

# TV 북마킹으로서 TV 선호채널 설정기능 이용의도에 영향을 미치는 요인: 개혁성, 개혁의 특성, 시청행태 및 사회적 영향을 중심으로

임홍갑\* · 장병희\*\* · 남상현\*\*\* · 백상기\*\*\*\*

본 연구는 채널수의 급격한 증가로 인해 이용 가능성이 증대하고 있는 TV 선호채널 설정기능 이용에 대한 태도 및 의도에 영향을 미치는 변인들을 찾고자 하였다. 이론적인 분석틀로 개혁확산이론, 채널레퍼토리, 채널전환행위, 사회적 영향 등을 활용하여 연구가설 및 연구문제를 설정하였다. 일반 시청자 250명을 대상으로 온라인 설문조사를 실시한 뒤 다중회귀분석을 통해 실증적인 분석을 실시하였다. 분석결과, TV 선호채널 설정기능에 대한 태도에는 내재적 개혁성, 상대적장점, 사회적 임계점 등이 유의미한 영향을 미쳤으며, TV 선호채널 설정기능에 대한 이용의도에는 합치성, 관찰가능성, 사회적 임계점 등이 유의미한 영향을 미쳤다.

주제어: 선호채널, 북마킹, 개혁확산이론, 채널레퍼토리, 애로잉, 스캐닝, 사회적 이미지, 사회적 임계점

## 1. 서론

1990년대 이후 방송산업의 중요한 변화 중의 하나는 채널 사업자의 증가, 디지털 압축기술의 발전, 신규플랫폼의 등장 그리고 관련 법규의 변화 등으로 인한 채널수의 증가이다(조성동 · 강남준, 2008; Todreas, 1999). 채널수 증가는 선택 다양성의 증가나 시청자 복지향상과 같은 긍정적 효과를 주지만 한편으로는 일종의 정보과부화로 작용할 수 있다(최동수, 2002). 이는 일반적 시청자가 반복적으로 이용하는 채널수는 제공되는 채널수와 다소 무관하게 고정되어 있기 때문이다(Nielsen, 1982). 이처럼 제공되는 채널 수 대비 실제 시청하는 채널수의 비대칭적 증가는 미국 뿐 아니라 한국에서도 발견되는 현상이다(이상식 · 김관규, 2001).

정보과부화에 대한 시청자들의 저항은 당연한 것이며, 이러한 필요에 대응하여 여러 가지 방안들이 제시되었는데 그 방안들 중 하나는 리모컨 개발을 통한 효율적 채널 탐색이다. 1955년 제니스 社의 유진 폴리(Eugene Polley)에 의해 처음 개발된 TV 무선리모컨은<sup>1)</sup> 단순히 위아래로 키를 조작하여 채널을 전환하는 방식이었다. 이후 직접적으로 채널 번호를 입력하는 기능이 리모컨에 추가되어 시청자들은 좀 더 쉽고 빠르게 원하는 채널을 탐색할 수 있었다. 이 경우 채널번호를 입력하여 원하는 채널로 바로 전환하기 위해서는 시청자들이 기본적으로 해당 채널의 번호를 암기해야할 필요가 있다. 그러나 다양한 채널 하에서는 원하는 채널의 수가 증가하고 따라서 채널 번호를 암기하는데 한계가 있기 때문에 결국 채널을 검색하는데 있어 비효율성이 존재한다(임정수, 2003). 이 비효율성을 줄이고자

\* 김포대학교 영상미디어과 전임강사

\*\* 교신저자. 성균관대학교 신문방송학과 부교수(mediaboy@skku.edu)

\*\*\* 성균관대학교 신문방송학과 박사과정

\*\*\*\* 성균관대학교 신문방송학과 박사수료

1) 지디넷코리아(2007.02.26.). 리모컨은 영원하리.[http://www.zdnet.co.kr/news/news\\_view.asp?article\\_id=000000391556-96&type=det](http://www.zdnet.co.kr/news/news_view.asp?article_id=000000391556-96&type=det)

시각적 가이드와 주제별 분류 방식을 제공하는 EPG(Electronic Program Guide)가 제시되었지만 채널 선택 시 마다 전체 채널 정보 또는 주제별 정보를 검색해야 한다는 점에서 오히려 선호하는 특정 채널만을 주로 시청하는 시청자들에게는 유리한 방법이 될 수 없다. 또한 채널 탐색에 있어서는 여전히 리모컨에서 활용하는 방식과 동일한 채널탐색 및 전환방식을 사용한다는 점에서 한계점을 지니고 있다.

또 다른 방안으로 도입된 것은 시청자들이 자신들이 주로 시청하는 채널 즉, 선호채널만을 별도로 지정하여 활용하는 것이다. 이러한 논리적 해결책에 부응하여 제시된 방식이 리모컨에 선호채널 설정기능을 추가하는 것이다. 선호채널 설정기능은 사실 1990년대 TV 자체에 특정 번호를 저장하는 방식으로 고안되었지만 본격적으로 화면상에서 채널을 수정하여 정리한 후 이용하는 방식으로 소개된 것은 디지털 케이블TV와 IPTV 서비스가 본격적으로 시작된 2005년 이후 부터이다(한국케이블TV방송협회, 2011<sup>2)</sup>).

선호채널설정 기능은 수용자가 채널 고유번호를 따로 기억할 필요 없이 손쉽게 재탐색할 수 있도록 한다. 사실, 이러한 방식은 이용 가능한 웹사이트의 수가 급속도로 증가함에 따라 웹브라우저에서 채택한 방식인 북마킹(bookmarking) 방식을 TV에 적용한 것이다. 이러한 TV용 북마킹인 선호채널 설정기능을 통해 시청자들은 앞선 리모컨 및 EPG 방식에 비해 채널 탐색 및 전환에 소요되는 시간과 노력을 절약할 수 있게 되었다. 차별적인 기능과 효율성은 수용자로 하여금 해당 기능을 새로운 것으로 인식시킨다. 그럼에도 불구하고 해당 기능에 대한 인지정도는 여전히 낮다. 그러나 다른 관점에서 낮은 인지는 많은 잠재적 이용자가 존재한다고 할 수 있다.

이 연구에서는 선호채널 설정기능이 채널탐색에 있어 시청자들의 비효율성을 감소시킬 수 있는 하나의 방법으로 제시되고 있다는 점에서 시청자들의 시청행위를 선호채널 설정기능의 측면에서 연구하고자 한다. 구체적으로 해당 기능을 시청자들이 채택하는데 있어 영향을 주는 요인들을 탐색해 보고자 한다.

## 2. 이론적 배경

### 1) 개혁신산이론

개혁신산이론은 개혁의 채택이 채택자의 성향과 개혁대상이 가지는 개혁의 특성에 의존한다고 설명한다(Rogers, 2003). 이 연구에서 분석하고자 하는 선호채널 설정기능은 두 가지 측면에서 개혁이라고 볼 수 있다. 첫째는 기존 기술과의 차별성이다. 선호채널 설정기능은 리모컨의 조작만을 통해 진행되는 기존 기술과는 달리 TV에서 수용자가 화면을 보면서 직접 내용을 입력하여 설정하는 기능으로 기술 측면에서 더 발전되고 차별적이다. 둘째, 해당 기술에 대한 인지 및 지식의 부족은 해당 기술을 새로운 것으로 인식하는데 영향을 줄 수 있다. 해당 기능을 잘 알지 못하고 있는 수용자들에게 기존 기능과의 차별성은 인지 측면에서 선호채널 설정기능을 좀 더 새로운 것으로 인식하게 한다.

개혁신산이론에서는 모든 새로운 것을 개혁(innovation)으로 설정하기 때문에 교육방식의 변화

2) 한국케이블TV방송협회 인터넷 자료: [http://www.kcta.or.kr/bbs/board\\_list.asp?bbsID=pds](http://www.kcta.or.kr/bbs/board_list.asp?bbsID=pds)

(Straub, 2009), 중재기술(Dearing, 2009), 당뇨병 진단 프로그램(Nicol, Morrato, Johnson, Campagna, Yingling, Pahn, & Newcomer, 2011) 등 다양한 분야에 적용되어 왔다. 그 중에서도 특히 뉴미디어의 채택과 관련하여 빈번하게 적용되었다. 개혁 채택에 영향을 미치는 많은 변인들이 있지만, 뉴미디어 채택 관련 연구에서는 주로 채택자의 내재된 개혁성과 채택자가 인지하는 개혁의 특성에 주로 초점을 맞추었다(반현 · 민인철, 2007; 장병희 · 김영기, 2007; Dutton, Rogers, & Jun, 1987; Kang, 2002). 새로운 미디어 혹은 커뮤니케이션 채택과 관련된 연구에서 개혁의 대상으로는 새로운 미디어(김민규 · 김주환, 2006; Kang, 2002) 뿐만 아니라 UCC(반현 · 민인철, 2007)나 트리플 플레이 서비스(장병희 · 김영기, 2007), 모바일 데이터 전송 기능(Kulviwat, Gordon, Bruner II, Al-Shuridah, 2009) 등과 같이 미디어가 제공하는 새로운 커뮤니케이션 기능도 포함되어 왔다.

이 연구들에서 개혁성은 개혁의 채택 과정에서 주요한 결정요인임이 검증되어 왔는데 여기서 개혁성이란 채택자가 새로운 것을 받아들이는 데 있어 얼마나 적극적인지를 의미하며 분석단위를 개인(individual)으로 설정할 경우, 개혁성은 내재적 개혁성(innate innovativeness)과 실현된 개혁성(actualized innovativeness)로 구분할 수 있다(Midgley & Dowling, 1978). 내재적 개혁성은 새로운 것을 받아들이려는 성격적 속성(Chan-Olmsted & Chang, 2006)을 의미하는 반면, 실현된 개혁성은 이러한 내재적 개혁성이 관찰 가능한 형태로 나타난 것을 의미한다(장병희 · 김영기, 2007).

내재적 개혁성이 높은 사람은 새로운 것에 대한 관심과 수용성이 높으며 다른 사람들에 비해 새로운 것 즉, 개혁을 채택할 가능성이 높다. 내재적 개혁성과 실현된 개혁성이 채택에 정적인 영향을 미친다는 결과는 기존 연구들을 통해 일관되게 검증되어 왔다(장병희, 2007; Dutton, et al., 1987; LaRose & Atkin, 1988). 그러나 실현된 개혁성은 내재적 개혁성에 의해 영향을 받는 종속변수라는 점에서 채택의 독립변인으로 투입하는데 어려움이 있다. 이러한 점을 감안하여 기존 연구들은 실현된 개혁성을 채택의 대상이 되는 개혁과 유사한 개혁들의 채택 정도로 대체하여 변인으로 투입하였다(장병희 · 김영기, 2007; Kang, 2002). 그 예로 장병희와 김영기(2007)는 트리플 플레이 서비스 채택의도에 대한 결정요인으로 내재적 개혁성과 실현된 개혁성을 적용하였으며 실현된 개혁성은 기존 ICT(Information Communication Technology) 소유정도로 정의하였다. 연구 결과 내재적 개혁성은 종속 변인인 트리플 플레이 서비스 채택 태도와 의도 중 태도에만 정적인 영향을 미친 반면에 실현된 개혁성은 의도에만 정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다.

