

# 무용전공생의 유튜브(YouTube) 이용 동기가 지각된 유용성 및 창의성에 미치는 영향\*

홍미성 우석대학교·김가은\*\* 중앙대학교

이 연구의 목적은 무용전공생의 유튜브(YouTube) 이용 동기가 지각된 유용성 및 창의성에 미치는 영향을 규명하는 것이다. 연구 대상은 전국의 서울권, 경기권, 충남권, 경남권, 전라권 등 5권역으로 나누어 무용을 전공하는 대학생과 졸업생, 대학원생을 온라인상에서 집락무선표집(stratified clusterrandom sampling)을 이용하여 표본을 추출하였다. 구글 드라이브에서 미디어 설문지를 제작한 후 설문대상자에게 링크 주소를 모바일로(카카오톡) 전송하여 응답한 324명을 대상으로 선정하였다. 자료분석은 SPSS 25.0 program을 이용하였고, 요인분석, 빈도분석, 중다회귀분석을 실시하였으며 결과는 다음과 같다. 첫째, 무용전공생의 유튜브 이용 동기의 하위 변인 중 편리성, 정보성, 흥미성이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 무용전공생의 유튜브 이용 동기의 하위 변인 중 편리성은 창의성 하위 요인 중 창의적 동기에, 정보성은 창의적 태도에, 흥미성은 창의적 동기와 창의적 능력에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 무용전공생의 유튜브에 대한 지각된 유용성은 창의성 하위 요인인 창의적 동기, 창의적 태도, 창의적 능력 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

주요어 : YouTube, 이용 동기, 지각된 유용성, 창의성, 무용전공생

## I. 서론

### 1. 연구의 필요성 및 목적

2016년 1월에 개최된 세계경제포럼(World Economic Forum: WEF) 46차 다보스포럼의 주제는 '4차 산업혁명의 이해'로 "4차 산업혁명이 가져올 파괴적 혁신을 성공시키기 위해 어떤 전략이 필요한가?"라는 질문을 내세웠다. 이러한 논의의 답은 '인간'으로 귀결되었고, 인간이 중심이 되는 정신과 지능을 개발하고 적용하므로 잠재력을 끌어내어 미래의 성공을 가져올 것으로 예측하였다(WEF, 2015). 성공을 위한 구체적 핵심 역량은 1)복잡한 문제 해결 2)비판적 사고 3)창의성 4)사람 관리 5)타인과의 조정 6)감성 지능 7)판단과 의사 결정 8)서비스 지향성 9)협상 10)인지적 유연성으로 그 중 '창의성'은 2015년 10위였던 것이 2020년에는 3위로 상승할 것이라고 예상하고 있다(Alex, 2016).

4차 산업혁명 시대의 핵심 역량을 고루 갖춘 대표적인 인물인 스티브 잡스(Steve Jobs, 1955-2011)는 '창의성'을 무에서 유를 만들어 내기 위한 역량이 아니라 '모방'에서 시작되는 것이고 주위를 유심히 탐구하고 획득하는 데서 발현되는 것이라 언급하였다([www.youtube.com/watch?v=Am1i8c1bZto](http://www.youtube.com/watch?v=Am1i8c1bZto)). 그러기 위해서는 기존의 것을 모방하고, 가진 것을 합치고 다르게 생각하며 단순화시키는 과정을 통해 기존에 있던 다양한 경

\* 이 논문은 우석대학교 교내학술연구비 지원에 의하여 연구됨.

\*\* 교신저자 : gaeun422@gmail.com

힘과 지식을 연결해 또 하나의 변주를 만들어 내는 것임을 강조하였다. 또한 뇌 과학자 데이비드 이글먼(David Eagleman)과 작곡가 앤서니 브란트(Anthony Brandt)는 ‘창의성’은 번개가 치듯이 ‘번쩍이는 아이디어’가 생겨난 것이 아니라 사실은 과거의 경험과 지식 혹은 주변에 존재하는 그 무언가를 원재료로 삼아 이루어진 것이라고 강조하였다. 창의적인 사고방식을 ‘휘기(Bending)’, ‘쪼개기(Breaking)’, ‘섞기(Blending)’의 3가지 전략으로 정리하였는데 첫 번째 원형을 변형하거나 뒤틀고, 두 번째 원형을 해체하고 나누며, 세 번째 둘 이상의 재료를 혼합해야 한다고 언급하였다(Anthony & David, 2017).

