



중장년층의 SNS 공공건강정보 이용의도 기술수용모델(TAM)의 적용*

이민지 한국보건 의료연구원 연구원**

안순태 이화여자대학교 커뮤니케이션·미디어학부 교수***

본 연구는 건강정보에 대한 관심과 수요가 높은 중장년층을 대상으로 SNS 공공건강정보 활용 가능성을 검토하였다. 기술수용모델을 기반으로 정보 이용의도에 영향을 미치는 변수를 검증한 결과, 인지된 유용성, 인지된 용이성, 건강 관여도, 디지털 리터러시 모두 유의미한 영향력을 보여 주었다. 즉, 개인의 디지털 리터러시와 건강 관여도가 높을수록 공공건강정보 이용 의도가 높게 나타났으며, 해당 정보에 대한 유용성과 용이성을 높게 인지할수록 이용 의사가 높았다. 또한 인지된 유용성과 건강 관여도의 상호작용이 유의미하였다. 다시 말해 건강 관여도가 낮은 사람들이 공공건강정보의 유용성을 높게 인지할 경우 이용 의도가 크게 상승하는 것으로 나타났다.

KEY WORDS SNS • 건강정보 • 기술수용모델 • 소셜마케팅

* 이 논문은 이민지의 석사학위논문(2014)에 기초하여 작성되었습니다.

** eriwaaa@naver.com

*** soontae@ewha.ac.kr, 교신저자

1. 서론

현대인의 건강 패러다임이 변화함에 따라 건강정보의 중요성이 증대되고 있다. 건강한 삶에 대한 사회적 관심이 모아지면서 사후 치료보다 예방 차원의 사전 관리 체계에 무게가 실리고(김찬원·김석일, 2007; 김수미, 2008), 건강정보의 기능이 부각되고 있는 것이다. 건강정보는 건강 상태 유지 및 질병의 예방, 관리를 위한 필수적 자원으로(Lorence, Park, & Fox, 2006), 개인의 건강 증진 및 교육에 중대한 역할을 한다. 베이커와 동료들(Baker, et al., 2003)은 건강정보의 이용이 ‘질환의 증상이나 상태, 치료에 대한 이해도 향상(67%)’, ‘건강관리 능력 향상(30%)’, ‘식습관 및 운동습관 변화(27%)’에 효과가 있음을 밝혀 건강정보 활용의 중요성을 뒷받침했다.

SNS(Social Network Service)는 최근 신속한 정보 전달 기능을 갖춘 건강정보 채널로서, 소셜마케팅에 많은 활용 가능성을 지니고 있는 플랫폼으로서 주목받고 있다(Nieger et al., 2012; Vance et al., 2009). TV, 신문 등 기존 건강채널은 시청각효과 및 이용 편의성의 장점에도 불구하고 일방향성, 시공간적 제약으로 이용자의 적극적인 탐색 활동을 제한해 왔다(한혜경·김주미, 2011). SNS는 이러한 제약을 해소한 대안 매체로 관찰되며, 전통 매체에 비해 시간·대상·비용·관계 4가지 측면에서 유용하다고 평가받는다(삼성경제연구소, 2010). 빠르고 지속적인 전파력을 바탕으로, 다수의 다양한 사람들과 적은 비용으로 양방향 소통이 가능하기 때문이다. 특히 건강정보를 주체적으로 소비하는 능동적 이용자가 증가하면서 SNS를 통한 건강정보 활용도가 확대되고 있다.

무엇보다 SNS는 이용자 간 공통 관심사를 공유할 수 있는 강력한 도구로서, 의료분야에서의 활용도가 높아지고 있다(고은지, 2010). SNS를 통해 의료 상담 및 환자 간 경험을 공유하고, 의료인 네트워킹 및 정부 캠페인 등 다양한 주체 간의 교류가 시공간적 개념에 구애받지 않고 이루어지고 있다. 대표적으로 미국의 ‘MedHelp’는 의료 전문가 그룹이 자발적으로 참여하여 각 질병군, 진료과에 해당하는 상담을 진행하며, ‘PatientsLikeMe’에서는 유사한 건강 상태에 있는 이용자들이 서로 개인의 증상 및 치료법을 공유한다(고은지, 2010). 국내에서도 개인 SNS 계정을 통해 눈높이 건강정보를 전하는 의사들, 일명 ‘닥터 커뮤니케이터’가 증가하는 추세다(손수지·김지연·박수정, 2014; 임소형, 2012).

이러한 SNS 활용은 민간 뿐 아니라 공공 부문에서도 활발해지고 있다(한국보건사

회연구원, 2012). 정부 및 공공기관에서는 SNS를 통해 공신력 있는 건강정보를 실시간 제공하고, 보건의로 정책 홍보 및 의견 청취에 이를 활용한다(고은지, 2010). 나아가 SNS의 쌍방향 소통 방식을 활용한 실시간 문의 대응, 퀴즈 이벤트 시행 등은 정부와 국민의 직접적 교류를 가능케 하고, 이용자의 건강 상식 습득 및 정부 정책 참여를 유도한다. 특히 정보 이미지인 ‘인포그래픽’을 주로 활용하여 모바일 중심으로 활용되는¹⁾ SNS 정보의 가독성을 높이고, 의료정보의 직관적 이해를 돕는다(정소영, 2012). 실제 이용자들의 관심과 참여도 증가해 국내 보건복지부, 국민건강보험공단 페이스북 구독자는 각각 6만여 명, 8만여 명으로 집계되고, 미국의 경우 질병통제예방센터(CDC) 페이스북 구독자는 2015년 기준 약 45만 명에 달한다. LG경제연구원(2010)에서는 의료 소비자의 역량이 향상되고, 환자 중심 의료 환경이 구현되는 과정에서 이러한 SNS의 역할이 더욱 커질 것으로 전망했다.

그러나 건강정보 채널로서 SNS의 활용성에 비해, 정보 소비자에 대한 이해와 연구는 아직 부족한 실정이다. SNS를 건강 매체로 인식한 선행 연구들은 주로 미디어 효과 분석(Fox, 2011; Park, Rodgers, & Stemmler, 2011) 및 캠페인 전략 연구(Blake, 2013; Mackert et al., 2012; Napolitano et al., 2012)에 집중해 왔으며, 국내에서는 SNS를 단순한 홍보 수단이자 소통을 위한 상징적 개념으로 활용하는 경향이 높다(한국보건사회연구원, 2012). 국내의 보건의로 정보 채널로서의 SNS 영향력이 네트워킹을 넘어 의료 환경의 변화를 가져올 것으로 기대되는 가운데, SNS가 공공 영역에서 활용되는 현상에 주목하고 이용자 특성에 대한 분석이 이루어질 필요가 있다.

특히 이러한 서비스가 대국민 건강관리·예방 목적에서 운영됨을 고려할 때, 40~50대 중장년층의 이용 가능성을 우선 점검할 필요가 있다. 만 40세는 중년기에 접어드는 생애 전환 시점으로, 암이나 뇌혈관 질환 등 만성질환 발병률이 급증하기 시작해 이에 대한 예방적 조치가 필요한 시기이다(보건복지부, 2007). 더욱이 40~50대의 생활습관은 노년기의 건강 상태를 좌우함에 따라²⁾ 질환 정보 및 예방법 습득, 실천 행동을 통한 건강관리가 무엇보다 중요하며, 관련 정보에 대한 수요도 높다. SNS의 경우 주

1) 주된 SNS 이용 기기가 ‘스마트폰’이 94.2%로 가장 높았고, 다음으로 ‘데스크탑 컴퓨터(40.3%)’, ‘노트북 컴퓨터(13.8%)’, ‘스마트패드(2.7%)’ 순으로 나타났다(미래창조과학부·한국인터넷진흥원, 2014).

2) 의료전문가들은 4~50대의 생활습관이 노후의 건강 상태를 결정짓는다고 강조하며 평소 과식·과음·흡연·운동 부족 등의 좋지 않은 습관을 개선할 것을 당부한다(전희진, 2015).

기적인 건강정보 노출을 통해 행동 계기를 만들어 줄 수 있고, 실제 2014년 기준 40대, 50대의 SNS 이용률도 각각 59.1%, 38.4%로 해마다 증가하는 것으로 나타나(미래창조과학부·한국인터넷진흥원, 2014), 4~50대 중장년층의 SNS 공공건강정보 활용 가능성을 확인해 볼 필요가 있다.

이에 본 연구는 보건의료 분야 정부 및 공공기관에서 제공하는 ‘SNS 공공건강정보’의 개념을 살펴보고, 중장년층의 이용 의도를 결정하는 요인들을 탐색하고자 한다. 연구 수행을 위해 프레드 데이비스(Fred D. Davis, 1989)의 기술수용모델(Technology Acceptance Model, TAM)을 이론적 틀로 사용하였다. 이 모델은 새로운 정보기술에 대한 수용자 이용 동기를 설명한 대표적 이론으로, 최근 새로운 건강정보 채널로 인식된 SNS 이용 행동 분석에 적합한 모델로 판단했다. 구체적으로 기술수용모델의 핵심 변인인 인지된 유용성과 용이성을 중심으로 건강정보 이용에 영향을 미치는 개인적 요소를 함께 고려해 SNS 공공건강정보 이용 의도를 예측하고자 했다. 확장 변인으로 디지털 리터러시와 건강 관여도의 영향력을 검토하고, 나아가 변인 간 상호작용성을 포함함으로써 정보 이용 의사를 높일 수 있는 대안을 모색하고자 했다. 이러한 시도는 기술수용모델(TAM)을 보건의료 분야에서 활용되는 새로운 정보 시스템에 적용하고, 기술적 특성과 건강 맥락 변수의 영향력을 추가 검증함으로써 이론적 확장에 기여할 것으로 보인다. 아울러 SNS 건강정보의 활용성 제고 및 정책 방향성 검토에 중요한 선행 과제가 될 것이며, 궁극적으로 건강 증진을 위한 소셜마케팅의 교육적, 예방적 기능을 검토한 데 실무적 의의를 두고 있다.

2. 이론적 논의 및 가설

1) SNS 공공건강정보의 정의 및 활용

스마트 기기의 성장세와 함께 SNS는 점차 대중적인 매체로 발전하고 있다.³⁾ 전통 매체와 달리 이용 시간과 장소에 제약이 없고 쌍방향 소통이 가능하며, 사회적 관계를 중심

3) '2014 인터넷 이용 실태조사'에 따르면, 국내 인터넷 이용자 약 4,100만 명(만 3세 이상 인구의 83.6%)의 60.7%가 SNS를 사용한다고 응답했다(미래창조과학부·한국인터넷진흥원, 2014).

으로 운영된다는 것이 강점으로 분석된다. 이러한 SNS의 기능은 최근 보건의로 환경의 변화에도 기여하고 있다. 전문가 중심으로 기울었던 의료정보의 비대칭성이 다양한 미디어 경로를 통해 대중화, 탈전문화되는 과정에서 SNS의 역할이 확대되고 있는 것이다(고은지, 2010; 김용, 2013). 예컨대 인터넷 기반 뉴미디어의 등장으로 전문가들의 전문물이었던 의료정보의 접근성이 강화되고, 4) 소위 ‘똑똑한 환자’들이 출연함에 따라 수직적이었던 의사-환자 관계가 수평적으로 변화하기 시작한 것이다. 이러한 배경에는 정부·행정기관의 SNS 활용 노력도 수반되었다. 의료정보는 공공재임에도 불구하고 정보 이해에 전문성이 요구되는 특수한 자원이다. 이에 정부에서는 SNS, 블로그 등의 정보채널을 직접 운영하며 의료정보를 알기 쉽게 전달하고, 적극적인 실천 행동을 유도하는 등 공공 서비스 영역을 확대하고 있다(한국보건사회연구원, 2012).

