

# 마이크로블로그 서비스에서 사용자 행동에 미치는 플로우와 정체성의 영향에 대한 연구

신 호 경\* · 하 나 연\*\* · 이 기 원\*\*\*

## A study on the Influences of flow and Identity Perspectives Toward User behaviors in Micro blog Services

Ho Kyoung Shin\* · Na Yeon Ha\*\* · Ki Won Lee\*\*\*

### Abstract

Microblog services are such new communication channels with some considerable potential to improve information sharing. The idea of sharing short messages using multiple access points seems to be appealing to people worldwide. Through the lens of flow and social identity, we explored factors that influence information sharing behaviors in microblog services. With an empirical study, we examined enjoyment and concentration(flow) and self-presentation(social identity) in microblog services like twitter can contribute to the user behaviors. Our aim was to gain insight into ways of creating an environment that facilitating voluntary sharing of information. Our findings suggested that enjoyment, concentration, and self-presentation were crucial determinants of information sharing behaviors in microblog services. This study has important implications for academic researchers and practitioners who seek to understand why microblog service users share their information with other members in microblog services.

Keywords : Microblog services, User behaviors, Social identity, Flow, Concentration, Enjoyment, Self-presentation

논문접수일 : 2009년 11월 20일      논문게재확정일 : 2009년 12월 22일

\* 교신저자, 연세대학교 정보대학원, 연구교수, e-mail : rosashin1@gmail.com

\*\* 연세대학교 정보대학원, 석사과정, e-mail : hanybe@yonsei.ac.kr

\*\*\* 연세대학교 정보대학원, 석사과정, e-mail : myonlyone@yonsei.ac.kr

## 1. 서론

인터넷과 정보기술의 급격한 발전으로 인해 개인들의 온라인 활동 비중이 커지고 있다. 또한 온라인 커뮤니티, 웹 블로그 및 모바일 커뮤니티의 발전은 사람들로 하여금 물리적 공간과 시간적 제약 없이 커뮤니케이션을 가능하게 하였다[고준 외, 2008]. 이 중 모바일 커뮤니티는 최근에 시장이 형성되었지만, 새롭게 창조된 공간이라기보다는 이미 존재하던 공간의 재창출이라고 할 수 있다. 모바일 커뮤니티는 그 자체가 역동적인 특성을 가지고 있으며, 현실 공간의 커뮤니티와 끊임없는 관계를 맺으면서 유지 발전되어 왔다[유상진 외, 2005]. 2008년 초부터는 모바일 커뮤니티 서비스의 일종으로 마이크로블로그(microblog) 서비스 이용이 크게 증가하였다. 마이크로블로그 서비스는 휴대폰이나 웹 등을 통해 단문 메시지를 이용하여 실시간으로 정보를 교류하는 서비스이다[Gunther et al., 2009]. 마이크로블로그 서비스는 온라인 커뮤니티 또는 웹 블로그와는 달리, 사용자들이 휴대폰으로 자신의 일상생활이나 짧고 간단한 느낌 또는 정보를 적어 자신의 마이크로블로그 서비스 공간에 올려놓으면 다른 사용자들이 실시간으로 정보를 받아보고 교류하는 형태로 운영된다. 사용자들은 짧은 메시지를 통해 각자의 소소한 일상을 알릴 뿐 아니라 비행기 추락과 같은 긴급 뉴스를 방송이나 신문보다 더 빠르게 전달하기도 한다[Gunther et al., 2009].

최근 통계에 의하면 전세계에서 1백만 명 이상의 사용자들이 마이크로블로그 서비스를 통해 하루 평균 3백만 개의 단문메시지를 통한 정보를 교류하는 것으로 나타났다[TechCrunch, 2008]. 그러나 마이크로블로그 서비스의 사용 증가추세에 비해 마이크로블로그 서비스에서의 정보교류에 대한 연구는 미흡한 실정이다[Gun-

ther et al., 2009]. 정보교류에 대한 기존 문헌들은 온라인 커뮤니티 또는 웹 블로그에서의 정보교류 영향요인으로써 주로 신뢰[Ardichvili et al., 2003; McEvily et al., 2003], 결과기대[Hsu et al., 2007], 동기유발[Kankanhalli et al., 2005], 평가, 이타심, 상호주의[Wasko and Faraj, 2000], 사회적 상호관계, 정체성, 공유목표[Chiu et al., 2006], 자기표현 및 조직시민행동[Ma and Agarwal, 2007; Shin and Kim, 2009] 등을 제시하였다. 그러나, 마이크로블로그 서비스는 짧은 메시지로만 실시간 정보교류를 한다는 점에서 기존의 온라인 커뮤니티 및 웹 블로그 서비스에서의 정보교류 행태와 차별화되며, 기존의 연구와 다른 접근 방법을 적용할 필요가 있다. 이에 관해 온라인 커뮤니티 또는 웹 블로그와는 다른 특성을 가진 마이크로블로그 서비스에서 어떻게 정보교류가 이루어지는 것인가에 대한 논의가 필요하다. 환경심리학(Environmental psychology) 이론에 의하면 인간은 외부의 환경으로부터 주어지는 자극에 감성적 반응을 하는데 이러한 감성적 반응이 인간 행동에 영향을 미친다고 한다[De Young, 1999; 우성화 외, 2007]. 마이크로블로그 서비스에서는 개인간의 즉각적이고 일상적인 의사소통이 주로 이루어지므로 사용자 간 감성적 반응을 일으키며, 이러한 반응이 사용자들의 정보교류행동과 같은 사용행동에 영향을 미치게 되는 것이다. 온라인 사용자들의 감성적 반응에 대한 기존 연구들은 플로우 이론에 근거하여 사용자 행동을 설명하였다[Argawal and Karahanna, 2000]. 플로우는 어떤 보상이나 대가를 바라지 않고 일 자체에 몰두하여 즐거움을 느끼는 상태이다[Csikszentmihalyi, 1977]. 사용자들이 일상 생활을 즉각적으로 소통하며 감성적 소통을 중요시하는 마이크로블로그 서비스의 특성상 사용자간 정보교류행동에 관한 연구에서는 사용자의 동기 요인인 플로우 개념

과 사용자들간 자기표현과 관련된 정체성 개념이 고려될 필요가 있다. 이러한 연구는 마이크로블로그 서비스에서 사용자간의 정보교류를 증대시키고 효율적인 정보교류 분위기를 조성하는데 필요할 것으로 판단된다. 따라서 본 연구는 새롭게 주목 받는 마이크로블로그 서비스의 활성화 측면에서 정보교류행동에 대한 구체적인 영향요인을 파악하고자 함에 연구의 차별성이 있다. 본 연구에서는 플로우 이론과 사회정체성 이론 등을 적용하여 마이크로블로그 서비스 사용에 있어서 어떠한 요인들이 사용자간의 정보교류행동에 영향을 미치는지를 규명하고자 한다. 구체적으로 마이크로블로그 서비스에서의 정보교류행동 결정요인을 크게 동기요인과 정체성요인으로 나누었다. 동기요인은 플로우 이론에 근거하여 즐거움과 집중을 변수로 보았고, 정체성요인은 사회정체성 이론에 근거하여 자기표현을 변수로 두었다. 이러한 요인들이 마이크로블로그 서비스에서의 정보교류행동에 미치는 영향에 대해 실증적으로 고찰하는 것이 본 연구의 목적이다. 본 연구의 결과는 마이크로블로그 서비스 사용자들의 정보교류행동에 영향을 미치는 요인을 제시하는 한편, 사용자간 적극적이고 효율적인 정보교류를 위하여 중점을 두어야 하는 마이크로블로그 서비스의 기능에 대해 실무에 도움이 되는 제안을 할 수 있을 것이다.

