

유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠 이용요인에 관한 연구

윤승욱^{1*}, 김건²

¹전북대학교 문화융복합아카이빙연구소 전임연구원,
²전북대학교 기록관리대학원 교수, 문화융복합아카이빙연구소장

A Study on the Use Factors of YouTube-based Home Training Content

Sung-uk Yun^{1*}, Geon Kim²

¹Associate Researcher, Institute of Culture Convergence Archiving, Jeonbuk National University
²Professor, Graduate School of Archives and Records Management, Jeonbuk National University /
Director of research, Institute of Culture Convergence Archiving, Jeonbuk National University

요약 본 연구는 기술수용모델과 건강신념모델을 통합, 적용하여 유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠의 이용에 영향을 미치는 요인을 살펴보았다. 주요 연구결과를 다음과 같다. 먼저, 개인의 혁신성은 지각된 용이성과 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그리고 지각된 민감성은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치지 못하였고, 지각된 이익은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미친 것으로 나타났다. 마지막으로 지각된 용이성은 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났고, 지각된 용이성과 지각된 유용성은 모두 지속이용의도에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이를 통해 기술수용모델과 건강신념모델의 통합 가능성을 일정 부분 재확인하였다는 점에서 본 연구의 의의가 있을 것이다.

주제어 : 유튜브, 홈 트레이닝 콘텐츠, 기술수용모델, 건강신념모델, 코로나19

Abstract This study examined the factors that influence the use of YouTube-based home training contents by integrating and applying the technology acceptance model and health belief model. The main results are as follows. First of all, it was found that personal innovativeness had a positive (+) effect on perceived ease and perceived usefulness. Perceived susceptibility did not have a significant effect on perceived usefulness, and perceived benefit had a positive (+) effect on perceived usefulness. Finally, it was found that perceived ease had a positive (+) effect on perceived usefulness. Both perceived ease of use and perceived usefulness were found to have a positive (+) effect on continuous intention to use. This study will be meaningful in that it partially reconfirmed the possibility of integrating the technology acceptance model and the health belief model.

Key Words : YouTube, home training content, technology acceptance model, health belief model, COVID-19

*This work was supported by the Ministry of Education of the Republic of Korea and the National Research Foundation of Korea(NRF-2019S1A5B8099507). 이 논문은 2019년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2019S1A5B8099507)

*This paper was supported by the research funding of Jeonbuk National University in 2020. 이 논문은 2020학년도 전북대학교 연구기반조성비 지원에 의하여 연구되었음

*Corresponding Author : Sung-uk Yun(ysu@jbnu.ac.kr)

Received November 21, 2020

Accepted February 20, 2021

Revised December 18, 2020

Published February 28, 2021

1. 서론

세계보건기구(WHO: World Health Organization)는 2020년 3월 11일 신종코로나 바이러스 감염증(이하, 코로나 19)이 전 세계적으로 심각한 확산 수준에 들어갔다고 평가하고, 세계적 유행인 ‘팬데믹(Pandemic)’을 선언하였다. 우리나라 역시 이탈리아 등과 함께 코로나19가 빠르게 확산되면서 질병관리본부(현, 질병관리청)는 전례 없는 강력한 사회적 거리두기(social distance)를 강조하였다. 이에 코로나 의심증상자에게는 자가 격리와 이동제한, 일반 사람들에게는 외출자제를 요구하였으며, 유치원을 포함한 중학교, 대학교 등은 비대면 방식의 온라인교육(수업), 기업은 제한적 혹은 전면적인 재택근무를 권장하여, 우리 사회는 사람들의 활동이 크게 위축되고 제약을 받는 상황을 맞이하게 되었다.

이렇듯, 코로나19는 사회 전반에 걸쳐 광범위한 영향을 미쳤으며, 사람들의 미디어 이용지형 전반에도 커다란 변화를 유발하였다. 예컨대, 코로나19의 감염과 확산을 우려한 사람들의 외출자제에 따른 TV시청이 증가하였고, 스마트폰과 태블릿PC 등을 이용한 여가활동도 급격하게 늘어났다. 특히 스마트폰 등의 모바일 이용자들은 유튜브를 통한 동영상 콘텐츠에 집중하면서 그 이용량(시청량)이 폭발적으로 증가하기도 하였다[1]. 한국언론진흥재단의 <2019 언론수용자 조사>에 따르면, 2019년 11월 기준의 국내 유튜브 월간 사용시간은 442억 분으로, 페이스북 41억 분, 인스타그램 27억 분과 비교하여 압도적으로 높은 이용률을 보였다[2]. 특히 국내에서 사회적 거리두기가 강화되었던 2020년 3월을 기준으로 보면, 유튜브 앱의 동영상 플랫폼 순 방문자 수(2,887만 명)와 평균 체류시간(1,464분), 그리고 PC 웹페이지 방문자 수(1,340만 명), 동영상 실행횟수(99.6회), 체류시간(124.3분)에서도 1위를 차지하여 국내 동영상 미디어 플랫폼 시장 점유율에서 압도적인 1위를 나타냈다[3].

이처럼 사람들이 유튜브를 많이 이용하는 이유는 다양한 측면에서 언급될 수 있겠으나, 페이스북과 트위터 같은 소셜미디어와 비교하여 살펴보았을 때, 유튜브는 오락 콘텐츠가 풍부하고, 구독을 통해 콘텐츠 생산자나 다른 구독자들과의 네트워킹이 용이하며, 텍스트가 아닌 동영상 중심의 서비스를 제공하기 때문이라는 점을 주된 이유로 들 수 있다[1]. 더욱이 우리나라의 경우에는 5G가 본격화되면서 스마트폰과 같은 모바일 기기를 통해 빠르게 유튜브에 접속할 수 있고, 다양한 동영상을 언제, 어디서나 쉽게 이용할 수 있다는 기술적 혁신성도 무시할 수

없다. 또한 코로나19로 인한 사회적 거리두기가 강화되면서 ‘집콕’이라는 새로운 문화생활 트렌드가 확산되던 시기에 모바일과 PC 모든 분야에서 이용률 1위를 기록하였다는 점은 유튜브가 코로나19와 같은 전염병 확산 위기상황에서 사람들이 집에 머무르는 시간이 증가할 때, 집에서 유용하게 다양한 동영상을 즐길 수 있는 핵심 플랫폼으로 높은 가치를 지니고 있는 것으로 평가할 수 있다.

