

전송 이론에 근거한 문화 계발 효과의 인과 모형 분석:

오디션 프로그램이 청소년의 수직적 개인주의에 미치는 영향을 중심으로

이숙정 *

(중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 부교수)

육은희 **

(중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 박사과정)

최태훈 ***

(중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 석사)

박수진 ****

(중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 석사과정)

본 연구는 전송 이론으로부터 등장인물과의 동일시와 내러티브 논리에 대한 동의라는 개념을 도출하여 문화 계발 효과의 인지적 메커니즘을 살펴보고자 하였다. 이를 위해 오디션 프로그램의 주시청자이며 사회적 가치를 형성해가는 단계에 있는 청소년을 대상으로 오디션 프로그램 시청이 경쟁을 중요하게 생각하는 수직적 개인주의를 배양하는지를 살펴보았다. 구체적으로, 청소년들의 오디션 프로그램 시청이 등장인물(즉, 심사자)과의 동일시와 내러티브 논리에 대한 동의(즉, 경쟁 구도에 대한 동의)를 통해 수직적 개인주의를 배양시킨다는 연구 모형을 제안하였다. 중학교의 1, 2학년 남녀 학생을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 구조방정식 모형 분석 결과, 제안된 연구 모형은 적합한 것으로 검증되었다. 즉, 프로그램 시청량이 많을수록, 특히 몰입도가 높을수록 심사자와의 동일시를 많이 경험하게 되고 이는 오디션 프로그램 내러티브의 핵심 논리인 경쟁 구도에 대한 동의 수준을 높이고 결과적으로 현실 세계에서도 대인 관계를 경쟁적인 것으로 간주하는 수직적 개인주의 가치가 높아지는 것으로 나타났다. 이러한 연구 결과는 전송 이론이 문화 계발 효과의 심리적 메커니즘을 밝히는 데 유용한 이론이 될 수 있음을 보여준다.

핵심어: 문화 계발 이론, 전송 이론, 리얼리티 오디션 프로그램, 청소년, 수직적 개인주의

* sjleecom@cau.ac.kr, 교신저자

** hossangeh@naver.com

*** 87sanai@naver.com

**** soojin0724@naver.com

1. 서론

우리는 미디어가 만들어내는 상징적 세계와 상호작용하면서 살아간다. 부모와의 대화
가 자녀의 가치관 형성에 영향을 주듯, 미디어의 상징적 상호작용은 시청자의 현실 인식
및 가치 체계에 영향을 준다. 텔레비전은 강력한 문화적 도구로서 시청자의 위험한 현실
인식, 소수 집단에 대한 고정관념, 물질주의 가치를 배양한다. 이러한 주장에 대한 실증
적 분석은 1960년대 후반 조지 거브너가 주도한 문화지표 프로젝트로부터 시작되었고 거
브너의 문화 계발 이론은 매스커뮤니케이션 연구 분야에서 가장 많이 인용되는 이론 중의
하나로 평가받고 있다(Bryant & Miron, 2004; Morgan & Shanahan, 2010; Porter, 2014).

거브너는 매스커뮤니케이션에서 ‘커뮤니케이션’을 메시지를 통한 상호작용으로, 그리
고 ‘매스’(mass)의 의미를 메시지의 대량 생산(mass production)으로 개념화하면서 대량
생산되는 메시지가 문화에 미치는 영향을 분석하고자 하였다. 그는 메시지의 대량 생산
과 신속한 전파가 사회제도의 구조와 기능을 반영하는 새로운 상징적 세계를 만들어내
고 사회적 커뮤니케이션을 위한 다른 형태의 네트워크와 합쳐지면서 집단적 의식 형성
에 영향을 준다고 주장하였다(Gerbner, 1970). 거브너와 동료 학자들은 텔레비전 시청
이 사회적 현실에 대한 시청자의 인식에 미치는 영향을 의미하는 것으로 ‘문화 계
발’(cultivation)이라는 용어를 사용하였다. 그들은 문화 계발을 미디어 메시지의 단기적
인 효과가 아니라 대량 생산되는 메시지의 누적적이고 장기적인 집합적 의식 수준에서
의 영향으로 간주한다(Gerbner, Gross, Morgan, Signorielli, & Shanahan, 2002).

그러나 문화 계발 이론은 시청 효과가 어떻게 발생하는지에 관한 구체적 과정을 설명
하지 못한다는 비판이 지속적으로 제기되었다. 일부 학자는 텔레비전 효과를 설명할 수
있는 인지적 모델이 검증되기 전까지는 문화 계발 효과가 실제로 존재한다고 보기 어렵
다고 주장하기도 하였다(Hawkins & Pingree, 1990; Shrum, 1995). 즉, 문화 계발 효과
를 입증하기 위해서는 텔레비전 시청과 사회적 현실에 대한 인식 간의 관계만을 보여주는
것에서 나아가 그 심리적 과정을 설명할 수 있어야 한다는 것이다.

이와 관련하여 슈럼(Shrum) 등의 연구자는 현실 인식이라는 문화 계발 효과를 두 가지
유형으로 구분하여 각 측정 유형에 따른 차별적 메커니즘을 제안하였다. 1차적 효과는 텔
레비전 시청이 현실 세계에서의 발생 확률이나 구성 비율에 대한 판단에 미치는 영향을 측
정하는 것으로 이는 기억에 기반을 둔 가용성 휴리스틱 정보처리 과정으로 설명된다. 2차
적 효과는 텔레비전 시청이 시청자의 태도, 신념, 가치에 미치는 영향으로 텔레비전을 시
청하는 순간에 발생하는 인지적 주목, 상상, 몰입 등이 문화 계발 효과를 증가시킨다는 것

이다(Shrum, 2004; Shrum, Burroughs, & Rindfleisch, 2005; Shrum, Lee, Burroughs, & Rindfleisch, 2011). 특히, 슈럼 등의 연구자들은 2차적 효과를 발생시키는 메커니즘으로서 사(narrative) 세계로의 전송(transportation)이라는 개념을 차용한다(Shrum et al., 2011).

전송 이론은 미디어 내러티브가 수용자의 신념 및 태도에 미치는 영향을 설명하는 이론이다(Green & Brock, 2000). 전송은 이야기 세계로 빠져드는 심리적 이동을 의미한다. 전송 이론에 따르면 수용자는 내러티브의 세계로 빠져들며 따라 자신의 인지적 자원과 능력을 내러티브에서 발생하는 사건에 집중하게 되어 내러티브의 주장에 반박할 현실 세계의 정보를 인지하지 못하게 되고 그 결과 비판적인 인지적 반응이 줄어들게 된다. 또한 내러티브 등장인물과 강한 감정을 형성하게 되어 등장인물의 믿음 체계는 수용자의 믿음에 영향을 준다. 이러한 전송 이론은 문화 계발 효과가 발생하는 심리적 과정을 설명하는 데 유용할 것으로 기대된다. 그러나 문화 계발 효과를 전송의 개념으로 설명하고자 하는 최근의 시도는 전송의 과정에 의한 인과적 설명보다는 전송의 수준에 따른 문화 계발 효과의 차이를 분석하는 데 머물러 있다.

따라서 본 연구는 전송 이론으로부터 등장인물과의 동일시와 내러티브 논리에 대한 동의라는 개념을 도출하여 문화 계발 효과의 인지적 메커니즘을 살펴보고자 한다. 이를 위해 오디션 프로그램의 주시청자이며 사회적 가치를 형성해가는 단계에 있는 청소년을 대상으로 오디션 프로그램 시청이 경쟁을 중요하게 생각하는 수직적 개인주의를 배양하는지를 살펴볼 것이다. 구체적으로 본 연구는 청소년의 오디션 프로그램 시청이 등장인물(즉, 심사자)과의 동일시와 내러티브 논리에 대한 동의(즉, 경쟁 구도에 대한 동의)를 통해 경쟁을 중요하게 생각하는 수직적 개인주의를 배양시킬 수 있음을 검증해 보고자 한다.

2. 이론적 논의

1) 장르별 2차적 문화 계발 효과

문화 계발 이론은 미디어가 시청자의 현실 인식, 즉 미디어 메시지와 일치하는 방향으로의 현실 인식을 배양함을 가정한다. 이러한 가정을 실증적으로 분석한 선행 연구들은 텔레비전 시청이 시청자들의 범죄 위험에 대한 인식, 사회 불신, 정신병에 대한 부정적 인식, 동성애에 대한 허용 수준, 성역할에 대한 보수적 태도, 사랑 및 결혼에 대한 환상, 환경문제에 대한 인식, 인종 고정관념, 물질주의 가치관 등에 영향을 주는 것으로 보고

한다(Morgan & Shanahan, 2010).

