



컨벤션 의제(Agenda) 채택 과정에 대한 연구*

- 정보채택모델의 적용 -**

Processing of Convention Agenda Selection:
Applying the Information Processing Adoption Model

김 종 철*** · 이 예 린**** · 구 철 모*****

Kim, Jong-Chul · Yhee, Ye-Rin · Koo, Chul-Mo

요약 : 본 연구의 목적은 컨벤션 행사의 핵심 콘텐츠인 의제(agenda) 선정과 관련하여 그 영향 요인이 무엇이고, 의제 결정자들의 의제 채택 매커니즘을 규명하는데 있다. 컨벤션 산업에서 의제는 사회적 직면하고 있는 가장 중요한 키워드이기 때문에 컨벤션 성공을 좌우하는 가능자 역할을 하고 있음에도 관련 연구가 매우 부족하다. 따라서 기존 선행연구를 토대로 의제의 특성에 적합한 변수를 도출하고, 개인의 정보처리과정을 설명하는데 널리 사용되어 온 정보채택모델을 차용하여 개인의 정보 처리 과정(논거의 품질 · 정보 원천의 신뢰성 · 정보의 필요성)과 정보의 유용성을 통한 의사결정(태도 · 채택의도) 절차를 참고하여 실증연구 모델을 제시하였다. 또한, 컨벤션 맥락을 고려하여 사회적 영향 변인인 사회적 규범과 정부정책의제 변수를 추가하여 의제에 대한 태도와 채택의도에 미치는 영향을 분석하였다. 이를 위하여 컨벤션 전문가들의 질적 인터뷰와 선행연구를 바탕으로 설문조사를 실시하였으며, 총 203개의 데이터를 수집하였다. 그 결과, 의제의 품질 요소로 의제의 연관성과 시의성이 의제의 유용성에 선행 요인으로 작용함을 밝혀냈으며, 의제의 필요성 역시 의제의 유용성에 영향을 미치며, 이는 의제의 태도, 나아가 채택의도에도 영향이 있음을 확인하였다. 반면에 의제 내용의 정확성과 의제 원천의 신뢰성은 의제의 유용성에 유의한 영향을 미치지 않았다. 또한, 사회적 영향 변인인 사회적 규범과 정부정책의제는 의제에 대한 태도와 채택의도에 상이한 결과가 나타났음을 확인하였다. 이는 정보채택모델을 활용함으로써 이론적 근거 없이 진행되었던 컨벤션 의제 선정 절차에 대한 연구의 이론적인 틀을 한층 체계화함으로써 학문적으로나 실무적으로 유용한 바로미터가 될 것으로 기대한다.

핵심어 : 컨벤션, 의제 선정, 사회적 영향, 유용성, 정보채택모델, 아젠다

ABSTRACT : The purpose of this study is to identify the factors that affect the selection of the agenda, which is the core content of convention events and the mechanism of agenda decision-makers' adoption of the agenda. In the convention industry, the agenda is the most important keyword faced by

* 본 논문은 주저자인 김종철의 박사학위논문(2018)을 바탕으로 작성되었음.

This article was written based on the doctoral dissertation of the first author.

** 이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2019S1A3A2098438). This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea(NRF-2019S1A3A2098438).

*** 경희대학교 관광학박사. e-mail: kjcenviee@naver.com

Ph.D. Tourism Science, Kyunghee University.

**** 경희대학교 일반대학원 컨벤션전시경영학과 석사과정. e-mail: rin95923@gmail.com

Master's student, Department of Convention & Exhibition Management, Kyunghee University.

***** 경희대학교 호텔관광대학 컨벤션전시경영학과 교수(교신저자). e-mail: helmetgu@khu.ac.kr

(Corresponding author) Professor, College of Hotel & Tourism Management, Kyunghee University.

society. Although it plays a role in determining the success of the convention, related research is lacking. Therefore, in this study, an empirical study model was presented by referring to the decision processing through the personal information processing and the usefulness of the information. In addition, the attitude and impact on the agenda were analyzed by adding social norms and government policy agenda variables, which are social impact variables, in consideration of the convention context. Based on qualitative interviews with convention experts, a survey was conducted and a total of 203 data were collected. As a result, it was found that the association and timeliness of the agenda as a quality factor of the agenda act as a leading factor in the usefulness of the agenda and the necessity of the agenda. On the other hand, agenda necessity and source credibility did not significantly affect the usefulness of the agenda. It was confirmed that social norms and government policy agendas showed different results in attitude and intention. This is expected to be an academically and practically useful barometer by further organizing the theoretical framework of research on the convention agenda selection process, which was conducted without a rationale by using the information adoption model.

Keywords : Convention, Agenda selection, Social influence, Usefulness, Information adoption model, Agenda

I. 서 론

세계경제포럼(일명 다보스포럼)은 포럼 형태의 컨벤션 행사로서 세계적으로 가장 대표적인 권위 있는 행사로 꼽히고 있으며, 시대적인 트렌드에 발맞춰 현안을 진단하고 해법을 제시하면서 글로벌 의제 설정에 적극 나서고 있다. 다보스포럼과 같은 국제적인 컨벤션 행사는 고용과 세수 확보 등을 통해 지역경제 활성화를 꾀하고 직·간접적인 수입을 이끌어낸다는 점에서 각 국가의 대표적인 미래형 산업으로 발돋움하며 커다란 기대를 모으고 있다. 컨벤션은 다양한 유형으로 구분되지만, 일반적으로 국제회의를 비롯해 상품, 지식 및 정보 등의 교류를 위한 모임과 학술세미나 등을 포함한다(Rittichainuwat, Beck & Lalopa, 2008). 특히, Rogers(2003)는 각종 컨벤션 행사를 '포럼'으로 통칭하기도 했는데, 그는 주요 연사의 연설을 들으며 지식 교류와 교육 향상, 연구자료 확산 및 네트워크 확대를 꾀하는 행사로 정의하였다.

에 영향을 미치는 미디어나 컨벤션 행사 등의 의제 설정이 정부의 정책 결정 과정에 중요한 영향을 미친다고 설명하였다. 2016년 다보스포럼에서 나온 '4차 산업혁명'이라는 키워드는 다보스포럼의 회장인 크라우스 슈밥프가 주창하여 전 세계의 관심을 끌었는데, 이는 국가 의제로서 추상적 개념과 철학적 사유를 이끌어내며 다양한 사회적·문화적·경제적 영향력을 가져왔다(김종철, 2018). 의제에서 형성된 영향력은 실제적이고 혁신적으로 정부의 예산과 지원을 이끌어내며 제품과 기술을 통해 현실에 적용되고 서로가 지속적으로 공존할 수 있도록 한다. 따라서 사회 내의 각종 정보가 의미를 형성하고 힘을 가질 때 비로소 의제가 공식적인 지식으로 논의될 수 있는데(Schudson, 1995), 특히 세계적인 석학과 기업인, 정치인 등 저명한 명사들이 참여하는 컨벤션 포럼 등에서는 의제 설정이 매우 중요하며, 의제에 해당되는 키워드는 정부 정책과 산업, 그리고 기술을 이끌어내는 선순환 구조를 갖고 있다(정미혜, 2012).

Brewer and McCombs(1996)는 사회 전반 컨벤션 산업에서 의제 선정은 사회가 직면하

고 있는 가장 중요한 문화와 경제, 사회, 기술 그리고 공동체를 대표하는 키워드이기 때문에 컨벤션의 성공을 좌우하는 가늠자 역할을 한다(김중철, 2018). 과거 정부의 의제에 해당되는 내용을 살펴보면, 이명박 정권에서 '녹색성장'이 강조될 당시 정부 산하 기관과 대학에서 주최한 컨벤션 의제는 정부의 역점 사항을 반영한 내용인 '녹색성장'과 관련한 키워드가 주류를 이루었다. 이어 박근혜 정부에서는 '창조경제'와 관련된 의제들이 정부와 연구기관, 그리고 기업의 컨벤션 행사와 컨퍼런스에 주요 의제로 등장했다. 2017년 출범한 문재인 정부는 '혁신성장'을 공약으로 내세웠는데, 최근 1~2년간 열린 각종 컨벤션 행사에서 비슷한 의제를 다룬 사례들이 적지 않다. 실제로, '4차 산업혁명', '창조경제', '녹색성장'이라는 키워드와 의제가 국가의 정책과 방향, 예산투입 및 실행에 영향이 지대하였으며 컨벤션 산업의 성장과 함께 사회 전반에 새로운 가치를 전달하였다. 즉 컨벤션 의제는 정부 정책 등의 사회적 요소에서도 영향을 받고 있으며, 국가의 정책 방향을 이끌고 있기 때문에 사람들의 관심이 매우 높으며 사회적 파급효과 역시 크다. 따라서 이를 고려한 의제 선정의 중요성에 대한 영향 요인에 대한 연구가 매우 필요한 시점이다.

한편, 컨벤션 의제 관련 연구로는 4차 산업혁명에 대비한 한국의 전략을 주문한 연구(장필성, 2016), 기후변화 협상에 따른 의제 발굴 연구(이상운, 2015), 세계 물 포럼의 성과와 의의를 다룬 연구(정상준, 2015), G20 정상회의에 따른 2030 어젠다 분석 연구(Dongxiao, Scholz & Esteves, 2017), 노동자 건강을 다룬 글로벌 포럼 연구(Cometto, 2013) 등의 연구가 진행되었으나, 명확한 이론적 배경이 없는데다 사례 연구에 그친 단편적인 연구만 수행되었다는 한계를 지닌다. 더불어 컨벤션 의제 결정자가 어떠한 매커니즘으로 의제에 대한 정보를 수용하고 의제를 채택하는 가에 대한 연구는 거의 이루어

지지 않았다. 따라서 이 시점에서 컨벤션 산업의 맥락에서 의제의 특성 요인을 추출하고 채택하는 결정요인을 규명하는 것은 국가 정책과제 선정뿐만 아니라 학계와 더불어 산업에 기여하는 가치가 적지 않을 것으로 판단한다. 본 연구에서는 개인의 정보처리과정을 설명하는데 널리 사용되어 온 정보채택모델(IAM: information adoption model)을 차용하여 의제에 대한 품질과 원천에 대한 신뢰성이 의제 채택과정에 어떠한 역할을 하는지 분석하고, 나아가 컨벤션이라는 맥락을 고려하여 사회적 영향 요소를 추가적으로 살펴보고자 한다. 이에 따라 본 연구에서는 다음과 같은 연구 목적을 제시한다.

첫째, 이론적 토대를 근거로 컨벤션 행사의 성공여부 가늠자이자 지속 성장의 핵심축인 컨벤션 의제에 대한 특성을 고려한 변수를 도출하고 컨벤션 의제 결정자들이 의제를 채택하는 프로세스 모형을 제시하고자 한다.

