
계획행동이론을 통해서 본 팟캐스트 이용행태: 국내 팟캐스트 이용자를 대상으로

홍숙영*, 조승호**

Explore to Use of Pod cast Through Theory of Planned Behavior: The Case of Korean Pod casting Users

Hong, Sook-Yeong*, Cho, Seung-Ho**

요약 본 연구의 목적은 새로운 매체로 확산 중에 있는 팟캐스트 이용자들의 이용행동을 연구하기 위한 것이다. 본 연구는 팟캐스트의 이용동기를 살펴보는 한편 계획행동이론의 독립변인들인 팟캐스트 이용에 대한 사회적 규범, 이용태도, 자기효능감이 팟캐스트 이용행동에 미치는 영향은 무엇인지를 살펴보고자 한다. 연구결과 팟캐스트의 이용동기는 생활정보추구, 오락추구, 전문정보추구, 현실도피 등으로 나타났다. 특히 이용동기 가운데 생활정보추구와 현실도피 요인이 팟캐스트 이용빈도에 유의미한 영향을 주는 것으로 조사되었다. 계획행동이론은 팟캐스트 이용행동을 유의미하게 설명하는 모델인 것으로 나타났으며, 그 중 자기효능감이 중요한 변인인 것으로 분석되었다.

주제어 : 팟캐스트, 팟캐스팅 이용동기, 정보추구동기, 계획행동이론, 자기효능감.

Abstract The purpose of this current study is to explore use of pod casting. First, the study investigated types of motivation for using pod casting. Secondly, based on theory of planned behavior, we analyzed how social norm, attitude, and self-efficacy regarding using of pod casting influence people's using behavior of pod casting. We found the four different types of motivation for using pod casting: Everyday life information, entertainment, flee from reality, and professional information. Regarding theory of planned behavior, the theory was significant model to explain use of pod casting, and self-efficacy was the most significant variable to predict use of pod casting.

Key Words : Pod-cast, Motivation for Pod-casting Use, Information Seeking, Theory of Planned Behavior, Self-efficacy.

1. 서론

팟캐스트(pod cast)는 애플의 아이팟(ipod)과 방송(broadcasting)이 결합하여 탄생한 새로운 매체로 방송국이나 개인이 제공하는 음악방송 등의 콘텐츠를 청취자가 인터넷으로 다운받아 PC나 MP3 플레이어 등의 휴대기기에서 이용할 수 있는 서비스를 의미한다[5]. 팟캐스트는 2005년 뉴 옥스퍼드 아메리칸 사전에 실리면서 새로운 매체로 자리매김하게 되었다[14].

해외에서는 특히 교육 분야에서 팟캐스트의 활용이 활발하였으며, 따라서 이와 관련한 연구도 상당히 진행되었다. 팟캐스트 이용자의 행동에 관한 연구를 비롯하여[10] 교육적 도구로서의 팟캐스트 이용에 관한 다양한 연구들이 진행되었다[9].

제작과 이용이 용이하여 스마트미디어 시대에 적합한 팟캐스트의 국내 도입은 비교적 늦은 시기에 이루어졌으며, 이와 관련한 국내 연구는 이제 시작 단계에 있다. 미국의 경우 교육이나 오락적 기능으로 팟캐스트가 활용되

*한세대 미디어영상학부 부교수

**숭실대 글로벌통상학과 조교수(교신저자)

논문접수: 2013년 2월 1일, 1차 수정을 거쳐, 심사완료: 2013년 2월 15일, 확정일: 2013년 2월 20일

고 있는 것에 비해 한국은 수년 동안 팟캐스트의 이용이 부진하였다. 그 이유는 팟캐스트가 애플의 아이팟을 서비스 기반으로 한 데서 기인한 것으로 볼 수 있는데, 국내에서 애플관련 기기의 이용이 부진하기 때문인 것으로 풀이된다.

이러한 상황은 한국에 아이폰 기기의 보급이 늘어나면서 달라지고 있는데, 아이튠즈 서비스 이용자들이 증가하고 이에 따라 팟캐스트에 대한 관심도 증대되는 추세이다. 특히 정치적 이슈를 패러디한 팟캐스트 콘텐츠 ‘나는 꼼수다’가 아이튠즈 팟캐스트 국내 1위를 차지하면서 크게 인기를 끌게 되었고, ‘나꼼수’ 호외편은 2012년 8월 23일 미국 아이튠즈 팟캐스트에서 1위를 기록한 바 있다[2]. 이러한 사회적 분위기와 함께 국내에서도 ‘나꼼수’를 중심으로 팟캐스트에 대한 관심이 증폭되었으며 ‘나꼼수’와 관련한 연구들이 진행되었다. 그러나 이러한 연구들은 팟캐스트에 초점을 맞춘 것이 아니라 팟캐스트의 콘텐츠를 중심으로 하고 있어 새로운 매체로서의 팟캐스트에 관한 논의는 부족한 실정이다.

이에 따라 본 연구는 미디어로서 팟캐스트의 기능에 주목하여 국내 팟캐스트 이용자를 대상으로 팟캐스트의 이용동기, 태도, 그리고 팟캐스트 확산에 영향을 미친 변인들을 탐구하고자 한다.