문화 계발 효과 연구들은 미디어가 시청자의 현실 인식에 영향을 준다는 데는 모두 동의한다. 그러나 독립변인 및 종속변인 설정에 따라 문화 계발 효과를 설명하는 방식에 다소 차이가 있다. 독립변인의 차원에서 문화 계발 연구는 텔레비전 총 시청량의 효과를 분석하는 연구와 특정 장르의 시청 효과를 분석하는 연구로 구분된다. 거브너를 비롯하여 텔레비전 총 시청량을 주된 변인으로 분석하는 연구들은 메시지의 특정한 요소보다는 미디어 전반에 걸쳐 보편적으로 내재된 의미체계에 관심을 둔다. 그들은 텔레비전 프로그램에는 장르에 상관없이 일관되게 제시되는 이미지와 내재된 가치가 있기 때문에 텔레비전에 내재된 집합적 메시지의 영향을 분석해야 한다고 주장한다(Gerbner et al., 2002). 대량 생산되는 메시지의 누적적이고 장기적인 집합적 의식 수준에서의 영향을 분석하고자 하기에 시청자가 메시지를 어떻게 선택하는지 그 메시지의 정보를 어떻게 처리하는지를 고려하지 않는다(Gerbner et al., 2002; Porter, 2014).

반면, 일부 연구자는 문화 계발 효과를 분석하는 과정에서 장르의 특성을 고려해야 한다고 주장한다. 장르별 문화 계발 효과 연구는 텔레비전 메시지가 일관되게 제시하는 의미체계와 더불어 장르별 고유의 서사구조가 갖는 효과를 분석해야 함을 주장한다. 거브너가 문화 계발 이론을 제안했던 1970년대와는 달리, 오늘날 시청자는 다양한 프로그램 중에서 자신이 선호하는 장르를 중심으로 프로그램을 선택하여 시청하며 또한 장르별로 고유의 서사구조를 가졌기 때문이다(나은경·김도연, 2012; Hawkins & Pingree, 1981; Kubic & Chory, 2007; Lee & Niederdeppe, 2011; Woo & Dominick, 2003). 장르별 시청 효과 연구는 거브너가 이론화한 문화 계발 효과와 구분되어야 한다는 주장도 있지만(Potter, 2014), 장르 구분의 필요성에 의문을 제기했던 연구자들조차 최근에는 특정 장르의 서사구조에 따른 문화 계발 효과의 필요성을 인정한다(Morgan & Shanahan, 2010; Morgan, Shanahan, & Singorielli, 2014). 장르별 문화 계발 효과 연구는 텔레비전 총 시청량의 효과를 반박한다기보다는 미디어 환경 변화와 시청자의 시청행위 변화에 따라 시청자의 선택적 시청과 장르의 서사구조적 특성을 함께 고려해야 함을 주장하는 것으로 이해되어야 한다.

한편, 문화 계발 효과 연구는 종속변인의 측정에 따라 1차적 문화 계발 효과와 2차적 문화 계발 효과를 포함한다. 즉, 텔레비전의 현실 인식 효과를 1차적 측정과 2차적 측정으로 구분하는 것인데 1차적 측정은 시청자들의 범죄율, 직업분포비율, 이혼율 등 발생 가능성과 구성비율의 판단을 측정하는 것이고 2차적 측정은 텔레비전 내용으로부터 배양된 또는 지지되고 강화된 가치, 태도, 신념을 측정하는 것이다. 텔레비전 현실 인식에

대한 측정을 이와 같이 1차적 측정과 2차적 측정으로 구분하는 시도는 문화 계발 효과가 어떠한 과정을 통해 발생하는지를 설명하는 데 유용하다. 슈럼과 동료들은 1차적 문화 계발 효과, 즉 발생가능성과 구성비율의 판단에 영향을 미치는 텔레비전의 효과는 가용성 모델(accessibility model)로 설명하며, 2차적 문화 계발 효과, 즉 가치, 태도, 신념에 미치는 효과는 온라인 과정 모델(online process model)로 설명 가능하다(Shrum, 2004; Shrum, Burroughs, & Rindfleisch, 2004; Shrum et al., 2011). 1차적 효과에 대한 가용성 모델은 휴리스틱 정보처리 과정으로 텔레비전의 문화 계발 효과를 설명한다. 예를 들어, 시청자에게 “현실에서 범죄행위가 얼마나 빈번하게 일어난다고 생각하십니까?”라고 묻는다면 중시청자는 자주 접했던 텔레비전의 시각적 정보에 대한 기억을 쉽게 떠올림으로써 그 질문에 대답하게 된다는 것이다. 한편, 2차적 효과에 대한 온라인 과정 모델은 텔레비전 시청 중에 발생하는 것으로 텔레비전 메시지에 의해 시청자의 가치, 태도, 인식이 지속적이고 누적적으로 강화되는 것이다. 특히, 시청 중에 얼마나 집중했는지, 몰입했는지, 관여했는지 등에 따라 그 효과가 달라진다는 것이다.

최근의 문화 계발 효과 연구들은 장르별 2차적 문화 계발 효과, 즉 특정 장르별로 텔레비전 시청 중에 시청자의 어떤 심리적 과정을 통해 그들의 가치, 태도, 신념 등이 달라지는지를 중심으로 진행된다. 문화 계발 연구 중 장르의 특성을 고려한 선행 연구들에는 토크쇼 프로그램 시청이 결혼 배우자의 부정과 혼전 성관계에 대한 인식에 영향을 준다는 것을 검증한 연구(Woo & Dominick, 2001), 성형프로그램에 대한 시청은 자아존중감에 부정적 영향을 주고 신체 불만족에 정적 영향을 주는 것을 발견한 연구(Kubic & Chory, 2007) 등이 있다. 또한 리얼리티 데이트 프로그램에 대한 중시청자는 데이트에 대한 고정관념화된 인식을 가진 것으로 나타났다(Ferris, Smith, Greenberg, & Smith, 2007). 대학생의 드라마 시청은 낭만적 사랑에 대한 환상을 조장하는 것으로 보고된다(진보래·지혜원, 2012). 의학드라마 중시청자는 암과 같은 만성질환의 심각성을 과소평가하고 그러한 질병에 대해 숙명적 태도를 갖는 경향이 있는 것으로 나타났다(Chung, 2014). 장르의 특성을 고려하면서 태도 및 가치 변화가 발생하는 심리적 과정에 주목하는 연구들은 심리적 변인들을 탐색한다. 이들 연구에는 심리적 변인의 효과를 조절효과로 살펴본 연구와 매개효과로 살펴본 연구들이 포함된다. 예를 들어, 비란드직과 버셀(Bilandzic & Busselle, 2008), 슈럼과 동료들(Shrum et al., 2011)은 전송 수준에 따른 문화 계발 효과의 차이를 살펴보았으며 나은경과 김도연(2012)은 현실유사성 인식이 문화 계발 효과를 매개하는지를 살펴보았다. 한편, 진보래와 지혜원(2012)은 지각된 현실성과 의사사회적 상호작용의 매개효과를 살펴보았으나 의사사회적 상호작용만 낭만적 사

랑에 대한 환상을 조장하는 드라마의 효과를 매개하는 것으로 나타났다.

그러나 장르별 2차적 문화 계발 효과에 주목하면서 심리적 변인을 탐색하는 연구들은 다음과 같은 한계를 가진다. 먼저, 매개변인을 제시하는 연구들에서는 이를 아우를 수 있는 이론적 설명이 부족하다. 예를 들어, 지각된 현실감이나 의사사회적 상호작용에 주목하는 연구들에서 각 변인의 효과가 일관되게 발견되지 않을 뿐 아니라 이러한 개념이 어떤 이론적 맥락에서 중요하게 고려되어야 하는 매개변인인지를 통찰해 내지 못하는 한계를 지닌다. 한편, 전송의 개념에 주목하는 연구들은 장르별 서사구조의 특성을 고려하기 위해 내러티브로의 심리적 이동이라는 개념인 전송의 개념을 차용하나 전송 수준에 따른 문화 계발 효과의 차이를 살펴볼 뿐 전송 이론이 주목하는 내러티브와 수용자 간의 심리적 상호작용의 변인들을 적용하지 못한다. 따라서 문화 계발 효과의 매개변인들을 검증하여 이론을 정교화하기 위해서는 전송 이론 관점에서 내러티브와 수용자 간의 심리적 상호작용을 설명하는 변인들을 파악해낼 필요가 있다.

2) 전송 이론

전송은 미디어 서사가 수용자의 신념 및 태도에 미치는 메커니즘을 설명하는 개념이다(Green & Brock, 2000). 그린과 브록(2000)은 전송을 이야기 세계로 빠져드는 심리적 이동을 의미하는 것으로 개념화하고 주목, 상상, 감정이 통합된 총체적인 정신적 과정으로 간주한다. 수용자는 내러티브의 세계로 빠져들기에 따라 자신의 인지적 자원과 능력을 내러티브에서 발생하는 사건에 집중시킴으로서 내러티브의 주장에 반박할 현실 세계의 정보를 인지하지 못하게 되고 그 결과 비판적인 인지적 반응이 줄어들게 된다. 또한 전송된 상태에서 수용자는 강한 감정과 동기를 경험하게 된다. 내러티브 등장인물과 강한 감정을 형성하게 되어 등장인물의 믿음 체계는 수용자의 믿음에 영향을 주는 것이다.

