

국내 중국 유학생의 SNS 이용에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

남종훈*

요약

본 논문은 최근 급증하고 있는 중국 유학생들의 SNS 이용 현상에 대해서 탐색하고자 하였다. SNS와 같은 커뮤니케이션 미디어는 그 활용 정도에 따라서 사회화와 깊은 관계가 있다. 따라서 국내 중국 유학생들의 SNS 이용 현황 및 그러한 SNS 이용에 영향을 미치는 요인에 대해서 분석해봄으로써 중국 유학생들의 스마트미디어 이용 트렌드와 한국 사회 정착의 관계를 유추해볼 수 있을 것으로 기대한다.

국내 중국 유학생의 SNS 이용에 영향을 미치는 요인에 대한 연구를 위해서 연구틀로 새로운 기술 수용 연구에 활용되어온 정보기술수용모델(TAM)을 적용하였다. TAM 이론에 근거해서 SNS의 기술적속성과 개인적속성 그리고 사회적속성을 독립변인으로 도출하였고, TAM에서 전통적으로 매개변인으로 입증된 지각된 용이성과 지각된 유용성을 매개변인으로 적용하였다.

연구 결과 몇몇 가설은 기존의 연구와 같은 결과를 보였으나, 서비스품질과 개인의 혁신성 등은 기존 이론과 달리 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 SNS가 가지고 있는 미디어적 특성과 또 이미 어느정도는 익숙한 사회적 매체로 자리매김한 결과로 유추할 수 있겠다. 향후 보다 다양한 변인의 발굴과 전국 단위의 샘플링을 통해서 보다 객관적인 연구를 한다면 한국내 외국인들의 사회정착화와 커뮤니케이션 미디어의 상관관계를 고찰하는데 큰 도움이 될 것으로 기대한다.

키워드 : SNS, 중국유학생, 지각된 용이성, 지각된 유용성, 이용의도

The Study on the factor influencing to SNS use of Chinese students in Korea

Nam, Chong-Hoon

Abstract

This study focused on SNS use of Chinese students who are studying in Korea. Communication media like SNS is strongly related with socialization of foreigners. Thus, it is expected to verify relationship between current SNS use tendency of Chinese students and their settlement in Korea based on analysis on the factor influencing SNS use of Chinese students.

For the study on the factor influencing to SNS use of Chinese students in Korea TAM model was used as a research frame. Based on TAM theory technological attribute, individual attribute and social attribute were taken out as independent variables. Perceived ease of use and perceived usefulness are applied as mediator variables.

In research conclusion, some hypotheses are adopted the same as existing theory, but some hypotheses for example service quality and individual attribute are rejected as variables which influence positively to mediator variable perceived easy of use. For the next research more various variables and nationwide sampling will be needed. Based on this research it is expected to be analysed correlation between foreigners settlement in Korea and communication media like SNS.

Keywords : SNS, Chinese student, Perceived easy of use, Perceived usefulness, Intention to use

※ Corresponding Author : Nam, Chong Hoon

Received : March 01, 2015

Revised : April 08, 2015

Accepted : April 25, 2015

*Professor, Dept. of Masscommunication,

Catholic University of Daegu

Tel: +82-53-850-3566, Fax: +82-53-350-6370

chnam@cu.ac.kr

■ 본 연구는 대구가톨릭대학교 교내연구비 지원에 의한 것입니다.

1. 서론

1.1 연구배경

최근 10년 사이에 한국에 유학하는 외국인 학생 수는 빠르게 성장했다. 2005년 이후 매년 30% ~ 50% 가까이 가파르게 성장하다, 2011년 약 8만9천명을 기점으로 조금씩 줄어서 2013년 현재 약 8만6천명의 외국인이 유학중인 것으로 집계되었다.