2. 기존 문헌 고찰

2.1 팟캐스트 관련 국내 연구

팟캐스트와 관련한 연구가 국내에서 발표되기 시작한 것은 극히 최근의 일이다. 국내에서 팟캐스트를 중심으로 한 논문은 주로 정치와 언론 분야에서 발표되었는데, 대부분이 ‘나는 꼼수다’와 관련된 것들이다. 이는 해외 연구들이 주로 팟캐스트의 교육적 기능에 중점을 두고 이루어진 것과는 상당히 거리가 있는데, 연구자들이 ‘나꼼수’의 사회적 영향력에 주목하여 현상을 인식하였기 때문인 것으로 보인다.

곽정원과 정성은은 팟캐스트 ‘나는 꼼수다’를 중심으로 새로운 정치 미디어로 등장한 정치 팟캐스트의 정치적 영향력 지각 및 제삼자 지각에 대해 연구하였다[1]. 이기형 등(2012)은 텍스트분석과 기사분석, 서면 인터뷰 등의 방법으로 팟캐스트 ‘나는 꼼수다’의 정치사회적인 기능과 한계를 조망하였다[4]. 원숙경과 윤영태는 폭스의

비판미디어 개념을 도입하여 팟캐스트를 활용한 대항 공론장의 가능성을 모색하였는데, ‘나는 꼼수다’가 콘텐츠 측면에서 대중들의 정서를 잘 반영하고 있으며, 불평등에 대한 배출구 역할을 할 뿐 아니라 대중들이 이해하기 쉬운 정서와 언어로 공감대를 형성하고 있다고 하였다[3].

차은호와 진영재는 소셜 데이터에 대한 ‘티핑 포인트’ 분석을 통해 ‘나는 꼼수다’에 대한 일반인들의 인지도를 높이는 데 있어서 온·오프 라인상 언론 보도들이 중요한 매개 역할을 하였다고 주장하였다[7]. 이정기·김현수는 정치 팟캐스트 이용이 수용자들의 정치 참여를 이끌어내는지를 분석하였는데, 20대 팟캐스트 이용자들의 정치효능감이 비이용자보다 높았으며, 정치 팟캐스트 이용동기 중 휴식 동기, 시간보내기 동기가 온라인 정치참여에 정적인 기여를 하였고, 대안언론 및 정보의 추구 동기, 휴식 동기, 시간보내기 동기, 정치효능감 변인이 오프라인 정치참여에 정적인 기여를 한 것으로 나타났다[6].

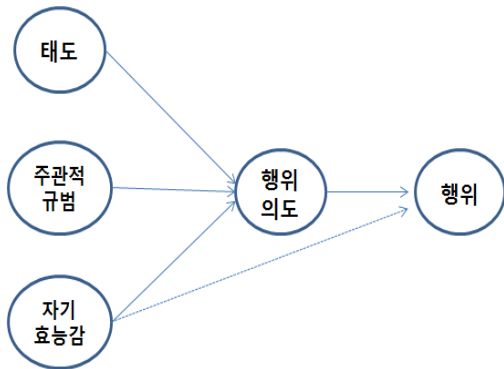
이상에서 살펴본 바와 같이 국내 팟캐스트 연구들은 ‘나는 꼼수다’를 중심으로 텍스트 분석이나 이용동기 분석을 통한 정치적 분야에 치중되어 있음을 알 수 있다. 이는 정치 팟캐스트 ‘나는 꼼수다’가 한국사회에 미친 정치적 영향력 때문으로 풀이된다.

2.2 계획행동이론(Theory of Planned Behavior)

수용자의 미디어 이용 패턴을 설명하기 위해 주로 사용되는 이론이 바로 이용과 충족이론(Uses and Gratifications Theory)이다. 이 이론은 수용자가 미디어를 어떻게 이용하는지에 대해 연구하는데 그 전제로 수용자의 능동성을 가정한다[13]. 이용과 충족 이론에서는 수용자가 사회적, 심리적 욕구에 의해 미디어에 대한 기대감을 갖게 되고, 이에 따라 다른 여러 유형의 미디어나 미디어 장르에 노출되며, 다시 미디어 노출로 인해 사용자 욕구가 충족되거나 또는 의도되지 않은 효과를 야기할 수도 있다는 점을 강조한다. 그러나 이 이론은 이용동기와 이용충족이 동어반복적이라는 이론적 한계점을 지니고 있다.

본 연구에서는 팟캐스트라는 새로운 미디어를 접한 사람들의 이용행태를 분석하기 위하여 기존에 주로 사용되고 있는 이용과 충족 이론이 아닌 계획된 행위이론을 토대로 삼고자 한다. 이 이론은 기존 연구들에서 인간의 사회적 활동을 설명하는데 유익하게 활용되어 왔으며 특히

경영학, 사회학, 심리학 분야에서 폭넓게 사용되고 있다.



