Journal of Next-generation Convergence Information Services Technology Vol.14, No.2, April (2025), pp.159-172
ISSN 2384-101X(p) 2672-1163(e) *http://dx.doi.org/10.29056/jncist.2025.04.02*

법률앱 사용자의 혁신저항 및 사용의도에 관한 연구

A Study on the Innovative Resistance and Use Intention of Legal App Users

김의준[1], 반영환[2]*

Eui Joon Kim[1], Younghwan Pan[2]*

요 약

본 연구의 목적은 법률 앱 사용자의 혁신 저항 요인을 탐색 및 규명하여, 효과적인 법률 앱 서비스 확산 방안을 모색하는 데 있다. 이를 위해 법률 앱 사용 경험을 가진 일반인을 대상으로 온라인 설문조사를 하였으며, 수집된 자료는 SPSS 27.0, Amos 23.0 프로그램을 이용하여 분석하였다. 연구분석 결과, 사용장벽, 가치장벽, 전통장벽이 혁신 저항에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이는 사용자가 기술을 자신의 삶에 통합하는 과정에서 기존 가치나 습관과의 충돌이 주요한 저항 요인이 됨을 시사한다. 하지만, 위험장벽과 심리적 거리감은 혁신 저항에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 또한, 혁신 저항 수준이 높을수록 법률 앱에 대한 사용 의도는 낮아지는 것으로 확인되었다. 본 연구는 법률 서비스 분야의 디지털 전환 과정에서 사용자 중심의 서비스 설계가 중요함을 강조하며, 이러한 방안들은 사용자의 수용성을 높이고 혁신 저항을 극복하여 법률 서비스의 디지털화가 원활하게 이루어지는데 요구된다.

핵심어 : 법률앱, 장벽, 혁신저항, 사용의도

Abstract

The purpose of this study is to explore and identify the factors of innovation resistance of legal app users and to find an effective way to spread legal app services. To this end, an online survey was conducted on the general public with experience in using legal apps, and the collected data were analyzed using SPSS 27.0 and Amos 23.0 programs. As a result of the research analysis, it was found that barriers to use, value barriers, and traditional barriers had a positive (+) effect on innovation resistance, suggesting that the conflict with existing values or habits is a major resistance factor in the process of users integrating technology into their lives. However, it was found that risk barriers and psychological distance did not have a significant effect on innovation resistance. In addition, it was confirmed that the higher the level of innovation resistance, the lower the intention to use the legal app. This study emphasizes the importance of user-centered service design in the digital transformation process of the legal service field, and these measures are required to increase user acceptance and overcome innovation resistance to facilitate digitalization of legal services.

Keyword : Legal App, Barrier, Innovation resistance, Intention to use

1 Department of Smart Experience Design, TED, Kookmin University, Seoul, Korea [Graduate Student]
e-mail: sjkim942884@gmail.com

2 Department of Smart Experience Design, TED, Kookmin University, Seoul, Korea [Professor]
e-mail: peterpan@kookmin.ac.kr (Corresponding author)

Received(January 9, 2025), Review Result(1st: January 29, 2025), Accepted(April 11, 2025), Published(April 30, 2025)

© 2025 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/.

1. 서론

21세기 들어, 정보화 시대의 본격화와 함께 디지털 전환(Digital Transformation)이 가속화됨에 따라 법률 서비스의 패러다임이 빠르게 변화하고 있다 [1]. 특히 인터넷의 발달과 스마트폰 보급에 힘입어 법률앱(Legal App) 서비스가 도입되면서, 일반인들이 법률 전문가에게 상담을 받는 데 소요되는 시간과 비용을 절감하고, 법률 정보에 대한 접근성을 높이며 정보의 비대칭 현상을 해소하는 등 다양한 혜택을 제공할 것으로 평가받고 있다. 그러나, 이러한 기대와는 달리 법률앱의 실제 사용 및 확산 속도는 여전히 저조한 상황이다. 한국법제연구원의 조사 결과에 따르면, 2023년 기준으로 국민들이 법 정보를 제공하는 매체 중 TV/라디오가 78.9%로 가장 높은 비율을 차지했고, 인터넷 법령 및 검색 시스템은 24.8%, SNS는 19.5%로 상대적으로 낮은 수치를 기록했다 [2]. 이는 법률 정보 획득 채널로서 법률앱의 인지도와 활용도가 낮다는 것을 시사한다. 더욱이, 법률 정보 검색 경험은 23.7%에 불과하며, 법률 정보 검색 용이성에 대한 긍정적인 인식은 39.0%로 보통 인식인 41.9%보다 낮은 수준으로 나타났다. 따라서 법률앱의 수용성과 효과적인 확산을 위해서는 사용 확산을 저해하는 요인들에 대한 심층적인 탐구가 필요하다.