<표1> 국내 외국인 유학생 수

Year	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
Number of Foreign Student	16,832	22,526	32,557	49,270	63,952	75,850	83,842	89,537	86,878	85,923
Ratio of Increasing	-	34%	45%	51%	30%	19%	11%	7%	-2%	-1%

<Table 1> Status quo for foreign students in Korea

국내 외국인 유학생의 출신 국가를 보면 아시아가 86.3%로 절대다수를 차지하고 있으며, 그 중 중국이 59.3%로 가장 많고, 그 다음으로 일본, 몽골, 미국, 베트남 등이 차지하고 있다. 국내의 상황의 변화로 국내 유입 유학생 수가 다소 줄어들긴 했지만 국내 학령인구가 감소하고 있고, 교육부에서 2020년까지 20만명의 유학생을 유치하겠다는 ‘2020 Study Korea’ 정책을 발표하는 등 외국인 유학생 유치를 위한 국가의 정책적 지원이 계속되는 한 유학생의 수는 앞으로도 줄어들지 않을 것으로 예측된다.

이렇듯 점점 늘어나고 있는 외국인 유학생은 그 수만 중요한 것이 아니라 우리 사회의 적응 또한 매우 중요하다. 외국인이 다른 사회에 적응해서 사회화하는 데에 도움이 되는 요인은 다양하겠지만, 인터넷도 사회화 과정의 중요한 도구이다. 인터넷은 개인의 사회적 지식 및 인지 능력을 습득하는데 중요한 역할을 하기 때문이다. [10]의 한국 거주 중국 유학생 연구에 의하면 인터넷을 통해서 지역사회네트워크를 구축하려고 시도했던 유학생들은 그들의 사회생활 만족도가 매우 높은 것으로 나타났다.

SNS(Social Network Service)는 웹 2.0 트렌드에서 가장 주목할 만한 어플리케이션이며 특히 젊은 층으로부터 폭넓은 사용을 이끌어냈다. 중국에서 SNS 사용자는 약 3억 7천만명이며, 20대 사용자가 52.6%를 차지하고 있으며, 특히 대

학생들이 SNS 사용자의 핵심 그룹이었다[5]. 또한 한국 내 중국 유학생들 또한 폭넓게 SNS를 사용하고 있다[13].

따라서 한국내 외국인 유학생, 특히 가장 많은 수를 차지하고 있고 우리나라와 문화나 생활방식이 비슷한 중국 유학생들의 SNS 사용 관련 연구는 외국 유학생들의 소통방식을 이해하는데 도움이 될 것이다. 또한 중국인 유학생들이 SNS를 이용하는데 영향을 미치는 요인은 무엇인지 분석해봄으로서 이들의 한국 내 사회화 과정에 대한 이해의 폭을 넓힐 수 있을 것이다.

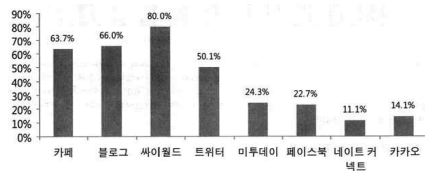
2. 이론적 배경

2.1 SNS 이해 및 현황

SNS는 인터넷 상에서 공통의 관심사를 가지고 있는 사용자들 간의 관계 형성을 지원하고, 이렇게 형성된 관계를 바탕으로 인맥 관리, 정보 및 콘텐츠 공유 등 다양한 활동을 할 수 있도록 지원하는 서비스를 의미한다[4]. SNS는 1995년 태동하여 페이스북의 등장과 모바일 환경의 성숙과 연계하여 2006년 등장한 트위터를 통해 새로운 커뮤니케이션 도구로 진화했다. 개인위주의 인맥 쌓기를 벗어나 대중을 결합하기도 하고, 100만이 넘는 친구를 가진 계정도 등장하고 있으며, 인맥을 통해 정치적으로 활용하거나 상업적으로 활용하는 경우도 발생하고 있다[13].

한국 인터넷 이용자의 65.7%는 SNS를 이용하는 것으로 나타났고, 20대가 가장 많으며 남성과 여성의 비율은 비슷한 것으로 조사됐다. 조사에 따르면 SNS 이용자의 55.5%는 주 1회 이상 업무 외의 개인 용도로 SNS를 이용하는 것으로 나타났다. 하루 1회 이상 SNS를 이용하는 비율도 25.4%나 됐다. SNS 유형은 블로그가 83.2%로 가장 많고 커뮤니티(74.4%) 미니홈피(68.1%)가 뒤를 이었다[13].