둘째, 의제 설정 프로세스 맥락에 개인의 설득적 커뮤니케이션과 정보의 유용성을 통한 의사결정 절차를 이중처리과정 모델 중 하나인 정보채택모델을 토대로 설명하고자 한다. 이는 타 분야의 이론적 배경을 도입해 컨벤션 의제 선정 과정에 대한 영향 관계를 규명하면서 정보기술 분야에 주로 쓰였던 정보채택모델을 컨벤션 분야로 확장하여 학제 간 보완적인 이론을 제시함으로써 컨벤션 의제에 대한 채택과정을 실증적으로 검증하려는 의도가 담겨 있다.

II. 이론적 배경

1. 컨벤션 의제(convention agenda)

컨벤션(convention)은 지식서비스 산업이 활성화된 현대 사회에서 개최하는 장소와 국가 이미지를 제고하고 여러 분야에 폭넓은 파급효과를

유발한다는 점에서 지식기반형 고부가가치산업으로 분류된다. Rogers(2003)는 각종 컨벤션 행사를 일종의 포럼으로 간주했는데, 주요 연사의 연설을 들으면서 지식 교류 및 교육 향상, 최신 연구자료 확산, 네트워크 확대를 꾀하는 행사로 정의하였다. 일종의 포럼으로 간주되는 각종 컨벤션 행사는 지식과 정보를 공유·확산하는 교류의 매개체 역할을 할 뿐만 아니라 각 분야를 이끄는 오피니언 리더들이 다양한 이슈를 토론하면서 의미 있는 방향성을 제시하기도 하는데, 여기서 의제는 행사의 성격이나 방향성을 상징하면서 어떤 결과물과 해결책을 내놓느냐에 따라 행사의 권위와 영향력을 드러낼 수 있기 때문에 더욱 중요한 역할을 한다(김종철, 2018). 이러한 컨벤션은 주로 학계나 기업체, 비영리기관 등에서 주최하기 때문에, 이들이 선정한 의제는 시사적인 현안이나 세계적인 흐름에 부합하는 중요한 메시지를 담고 있다. 즉 컨벤션 의제는 트렌디하면서 다양한 현안을 다룰 수 있어야하기 때문에 컨벤션 전문가들은 행사를 개최하고 의제를 선정함에 있어 신중한 의사 결정 과정을 거친다. 실제로 Brewer *et al.*(1996)는 사회 전반에 영향을 미치는 미디어나 컨벤션 행사 등의 의제 설정이 정부의 정책 결정 과정에 중요한 영향을 미치는 요인임을 밝혀냈다.

의제(agenda)는 토의 및 토론과 같은 회의를 통하여 해결할 논제·안건·주제·문제를 뜻하며, 미디어를 포함한 다양한 분야에서 매우 중요한 이론적·실무적 관심의 대상이 되어 왔다. 이는 사회 내의 각종 정보가 의미를 형성하고 힘을 가질 때 비로소 의제가 공식적인 지식으로 논의될 수 있으며(Schudson, 1995), 특히 세계적인 석학과 기업인, 정치인 등 명사들이 참여하는 글로벌 포럼 등에서는 그 영향력이 크기 때문이다(정미혜, 2012). 특히, 정보화 사회가 빠르게 진행되고 있는 디지털 시대에서 온·오프라인에서 창조되고 유통되는 수많은 정보가 컨벤션 의

사결정자들에 의해 의미 있는 의제로 설정되기도 하는데, 컨벤션 의제 채택 맥락에서 채택에 영향을 미치는 변인과 그 매커니즘을 규명하고자 하는 연구가 매우 부족한 실정이다. 따라서 본 연구에서는 앞서 설명하였듯 컨벤션 의제를 설정하는 의사결정자들이 정보를 어떻게 수용하고 어떤 변인들을 고려하는지 등의 매커니즘을 정보채택 모델(Chaiken & Eagly, 1976)을 통해 규명하고자 하며, 사회적 영향을 많이 받는 컨벤션 분야의 상황을 고려하여 사회적 영향 요소를 포함하고자 한다. 정보채택모델은 사람들 사이에서 정보를 주고받는 과정 속에서 정보의 영향이 개인의 경험이나 믿음, 인식 등에 영향을 미치며 최종적으로 태도 변화를 이끌어 정보를 선택할 수 있다는 이론적 배경을 담고 있다.

2. 정보채택모델(IAM: information adoption model)

사람들은 대체로 정보를 주고받는 과정을 통하여 소통하고 그 정보의 영향력은 개인의 경험이나 믿음, 인식 등에 따라 다르게 해석할 수 있는데(Chaiken & Eagly, 1976; Erkan & Evans, 2016), 과거 IAM과 관련된 연구들은 인간이 정보를 어떻게 내재화하는 가를 이해하기 위해 정보채택과정(information adoption process)에 초점을 두고 합리적 행동이론(TRA: theory of reasoned action)과 기술수용모델(TAM: technology acceptance model)을 근간에 두고 진행되었다(Chaiken & Eagly, 1976; Davis, 1989; Fishbein & Ajzen, 1977). 2000년대에 들어서는 기존 선행연구들을 토대로 TRA, TAM의 주요 구성 변수에 이중처리과정 이론 중 하나인 정교화가능성모델(ELM: elaboration likelihood model)을 통합시킴으로써 정교화 과정에 따라 2가지 경로를 통해 인간의 정보 채택 절차를 설명하였다(Petty & Cacioppo,

1986; Sussman & Siegal, 2003). 이러한 과정에서 IAM은 ELM의 핵심요소인 중심경로와 주변경로를 받아들였으며, TRA에서는 태도(attitude)와 행동의도(behavioral intention)라는 구성요소를 채택하였다.

IAM은 앞선 선행연구들을 통해 정립되며 4가지 요소로 구성되어 왔는데, ELM의 중심경로에 해당하는 인지적 사고인 논거의 품질(argument quality)과 주변경로를 의미하는 인지적 사고 없이 경험을 토대로 한 간단한 단서, 즉 정보원 신뢰성(source credibility)과 함께 TRA의 핵심 변수인 태도에 해당하는 정보의 유용성(information usefulness), 행동의도 변수를 의미하는 정보의 채택(information adoption)으로 확장되었다. IAM은 주로 개인의 정보탐색 관련 연구에서 자주 활용되었으며, 정보 채택에 영향을 주는 변수를 규명한 연구를 찾아볼 수 있다. 예를 들어, Sussman and Siegal(2003)은 컴퓨터 기반의 커뮤니케이션 맥락 속에서 개인이 어떻게 정보의 영향을 받는지를 설명하기 위해 연구를 시도하였으며, 이후 온라인 커뮤니티와 소셜 미디어 같은 새로운 맥락에서 IAM을 적용한 연구가 진행되면서 인간이 여러 특성을 고려해 정보를 받아들이는 매커니즘이 입증되어 왔다(Cheung, Lee & Rabjohn, 2008). 특히, Erkan *et al.*(2016)의 연구를 살펴보면 논거의 품질과 정보원의 신뢰성 외에도 정보의 필요성(needs of information)이라는 변수를 추가함으로써 기존에 TRA와 IAM이 갖고 있던 개인의 특성에 대한 한계를 반영하였는데, 이는 정보를 필요로 하는 특성을 가진 개인이 더욱 유용한 정보를 찾고 이를 채택할 가능성이 높다고 가정하였으며, 정보에 대한 태도를 넘어 구매의도에도 유의한 영향을 준 것으로 나타났다.

이와 같이 기존의 연구로부터 IAM은 개인이 여러 특성을 고려하여 정보를 받아들이고 채택하는 과정을 규명하기 때문에 컨벤션 의제 결정자

가 의제와 관련된 특성을 고려하여 정보를 수용하고 이를 적용하는 과정을 설명할 수 있을 것으로 예상된다. 또한, 인간이 어떤 정보를 수용할 때 정보의 품질과 더불어 정보 원천에 대한 신뢰성 여부를 점검할 뿐만 아니라 개인의 특성 역시 고려되는데(Erkan & Evans, 2016), 본 연구에서는 중심경로 및 주변경로와 더불어 정보를 받아들이고 이를 찾고자 하는 개인의 필요성과 사회적 영향을 많이 받는 컨벤션 분야의 맥락을 감안하여 사회적 규범과 정책 의제 같은 영향 요소를 추가적으로 고려하고자 한다(Hsu & Lu, 2004).

3. 사회적 영향(social influence)

사회적 영향은 인간의 행동을 결정하는 핵심 요소로서 개인의 사고와 느낌·태도·행동이 주변 사람들과의 상호작용에 따라 일어나는 변화로 정의되며, 사회적인 관계 속에서 서로의 행위에 따라 영향을 주고받는 정도를 나타낸다(Rashotte, 2007). 사회적 영향에 대한 연구는 정보시스템 분야에서 집중적으로 이뤄졌는데(Wang, Meister & Gray, 2013), 대부분 SNS 내에서 개인이 타인의 행동에 어떻게 영향을 받아 공동체 행동 양식을 준수하는지를 다루고 있다. Deutsch and Gerard(1955)는 사회적 영향을 규범적인 사회적 영향(NSI: normative social influence)과 정보적인 사회적 영향(ISI: informational social influence)의 2가지 형태로 구분하였는데, 전자는 개인이 그룹에 속한 구성원의 기대에 순응하는 것을 의미하며, 후자는 실제에 기반을 둔 증거를 바탕으로 정보를 받아들이는 것을 뜻한다(Kaplan & Miller, 1987).

규범적인 사회적 영향(NSI)은 개인이 준거집단과의 조화를 이루려고 하거나 집단 구성원들로부터 긍정적인 평가를 받고자 하는 의지에 의해 발생되는데, 관련 선행연구에 따르면 이는 개인

의 행동 형성을 둘러싼 핵심요소로 주관적 규범, 즉 내용상으로는 사회적 규범을 뜻한다(한희정·정남호, 2014; Bhattacharjee & Sanford, 2006; Kaplan *et al.*, 1987). 따라서 사회적 규범은 개인이 소속된 집단과 준거집단으로부터 인정받기 위해 태도와 신념, 행동을 변화시키는 동조 현상을 나타낸다(Lascu & Zinkhan, 1999). 정보적인 사회적 영향(ISI)은 다른 사람의 판단이나 행동을 개인이 본인의 판단 근거로 활용함으로써 유사한 행동을 보이는 동조현상을 의미하는데, 개인이 가장 중요하게 여기는 타인(외부)에 의해 가장 많은 영향을 받는다(Deutsch *et al.*, 1955). 즉 개인은 외부의 판단이나 행동을 통해 정보를 수용함을 의미하는 것이다. 실례로 각 분야를 이끄는 오피니언 리더들이 참여하여 다양한 이슈를 토론하는 컨벤션 행사의 경우 정부 정책이 컨벤션 주최자 관점에서 의제 선정에 영향을 크게 받는 매우 중요한 외부의 판단이나 행동이 될 수 있다(Brewer *et al.*, 1996).