## 2. 이론적 배경 및 연구가설

### 2.1 마이크로블로그 서비스

최근 모바일을 이용해 자신의 근황을 간단한 메모로 친구들과 공유하는 폰 블로그 서비스인 트위터(twitter.com)가 차세대 유망 서비스로 예고되면서 언론의 많은 관심을 받고 있다. 우리

나라의 경우 트위터와 유사한 형식의 마이크로블로그인 미투데이(me2day.net)와 플레이톡(play-talk.net)이 영향력 있는 사람과의 소통이나 퍼스널 미디어로서의 새로운 기능 등으로 인해 블로거들로부터 큰 인기를 얻고 있다. 마이크로블로그 서비스는 시간과 장소에 구애 받지 않고 사용자가 온라인에서만뿐만 아니라 모바일 폰을 휴대하고 다니면서 함축된 인터페이스를 통해 제공받는 개인화된 서비스이다. 온라인 블로그 서비스가 온라인을 통해 개인 및 특정 주제 중심의 의견 개진이나 의사소통을 하는 반면, 마이크로블로그 서비스는 모바일 폰 연동 사용도 가능하며, 개인적인 의사소통에 중점을 두고 주변 지인들과의 즉각적인 상호작용의 도구로 사용된다[Gunther et al., 2009]. 마이크로블로그 서비스는 기존의 블로그에서 콘텐츠를 생산하는 사용자들의 부담을 줄여 사용성을 증가시키고, 교류를 더 활발히 할 수 있도록 새롭게 개발된 서비스이다. 마이크로블로그는 사용자가 자신의 현재 상태를 간단하게 한 문장으로 작성할 수 있는 새로운 정보교류 형태로서, 이는 웹, 핸드폰, 이메일 등을 통해서 작성되어질 수 있다. 마이크로블로그 중 트위터(twitter.com)와 미투데이(me2day.net) 및 플레이톡(playtalk.net) 등은 최근 각광받고 있는 마이크로블로그 서비스 중 하나이다. 이러한 마이크로블로그 서비스들은 다양한 아이디어와 정보교류를 넘어서 감성적인 콘텐츠를 교류하는 매체로서 활용되고 있다[이지수 외, 2009]. 따라서 본 연구에서는 마이크로블로그 서비스에 대해 이들 기존 서비스 사용자들을 중심으로 실증연구를 제시하고자 한다.

### 2.2 플로우

플로우는 어떤 보상이나 대가를 바라지 않고

일 자체에 몰두하여 즐거움을 느끼는 상태인데, 어떤 행동을 할 때 외부적 보상이 주어지지 않더라도 자신의 능력을 최대한 발휘할 수 있고 이로 인해 즐거움을 느끼게 되는 심리상태를 말한다[Csikszentmihalyi, 1977]. 또한 플로우는 주어진 일에 대한 도전감과 개인의 기술 및 숙련도가 일정 수준 이상이고 서로 적절하게 균형을 이룰 때 경험하는 감정을 의미한다[Csikszentmihalyi, 1977]. Ghani et al.[1991]은 플로우에 대해 어떤 행동에서 느끼는 즐거운 기분이며, 도전감이 플로우에 영향을 미친다고 하였다. 많은 연구자들이 인간과 컴퓨터의 상호작용에 있어서 플로우 개념을 강조하였다[Hoffman and Novak, 1996 ; Trevino and Webster, 1992]. 구체적으로, 기존 연구들은 플로우 이론에 근거하여 온라인 사용자들의 감성적 반응과 사용행동에 대한 관계를 규명하였다[Hoffman and Novak, 1996 ; Agarwal and Karahanna, 2000]. 온라인 상에서의 사용자의 행동에 대한 연구에 의하면, 인터넷의 지속적인 사용 이유를 플로우 개념을 통한 인간의 심리적 요인으로 설명하고 있다[우성화 외, 2007]. Hoffman and Novak[1996]은 온라인 사용자들은 컴퓨터로 매개되는 상호작용 과정에서 즐거움을 느끼며 자기 집중과 자기 강화를 경험하게 된다고 하였고, Agarwal and Karahanna[2000]는 플로우의 단계 중 인지적 집중이 온라인 서비스 사용에 미치는 영향요인이라고 밝혔다. Koufaris[2002]는 온라인 사용자들은 전통적인 관점의 소비자라 컴퓨터 사용자라는 두 가지 속성을 동시에 지니며 즐거움과 집중을 온라인 사용의 영향요인이라고 제시하였다. 또한 Ghani et al.[1991]은 플로우가 집중과 즐거움으로 구성된다고 주장하였다.

본 연구의 대상인 마이크로블로그 서비스는 온라인과 모바일 서비스를 통해 다른 사람들과 짧은 일상 및 사회 정보를 즉각적으로 교류하는

모바일 커뮤니티의 일종이며, 그 사용 목적이 개인적인 의사소통에 중점을 두고 주변 지인들과 즉각적인 상호작용을 통해 즐거움과 친교를 추구하는 것이므로 플로우가 중요하다. 마이크로블로그 서비스를 사용함으로써 즐거움 등 감성적 반응이 생기며, 이러한 반응이 마이크로블로그에서의 적극적 사용행동인 정보교류 행동에 영향을 미치게 되는 것이다. Agarwal and Karahanna[2000]의 연구에 의하면 이러한 경우 사용자들의 해당 서비스 이용 자체가 즐거운 행동 및 경험이 되며 이러한 감정이 행동의 동기가 된다고 하였다. 본 연구에서는 마이크로블로그 서비스에서의 정보교류에 미치는 동기 요인으로 플로우 개념을 제시하고자 한다. 본 연구는 기존 연구에서 나타난 플로우 개념 중에서 마이크로블로그 서비스 사용자가 느끼는 즐거움 정도와 해당 서비스에 참여하는 과정에 대한 집중 정도로 플로우의 개념을 한정하여 연구하고자 한다. Koufaris[2002]에 따르면 플로우의 범위가 매우 다양하고 넓기는 하지만 대부분의 관련 선행연구에서 플로우를 즐거움과 집중의 개념으로 사용한다는 관점에서 즐거움과 집중 같은 플로우 개념을 온라인 사용자들의 경험적 동기요인으로 볼 수 있다. Koufaris[2002]는 온라인 사용자들이 특정 온라인 사이트를 재방문하고 계획에 없던 구매나 정보교류를 하게 되는 원인을 온라인 사이트 방문 동안 느끼는 즐거움과 집중 때문이라고 주장한다. 마이크로블로그 서비스 사용자들은 주로 개인적 의사소통 및 감성적 소통에 중점을 두고 있으므로[Gunther et al., 2009] 해당 서비스를 이용하면서 느끼는 즐거움이 커질수록 마이크로블로그 서비스에서의 정보교류 행동에 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있다. 따라서 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 1 : 마이크로블로그 서비스로부터 얻는 즐거움은 사용자들의 정보교류 행동에 긍정적인 영향을 미친다.

마이크로블로그 서비스 사용자가 플로우 상태가 된다는 것은 집중된 상태를 의미한다. 본 연구에서 집중이란 마이크로블로그 서비스 사용자가 해당 서비스를 이용하여 사용자간 심리적, 감성적 연결 활동에 참여하고자 할 때 서비스 사용 행동에만 집중하는 상태로 정의하였다. 많은 연구자들이 온라인 서비스 사용자들의 경험에 대한 중요성을 강조하였다. Ghani et al. [1991]은 어떤 행동에 온전히 집중할 때 플로우를 경험하게 된다고 설명하였고, Hoffman and Novak[1996]은 온라인 사용에서 집중을 통한 플로우가 중요하며 온라인 사용자들이 이러한 경험을 할 수 있도록 기회와 서비스를 제공하는 것이 중요하다고 강조하고 플로우의 요소인 집중이 해당 서비스 사용에 대한 긍정적인 영향요인임을 제시하였다. 집중은 마이크로블로그 서비스를 사용하는데 중요하다고 볼 수 있다. 마이크로블로그 서비스는 오프라인에서의 의사소통과는 달리 컴퓨터나 모바일을 통해 사용하므로 다른 여러 가지 일을 하면서 해당 서비스를 사용할 수 있다는 장점을 지니지만, 때로는 이러한 장점이 오히려 집중을 방해할 수도 있다. 즉, 사용자들이 마이크로블로그 서비스 사용 자체에 집중할 수 있도록 하는 것이 중요하며, 사용자가 집중할 수 있다면 서비스에서의 정보교류행동에 긍정적인 영향을 미칠 수 있다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 2 : 마이크로블로그 서비스에 대한 사용자 집중은 사용자들의 정보교류 행동에 긍정적인 영향을 미친다.