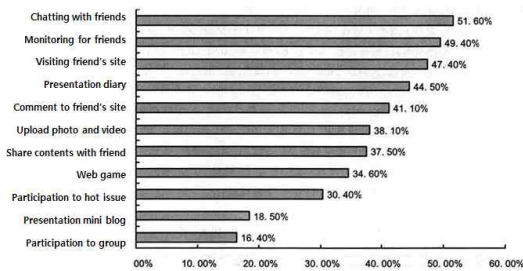
(그림 1) 한국 주요 SNS 사이트 이용 현황



(Figure 1) Status quo for main sites in Korea

중국의 인터넷 이용자수는 2010년 현재 4억 2천만명이며, 전체 인구대비 이용률은 31.8%이다. SNS 이용자수는 2013년 현재 약 4억2천5백만명이다[5]. 중국의 SNS 사이트는 크게 학교 생활형, 직업·비즈니스형, 교우·결혼·연애형 등으로 나뉜다. 대표적인 유형은 학교 생활형으로 대학생이 주 사용자인 샤오네이왕이나 QQ사오여우루다. 샤오네이왕 이용자는 연령대가 비교적 낮은 만큼 호기심이나 일시적 관심으로 사이트를 방문하는 이용자들이 많다.

(그림 2) 중국 SNS 사이트 이용 목적[13]

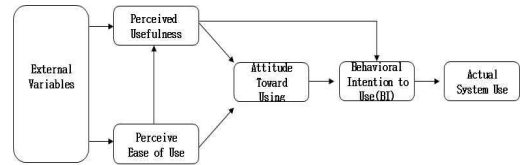


(Figure 2) Purpose of SNS in China[13]

2.2 기술수용모델(TAM) 모델

정보기술수용모형은 정보기술에 대한 사용자의 수용을 시스템적으로 설명하기 위해서 데이비스[6][7]에 의해서 정립된 이론이다. 정보기술수용모형은 이성적 행위이론[2][3]의 발전된 이론 형태이다. 이성적 행위이론에 의하면 실제행위는 행위의도에 영향을 받고, 행위의도는 개인의 태도와 주관적 규범에 의해 결정되어진다. 또 태도는 행위를 수행하는 결과와 이러한 결과를 평가하고자 하는 개인의 신념에 영향을 받는다[3]. 정보기술수용모형은 이러한 이성적 행위이론의 인과관계를 인정하고 받아들여 ‘지각된 유용성’(perceived usefulness)과 ‘지각된 용이성’(perceived ease of use)이라는 개념을 추출하여 정보기술수용의 결정 요인에 관한 설명을 제공하고 있다[7]. 이 모델은 본래 컴퓨터 기반 기술의 수용에 맞추어 만들어졌으나 분석 대상에 따라 변인들의 조정을 통해 다양하게 확장 적용되고 있다.

(그림 3) 정보기술수용모형[7]



(Figure 3) TAM Model[7]

[7]에 의하면 지각된 유용성은 ‘잠재적 이용자가 기술을 사용한다면 생산성을 증진시킬 수 있다는 것에 대한 주관적 신념의 정도’를 말한다. 지각된 용이성이란 ‘잠재적 이용자가 많은 노력 없이 이 기술을 사용할 수 있을 것으로 기대하는 정도’를 말한다. 지각된 용이성은 지각된 유용성에 영향을 미치는데, 그 이유는 이용자가 새로운 기술을 사용하기에 쉽게 느끼면 느낄수록 그 기술이 유용하다고 느끼기 때문이다. 즉, 모든 조건이 동일하다면 사용하기에 쉬운 기술일수록 사용가능성은 더 높아지는 것이다[1][7].

한편, 이러한 정보기술수용모형의 확장 연구는 정보기술의 매체적 특성이나 개인적 속성과 사회적 영향 요소 같은 구체적인 선행 변수를 추가하려는 시도도 지속적으로 이루어져 왔다. 지각된 유용성과 지각된 용이성 또는 지각된 유희성에 영향을 주는 선행 변수들을 구체적으로 포함하여 행위의도에 대한 직접 및 간접 효과를 검증해내기도 하였다.

