Journal of Digital Art Engineering & Multimedia Vol.10, No.3, September (2023), pp.319-332
ISSN 2508-9099(p) 2672-1198(e) *http://dx.doi.org/10.29056/jdaem.2023.09.04*

기술수용모형을 통한 중국 전통 공예 분야 종사자의 온라인 동영상 플랫폼 이용 의도에 관한 연구 : 빌리빌리(BiliBili)를 중심으로

A Study on the Intention to Use Online Video Platforms of Chinese Traditional Crafts Workers through Technology Acceptance Model : Focused on BiliBili

싱위[1], 이진우[2]*

XING WEI[1], Jin Woo Lee[2]*

요 약

본 연구는 기술수용모형을 바탕으로 전통 공예 분야 종사자의 온라인 동영상 플랫폼에 대한 이용 의도를 이해하는 것을 목적으로 한다. 이를 위하여, 정성적 접근을 기반으로 한 본 연구는 중국 공예 분야에 대한 2차 자료를 검토하고 온라인 동영상 플랫폼인 빌리빌리를 이용하는 중국 전통 공예 종사자 10인을 인터뷰하여 자료를 수집하고 분석하였다. 분석 결과, 응답자는 빌리빌리를 통한 정보취득·지식 학습·사회적 관계 확장이란 기능적 유용성과 유희·소속감 제고란 심리적 유용성, 그리고 인터페이스, 동영상 편집의 간소화 등이 유발하는 조작 용이성에 근거하여 해당 기술에 대한 우호적인 인식을 형성하는 것으로 나타났다. 한편, 선행 연구와 다르게 연구 참여자들은 창작에 대한 영감 제고 측면에서 빌리빌리 사용의 유용성을 인식하고 있었다. 본 연구는 선행 연구에서 나타난 기술에 관한 인지된 용이성 및 유용성과 이용 의도의 관계를 질적으로 확장하고, 전통 공예 분야에서 신기술을 이용하려는 종사자의 의도에 관한 기초자료를 마련한다는 측면에서 학술적 의의가 있다.

핵심어 : 기술수용모형, 이용 의도, 빌리빌리, 중국 전통 공예 분야 종사자, 질적연구

Abstract

This research aims to understand traditional crafts workers' intention to use online video platforms through the concept of Technology Acceptance Model. We employed a qualitative approach, to do this, reviewing secondary data about the realm of Chinese craft and conducting interviews with 10 traditional crafts workers in China to collect and analyze the data. The results of our analysis showed that the interviewees had a friendly perception of the technology. This perception was caused by the functional

1 Department of Performing Arts and Culture, The Catholic University of Korea [Graduate Student]
e-mail: 644901251@qq.com
2 Department of Performing Arts and Culture, The Catholic University of Korea [Assistant Professor]
e-mail: jinulee@catholic.ac.kr (Corresponding author)

Received(August 13, 2023), Review Result(1st: August 29, 2023), Accepted(September 8, 2023), Published(September 30, 2023)

© 2023 The Authors. Published by NCISS.
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License. To view a copy of this license, visit http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/.

usefulness gained from acquiring information, learning knowledge, and expanding their social network through BiliBili. They also experienced psychological usefulness through playfulness and connectedness on the platform. Additionally, they found it easy to operate due to the simplification of search, interface, and video editing, and other aspects provided by the platform. Unlike previous research, our interviewees recognized the usefulness of Bilibili in terms of enhancing their creative inspiration. This study qualitatively expands on the relationship between perceived usefulness, ease of use, and intention to use. Furthermore, it provides the fundamental outline of understanding workers' intention to use new technology in the field of traditional crafts, thus having academic significance.

Keyword : Technology Acceptance Model, Intention of use, Bilibili, Chinese traditional crafts workers, Qualitative research

1. 서론

코로나-19는 중국 문화예술 분야에 부정적 영향을 끼쳤다 [1]. 이로 인해 중국 전통 공예 분야 종사자를 비롯한 문화예술 창작자의 예술 활동은 직간접적인 충격을 받았다. 그러나 코로나-19에 의하여 강제된 사회적 거리두기는 비대면 소통의 확산을 일으켰고, 이는 문화예술 분야에서 새로운 가능성을 촉발했다. 이러한 비대면 소통이 가능할 수 있는 기반에는 인터넷 및 모바일 기술의 발전이 위치한다. 특히, 온라인 동영상 플랫폼의 성장은 모바일 서비스의 발전과 밀접한 관련이 있다. 따라서, 온라인 동영상 플랫폼은 모바일 서비스의 기술적 이점(정보 유용성, 이용 편리성, 즉각적인 연결성)을 공유하여, 사용자가 해당 플랫폼을 보다 유용하게 사용하도록 유도한다 [2]. 최근 중국 전통 공예 분야의 종사자도 이 같은 흐름에 편승하여 온라인 동영상 플랫폼을 적극적으로 사용하고 있지만, 이에 관한 학술적 논의는 미진한 상황이다.

이에, 본 연구에서는 온라인 동영상 플랫폼을 특정 기술로 간주하고 프레드 데이비스(Fred Davis)가 구축한 기술수용모델(Technology Acceptance Model, 이하 TAM)을 이론적 배경으로 설정하였다. TAM은 기술에 대한 사용자의 '인지된 유용성'과 '인지된 이용 용이성'이란 두 가지 핵심 요소에 주목하여, 사용자가 기술을 수용하는 의도에 관한 인과관계를 살펴보았다. 현재 TAM은 다양한 분야에 적용되고 있으며, 특히 인터넷이 대표하는 정보 기술에 대한 사용자의 태도와 행동 의도를 해석하는 것에 유용하게 적용되고 있다 [3]. 이의 연장선에서, 본 연구의 목적은 TAM을 통해 온라인 동영상 플랫폼에 대한 중국 전통 공예 분야 종사자의 이용 의도를 이해하는 것에 있다.