법률앱은 인터넷 환경에서 법률 정보 검색, 법률 문서 작성 지원, 변호사 상담 연결 등의 기능을 제공하는 애플리케이션으로, 시간과 장소에 구애받지 않고 사용자들의 편의성을 극대화하며, 정보의 접근성을 높여 준다 [3]. 하지만, 이러한 혁신적 서비스 도입에도 불구하고, 일부 사용자들 사이에서는 정보의 정확성에 대한 불신, 개인정보 보호에 대한 우려 등의 어려움으로 인해 여전히 법률앱에 대한 저항이 존재한다. 이에, 최근 들어 이러한 법률 정보 서비스의 저항 요소를 개선하고자 다양한 노력이 진행되었다. Kim [4]와 Baek and Lee [5]는 빅데이터 기술을 적용하여 법률 분석의 정확성 및 정보 접근성을 높이는 방안을 제시하였다. Kim [6]과 Yang [3]은 AI(Artificial Intelligence) 기반의 법률 서비스에 대한 검토 및 그에 따른 법적·윤리적 쟁점을 논의하였다. 이외에 Kwon [7] 는 자동화 법률 정보 시스템을 제안함으로써 법률 분석의 효율성 및 접근성을 개선하였다.

이상에서 알 수 있듯이, 선행 연구들은 법률 서비스의 효율성 및 접근성을 향상시키기 위해 주로 빅데이터 및 AI 기술을 적용하는 데 초점을 맞추어 진행되었다. 이러한 접근은 기능적 차원에서 법률 정보 검색의 속도와 정확성을 높이는 데 기여할 수 있지만, 법률 분야가 지니는 고유의 전문성과 복잡성으로 인해 사용자가 인식하는 법률 서비스 이용에 대한 심리적 및 인지적 장벽을 해소하기는 한계가 있다. 무엇보다, 법률앱 서비스에 대한 높은 기대에도 불구하고 시장 확대에 어려움을 겪고 있는 현실을 고려할 때, 혁신 기술 확산을 저해하는 장벽을 탐색하고 이를 통해 수용성 제고 방안을 모색하는 연구가 필요한 시점이다.

따라서, 본 연구는 법률앱 사용자의 혁신저항에 영향을 미치는 장벽을 다각도로 탐구 및 규명하고, 이를 통해 법률앱의 수용성 및 확산을 제고하기 위한 실질적인 방안을 제시하고자 한다. 특히, 본 연구에서 선행 연구 고찰을 통해 법률앱 서비스에 대한 기능적 차원의 장벽으로 사용장벽(사용의 어려움), 가치장벽(법률앱의 실질적 가치 부족), 위험장벽(개인정보 유출)을 선정하였으며, 개인적 차원의 장벽으로 전통장벽(기존 법률 서비스 이용에 대한 익숙함)과 심리적 거리감(법률 서비스에 대한 거부감)을 선정하였다. 아울러, 혁신저항에 따른 사용의도의 영향을 확인하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1 법률앱

법률 앱은 일반 사용자와 법률 전문가 모두의 접근성을 높이고 절차를 단순화하기 위해 법적 절차를 디지털화하는 디지털 플랫폼이다 [8]. 이러한 앱은 기존 법률 서비스의 복잡성을 해결하여 사용자가 언제 어디서나 법률 문제를 해결할 수 있도록 지원한다. 일반 사용자와 법률 전문가 모두를 대상으로 하며, 법률과 기술의 융합을 통해 절차를 간소화하고 사용자 경험을 향상시킨다.

주요 기능으로는 사용자를 법률 전문가와 연결하고 법률 상담에 쉽게 접근할 수 있도록 도와주고, 모바일 친화적인 형식으로 법규 및 법률 규정에 대한 접근을 제공한다.

2.2 혁신저항

혁신은 시장과 소비자 행동을 변화시키는 새로운 기술이나 제품을 도입한다 [9]. 그러나 저항은 혁신 과정에서 심리적 반응으로 나타나는 경우가 많으며 [10], 거부와는 달리 다양한 수준의 수용을 반영한다. Ram [10]과 Sheth and Stellner [11]는 혁신 저항을 연구할 필요성을 강조하며, 혁신 저항이 수용 과정에서 심리적 갈등에 뿌리를 두고 있다고 주장하였다 [9]. 아울러, Ram and Sheth [12]는 저항을 기능적 장벽과 개인적 장벽으로 분류하고 기능적 장벽에는 사용, 위험, 가치가 포함되며, 개인적 장벽에는 전통과 이미지를 포함하였다. 본 연구에서는 법률 앱 사용자의 혁신저항에 영향을 미치는 요인을 기능적 장벽(사용장벽, 위험장벽, 가치장벽)과 개인적 장벽(전통장벽 및 심리적 거리감)으로 구성하고자 한다.