## 2.3 사회정체성

Tajfel and Turner[1979]가 제안한 사회정체성 이론은 개인들이 사회적 그룹의 일부분으로서 언제 그리고 어떠한 이유로 일체감을 갖고 행동하는가에 관심을 갖고 있다. 이 이론에 따르면 개인의 자아개념(self-concept)은 개인적 아이덴티티와 사회적 아이덴티티로 구성되어 [Ashforth and Mael, 1989] 다중 자아수준을 갖고 있고, 사회적 수준에서 하나 혹은 그 이상의 그룹 멤버십에 속한다고 주장한다[Turner et al., 1987]. 사회적 아이덴티티가 개인이 사회활동에 참여하여 타인과 상호작용하면서 자기의식을 형성하는 반면, 개인적 아이덴티티는 개인이 자신의 목표를 추구하면서 시간이 경과함에 따라 자기의식을 만든다. 개인적 아이덴티티가 부각되면 근본적으로 개인의 욕구, 가치관, 기준, 믿음과 동기가 행동을 결정하고, 개인의 사회적 아이덴티티가 활성화되면 개인들은 자신을 사회적 범주의 전형으로 보고, 이러한 상황에서는 공동의 욕구, 목표와 표준이 행동의 근본이 된다[Turner et al., 1987; Verkuyten and Hagendoorn, 1998]. 또한 개인들은 자신의 아이덴티티와 일치하는 활동을 하고자 하는 경향이 있으며, 개인이 지각하고 있는 특정집단이나 조직에 대한 소속감이 강할수록 조직의 성공을 자신의 성공으로 간주하며, 그 조직의 발전과 성공을 위해 협력하고 노력한다[Bhattacharya et al., 1995; 고준 외, 2008]. 이러한 개인적 아이덴티티와 사회적 아이덴티티를 바탕으로 기본적으로 사람들은 자신이 원하는 이미지로 타인이 평가하길 기대하며, 긍정적인 온라인 이미지를 만들기 위해 자신에 대해 표현하는 시간과 비용, 노력을 투자한다[Schau and Gilly, 2003]. 이러한 자기표현은 개인의 아이덴티티와 관련이 있기 때문에 온라인 사용자들이 타인에게 자기표

현을 하고자 하는 이유가 무엇이며, 어떠한 방법을 이용하는지를 사회적 아이덴티티 이론을 통해 확인할 수 있다[고준 외, 2008]. 사회정체성 이론에 의하면, 자기표현은 자기의 아이덴티티를 타인에게 표현하는 행동이며[Leary, 1995], “내가 누군가”를 타인에게 좀 더 정확하고 상세하게 이해시키고자 자기의 아이덴티티를 타인에게 전달하는 과정을 말한다[Ma and Agarwal, 2007]. 자기표현은 자신, 환경 및 상황, 그리고 타인의 평가와 타인이 지각하게 될 자신의 인상과 느낌에 영향을 미치는 자기정보에 대한 통계를 특징으로 한다[Schlenker et al., 1996].

마이크로블로그 서비스를 통해 자신의 일상 생활에 대한 느낌이나 자신이 알고 있는 정보를 기꺼이 제공하여 좋은 이미지로 자신이 표현되도록 하는 경우가 그러한 자기표현의 한 예라고 할 수 있다. 이 때의 자기표현은 타인의 긍정적 평가를 탐색하고, 의식적으로 타인의 비난을 기피하려는 목적 지향적 행동을 의미한다[Leary and Kowalski, 1990]. 개인들은 가치 있는 사회적 목표를 달성하기 위한 방법으로 자신을 표현하고자 노력하고, 타인에게 자신이 원하는 인상이나 느낌을 보이기 위해 많은 자원을 활용한다. 이 인상은 일관성 있고, 보완적 행위를 끊임 없이 수행하는 것을 통해 유지되며 이를 인상관리 프로세스라고 부른다[Goffman, 1959]. 그룹 내 개인들은 자신에 관심이 있는 타인의 기대에 부응하도록 자신의 행동을 적응시키고, 사회적 상호작용을 중요하게 여기는 개인일수록 자기표현 노력과 행동을 향상시키고자 더 많이 노력한다[Leary and Kowalski, 1990]. Turkle[1995]과 같은 연구자들은 사회적으로 바람직한 상으로 자신을 유지하기 위한 심리적 압박 때문에 물리적으로 가까이 있는 사람들보다 온라인 공간에서 자신을 표현하기가 더 용이하다고 하였다. 오프라인 공간과 비교하여 온라인 서비스는

유연하고 잠재적으로 친밀한 관계를 형성하기 위한 공간이 되므로, 자기표현에 대한 새로운 기회를 제공한다[Shin and Kim, 2009]. 마이크로블로그 서비스는 온라인을 토대로 하며, 이러한 온라인 공간에서의 자기표현은 오프라인 공간에서의 자기표현과 전혀 별개의 개념은 아니다[Schau and Gilly, 2003]. 마이크로블로그 서비스에서는 사용자들이 소소한 일상사도 즉각적으로 상호 소통할 수 있으므로 이러한 사용자 간 심리적 연결을 바탕으로 적극적이고 감성적으로 자기를 표현할 수 있다[Gunther et al., 2009]. 그러므로 마이크로블로그 서비스는 자신에 대한 인상을 전달하는데 시간과 비용 측면에서 효율적인 매체이며 상대방에게 유용한 정보를 제공함으로써 타인에게 자신의 긍정적인 이미지를 보여줄 수 있다.

또한 정교화 이론(elaboration likelihood model)에 의하면 정보수요자(information seeker)는 제공된 정보 원천의 신뢰성이 높을수록, 제공받은 정보가 유용하다고 인지하고 더욱 많은 관심을 갖는다[Sussman and Siegal, 2003]. 그러므로 정보제공자의 아이덴티티를 알지 못하면 지식 수용이나 효율적인 지식교류가 어렵다[Poston and Speier, 2005]. 또한 관계형성이론에 의하면, 사람들은 서로 비슷한 관심사나 태도, 비슷한 사회적 그룹이나 경험을 한 사람들끼리 서로 교류하고 관계를 형성하려는 경향이 있다[Newcomb, 1961]. 각자의 아이덴티티에 대한 교류는 자기와 비슷한 사람들과 관계를 형성하고자 하는 사람들이 서로 교류하는 것을 도와준다. 이러한 아이덴티티의 표현과 교류는 정보교류를 도모하고 증진시킨다[Ma and Agarwal, 2007]. 그러므로, 마이크로블로그 서비스에서의 자기표현은 자신에 대한 관심과 자기존중감을 높이는데 도움을 줌으로써 정보교류의 중요한 동기를 제공한다[Ma and Agarwal, 2007]. 본

연구에서는 이러한 사회정체성 이론을 토대로 마이크로블로그 서비스에서의 정보교류에 미치는 정체성 요인에 대해 자기표현을 제시하고자 한다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

가설 3 : 마이크로블로그 서비스에서의 자기표현은 사용자들의 정보교류 행동에 긍정적인 영향을 미친다.

## 2.4 인지된 용이성

마이크로블로그 서비스의 경우 상대적으로 온라인 블로그 서비스 등에 비해 아직 활성화가 덜 되어 있고, 사용자들간의 마이크로블로그 서비스에 대한 숙지수준이나 경험에 많은 차이가 존재할 수 있다. 따라서 사용자들의 마이크로블로그 서비스에 대한 사용 용이성과 해당 서비스에서의 행동과의 관계를 살펴봄으로써 새로운 시사점을 얻을 수 있을 것으로 생각된다. Davis [1989]는 정보기술 수용에 영향을 미칠 수 있는 핵심변수의 하나로 인지된 용이성을 설정하여 연구하였다. 기술수용모델에서의 인지된 용이성은 사용자가 많은 노력을 기울이지 않고도 목표한 정보기술을 이용할 수 있는 기대 정도를 의미한다. 즉, 사용자들의 주관적인 신념이며, 사용자들이 새로운 서비스나 소프트웨어와 같은 정보기술을 사용자 본인이 부담 없이 편하게 사용할 수 있는 지 스스로 평가하는 것이다. Adams et al.[1992]은 새로운 서비스나 정보기술을 사용하는데 있어 비교적 적은 노력이나 적은 어려움을 사용자가 느낀다면 이는 사용자들이 적극적으로 사용하려 한다는 연구결과를 제시하였다. 마이크로블로그 서비스는 기존 온라인 블로그 서비스에 비해서 인터넷을 통해서 뿐만 아니라 모바일을 통해서도 즉각적인 정보교류가 가능하므로 인터넷에 대한 접근이 쉽지 않은 상황에서도 쉽게 정보교류와 관련된 행동이 가능하

다는 장점이 있다. 사회인지이론에 따르면 개인의 행위, 환경, 및 인지적 요인들은 상호관련성이 높으며, 정보기술이 낱이 발전하고 복잡해지는 상황에서, 마이크로블로그 서비스에서는 모바일을 통해 다수의 사람들과 의견이나 정보를 쉽게 교류할 수 있으므로 정보기술 활용에 대한 자신감이 높아지고 이는 개인의 행위를 결정하는 중요한 요소가 된다[Compeau and Higgins, 1995]. 따라서 마이크로블로그 서비스에 대한 인지된 용이성은 결국 사용자들의 정보교류행동에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것으로 판단된다. 또한 인지된 용이성은 본질적으로 인간과 정보기술 사용에 필요한 상호작용에 관련된 것이므로[Agarwal and Karahanna, 2000] 마이크로블로그와 같은 새로운 정보기술 서비스의 사용이 쉽고 편하다면 사용자들이 이 서비스를 통한 정보교류행동에 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다. 따라서 다음과 같은 가설을 설정하였다.