[그림 1] 계획행동이론모형[12]

계획행동이론은 합리적 행위이론(theory of reasoned action)[11]을 보완한 것으로 이 이론이 특정한 ‘행위에 대한 태도(attitudes toward the behavior)’와 ‘주관적 규범(subjective norms)’이 ‘행위 의도(intentions to perform behaviors)’에 영향을 준다고 보는 데 대해 하나의 변수를 더 추가한 것이다. 계획행동이론에서는 ‘행위에 대해 지각된 통제(perceived behavioral control)’라는 요인이 추가되는데, 이 이론에 따르면 사람의 행위를 예측하게 만드는 행위 의도는 행위에 대한 태도와 주관적 규범, 그리고 행위에 대해 지각된 통제의 함수와 같다. 행위에 대해 지각된 통제는 다가올 상황에서 일을 잘 수행할 수 있을 것이라는 판단과 관련된 밴두라(Bandura)의 지각된 자기효능감과도 연결된다[8].

계획행동 이론에서 가장 중요하게 다루는 행위에 대해 지각된 통제는 행위를 잘 이행하고 통제하는지에 대한 주관적 평가로 행위 의도가 행위로 이행되기 위해서는 동기와 기회, 자원들이 영향을 미친다고 본다. 계획행동 이론에 따르면 행동에 대한 지각된 통제는 행위 의도와 함께 행위의 성취를 예측하는데 직접적으로 이용될 수 있는데, 예를 들어 똑같은 행위 의도를 지녔다 하더라도 자신의 능력에 대해 의심하는 사람보다 확신을 지닌 사람이 더 인내심을 갖고 그 일을 수행할 수 있다는 것이다[12].

3. 연구문제 및 연구방법

3.1 연구문제

본 연구에서는 계획행동 이론을 토대로 하여 국내 팟

캐스트 이용자의 이용동기를 알아보고 이용동기와 이용행태, 이용행태와 태도간의 상관관계를 살펴보고자 한다. 이와 함께 팟캐스트에 대한 사회적 규범이 팟캐스트 이용자의 이용 행위에 어떠한 영향을 미쳤는지에 대해 고찰하고자 한다.

이를 위하여 본 연구는 독립변인으로 사회적 규범, 태도, 자기 효능감을 설정하고, 종속변인으로 팟캐스트 이용빈도 및 이용시간을, 기타변인으로 팟캐스트 이용동기를 설정하였다.

본 연구의 연구문제와 연구가설을 다음과 같다.

연구문제 1. 국내 팟캐스트 이용자들의 이용동기는 무엇인가?

연구문제 2. 팟캐스트 이용동기와 팟캐스트 이용빈도 및 시간과의 관계는 어떠한가?

연구문제 3. 팟캐스트 이용동기와 태도와의 관계는 어떠한가?

연구문제 4. 팟캐스트에 대한 사회적 규범과 팟캐스트 이용 행위과의 관계는 어떠한가?

-가설4-1. 팟캐스트 이용에 대한 사회적 규범은 팟캐스트 이용행위에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

-가설4-2. 팟캐스트 이용에 대한 사회적 규범은 팟캐스트 이용행동에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

연구문제 5. 팟캐스트 이용에 대한 태도와 팟캐스트 이용빈도 및 이용시간과의 관계는 어떠한가?

-가설5-1. 팟캐스트 이용에 대한 태도는 팟캐스트 이용빈도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

-가설5-2. 팟캐스트 이용에 대한 태도는 팟캐스트 이용시간에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

연구문제 6. 팟캐스트에 대한 자기효능감과 이용빈도 및 이용시간과의 관계는 어떠한가?

-가설6-1. 팟캐스트 이용에 대한 자기 효능감은 이용빈도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

-가설 6-2. 팟캐스트 이용에 대한 자기 효능감은 팟캐스트 이용시간에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

3.2 연구방법

3.2.1 표본

본 연구는 서울에 거주하는 주민들 중에 팟캐스트 이용 경험이 있는 이용자를 대상으로 설문을 실시하였다. 총 설문에 응답자는 117명이었으며 이중에 불성실한 답

변을 한 1명은 분석에서 제외시켰다. 따라서 본 연구의 최종 분석대상은 총 116명이었다. 아래 표는 설문응답자의 인구학적 정보이다.

〈표 1〉 응답자의 인구학적 정보

| | | 빈도 | 퍼센트(%) |
|----|-----------|----|--------|
| 성별 | 남 | 65 | 57 |
| | 여 | 49 | 43 |
| 학력 | 초등학교졸업 | 1 | .9 |
| | 중학교졸업 | 3 | 2.6 |
| | 고등학교졸업 | 20 | 17.5 |
| | 대학교졸업 | 78 | 68.4 |
| | 석사졸업(재학중) | 8 | 7.0 |
| | 박사졸업(재학중) | 4 | 3.5 |
| 직업 | 학생 | 37 | 32.2 |
| | 사무직 | 17 | 14.8 |
| | 기술직 | 5 | 4.3 |
| | 전문/자유직 | 19 | 16.5 |
| | 영업/서비스 | 9 | 7.8 |
| | 자영업 | 14 | 12.2 |
| | 전업주부 | 8 | 7.0 |
| | 기타 | 6 | 5.2 |
| 연령 | 20대 | 35 | 30.2 |
| | 30대 | 39 | 33.6 |
| | 40대 | 42 | 36.2 |

응답자 중 시스템 결측으로 성별에서 2명, 학력에서 2명, 직업에서 1명이 나타났다.