국내의 경우, 보건복지부와 국민건강보험공단 등의 높은 활용도를 확인할 수 있다. 5) 두 기관은 페이스북을 통해 생활건강정보, 만성질환 관리, 질병정보 등을 주기적으로 공유하고 있으며, 이용자 또한 각각 6만 8,196명, 8만 4,441명에 이른다(2016. 2월 기준). 특히 국민건강보험공단의 경우, 건강정보를 시각화한 인포그래픽과 카툰, 동영상 등을 주요 메시지와 함께 제공해 전문 정보에 대한 이해를 돕고, 건강 행동을 유도하고 있다. 건강보험심사평가원에서는 건강 상식 퀴즈 이벤트를 통해 SNS 이용자의 참여를 촉진, 직접적 소통을 추구하기도 한다. 해외의 경우, 2009년 신종 인플루엔자(H1N1) 발생 당시 미국 건강 관련 기관 및 지역 부서에서 SNS를 활용하여 클리닉 스케줄, 백신 정보, 예방 행동 등에 관한 정보를 제공해 전파 효과를 거둔 바 있다(National Association of County & City Health Officials, 2009; Park, Rodgers, & Stemmler, 2011에서 재인용).

이러한 현상과 관련하여 본 연구는 보건의로 분야 정부기관에서 SNS를 통해 제공하는 건강 관련 정보를 ‘SNS 공공건강정보’라고 개념화하고, 정보의 특징 및 활용 방식 등에 대한 논의를 이어 가고자 한다. 공익 목적으로 제공되는 공공건강정보는 일반적

4) 의사들은 환자 입장에서는 인터넷 건강정보가 질병 이해도 및 진료 질 향상에 어느 정도 도움이 된다고 긍정적으로 평가하고 있었다(김정은·김석화·신윤주, 2007)

5) 보건복지부 페이스북 페이지 <https://www.facebook.com/mohwpr>
 국민건강보험공단 페이스북 페이지 <https://www.facebook.com/nhis.korea>
 건강보험심사평가원 페이스북 페이지 <https://www.facebook.com/hirakorea>

으로 전문성과 신뢰도가 보장되며, SNS 환경에 기반해 정보 접근이 용이하다. 그간 SNS상에서는 개인적 경험에 근거한 건강정보가 생산·유통되면서 정보의 질과 신뢰성에 대한 우려가 높았다. 김수정에 따르면(2012) 대학생들이 건강정보 추구를 위해 소셜미디어를 이용하는 이유로 이용편이성, 유사 증상 경험자 탐색, 정보 교환의 신속성 등을 꼽았으나, 전문적·객관적 정보를 얻기는 어렵다고 판단했다(p. 247). 같은 맥락에서 장(Zhang, 2012)도 건강정보의 전문성과 정보 제공자에 대한 신뢰도, 개인 프라이버시 등이 SNS 건강정보 활용에 문제가 될 수 있음을 지적했다. 반면에 이 연구에서 다루는 SNS 공공건강정보는 정보원이 보건 의료 분야 정부 및 공공기관으로, 누구나 쉽게 전문성과 공익성이 확보된 건강정보를 실시간으로 받고 쌍방향 소통할 수 있다는 데 강점이 있다.

SNS 공공건강정보의 플랫폼으로는 페이스북(Facebook)과 트위터(Twitter)가 주로 활용된다. 특징적인 것은 SNS를 블로그 콘텐츠의 유통 채널로 활용하는 방식을 취한다는 점이다(한국보건사회연구원, 2012). 즉, SNS를 통해 핵심 정보를 우선 제공하고, 구체적인 내용은 해당 기관의 블로그로 이동해 확인하게 하는 방식이다. 페이스북과 트위터를 통해 전달하는 메시지는 기본적으로 동일하지만, 각 플랫폼의 특성에 따라 표현방식에 차이를 보인다. 트위터의 경우 140자 내외의 단문 정보를 기본 포맷으로 하지만, 페이스북은 글자 수에 큰 제한이 없어 트위터에 비해 자세한 정보 제공이 가능하다. 반면에 글, 사진, 동영상 등을 함께 게시하여 정보의 이해도를 높일 수 있다는 점은 두 플랫폼의 공통된 특징이다.

한편, 국내에서는 페이스북의 이용률이 전 연령대에서 가장 높게 나타나는데⁶⁾, 페이스북은 친목 네트워크를 기반으로 한 대인 커뮤니케이션 기능이 강화되어 건강정보 공유 및 행동 변화 유도에 적합하다고 분석된다(김지은·홍혜현, 2015). 특히 전범수·이정기(2014)의 연구에 따르면 40~50대 중장년층의 경우, 20~30대에 비해 페이스북을 학습 목적으로 사용하는 경향이 강하고, 이용 강도가 높아 건강정보 습득에 긍정적 몰입(flow)이 형성될 것으로 예측된다.

6) '2015 디지털 소비자 및 한국인의 디지털 라이프스타일 분석 보고서'에 따르면, 소셜미디어 이용 경험이 있는 국내 인터넷 이용자(만 19세~59세 780명 표본, 516명 응답)가 주로 이용하는 SNS는 페이스북(59.8%), 카카오톡(17.1%), 인스타그램(10.3%), 밴드(8.2%), 트위터(2.4%) 등의 순이었다(DMC 미디어, 2015).

SNS 공간에서 이용자가 건강정보를 활용하는 방식은 5가지로 구분된다(Zhang, 2012, p.6~7). 먼저 ‘적극적 탐색(Active seeking)’ 행위는 질문 및 검색 행동을 의미한다. 주로 친구나 지인들에게 건강 관련 상태나 예방법을 묻는 경우와 SNS 관계망 내 사람들이 게시한 건강 기사 검색, 혹은 관련 그룹 페이지를 검색하는 경우가 이에 속한다. 둘째, ‘적극적 관찰(Active scanning)’ 행동은 SNS 내 지인들이 게시하는 건강 관련 정보를 관심 있게 지켜보는 것을 의미한다. 특정 계정 혹은 페이지를 구독(follow)함으로써, 주기적으로 업데이트되는 건강정보를 받아 보는 행위도 포함된다.

셋째, ‘간접적 노출(Non-directed monitoring)’은 SNS 이용자가 의도치 않게 페이스북의 뉴스피드나 트위터의 타임라인에서 건강정보를 접하게 되는 경우를 뜻한다. 이는 개인의 관계망 내 사람들이 게시하거나 공유한 건강정보를 우연히 보게 되는 것으로, 특정 정보를 탐색하려는 목적이 없음에도 정보에 노출될 수 있는 SNS의 특성에 기인한다. 넷째, ‘정보 공유(Sharing information)’는 개인이 건강 관련 기사를 공유하거나 정보를 직접 게시(posting)하는 행위를 의미한다. 공유 행동은 트위터의 경우 ‘리트윗(Retweet)’, 페이스북의 경우 ‘좋아요(like)’, ‘댓글달기(comment)’, ‘공유하기(share)’ 기능을 통해 이루어진다. 마지막으로 ‘참여(Participating)’는 건강 목적으로 운영되는 SNS 그룹에 직접 참여하는 것으로, 건강정보를 스스로 획득하거나 제공하는 적극적 활동을 포함한다. 참여의 목적은 건강 관련 정보를 통한 배움에 기초하고 있다.

SNS 공공건강정보를 이용하는 방식은 장(Zhang, 2012)의 5가지 행동 양식에 모두 포함되는 내용으로, 이용자가 소극적으로 활용할 경우 타인이 공유한 공공건강정보를 뉴스피드나 타임라인에서 간접적으로 접할 수 있다. 반면, 적극적으로 이용할 경우에는 적극적 탐색 및 적극적 관찰, 정보 공유, 참여 행동을 통해 더욱 다양하고 질 높은 공공 정보 획득이 가능하다. 즉, 이용자의 정보 이용 의지 및 활용 수준에 따라 건강 지식 습득 정도가 달라질 뿐 아니라, 실천 행동에까지 영향을 미칠 수 있는 것이다. 따라서 정부 주도의 공공 서비스가 현재 이용자 및 잠재적 이용자의 정보 활용도를 높이고, 국민 건강 증진에 기여하기 위해서는 사용자 분석을 기초로 SNS 공공건강정보 활용 가능성을 검토할 필요가 있다.

2) 기술수용모델의 적용 및 확장

기술수용모델은 합리적 행동 이론에 기반을 둔 모형으로,⁷⁾ 정보 기술 이용에 가장 예측

력 있는 두 가지 변인을 제시한다(Brown, Dennis, & Venkatesh, 2010). 모델을 처음 제안한 프레드 데이비스는 사람들이 왜 정보 기술(information technology)을 수용 혹은 거부하는가에 의문을 가졌다. 정보 기술의 이용이 정보 및 지식 획득에 도움이 되지만, 수용자가 그 가치를 느끼지 못한다면 정보 이용 행태 및 성과가 달라진다는 점에 주목한 것이다. 그는 ‘인지된 유용성(perceived usefulness)’과 ‘인지된 용이성(perceived ease of use)’을 기술 수용 여부에 영향을 미치는 핵심 변수로 제시했다. 인지된 유용성이란 ‘특정 정보 시스템의 이용이 자신의 직무 성과를 향상시킬 것이라고 믿는 정도’를 의미하며, 인지된 용이성은 ‘그 이용 행위에 큰 노력이 들지 않을 것이라고 믿는 정도’를 뜻한다. 데이비스에 의하면, 이 두 가지 개념은 반두라(Bandura, 1982)의 자기 효능 이론(Self-efficacy theory)에 의거한다. 인지된 용이성은 정보 기술을 잘 다룰 수 있는가에 대한 주관적 판단으로 ‘자기 효능 판단(self-efficacy judgment)’의 개념과 가까우며, 인지된 유용성은 기술 사용에 따른 결과를 기대한다는 차원에서 ‘성과 판단(outcome judgement)’과 같은 개념으로 간주하는 것이다(Davis, 1989, p.319~339).

기술수용모델은 이론의 명료함과 강한 예측력으로 많은 연구가 이루어졌으나, 주요변수에 영향을 미치는 외부요인, 즉 사회적·환경적 요인 등과 같은 변수들은 구체화하지 않았다는 지적을 받기도 했다. 이에 데이비스는 비스와나스 벤카테시(Viswanath Venkatesh)와 함께 기존 모델에 주관적 규범을 비롯한 다양한 변수를 추가하여 ‘확장된 기술수용모델(TAM2)’을 제시했다. 이후로도 기술수용모델은 다양한 변수를 추가하며 진화해왔으나 인지된 유용성·용이성을 기초변수로 한 본연의 구조는 유지하고 있으며, 두 변수는 정보시스템 이용태도 및 의도, 이용행동에 이르는 기술 수용과정을 설명하는 데 폭넓게 활용되어 왔다(손승혜·최윤정·황하성, 2011).

한편 기술수용모델은 단순한 기술 수용 과정뿐 아니라 특정 정보 추구를 위한 미디어 채택 연구에도 적용되어 왔으며, 이 중 건강 매체 이용 의도를 탐구한 연구도 상당수 이루어졌다(노기영·최정화·권명순, 2013). 최민음 등(2014)은 TV 건강 프로그램

7) 합리적 행동 이론(Theory of Reasoned Action, TRA)은 피쉬바인과 아이젠(Fishbein & Ajzen, 1975)이 제시한 사회심리학적 이론으로, 신념(belief), 태도(attitude), 의도(intention), 행동(behavior) 간의 관계를 밝히고 있다. 기술수용모델은 이를 정보 기술 이용에 확장한 시도로서, 두 변인을 정보 기술 이용에 대한 신념 차원에서 바라보고 이용 행위 및 이용 의도와의 관계를 검증하고자 했다(손승혜·최윤정·황하성, 2011).

램의 시청 의도를 분석하기 위해 확장된 기술수용모델을 적용하여 유용성·용이성 인지에 영향을 미치는 건강 관련 변수(건강 관심도, 헬스 리터러시)를 외생 변인으로 추가하고, 기본 변수 외에 지각된 즐거움이 시청 의도를 직접적으로 설명하는지 검증했다. 분석 결과 건강 관심도와 헬스 리터러시는 지각된 용이성과 유용성에 정적 영향을 미치고, 지각된 용이성과 즐거움은 각각 지각된 유용성에 정적 영향 관계를 가지고 있었다. 또한 지각된 유용성과 즐거움은 TV 건강 프로그램 시청 의도에 직접적으로 영향을 미쳤으나, 지각된 용이성은 유용성을 매개하여 영향을 미치는 것으로 나타났다.

