끼는 최적 경험	
시간해리(3)	블로그 서비스 사용 후 느끼는 시간 흐름의 지각 어려움 정도	Novak et al.[47]
실재감(4)	블로그 서비스 사용 중에 느끼는 공간 감각의 상실 정도	Novak et al.[47]
통제감(3)	블로그 내에서 이뤄지는 상호작용을 책임지고 있다고 지각하는 정도	Novak et al.[47]
사용의도	블로그 서비스의 일반적, 혁신적 사용의도	
일반적 사용(3)	블로그 내에서 제공되는 서비스의 충실한 사용정도	Agarwal & Karahann[48]
혁신적 사용(4)	블로그 내에서 새로운 아이디어 및 콘텐츠 생산 의도	Li et al.[49]

이 모든 측정 변수에 대한 타당성과 신뢰성을 확보하였으며, 전체 설명 분산은 80.53%으로 만족할 만한 수준이다.

<표 6> 변수의 타당성 및 신뢰성 분석 결과

	생분											공통성	Cronbach's $\alpha$	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11			
실제감2	.874												.867	0.896
실제감5	.865												.818	
실제감1	.814												.778	
실제감4	.682												.688	
혁신사용2		.900											.866	0.851
혁신사용1		.886											.776	
혁신사용3		.770											.744	
혁신사용4		.680											.598	
호기심2			.851										.775	0.841
호기심5			.821										.759	
호기심1			.797										.746	
호기심4			.667										.653	
평판1				.823									.800	0.852
평판3				.803									.800	
평판2				.794									.762	
자기표현2					.818								.750	
자기표현5					.762								.803	0.886
자기표현1					.697								.688	
즐거움2						.857							.889	
즐거움1						.884							.885	
시간해리2							.866						.868	0.842
시간해리1							.828						.848	
준거집단5								.860					.772	
준거집단1								.674					.655	
준거집단2								.601					.706	0.869
호혜성5									.869				.821	
호혜성2									.864				.820	
통제감1										.857			.832	
통제감2										.567			.667	0.633
일반사용1											.727		.688	
일반사용3												.686	.775	
일반사용2												.603	.744	
고유성	3.39	3.02	2.80	2.54	2.31	1.88	1.72	1.69	1.66	1.37	1.24			
설명분산	11.69	10.42	9.65	8.77	7.98	6.49	5.95	5.84	5.74	4.72	3.24			
누적분산	11.69	22.12	31.78	40.55	48.53	55.02	60.97	66.82	72.56	77.29	80.53			

### 4.3 가설의 검증

#### 4.3.1 내재적 동기와 플로우 요인과의 인과 관계

내재적 동기는 앞에서 논의한 기존 이론을 바탕으로 즐거움, 자기표현, 호기심의 3가지 하위 차원으로 구성하고 타당성과 신뢰성을 확보하였으며, 플로우 요인 또한 시간해리, 실제감, 통제감의 3가지 하위 차원으로 구성하였다. 이후 내재적 동기요인을 독립변수로, 플로우 요인을 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하고 가설을 검증하였다. 그 결과는 다음 <표 7>과 같다. 가설의 검증 결과 내적 동기요인 중 즐거움은 시간 해리에 영향을 주고 있으며, 호기심은 실제감에 자기표현욕구는 통제감에 각각 유의한 수준으로 영향을 주고 있다.

<표 7> 내적 동기 요인과 플로우 요인간의 관계 가설의 검증 결과

가설번호	경로명칭	표준화 계수 (B: 베타)	t-값	유의 확률	검증 결과
H1-1	즐거움 → 시간해리	0.277	4.289	.000	채택
H1-2	즐거움 → 실제감	.094	1.441	.151	기각
H1-3	즐거움 → 통제감	.099	1.527	.128	기각
H2-1	자기표현 → 시간해리	.090	1.267	.206	기각
H2-2	자기표현 → 실제감	.029	.412	.681	기각
H2-3	자기표현 → 통제감	.139	1.986	0.047	채택
H3-1	호기심 → 시간해리	.051	.847	.397	기각
H3-2	호기심 → 실제감	.251	4.158	.000	채택
H3-3	호기심 → 통제감	.059	.975	.331	기각