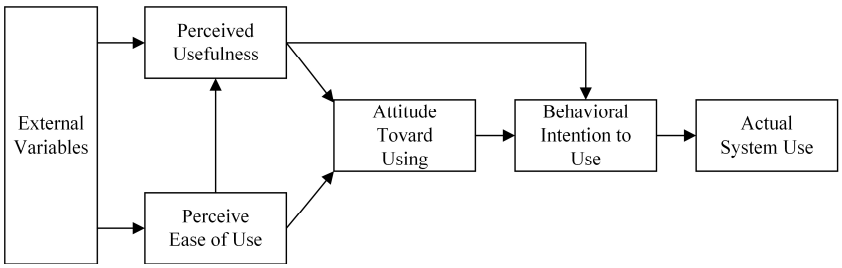
이를 위해 연구의 대상을 중국 동영상 플랫폼 중 대표성을 가진 빌리빌리(Bilibili)로 선정하였다 [4]. 사실, 빌리빌리와 연관된 TAM을 활용한 선행 연구는 동영상 시청자에 중점을 맞추고 정량적 접근을 통하여 연구를 진행했다 [5][6]. 이와 달리 본 연구는 질적연구를 기반으로 하였다. 이는 해당 접근이 관련 연구가 미진한 중국 전통 공예 분야에 대한 심층적 이해에 기여하기 때문이다. 먼저, 본 연구는 해당 분야에 관한 문헌검토(document review)를 통하여 관련 자료를 수집하였다. 또한, 본 연구는 TAM을 적용한 선행 연구 중 질적 연구 방법을 택한 백경종과 박용순 [2]의 논문의 연장선에서, 자료 수집을 위해 반구조화 인터뷰(Semi-structured interviews)를 수행하였다. 수집된 자

료는 중국 전통 공예 분야 종사자가 온라인 동영상 플랫폼을 사용하려는 의도를 이해하는 것을 중심으로 분석되었다.

2. 이론적 배경

2.1 기술수용모형

TAM은 Davis가 1986년에 제안한 것으로 사용자(조직원)가 정보 시스템을 수용하는 과정에 대한 이해를 높이기 위한 목적으로 제시되었다. 이 모형은 1975년 Fishbein과 Ajzen이 제기한 합리적 행동론에 이론적 뿌리를 두었다. 즉, TAM은 인터넷을 포함한 각종 정보통신 기술의 이용행위에 대한 합리적인 행동 논리를 구체화하고 있다 [3].



[그림 1] 기술수용모형

[Fig. 1] Technology Acceptance Model

TAM은 인지된 유용성(Perceived Usefulness), 인지된 이용 용이성(Perceived Ease of Use)과 사용자의 기술 이용 의도(Intention To Use) 및 실제 사용(Actual Use) 간의 관계를 연구한다. '인지된 유용성'은 사용자가 특정 시스템(기술)을 사용하여 작업 성능을 향상할 수 있다고 생각하는 정도로 정의된다 [7]. '인지된 이용 용이성'은 기술의 수용자가 해당 기술을 사용하는 것에 적정 노력이 요구되지 않는다고 생각하는 정도이다 [8]. '인지된 이용 용이성'이 높은 기술은 사용자의 노력을 절약하고 같은 노력에서 더 높은 성과를 창출할 수 있는 장점이 있다. TAM에서 '이용 태도(Attitude Toward Using)'는 특정 태도에 대한 개인의 감정평가를 의미하며 [7], '이용 의도'는 특정 행위를 수행하려는 의향의 강도를 나타낸다 [9]. '실제 사용'은 정보 기술 또는 정보 시스템의 실제 사용(예: 하루 평균 몇 시간 또는 일주일에 몇 번 사용)을 의미한다 [8]. TAM의 각 변수 간의 관계는 [그림 1]과 같으며, 특히 인지된 유용성과 인지된 이용 용이성은 기술에 대한 사용자의 이용 태도에 직간접적으로 영향을 미치는 것을 보여준다. 이후 이용 태도는 이용 의도에 영향을 미치며 이용 의도는 최종 실제 사용에 영향을 미치는 것으로 요약된다.

TAM의 초기 버전은 정보 시스템의 설계 및 시행을 위한 새로운 이론적 지식을 제공하는 한편,

특정 조직에 적용을 위한 새로운 기술 시스템에 대한 실무적 검토에 유용하였다 [7]. 하지만, Davis는 최초 TAM에서 인지된 유용성과 인지된 이용 용이성이 다양한 외부 요인에 의해 영향을 받는다는 점을 모호하게 지적하였음을 인정했다. 이에, Davis는 후속 연구를 통하여 시스템 특성, 개발 프로세스, 교육 및 기타 요인 등의 외부요인을 구체화하고, 이것이 인지된 유용성과 인지된 이용 용이성을 통해 사용자의 행동 의도에 영향을 미친다는 점을 강조하며 자신의 이론을 보완했다 [8].

2.2 온라인 동영상 플랫폼과 빌리빌리

온라인 동영상 플랫폼은 사용자가 플랫폼의 기술적 지원을 받아 동영상을 온라인으로 원활하게 게시 및 공유 또는 소비할 수 있는 매체를 말한다 [10]. 중국의 대표적인 온라인 동영상 플랫폼은 빌리빌리이다. 2009년 상하이에서 설립된 빌리빌리는 2022년 2분기 기준으로 월평균 활성 사용자 수는 3억 600만 명이며 사이트의 트래픽은 지난해 같은 기간보다 48% 증가하였다. 주로 광고를 통해 발생하는 수익을 기반으로 빌리빌리의 매출은 49억 1,000만 위안에 이르고 있다 [4]. 빌리빌리에서는 동영상 업로드의 용이성 때문에 시청자였던 사용자가 동영상 제작자로 전환하여 경제적 수익을 올릴 수 있다. 사용자는 '좋아요', '보너스', '탄막(彈幕)(Bullet Curtain)' 등 해당 플랫폼의 인터페이스적 요소를 통해 콘텐츠에 관한 관심을 표현하는 것이 가능하다. 특히, 사용자는 동영상을 보면서 탄막을 통해 동영상 제작자나 다른 시청자들과 능동적으로 소통하며, 이는 몰입형 체험을 유발한다 [11]. 이 같은 빌리빌리의 차별화된 기능은 동영상 제작자의 심리적·경제적 수익을 창출하는 것에 기여하고 있다 [12].