이러한 창의성을 가장 갈망하는 분야는 예술로 예술가들은 창의적이고 독창적인 작품을 만들고자 한다. 최근 크리에이터의 활동 무대로 전 세계 사람들에게 각광 받고 있는 ‘유튜브(YouTube)’는 예술가들의 활동에 도움을 주는 매체로 활용되고 있다. 유튜브는 기발하고 창의적인 콘텐츠를 자율적으로 공유하는 온라인 커뮤니티 공간으로 사용자가 자유롭게 동영상과 음악을 감상할 수 있고, 직접 만든 콘텐츠를 업로드하여 공유하므로 아이디어를 찾는 도구로서 활용되고 있다. 이는 예술가들의 활동이 공연장에서 디지털 무대로 전환되는 변화를 가져오면서 세계적인 예술가들의 작품을 온라인으로 감상할 수 있게 되었다. 이는 실시간 공연 관람 기회를 제공해주며 채널 운영자와 구독자의 커뮤니케이션을 가능하게 하였다. 또한 유튜브는 시대의 흐름을 빠르게 파악하고 확산시킬 수 있는 장점을 가지고 있으므로 공연예술을 전공하는 학생들에게 매우 유용하게 활용되고 있다. 그러나 유튜브를 교육 방법으로 활용하는 것이 과연 창의적인 표현과 구성에 영향을 미치는지? 에 대한 의구심이 든다. 이러한 관점에서 무용전공생들이 어떠한 목적으로 유튜브를 이용하는지 알아보기 위해 이용 동기를 살펴보는 것은 매우 중요하다. 루빈, 퍼스(Rubin & Perse, 1987)는 미디어 이용 동기를 두 가지로 분류하였는데 첫째, 특정 목적을 달성하기 위해 의도적이고 선택적으로 미디어를 이용하는 것, 둘째, 시간 보내기 등을 위해서 관습적으로 이용하는 즉 습관적으로 이용하는 것으로 분류하였다. 심성욱 등(2011) 연구에서는 정보습득 요인과 기분전환 요인이 콘텐츠 이용 의도에 긍정적인 영향을 미쳤는데, 특히 새로운 정보습득 요인이 이용 목적 중 가장 큰 영향력을 보였다. 무용전공자의 유튜브 이용 동기에 관한 황순영(2014) 연구에서 무용전공자는 유튜브 이용 동기가 습관적으로 광범위하게 이용하기보다는, 전문적이고 세부적 속성을 지니는 목적 지향적 이용 동기를 가진다고 하였다. 이는 무용전공자는 유튜브를 전공과 관련된 학습 수행을 높이기 위해 이용하는 것으로 볼 수 있기에 무용전공자의 유튜브 이용 동기와 더불어 학습 수행을 증가시키리라 믿는 정도(Davis, 1989)의 지각된 유용성과의 관계를 연관지어 알아볼 필요가 있다.

유튜브의 지각된 유용성은 미디어 콘텐츠 활용이 학습 수행력을 높여주고 학습효과에 도움이 되어 유용한 학습방법으로 느끼는 인지 학습성취로 나타난다(이은환, 2013). 스마트교육의 상호작용성과 사회적 영향은 지각된 유용성에 영향을 미치며, 지각된 유용성은 수용 의도에 영향을 미친다고 하였다(강혜영, 이장익, 김성완, 2012). 또한 학습콘텐츠와의 상호작용성은 지각된 유용성에 영향을 미치고, 지각된 유용성은 학습 태도에 영향을 미친다고 하였다(김미량, 김진숙 2007). 이러한 선행연구들은 지각된 유용성이 학습태도, 학습성취와 매우 밀접하게 관계가 있다는 것을 보여준다. 무용전공자들에게 학습성취는 과연 무엇일까? 예술가의 필수 요소인 창의성도 한 부분이 아닐까라는 전제 하에 유튜브에 대한 지각된 유용성이 창의성에 어떠한 영향을 미치는지를 살펴보는 것은 매우 의미있는 연구라고 생각된다.

그러나 무용에서의 유튜브 관련 연구를 살펴보면 무용전공자의 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성 및 정보 탐색만족도, 활용의도와 관계로 검토하는 연구(황순영, 2014)와 무용에서 유튜브 활용에 관한 연구(민경화, 2015), 소셜미디어 접근성과 무용 교육적 속성, 교수행동, 소셜미디어 태도와 관계에 관한 연구(하승희, 2015) 등이 있다. 이러한 연구를 종합해보면 무용 전공생에게 유튜브 활용은 불가분의 관계로 여겨지며 교육적 활용과 의미에 있어서도 충분히 중요성이 입증되고 있다. 하지만 현 시점에서 가장 중요한 핵심 역할을 위

한 ‘창의성’에 관한 연구는 아직 찾을 수 없기에 유튜브의 이용 동기가 지각된 유용성과 창의성에 미치는 영향에 대해 알아보는 연구가 필요할 것으로 생각된다.

이에 본 연구는 무용전공생에게 유튜브 활용이 4차 산업혁명 시대의 핵심역량으로 부각된 창의성에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위해 무용전공생의 유튜브 이용 요인을 규명하고 학교 교육 이외의 소셜미디어 활용이 개인의 창의적 능력을 향상시키는 측면에서 실질적인 도움이 되었는지 알아보려고 한다. 이 연구의 목적은 무용전공생의 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성 및 창의성에 어떠한 영향을 미치는지를 규명하는 것이다.