#### 4.3.2 외재적 동기와 플로우 요인과의 인과 관계

외적 동기 요인 또한 앞에서 논의한 기존 연구를 바탕으로 평판, 호혜성, 준거집단의 3가지 차원으로 구성하고 요인 분석을 통해 분석 가능한 수준의 타당성과 신뢰성을 확보하였다. 이후 3가지 외적 동기요인을 독립변수로 하고 플로우 요인을 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였으며, 그 결과는 아래 <표 8> 과 같다. 가설의 검증 결과 평판은 시간 해리, 실제감, 통제감의 플로우 모든 요인에 유의한 영향이 나타났으며, 그 밖에 호혜성만이 통제감에 유의한 영향이 주고 있었다.

<표 8> 외적 동기 요인과 플로우 요인간의 관계 가설의 검증 결과

가설번호	경로명칭	표준화 계수 (B: 베타)	t-값	유의 확률	검증 결과
H4-1	평판 → 시간해리	.250	3.735	.000	채택
H4-2	평판 → 실제감	.249	3.700	.000	채택
H4-3	평판 → 통제감	.244	3.650	.000	채택
H5-1	호혜성 → 시간해리	.013	.221	.825	기각
H5-2	호혜성 → 실제감	.050	.832	.406	기각
H5-3	호혜성 → 통제감	.135	2.263	.024	채택
H6-1	준거집단 → 시간해리	.018	.285	0776	기각
H6-2	준거집단 → 실제감	.017	.278	.781	기각
H6-3	준거집단 → 통제감	.075	1.225	.221	기각

### 4.3.3 플로우 요인과 사용 의도간의 인과 관계

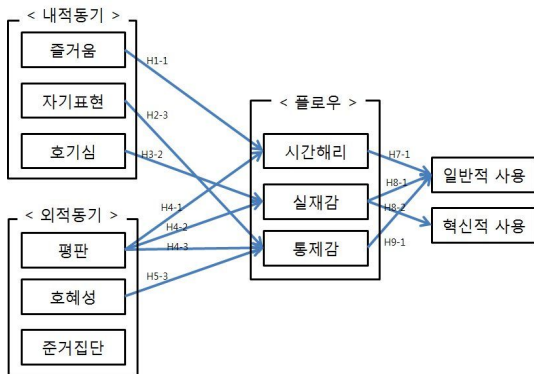
플로우 요인을 독립변수로 하고 사용의도를 종속변수로 하여 회귀분석을 실시하였다. 특히 사용의도는 일반적 사용의도와 혁신적 사용의도의 2가지 차원으로 구성하였다. 그 결과는 아래 <표 9> 와 같다.

<표 9> 플로우 요인과 사용의도간의 관계 가설 검정 결과

가설 번호	경로명칭	표준화 계수 (B : 베타)	t-값	유의 확률	검증 결과
H7-1	시간해리 → 일반적 사용	.342	5.615	.000	채택
H7-2	시간해리 → 혁신적 사용	.049	.830	.407	기각
H8-1	실재감 → 일반적 사용	.177	2.582	.010	채택
H8-2	실재감 → 혁신적 사용	.382	5.761	.000	채택
H9-1	통제감 → 일반적 사용	.161	2.473	.014	채택
H9-2	통제감 → 혁신적 사용	.046	.736	.462	기각

가설의 검정 결과 플로우의 3가지 변수 모두 일반적 사용에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만 혁신적 사용에는 실재감 만에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

지금까지의 결과를 요약하면 아래 <그림 2> 와 같다.