응답자의 인구학적요인이 팟캐스트 이용행동에 영향을 미치는지를 조사하기 위해서 각 변인들에 대한 변량분석을 실시하였다. 결과는 어느 변인도 팟캐스트 이용에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 성별의 경우 남자의 평균은 3.10, 여성은 3.26으로 유의미한 차이는 나타나지 않았다, ($F=.279$, $p\text{-value}=.599$). 학력은 초등학교 졸업 평균이 5.50, 중졸 3.66, 고졸 2.94, 대졸 3.11, 석사졸업 혹은 재학 중 3.00, 박사졸업 혹은 재학 중이 4.12로 나타났다고 평균 간에 유의한 차이는 없었다, ($F=1.313$, $p\text{-value}=.264$). 직업별 팟캐스트 이용행동은 학생평균 3.14, 사무직 3.50, 기술직 2.40, 전문/자유직 2.94, 영업/서비스 3.88, 자영업 3.14, 전업주부 2.93, 그리고 기타가 3.25로 나타났다고 평균 간에 유의한 차이는 나타나지 않았다, ($F=.917$, $p\text{-value}=.496$). 마지막으로 연령별 평균의 차이를 보면, 20대가 3.02, 30대 3.10, 40대 3.34로 나타났다고 평균 간에 유의한 차이는 나타나지 않았다, ($F=.604$, $p\text{-value}=.548$).

3.2.2 응답자의 팟캐스트 이용현황

응답자들의 팟캐스트 이용기간은 3개월이 22.4% 가장 높았다. 이는 아직 팟캐스트 이용이 대중화되지는 않았다는 점을 시사해준다. 팟캐스트 이용횟수는 주 2~3회가 29.3%로 가장 많았다. 팟캐스트 하루평균 이용시간은 15~30분 이내로 가장 높았고, 팟캐스트를 알게된 이용 경로 인터넷이 45.7%로 주요한 매체였다.

〈표 2〉 응답자의 팟캐스트 이용기간

| 이용개월 | 빈도 | 퍼센트 |
|----------|-----|-------|
| 1개월 | 25 | 21.6 |
| 3개월 | 26 | 22.4 |
| 6개월 | 20 | 17.2 |
| 9개월 | 12 | 10.3 |
| 1년 이내 | 17 | 14.7 |
| 1년 이상 | 16 | 13.8 |
| 합계 | 116 | 100.0 |
| 이용횟수 | 빈도 | 퍼센트 |
| 거의 매일 | 15 | 12.9 |
| 주 2-3회 | 34 | 29.3 |
| 주 1회 | 20 | 17.2 |
| 한달에 1-2회 | 30 | 25.9 |
| 일년에 몇 번 | 17 | 14.7 |
| 합계 | 116 | 100.0 |

〈표 3〉 팟캐스트 평균이용시간

| | | |
|-----------|-----|-------|
| 5분 이내 | 19 | 16.4% |
| 5-15분 이내 | 20 | 17.2% |
| 15-30분 이내 | 25 | 21.6% |
| 30-45분 이내 | 22 | 19.0% |
| 45-60분 이내 | 12 | 10.3% |
| 1시간 이상 | 17 | 14.7% |
| 합계 | 115 | 99.1% |
| 결측값 | 1 | .9% |

〈표 4〉 팟캐스트 이용경로

| | | |
|---------------|-----|-------|
| 친구를 통해서 | 28 | 24.1% |
| 신문 혹은 방송을 통해서 | 19 | 16.4% |
| 인터넷을 통해 | 53 | 45.7% |
| 가족을 통해 | 10 | 8.6% |
| 합계 | 110 | 94.8% |
| 결측값 | 6 | 5.2% |

4. 분석결과

4.1 측정변인

본 연구에서는 팟캐스트 이용행동을 두 가지 차원에

서 측정하였다. 팟캐스트 이용빈도와 팟캐스트 평균이용 시간을 표준화하여 사용하였다. 팟캐스트 이용동기는 기존의 인터넷 이용동기 설문문항을 구성하기 위해 사용되었던 설재순 (1998) 연구에서의 정보추구동기, 오락추구동기의 요소와 방광순 · 조명휘 (2004) 블로그 이용동기 중 현실도피를 가미 다음의 항목들을 5점 리커트 척도 (1=전혀 그렇지 않다 ~ 5=매우 그렇다)를 이용하여 측정하였다.

다음으로 팟캐스트 이용태도를 측정하기 위해서 본 연구는 기존의 계획행동이론에서 사용된 측정항목을 수정하여 사용하였다[12]. 첫째, 팟캐스트 이용은 좋은 생각이라고 본다. 둘째, 팟캐스트 이용은 현명한 선택이다. 셋째, 팟캐스트 이용은 유익하다. 이들 항목에 대해서 5점 리커트 척도를 사용하여 (1=전혀 그렇지 않다 ~ 5=매우 그렇다) 측정하였다.

팟캐스트 이용에 대한 사회적 규범 역시 기존 계획행동이론에서 사용된 항목을 일부 수정하여 사용하였다 [12]. 첫째, 나에게 영향력을 미치는 사람들은 내가 팟캐스트를 사용해야 한다고 생각한다. 둘째, 내게 중요한 사람들은 내가 팟캐스트를 사용해야 한다고 생각한다. 이들 항목에 대해서 5점 리커트 척도(1=전혀 그렇지 않다 ~ 5=매우 그렇다)를 사용하여 측정하였다.