이러한 기본배경 하에, 본 연구는 유튜브 기반의 홈 트레이닝(Home Training) 콘텐츠에 주목하고자 한다. 홈 트레이닝은 코로나19로 2020년 3월 팬데믹이 선언된 이후, 사람들이 외출을 자제하고, 집에 머무르는 시간이 증가함으로써 생긴 심리적 불안과 긴장, 그리고 외로움 등에 의해 우울감이 높아지는 일명 ‘코로나 블루’와 함께 운동부족으로 인한 다이어트 필요성을 절감하는, 소위 ‘확찐자(살이 확 찼다는 뜻)’라는 용어가 사람들 사이에 높은 공감대를 이루면서 많은 관심을 받게 되었다. 이로 인해 유튜브에서는 집에서 쉽게 따라할 수 있는 매트운동에서부터 스트레칭, 요가 등의 내용을 담은 홈 트레이닝 동영상이 많은 관심과 인기를 끌었다.

글로벌 프리미엄 뷰티·헬스케어 기업인 뉴스킨의 <건강한 삶과 운동에 대한 한국인 인식 조사>에 따르면, 최근 3년 내에 홈 트레이닝을 경험한 비율이 응답자(총 1,000명)의 92.2%에 이르렀고, 20대(73%)와 30대(71.6%)의 홈 트레이닝 참여 비율이 가장 높았다. 또한 홈 트레이닝을 하는데 있어 유튜브를 가장 많이 참조하였으며(62.9%), 그 이유로 전문적인 지식이 없어도 손쉽게 영상을 보고 따라 할 수 있기 때문인 것으로 보고되었다[4].

이상과 같이 코로나19에 따른 사회적 거리두기의 강화로 사람들은 집에서 보내는 시간이 증가하면서, 유튜브는 집에서 무료한 시간을 보내는데 있어 가장 많이 이용되는 채널로써, 그리고 ‘홈 트레이닝’과 같은 새로운 콘텐츠의 폭발적 이용과 확산을 가능하게 하는 수단으로써 그 위상이 날로 높아지고 있다.

이에 본 연구에서는 유튜브 기반의 홈 트레이닝 콘텐츠가 이용자들에게 폭발적으로 확산 및 수용되는 주요 요인을 탐색하고자 한다. 이를 위해 확장된 기술수용모델과 건강신념모델을 통합하여 이론적 프레임워크로 설정하고, 유튜브 기반의 홈 트레이닝 콘텐츠 이용에 영향을 미치는 요인들을 살펴보고자 한다. 유튜브 기반의 홈 트레이닝 콘텐츠는 인터넷 기반이라는 기술적 속성과 건강 콘텐츠라는 속성을 동시에 가지고 있기에 이 두 가지의 속성을 모두 고려한 접근이 요구된다. 기술수용모델과 건

건강신념모델을 통합 적용한 여러 연구들은 그 근거에 대해 기술수용모델이 기술수용을 설명하는데 있어서는 장점을 보이지만, 건강과 관련된 인간의 행동을 설명하는데 있어서는 포괄적인 시각을 제공하지 못한다는 일정한 한계가 있고[5,6], 코로나19와 같이 감염병이 빠르게 확산하는 건강위협 상황에서 건강신념모델은 인간의 건강행동을 설명하는데 있어 높은 설명력을 제공하지만, 유튜브 기반 홈 트레이닝이라는 특정 기술적 시스템에 의한 콘텐츠 수용행위를 설명하는데 한계가 있다. 결국 코로나19라는 위협상황에서 인간의 건강행위와 특정 기술적 시스템에 기반한 인간의 건강관련 콘텐츠 소비행위를 종합적으로 고려한 접근이 요구되는 것이다.

이와 같이 인간의 건강과 관련된 행위는 이용자를 둘러싼 환경과 이용자 자신의 건강에 대한 태도나 신념이 종합적으로 인간의 행동에 영향을 미친다는 점을 고려하면[6] 건강신념모델과 기술수용모델은 상호 보완적으로 전술한 이론적 한계를 보완할 수 있을 것으로 판단되며, 실제로 Lim[6]의 미세먼지 예방행동 관련 연구에서 기술수용모델과 건강신념모델의 통합이 가능한 것으로 제안되었다. 이상의 논의에 기초하여 본 연구는 기술수용모델과 건강신념모델을 통합 적용하여 유튜브 기반의 홈 트레이닝 콘텐츠 이용에 영향을 미치는 요인을 살펴봄으로써 통합모델에 대한 이론적 함의와 더불어 홈 트레이닝 콘텐츠와 같은 건강 관련 콘텐츠 제작 및 이용에 기여할 수 있는 실무적 차원의 커뮤니케이션 전략을 마련하는데 필요한 시사점을 제공하고자 한다.

2. 이론적 배경

2.1. 확장된 기술수용모델

컴퓨터, 모바일 미디어와 같은 특정 시스템의 사용을 설명하고 예측하기 위해 다양한 모델들이 제안되었다. 그 중에서 가장 커다란 주목을 받은 모델은 Davis[7]가 제안한 기술수용모델(technology acceptance model)이라고 할 수 있다. Davis는 특정 시스템의 사용이 이용 동기에 의해 설명될 수 있음을 제안하고, 기능이나 특성과 같은 외부적 자극에 의해 직접적인 영향을 받을 수 있음을 강조하면서[8,9], 이용자의 동기가 지각된 용이성(perceived ease of use)과 지각된 유용성(perceived usefulness), 그리고 시스템에 대한 태도(attitude toward using the system)로 설명될 수 있다고 주장하였다. 이후 기술수용모델은 지각된 용이성과 지각된 유용

성에 의해 직접적인 영향을 받는 새로운 변수로 의도가 포함되었으나[10,11], 태도에 대해서는 그 영향력에 대한 비판이 제기되면서[8] 지각된 용이성과 지각된 유용성에 영향을 미치는 다양한 외부변수의 중요성이 부각되었고, 정확한 답을 찾기 위해 다양한 변수들이 새롭게 적용되어 수정과 진화를 거듭해오고 있다[8]. 이러한 학문적 시도와 노력은 비록 기술수용모델이 지각된 용이성과 지각된 유용성이라는 두 가지의 요인으로 구성되었으나, 사람들이 특정 기술을 사용하는 동기 부여 요인이 무엇인가를 설명하고, 이해하는데 있어 강력한 설명력을 제공한다[9]. 이러한 점에서 기술수용모델은 사회적 맥락이 아닌 개인의 심리적 차원에서 기술수용 과정을 파악하는데 중점을 두고 있는 모델이라고 평가를 받고 있다[12].

현재 기술수용모델은 다양한 분야에서 새로운 기술이나 시스템, 서비스 및 콘텐츠 등에 적용되었고, 그와 동시에 다양한 외부요인들이 추가되면서 모델의 지속적인 확장이 이루어지고 있다. 실제로도 기술수용을 살펴본 이전의 수많은 연구들 중에서 기술수용모델은 가장 많이 언급되고 활용된 모델이다[13,14]. 이러한 경향은 기술수용 모델이 가지고 있는 특성에 기인하는데, 새로운 기술의 수용을 예측하는데 있어 강력한 설명력을 제공하는 한편 모델의 간결성으로 인해 이용자의 기술수용을 쉽게 이해할 수 있는 기준을 제시해주기 때문이다[15].