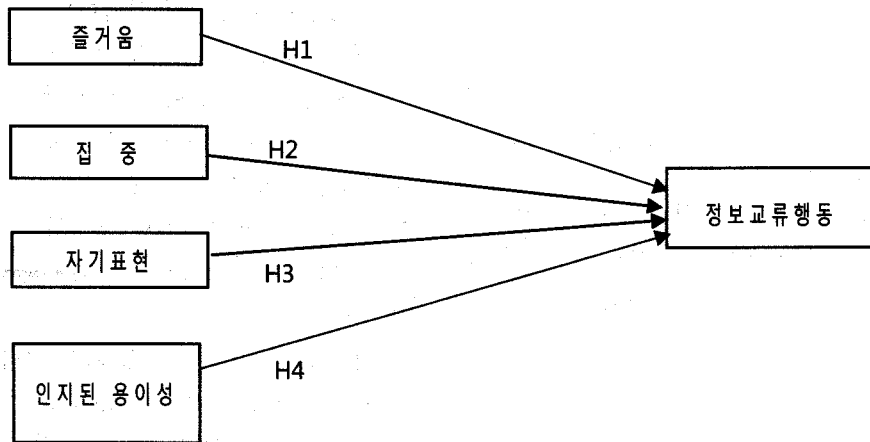
가설 4 : 마이크로블로그 서비스에서의 지각된 용이성은 사용자들의 정보교류 행동에 긍정적인 영향을 미친다.

요컨대 마이크로블로그 서비스에서의 정보교류행동에는 사용자들의 즐거움, 집중, 자기표현, 인지된 용이성이 영향을 미칠 것으로 예상된다. 따라서 마이크로블로그 서비스에서 정보교류행동에 영향을 미치는 요인에 관한 연구 모형은 다음의 <그림 1>과 같이 제시될 수 있다.

## 3. 연구 방법

### 3.1 표본 및 자료 수집

연구가설의 실증검증을 위하여 설문서를 통해 연구 자료를 수집하였다. <표 1>과 같이 본



〈그림 1〉 연구 모형

연구의 설문서에 사용된 척도는 모두 선행 연구를 통해 검증된 설문항목들이다. 설문 응답자의 일반적인 사항을 제외한 모든 문항은 리커트 7점 척도를 통해 측정하였다. 본격적인 설문 조사에 앞서 마이크로블로그 서비스 사용 경험자들을 대상으로 설문항목의 타당성과 신뢰성을 검증하기 위하여 사전 조사를 실시하였다. 이 과정을 통하여 응답자가 명확하게 이해하기 힘들다고 지적하거나, 영문 척도를 한글로 번역하는 과정에서 어색한 느낌을 주는 항목은 원문을 참고하여 수정하였다. 마이크로블로그에서의 플로우와 자기표현 및 정보교류는 개인간에 이루어지기 때문에 본 연구의 분석단위를 개인 단위로 하여 자료를 수집하였다. 연구자료의 획득을 위한 설문지 대상자는 본 연구 주제인 마이크로블로그 서비스를 사용한 경험이 있거나 사용하고 있는 개인을 대상으로 하였고, 오프라인과 온라인 방식으로 동시에 설문을 진행하였다. 본 연구의 설문대상에 적합하도록 마이크로블로그 서비스 사용자들을 먼저 확인한 후 직접, 또는 이메일로 설문의뢰를 하였다. 또한 적극적인 설문응답 유도를 위해 구글 문서도구(Google Docs)를 이용한 설문을 트위터, 미투데이, 플레

이톡 등의 마이크로블로그 서비스 상에서 배포하여 해당 서비스 사용자들에게 설문의뢰를 하였다. 설문조사는 2009년 11월 6일부터 14일 동안 수행되었고, 회수된 설문지는 총 104부이며 회수된 설문지 중에서 같은 척도로만 응답하거나 미 기입한 경우 등 불성실한 응답으로 사용이 불가능하다고 판단되는 2부를 통계 분석 대상에서 제외하여 최종으로 102부 설문서를 통계 자료 분석에 사용하였다.

### 3.2 표본 자료의 특성

응답자들을 인구통계적 특성으로 구분한 결과는 <표 1>과 같다. 응답자의 남녀비율은 남성이 49.0%, 여성이 51.0%였으며 연령대는 19세 이하가 18.6%, 20대 42.2%, 30대 37.3%, 40대 이상이 2.0%였다. 학력의 경우는 중졸 이하가 18.6%, 고졸 2.0%, 대학재학 11.8%, 대졸 33.3%, 대학원 재학 26.5%, 석사 이상 7.8%였다. 직업을 보면 초중고생 18.6%, 대학생 10.8%, 대학원생 17.6%, 회사원 44.1%, 자영업 1.0%, 기타 7.8%이며, 마이크로블로그 서비스 사용기간은 1개월 미만인 24.5%, 1개월 이상에서 6개



〈표 1〉 표본 자료의 특성

항 목		빈 도	비 율(%)
성 별	남 성	50	49.0
	여 성	52	51.0
나 이	19세 이하	19	18.6
	20대	43	42.2
	30대	38	37.3
	40대 이상	2	2.0
학 력	중졸 이하	19	18.6
	고 졸	2	2.0
	대학재학	12	11.8
	대 졸	34	33.3
	대학원재학	27	26.5
	석사 이상	8	7.8
직 업	초중고생	19	18.6
	대학생	11	10.8
	대학원생	18	17.6
	회사원	45	44.1
	자영업	1	1.0
	기 타	8	7.8
마이크로블로그 서비스 사용기간	1개월 미만	25	24.5
	1개월 이상~6개월 미만	44	43.1
	6개월~1년	13	12.7
	1년 이상	20	19.6
마이크로블로그 서비스에서 1주일 간 글 올린 횟수	없 음	10	9.8
	1~10회	49	48.0
	11~20회	14	13.7
	21~50회	18	17.6
	51~100회	6	5.9
	101회 이상	5	4.9

월 미만은 43.1%, 6개월에서 1년은 12.7%, 1년 이상은 19.6%로 나타났다. 마이크로블로그 서비스에서 1주일간 글 올린 횟수는 올린 경험이 없다가 9.8%, 1회에서 10회가 48.0%, 11회에서 20회가 13.7%, 21회에서 50회가 17.6%, 51회에서 100회가 5.9%, 101회 이상이 4.9%로 비교적

응답자 대부분이 마이크로블로그 서비스에서 글을 올린 경험이 있는 것으로 나타났다.

### 3.3 연구 변수의 측정

본 연구에서 논의된 연구변수들의 조작적 정의와 측정도구는 아래의 <표 2>와 같다.