인터넷 건강정보 추구 활동을 기술수용모델로 설명한 노기영 등(2013)은 개인의 자율성 욕구, 정보 신뢰, 건강 의식이 인터넷 건강정보 수용 모델에서 선행 경로 구조를 형성함을 확인했다. 특히 이 연구에서는 기존 대중매체보다 능동적 활동이 요구되는 인터넷의 특성에 주목하여, 정보 이용자들의 자율성이 인터넷 건강정보 활용에 정적인 영향을 미치고 있음을 검증했다. 즉, 자율성 욕구가 높은 이용자일수록 진료 과정이나 질병 예방 행동에 인터넷 건강정보를 더 적극적으로 활용하게 되는 것이다. 이 외에 기술수용모델의 기본 변수인 지각된 유용성과 용이성도 인터넷 건강정보 추구에 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

같은 맥락에서 본 연구는 SNS 공공건강정보의 이용 의도를 파악하기 위해 기술수용모델을 이론적 틀로 사용하고자 한다. 조경원 등(2007)에 따르면, 인터넷 건강정보 이용자들은 건강정보 채택 기준으로 정보의 질 및 콘텐츠 구성⁸⁾, 이용의 편의성을 가장 중시하고 있었다. 정보 시스템 이용 관점에서 SNS의 이용 행위를 기술수용모델로 설명한 선행 연구들도 정보의 유용성과 용이성에 대한 인식이 SNS 이용에 유의미한 영향을 미치고 있음을 밝히고 있다(조현·박상선, 2012; 최상민·강성배·문태수, 2012; 최수정, 2012; Choi & Chung, 2012; Dhume et al., 2012; Zhang & Lu, 2011). 이를 SNS 건강정보와 연계해 볼 때, 이용자가 정보의 유용성과 편의성을 어떻게 인지하는가에 따라 이용 의사가 달라질 것으로 보인다.

또한 기술수용모델이 복잡한 사회적 현상을 설명하기에 지나치게 단순한 구조로 설계되었다는 비판을 고려하여 뉴미디어와 건강정보의 특수성을 각각 반영한 변수를 추가하고자 했다. 뉴미디어의 채택 요인을 분석한 연구들은 미디어 이용 환경이 안정

8) 콘텐츠가 쉬운 용어 및 표현으로 구성되고, 이해를 돕기 위한 그림·도표·동영상 등이 사용될 때 이용자들은 정보의 질이 높다고 평가하여 해당 정보를 채택하게 된다(조경원·감신·채영문, 2007).

화됨에 따라⁹⁾ 매체의 접근성보다 활용 가능성을, 경제적 배경보다는 개인의 능력과 동기를 핵심 변수로 파악하고 있다(김문조·김종길, 2002; 안정임, 2006; Ahn, 2011). 즉, 인프라적 요소가 갖춰진 이후에는 개인의 정보 활용 의사가 중요한 변수로 떠오르며, 이에 영향을 미치는 요인으로 이용자의 경험, 자율성 등이 부각되고 있는 것이다(Hargittai, 2007). 예컨대 SNS를 사용하는 10대들의 특성을 연구한 안(Ahn, 2011)은 ‘기술적 활용 능력(technical literacy)’이 SNS 이용에 영향을 미치는 중요 예측 변인임을 확인했다. 그는 이후 등장할 새로운 형태의 미디어 이용에도 기술 활용 능력이 영향을 미칠 것이라고 주장해, 앞으로는 개인의 능력에 따라 미디어 활용 범위가 다각화될 수 있음을 암시했다. 이지윤·안순태의 연구(2013)에서는 특정 건강정보에 대한 개인의 관여도가 소셜미디어 내 전파 행동에 유의미한 영향을 미치고 있었다. 즉, 건강 메시지에 대한 개인의 관심이 정보 활용의 동기로 작용할 때 전파 행동이 강화됨을 확인한 것이다. SNS의 매체적 특성과 건강정보라는 특수성을 고려할 때, 개인의 정보 활용 능력과 동기는 SNS 공공건강정보 이용 의도에도 직접적 영향을 미칠 것으로 예측된다.

3) SNS 공공건강정보 이용의사에 영향을 미치는 요인

(1) 정보 활용 인식: 인지된 정보 이용의 용이성, 유용성

SNS 건강정보 이용 행위를 기술수용모델에 적용한 이번 시도는 장(Zhang, 2012)의 탐험적 연구에 근거한다. 이 연구에서는 대다수 피험자들이 정보의 질과 프라이버시에 대한 우려로 SNS를 건강정보 매체로 인식하지 않는 한편, 이를 긍정적으로 바라본 소수 이용자들은 정보 이용의 용이성, 유용성 판단이 정보 기술 채택에 영향을 미쳤다고 응답했다. 아직 건강 증진 목적으로 SNS를 활용하는 이용자가 많지 않음을 고려할 때, 건강정보의 전문성과 신뢰성이 보완될 경우 두 변수의 영향력은 더욱 커질 것으로 예상된다.

인지된 용이성과 유용성은 정보 서비스 채택을 설명하는 강력한 변수로서 이미 오

9) '2014 인터넷 이용 실태조사'에 따르면, 국내 전체 가구의 78.2%가 컴퓨터를 보유하고 있고, 98.5%가 가구 내에서 인터넷 접속이 가능한 것으로 조사되었다. 스마트폰 보유율 또한 78.6%에 이르는 것으로 나타났다(미래창조과학부·한국인터넷진흥원, 2014).

랜 기간 검증되어 왔다(손승혜·최윤정·황하성, 2011). 특정 정보 기술 및 서비스의 편의성과 유용성이 높다고 인식할수록, 해당 기술에 대한 수용 의사가 높아지는 것이다. 이 같은 맥락에서 정보 이용자의 용이성, 유용성 판단은 SNS 정보 서비스 이용을 예측하는 데 중요한 역할을 할 것으로 보인다.

한편 안정임(2006)은 자기 효능감을 인터넷 미디어 이용 행동에 연계시켜, 개인의 효능감 정도가 미디어를 통해 획득하는 정보의 양과 질을 결정한다고 말한다. 그는 먼로(Munro et al., 1997)의 연구에서 미디어 이용에 대한 자신감이 낮은 사람일수록 실제 이용 능력 수준이 떨어진다는 연구 결과를 예로 들며 자기 효능감의 중요성을 강조했다. 오프컴의 보고서(Ofcom, 2004)에서도 커뮤니케이션 기술 이용에 대한 자신감은 주변 세상에 대한 이해와 관여를 높여 줄 것이라고 언급한다. 인지된 용이성과 유용성은 이러한 효능감과 대체될 수 있는 개념으로, 개인의 인식에 따라 정보 이용 행동 및 성과가 달라질 수 있음을 예상케 한다. 이에 두 변수는 SNS 건강정보 이용 의도에 정적 영향을 미칠 것으로 판단한다.

연구 가설 1: 인지된 용이성이 높을수록 SNS 공공건강정보 이용 의도가 높아질 것이다.

연구 가설 2: 인지된 유용성이 높을수록 SNS 공공건강정보 이용 의도가 높아질 것이다.

(2) 정보 활용 능력: 디지털 리터러시

디지털 리터러시(Digital Literacy)는 디지털 미디어가 전할 수 있는 다양한 형식(formats)의 정보를 이해하고 평가하고 통합시키는 능력을 뜻한다(Gilster, 1997). 텍스트, 오디오, 비디오, 이미지 등으로 구성된 다양한 디지털 정보를 단순히 보는 것에 그치지 않고, 다차원적으로 활용할 수 있는 개인의 능력 정도를 의미하는 것이다(Pool, 1997). 최근 디지털 리터러시가 강조되는 이유는 미디어 이용자의 권한과 능력이 중요해진 배경에 있다. 기존 매스미디어 모델에서의 개인들은 정보 ‘이용자’이기보다 정보 ‘수용자’ 개념에 가까웠다. 정보 사용에 대한 통제권 없이 간접적·제한적 권한을 가져왔으며, 일 대 다수 형태로 이루어지는 커뮤니케이션 환경에서 수동적인 입장을 취해왔다(안정임, 2002). 하지만 정보화의 발달과 뉴미디어의 확산은 정보 이용 환경을 변화시키고, 정보 이용자의 주체성을 강화시켰다(김문조·김종길, 2002).

미디어 환경이 다변화될수록 디지털 리터러시의 역할은 더욱 중요해진다. 일방적으로 전달되는 정보를 단순 취사선택하는 단계에서 나아가, 정보에 대한 이해와 분별력

을 바탕으로 정보의 비판적 수집 및 습득이 가능해졌으며, 때로는 정보를 직접 변형·생산하고 공유하기 때문이다. 이와 관련하여 권성호·김성미(2011)는 디지털 리터러시의 구성 요소로 ‘비판적 이해(Critical understanding)’, ‘창의적 생산(Creative Production)’, ‘협력적 의사소통(Collaborative communication)’을 제시했고, 이 세 가지 요소는 서로 연관성을 띠고 있음을 시사했다.

한편 디지털 리터러시는 지식정보사회에서 요구되는 필수 능력으로 분류되지만, 개인의 역량에 따라 그 성과는 다르게 나타난다(권성호·김성미, 2011; 안정임, 2013). 류시원·하유정(2004)에 따르면 인터넷 건강정보를 이용하는 사람은 84.4%에 달하지만, 그중 절반에 달하는 45.4%가 정보 활용에 어려움을 느끼는 것으로 나타나, 개인의 활용 능력 및 이해 정도에 따라 정보 이용 범위에 차이가 생길 수 있음을 보여 준다. 또한 누가 어떤 디지털 정보에 접근하여 이를 얼마나 적절히 활용하느냐에 따라 삶의 질이 결정되기도 한다(김기태, 2008). 민영(2011)의 연구에서는 인터넷 활용 능력 및 경험 정도가 온라인 공간 내 자본 축적 활동 및 생산 활동에도 영향을 미치고 있음을 밝혀, 개인의 정보 활용 수준이 실제 정보 이용에 실질적 변수로 작용할 수 있음을 시사했다. 무엇보다 SNS 공공건강정보를 이용하기 위해서는 하드웨어 및 소프트웨어에 대한 접근이 기본적으로 가능해야 하므로, 디지털 리터러시는 해당 정보 이용에 유의한 영향을 미칠 것으로 보인다.

연구 가설 3: 디지털 리터러시가 높을수록 SNS 공공건강정보 이용의도가 높아질 것이다.

(3) 정보 활용 동가: 건강 관여도

관여도(involverment)는 특정 사안에 대한 개인의 관련성 또는 관심, 흥미, 중요도를 뜻하는 개념으로, 형성된 관여 수준에 따라 정보 메시지 처리 및 수용에 차이가 발생한다(Petty & Cacioppo, 1986). 관여도의 개념 정의 및 관련 연구는 다양하게 진행되어 왔으나, 각 사안에 대한 관여가 높은 집단이 상대적으로 정보 추구 및 행동 의지가 높다는 결과가 일반적이었다(박장원·박현순, 2007; 안상현, 2013). 대상에 대한 관심과 흥미는 정보 수용자를 동기화시키고, 자발적 행동을 유도하는 것이다.

건강 관여도를 ‘건강에 대한 개인적 관심 정도 및 중요도’로 정의할 때, 건강 관여도는 SNS 건강정보추구행위에 정적 영향을 미칠 것으로 예상된다. 안상현(2013)은 평소 건강에 관심이 많거나 건강정보가 자신에게 도움이 된다고 인식한 경우, 인터넷 건

장정보의 지속 이용 의도가 더 높게 나타남을 발견했다.

한편 관여도 개념을 구체화한 블로흐(Bloch, 1981)는 관여도가 지속적인 관심 또는 흥미를 의미하는 ‘지속적 관여(Enduring Involvement)’와 특정 상황 혹은 특정한 목적을 달성하려는 개인의 욕구가 반영된 관심을 뜻하는 ‘상황적 관여(Situational Involvement)’로 구성돼 있다고 주장했다. 이를 건강 관여도에 적용해 보면, 응답자 본인의 평소 건강 관심을 묻는 지속적 관여와 주변인의 투병, 전염병 등 환경적 요인에 의한 건강 관심인 상황적 관여로 구성돼 있다는 것이다. 특히 SNS 건강정보의 경우 전염성 정보 및 실시간 정보가 광범위하게 빠른 속도로 확산돼 주목받았던 만큼, 건강에 대한 일상적 관심과 함께 상황적 관여에 대한 개념도 함께 고려되어야 하겠다. 이에 본 연구는 건강 관여도와 관련하여 다음의 가설을 제시한다.