일부 연구들은 개혁성 중 내재적 개혁성에만 초점을 맞추어 개혁의 채택을 설명하였다(김민규 · 김주환, 2006; Kang, 2002). DMB 채택의 결정요인에 관한 김민규와 김주환(2006)의 연구에서는 자아효능감, 모험성, 의견지도력이 내재적 개혁성에 정적인 영향을 미치며 이 내재적 개혁성이 DMB에 대한 관심을 증가시켜 결국에는 이용 의도로 이어진다는 것을 검증하였다. 강(Kang, 2002)은 디지털 케이블 채택에 대한 결정요인으로 개혁성을 적용하였다. 그 결과 가입자가 비가입자에 비해 개혁성이 더 높아 개혁성이 디지털 케이블 채택과 정적으로 연관됨을 제시하였다.

일부 학자들(예; Ostlund, 1974)은 개혁확산이론을 적용할 경우 개혁성 등에 비해 채택의 대상이 되는 개혁 자체의 특성이 더욱 설명력이 높다는 주장을 제기하였다. 이러한 특성은 객관적으로 측정하는 것이 어렵다는 점 때문에 대부분의 연구에서는 개혁자가 인지한 특성(perceived characteristics)을 대신 사용하였다. 이러한 인지적 특성으로 상대적 장점(relative advantage), 합치성(compatibility), 복잡성(complexity), 시도가능성(trialability), 관찰가능성(observability) 등 다섯 가지를 제시할 수 있다(Rogers,

2003). 상대적 장점이란 채택 대상이 되는 개혁이 기존의 유사한 것과 비교하여 우수하다고 인지되는 정도를 의미한다. 이 연구에서 상대적 장점은 선호채널 설정기능이 기존에 주로 사용하던 채널변경 방식과 비교하여 우수하다고 인지되는 정도라고 할 수 있다. 합치성이란 해당 개혁이 잠재적 채택자의 기존 생활방식이나 가치관, 이용방식 등과 부합하는 정도를 의미한다. 이 연구의 경우 선호채널 설정기능이라는 개혁이 수용자들의 기존 시청방식과 부합하는 정도를 의미한다. 복잡성은 말 그대로 개혁을 활용하는 것이 수용자들에게 어렵게 받아들여지는 정도를 의미하며, 복잡성은 경우에 따라 논리적 반대 개념인 용이성(easiness)으로 대체되어 사용될 수도 있다. 시도가능성은 실제로 특정 개혁을 채택하기 전에 시험적으로 사용해 볼 가능성의 정도이다. 마지막으로 관찰가능성은 잠재적인 채택자가 자신의 주변이나 다른 장소에서 해당 개혁 즉, 선호채널 설정기능이 이용되고 있는 모습에 대한 관찰할 수 있는 가능성의 정도를 의미한다.

지각된 개혁 특성들이 채택에 미치는 영향력은 개혁 대상에 따라 차이를 보여 왔다. 예를 들어 슈 등(Hsu, Lu & Hsu, 2006)은 모바일 MMS(Multimedia Message Service) 채택에 대해 지각된 개혁 특성들을 적용한 결과 상대적 장점과 합치성만이 개혁 채택에 영향을 미치는 중요한 변인임을 제시하였다. 한편, 옹 등(Ong, Poong, & Ng, 2008)의 연구에서는 휴대폰의 3G 서비스 채택에 대한 결정요인을 탐색하였는데 연구 결과 상대적 장점과 합치성 외에도 시도 가능성이 유의미한 영향력을 가지는 것으로 나타났다. 초기 UCC 동영상 제작에 결정요인을 탐색한 반현과 민인철(2007)의 연구에서는 지각된 개혁 특성들 중 관찰가능성만이 유의미한 영향력을 나타냈으며 위성 DMB를 대상으로 채택의 결정요인을 연구한 조정(2005)의 연구에서는 상대적 이점과 함께 복잡성이 유의미한 영향력을 미친다는 것이 밝혀졌다. 이처럼 개혁 특성들은 개혁 대상에 따라 채택에 대한 영향력이 비록 다르지만 전반적으로 개혁 채택에 유의미한 영향력을 미치고 있음이 검증되어 왔다(장병희·김영기, 2007). 따라서 선호채널 설정기능이라는 개혁에 대해서도 개혁성 및 개혁적 특성이 유의미한 영향력을 가질 수 있다.

## 2) 채널레퍼토리

이 연구에서는 선호채널 설정기능이 하나의 개혁이라는 관점에서 개혁확산이론에서 제시하는 개혁 채택 요인들의 적용 가능성을 모색하였다. 이와 함께 선호채널 설정기능이 하나의 시청행위라는 측면에서 시청행위와 관련한 변인들의 적용 가능성 또한 고려하였다. 특히, 선호채널 설정기능은 채널수가 급격히 증가하였지만 실제로 활용하는 채널의 수는 크게 증가하지 않는다는 가정에 기반한다. 이러한 가정과 직접적으로 연결되는 개념이 채널레퍼토리이다.

채널레퍼토리는 시청자들의 텔레비전 시청행위의 선택과정과 이 과정에 차별적으로 영향을 미치는 요인들에 의해 설명된다. 미디어 이용행위는 구조적 요인(Rust, Kamakura, & Alpert, 1992)과 개인적 요인(Webster & Wakshlag, 1983; Tavakoli & Cave, 1996)의 단계적 적용을 통해 결정된다. 여기서 시청자들의 텔레비전 시청행위의 선택 과정은 2단계로 제시되는데 1 단계에서는 구조적 요인이 2 단계에서는 개인적 요인이 주로 영향을 미친다. 즉, 1 단계는 텔레비전의 시청 여부를 결정하는 단계로 텔레비전 시청행위가 일종의 여가행위라는 점에서 시청 여부는 노동시간이나 가사 등의 구조적 요인에 의해 결정된다. 2 단계는 시청할 프로그램을 결정하는 단계로 내용 선호와 같은 개인적 요인에 의해 프로그램에 대한 선택이 결정된다(심미선, 2010). 이러한 측면에서 텔레비전 시청을 결정하는데

직접적인 영향을 주는 요인은 구조적 요인이라는 주장이 제기되어 왔지만 기술의 발달로 미디어를 접하는 시간적 제한이 감소하였고 선택 가능한 채널이 급격히 증가하면서 구조적 요인보다 개인적 요인이 더 중요하다는 주장이 설득력을 얻고 있다(심미선, 2010).

개인적 요인에 의해 시청 행위가 결정되는 것은 시청자의 선호에 기반한다. 웹스터와 왁슬랙(Webster & Wakshlag, 1983)에 따르면 다채널 상황에서 각 채널들은 특정 내용으로 전문화되기 때문에 시청자는 개인적인 선호에 따라 집중적으로 특정 장르의 채널만을 시청하게 된다. 따라서 시청자의 개인적 선호가 프로그램의 선택 가능성을 높게 된다고 설명한다. 특정 채널에 대한 집중현상은 시청자들이 특정 시간에 동일한 미디어 내에서 시청하는 채널들이나 아이템들이 불균등하게 분포되어 있는 정도를 의미한다(Yim, 2003). 채널의 증가로 인해 소비자의 선호는 다양해지게 되지만 이것이 다양해진 채널들을 골고루 이용하는 것으로 이어지는 것이 아니라 특정 채널에 편중되는 경향을 보인다는 것이다(임정수, 2003). 채널 증가 뿐 아니라 미디어의 증가 또한 집중 현상을 높일 수 있다. 웹스터(Webster, 2005)에 의하면 다채널 시대의 수용자는 분화되고 극화되었다고 설명한다. 즉, 미디어 소비를 위한 시간은 한정적이기 때문에 다양한 매체들로 시청이 분산되어 특정 채널에 대한 주시청자 규모가 감소하게 된다는 것을 의미한다(심미선, 2005). 따라서 시청자들은 기존보다 TV에 할애하는 시간을 감소시키게 되며 정규적으로 이용하는 소수의 채널에 집중하게 된다.

다매체, 다채널 환경 하에서 이러한 시청성향을 설명하는 개념 중 하나인 채널레퍼토리(channel repertoire)는 개인 혹은 가구가 모든 채널들을 무작위적으로 골고루 이용하는 것이 아니라 규칙적으로 시청하는 채널들의 묶음으로 레퍼토리를 형성한다는 것을 의미한다(Heeter, 1985). 레퍼토리 개념은 채널 뿐 아니라 웹사이트(황용석, 2002; 임정수, 2003), 장르(김병선, 2004), 프로그램(심미선, 2005), 미디어(강남준·이종영·이혜미, 2008) 등으로 확장되기도 하였다.

채널레퍼토리와 관련된 기존 연구의 목적은 크게 두 가지로 정리할 수 있다. 하나는 기술적(descriptive) 차원에서 실제 채널레퍼토리의 크기를 측정하는 것이고, 다른 하나는 설명적(explanatory) 차원에서 채널레퍼토리에 영향을 미치는 요인들을 발견하는 것이다. 우선, 레퍼토리 측정과 관련하여 기존 연구들을 살펴보면, 닐슨(Nielsen)사의 1982년 조사결과(Nielsen, 1982)에 따르면 미국 시청자의 채널 레퍼토리 크기는 8개로 나타났다. 이후 2000년에 이르러서는 미국 시청자들의 평균 채널 레퍼토리가 15개 정도로 증가한 것으로 나타났다(Nielsen, 2004). 한국 시청자들을 대상으로 채널 레퍼토리를 측정한 연구들을 살펴보면, 1990년대 중후반에는 12.1개(윤석민, 1996) 혹은 12.4개(최양수·장성아, 1998)로 나타났으며, 2000년대 들어 채널의 수가 증가하면서 14.8개로 증가하였다(이상식·김관규, 2001). 이러한 연구들을 볼 때, 2000년대 이후 채널의 제공량이 상당히 늘었음에도 불구하고 시청자들이 실제 사용하는 채널수가 비대칭적으로 적게 증가하였음을 확인할 수 있다.

설명적 차원에서 채널레퍼토리에 대한 연구들이 다수 진행되었다(Heeter, 1985; Ferguson, 1992; Ferguson & perse, 1993; Ferguson, & Melkote, 1997; Neuendorf, Atkin, & Jeffers, 2001; Yuan, & Webster, 2006; Webster, & Phalen, 1997). 이들의 연구들에서는 교육정도, 케이블방송 가입여부, TV시청시간 등이 공통적인 채널레퍼토리의 결정요인들이었다. 하지만 대부분의 기존 연구들은 채널레퍼토리를 종속변인으로 설정하여 그 크기를 측정하거나 원인을 탐색하는데 초점을 맞추고 있으며 채널레퍼토리를 독립변인으로서 적용된 연구는 소수에 불과하다(조성동·강남준, 2008; 박인곤·강형구, 2007). 조성동과 강남준(2008)의 경우 채널레퍼토리에 의해 채널이용행태가 달라질 수 있다는 것을 제시하였

다. 레퍼토리의 구성 차이와 실제 시청률을 비교한 결과, 레퍼토리의 구성차이가 수용자 집중으로 이어질 수 있음을 확인하였다. 한편 박인곤과 강형구(2007)는 새로운 미디어인 디지털케이블TV 채택의 결정요인들을 찾기 위하여 아날로그케이블TV 시청자와 디지털케이블TV 시청자를 비교분석하였다. 이들 연구에서 채널레퍼토리는 디지털케이블TV 채택을 예측하는 것으로 나타났다.