빌리빌리는 온라인 커뮤니티로서의 특성을 내재하고 있다. 온라인 커뮤니티는 같은 분야에 관심 있는 사람들이 온라인에서 서로 의견을 나누거나 동일한 목적을 공유하는 집단이다 [13]. 사실, 빌리빌리는 ACG(Animation, Comic, Game)를 중심으로 한 온라인 커뮤니티와 동영상 플랫폼으로 출발하였다. 이에, 빌리빌리에는 지식, 애니메이션, VLOG 등의 다양한 커뮤니티가 존재한다. 빌리빌리 사용자는 시간이나 공간의 제약을 받지 않고 탄막, 글, 댓글 등을 통해 자신의 의견과 경험을 다른 사용자와 토론하고 공유할 수 있도록 한다. 이는 같은 취향을 가진 사용자에게 소속감을 부여하고, 새로운 사회적 관계를 구축할 수 있게 한다. 이의 연장선에서, 빌리빌리는 팬코노미(Fan Economy)를 통해 충성도 높은 이용자를 확보하여 시장 점유율을 높이고 있다.

3. 연구 방법

본 연구는 질적 연구 방법을 기반으로 문헌 연구를 통하여 전통 공예 분야에 대한 현황을 파악한 후, 해당 분야의 종사자와의 반구조화 인터뷰를 통하여 자료를 수집하였다 [14-16]. 인터뷰 잠재 대상자는 빌리빌리를 사용하는 중국 전통 공예 분야종사자로 한정하였다. 본 연구진은 인터뷰에

앞서 이메일을 통하여 인터뷰 대상자에게 참여 여부를 확인하고 참여 의사를 밝힌 10인과 인터뷰를 진행하였다. [표 1]에서 보이듯, 최종 인터뷰 대상자의 평균 나이는 31세였으며 전통 공예 분야의 종사 기간은 평균 8.4년이었다.

[표 1] 참여자 목록

[Table 1] List of participants

참여자	성별	연령	최종학력	직업	경력 기간	플랫폼 이용 목적
A	여	31	석사	고등학교 교사	5년	동영상 시청
B	여	31	석사	칠공예가	12년	동영상 시청 및 업로드
C	남	30	학사	도예가	8년	동영상 시청
D	여	31	석사	대학교 교원	12년	자료 검색 및 동영상 시청
E	여	28	학사	공예 전공 학생	5년	동영상 시청 및 업로드
F	여	30	석사	주얼리 디자이너	5년	동영상 시청 및 업로드
G	여	33	석사	중학교 교사	6년	동영상 시청
H	여	30	석사	대학교 교원	11년	동영상 시청
I	여	33	석사	도예가	12년	동영상 시청 및 업로드

본 연구는 이론적 배경에 기반하여 인터뷰 질문을 구성하였으며 [표 2], 인터뷰 진행 시, 연구자는 가능한 중립적인 태도를 유지하며 응답자의 답변에 대한 개입을 지양하였다. 인터뷰는 위챗(WeChat) 프로그램을 활용하여 일대일 비대면으로 진행되었으며, 각 참여자당 소요된 시간은 평균 45분이었다. 인터뷰 내용은 참여자의 동의 아래 녹음한 후 문서로 변환하였으며, 자료 정리 이후 발생하는 추가적 질의를 통하여 보충적인 답변을 수집하였다.

[표 2] 인터뷰 질문 내용

[Table 2] Interview Question Content

인터뷰 질문	이론적 배경
질문 1. 중국 전통 공예 분야 종사자로서 빌리빌리가 어떤 측면에서 도움이 된다고 생각하십니까? 질문 2. 빌리빌리 이용이 가져오는 구체적 이익은 무엇입니까? 질문 3. '수익'은 어떤 점(경제, 기능, 심리)에서 나타났습니까?	인지된 유용성 (Perceived Usefulness)
질문 4. 중국 전통 공예 분야 종사자로서 빌리빌리를 이용하는 것은 쉽다고 생각하십니까? 이유는 무엇입니까? 질문 5. 기술적으로 빌리빌리가 이용이 용이한 측면은 구체적으로 어떤 점에서 나타났습니까?	인지된 이용 용이성 (Perceived Ease Of Use)
질문 6. 빌리빌리를 어떻게 평가하십니까? 이용에 대해 만족하셨습니까? 이유는 무엇입니까? 질문 7. 만족하지 않는다면, 그 이유는 무엇입니까?	이용 태도 (Attitude Toward Using)
질문 8. 빌리빌리를 계속 이용하실 의향이 있습니까? 그 이유는 무엇입니까?	이용 의도 (Intention To Use)

수집된 자료는 다음과 같은 과정을 거쳐 분석되었다 [표 3]. 먼저, 본 연구는 인터뷰 참여자의 답변을 의미 단위로 모아 8가지의 하위 코드로 구조화하였다. 또한, 해당 의미 단위는 선행 연구에 기반하여 학술적으로 표현하는 동시에 세 가지 중심 코드로 다시 묶는 과정을 거쳤다. 이러한 과정에서, 빌리빌리를 통한 학습 및 사회화 역량 강화와 정보 획득성을 기능적 유용성으로 여긴 근거는 Wu [17], 왕이민과 배소영 [18], Gong [19]의 연구에서 포착하였다. 또한, Wang [20]과 문성, 배승주와 이상호 [21]의 논문을 참조하여 정서적 만족과 소속감 제고에 포함되는 인터뷰 내용은 심리적 유용성으로 분류하였다. 또한, 백경종과 박용순 [2], 그리고 유명주, 박지연과 이혜은 [3]의 연구를 근거로 하여, 빌리빌리의 조작 용이성과 관련되는 인터뷰 내용을 발췌하였다. 이후, 해당 중심 범주를 TAM의 이론적 논의를 통하여 도출한 두 가지 중심 주제 내에서 이해하여, 중국 전통 공예 종사자가 빌리빌리란 기술을 수용하는 의도를 이해하였다.