팟캐스트 이용에 대한 자기효능감을 측정하기 위해본 연구는 기존 계획행동이론에서 사용했던 측정항목을 본 연구에 맞게 일부 수정하였다[12]. 측정된 항목은 첫째, 팟캐스트 사용은 나에게 쉽다. 둘째, 다른 사람의 도움없이 나 혼자 스스로 팟캐스트를 사용할 수 있다. 셋째, 나는 자유자재로 팟캐스트를 이용할 수 있다. 이들 항목에 5점 리커트 척도(1=전혀 그렇지 않다 ~ 5매우 그렇다)를 사용하여 측정하였다.

4.2 신뢰도와 타당도 분석

각 측정변인들의 신뢰도와 타당도 검증을 위해서 먼저 요인분석을 실시하였다.

다음은 팟캐스트 이용행동에 대한 타당도와 신뢰도 검증을 위해서 요인분석과 Cronbach's 알파계수를 제시한 것이다. 분석 결과 두 항목에서 하나의 요인으로 추출되었고, Cronbach 알파 계수는 .725로 비교적 높게 나타났다.

이용동기에 대한 요인분석결과 타당도 검증에 사용되는 Cronbach알파 값을 제시한 표이다.

〈표 5〉 팟캐스트 이용동기 요인별 측정항목

| 요인 | 문항 | 요인 적재량 | Cronbach's a |
|--------------------|---|--------|--------------|
| 팟캐스트 이용에 대한 사회적 규범 | 나에게 영향력을 미치는 사람들은 내가 팟캐스트를 사용해야한다고 생각한다 | .792 | .725 |
| | 내게 중요한 사람들은 내가 팟캐스트를 사용해야 한다고 생각한다 | .792 | |

〈표 6〉 팟캐스트 이용동기 요인별 측정항목

| 요인 | 문항 | 요인 적재량 | Cronbach's a |
|----------|--------------------------|--------|--------------|
| 생활 정보 추구 | 학습목적을 위해서 | .807 | .819 |
| | 생활의 편의를 위해서 | .716 | |
| | 정보를 저렴하게 얻을 수 있어서 | .693 | |
| | 팟캐스트로 부터 얻은 정보가 유용하기 때문에 | .661 | |
| 오락 동기 | 많은 양의 정보를 얻기 위해서 | .615 | .830 |
| | 즐거움을 얻기 위해서 | .875 | |
| | 재미를 찾기 위해서 | .844 | |
| | 흥미있는 정보를 찾기 위해서 | .756 | |
| 전문 정보 추구 | 휴식을 갖기 위해서 | .564 | .703 |
| | 세상이 돌아가는 것을 알고 | .821 | |
| | 전문적인 정보를 얻기 위해서 | .656 | |
| 현실 도피 | 다양한 정보에 빠르고 쉽게 접근할 수 있어서 | .562 | |
| | 지금의 현실에서 벗어나기 위해서 | .837 | |
| | 정신적 위안을 얻기 위해서 | .789 | |

이용태도에 대한 타당도와 신뢰도 검증을 위해서 요인분석과 Cronbach 알파 값을 구하였다. 아래 표에서 보이는 것처럼 팟캐스트 이용태도에 대한 항목은 1개의 요인으로 추출되었고 설명력도 87.25% 높게 나타났으며, 신뢰도 검증결과 Cronbach 알파 값이 .927로 매우 높게 나타났다.

〈표 7〉 팟캐스트 이용태도 요인별 측정항목

| 요인 | 문항 | 요인 적재량 | Cronbach's a |
|-----------|----------------------|--------|--------------|
| 팟캐스트 이용태도 | 팟캐스트 이용은 유익하다 | .863 | .927 |
| | 팟캐스트 이용은 현명한 선택이다 | .877 | |
| | 팟캐스트 이용은 좋은 생각이라고 본다 | .878 | |

사회적 규범에 대한 타당도 검증하기 위해서 요인분석과 Cronbach 알파 값을 구하였다. 먼저 요인분석 결과 두 항목은 매우 타당도가 높은 것으로 판명되었고 총변량도 94.46%로 매우 높았다. Cronbach 알파 값은 .941로 높게 나타났다

〈표 8〉 사회적 규범에 대한 요인 측정항목

| 요인 | 문항 | 요인적재량 | Cronbach's a |
|--------------------|--|-------|--------------|
| 팟캐스트 이용에 대한 사회적 규범 | 나에게 영향력을 미치는 사람들은 내가 팟캐스트를 사용해야 한다고 생각한다 | .972 | .941 |
| | 내게 중요한 사람들은 내가 팟캐스트를 사용해야 한다고 생각한다 | .972 | |

팟캐스트 이용에 대한 자기 효능감의 타당도와 신뢰도 검증을 위해서 요인분석과 Cronbach 알파 값을 구하였다. 세 개 항목에 대해서 한 개의 요인으로 추출되었고 총변량은 83.45%였으며, 요인적재량 역시 높게 나타났다. 신뢰도의 정도를 보여준 Cronbach 알파 값 역시 .900으로 높은 신뢰도를 보여주고 있다.