채널레퍼토리와 미디어 채택에 관한 이상의 연구들은 소수이지만 채널레퍼토리가 독립변인으로써 미디어 채택과 이용행태에 영향을 줄 수 있다는 가능성을 일관되게 제시되고 있다. 이러한 연구결과들을 확장해서 적용해 볼 경우 채널레퍼토리가 선호채널 설정기능 이용이라는 TV이용행위에도 영향을 미칠 것으로 추론할 수 있다. 채널레퍼토리의 크기가 큰 시청자일수록 자신의 레퍼토리에 포함되는 채널들을 시청하기 위해 외우거나 탐색해야 하는 채널의 수는 많아지게 된다. 이는 선호채널 설정기능에 대한 수가 증가로 이어질 수 있다. 따라서 채널레퍼토리는 선호채널 설정기능의 채택과 정적인 관계가 있을 것으로 예상할 수 있다.

### 3) 채널전환행위

시청행위의 또 다른 요인으로 시청자들이 자신이 시청하고자 하는 채널을 찾기 위하여 채널을 전환하는 행위가 제시될 수 있다. 특히 선호채널 설정기능 역시 채널전환 행위의 하나라는 점에서 기존 행위와의 관련성을 분석할 가능성이 존재한다. 즉, 기존에 가지고 있는 시청자의 채널전환행위에 따라 새로운 채널전환행위의 채택 여부가 차이를 보일 수 있다는 것이다.

기존 연구들은 리모컨을 활용한 채널전환 행위가 시청자의 개인적 특성들에 의해 차별적임을 제시하고 있다(Copeland & Schwitzer, 1993; Ferguson & Perse, 1993). 여기서 채널전환을 위한 리모컨 이용방식은 여섯 가지로 구분할 수 있다(Eastman & Newton, 1995). 첫째, 특정 번호를 직접 입력하여 채널을 변경하는 방법인 펀칭(punching), 둘째, 특정한 채널에 도달하기까지 지속적으로 채널을 위 혹은 아래로 움직이는 방법인 애로잉(arrowing), 셋째, 이전 채널(previous channel) 버튼을 눌러서 채널을 변경하는 점핑(jumping), 넷째, 한 화면에서 두 개 이상의 채널을 동시에 보는 인서팅(inserting), 다섯째, 특정한 채널을 미리 지정하지 않고 채널을 위 아래로 천천히 움직이며 채널들을 연속적으로 살펴보는 스캐닝(scanning), 여섯째, 일정 시간 동안 음향만을 꺼버리는 뮤팅(muting)이다.

이들 중 인서팅과 뮤팅은 채널 전환보다는 시청효과와 관련된 행위이다. 나머지 네 가지 채널전환 방식은 목적의 유무에 따라 구분할 수 있다. 예를 들어, 펀칭, 애로잉, 점핑 등은 목적적인 행동 패턴으로 이해할 수 있는 반면 스캐닝은 특별한 채널을 미리 설정하지 않는다는 점에서 비목적적인 행동 패턴으로 분류할 수 있다(Eastman & Newton, 1995). 목적적인 행동 패턴의 경우 시청하고자 하는 구체적인 채널이 있기 때문에 해당 채널에 대한 정보를 알고 있으며 채널의 번호를 직접 누르거나 위, 아래 버튼으로 찾아가거나 TV에 기억시키고 다시 돌아가는 방식을 이용하게 된다. 하지만 이들 간에도 목적의 종류와 정도에 있어 차이가 있을 수 있다. 예를 들어, 펀칭의 경우 직접 번호를 입력하여 원하는 채널을 찾아간다는 점에서 다른 채널들보다는 해당 채널을 보고자 하는 목적이 강하다고 할 수 있다. 한편 점핑의 경우 두 가지 채널에 대한 시청욕구가 동시에 존재한다는 점에서 목적의 종류가 다르다고 할 수 있다. 애로잉의 경우에는 다른 채널들을 거쳐 원하는 채널로 이동한다는 점에서 펀칭 및 점핑에 비해 상대적으로 목적의 정도가 약하다고 볼 수 있다. 그리고 스캐닝은 여러

채널들을 훑어본 후 시청할 채널을 결정한다는 점에서 목적의 정도가 낮다고 할 수 있다.

채널전환행위별 목적의 종류와 정도에 따라 선호채널 설정기능 채택의 가능성 또한 달라질 수 있다. 예를 들어 목적의 정도가 강한 편칭의 경우 암기에 의존하여 채널을 전환한다는 점에서 선호채널 설정기능과 대조적이다. 그러나 채널의 증가로 인해 발생하는 선호의 분산은 과거에 비해 목표로 하는 채널의 수를 증가시킬 수 있으며 선호채널 설정기능과 정적인 관계를 보일 수도 있다. 반면 애로잉의 경우 채널전환속도에 크게 구애받지 않는다는 점에서 선호채널 설정기능과 반대될 수 있다. 즉, 선호채널 설정기능은 기억의 한계와 시간적 비용을 감소시키기 위한 기능이라는 점에서 시간적 비용을 크게 고려하지 않는 애로잉 방식의 시청자는 선호채널 설정기능을 오히려 선호하지 않을 수 있다. 점핑의 경우 목적의 정도가 강한 동시에 소수의 채널을 선택한다는 점에서 선호채널 설정기능에 크게 구애받지 않고 반대로 관련될 수 있다. 반면 목적성의 정도가 상대적으로 낮다고 할 수 있는 스캐닝을 주로 사용하는 시청자의 경우 관심분야의 채널들을 설정해놓고 그 안에서 채널을 탐색함으로써 효율성을 추구할 가능성이 있다는 점에서 정적인 관계를 예상할 수 있다. 그러나 이러한 관계들이 실증적으로 검증되지는 못했다는 점에서 관계를 명확하게 예상하는 데는 무리가 있다.

#### 4) 사회적 영향

최근 미디어 테크놀로지의 채택에 있어 사회적 영향력은 주요한 영향 요인으로서 사용되어 왔다. 사회적 학습이론(Social Learning theory, Bandura, 1986)과 사회적 정보처리이론(Social information Processing Theory, Salancik & Pfeffer, 1978)에 따르면 수용자들은 새로운 기술을 받아들이는데 있어 자신의 개인적 행위에 대한 주변 사람들의 생각을 고려하여 평가하는 동시에 다른 주변 사람들의 행위를 보고 해당 기술에 대한 평가를 하게 된다(장병희·김영기, 2007; Kulviwat et al, 2009). 동일한 맥락에서 시청자들의 선호채널 설정기능 채택은 사회 내에서의 해당 기능에 대한 주변 사람들의 인식, 해당 기능에 대한 주변 사람들의 수용성 등을 평가하는 것에 영향을 받는다.

사회적 영향력을 구체화시키는 방식으로는 여러 가지가 있을 수 있겠지만 여기에서는 기존 연구에서 많이 사용되고 있는 사회적 이미지(social image)와 사회적 임계점(social critical mass)에 중점을 둔다. 사회적 이미지의 경우 특정한 개혁을 채택함으로써 채택자가 자신의 사회적 지위 혹은 이미지가 증대될 것으로 기대하는 정도(Moore, & Banbasat, 1991)를 의미하며, 따라서 개혁의 채택에 정적으로 영향을 미칠 수 있다. 커뮤니케이션 테크놀로지 채택과 관련한 기존 연구들(예, 양희동·최인영, 2001; 박용석·강경철·이상우, 2010; 장병희·김영기, 2007)에서도 사회적 이미지의 중요성이 증명되었다.

일반적으로 TV시청은 개인 또는 가정 단위에서 발생하는 행위이다. 그럼에도 불구하고 사회적 이미지가 중요하게 고려되는 이유는 사회적 이미지의 경우 자신의 행위를 주변 사람들에게 보여줌으로써 기대효용을 판단하는 것이 아니라 개혁 자체에 대한 주변 사람들의 평가를 고려하여 기대효용을 판단하기 때문이다. 즉, 선호채널 설정기능이 기술력에서 앞선다거나 유료채널에 가입해야만 이용할 수 있는 서비스라는 등 다른 사람들의 해당 개혁에 대한 평가가 긍정적일 것이라고 생각될 경우 개혁을 채택하게 된다는 것이다.

한편 사회적 임계점 개념은 임계점 이론(critical mass theory)(Oliver, Marwell, & Teixeira, 1985)에 기반하고 있다. 임계점 이론에 따르면 개혁은 동일한 속도로 확산되는 것이 아니라 처음에는 느린

속도로 전파되다가 일정 지점에 도달하면 빠른 속도로 확산되기 시작한다. 이렇게 상이한 확산 속도의 원인으로 네트워크 외부효과(network externality)를 들 수 있는데, 특정 상품의 이용자의 수가 많아질수록 해당 상품의 소비로부터 발생하는 효용이 기하급수적으로 증대한다는 것이다. 따라서 특정 개혁이 사회적 임계점에 도달할 가능성이 높다고 판단할수록 잠재적 채택자가 해당 개혁의 채택을 통해 얻게 될 기대효용의 크기가 커지게 되며 따라서 채택의 가능성 역시 높아질 것으로 예상할 수 있다. 특히 커뮤니케이션 테크놀로지의 채택에 대한 사회적 임계점의 유의미한 영향력이 기존 연구들을 통해 검증되어 왔다(장병희·김영기, 2007; Slyke, Ilie, Lou, & Stafford, 2007). 장병희와 김영기(2007)의 연구에서는 트리플플레이 서비스 채택의도에 대한 사회적 임계점의 영향력이 다른 결정요인들에 비해 가장 크게 나타났다. 또한 스티케 등(Slyke, et al., 2007)의 연구에서도 동일하게 사회적 임계점이 커뮤니케이션 테크놀로지 채택 의도에 유의미한 영향력을 나타냈다. 특히 채택의도에 대한 직접적인 영향력뿐만 아니라 지각된 개혁 특성들을 매개로 한 간접적 영향력 또한 유의미한 것으로 나타났다.

그러나 일반적으로 TV 시청은 개인 혹은 가구 단위의 단절된 행위라는 점에서 네트워크 외부효과에 대한 기대효용이 채택자의 수와 무관하다는 주장 또한 제시될 수 있다. 임계점 이론은 개혁의 확산이 네트워크 외부효과가 기대되는 지점에서 빠르게 발생한다는 점을 제시하는데 이를 인지하기 위해서는 해당 개혁이 주변 사람들 사이에서 얼마나 확산되었는지 그리고 해당 기능에 얼마나 동조하고 있는지에 대해 인지해야만 한다. 따라서 비록 선호채널 설정기능 채택이 개인적인 행위임에도 수용자는 주변 사람들이 해당 기능을 현재 얼마나 이용하고 있는지 그리고 미래에 얼마나 채택할 것인지에 대한 수용자의 평가가 수용자 자신의 행위에 영향을 줄 수 있다. 이런 측면에서 사회적 임계점은 선호채널 설정기능의 채택과 정적인 관계를 가질 것으로 예상할 수 있다.