또한 기술수용모델의 구성요인이라고 할 수 있는 지각된 용이성과 지각된 유용성은 심리학과 정보시스템 및 사회학에 그 기반을 두고 있다[11,16]. 여기서 지각된 용이성은 특정 시스템이 자신의 업무수행 능력이나 성과를 향상시킬 것이라는 믿음에 관한 것이며, 지각된 유용성은 특정 시스템을 사용하는데 필요한 노력과 시간이 들지 않고 수월하게 이용할 수 있다는 믿음을 의미한다[10]. 그리고 새로운 기술이 제공될 때, 해당 기술을 사용할 것인지 안 할 것인지에 대한 사용 여부는 전술한 지각된 용이성과 지각된 유용성에 의해 결정된다[10,16].

2.2 기술수용모델과 건강신념모델 통합적 접근: 개인의 혁신성, 지각된 민감성과 지각된 이익을 중심으로

기술수용모델의 확장은 특정 시스템이나 기술, 서비스, 콘텐츠 등을 이용하도록 외부적으로 자극하거나 영향을 미치는 요인이 무엇인가에 대한 탐색을 중심으로 이루어지고 있다. 이는 전술한 바와 같이, 기술수용모델 자체가 개인의 심리적 차원에서 기술수용 과정을 파악하려는데 중점을 두고 있기 때문이다[12]. 현재 기술수용모델

은 스마트폰 등의 기술뿐만 아니라 웹 서비스, 인터넷 쇼핑, 게임, 모바일 인터넷, 유튜브, 그리고 모바일 플랫폼에 기반을 둔 콘텐츠 등 매우 다양한 영역에서 적용되고 있다.

이에 본 연구에서는 기술수용모델의 확장 영역과 코로나19라는 위험 상황, 그리고 건강과 관련된 유튜브 기반의 홈 트레이닝 콘텐츠에 대한 개인의 심리적 차원이라는 점을 동시에 고려하여 외부자극 및 확장 변인으로 개인의 혁신성과 지각된 위협을 설정하였다.

우선 개인의 혁신성(personal innovativeness)은 새로운 기술이나 시스템, 서비스 등을 사용해보려는 개인의 의미로[17], 신기술을 수용하는 개인 이용자들의 행동과 관련된 심리적 요인이라고 할 수 있다[18]. 특히, 개인의 혁신성은 고도의 ICT 기술이 적용된 새로운 혁신적 기술이나 시스템, 서비스, 콘텐츠 등이 빈번하게 등장하면서, 개인의 혁신성을 기술수용모델에 적용하는 연구들이 지속적으로 등장하고 있다[19]. 관련 연구들은 새로운 정보 기술 수용에 대한 이용자의 의도를 살펴보기 위해서는 개인의 혁신성에 주목할 필요가 있고, 개인의 혁신성 수준에 따라 특정 기술이나 서비스에 대한 지각된 용이성이나 유용성에 긍정적 영향을 미칠 가능성이 높다고 주장하였다[20,21]. 특히 개인의 혁신성과 지각된 용이성 및 지각된 유용성의 관계를 규명한 연구들은 개인의 혁신적 성향이 혁신적 기술의 수용과 매우 밀접한 관련이 있으며, 혁신적 수준이 높은 이용자일수록 혁신적 기술 및 해당 기술에 기반 한 서비스나 콘텐츠를 이용할 가능성이 높아진다는 점을 입증하였다[22,23]. 이에 개인의 혁신성은 사람들의 새로운 기술에 대한 수용을 효과적으로 설명할 수 있는 요인으로 평가된다[24].

이와 관련하여, VR 스포츠중계와 관련된 이용자 개인의 혁신성은 지각된 용이성과 지각된 유용성에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다[25]. 또한 확장된 기술수용모델을 적용하여 이용자의 혁신성이 스마트머신 수용의도에 미치는 영향을 분석한 연구[26]에서는 이용자의 혁신성이 스마트머신에 대한 지각된 용이성과 지각된 유용성에 통계적으로 유의한 정(+)의 관계를 형성한 것으로 보고되었다. 그리고 배달 어플리케이션에 대한 이용자의 혁신성은 지각된 용이성과 지각된 유용성에 정적 영향을 미치는 것으로 나타났다[27]. 다만, 국내에서 이루어진 LTE 스마트폰 수용에 관한 연구에서 개인의 혁신성은 지각된 용이성에 정(+)의 영향을 미친 반면에, 지각된 유용성에는 유의한 영향을 미치지 못하였고[28], 클라우드 컴퓨팅의 수용에 관한 연구에서도 개인의 혁신성은 지각된

용이성에만 통계적으로 유의한 정적 영향을 미쳤을 뿐 지각된 유용성에는 유의한 영향을 미치지 못한 것으로 보고된 바 있다[29]. 하지만 다수의 연구들에서는 개인의 혁신성이 지각된 용이성과 지각된 유용성을 예측하는 주요 요인으로 밝혀졌다[25,26]는 점을 고려하여 본 연구에서는 다음과 같은 연구가설을 설정하였다.

연구가설 1. 개인의 혁신성은 유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠에 대한 지각된 용이성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구가설 2. 개인의 혁신성은 유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠에 대한 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

한편, 건강신념모델(Health Belief Model)은 건강관리 및 예방을 위한 사람들의 일련의 행동, 예컨대 수용과 거절, 행동채택 등을 이해하는데 유용하여 커뮤니케이션과 심리학, 경영학 등의 분야에서 인간의 건강행동을 설명하는데 적용되어왔다[5]. 이 모델에서 인간의 건강행동을 예측하는 핵심요인은 지각된 위협과 행동적 평가로 구분할 수 있다[30,31]. 지각된 위협(perceived threat)은 질병에 걸릴 가능성이 있다고 믿는 정도를 의미하는 것으로, 여기에는 질병으로 인해 발생할 수 있는 심각한 결과에 대한 개인의 지각을 뜻하는 지각된 심각성(perceived severity), 특정 상황에서 질병에 걸리거나 건강을 잃을 수가 있다고 믿는 지각된 민감성(perceived susceptibility)을 포함한다. 반면에 행동적 평가는 특정 위험상황에서 건강을 위한 바람직한 건강 실천행동을 의미하는 것으로, 건강 관련 행동을 수행하는 과정에서 발생하는 비용이나 불편사항 등과 같은 부정적 결과를 의미하는 지각된 장애(perceived barrier)와 건강 관련 행동을 수행함으로써 얻을 수 있는 긍정적 결과에 대한 기대를 뜻하는 지각된 이익(perceived benefits)을 포함한다[32]. 이러한 4가지의 핵심변인을 중심으로, 건강신념모델에서는 지각된 심각성과 민감성, 그리고 지각된 이익은 행동에 정(+)의 영향을 미치고, 지각된 장애는 행동에 부(-)의 영향을 미치는 것으로 가정하고, 질병에 대한 심각성과 민감성이 높을수록, 그리고 특정 행동에 대한 이익이 장애보다 크다고 인식할수록 행동으로 이어질 가능성이 높다고 평가할 수 있다[33]. 이처럼 일상생활에서의 건강위험은 사람들의 의사결정과정에 중요한 영향을 미치며, 주관적으로 위험스러운 결과가 초래될 수 있다고 인식할수록 위험을 예방하기 위한 행동을 수반하는 것으

로 평가할 수 있다[34].

