

# 중국대학생들의 미니블로그 이용과 충족 연구: 컴퓨터와 모바일기기 기반 웨이보(微博)서비스를 중심으로

## A study on the Uses and Gratification of Micro-blog between PC and mobile for Chinese undergraduates students

도 정, 김 세 화

동서대학교 디자인전문대학원, 동서대학교

Tao Jing, Kim Se-hwa\*

Dongseo Univ. Graduate School of Design,  
Dongseo Univ.\*

### 요약

중국 대학생의 미니블로그 이용 시, 이용동기에 있어서 두 매체 모두 '정보공유', '자아존재감', '대인커뮤니케이션', '엔터테인먼트' 요인이 나타났으며, 모바일에서는 '유명인 접근성'요인이 추가적으로 나타났다. 충족요인에 있어서 두 매체 모두 '콘텐츠', '사회적 교류', '관계형성' 요인이 나타났으며, 두 매체의 차이로 PC의 '기능성', '편리성' 요인에 반해, 모바일에서는 '정보공유', '엔터테인먼트'요인이 나타났다.

## 1. 서론

미니블로그(mircoblog)는 트위터(Twitter)와 같이 PC나 모바일 매체를 기반으로 하여, 기존 인터넷 블로그의 특징을 가지고 있는 SNS서비스를 말한다. 미니블로그는 전통 블로그(이하, 블로그)처럼 문자, 사진, 동영상 등 멀티미디어 메시지로 표현되는데, 블로그와의 차이는 단문으로 구성되며, 사회적 전파력이 블로그보다 매우 빠르고 높다는 점이다. 또한 내용면에서 블로그가 개인의 일방적인 정보의 공개가 중점인 반면에, 미니 블로그는 다른 사람들과 '관계'를 형성하고 확장하는 데 목적을 둔다는 차이가 있다 (설진아, 2009).

현재 중국인들은 국가 정책에 의해, 트위터와 같은 글로벌 미니블로그의 이용이 불가능하고, 중국 자체적으로 개발된 웨이보(微博) 미니블로그를 이용하고 있다. 2009년에 시작된 웨이보는 2011년 이용자수가 2.5억 명에 이르렀고, 2012년 중국 인터넷 데이터 센터(DCCI) 발표에 의하면, 만 19세 이상 중국 미니블로거의 수가 인터넷 이용자 수의 88.8%에 이를 정도로 빠른 성장을 보이고 있다.

일반적으로 미디어를 활용한 커뮤니케이션 행위는 특정 목표를 가지고 행해지는데, 우공선과 강재원(2010)은 모바일 트위터의 이용 충족요인으로 '타인과의 커뮤니케이션', '즉시성', '관계형성', '단문성', '정보성', '유명인에 대한 접근성'의 6가지를 도출하였으며, 이용충족 요인 중 '즉시성' 요인은 트위터를 이용함으로써 가장 높은 충족감을 주는 요인이라고 하였다[1]. 그러나 이러한 '즉시성'은 모바일 기기라는 매체의 특성과 결합된 것으로 이용매체가 다른 데스크탑 컴퓨터의 경우에는 상이한 이용충족 결과가 나타날 것으로 예측된다.

따라서 본 연구는 중국의 미니블로그 이용에 있어서 매체이용에 따라 이용동기 및 충족요인에 차이가 있는가를 조사해보고자 한다.

## 2. 이론적 배경

이용과 충족 연구는 카츠(Katz, 1959)에 의해 주장된 이론으로, 사람들이 미디어를 이용하는 동기와 방식에 관한 광범위한 고찰과 탐구를 포함하는 분야이다.(김성진, 2011). 미디어의 이용에 있어 '동기(motivation)'의 개념은 '의식적인 상태로 개인으로 하여금 어떤 행동 또는 목표의 추구를 준비하는 단계, 혹은 '행동을 일으키도록 하고 그 행동을 지속하게 하는 심적기제'를 일컫는다(최재영, 1991 재인용). '충족(gratification)'은 해당 미디어를 이용함으로써 본래 가졌던 욕구가 얼마나 충족되었는가의 정도를 의미한다(오미영, 정인숙, 2005 재인용). 이용과 충족의 차이는 추구하는 충족과 획득된 충족이다 (Greenberg, 1974 ; Katz et al., 1973 ; Palmgreen, Wenner, & Rayburn, 1980). 여기에서 추구하는 충족이란 이용자의 미디어 노출 전 상황으로 미디어에 대한 기대를 의미하며, 획득된 충족은 미디어 노출 이후 실제로 획득한 만족을 말한다(김홍천, 2004).

