creative commons

COMMONS DEED

저작자표시-비영리-변경금지 2.0 대한민국

이용자는 아래의 조건을 따르는 경우에 한하여 자유롭게

- 이 저작물을 복제, 배포, 전송, 전시, 공연 및 방송할 수 있습니다.

다음과 같은 조건을 따라야 합니다:

저작자표시. 귀하는 원저작자를 표시하여야 합니다.

비영리. 귀하는 이 저작물을 영리 목적으로 이용할 수 없습니다.

변경금지. 귀하는 이 저작물을 개작, 변형 또는 가공할 수 없습니다.

- 귀하는, 이 저작물의 재이용이나 배포의 경우, 이 저작물에 적용된 이용허락조건을 명확하게 나타내어야 합니다.
- 저작권자로부터 별도의 허가를 받으면 이러한 조건들은 적용되지 않습니다.

저작권법에 따른 이용자의 권리는 위의 내용에 의하여 영향을 받지 않습니다.

이것은 이용허락규약(Legal Code)을 이해하기 쉽게 요약한 것입니다.

Disclaimer

dCollection

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

[UCI]I804:24011-200000266269

2017년 8월

교육학석사(체육교육)학위논문

K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송 댄스 참여욕구에 미치는 영향

조선대학교 교육대학원

체육교육전공

임 효 비

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송 댄스 참여욕구에 미치는 영향

Dance in the middle school students participating in needs identification according to K-pop star images the desire for impact

2017년 8월 25일

조선대학교 교육대학원

체육교육전공

임 효 비

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송 댄스 참여욕구에 미치는 영향

지도교수 서 영 환

이 논문을 교육학석사(체육교육)학위 청구논문으로 제출함.

2017년 4월

조선대학교 교육대학원

체육교육전공

임 효 비

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

임효비의 교육학 석사학위 논문을 인준함

심사위원장	조선대학교 교수	송 채 훈	인
심사 위원	조선대학교 교수	박 도 헌	인
심사 위원	조선대학교 교수	서 영 환	인

2017년 6월

조선대학교 교육대학원

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

목 차

ABSTRACT

Ⅰ. 서 론 ····· 1

1. 연구의 필요성 ····· 1
2. 연구 목적 ····· 3
3. 연구 문제 ····· 3
4. 연구 변인 및 가설 ····· 4
5. 연구의 제한점 ····· 6
6. 용어의 정의 ····· 7

Ⅱ. 이론적 배경 ····· 9

1. 방송댄스 ····· 9
   가. 방송댄스의 정의 ····· 9
   나. 방송댄스의 역사 ····· 10
2. 스타이미지 ····· 12
   가. 스타의 개념 ····· 12
   나. 스타의 이미지 ····· 12
3. 동일화 갈망 ····· 16
   가. 동일화의 용어적 의미 ····· 16
   나. 동일화 개념의 유래 ····· 17
4. 참여욕구 ····· 17
   가. 참여욕구의 개념 및 정의 ····· 17

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅲ. 연구방법 ····· 20
1. 연구대상 ····· 20
2. 조사도구 ····· 21
가. 예비검사 및 연구 절차 ····· 21
나. 설문지의 구성 ····· 21
3. 자료 처리 방법 ····· 24
4. 설문지의 타당도 및 신뢰도 검증 ····· 24
가. 탐색적 요인 분석 ····· 25
나. 신뢰도 분석 ····· 29

Ⅳ. 연구결과 ····· 30
1. 인구통계학적 특성에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구의 차이 ····· 30
가. 성별에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구의 차이 ····· 30
나. 학년별에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구의 차이 ····· 32
다. K-Pop 관심 유·무에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구의 차이 ····· 34
라. 좋아하는 스타 유·무에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구의 차이 ····· 36
2. 중학생들의 K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망, 방송댄스 참여욕구에 간의 인과관계 ····· 38
가. K-Pop 스타이미지가 동일화 갈망에 미치는 영향 ····· 39
나. K-Pop 스타이미지가 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향 ····· 40
다. 동일화 갈망이 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향 ····· 43

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅴ. 논 의 ····· 46
1. 인구통계학적 특성 (성별, 학년, K-Pop 관심 유·무, 좋아하는 스타 유·무)에 따른 K-Pop스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 차이 ····· 46
가. 인구통계학적 특성에 따른 K-Pop 스타이미지의 차이 ····· 46
나. 인구통계학적 특성에 따른 동일화 갈망의 차이 ····· 47
다. 인구통계학적 특성에 따른 방송댄스 참여욕구의 차이 ····· 48
2. K-Pop스타이미지가 동일화 갈망에 미치는 영향 ····· 48
3. K-Pop스타이미지가 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향 ····· 49
4. 동일화 갈망이 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향 ····· 50