〈표 2〉 연구 변수의 조작적 정의와 측정도구

변 수	조작적 정의와 측정도구	참고출처
즐거움	<p>마이크로블로그 서비스가 제공하는 기능 등의 이용 자체에 즐거움을 느끼게 되는 정도</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 나는 마이크로블로그를 사용하는 것이 흥미롭고 재미있다.</li> <li>- 나는 꼭 정보교류 때문이 아니라 마이크로블로그를 사용한다는 것 자체가 재미있다.</li> <li>- 나는 마이크로블로그에서 다른 사람들과 소통하는 과정이 흥미롭게 여겨진다.</li> </ul>	Koufaris[2002]
집 중	<p>마이크로블로그 서비스를 이용할 때 다른 일에 방해 받지 않고 정보 교류행동에만 집중할 수 있는 정도</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 나는 마이크로블로그 서비스를 이용할 때 정보교류에 집중하는 경향이 있다.</li> <li>- 나는 마이크로블로그 서비스를 이용하여 정보교류를 할 때 정보 교류에 관련된 모든 절차를 중단 없이 처리한다.</li> <li>- 나는 마이크로블로그 서비스를 이용하여 정보를 교류할 때 다른 일에 방해 받지 않고 일을 처리할 수 있다.</li> </ul>	Koufaris[2002]
자기표현	<p>마이크로블로그 서비스에서 타인에게 자신에 대해 표현하는 정도</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 나는 마이크로블로그의 자기소개란에 나에게 대한 정보를 제공한다.</li> <li>- 나는 마이크로블로그에서 내 개인적 생활을 쓴다.</li> <li>- 나는 마이크로블로그에서 내 의견이나 입장을 쓴다.</li> <li>- 나는 마이크로블로그에서 나에게 관한 이야기를 쓴다.</li> </ul>	Biocca et al.[2003] Ma and Agarwal [2007]
인지된 용이성	<p>마이크로블로그 서비스를 사용하는데 있어서 많은 노력을 하지 않아도 사용할 수 있다고 믿는 정도</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 나는 마이크로블로그 사용이 편리하다고 생각한다.</li> <li>- 나는 마이크로블로그 사용이 쉽다고 생각한다.</li> <li>- 나는 마이크로블로그의 사용법을 습득하는데 시간이 오래 걸리지 않았다.</li> </ul>	Davis[1989]
정보교류행동	<p>마이크로블로그 서비스에서 정보교류행동을 하는 정도</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 나는 마이크로블로그에서 다른 사람들에게 유용할 수 있는 정보를 제공한다.</li> <li>- 나는 마이크로블로그에서 내가 아는 정보들을 다른 사람들에게 제공한다.</li> <li>- 내가 마이크로블로그에서 제공한 정보들이 다른 사람들에게 실질적인 도움이 된다.</li> </ul>	Hsu et al.[2007]

## 4. 연구의 분석 및 결과

### 4.1 측정 모형의 검증

본 연구에서는 자료 분석을 위하여 PLS(Partial Least Squares)를 사용하였다. PLS는 리즈렐(LISREL), EQS, AMOS 등의 구조 방정식 분석기법에 비해 이론 개발의 초기 단계 연구에 가장 적절하며 상대적으로 적은 수의 표본을 대상으로 사용 가능하다[Chin, 1998]. 기존 연구에 의하면, PLS는 초기 단계에 있는 이론의 테스트

트에 적합한 통계 분석 방법으로 널리 인식되고 있으며 이에 비해 리즈렐은 일반적으로 이론의 확인적 검증(confirmation)에 사용된다[Ma and Agarwal, 2007]. 또한 PLS는 다중회귀분석(Multiple regression)과 표본 크기에 대한 필요 수준은 유사하지만[Chin, 1998; Kanawattanachai and Yoo, 2007], 다중 회귀분석의 가설 경로분석 결과인 회귀계수(beta coefficients 등)의 제시뿐 아니라 변수들간 관계 측정에 사용되는 측정 모형(measurement model)과 변수의 경로와

설명력을 나타내는 구조 모형(structural model)을 동시에 측정할 수 있다[Yoo and Alavi, 2001]. Barclay et al.[1995]은 PLS가 정보시스템과 관련된 조직 및 사회 현상을 연구하는데 적합한 도구라고 설명하였으며, 전체 이론의 검증보다는 인과관계 예측에 유용한 도구라고 하였다. 본 연구 주제인 마이크로블로그에서의 정보교류행동 연구는 비교적 초기 단계의 이론들이 정립되는 단계인 마이크로블로그에서의 행동 연구에 해당하며 연구의 목적도 인과관계 예측에 있다. 이러한 특징들을 고려하여 본 연구에서는 문헌들에서 이와 같은 초기 이론 연구에 적절하다고 논의된 PLS가 자료 분석에 적합하다고 판단된다. 가설 검증을 위한 구조 모형(structural model) 검증에 앞서 측정치의 신뢰성과 타당성 분석을 위한 측정 모형(measurement model)의 검증을 수행하였다.

연구 모형에 포함되어 있는 변수의 측정을 위

한 설문 항목들의 신뢰성(reliability)과 개념 타당성(construct validity)을 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)으로 평가하였다. 이를 위해 기본적으로 각 변수별 개별항목 신뢰성(individual item reliability), 내적일관성(internal consistency), 그리고 판별타당성(discriminant validity)을 분석하였다. 개별항목 신뢰성은 측정하고자 하는 개념(construct)과 관련된 설문 항목들의 요인 적재값(factor loading)으로 평가된다. 개별항목 신뢰성은 수렴타당성(convergent validity)으로도 간주된다. Yoo and Alavi [2001]는 개별항목 신뢰성, 내적일관성, 판별타당성으로 측정모형을 검증, 즉 설문항목의 신뢰성과 타당성을 검증한 바 있는데 요인 적재값이 0.6이상이고 각 잠재변수의 추출된 평균분산(AVE: average variance extracted)이 0.5이상인 경우 개별항목 신뢰성이 있는 것으로 간주하였다. 내적일관성은 종합요인 신뢰성 지수(com-

〈표 3〉 연구 변수의 요인 적재값과 교차요인 적재값

측정항목	즐거움	집중	자기표현	인지된 용이성	정보교류 행동
즐거움 1	0.93	0.61	0.61	0.52	0.54
즐거움 2	0.90	0.55	0.61	0.53	0.41
즐거움 3	0.87	0.56	0.65	0.53	0.49
집중 1	0.66	0.92	0.56	0.48	0.51
집중 2	0.48	0.89	0.42	0.38	0.39
집중 3	0.43	0.70	0.37	0.33	0.15
자기표현 1	0.37	0.39	0.67	0.20	0.34
자기표현 2	0.61	0.45	0.88	0.43	0.36
자기표현 3	0.69	0.53	0.91	0.53	0.57
자기표현 4	0.62	0.46	0.91	0.35	0.46
인지된 용이성 1	0.60	0.48	0.44	0.90	0.34
인지된 용이성 2	0.47	0.41	0.40	0.89	0.22
인지된 용이성 3	0.39	0.33	0.34	0.80	0.19
정보교류행동 1	0.46	0.42	0.49	0.29	0.94
정보교류행동 2	0.59	0.47	0.54	0.36	0.94
정보교류행동 3	0.43	0.43	0.44	0.20	0.91

posite scale reliability index)와 크롬바흐 알파 계수를 사용하여 분석하였다. 종합적인 신뢰성 지수와 크롬바흐 알파계수가 모두 0.7이상이면 각 변수의 측정이 내적일관성이 있다고 판단된다. 판별타당성의 평가는 추출된 평균분산의 제공근 값을 사용한다[Barclay et al., 1995]. 각 측정 항목은 모형 내의 다른 개념보다 자신이 나타내고자 하는 개념과 더 큰 분산을 공유하여야 하는데, 추출된 평균분산의 제공근 값이 다른 측정 변수와의 분산 공유 정도보다 높고 0.7이상이면 판별타당성이 있다고 볼 수 있다.