2.2.1 사용장벽

서비스가 사용자의 기술이나 지식과 일치하지 않을 때 사용장벽이 발생하며, 이는 복잡한 서비스의 경우 특히 중요하다 [13]. 법률 앱은 법적 절차를 단순화하는 것을 목표로 하지만, 익숙하지 않고 복잡하기에 법률 전문 지식이 부족한 일반 사용자에게는 방해가 될 수 있다. 따라서, 법률 앱

을 계속 사용하려는 사용자의 의지에 영향을 미치는 서비스 품질, 직관적인 디자인, 안정성의 중요성을 강조한다 [14]. 하지만, Mani and Chouk [13]이 지적한 것처럼 기술이 사용자 경험에 적응하지 못하면 사용자가 이를 포기할 가능성이 높아 채택에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

2.2.2 가치장벽

가치장벽은 사용자가 기대하는 가치와 인식하는 가치 사이에 격차가 있을 때 발생할 수 있으며, 법률 앱이 기존 방법에 비해 장점을 명확하게 입증하지 못하면 사용자는 채택을 거부할 수 있다 [13]. 사용자에게 이점을 교육하고 신뢰할 수 있는 고품질 서비스를 제공하면 이러한 장벽을 극복하는 데 도움이 될 수 있을 것이다. 예를 들어, 사용자가 법률 앱이 대면 서비스보다 정확성이나 신뢰성이 떨어진다고 인식한다면 이러한 인식은 가치장벽을 강화하여 도입을 저해 할 것이라고 예상한다.

2.2.3 위험장벽

위험장벽은 신기술을 사용할 때 개인, 금융 또는 데이터 보안에 대한 우려에서 비롯된다 [15]. 법률 서비스는 특히 민감하며 사용자는 정보의 정확성, 데이터 보안 및 잠재적인 오류에 대해 주로 걱정한다. Ram and Sheth [12]는 이러한 우려를 신기술 채택을 피하거나 지연시키는 주요 원인으로 식별했다. 혁신에 대한 사용자의 신중한 접근 방식은 법률 서비스와 같은 고위험 영역에서 증폭됩니다.

2.2.4 전통장벽

전통적인 장벽은 새로운 기술이 사용자의 기존 신념, 행동 또는 익숙한 방법에 대한 의존도와 충돌할 때 발생한다 [16]. Ram and Sheth [12]는 그러한 장벽이 기술 도입 초기 단계, 특히 새로운 서비스에 명확한 이점이 없거나 사용자의 가치와 충돌할 때 특히 두드러진다고 강조한다. 법률 앱에서는 전통적인 대면 상담에 대한 선호와 디지털 기술에 대한 불신이 특히 민감한 법적 상황에서 이러한 장벽을 강화한다. 이렇게 강화된 전통장벽은 법률 앱 서비스 수용에 큰 장벽이 될 것으로 예상된다.

2.2.5 심리적 거리감

심리적 거리는 사물이나 사건에 대한 개인의 주관적인 근접성이나 친숙함을 의미하며, 인지적 거리는 저항을 만들고 적응을 방해할 수 있으므로 사용자가 새로운 기술을 평가하고 채택하는 방법에 영향을 미친다 [15]. 법률 앱의 혁신적인 잠재력에도 불구하고 사용자는 종종 이를 낯설고 복잡하다고 인식하여 저항을 강화한다. 이러한 높은 심리적 거리는 법률 앱 서비스 수용에 큰 장벽이 될 것으로 예상된다.

2.2.6 사용의도

수용은 사용자가 기술의 가치와 이점을 인식하면서 기술을 학습하고 필요에 맞게 조정하는 절차로, 직관적인 디자인과 경험 기반 학습을 통해 인지 부하를 줄이면 이 과정이 더 쉬워진다 [12]. 채택을 촉진하려면 합법적인 앱이 저항 요인을 해결하고 장점을 강조하며 사용자 친화적인 전략을 통해 심리적 거리를 줄여야 한다. 이러한 맥락에서, 법률 앱은 긍정적인 인식을 형성함으로써 사용자 수용성을 높이고 광범위한 채택을 촉진할 수 있다.

3. 연구 방법

3.1 연구모형 및 연구가설

본 연구는 법률 앱 사용 장벽을 규명하고, 이러한 장벽(혁신저항)이 법률 앱 사용 의도에 미치는 영향을 분석하고자 한다. 연구모형은 사용 의도를 종속변수, 혁신저항을 매개변수로 설정하였다. 독립변수는 법률 앱 서비스의 기능적 측면에서 사용장벽, 가치장벽, 위험장벽을, 개인적 측면에서 전통장벽과 심리적 거리감을 포함한다. 이를 바탕으로 다음과 같은 6가지 연구가설을 설정하였다.

본 연구에서는 이론적 배경 고찰 및 연구모형을 토대로 총 6개의 연구가설을 수립하였다.
가설1: 사용장벽이 혁신저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설2: 가치장벽이 혁신저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설3: 위험장벽이 혁신저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설4: 전통장벽이 혁신저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설5: 심리적거리감이 혁신저항에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
가설6: 혁신저항이 사용의도에 부(-)의 영향을 미칠 것이다.

3.2 조사대상 및 자료수집

본 연구는 법률 앱 사용 경험이 있는 일반인 330명을 대상으로 2024년 12월 5일부터 11일까지 온라인 설문조사를 실시하였다. 응답자의 성별은 남성 168명(50.9%), 여성 162명(49.1%)이었으며, 연령 분포는 50대 이상(31.8%), 40대(30.9%), 30대(27.3%), 20대 이하(10.0%) 순이었다. 최종 학력은 석사 재학/졸업(64.5%) 비율이 가장 높았고, 고등학교 졸업 이하(18.2%), 학사(8.2%), 박사 재학/졸업(9.1%) 순이었다. 직업 분포는 서비스업(23.6%), 기타(25.5%), 제조/생산(14.5%), 금융/회계(10.0%), 의료/보건(9.1%), 교육(9.1%), IT/소프트웨어(8.2%) 순으로 나타났다.