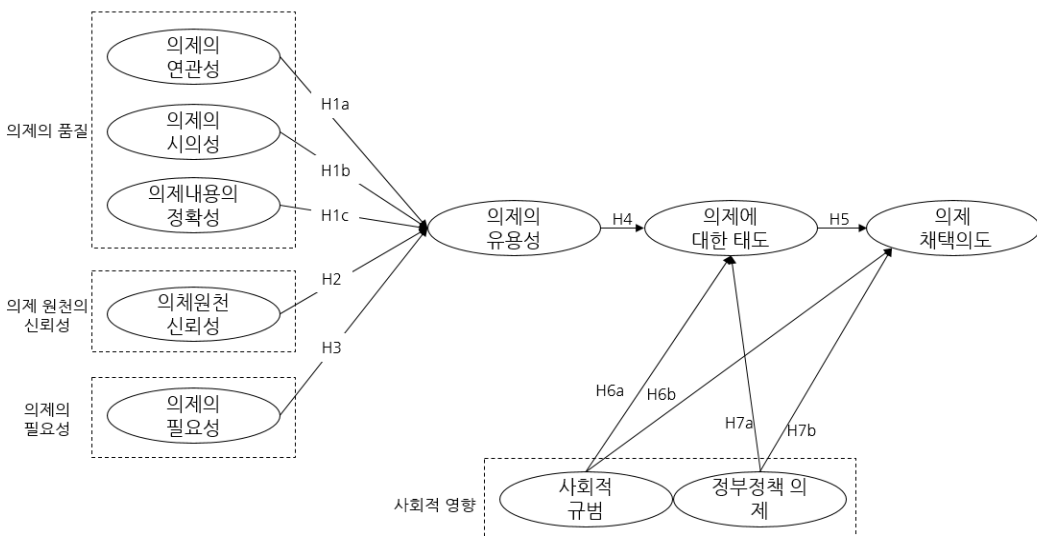
본 연구는 정보시스템 분야는 물론 사회과학

분야에서 사용된 사회적 영향 개념이 컨벤션 산업 맥락에서 하나의 중요한 변수로서 역할이 있을 것으로 보고 그 개념과 타당한 적용 가능성을 고려하였으며, 이론적 바탕의 개념연구모델에 변수로 추가하였다. 더욱이 컨벤션 의제 채택 과정에서 사회적 영향이 매우 중요함에도 관련 연구가 부족할 뿐만 아니라, 포럼과 같은 컨벤션 행사의 의제를 선정하는데 과급력이 큰 정부 정책이 사회적 영향 요소로 고려된 연구도 매우 부족한 실정이다.

Ⅲ. 연구모형 및 연구가설

1. 연구 모형

IAM을 바탕으로 본 논문은 컨벤션 의제 선정이 어떤 절차를 거치는지 살펴보기 위한 것으로 본원적인 의제의 중요성 및 사회적 영향 요인에 대한 개념연구 모델을 구성하였으며, 설문조사를 통해 실증적인 연구를 수행하였다. 본 연구는 구



〈그림 1〉 연구 모형

조화된 정보채택모델 등을 토대로 기존 선행연구를 분석해 의제의 특성에 적합한 변수를 도출하였으며, 특히 정보채택모델의 개인의 설득적 커뮤니케이션과 정보의 유용성을 통한 의사결정 절차를 참고하여 실증연구 모델을 제시하였다. <그림 1>과 같이 제시된 연구모형은 컨벤션 의제를 결정하는데 중요한 고려 요소로 예상되는 사회적 영향 요인으로 사회적 규범과 정부 정책 의제를 제시하였고, 이를 통해 사회적 규범과 정부 정책 의제가 의제 태도 및 채택 의도에 미치는 영향 역시 살펴보고자 한다.

2. 연구가설 설정

이론적 배경에서 살펴본 바와 같이 논거의 품질, 즉 정보의 품질은 IAM에서 정보 처리 과정을 할 때 중심경로 역할을 하며 정보의 유용성을 판단하고 받아들이는데 중요한 요인으로 개인의 의사결정과 문제해결에 도움을 준다(Zhang & Watts, 2008). 일반적으로 정보 품질은 정보를 구성하는 기본적인 속성과 내용, 정도, 종류를 나타낼 수 있는 개성·특성·성질 등으로 정의하며, 선행연구들을 살펴보면 정보와 지식 분야의 의제의 품질(argument quality)에 포함되는 변수로 연관성·시의성·정확성·포괄성·이해성·완전성·가치증대 등 여러 변수를 제시하였다(Cheung *et al.*, 2008; Filieri & Mcleay, 2013). Hussain, Ahmed, Jafar, Rabnawaz and Jianzhou(2017)는 소비자들의 온라인 정보채택 행위를 둘러싼 구전효과의 동기 등을 적용한 연구에서 정보의 품질을 연관성·시의성·정확성·포괄성으로 구분하고, 이들 4가지 변수가 정보의 유용성에 유의미한 결과를 가져왔음을 확인하였다. Cheung *et al.*(2008)는 온라인 소비자들의 커뮤니티 견해를 채택하는 연구와 관련해 온라인 구전효과의 영향을 분석하면서 연관성·시의성·정확성·포괄성의 품질 요소를 통

해 정보의 유용성에 영향을 끼쳤음을 검증하였다. 컨벤션 분야의 선행연구에서도 정보의 적시성을 전시회 정보의 품질의 요인으로 설정하고 있다(정경함·김봉석·박창원, 2018). 최근 관광분야에서는 SNS에서 사용자가 정보를 받아들이는 때 정보 품질의 영향 변인으로 적시성·생생함·간결성·유회성으로 구분하여 이용자의 만족과의 관계를 규명하기 위한 연구가 이루어졌다(고민환·이충기, 2019)

본 연구에서는 기존 선행연구의 다양한 정보 품질 요소 가운데 의제의 품질에 속하는 변수로 의제의 연관성과 의제의 시의성, 그리고 의제 내용의 정확성 등 3가지를 제시하여 정보의 유용성, 즉 의제의 유용성에 미치는 영향 관계를 알아보고자 한다. 의제의 연관성은 의제가 컨벤션의 성격과 방향성을 포괄한다는 점에서 의제의 품질로서 의제의 유용성에 영향을 미치는 변수로 설정하였으며, 트렌디한 현안을 다루고 해당 산업의 이슈를 논의하는 컨벤션 특성상 의제를 채택하는 과정에서 의제의 시의성이 중요한 품질요인이라 판단되어 시의성 역시 의제의 유용성에 영향을 미칠 것이라 가정할 수 있다. 또한 의제의 품질과 관련한 마지막 변수로 정확성을 설정하였는데, 이는 앞선 정보지식 분야의 선행연구들에서 나타나는 공통적인 변수이면서 본 연구 맥락에서 적용이 가능할 것이라 판단하였다.

따라서 컨벤션 의제를 채택하는 과정에서 의제의 품질, 즉 의제의 연관성과 의제의 시의성, 의제 내용의 정확성은 의제의 유용성에 정의 영향을 미칠 것으로 예상하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H1a: 의제의 연관성은 의제의 유용성에 정 (+)의 영향을 미친다.

H1b: 의제의 시의성은 의제의 유용성에 정 (+)의 영향을 미친다.

H1c: 의제 내용의 정확성은 의제의 유용성에

정(+)¹의 영향을 미친다.

IAM을 근거로 선행연구를 살펴보면 중심경로인 논거의 품질과 함께 주변경로인 정보원의 신뢰성은 태도와 믿음의 변화에 직접적인 관련성이 있는 것으로 제시되고 있으며, 기존의 많은 선행 연구들이 이를 증명해왔다(Bhattacharjee *et al.*, 2006). 예를 들어 정보 원천은 지식을 전달하고 공급하는 저장소로 정의되고 있고(Xu, Tan & Yang, 2006), 사람들이 접촉할 수 있는 다양한 온·오프라인 채널과 연결된 비관계적인(온라인 자료·서류 등) 원천들과 관계적인(친구, 동료 등) 원천들로 구분할 수 있다(Agarwal, Xie, Vovsha, Rambow & Passonneau, 2011). 특히 컨벤션 의제는 행사의 권위나 영향력을 드러내는 매우 중요한 요소이기 때문에 컨벤션 의제 결정자들은 비관계적인 원천보다는 관계적인 원천을 신뢰한다(김종철, 2018). 신뢰는 개인의 행동을 예측하는데 필수적인 요소로서(Nveen & Arik, 2008), 정보의 신뢰성은 개인의 유용성에 대한 믿음을 통해 정보 채택에 긍정적인 영향을 미친다(Tseng & Wang, 2016). Erkan *et al.*(2016)은 소비자 구매의도에 대한 온라인 구전 영향을 조사하면서 정보원의 신뢰성이 정보의 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 파악하였으며, 관광 분야에서 정남호·한희정·구철모(2013)는 온라인 여행 커뮤니티 구성원의 관광정보 탐색 행동에 있어서 관광 상품의 불확실성을 고려할 때 관광 정보의 확보가 중요하고 그 정보의 품질과 누가 그 정보를 제공했는지, 즉 원천에 대한 신뢰성이 중요하다는 것을 검증하였다.

이러한 연구에서 볼 수 있듯이 정보의 원천에 대한 신뢰성은 정보의 유용성에 지대한 영향을 미친다는 것을 알 수 있다. 이를 컨벤션 의제 맥락에서 고려하여, 본 연구에서는 의제를 채택하고자 하는 과정에서 오피니언 리더·정부기관 등

을 정보 원천이라 설정하고 이들을 신뢰하는 정도를 의제 원천의 신뢰성이라 정의하였다. 컨벤션 주최자는 의제를 선정하는 과정에서 주변 경로를 통해 정보를 처리하게 되는데 이는 의제의 유용성에 유의미한 영향을 미칠 것이다. 따라서 IAM에 근거하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H2: 의제 원천의 신뢰성은 의제의 유용성에 정(+)²의 영향을 미친다.