본 연구에서는 건강신념모델을 구성하는 4가지 핵심 요인 중 지각된 민감성과 지각된 이익 두 가지 요인을 적용하였다. 지각된 장애의 경우에 기존 선행연구들에 대한 메타분석 결과, 다른 변인에 비해 효과의 크기 및 강도가 매우 낮은 수준에 그쳤고[35], 지각된 심각성은 행동에 대한 예측 결과, 지각된 민감성에 비해 낮았다[36]는 결과에 근거한다. 직접적인 관련이 있는 연구는 아니지만, 건강과 관련된 일련의 연구들은 지각된 용이성과 지각된 유용성에 영향을 미치는 외부요인으로 건강관심도나 헬스 관련 리터러시의 중요성을 상정하고 있으며[6,37], 미세먼지와 관련된 연구에서 미세먼지에 대한 지각된 심각성은 지각된 유용성에 유의미한 영향력을 미친 것으로 보고하기도 하였다[38]. 이는 건강과 관련된 지각된 위협요인이 기술이나 서비스, 콘텐츠의 유용성 인식과 밀접한 관련이 있다는 점과 같은 맥락에서 설명이 가능하다[39]. 실제로 기술수용모델과 건강신념모델을 통합, 모바일 헬스케어 서비스 수용을 살펴본 연구에서 지각된 심각성과 지각된 민감성, 그리고 지각된 이익은 지각된 유용성에 정적 영향을 미치는 것으로 보고되었다[5]. 이에 기초하여 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

연구가설 3. 건강과 관련된 지각된 민감성은 유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠에 대한 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구가설 4. 건강과 관련된 지각된 이익은 유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠에 대한 지각된 유용성에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

또한 지각된 용이성은 배움이나 이용, 통제 등에서의 용이성을 기반으로 하며, 지각된 유용성은 신속한 업무처리나 성과, 성과의 질적 향상 등에 대한 유용성을 바탕으로 하기 때문에, 사람들이 특정 시스템이나 기술, 서비스 등을 이용하는 과정에서 지각하는 전반적 용이성은 지각된 유용성에 일정한 영향을 미친다. 결과적으로 특정 시스템이나 기술을 이용하는데 있어 용이하다고 지각할수록 해당 시스템이나 기술이 유용하다고 인식하는 것으로 평가되며, 지각된 용이성과 지각된 유용성은 의도를 설명하는 강력한 예측요인으로 보고된 바 있다[10,40,41]. 이에 기초하여 본 연구에서는 다음과 같은 가설을 설정하였다.

연구가설 5. 지각된 용이성은 지각된 유용성에 정(+)의

영향을 미칠 것이다.

연구가설 6. 지각된 용이성은 유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠에 대한 지속적인 이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

연구가설 7. 지각된 유용성은 유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠에 대한 지속적인 이용의도에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

3. 연구방법

3.1 조사대상자

본 연구에서 모집단은 2020년 3월 현재 유튜브를 이용하고 있는 개인 이용자들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문조사는 인터넷 전문리서치 업체에 의뢰하여 2020년 3월 24일부터 2020년 3월 31일까지 약 8일에 걸쳐 이루어졌으며, 이를 통해 총 284명의 자료를 확보하여 최종 분석에 활용하였다. 인구통계학적 특성을 간략하게 살펴보면, 성별은 남성 129명(45.4%), 여성 155명(54.6%)으로 나타났고, 평균연령은 26.29세로 확인되었다.

3.2 조사도구

3.2.1 개인의 혁신성

본 연구에서 개인의 혁신성을 측정하기 위하여 기존 선행연구들[14,18]에 기초하여 총 4문항으로 구성하였다. 각 문항은 5점 리커트 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다, 5점: 매우 동의한다)로 측정하였다.

3.2.2 건강 관련 지각된 민감성과 지각된 이익

본 연구에서 지각된 민감성과 지각된 이익을 측정하기 위하여 기존 선행연구[42]에 기초하여 지각된 민감성 5문항, 지각된 이익 4문항으로 구성하였다. 각 문항은 5점 리커트 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다, 5점: 매우 동의한다)로 측정하였다.

3.2.3 지각된 용이성과 지각된 유용성

본 연구에서 지각된 용이성과 지각된 유용성은 선행연구들[10,43]에서 개발된 문항을 기반으로 본 연구의 목적에 맞게 수정, 보완하였으며, 지각된 용이성 4문항, 지각된 유용성 3문항으로 구성하였다. 각 문항은 5점 리커트 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다, 5점: 매우 동의한다)로 측정하였다.

3.2.4 지속적인 이용의도

본 연구에서 지속적인 이용의도는 선행연구들[27,44]에 기초하여 총 3문항으로 구성하였다. 각 문항은 5점 리커트 척도(1점: 전혀 동의하지 않는다, 5점: 매우 동의한다)를 통해 측정하였다.

3.3 타당도 검증

본 연구에 사용된 측정변인의 구성개념이 잘 설명되었는지를 확인하기 위하여 확인적 요인분석(confirmative factor analysis)과 모델 적합도, 표준화경로계수의 범위, 통계적 유의성, 그리고 신뢰도 분석(reliability analysis)을 실시하였다. 신뢰도 분석은 각 요인에 대한 Cronbach's α 계수를 산출, 내적 일관성을 평가하였다. 한편, 확인적 요인분석의 적합도 지수는 RMR, IFI, TLI, CFI, RMSEA를 이용하였다. 적합도 평가는 RMR=.06

이하, IFI와 TLI, CFI의 경우에 .90 이상, RMSEA는 .08 이하일 때 적합기준을 충족한 것으로 평가하였다. 본 연구에서 설정한 전체 변수에 대해 확인적 요인분석을 실시한 결과, 적합도는 RMR=.04, IFI=.94, TLI=.92, CFI=.94, RMSEA=.06으로 나타나 모든 적합지수가 적합기준을 충족하였다. 그리고 표준화경로계수(β)는 .62~.89로 최소기준인 40을 넘었고, 모두 통계적으로 유의하였다. 이에 각 변수에 대해 신뢰도 분석을 실시하여 내적 일치도를 살펴본 결과, 개인의 혁신성은 .84, 지각된 민감성 .87, 지각된 이익 .86, 지각된 용이성 .88, 지각된 유용성 .85, 지속이용의도 .85로 비교적 양호한 신뢰도를 보인 것으로 확인되었다.