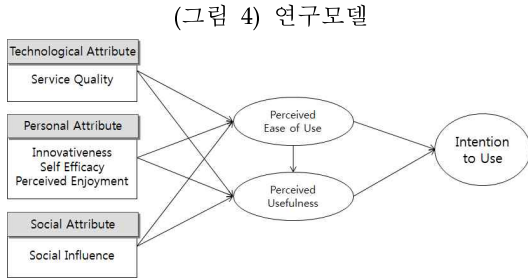
3. 연구방법

3.1 연구모델

선행 연구를 토대로 다음과 같은 연구모델을 설정하였다. 독립변인은 기술적 속성과 개인적 속성 그리고 사회적 속성으로 나누고 각각의 속성 속에 서비스 품질, 혁신성, 자아존중감, 지각된 즐거움, 사회적 영향 등의 세부 독립변인을 설정하였다. 이러한 세부 독립변인들은 각각 매개변인인 지각된 용이성과 지각된 유용성에 영향을 미치고 동시에 지각된 용이성은 지각된 유용성에 영향을 미친다. 매개변인 지각된 용이성과 지각된 유용성은 결국 이용의도에 영향을 미치는 것으로 판단된다.

개인적 속성 변인이 다른 독립변인에 비해서

많이 설정된 것은 SNS의 특성상 개인적 속성의 차이가 SNS의 선택을 결정하는데 영향을 미칠 것으로 보기 때문이다.



(Figure 3) Research Model

3.2 연구가설

앞서의 연구모델을 근거로 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

H1. SNS의 기술적 속성인 서비스 품질은 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

H2. SNS의 기술적 속성인 서비스 품질은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

H3. SNS의 개인적 속성은 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

-H3-1. SNS의 개인적 속성인 혁신성은 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

-H3-2. SNS의 개인적 속성인 자아존중감은 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

-H3-3. SNS의 개인적 속성인 지각된 즐거움은 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

H4. SNS의 개인적 속성은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

-H4-1. SNS의 개인적 속성인 혁신성은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

-H4-2. SNS의 개인적 속성인 자아존중감은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

-H4-3. SNS의 개인적 속성인 지각된 즐거움은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

H5. SNS의 사회적 속성은 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

H6. SNS의 사회적 속성은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

H7. 지각된 용이성은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.

H8. 지각된 용이성은 이용의도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

H9. 지각된 유용성은 이용의도에 정적인 영향을 미칠 것이다.

3.3 조사방법

본 연구를 위해서 조사는 설문 방식으로 진행되었으며, 조사 기간은 2013년 11월 4일부터 15일까지 실시되었다. 총 208부의 설문지 중 184명의 설문지가 채택되었다. 응답자는 대구 경부 지역의 5개 대학에 재학중인 학생들로 구성되었다. 설문은 리커트(Likert Scale) 5점 척도를 사용하였으며, 데이터 분석을 위해서는 SPSS 버전 18을 사용하여 다중회귀분석(Multiple Regression)을 실시하였다.

4. 연구결과

4.1 인구통계학적 분석 결과

본 연구에서는 총 208명의 조사 대상자 중 응답에 오류가 없는 184명을 최종적으로 분석에 사용하였다. 응답자의 성별비율은 남자 93명(50.5%), 여자 91명(49.5%)이었다. 연령별로는 20세에서 25세 사이가 126명으로 68.5%의 다수를 차지했다. 한국어 구사 능력은 의사소통 양호와 전공과정 이해 등이 각각 44.6%와 27.2%를 차지해서 응답자들의 한국어 의사소통능력은 비교적 양호한 것으로 나타났다.