3.3 변수의 조작적 정의

사용의도는 특정 기술이나 시스템을 얼마나 사용하고 싶은지에 대한 개인의 주관적인 의지 또는 심리적 준비 상태 정도로 정의된다 [17]. 본 연구에서는 선행 연구를 참고하여 사용 의도는 법률앱을 통해 제공되는 서비스에 대해 개인이 느끼는 수용성과 사용 의지를 포함하는 개념으로 정의한다. 본 연구에서 사용된 사용의도 관련 설문 문항은 Park and Kwon [17]와 Lu et al. [18]에서 적용된 설문 문항을 연구 목적에 부합하도록 수정 및 보완하여 구성하였으며, 각 문항은 5점 리커트(Likert) 척도를 활용하여 측정하였다.

사용장벽은 법률앱 서비스 사용자가 앱의 기능 및 정보에 접근하는 과정에서 경험하는 어려움과 불편함을 포괄적으로 나타내는 개념으로 정의하며, 사용장벽 관련 설문 문항은 Lee and Kim [19]와 Ram and Sheth [12]에서 적용된 설문 문항을 연구 목적에 부합하도록 수정 및 보완하여 구성하였다. 이때, 각 문항은 5점 리커트 척도를 활용하여 측정하였다.

가치장벽은 사용자가 법률앱을 이용할 때 느끼는 효용의 부족 및 관련 비용과 노력이 불균형하다고 인식하는 정도로 정의한다. 본 연구에서 사용된 사용의도 관련 설문 문항은 Lee and Kim [19]과 Ram and Sheth [12]에서 적용된 설문 문항을 연구 목적에 부합하도록 수정 및 보완하여 구성하였으며, 각 문항은 5점 리커트 척도를 활용하여 측정하였다.

위험장벽은 법률앱 사용 시 발생할 수 있는 잠재적 위협 요소에 대한 사용자의 인식으로 정의하며, 관련 설문 문항은 Lee and Kim [19]과 Ram and Sheth [12]에서 적용된 설문 문항을 연구 목적에 부합하도록 수정 및 보완하여 구성하였고, 각 문항은 5점 리커트 척도를 활용하여 측정하였다.

전통장벽은 법률 상담 방식의 변화에 대한 저항감과 기존 상담 방식에 대한 고수로 정의한다. 전통장벽 관련 설문 문항은 Lee and Kim [19], Ram and Sheth [12]에서 적용된 설문 문항을 연구 목적에 부합하도록 수정 및 보완하여 구성하였다. 이때, 각 문항은 5점 리커트 척도를 활용하여 측정하였다.

심리적 거리감은 법률앱 사용에 대한 개인의 심리적 인식 정도로 정의하며, 관련 측정 항목은 Jung et al. [20], Zhang and Wang [21]의 선행연구를 참고하여 총 4개 문항으로 구성하였다. 각 문항은 5점 리커트 척도를 사용하여 측정하였다.

혁신저항은 법률앱 사용에 대한 긍정적인 변화를 수용하지 않으려는 심리적 저항으로 정의하며, 관련 측정 항목은 Ram [10]의 선행연구를 고찰 후 본 연구의 목적에 맞게 수정 및 보완하여 총 5가지 문항으로 구성하였으며, 각 문항은 5점 리커트 척도를 사용하여 측정하였다.

3.4 측정도구의 타당도 및 신뢰도

본 연구에서는 측정도구의 요인구조와 타당성 검증을 위해 주성분분석(Principal Component Analysis) 기반 탐색적 요인분석을 실시하였다. Varimax 회전방법을 적용하여 요인 해석의 단순화를 도모하였으며, 고유값 1.0 이상을 기준으로 요인을 추출하고, 요인 부하량 0.4 이상을 해당 요인에 대한 소속 기준으로 설정하였다 [22]. 신뢰도는 Cronbach's α 계수를 통해 평가하였으며, 0.6 이상을 허용 가능한 신뢰도 수준으로 판단하였다 [23].

3.4.1 사용장벽, 가치장벽, 위험장벽, 전통장벽, 심리적 거리감

본 연구는 사용장벽, 가치장벽, 위험장벽, 전통장벽, 심리적 거리감 척도의 타당성을 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 일부 문항(가치장벽 3, 4번; 전통장벽 2, 3, 4번; 심리적 거리감 3, 4번)이 최소 요인 부하량 기준에 미달하여 제거한 후 분석을 재실시하였다. 최종 분석 결과(표 1 참조) KMO 값은 0.844(.6 이상)으로, Bartlett의 구형성 검정 결과는 유의미하게 나타나($p<.05$), 분석의 적합성을 확인하였다. 고유값 1.0 이상인 4개 요인이 추출되었으며, 각각 사용장벽(5문항), 가치장벽(3문항), 위험장벽/심리적 거리감(6문항), 전통장벽(2문항)으로 해석되었다. 설명된 분산은 사용장벽 17.84%, 가치장벽 16.63%, 위험장벽/심리적 거리감 20.67%, 전통장벽 10.98%였다. 모든 문항의 요인 부하량은 0.4 이상이었고, Cronbach's α 값은 사용장벽 0.83, 가치장벽 0.85, 위험장벽/심리적 거리감 0.83, 전통장벽 0.66, 전체 0.88로 나타나, 법률 앱 활용 장벽 척도의 타당성과 신뢰성이 확보됨을 확인하였다.