3.4 자료처리

본 연구에서는 SPSS 21.0 프로그램과 AMOS 21.0

Table 1. Confirmatory factor analysis

Observed variable	Latent variable	β	S.E.	t
4. If there is a chance, I am welcome to try new technology	personal innovativeness	.75	-	-
3. I tend to monitor modern technology		.67	.08	10.97***
2. I always like to experiment with new technology		.82	.08	13.59***
1. I'm usually the first in a group of friends to try new technology		.78	.07	12.87***
5. I think I can get infected with Corona 19 at any time if I go out	perceived susceptibility	.67	-	-
4. If I go out, I can easily get infected with Corona 19		.77	.08	11.44***
3. If I go out often, I think there are a lot of people around me who get COVID-19		.81	.09	11.81***
2. If I go out often, I think I can get COVID-19 at any time		.86	.10	12.65***
1. If I go out often, I can get infected with COVID-19 at any time		.70	.10	10.59***
4. Staying home without going out helps prevent COVID-19	perceived benefits	.62	-	-
3. If I take care of my health at home, it will help prevent COVID-19		.81	.10	10.83***
2. If I stay home without going out, I can immerse myself in work without fear of COVID-19.		.87	.11	11.12***
1. If I stay home without going out, there is no risk of getting COVID-19		.83	.11	11.02***
4. How to competently use YouTube-based home training content is easy	perceived ease of use	.81	-	-
3. It's easy to learn and remember how to use YouTube-based home training content		.81	.07	14.92***
2. How to use YouTube-based home training video content is clear and easy to understand		.80	.06	14.43***
1. It's easy to use YouTube-based home training content		.78	.06	14.60***
3. Using YouTube-based home training content is useful	perceived usefulness	.81	-	-
2. Using YouTube-based home training content improves productivity		.82	.07	14.81***
1. Using YouTube-based home training content is effective in achieving the purpose		.80	.06	14.05***
4. I will use the YouTube-based home training content continuously	continuous Intention to use	.89	-	-
3. I will increase the number of times to use		.83	.06	17.96***
2. When I use home training content, I prefer YouTube		.74	.05	14.40***
1. I will use the YouTube-based home training content again		.70	.05	14.19***

*** $p < .001$

프로그램을 활용하여 다음과 같은 자료처리 과정을 통해 주요 결과를 도출하였다. 첫째, 본 연구에서 사용한 주요 측정도구의 타당도 검증을 위하여 확인적 요인분석(confirmatory factor analysis)과 신뢰도 분석(reliability analysis)을 실시하였다. 둘째, 주요 요인 간 상관관을 알아보기 위하여 상관관계분석(correlation analysis)을 수행하였다. 셋째, 본 연구의 주요 가설을 검증하기 위하여 경로분석(path analysis)을 실시하였다.

4. 연구결과

4.1 상관관계분석

주요 변수 간 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계 분석을 실시하였다. 주요 결과를 보면, 개인의 혁신성은 지각된 용이성($r=.50, p<.01$), 지각된 유용성($r=.58, p<.01$)과 정적 상관관을 보인 것으로 나타났고, 지각된 민감도 지각된 용이성($r=.40, p<.01$), 지각된 유용성($r=.27, p<.01$)과 정적 상관관을 나타냈다. 지각된 이익 역시 지각된 용이성($r=.29, p<.01$), 지각된 유용성($r=.40, p<.01$)과 정적 상관관을 형성하였다. 지각된 용이성은 지각된 유용성($r=.54, p<.01$)과 정적 상관관을 나타냈고, 지각된 용이성($r=.54, p<.01$)과 지각된 유용성($r=.56,$

$p<.01$)은 지속이용의도와 정적 상관관을 보인 것으로 확인되었다. 또한 모든 상관계수가 .80 이하로 나타나 다중공선성의 영향은 별다른 문제가 없는 것으로 확인되었다.

4.2 경로분석

본 연구에서 다양한 문헌검토를 통해 설정한 경로모형의 모수 추정방법은 최대우도법(Maximum Likelihood)을 적용하였다. 이 과정에서 도출된 모형 적합도는 RMR=.05, GFI=.94, NFI=.90, IFI=.91, CFI=.91로 나타나 모든 적합도가 적합기준을 충족하였다. 이에 가설을 중심으로 살펴보면, 우선 연구가설 1과 관련하여 개인의 혁신성이 지각된 용이성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 개인의 혁신성은 지각된 용이성에 정(+)^{의 영향을 미친 것으로 나타났다($\beta=.47, t=9.49, p<.001$). 연구가설 2와 관련하여 개인의 혁신성이 지각된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 개인의 혁신성은 지각된 유용성에 정(+)^{의 영향을 미친 것으로 나타났다($\beta=.34, t=5.75, p<.001$). 연구가설 3과 관련하여 지각된 민감성이 지각된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 지각된 민감성은 지각된 유용성에 통계적으로 유의한 영향을 미치지 못하였다($\beta=.01, t=.19, p>.05$). 연구가설 4와 관련하여 지각된 이익이 지각된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 지각된 이익은 지각된 유용성에 정(+)^{의 영향을 미}}}

Table 2. Correlation analysis

	innovativeness	perceived susceptibility	perceived benefits	perceived ease of use	perceived usefulness
personal innovativeness	1				
perceived susceptibility	.39**	1			
perceived benefits	.54**	.06	1		
perceived ease of use	.50**	.40**	.29**	1	
perceived usefulness	.58**	.27**	.40**	.54**	1
intention to use	.68**	.38**	.42**	.54**	.56**

** $p<.01$

Table 3. Path analysis

	β	S.E.	t
H1. Personal innovativeness → perceived ease of use	.47	.05	9.49***
H2. Personal innovativeness → perceived usefulness	.34	.07	5.75***
H3. Perceived susceptibility → perceived usefulness	.01	.05	.19
H4. Perceived benefits → perceived usefulness	.11	.05	1.98*
H5. Perceived ease of use → perceived usefulness	.33	.06	6.20***
H6. Perceived ease of use → continuous intention to use	.26	.05	4.84***
H7. Perceived usefulness → continuous intention to use	.29	.05	5.29***