이와 같은 전송 이론은 문화 계발 효과를 설명하는 중요한 매개변인을 제시한다. 전송 이론은 내러티브에서의 등장인물의 역할에 주목하는데 등장인물은 이야기를 끌고 가는 원동력이며 내러티브는 시청자와 등장인물 간의 감정적 관계 형성을 가능하게 한다는 측면에서 독특하다(Green & Brock, 2000; Moyer-Gusé, Chung, & Jain, 2011). 시청자가 등장인물에 감정적으로 관여하는 정도는 메시지 처리 과정 및 효과에 영향을 준다. 모이어-구제와 동료들(Moyer-Gusé, Chung, & Jain, 2011)은 내러티브의 효과를 설명하기 위해 등장인물과의 동일시 개념에 주목하고 등장인물과의 동일시가 시청자의 태도 및 행동 변화를 유발하는 메커니즘을 분석하였다. 그 결과, 등장인물과의 동일시는 등

장인물이 제시하는 태도 및 행동을 채택하는 것과 관련된 자기 효능감을 향상시킬 뿐 아니라, 특히 그 프로그램이 제공하는 정보를 비판적으로 따져보거나 반론을 제기하고자 하는 동기를 감소시킴으로써, 시청자의 행동 변화를 유발하는 것으로 나타났다. 즉, 시청자가 내러티브 세계로 심리적으로 이동한다는 것은 내러티브를 이끌고 가는 등장인물과 자신을 동일시하고 그 내러티브의 논리에 동의해가는 과정으로 설명될 수 있다.

(1) 등장인물과의 동일시

등장인물과의 동일시는 텔레비전의 효과를 설명하는 중요한 개념이다. 공격적인 등장인물과의 동일시는 공격적 행동을 학습하는 데 영향을 주며(Huesmann et al., 1984), 텔레비전 만화영화에서 친사회적 행동을 하는 등장인물과의 동일시는 어린이의 친사회적 행동 의도를 높이며(정용국·신주정, 2010), 광고 캠페인에 등장한 유명인과의 동일시는 메시지 설득 효과를 증가시킨다(Basil, 1996). 사회인지이론, 모방학습, 메시지 설득 연구 등 다양한 커뮤니케이션 이론은 동일시 개념의 중요성을 강조한다.

미디어 등장인물과의 동일시라는 개념을 체계적으로 검토한 코헨(Cohen, 2001)은 동일시의 이론적 맥락을 미드(Mead)의 상징적 상호작용론과 에릭슨(Erikson)의 발달이론에서 찾는다. 동일시는 다른 사람이 되는 것을 상상하는 것, 다른 사람처럼 행동하는 것을 상상하는 것으로 정의된다. 동일시는 어린이가 성인으로 성장하는 정상적인 발달 과정의 일부분이다. 다른 사람과의 동일시는 어린이가 자신의 정체성을 발달시키고 사회화되는 과정에 중요한 역할을 한다. 어린이는 동일시를 통해 다른 사람의 관점을 수용하는 능력을 키우며 일반화된 타자의 관점을 내면화하게 된다(Cohen, 2001). 미디어 등장인물과의 동일시는 시청자가 자신을 시청자로 인식하는 것이 아니라 텍스트 속 등장인물로 상상하는 과정을 의미한다.

동일시는 시청자가 등장인물에 공감하는 정서적 차원과 등장인물의 목표와 동기를 이해하고 등장인물의 관점을 취하는 인지적 차원을 포함한다. 코헨은 동일시와 의사사회적 상호작용을 구분하는데 의사사회적 상호작용은 시청자의 위치에서 등장인물에 매력을 느끼므로써 가상적 관계를 형성하는 것이라면 동일시는 등장인물의 관점에 대한 이해와 공감을 바탕으로 텍스트에 흡수되는 것이다(Cohen, 2001, 2006). 따라서 내러티브 세계로 심리적으로 이동하여 내러티브와 일치하는 믿음을 갖게 되는 전송의 효과는 의사사회적 상호작용보다 동일시를 통해서 설명하는 것이 더 타당하다고 할 수 있다. 동일시가 내러티브의 설득 효과를 매개한다는 주장은 선행 연구들에 의해 지지된다(De Graaf, Hoeken, Sanders, & Beentjes, 2012; Hoeken & Sinkeldam, 2014).

(2) 서사구조에 대한 동의

텔레비전 프로그램 또는 내러티브가 태도나 신념에 영향을 준다는 주장의 중심에는 시청자가 내러티브에 몰입하면 내러티브에 대한 반론 제기가 감소된다는 설명이 있다. 내러티브의 세계로 심리적으로 이동하면서 내러티브를 이끌어가는 등장인물에 동일시를 하게 되면, 즉 등장인물의 관점에서 이해와 공감을 하게 되면 시청자는 비판적 태도로 그 콘텐츠의 논리 구성을 따지려 하지 않게 된다는 것이다. 반론 제기는 프로그램 시청의 즐거움을 감소시키기 때문에 내러티브가 전제로 하는 주장이나 논리에 도전하려고 하지 않고 등장인물의 관점을 취하면서 내러티브의 전체나 논리에 동의하는 심리적 과정이 일어난다는 것이다(Green & Brock, 2000; Slater, Rouner, & Long, 2006).

전송은 내러티브에 집중적이고 무비판적으로 빠져드는 과정이다(Bilandzic & Busselle, 2008). 버셀과 빌란드직(Busselle & Bilandzic, 2008)은 문화 계발 효과가 전송의 설득 효과와 동기화 효과 간의 상호작용으로 발생한다는 이론적 틀을 제안하였다. 즉, 특정 장르의 전형화된 내러티브에 반복적으로 노출되면 장르에 대한 스키마가 형성된다. 장르 스키마는 전송의 경험을 촉진시키고 전송으로 인한 시청의 즐거움은 다시 그 장르를 선택하도록 동기화시킨다. 매번 내러티브의 세계로 이동하는 경험을 할 때마다 특정 장르와 관련된 지식과 관심이 증가하고 특정 장르에 내재된 믿음과 일치하는 믿음을 갖게 된다는 것이다. 이러한 이론적 틀에 근거하여 비란드직과 버셀(Bilandzic & Busselle, 2008)은 경험적 분석을 실시하였다. 그 결과 개인적 특성으로서 전송능력은 특정 장르로의 전송 경험을 촉진시키는 것으로 나타났으며 전송 수준이 높을수록 장르에 내재된 믿음과 일치하는 믿음을 보이는 것으로 나타났다. 그러나 문화 계발 효과에 전송의 개념을 접목시킨 연구들(Bilandzic & Busselle, 2008; Shrum et al., 2011)은 시청자의 내러티브에 대한 이해를 살펴보는 것을 간과한다. 전송의 효과가 시청자의 내러티브에 대한 이해 및 동의 여부에 상관없이 발생하는 것인지, 아니면 시청자의 인지적 과정에 의해 매개되는지를 확인할 필요가 있다.

3) 오디션 프로그램의 문화 계발 효과

장르별 2차적 문화 계발 효과를 오디션 프로그램을 통해 검증해보기 위해서는 오디션 프로그램의 내러티브 특성을 먼저 파악해야 한다. 각 장르별 내러티브 특성에 따라 배양되는 가치에 대한 개념은 달라지며 가치 배양을 매개하는 전송의 과정도 달라지기 때문이다.

(1) 오디션 프로그램의 내러티브 특성

오디션 프로그램은 리얼리티 프로그램의 하위 유형이다. 텔레비전의 프로그램의 장르를 구분하는 가장 기본 축은 현실과 비현실, 사실성과 허구성이었다(홍석경, 2004). 그러나 1980년대 후반부터 허구와 사실이 혼재된 리얼리티 프로그램이라는 장르 유형이 나타나기 시작했다(Kilborn, 1994). 킬본(Kilborn, 1994)은 리얼리티 프로그램을 개인이나 집단의 일상적 실제 사건을 드라마적으로 재구성하는 실제성(reality)의 장점을 부각시키면서 오락적으로 포장한 프로그램으로 정의한다. 이에 나아가, 김예란과 박주연(2006)은 리얼리티 프로그램을 다음 세 가지 특징으로 정의한다. 즉, 리얼리티 프로그램은 사실과 허구의 재현 양식을 혼합한 혼종성, 현실 세계에 근거하여 등장인물의 실제 변화 과정을 이벤트로 구성하고 전달하는 현장성, 대중의 상호소통 효과를 창출하는 상호소통성을 가진 프로그램이라고 할 수 있다.

오디션 프로그램은 이와 같은 리얼리티 프로그램의 특성을 지닌 동시에, 사실적 경쟁 구도가 중심이 되는 프로그램이다. 실제 현장 화면, 감시 화면, 심사자 및 참가자의 이야기를 사실적으로 보여주는 동시에, 오락적 효과를 극대화하기 위한 서사적 장치가 혼재된 프로그램이다(김성식·강승목, 2012). 평범한 사람의 이야기를 강조하고 그들의 삶과 경험 등 휴먼다큐멘터리 형식과 자기 고백적 인터뷰를 보여주지만 그 중심 서사는 최종 우승자가 되기 위한 단계별 미션 수행과 그에 대한 평가로 결정되는 탈락과 합격이라는 경쟁 과정이다(김영찬·김지희, 2012; 이경숙, 2011; 최소망·강승목, 2012).