Ⅵ. 결 론 ····· 51

참고문헌 ····· 54

<부 록> ····· 58

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

표 목 차

<표 1> 연구 대상자의 인구통계학적 특성 ····· 20
<표 2> 설문지 주요 구성내용 ····· 23
<표 3> 스타이미지에 대한 탐색적 요인분석결과 ····· 26
<표 4> 동일화 갈망에 대한 탐색적 요인분석결과 ····· 27
<표 5> 참여욕구에 대한 탐색적 요인분석결과 ····· 28
<표 6> 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 신뢰도분석 ····· 29
<표 7> 성별에 따른 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 차이 ····· 31
<표 8> 학년별에 따른 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 차이 ····· 32
<표 9> K-Pop 관심 유·무에 따른 스타이미지, 동일화 갈망,
참여욕구의 차이 ····· 34
<표 10> 좋아하는 스타 유·무에 따른 스타이미지, 동일화 갈망,
참여욕구의 차이 ····· 36
<표 11> 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구 간의 상관분석 결과 ····· 38
<표 12> K-Pop 스타이미지에 따른 동일화 갈망의 중다회귀분석 결과 ····· 39
<표 13> K-Pop 스타이미지에 따른 인지적 욕구의 중다회귀분석 결과 ····· 40
<표 14> K-Pop 스타이미지에 따른 행동적 욕구의 중다회귀분석 결과 ····· 41
<표 15> K-Pop 스타이미지에 따른 정의적 욕구의 중다회귀분석 결과 ····· 42
<표 16> 동일화 갈망에 따른 인지적 욕구의 중다회귀분석 결과 ····· 43
<표 17> 동일화 갈망에 따른 행동적 욕구의 중다회귀분석 결과 ····· 44
<표 18> 동일화 갈망에 따른 정의적 욕구의 중다회귀분석 결과 ····· 45

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

그 림 목 차

<그림 1> 연구 변인 ····· 4

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

ABSTRACT

Dance in the middle school students participating in needs identification according to K-pop star images the desire for impact

Lim Hyo-Bi
Advisor : Prof. Seo, Young-Hwan Ph.D.
Major in Physical Education,
Graduate School of Education, Chosun University

The purpose of this study is to clarify the effect of identification affirmation according to K-Pop star image on the desire of middle school students to participate in broadcasting dance. First, the K-Pop star image according to the demographic characteristics (sex, grade, K-pop interest, favorite star, and favorite star), the desire for identification, the difference in desire to participate in broadcasting dance, The influence of K-Pop star image on identification desire, third, the effect of K-Pop star image on the desire to participate in broadcasting dance, and fourth, the effect of identification desire according to K-Pop star image on the desire to participate in broadcasting dance.

In order to achieve the purpose of this study, only the students in three public and private junior high schools in Gwang-ju Metropolitan City in November 2016 were selected and a total of 450 students were selected using the self-administration method And extracted. A total of 395 questionnaires were used in this study, except for 55 items that were

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

missing or inadequate.

The collected data were analyzed using statistical methods such as frequency analysis, one - way ANOVA, correlation analysis, and multiple regression analysis. Based on the results of the analysis, the following conclusions were drawn.

First, there was a significant difference in the external image, active image, and moral image factor, which are sub-factors of K-Pop star image according to the gender of middle school students. Image, active image, and moral image. In addition, there was a significant difference in the desire to equalize according to the sex of middle school students, and female students showed higher desire to identify with K-Pop star than male students. There was a significant difference in the cognitive desire, behavioral desire, and positive desire factor, which are sub - factors of the desire to participate in broadcasting dance according to the gender of middle school students. Desire, and desire.

Second, there was a significant difference in mid-scale image factor, which is a sub-factor of K-Pop star image according to grade level of middle school students. There was no significant difference between active image and moral image factor. In the external image factor, the first graders perceived higher than the second graders and the third graders. There was a significant difference in the identification desire according to the grade level of middle school students, and the identification desire was also higher in the first grade than the second and third grade. There was no significant difference in behavioral desire factors among the sub - factors of desire to participate in broadcasting dance according to the grade level of middle school students, but there were significant differences in cognitive desire and positive desire factor. In the first

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

grade, Than in the other groups.