이와 같은 연구는 4차 산업혁명시대에 새로운 교육콘텐츠 플랫폼으로 유튜브의 가치가 커지는 이 시점에서 유튜브의 교육적 활용을 촉진시켜 창의적인 인재를 키워낼 수 있는 가능성을 제시할 것이며 유튜브를 활용한 무용 교육 콘텐츠의 중요성을 인식하게 하고 교육콘텐츠로서의 창의성을 향상시키기 위한 무용프로그램을 구성하거나 기획함에 있어 기초적인 자료로 제공될 수 있을 것이다. 또한 빠르게 변화하는 예술가들의 활동이 공연장에서 디지털 무대로 전환되는 변화의 시대에 대응하기 위한 선행연구로서 무용학의 발전에 기여할 수 있을 것이다.

## 2. 연구가설

본 연구에서는 무용전공생의 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성 및 창의성에 미치는 영향을 규명하기 위해 다음과 같은 가설을 설정하였다.

- 가설 1. 무용전공생의 유튜브 이용 동기는 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 2. 무용전공생의 유튜브 이용 동기는 창의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- 가설 3. 무용전공생의 유튜브에 대한 지각된 유용성은 창의성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

## II. 연구방법

### 1. 연구 대상

본 연구의 대상은 전국을 서울권, 경기권, 충청권, 경남권, 전라권 등 5권역으로 나누어 무용을 전공하는 대학생과 졸업생, 대학원생을 대상으로 온라인상에서 집락무선표집(stratified clusterrandom sampling)을 이용하여 표본을 추출하였다. 구글 드라이브에서 미디어 설문지를 제작한 후 설문대상자에게 링크 주소를 모바일(카카오톡)로 전송하여 48시간 동안 324명에게 응답받았다. 연구대상자의 개인적인 특성은 <표 1>과 같다.

표 1. 연구 대상자의 일반적 특성

구분	구분	인원	비율(%)
성별	남	39	12
	여	285	88
학년, 소속	1학년	85	26.3
	2학년	74	22.9
	3학년	66	20.4
	4학년	45	13.9
	대학원생	32	9.9
	졸업생	21	6.5
전공	한국무용	101	31.2
	발레	75	23.1
	현대무용	133	41
	실용무용	15	4.6

구분	구분	인원	비율(%)
무용관련 유튜브	있다	306	94.4
이용유무	없다	18	5.6
합계		324	100

〈표 1〉에서 보는 바와 같이 무용전공자들 중 94.4%가 무용전공 관련 유튜브를 시청하고 있는 것으로 볼 때 유튜브는 전공과 관련된 정보를 습득하는 중요한 플랫폼으로 자리를 잡아가고 있는 것으로 보인다.

## 2. 조사도구

본 연구에서 사용한 설문지는 국내외 선행연구에서 이미 신뢰도 및 타당도 검증을 실시하여 사용했던 도구를 연구의 성격에 맞도록 재구성한 것으로 개인적 특성 4문항, 유튜브 이용 동기 12문항, 지각된 유용성 5문항, 창의성 12문항 등 총 33문항으로 이루어졌다.

### 1) 개인적 특성

개인적 특성은 성별(남, 여) 학년, 소속(1학년, 2학년, 3학년, 4학년, 대학원생, 졸업생), 무용전공(한국무용, 발레, 현대무용, 실용무용), 전공 관련 유튜브 시청 유무(있다, 없다) 등 보기에서 표기하도록 명목척도의 형태로 구성하여 응답하도록 구성하였다.

### 2) 유튜브 이용 동기

무용전공생의 유튜브 이용동기를 알아보기 위해 이정희(2018)가 사용한 설문지를 본 연구의 취지에 맞게 구성하여 사용하였으며 총 12문항으로 구성되었다. 각 문항은 5점 리커트 척도(1=전혀 그렇지 않다,부터 5=매우 그렇다)로 구성하였으며, 점수가 높을수록 유튜브 이용 동기가 높다는 것을 의미한다.

### 3) 지각된 유용성

지각된 유용성은 유튜브 사용자가 유튜브 서비스 이용이 자신의 사용 목적에 유용하다고 지각하는 정도를 의미하는 것으로 5개 문항으로 구성되었다. 안대천, 김상훈(2011)의 연구에서 사용된 질문지를 황순영(2012)이 연구의 목적과 대상에 부합하도록 수정·보완하여 구성된 질문지를 사용하였으며 5점 리커트 척도로 구성되었다.

### 4) 창의성

창의성을 측정하기 위해 Zhou & George(2001)가 개발한 측정도구를 이춘중(2006), 최웅철(2013)이 번안하여 사용한 장안리(2015)의 조사도구를 본 연구에 맞게 구성하여 사용하였다. 창의성은 총 12문항으로 창의적 동기(호기심과 집중력), 창의적 태도(모험성과 도전성), 창의적 능력(지식, 상상력, 독창성)등 3개의 하위 요인으로 분류되었고, 5점 리커트척도(1= 전혀 그렇지 않다 부터 5= 매우 그렇다)로 구성하였으며, 점수가 높을수록 창의성이 높다는 것을 의미한다.