판별타당성의 또 다른 평가는 교차요인 적재값(crossloading)과 요인 적재값의 비교를 통해서 이루어질 수 있다. 각 측정항목의 요인 적재값은 교차요인 적재값보다 높아야 판별타당성이 존재하는 것으로 평가된다. <표 3>과 <표 4>에는 연구 변수들에 대한 신뢰성과 타당성 분석 결과가 정리되어 있다. <표 3>에서는 연구 변수들에 대한 측정 항목들의 요인 적재값과 교차요인 적재값을 보여준다. 다른 모든 항목의 요인 적재값은 동일 항목의 교차요인 적재값보다 크고, 그 크기도 모두 0.6이상이다. 이는 측정 항목의 개별항목 신뢰성과 판별타당성의 분석 결과를 보여준다. <표 4>은 내적 일관성과 판별타당성의 분석 결과를 보여준다. <표 4>의

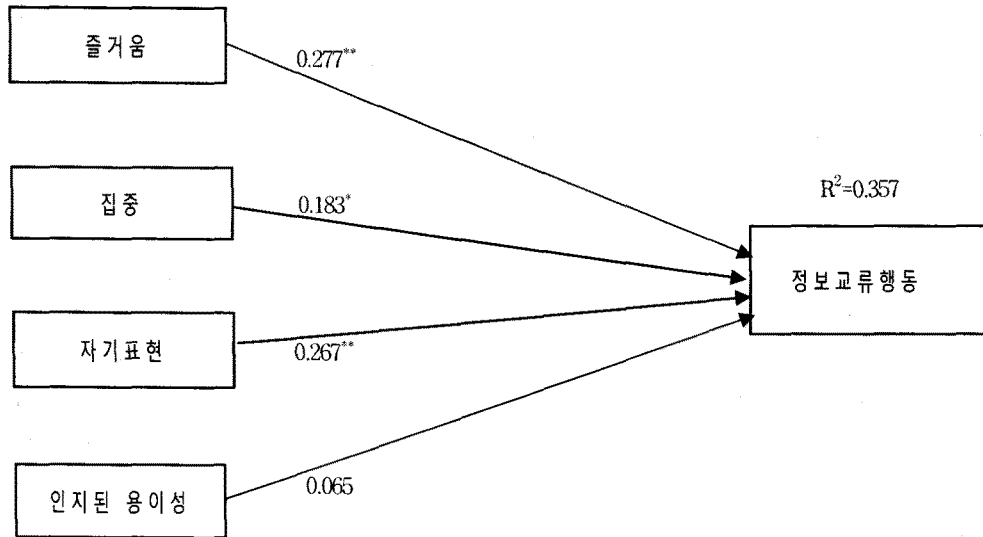
대각선 행렬은 각 개념의 상관계수 행렬(correlation matrix)에서 추출된 평균분산의 제공근 값을 동일 변수의 상관계수의 자리에 입력한 것이다. <표 4>에서 알 수 있듯이 모든 종합적인 신뢰성 지수와 크롬바흐 알파계수 0.7이상으로 각 측정 항목은 신뢰성이 있다고 볼 수 있다. 또한 추출된 평균분산의 제공근 값이 모두 0.7이상이며, 다른 개념의 상관계수 값보다 모두 높은 것을 보여준다. 이는 본 연구의 측정 항목들이 판별타당성 조건을 만족한다고 볼 수 있다.

#### 4.2 구조 모형의 검증

본 연구의 가설 검증을 위한 구조 모형의 경로 분석 결과가 <그림 2>와 <표 5>에 요약되어 있다. 본 연구모형의 경로계수의 통계적 유의성을 평가하기 위하여 PLS의 bootstrapping 기법을 사용하였다. 잠재변수들간의 인과관계를 분석한 구조모형의 결과는 <그림 2>와 같다. 분석 결과에 의하면, 마이크로블로그 서비스 사용자가 느끼는 즐거움(가설 1의 채택,  $t = 2.132$ ,  $p = 0.035$ )은 정보교류행동에 통계적으로 유의한 영향을 미쳤으며 사용자의 집중도 정보교류행동에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설 2의 채택,  $t = 1.928$ ,  $p = 0.057$ ). 또한 사용자들

<표 4> 연구 변수의 상관계수 판별타당성

연구 변수	측정 항목 수	AVE	Composite Reliability	Cronbachs Alpha	추출된 평균분산의 제공근 값				
					즐거움	집중	자기표현	인지된 용이성	정보교류 행동
즐거움	3	0.81	0.93	0.88	0.90				
집중	3	0.71	0.88	0.81	0.64	0.84			
자기표현	4	0.72	0.91	0.87	0.69	0.55	0.85		
인지된 용이성	3	0.75	0.90	0.84	0.58	0.48	0.46	0.87	
정보교류행동	3	0.87	0.95	0.92	0.54	0.47	0.53	0.31	0.93



주) \*  $p < 0.10$ ; \*\*  $p < 0.05$ .

〈그림 2〉 PLS 분석 결과

〈표 5〉 연구 모형의 가설 검증 결과

경로	경로계수값	T-값	P 값	가설검증결과
가설 1 : 즐거움 $\Rightarrow$ 정보교류행동	0.277	2.132	0.035	채택
가설 2 : 집중 $\Rightarrow$ 정보교류행동	0.183	1.928	0.057	채택
가설 3 : 자기표현 $\Rightarrow$ 정보교류행동	0.267	2.354	0.021	채택
가설 4 : 인지된 용이성 $\Rightarrow$ 정보교류행동	0.065	0.672	0.503	기각

의 자기표현이 정보교류행동에 미치는 영향은 통계적으로 유의한 것으로 분석되었고(가설 3의 채택,  $t = 2.354$ ,  $p = 0.021$ ), 이들 즐거움과 집중, 그리고 자기표현은 정보교류행동의 35.7%를 설명하였다. 그 밖의 변수간 관계에 있어서 인지된 용이성이 정보교류행동에 미치는 영향은 통계상 유의하지 않은 것으로 나타났다(가설 4의 기각).

본 연구 분석 결과, 마이크로블로그 서비스에서 사용자의 즐거움과 집중, 자기표현은 마이크로블로그 서비스에서의 사용자간 정보교류행동에 긍정적인 영향을 미침을 알 수 있다. 또한 정보교류행동에 대한 설명력은 35.7%를 기록하

여 전반적인 모형의 설명력이 비교적 높은 것으로 나타났다. 가설에 대한 검증결과는 다음의 <표 5>에 요약, 제시되어 있다.

## 5. 결론

### 5.1 결론과 시사점

본 연구는 플로우와 사회정체성을 중심으로 관련 변수들이 정보교류행동에 미치는 영향에 관해 실증적으로 분석하였다. 본 연구의 주요한 연구결과로써, 마이크로블로그 서비스에서의 정보교류행동에 영향을 미치는 요인으로는 즐거

움, 집중, 자기표현이 있으며 이것이 마이크로블로그 서비스 사용자들의 정보교류행동에 긍정적인 영향을 미치는 주요변수임을 확인하였다.

첫 번째 연구결과로써, 어떠한 요인이 마이크로블로그에서의 정보교류행동에 영향을 미치는지를 파악하였다. 우선 사용자의 동기요인으로서는 플로우 상태인 즐거움과 집중은 사용자의 정보교류행동에 긍정적인 영향을 미치고 있는 것으로 나타났다. 이와 같은 결과는 온라인 상에서의 플로우 및 사용행동 연구인 Agarwal and Karahanna[2000]의 연구와 비교해서 설명될 수 있다. Agarwal and Karahanna[2000]에 따르면, 즐거움과 집중, 호기심 등을 가진 사용자는 플로우 상태로 볼 수 있으며 온라인 서비스 사용에서 플로우를 경험하는 경우 해당 서비스 사용에 적극적으로 참여하려는 경향이 있다고 하였다. 또한 이러한 플로우 상태는 해당 서비스 사용의 지각된 유용성과 용이성에 긍정적 영향을 미쳐서 사용자들이 좀 더 쉽게 사용할 수 있게 되어 적극적인 사용 행동 동기가 된다고 하였다 [Agarwal and Karahanna, 2000]. 이러한 맥락에서 즐거움과 집중이 정보교류행동에 직접적인 영향을 끼친 결과로 나타난 것으로 보인다. 이와 같은 결과에 대해, 마이크로블로그 서비스에서의 정보교류와 같은 사용상 행동은 사용자들이 느끼는 즐거움과 흥미, 자기몰입 등의 의미를 갖는 플로우와 직접적인 연관이 높음을 알 수 있었다.