<그림 2> 채택된 가설의 경로

## IV. 결론

### 5.1 연구 결과

본 연구는 내재적 동기요인과 외재적 동기요인을 동시에 고려하여, 블로그 서비스 이용 중에 사용자가 도달하는 심리적 상태와 그를 통한 사용의도를 분석하였다. 그 결과, 먼저 플로우 요인 중 시간 해리에 영향을 주는 내재적 동기요인은 즐거움이며, 외재적 요인은 평판 요인이다. 즉 사용자는 블로그 서비스 이용 중 즐거움을 느낄 때, 또한 이를 통해 명성을 얻을 수 있다는 결과를 기대할 때 시간 해리의 경험에 도달하는 것으로 나타났다. 둘째, 실재감을 느끼게 하는 내재적 동기는 호기심이며, 외재적 동기 요인은 평판이었다. 즉 블로그 이용 중에 이용자가 새로운 것을 탐색하고자 하는 욕구(호기심)를 가질 때 그리고 이를 통해 명성을 얻을 것이라는 기대가 생겨날 때, 사용자는 블로그에서의 상호 작용을 현실 세계와 동일 시 하는 경험을 하게 되는 것이다. 셋째, 통제감 즉 블로그에서 일어나는 모든 상호작용을 사용자 스스로 통제하고 책임지고 있다는 경험을 느끼게 하는 내재적 요인은 자기표현 욕구이며, 외재적 요인은 타인의 도움을 받을 수 있다고 인지하는 호혜성 요인이었다. 즉 자기를 표현하고자 하는 욕구가 강할수록, 또한 사용자가 블로그에서 수행하는 행위에 대해 타인의 보상이 있을 것이라는 기대감이 높을수록, 사용자는 블로그 서비스에서 제공되는 모든 기능을 통제할 수 있다고 믿게 된다. 이와 같이 본 연구를 통해 블로그 사용자들의 Flow 경험은 내재적 동기와 외재적 동기 요인에 의하여 종합적으로 영향을 받는 것으로 조사되었다. 또한 플로우 경험을 통해 블로그의 이용의도를 예측해 보았는데, 그 결과 3가지 모든 차원의 플로우 경험을 하게 되면 사용자는 블로그를 지속적으로 사용함을 알 수 있었다. 그러나 블로그 내에 새로운 콘텐츠를 생산하고, 적극적인 상호 작용을 시도하고자 하는 혁신적 사용 의도는 오직 실재감을 경험할 때 나타나는 것으로 예측할 수 있었다. 이



결과로 미루어 보아 아직까지 많은 이용자들이 직접 정보를 생성하여 공유하는 적극적인 블로그의 사용보다는 정보 탐색의 용도로 소극적인 사용을 하고 있음을 간접적으로 알 수 있었다.

## 5.2 시사점 및 연구의 한계

본 연구를 통해 블로그 사용의도에 영향을 미치는 요인으로 사용자의 동기 요인과 사용자의 심리적 상태를 발견하였으며, 그 인과 관계를 실증적으로 검증하였다. 특히 플로우 경험을 일으키는 내재적 동기요인과 외재적 동기요인을 발견했다는 점과 블로그 사용자 하여금 그 사용의 혁신적 모습을 야기 시키는 플로우 요인을 밝혀냈다는 점에서 학문적 시사점을 제시할 수 있을 것이다. 또한 본 연구를 통해 다음과 같은 실무적 시사점을 제시할 수 있는데, 첫째, 향후 블로그 서비스 제공 기능의 디자인에 시사하는 바가 크다 할 수 있다. 구체적으로 블로그 사용자가 블로그로 하여금 최적 경험에 도달하고, 지속적으로 사용하게 하려면, 블로그 서비스는 즐거움의 요소와 자기 표현에 도움이 되는 서비스와 기능이 제공되어야 할 것이다. 둘째 사용자 하여금 보상을 기대하도록 하는 서비스가 제공되어야 할 것이다. 즉 블로거의 명성을 높이게 하는 기회를 제공하거나 타인의 도움이나 의견을 받을 수 있는 채널이 제공된다면 블로거는 플로우 경험에 도달하게 되고 특히 실제감을 경험할 때 그 블로그는 스스로 콘텐츠를 생산하고 확장하는 모습을 보이게 될 것이다. 셋째, 블로그 사용자는 플로우 경험에 도달할 때 블로그를 지속적으로 그리고 제공되는 일반적인 기능을 충실히 사용할 것이고 예측은 된다. 하지만 지속적으로 개선되는 경쟁 포털의 블로그 서비스와 경쟁하기 위해서는 블로거 스스로의 콘텐츠 생산과 같은 자발적인 확장이 일어나야 할 것이다. 이를 위해서는 블로그 서비스는 사용자 하여금 외적 동기요인(평판)의 제공뿐만 아니라 내적 동기요인 사용자의 호기심을 자극할 수 있는 기능이 제공되어야 할 것이다.