〈표 9〉 팟캐스트 이용 자기효능감 요인 측정항목

| 요인 | 문항 | 요인적재량 | Cronbach's a |
|--------------------|---------------------------------|-------|--------------|
| 팟캐스트 이용에 대한 자기 효능감 | 팟캐스트 사용은 나에게 쉽다 | .889 | .900 |
| | 다른 사람의 도움없이 나 혼자 스스로 팟캐스트를 사용한다 | .926 | |
| | 나는 자유자재로 팟캐스트를 이용할 수 있다. | .924 | |

4.3 연구결과

연구문제 1.

본연구는 팟캐스트 이용동기를 측정하기 위해서 기존의 인터넷 이용동기, 혹은 뉴테크놀러지 이용동기에서 사용된 측정항목을 이용하여 팟캐스트 이용동기의 요인 분석을 실시하였다.

본 연구에서 팟캐스트 이용동기를 분석한 <표 6>에서 보이는 바와 같이 생활정보추구, 오락 및 휴식, 전문정보추구, 현실도피 등이 나타났다. 이들 항목의 설명력 역시 높게 나타났다.

연구문제 2.

연구문제 2는 이용동기와 팟캐스트 이용행동 간에 관계를 밝히기 위한 것이다. 즉 팟캐스트 이용동기 중에 어떠한 변인이 팟캐스트 이용행동을 잘 예측하는 가를 살펴보기 위한 것이다. 단순회귀분석 결과를 보면 생활정보추구와 현실도피요인이 팟캐스트 이용행동을 유의하게 예측하는 것으로 판명되었다. 더불어 이 모델은 종속변인에 대해서 18%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다.

〈표 10〉 이용동기와 팟캐스트 이용행동의 다중회귀분석

| | 비표준화 계수 | | 표준화 계수 | t | p값 |
|--------------------------------------|---------|------|--------|-------|------|
| | B | SE | β | | |
| 상수 | .577 | .662 | | .928 | .356 |
| 생활정보추구 | .405 | .202 | .228 | 2.008 | .047 |
| 오락및휴식 | .123 | .175 | .073 | .705 | .482 |
| 전문정보추구 | .021 | .187 | .012 | .111 | .912 |
| 현실도피 | .337 | .140 | .236 | 2.401 | .018 |
| R ² =18.0% F=5.997 p=.000 | | | | | |

연구문제 3.

연구문제 3은 팟캐스트 이용동기와 팟캐스트 이용태도와의 관계에 관한 것이었다. 팟캐스트의 어떠한 이용동기가 팟캐스트 이용태도와 긍정적인 관계를 갖는지 살펴보기 위해서 상관관계 분석을 실시하였다. 팟캐스트 이용태도와 가장 상관관계가 높은 것은 생활정보추구(r=.517)였으며, 그 다음으로는 전문정보추구(r=.508)로 나타났다.

〈표 11〉 팟캐스트 이용태도와 팟캐스트 이용동기 상관분석

| 변수 | 팟캐스트 이용태도 | 생활정보추구 | 오락 및 휴식 | 전문정보추구 | 현실도피 |
|-----------|-----------|---------|---------|--------|------|
| 팟캐스트 이용태도 | 1 | | | | |
| 생활정보추구 | .517** | 1 | | | |
| 오락 및 휴식 | .378** | .426*** | 1 | | |
| 전문정보추구 | .508** | .612** | .377** | 1 | |
| 현실도피 | .293** | .295** | .468** | .304* | 1 |

** 상관계수는 0.01수준에서 유의함

*** 상관계수는 0.001수준에서 유의함

연구문제 4. 계획행동이론과 팟캐스트 이용행동

연구문제 4에서는 계획행동이론을 통해서 팟캐스트 이용행동을 설명하고자 하였다. 계획행동이론에서 주요한 독립변인들인 사회적 규범, 태도, 자기효능감이 팟캐스트 이용행동에 어떻게 영향을 미치는 지 살펴보았다. 이를 위하여, 각각의 변인들에 대한 단순회귀를 실시하였다.

연구가설 4-1. 팟캐스트 이용에 대한 사회적 규범과 팟캐스트 이용행동과 관련하여 아래 표에서 제시된 것처럼 팟캐스트 이용에 대한 사회적 규범은 팟캐스트 이용행동을 유의미하게 예측하는 것으로 나타났다.

<표 12> 사회적 규범과 팟캐스트 이용의 단순회귀분석

| | 비표준화계수 | | 표준화계수 | t | p값 |
|-------------------------------------|--------|------|-------|-------|------|
| | B | SE | β | | |
| 상수 | 2.383 | .361 | | 6.608 | .000 |
| 팟캐스트이용에 대한 사회적규범 | .302 | .131 | .212 | 2.301 | .023 |
| R ² =4.5% F=5.296 p=.023 | | | | | |

연구가설 4-2. 팟캐스트 이용태도와 팟캐스트 이용행동과 관련하여 단순회귀분석 결과 팟캐스트 이용태도는 팟캐스트 이용행동을 긍정적으로 예측하는 것으로 나타났다.