Third, there were significant differences in the external image, active image, and moral image factor, which are sub-factors of K-Pop star image according to K-Pop interest in middle school students. , And 'low', respectively. This is because the more interested in K-Pop music, the song genre, the more interested in star image, so the music of K-Pop stars is important. There was a significant difference in the desire for equalization according to the K-Pop interest of middle school students, and 'High' group showed the highest perception. In addition, there was a significant difference in the cognitive desire, behavioral desire, and positive desire sub-factors of the participation desire for broadcasting dance. Also, the desire to participate in the broadcasting dance was high in all the sub-factors.

Fourth, there were significant differences in the external image, active image, and moral image factor, which are the sub-factors of K-Pop star image according to the favorite star stars of the middle school students. The group was higher than the 'no' group, and it was also found that the middle school students perceived higher liking than the 'no' group. In addition, there were significant differences in the cognitive desire, behavioral desire, and positive desire, which are the sub-factors of broadcasting dance according to the favorite star stars of middle school students. Also, The desire to participate in the broadcasting dance was high.

Fifth, K-Pop star images were found to affect affinity craving. Among the sub-factors of the K-Pop star image, the higher the perception of the active image factor, the more the affinity craving is affected statically.

Sixth, K-Pop star image influenced desire to participate in

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

broadcasting dance. The higher the perceived K-Pop star image, the more the statistically influences on the desire to participate in broadcasting dance.

Seventh, affinity craving was found to affect the desire to participate in broadcasting dance. The higher the perceived identity desire, the more the statistically influences on the desire to participate in broadcasting dance.

Therefore, as middle school students become interested in the image of K-Pop star, K-Pop star activity is reflected in splendid and wonderful life through mass media and new media medium, and affects the desire to participate in broadcasting dance Respectively.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅰ. 서 론

1. 연구의 필요성

우리는 문화로 통해서 진화하며, 새로움을 창조한다. 즉, 문화란 자연 상태의 사물에 인간의 작용을 가하여 그것을 변화시키거나 새롭게 창조해 낸 것을 의미한다(김창남, 2010). 그 문화 속에는 분명 시대의 흐름 맞는 유행이 있었을 것이며, 그 유행은 지금의 현재 문화를 만들었을 것이다. 현재 우리나라는 빠른 경제성장과 함께 국민 소득수준의 향상으로 대한민국은 다양한 문화를 향유할 수 있게 되었으며, 여가활동 및 문화생활에 소비가 증가하고 있는 추세다. 이처럼, 문화소비계층의 관심이 최근에 더욱 다양화 되고 있으며, 주로 TV, 라디오, 신문, 잡지 등의 매체를 통해 간접적으로 사회현상을 경험하고, 사회의 한 구성원으로써 지식이나 정보를 전달받고 있다(송영은, 2006). 이러한 매스미디어는 인간 삶의 많은 부분에 영향력을 미치고 있으며(송영은, 김승일, 2007), 현대인들은 일상생활에서 필요한 정보, 지식, 데이터들을 접근하기 위해 매스미디어와 뉴미디어를 활용하고 있다. 매스미디어를 연구하는 많은 학자들은 TV가 특별하다고 논하며, TV시청에 관한 수많은 연구를 해왔다. 그 이유는 많은 사람들이 TV라는 매체가 사회에서 중요한 역할을 수행하며, 강한 효과를 가지고 있다고 간주하기 때문이라 하였다(Fowles, 1992; Tsao, 1991). 하지만 최근에 정보통신기술의 발달로 새로운 미디어가 등장해 확산됨에 따라 이용해 정보를 전달하고 의사소통하는 방식이 달라지고, 미디어 간의 더욱 치열해지고 있다. 애플사가 2007년 스마트폰을 출시한 이후 전 세계적으로 급속히 확산됐고, 우리나라도 스마트폰 열풍이라고 불릴 만큼 빠른 속도로 보급됐다(한영규, 2014).