### 3. 연구가설 및 연구문제

선호채널 설정기능이라는 개혁의 채택을 개혁확산이론, 채널레퍼토리, 채널전환행위, 사회적 영향력 개념을 통해 설명하였다. 이를 바탕으로 각 이론들에서 제시된 변인들이 선호채널 설정기능의 채택과 관련성을 가질 수 있다는 것을 논의하였으며 그 관련성에 근거하여 연구가설과 연구문제를 설정하였다. 또한 본 연구는 수용자들이 개혁채택이라는 행위를 결정하는데 있어 감정적 차원의 수용과정을 거친다는 점에서 종속변인을 감정적 차원에 해당하는 태도와 실제적 행위의 가능성을 묻는 의도로 구분하여 적용하였다.

먼저 개혁확산이론의 경우 내재적 개혁성과 지각된 개혁의 특성들이 선호채널 설정기능에 영향을 줄 수 있다. 비록 기존 연구들에서 개혁의 대상에 따라 유의미성이 달라지기는 했지만 각 개혁의 특성들이 가지고 있는 영향력의 방향은 동일하게 제시되고 있다. 즉, 상대적 장점, 합치성, 시도가능성, 관찰가능성 등은 개혁 채택에 정적인 영향력을 미치는 반면 복잡성은 부적인 영향력을 가지고 있다. 이러한 논의를 바탕으로 다음의 연구 가설들을 제시하였다.

H1: 내재적 개혁성은 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H2: 선호채널 설정기능의 지각된 개혁의 특성은 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 의도에



**유의미한 영향을 미칠 것이다.**

H2-1: 선호채널 설정기능의 지각된 상대적 장점은 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H2-2: 선호채널 설정기능의 지각된 합치성은 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H2-3: 선호채널 설정기능의 지각된 복잡성은 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 의도에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

H2-4: 선호채널 설정기능의 지각된 시도가능성은 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H2-5: 선호채널 설정기능의 지각된 관찰가능성은 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

시청행위와 관련하여 채널레퍼토리와 기존 채널전환방식에 의해 선호채널 설정기능이 영향을 받을 수 있음을 논의하였다. 채널레퍼토리의 경우 독립변인으로써 미디어 채택에 유의미한 영향을 가지고 있다는 것이 기존 연구를 통해 일관되게 제시되었다(조성동 · 강남준, 2008; 박인곤 · 강형구, 2007). 리모컨을 이용한 채널 전환방식의 경우 전환방식이 목적의 상이함에 의해 달라지며 기존에 가지고 있는 전환방식에 의해 새로운 채널전환 방식으로 얻을 수 있는 효용의 정도가 달라질 수 있음을 논리적으로 확인하였다. 그러나 채널레퍼토리와 기존 채널전환 방식을 독립변인으로 설정하여 그 효과를 검증한 연구가 매우 부족하다. 따라서 채널레퍼토리와 기존 채널전환방식인 편칭, 애로잉, 점핑, 스캐닝이 선호채널 설정기능 채택에 미치는 영향력에 대해 다음과 같은 연구 문제를 제시한다.

**RQ1: 채널레퍼토리의 규모는 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 의도에 영향을 미치는가?**

**RQ2: 채널전환방식은 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 의도에 영향을 미치는가?**

개인적인 범주에 해당하는 채택 행위임에도 수용자들은 사회적 영향력을 고려한다는 사실이 검증되어 왔다(예; 양희동 · 최인영, 2001; 박용석 외, 2010; 장병희 · 김영기, 2007; Slyke, et al., 2007). 특히 미디어 테크놀로지의 채택에 있어 사회적 영향력은 중요한 결정요인으로 사용되고 있다. 새로운 기술을 받아들이는데 있어 주변 사람들이나 사회의 생각을 고려하고, 해당 기술에 대한 주변 사람들의 채택 행위를 살펴봄으로써 자신의 행위를 평가하게 된다. 본 연구에서는 이러한 맥락 하에 사회적 이미지와 사회적 임계점을 선호채널 설정기능의 결정요인으로 제시하였다. 사회적 이미지의 경우 개혁 자체에 대한 주변 사람들의 평가를 고려하여 기대효용을 판단한다는 점에서 선호채널 설정기능과 정적인 관계가 예상된다. 또한 사회적 임계점의 경우 개혁에 대한 주변 사람들의 현재 및 미래의 채택 행위를 인지한 후 자신의 행위를 평가한다는 점에서 선호채널 설정기능의 채택과 정적인 관계를 예상할 수 있다. 이러한 측면에서 다음과 같은 연구 가설들을 제시한다.

**H3: 선호채널 설정기능의 사회적 이미지는 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.**

H4: 선호채널 설정기능의 사회적 임계점은 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

## 4. 연구방법

### 1) 자료수집

본 조사에 앞서 이 연구에서는 2008년 5월 1일 서울지역 성균관대학교에 재학 중인 대학생들을 대상으로 예비조사(pre-test)를 실시하여 설문지에 오류가 있는지를 확인하였다. 이후 본 조사에서는 일반인 250명을 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다. 온라인 설문조사는 전문조사기관인 ‘엠브레인’을 통해 2008년 5월 8일부터 13일까지 실시하였다. 이 중 선호채널 설정기능을 사용한 경험이 없는 192명의 자료만을 분석에 사용하였다. 표집은 성별 및 연령별 분포를 감안한 할당표집(quota sampling) 방식을 채택하였다. 전체 표본 중 남성은 92명(47.9%)이며 여성은 100명(52.1%)이며 기혼 69명(36%), 미혼 123(64%)명으로 나타났다. 표본의 평균 연령은 만 38.4(SD=11.4)세였으며 현재 동거하고 있는 가족 수는 평균 3.7명으로 조사되었다.

### 2) 변인 및 설문지

<표 1>은 본 연구에서 사용한 각 변인별 질문들을 정리한 것이다. 각 질문은 기존 연구(장병희·김영기, 2007; Eastman & Newton, 1995; Mun, Jackson, Park, & Probst, 2006)를 참고하여 본 연구의 상황에 맞게 수정하였다. 미디어의 기본 이용행태와 채널레퍼토리를 제외한 모든 변인들은 5점 리커트 척도(Likert scale)로 측정하였다. 본 연구에서는 주요 종속변인으로 선호채널 설정기능에 대한 태도와 의도를 설정하였다. 선호채널 설정기능에 대한 태도는 선호채널 설정기능을 이용하는 것에 대한 수용자들의 정서적인 상태를 의미하는 것으로 3개의 문항을 통해 측정하였다. 선호채널 설정기능에 대한 의도는 향후 선호채널 설정기능의 이용 여부에 대한 수용자들에 의지를 의미하는 것으로 마찬가지로 3개의 문항을 통해 측정하였다.

이 연구에서는 독립변인으로 개혁확산이론 변인군(내재적 개혁성, 개혁의 특성), 수용자의 TV시청 행태 변인군(채널레퍼토리, 채널전환방법인 리모컨 이용방식), 사회적 영향력 변인군(사회적 이미지, 사회적 임계점)을 설정하였으며, 통제변인으로 인구사회학적 변인군을 설정하였다. 개혁확산이론 관련 변인 중 내재적 개혁성은 3개의 문항으로 측정하였으며, 개혁의 지각된 특성은 5개의 속성별로 각 1개씩의 문항으로 조작화 하였다. 이 중 복잡성은 역질문(reverse question)의 형식으로 “TV 선호채널 설정을 사용하는 것은 쉽다”라는 문항으로 측정하였다. 채널레퍼토리는 다채널 환경에서 수용자가 규칙적으로 시청하는 채널들의 묶음을 의미하며, 구체적으로 “귀하께서는 일주일 평균 몇 개의 TV채널을 보십니까?”라는 질문 문항을 통해 측정하였다. 리모컨 이용 방식은 수용자들이 채널을 전환하기 위한 방법이며 이스트만과 뉴튼(Eastman & Newton, 1995)이 제시한 6가지의 리모컨 이용방식들 중 인서팅과 튜팅은 채널 전환보다는 시청효과와 관련한 행위이다. 따라서 직접적인 채널전환방식에

초점을 맞춰 편칭, 애로잉, 점핑, 스캐닝 등 4가지 전환방식만을 적용하였으며 각각 “나는 종종 원하는 채널을 보기 위해 해당 채널 번호를 직접 입력하여 찾는 편이다(편칭)”, “나는 종종 원하는 채널을 보기 위해 해당 채널 번호를 +/-키를 눌러서 찾는 편이다(애로잉)”, “나는 원하는 채널을 보기 위해 이전 채널 키를 종종 이용하는 편이다(점핑)”, “나는 +/-키를 이용하여 여러 채널을 차례로 훑어본 후에 원하는 채널을 선택하는 편이다(스캐닝)” 등의 문항으로 측정하였다. 사회적 영향력을 구성하는 사회적 이미지 변인과 사회적 임계점 변인은 각각 3개의 문항으로 측정하였다. 마지막으로 인구사회학적 변인으로는 성별, 연령, 학력, 결혼여부, 월평균수입, 동거가족수 등을 설정하였다. 변인과 구체적인 설문문항들은 <표 1>을 통해 제시하였다.

<표 1> 변인 및 설문문항

변인			측정척도
종속 변인	선호 채널 설정	채택 태도	나는 TV 선호채널설정을 이용하는 것은 바람직하다고 생각한다.
			TV 선호채널설정을 이용하는 것은 나에게 유익할 것이다.
			전체적으로, TV 선호채널설정에 대한 나의 태도는 우호적이다.
		채택 의도	나는 향후 지속적으로 TV 선호채널설정을 이용할 것이다
			나는 TV 선호채널설정을 다른 사람들에게 추천할 것이다. 나는 기존의 TV 채널 선택방법에서 선호채널설정으로 방법을 바꿀 것이다
시정 행태 변인	채널레퍼토리	귀하께서는 일주일 평균 몇 개의 TV채널을 보십니까?	
	리모컨 이용방식	나는 종종 원하는 채널을 보기 위해 해당 채널 번호를 직접 입력하여 찾는 편이다.	
		나는 종종 원하는 채널을 보기 위해 해당 채널 번호를 +/-키를 눌러서 찾는 편이다.	
		나는 원하는 채널을 보기 위해 이전 채널 키를 종종 이용하는 편이다. 나는 +/-키를 이용하여 여러 채널을 차례로 훑어본 후에 원하는 채널을 선택하는 편이다.	
개혁 확산 이론	내재적 개혁성	나는 새로운 상품을 사용해 보길 좋아한다.	
		나는 새로운 아이디어에 대해 배우길 좋아한다.	
		나는 새로운 상품을 사용하기 위해서는 약간의 위험은 감수할 수 있다.	
	개혁 특성	상대적 장점	TV 선호채널설정은 다른 채널설정 방식보다 더 효율적일 것이다.
		합치성	TV 선호채널설정은 나의 일상의 생활 스타일과 일치한다.
		복잡성	TV 선호채널설정을 사용하는 것은 쉽다.
		시도 가능성	TV 선호채널설정은 내가 원하면 어느 때라도 시도해 볼 수 있다.
		관찰 가능성	나는 TV 선호채널설정을 이용하는 사람을 쉽게 볼 수 있다.
사회적 영향력 변인	사회적 이미지	TV 선호채널설정을 이용하는 사람들일수록 더 부유할 것이다.	
		TV 선호채널설정을 이용하는 사람들일수록 과학기술에 더 많은 지식을 가지고 있을 것이다.	
		TV 선호채널설정을 이용하는 사람들일수록 주변사람에 비해 더 두드러져 보일 것이다.	
	사회적 임계점	향후 내 주변 사람들 중 대부분은 TV 선호채널설정을 이용할 것이다.	
		향후 내 또래의 사람들 중 대부분은 TV 선호채널설정을 이용할 것이다.	
		향후 사회 전체적으로 TV 선호채널설정을 이용하게 될 것이다.	
인구통계학적 변인		성별, 연령, 학력, 결혼여부, 월평균수입, 동거가족수	