연구 가설 4: 건강관여도가 높을수록 SNS 공공건강정보 이용의도가 높아질 것이다.

(4) 정보 활용 능력, 정보 활용 동기의 조절 효과

기술수용모델은 최소한의 변인으로 정보 기술 수용 과정을 예측하는 데 강점이 있지만, 그 명료함 때문에 다양한 맥락을 고려하지 못했다는 비판을 받아 왔다(Venkatesh, Davis, & Morris, 2007). 이에 연구자들은 여러 외부 변인을 모형에 추가하는 한편, 특정 변수들의 조절 효과를 검증하는 시도를 해 왔다(Hsiao & Yang, 2011; Venkatesh & Bala, 2008; Venkatesh & Davis, 2000). 대표적인 예로, 확장된 기술수용모델(TAM2)에서는 개인의 경험(experience)과 자발성(voluntariness)을 조절 변수로 투입시켜 주관적 규범과 이용 의사, 이용 행위 간의 영향 관계를 살펴보았다(Venkatesh & Davis, 2000). 이러한 시도는 기술수용모델을 이론적으로 확장하고, 사업적·정책적 함의를 구체화시켰다.

관련하여 신현식(2010)은 개인의 혁신 성향을 조절 변수로 두고, 인지된 유용성과 모바일 인터넷 사용 의도 사이의 영향 관계를 살펴보았다. 그 결과 개인의 혁신 성향이 높은 경우, 사용 의도에 대한 인지된 유용성의 영향력이 강화됨을 발견했다. 이는 김문조와 김종길의 연구(2002)에서 언급된 것처럼, 기존에 정보를 많이 추구하는 사람들은 정보에 대한 욕구나 이해가 우월하여 정보의 유용성·편의성을 쉽게 인지하고, 이는 또 다른 정보추구행위로 이어진다는 논리에 맥이 닿아 있다. 관여도를 조절 변인으로 본 선행 연구도 있다. 김종욱 등(2005)은 온라인 소비자 구매 행동에서 제품 관여도

의 조절 효과를 확인하고자 했다. 검증 결과, 구매 의도에 대한 제품 다양성· 정보 제공성· 신뢰의 주효과가 제품 관여도가 높을수록 더 강하게 나타났다.

이러한 논의들에 기초하여, 본 연구에서는 개인의 내재된 특성인 디지털 리터러시와 건강 관여도의 조절 효과를 탐색해 보고자 한다. 즉, 수용자가 기존에 갖고 있던 정보 활용 능력과 건강 관심 수준이 새로운 건강정보 채널에 대한 개인의 인식(용이성· 유용성 인식)과 상호작용하여 정보 이용 의도에 어떠한 영향을 미치는지 확인하기 위함이다.

연구 문제 1-1: SNS 공공건강정보 이용 의도에 디지털 리터러시와 인지된 용이성이 상호작용할 것인가?

연구 문제 1-2: SNS 공공건강정보 이용 의도에 디지털 리터러시와 인지된 유용성이 상호작용할 것인가?

연구 문제 2-1: SNS 공공건강정보 이용 의도에 건강 관여도와 인지된 용이성이 상호작용할 것인가?

연구 문제 2-2: SNS 공공건강정보 이용 의도에 건강 관여도와 인지된 유용성이 상호작용할 것인가?

3. 연구 방법

1) 자료 및 분석

본 연구는 2014년 6월 11, 12일 이틀간 조사 회사 포커스컴퍼니를 통해 온라인 설문 조사를 실시하였다. 조사 회사의 패널 중 설문에 참여한 표본은 전국 16개 도시에 거주하는 40~50대 인구통계학적 비례에 따른 할당 표집을 기본으로 무작위 추출하였으며, 최종 328명의 응답을 분석에 사용했다(표본오차는 95% 신뢰수준에 $\pm 3.0\%$). 설문지는 변인의 조작적 정의와 측정에 근거해 구성하였다. 특히 이용 의도의 경우, Zhang(2012)의 연구에서 SNS 이용 행위로 제시한 다섯 가지 행동 방식을 이용 의도를 묻는 질문으로 변형함에 따라, 문항에 대한 신뢰도 검증이 필요했다. 이에 본 설문에 앞서, 서울 지역에 거주하는 40~50대 48명을 대상으로 2014년 6월 2일과 3일에 사전

조사를 실시하여 설문 항목에 대한 신뢰도 및 문항에 대한 이해도 검증 과정을 거쳤다.

설문지 구성 시, SNS 공공건강정보의 개념을 설명하기 위해 사전조사와 본 조사에 동일하게 국민건강보험공단 페이스북 건강 메시지 2건을 예시로 제시하였다(〈부록 1〉 참조). 메시지는 실제 공단 페이스북에서 제공한 최신 건강정보 중, 질병 예방 정보 1건(대장암 예방 10대 원칙)과 일상 건강정보 1건(해장 음식 정보)을 선정해 편집 없이 사용하였으며, 각각의 콘텐츠는 텍스트와 그림으로 구성되어 있었다. 메시지의 영향력을 배제하기 위해 대장암 관여도와 음주량 측정 문항을 응답자 일반 정보 측정란에 배치하였으며, 통계 분석 시 통제변인으로 처리하였다.

2) 주요 변수의 측정

(1) SNS 공공건강정보 이용 의도

SNS 공공건강정보 이용 의도를 측정하기 위해 장(Zhang, 2011, p.6~7)의 연구를 참고했다. 그는 SNS 공간 속 건강정보 활용 방식을 ‘적극적 탐색, 적극적 관찰, 간접적 노출, 정보 공유, 참여’의 5가지 행동으로 분류했다. 그러나 간접적 노출의 경우, 응답자가 의도치 않게 뉴스피드 혹은 타임라인에 공유된 건강정보에 노출된 상황을 의미하므로, 이용 의도 측정항목에 포함시키지 않았다. 한편 장의 분류에는 건강정보를 활용한 실천 노력이 고려되어 있지 않아, 본 설문에서는 해당 건강정보를 읽고 실천 행동을 할 것인가에 대한 질문을 추가하였다.

설문 문항은 총 10개로 구성됐으며, “건강보험공단 페이스북에서 제공하는 건강정보를 받아 볼 생각이 있다”, “페이스북을 이용하는 방법을 배운다면 건강보험공단의 정보를 받아볼 생각이 있다”, “건강보험공단 페이스북 운영자에게 건강 관련 질문 및 궁금한 사항을 물어볼 생각이 있다”, “건강보험공단 페이스북에서 건강 관련 정보를 찾아 볼 생각이 있다”, “건강보험공단 페이스북에서 제공하는 건강정보를 관심 있게 지켜 볼 것이다”, “건강보험공단이 페이스북에 게시한 건강 관련 글에 ‘좋아요(Like)’ 버튼을 클릭할 생각이 있다”, “건강보험공단이 페이스북에 게시한 건강 관련 글에 댓글을 남길 생각이 있다”, “건강보험공단이 페이스북에 게시한 건강 관련 글을 공유(share)할 생각이 있다”, “건강보험공단 페이스북에서 읽은 건강정보를 친구, 부모님 등 주위 사람들에게 이야기할 생각이 있다”, “건강보험공단 페이스북에서 제공하는 건강 예방 수칙을 실천하기 위해 노력할 것이다”가 제시되었다. 모두 5점 리커트 척도로 측정됐으며,

크론바하의 알파 값은 0.943으로 문항의 신뢰도가 높게 나타났다.

(2) 인지된 용이성

본 연구에서는 인지된 용이성을 ‘SNS 공공건강정보 이용에 큰 노력이 들지 않을 것이라고 믿는 정도’로 정의하고, 측정도구는 강재은·김두경(2011)과 진정숙·조로사·박주석(2011)의 연구를 참고했다. 구체적으로 “건강보험공단이 페이스북에 게시한 건강정보를 이용하는 방법은 간단할 것이다”, “건강보험공단의 페이스북에서 건강 관련 정보를 쉽게 찾을 수 있을 것이다” 2문항을 제시했으며, 각각 5점 리커트 척도로 측정됐다. 신뢰도 계수는 0.857로 나타났다.

(3) 인지된 유용성

인지된 유용성은 ‘SNS 공공건강정보 이용이 건강 생활을 향상시킬 것이라고 믿는 정도’라고 조작적 정의될 수 있다. 총 3문항으로 구성했으며, “건강보험공단의 페이스북에 있는 건강자료는 유용할 것이다”, “건강보험공단이 운영하는 페이스북을 이용하면 건강과 관련된 필요한 자료를 얻을 수 있을 것이다”, “건강보험공단이 페이스북에서 제공하는 건강정보를 읽으면, 건강예방에 도움이 될 것이다”에 대한 응답을 5점 리커트 척도로 측정했다. Davis(1989)와 진정숙·조로사·박주석(2011)의 척도를 참고했으며, 신뢰도 계수는 0.858로 확인되었다.

(4) 디지털 리터러시

디지털 리터러시 척도는 안정임(2013)의 척도를 변형해 사용하였다. 크게 디지털 미디어 이용에 대한 기회(이용기회, 교육기회)영역과 능력(비판적 이해, 활용과 표현)영역의 주요 질문 10개를 본 설문 항목으로 구성했다. “나는 인터넷을 사용하여 정보나 자료를 검색할 수 있다”, “나는 인터넷에서 각종 거래(인터넷 बैं킹, 인터넷 쇼핑, 예약/예매 등)을 할 수 있다”, “나는 컴퓨터 혹은 스마트폰으로 SNS(페이스북, 트위터 등)를 이용할 수 있다”, “나는 사진이나 동영상 촬영, 편집 등에 대한 미디어 제작 교육을 자주 받은 편이다”, “나는 인터넷, SNS(페이스북, 트위터 등) 등 뉴미디어 이용 및 활용 교육을 자주 받은 편이다”, “나는 미디어가 소비문화를 부추긴다고 생각한다”, “나는 신문사나 방송사 등의 소유주가 누구냐에 따라 미디어 내용이 달라질 수 있다고 생각한다”, “나는 같은 내용도 이미지, 배열, 편집 기법에 따라 다르게 표현될 수 있다고 생각한다”,

“나는 내가 하고 싶은 이야기를 발표용 소프트웨어(파워포인트 등)를 활용하여 표현할 수 있다”, “나는 내가 찍은 사진이나 직접 제작한 동영상을 블로그, 카페, 페이스북, 트위터 등을 이용하여 인터넷에 올린 적이 있다”의 문항이 설문에 사용되었다. 각 문항은 5점 리커트 척도로 측정되었으며, 신뢰도 계수는 0.742였다.

(5) 건강 관여도

건강 관여도는 ‘건강에 대한 개인적 관심과 중요도’로 정의될 수 있다. 관여도에 대한 블로흐(Bloch, 1981)의 설명을 참고하여, 건강에 대한 일상적, 상황적 관심을 문항에 포함하고자 했다. 총 4문항을 제시했으며, 구체적으로 “나는 평소 건강에 많은 관심을 갖고 있다”, “나는 내가 아팠던 경험(감기, 특정 질환 발병, 교통사고 등)으로 인해 건강에 대한 관심이 높아졌다”, “나는 가까운 지인이 투병하는 것을 보며 건강에 대한 관심이 높아졌다”, “나는 전염성 질환이 발생할 때 건강에 대한 관심이 높아진다”에 대한 응답을 5점 척도로 측정하였다. 신뢰도 계수는 0.715로 나타났다.

4. 연구 결과

1) 응답자 특성과 SNS 이용 현황

응답자들은 전국 16개 도시에 거주하는 40~50대로, 수도권 거주자의 응답 비율이 높았다. 남성 166명, 여성 162명이 설문에 참여해 남녀 성비가 고르게 분포되었으며, 연령대의 경우 40대 164명, 50대 164명으로 동일하게 조사되었다. 혼인 상태는 기혼 또는 동거 중인 응답자가 84.5%로 대부분을 차지했다.