대표적인 오디션 프로그램이라고 할 수 있는 <슈퍼스타 K>의 서사도 탈락의 기제로 작동되는 경쟁 구도로 이루어진다. <슈퍼스타 K>의 한 시즌은 예선, 슈퍼워크, 생방송 결선으로 구성되는데 단계별로 각기 다른 탈락의 기제를 사용한다. 예선에서는 개별 참가자의 실력에 대한 심사위원의 냉정한 심사를 중심으로 이야기가 전개된다. 전문 음악인으로 구성된 심사위원의 평가는 참가자를 다음 단계로 진출하는 자와 그렇지 못한 자로 구분하는 정당한 기제이다. 슈퍼워크 단계에서는 참가자들에게 공동의 미션을 제공한다. 집단생활에서 드러나는 대인 관계나 갈등적 요소를 부각시키는 동시에 공동의 미션을 수행하는 과정에서 참가자들이 어떻게 치열하게 노력하는지, 얼마나 성장했는지, 자신의 변화 과정을 보여준다. 경쟁을 위해 협동해야 하지만 결국 경쟁에서 살아남아야 하는 심리적 갈등으로 긴장감을 끌고 간다. 생방송 결선 과정에서는 시청자의 문자투표를 탈락의 지제로 사용함으로써 시청자들에게 주도권을 넘겨주는 형식을 취한다. 이 과정에서 참가자들은 가수로서의 경험과 자질을 쌓을 뿐 아니라, 가수가 되려는 절실함과 성실함을 보여주어야 한다. 시청자의 투표 결과를 바탕으로 최종 우승자가 결정되고 나

면 우승자의 자질에 대한 공감대가 형성되고 상금이라는 물리적 보상과 함께 꿈에 대한 도전과 실현의 과정이 강조된다(이경숙, 2011).

경쟁을 내러티브의 중심으로 삼는 오디션 프로그램에서 중요한 것은 공정하고 정당한 경쟁 과정이다. 프로그램이 시작될 때 진행자가 참가자와 시청자에게 말해주는 경쟁 방식과 평가 방식은 하나의 약속과 같은 것이다. 선택과 배제로 진행되는 그 경쟁 규칙에 암묵적으로 동의하면서 프로그램 밖에 관찰자로 존재했던 시청자는 심사자의 시선으로 참가자를 평가하기 시작한다. 전문성을 가진 심사위원의 평가 점수 및 심사평, 시청자 평가단 및 시청자 문자 투표를 통한 다수결 등의 장치는 경쟁의 공정성과 정당성을 부여하는 기제이다. 오디션 프로그램의 서사구조를 분석한 선행 연구들은 오디션 프로그램이 성공 담론, 승자 독식, 무한 경쟁, 외모 지상주의와 같은 담론을 강화하고(김영찬·김지희, 2012), 시청자는 참가자의 경쟁 과정과 경쟁의 결과를 당연한 것으로 받아들이면서 경쟁을 정당화하고 규범화하게 될 것이라고 주장한다(김미영, 2012; 이경숙, 2011; 최소망·강승목, 2012).

(2) 오디션 프로그램의 문화 계발 효과: 수직적 개인주의

오디션 프로그램의 문화 계발 효과는 시청자의 경쟁에 대한 태도 및 인식에 미치는 효과라고 할 수 있다. 경쟁에 대한 태도 및 인식은 비교문화연구자들이 사용하는 수직적 개인주의 개념을 차용하여 측정가능하다. 비교문화연구자들은 문화를 비교하는 차원으로 개인주의와 집단주의 차원, 수직과 수평 차원을 제시하며 문화적 가치를 수평적 개인주의, 수직적 개인주의, 수평적 집단주의, 수직적 집단주의라는 4가지 유형으로 분류한다. 여기서 수직적 개인주의는 자신의 독특성과 개성을 강조하고 다른 사람보다 우월하다는 인정을 받기를 원하며 다른 사람과의 관계를 본질적으로 경쟁적인 것으로 간주하는 문화적 가치를 의미한다(한규석·신수진, 1999; Singelis, Triandis, Bhawuk, & Gelfand, 1995; Triandis & Gelfand, 1998). 경쟁은 수직적 개인주의의 핵심적 속성이다(Singelis et al., 1995). 따라서 본 연구는 경쟁 구도가 중심이 되는 오디션 프로그램을 많이 시청할수록 그리고 몰입하여 시청할수록, 시청자의 수직적 개인주의 가치가 더 커질 것으로 가설을 설정하고자 한다.

- 연구 가설 1: 오디션 프로그램 시청량은 수직적 개인주의 가치에 정적 영향을 미칠 것이다.
- 연구 가설 2: 오디션 프로그램 몰입도는 수직적 개인주의 가치에 정적인 영향을 미칠 것이다.

(3) 오디션 프로그램의 문화 계발 효과의 매개변인

① 심사자와의 동일시

오디션 프로그램에서 내러티브를 이끌어가는 등장인물은 심사자이다. 오디션 프로그램의 내러티브의 핵심은 탈락의 기제로 작동되는 경쟁 구도라고 할 수 있는데 탈락의 과정에 정당성을 부여하고 공정한 경쟁의 논리를 이끌어가는 등장인물이 바로 심사자이다. 시청자는 오디션 참가자의 입장에서 시청을 하는 것이 아니라 심사자의 입장에서 오디션 참가자의 노래 등을 평가한다. 시청자는 심사위원과 마찬가지로 참가자를 평가하는 상상을 하는 것이다. 특히, 시청자 평가단이 있거나 시청자의 문자투표를 독려하는 오디션 프로그램은 시청자를 심사자와 동일시하게 한다. 심사자와의 동일시, 즉 심사자의 관점에서 참가자를 평가하는 행위는 단순히 평가의 재미가 아니라 평가에 내재된 가치 및 규범과 프로그램의 규칙에 동의하고 이를 수락하는 내적 과정을 포함한다. 이러한 내재화를 통해 평가자 시선은 자신을 포함하여 세상을 바라보는 잣대가 되는 것이다(김미영, 2012). 따라서 본 연구는 오디션 프로그램을 많이 시청할수록 그리고 그 내용에 깊이 몰입할수록 심사자와의 동일시 수준이 높아질 것이며 이는 경쟁가치를 내면화, 즉 수직적 개인주의 가치를 촉진시킬 것으로 가설을 설정하고자 한다.

- 연구 가설 3: 오디션 프로그램 시청량은 심사자 동일시에 정적인 영향을 미칠 것이다.
- 연구 가설 4: 오디션 프로그램 몰입도는 심사자 동일시에 정적인 영향을 미칠 것이다.
- 연구 가설 5: 심사자 동일시는 수직적 개인주의 가치에 정적인 영향을 미칠 것이다.

② 경쟁 구도 동의 수준

전송 이론은 전송의 경험이 내러티브와 일치하는 믿음을 갖게 한다고 주장한다. 이때 내러티브를 이끌어가는 등장인물과의 동일시는 중요한 매개변인이 된다. 문화 계발 효과의 심리적 과정을 보다 정교화하기 위해서는 등장인물과의 동일시와 함께 시청자가 특정 가치를 배양하는 내러티브의 일관된 논리 구조를 이해하고 이에 동의하는지를 확인하는 것 또한 중요하다. 즉, 전송의 과정에서 발생하는 내러티브에 대한 이해 및 인지적 동의가 중요하다는 것이다(Busselle & Bilandzic, 2008; Green & Brock, 2000). 이는 일부 학자가 관심을 가지는 지각된 현실성과는 다른 개념이다. 내러티브와 일치하는 믿음을 갖게 되는 전송의 효과는 내러티브의 허구성과 사실성에 영향을 받지 않는 것으로 나타났다(Green & Brock, 2000; Green, Garst, & Brock, 2004). 내러티브를 이끌어가는 일관된 논리에 동의할수록 그 사고의 논리는 하나의 가치로 내재화될 가능성이 높다.

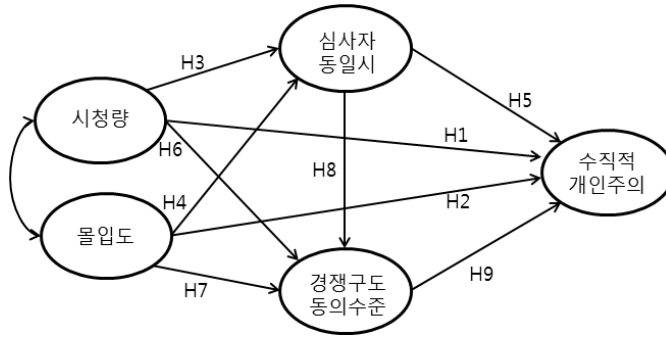


그림 1. 연구 모형

이러한 가정을 오디션 프로그램에 적용해 본다면, 오디션 프로그램을 많이 시청할수록 그리고 몰입하여 시청할수록 내러티브를 무비판적으로 받아들이는, 즉 오디션 프로그램에서 경쟁 구도는 필요한 것으로 인식하는 정도가 커질 것으로 예상된다. 그리고 이러한 매개 과정을 통해 현실 세계에서도 다른 사람과의 관계를 경쟁적으로 보는 수직적 개인주의 가치가 배양될 수 있음을 가정한다.