* $p<.05$ *** $p<.001$

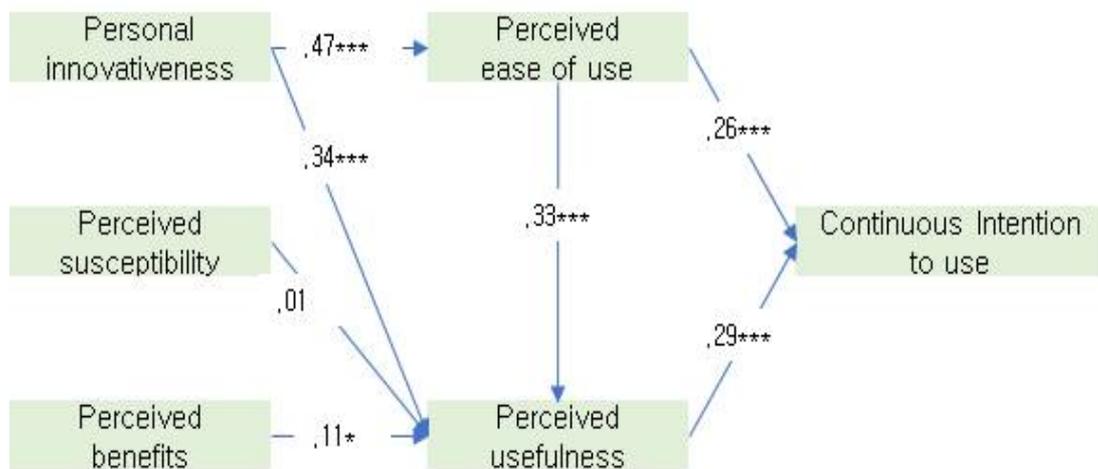


Fig. 1. Path analysis

친 것으로 나타났다($\beta=.11$, $t=1.98$, $p<.05$). 연구가설 5와 관련하여 지각된 용이성이 지각된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 지각된 용이성은 지각된 유용성에 정(+)^{의 영향을 미친 것으로 나타났다($\beta=.33$, $t=6.20$, $p<.001$). 연구가설6과 관련하여 지각된 용이성이 지속이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 지각된 용이성은 지속이용의도에 정(+)^{의 영향을 미친 것으로 나타났다($\beta=.26$, $t=4.84$, $p<.001$). 연구가설7과 관련하여 지각된 유용성이 지속이용의도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 지각된 유용성은 지속이용의도에 정(+)^{의 영향을 미친 것으로 나타났다($\beta=.29$, $t=5.29$, $p<.001$).}}}

5. 논의 및 결론

본 연구는 기술수용모델과 건강신념모델을 통합, 적용하여 유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠 이용에 영향을 미치는 요인을 살펴보았다. 주요 가설에 대한 검증 결과를 바탕으로 논의를 하면 다음과 같다. 먼저 개인의 혁신성이 지각된 용이성(연구가설 1)과 지각된 유용성(연구가설 2)에 미치는 영향을 살펴본 결과, 개인의 혁신성은 지각된 용이성과 지각된 유용성에 정(+)^{의 영향을 미치는 것으로 나타나 연구가설 1과 연구가설 2는 채택되었다. 이는 새로운 기술에 대해 관심이 많고, 실험적으로 이용해보는 등의 혁신적 성향을 가진 이용자들이수록 유튜브를 통해 홈 트레이닝 콘텐츠를 이용하는 것이 쉽고, 유용하다고 인식하고 있음을 의미한다. 이러한 결과는 개인의 혁신성이 VR스포츠중계[25], 스마트머신[26], 배달 어플}

리케이션[27]에 대한 지각된 용이성과 지각된 유용성에 정적 영향을 미쳤다고 보고된 연구들과 일치하는 결과이다. 다수의 연구들은 새로운 기술의 수용성을 이해하는 강력한 변인으로 혁신성을 들고 있으며, 이러한 개인의 혁신성은 기술수용모델의 지각된 용이성과 지각된 유용성에 중요한 영향을 미치는 외부변인으로 평가받고 있다 [20,21]. 결국 개인의 혁신성이 지각된 용이성과 지각된 유용성에 긍정적 영향을 미쳤다는 본 연구의 결과는 학술적인 관점에서 개인의 혁신성이 기술수용모델의 외부변인으로써 강력한 설명력을 지니고 있음을 재증명하는 것이다. 또한 실무적 관점에서는 시간의 제약으로 인해 집에서 트레이닝을 할 수 밖에 없는 사람들에게 홈 트레이닝과 관련된 유튜브의 혁신적 가치를 새롭게 발굴하고, 이를 적극적으로 홍보할 수 있는 커뮤니케이션 전략을 마련할 필요가 있을 것이다.

한편, 지각된 민감성(연구가설 3)과 지각된 이익(연구가설 4)이 지각된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 지각된 민감성은 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치지 못하였고, 지각된 이익은 지각된 유용성에 정(+)^{의 영향을 미친 것으로 나타났다. 이에 연구가설 3은 기각되었고, 연구가설 4는 채택되었다. 이는 외출하지 않고 집에 있으면 코로나19에 걸릴 위험이 없어 예방에 도움이 되고, 건강을 도모할 수 있다고 지각할수록 유튜브를 기반으로 한 홈 트레이닝이 유용하다고 인식하는 것으로 평가할 수 있다. 이와 같은 결과는 건강에 대한 위협 요인이 기술이나 서비스, 콘텐츠 등에 대한 유용성 인식과 무관하지 않으며[39], 기술수용모델과 건강신념모델을 통합 적용한 모바일 헬스케어 서비스 수용에서 지각된 민}

감성과 지각된 이익이 지각된 유용성에 정(+)¹의 영향을 미쳤다고 보고한 선행연구[5]와 부분 일치한다. 그리고 기술수용모델과 건강신념모델을 통합 적용한 연구들이 아직까지는 미미한 실정하기에 지각된 민감성이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치지 못한 이유에 대해 구체적으로 설명하기에는 한계가 있으나, 사람들의 건강에 대한 관심도나 헬스 관련 리터러시가 지각된 유용성을 인식하는데 중요한 영향을 미친다[6,37]는 점에서 주관적인 건강관심도나 헬스리터러시의 문제가 일정 부분 영향을 미친 것으로 판단되며, 후속연구에 대한 필요성을 시사하는 것이기도 하다. 따라서 본 연구의 결과는 학술적인 관점에서 지각된 이익이 지각된 유용성을 효과적으로 예측할 수 있는 요인으로 설명할 수 있으며, 실무적 관점에서는 코로나19와 같은 감염병 환경에서 외출을 자제하고, 집에 머무르는 상황에 대한 지각된 이익이 유튜브를 기반으로 한 홈 트레이닝 콘텐츠에 대한 유용성을 높일 수 있는 커뮤니케이션 전략으로 활용될 수 있음을 시사한다.