## 5. 연구결과

### 1) 기술통계

<표 2>는 주요 변인들의 평균과 표준편차를 보여준다. 개혁의 지각된 특성들 중에서는 상대적 장점과 시도가능성의 평균 점수가 높은 것을 알 수 있다. 채널레퍼토리의 결과를 보면 1주일 단위로 볼 때 설문대상자들은 평균 9.4개 정도의 채널을 시청하는 것으로 나타났다. 채널전환행위를 살펴보면 상대적으로 스캐닝(M=3.44)이 가장 높지만 편칭(M=3.39)이나 애로잉(M=3.37)과 비슷한 수치를 보였다. 사회적 영향력 관련 변인들의 경우 사회적 임계점(M=3.09)의 점수가 사회적 이미지(M=2.56)에 비해 높은 것을 알 수 있다. 또한 선호채널 설정기능 채택태도(M=3.37)가 채택의도(M=3.09)보다 높은 수치를 보였다.

복수 문항들로 구성된 변인들에 대해 크론바흐 알파(Cronbach Alpha) 계수를 이용한 신뢰도 분석을 실시하였다. 분석결과, 종속변인인 선호채널 설정기능 채택태도와 채택의도의 신뢰도 계수는 각각 0.883과 0.934였으며, 독립변인인 내재적 개혁성은 0.822, 사회적 이미지는 0.840, 사회적 임계점은 0.846으로 모두 0.7이상을 상회하여 신뢰성이 있는 것으로 나타났으며 따라서 변인별로 측정문항 간 내적 일관성을 확보하였다(Hair, Anderson, Tatham & Black, 1998; Kline, 1998).

<표 2> 기술통계(N=192)

구 분	평균	표준편차	신뢰도계수
개혁성	3.43	0.72	0.82
상대적 장점	3.54	0.69	-
합치성	3.15	0.79	-
복잡성	3.05	0.70	-
시도 가능성	3.51	0.71	-
관찰 가능성	2.54	0.83	-
채널 레퍼토리	9.44	6.70	-
편칭	3.39	1.12	-
애로잉	3.37	1.01	-
접평	3.09	1.14	-
스캐닝	3.44	1.07	-
이미지	2.56	0.76	0.84
임계점	3.09	0.71	0.85
태도	3.37	0.64	0.88
의도	3.09	0.73	0.93

### 2) 연구가설 및 연구문제 분석결과

본 연구에서 제시한 독립변인들이 선호채널 설정기능에 대한 태도 및 이용의도에 미치는 영향을 알아보기 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다. 독립변인으로 내재적 개혁성, 개혁의 특성(상대적

장점, 합치성, 복잡성, 시도가가능성, 관찰가능성), 채널레퍼토리, 채널전환방식(편칭, 애로잉, 점핑, 스케닝), 사회적 이미지, 사회적 임계점을 설정하였다. 종속변인은 선호채널 설정기능 채택태도와 채택의도로 각 종속변인별로 두 차례의 회귀분석을 실시하였다. 또한 태도의 감정적 수용을 거쳐 의도를 결정한다는 앞선 논의를 확인하기 위하여 추가적으로 독립변인으로 태도를 포함하여 의도에 미치는 영향력을 살펴보았다. 회귀분석에 앞서 변인간의 상관관계를 살펴보고자 상관관계분석을 실시하였으며 <표 3>을 통해 분석 결과를 제시하였다.

상관분석 결과, 종속변인인 선호채널 설정기능 채택태도와 채택의도는 시험가능성을 제외하고 연구가설로서 제시한 모든 변인들과 유의미한 정적 관계가 있음을 확인할 수 있다. 하지만 채널레퍼토리와 채널전환방식과 같은 시청행위 변인들은 점핑을 제외하고 모두 유의미한 관계가 나타나지 않았다. 한편 지각된 개혁의 특성 중 복잡성은 종속변인들과 부적인 관계를 가정하였지만 정적인 관계가 있는 것으로 나타나 가설과는 반대되는 결과가 예상된다.

<표 3> 상관관계 분석(Pearson 상관계수)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1. 채택의도	1														
2. 채택태도	.79**	1													
3. 개혁성	.29**	.42**	1												
4. 상대적장점	.39**	.48**	.11	1											
5. 합치성	.41**	.40**	.19**	.54**	1										
6. 복잡성	.24**	.19**	.22**	.38**	.34**	1									
7. 시험가능성	.07	.12	.22**	.15*	.10	.34**	1								
8. 관찰가능성	.30**	.18*	.04	.07	.19**	.32**	.21**	1							
9. 채널레퍼토리	-.07	-.07	.02	.08	.11	.12	-.06	-.05	1						
10. 편칭	.07	-.02	.11	.08	.15*	.02	-.05	.00	.10	1					
11. 애로잉	-.02	.02	.04	.03	.00	.14*	0.14	.00	.02	-.37**	1				
12. 점핑	.19**	.13	.06	.14	.16*	.05	-.04	.07	.12	.28**	-.13	1			
13. 스케닝	.01	.08	.09	.02	.05	.10	0.13	-.03	.17*	-.34**	.54**	-.04	1		
14. 사회적이미지	.36**	.38**	.11	.32**	.31**	.04	0.01	.19**	-.03	-.07	-.10	-.07	-.04	1	
15. 사회적임계점	.66**	.59**	.27**	.29**	.22**	.15*	0.03	.21**	-.08	-.03	-.03	.10	-.05	.35**	1

\* p <.05, \*\* p <.01

위계적 회귀분석은 총 4단계를 거쳐 진행하였다. 1단계에서는 성별, 연령, 교육수준, 결혼여부, 동거가족 수 등 인구사회학적 변인들을 통제변인으로 투입하였다. 2단계에서는 개혁혁신이론 관련 변인들인 내재적 개혁성, 지각된 개혁특성들을, 3단계에서는 시청행위와 관련한 채널레퍼토리와 채널 전환방식을 모형에 투입하였다. 마지막 단계에서는 사회적 영향력 관련 변인들인 사회적 이미지와 사회적 임계점을 투입하였다. 모형 1에서는 선호채널 설정기능 채택태도를, 모형 2에서는 선호채널 설정기능 채택의도를 종속변인으로 설정하여 각각 회귀분석을 실시하였다. 모형 1과 2에 대한 회귀분석 결과는 <표 4>를 통해 제시하였다.

<표 4> 선호채널 설정기능 채택태도와 채택의도에 대한 위계적 회귀분석 결과

독립변인		종속변인		모형 1 <채택태도>				모형 2 <채택의도>			
				B	표준 오차	표준화계수	t	B	표준 오차	표준화계수	t
상수	(Constant)	.076	0.47		0.16	-.343	0.53		-0.64		
인구 사회학적 변인군	성별	.049	0.07	.038	0.72	-.025	0.08	-.017	-0.33		
	연령	.002	0.00	.037	0.49	.000	0.00	.003	0.03		
	최종학력	.077	0.05	.079	1.45	.077	0.06	.070	1.26		
	결혼여부	-.068	0.10	-.051	-0.68	-.098	0.12	-.065	-0.85		
	동거가족수	-.029*	0.01	-.112	-2.09	.000	0.02	-.001	-0.01		
<b>1단계</b>	<b>R2 (adj. R2)</b>	<b>.036 (.010)</b>				<b>.015 (-.011)</b>					
개혁확산이론	개혁성	.243**	0.05	.274	4.91	.098	0.06	.097	1.72		
	상대적장점	.259**	0.06	.279	4.24	.102	0.07	.097	1.45		
	합치성	.095	0.05	.118	1.84	.152*	0.06	.166	2.56		
	복잡성	-.083	0.06	-.090	-1.46	.003	0.07	.002	0.04		
	시험가능성	-.004	0.05	-.004	-0.08	-.048	0.06	-.047	-0.83		
	관찰가능성	.022	0.04	.028	0.49	.111*	0.05	.127	2.18		
<b>2단계</b>	<b>R2 (adj. R2)</b>	<b>.420 (.385)**</b>				<b>.326 (.285)**</b>					
	<b>Δadj. R2</b>	<b>.375**</b>				<b>.296**</b>					
TV 시청행위 변인군	채널레퍼토리	-.009	0.01	-.097	-1.82	-.008	0.01	-.076	-1.41		
	편칭	-.010	0.03	-.017	-0.28	.035	0.04	.054	0.88		
	애로잉	-.041	0.04	-.064	-1.01	-.023	0.05	-.032	-0.49		
	점핑	.023	0.03	.042	0.77	.055	0.03	.086	1.58		
	스캐닝	.067	0.04	.112	1.76	.046	0.04	.068	1.05		
<b>3단계</b>	<b>R2 (adj. R2)</b>	<b>.448 (.397)**</b>				<b>.350 (.290)**</b>					
	<b>Δadj. R2</b>	<b>.012</b>				<b>.015</b>					
사회적 영향력 변인군	사회적이미지	.065	0.05	.076	1.29	.076	0.06	.080	1.33		
	사회적임계점	.349**	0.05	.384	6.63	.520*	0.06	.504	8.60		
<b>4단계</b>	<b>R2 (adj. R2)</b>	<b>.577 (.533)**</b>				<b>.566 (.520)**</b>					
	<b>Δadj. R2</b>	<b>.136**</b>				<b>.230**</b>					

\* p < .05, \*\* p < .01

분석결과 개혁확산이론 변인군과 사회적 영향력 변인군을 모형에 투입하였을 때 선호채널 설정기능 채택태도와 채택의도 모두에 대해 설명력이 유의미하게 증가하였다. 구체적으로, 모형 1의 경우 개혁확산이론 변인군을 투입하였을 때 앞 단계보다 37.5%( $\Delta adj. R^2 = .375$ )정도 설명력이 증가하였다. 그러나 TV시청행위 변인군을 투입할 경우 설명력은 단지 1.2%( $\Delta adj. R^2 = .012$ ) 증가하여 이전 단계와의 차이가 유의미하지 않았다. 마지막 단계로 사회적 변인군을 투입하였을 때 모형의 설명력은 13.6% ( $\Delta adj. R^2 = .136$ ) 가량 증가하였다. 모형 2에 대해서도 비슷한 분석 결과를 도출하였다. 2단계와 4단계에서 각각 설명력이 29.6%( $\Delta adj. R^2 = .296$ ), 23%( $\Delta adj. R^2 = .230$ ) 증가하였으며 반면 3단계에서

는 설명력의 변화가 유의미하지 않았다. 모형 1과 2를 비교하면 모형 1에 비해 모형 2에서 개혁확산 변인군의 설명력 증가분이 축소된 반면에 사회적 영향력 변인군의 설명력 증가분은 더 확대되었다.