- 연구 가설 6: 오디션 프로그램 시청량은 경쟁 구도 동의 수준에 정적 영향을 미칠 것이다.
- 연구 가설 7: 오디션 프로그램 몰입도는 경쟁 구도 동의 수준에 정적 영향을 미칠 것이다.
- 연구 가설 8: 심사자 동일시는 경쟁 구도 동의 수준에 정적 영향을 미칠 것이다
- 연구 가설 9: 경쟁 구도 동의 수준은 수직적 개인주의 가치에 정적 영향을 미칠 것이다.

3. 연구 방법

1) 조사 대상의 특성

본 연구는 설문조사를 통해 자료를 수집하였다. 서울시에 소재한 한 중학교의 1, 2학년 남녀 학생을 대상으로 2014년 11월 24일부터 11월 26일 3일간 설문조사를 실시하였다. 중학생이 설문 문항을 이해하는지 확인하기 위해 사전조사를 실시하였으며 설문 시 주의사항을 숙지한 지도교사의 충분한 설명 아래 설문조사가 이루어지도록 하였다. 220개의 설문지를 배포하였으며 이 중 오디션 프로그램을 시청하지 않거나 응답이 불성실한 경우를 제외하고 총 193개의 설문지를 최종 분석에 사용하였다. 연구 참여자의 성별은 남학생이 110(57.0%)명, 여학생이 93명(43.0%)이었으며 평균 연령은 14(SD = .12)세였다.

2) 변인의 측정

(1) 독립변인

① 시청량

오디션 프로그램 시청량은 두 가지 방법으로 측정되었다. 먼저 서바이벌 형식의 오디션 프로그램을 제시한 후 각각에 대한 시청 횟수를 응답하도록 하였다. 총 5개의 프로그램(〈슈퍼스타 K〉, 〈K-POP스타〉, 〈위대한 탄생〉, 〈보이스 오브 코리아〉, 〈쇼미더머니〉)을 제시하였고 ‘① 시청한 적 없다’, ‘② 한 달에 1번 시청한다’, ‘③ 한 달에 2번 시청한다’, ‘④ 한 달에 3번 시청한다’, ‘⑤ 한 달에 4번(매주) 시청한다’ 중 하나에 표기하도록 하였다($M = 2.27$; $SD = 0.83$). 그리고 오디션 프로그램의 일주일 평균 시청량을 시간과 분으로 기입하도록 하였다. 이때 본방송과 재방송을 모두 포함하고 텔레비전, 인터넷, 모바일 폰을 통한 시청 시간을 모두 포함하여 기입하도록 하였다($M = 95.36$; $SD = 95.43$).

② 몰입도

태도 및 가치에 대한 문화 계발 효과는 시청 중에 발생하는 것으로 시청 시 주목, 집중, 몰입 정도에 따라 달라질 수 있기 때문에 텔레비전 노출을 측정하는 한계를 보완하기 위해 시청 몰입 정도를 측정하였다. 오디션 프로그램을 볼 때 얼마나 몰입하는지를 묻는 단일문항을 제시하였으며 7점 척도로 측정하였다($M = 4.23$; $SD = 1.63$).

(2) 매개변인

① 심사자와의 동일시

심사자와의 동일시는 코헨(Cohen, 2001, 2006)의 동일시 척도를 번안하여 사용한 정용국과 신주정(2010)의 척도를 오디션 프로그램 시청 상황에 맞게 변환하여 활용하였다. 감정적 차원으로 감정이입, 인지적 차원으로 인물의 목표(goals), 동기(motives), 관점(perspective-taking)에 대한 이해 수준을 포함한다. 10개로 구성된 문항 중 본 연구에 적합하지 않은 것으로 판단되는 1개의 문항을 제외한 9개의 문항을 사용하였으며 “오디션 프로그램을 보는 동안 마치 내가 심사자가 된 것처럼 느꼈다”, “오디션 프로그램을 보는 동안 나는 내 자신을 잊고 심사자의 역할에 빠져 있었다”, “나는 오디션 프로그램을 보는 동안 심사자들의 감정을 느낄 수 있었다”, “오디션 프로그램을 보는 동안, 나는 마치 심사자들의 머릿속에 들어간 것처럼 심사자들의 기분을 잘 알 것 같았다” 등의 내용이

제시되었다. 설문은 7점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다 ~ 7점: 매우 그렇다)로 측정되었으며 9개 설문문항에 대한 신뢰도 점수(Cronbach's alpha)는 .92였다($M=3.25$; $SD=1.31$).

② 경쟁 구도 동의 수준

국내 오디션 프로그램의 서사를 분석한 내용들을 참고하여 시청자가 오디션 프로그램의 핵심 내러티브인 경쟁을 얼마나 정당한 것으로 인식하는지, 경쟁 구도 동의 수준을 측정하였다. 구체적으로 “오디션 프로그램의 출연자들은 경쟁을 통해 더욱 성장했다”, “오디션 프로그램에서의 승리는 열심히 노력한 결과이다”, “오디션 프로그램의 경쟁은 출연자들 간 불필요한 갈등을 유발한다”(역코딩), “출연자들 간 경쟁은 꿈에 다가가기 위해 반드시 필요하다”, “오디션 프로그램에서 탈락할지라도 다른 출연자들과 화합해야 한다”(역코딩) 등 5개가 제시되었으나 역코딩 문항들이 신뢰도를 저하시키는 것으로 나타나 분석에서는 3개 문항만을 사용하였다. 측정은 7점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다 ~ 7점: 매우 그렇다)로 이루어졌으며 신뢰도 점수는 .76이었다($M=5.30$; $SD=1.23$).

(3) 종속변인: 수직적 개인주의 가치

수직적 개인주의는 자신의 독특성과 개성을 강조하고 다른 사람보다 우월하다고 인정 받기를 원하며 다른 사람들과의 관계를 본질적으로 경쟁적인 것으로 간주하는 문화적 가치를 의미한다. 선행 연구(한규석·신수진, 1999; Singelis, Triandis, Bhawuk, & Gelfand, 1995; Triandis & Gelfand, 1998)에서 사용된 설문 문항을 사용하였다. 구체적으로 “다른 사람보다 일을 잘하는 것은 나에게 중요하다”, “경쟁은 자연의 이치이다”, “다른 사람이 나보다 일을 더 잘 해 낼 때 속상하다”, “다른 사람이 나보다 일을 더 잘 해 낼 때 긴장한다”, “경쟁 없이 좋은 사회가 되기는 불가능하다”, “이기는 것이 가장 중요하다” 등 6개 문항으로 이루어졌다. 6개 문항 가운데 신뢰도를 감소시키는 “이기는 것이 가장 중요하다”는 문항을 제외한 총 5개 문항을 분석에 사용하였으며 신뢰도 점수는 .78로 나타났다($M=4.23$; $SD=1.09$).

(4) 통제변인

통제 변인은 연구 대상자의 학업 성적과 지난 1년 간 또는 일주일 간 학원이나 과외를 받은 경험, 학업에 대한 부모의 태도를 측정하였다. 학업은 청소년이 가장 직접적으로 경험하는 경쟁 요소로 부모가 자녀의 학업에 엄격한 기준을 가진 경우, 학업 경쟁에서의 우위를 선점하기 위해 과외나 학원 등의 사교육을 받고 있는 경우 오디션 프로그램과 상

관없이 경쟁 가치에 대한 내면화 수준이 높아질 수 있다. 학업에 대한 부모의 태도 및 사교육 경험은 높은 수준의 학업 성적과도 상관관계가 있다는 판단 아래 연구 대상자의 학업 성적 역시 통제 변인으로 포함하였다.

학업 성적은 “① 하위권”(59점 미만), “② 중하위권”(60점~69점), “③ 중위권”(70~79점), “④ 중상위권”(80~89점), “⑤ 상위권”(90점 이상) 중 하나를 선택하도록 하였고 과외 및 학원 경험은 최근 1년 내에 과외를 받거나 학원을 다닌 경험이 있다고 응답한 사람에 한해 지난 일주일 동안의 하루 평균 학원(과외)에서 보낸 시간을 주관식으로 기입하도록 하였다. 마지막으로 학업에 대한 부모의 태도는 “부모님은 나에게 매일 공부하라고 잔소리하신다”, “부모님은 나의 성적에 관심이 많으시다”, “부모님은 내가 성적이 떨어지면 꾸중을 하신다”, “부모님은 나의 고등학교 진학 또는 대학교 진학에 관심이 많으시다” 등 4개 문항을 제시하였고 7점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다 ~ 7점: 매우 그렇다)로 측정하였고 신뢰도 점수는 .75였다.