## 3. 신뢰도와 타당도

본 연구에서 사용된 측정도구의 타당성을 검증하기 위해 우선 내용타당도는 교수 1인과 무용학 박사 1인이 조사도구의 구성내용과 문항이 본 연구를 수행하는데 적합한가에 대한 검토를 한 후 이 연구에 적합하도록 수정

보완한 설문으로 내용타당도를 확인하였다. 구성타당도는 요인분석을 하였으며 결과는 <표 2>, <표 3>과 같다.

유튜브 이용 동기에 대한 요인분석 결과 선행연구와 같이 다양성, 편리성, 정보성, 흥미성 등 4개의 하위 요인으로 분류되었으며, 4개 요인의 누적분산율은 78.301, 신뢰도는 .906-.763으로 나타났다. 지각된 유용성은 1개의 요인으로 누적분산율은 70.923, 신뢰도는 .896으로 나타났다. 창의성은 창의적 동기(호기심과 집중력), 창의적 태도(모험성과 도전성), 창의적 능력(지식, 상상력, 독창성)등 3개의 하위 요인으로 분류되었고, 누적분산율은 72.638, 신뢰도 .922-.768로 나타나 각 설문 문항들을 측정하기에 별 무리가 없는 것으로 판단된다. 또한, 각 변수 간의 상관관계가 다른 변수에 의해 설명되는 정도를 나타내주는 KMO값은 .927-.862로 나타났으며 요

표 2. 유튜브 이용 동기 요인분석

설문 문항	이용 동기			
	다양성	편리성	정보성	흥미성
A2	.840	.234	.321	.190
A1	.833	.242	.224	.188
A3	.763	.227	.300	.244
A8	.276	.818	.037	.244
A7	.201	.799	.203	.231
A9	.195	.650	.521	.190
A12	.287	.164	.820	.215
A11	.360	.120	.805	.182
A10	.228	.539	.605	.269
A5	.123	.157	.148	.852
A6	.152	.233	.167	.695
A4	.370	.250	.231	.682
신뢰도	.906	.829	.857	.763
고유치	2.576	2.367	2.346	2.106
분산(%)	21.470	19.728	19.551	17.552
누적(%)	21.470	41.198	60.749	78.301
표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도=.902 Bartlett의 구형성 검증 $X^2=2521.768$ , $df=66$ , $Sig=.000$				

표 3. 지각된 유용성 및 창의성 요인분석

설문 문항	창의성			지각된 유용성	
	창의적 동기	창의적 능력	창의적 태도		
A11	.861	.218	.196	A1	.869
A12	.857	.160	.215	A2	.866
A9	.817	.228	.223	A5	.832
A10	.725	.335	.347	A3	.828
A3	.719	.338	.223	A4	.815
A8	.517	.482	.327		
A1	.252	.838	.061		
A2	.207	.821	.204		
A4	.271	.573	.311		
A6	.333	.056	.830		
A7	.274	.508	.649		
A5	.238	.481	.630		
신뢰도	.922	.768	.790		.896
고유치	3.874	2.781	2.061		3.546
분산(%)	32.287	23.175	17.177		70.923
누적(%)	32.287	55.462	72.638		70.923
표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도=.927 Bartlett의 구형성 검증 $X^2=2501.733$ , $df=66$ , $Sig=.000$				표준형성 적절성의 Kaiser-Meyer-Olkin 측도=.862, Bartlett의 구형성 검증 $X^2=942.233$ , $df=10$ , $Sig=.000$	

인분석의 적합성 여부를 나타내는 Bartlett의 구형성검정치는 유튜브 이용 동기는  $\chi^2=2521.768$  ( $p=.0000$ ), 지각된 유용성은  $\chi^2=942.233$  ( $p=.0000$ ),  $\chi^2=2501.733$  ( $p=.0000$ )로 나타나 측정에 적합하다고 할 수 있다.

#### 4. 자료처리

본 연구에서는 '무용전공생의 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성 및 창의성에 미치는 영향'을 규명하기 위해 SPSS 25.0 program을 이용하였고, 구체적인 통계분석은 다음과 같다.

첫째, 조사도구의 신뢰도와 타당도 검증을 위하여 요인분석과 Cronbach's  $\alpha$ 계수를 산출하였다.

둘째, 연구대상자의 개인적 특성은 빈도분석을 하였다.

셋째, 무용전공생의 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성 및 창의성에 미치는 영향을 살펴보기 위해 중다회귀 분석을 하였으며 유의수준  $\alpha = .05$ 로 설정하였다.

### Ⅲ. 연구 결과

#### 1. 상관관계분석

이 연구에서 설정한 모든 변인들 간의 다중공선성을 확인하기 위해 상관관계를 분석한 결과는 <표 4>에서 보는 바와 같이 모든 하위 요인들 간에는 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났으며 대부분의 요인들이 .7이하의 상관관계를 보여 각 변인들이 독립적인 것으로 확인되었다.