본 연구는 이와 같은 학문적, 실무적 시사점을 제시할 수 있는 결론을 도출 하였지만 다음과 같은 연구의 한계를 갖는다. 첫째, 설문 응답자가 대부분 20대로 한정되어, 모든 블로거를 대표하기에는 미흡한 면이 없지 않다. 또한 최근 확산되기 시작하는 모바일 기반의 마이크로 블로그 사용자를 고려하지 못하였다. 둘째, 본 연구에서는 블로그 서비스가 웹에서 일어나는 환경적 특성을 고려하여 이와 적합한 플로우 요인 중 3가지 차원만 고려하였다. 하지만 블로그 서비스 환경의 다양성을 주목해 볼 때, 기존의 더 많은 플로우 경험 요인을 고려해야 할 것이다. 특히 플로우 경험 요소를 설문에 의존하였기 때문에 플로우 경험의 측정을 사용자의 과거 기억에 의존할 수 밖에 없는 방법론 상의 한계가 있었다. 향후 실험 연구나 시계열적 연구를 통해 정확한 플로우 경험을 측정하기 위한 시도가 있어야 할 것이다.

## 참고문헌

- [1] 강진숙, "국내 인터넷 연구의 주제와 방법에 대한 메타 분석," 한국언론학보, 제52권, 제2호, 2008, pp. 173-198.
- [2] 김경희, 배진아, "30대 블로거들의 블로그 매개 커뮤니케이션 연구," 한국언론학보, 제50권, 제5호, 2006, pp. 5-29.
- [3] Boyd, D. M., Ellison, N. B., "Social Network Sites : Definition, history, and scholarship," Journal of computer-mediated communication, Vol. 13, 2008, pp. 210-230.
- [4] Fox, S., Zickuhr, K., & Smith, A., Twitter and status updating, Fall 2009. Washington, DC: Pew Internet and American Life Project. Retrieved December 2, 2009.
- [5] Blood, R., "Weblogs and journalism : Do they connect?," Nieman Reports, Vol. 57, No. 3, 2003, pp. 61-63.
- [6] Wikipedia, 2010.

- [7] 권상희, 우지수, "블로그(Blog) 미디어 연구 : 블로그 이용 및 만족과 인지형태에 관한 연구," 한국방송학보, 제19권, 제2호, 2006, pp. 419-458.
- [8] 박노일, 남은하, "블로그 이용 동기가 저널리즘 역할인식과 활동에 미치는 영향," 한국언론학보, 제52권, 제1호, 2008, pp. 334-358.
- [9] 김영주, "블로그의 미디어적 기능과 한계 : 블로그 이용자의 블로그 이용형태와 평가를 중심으로," 한국언론학보, 제50권, 제2호, 2006, pp. 59-89.
- [10] Pintrich, P. R., & Schunk, D. H., *Motivation in education: Theory, research and applications*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, 2002.
- [11] 강태중, 황장선, 이문석, "한국형 블로그에 대한 이용자의 지각된 상호작용성 수준이 사이트 태도 및 블로그 이용 정도에 미치는 영향," 한국광고학보, 제8권, 제3호, 2006, pp. 7-36.
- [12] 노기영, 이미영, "블로그의 매체경쟁에 관한 연구 : 관계지향 블로그와 정보지향 블로그이 적소분석을 통한 경쟁분석," 한국언론학보, 제49권, 제3호, 2005, pp. 318-345.
- [13] Korgaonkar, P. K. & Wolin L. D., "A Multivariate Analysis of Web Usage," *Journal of Advertising Research*, Vol. 39, No. 2, 1999, pp. 53-68.
- [14] 김진우, "블로그를 통한 사회 연결망의 구조적 특성과 개인의 관계적 행위간의 상호작용에 대한 정성적 연구," *경영학연구*, 제35권, 제6호, 2006, pp. 1853-1884.
- [15] Bortree, D., "Presentation of Self on the Web: an Ethnographic Study of Teenage Girls," *AEJMC Conference*, Toronto, 2004.
- [16] Nardi, B. A., Schiano, D. J., Gumbrecht, M., Swartz, L., "Why we blog," *communications of ACM*, Vol. 47, Issue12, 2004, pp. 41-46.
- [17] Deci, E. L., & Ryan, R. M., "The "what" and "why" of goal pursuit: Human needs and the self-determination of behavior," *Psychological Inquiry*, Vol. 11, 2000, pp. 227-268.
- [18] Csikszentmihalyi, M., Rathunde, K., & Whalen, S., *Talented teenagers: The roots of success and failure*. NY: Cambridge University Press, 1993.
- [19] Ryan, R. M., & Stiller, J., *The social contexts of internalization: Parent and teacher influences on autonomy, motivation and learning*, Greenwich, CT: JAI Press, Vol. 7 1991.
- [20] Greene, D., & Lepper, M. R., *Effects of extrinsic rewards on children's subsequent intrinsic interest*. *Child Development*, Vol. 45, 1974, pp.1141-1145.
- [21] Lepper, M. R., & Greene, D., *The hidden costs of reward*. Hillsdale, NJ: Erlbaum, 1978.
- [22] Amabile, T. M., *Creativity in Context*. Boulder, CO: Westview Press, 1996.
- [23] Amabile, T. M., *The social psychology of creativity*, New York, NY: Springer-Verlag, 1982.
- [24] Stipek, D., *Motivation to learn: Integrating theory and practice*. Boston: Allyn & Bacon/Longman, 2002.
- [25] Covington MV, Wiedenhaupt S., *Turning work into play: the nature and nurturing of intrinsic task engagement*. In *Effective Teaching in Higher Education: Research and Practice*, ed. R Perry, JC Smart, New York, 1997, pp. 101-114.
- [26] Csikszentmihalyi, M., *Beyond Boredom and Anxiety*, San Francisco, CA: Jossey-Bass, 1975.
- [27] Csikszentmihalyi, M., R. Larson, and S. Prescott, "The Ecology of Adolescent Experience," *Journal of Youth and Adolescence* Vol. 6, 1977, pp. 281-294.
- [28] Skadberg, Y. X. and J. R. Kimmel, "Visitors' Flow Experience while Browsing a Web Site: Its Measurement, Contributing Factors and Consequences," *Computers in Human Behavior* (20), 2004, pp. 403-422.