[표 1] 사용장벽, 가치장벽, 위험장벽, 전통장벽, 심리적 거리감 척도의 타당도 및 신뢰도

[Table 1] Validity and Reliability of Scales for Usage Barriers, Value Barriers, Risk Barriers, Traditional Barriers, and Psychological Distance

요인	측정문항	요인 부하량	고유값	설명분산(%)	Cronbach's α
위험장벽/심리적 거리감	위험장벽3	.814	3.31	20.67	.83
	위험장벽2	.804			
	심리적 거리감2	.714			
	위험장벽4	.656			
	위험장벽1	.639			
	심리적 거리감1	.566			
사용장벽	사용장벽3	.832	2.86	17.84	.83
	사용장벽4	.794			
	사용장벽1	.764			
	사용장벽2	.584			
	사용장벽5	.523			
가치장벽	가치장벽2	.821	2.66	16.63	.85
	가치장벽1	.770			
	가치장벽5	.758			

전통장벽	전통장벽5	.839	1.76	10.98	.66
	전통장벽1	.709			
합계				66.13	.88
KMO 측도		.844			
Bartlett의 구형성 검정		$\chi^2(120)=2498.12(.000)$			

3.4.2 혁신저항

혁신저항 척도의 타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 2번 문항의 요인 부하량이 최소 기준에 미달하여 이 문항을 제거한 후 탐색적 요인분석을 재실시하였다. 최종 요인분석 결과는 [표 2]에 제시한 바와 같이 KMO 측도값은 .708로 최소 기준치인 .6 이상이고, 측정문항들의 상관행렬이 단위행렬인지의 여부를 검정하는 Bartlett의 구형성 검정통계량은 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타나 수집된 자료와 문항들이 탐색적 요인분석을 수행하기에 적합함을 확인하였다. 요인은 4개 문항으로 구성된 단일요인으로 나타났으며, 설명분산은 62.34%로 확인되었다. 모든 문항의 요인 부하량은 .4 이상이고, 문항내적합치도 계수는 .80으로 나타나 혁신저항 척도의 타당도와 신뢰도가 양호함을 확인하였다.

[표 2] 혁신저항 척도의 타당도 및 신뢰도

[Table 3] Validity and Reliability of the Innovation Resistance Scale

요인	측정문항	요인 부하량	고유값	설명분산(%)	Cronbach's α
혁신저항	혁신저항4	.885	2.49	62.34	.80
	혁신저항5	.877			
	혁신저항1	.712			
	혁신저항3	.659			
KMO 측도		.708			
Bartlett의 구형성 검정		$\chi^2(6)=517.73(.000)$			

3.4.3 사용의도

사용의도 척도의 타당도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였고 그 결과를 [표 3]에 제시하였다. KMO 측도값은 .711로 최소 기준치인 .6 이상이고, 측정문항들의 상관행렬이 단위행렬인지의 여부를 검정하는 Bartlett의 구형성 검정통계량은 유의수준 .05에서 유의한 것으로 나타나 수집된 자료와 문항들이 탐색적 요인분석을 수행하기에 적합함을 확인하였다. 요인은 3개 문항으로 구성된 단일요인으로 나타났으며, 설명분산은 71.38%로 확인되었다. 모든 문항의 요인 부하량은 .4 이상이고, 문항내적합치도 계수는 .80으로 나타나 사용의도 척도의 타당도와 신뢰도가 양호함을 알 수 있었다.

[표 3] 사용의도 척도의 타당도 및 신뢰도

[Table 3] Validity and Reliability of the Usage Intention Scale

요인	측정문항	요인 부하량	고유값	설명분산(%)	Cronbach's α
사용의도	사용의도1	.849	2.14	71.38	.80
	사용의도2	.847			
	사용의도3	.839			
KMO 측도		.711			
Bartlett의 구형성 검정		$\chi^2(3)=304.41(.000)$			

3.5 자료분석

본 연구에서 수집한 자료는 SPSS 27.0, Amos 23.0 프로그램을 이용하여 분석하였고 구체적인 분석방법은 다음과 같다. 첫째, 연구대상의 인구통계학적 특성 및 법률앱 사용 실태를 확인하기 위해 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 측정도구의 타당도 및 신뢰도를 검증하기 위해 탐색적 요인분석을 실시한 후 문항내적합치도(Cronbach' α) 계수를 산출하였다. 셋째, 주요 변수의 일반적 경향성, 정규성 여부를 확인하기 위해 기술통계분석을 실시하였다. 넷째, Pearson 적률상관관계분석을 실시하여 주요 변수 간의 상관관계를 파악하였다. 다섯째, 확인적 요인분석을 실시하여 측정모형의 수렴타당도 및 변별타당도를 검증하였다. 여섯째, 경로분석을 실시하여 연구모형의 경로계수를 추정하였다.