유선전화에 대한 연구에서, 유선전화의 이용동기는 '업무적인(task) 동기'와 '사회-감성적인(social-emotional) 동기'로 분류된다. 크레스와 로우(Crasse & Rowe, 1987)는 유선전화의 이용을 '기능적인 것'과 '관계적인 것'으로 구분하고 전자는 어떠한 일을 수행하기 위한 도구적 동기를 말하며, 후자를 사람들 간의 친목을 유지하거나 사교적인 목적을 위한 이용동기라고 했다(김선남, 나미수, 2008 재인용). 윌리엄스 외(Williams, Dordick & Jesuale, 1985)는 청소년의 유선전화 이용에 대한 연구를 통해 '재미나 오락' 동기를 발견했다.

휴대폰 연구에서는 이용동기와 충족이 통화행위와 관계있음을 발견하였는데, 공구성 목적이 강할수록 자주 휴대전화를 사용한다는 것이다.(Leung, L& R. Wei More, 2000). 이 외에 관련 연구에 휴대폰 이용동기를

‘신분과 완화형’, ‘도구형’, ‘안보와 사교형’ 세 종류로 분류한다(Ozcan, Y. Z & Kocak, A, 2003). 이들은 유선전화와 무선호출기의 이용동기에 대한 기존 연구결과(Leung & Wei, 1998)를 토대로 휴대폰의 이용동기를 ‘패션/지위’, ‘감정/사회성’, ‘휴식’, ‘이동성’, ‘즉시성’, ‘도구성’, ‘안심’로 분류했다(이정기, 황상재, 2009 재인용). 여기에서 특이한 점은 ‘패션과 사회적 지위’ 동기가 휴대폰 이용동기에서 추가적으로 발견된 것이다. 이는 휴대폰이 개인 미디어이며, 구입하는 행위를 전제로 하기 때문에 동기요인 중 하나로 ‘패션과 사회적 지위’ 동기가 나타난 것이다.(이인희, 2001).

풍사재팬(Pongsajapan, 2009)의 연구에 의하면, 트위터의 이용동기는 ‘사교’, ‘새로움 추구’, ‘문제해결’, ‘친교’, ‘호기심’이며, 그 중 ‘사교’의 비율이 가장 높고 그 다음으로 ‘새로움 추구’였다. 페이스북의 이용충족에 관한 다른 연구에서 ‘나눔’ 요인도 발견되었다.

### 3. 연구내용 및 방법

본 연구의 목적은 중국 대학생이 미니블로그를 이용시, 컴퓨터와 모바일 기기 사용에 대한 이용과 충족요인을 비교하는 것이다.

조사대상은 미니블로그의 주 사용층인 대학생들로, 대학생들은 휴대전화와 컴퓨터에 통해서 미니블로그를 사용하기 때문이다. 107명의 중국 상하이의 S대학교의 대학생들을 대상으로 설문조사를 하였다. 불성실하게 답한 9부를 제외하고, 유의미한 설문지는 98부였다. 설문지는 박은주(2012)와 우공선(2011)의 연구를 참고하여 이용동기 24문항, 충족 28문항의 질문을 5점 척도로 만들었다.

### 4. 연구결과

#### ▷ PC나 모바일을 통해 미니블로그를 사용하는데 있어, 두 매체의 이용동기 비교.

PC 미니블로그의 이용동기를 구성하고 있는 24개 항목들에 대한 요인분석을 실시한 결과(KMO)=.891,  $p<0.1$ , 전체 변량이 4개의 요인으로 구성되었고, 이 4개의 요인이 전체변량의 70.234%를 설명하고 있다. PC의 이용동기 1, 2 요인은 ‘정보공유’, ‘자아존재감’로 명명되었으며, 기타 요인으로 ‘대인 커뮤니케이션’과 ‘엔터테인먼트’로 명명하였다. 그리고 모바일 미니블로그의 요인분석 결과(KMO)=.875,  $p<0.1$ , 전체 변량이 5개의 요인으로 구성되었고 이 5개의 요인이 전체변량의 72.486%를 설명하고 있다. 이 5개의 요인은 ‘정보공유’, ‘자아존재감’, ‘유명인 접근성’, ‘대인 커뮤니케이션’, ‘엔터테인먼트’로 명명되었다.