3) 구조방정식모형 분석 과정

본 연구가 제안한 연구 모형에 포함된 주요 변인은 오디션 프로그램 시청량, 몰입도, 심사자 동일시, 경쟁 구도 동의 수준, 수직적 개인주의이다. 구조방정식모형을 분석하기에 앞서 측정변인들의 정상성, 즉 측정변인들이 정상분포를 이루는지를 확인하였다. 연구 모형에 포함된 측정변인 중 시간(분) 단위로 측정된 오디션 프로그램 시청량의 분포(왜도=2.25, 첨도=7.57)가 정상성을 벗어나는 것으로 확인되었다. 이를 조정하기 위해 비율척도로 측정된 시청량을 서열척도로 재코딩하였다. 즉, 0분(11.5%)은 1, 30분 이하(17.3%)는 2, 60분 이하(22.0%)는 3, 120분 이하(27.2%)는 4, 240분 이하(15.2%)는 5, 240분 초과(6.8%)는 6으로 재코딩하여 사용하였다(왜도=-.02, 첨도=-.80).

다음으로 측정모형의 타당도를 검증하였다. 이를 위해 AMOS 21을 사용하여 확인적 요인분석(Confirmatory Factor Analysis, CFA)을 실시하였다. 확인적 요인분석 결과 중 수렴타당도에 대한 결과는 <표 1>에 제시하였다. 수렴타당도의 수용기준에 근거할 때(요인적재치 > .5; 평균분산추출 > .5; 개념신뢰성 > .7), 오디션 프로그램 시청량에 대한 측정 변인들의 요인적재치는 적절한 수준이었으나 평균분산추출과 개념신뢰도는 다소 낮게 나타났다. 심사자 동일시와 하부 2개의 차원으로 구성된 수직적 개인주의의 경우에는 요인적재치, 평균분산추출, 개념신뢰도 모두 적절한 수준으로 나타나 수렴타당도가 확보되었다고 할 수 있다.

확인적 요인분석 결과 중 판별타당도에 대한 결과는 <표 2>에 제시하였다. 판별타당도는 각 요인의 평균분산추출과 요인들 간의 상관관계의 제곱을 비교하여 평균분산추출이 상관관계 제곱보다 크면 그 두 구성 간에 판별타당성이 있다고 할 수 있다. 분석 결과, 모든 잠재요인 간의 상관관계 제곱 값이 평균분산추출 값보다 낮게 나타나 판별타당도가 확보되었다고 할 수 있다.

표 1. 확인적 요인 분석 결과에 따른 수렴타당도 검증 결과

잠재변인과 측정변인	요인적재치	평균 분산추출	개념 신뢰도
오디션 프로그램 시청량		.47	.64
시청 횟수	.72		
시청시간(분)	.65		
심사자 동일시		.59	.90
오디션 프로그램을 보는 동안 마치 내가 심사자가 된 것처럼...	.80		
오디션 프로그램을 보는 동안 내 자신을 잊고 심사자의 역할에...	.78		
나는 심사자를 잘 안다고 생각한다	.75		
나는 심사자들이 결정을 내릴 때, 왜 그러한 결정을 했는지...	.73		
나는 오디션 프로그램을 보는 동안 심사자의 감정을 느낄 수...	.75		
마치 심사자들의 머릿 속에 들어간 것처럼, 심사자들의 기분을...	.80		
경쟁 구도 동의 수준		.54	.77
오디션 프로그램의 출연자들은 경쟁을 통해 더욱 성장했다	.88		
오디션 프로그램에서의 승리는 열심히 노력한 결과이다	.71		
출연자들 간 경쟁은 꿈에 다가가기 위해 반드시 필요하다	.59		
수직적 개인주의		.60	.75
요인 1	.74	.54	.77
다른 사람보다 내가 일을 더 잘하는 것이 나에게 중요하다	.59		
다른 사람이 나보다 일을 더 잘 해 낼 때 속상하다	.82		
다른 사람이 나보다 일을 더 잘 해 낼 때 긴장한다	.77		
요인 2	.80	.47	.63
경쟁은 자연의 이치이다	.77		
경쟁 없이 좋은 사회가 되기는 불가능하다	.58		

$\chi^2(96)=224.99, p < .001, \chi^2/df=2.34; CFI=.899; IFI=.902, RMSEA=.084.$

표 2. 확인적 요인 분석 결과에 따른 판별타당도 검증 결과

	1	2	3	4
1. 시청량	.47 ^a			
2. 심사자동일시	.26 ^b	.59 ^a		
3. 경쟁 구도동의	.11 ^b	.18 ^b	.54 ^a	
4. 수직적개인주의	.04 ^b	.25 ^b	.35 ^b	.60 ^a

a = 평균분산추출(AVE), b = 요인 간 상관관계 제곱(r^2)

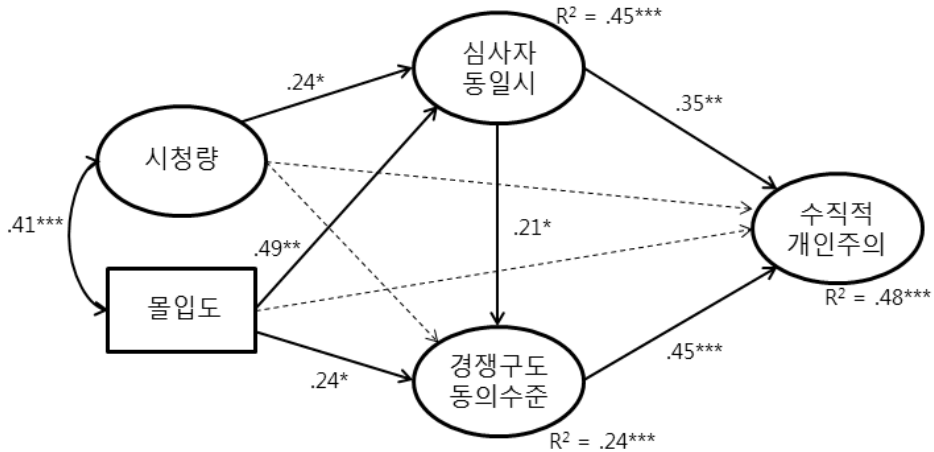
통제변인의 투입 여부를 결정하기 위해 다중회귀분석을 통해 수직적 개인주의에 대한 학업수준, 학업에 대한 부모의 태도, 학원시간의 영향력을 살펴보았다. 이는 불필요한 통제변인이 포함되어 추정 미지수가 증가하는 것을 방지하기 위함이다. 다중회귀분석 결과, 학업수준만이 경쟁을 강조하는 수직적 개인주의에 영향을 미치는 것으로 나타났고($\beta = .25, p = .001$), 다른 두 변인을 영향을 주지 않았다(학업에 대한 부모 태도: $\beta = .11, p = .144$; 학원 시간: $\beta = .01, p = .94$). 따라서 학업 수준만을 통제변인으로 구조방정식 모형에 포함시켰다.

4. 연구 결과

본 연구가 제안한 연구 모형 분석 결과는 <그림 2>에 제시되었다. 표본의 크기에 민감한 카이제곱을 제외하고 다른 적합도 지수는 적절한 수준으로 나타났다($\chi^2(144) = 274.10, p < .001, \chi^2/df = 1.90, CFI = .906; IFI = .911, RMSEA = .069$).

연구 가설 검증 결과를 살펴보면 오디션 프로그램 시청량이 수직적 개인주의 가치에 영향을 줄 것이라는 첫 번째 가설은 지지되지 않았다. 시청 몰입 정도도 영향을 주지 않는 것으로 나타나 두 번째 가설도 지지되지 않았다. 그러나 시청량은 심사자 동일시 간의 정적인 관계를 보여 연구 가설 3은 지지되었고($\beta = .24, p < .05$), 몰입과 심사자 동일시 간의 정적 관계에 관한 연구 가설 4도 지지되었다($\beta = .50, p < .001$). 연구 가설 5는 심사자 동일시와 수직적 개인주의 가치 간의 관계에 관한 것으로 시청자가 심사자와 동일시를 느낄수록 경쟁을 중요시하는 수직적 개인주의 가치가 커지는 것으로 나타났다($\beta = .35, p < .01$). 시청량과 경쟁 구도 동의 수준의 정적 관계를 가정한 연구 가설 6은 지지되지 않았으나, 몰입 정도는 경쟁 구도 동의 수준에 정적 영향을 주는 것으로 보여 연구 가설 7은 지지되었다($\beta = .24, p < .05$). 한편 심사자와의 동일시를 많이 느낄수록 경쟁 구도 동의 수준도 높아졌으며($\beta = .21, p < .05$), 이는 수직적 개인주의 가치를 높이는 것으로 보여($\beta = .45, p < .001$) 연구 가설 8과 연구 가설 9는 지지되었다.