- [29] Clarke, S. G. and J. T. Haworth, J. T., "Flow experience in the daily lives of sixth-form college students," *British Journal of Psychology*, Vol. 85, No.4, 1994, pp. 511-523.
- [30] Massimini, F. and M. Carli, "The Systematic Assessment of Flow in Daily Experience," in Csikszentmihalyi, M. and Csikszentmihalyi, I. S. (Eds.), "Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness," New York: Cambridge University Press, 1988, pp. 266-287.
- [31] Hoffman, L and Novak, P., "Marketing in hypermedia Computer-mediated environments : Conceptual foundations," *Journal of marketing*, Vol. 60, No. 3, 1996, pp. 50-68.
- [32] Ellis, G. D., Voelkl, J. E. and Morris C., "Measurement and Analysis Issues with Explanation of Variance in Daily Experience Using the Flow Model," *Journal of Leisure Research*, Vol. 26, No. 4, 1994, pp. 337-356.
- [33] LeFevre J., "Flow and the quality of Experience During Work and Leisure," In M. Csikszentmihalyi and I. Csikszentmihalyi(Eds.), *Optimal Experience: Psychological Studies of Flow in Consciousness*, New York, Cambridge University Press, 1988.
- [34] Lutz, R. J. and Guiry, M., "Intense Consumption Experiences: Peaks, Performances, and Flows," Winter Marketing Educators Conference, St. Petersburg, FL, February, 1994.
- [35] Mannell, R. C., Zuzanek, J. and Larson, R., "Leisure States and Flow Experiences: Testing Perceived Freedom and Intrinsic Motivation Hypotheses," *Journal of Leisure Research*, Vol. 20, No. 4, 1988, pp. 289-304.
- [36] Privette, G. and Bundrick, C. M., "Measurement of Experience: Construct and Content Validity of the Experience Questionnaire," *Perceptual and Motor Skills*, Vol. 65, 1987, pp. 315-332.
- [37] Ghani, J. A., Supnick R. and Rooney P., "The Experience of Flow in Computer-Mediated and in Face-to-Face Groups," *Proceedings of the Twelfth International Conference on Information Systems*, Degross, J. I, I. Benbasat, G. DeSanctis, and C. M. Beath, Eds., New Youk, December, 1991, pp. 16-18.
- [38] Wasko, M., and Faraj, S., "It Is What One Does: Why People Participate and Help Others in Electronic Communities of Practice," *Journal of Strategic Information Systems*, Vol. 9, No. 3, 2000, pp. 155-173.
- [39] Koufaris, M., "Applying the Technology Acceptance Model and Flow Theory to Online Customer Behavior," *Information Systems Research*, Vol. 13, No. 2, 2002, pp. 205-223.
- [40] 신호경, 하나연, 이기원, "마이크로블로그 서비스에서 사용자 행동에 미치는 플로우와 정체성의 영향에 대한 연구," *Journal of information technology applications & Management*, 제16권, 제4호, 2009, pp. 59-77.
- [41] 양승화, "창의적인 UCC 제작에 영향을 미치는 동기 및 보상 체계에 대한 연구," *연세대학교 대학원 석사학위논문*, 2010.
- [42] Biocca, F., Harms, C., and Burgoon, J., *Criteria and Scope conditions for a Theory and Measure of Social Presence*, Presence, 4th Annual International Workshop, Philadelphia, 2001.
- [43] Ma, M. and Agarwal, Ritu, "Through a glass darkly : information technology design, identity verification and knowledge contribution in online communities," *Information systems research*, Vol. 18, No. 1, 2007, pp. 42-67