가구 소득 수준의 비율을 고려해 조사한 결과, 저소득층과 중산층 이상의 소득 계층이 고루 분포된 경향을 보였다. 교육 수준은 대학교 재학/졸업자의 비율이 54.6%로 가장 많았으며, 고졸 이하의 비율이 그 뒤를 이어 24.4%를 차지했다. 직업군의 경우 사무직/기술직의 비율이 31.1%였으며, 비사무직군에 속하는 자영업자와 판매/서비스직이 각각 14.3%와 5.5%, 전업주부는 22.6%로 나타났다.

SNS 이용 추이를 살펴본 결과, 총 328명 중 페이스북 계정이 있는 응답자는 226명(68.9%), 트위터는 171명(52.1%)으로 나타났다. 연령별로 살펴보면 40대에서 페

이스북 계정을 가진 응답자는 73.1%, 트위터는 57.3%로 확인되었고, 50대에서는 페이스북, 트위터 계정을 가진 응답자가 각각 64.6%, 46.9%로 나타났다. 그러나 4~50대 계정 소유자 중, 실제 일주일에 3~4번, 혹은 하루에 한 번 이상 사용하는 고이용자는 페이스북 37.2%, 트위터 24.7%에 그쳤다.

건강보험공단의 페이스북 건강정보를 알고 있느냐는 질문엔 전체의 39%(128명)가 알고 있다고 답했으며, 페이스북 페이지를 직접 구독(follow)하고 있는 비율은 18.9%(62명)였다. 국민건강보험공단 SNS 건강정보를 신뢰한다고 응답한 사람은 전체의 67.4%(221명)를 차지했으며, 보통이라고 응답한 사람은 23.5%(77명), 매우 신뢰한다고 6.7%(22명) 순으로 나타났다. 응답자 대다수가 정부기관에서 제공하는 공공 정보에 대한 신뢰도를 높게 인식함을 알 수 있다.

2) 주요 변인 간 상관관계 분석

주요 변인들에 대한 측정항목과 기술 통계 및 신뢰도는 <부록 2>에 제시했으며, 주요 변인들 간의 관련성과 방향성을 알아보기 위해 상관관계 분석을 실시하였다(<표 1> 참조). 인지된 유용성의 상관계수는 0.733($p < .01$)으로 이용 의도와 높은 상관관계를 보였으며, 인지된 용이성과의 상관계수도 0.591($p < .01$)로 비교적 높게 나타났다. 뒤 이어 동기 요인으로 분류했던 건강 관여도가 0.432($p < .01$)로 정적인 상관관계를 보였으며, 디지털 리터러시와의 상관계수는 0.321($p < .01$)로 나타났다. 즉, SNS 건강 정보 이용 의도와 주요 독립 변수들 간에는 통계적 유의수준하에 모두 정적인 상관관계가 있음을 알 수 있다. 반면에 성별($r = .054, p > .05$), 교육 수준($r = -.092, p > .05$),

표 1. 주요 변인 간 상관관계 분석

(n = 328)

	용이성	유용성	디지털 리터러시	건강 관여도	이용 의도
용이성	1				
유용성	.621**	1			
디지털 리터러시	.319**	.247**	1		
건강관여도	.247**	.344**	.392**	1	
이용의도	.591**	.733**	.321**	.432**	1

** . 상관계수는 0.01 수준(양쪽)에서 유의함

소득 수준($r = .021, p > .05$)과 이용 의도의 상관관계는 통계적으로 유의하지 않았다.

3) 정보 활용 능력 · 인식 · 동기가 SNS 이용 의도에 미치는 영향

SNS 공공건강정보 이용 의도에 실질적 영향을 미치는 변인을 탐색하기 위해 위계적 다중 회귀분석을 실시했다. 먼저 독립 변인들을 세 블록으로 구성하여 첫 번째 블록에는 통제변인(성별, 연령, 교육 수준, 소득 수준, 공단 정보 신뢰도, 대장암 관여도, 음주량)을 투입하고, 두 번째 블록에는 개인적 속성 변인(디지털 리터러시, 건강 관여도, 인지된 용이성, 인지된 유용성)을 포함시켰다. 마지막으로 개인의 내재된 특성(디지털 리터러시, 건강 관여도)과 정보 활용에 대한 인식(인지된 용이성, 인지된 유용성)의 상호작용을 검증하기 위해 각 변수의 표준화된 값을 곱하여 상호작용항을 산출한 후 세 번째 블록에 투입하였다.¹⁰⁾

회귀분석에서는 독립 변인들의 공차한계와 터빈-왓슨 수치(1.743)에 근거하여 다중공선성 문제 및 잔차들 간에 상관관계가 없는 것으로 판단되었다. <표 2>를 보면 교육 수준($\beta = -.066, p > .05$)과 소득 수준($\beta = .012, p > .05$)은 소셜미디어 이용 의도에 유의미한 영향력이 나타나지 않았다. 설문 예시로 사용된 메시지와 관련된 대장암 관여도($\beta = .015, p > .05$)와 음주량($\beta = -.035, p > .05$) 및 건강보험공단 정보에 대한 신뢰도($\beta = .088, p > .05$)도 관련성이 없었다.

반면, 주요 독립 변수로 제시했던 정보 활용 인식, 능력, 동기 변인은 모두 SNS 공공건강정보 이용 의도에 영향을 미치고 있었다. 구체적으로 인지된 유용성($\beta = .462, p < .001$), 인지된 용이성($\beta = .202, p < .001$), 건강 관여도($\beta = .125, p < .001$), 디지털 리터러시($\beta = .100, p < .05$) 순으로 이용 의도에 강한 영향을 미치고 있었다. 즉, 해당 정보에 대한 유용성과 용이성을 높게 인지할수록 이용의사가 높게 나타났고, 개인의 디지털 리터러시와 건강 관여도가 각각 높을수록 공공건강정보 이용 의도가 높았다. 따라서 연구 가설 1, 2, 3, 4는 모두 지지되었다.

연구 문제 1, 2의 검증을 위해 디지털 리터러시와 건강 관여도의 조절 효과를 각각 살펴보았다. 우선 <표 2>에 제시된 대로, 통제변인만 투입한 첫 번째 블록은 SNS 공공

10) 다중공선성 문제를 방지하기 위해 독립 변수들의 표준화된 값을 상호작용항 계산에 사용하였다(Baron & Kenny, 1986).

표 2. 중장년층의 공공건강정보 이용의도

(n = 328)

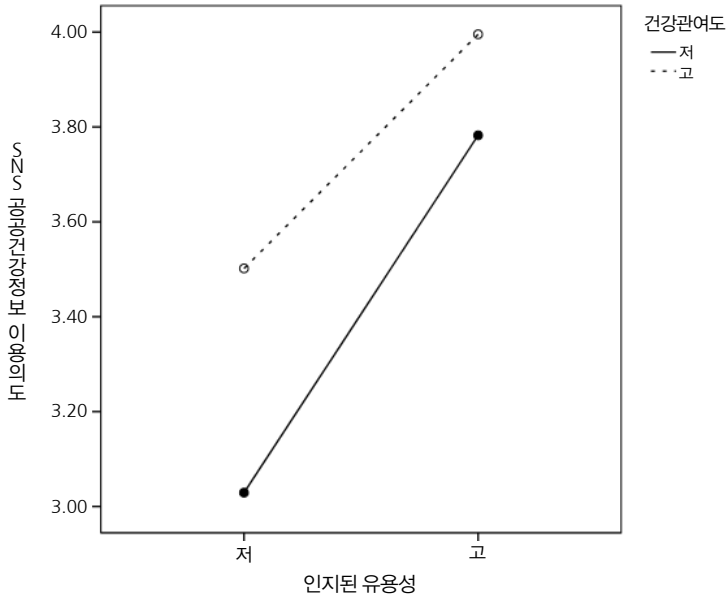
	β	t값	공차	VIF	R ² 변화량	F 변화량
통제변인						
성별	-.012	-.295	.735	1.360		
연령	-.006	-.178	.906	1.104		
교육 수준	-.066	-1.625	.720	1.389		
소득 수준	.012	.299	.758	1.320		
공단 정보 신뢰도	.088	1.879	.544	1.840		
대장암 관여도	.015	.439	.962	1.039		
음주량	-.035	-.894	.765	1.307	.321	21.647**
개인적 속성						
디지털 리터러시	.100*	2.475	.722	1.386		
건강 관여도	.125**	3.206	.780	1.281		
인지된 용이성	.202***	4.371	.555	1.801		
인지된 유용성	.462***	8.714	.423	2.366	.292	59.617**
상호작용						
인지된 용이성 × 디지털 리터러시	.091	1.847	.490	2.039		
인지된 유용성 × 디지털 리터러시	.008	.158	.497	2.010		
인지된 용이성 × 건강 관여도	-.057	-1.270	.582	1.718		
인지된 유용성 × 건강 관여도	-.090*	-1.984	.573	1.746	.016	3.378*
Total R ²					.629	

*.p<0.05, **.p<0.01, ***.p<0.001

건강정보 이용 의도를 32.1% 설명했다. 이후 주요 변수들을 투입했을 때 설명력이 29.2% 증가했으며(p<.001), 상호작용항을 투입한 3단계에서도 유의수준하에 1.6% 증가하여(p <.05), 조절 효과가 있다고 판단하였다.

〈연구 문제 1-1〉, 〈연구 문제 1-2〉에서 디지털 리터러시와 인지된 용이성($\beta = .091, p > .05$), 유용성($\beta = .008, p > .05$)의 상호작용은 유의미하게 나타나지 않았다. 〈연구 문제 2-1〉의 건강 관여도와 인지된 용이성의 상호작용($\beta = -.057, p > .05$)도 유의미하게 나타나지 않았으나, 〈연구 문제 2-2〉에서 건강 관여도의 조절 효과가 인지된 유용성과 이용 의도의 영향 관계에서만 유의하게 나타났다($\beta = -.090,$

그림 1. 건강 관여도와 인지된 유용성의 상호작용



$p < .05$). 상호작용 패턴을 확인하기 위해 금희조 · 조재호(2010, p.362)의 분석 방법을 참고하여 두 변인에 대한 공변량 분석(ANCOVA)를 실시했다. 우선 5점 리커트 척도로 측정된 두 변수(건강 관여도, 인지된 유용성)를 명목 변수로 변환시키기 위해 각 변수의 중위수를 기준으로 상, 하 2개의 수준으로 그룹화하였다. 이후 통계 프로그램을 이용하여 상호작용 패턴을 도출한 결과 그래프가 <그림 1>과 같이 나타났다. 그래프의 방향성을 살펴보면, 정보의 유용성을 높게 인지할수록 건강 관여도가 낮은 집단의 이용 의도가 강화되는 것을 볼 수 있다. 즉, 해당 정보가 나에게 얼마나 유용하고, 유의한 결과를 가져올 것인가에 대한 판단이 건강에 대한 관심이 낮은 사람들을 동기화하고, 건강정보 수용에 영향을 미침을 알 수 있다. 이는 건강 관여도가 낮은 집단의 이용 의사를 강화시킬 수 있다는 데 의의가 있으며, 이때 정보의 유용성을 인지시키는 것이 중요함을 시사한다.

5. 결론 및 논의

이 연구는 건강정보에 대한 관심과 수요가 높은 중장년층을 대상으로 SNS 공공건강정보의 활용 가능성을 검토하였다. 먼저 건강정보 이용 의도에 영향을 미치는 변수를 탐색하기 위해 기술수용모델을 적용, 이론적 확장을 시도하였다. 또한 조절 효과 분석 등을 통해 수용자 속성을 탐구함으로써 SNS 건강정보 이용 행동을 제고할 수 있는 실질적 대안을 모색하고자 했다. 이를 위해 기술수용모델의 핵심 변수인 인지된 용이성·유용성을 중심으로, 디지털 리터러시와 건강 관여도의 설명력을 살펴보았다.