일반적으로 필요성은 서비스 제공 측면에서 고객이 요구하는 것을 의미하기도 하면서 반드시 요구되는 성질을 뜻한다. Sundaram, Kaushik and Webster(1998)는 정보의 필요성을 언급하면서 구전의도의 적극적인 동기 요소로 작용한다고 주장하였으며, Wolny and Muller(2013) 역시 필요성을 사회적인 상호작용이나 경제적인 보상 등과 함께 이러한 욕구들이 소비자들로 하여금 온라인 리뷰 작성을 유도하는 중요한 동기 요인이라고 설명하였다. 국내에서 진행된 박준철·정기호(2008)의 인터넷 बैं킹에 대한 사용자 인식 연구에 따르면 인터넷 बैं킹의 필요성이 인터넷 बैं킹의 유용성에 유의미한 결과를 나타냈다. 특히, Erkan *et al.*(2016)는 IAM을 확장하여 개인의 특성을 반영하는 온라인 정보의 필요성이 정보의 유용성과 유의미한 관계가 있음을 확인하였다. 본 연구에서 의제의 필요성은 컨벤션 의제가 참가자의 관심을 일으키거나 가치를 높이는 데 도움이 되고 새로움을 느끼면서 컨벤션에 필요한 정도로 정의하였으며, 컨벤션 주최자가 행사에 적절한 의제가 필요하다고 인지한다면 의제가 유용하고 포럼에 도움을 줄 것으로 인지하는 것이라고 가정할 수 있다. 따라서 본 연구에서는 의제의 필요성을 의제의 유용성의 선행요인으로 구성하여 다음과 같이 가정하였다.

H3: 의제의 필요성은 의제의 유용성에 정 (+)의 영향을 미친다.

행동의도의 중요한 변수로 작용하는 태도는 개인적 영향 요소로서 특정 대상에 대해 개인이 갖는 주관적인 가치로 정의된다. 관련 선행연구를 살펴보면 Cheung *et al.*(2008)은 정보의 유용성에 대해 새로운 정보를 활용하는 행위자 자신의 업무능력을 향상시킬 것이라고 사람들이 믿는 정도라고 언급하였다. 정보의 유용성은 정보 채택과 구매의도에 있어서 중요한 예측 척도로 간주되어 왔으며, 태도와 관련한 선행연구에서는 대체로 정보기술에 대한 지각된 유용성이 높을 경우 긍정적인 태도를 형성한 것으로 나타났다(Lin & Lu, 2000). 윤아영·정대영·윤지환(2013)은 국제 박람회 웹사이트의 품질 분석을 하면서 지각된 유용성이 사용 태도에 유의한 영향을 준 것으로 분석하였고, 광민석·조광민·이광용(2014)은 기술수용모델 및 계획적 행동이론을 근거로 스포츠용품 온라인 구매의도를 둘러싼 모형 검증을 통해 지각된 유용성이 태도에 긍정적으로 작용하였음을 파악하였다. 또한, Ajzen(1991)은 태도와 행동의도의 관계를 분석하면서 두 변수를 실제 행동에 미치는 내적 변수로 설명한다. 실제로 Nunes, Ferreira, Freitas and Ramos(2018)는 온라인상의 여론 주도층이 추천하는 상품과 서비스 구매에 대한 사람들의 태도가 구매 의도에 유의미한 영향을 끼쳤음을 확인하였다. 이처럼 선행연구에서는 행위에 대한 태도가 행위 의도를 사전에 알 수 있는 핵심 변수로 간주되었다.

특히 세계지식포럼과 같은 국제 컨벤션 행사나 각종 학술세미나 등에서 다루는 의제는 트렌디하면서 참석자 관심에 부합하는 내용을 포함하기 때문에 의제에 대한 유용성이 있을 것이고 주최자들의 태도에도 긍정적인 영향을 미칠 것이라 예상된다. 따라서 컨벤션에서 채택하는 의제의

유용성이 의제에 대한 태도에 유의미한 영향을 주며, 이렇게 형성된 태도는 행동의도인 의제 채택 의도에도 영향을 미칠 것이라 판단하여 아래와 같이 가설을 설정한다.

H4: 의제의 유용성은 의제에 대한 태도에 정 (+)의 영향을 미친다.

H5: 의제에 대한 태도는 의제 채택 의도에 정 (+)의 영향을 미친다.

이론적 배경에서 살펴본 바와 같이 본 연구에서는 사회적 영향 요소로 사회적 규범 변수를, 정보적 영향 요소로서 정부의 정책 의제를 변수로 선정하여 의제에 대한 태도와 채택의도에 미치는 영향을 알아보고자 한다. 여기서 사회적 규범은 사회적 영향의 하나로 구성원들의 행동양식을 의미하며, 개인이 소속집단 및 준거집단에서 인정받기 위하여 태도와 신념, 행동을 바꾸는 동조현상이라 할 수 있다(Lascu *et al.*, 1999). 또한 사회적 규범은 본인이 어떤 행동을 해야 하는가에 대하여 본인의 준거집단의 사람들이 어떻게 생각하는가를 스스로 느끼는 것으로 그동안 선행연구에서 행동의도에 영향을 미치는 변수로 활용되어 왔다(김아영·김태성·오하경, 2018). 마케팅 분야에서 소비자는 소속된 그룹과 준거집단에 동화되고 유대관계를 원활히 하기위하여 행동규범을 수용하는데, 이는 소비자 태도 및 사용의도, 제품 선택이 사회적 규범의 영향을 받는 것으로 풀이할 수 있다(김종철, 2018). Chen and Chang(2013)은 NFC 휴대폰에 대한 사회적 규범이 사용 태도와 사용 의도에 유의한 영향이 있음을 확인하였으며, 강진희(2018)는 의식기업 무인주문결제시스템에 대한 연구를 통하여 사회적 영향 요인이 수용 의도에 긍정적인 영향을 미친다고 하였다. 특히, 관광분야에서 한희정·정남호(2014)는 관광정보 공유를 둘러싼 소셜미디어의 역할과 관련해 사회적 규범이 가져

을 파급력의 중요성을 확인하였다.

앞서 살펴본 선행연구처럼 사회적 규범은 사람들의 태도와 행동의도에 영향을 미치는 변인이다. 본 연구에서 역시 컨벤션을 주최하는 주최자들이 규범적인 사회적 영향으로써 본인의 준거집단의 사회적 규범에 의해 의제에 대한 태도와 채택 의도에 영향을 미칠 것이라 가정하여 다음과 같은 가설을 설정하였다.

H6a: 사회적 규범은 의제에 대한 태도에 정(+)의 영향을 미친다.

H6b: 사회적 규범은 의제 채택 의도에 정(+)의 영향을 미친다.

추가적인 사회적 영향 요소로서 정부의 정책 의제를 고려하였는데, 이는 정보적 영향으로서 다양한 방식으로 형성되는 정책 의제가 사회적 이슈와 밀접한 연관성이 있기 때문에 컨벤션 의제를 선정하는데 있어서 주최자들의 주요 관심사항이며 의제를 선정할 때 영향을 받는다고 볼 수 있기 때문이다(Cobb, Ross & Ross, 1976). 앞서 살펴본 사회적 영향과 관련된 선행연구에 따르면 정보적 영향은 대상에 대한 구체적인 사실과 정보를 근거로 하는데, 정부의 정책은 일반적으로 국가 및 사회 제반 분야에 대한 파급력이 있어 사회 전반에 영향을 미치는 정보의 한 종류로 간주할 수 있다(황애리·나은영, 2019). 컨벤션 의제를 다루는 주최자나 기획자들은 정보적 영향으로서 정부의 정책 의제를 자신의 결정 근거로 활용할 수 있다. 즉 정보적인 사회적 영향(ISI)은 다른 사람의 판단이나 행동을 개인이 본인의 판단 근거로 활용함으로써 유사한 행동을 보이는 동조현상을 의미하는데, 개인이 가장 중요하게 여기는 타인(외부)에 의해 가장 많은 영향을 받기 때문에(Deutsch et al., 1955), 컨벤션 주최자 및 의사결정자의 관점에서도 정부의 정책이 개인의 판단근거로 활용될 수 있다는 것

이다. 실제로 매일경제가 주최하는 세계지식포럼은 출범 첫 해인 지난 2000년, '지식기반사회'를 역설할 당시 김대중 정부의 시책에 맞추어 '지식으로 새 천년 새 틀을 짜다'라는 주제로 제1회 행사를 개최한 바 있으며, 2017년에는 '변곡점을 넘어, 새로운 번영을 향해'라는 주제를 통해 인류 역사의 변곡점을 거론하면서 '4차 산업혁명'으로 불리는 인공지능(AI)발 대혁신의 광풍에 대비하기 위한 방안을 적극적으로 마련해야 한다고 촉구함으로써 정부의 정책 의제를 반영하였다.

이와 같이 일반적으로 국가·사회적인 이슈와 밀접한 관련이 있는 컨벤션의 의제를 선정하는데 있어 주최자 및 의사결정자들은 정부의 정책 의제를 매우 중요한 외부의 판단이나 행동으로 여긴다(Brewer et al., 1996). 따라서 정부의 정책 의제는 컨벤션 주최자가 컨벤션 의제를 설정할 때 가장 중요하게 여기는 근거가 될 수 있으며, 정보적인 사회 영향요인으로서 정부 정책 의제가 의제에 대한 태도 및 의제 채택의도에 영향을 미친다고 가정하였다. 이에 따라 아래와 같이 가설을 설정한다.

H7a: 정부 정책 의제는 의제에 대한 태도에 정(+)의 영향을 미친다.

H7b: 정부 정책 의제는 의제 채택 의도에 정(+)의 영향을 미친다.

IV. 연구방법

1. 자료 수집 및 자료의 특성

본 연구는 의제 선정 절차에 참여한 경험이 있는 컨벤션 관계자들에 대한 인터뷰를 통한 질적 연구와 선행연구를 토대로 작성한 구조화된 설문지를 활용하였다. 본 연구는 컨벤션 의제 선정 맥락에 관한 선행연구가 충분하지 않고 다른 학