<표 13> 팟캐스트 이용태도와 이용행동 간의 단순회귀분석

| | 비표준화계수 | | 표준화계수 | t | p값 |
|-------------------------------------|--------|------|-------|-------|------|
| | B | SE | β | | |
| 상수 | .567 | .551 | | 1.029 | .306 |
| 팟캐스트이용태도 | .749 | .156 | .412 | 4.811 | .000 |
| R ² =17% F=23.148 p=.000 | | | | | |

연구가설 4-3. 팟캐스트 이용에 대한 자기 효능감과 팟캐스트 이용행동과 관련하여 아래 표의 결과와 같이 팟캐스트 이용에 대한 자기효능감은 팟캐스트 이용행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 판명되었다.

<표 14> 자기효능감과 팟캐스트 이용행동 간의 단순회귀분석

| | 비표준화계수 | | 표준화계수 | t | p값 |
|---------------------------------------|--------|------|-------|-------|------|
| | B | SE | β | | |
| 상수 | .280 | .501 | | .559 | .577 |
| 팟캐스트 이용에 자기효능감 | .812 | .137 | .489 | 5.909 | .000 |
| R ² =23.9% F=34.919 p=.000 | | | | | |

계획행동이론의 설명력을 살펴보기 위해 계획행동이론의 주요변인들을 다중회귀를 통해서 분석하였다. 위계적 회귀분석 방법을 이용해서 사회적 규범, 태도, 자기 효능감 등이 팟캐스트 이용행동에 어떻게 영향을 미치며, 계획행동이론의 설명력은 어떠한지 살펴보았다.

<표 15> 계획행동이론의 독립변인들의 위계적회귀분석

| | 비표준화계수 | | 표준화계수 | t | p값 | R Square | R Square Change |
|-----------|--------|------|-------|------|------|----------|-----------------|
| | B | SE | β | | | | |
| 사회적 규범 | .296 | .132 | .208 | 2.23 | .027 | .043 | .043 |
| 사회적 규범 | .110 | .130 | .077 | .84 | .390 | .180 | .137 |
| 팟캐스트 이용태도 | .712 | .166 | .393 | 4.29 | .000 | | |
| 사회적 규범 | .122 | .124 | .086 | .98 | .329 | .261 | .080 |
| 팟캐스트 이용태도 | .243 | .209 | .134 | 1.16 | .246 | | |
| 자기 효능감 | .634 | .184 | .382 | 3.44 | .001 | | |

계획행동이론의 독립변인들을 고려한 모델의 경우 유의미한 결과가 나타났고 <표 15>에서 보듯 모델이 26.1%의 설명력을 갖는 것으로 나타났다. 그리고 한 개의 변인들을 추가할 때마다 설명력은 증가하는 것으로 나타났다. 세 개의 변인들을 동시에 고려했을 때 팟캐스트 행동에 유의미한 변인은 자기 효능감으로 나타났다.

5. 결론 및 제언

본 연구결과를 살펴보면 우선 요인분석을 한 결과 생

활정보추구, 오락동기, 전문정보추구, 현실도피로 동기 유형으로 분류되었는데, 특히 이용동기 가운데 생활정보추구와 현실도피 요인이 팟캐스트 이용빈도에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다. 새로운 미디어인 팟캐스트를 통해 이용자들이 새롭게 다양한 생활정보를 습득하고자 하며, 이를 통해 올드 미디어나 뉴미디어에 상관없이 미디어이용의 가장 중요한 동기 중의 하나가 정보추구 요인이라는 것을 알 수 있다. 이와 함께 팟캐스트라는 새로운 매체가 정보 획득보다는 오히려 복잡하고 불편한 현실에서 벗어나는 도구로 활용하고자 하는 경우에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이용동기와 팟캐스트 이용태도와의 상관관계 분석에서는 모든 이용동기가 팟캐스트 이용태도와 긍정적인 상관관계를 갖는 것으로 나타났다. 그 중 생활정보추구와 전문정보추구가 팟캐스트 이용태도와 관계가 높았다. 본 연구에서 팟캐스트 태도는 팟캐스트 이용이 유익하는가에 대한 평가로 팟캐스트에 대해 정보 추구동기를 가진 사람이 팟캐스트 이용이 많다는 것을 알 수 있다.

한편 본 연구에서 이론적 배경으로 도입한 계획행동 이론의 독립변인들 가운데 사회적 규범 요인은 팟캐스트 이용태도에 긍정적인 영향을 미쳤으며, 팟캐스트 이용행동에도 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 팟캐스트의 이용에 대한 태도 역시 팟캐스트 이용행동에 유의미한 영향을 주었으며, 계획된 행위이론에서 중요하게 고려되는 자기효능감도 팟캐스트 이용행동에 긍정적인 영향을 주는 것으로 분석되었다.

본 연구에서 모든 변인을 고려했을 때 계획행동 이론은 팟캐스트 이용행동을 설명하는데 매우 유용한 모델이라는 것이 판명되었다. 더불어 계획행동이론의 세 개 변인들을 모두 고려했을 때 팟캐스트 이용행동에 유의미한 영향을 미치는 것은 자기 효능감인 것으로 나타났다. 이러한 결과는 팟캐스트 이용에 있어 자신감 및 이용능력이 팟캐스트 이용행동에 유의미한 원인인 것으로 해석될 수 있다. 팟캐스트는 아직 대중화된 매체는 아니며 초기 수용단계에 있다고 할 수 있다. 본 연구의 결과를 종합해보면 매체의 확산이 대중화되지 않는 단계에서 새로운 매체에 대한 사용은 자기 효능감과 관련이 높다고 볼 수 있다. 또한 계획행동 이론이 팟캐스트의 이용행동을 설명하는데 효과적인 모델이라고 할 수 있다.