마지막으로 지각된 용이성이 지각된 유용성에 미치는 영향을 살펴본 결과, 지각된 용이성은 지각된 유용성에 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났다(연구가설 5), 지각된 용이성(연구가설 6)과 지각된 유용성(연구가설 7)은 모두 지속이용의도에 정(+)¹의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 유튜브가 홈 트레이닝 콘텐츠를 이용하는 데 있어 용이하고 유용하다고 인식할수록 홈 트레이닝 콘텐츠에 대한 지속이용의도도 높아짐을 의미하는 것으로, 다수의 선행연구들의 결과와 일치한다 [10,40,41]. 따라서 유튜브 기반의 홈 트레이닝 콘텐츠 수용에 있어서 개인의 혁신성과 지각된 이익은 지각된 용이성과 지각된 유용성을 효과적으로 설명할 수 있는 예측요인이며, 해당 콘텐츠에 대한 높은 용이성과 유용성 수준은 유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠의 지속이용의도를 결정하는 선행요인임을 입증하였다. 이를 통해 기술수용모델과 건강신념모델의 통합 가능성을 일정 부분 재확인하였다는 점에서 본 연구의 의의가 있을 것이다. 또한 실무적 차원에서 유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠의 수용을 높이기 위해서는 유튜브의 혁신성을 강화하고, 그에 따른 지각된 이익을 적극적으로 홍보함으로써 유튜브 홈 트레이닝 콘텐츠 이용에 대한 지각된 유용성을 보다 높일 필요가 있을 것이다. 특히, 개인의 혁신성은 지각된 용이성을 기반으로 유튜브 기반 홈 트레이닝 콘텐츠에 대한 지속적인 수용을 촉진시킬 수 있는 요인이라는 점을 고려하여 지각된 유용성과 함께 지각된 용이성이라는 강

점을 마케팅 요소로 적극 활용할 필요가 있을 것이다.

한편, 본 연구를 진행하는 과정에서 일정한 한계가 존재하는데, 이를 중심으로 후속연구의 방향과 제언을 제시하면 다음과 같다. 우선 기술수용모델과 건강신념모델의 통합적 접근은 일부 소수의 연구자들에 의해서만 이루어지고 있는, 이른바 초기 단계에 속한 연구라는 점에서 이론적, 논리적 근거가 부족하여 지각된 심각성과 지각된 장애를 본 연구의 모델에 포함시키지 못하였다. 이와 같은 이유로 지각된 민감성, 지각된 이익과 지각된 용이성의 관계 역시 가설로 설정할 수 없었다. 후속연구에서는 기술수용모델과 건강신념모델의 통합을 위한 이론적, 논리적 근거를 위한 연구 수행이 우선되어야 할 필요가 있다. 그와 동시에 기술수용모델과 건강신념모델 간의 통합을 위한 검증이 제한적이거나 지속적으로 이루어져야만 이론적 근거를 마련하는데 일정 부분 기여할 수 있을 것이다.

REFERENCES

- [1] Korea Communications Agency. (2020). *Change in the media market due to the COVID-19 outbreak*. Korea Communications Agency.
- [2] Korea Press Foundation. (2019). *Media users in Korea 2019*.
- [3] Aju Business Daily. (2020.05.02.). In march, after corona 19, users flocked to YouTube. <https://www.ajunews.com/view/20200502180233529>
- [4] Maeil Business News Korea. (2020.07.29.). Lansun training is booming in the era of 'Holmt' untact armed with a content subscription economy. <https://www.mk.co.kr/news/culture/view/2020/07/774211/>
- [5] S. C. Jo & Y. J. Han. (2020). A study on the effect of health belief factors on the acceptance of mobile healthcare: Focusing on mediating effects of perceived usefulness. *Regional Industry Review*, 43(2), 263-280.
- [6] J. S. Lim. (2019). *The study on preventive behavior to particulate matter by using smart phone: Focused on extended technology acceptance model and health belief model*. Doctoral Dissertation, Kangwon National University.
- [7] F. Davis. (1985). A technology acceptance model for empirically testing new end-user information systems: Theory and results. Doctoral thesis, MIT Sloan School of Management, Cambridge, MA.
- [8] M. Y. Chuttur. (2009). Overview of the technology acceptance model: Origins, developments and future

- directions. *Sprouts: Working Papers on Information Systems*, 9(37), Indiana University, USA.
- [9] M. Vuković, S. Pivac & D. Kundid. (2019). Technology acceptance model for the internet banking acceptance in split. *Business Systems Research*, 10(2), 124–140.
DOI: 10.2478/bsrj-2019-022.
- [10] F. D. Davis, R. P. Bagozzi, & P. R. Warshaw. (1989). User acceptance of computer technology: A comparison of two theoretical models. *Management Science*, 35(8), 982–1003.
- [11] V. Venkatesh & F. D. Davis. (1996). A model of the antecedents of perceived ease of use: Development and test. *Decision Sciences*, 27(3), 451–481.
- [12] T. A. Sykes, V. Venkatesch, & S. Gosain. (2009). Model of acceptance with peer support: A social network perspective to understand individual-level-system use. *MIS Quarterly*, 33(2), 371–393.
DOI: 10.2307/20650296
- [13] F. Mazhar, M. Rizwan, U. Fiaz, S. Ishrat, M. S. Razaq, & T. N. Khan. (2014). An investigation of factors affecting usage and adoption on internet and mobile banking in Pakistan. *International Journal of Accounting and Financial Reporting*, 4(2), 478–501.
DOI: 10.5296/ijaf.v4i2.6586
- [14] A. Chayomchai. (2020). The online technology acceptance model of generation-Z people in Thailand during COVID-19 crisis. *Management & Marketing. Challenges for the Knowledge Society*, 15, 496–513.
DOI: 10.2478/mmcks-2020-0029
- [15] G. C. Nistor. (2019). An extended technology acceptance model for marketing strategies in social media. *Review of Economic and Business Studies*, 12(1), 127–136.
DOI: 10.1515/rebs-2019-0086
- [16] V. Venkatesch. (2000). Determinants of perceived ease of use: Integrating control, intrinsic motivation, and emotion into the technology acceptance model. *Information Systems Research*, 11(4), 342–365.
<https://www.jstor.org/stable/23011042>
DOI: 10.1287/isre.11.4.342.11872
- [17] E. T. Lwoga & N. B. Lwoga. (2017). User acceptance of mobile payment: The effects of user-centric security, system characteristics and gender. *The Electronic Journal of Information Systems in Developing Countries*, 81(3), 1–24.
DOI: 10.1002/j.1681-4835.2017.tb00595.x
- [18] S. A. Sair & R. Q. Danish. (2018). Effect of performance expectancy and effort expectancy on the mobile commerce adoption intention though personal innovativeness among Pakistan consumers. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 12(2), 501–520.
- [19] T. Daim, A. Basoglu, D. Gunay, C. Yildiz, & F. Gomez. (2013). Exploring technology acceptance for online food services. *International Journal of Business Information Systems*, 12(4), 383–403.
DOI: 10.1504/IJBIS.2013.053214
- [20] R. Agarwal & J. Prasad. (1997). The role of innovation characteristics and perceived voluntariness in the acceptance of information technologies. *Decision Science*, 28(3), 557–582
DOI : 10.1111/j.1540-5915.1997.tb01322.x
- [21] J. Lu, J. E. Yao, & C. S. Yu. (2005). Personal innovativeness, social influences and adoption of wireless: Internet services via mobile technology. *Journal of Strategic Information Systems*, 14(3), 245–268.
DOI: 10.1016/j.jsis.2005.07.003
- [22] J. M. Ju & B. G. Park. (2006). A study on factors in adopting the interactive TV from the perspective of technology acceptance model. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 50(1), 332–354.
- [23] S. H. Son, Y.J. Choi, & H. S. Hwang. (2012). Understanding acceptance of smartphone among early adopters using extended technology acceptance model. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 55(2), 227–251.
- [24] D. F. Midgley & G. R. Dowling. (1993). A longitudinal study of product form innovation: The interaction between predispositions and social messages. *Journal of Consumer Research*, 19(4), 611–625.
DOI: 10.1086/209326
- [25] S. J. Park & J. W. Lee. (2018). The effect of service quality and user innovativeness of VR sports broadcasting on acceptance intention: Focusing on the extended technology acceptance model. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 71, 269–282.
- [26] S. J. Park, K. H. Ko, W. J. Kim, J. H. Choi, C. Park, D. Y. Youn, & D. Y. Yang. (2019). The effect of quality of service of smart machine on user innovation and user intention using technology acceptance model. *Journal of Sport and Leisure Studies*, 75, 267–278.
- [27] M. J. Kim & S. B. Lee. (2017). The effect of the innovativeness of delivery application users on perceived traits, satisfaction, and continuous usage intention: Using the extended technology acceptance model. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 31(1), 199–214.
DOI: 10.21298/ijthr.2017.01.31.1.199
- [28] S. H. Gu, D. W. Kim, C. M. Park, & K. H. Kim. (2013). Influence of LTE characteristic and personal innovativeness on LTE smart phone acceptance. *Journal of Digital Contents Society*, 14(3), 291–301.
DOI: 10.9728/dcs.2013.14.3.291
- [29] C. W. Park & H. J. Jeong. (2012). An empirical study on the effects of personal and systematic characteristics on the acceptance of technologically innovative products: With focus on cloud computing. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 7(2), 63–76.