최근에 스마트폰이 실용화가 됨으로서 SNS(Social Network Service)인 Facebook, Twitter, Instagram, Youtube 등으로 인하여 더욱 쉽게 접할 수 있게 되었으며, TV에 출연하는 연예인들의 패션과 음악, 그들의 취미와 생활들이

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

청소년들에게는 더욱 큰 관심거리로 자리 잡고 있다. 그러므로 연예인과 같은 대중 스타와 동일시에 초점을 맞추어 소비 형태에도 변화가 일어나 충동적이고 유행에 민감한 소비행동과 모방 성향을 보이게 된다(형구암, 촤성애, 이금희, 2011). 특히, 자신이 이상적이거나 매력적이라고 생각하는 대상과 동일시함으로 이들과 심리적인 일체감을 느끼고자 하는 경향이 강하게 표출되는 시기이며(이미숙, 2000), 이러한 이유로 청소년들은 텔레비전에 출연하는 연예인을 대상으로 자신의 존재 의미를 찾고자 열정적인 관심을 보이고 심지어 우상화 현상을 보이기 한다(김훈태, 2003). 유상미(2000)는 이러한 매체가 자기를 방어가 어려운 시기인 청소년 자신의 신념, 가치, 태도의 형성에도 직접적으로 영향을 미치고 있다고 하였다. 이처럼 대중매체는 우리생활뿐만 아니라 청소년에게도 밀접하게 많은 영향을 미치고 있으며, 청소년들은 대중매체를 통해서 사회를 이해하고, 가치관과 사회화를 길러 가고 있다(송영은, 2006). 특히 오늘날의 방송 댄스와 관련 있는 방송 프로그램인 슈퍼스타K, K팝스타, 댄싱나인 등이 청소년들에게 새로운 관심사가 생성됨으로서 댄스에 직접 참여하여 행하는 댄스보다는 TV와 스마트폰을 통하여 보는 댄스를 즐기고 있다.

이러한 방송 프로그램을 보게 됨으로서 청소년들은 연예인들을 우상화를 하면서 모방행동 혹은 동일화 갈망을 통해 자아정체성에 영향을 미칠 것이며, 방송 프로그램 등장인물에 대한 동일시(identification)는 프로그램 시청에 따른 지식 및 가치관의 습득, 태도 형성, 행동 모방 등의 효과를 중재하는 중요한 변인으로 간주되어 왔다(정용국, 2009). 동일시는 학자들에 따라 다양하게 개념화되어 왔다. 하지만 본 연구에서는 미디어의 연예인처럼 되고 싶어 하는 열망을 의미하는 동일화 갈망(wishful identification)에 대한 연구이며, 동일화 갈망이 되려면 연예인들의 이미지가 중요하며, 이 이미지는 중학생들의 방송 댄스 참여 증진에 긍정적인 역할을 기대하며, K-Pop 스타의 이미지가 미치는 파급력으로 하여금 청소년의 방송 댄스 참여에 대한 태도 변화는 물론, 자발적인 방송 댄스 활동 참여를 유도 할 수 있다는 것이다.

이에 본 연구는 중학생들의 K-Pop 스타 이미지의 동일화 갈망이 방송댄스

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

참여 욕구에 어떠한 영향이 미치는지를 규명 하는 것으로 중학생들의 학교 방송 댄스 수업 운영하는 데에 필요한 정보와 학교 방송댄스에 대한 인식 및 활성화를 위한 기초 자료를 제공하고자 한다.

2. 연구의 목적

본 연구의 목적은 K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향 규명하는데 있다. 이를 통해 청소년들이 K-Pop 스타의 이미지에 따라 느끼는 동일화 갈망이 방송 댄스 참여에 어떠한 긍정적인 효과가 나타는지를 연구하고자 하며, 이를 통하여 청소년들의 댄스 활동 참여가 효율적이고 바람직한 학교 동아리 활동 및 스포츠클럽에 대한 운영과 이론적 기초 자료를 제공하는데 있다.

3. 연구 문제

본 연구에서는 “K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송 댄스 참여욕구에 미치는 영향”을 알아보기 위해 다음과 같이 연구 문제를 설정하였다.

첫째, 중학생들의 인구 통계학적 특성에 따라 K-Pop 스타 이미지와 동일화 갈망 및 방송 댄스 참여욕구에 차이

둘째, 중학생들의 K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망의 관계

셋째, 중학생들의 K-Pop 스타 이미지에 따른 방송댄스 참여욕구의 관계

넷째, 중학생들의 동일화 갈망에 따른 방송댄스 참여욕구의 관계

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

4. 연구 변인 및 가설

가. 연구변인

이 연구에서는 K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송댄스 참여욕구를 규명하고자 다음과 같은 변인을 설정 하였다. 배경변인에 대한 하위요인으로는 성별, 학년, K-Pop관심, 좋아하는 스타 유·무, 방송 댄스 배운 경험, 방송 댄스 배우는 이유로 구성하였고, 독립변인(스타의 이미지) 하위요인으로는 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지로 구성하였으며, 매개변인에 대한 요인은 동일화 갈망으로 구성하였으며, 종속변인(참여욕구)에 대한 하위요인으로는 인지적 욕구, 행동적 욕구, 정의적 욕구로 구성하였으며 <그림 1>과 같다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