먼저 주요 변수로 살펴본 인지된 유용성·용이성, 디지털 리터러시, 건강 관여도는 모두 SNS 공공건강정보 이용 의도에 영향을 미치고 있었다. 이 중 기술수용모델의 기본 변수인 인지된 유용성과 용이성은 주효과면에서 강한 영향력을 갖고 있었다. 즉, 기술수용모델은 중장년층의 SNS 건강정보 활용 예측에도 타당성을 지니고 있었으며, SNS 공공 서비스의 유용성과 이용의 수월함이 제고되어야 함을 잘 나타냈다. 특히 기술수용모델을 스마트폰, IPTV, 소셜커머스 이용 등에 적용한 기존 연구 범위(손승혜·최윤정·황하성, 2011; 윤승욱, 2009; 이성준, 2012)에서 나아가, 건강정보와 같이 특정 분야를 다루는 정보 기술에 적용했다는 데 본 연구의 의의가 있다. 이는 TV와 인터넷을 건강 매체로 인식하고 기술수용모델로 분석한 노기영·최정화·권명순(2013), 최민음 등(2014)을 지지하는 연구 결과이며, SNS와 같은 뉴미디어에도 확장·적용이 가능함을 보여 준다. 앞으로도 기술수용모델의 주요 변인들은 더욱 다양한 분야의 뉴미디어 이용 분석에 활용될 것으로 예상된다.

건강 관여도는 인지된 유용성, 용이성 다음으로 영향력이 큰 변수로, 건강에 대한 관심이 많은 사람일수록 SNS 건강정보 이용 의도가 높게 형성됨을 확인했다. 이는 인터넷 건강정보 이용 의도에 건강정보 관여도의 영향력이 가장 크게 나타났던 안상현(2013)의 연구 결과와 동일한 맥락이며, SNS에도 확장 적용됨을 시사한다. 또, 건강 메시지에 대한 관여도로 트위터 내 건강정보 전파 행동(트위터 멘션 작성)을 설명했던 이지윤·안순태(2013)의 결과와 연계해 볼 때, 다양한 종류의 SNS를 아우르는 관여도의 영향력을 확인할 수 있다. 이미 관여도는 정보에 대한 탐색 및 수용에 영향을 미치는 중요 변수로서 반복적으로 검증됨에 따라(박장원·박현순, 2007), 다양한 의료정보 소비를 유도하기 위해서는 근본적으로 건강관여도를 높일 수 있는 방안을 모색할 필요가 있다.

개인의 정보 활용 능력도 SNS 공공건강정보 이용 의도에 영향을 미치고 있었다. 즉, 스스로 디지털 리터러시 수준이 높다고 인식할수록 SNS 건강정보 이용 의사가 높아지는 것이다. 이는 반대로 해석하면 본인의 정보 활용 능력이 부족하다고 느낄수록 정보 이용에 자신감이 떨어져 실제 이용 행동에 미치지 못하고, 결국 능숙한 사용자와의 정보 이용 격차가 벌어질 수 있음을 암시한다. 특히 디지털 리터러시는 사회경제적 지위의 영향을 받는 ‘문화자본’으로 해석되기도 하는데(김은미, 2011; 윤석민 등, 2004), 급변하는 뉴미디어 환경에서 디지털 리터러시의 영향력이 증대될 경우 자본논리에 따른 사회적 문제로 심화될 수 있다.

김문조·김종길(2002)이 설명한 ‘승수 효과(exponential effect)’를 토대로 풀이해 보면, 이미 다양한 정보기술을 많이 접하고 폭넓은 지식을 축적한 정보 부자들은 정보 빈자(貧者)에 비해 원하는 정보를 쉽게 많이 획득하고, 이는 빈익빈 부익부 현상처럼 순환되어 구조적인 정보 격차 문제를 야기할 수 있다. 실제 김은미의 연구(2011)에서는 가정 내 소득 수준에 따른 청소년 간의 인터넷 리터러시 차이를 확인한 바 있다. 기술수용모델을 기반으로 스마트폰 채택 행동을 연구한 손승혜 등(2011)도 사회경제적 변인에 의한 기술수용의 격차를 경계하고, 정책적 논의가 필요함을 강조하고 있다. 즉, 정보시스템 이용 행동에 인식, 동기 등 개인의 신념이 큰 영향을 미치는 것은 사실이나, 이에 앞서 개인의 사회경제적 배경, 인구통계학적 특성, 비용 부담 등이 이미 개인의 신념 형성에 작용하여 기술수용에 격차를 초래할 수 있다는 것이다. 이러한 문제는 장기적으로 건강 불평등과 같은 구조적 문제로 발전할 수 있어 주의가 요구되며, 더불어 기술수용모델 연구에서 정보 격차 문제에 대한 심층적 논의가 필요함을 시사한다.

한편, 이번 연구에서는 개인의 신념, 능력 차이에 의한 이용 격차 해소를 위한 시도로 변인 간 상호작용 효과를 확인하였다. <연구문제 2-2>에서 확인된 건강 관여도와 인지된 유용성의 상호작용은 관여도가 낮은 사람들의 정보 이용률을 높일 수 있는 가능성을 제시했다. 즉, 건강 관여도가 낮은 집단에서도 SNS 정보 서비스가 유용하다고 인식하면 이용 의도가 강화되는 경향을 보이는 것이다. 이를 실무적 관점에서 해석하면, 질 좋은 콘텐츠와 매체 이용의 편의성, 효과적인 홍보 전략이 마련·시행될 경우 건강에 대한 국민적 관심 유도 및 예방적 효과까지 기대할 수 있다. 특히 이번 연구에서 다른 SNS의 경우 모바일 기반 커뮤니케이션 채널로서 대중적 이용률이 높고, 인포그래픽, 동영상 등 시청각 정보 제공이 용이하며, 정부-국민 간 직접적 소통이 가능한 장점이 있다. 더욱이 개인 모바일을 통한 주기적인 정보 공유 및 소통은 만성질환 관리 및 질병

예방에 효과적일 수 있다. SNS 공공건강정보를 정책적으로 보강하고, 서비스의 이점을 대중적으로 확산하여 건강 관여도가 낮은 사람들의 건강 예방 활동을 이끌어 내야 하겠다.

본 연구의 제한점은 다음과 같다. 이번 연구는 기술수용모델 연구 초반부터 다루어온 정보 시스템(컴퓨터, 스마트폰, IPTV, 소셜미디어 등) 범주에서, 보다 구체적으로 특정 정보 취득을 목적으로 하는 뉴미디어 이용 행동을 예측하고자 했다. 이를 위해 SNS의 매체적 특성과 건강 이슈라는 정보적 특성이 혼합된 'SNS 공공건강정보'라는 개념을 도출해 기술수용모델에 적용하였다. 그러나 이 경우 SNS가 건강 매체로 활용되기 시작한 초기 단계임을 고려할 때, 매체적 특성과 정보적 특성에 대한 응답자의 가치가 혼재되어 이용 여부에 영향을 미칠 가능성이 있다. 이러한 한계를 보완하고 선행변수 간 영향 관계를 명확히 하기 위해 노기영·최정화·권명순(2013), 최민음 등(2014)의 연구와 같이 구조방정식을 적용, 변인 간 선행 경로를 탐색하는 작업을 시도하여 이론적 설명력을 풍부하게 할 필요가 있다.

아울러 이 연구는 SNS 활용 정책을 정보 시스템 차원에서 접근하여, 제도 운영 전반에 대한 유용성 여부를 측정하였다. 따라서 본 연구의 핵심 변수로 건강 메시지 내용은 고려하지 않았으며, 설문지 구성 시 SNS 건강정보 서비스에 대한 사전 지식이 없는 다수의 응답자들을 위해 임의적으로 선정한 메시지를 예시로 보여 주었다. 하지만 건강정보의 경우 전문성이 두드러지고, 주제 및 내용의 표현에 따라 이용 의도가 달라질 수 있으므로 후속 연구에서는 보다 다양한 메시지 변수를 고려한 실험을 통해 발전적 대안을 모색해 볼 수 있겠다.

연령대를 다양화하여 연구 결과의 일반화를 추구할 필요도 있다. 본 연구에서는 중장년층의 정보 활용 가능성을 예측해 보기 위해 SNS의 주 이용층인 20, 30대를 고려하지 않았다. 하지만 국민 건강 증진 및 예방이라는 공공의 목표는 전 연령대를 대상으로 이루어져야 하므로 보다 많은 연령대의 정보 추구 활동을 분석할 필요가 있다. 특히 본 연구 결과에서 건강 관여도가 낮은 집단임에도 불구하고 정보의 유용성을 높게 인식할 경우 이용 의도가 강화됨을 확인함에 따라, 건강에 대한 관심이 부족한 젊은 연령대를 대상으로 이러한 경향이 일반화될 수 있는지 후속 연구가 필요하다. 이때 메시지와 정보시스템의 유용성을 각각 측정하여 건강 저관여 집단의 정보 이용 행동을 예측한다면 예방 중심으로 전환되는 헬스 커뮤니케이션 논의에 기여할 것으로 생각된다.

마지막으로 온라인 서버이를 통해 디지털 리터러시를 측정했다는 점에서 아쉬움

이 남는다. '2014 인터넷 이용실태 조사'에 따르면 만 3세 이상 인구의 인터넷 이용률(최근 1개월 이내 인터넷 이용자 비율)이 83.6%로 국내 대부분의 사람이 인터넷을 사용하는 상황이지만, 인터넷 이용률과 SNS 이용률의 직접적인 상관관계도 고려할 필요가 있다. 특히 주요 변인인 디지털 리터러시가 전반적으로 높게 측정될 수 있음을 감안하여 사무직, 자영업, 판매/서비스직, 전업주부 등 다양한 직업군을 고르게 분포했으나, 오프라인 조사를 통해 온라인 설문 의 한계를 보완할 필요가 있다.

최근 ICT 분야에서는 빅데이터(Big Data), 모바일(Mobile), 웨어러블(Wearable)을 일컫는 BMW가 화두가 되고 있다. 즉, 무수히 많은 데이터를 정제하여 개인의 모바일을 통해 맞춤형 정보로 제공하는 시스템을 추구하고 있는 것이다(김대호, 2014). 이 연구는 보건의료 분야 정부기관의 SNS 활용 정책에 주목해 시작됐으나, 향후 원격 의료를 비롯한 모바일, 개인용 통신기기 기반 첨단 의료 서비스가 확대된다면 보건의료 분야에서도 기술수용모델과 디지털 리터러시 개념에 기초한 논의가 활성화될 것으로 보인다. 나아가 예방·관리 중심의 건강 패러다임을 지향하는 현 시점에서 본 연구에서 제시한 상호작용 결과, 즉 정보시스템의 유용성을 인지할 경우 건강 저관여 집단의 정보 이용 의사가 높아질 수 있다는 결과를 정책에 응용할 필요가 있다. 예컨대 현재 건강한 상태로, 건강에 관심이 없어 사각지대에 놓인 중장년층 집단을 주요 타깃으로 하는 홍보 방안을 검토할 수 있다. 실제 개인용 건강관리 제품, 웨어러블 기기 등의 발달 및 확산이 건강에 대한 관심과 흥미를 역으로 이끌어 내는 현상에 착안한다면, 건강 관여도가 낮은 중장년층을 동기화하여 건강 행동을 유도할 수 있을 것이다.

또, 본 연구에서 밝혀진 대로 디지털 리터러시 수준이 정보 이용 의사에도 영향을 미침을 고려할 때, 정보의 성격과 수용자의 속성을 고려한 디지털 리터러시 교육이 요구된다. 현행 미디어 활용 교육은 단순 기술 사용 방법 및 정보 획득에 초점이 맞춰져 있는 실정이다(안정임, 2002). 이와 관련하여 안정임(2013)은 연령 집단에 따른 미디어 리터러시 수준을 기회·능력·시민성 영역으로 나누어 분석, 맞춤형 교육을 시행하는 방안을 제시했다. 디지털 리터러시가 개인의 정보 인식 및 이용 결정에 중요한 역할을 하고, 궁극적으로 정보 탐색 행동을 가능하게 하는 만큼 디지털 리터러시에 관한 연구와 관련 교육 프로그램 시행이 요구된다.