[표 3] 수집된 자료의 분석을 위한 구조화

[Table 3] Structuring for analysis of the collected data

중심 코드	중심 코드	하위 범주
인지된 유용성	기능적 유용성	수공예 관련 지식 학습
		공예 창작에서 문제점 해결 정보 획득
		전통 공예 분야 종사자와 커뮤니티 형성 및 교류
	심리적 유용성	탄막의 활용을 통한 유희성
		상호 작용에 의한 소속감
인지된 이용 용이성	조작 용이성	검색의 편리성
		인터페이스의 조작 용이성
		동영상 편집 간소화와 게재의 편의성

4. 연구 결과 및 논의

4.1 중국 전통 공예 분야의 주요 현황

2022년 1~3분기 중국 3차 산업의 부가가치는 46조 5,300억 위안으로 전년 동기 대비 2.3%를 증가하여, 중국 경제성장의 41.9%를 차지하였다. 3차 산업영역에 포함된 문화예술 분야 중, 전통 공예 미술 분야에서 공예미술의 연간 생산 가치는 약 3조 위안이며 직접 종사자는 650만 명 이상, 관련 종사자는 1300만 명이 넘은 것으로 나타났다 [22]. 이와 같은 해당 분야의 부흥은 중국 정부의 노력에 상응하는 결과라고 볼 수 있다. 예를 들어, 중국 정부는 <중화 우수 전통문화 전승 및 발전사업 실시에 관한 의견(2017)>, <중국 전통공예 진흥계획(2017)>, <공예미술 전문직 직함제도 개혁 심화에 관한 지도 의견(2021)> 등의 관련 문서를 발표하며 전통공예 산업의 발전과 전승자 양성을 위한 정책을 단계적으로 시행하였다. 더하여, 정부 차원에서의 전통 예술과 공예에 대한 보

호 조치와 중국 전통 공예인을 위한 생활 보조금 지원시스템은 점차 개선되고 있다 [23].

중국 전통공예산업은 수치상으로 낙관적이지만 지속 가능한 산업적 구도를 갖는 데 다소 한계를 지닌다. 이는 전통 공예품이 현지 재료와 장인에 의해 주문 맞춤형으로 소량 생산되기 때문이다 [22]. 전통 공예는 생산과 제조의 측면에서 기술적 전승에 의존하고 있어, 이에 대한 현황 파악에 어려움이 따르고 있다 [24]. 이로 인해, 전통공예산업 발전을 위한 중국 정부의 체계적인 접근이 어려워, 전통 공예 산업의 발전과 전통 공예가의 경력형성 측면에서 한계로 작용한다. 한편, 중국에서 일정 규모 이상의 문화 및 관련 산업 기업 68,000개를 대상으로 한 조사에 따르면, 2022년 1~3분기 문화 기업의 영업이익은 8조 6,459억 위안에 달해 2021년 동기 대비 1.4%를 증가하였다. 특히, 본 연구의 대상인 빌리빌리가 포함되는 온라인 콘텐츠 플랫폼 군의 영업수익은 3조 841억 위안으로 전년 동기 대비 3.9%를 증가해 대다수의 문화산업 기업보다 2.5% 높았다 [1].

4.2 인지된 유용성과 이용 의도

4.2.1 기능적 유용성

본 연구는 인터뷰 참여자의 의견을 통해 빌리빌리가 전문적 지식 전달 측면에서 해당 기술에 대한 사용자의 인지된 유용성을 제공하고 있다고 해석한다. 먼저, 지식 학습의 측면에서 빌리빌리는 여타의 동영상 사이트보다 우위를 점하여 사용자의 요구를 만족시키고 있다 [17]. 이에 상응하여, 장신구 제작 기술 습득에 관심을 둔 연구 참여자 D는 빌리빌리를 사용하는 이유에 대하여 다음과 같이 밝히고 있다.

“전반적으로 빌리빌리를 좋아하는데, 자료가 많고 동영상 업로더가 정성껏 편집해 맞춤형 학습을 할 수 있고 혁신적인 콘텐츠도 많아요. 수공예의 매력을 영상에서 중점적으로 담아냈기 때문에 빌리빌리에서 찾을 수 있는 동영상은 저에게 매우 중요한 학습 자료에요.” (D)

즉, 빌리빌리가 전통 공예에 대한 지식과 정보를 이해하는 데 도움을 줄 수 있다는 것인데, J는 “빌리빌리에는 수공예 관련 고화질 동영상이 많아 공예기법 습득에 도움이 되고 있어요”라며 이에 동의하였다. 이는 사용자가 해당 기술을 수용하는 데 학습적 측면에서의 유용성이 고려되고 있다고 해석될 수 있다. “사실, 저는 옻칠 공예의 창작과 학술적 정보에 관한 지원이 필요한 실정인데, 이같은 지원을 간접적으로 빌리빌리의 동영상을 시청하며 얻을 수 있어요.” (A) 교사 신분인 H는 인터뷰 참여자 A의 관점에 공감하며 “작업을 하면서 기술적 문제가 발생하면 주로 빌리빌리에서 관련 정보를 찾아 해결하는 편이에요”라고 의견을 주었다. 이를 통해 빌리빌리가 사용자의 정보 습득에 대한 욕구를 충족시키고 있음을 알 수 있다. 이는 이러한 기능적 유용성이 사용자에게 인

지되어, 사용자의 이용 의도 및 이용 태도에 일정한 영향을 미치는 것이라고 해석 가능하다.