〈표 1〉 응답자 인구통계학적 특성

구분	상세구분	N	%	구분	상세구분	N	%	
성별	남성	159	78.3		정부 또는 공공기관	127	45.5	
	여성	44	21.7		대기업	36	12.9	
연령	20대	10	4.9	컨벤션 개최자금 조달처 (중복응답)	지방자치단체	19	6.8	
	30대	49	24.1		학교/교육기관	25	9.0	
	40대	59	29.1		병원/의료기관	1	0.4	
	50대	68	33.5		자영업	2	0.7	
	60대 이상	17	8.4		언론/미디어/홍보기관	17	6.1	
학력	대졸	68	33.5		중견기업이하	19	6.8	
	대학원 이상	135	66.5		컨설팅기관	3	1.1	
					비영리단체	13	4.7	
직업	교수/연구원	65	32.0	최근 1년간 컨벤션 참관 횟수	기타	17	6.1	
	언론사 관계자	32	15.8		1회	15	7.4	
	대기업 임직원	4	2.0		2회	34	16.7	
	비영리단체 임직원	25	12.3		3회	38	18.7	
	PCO업체 임직원	12	5.9		4회	23	11.3	
	중견기업이하 임직원	11	5.4		5회 이상	88	43.3	
	분야별 전문직	16	7.9		없음	2	1.0	
	기타	38	18.7		최근 1년간 컨벤션 준비/개최횟수	1회	47	23.2
정부 또는 공공기관	53	26.1	2회	57		28.1		
대기업	5	2.5	3회	22		10.8		
연구소/연구기관	14	6.9	4회	11		5.4		
학교/교육기관	45	22.2	5회 이상	26		12.8		
병원/의료기관	1	0.5	없음	37		18.2		
자영업	2	1.0	최근 1년간 준비/개최한 행사 유형 (중복응답)	포럼/국제회의		92	37.9	
언론/미디어/홍보기관	30	14.8		국내외 학술대회		59	24.3	
중견기업이하	21	10.3		전시회	35	14.4		
컨설팅기관	6	3.0		기타	24	9.9		
비영리단체	17	8.4		없음	33	13.6		
기타	9	4.4		녹색성장	20	3.5		
컨벤션 의제채택의 사회적 관심기간	6개월 이내	51		25.1	의제선정 경험 키워드 (중복응답)	ICT	85	14.8
	1년 이내	110		54.2		4차 산업혁명	169	29.4
	2년 이내	27	13.3	창조경제		54	9.4	
	3년 이내	8	3.9	지식기반사회		55	9.6	
	4년 이내	2	1.0	북핵		13	2.3	
	5년 이상	1	0.5	사드		8	1.4	
주최한 컨벤션 행사유형 (중복응답)	학교/학술대회 행사	62	22.7		리더십	35	6.1	
	정부기관/자치단체 행사	83	30.4		경제위기	28	4.9	
	언론사 행사	40	14.7		동반성장	39	6.8	
	연구소 행사	19	7.0		원전	10	1.7	
	기업 행사	21	7.7		한류	13	2.3	
	비영리단체 행사	32	11.7		지속가능한 관광	17	3.0	
기타	16	5.9	스마트 관광	13	2.3			
				기타	15	2.6		

문에서 이론을 도입하여 개념모델을 설정하였기 때문에, 컨벤션 분야의 전문가 그룹 15명에게 주최 횟수, 컨벤션에서 가장 중요하게 생각하는 요소, 의제를 고를 때 우선적인 고려 사항 등 6가지 내용을 질의함으로써 실무적 상황에 대한 내용과 이론 변수 간의 간극을 좁혀 수정된 의제의 특성 요인을 도출하였다. 또한, 정보 분야와 관련된 선행연구를 토대로 의제 선정에 둘러싼 영향 요인과 의제의 유용성, 의제에 대한 태도, 채택 의도에 미치는 원인 및 결과의 타당한 근거를 토대로 가설을 설정하였다. 본 연구는 편의표본추출방법으로 구조화된 설문지를 통한 온·오프라인 설문조사를 실시하였으며, 대면조사에서 부족한 부분은 전화와 이메일을 통하여 지속적인 설문응답을 요청하여 데이터를 수집하였다(서광석·구철모, 2017). 설문지는 2018년 1월5일부터 2월 5일까지 한 달간 각종 학회 등에 소속된 전·현직 교수들을 비롯해 언론사와 연구소 관계자, 전·현직 정부 단체장, 공무원, PCO 및 비영리단체 관계자, 국회 보좌관과 비서관, 기업 CEO 등을 대상으로 총 230부를 배포하였으며 컨벤션 행사장을 직접 방문한 오프라인 대면방식과 이메일·SNS 등 온라인 설문조사를 통해 대상자로부터 데이터를 획득하였다. 응답지는 총 220부를 회수했으며, 일부 누락된 17부를 제외하고 203부(92.3%)를 통계분석에 사용하였다. 응답자에 대한 인구통계학적 특성을 파악하기 위해 SPSS 18.0을 사용하여 빈도분석을 실시한 분석결과는 <표 1>과 같으며, 남성은 159명으로 전체의 78.3%, 여성은 44명으로 21.7%를 차지하는 것으로 나타났고, 대학원 이상 학력을 가진 응답자가 66.5%로 과반수 이상으로 조사되었다. 또한, 직업으로는 교수/연구원이 32.0%로 가장 많았으며 기타를 제외하고 언론사 관계자 15.8%, 비영리단체 임직원이 12.3% 순으로 조사되었다. 소속기관으로는 정부 또는 공공기관이 26.1%, 학교/교육기관이 22.2%, 언론

/미디어/홍보기관이 14.8%, 중견기업 이하가 10.3% 순으로 나타났다. 최근 1년간 컨벤션 행사의 주체가 되어 기획 또는 개최한 횟수는 응답자의 81.8%가 1회 이상 컨벤션 행사를 직접 기획/주최한 것으로 드러났다.

2. 측정항목 도출

본 연구에는 선행연구와 컨벤션 전문가들에 대한 질적 인터뷰를 토대로 하여 의제 채택 의도의 영향 요인을 분석하고 각 요인들 간의 인과관계를 파악하기 위하여 설문지를 크게 두 파트로 나누어 설문조사를 진행하였다. 본 연구는 독립변수에 해당되는 영향 요인을 찾아내기 위하여 기존 문헌을 참고하여 구조화된 설문 문항으로 리커트 5점 형식의 다항목 척도를 개발하였다. 기존 연구를 바탕으로 전문가 그룹에서 도출한 내용을 검토한 뒤 연구가설을 검증하기 위하여 사용한 설문 문항에 대한 신뢰성과 타당성을 조사하였다(<표 2> 참조).

V. 실증분석

1. 측정모형 분석

본 연구에서는 타당성과 신뢰성을 검증하기 위하여 SPSS 18.0 프로그램을 이용한 탐색적 요인분석 및 신뢰도 분석을 실시하였으며, Smart PLS 3.0 프로그램을 이용한 확인적 요인분석을 적용하였다. 앞서 설명하였듯이 본 연구는 관련 선행연구가 부족한 실정을 고려하여 컨벤션 의제 채택이라는 탐험적인 성격의 구조모형 및 영향변인을 규명하고자 하였으므로 탐색적 요인분석과 확인적 요인분석을 함께 실시하였다. 그 결과를 토대로 구성개념의 집중타당성을 측정하기 위해 요인부하량과 평균분산추출, 합성신뢰도를 산

〈표 2〉 변수의 조작적 정의

항목	조작적 정의	선행연구	
의제의 연관성	채택한 의제가 담고 있는 컨벤션 개최 취지와 특성에 부합하는 가를 컨벤션 주최자가 느끼는 정도		
의제의 품질	의제의 시의성	채택한 의제가 시의적절한지, 시대적 관심사를 반영하는 가를 컨벤션 주최자가 느끼는 정도	Filieri <i>et al.</i> (2013) Cheung <i>et al.</i> (2008)
	의제 내용의 정확성	채택한 의제가 명확하고 확실하며 의미가 뚜렷한지에 대한 여부를 컨벤션 주최자가 느끼는 정도	
의제 원천의 신뢰성	정부기관, 오피니언 리더 등의 정보원이 신뢰성이 있는지를 지각하는 정도	Sussman <i>et al.</i> (2003)	
사회적 영향	사회적 규범	의제를 채택할 때 다른 구성원들의 의견과 사회적 영향을 반영하는 정도	Lam & Hsu(2004)
	정부 정책 의제	채택한 컨벤션 의제가 정부 정책에서 영향을 받았는지, 관련성이 있는지를 지각하는 정도	Hsu <i>et al.</i> (2004)
의제의 필요성	채택한 의제가 컨벤션 행사에 필요하지 등에 대해 컨벤션 주최자가 판단하는 정도	Chu & Kim(2011), Erkan <i>et al.</i> (2016)	
의제의 유용성	채택한 의제가 유용하면서 충분한 정보를 주고, 포럼에 도움이 된다고 컨벤션 주최자가 판단하는 정도	Sussman <i>et al.</i> (2003)	
의제에 대한 태도	채택한 의제가 컨벤션 의제로서 긍정적인 결과를 나타내 줄 것이라고 컨벤션 주최자가 판단하는 정도	Erkan <i>et al.</i> (2016) Hsu <i>et al.</i> (2004)	
의제 채택 의도	컨벤션 주최자가 컨벤션 행사에 유용하고 행사를 발전시키는 의제를 채택하려는 의도	Cheung <i>et al.</i> (2008) Zhang <i>et al.</i> (2003)	

출하였고, 각 요인 간 상관관계를 바탕으로 판별 타당성을 측정하였다.

이와 함께 구조모형과 연구가설을 검증하고 요인들 간의 인과관계를 분석하기 위하여 Smart PLS 3.0 프로그램을 활용하여 PLS 추정방법으로 경로분석을 실시하였다. PLS는 다변량 분석을 위한 구조방정식 중 하나로, 이론적인 공분산 구조를 기반으로 하는 LISREL이나 AMOS와는 달리, 탐험적인 수준의 가정을 갖고 경험적인 모델링 방식으로 데이터를 설명하는데 중점을 두었다. PLS는 오차항 분포 가정을 필요로 하지 않고, 관측치가 적은 경우에도 비교적 안정적인 결과를 산출한다는 장점을 지니고 있다(Fornell & Larcker, 1981). 따라서 본 연구는 의제 채택 과정에 대한 탐험적인 성격의 연구모델 분석과 데이터 등을 고려하여 PLS 분석방법을 적용

하였다.

1) 탐색적 요인분석

의제 채택 의도에 영향을 주는 요인들을 살펴 보기 위해 독립변수와 종속변수로 구분하였다. 본 연구는 관련 선행연구가 부족하고, 컨벤션 의제 채택이라는 탐험적인 성격의 구조모형을 살펴 보면서 그에 따른 영향 변인을 규명하고자 하였으므로 탐색적 요인분석을 먼저 실시하였다. 이를 통한 10개 요인의 신뢰도 분석결과는 〈표 3〉에 제시하였다. 구체적으로 의제의 연관성 요인의 Cronbach's Alpha 값이 0.887, 의제의 시의성 0.844, 의제 내용의 정확성 0.904, 의제 원천의 신뢰성 0.918, 사회적 규범 0.751, 정부 정책 의제 0.903, 의제의 필요성 0.802, 의제의 유용성 0.883, 의제에 대한 태도 0.842,

〈표 3〉 요인별 신뢰도

	요인	신뢰도 (Cronbach's α)	평균	측정항목 수
의제의 품질	요인 1: 의제의 연관성	0.887	4.108	4개
	요인 2: 의제의 시의성	0.844	4.257	4개
	요인 3: 의제 내용의 정확성	0.904	3.984	4개
의제 원천의 신뢰성	요인 4: 의제 원천의 신뢰성	0.918	3.792	8개
사회적 영향	요인 5: 사회적 규범	0.751	3.852	4개
	요인 6: 정부 정책 의제	0.903	3.800	4개
의제의 필요성	요인 7: 의제의 필요성	0.802	4.036	3개
의제의 유용성	요인 8: 의제의 유용성	0.883	4.002	5개
의제에 대한 태도	요인 9: 의제에 대한 태도	0.842	3.884	4개
의제 채택 의도	요인 10: 의제 채택 의도	0.917	4.244	4개

의제 채택 의도 요인은 0.917로 나타났다. 즉 모든 요인이 0.7 이상의 Cronbach's Alpha 값을 도출하여 측정항목을 신뢰할 수 있는 것으로 조사되었다.