DOI: 10.16972/apjbve.7.2.201207.63

[30] N. K. Janz & M. H. Becker. (1984). The health belief model: A decade later. *Health Education Quarterly*, 11, 1-47.
DOI: 10.1177/109019818401100101

[31] P. Sheeran & C. Abraham. (2001). *The health belief model. Predicting health behavior*. Buckingham: Open University Press.

[32] B. K. Lee, Y. K. Sohn, S. O. Lee, M. Y. Yoon, M. H. Kim, & C. R. Kim. (2014). An efficacy of social cognitive theory to predict health behavior: A meta-analysis on the health belief model studies in Korea. *Journal of Public Relations*, 18(2), 163-206.
DOI: 10.15814/jpr.2014.18.2.163

[33] K. Glanz, B. K. Rimer, & K. Viswanath. (2008). *Health behavior and health education: Theory, research and practice*. San Francisco, CA: Jossey-Bass.

[34] Y. Reisinger & F. Mavondo. (2005). Travel anxiety and intentions to travel internationally: Implications of travel risk perception. *Journal of Travel Research*, 43(3), 212-225.
DOI: 10.1177/0047287504272017

[35] J. A. Harrison, P. D. Mullem, & L. W. Green. (1992). A meta-analysis of studies of the health belief model with adults. *Health Education Research*, 7, 107-116.
DOI: 10.1093/her/7.1.107

[36] R. S. Zimmerman & D. Vernberg. (1994). Model of preventive health behaviour: Comparison, critique, and meta-analysis. *Advances in Medical Sociology*, 4, 45-47.
DOI: 10.1080/10410236.2010.521906

[37] M. E. Choi, P. K. Seo, M. I. Choi, H. J. Paek. (2014). Factors associated with health-specific TV viewing intention: Application of the technology acceptance model. *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, 58(6), 362-389.

[38] Y. W. Kim, H. N. Lee, H. I. Kim, & H. J. Moon. (2017). A study on usage effect and acceptance factors of a particulate matter application (App). *Journal of Public Relations*, 21(4), 114-142.
DOI: 10.15814/jpr.2017.21.4.114

[39] A. S. Ahadzadeh, S. P. Sharif, F. S. Ong, & K. W. Khong. (2015). Integrating health belief model and technology acceptance model: An investigation of health-related internet use. *Journal of Medical Internet Research*, 17(2), e45. DOI: 10.2196/jmir.3564

[40] S. O. Lee & S. H. Lee. (2018). A study on the factors influencing acceptance of social media-based smart commerce service through personal innovativeness. *Journal of Digital Contents Society*, 19(3), 547-559.

[41] R. A. Sanchez & A. D. Hueros. (2010). Motivational factors that influence the acceptance of Moodle using TAM. *Computers in Human Behavior*, 26, 1632-1640.
DOI: 10.1016/j.chb.2010.06.011

[42] J. H. Kim & J. H. Cho. (2019). Investigation of effects of individuals social viewing of fine dust information obtained through social media on behavioral intentions of disease prevention: Application of health beliefs model. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 33(4), 37-63.

[43] H. S. Kwon. (2020). *A study on the categorization and acceptance factors of e-book users: Focusing on MZ generation*. Doctoral Dissertation, Konkuk University.

[44] J. F. Engle, R. D. Blackwell, & P. W. Miniard. (1995). *Consumer behavior*. Illinois: The Dryden Press.

윤 승 옥(Sung-Uk Yun)

[정회원]



- 2000년 2월 : 중앙대학교 신문학과 (정치학 석사)
- 2004년 2월 : 중앙대학교 신문학과 (언론학 박사)
- 2018년 2월 ~ 현재 : 전북대학교 문화융복합아카이빙연구소 전임연구원
- 관심분야 : 모바일 커뮤니케이션, 소셜 미디어, 뉴미디어, 수용자분석
- E-Mail : ysu@jbnu.ac.kr

김 건(Geon Kim)

[정회원]



- 1991년 2월 : 전북대학교 불어불문학과 졸업(문학 학사)
- 1996년 6월 : University. de Paris III (영상학 기초박사 D.E.A)
- 2002년 4월 : University of Paris I (영상학 박사)
- 2010년 3월 ~ 현재 : 전북대학교 기록관리대학원 교수/문화융복합아카이빙 연구소장
- 관심분야 : 디지털아카이빙, 영상비즈니스마케팅, 영화이론
- E-Mail : godardkim@jbnu.ac.kr