독립변인별로 종속변인에 미치는 영향력을 살펴보면 모형 1의 경우 내재적 개혁성( $\beta = .274$ )과 상대적장점( $\beta = .279$ ) 그리고 사회적 임계점( $\beta = .384$ )이 채택태도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 또한 이 세 가지 변인들 중 사회적 임계점의 영향력이 가장 컸다. 한편 통제변인으로 투입한 인구사회학적 변인들 중 동거가족수가 선호채널 설정기능 채택태도에 유의미하게 부적인 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 즉, 동거가족수가 적을수록 채택태도는 긍정적이라는 것을 의미한다. 모형 2의 경우 지각된 개혁특성 중 합치성( $\beta = .152$ )과 관찰가능성( $\beta = .111$ ) 그리고 사회적 임계점( $\beta = .520$ )이 채택태도에 유의미한 영향력을 보였다. 모형 1과 마찬가지로 사회적 임계점의 영향력이 가장 큰 것으로 나타났다.

연구문제 1과 연구문제 2는 TV시청행위와 관련한 변인들이 선호채널 설정기능 채택태도와 의도에 어떠한 영향력을 미치는지에 관한 질문이다. 분석 결과 모형 1과 2 모두에서 TV시청행위 관련 변인들의 영향력이 유의미하지 않았으며 설명력의 증가분 또한 유의미하지 않았다. 비록 90% 신뢰 수준에서 채널레퍼토리가 채택태도에 유의미한 영향력( $\beta = .005, p = .07$ )을 미치긴 했지만 그 영향력의 크기가 작았다.

추가적으로, 모형 2에 채택태도를 독립변인으로 포함시켜 다중회귀분석을 실시하였다. 분석결과 <표 5>와 같이 매우 유의미한 결과가 도출되었다. 즉, 선호채널 설정기능에 대한 채택태도는 채택태도에 유의미하게 정적인 영향( $\beta = .701$ )을 미치는 것으로 나타났다. 이와 함께 사회적 임계점이 채택태도 다음으로 가장 큰 영향력( $\beta = .275$ )을 가지고 있었으며 그 다음으로 지각된 개혁특성 중 관찰가능성이 유의미한 영향력( $\beta = .096$ )을 나타냈다.

<표 5> 선호채널 설정기능 채택태도에 대한 회귀분석 결과(태도 포함)

독립변인		비표준화계수		표준화계수	t	공차한계	VIF
		B	표준오차				
상수	(Constant)	-.396	0.42		-0.93		
인구 사회학적 변인군	성별	-.059	0.06	-.041	-0.96	.881	1.135
	연령	-.001	0.00	-.020	-0.33	.432	2.312
	최종학력	.023	0.05	.021	0.47	.801	1.248
	결혼여부	-.051	0.09	-.034	-0.55	.433	2.312
	동거가족수	.020	0.01	.068	1.57	.837	1.195
개혁확산이론	개혁성	-.073	0.05	-.072	-1.50	.690	1.449
	상대적장점	-.080	0.06	-.076	-1.36	.511	1.957
	합치성	.086	0.05	.093	1.79	.585	1.708
	복잡성	.061	0.05	.058	1.16	.627	1.596
	시험가능성	-.046	0.05	-.044	-0.98	.778	1.285
	관찰가능성	.096*	0.04	.110	2.37	.742	1.348

TV 시청행위 변인군	채널레퍼토리	-.002	0.00	-.016	-0.37	.850	1.177
	편칭	.041	0.03	.064	1.32	.677	1.477
	애로잉	.006	0.04	.008	0.16	.595	1.681
	점핑	.038	0.03	.060	1.39	.842	1.188
	스캐닝	-.001	0.04	-.002	-0.03	.592	1.690
사회적 영향력 변인군	사회적이미지	.031	0.05	.032	0.68	.698	1.432
	사회적임계점	.275**	0.05	.267	5.12	.583	1.714
<b>채택태도</b>		<b>.701**</b>	<b>0.07</b>	<b>.618</b>	<b>10.09</b>	<b>.423</b>	<b>2.363</b>
R <sup>2</sup> (adj. R <sup>2</sup> )		.727 (.697)					
회귀모형적합도		F= 24.123, p=.000					

\* p < .05, \*\* p < .01

## 6. 논의 및 결론

### 1) 연구결과에 대한 논의

선호채널 설정기능의 결정요인을 파악하기 위하여 이 연구에서는 개혁확산이론과 TV시청행위, 사회적 영향력의 측면을 고려하여 모형을 검증하였다. 연구결과 개혁확산이론 변인군과 사회적 영향력 변인군을 모형에 투입하였을 때 선호채널 설정기능 채택태도와 채택의도에 대한 설명력이 유의미하게 높아지는 것으로 나타났다. 그러나 채널레퍼토리와 기존의 채널전환 행위가 포함된 TV시청행위 변인군은 선호채널 설정기능 채택태도와 채택의도 모두에 대해 유의미하지 않은 결과를 보였다. 개별 독립변인별로 결과를 정리하면 내재적 개혁성은 선호채널 설정기능 채택태도에만 유의미한 영향을 미쳤다. 한편 지각된 개혁의 특성들의 경우 채택태도에는 상대적장점, 관찰가능성이 유의미한 영향력을 가지고 있었으며 반대로 합치성은 채택의도에만 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 나머지 지각된 개혁특성 변인들은 모두에 대해 유의미하지 않은 결과를 보였다. 사회적 영향력 변인군의 경우 사회적 이미지는 모든 종속변인에 대해 그 영향력이 유의미하지 않았다. 반대로 사회적 임계점은 모든 종속변인에 대해 유의미한 영향력을 나타냈으며 종속변인에 가장 큰 영향력을 가지고 있었다. 이러한 결과들을 바탕으로 총 8개의 가설 중 사회적 임계점에 해당하는 연구가설 4만 완벽하게 지지되었으며 H1, H2-1, H2-2, H2-5는 부분적으로 지지되었다. 그리고 H2-3, H2-4, H3은 기각되었다. 그리고 TV시청행위와 관련한 변인들은 모두 유의미하지 않은 결과를 보였다. 개혁확산이론과 사회적 영향력에 의해 선호채널 설정기능이라는 개혁의 채택이 상당부분 설명(adj. R<sup>2</sup> = .697)될 수 있다는 것을 확인하였다. 그러나 개념적으로 그리고 행위적으로 유사하여 밀접하게 연결될 것이라고 판단했던 TV시청행위 변인군은 선호채널 설정기능을 거의 설명하고 있지 않다는 점 또한 확인하였다. 사후분석(post hoc analysis)으로, 다른 독립변인들의 영향력을 고려하지 않고 TV시청행위 변인군만 독립변인으로 투입하였을 경우에도 유의미한 변인들을 발견할 수 없었다. 즉, 이 연구에서는 채널레퍼토리와 리모컨을 활용한 채널전환 방식이 선호채널 설정기능을 채택하는데 있어 크게 고려할 변인이 아님을 보여준다.

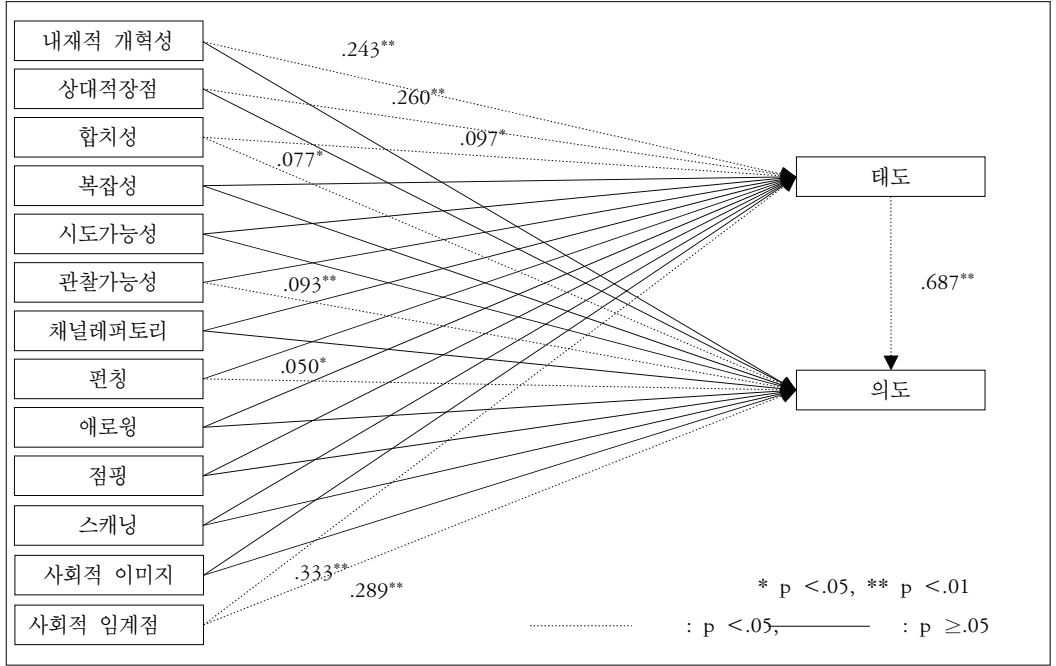


개혁확산이론의 경우 내재적 개혁성에 비해 지각된 개혁특성의 영향력이 더 크게 나타났다. 이는 개혁자제 특성이 개혁 채택에 대해 더 높은 설명력을 갖는다는 기존의 주장을 뒷받침하고 있다(Ostlund, 1974). 또한 연구 결과는 개혁의 채택에 있어 개혁적 성향과 지각된 개혁의 특성들이 차별적으로 고려되어야 한다는 점을 보여준다. 연구결과를 적용하면 개혁에 대한 초기 태도를 형성하는 시점에서는 개혁성향이 높은 수용자들에게 해당 개혁이 가진 상대적 장점들을 부각시킬수록 긍정적 태도 형성에 유리할 수 있다. 반면 개혁 채택에 대한 행위를 결정하는 단계에서는 개혁이 가지고 있는 장점이 수용자의 생활과 어떻게 연결(합치성)되는지 그리고 여러 곳에서 관찰할 수 있도록(관찰가능성) 함으로써 채택 의도를 높일 수 있다.

사회적 영향력 변인들의 영향력이 높다는 결과는 선호채널 설정기능이 개인 및 가정 단위에서 이루어지는 지극히 개인적인 행위임에도 불구하고 수용자들이 주변 사람들에 대한 인식과 평가를 고려한다는 점을 보여준다. 특히 개혁의 채택과 밀접하게 연관되어 있는 개혁확산이론 관련 변인들보다 그 영향력이 크다는 점에서 이 결과는 매우 흥미롭다고 할 수 있다. 사실 사회적 임계점은 네트워크 외부효과의 경제적 효용 기대로 인해 개혁의 확산 속도가 일정 지점에서 빠르게 확산된다는 것에 기반하고 있다(Oliver, et al., 1985).