종합해보면 오디션 프로그램 시청이 수직적 개인주의 가치 개발에 미치는 영향은 심사자 동일시와 경쟁 구도에 대한 동의를 통해 나타난다는 것을 알 수 있다. 즉 프로그램 시청량이 많을수록 심사자와의 동일시를 많이 경험하게 되고 이는 내러티브의 핵심 요소인 경쟁 구도에 대한 동의 수준을 높이며 결과적으로 현실 세계에서도 대인 관계를 경쟁적인 것으로 간주하는 수직적 개인주의 가치가 배양된다는 것을 알 수 있다. 오디션



모델적합도 지수: $\chi^2(144) = 274.10, p < .001, CFI = .906; IFI = .911, RMSEA = .069$
 $*p < .05, **p < .01, ***p < .001$

그림 2. 구조방정식 모형 분석 결과

프로그램 시청량 보다는 시청 몰입도가 더 영향력이 큰 것으로 나타났는데 시청 중 몰입을 많이 할수록 심사자 동일시를 더 많이 경험하게 되고 또한 경쟁 구도에 대한 동의 수준도 높아지며 이를 통해 수직적 개인주의의 가치가 배양되는 것으로 해석할 수 있다.

5. 논의

본 연구는 문화 계발 효과가 발생하는 메커니즘을 밝히기 위해 전송 이론을 접목하여 인과적 관계를 검증하였다. 전송 이론은 내러티브 세계로의 심리적 이동을 통해 내러티브와 일치하는 가치, 태도, 신념이 내면화되는 과정에 주목하는 이론이다. 문화 계발 이론은 텔레비전에서 일관되게 재현되는 메시지가 시청자와의 상호작용을 통해 지속적이고 누적적으로 시청자의 태도, 가치, 현실 인식에 영향을 준다고 주장했다(Gerbner et al., 2002). 보다 정교화된 문화 계발 연구들은 특정 장르가 일관되게 제시하는 내러티브 형식 및 내용에 관심을 가지고 시청자와 내러티브와의 심리적 상호작용을 문화 계발 효과의 메커니즘으로 설명하고자 시도한다(Bilandzic & Busselle, 2008; De Graaf, Hoeken, Sanders, & Beentjes, 2012; Shrum et al., 2011). 그러나 이러한 연구들은 전송 수준에 따른 문화 계발 효과의 차이를 살펴볼 뿐 전송 이론이 주목하는 내러티브와 수용자 간의 심리적 상호작용을 설명하는 개념들을 분석하지 못하는 한계를 지닌다. 따라서 본 연구

는 내러티브로의 심리적 이동의 과정으로서 내러티브를 이끌어가는 등장인물과의 동일시와 내러티브 논리에 대한 인지적 동의에 주목하여 문화 계발 효과의 메커니즘을 설명하고자 하였다. 이를 검증하기 위해, 본 연구는 오디션 프로그램의 내러티브 특성을 파악하고 오디션 프로그램이 시청자의 가치 계발에 미치는 효과에 주목하였다. 구체적으로 시청자와 내러티브 간의 심리적 상호작용으로서 심사자와의 동일시, 경쟁 구도 동의 수준이 문화 계발 효과를 매개하는지를 구조방정식 모형으로 분석하였다. 그 결과, 오디션 프로그램을 많이 시청할수록 그리고 몰입하여 시청할수록 청소년 시청자들은 자신을 심사자와 동일시하게 되고 또한 내러티브에 내재된 경쟁 구도의 정당성에 동의하는 경향을 보였으며 결과적으로 현실 세계에서도 대인 관계를 경쟁적으로 바라보는 수직적 개인주의 가치관이 높은 것으로 나타났다.

본 연구는 다음과 같은 이론적 함의를 가진다. 첫째, 본 연구는 문화 계발 효과가 어떻게 발생하는지를 설명하기 위해 내러티브 세계로의 심리적 이동이라는 전송 이론을 접목시키고자 하였으며 그 결과 매개변인의 설명력을 확인할 수 있었다. 기존 연구에서 제안했던 매개변인들의 효과는 일관되게 지지되지 않았을 뿐 아니라 무엇보다도 그 매개변인들이 어떤 이론적 맥락에서 중요한지를 설명해내지 못하는 한계를 지녔다. 그러나 본 연구는 전송 이론의 관점에서 등장인물(심사자)에 대한 시청자들의 동일시 경험, 내러티브(경쟁 구도)의 정당성에 대한 시청자의 동의 정도가 문화 계발 효과의 메커니즘을 설명할 것으로 가정하고 이를 검증하였다. 구체적으로 내러티브에 내재된 가치는 등장인물의 말과 행동을 통해 전달되는데 시청자가 등장인물과의 동일시를 통해 등장인물의 관점을 이해하고 공감할수록 내러티브에 내재된 가치는 더욱 쉽게 내면화된다는 것을 알 수 있었다. 또한 등장인물의 관점을 수용하고 시청자가 내러티브의 핵심 가치와 논리적 정당성에 동의할수록 내러티브에 내재된 가치는 현실 세계 인식에 영향을 주게 된다는 것을 알 수 있었다. 본 연구는 등장인물 동일시와 내러티브 정당성에 대한 동의라는 개념이 시청자가 메시지와 어떻게 상호작용하여 문화 계발 효과가 발생하는지를 보여주는 중요한 개념임을 입증하였다.

둘째, 오디션 프로그램에 대한 생산과 소비가 활발한 가운데 학계에서는 오디션 프로그램의 서사구조를 분석하는 연구와 오디션 프로그램에 대한 시청경험 등에 관한 연구 등이 진행된다. 오디션 프로그램의 서사구조를 분석한 연구들은 오디션 프로그램이 경쟁의 공정성에 대한 신화나 능력주의 이데올로기를 양산한다고 주장한다(김영찬·김지희, 2012; 정진웅, 2014). 그리고 시청자는 참가자의 경쟁 과정과 경쟁의 결과를 당연한 것으로 받아들이면서 신자유주의적 이데올로기하의 경쟁 체제를 내면화하게 된다고 주

장한다(김미영, 2012; 류용재·박진우, 2012). 그러나 이와 같은 오디션 프로그램의 서사적 특성이 시청자에게 실제 미치는 영향을 검증한 연구는 찾아보기 어렵다. 본 연구는 오디션 프로그램의 문화 계발 효과를 실증적으로 검증했다는 데 그 의의가 있다.

셋째, 본 연구는 청소년을 대상으로 문화 계발 효과를 살펴보았다는 점이다. 텔레비전을 포함하여 미디어는 그 사회에서 무엇이 옳고 그른지, 무엇이 정상이고 비정상인지, 어떤 가치가 지배적인 가치로 평가되는지 등 문화적 가치를 규정한다. 특히, 직접 경험이 부족한 청소년에게 미디어는 사회적·문화적 가치를 학습할 수 있는 중요한 사회화 기관이다. 문화 계발 효과가 몰입, 동일시, 내러티브에 대한 동의 등을 통해 발생한다는 본 연구 결과는 텔레비전에 대한 몰입, 등장인물에 대한 동일시 수준, 무비판적 수용 정도가 높은 청소년에게서 문화 계발 효과가 상대적으로 더 크게 나타날 수 있음을 암시한다. 청소년에게 미치는 문화 계발 효과를 제대로 이해하기 위해서는 문화 계발 효과를 발생시키는 심리적 메커니즘을 밝히는 연구와 함께 청소년 시청자의 경우에는 문화 계발 효과를 완화시키는 시청 맥락적 요소들을 고려하는 연구들도 요구된다.

본 연구는 다음과 같은 한계를 지닌다. 첫째 문화 계발 효과의 메커니즘을 설명하기 위해 전송 이론을 접목하였으나 그 하부 개념에 대한 조작화와 척도의 타당도에 대한 추가적인 검증이 필요하다. 전송 이론에 근거하여 본 연구는 오디션 프로그램에 맞게, 심사자와의 동일시, 경쟁 구도에 대한 동의 수준이라는 개념의 효과를 살펴보았다. 심사자 동일시는 미디어 등장인물과의 동일시 중 하나로 이미 신뢰도와 타당도가 검증된 척도가 존재하는 반면, 경쟁 구도 동의 수준은 아직까지 개념화 단계에 있다고 할 수 있다. 내러티브와 관련된 이론들을 토대로 전송 이론의 세부적인 핵심 개념들을 정교화할 필요가 있다. 둘째, 문화 계발 효과가 누적적인 효과를 가진다는 점에서 특정 장르에 대한 반복적이고 누적적인 노출을 반영하는 측정을 추가할 필요가 있다. 셋째, 본 연구는 문화 계발 효과의 메커니즘을 밝히기 위해 변인들 간의 인과관계를 가정한 구조 모형을 제안하고 이를 검증하였다. 그러나 본 연구는 횡단 자료에 활용하여 논리적인 인과관계를 검증한 것이기 때문에 그 결과를 해석하는 데 유의해야 한다. 또한 서울시 소재의 한 중학교 학생들을 대상으로 조사된 자료로서 연구 결과의 일반화하는 데도 유의해야 한다. 넷째, 본 연구는 청소년의 경쟁에 대한 태도에 영향을 주는 오디션 프로그램의 효과를 살펴보기 위해 부모의 학업에 대한 통제적 태도, 학업성적, 사교육 시간을 통제변인으로 고려하였다. 학업성적만이 종속변인에 영향을 주는 것으로 나타났다. 청소년의 가치관 형성에 부모와의 의사소통이 중요한 역할을 한다는 점을 감안할 때, 부모의 학업에 대한 통제적 태도 대신 보다 구체적인 부모-자녀 의사소통 방식을 통제변인으로 고려하여 텔레비전의 독립적인

효과를 검증할 필요가 있다. 또한 시청 맥락적 차원에서 오디션 프로그램에 대한 또래와의 대화가 문화 개발 효과에 어떤 역할을 하는지도 고려해 볼 수 있을 것이다.