2) 확인적 요인분석

연구모형의 타당성 검증을 위해 실시한 확인적 요인분석을 〈표 4〉에 제시하였다. 모든 측정항목의 요인부하량이 0.5이상, 10개 요인의 합성신뢰도 0.7이상, 평균분산추출값은 0.5 이상으로 나타나 집중타당성이 있는 것으로 조사되었다. PLS를 이용하여 측정모형의 타당성을 평가할 때, 집중타당성은 내적일관성(composite reliability)에 의해서 평가되며, 각 변수의 내적일관성이 0.7이상이면 해당 변수가 구조모델 연구에서 사용될 수 있음을 나타낸다(Nunnally & Bernstein, 1994). 또한, 판별타당성을 확보하기 위해 평균분산추출값(AVE)을 사용하였는데 모두 0.7이상으로 나타났다. 〈표 5〉에서는 변수들의 상관관계를 파악할 수 있는데, 여기서 나타난 상관관계값의 대각은 평균분산추출값의 제곱근 값(굵게 표시)이며, 일반적으로 이 값이 대각이 아닌 다른 상관관계 값보다 크기 때문에 판별타당성이 있다고 할 수 있다. 즉 〈표 4〉와

〈표 5〉를 통해 구성개념 간 상관관계수 값을 넘어 판별타당성을 확보한 것으로 확인하였다(Fornell *et al.*, 1981; Gefen, Karahanna & Straub, 2003).

2. 구조모형 분석(가설 검증)

구조모형분석 측정모형 분석결과 본 연구의 측정 항목들이 신뢰성과 타당성을 확보했기 때문에 구조모형분석을 실시하였으며, 그 결과는 〈그림 2〉와 같다.

〈표 6〉을 통해 자세히 살펴보면 다음과 같다. 의제의 유용성에 영향을 줄 것이라 예상했던 변수들 중 의제의 연관성과 의제의 시의성, 의제의 필요성은 의제의 유용성에 통계적으로 1% 수준에서 유의한 것으로 가설들(H1a, H1b, H3)이 채택되었다(H1a: 경로계수=0.216, t-값=2.924, H1b: 경로계수=0.182, t-값=2.849, H3: 경로계수=0.432, t-값=6.389). 특히, 의제의 연관성과 시의성, 의제의 필요성 중 의제의 필요성이 경로계수 0.432로 가장 높은 것으로 보아 의제의 유용성에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 의제 내용의 정확성이나 의제 원천의 신뢰성은 유의하지 않아 가설(H1c, H2)

〈표 4〉 확인적 요인분석 결과

요인명	항목	요인부하량 (표준화 계수)	합성신뢰도 (C.R)	평균분산추출 (AVE)
의제의 연관성	Q1	0.865	0.923	0.749
	Q2	0.875		
	Q3	0.868		
	Q4	0.853		
의제의 시의성	Q5	0.775	0.897	0.686
	Q6	0.874		
	Q7	0.819		
	Q8	0.842		
의제 내용의 정확성	Q9	0.879	0.934	0.780
	Q10	0.875		
	Q11	0.867		
	Q12	0.911		
의제 원천의 신뢰성	Q13	0.815	0.933	0.635
	Q14	0.773		
	Q15	0.807		
	Q16	0.803		
	Q17	0.821		
	Q18	0.766		
	Q19	0.762		
	Q20	0.825		
사회적 규범	Q21	0.843	0.845	0.580
	Q22	0.861		
	Q23	0.647		
	Q24	0.670		
정부 정책 의제	Q25	0.850	0.932	0.774
	Q26	0.889		
	Q27	0.915		
	Q28	0.865		
의제의 필요성	Q29	0.853	0.883	0.716
	Q30	0.859		
	Q31	0.826		
의제의 유용성	Q32	0.846	0.914	0.681
	Q33	0.824		
	Q34	0.841		
	Q35	0.810		
	Q36	0.806		
의제에 대한 태도	Q37	0.847	0.895	0.682
	Q38	0.877		
	Q39	0.822		
	Q40	0.752		
의제 채택 의도	Q41	0.900	0.942	0.803
	Q42	0.909		
	Q43	0.903		
	Q44	0.872		

〈표 5〉 AVE의 제곱근 값 및 변수 간 상관관계

요인	상관관계									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	0.762									
2	0.381	0.896								
3	0.624	0.428	0.826							
4	0.508	0.315	0.446	0.797						
5	0.457	0.374	0.535	0.433	0.828					
6	0.519	0.459	0.555	0.403	0.575	0.866				
7	0.599	0.491	0.665	0.403	0.568	0.644	0.825			
8	0.515	0.361	0.624	0.507	0.547	0.612	0.566	0.883		
9	0.507	0.466	0.665	0.337	0.452	0.588	0.700	0.530	0.846	
10	0.379	0.333	0.283	0.421	0.407	0.330	0.309	0.331	0.218	0.880

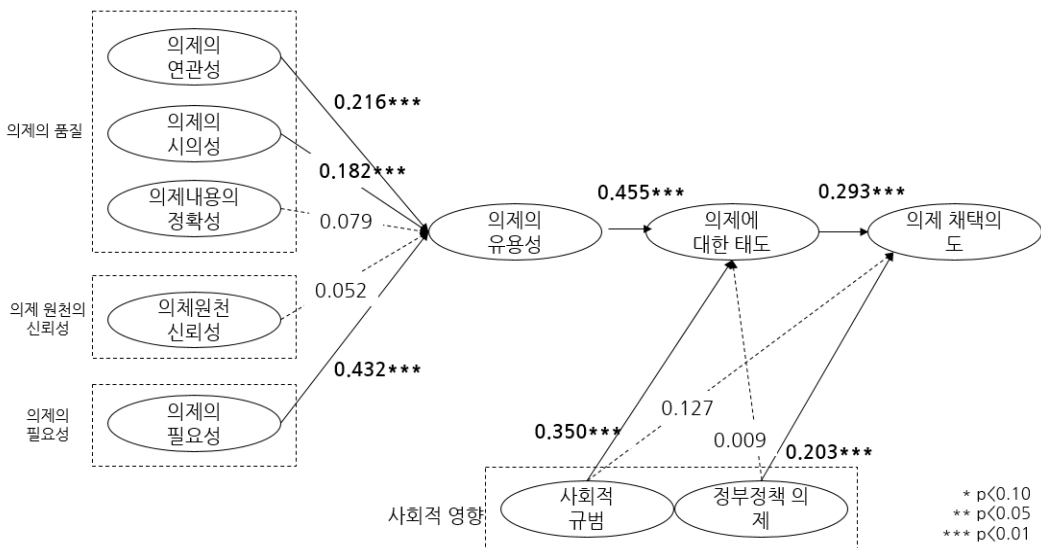
1) 사회적 규범 2) 의제 채택 의도 3) 의제에 대한 태도 4) 의제 원천의 신뢰성 5) 의제의 시의성
6) 의제의 연관성 7) 의제의 유용성 8) 의제 내용의 정확성 9) 의제의 필요성 10) 정부 정책 의제

* 대각의 굵게 표시된 부분이 평균분산추출 (AVE) 값의 제곱근 값을 나타냄.
** 상관계수는 통계적으로 1% 수준에서 유의한 것으로 나타남.

이 기각되었는데(H1c: 경로계수=0.079, t-값=1.125, H2: 경로계수=0.052, t-값=0.841), 기존에 정보원천의 신뢰성이 정보의 유용성에 정(+)의 영향을 미친다는 주장과는 상반된 결과를

보였다(박소현 · 이국희 · 이아연, 2017).

또한 Cheung *et al.*(2008)의 연구에서도 정보의 정확성이 유용성과의 영향 관계가 유의미하게 도출되지 않았는데, 이는 컨벤션 맥락에서



www.kci.go.kr
〈그림 2〉 구조모형 분석

〈표 6〉 구조모형 분석결과

가설	경로	표준화 경로계수	t-값	p-값 (유의확률)	가설검증
H1a	의제의 연관성 → 의제의 유용성	0.216	2.924	0.004	채택
H1b	의제의 시의성 → 의제의 유용성	0.182	2.849	0.004	채택
H1c	의제 내용의 정확성 → 의제의 유용성	0.079	1.125	0.261	기각
H2	의제 원천의 신뢰성 → 의제의 유용성	0.052	0.841	0.401	기각
H3	의제의 필요성 → 의제의 유용성	0.432	6.389	0.000	채택
H4	의제의 유용성 → 의제에 대한 태도	0.455	6.478	0.000	채택
H5	의제에 대한 태도 → 의제 채택 의도	0.293	2.960	0.003	채택
H6a	사회적 규범 → 의제에 대한 태도	0.350	5.201	0.000	채택
H6b	사회적 규범 → 의제 채택 의도	0.127	1.469	0.142	기각
H7a	정부 정책 의제 → 의제에 대한 태도	0.009	0.129	0.897	기각
H7b	정부 정책 의제 → 의제 채택 의도	0.203	3.052	0.002	채택

R2 (결정계수)

의제의 유용성: 0.611 (61.1%)* (통계적으로 1% 수준에서 유의함)

의제에 대한 태도: 0.523 (52.3%)* (통계적으로 1% 수준에서 유의함)

의제 채택 의도: 0.242 (24.2%)* (통계적으로 1% 수준에서 유의함)

의제가 행사의 목적에 맞춰 다양한 형태로 변형되고 많은 의미를 담고 있기 때문이라 추정된다. 즉 정부기관이나 오피니언 리더 등의 의견은 물론 다른 요인(미디어·온라인 등)을 통해 다양한 채널로 폭넓게 정보를 수용하기 때문에 원천에 대한 정확한 인지가 없으며, 따라서 유용성에 유의한 영향을 미치지 않은 것으로 판단된다.

의제에 대한 태도에 영향을 주는 변수로는 의제의 유용성과 함께 사회적 영향 요인인 사회적 규범·정부 정책 의제를 설정하였는데, 의제의 유용성(H4)과 사회적 규범(H6a)의 경로는 채택되었으나(H4: 경로계수=0.455, t-값=6.478, H6a: 경로계수=0.350, t-값=5.201), 정부 정책 의제(H7a)는 기각되었다(H7a: 경로계수=0.009, t-값=0.129). 이는 정부 정책 의제가 꼭 사회적인 트렌드를 반영한다고 볼 수 없기 때문에 유력한 의제 후보로 고려하지 않기 때문으로 보인다(김종철, 2018). 의제 채택 의도에 영향을 주는 변수로는 의제에 대한 태도, 사회적 영향 요인인 사회적 규범과 정부 정책 의제 3가

지로 설정하였고, 의제에 대한 태도(H5)와 정부 정책 의제(H7b)는 채택되었다(H5: 경로계수=0.293, t-값=2.960, H7b: 경로계수=0.203, t-값=3.052). 이는 모바일 결제시스템에 대한 소비자 채택 의도 요인을 분석한 연구(Oliveira, Huertas & Lin, 2016)나 핀테크 수용 의도와 사회적 영향 관계를 살펴본 연구(황신혜·장은진·김정균, 2016) 등 선행연구 결과와 일치하였으나, 사회적 규범(H6b)은 유의하지 않은 결과를 보였다(H6b: 경로계수=0.127, t-값=1.469).