이때, PC와 모바일 미니 블로그의 이용동기 요인을 보면, PC 이용동기에 있어서 ‘정보공유’, ‘자아존재감’의 설명력이 높았으며, 모바일의 이용동기 요인으로 ‘유명인 접근성’이 추가되었음을 알 수 있다.

표 1. 미니블로그 이용동기 요인분석 비교  
(데스크탑PC & 모바일)

- 1) 일반적으로 KMO값은 0.90대 및 0.80대는 상당히 양호한 것이며, 0.70대 및 0.60대는 적당한 경우이며, 0.5대는 다시 고려되어야 할 정도이며, 0.05 이하일 경우에는 인자 분석을 허용할 수 없음을 보여준다.

데스크탑		모바일	
요인	설명량	요인	설명량
정보 공유	24.463	정보 공유	18.797
자아 존재감	22.238	자아 존재감	17.178
대인 커뮤니케이션	12.044	유명인 접근성	15.852
엔터테인먼트	11.489	대인 커뮤니케이션	12.366
		엔터테인먼트적	8.293
누적 변량	72.486	누적 변량	72.486
Cronbach's Alpha	0.953	Cronbach's Alpha	0.943

#### ▷ PC나 모바일을 통해 미니블로그를 사용하는데 있어, 두 매체의 충족 요인 비교.

PC 미니블로그의 충족요인을 구성하고 있는 요인분석을 실시한 결과(KMO)=.872,  $p<0.1$ , 전체 변량이 5개의 요인으로 구성되는데, 이 5개의 요인이 전체변량의 74.353%를 설명하고 있다. 5가지 PC 이용의 충족요인은 ‘기능성’, ‘콘텐츠’, ‘사회적교류’, ‘편리성’, ‘관계형성’으로 명명되었다. 그리고 모바일 미니블로그의 요인분석 결과(KMO)=.900,  $p<0.1$ , 전체 변량이 5개의 요인으로 구성되었고 이 5개의 요인이 전체변량의 72.710%를 설명하고 있다. 이 5가지 PC 이용의 충족요인은 ‘콘텐츠’, ‘사회적교류’, ‘정보공유’, ‘관계형성’, ‘엔터테인먼트’로 명명되었다.

이때, PC와 모바일 미니블로그의 충족요인을 비교해보면, PC의 충족요인으로 ‘기능성’, ‘편리성’ 요인에 반해, PC의 이용동기 요인으로 ‘정보공유’, ‘엔터테인먼트’가 있음을 알 수 있다.

표 2. 미니블로그 충족요인분석 비교  
(데스크탑PC & 모바일)

데스크탑		모바일	
요인	설명량	요인	설명량
기능성	19.383	콘텐츠	20.449
콘텐츠	17.343	사회적교류	17.829
사회적교류	14.487	정보공유	15.049
편리성	11.906	관계형성	11.088
관계형성	11.236	엔터테인먼트	8.295
누적 변량	74.353	누적 변량	72.710
Cronbach's Alpha	0.965	Cronbach's Alpha	0.957

### ■ 참고 문헌 ■

- [1] 우공선, 장재원, 이동형 sns (Social Network Service)의 이용 충족, 의존, 그리고 문제적 이용: 트위터(Twitter)를 중심으로, 사이버커뮤니케이션 학보, 제28권, 4호, pp 89-127, 2011
- [2] 박은주, SNS 이용동기와 충족도에 따른 광고 효과 연구 ‘페이스북’ 사례를 중심으로, 동의대학교 대학원, 학위논문(석사)
- [3] 최도순, 2012, SNS이용자의 이용동기가 만족도에 미치는 영향 분석, 한성대학교 지식서비스 & 컨설팅대학원, 학위논문(석사), 2012
- [4] Kaplan Andreas M., Haenlein Michael, The early bird catches the news: Nine things you should know about micro-blogging, Business Horizons,