<표 2> 인구통계학적 연구 결과

Sex	Male	93	50.5%	
	Female	91	49.5%	
Ages	1. Less 20: 20	10.9%	2. 20 ~ 25: 126	68.5%
	3. 25-30: 37	20.1%	4. Over 30: 1	0.5%
Educational background	1. 1 st grade: 17	9.2%	2. 2 nd grade: 17	9.2%
	3. 3 rd grade: 34	18.5%	4. 4 th grade: 66	35.9%
	5. Graduate: 27	14.7%	6. Language school: 23	12.5%
	1. Less 1year: 38	19.6%	2. Less 2years: 36	20.1%
Period for staying in Korea	3. Less 3years: 35	19.0%	4. Less 4years: 33	17.9%
	5. Less 5years: 43	23.4%		
	1. Fluent: 18	9.8%	2. Good for communication: 82	44.6%
Ability of Korean language	3. Understanding for majors: 50	27.2%	4. Bad: 34	18.5%
	1. Business: 57	31%	2. Humanities: 44	23.9%
Majors	3. Social science: 24	13.0%	4. Engineering: 12	6.5%
	5. Art and Sports: 4	2.2%	6. Etc: 43	23.4%

<Table 2> Demographic statistics of respondents

4.2 신뢰도 분석

본 연구에서는 크론바흐 알파(Cronbach's alpha) 상관계수를 측정하여 다항목 척도변수의 신뢰성을 측정하였다. 아울러 변인의 측정항목 중 '항목 삭제시 크론바흐 알파값' 중 높은 값을 가지는 항목을 삭제하여 신뢰성을 높였다.

<표 3>에서와 같이 본 연구에 사용된 변인들의 크론바흐 알파값은 대부분 0.7과 0.8을 상회하여 높은 신뢰성을 보이고 있으며 이용의도변인만 0.694이나 연구에는 크게 문제가 없다고 할 수 있다*.

<표 3> 신뢰도 분석 결과

Variables	Cronbach's Alpha
Service Quality	.799
Innovativeness	.742
Self Efficacy	.767
Perceived Enjoyment	.812
Social Influence	.708
Perceived Easy of Use	.813
Perceived Usefulness	.814
Intention to Use	.694

<Table 3> Reliability analysis

4.3 상관관계 분석

<표 4>에서 볼 수 있는 것처럼 모든 변인들 간의 상관관계가 유의미하게 나타났다.

<표 4> 상관관계 분석 결과

	Service Quality	Innovativeness	Self Efficacy	Perceived Enjoyment	Social Influence	Perceived Ease of Use	Perceived Usefulness	Intention to Use
Service Quality	1							
Innovativeness	.408**	1						
Self Efficacy	.448**	.651**	1					
Perceived Enjoyment	.624**	.434**	.457**	1				
Social Influence	.566**	.350**	.340**	.616**	1			
Perceived Ease of Use	.568**	.463**	.525**	.664**	.651**	1		
Perceived Usefulness	.622**	.488**	.495**	.643**	.651**	.780**	1	
Intention to Use	.502**	.310**	.434**	.526**	.639**	.633**	.559**	1

<Table 4> Correlation analysis

4.4 가설 검증

4.4.1 종속변인이 지각된 용이성인 경우

다중회귀분석 결과 종속변인이 지각된 용이성인 경우 R제곱 값은 59.1%로서 종속변인 지각된 용이성에 영향을 주는 독립변인의 설명력이 59.1%로 나타났다. 또한 모델적합도인 F값이 51.418로서 유의도 .001에서 유의미한 것으로 나타났다.

Model Summary ^a									
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.769 ^a	.591	.579	.46157	.591	51.418	5	178	.000

a. Predictors: (Constant), Social_Influence, Self_Efficacy, Service_Quality, Innovativeness, Perceived_Enjoyment
b. Dependent Variable: Perceived_Easeofuse

ANOVA ^b						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	54.773	5	10.955	51.418	.000 ^a
	Residual	37.922	178	.213		
	Total	92.695	183			

a. Predictors: (Constant), Social_Influence, Self_Efficacy, Service_Quality, Innovativeness, Perceived_Enjoyment
b. Dependent Variable: Perceived_Easeofuse

다중회귀계수를 살펴보면 서비스 품질과 혁신성은 종속변인 지각된 용이성에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났고, 자아존중감이나 지각된 유희성 그리고 사회적 영향은 지각된 용이성에 모두 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

* 너널리(Nunnally, 1978)에 의하면 탐색적인 연구에서는 크론바흐 알파 계수가 0.6 이상이면 충분하고, 기초 연구분야에서는 0.8, 중요한 결정이 요구되는 응용연구에서는 0.9 이상이면 신뢰성이 높다고 하였다. 일반적으로는 크론바흐 알파값이 0.6 이상이면 신뢰성에 별 문제가 없다고 볼 수 있다(Van de Ven & Ferry, 1980).