이처럼 사회적 규범과 정부 정책 의제 등 2가지 변수가 사회적 영향 요인으로 고려되었음에도 의제에 대한 태도와 의제 채택 의도에 다소 상이한 영향 관계를 미쳤다. 먼저, 사회적 규범 변수가 의제에 대한 태도에 긍정적인 영향을 미치는 반면, 채택의도에는 유의하지 않은 결과를 보이고 있다. 이는 컨벤션 기획자와 주최자들이 이미 해당 분야에 해박한 전문지식인으로 의제에 대한 태도는 긍정적으로 형성될 수 있으나, 주변 사람들의 영향을 별로 받지 않아 채택 의도에는 영향

을 줄 수 없을 것이라는 추측이 가능하다. 또한, 정부 정책 의제가 의제 채택 의도에는 통계적으로 유의하게 나타났으나 태도에는 유의한 결과를 보이지 않았는데, 이는 컨벤션 맥락에서 포럼 등의 행사를 통해 정부 정책을 의제화하려는 목적과 더불어 이를 공론의 장으로 만들고, 현안에 대한 사회적 관심을 불러일으키기 위한 의도가 내재되어 있기 때문이라 사료된다.

VI. 결 론

지식서비스 산업으로 지칭되는 컨벤션은 특별한 주제를 중심으로 진행되기 때문에 의제와 연사, 콘텐츠 등이 핵심요소로 꼽히며, 특히 의제는 컨벤션 성공을 가능하게 하는 잣대이며 행사의 지속가능한 발전에도 필요하다. 이에 따라 의제 선정에 둘러싼 매커니즘을 규명해 체계적인 토대를 구축하는 것은 학문적으로나 실무적으로 시사하는 바가 있을 것으로 예상된다. 본 연구는 정보채택모델(Chaiken *et al.*, 1976; Erkan *et al.*, 2016)을 기반으로 의제의 품질에 대한 영향 변인(의제의 연관성, 시의성, 의제 내용의 정확성)을 살펴보았으며, 이 변수들과 의제 원천의 신뢰성 및 의제의 필요성이 의제의 유용성에 미치는 영향, 나아가 태도와 채택의도에 미치는 영향 관계를 검증하였다. 또한, 사회적 규범이나 정부 정책 등의 사회적 영향 요인도 고려해 측정 모형의 전체적인 타당성을 규명하기보다 의제 채택 의도에 영향을 미치는 요인들의 개별적인 경로를 분석하는데 초점을 두었다.

정보채택모델은 개인이 정보의 품질과 원천의 신뢰성을 고려하여 정보에 대한 유용성을 인식하고 태도와 행동의도를 결정하는 매커니즘을 설명할 수 있으며, 컨벤션이라는 맥락 속에서 정보(논거)의 품질·정보원의 신뢰·정보의 필요성이라는 변수를 통해 컨벤션 주최자들이 어떻게

정보에 대한 유용성을 인지하고, 이에 대한 태도를 형성하고 나아가 채택하는 과정에 대한 매커니즘을 규명하였다. 또한, 다양한 분야의 오피니언 리더와 글로벌 인사들이 대거 참가하여 다양한 이슈를 토론하고 의미 있는 방향성을 제시하는 컨벤션 행사는 트렌디하면서 다양한 현안을 다룰 수 있어야 하고 사회적인 흐름에 부합해야 하기 때문에 사회적 영향은 컨벤션 의제 채택 과정에 중요한 영향 요소로 작용한다. 따라서 본 연구에서는 정보채택모델의 논거의 품질·정보원의 신뢰·정보의 필요성이라는 주요 변수를 컨벤션 맥락에 적용하여 의제의 품질·의제 원천의 신뢰성·의제의 필요성이라는 영향 요인을 설정하고 개념모형을 적용하였으며, 이를 변수화하였다. 의제의 품질 요소로는 의제의 연관성·시의성·내용의 정확성을 변수로 도출하였으며, 의제 원천의 신뢰성과 의제의 필요성 요소는 그 자체를 변수로 활용하여 각각의 변수가 의제의 유용성에 미치는 영향에 대하여 살펴보았다. 또한, 사회적 영향 요인을 규범적 영향 요인인 사회적 규범과 정보적 영향 요인인 정부 정책 의제라는 변수로 도출하여 의제에 대한 태도와 의제 채택 의도에 어떠한 영향을 미치는지 규명하였다.

본 연구결과를 요약하면, 의제의 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이라 예상했던 5가지 변수 중 의제 내용의 정확성과 의제원천의 신뢰성은 유의미한 영향을 주지 못했다. 의제의 품질과 관련된 변수 중에서는 의제 내용의 정확성만 가설이 기각되었는데 이는 컨벤션 주최자가 의제의 내용이 무엇을 의미하는지 정확히 안다고 하더라도 컨벤션 의제에 유용한지, 즉 행사의 목적이나 취지에 부합하는가에 대해 확신하지 못하고 있음을 나타낸다. 서비스의 한 맥락인 컨벤션의 특성상 생산과 함께 소비가 이뤄지기 때문에 컨벤션 주최자가 의제 내용에 대해 정확히 알고 있다고 하더라도 행사가 진행되기 전까지는 유용한지에 대해 확신할 수 없다. 또한, 많은 선행연구

에서 검증되었던 정보 원천의 신뢰성 맥락에서 적용된 의제 원천의 신뢰성 역시 의제의 유용성에 유의미한 영향을 미치지 못하였는데, 이는 다양한 채널을 통해 폭넓게 정보를 수용하기 때문에 원천에 대한 정확한 인지가 없기 때문이라고 사료된다. 즉 컨벤션 주최자들이 의제를 선정하기 위하여 정보를 수용하고 탐색하는 시점부터 다양한 방법으로 정보를 수용하기 때문에 정보에 대해 정확한 원천을 가늠하기 어렵다는 뜻이다. 또한, 사회적 영향 변인인 사회적 규범과 정부 정책 의제가 의제에 대한 태도와 의제 채택 의도에 다소 상이한 결과를 보였는데, 이는 앞서 살펴본 바와 같이 컨벤션 기획자와 주최자들이 이미 해당 분야에 전문성이 뛰어난 전문지식인으로서 컨벤션 맥락상 포럼 등의 행사를 통해 정부 정책을 의제화하려는 목적과 더불어 이를 공론의 장으로 만들고, 현안에 대한 사회적 관심을 불러일으키기 위한 의도가 내포되어 있다는 추측이 가능하다.

이러한 연구결과를 토대로 본 연구는 다음과 같은 학술적, 실무적 시사점을 갖는다. 첫째, 컨벤션 의제의 중요성과 현상에 비해 의제 채택에 관한 연구가 부족한 상황에서 의제의 선정과 채택에 영향을 미치는 요인을 살펴보았다. 타 분야에서 연구되어 온 IAM을 기반으로 기존의 선행 연구를 토대로 연구모형을 구축하였으나 컨벤션 맥락에서 의제 내용의 정확성과 의제 원천의 신뢰성은 의제의 유용성에 유의미한 영향을 주지 않았음을 검증하였다. 둘째, 본 연구는 기존에 정보시스템이나 광고 마케팅 등에서 연구가 이뤄졌던 IAM을 컨벤션 분야에 접목하여 새로운 연구방향을 제시하였다. 이로 인해 컨벤션 분야의 의제 채택에 있어 다양한 영향 변인들에 대한 탐험적 연구 결과를 제시할 수 있었다. 셋째, 기존의 IAM 연구에서 사회적 영향 변인을 사회적 규범과 정부 정책 의제로 구분 및 추가하여 의제에 대한 태도와 의제 채택 의도에 미치는 영향

관계를 검증한 IAM의 확장연구라 할 수 있다. 최근 IAM 연구는 개인의 특성까지 고려한 범위로 확장된 가운데 사회적 영향을 고려한 탐험적인 연구를 진행하였으며, 사회적 영향 변수인 사회적 규범과 정부 정책 의제 변수가 태도와 채택 의도에 상이한 결과가 나타나고 있음을 확인하였다. 이는 컨벤션 분야에서 정부 정책 의제가 사회적 규범을 통해 선정되기보다 정부의 전략적 방향성과 세계적으로 선도적인 개념 및 키워드를 통해 트렌드에 맞게 도입되고 있기 때문으로 추측해볼 수 있다. 따라서 본 연구는 IAM을 토대로 한 연구모형을 컨벤션 분야로 확장한 연구로서 이론적 시사점을 도출하였다고 볼 수 있다. 특히 컨벤션 산업 의제가 시의성과 연관성이 매우 중요한 요인이라는 사실을 발견했다는 점에서 그 학문적 의의가 있다고 할 수 있겠다.

이와 함께 본 연구는 실무적 관점에서도 중요한 시사점을 제공한다. 첫째, 의제 선정을 둘러싼 프로세스와 의제의 속성을 고찰함으로써 실무적으로 도움이 될 수 있는 바탕을 마련하였다. 즉 컨벤션 전문가라고 하더라도 어떤 의제를 선택해야 할 지 고민할 때가 종종 생길 것이다. 이럴 경우 연관성·시의성·필요성·사회적 영향 등 컨벤션 의제와 관련한 다양한 특성을 고찰함으로써 유용한 의제를 채택할 수 있을 것이다. 둘째, 컨벤션 산업은 융합적 산업의 관점뿐만 아니라 정부와 산업계 간의 다리 역할을 하면서 세계적으로 발전하고 있으며, 경제와 관광, 도시 간의 인적교류를 이끌어내는 산업으로 성장하고 있다. 이러한 상황에서 컨벤션의 핵심축인 의제 선정을 체계적으로 점검함으로써 컨벤션 산업 활성화에 이바지할 수 있을 것으로 기대한다. 앞서 살펴봤듯이 컨벤션에 있어서 의제는 마케팅을 통한 홍보 효과와 참석자를 유치하는데 필수적 요소이다. 따라서 얼마나 매력적인 의제를 고르느냐에 따라 지속가능한 발전의 바로미터가 될 수 있을 것이다.