그러나 마이크로블로그 서비스에서 사용자가 느끼는 용이성은 정보교류행동에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 인지된 용이성이 정보교류행동에 유의한 영향을 미치지 않은 것은 인지된 용이성이 정보교류행동 의도가 있을 때 이를 표출할 수 있도록 해주는 실행적 측면에 영향을 줄 수는 있겠으나 정보교류행동 자체와는 무관한 것이기 때문으로 해석된다. 또

한 인지된 용이성이 정보교류행동에 유의한 영향을 미치지 못한 것은 최근 기술의 발달로 정보교류 환경이 사용자 중심으로 매우 사용하기 편리해졌고 마이크로블로그 서비스 사용은 온라인과 모바일 폰에서 모두 사용 가능하며 간단한 메시지 형태로 서비스 사용이 가능하기 때문에 다른 온라인 서비스에서 사용시 느끼는 기술상의 어려움이 상대적으로 적다고 할 수 있다. 즉 누구나 마이크로블로그 서비스에서 정보교류를 하는데 큰 어려움이 없음을 반증하는 결과로도 보여지며 사용자들의 정보기술 사용 수준도 현저하게 높아졌기 때문에 인지된 용이성이 사용행동에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 판단된다. 이러한 결과로 볼 때 마이크로블로그 서비스에서는 사용자들이 해당 서비스 사용에 대한 기술적인 어려움보다는 감정적인 소통이나 호감이 정보교류행동에 효과적인 역할을 하기 때문으로 해석된다. 그러므로 사용자들간에 소소한 일상생활에 대한 의사소통이나 즉각적인 느낌의 교류와 같은 직접적인 실행 측면에서는 사용자들의 긍정적인 감정적 요인이 직접 영향을 미치는 것으로 보인다. 따라서 마이크로블로그와 같은 새로운 정보기술 서비스의 사용행동에 관련된 연구에 있어서 이러한 영향 요인들에 대한 새로운 인식이 요구된다.

둘째, 자기표현이 정보교류행동에 어떠한 영향을 미치는지를 파악한 결과, 자기표현이 정보교류행동에 유의한 직접적인 영향을 가지는 것으로 나타났다. 자기표현은 타인으로부터 긍정적인 평가를 받고자 하는 특징을 가지고 있다. 마이크로블로그 서비스에서는 소소한 일상사도 즉각적으로 상호 교류할 수 있고, 자신에 대한 다른 사람의 관심과 자기 존중감을 높이는데 도움을 주며, 다른 사용자들과 심리적 연결을 통해서 적극적으로 자신의 좋은 점이나 긍정적인 자기표현을 할 수 있다 [Gunther et al., 2009].

그러므로 마이크로블로그 서비스에서는 사용자들이 자기표현의 일환으로 다른 사용자들에게 자신에 대한 정보나 유용한 일상적 정보를 제공해줌으로써 이로 인해 타인에게 좋은 인상이나 느낌을 보이하고자 하는 것으로 판단된다.

본 연구는 다음과 같은 이론적, 실무적 시사점을 제공한다. 첫째, 플로우 이론과 사회정체성 이론의 기여 측면에서 시사점이 있다. 플로우 이론은 인간과 컴퓨터의 상호작용 및 작업환경에서의 행동통제 등 다양한 측면에서 활용되어 왔다. 또한 사회정체성 이론도 아이덴티티 또는 환경과 같은 자기표현 행동 유발에 미치는 영향요인을 설명함에 이용되어 왔다. 본 연구에서는 이러한 플로우 이론과 사회정체성 이론을 마이크로블로그 서비스에서 정보교류행동을 설명하는데 적용함으로써 이론의 일반화에 기여하였다. 아울러 이러한 이론들은 마이크로블로그 서비스 이외의 다양한 사회네트워크서비스(SNS) 사용자의 행동을 조사하는데 기초적인 자료로도 활용될 수 있을 것이다.

둘째, 이러한 자기표현이 정보교류행동에 중요한 영향요인임을 고려해볼 때, 마이크로블로그 서비스 사업을 수행하는 기업들은 사용자들이 긍정적인 자기표현이나 정보교류 행동 동기를 활성화할 수 있는 다양한 서비스를 고안할 필요가 있다. 예를 들어 마이크로블로그 서비스에서 사용자들에게 도움되는 정보를 제공하거나 마이크로블로그에서 활발한 활동을 함으로써 서비스 활성화에 기여하는 사용자의 경우, 다른 사용자들로부터 좋은 이미지나 칭찬을 가시적으로 받을 수 있는 기회를 제공하는 방법을 고려해 볼 수 있다. 이는 해당 서비스에 대한 참여와 충성도 확대뿐 아니라 장기적 관점에서 해당 서비스 운영 조직 또는 기업의 존속력을 높여줄 것으로 예상된다.

## 5.2 연구의 한계 및 향후 연구 방향

본 연구는 다음과 같은 한계점을 가지고 있다. 이와 같은 한계점은 향후 연구에서 보완되어 더욱 발전적인 방향으로 나아가도록 해야 할 것이다.

첫째, 마이크로블로그 서비스에서의 플로우 및 자기표현과 정보교류행동을 논의함에 있어, 횡단적(cross-sectional) 연구를 수행하여 플로우 이전과 이후의 관련성에 관한 연구를 수행하지 못했다는 점이다. 차후의 연구에서는 종단적(longitudinal) 차원의 연구가 수행된다면 현재의 연구보다 진보된 연구로 평가될 것이다.

둘째, 이용자 특성별 영향 요인이나 차이에 대한 설명이 부족하다. 본 연구에서는 조사대상자의 직종이나 연령별 특성을 고려하지 않고 마이크로블로그 서비스에서의 플로우 정도나 자기표현 정도에 관한 자료 수집과 조사가 이루어졌기 때문에 이러한 세부적 차이에 대한 설명이 부족하다. 이들 사용자 특성들이 분석대상으로 포함되었다면 연구결과에 대해 좀 더 일반론적인 대표성을 가질 수 있을 것이다.

향후 연구 방향은 연구의 한계에서도 지적했듯이 마이크로블로그 서비스에서의 정보교류행동에 대한 더욱 많은 영향요소들을 고려한 포괄적인 연구모델의 개발 필요성이 제기된다. 또한 마이크로블로그 서비스 이용목적별, 이용자 개인 성향별 연구가 이루어진다면 실제로 마이크로블로그 서비스를 사용하거나 해당 서비스를 제공하는 기업에서는 더욱 구체적이고 실제적인 전략으로 활용할 수 있을 것이라고 생각된다. 또한 다양하고 사용자에게 편리한 마이크로블로그 서비스 환경이 개발되고 제공된다면 마이크로블로그 서비스 이용이 더욱 활성화될 것으로 예측된다. 그러나 이러한 마이크로블로그 서비스 사용 및 성과에 대한 이론 및 실증적 연

구가 부족한 실정이다. 향후 연구에서는 마이크로블로그 활동과 관련된 사용성 연구가 진행될 필요가 있을 것이며, 이는 마이크로블로그 서비스의 사용 성과 연구에 있어서 큰 의의가 있을 것으로 판단된다.

## 참고 문헌

- [1] 고준, 신선진, 김희웅, “온라인 커뮤니티에서 자기표현욕구의 영향요인과 디지털 아이템 구매의도에 미치는 효과”, *경영정보학연구*, 제18권 제1호, 2008, pp. 117-144.
- [2] 우성화, 김경규, 신호경, 장항배, “인터넷 티케팅 시스템의 사용과 만족에 영향을 미치는 요인”, *경영정보학연구*, 제17권 제3호, 2007, pp. 1-24.
- [3] 유상진, 김효정, 최은빈, “모바일 커뮤니티의 특성과 개인특성이 사용자의 몰입, 신뢰, 충성도에 미치는 영향에 관한 연구”, *경영교육논총*, 2005, pp. 205-228.
- [4] 이지수, 신현석, 김효동, 이경원, “문맥적 시각화를 위한 마이크로 블로그 서비스에 나타나는 사회 연결망의 구조와 특성 분석”, *한국디자인학회 봄국제학술발표대회논문집*, 2009.
- [5] Adams, D. A., Nelson, R. R., and Todd, P. A., “Perceived usefulness, ease of use, and usage of information technology : A replication”, *MIS Quarterly*, Vol. 16, 1992, pp. 227-247.
- [6] Agarwal, R. and Karahanna, E., “Time Flies When You’re Having Fun: Cognitive Absorption and Beliefs about Information Technology Usage”, *MIS Quarterly*, Vol. 24, No. 4, 2000, pp. 665-694.
- [7] Ardichvili, A., Page, V., and Wentling, T., “Motivation and barriers to participation in virtual knowledge-sharing communities of practice”, *Journal of Knowledge Management*, Vol. 7, No. 1, 2003, pp. 64-77.
- [8] Ashforth, B. E. and Mael, F., “Social Identity Theory and the Organization”, *Academy of Management Review*, Vol. 14, No. 1, 1989, pp. 20-39.
- [9] Barclay, D., Higgins C., and Thomson, R., “The partial least squares approach to causal modeling”, *Personal Computer Adoption and Use as an illustration*, *Technology Studies*, Vol. 2, No. 2, 1995, pp. 285-309.
- [10] Bhattacharya, C. B., Rao, H., and Glynn, M. A., “Consumer-Company Identification : A Framework for Understanding Consumers’ Relationships with Companies”, *Journal of Marketing*, 1995, pp. 76-88.
- [11] Biocca, F., Harms, C., and Burgoon, J. K., “Toward a more robust theory and measure of social Presence : Review and suggested criteria”, *Presence : Teleoperators and Virtual*, Vol. 12, No. 5, 2003, pp. 456-482.
- [12] Compeau, D. R. and Higgins, C. A., “Computer Self-Efficacy : Development of a Measure and Initial Test”, *MIS Quarterly*, Vol. 19, No. 2, 1995, pp. 189-211.
- [13] Chiu, C. M., Hsu, M. H., and Wang, E., “Understanding Knowledge Sharing in Virtual Communities : An Integration of Social Capital and Social Cognitive Theories”, *Decision Support Systems*, Vol. 42, 2006, pp. 1872-1888.
- [14] Chin, W. W., “Issues and Opinion on Structural Equation Modeling”, *MIS Quarterly*