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.185	.234		-.791	.430
	Service_Quality	.097	.075	.086	1.301	.195
	Innovativeness	.058	.077	.049	.757	.450
	Self_Efficacy	.255	.080	.210	3.183	.002
	Perceived_Enjoyment	.338	.083	.284	4.091	.000
	Social_Influence	.354	.067	.339	5.312	.000

a. Dependent Variable: Perceived_Easeofuse

4.4.2 종속변인이 지각된 유용성인 경우

종속변인이 지각된 유용성인 경우 R제곱 값은 59.1%로서 앞서 지각된 용이성의 경우와 같은 결과를 보였으며, F값 역시 51.419로서 .001 유의도에서 유의미한 것으로 나타났다.

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.769 ^a	.591	.579	42912	.591	51.419	5	178	.000

a. Predictors: (Constant), Social_Influence, Self_Efficacy, Service_Quality, Innovativeness, Perceived_Enjoyment
b. Dependent Variable: Perceived_Usefulness

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	47.341	5	9.468	51.419	.000 ^a
	Residual	32.777	178	.184		
	Total	80.118	183			

a. Predictors: (Constant), Social_Influence, Self_Efficacy, Service_Quality, Innovativeness, Perceived_Enjoyment
b. Dependent Variable: Perceived_Usefulness

다중회귀분석결과를 보면 혁신성과 자아존중감은 종속변인 지각된 유용성에 유의미한 영향을 미치지 않았고, 나머지 서비스품질이나 지각된 유희성 그리고 사회적 영향은 모두 종속변인 지각된 유용성에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.001	.217		-.003	.997
	Service_Quality	.218	.069	.207	3.151	.002
	Innovativeness	.136	.071	.123	1.904	.058
	Self_Efficacy	.134	.074	.119	1.796	.074
	Perceived_Enjoyment	.231	.077	.208	3.002	.003
	Social_Influence	.312	.062	.321	5.030	.000

a. Dependent Variable: Perceived_Usefulness

4.4.3 종속변인이 지각된 유용성인 경우 두 번째

독립변인이 지각된 용이성이고 종속변인이 지각된 유용성일 경우의 회귀분석 결과는 R제곱 값 60.9%로 매우 높은 설명력을 보여주었고, F값 또한 283.436(.001) 유의미한 것으로 나타났다. 다중회귀계수 결과를 보면 t값 16.836에 유의도 .000으로 독립변인이 종속변인에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.780 ^a	.609	.607	41489	.609	283.436	1	182	.000

a. Predictors: (Constant), Perceived_Easeofuse
b. Dependent Variable: Perceived_Usefulness

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48.790	1	48.790	283.436	.000 ^a
	Residual	31.329	182	.172		
	Total	80.118	183			

a. Predictors: (Constant), Perceived_Easeofuse

b. Dependent Variable: Perceived_Usefulness

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.868	.150		5.788	.000
	Perceived_Easeofuse	.725	.043	.780	16.836	.000

a. Dependent Variable: Perceived_Usefulness

4.4.4 종속변인이 이용의도인 경우

마지막으로 종속변인이 이용의도인 경우, R제곱 값은 .411로서 약 41%의 설명력을 보였고, F값도 63.236(유의도 .000)으로 유의미한 결과를 보였다.

Model Summary^a

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.641 ^a	.411	.405	51072	.411	63.236	2	181	.000

a. Predictors: (Constant), Perceived_Usefulness, Perceived_Easeofuse
b. Dependent Variable: IntentiontoUse

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.989	2	16.494	63.236	.000 ^a
	Residual	47.212	181	.261		
	Total	80.200	183			

a. Predictors: (Constant), Perceived_Usefulness, Perceived_Easeofuse

b. Dependent Variable: IntentiontoUse

다중회귀분석 결과를 보면 종속변인 이용의도에 독립변인 지각된 용이성은 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으나, 지각된 유용성의 경우는 이용의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타나지 않아서 기존의 연구와는 다른 결과를 보여주었다.