표 4. 변인 간 상관관계분석

	1	2	3	4	5	6	7	8
다양성	1							
편리성	.602**	1						
정보성	.684**	.654**	1					
흥미성	.562**	.588**	.570**	1				
지각된 유용성	.577**	.601**	.696**	.666**	1			
창의적 동기	.301**	.357**	.344**	.428**	.413**	1		
창의적 태도	.395**	.516**	.456**	.526**	.574**	.623**	1	
창의적 능력	.288**	.398**	.356**	.483**	.472**	.687**	.643**	1

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

#### 2. 무용전공생의 유튜브 이용 동기, 지각된 유용성 및 창의성과의 관계

##### 1) 무용전공생의 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성에 미치는 영향

무용전공생의 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성에 미치는 영향을 분석한 결과 <표 5>과 같이 유튜브 이용 동기의 하위 변인 중 편리성( $\beta=.092$ ), 정보성( $\beta=.409$ ), 흥미성( $\beta=.350$ )이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 유튜브 이용 동기에 대한 지각된 유용성 요인의 예측 값은 전체변량의 58.0%로 매우 높다는 것을 알 수 있다.

표 5. 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성에 미치는 영향

이용 동기	지각된 유용성	
	B	$\beta$
	.902	
다양성	.029	.036
편리성	.084	.092***
정보성	.330	.409***
흥미성	.322	.350***
F	104.028***	
R <sup>2</sup>	.580	

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

2) 무용전공생의 유튜브 이용 동기가 창의성에 미치는 영향

무용전공생의 유튜브 이용 동기가 창의성에 미치는 영향을 분석한 결과 <표 6>과 같이 이용 동기의 하위 변인 중 편리성은 창의성의 하위 요인 중 창의적 동기( $\beta = .260$ )에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 정보성은 창의적 동기 하위 요인 중 창의적 태도( $\beta = .269$ )에 흥미성은 창의적 동기( $\beta = .317$ )와 창의적 능력( $\beta = .321$ )에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 유튜브 이용 동기에 대한 창의성 요인의 예측 값은 전체변량의 32.1%, 12.3%, 22.8%임을 알 수 있다.

표 6. 무용전공생의 유튜브 이용 동기가 창의성에 미치는 영향

이용동기	창의성					
	창의적 동기		창의적 태도		창의적 능력	
	B	$\beta$	B	$\beta$	B	$\beta$
	1.449		2.098		1.253	
다양성	-.041	-.048	-.160	-.116	-.027	-.021
편리성	.250	.260***	.138	.127	.145	.129
정보성	.111	.130	.209	.269***	.121	.122
흥미성	.306	.317***	.006	.005	.362	.321***
F	.37.080***		3.586***		22.244***	
R <sup>2</sup>	.321		.123		.228	

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

3) 무용전공생의 유튜브에 대한 지각된 유용성이 창의성에 미치는 영향

무용전공생의 유튜브에 대한 지각된 유용성이 창의성에 미치는 영향을 분석한 결과 <표 7>과 같이 창의성의 하위 요인( $\beta = .559, .479, .444$ ) 모두 영향을 미치는 것으로 나타났으며 지각된 유용성에 대한 창의성 요인의 예측 값은 전체변량의 31.3%, 23.0%, 19.7%임을 알 수 있다.

표 7. 지각된 유용성이 창의성에 미치는 영향

지각된 유용성	창의성					
	창의적 동기		창의적 태도		창의적 능력	
	B	$\beta$	B	$\beta$	B	$\beta$
	1.654		1.613		1.497	
지각된 유용성	.588	.559***	.549	.479***	.544	.444***
F	.397***		90.649***		74.613***	
R <sup>2</sup>	.313		.230		.197	

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

## IV. 논 의

본 연구에서 무용전공자의 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성과 창의성에 미치는 영향을 분석한 결과 몇 가지의 의미 있는 사실들이 발견되었다.