하지만 앞서 설명한 바와 같이 선호채널 설정기능은 개인적 채택 행위이며 특히 해당 개혁의 채택이 다른 사람들에게 주는 또는 다른 사람들에 의해 발생하는 효과를 가정하기가 쉽지 않다. 그럼에도 불구하고 사회적 임계점에 대한 영향력이 유의미하다는 것은 사회적 임계점에 대한 논의가 확장될 수 있음을 말해준다. 즉, 네트워크 외부효과에 대한 기대효용이 크지 않더라도 개혁에 대한 주변의 채택자의 수가 많을수록(혹은 많다고 지각할수록) 개혁에 대한 채택이 긍정적이 될 수 있다는 점이다. 사회적 임계점은 특정 개혁의 확산 정도에 대한 개인의 판단 혹은 예측에 기반한다는 점에서 지각된 개혁특성 중 관찰가능성의 개념과도 연결된다(장병희·김영기, 2007). 태도, 사회적 임계점과 함께 관찰가능성이 선호채널 설정기능 채택의도에 영향을 미치는 중요한 요인임이 검증된 분석결과도 이를 뒷받침하고 있다. 이는 실무적 측면에서도 중요한 시사점을 제시한다. 선호채널 설정기능이 매우 개인적인 행위라는 점에서 주변 사람들의 행위를 관찰하기 힘들다. 다른 개혁을 예로 들면 스마트폰이라는 개혁에 대해 수용자들은 주변 사람들이 스마트폰을 얼마나 많이 이용하는지를 쉽게 관찰할 수 있다. 뿐만 아니라 스마트폰을 통한 네트워크 기능은 주변 사람의 채택 여부를 직접 눈으로 확인하지 않고도 인지할 수 있게 한다. 이러한 점에서 주변 사람들이 선호채널 설정기능을 채택했는지의 여부를 인지시켜줄 수 있는 기술적 또는 홍보적 대안이 필요하다고 할 수 있다.

채택태도와 의도에 따라 독립변인의 영향력이 차별적으로 나타나지만 채택태도를 독립변인으로 채택의도에 투입시켰을 경우 기존에 유의미한 영향을 미치던 변인들의 영향력이 사라지는 것을 확인할 수 있다. 그 이유는 채택의도에 대한 채택태도의 설명력이 매우 크기 때문이다. 따라서 태도에서 의도로 이어지는 채택의 과정을 설명하는데 있어 그 외의 독립변인들의 영향력을 정확하게 파악하기에는 무리가 있었다. 따라서 경로모형과 같은 방법론적 정교화가 필요하다. 본 연구에서는 사후분석으로 독립변인으로 개혁확산이론, TV시청행위, 사회적 영향력 변인들을, 종속변인으로 선호채널 설정기능 채택의도를 그리고 매개변인으로 채택태도를 설정하여 경로분석을 추가적으로 실시하였다. 그 결과 종속변인별로 회귀분석을 실시했을 경우와 부분적으로 차별성을 보였다(<그림 1>).



<그림 1> 경로분석

경로분석 결과는 위계적 회귀분석 결과와 약간의 차이를 보였다. 선호채널 설정기능 채택태도에는 내재적 개혁성(B=.243, p=.000), 상대적장점(B=.260, p=.000), 합치성(B=.097, p=.013), 사회적 임계점(B=.333, p=.000)이 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 한편 선호채널 설정기능 채택의도에는 합치성(B=.077, p=.031), 관찰가능성(B=.093, p=.006), 편칭(B=.097, p=.043), 사회적 임계점(B=.289, p=.000) 그리고 채택태도(B=.687, p=.000)가 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 경로분석과 위계적 회귀분석 결과의 차이는 <표 6>을 통해서 제시하였다.

<표 6> 종속변인에 유의미한 영향력을 가진 독립변인에 대한 분석 별 결과 비교

독립변인	채택태도		채택의도		
	위계적 회귀분석	경로분석	위계적 회귀분석	다중 회귀분석	경로분석
내재적개혁성	○	○	×	×	×
상대적장점	○	○	×	×	×
합치성	×	○	○	×	○
관찰가능성	×	×	○	○	○
편칭	×	×	×	×	○
사회적 임계점	○	○	○	○	○

선호채널 설정기능 채택태도와 채택의도 각각에 대해서 위계적 회귀분석에서는 유의미하지 않았지만 경로분석에서는 유의미한 영향력을 가진 변인들이 발견되었다. 채택태도의 경우 합치성 그리고

채택의도의 경우 편칭이 이에 해당한다. 두 변인 중 합치성은 채택태도와 채택의도에 모두 유의미한 영향력을 미치는 것으로 나타났다. 편칭은 채널번호를 직접 입력하여 채널을 전환하는 방식으로 다른 채널전환방식들 보다 상대적으로 번호를 암기해야 필요성이 요구된다. 선호채널 설정기능이 채널의 고유번호를 따로 기억할 필요 없이 손쉽게 재탐색할 수 있도록 한다는 점에서 편칭 방식을 사용하는 수용자로 하여금 유용하게 인식될 수 있다.

이처럼 다중회귀분석에서는 채택태도의 영향력 때문에 채택의도에 대한 독립변인들의 영향력을 정확하게 파악하기 어려웠지만 경로분석을 통해 채택태도가 고려된 상황에서의 독립변인들의 영향력을 확인할 수 있었다. 또한 경로분석의 결과는 앞서 위계적 회귀분석에서도 제시한 바와 같이 선호채널 설정기능 채택태도와 채택의도에 따라 유의미한 영향력을 가진 독립변인들이 다르다는 것을 보여준다.

## 2) 연구의 의의 및 한계

본 연구는 학술적인 측면에서 몇 가지 중요한 의의가 있다. 첫째는 선호채널 설정기능에 대한 학술적 논의의 영역이 확장될 필요성을 제시하였다는 점에서 이론적 의의가 있다. 채널탐색행위와 관련된 기존의 연구들이 다수 존재하지만(Copeland & Schweitzer, 1993; Eastman & Newton, 1995; Heeter, D'Alessio, Greenberg & Cheung, 1983; Lull, 1982) 이들 연구들은 주로 채널탐색행위의 특성과 차이에 주로 초점을 맞추고 있으며 특히 선호채널 설정기능에 대한 연구는 거의 찾아보기 힘들다. 이러한 점에서 채널탐색행위에 대한 새로운 연구 의제를 제시하였다고 볼 수 있다.

둘째는 개인적인 개혁의 채택에 있어서도 사회적 영향력이 중요하게 고려된다는 연구결과를 통해 사회적 영향력에 대한 논의의 확장 가능성을 확인했다는 점에서 이론적 의의를 가질 수 있다. 선호채널 설정기능은 개혁채택이 주변 사람들에게 미치는 효과와 주변 사람들에 의해 받을 수 있는 효과가 거의 존재하지 않는 지극히 개인적인 채택행위이다. 그럼에도 불구하고 사회적 영향력 중 사회적 임계점의 영향력이 가장 크게 나타났다는 것은 네트워크 외부효과에 대한 기대효용에 의해 개혁을 채택하게 된다는 사회적 임계점의 기존 기본 가정이 확대되어야 할 필요성을 제기한다. 즉, 외부효과에 대한 기대효용이 낮은 경우에도 수용자들은 주변 사람들의 평가와 채택 행위의 확산정도를 고려하여 채택을 결정한다는 것을 의미한다.

이러한 학술적 시사점과 함께 본 연구의 결과는 실무적으로도 활용할 가능성을 가지고 있다. 연구 결과는 채택의 수준 즉, 감정적 수준에 해당하는 태도와 행위적 수준에 해당하는 의도를 개별적으로 분석함으로써 각 상태에 대한 독립변인들의 영향력을 검증했다. 이러한 연구 결과는 개혁에 대한 초기 태도를 형성하는 시점과 개혁 채택에 대한 행위 결정 시점에 따라 수용자에 대한 차별적 접근이 필요함을 제시한다. 예를 들어, 태도를 형성하게 되는 초기 시점에서는 개혁성향이 높은 수용자들(내재적 개혁성)에게 다른 기능 대비 차별적 우수성(상대적 장점)을 강조하는 것이 유리하며 행위 결정 단계에서는 개혁이 주는 혜택 및 자신의 생활과의 연관성(합치성)과 주변 사람들의 채택확산정도(관찰가능성)를 부각시키는 것이 유리하다. 뿐만 아니라 사회적 임계점의 강한 영향력은 잠재적 수용자들에게 주변 사람들이 선호채널 설정기능을 얼마나 채택하는지와 관련된 정보를 제공해야 한다는 시사점을 제공한다. 즉, 선호채널 설정기능 채택에 있어 수용자들은 주변사람들의 채택 정도를 고려함에도 불구하고 주변의 채택 확산의 정도를 확인하는 것이 어렵다는 점을 고려할 필요가 있다. 따라서

주변 사람들이 선호채널 설정기능을 채택했는지의 여부를 인지시켜줄 수 있는 기술적 또는 홍보적 대안은 채택의 가능성을 높일 수 있는 방법이 될 수 있다.

다른 연구들과 마찬가지로 본 연구 역시 여러 가지 한계점들을 가지고 있다. 먼저, 지각된 개혁의 특성 변인들을 단일문항으로 측정하였다는 점이다. 변인의 타당성과 신뢰도 확보를 위해서는 복수의 문항을 이용하여 변인을 측정할 필요가 있다. 그러나 본 연구의 경우 설문지에 포함되는 문항들의 수가 많아서 이를 축소할 필요가 있었으며, 이 과정에서 상대적으로 개념적으로 분명하다고(즉, 내용타당도가 높다고) 판단되는 개혁의 특성 변인들의 경우에는 각각 단수의 문항만 사용하였다. 또한 일부 기존 연구들에서도 해당 변인들을 측정하는 데 단일 측정문항들을 이용하였다(반현·민인철, 2007; 장병희·김영기, 2007). 그러나 추후 연구에서는 복수문항을 통해 변인들의 타당도와 신뢰도를 확보할 필요성이 제기된다.

이 연구는 비이용자를 대상으로 선호채널 설정기능의 채택을 설명했다는 점에서 실제 채택 행위를 설명하는 데는 어느 정도 한계점을 가지고 있다. 또한 실제 채택 행위에 대한 결정요인이 아직 검증되지 않았다는 점에서 이용자를 대상으로 한 탐색적인 접근이 선호채널 설정기능 채택을 더 명확하게 설명해 줄 수도 있을 것이다. 이용과 충족 접근은 이러한 한계점들을 보완해 줄 수 있는 적절한 방법이 될 수 있다. 실제 이용자를 대상으로 해당 기능을 이용하는 동기의 차원을 탐색하고 이와 함께 개혁성, 레퍼토리선정, 채널전환과 같은 개인적 성향과 사회적 영향 변인들의 영향력을 이용자와 비이용자 간에 비교하는 후속 연구가 진행될 필요가 있다.