4. 연구분석 결과

4.1 주요변수의 기술통계

본 연구의 주요 변수인 사용장벽, 가치장벽, 위험장벽, 전통장벽, 심리적 거리감, 혁신저항, 사용의도의 일반적 경향성 및 정규성 여부를 살펴보기 위해 기술통계분석을 실시하였고 그 결과를 [표 4]에 제시하였다.

[표 4] 주요 변수의 기술통계

[Table 4] Descriptive Statistics of Key Variables

변수	평균	표준편차	왜도	첨도
법률앱 활용 장벽	3.28	.52	-.75	.79
사용장벽	3.35	.63	-.55	.01
가치장벽	2.86	.78	-.33	-.73
위험장벽/심리적 거리감	3.35	.68	-.99	1.10

전통장벽	3.52	.71	-.39	-.28
혁신저항	2.63	.76	-.09	-.91
사용의도	3.75	.57	-.09	-.16

사용장벽, 가치장벽, 위험장벽, 전통장벽, 심리적 거리감 하위요인의 평균을 살펴보면, 사용장벽 3.35, 가치장벽 2.86, 위험장벽/심리적 거리감 3.35, 전통장벽 3.52로 나타났다. 즉, 사용장벽, 가치장벽, 위험장벽, 전통장벽, 심리적 거리감에서는 전통장벽이 가장 높고, 가치장벽이 가장 낮은 것으로 확인되었다. 변수의 왜도 범위는 -.99~-.09, 첨도 범위는 -.91~1.10으로 확인되었다. 왜도의 절대값이 3 미만이고, 첨도는 7 미만이므로 모든 변수가 정규분포함을 알 수 있었다.

4.2 주요 변수 간 상관관계

본 연구의 주요 변수인 사용장벽, 가치장벽, 위험장벽, 전통장벽, 심리적 거리감, 혁신저항, 사용의도 간의 상관관계를 파악하기 위해 Pearson 적률상관관계분석을 실시한 결과를 [표 5]에 제시하였다. 분석결과, 사용장벽, 가치장벽, 위험장벽, 전통장벽, 심리적 거리감은 혁신저항($r=.87$, $p<.001$)과 정(+)의 상관이 있고, 사용의도($r=-.16$, $p<.01$)와 부(-)의 상관이 있는 것으로 나타났다. 또한 혁신저항은 사용의도($r=-.43$, $p<.001$), 부(-)의 상관이 있는 것으로 나타났다.

[표 5] 주요 변수 간 상관관계
[Table 5] Correlation Between Key Variables

	1	1-1	1-2	1-3	1-4	2
1.법률앱 활용 장벽	1					
1-1.사용장벽	.78***	1				
1-2.가치장벽	.79***	.59***	1			
1-3.위험장벽/심리적 거리감	.83***	.41***	.48***	1		
1-4.전통장벽	.50***	.22***	.35***	.30***	1	
2.혁신저항	.51***	.32***	.60***	.35***	.34***	1
3.사용의도	-.16**	-.00	-.25***	-.15**	-.13*	-.43***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

4.3 가설 검증

사용장벽, 가치장벽, 위험장벽, 전통장벽, 심리적 거리감이 혁신저항에 영향을 미치고, 혁신저항은 사용의도에 영향을 미치는 모형의 경로계수를 추정하기 위해 경로분석을 실시하였다. 모형의 적합도 지수는 [표 6]에 제시한 바와 같이 IFI=.987, CFI=.987, SRMR=.029로 양호하게 나타나 적합한 모형임을 확인하였다.

[표 6] 연구모형의 적합도 지수
[Table 6] Fit Indices of the Research Model

	χ^2	df	IFI	CFI	SRMR
연구모형	10.82*	4	.987	.987	.029

*p<.05

[표 7] 경로 분석 결과, 사용장벽 (β=.11, p<.05), 가치장벽 (β=.56, p<.001), 전통장벽 (β=.13, p<.01)은 혁신저항에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한, 혁신저항은 사용 의도에 유의미한 부(-)의 영향을 미치는 것으로 확인되었다 (β=-.43, p<.001). 즉, 사용장벽, 가치장벽, 전통장벽이 높을수록 혁신저항이 증가하고, 혁신저항이 클수록 사용 의도는 감소하는 경향을 보였다. 반면, 위험장벽/심리적 거리감은 혁신저항에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 따라서 가설 1, 2, 4, 6은 채택되었고, 가설 3과 5는 기각되었다.