한편, 본 연구는 이러한 학문적, 실무적 시사점에도 불구하고 다음과 같은 한계점도 지니고 있다. 먼저, 정보채택모델을 근거로 의제 품질에 속하는 15개의 변수들을 고려해 3개의 변수만을 설정하였는데, 다양한 변수들을 적용하지 못한 것이 한계로 남는다. 둘째, 컨벤션 관계자에 대한 표본을 선정함에 있어서 임의로 편의추출법을 사용했지만, 모집단의 대표성을 담보하기엔 미흡하였다. 즉 컨벤션을 주최하는 곳은 학계·언론계·연구소·기업체 등으로 다양하게 분포하지만, 본 연구에서는 응답층이 학계나 언론계 등으로 치우쳐 있어 불균형 상태를 보였다. 셋째, 컨벤션 의제 결정은 대체로 주최 측에서 결정하지만, 향후에는 참석자들이 어떤 의제에 관심을 두는지 체계적으로 분석할 필요도 있다. 즉 참여자들의 관심 사항을 미리 파악함으로써 보다 충실한 의제 도출이 가능할 것이다. 따라서 향후에는 이러한 미비점을 보완하여 컨벤션 콘텐츠를 보다 체계적이고 알차게 구성함으로써 참석자들의 관심을 유발하고 참가자들을 대거 유인할 수 있는 기회가 되기를 기대한다.

참고문헌

- 강진희(2018). 외식기업의 무인주문결제시스템에 대한 소비자 수용의도 연구: 챗봇과 디지털 키오스크를 중심으로. 『관광연구저널』, 32(1), 153-168.
- 곽민석·조광민·이광용(2014). 기술수용모델과 계획적 행동이론을 적용한 스포츠용품 온라인 구매의도에 대한 모형 검증. 『한국체육학회지』, 53(3), 423-441.
- 고민환·이충기(2019). 페이스북의 정보품질, 지각된 용이성, 지각된 유용성이 이용자 만족과 사용의도에 미치는 영향. 『관광레저연구』, 31(2), 389-403.
- 김아영·김태성·오하경(2018). 전자인증 서비스 수용의도에 관한 연구: 모바일 금융서비스 중심으로. 『한국통신학회논문지』, 43(2), 461-474.
- 김종철(2018). 『컨벤션 의제 선정 결정요인에 대한 연구: 정보채택이론을 적용하여』. 미발행박사학위논문, 경희대학교.
- 박소현·이국희·이아연(2017). 원천 데이터 품질이 빅데이터 분석결과와 유용성과 활용도에 미치는 영향. 『Journal of Information Technology Applications & Management』, 24(4), 197-214.
- 박준철·정기호(2008). 인터넷 बैं킹에 관한 인식이 유용성, 이용용이성, 이용의도에 미치는 영향. 『인터넷전자상거래연구』, 8(2), 1-14.
- 서광석·구철모(2017). MICE 개최장소 만족이 개최도시 소비지출에 미치는 영향 연구. 『관광학연구』, 41(2), 99-119. <https://dx.doi.org/10.17086/JTS.2017.41.2.99.119>
- 윤아영·정대영·윤지환(2013). 확장된 Information System Success Model을 적용한 국제박람회 웹사이트 품질 분석. 『관광레저연구』, 25(8), 535-552.
- 이상윤(2015). 감축관련 2015 합의 도출과 후속 협상 전망. 『환경포럼』, 20(1), 1-19.
- 장필성(2016). 2016 다보스포럼: 다가오는 4차 산업혁명에 대한 우리의 전략은?. 『과학기술정책』, 26(2), 12-15.
- 정경함·김봉석·박창원(2018). 정교화 가능성 모델을 이용한 참관객의 전시회 정보 탐색행동에 관한 연구:관여도의 조절효과 분석. 『무역전시연구』, 13(1), 23-46.
- 정남호·한희정·구철모(2013). 정교화 가능성 모델을 이용한 온라인 여행 커뮤니티 구성원의 관광정보탐색행동과 이용동기별 차이분석. 『관광학연구』, 37(5), 219-240.
- 정미혜(2012). 포럼의 참가동기와 전반적 만족도, 행동의도에 관한 연구. 『관광연구』, 27(1), 293-311.
- 정상준(2015). 2015 세계물포럼의 성과 및 의의. 『저널 물 정책·경제』, 25(0), 115-128.
- 한희정·정남호(2014). 관광정보 공유를 위한 소셜

- 미디어의 역할: 정보와 사회적 영향의 통합 모형. 『경영학연구』, 43(4), 1197-1220.
- 황신해 · 장은진 · 김정군(2016년 11월). 핀테크 수용의도 영향 요인 연구. 『한국경영정보학회 추계학술대회』(pp. 64-65), 한국경영정보학회, 서울.
- 황애리 · 나은영(2019). 메시지 유형이 자살예방 설득효과에 미치는 영향: 사회적 영향을 중심으로. 『한국언론학보』, 63(3), 196-228.
- Agarwal, A., Xie, B., Vovsha, I., Rambow, O., & Passonneau, R. (2011). Sentiment analysis of Twitter data. In *Proceedings of the Workshop on Language in Social Media*, 30-38.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Bhattacharjee, A., & Sanford, C. (2006). Influence processes for information technology acceptance: An elaboration likelihood model. *MIS Quarterly*, 30(4), 805-825.
- Brewer, M., & McCombs, M. (1996). Setting the community agenda. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 73(1), 7-16.
- Chaiken, S., & Eagly, A. H. (1976). Communication modality as a determinant of message persuasiveness and message comprehensibility. *Journal of Personality and Social Psychology*, 34(4), 605-614.
- Chen, K. Y., & Chang, M. L. (2013). User acceptance of 'near field communication' mobile phone service: An investigation based on the 'unified theory of acceptance and use of technology' model. *The Service Industries Journal*, 33(6), 609-623.
- Cheung, M. K., Lee, M. K. O., & Rabjohn, N. (2008). The impact of electronic word of mouth: The adoption of online opinions in online consumer communities. *Internet Research*, 18(3), 229-247.
- Chu, S. C., & Kim, Y. (2011). Determinants of consumer engagement in electronic word-of-mouth (ewom) in social networking sites. *International Journal of Advertising*, 30(1), 47-75.
- Cobb, R., Ross, J. K., & Ross, M. H. (1976). Agenda building as a comparative political process. *American Political Science Review*, 70(1), 126-138.
- Cometto, G. (2013). The third global forum: Framing the health workforce agenda for universal health coverage. *Lancet Global Health*, 1(6), 324-325.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 319-340.
- Deutsch, M., & Gerard, H. B. (1955). A study of normative and informational social influences upon individual judgment. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 51(3), 629.
- Dongxiao, C., Scholz, I., & Esteves, P. (2017). Implementation of the 2030 agenda by G20 members: How to address the transformative and integrated character of the sdgs by individual and collective action. *G20 Insights*.
- Erkan, I., & Evans, C. (2016). The influence of eWOM in social media on consumers' purchase intentions: An extended approach to information adoption. *Computers in Human Behavior*, 61, 47-55.
- Filieri, R., & Mcleay, F. (2013). E-WOM and accommodation: An analysis of the factors that influence travelers' adoption of information from online reviews. *Journal of Travel Research*. 53(1), 44-57.

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1977). Belief, attitude, intention and behaviour: An introduction to theory and research.
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.
- Gefen, D., Karahanna, E., & Straub, D. W. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. *MIS Quarterly*, 27(1), 51-90.
- Hsu, C. L., & Lu, H. P. (2004). Why do people play on-line games? An extended TAM with social influences and fow experience. *Information & Management*, 41(7), 853-868.
- Hussain, S., Ahmed, W., Jafar, R. M. S., Rabnawaz, A., & Jianzhou, Y. (2017). eWOM source credibility, perceived risk and food product customer's information adoption. *Computers in Human Behavior*, 66, 96-102.
- Kaplan, M. F., & Miller, C. E. (1987). Group decision making and normative versus informational influence: Effects of type of issue and assigned decision rule. *Journal of Personality and Social Psychology*, 53(2), 306-313.
- Lam, T., & Hsu, C. H. (2004). Theory of planned behavior: Potential travelers from China. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 28(4), 463-482.
- Lascu, D., & Zinkhan, G. (1999). Consumer conformity: Review and applications for marketing theory and practice. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 7(3), 1-12.
- Lin, J. C. C., & Lu, H. (2000). Towards an understanding of the behavioural intention to use a web site. *International Journal of Information Management*, 20(3), 197-208.
- Neveen, F. A., & Arik, R. (2008). Establishing trust in electronic commerce through online word of mouth: An examination across genders. *Journal of Management Information Systems*, 24(4), 101-121.
- Nunes, R. H., Ferreira, J. B., Freitas, A. S., & Ramos, F. L. (2018). The effects of social media opinion leaders' recommendations on followers' intention to buy. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*, 20(1), 57-73.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory*. New York: McGraw-Hill, Inc.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *The elaboration likelihood model of persuasion*. New York: Springer.
- Rashotte, L. (2007). Social influence. *The blackwell encyclopedia of social psychology*. MA: Blackwell Publishing, 562-563.
- Rittichainuwat, N. B., Beck, J. A., & Lalopa, J. (2008). Understanding motivations, inhibitors, and facilitators of association members in attending international conferences. *Journal of Convention & Exhibition Management*, 3(3), 45-62.
- Rogers, T. (2003). *Conferences and conventions*. London: Butterworth-Heinemann.
- Schudson, M. (1995). *The power of news*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Sundaram, D. S., Mitra, K., & Webster, C. (1998). Word-of-mouth communications: A motivational analysis. *Advances in Consumer Research*, 25, 527-531.
- Sussman, S., & Siegal, W. (2003). Informational influence in organizations: An integrated approach to knowledge adoption. *Information Systems Research*, 14(1), 47-65.

- Tseng, S. Y., & Wang, C. N. (2016). Perceived risk influence on dual-route information adoption processes on travel web sites. *Journal of Business Research*, 69(6), 2289-2296.
- Wang, Y., Meister, D. B., & Gray, P. H. (2013). Social influence and knowledge management systems use: Evidence from panel data. *Mis Quarterly*, 37(1), 299-313.
- Wolny, J., & Muller, C. (2013). Analysis of fashion consumers' motives to engage in electronic word-of-mouth communication through social media platforms. *Journal of Marketing Management*, 29(5-6), 562-583.
- Xu, Y., Tan, B. C., & Yang, L. (2006). Who will you ask? An empirical study of interpersonal task information seeking. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 57(12), 1666-1677.
- Zhang, W., & Watts, S. A. (2008). Capitalizing on content: Information adoption in two online communities. *Journal of the Association for Information Systems*, 9(2), 73-94.

2019년 8월 20일 투고논문 접수

2020년 4월 3일 수정논문 접수

2020년 6월 7일 게재확정 통보

3인 익명심사 畢