한편 선호채널 설정기능에 영향을 미치는 요인을 파악하는데 있어 모집단을 더 세분화하여 분석하지 못했다는 점이 한계로 지적될 수 있다. 또한 다채널 환경에서의 시청패턴으로 선호채널 설정기능의 이용이 산업적인 측면에 미치는 영향을 추가적으로 연구해볼 필요가 있다. 선호채널 설정기능이 활성화 된다면 채널 간 부익부 빈익빈 현상을 강화시킬 수 있고 신규 채널에 대한 진입장벽이 될 수 있기 때문이다.

## ■ 참고문헌

- 강남준·이종영·이혜미 (2008). 군집분석 방법을 사용한 미디어 레퍼토리 유형별 분석. 『한국방송학보』, 22권 2호, 7~46.
- 김민규·김주환 (2006). 잠재적 사용자의 성향이 DMB 사용의도에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국방송학보』, 20권 5호, 7~36.
- 김병선 (2004). 웹 이용 행위에 영향을 미치는 심리적 요인과 구조적 요인. 『한국언론학보』, 48권 1호, 112~141.
- 박인곤·강형구 (2007). 디지털 케이블TV 수용자의 이용과 충족, 디지털 케이블 수용 여부에 대한 잠재적 변수의 영향에 관한 연구. 『한국방송학보』, 21권 6호, 156~192.
- 박용석·강경철·이상우 (2010). 통신 결합서비스 채택 요인 분석에 따른 마케팅적 함의. 『사이버커뮤니케이션학보』, 27권 4호, 163~208.
- 반현·민인철 (2007). 동영상 UCC 제작자, 단순이용자 그리고 비이용자의 특성에 관한 탐색적 연구: 개혁 확산이론을 중심으로. 『한국언론학보』, 51권 4호, 407~436.
- 심미선 (2005). 지상파 텔레비전에서의 프로그램 레퍼토리 연구: 평일, 주말 저녁 시간대를 중심으로. 『한국방

- 송학보, 19권 2호, 85~124.
- 심미선 (2010). 다중 미디어 이용 연구에 관한 비판적 고찰: 미디어 레퍼토리를 중심으로. 『언론정보연구』, 47권 2호, 40~73.
- 양희동 · 최인영 (2001). 사회적 영향이 정보 시스템 수용에 미치는 영향: 정보기술수용모형(Technology Acceptance Model)에서. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 11(3), 165~184.
- 윤석민 (1996). 케이블 TV의 도입이 TV 시청 관련 활동에 미치는 영향에 관한 연구. 『한국언론학보』, 38호(10월호), 5~42.
- 이상식 · 김관규 (2001). 케이블TV의 채널 레퍼토리에 관한 연구: 다양성과 분극화를 중심으로. 『한국언론학보』, 45권 3호, 268~297.
- 임정수 (2003). 인터넷 이용패턴에 대한 연구: 채널 레퍼토리 형성고 수용자 집중 현상을 중심으로. 『한국언론학보』, 47권 2호, 282~305.
- 장병희 (2007). UCC 채택 영향요인 분석-통합적 접근. 한국언론학회 <모색과 도전> 2차 세미나, 1~23.
- 장병희 · 김영기 (2007). 트리플 플레이 서비스 채택의도에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구; 대학생집단을 대상으로. 『한국방송학보』, 21권 5호, 5~21.
- 조성동 · 강남준 (2008). 다채널 수용자의 채널이용 집중과 분극: 채널레퍼토리 구성차이에 따른 채널이용행태 분석을 중심으로. 『한국방송학보』, 52권 4호, 152~178.
- 조경이 (2005). 개혁확산모델에 따른 위성 DMB의 초기 수용자 연구. 『커뮤니케이션과학』, 22권, 109~131.
- 최동수 (2002). 『정보사회의 이해』. 법문사.
- 최양수 · 장성아 (1998). 케이블 텔레비전 수용자의 채널레퍼토리(repertoire)분석; 유관 변인간 상관 및 채널별 시청 패턴을 중심으로. 『한국방송학보』, 3권, 323~353.
- 황용석 (2002). 웹 레퍼토리와 집중도 연구; 웹 트래픽 데이터 분석을 통해. 『방송연구』, 54호, 371~398.
- Bandura, A. (1986). *Social Foundation of Thought and action*. Englewood Cliffs, NJ: Prentis-Hall.
- Chan-Olmsted, S. M., & Chang, B. H. (2006). Audience knowledge, perceptions and factors affecting the adoption intent of terrestrial digital television. *New Media & Society*, 8(5), 773~800.
- Copeland, G. A. & Schweitzer, K. (1993). *Domination of the remote control during family viewing*. In J. R. Walker & R. V. Bellamy, Jr. (Eds.), *The remote control in the new age of television*(pp. 155~168). Westport, CT: Praeger.
- Dearing, J. W. (2009). Applying Diffusion of Innovation Theory to Intervention Development. *Research on Social Work Practice*, 19(5), 503~518.
- Dutton, W. H., Rogers, E. M., & Jun, S. H. (1987). Diffusion and Social Impacts of Personal Computers. *Communication Research*, 14(2), 219~250,
- Eastman, S. T., & Newton, G. D. (1995). Delineating grazing: Observations of remote control use. *Journal of Communication*, 45(1), 77~95.
- Ferguson, D. A. (1992). Chanel repertoire in the presence of remote control devices, VCRs, and cable television. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 36(1), 83~91.
- Ferguson, D. A., & Melkote, S. R. (1997). Leisure Time and Channel Repertoire in a Multichannel Environment. *Communication Research Reports*, 14(2), 189~194.
- Ferguson, D. A., & Perse, E. M. (1993). Media and audience influence on channel repertoire. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 37(1), 31~47.
- Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. Upper Saddle

- River, NJ: Prentice Hall.
- Heeter, C. (1985). Program selection with abundance of choice. *Human Communication Research*, 12(1), 126~152.
- Heeter, C., D'Alessio, D., Greenberg, B., & Cheung, D. (1983). *Cableviewing*. Paper presented at the convention of the International Communication Associagiton, Dallas.
- Hsu, C. L., Lu, H. P., & Hsu, H. H. (2006). Adoption of the mobile Internet: An empirical study of multimedia message service (MMS). *The international journal of management science*, 35(6), 715~726.
- Kang, M. (2002). Digital Cable: Exploring factors associated with early adoption. *Journal of Media Economics*, 15(3), 193~207.
- Kline, R. B. (1998). *Principles and Practices of Structural Equation Modeling*. New York: Guilford Press.
- Kulviwat, S., Gordon, C., Bruner II, & Al-Shuridah, O. (2009). The role of social influence on adoption of high tech innovations: The moderating effect of public/private consumption. *Journal of Business Research*, 82(7), 706~712.
- LaRose, R., & Atkin, R. (1988). Satisfaction, Demographic, and Media Environment Predictors of Cable Subscription. *Journal of Broadcasting and Eletronic Media*, 32(4), 403~413.
- Nicol, G. E., Morrato, E. H., Johnson, M. C., Campagna, E., Yingling, M. D., Pahn, V., & Newcomer, J. W. (2011). Best practices: implementation of a glucose screening program based on diffusion of innovation theory methods. *Psychiatric services*, 62(1), 12~14.
- Midgley, D. F., & Dowling, G. R. (1978) Innovativeness: The concept and ite measurement. *Journal of Consumer Research*, 4(4), 229~242.
- Moore, G. C., & Benbasat, I. (1991). Development of instrument to measure the perceptions of adopting an information technology innovation. *Information System Research*, 2(3), 192~222.
- Mun, Y. Y., Jackson, J. D., Park, J. S., & Probst, J. C. (2006). Understanding information technology acceptance by individual professionals: toward an integrative view. *Information & Management*, 43(3), 350~363
- Neuendorf, K. A., Atkin, D. J., & Jeffers L. W. (2001). Reconceptualizing Channel Repertoire in the Urban Cable Environment. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(3), 464~482
- Oliver, P., Marwell G., & Teixeira R. (1985). Interdependence, Group Heterogeneity, and the Production of Collective Action. *American Journal of Sociology*, 91(3), 552~556. Reconceptualizing Channel Repertoire in the Urban Cable Environment; Neuendorf, Kimberly A.; Atkin, David J.; Jeffres, Leo W.
- Ong, J. W., Poong, Y. S., & Ng, T. H. (2008). 3G service adoption among university students: Diffusion of Innovation Theory. *Communications in IBIMA*, 3(16), 114~121.
- Ostlund, L. E. (1974). Perceived Inovation Attributes as Predictors of Innovativeness. *Journal of Consumer Research*, 1(2), 23~29
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovation*(5th ed.). New York: Free Press.
- Salancik, G. R., & Pfeffer, J. (1978). Social information-processing approach to job attitudes and task design. *Administrative Science Quarterly*, 23(2), 224~253.
- Slyke, C. V., Ilie, V., Lou, H., & Stafford, T. (2007). Perceived critical mass and the adoption of a communication technology. *European Journal of Information Systems*, 16, 270~283.
- Straub, E. T. (2009). Understanding Technology Adoption: Theory and Future Directions for Informal Learning. *Review of Educational Research*, 79(2), 625~649.
- Todreas, T. (1999) *Value Creation and Branding in Television's Digital Age*, Westport CT: Quorum Books.
- Webster, J. G., & Wakshlag, J. J. (1983). A theory of television program choice. *Communication Research*, 10,

430~446.

Webster, J. G., & Phalen, P. F. (1997). *The Mass Audience: Rediscovering the Dominant Model*. Lawrence Erlbaum Associates, Publishers. Mahwah, New Jersey.

Webster, J. G. (2005). Beneath the veneer of fragmentation: Television audience polarization in a Multichannel World. *Journal of Communication*, 55(2), 366~382.

Yim, J. (2003). Audience concentration in the media: cross-media comparisons and the introduction of the uncertainty measure. *Communication Monographs*, 70(2), 114~128.

Yuan, E., & Webster, J. G. (2006). Channel repertoires: Using peplemeter data in Beijing. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 50(3), 524~536.

<http://www.kcc.go.kr>

<http://www.nielsen.com>

(투고일자: 2011. 8. 31, 수정일자: 2012. 4. 26, 게재확정일자: 2012. 5. 2)

ABSTRACT

**Factors Affecting the Intention to use the Favorite Channel Function:  
Focusing on Innate Innovativeness and Perceived Characteristics of  
Innovation, Viewing Behavior, and Social Influence**

Hong-Gab Lim · Byeng-Hee Chang · Sang-Hyun Nam · Sang-Ki Baek

Considering the growing importance of TV favorite channel setting function due to the rapid increase of number of TV channels, this study tried to find factors which affect the attitude toward and intention to use the favorite channel setting function. As related theories, this study used theory of diffusion of innovation, channel repertoire, channel changing behaviors, and social influences and suggested research hypotheses and questions based on the theories. After collecting data through online survey of 192 general audience, this study empirically analyzed the data by using multiple regression analysis. The result showed that innate innovativeness, relative advantage and social critical mass affected attitude toward using the favorite channel setting function and that compatibility, visibility, social critical mass influenced intention to use the function.

Keywords: favorite channel, bookmarking, innovation diffusion theory, channel repertoire, arrowing, scanning, social image, social critical mass