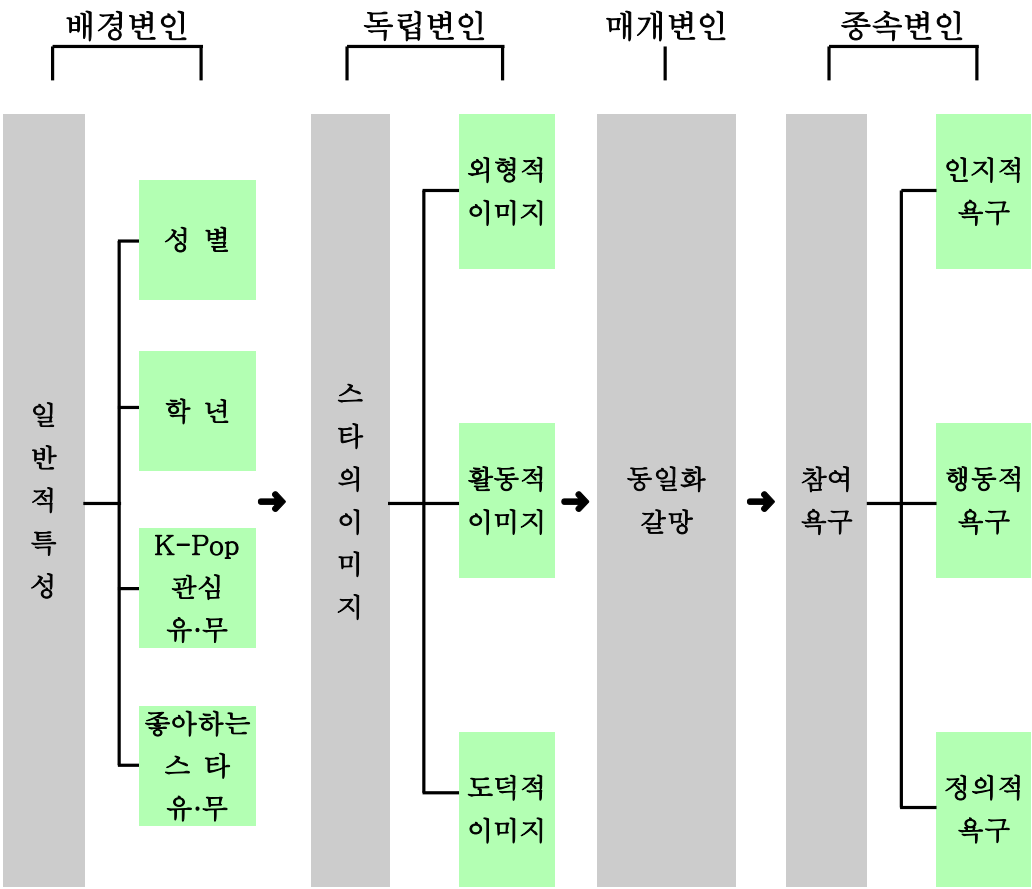

그림 1. 연구변인

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

나. 연구 가설

가설 1. 일반적 특성(성별, 학년, K-Pop관심 유·무, 좋아하는 스타 유·무)에 따른 K-Pop스타이미지, 동일화 갈망, 방송댄스 참여욕구에 유의한 차이가 있을 것이다.

1-1. 일반적 특성에 따라 K-Pop스타 이미지에 유의한 차이가 있을 것이다.

1-2. 일반적 특성에 따라 동일화 갈망에 유의한 차이가 있을 것이다.

1-3. 일반적 특성에 따라 방송댄스 참여욕구에 유의한 차이가 있을 것이다.

가설 2. K-Pop스타 이미지에 따라 동일화 갈망에 영향을 미칠 것이다.

2-1. 외형적 이미지에 따라 동일화 갈망에 유의한 차이가 있을 것이다.

2-2. 활동적 이미지에 따라 동일화 갈망에 유의한 차이가 있을 것이다.

2-3. 도덕적 이미지에 따라 동일화 갈망에 유의한 차이가 있을 것이다.

가설 3. K-Pop스타 이미지에 따라 방송댄스 참여욕구에 영향을 미칠 것이다.