한편, 빌리빌리에서는 사용자의 공통 관심사를 기반으로 하는 다양한 유형의 커뮤니티가 존재한다. 커뮤니티에 소속된 사용자는 상호소통을 통해 서로에 대한 이해를 도모하고 있다 [19]. 이에 대하여 칠공예가인 B는 빌리빌리 커뮤니티를 통하여 칠공예 종사자뿐 아니라 타 분야의 전통 공예 분야에서 활동하는 이들과 교류하고 있다고 밝히고 있다. 이와 같은 빌리빌리를 매개로 한 사용자의 사회적 관계 형성은 연구 참여자의 해당 플랫폼 이용 태도에 긍정적인 영향을 유발하는 것으로 이해할 수 있다.

더하여, 빌리빌리는 사용자가 콘텐츠를 제작하고 공유할 수 있는 기회를 제공한다. 동영상 제작자이자 업로더인 F는 “영상을 만드는 주된 목적은 법랑 공예를 널리 알리고 대중들이 전통 공예와 공예가의 삶을 이해할 수 있도록 하는 것이에요.”라고 응답하고 있다. 이와 유사한 관점을 가진 도예가로 활동 중인 I는 빌리빌리를 통하여 사회적 명성을 획득한 자이다. 해당 도예가는 ‘정보 획득’, ‘사회적 관계 형성’의 측면이 빌리빌리를 이용하는 것에 긍정적인 영향을 미친다고 보고 있으며, 이는 선행 연구 [18]를 지지한다.

마지막으로, 중국 전통 공예 분야 종사자는 창의적 영감 제고 측면에서 빌리빌리의 유용성을 인지하고 있다. 연구 참여자 A는 “빌리빌리를 통해 발견한 내용과 영감을 기반으로 창작한 결과물은 늘 새로워요.”라고 응답했다. 이와 유사하게, 중학교에서 공예 관련 지식을 교육하는 G도 “저는 미술 전공자들에 대한 영상을 자주 보는 편이고 트렌드에 대해 배우고 새로운 창작을 하는 것에 영감을 얻었어요.”라고 밝히고 있다. 사실, 창작의 측면에서 시대와 상응하는 주제의 발견은 중국 전통 공예 분야의 종사자가 당면한 시대적 과제이다. 이는 중국 내에서 전통 공예품에 대한 수요의 감소세가 뚜렷하기 때문이다 [25]. 이에 대응하기 위해 전통 공예의 현대적 전환과 예술적 혁신이 요구되나 해당 분야 종사자의 인식 부족에 의하여, 이와 같은 전환은 극히 제한적으로 이루어지고 있다 [26]. 이에 대하여, 인터뷰 참여자 B는 당면한 상황에 공감하고 우려를 표하며, 빌리빌리를 통하여 문화예술 산업 전반의 현황과 관련된 정보를 얻는 동시에, 다양한 동영상 감상이 창작의 새로운 영감을 부여한다고 밝히고 있다.

4.2.2 심리적 유용성

빌리빌리는 소통을 권장하는 도구를 마련하여 사용자에게 감정적 가치를 제공하고 있다.

“친구들과 빌리빌리에서의 동영상을 공유하는 것은 소통의 ‘다리’를 놓는 것과 같아요. 함께 동영상을 보며 탄막과 댓글 내용을 함께 토론할 수 있고, 그로 인해 우리 관계도 친밀해졌어요. 이런 심리적인 혜택 때문에 [빌리빌리]를 점점 더 애용하게 되었어요.” (B)

여기서, 연구 참여자 B가 말하는 탄막은 빌리빌리의 특이점 중 하나이다. 탄막은 원래 슈팅 게임에서 방출되는 다수의 총알을 말하며, 조밀한 총알의 군집은 사람들에게 총알로 이루어진 막이 형성되는 듯한 느낌을 부여한다. 빌리빌리에서 탄막은 동영상 시청자가 댓글을 단 내용이 영상 위에 자막과 같이 표상되는 것을 일컫는다. 또한, 영상의 타임라인에 따라 무작위로 텍스트가 변화 및 분포되기도 한다 [11]. 이는 시청자에게 재미를 유발하고 동영상에 대한 집중도와 몰입도를 향상하는 동시에, 시청자의 소속감을 제고하는 것에 기여하고 있다 [20]. 즉, 사용자는 빌리빌리의 해당 기능을 사용함으로써, 플랫폼 이용자 간 상호작용을 하는 듯한 느낌을 받게 된다. 이를 통하여, 기술의 수용자는 심리적 즐거움을 축적하고 이는 해당 플랫폼에 대한 긍정적 이용 태도에 이바지한다.

본 연구는 빌리빌리가 제공하는 사용자의 원활한 소통을 기인하는 환경을 심리적 유용성과 관계지었다. 앞서 기술한 것과 같이 참여형 동영상 플랫폼인 빌리빌리의 사용자는 강력한 커뮤니티를 형성하고 있다 [27]. 또한, 사용자 간의 소통은 댓글과 탄막을 통하여 구현되며, 이는 사용자의 인지적 행복감, 만족도, 지속적인 구독 의도 등에 긍정적인 영향을 미친다 [21]. 본 연구의 최연소 참여자인 E는 플랫폼 사용 시 구현 가능한 소통 기능을 높게 평가하며, “전반적으로 빌리빌리를 통한 사용자 간 소통은 비교적 원활하다고 생각해요. 특히, 탄막은 매우 재미있어요.”라고 언급하였다. 즉, 이러한 빌리빌리에서 나타난 소통의 원활성은 사용자가 빌리빌리를 선호하는 이유 중 하나로 여겨지고 있다.

4.3 인지된 이용 용이성과 이용 의도

빌리빌리가 구현하는 동영상 검색의 용이성은 사용자에게 해당 기술이 큰 노력 없이도 사용이 가능하다는 인식을 만들어내는 것에 기여하고 있다. 예를 들어, 중국 전통 공예에 관한 교육자인 A는 빌리빌리의 조작 용이성에 관한 질문에 대하여 다음과 같이 응답하고 있다.