정보의 유용성과 용이성을 강조하는 정책 홍보도 중요하다. 건강 관여도는 건강 행동을 추구하는 데 주요한 역할을 함과 동시에, 동기가 부족할 경우 건강 예방 활동에 소홀해질 수 있어 주의가 필요하다. 이때 건강정보의 유용함과 편의성을 높게 인식시

킨다면 정보 추구 활동을 유도할 수 있음에 따라, 수용자 분석을 토대로 한 맞춤형 정책 추진 및 홍보 전략이 요청된다. 이는 전술했던 미디어 교육 정책과 연계될 때 더욱 효과적일 수 있겠다. 미디어 활용 능력이 근간이 될 때 비로소 정책 홍보의 효과와 정책의 실효성이 발휘될 수 있기 때문이다. 최근 SNS를 이용해 지역별·계절별·특정 질환별 맞춤형 서비스를 제공하자는 정부의 발전적 제안이 이어지는 가운데(한국보건사회연구원, 2012, p.113~114), 이러한 정책이 긍정적으로 수용될 수 있도록 이용자의 인식과 능력, 동기 수준을 고려한 커뮤니케이션 전략 수립이 선행되길 기대한다.

참 고 문 헌

- 강재은·김두경 (2011). 스마트폰의 지속적 사용 결정요인에 관한 연구. *e-비즈니스연구*, 12권 3호, 27~47.
- 고은지 (2010). 소셜미디어가 의료 환경을 바꾼다. LG경제연구원 *LG Business Insight* 22호, 39~46.
- 곽기영·지소영 (2008). 인터넷 구매결정과정에서의 관여도의 조절효과에 관한 연구. *경영정보학연구*, 18권 2호.
- 권성호·김성미 (2011). 소셜 미디어 시대의 디지털 리터러시 재개념화: Jenkins 의 '컨버전스'와 '참여문화'를 중심으로. *미디어와 교육*, 1권 1호, 65~82.
- 금희조·조재호 (2010). 스마트폰, 커뮤니케이션 격차, 그리고 정치 참여. *한국언론학보*, 54권 5호, 348~405.
- 김기태 (2008). 디지털 격차해소와 미디어 리터러시. *한국방송학회 세미나 및 보고서*, 37~57.
- 김대호(2014) *ICT 창조경제 정책의 이해*. 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김문조·김종길 (2002). 정보격차(Digital Divide)의 이론적·정책적 재고. *한국사회학*, 36권 4호, 123~155.
- 김수미 (2008). 레저, 스포츠 판: 인터넷 건강정보 이용이 행동계기, 자아효능감, 주관적 규범과 행위의도에 미치는 영향. *한국사회체육학회지*, 34권 2호, 1605~1614.
- 김용 (2013). 환자 중심의 의료서비스 변화. *과학기술학연구*, 13권 2호, 71~110.
- 김은미 (2011). 부모와 자녀의 인터넷 리터러시의 관계-인터넷 리터러시는 대물림되는가?. *한국언론학보*, 55권 2호, 155~177.
- 김정은·김석화·신윤주 (2007). 인터넷 건강정보가 의사-환자 관계에 미치는 영향에 대한 의사들의 인지도 조사. *사이버커뮤니케이션 학보*, 21권, 279~301.
- 김종욱·박상철·이원준 (2005). 온라인 소비자 구매행동에서 제품관여도의 조절효과에 관한 연구. *경영과학*, 22권 2호, 51~76.
- 김지은·홍혜현 (2015). 페이스북 건강 증진 메시지의 설득 및 구전 효과이득-손실 메시지 프레임과 위험성 인식의 영향을 중심으로. *홍보학연구*, 19권 1호, 183~214.
- 김찬원·김석일 (2007). 인터넷 건강정보 이용자들의 건강위험 발생가능성 및 심각성 요인의 사절정균형과 위험지각에 미치는 영향. *한국체육학회지*, 46권 3호, 115~125.
- 노기영·최정화·권명순 (2013). 인터넷 건강정보 추구에 대한 확장된 기술수용모델. *한국방송*

- 학보, 27권 5호, 49~85.
- 류시원 · 하유정 (2004). 인터넷 건강정보 이용실태 분석. *한국보건사회연구원 보건복지포럼*, 71~86.
- 문화체육관광부 (2011). *공직자를 위한 SNS 사용 길라잡이*.
- 미래창조과학부 · 한국인터넷진흥원 (2014). *2014년 인터넷이용실태조사*.
- 민영 (2011). 인터넷 이용과 정보격차: 접근, 활용, 참여를 중심으로. *언론정보연구*, 48권 1호, 150~187.
- 박장원 · 박현순 (2007). 기부 관여도, 메시지 소구방식, 자아효능감의 기부 의사 제고 효과에 관한 연구. *홍보학연구*, 11권 1호, 107~140.
- 보건복지부 보도자료. 2007. 4월 10일. “생애전환기 건강진단”으로 건강한 중년과 노년기를 설계하세요.
- 삼성경제연구소(2010), 확산되는 소셜 미디어와 기업의 新소통 전략, *삼성경제연구소 CEO Information*, 764호.
- 손수지 · 김지연 · 박수정 (2014, 3월 20일). 의료진, 권위 벗고 ‘소통 가운’ 입다. *THE PR*.
- 손승혜 · 최윤정 · 황하성 (2011). 기술수용모델을 이용한 초기 이용자들의 스마트폰 채택 행동 연구. *한국언론학보*, 55권 2호, 227~251.
- 신현식 (2010). 인지된 유용성과 주관적 규범이 모바일인터넷 사용 의도에 미치는 영향에 있어 개인 혁신성향의 조절효과에 대한 연구. *정보시스템연구*, 19권 3호, 209~236.
- 안상현 (2013). 사회체육 경영, 관리, 행정, 정책: 인터넷 건강정보이용에 대한 관여도와 건강정보 이용정도가 자아효능감과 건강정보 이용지속의도에 미치는 영향. *한국사회체육학회지*, 54권 1호, 357~367.
- 안정임 (2002). 디지털 커뮤니케이션과 미디어 리터러시: 의미와 연구방향의 모색. *교육정보미디어연구*, 8권 3호, 5~23.
- 안정임 (2006). 디지털 격차와 디지털 리터러시-수용자 복지 정책적 함의. *한국언론정보학보*, 36권, 78~108.
- 안정임 (2013). 연령집단에 따른 디지털 미디어 리터러시 수준 비교 연구. *학습과학연구*, 7권 1호, 1~21.
- 윤승욱 (2009). IPTV 의 수용결정요인에 대한 연구. *언론과학연구*, 9권 1호, 162~197.
- 이성준 (2012). 소셜 커머스 이용 의향에 영향을 미치는 요인에 관한 연구. *한국방송학보*, 26권 3호, 495~529.
- 이지윤 · 안순태 (2013). 트위터에서의 건강정보 전파 행동 연구. *한국언론학보*, 57권 3호, 109

~134.

- 임소형 (2012, 1월 5일). 환자와 소통하는 ‘눈높이 의사선생님’이 늘어난다. *한국일보*, 26면.
- 전범수 · 이정기 (2014). 페이스북의 이용동기와 이용효과의 차이, 긍정적 · 부정적 효과 결정요인. *스피치와 커뮤니케이션*, 24권, 112~140.
- 전희진, 2015, 8월 28일. 100년 건강을 위한 준비... ‘건강검진’에 답 있다, *아시아 투데이*
<http://www.asiatoday.co.kr/view.php?key=20150824010013006>
- 정소영 (2012). 소셜미디어 시대의 인포그래픽 경향 분석에 관한 연구. *한국디자인문화학회지*, 18권 2호, 433~446.
- 정연재. (2008). 정보화사회에서의 의사-환자 관계. *의료정책포럼*, 6권 1호, 22~29.
- 조경원 · 감신 · 채영문 (2007). 인터넷 건강정보 평가 기준을 위한 건강 소비자의 인터넷 이용행태 분석. *보건교육 · 건강증진학회지*, 24권 2호, 15~28.
- 조현 · 박상선 (2012). 정보시스템 관점에서의 SNS 성공 요인. *한국정보기술학회논문지*, 10권 10호, 121~127.
- 진정숙 · 조로사 · 박주석 (2011). 모바일 마이크로블로깅(Mobile Microblogging) 서비스의 사용요인에 관한 연구. *경영과학*, 28권 3호, 83~94.
- 최민음 · 서필교 · 최명일 · 백혜진 (2014). 확장된 기술수용모형(TAM)을 적용한 TV 건강 프로그램 시청의도 분석. *한국언론학보*, 58권 6호, 362~389.
- 최상민 · 강성배 · 문태수 (2012). 소셜 네트워크 서비스(SNS)의 인지된 즐거움과 지속적 사용의도에 관한 실증연구. *인터넷전자상거래연구*, 12권 3호, 95~112.
- 최수정 (2012). 스마트폰 기반 소셜 네트워크 서비스(SNS) 이용의 결정요인 연구. *Journal of Information Technology Applications & Management*, 19권 4호, 75~95.
- 한국보건사회연구원 (2012). *보건복지 부문의 소셜미디어 활용 현황 및 정책과제*.
- 한국정보화진흥원 (2010). *공공 부문의 성공적인 소셜미디어 도입 및 활용 전략*.
- 한혜경 · 김주미 (2011). 의사-환자 간 수평적 커뮤니케이션 채널로서 블로그 운영에 관한 연구. *언론과학연구*, 11권 2호, 533~562.
- 홍순근. (2008). 정보시스템 수용의 외생적 및 내재적 동기의 효과에 대한 개인적 관여도의 조절 효과. *e-비즈니스연구*, 9권 3호, 65~83.
- Ahn, J. (2011). Digital divides and social network sites: Which students participate in social media?. *Journal of Educational Computing Research*, 45(2), 147~163.
- Baker, L., Wagner, T. H., Singer, S., & Bundorf, M. K. (2003). Use of the internet and

- e-mail for health care information. *Journal of the American Medical Association*, 289(18), 2400~2406.
- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American psychologist*, 37(2), 122~147.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of personality and social psychology*, 51(6), 1173.
- Blake, H. K. (2013). Building a Social Media Strategy for Frontenac Community Mental Health & Addiction Services (FCMHS). *The McMaster Journal of Communication*, 9(1), 6.
- Bloch, P. H. (1981). An exploration into the scaling of consumers' involvement with a product class. In K. R. Monroe (Ed.), *Advances in Consumer Research*, 8, 61~65.
- Brown, S. A., Dennis, A. R., & Venkatesh, V. (2010). Predicting collaboration technology use: Integrating technology adoption and collaboration research. *Journal of Management Information Systems*, 27(2), 9~54.
- Choi, G., & Chung, H. (2012). Applying the Technology Acceptance Model to Social Networking Sites (SNS): Impact of Subjective Norm and Social Capital on the Acceptance of SNS. *International Journal of Human-Computer Interaction*, (just-accepted).
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS quarterly*, 319~340.
- Dhume, S. M., Pattanshetti, M. Y., Kamble, S. S., & Prasad, T. (2012). Adoption of social media by Business Education students: Application of Technology Acceptance Model (TAM). In *Technology Enhanced Education (ICTEE), 2012 IEEE International Conference on*, 1~10.
- Fox, S. (2011). The social life of health information, [Available: http://alexapewinternet.com/~media/Files/Reports/2011/PIP_Social_Life_of_Health_Info.pdf]
- Gilster, P. (1997). *Digital Literacy*. NY: John Wiley&Sons.
- Hargittai, E. (2007). Whose space? Differences among users and non-users of social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 276~297.
- Hsiao, C. H., & Yang, C. (2011). The intellectual development of the technology acceptance model: A co-citation analysis. *International Journal of Information Management*, 31(2), 128~136.
- Lorence, D. P., Park, H., & Fox, S. (2006). Assessing health consumerism on the Web: a demographic profile of information-seeking behaviors. *Journal of Medical*

- Systems*, 30(4), 251~258.
- Mackert, M., Kim, E., Guadagno, M., & Donovan-Kicken, E. (2012). Using twitter for prenatal health promotion: encouraging a multivitamin habit among college-aged females. *Studies in health technology and informatics*, 182, 93.
- Munro, M. C., Huff, S. L., Marcolin, B. L., & Compeau, D. R. (1997). Understanding and measuring user competence. *Information & Management*, 33(1), 45~57. 안정임 (2006)에서 재인용
- Napolitano, M. A., Hayes, S., Bennett, G. G., Ives, A. K., & Foster, G. D. (2012). Using Facebook and text messaging to deliver a weight loss program to college students. *Obesity*.
- National Association of County & City Health Officials (2009), "Health Departments Respond to H1N1 Through Twitter, Facebook," <http://www.naccho.org> (accessed October 27, 2010). Park, Rodgers, & Stemmler (2011)에서 재인용
- Neiger, B. L., Thackeray, R., Van Wagenen, S. A., Hanson, C. L., West, J. H., Barnes, M. D., & Fagen, M. C. (2012). Use of social media in health promotion: Purposes, key performance, indicators, and evaluation Metrics. *Health Promotion Practice*, 13(2), 159~164.
- Ofcom. (2004). *Ofcom's strategy and priorities for the promotion of media literacy*. Retrieved from <http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/strategymedialit/summary/medialit.pdf>
- Park, H., Rodgers, S., & Stemmler, J. (2011). Health organizations' use of Facebook for health advertising and promotion. *Interactive Journal of Advertising*, 13(1).
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). The elaboration likelihood model of persuasion. *Advances in Experimental Social Psychology*, 19, 123~205
- Pool, C. R. (1997). "A new digital literacy a conversation with Paul Gilster." *Educational Leadership*, 55, 6~11.
- Vance, K., Howe, W., Dellavalle, R. P. (2009). Social internet sites as a source of public health information. *Dermatol Clin*, 27(2), 133~136, doi: 10.1016/j.def.2008.11.010.
- Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, 39(2), 273~315.
- Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186~204.
- Venkatesh, V., Davis, F. D., & Morris, M. G. (2007). Dead or alive? The development, trajectory and future of technology adoption research. *Journal of the Association*

for Information Systems, 8(4), 267 ~ 286.