- ly, Vol. 22, No. 1, 1998, pp. 7-18.
- [15] Csikszentmihalyi, M., *Beyond Boredom and Anxiety*, San Francisco : Jossey-Bass, 1977.
- [16] Davis, F. D., "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology", *MIS Quarterly*, Vol. 13, No. 3, 1989, pp. 319-340.
- [17] De Young, R., *Environmental Psychology*, Encyclopedia of Environmental Science. Hingham, MA : Kluwer Academic Publishers, 1999.
- [18] 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, 1991.
- [19] Goffman, E., *The Presentation of Self in Every Day Life*, Doubleday Anchor Books, Doubleday and Company : New York, 1959.
- [20] Gunther, O., Riehle, D., Krasnova, H., and Schondienst, V., "Modeling Microblogging Adoption in the Enterprise", Americas Conference on Information Systems, 2009. pp. 1-9.
- [21] Kanawattanachai and Yoo, "THE IMPACT OF KNOWLEDGE COORDINATION ON VIRTUAL TEAM PERFORMANCE OVER TIME", *MIS Quarterly*, Vol. 31, No. 4, 2007, pp. 783-808.
- [22] Hoffman, D. L. and Novak, T. P., "Marketing in Hypermedia Computer-Mediated Environments : Conceptual Foundations", *Journal of Marketing*, Vol. 60, 1996, pp. 50-68.
- [23] Hsu, M. H., Ju, T. L., Yen, C. H., and Chang, C. M., "Knowledge Sharing Behaviour in Virtual Communities : The Relationship between Trust, Self-efficacy and Outcome Expectation", *International Journal of Human-Computer Studies*, Vol. 65, 2007, pp. 153-169.
- [24] Kankanhalli, A., Tan, C. Y. B., and Wei, K. K., "Contributing knowledge to electronic knowledge repositories : an empirical investigation", *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 1, 2005, pp. 113-143.
- [25] Koufaris, M., "Applying the Technology Acceptance Model and Flow Theory to Online Consumer Behavior", *Information Systems Research*, Vol. 13, No. 2, 2002, pp. 205-223.
- [26] Leary, M. R., *Self-Presentation : Impression Management and Interpersonal Behavior*, Boulder, CO : Westview Press, 1995.
- [27] Leary, M. R. and Kowalski, R. M., "Impression Management : A Literature Review and Two-Component Model", *Psychological Bulletin*, Vol. 107, No. 1, 1990, pp. 34-47.
- [28] Ma, M., Agarwal, R., "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.
- [29] McEvily, B., Perrone, V., and Zaheer, A., "Trust as an organization principle", *Organization Science*, Vol. 14, No. 1, 2003, pp. 91-103.
- [30] Newcomb, T. M., *The Acquaintance Process*, Holt, Rinehart, and Winston, New York, 1961.
- [31] Poston, R. S. and Speier, C., "Effective use of knowledge management systems : A

- process model of content ratings and credibility indicators", *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 2, 2005, pp. 221-244.
- [32] Schau, H. J. and Gilly, M. C., "We Are What We Post? Self-Presentation in Personal Web Space", *Journal of Consumer Research*, Vol. 30, No. 3, 2003, pp. 385-404.
- [33] Schlenker, B. R., Britt, T. W., and Pennington, J., *Impression Regulation and Management : Highlights of a Theory of Self-Identification*, In R. M. Sorrentino and E. T. Higgins(Eds.), *Handbook of Motivation and Cognition : Vol. 3. The Interpersonal Context* (pp. 118-147), New York : The Guilford Press, 1996.
- [34] Shin, H. K. and Kim, K. K., "Examining Identity and Organizational Citizenship Behaviour in Computer-Mediated Communication", *Journal of Information Science*, Forthcoming, 2009.
- [35] Sussman, S. W. and Siegal, W. S., "Informational influence in organizations : An integrated approach to knowledge adoption", *Information Systems Research*, Vol. 14, No. 1, 2003, pp. 47-65.
- [36] Tajfel, H. and Turner, J. C., *An Integrative Theory of Intergroup Conflict*, In W. G. Austin and S. Worchel(Eds.), *The Social Psychology of Intergroup Relations*, Monterey, CA : Brooks/Cole, 1979, pp. 33-48.
- [37] TechCrunch, *End of Speculation : The Real Twitter Usage Numbers*. [WWW document] <http://www.techcrunch.com/2008/04/29/end-of-speculation-the-real-twitter-usage-number>, (accessed 15<sup>th</sup> February 2009), 2008.
- [38] Trevino, L. and Webster, J., "Flow in computer-mediated communication", *Communication Research*, Vol. 19, No. 5, 1992, pp. 539-573.
- [39] Turkle, S., *Life on the Screen : Identity in the Age of the Internet*. Simon and Schuster, New York, 1995.
- [40] Turner, J. C., Hogg, M. A., Oakes, P. J., Reicher, S. D. and Wetherell, M. S., *Rediscovering the Social Group : A Self-Categorization Theory*, Oxford, England: Basil Blackwell, 1987.
- [41] Verkuyten, M. and Hagendoorn, L., "Prejudice and Self-Categorization : The Variable Role of Authoritarianism and Ingroup Stereotypes", *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 24, No. 1, 1998, pp. 99-110.
- [42] Wasko, M. M. and Faraj, S., "Why should I share? Examining social capital and knowledge contribution in electronic networks of practice", *MIS Quarterly*, Vol. 29, No. 1, 2005, pp. 35-58.
- [43] Yoo, Y. and Alavi, M., "Media and Group Cohesion : Relative Influences on Social Presence, Task Participation, and Group Consensus", *Mis Quarterly*, Vol. 25, No. 3, 2001, pp. 371-390.

## ■ 저자소개



### 신 호 경

연세대학교 정보대학원에서 정보시스템 박사를 취득하고 현재 연세대학교 정보대학원 연구교수로 재직 중이다. Information and Management, Journal of Information Science 등의 국제학술지와 Asia Pacific Journal of Information Systems 등의 국내 학술지에 논문을 게재한 바 있다. 주요 관심 분야는 지식공유, 온라인 커뮤니티, 유비쿼터스 컴퓨팅 등이다.



### 이 기 원

서울여자대학교 컴퓨터공학과를 졸업하고, 연세대학교 정보대학원에서 석사 과정 중에 있다. 현재 디지털 비즈니스 연구실에 소속되어 있으며 주요 관심분야는 정보격차, 지식경영, 기술 수용 등이다.



### 하 나 연

이화여자대학교 사회체육학과를 졸업하고, 연세대학교 정보대학원에서 석사 과정 중에 있다. 현재 디지털 비즈니스 연구실에 소속되어 있으며 주요 관심분야는 u-Business Strategy, Social Networks, Mobile Contents, Virtual Communities 등이다.