이와 같은 연구결과에도 불구하고 본 연구는 몇 가지 한계를 지닌다. 첫째, 팟캐스트의 이용동기를 파악하는데

있어서 설문조사도 효과적인 방법이지만, 인터뷰를 통한 보다 심도 있는 이용자의 이용동기를 파악하여 설문 의 한계를 극복하는 연구의 보완이 필요하다고 사료된다. 둘째, 본 연구에서 이론적 배경으로 계획행동이론을 제시하였는데, 팟캐스트가 새로운 매체의 확산이라는 점에서 개혁 확산이론의 적용도 의미 있는 작업이라고 생각한다. 이러한 한계를 보완할 수 있는 후속 연구를 통해 새로운 매체에 대한 학문적 성과를 기대할 수 있을 것이다.

참 고 문 헌

- [1] 광정원, 정성은(2012), "정치 팟캐스트의 제삼자 지각 영향 요인에 관한 연구:팟캐스트 "나는 꿈수다"의 영향력 지각을 중심으로", 한국언론학회, 2012년 가을철 정기학술대회 언론학의 경계: 세우기와 허물기, p.69. 언론과 사회.
- [2] 김명현. '나는 꿈수다' 호외편, 아이튠즈 팟캐스트 북미 1위 기록. 2011.08.23
http://10.asiae.co.kr/Articles/new_view.htm?a_id=2011082314155543829
- [3] 원숙경, 윤영태(2012). 사이버커뮤니케이션학보, 제29권 3호.
- [4] 이기형, 이영주, 황경아, 채지연, 천혜영, 권숙영(2012). "나꿈수 현상"이 그려내는 문화정치의 명암, 권력-대항적인 정치시사콘텐츠의 함의를 맥락화하기, 한국언론정보학보, 제58호, pp.74-105
- [5] 이은민. 팟캐스트 시장분석(2006), 정보통신정책 . 제 18권7호, pp.27-32.
- [6] 이정기·금현수(2012). "정치 팟캐스트 이용이 온·오프라인 정치참여에 미치는 영향에 관한 연구," 한국언론학보. 제56권 5호, pp.163-189.
- [7] 차은호 , 진영재(2012), "소셜미디어와 정치적 집단행동 발생에 대한 소고: '나꿈수 현상'분석을 중심으로," 한국정당학회보. 제11권2호, pp.157-188.
- [8] Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37, pp.122-147.
- [9] Fernandez, V., Simo, P., Sallan, J. M. (2009). Podcasting: A new technological tool to facilitate good practice in higher education. *Computers & Education*, 53(2), pp.385-392.

- [10] Fietze, S. Bongey, S. B., Cizadlo, G. & Kalnbach, L. (2006). Explorations in Course-Casting: Podcasts in Higher Education. *Campus-Wide Information Systems*, 23(5), pp.350-367.
- [11] Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention, and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- [12] Icek Ajzen (1991). The theory of planned behavior. *Organizational behavior and human decision processes*, 50(2), pp.179-211.
- [13] Katz, E., J. G. Blumler, & M. Gurevitch (1974), Utilization of mass communication by the individual. in I. Blumler and E. Katz (eds.), *The Uses of Mass Communication: Current Perspectives on gratifications research*. Beverly Hills, CA: Sage, 1974, pp.19-32.
- [14] Chunga, MY. (2008). Podcast use motivations and patterns among college students. Thesis submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree Master of science A.Q. Miller School of Journalism and Mass Communications College of Arts and Sciences Kansas State University. Manhattan, Kansas 2008.

조 승 호



- 1997년 8월 : 숭실대학교 철학과(학사)
- 2001년 8월 : 고려대학교 신문방송학과(석사)
- 2007년 1월 : The University of Alabama College of Communication and Information Sciences(박사)
- 2007년 8월~2010년 2월 : 미시시피 주립대학교 조교수
- 2010년 3월~2011년 2월 : 한세대학교 조교수
- 2011년 3월~현재 : 숭실대학교 국제통상학과 조교수
- 관심분야 : CRM (Cause Related Marketing), IMC, Crisis Management, Online Marketing
- E-Mail : sc616@ssu.ac.kr

홍 숙 영



- 1992년 : 이화여자대학교 경제학과(학사)
- 1996년 11월 : 프랑스 국립 파리2 대학교 언론대학원(석사)
- 2002년 11월 : 프랑스 국립 파리2대학교 언론대학원 (DEA)
- 2007년 2월 : 프랑스 국립 파리2대학교 언론대학원(박사)
- 2007년 2월~현재 : 한세대학교 미디어영상학부 부교수
- 2011년 3월~현재 : 언론중재위원
- 관심분야 : 미디어 콘텐츠 분석
- E-Mail : marylou@naver.com