[표 7] 연구모형의 경로계수
[Table 7] Path Coefficients of the Research Model

Path	B	SE	β	t
사용장벽 → 혁신저항	.12	.07	.11	1.99*
가치장벽 → 혁신저항	.55	.06	.56	9.70***
위험장벽/심리적 거리감 → 혁신저항	.08	.06	.07	1.42
전통장벽 → 혁신저항	.14	.05	.13	2.80**
혁신저항 → 사용의도	-.33	.04	-.43	-8.66***

*p<.05, **p<.01, ***p<.001

5. 결론

본 연구는 법률앱 사용자의 혁신 저항 요인을 탐색 및 규명하여, 법률앱 서비스의 효과적인 확산 방안을 모색하고자 하였으며, 연구 결과에 대한 요약 및 논의는 다음과 같다.

첫째, 사용장벽이 혁신 저항에 미치는 영향에 대한 분석 결과, 사용장벽이 높을수록 법률앱에 대한 혁신 저항이 증가하는 것으로 나타났다. 이는 사용자가 새로운 기술을 수용하는 과정에서 경험하는 난이도와 불편함이 혁신 저항을 강화하는 것을 의미한다. 이러한 결과는 Mani and Chouk [13]의 연구와 일맥상통하며, 사용자가 기술을 사용할 때 느끼는 어려움이 혁신 저항을 증가시킬 수 있다는 점을 확인해준다. 또한, Ram and Sheth [12]가 주장한 바와 같이 혁신적인 기술 도입에 직면했을 때 사용자들이 심리적 갈등을 경험할 수 있다는 점도 관련이 있다.

둘째, 가치장벽이 혁신 저항에 미치는 영향에 대한 분석 결과, 가치장벽이 높을수록 혁신 저항

이 증가하는 것으로 나타났다. 이는 사용자가 법률앱의 실질적 가치가 부족하다고 느끼는 경우, 새로운 기술에 대해 더 큰 저항을 보임을 시사한다. 이러한 결과는 Mani and Chouk [13]와 Morar [24]의 연구와 일치하며, 소비자가 새로운 기술이나 서비스의 가치가 기존 옵션에 비해 명확한 이점을 제공하지 않을 경우 저항이 증가한다는 것을 보여준다.

셋째, 위험장벽이 혁신 저항에 미치는 영향에 대한 분석 결과, 위험장벽이 혁신 저항에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 법률앱 사용 시 사용자들이 느끼는 위험 요소가 혁신 저항에 큰 영향을 미치지 않음을 나타낸다. Ram and Sheth [12]의 연구에 따르면, 위험장벽이 혁신 저항의 여러 요인 중 하나로 작용할 수 있지만, 사용자 경험이나 기술에 대한 신뢰가 영향을 감소시킬 수 있다는 점을 시사한다.

넷째, 전통장벽이 혁신 저항에 미치는 영향에 대한 분석 결과, 전통장벽이 높을수록 혁신 저항이 증가하는 것으로 나타났다. 사용자들이 기존의 법률 서비스 방식을 더 선호할수록 새로운 기술에 대한 저항이 커짐을 의미하며, 이는 Rogers [9]가 주장한 바와 같다. 기존 관습이나 행동 양식과 충돌할 경우 혁신 저항이 더욱 강화된다는 주장을 뒷받침한다.

다섯째, 심리적 거리감이 혁신 저항에 미치는 영향에 관한 분석 결과, 심리적 거리감이 혁신 저항에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 법률앱에 대한 심리적 접근성이 혁신 저항 형성에 크게 기여하지 않음을 시사하며, Liberman and Trope [15]의 주장과 차이를 보이는 결과이다.

마지막으로, 혁신 저항이 사용 의도에 미치는 영향에 대한 분석 결과, 혁신 저항이 높을수록 법률앱 사용 의도가 낮아지는 경향이 확인되었다. 이는 사용자의 기술 수용성이 혁신 저항에 의해 저해됨을 뜻하며, Moore and Benbasat [16]와 Ram and Sheth [12]의 연구 결과와 일치한다.

이러한 연구 결과에 기반하여 법률앱 서비스의 효과적인 확산을 위한 방안으로는 사용장벽을 감소시키기 위한 사용자 친화적 디자인 개선, 법률앱의 가치 전달 강화를 통한 사용자 교육 및 마케팅 전략, 법률앱 사용에 대한 신뢰성 확보를 위한 정보 제공, 기존 법률 서비스에서 디지털로의 전환을 유도하기 위한 교육 프로그램 추진, 사용자와 법률앱 간의 상호작용을 강화하는 서비스 구현 등이 제안된다. 이러한 방안들은 사용자의 수용성을 높이고 혁신 저항을 극복하여 법률 서비스의 디지털화가 원활하게 이루어지는데 요구된다.

References

[1] M. Park, J. Kim, H. Lee, “Estimating the economic value of the online marketplace for legal services”, KDI Journal of Economic Policy, vol. 45, no. 3, August 2023, pp. 49-73, doi: 10.23895/kdijep.2023.45.3.49.

[2] Y. -b. Lee, “2023 National Legal Awareness Statistics Survey”, Korea Legislative Research Institute, Seoul, South Korea, Research Report 23-23, February 2024, [Online]. Available: https://klri.re.kr/eng/publication/2210

/view.do.

[3] J. -m. Yang, “Disruptive innovation and implications for legal services caused by artificial intelligence”, Yeo ngnam Law, vol. 44, June 2017, pp. 1-29.