첫째, 무용전공자의 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성에 영향을 미치는 것으로 확인되었다. 유튜브 이용 동기의 하위 요인 중 다양성을 제외한 편리성, 정보성, 흥미성 요인 모두 지각된 유용성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타나 무용전공자들은 유튜브를 통한 정보성 동기와 편리성 동기 그리고 흥미성 동기가 강할수록 유튜브에서의 무용 관련 정보가 유용하다고 지각하는 것으로 해석할 수 있다. 특히 정보성 요인이 지각된 유용성에 가장 큰 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이는 무용전공자가 일반 이용자들보다 유튜브 이용에 대한 특정한 명확한 목적이 있기 때문이라고 해석할 수 있다. 무용전공자들이 유튜브를 이용하는 목적은 다양한 작품을 감상하기 위해서, 유명한 안무가의 레파토리를 보고 모방하여 연습하면서 기량과 테크닉을 향상시키기 위해서, 새로운 작품을 보면서 자신의 움직임 스타일을 찾기 위해서 등 다양하다. 이처럼 무용 기능 관련 동영상 및 무용공연 등의 콘텐츠를 접하면서 본인의 지식이나 기능을 향상시키고자 하는 욕구가 강하기 때문에 이러한 결과가 나타난 것으로 볼 수 있다. 이러한 결과는 무용전공자들의 유튜브 이용 동기 중 정보 획득성 요인이 지각된 유용성에 가장 영향을 미치는 것으로 나타났다는 황순영(2014)의 연구결과와 일치하는 것이다. 또한 이경민(2018)의 벨리댄스 참여자의 SNS 이용형태에 따른 동기와 지각된 유용성 및 정보탐색만족도에 대한 연구에서 SNS를 많이 이용 할수록 정보 추구라는 이용동기가 높게 나타났으며 지각된 유용성도 높게 나타나 본 연구 결과를 부분적으로 지지하고 있다. 흥미성 요인도 지각된 유용성에 영향을 미치는 것으로 나타났는데 이는 모바일 이용 동기가 모바일 콘텐츠의 유용성 지각에 긍정적인 영향을 미친다고 한 심성욱, 변혜민, 김운한(2011)의 연구결과와도 일치하는 것이다. 심성욱 등(2011)의 연구에서는 모바일 이용 동기 요인 중 새로운 정보습득 요인과 기본전환 요인이 유용성 지각에 긍정적인 영향을 미치며, 특히 새로운 정보습득 요인이 가장 강한 영향력을 행사하는 것으로 나타나 유용성 지각엔 흥미성 요인도 중요한 이용 동기 요인임을 시사해 주고 있어 본 연구결과를 지지하고 있다. 사회 전반을 강타한 유튜브의 열풍은 취미나 관심사가 비슷한 사람들과 실시간 소통을 하는 놀이 문화로 문화예술시장에도 변화를 불러왔으며 예술 콘텐츠의 생산과 소비에 본질적인 변화를 가져왔다고 할 수 있다. 이에 문화예술시장과 마케팅시장의 핵심 아이콘으로 등장한 유튜브에 업로드 할 무용 관련콘텐츠를 개발할 때 정확하고 다양한 정보와 흥미는 꼭 필요한 요인임을 재확인 할 수 있었다.

둘째, 무용전공생의 유튜브 이용 동기가 창의성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 유튜브의 이용 동기 요인 중 편리성이 높을수록 창의적 동기인 호기심과 집중력이 높아진다고 해석할 수 있다. 이용 동기 요인 중 정보성이 높을수록 창의적 태도인 모험성과 도전성이 높아지며, 이용 동기 요인 중 흥미성이 높을수록 창의적 동기인 호기심과 집중력을 높여지고, 창의적 태도를 의미하는 지식과 상상력, 독창성이 높아진다고 해석할 수 있다.

창의성은 '선천적으로 타고나는 것' 또는 '후천적으로 만들어지는 것'이라는 여러 학자마다 다양한 견해를 보이고 있다. 전술한 바와 같이 유튜브 관람동기가 과연 창의성에 영향을 미치는가에 대한 선행연구들을 아직 찾을 수가 없어 이에 대한 다양한 후속 연구가 필요할 것으로 사료된다. Torrance(1977)는 창의적 행동이 실현되기 위한 예측모델로 동기, 능력, 기능 3가지 요소를 제시하면서 창의적인 동기를 지니고서 창의적인 능력을 뽑아내는 데 필요한 기능을 지니고 있는 사람에게서는 높은 수준에서의 창의적 성취를 기대할 수 있다고 설명하였다. 창의적인 동기와 능력을 지닌 사람이 필요한 창의적 기능을 습득한다면, 창의적 성취자가 될 수 있다는 것이다. 이는 유튜브에 대한 이용 동기가 높은 무용전공자가 유튜브의 다양한 무용관련 콘텐츠를 이용하여 다양한 작품을 감상하고, 유명한 작품의 레파토리를 모방하여 연습하면서 기량과 테크닉을 향상시키며



자신에게 맞는 움직임과 스타일을 찾는다면 창의적 성취자가 될 수 있다는 것으로 추론할 수 있다.

사회심리학자인 Amabile(1983, 1989)는 창의성은 특정한 영역에서의 소질 또는 재주와 같은 것을 가지는 등 어느 정도 선천적이라 할 수 있지만, 부단한 노력과 풍부한 경험을 통하여 어느 정도의 수준까지 끌어올릴 수 있는 영역이라고 하였다. 즉 창의성은 선천적으로 만들어진다기보다 후천적인 자극과 경험에 의해서도 향상시킬 수 있기에 4차 산업혁명시대에 새로운 교육콘텐츠 미디어인 유튜브를 활용하여 교육시킨다면 시대가 요구하는 창의적인 인재를 키워낼 수 있지 않을까 생각된다.