“빌리빌리에서 영상을 검색하기는 비교적 쉬워요. 검색하면, 관련 동영상들이 나오게 되는데 굉장히 정확한 편인 것 같아요. 그리고, 제가 한번 검색한 이후에, 따로 검색하지 않아도 제 취향과 관련된 동영상을 추천해줘요.” (A)

위의 의견은 빌리빌리 사용자의 개인 화면에 등장하는 빅데이터 기반의 카데고리별 추천·인기 동영상에 관한 것이다. 사실, 이는 개별 사용자의 취향이 반영된 알고리즘 분석의 결과이다 [15]. 이에 대하여, 연구 참여자 J의 경우 “빌리빌리는 빅데이터를 기반으로 콘텐츠를 선별해 원하는 동영상을 쉽게 찾을 수 있게 도와줘요. 그래서 저는 빌리빌리를 사용하기가 쉽다고 생각해요.”라고 응답하였다. 이는 사용자가 빅데이터 기반 추천 시스템을 통하여 자신의 취향에 맞는 동영상을 제

공하는 기술에 대한 이용 용이성을 인지하고 있음을 의미한다.

또한, 빌리빌리의 간결한 이용자 인터페이스는 사용자의 조작 편리성을 유발하고, 이는 해당 플랫폼의 이용 용이성에 관한 사용자의 인지 측면에 긍정적으로 기여하고 있다. 빌리빌리의 카테고리 구분은 가시성이 높아, 사용자는 취향과 필요에 따라 선호하는 카테고리를 쉽게 선택할 수 있게 하고 있다. 더하여, 사용자는 구독한 영상 제작자의 최근 소식과 주요 이슈와 관련된 콘텐츠를 비교적 용이하게 제공받을 수 있다. 그뿐만 아니라, 빌리빌리의 인터페이스는 동영상 제작자가 사용하기에도 편리하다. 예컨대 '+'만 클릭하면 동영상 제작자가 영상을 편집하고 바로 게시할 수 있다. 이 밖에도, 시청자는 재생 속도, 동영상 해상도 및 탄막 재생 여부도 선택 가능하다. 또한, 빌리빌리는 사용자에게 캡처 및 녹화 기능에 관한 인터페이스도 제공하여, 2차 창작을 유도하는 환경을 마련하고 있다.

"제가 빌리빌리를 좋아하는 이유는 인터페이스가 단순하고 사용이 편리하기 때문이에요." (D)
"빌리빌리는 인터페이스가 간결하고 깨끗해서 조작하기 쉬워요." (E)

위와 같은 인터뷰 참여자의 의견에서 미루어 볼 수 있듯이, 빌리빌리가 제공하는 인터페이스의 편의성은 이용자가 해당 플랫폼의 이용 용이성을 인지하게 하는 것에 기여함을 알 수 있다.

한편, 빌리빌리가 자체적으로 제공하는 편집 프로그램은 동영상 제작자가 해당 플랫폼 이용을 편리하게 인지하게끔 하고 있다. 이에 대하여, 장신구 디자이너로 활동 중인 F는 "빌리빌리에서는 영상 업로드가 간단하기 때문에 우리 같은 아마추어들도 쉽게 동영상을 게시할 수 있어요."라고 설명했다. 사실, 빌리빌리에서는 누구나 쉽게 동영상을 게시할 수 있는데, B의 의견에 따르면 이는 빌리빌리가 제공하는 편집 프로그램 때문이다. 이 편집 프로그램은 빌리빌리에서 공식적으로 개발한 것으로 동영상의 단순 편집 및 템플릿, 음악, 자막, 필터, 특수 효과 등을 제공하여 동영상 제작을 더 편리하게 해준다.

"빌리빌리에서 동영상을 보는 것을 오래전부터 시작했어요. 직접 동영상을 만들어서 올릴 때 제일 먼저 떠오르는 플랫폼은 빌리빌리예요. 저희가 사용하기에도 간단하고 동영상을 게시하는 것도 비교적 편했던 것 같아요." (I)

위의 의견과 같이, 빌리빌리는 중국 전통 공예 분야의 종사자가 큰 노력을 기울이지 않고 동영상을 편집하고 게시할 수 있게 하는 편의성을 제공하는데, 이것이 빌리빌리를 사용하고자 하는 의도에 긍정적 영향을 미치고 있는 것으로 이해할 수 있다.

5. 결론

본 연구는 TAM을 통해 온라인 동영상 플랫폼에 대한 중국 전통 공예 분야 종사자의 이용 의도를 이해하는 것을 목적으로 한다. 이를 위하여, 본 연구는 빌리빌리를 하나의 기술로 여기고 이를 수용하는 사용자에게 인지된 기술의 유용성과 이용 용이성이 어떻게 해당 기술을 이용하게끔 유도하는지를 탐구하였다. 자료 수집을 위하여 10명의 연구 참여자와 반구조화 인터뷰를 실행하였고, 수집된 자료는 이론적 배경을 기반으로 분석되었다.

분석 결과, 기존 연구의 연장선에서 빌리빌리에 대한 인지된 유용성은 해당 플랫폼의 이용 의도에 긍정적으로 작용하고 있는 것으로 나타났다 [2][3]. 구체적으로 본 연구는 인지된 유용성을 기능적·심리적 유용성으로 구분하고 살펴보았는데, 인터뷰 참여자는 지식 학습, 정보 취득, 그리고 사회적 관계 형성 및 사회적 영향력 제고의 측면에서 빌리빌리의 기능적 유용성을 인식했다. 한편, 심리적 유용성 측면을 보았을 때, 응답자들은 흥미·재미 유발과 원활한 소통 가능 환경으로 인한 소속감의 조성 측면에서 빌리빌리를 긍정적으로 인식하고 있었다. 이와 같은 의견을 바탕으로 사용자에게 인지된 기술의 유용성은 해당 기술의 이용 의도에 긍정적으로 기여한다고 해석 가능하다. 또한, 인지된 이용 용이성 측면에서 조작 편의성(빅데이터 관련 푸시 및 검색 용이성, 인터페이스의 간결성, 동영상 편집의 편의성)은 이용자가 빌리빌리를 사용하는 것에 큰 노력이 요구되지 않는다고 여기는 것에 기여하여, 연구 참여자가 해당 플랫폼을 이용하는 것에 긍정적인 영향을 미친다고 볼 수 있다. 이는 인지된 이용 용이성이 기술의 이용 의도에 직접적인 영향을 미친다는 서창교와 성석주의 연구를 지지하고 있다 [28].