[4] Y. -h. Kim, “Text mining application plan for legal information system: Targeting defamation precedents”, J ournal of the Korean Library and Information Society, vol. 54, no. 1, February 2020, pp. 387-409, doi: 10. 4275/KSLIS.2020.54.1.387.

[5] J. Baek, S. Lee, “Legal information search support system using web mining”, Journal of Information Scienc e and Technology: Software and Applications, vol. 40, no. 7, July 2013, pp. 395-404.

[6] K. Kim, “Development of legal information services using artificial intelligence and related issues”, Culture, Media, and Entertainment Law, vol. 11, no. 1, March 2017, pp. 95-113, doi: 10.20995/CMEL.11.1.4.

[7] H. Kwon, “Research to Improve Accessibility to Domestic Legal According to Changes in the International Information System Environment: Focused on Korean People's Legal Consciousness Survey”, e-Business Res earch, vol. 25, no. 3, September 2024, pp. 19-29, doi: 10.20462/tebs.2024.6.25.3.19.

[8] J. Lee, “Case of innovation in legal work using LLM agent”, lawtimes.co.kr, https://www.lawtimes.co.kr/news /193501, (accessed December 20, 2024).

[9] Rogers, E. M., Diffusion of Innovations, 5th ed. New York, NY, USA: Free Press, August 2003.

[10] S. Ram, “A model of innovation resistance”, ACR North American Advances, October 1987.

[11] J. N. Sheth, W. H. Stellner, “Psychological correlates of brand loyalty”, Advances in Consumer Research, vol. 6, October 1979, pp. 771-775.

[12] S. Ram, N. J. Sheth, “Consumer resistance to innovations: The marketing problem and its solutions”, Journ al of Consumer Marketing , vol. 6, no. 2, July 1989, pp. 5-14, doi: 10.1108/EUM0000000002542.

[13] Z. Mani, I. Chouk, “Consumer resistance to innovation in services: Challenges and barriers in the internet of things era”, Journal of Product Innovation Management, vol. 35, no. 5, September 2018, pp. 780-807, do i: 10.1111/jpim.12463.

[14] J. -H. Park, “Quality evaluation factors and continuance intention for web-based legal information services”, Journal of the Korean BIBLIA Society for Library and Information Science, vol. 28, no. 4, December 2017, pp. 57-76, doi: 10.14699/KBIBLIA.2017.28.4.057.

[15] N. Liberman, Y. Trope, “The role of feasibility and desirability considerations in near and distant future de cisions: A test of temporal construal theory”, Journal of Personality and Social Psychology, vol. 75, no. 1, July 1998, pp. 5-18, doi: 10.1037/0022-3514.75.1.5.

[16] G. C. Moore, I. Benbasat, “Development of an instrument to measure the perceptions of adopting an infor mation technology innovation”, Information Systems Research, vol. 2, no. 3, September 1991, pp. 192-222, doi: 10.1287/isre.2.3.192.

[17] M. Park, M. Kwon, “Intention to Use Mobile Delivery Application Services, Depending on Personal Innova tiveness and Self-Efficacy”, Journal of the Korea Contents Association, vol. 17, no. 5, May 2017, pp. 440-4 48, doi: 10.5392/JKCA.2017.17.05.440.

[18] Y. Lu, T. Zhou, B. Wang, “Exploring Chinese users’ acceptance of instant messaging using the theory of

planned behavior, the technology acceptance model, and the flow theory", Computers in Human Behavior, v ol. 25, no. 1, January 2009, pp. 29-39, doi: 10.1016/j.chb.2008.06.002.

[19] W. -I. Lee, C. Kim, "Delivery Apps As New Trend: An empirical study of the factors affecting customer continuance intention - Focused on UTAUT, TTF, and ECM", Journal of Cultural Industry Studies, vol. 21, no. 2, June 2021, pp. 51-63, doi: 10.35174/JKCI.2021.06.21.2.51.

[20] I. -K. Jung, Z. Sun, S. -J. Yoon, "A study on the customer's intention to accept innovative products: Focu sed on Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT), Technology Readiness Index (TRI) and Value-Based Acceptance Model (VAM)", Journal of Marketing Management Research, vol. 25, no. 4, A ugust. 2020, pp. 89-121, doi: 10.37202/KMMR.2020.25.4.89.

[21] M. Zhang, J. Wang, "Psychological distance asymmetry: The spatial dimension vs. other dimensions", Journ al of Consumer Psychology, vol. 19, no. 3, July 2009, pp. 497-507, doi: 10.1016/j.jcps.2009.03.006.

[22] J. K. Ford, R. C. MacCallum, M. Tait, "The application of exploratory factor analysis in applied psycholog y: A critical review and analysis", Personnel Psychology, vol. 39, no. 2, June 1986, pp. 291-314, doi: 10.11 11/j.1744-6570.1986.tb00583.x.

[23] J. C. Nunnally, Psychometric Methods, New York, NY, USA: McGraw-Hill, 1978.

[24] D. D. Morar, "An overview of the consumer value literature-perceived value, desired value", Marketing fro m Information to Decision, vol. 6, November 2013, pp. 169-186.