Zhang, Y. (2012). College students' uses and perceptions of social networking sites for health and wellness information. *Information Research*, 17(3), 523. [Available: <http://InformationR.net/ir/17-3/paper523.html>]

Zhang, Z., & Lu, T. (2011). Understanding SNS users' intention: An extension of the technology acceptance model. In *Electrical and Control Engineering (ICECE)*, 2011 International Conference on, 5148 ~ 5151. IEEE.

최초투고일: 2015년 7월 26일 • 심사일: 2016년 3월 3일 • 게재확정일: 2016년 3월 3일

부록

1. 설문에 예시로 사용된 SNS 공공건강정보



대장암 예방 10대 원칙

1. 출항로의 섭취량 중 지방의 비율을 30% 이하로 줄인다.
2. 반숙식을 피하고 싱거운 음식을 즐긴다.
3. 양질의 식이섬유를 18~30g 이상 섭취한다.
4. 패스트푸드와 인스턴트 음식을 피하고 과도한 조미료와 훈제식품을 피한다.
5. 붉은색 육류나 가공육을 피하고 가금류, 생선, 두부 등을 즐긴다.
6. 절주와 금연을 실행하고 규칙적인 운동을 한다.
7. 요구르트와 같은 발효식품을 충분히 섭취한다.
8. 50세 이후 정기적인 대장내시경을 받는다.
9. 하루 1.5L 이상의 수분을 충분히 섭취한다.
10. 가족력과 같은 유전적 요인이 있는 경우 전문의와 상담한다.

국민건강보험
건강천사
<http://www.nhi.or.kr>

건강천사 (국민건강보험)
좋아하는 페이지 · 어제

건강보험은 환자의 절반이 알기로 판명되어 침묵의 병이라고도 불리는 '대장암' 역시 조기발견이 무엇보다 중요하며 대장암의 85%가 한경적요인, 즉 식습관과 연관이 되어있기때문에 붉은색 육류나 가공육보다는 덜지방가금류, 생선, 두부등으로 식탁을 꾸리는 것이 좋습니
다 이외에 대장암을 예방하기위한 방법을 확인하시고 하나씩 체크해보시는건 어떨까요?

좋아요 · 댓글 달기 · 공유하기
♡ 564명이 좋아합니다. 인기 댓글 >
☑ 공유 134개

Ok Hee Kang 항상 건강에 주의를 기울이고 살아야겠지요
좋아요 · 댓글 달기 · ♡ 1 · 어제 오전 8:52

김형 불이 최고!
좋아요 · 댓글 달기 · ♡ 1 · 어제 오전 8:40

백선화 남편
좋아요 · 댓글 달기 · ♡ 1 · 어제 오전 8:12

한창구 균형된 식사가 중요하겠지요
좋아요 · 댓글 달기 · ♡ 1 · 어제 오전 8:10

최연선 메모해서 주위에도 알릴까요
좋아요 · 댓글 달기 · ♡ 1 · 어제 오전 8:03

댓글을 입력하세요...



**술 마신 다음날
해장라면은 독!!**

국민건강보험
건강천사
<http://www.facebook.com/nhis.korea>

건강천사 (국민건강보험)
좋아하는 페이지 · 4월 11일

오늘은 풀끓+ + 저녁엔 술맛있는 풀끓이 밥을살면
데요~

술 마신 다음날 해장으로 끝나물국 같은 맑은 국물 보다 라면이나 삼육을 얼큰한 국물이 속을 시원하게 해준다고 생각하시는 분들 많 대여!

라면은 특유의 맵고 쓴 맛(발효물로 손질된 췌 효소)에 다시 한번 더 자극을 주고, 라면 속 향신료미료와 식품첨가물 등은 알코올을 해독하는데 바쁜 간에게 더욱 부담을 주게 됩니다.

따라서 술주 후 해장음식은 미역 해조류 등 알콜과 혈이 많이 함유된 알칼리성 음식과 콩, 두부 등 가벼운 식물성 단백질이 좋습니다. 이와 더불어 술 마신 다음날에는 날과 전해살을 빠르게 보충할 수 있는 쌀, 식혜, 과일 주스, 이온음료 등이 좋다는 사실 꼭 기억하세요~ ☺

좋아요 · 댓글 달기 · 공유하기
♡ 오세민님 외 1,090명이 좋아합니다. 인기 댓글 >
☑ 공유 94개

조준원 건강 생각하면 라면 먹음 안되지
좋아요 · 댓글 달기 · ♡ 1 · 4월 11일 오후 9:50

장채원 미지해해장라면인데ㅠㅠ
좋아요 · 댓글 달기 · 4월 11일 오후 9:21

김연애 공지면
좋아요 · 댓글 달기 · 4월 11일 오후 8:53

댓글을 입력하세요...

중장년층의 SNS 공공건강정보 이용의도 119

2. 주요 변인의 신뢰도 검증 및 기술 통계

표 3. SNS 건강정보 이용의

(n = 328)

변수	항 목	평균	표준 편차	Cronbach's Alpha
SNS 건강정보 이용 의도	건강보험공단 페이스북에서 제공하는 건강정보를 받아 볼 생각이 있다. (건강보험공단 페이지 '좋아요' 클릭)	3.66	0.805	0.943
	페이스북을 이용하는 방법을 배운다면 건강보험공단의 정보를 받아볼 생각이 있다.	3.68	0.815	
	건강보험공단 페이스북 운영자에게 건강 관련 질문 및 궁금한 사항을 물어볼 생각이 있다.	3.45	0.804	
	건강보험공단 페이스북에서 건강관련 정보를 찾아 볼 생각이 있다.	3.69	0.814	
	건강보험공단 페이스북에서 제공하는 건강정보를 관심 있게 지켜 볼 것이다.	3.69	0.797	
	건강보험공단이 페이스북에 게시한 건강 관련 글에 '좋아요(Like)' 버튼을 클릭할 생각이 있다.	3.69	0.799	
	건강보험공단이 페이스북에 게시한 건강 관련 글에 댓글을 남길 생각이 있다.	3.29	0.855	
	건강보험공단이 페이스북에 게시한 건강 관련 글을 공유(share)할 생각이 있다.	3.45	0.904	
	건강보험공단 페이스북에서 읽은 건강정보를 친구, 부모님 등 주위 사람들에게 이야기할 생각이 있다.	3.64	0.866	
	건강보험공단 페이스북에서 제공하는 건강 예방 수칙을 실천하기 위해 노력할 것이다.	3.82	0.661	
		3.65	0.644	

표 4. 인지된 용이성·유용성

(n = 328)

변수	항 목	평균	표준 편차	Cronbach's Alpha
인지된 용이성	건강보험공단이 페이스북에 게시한 건강정보를 이용하는 방법은 간단할 것이다.	3.64	0.677	0.857
	건강보험공단의 페이스북에서 건강관련 정보를 쉽게 찾을 수 있을 것이다.	3.59	0.720	
		3.61	0.654	
인지된 유용성	건강보험공단의 페이스북에 있는 건강자료는 유용할 것이다.	3.90	0.684	0.858
	건강보험공단이 운영하는 페이스북을 이용하면 건강과 관련된 필요한 자료를 얻을 수 있을 것이다.	3.87	0.691	
	건강보험공단이 페이스북에서 제공하는 건강정보를 읽으면, 건강예방에 도움이 될 것이다.	3.92	0.702	
		3.90	0.611	

표 5. 디지털 리터러시

(n = 328)

변수	항 목	평균	표준 편차	Cronbach's Alpha
디지털 리터러시	나는 인터넷을 사용하여 정보나 자료를 검색할 수 있다.	4.34	0.620	0.742
	나는 인터넷에서 각종 거래(인터넷 뱅킹, 인터넷 쇼핑, 예약/예매 등)를 할 수 있다.	4.35	0.664	
	나는 컴퓨터 혹은 스마트폰으로 SNS(페이스북, 트위터 등)를 이용할 수 있다.	3.99	0.774	
	나는 사진이나 동영상 촬영, 편집 등에 대한 미디어 제작 교육을 자주 받은 편이다.	2.73	0.913	
	나는 인터넷, SNS(페이스북, 트위터 등) 등 뉴미디어 이용 및 활용 교육을 자주 받은 편이다.	2.76	0.924	
	나는 미디어가 소비문화를 부추긴다고 생각한다.	3.73	0.766	
	나는 신문사나 방송사 등의 소유주가 누구냐에 따라 미디어 내용이 달라질 수 있다고 생각한다.	3.95	0.754	
	나는 같은 내용도 이미지, 배열, 편집 기법에 따라 다르게 표현될 수 있다고 생각한다.	4.09	0.585	
	나는 내가 하고 싶은 이야기를 발표용 소프트웨어(파워포인트 등)를 활용하여 표현할 수 있다.	3.36	0.957	
	나는 내가 찍은 사진이나 직접 제작한 동영상을 블로그, 카페, 페이스북, 트위터 등을 이용하여 인터넷에 올린 적이 있다.	3.27	1.057	
		3.55	0.479	

표 6. 건강 관여도

(n = 328)

변수	항 목	평균	표준 편차	Cronbach's Alpha
건강 관여도	나는 평소 건강에 많은 관심을 가지고 있다	3.83	0.716	0.715
	나는 내가 아팠던 경험(감기, 특정질환 발병, 교통사고 등)으로 인해 건강에 대한 관심이 높아졌다.	3.67	0.802	
	나는 가까운 지인이 투병하는 것을 보며 건강에 대한 관심이 높아졌다.	3.77	0.769	
	나는 전염성 질환이 발생할 때 건강에 대한 관심이 높아진다.	3.70	0.671	
		3.74	0.548	

Intention to Use SNS Public Health Information among the Middle Aged

Application of the Technology Acceptance Model

Minji Lee

Researcher, Center for Policy Cooperations, National Evidence-based Healthcare Collaborating Agency(NECA)

Soontae An

Professor of Advertising, School of Communication & Media, Ewha Womans University

This study examines public organizations' use of social media to disseminate health information, focusing on the middle aged who tend to have high interest and demand for health information. Based on the Technology Acceptance Model, all four key factors - perceived usefulness, ease of use, health involvement, and digital literacy - were statistically significant in predicting intention to use. Those with high digital literacy and health involvement demonstrated higher intention to use public organizations' health information via social media. Also, when the middle aged had high perceived usefulness and ease of use toward SNS public health information, their intention to use tended to increase. In particular, the significant interaction effect between health involvement and usefulness revealed that those with low health involvement showed a significantly increased intention to use SNS public health information when they perceived its usefulness highly.

KEY WORDS Social Media • Health Information • Technology Acceptance Model • Social Marketing