더하여, 본 연구는 빌리빌리의 이용 의도 측면에서 중국 전통 공예 분야 종사자의 특이점을 포착하였다. 일반 사용자의 경우, 빌리빌리의 이용 의도는 다양한 콘텐츠를 통한 여가, 정보의 취득, 지식의 습득, 타 사용자와의 의사소통, 그리고 엔터테인먼트에서 기인한다 [29]. 이와 유사하지만, 본 연구의 결과는 중국 전통 공예 분야 종사자의 경우 창작에 있어서 혁신적인 영감을 얻는 매체로써도 해당 플랫폼의 유용성을 인지하는 측면을 보여준다. 이와 같은 플랫폼의 이용 의도는 중국의 전통 공예에 대한 수요 감소에 대응하여 공예품의 주제 선정이나 기법 측면에서 현대적 전환을 이루어 내고자 하는 해당 분야 종사자의 목적성이 반영된 것으로 이해할 수 있다.

이와 같은 분석 결과를 바탕으로 한, 본 논문의 이론적 시사점은 다음과 같다. 즉, 본 연구 결과는 현대사회에서 중국 전통 공예 분야의 종사자가 새로운 기술을 수용하려는 이유에 관한 연구의 향후 방향성을 검토하는 측면에서 학술적 의의가 있다. 사실, 기술의 발전에 따라 전통 공예 분야에서도 본 논문에서 다룬 영상 플랫폼뿐 아니라, 창의적 아이디어 발상, 디자인 및 제작 실현의 측면에서 다양한 신기술의 접목이 시도되고 있다. 이에, 본 연구가 포착한 중국 전통 공예 분야 종사

자가 인지하고 있는 기술의 유용성과 이용 용이성, 그리고 이것과 신기술의 이용 의도와의 관계에 대한 해석은 관련 분야의 향후 연구에서 기초자료의 역할을 할 수 있다. 이는 TAM을 기반한 학술적 성과를 질적으로 확장하는 측면에서도 학문적 의의가 있다.

한편, 본 연구는 전통 공예 분야 종사자가 기술 수용 과정에서 영향을 받는 다양한 외부 요인에 대한 논의는 경시하였다. 해당 외부 요인은 Davis가 TAM을 확장한 이후 [8], 크게 개인적, 기술적, 사회적 측면으로 나뉘어 연구되고 있다 [30]. 사실, 본 연구 참여자의 의견은 TAM 모델의 외부 변수에 대한 정성적 분석을 포함하고 있다. 예를 들어, 창작 영감 제고의 목적성에 의한 기술 수용은 전통 공예 종사자의 개인적 속성에서 이해될 수 있다. 또한, Thompson, Higgins와 Howell이 주장하는 사회적 영향의 요인은 본 연구의 참여자가 본인의 사회적 영향력을 높이는 수단으로써 기술의 유용성을 인지하는 것은 맞닿아 있다 [31]. 따라서, 향후 연구에서는 기술적 속성을 포함한 외부 변수를 비판적으로 검토하여, 중국 전통 공예 분야 종사자를 대상으로 한 정량적 조사가 이루어질 필요가 있다.

References

[1] National Bureau of Statistics, “Operating profit of cultural and related industrial companies on a national scale fell 13.9% in Q1 2020.”, stats.gov.cn, http://www.stats.gov.cn/sj/zxfb/202302/t20230203_1900706.html, (accessed April 30, 2020).

[2] K. J. Back, Y. S. Park, “The Relationship with Mobile Travel Apps, Service Adoption and Consumer Purchase Intention - Focusing on Interview with an Mobile Apps User -”, International Journal of Tourism Management and Sciences, vol. 30, no. 2, April 2015, pp. 353-374.

[3] M. Q. Liu, J. Y. Park, H. E. Lee, “Technology Acceptance Model in Live Commerce Context: The Effect of Para-social Interactivity and Source Characteristics on Consumers’ Shopping Intention on Live Commerce Platform”, The Journal of the Korea Contents Association, vol. 21, no. 6, June 2021, pp. 138-154, doi: 10.5392/JKCA.2021.21.06.138.

[4] BiliBili, “Investor Relations”, bilibili.com, https://ir.bilibili.com/zh-hans, (accessed January 10, 2023).

[5] J. L. Huang, “Research on Vertical SNS Use: The bilibili Barrage website of China”, Master's thesis, Department of Mass Communication, Konkuk University, Republic of Korea, 2017. [Online]. Available: www.riss.kr/link?id=T14374218.

[6] R. l. Niu, “A Motivation, User Satisfaction and Loyalty of YouTube and Bilibili -- Focusing on the comparison of Chinese users' use of online video platforms”, Master's thesis, Department of media communication, Hankuk University of Foreign Studies, Republic of Korea, 2021. [Online]. Available: www.riss.kr/link?id=T15890927.

[7] F. D. Davis, “Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology”, MIS Quarterly, vol. 13, no. 3, September 1989, pp. 319-340, doi: org/10.2307/249008.

[8] F. D. Davis, P. Richard, R. Paul, “User Acceptance of Computer Technology: A Comparison of Two

Theoretical Models", Management Science, vol. 35, no. 8, August 1989, pp. 982-1003, doi: 10.1287/mnsc.35.8.982.