셋째, 무용전공생의 유튜브에 대한 지각된 유용성이 창의성에 영향을 미치는 것으로 나타났으며 이는 무용 전공자들이 유튜브의 다양한 콘텐츠들을 사용함에 있어 유용하다고 지각할수록 창의성에 도움이 된다고 생각하는 것으로 볼 수 있다. 이은환(2013)은 스마트교육환경에서 학습만족도에 직접적인 영향을 미치는 요인이 지각된 유용성이라고 하는 것을 보더라도 지각된 유용성은 학습자의 능력을 향상시키는 요인임을 알 수 있다. 유튜버는 다양한 영상 콘텐츠를 제작하는 창의적인 일을 수행하고, 그러한 활동을 통해 문화 산업 내에서 구체적인 수익을 내고 있음으로 큰 틀에서 창의노동자에 속할 수 있는 새로운 직업군이라 볼 수 있다(Hesmondhalgh & Baker, 2013). 창의노동(creative labor)은 문화 산업(cultural industries) 내에서 상징적인 가치를 만들어 내므로써 이익을 창출해 내는 창의적인 일이라고 정의할 수 있고, 이러한 창의노동에는 문화산업 내 각종 창의적인 일들이 포괄될 수 있기에 창의적인 산물인 다양한 무용관련 유튜브 이용이 유용하다고 지각할수록 창의성에 도움이 된다고 생각하는 것은 어쩌면 당연한 것이 아닐까?

이에 무용전공자들에게 유용한 유튜브 콘텐츠를 제공하기 위한 유튜브 크리에이터를 활성화시키는 것도 필요하다고 생각된다. 아직은 유튜브에서의 무용관련 정보를 전문적으로 획득하는 데에는 양적, 질적으로 초기 단계에 있으나 향후 유튜브를 통한 쌍방향 공유는 기하급수적으로 늘어날 것으로 기대된다. 따라서 무용정보에 대한 획득만이 아니라 유용성이 높은 수준의 무용정보를 관련 전공자들에게 공유될 수 있도록 하는 노력이 필요하며 이는 무용발전을 위한 초석이 될 수 있음을 인식하여야 할 것이다.

## V. 결론 및 제언

이 연구의 목적은 무용전공생의 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성 및 창의성에 미치는 영향을 규명하는 것이다. 연구대상은 전국을 서울권, 경기권, 충남권, 경남권, 전라권 등 5권역으로 나누어 무용을 전공하는 대학생과 졸업생, 대학원생을 온라인상에서 집락무선표집(stratified clusterrandom sampling)을 이용하여 표본을 추출하였다. 구글 드라이브에서 미디어 설문지를 제작한 후 설문대상자에게 링크 주소를 모바일로(카카오톡) 전송하여 응답한 324명을 대상으로 선정하였다. 자료분석은 SPSS 25.0 program을 이용하였고, 요인분석, 빈도분석, 중다회귀분석을 실시하였으며 결과는 다음과 같다.

첫째, 무용전공생의 유튜브 이용 동기의 하위 변인 중 편리성, 정보성, 흥미성이 지각된 유용성에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

둘째, 무용전공생의 이용 동기의 하위 변인 중 편리성은 창의성의 하위 요인 중 창의적 동기에, 정보성은 창의적 태도에, 흥미성은 창의적 동기와 창의적 능력에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 무용전공생의 유튜브에 대한 지각된 유용성은 창의성의 하위 요인인 창의적 동기, 창의적 태도, 창의적 능력 모두 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과로 볼 때 무용전공생들의 유튜브 이용은 예술가로서 가장 필요한 창의성에 도움이 된다고 생각하

고 있기에 유튜브 이용은 기하급수적으로 증가할 것으로 생각된다. 이는 무용공연의 특성인 '일회성' '현장감'에 이견을 만들어 낼 수 있을 만큼 무용계에 큰 의미를 가져다 줄 것이다. 즉 기존의 무대공간의 개념을 깨고 디지털 상의 무대공간의 탄생을 의미한다고 할 수 있다. 무용전공자들이 유튜브라는 디지털 상의 무대공간을 활용하는 것은 4차 산업혁명 시대의 획기적인 공연예술 형태로써의 영향력을 발휘할 것으로 예상된다. 그러므로 차후 연구에서는 유튜브를 활용한 다양한 무용 교수법을 개발하고, 무용전공생을 위한 다양한 유튜브 채널 플랫폼을 구축하기 위한 연구가 이루어져야 할 것이다. 더불어 유튜브의 이용이 무용에서 필요한 창의성에 영향을 미치고 있다고 인지하는 만큼 실질적으로 향상되었는지 알아보는 심층적인 검증이 필요할 것으로 보인다.