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.173	.201		5.839	.000
	Perceived_Easeofuse	.468	.085	.503	5.512	.000
	Perceived_Usefulness	.167	.091	.167	1.828	.069

a. Dependent Variable: IntentiontoUse

4.4.5 가설검증 결과

본 연구모델에 의한 가설검증결과를 정리하면 <표 5>와 같다. 첫째로 기술적 속성에 해당하는 서비스품질은 매개 변인 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이라는 가설은 기각되었다. 즉 SNS 사용자들이 서비스품질과 사용의 편리성과는 유의미한 종속관계를 가지지 않는 것으로 느끼는 것으로 나타났다. 반면 서비스품질은 지각된 유용성에는 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째로 개인적 속성 중 혁신성향은 지각된 용이성과 지각된 유용성 모두에게 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 대신 자기효능감은 지각된 용이성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났고, 지각된 유용성에는 영향이 나타나지 않았다. 이는 이미 SNS 가 도입된 어느 정도 시점이 지난 점에서 볼 때 혁신성향은 그다지 지각된 용이성이나 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치지 않는 것으로 추측된다. 또 응답자가 보았을 때 두 변인이 비슷한 성향을 지니는 것으로 인식될 수 있어서 이 점은 후속연구에서 자기효능감과 중복을 피해서 변인 설정을 하는 것이 필요할 것으로 보인다.

지각된 즐거움은 지각된 용이성과 지각된 유용성 모두에게 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 응답자의 대부분은 SNS를 친구나 가족들간의 연락 뿐 아니라, 게임이나 심심풀이 등 유희적인 도구로 인식하는 것도 매우 큼을 알 수 있다.

셋째로, 사회적 속성은 지각된 용이성과 지각된 유용성 모두에게 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 지각된 즐거움과 마찬가지로 최근 SNS와 같은 첨단 미디어들은 유희적인 이유나 주변 사람로부터의 권유와 같은 영향을 크게 받는 것을 알 수 있다.

마지막으로 지각된 용이성은 이용의도에 긍정적인 영향을 미치지 않았고, 지각된 유용성은 이용의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

<표 5> 가설검증 결과

가설		검증 결과
H1	SNS의 기술적 속성인 서비스 품질은 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이다.	기각
H2	SNS의 기술적 속성인 서비스 품질은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
H3	H3-1: SNS의 개인적 속성인 혁신성은 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이다.	기각
	H3-2: SNS의 개인적 속성인 자아존중감은 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
	H3-3: SNS의 개인적 속성인 지각된 즐거움은 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
H4	H4-1: SNS의 개인적 속성인 혁신성은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.	기각
	H4-2: SNS의 개인적 속성인 자아존중감은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.	기각
	H4-3: SNS의 개인적 속성인 지각된 즐거움은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
H5	SNS의 사회적 속성은 지각된 용이성에 정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
H6	SNS의 사회적 속성은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
H7	지각된 용이성은 지각된 유용성에 정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
H8	지각된 용이성은 이용의도에 정적인 영향을 미칠 것이다.	채택
H9	지각된 유용성은 이용의도에 정적인 영향을 미칠 것이다.	기각

<Table 5> Result of hypothesis verification

5. 결론 및 연구의 한계

본 연구는 국내 체류 중인 외국인 유학생, 특히 중국인 유학생들의 SNS 이용현황을 살펴보고 이들의 SNS 이용에 어떠한 요인들이 작동하는지를 TAM 이론에 근거해서 탐색해보고자 하였다. 대부분의 연구결과는 기존의 연구와 비슷한 결과를 보였지만 최근 SNS의 폭넓은 보급에 따른 익숙함과 외국 생활을 하는 유학생이라는 점에서 기존의 연구와는 다른 결과를 보이기도 하였다.

한국으로 유입되는 외국인 유학생의 수는 그 수가 지속적으로 늘어나고 있으며, 한국 내에 원활한 거주를 위하여 복합 커뮤니티 형성을 활성화할 필요가 있다. 복합 커뮤니티 형성은 한국 학생들과 외국인 유학생들이 상호 도움을 주는 멘토링, 튜터링과 같은 자발적 모임을 의미한다.