- [44] 박석호, "온라인상의 플로우 경험이 자아공개에 미치는 영향," 고려대학교 대학원 석사학위논문, 2003.
- [45] Moorman, R. H. and Blakely, G. L., "Individualism-collectivism as an individual difference predictor of organizational citizenship behavior," *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 16, 1995, pp. 127-42.
- [46] Chung, J. and F. B. Tan, "Antecedents of Perceived Playfulness: An Exploratory Study on User Acceptance of General Information-Searching Websites," *Information & Management* (41)7, 2004, pp. 869-881.
- [47] Novak, T. P., Hoffman, D. L., and Yung, Y. F., "Measuring the Customer Experience in On-line Environments: a Structural Modeling Approach," *Marketing Science*, Vol. 19, No. 1, 2000, pp. 22-42.
- [48] Agarwal, R. and Karahanna, E., "Time Files When You're Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs about Information Technology Usage," *MIS Quarterly*, 24(4), 2000, pp. 665-694.
- [49] Li, Xixi, Po-An hsieh, J. J. and Rai, Arun, "A Motivational account for post-acceptance routine and innovative use : introducing the concept of tri-dimensional intrinsic motivation," *Thirtieth International Conference on Information Systems*, Arizona, 2009, pp. 2-20.
- [50] 노형진, spss에 의한 조사 방법 및 통계 분석, 형설출판사, 2005.

■ 저자소개 ■



최재영  
Choi, Jae Young

2001년 3월~현재  
부천대학 e-비즈니스과 교수  
2002년 2월 한국외국어대학교 경영정보학과  
(경영학 박사)  
1998년 2월 한국외국어대학교 경영정보학과  
(경영학 석사)  
1995년 8월 한국외국어대학교 경영정보학과  
조기졸업(경영학 학사)  
1999년 1월~2000년 7월  
시그마테크(주) 선임연구원  
  
관심분야 : e-Business, BSC, CRM, IT  
enabled Innovation and Diffusion  
E-mail : choi0551@bc.ac.kr



전중양  
Jeon, Joong Yang

2009년 9월~현재  
건국대학교 밀러MOT스쿨 박사과정  
2008년 8월 한국외국어대학교 경영정보학과  
(박사과정 수료)  
2005년 2월 한국외국어대학교 경영정보학과  
(경영학 석사)  
  
관심분야 : 기술사업화, 혁신체계, IT전략,  
BM설계  
E-mail : bpr@hanmail.net



배순환  
Bae, Soon Han

2009년 9월~현재  
한양대학교 경영학과 박사과정  
2005년 2월 한국외국어대학교 신문방송학 석사  
  
관심분야 : 서비스 사이언스, 기술혁신,  
사회네트워크 분석  
E-mail : ifsleeping@empal.com

논문접수일 : 2011년 5월 13일
수정일 : 2011년 6월 3일
게재확정일 : 2011년 6월 10일