■ 참고문헌

- 금희조 (2007). 텔레비전 오락 프로그램 시청이 등장인물과의 사회적 비교와 삶의 만족도에 미치는 영향. <한국방송학보>, 21권 2호, 98-137.
- 김미영 (2012). 리얼리티 오디션 프로그램의 복합적 가치지향. <문화와 사회>, 13권, 101-149.
- 김성식·강승묵 (2012). 오디션 리얼리티 쇼 <스타오디션 위대한 탄생> 과 <슈퍼스타 K2>의 팬덤 현상. <언론과학연구>, 12권 3호, 5-36.
- 김영찬·김지희 (2012). 오디션 프로그램의 서사적 특성에 관한 연구. <방송과 커뮤니케이션>, 13권 3호, 45-77.
- 김예란·박주원 (2006). TV 리얼리티 프로그램의 이론과 실제. <한국방송학보>, 20권 3호, 7-48.
- 나은경·김도연 (2012). 리얼리티 표방 TV 프로그램 장르의 문화개발 효과. <한국언론정보학보>, 57호, 181-201.
- 류용재·박진우 (2012). 서바이벌 포맷 프로그램에 침투한 신자유주의 경쟁 담론. <방송문화연구>, 24권 1호, 139-165.
- 이경숙 (2011). 오디션 프로그램의 리얼리티와 경쟁 그리고 참가자의 순환적 위치. <미디어, 젠더 & 문화>, 20호, 107-136.
- 정용국·신주정 (2010). 텔레비전 만화영화의 친사회적 효과: 보상과 동일시가 친사회적 사고와 행동 의도에 미치는 영향. <한국언론학보>, 54권 6호, 261-286.
- 정진웅 (2014). 연구논문: 신자유주의적 호명, 저항, 심층놀이: 서바이벌 오디션 프로그램의 문화정치적 함의. <한국문화인류학>, 47권 2호, 87-130.
- 진보래·지혜원 (2012). 드라마 시청은 낭만적 환상을 조장하는가?. <한국언론학보>, 56권 5호, 141-162.
- 최소망·강승묵 (2012). 텔레비전 오디션 리얼리티 쇼의 서사구조 분석. <한국콘텐츠학회논문지>, 12권 6호, 120-131.
- 한규석·신수진 (1999). 한국인의 선호가치 변화-수직적 집단주의에서 수평적 개인주의로. <한국심리학회지: 사회 및 성격>, 13권 2호, 293-310.
- Basil, M. D. (1996). Identification as a mediator of celebrity effects. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 40(4), 478-495.
- Bilandzic, H., & Busselle, R. W. (2008). Transportation and transportability in the cultivation of genre-consistent attitudes and estimates. *Journal of Communication*, 58(3), 508-529.
- Bryant, J., & Miron, D. (2004). Theory and research in mass communication. *Journal of*

- communication*, 54(4), 662-704.
- Busselle, R., & Bilandzic, H. (2008). Fictionality and perceived realism in experiencing stories: A model of narrative comprehension and engagement. *Communication Theory*, 18(2), 255-280.
- Cohen, J. (2001). Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters. *Mass Communication & Society*, 4(3), 245-264.
- _____. (2006). Audience identification with media characters. *Psychology of entertainment*, 183-197.
- De Graaf, A., Hoeken, H., Sanders, J., & Beentjes, J. W. (2012). Identification as a mechanism of narrative persuasion. *Communication Research*, 39(6), 802-823.
- Ferris, A. L., Smith, S. W., Greenberg, B. S., & Smith, S. L. (2007). The content of reality dating shows and viewer perceptions of dating. *Journal of Communication*, 57(3), 490-510.
- Gerbner, G. (1970). Cultural indicators: The case of violence in television drama. *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, 388(1), 69-81.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., & Signorielli, N. (1980). The "mainstreaming" of America: Violence profile no. 11. *Journal of communication*, 30(3), 10-29.
- Gerbner, G., Gross, L., Morgan, M., Signorielli, N., & Shanahan, J. (2002). Growing up with television: Cultivation processes. *Media effects: Advances in theory and research*, 2, 43-67.
- Green, M. C., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701.
- Green, M. C., Garst, J., & Brock, T. C. (2004). The power of fiction: Determinants and boundaries. *The psychology of entertainment media: Blurring the lines between entertainment and persuasion*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates, Inc, Publishers, 161-176.
- Hawkins, R. P., & Pingree, S. (1981). Uniform messages and habitual viewing: Unnecessary assumptions in social reality effects. *Human Communication Research*, 7(4), 291-301.
- Hoeken, H., & Sinkeldam, J. (2014). The role of identification and perception of just outcome in evoking emotions in narrative persuasion. *Journal of Communication*, 64(5), 935-955.
- Huesmann, L. R., Eron, L. D., Lefkowitz, M. M., & Walder, L. O. (1984). Stability of aggression over time and generations. *Developmental Psychology*, 20(6), 1120.
- Kilborn, R. (1994). How real can you get?: Recent developments in Reality' television. *European Journal of Communication*, 9(4), 421-439.
- Kubic, K. N., & Chory, R. M. (2007). Exposure to television makeover programs and perceptions of self. *Communication Research Reports*, 24(4), 283-291.
- Lee, C. J., & Niederdeppe, J. (2011). Genre-Specific Cultivation Effects Lagged Associations Between Overall TV Viewing, Local TV News Viewing, and Fatalistic Beliefs About Cancer Prevention. *Communication Research*, 38(6), 731-753.
- Morgan, M., & Rothschild, N. (1983). Impact of the new television technology: Cable TV, peers, and sex-role cultivation in the electronic environment. *Youth and Society*, 15(1), 33-50.
- Morgan, M., & Shanahan, J. (2010). The state of cultivation. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(2), 337-355.
- Moyer-Gusé, E., Chung, A. H., & Jain, P. (2011). Identification with characters and discussion of taboo topics after exposure to an entertainment narrative about sexual health. *Journal of Communication*, 61(3), 387-406.
- Potter, W. J. (2014). A critical analysis of cultivation theory. *Journal of Communication*, 64(6),

1015-1036.

- Segrin, C., & Nabi, R. L. (2002). Does television viewing cultivate unrealistic expectations about marriage?. *Journal of Communication*, 52(2), 247-263.
- Shrum, J., & Bischak, D. (2001). Mainstreaming, resonance, and impersonal impact. *Human Communication Research*, 27(2), 187-215.
- Shrum, L. J. (2004). The cognitive processes underlying cultivation effects are a function of whether the judgments are on-line or memory-based. *Communications*, 29(3), 327-344.
- Shrum, L. J., Burroughs, J. E., & Rindfleisch, A. (2005). Television's cultivation of material values. *Journal of Consumer Research*, 32(3), 473-479.
- Shrum, L. J., Lee, J., Burroughs, J. E., & Rindfleisch, A. (2011). An online process model of second-order cultivation effects: How television cultivates materialism and its consequences for life satisfaction. *Human Communication Research*, 37(1), 34-57.
- Singelis, T. M., Triandis, H. C., Bhawuk, D. P., & Gelfand, M. J. (1995). Horizontal and vertical dimensions of individualism and collectivism: A theoretical and measurement refinement. *Cross-cultural Research*, 29(3), 240-275.
- Slater, M. D., Rouner, D., & Long, M. (2006). Television dramas and support for controversial public policies: Effects and mechanisms. *Journal of Communication*, 56(2), 235-252.
- Triandis, H. C., & Gelfand, M. J. (1998). Converging measurement of horizontal and vertical individualism and collectivism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74(1), 118.
- Woo, H. J., & Dominick, J. R. (2001). Daytime television talk shows and the cultivation effect among US and international students. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 45(4), 598-614.

최초 투고일 2015년 10월 12일

게재 확정일 2016년 1월 15일

논문 수정일 2016년 1월 29일

A Causal Model of the Cultivation Effect based on Transportation Theory: How Reality TV Audition Programs Cultivate Adolescents' Vertical Individualism

Sookjung Lee

Associate Professor, Chung-Ang University

Eunhee Youk

Ph. D. Student, Chung-Ang University

Taehoon Choi

M. A. , Chung-Ang University

Sujin Park

M. A. Student, Chung-Ang University

This study examined the psychological mechanism underlying genre-specific cultivation effects, based on transportation theory. We proposed a causal model on an influence of reality TV audition program on adolescents' vertical individualism, by considering character identification and agreement of narrative logic as mediators. The data were collected from adolescents enrolled in a middle school. Results of the SEM analysis showed that the proposed model was acceptable. Thus, we might say that the relationship between adolescents' viewing reality TV audition and their vertical individualism was mediated by character identification and agreement of narrative logic. The finding of this study suggests that transportation theory contributes to advance understanding of genre-specific cultivation effects.

Keywords: cultivation, transportation, reality TV audition program,
adolescents, vertical individualism