## 참고문헌

- 강혜영, 이장익, 김성완(2012). 스마트교육 수용의도에 영향을 미치는 요인 간의 관계 분석. *한국컴퓨터정보학회 학술발표논문집*, 20(2), 141-144.
- 김미량, 김진숙(2007). 사이버 가정학습에 대한 학습자의 태도 및 만족도 분석. *한국콘텐츠학회논문지*, 7(10), 44-58.
- 민경화(2015). 무용에서 유튜브의 활용에 대한 연구. *대한무용학회논문집*, 73(1), 75-94.
- 심성욱, 김운한(2011). 대학생들의 소셜미디어 이용동기가 소셜미디어 광고 이용의향에 미치는 영향. *한국광고홍보학회*, 13(2), 342-376.
- 심성욱, 변혜민, 김운한(2011). 수용자의 내적 특성과 이용 동기가 모바일 뉴스콘텐츠 태도에 미치는 영향에 관한 연구. *문화경제연구*, 14(2), 75-98.
- 안대천, 김상훈(2011). 이용자의 성별 세분화에 따른 모바일커머스 수용에 관한 연구. *광고연구*, -(88), 7-36.
- 이경민(2018). 벨리댄스 참여자의 SNS 이용형태에 따른 동기과 지각된 유용성 및 정보탐색만족도 분석. *미간행 석사학위논문*. 창원대학교 대학원.
- 이은환(2013). 스마트교육 환경에서 학습자 특성, 상호작용, 몰입, 지각된 유용성 및 학습만족도의 구조적 관계 분석. *미간행 박사학위논문*. 건국대학교 대학원.
- 이정희(2018). 유튜브 교육/강좌 콘텐츠의 만족도와 지속 이용 의도에 관한 연구. *미간행 석사학위논문*. 동국대학교 대학원.
- 이춘중(2006). 리더십 유형이 창의성 및 직무만족에 미치는 영향. *미간행 석사학위논문*. 창원대학교 대학원.
- 장안리(2016). 예술고등학교 무용교사의 지도행동유형이 무용전공학생의 내적동기와 창의성에 미치는 영향. *미간행 석사학위논문*. 이화여자대학교 교육대학원.
- 최용철(2013). 체육교사의 리더십 유형과 중학생이 지각하는 임파워먼트, 창의성의 관계. *미간행 박사학위논문*. 인천대학교 대학원.
- 허승희(2015). 소셜미디어 접근성과 무용교육적 속성, 교수행동, 소셜미디어 태도와의 관계. *미간행 박사학위논문*. 세종대학교 일반대학원.
- 황순영(2012). 무용전공자의 유튜브 활용의도 결정요인 연구. *미간행 박사학위논문*. 세종대학교 대학원.
- 황순영(2014). 사회과학분야 : 무용전공자의 유튜브 이용 동기가 지각된 유용성 및 활용의도에 미치는 영향. *한국무용과학회지*, 31(2), 69-86.
- 창의력을 키우는 4가지 테크닉, 체인지 그라운드, (업데이트: 2018년 3월 29일, 검색일 2019년 8월 1일), (<https://www.youtube.com/watch?v=AmlI8c1bZto>, 2019. 8. 1)
- Amabile, T. M. (1983). *The social Psychology of Creativity*. New York: Springer-Verlag.
- Amabile, T. M. (1989). *Growing up Creative*, Buffalo, NY: CEF Press.
- Anthony, B. David, E. (2017). *The Runaway Species How Human Creativity Remakes the World*. Edinburgh: Catapulta.
- Davis, F. D. (1989). Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use and User Acceptance of Information Technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.
- Hesmondhalgh, D., & Baker, S. (2013). *Creative labour: Media work in three cultural industries*. Routledge.

- Rubin, A. M. & Perse, E. M. (1987). Audience activity and Television news gratifications. *Communication Research*, 14(1), 58-84
- Torrance, E. P. (1977). *Creativity in the classroom: What research says to the teacher*. Washington D. C: National Education Association.
- World Economic Forum. (2015). *Deep shift technology tipping points and societal impact*. Colony/Geneva: World Economic Forum. p.7.
- Zhou, J. & George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice, *Academy of Management Journal*. 44(4), 682-696.
- Alex, G. (2016, Jan 19). *The 10 skills you need to thrive in the Fourth Industrial Revolution*, Retrieved January 19, 2016 from <https://www.weforum.org/agenda/2016/01/the-10-skills-you-need-to-thrive-in-the-fourth-industrial-revolution>

ABSTRACT

---

## The Influence of YouTube Usage Motivation of Dance Major Student on Perceived Usefulness and Creativity Relationship Among Motivation and Dance

Hong, Mi-Sung *Woosuk Univ.* · Kim, Ga-Eun *Chung-ang Univ.*

The purpose of this study was to investigate the influence of dance major student's YouTube usage motivation on perceived usefulness and creativity. For the study, The subjects of this study were selected by dividing the entire country into five provinces (Seoul, Gyeonggi, Chungnam, Gyeongnam, and Jeolla) and using an online "stacked cluster random sampling" with college, graduate, and graduate students majoring in dance. After creating a media questionnaire on Google drive and sending a link to the surveyors via mobile (Kakao Talk), 324 people answered in 48 hours. With the collected data, factor analysis, frequency analysis, and multiple regression analysis were performed through SPSS 25.0 program. The results of analysis were summarized as follows. First, convenience, informativeness and interest among the sub-factors of dance majors' motivation to use YouTube had a significant influence on perceived usefulness. Second, convenience had a significant effect on creative motivation among the sub-factors of creativity, informativeness had a significant effect on creative attitude, while interest had a significant effect on creative motivation and creative ability. Third, dance majors' perceived usefulness on YouTube had a significant effect on creative motivation, creative attitude and creative ability among the sub-factors of creativity.

**Key words** : YouTube, Usage motivation, Perceived usefulness, Creativity, Dance major student

---

논문투고일: 2019. 08. 31  
논문심사일: 2019. 10. 08  
심사완료일: 2019. 10. 19