[9] I. Ajzen, M. Fishbein, "A Bayesian analysis of attribution processes", Psychological Bulletin, vol. 82, no. 2, March 1975, pp. 261-277, doi: org/10.1037/h0076477.

[10] Y. K. Nie, "The Effect of Chinese Video Platform's Service Quality on Consumer Satisfaction and Re-use Intention, Focusing on "Bilibili"", Master's thesis, Department of Business Administration, Kyung Hee University, Republic of Korea, 2022. [Online]. Available: www.riss.kr/link?id=T16078282.

[11] K. N. Zhang, "A Study on The Intention of Creating The Bilibili Barrage: Focused on The Deconstruction Model of The Planned Behavior Theory", Master's thesis, Department of Media and communication, Dongguk University, Republic of Korea, 2021. [Online]. Available: www.riss.kr/link?id=T15910385.

[12] S. Wang, "A comparative study of business models between YouTube and bilibili", Master's thesis, Department of Business Administration, Graduate School, Kangwon National University, Republic of Korea, 2022. [Online]. Available: www.riss.kr/link?id=T16063460.

[13] Y. T. Kim, J. C. Oh, S. J. Hong, "Post-Acceptance Model of User in the Personal Community Site", Korean Journal of Business Association, vol. 19, no. 6, December 2006, pp. 2215-2235.

[14] J. W. Creswell, QUALITATIVE INQUIRY & RESEARCH DESIGN Choosing Among Five Approaches, SAGE, 2013.

[15] Y. J. Noh, S. L. Han, "The Phenomenological Study on Youth using Metaverse", Journal of Learner-Centered Curriculum and Instruction, vol. 22, no. 19, October 2022, pp. 469-486, doi: 10.22251/jlcci.2022.22.19.469.

[16] D. Owen, N. Maria, "Preparing and conducting interviews to collect data", Nurse Researcher, vol. 20, no. 5, pp. 28-32, May 2013, doi: 10.7748/nr2013.05.20.5.28.e327.

[17] Q. X. Wu, "How Does Bilibili Compete With the Other Video Sites in China: The Role of Danmu, Audience Engagement, Uses and Gratifications, and the Niche", Doctoral dissertation, Bowling Green State University. Bowling Green, America, 2022. [Online]. Available: rave.ohiolink.edu/etdc/view?acc_num=bgsu1656871900976648.

[18] Y. M. Wang, S. Y. Bae, "The Influence of Viewing Motivation of the Korean Wave Video Content on Viewing Attitude, National Image of Korea, and Behavioral Intention: Focused on the Chinese Online Video Platform, 'bilibili'", The Journal of the Korea Contents Association, vol. 21, no. 4, April 2021, pp. 762-772, doi: 10.5392/JKCA.2021.21.04.762.

[19] Y. H. GONG, "Analysis of the identity of Korean creators on Chinese websites - Focusing on the site bilibili -", Master's thesis, Department of journalism, Korea University, Republic of Korea, 2019. [Online]. Available: www.riss.kr/link?id=T15062557.

[20] R. Wang, "Community-Building on Bilibili: The Social Impact of Danmu Comments", Media and Communication, vol. 10, no. 2, April 2022, pp. 54-65, doi: 10.17645/mac.v10i2.4996.

[21] X. Wen, S. J. Bae, S. H. Lee, "A Study on the Influence Factors of One-person Media Continuous Subscription Intention of OTT Bilibili Users", Journal of Korea Multimedia Society, vol. 25, no. 12, December 2022, pp. 1756-1767, doi: 10.9717/kmms.2022.25.12.1756.

[22] Y. Ma, "The annual output value is nearly 3 trillion yuan. Prosperity and Development of Chinese Arts

and Crafts Industry", cinn.cn, http://www.cinn.cn/gongjing/202208/t20220822_260146.shtml, (accessed August 22, 2022).

[23] Y. Li, J. Wang, Traditional Chinese Arts and Crafts Industry, YUNNAN UNIVERSITY PRESS, 2019.

[24] S. W. Kim, "A study on the transmission of traditional crafts and its activation policy", Master's thesis, Cultural Heritage Studies, Korea University, Republic of Korea, 2018. [Online]. Available: www.riss.kr/link?id=T14924932.

[25] L. Jiang, Z. H. Jiang, "Traditional handicrafts are in difficulty of inheritance", m2.zjol.com.cn, http://m2.zjol.com.cn/msite/details.html?newsid=015513857, (accessed September 21, 2012).

[26] N. Wu, "Life of Origin: A Re-understanding of Modern Transformation of Traditional Chinese Handicrafts", ihchina.cn, https://www.ihchina.cn/Article/Index/detail?id=24758, (accessed March 23, 2022).

[27] Z. D. Chen, Dali L. Yang, "Governing Generation Z in China: Bilibili, bidirectional mediation, and online community governance", The Information Society An International Journal, vol. 39, no. 1, January 2023, pp. 1-16, doi: 10.1080/01972243.2022.2137866.

[28] C. K. Suh, S. J. Seong, "Individual Characteristics Affecting User`s Intention to Use Internet Shopping Mall", Asia Pacific Journal of Information Systems, vol. 14, no. 3, September 2004, pp. 1-22.

[29] S. Knobloch-Westerwick, A. Westerwick, D. J. Sude, "Media choice and selective exposure", Media Effects, M. B. Oliver and A. A. Ranney, Eds., New York, USA: Routledge, 2019, pp. 146-162.

[30] C. H. Nam, "Study on Continuous Intention to Use of Mobile Video App Based on Technology Acceptance Model", Journal of Digital Contents Society, vol. 20, no. 3, August 2019, pp. 1585-1592, doi: 10.9728/dcs.2019.20.8.1585.

[31] R. L. Thompson, C. A. Higgins, J. M. Howell, "Personal Computing: Toward a Conceptual Model of Utilization", MIS Quarterly, vol. 15, no. 1, March 1991, pp. 125-143, doi: org/10.2307/249443.