본 연구는 한국에 거주하는 중국인 유학생들의 SNS 사용 현황을 조사하고 그 특성을 분석하고자 하였다. 그러나 몇가지 점에서 연구의 한계를 지닌다.

첫째로 연구대상이 대구경북 지역 대학생들로 제한되었다는 점이다. 향후 전국적인 샘플링이 된다면 보다 정확한 연구가 될 수 있을 것이다. 둘째로 한국내 유학하는 외국인들은 중국인 일변도에서 점차 동남아시아 등 다양한 국가로 확대되고 있다. 따라서 후속 연구에서는 다양한 국가의 외국인을 대상으로 하는 것이 필요할 것이다. 셋째로, 본 연구에서 사용되어진 변인이외에도 다양한 변인을 발굴하여 연구에 적용하는 것이 필요하다. 마지막으로, 한국인의 SNS 이용 현황과 외국인의 SNS 이용현황을 비교 검토해봄으

로써 SNS가 가지는 속성이 국가나 사회환경 등과 어떠한 상관관계를 가지는 알 수 있을 것이다.

References

- [1] Agarwal, R., & Prasad, J.(1997). "The Role of Innovation Characteristics and Perceived Voluntariness in the Acceptance of Information Technologies," *Decision Sciences*, 28(3), 557~582.
- [2] Ajzen, I.(1991). "The Theory of Planned Behavior Organizational Behavior and Human Decision Processes," 50, 179~211.
- [3] Ajzen, I., & Fishbein, M.(1975). *Belief, Attitude, Intention and Behavior: An Introduction to Theory and Research*, Addison-Wesley, Reading, MA.
- [4] Boyd, D. M., & Ellison, N. B.(2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal Of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- [5] CNNIC. (2011). 『The Statistical Report on the Internet Development in China』
- [6] Davis, F. D.(1986). Technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results, Doctoral Dissertation. Massachusetts Institute of Technology.
- [7] Davis, F. D.(1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 13(3), 319 - 9.
- [8] Iresearch. (2012). 『China SNS and Microblog User's Behavior Research 2011-2012』
- [9] Korean Statistical Information Service (2010). [Online]. Available: <http://kosis.kr> [2011, March 23].
- [10] Lee, E., Lee, L. & Jang, J. (2011). Internet for the Internationals: Effects of Internet Use Motivations on International Students' College Adjustment. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking*, 14 (7-8): 433-437.
- [11] Venkatesh, V.(1999). Creation of Favorable User Perceptions: Exploring the Role of Intrinsic Motivation. *MIS Quarterly*, 23(3), 319-340. (2000). Determinants of Perceived Ease of Use: Integrating control, Intrinsic Motivation, and Emotion into the Technology Acceptance Model. *Information Systems Research*, 11(4), 342-365.
- [12] Venkatesh, V., & Davis, F. D.(2000). A Theoretical Extension of the Technology Acceptance Model: Four Longitudinal Field Studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.
- [13] Xu, X. & Seo, C. (2011). SNS Utilization of Chinese Students in Korea. *Industrial Economy Research*. 24 (2): 1149-1167.
- [14] Yan, K. & Berliner, D. (2011). An Examination of Individual Level Factors in Stress and Coping Processes: Perspectives of Chinese International Students in the United States. *Journal of College Student Development*. 52(5):523-542.
- [15] Yang, Ting & Seo Sang-Ho. (2013). An Exploratory Study on the Relationship between SNS and Socialization Progress of Chinese College Students in Korea. *Korea China Social Science Study*, 11-2(27).



남종훈

1985년 : 성균관대학교 학사
 1994년 : Ohio University 석사
 2007년 : 고려대학교대학원 박사

1996년~2000년: LG소프트 미디어사업부
 2000년~2001년: LG텔레콤 데이터사업본부기획팀장
 2000년~2001년: BT(British Telecom) 기술자문
 2002년~2005년: 한국언론학회 이사
 2000년~2008년: 동신대학교 언론광고학과 교수
 2008년~2009년: 한국방송학회 이사
 2008년~ 현재: 대구가톨릭대학교 언론광고학부 교수
 관심분야 : 디지털방송, 멀티미디어, DMB, 모바일 TV, 스마트폰 등