3-1. 외형적 이미지에 따라 방송댄스 참여욕구에 유의한 차이가 있을 것이다.

3-2. 활동적 이미지에 따라 방송댄스 참여욕구에 유의한 차이가 있을 것이다

3-3. 도덕적 이미지에 따라 방송댄스 참여욕구에 유의한 차이가 있을 것이다

가설 4. 동일화 갈망에 따라 방송댄스 참여욕구에 영향을 미칠 것이다.

4-1. 동일화 갈망에 따라 인지적 욕구에 영향을 미칠 것 이다.

4-2. 동일화 갈망에 따라 정의적 욕구에 영향을 미칠 것 이다.

4-3. 동일화 갈망에 따라 행동적 욕구에 영향을 미칠 것 이다.

5. 연구의 제한점

본 연구는 K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송댄스

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

참여욕구에 미치는 영향을 규명하는데 다음과 같은 제한점을 갖는다.

첫째. 본 연구에는 광주광역시 지역에 거주하는 공립과 사립 중학교 3개교에서 재학 중인 학생들만을 대상으로 하기 때문에 연구 결과의 일반화하기에는 한계가 있다.

둘째. 본 연구의 대상은 학교 스포츠 클럽 및 방과후 활동 중 방송 댄스라는 특정 과목을 택하였기에 이 연구의 결과는 타 종목의 스타의 이미지, 동일화 갈망, 참여욕구에 관한 연구에 일반화 시키는데 제한이 있을 것이다.

셋째. 본 연구는 조사대상자의 일반적 특성을 다양하게 고려하지 못하였기에 조사대상자의 일반적 특성을 성별, 학년, K-Pop 스타 관심 유·무, 좋아하는 K-Pop 유·무로 제한하였다.

6. 용어의 정의

본 연구에서 사용 된 용어에 대한 정의는 다음과 같다.

가. 스타이미지

'스타 000의 이미지가 어떠 어떠하다'라는 말을 할 때 그 속에 포함되는 내용은 그 스타와 관계된 제반 지각과 평가와 더불어 성격, 행동, 사회성, 이성 관계, 교양, 외모 등을 종합적으로 포괄한다(김하정, 2004). 또한, Daniel J. Boorstin (2012)은 스타의 이미지를 단순하며 의미가 없는 실체라고 하였으며, 이는 조작된 것으로 규정하고 있다. 또한, 스타는 인간으로서의 스타 자신과 다른 또 다른 이미지적 생명체가 스타 자신에게 중복적으로 존재하는 것으로 정의하였다(김하정, 2004).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이에 선행연구 질문지로 사용된 오아람(2016)의 육상 스포츠 스타이미지의 하위요인으로 운동수행적 이미지, 외형적 이미지, 진취적 이미지, 도덕적 이미지 네 요인을 본 연구에 목적에 맞게 재구성하여 K-Pop 스타이미지의 하위요인으로 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지 이상 세 요인으로 구분하였다.

나. 동일화 갈망

동일화(identification)라는 사회화적 감장은 텔레비전 시청의 한 산물이라고 볼 수 있으며, 동일화라는 용어는 시청자들이 텔레비전에 나오는 등장인물들의 관점을 같이 공유하고 등장인물들을 통해 이들이 겪는 여러 가지 일들을 대신 체험하는 것이라고 정의 할 수 있다(박웅기, 2003). 동일화 갈망은 지성(intelligence), 매력(attractiveness), 그리고 힘(strength)의 요소들로 예측 되었으며, 지성과 유머라는 요소들로 예측되며, 텔레비전에서 등장하는 남자, 여자 연예인들의 활동 모습을 통해 패션, 음악, 품위, 억양, 제스처 등을 보게 됨으로서 화려한 삶 속에 성공적인 모습으로 비추어져 보이게 됨으로서 등장인물들처럼 되고 싶어 하며, 좋아하는 등장인물들이 성공적이면 어떤 행동을 호의적으로 받아들이게 된다(Bandura al., 1963). 이에 본 연구는 동일화 갈망으로 정의 하였다.

다. 참여욕구

스포츠 현상과 관련된 사회적 행동으로 참여(involvement)하는 것으로, 그 개념으로 크게 두 가지로 구분되어 지고 있다. 개인의 여가시간에 신체활동을 계획적이고, 체계적으로 직접 참여를 하거나 스포츠 현장에서 경기 관람 및 일상생활 중에 타인과 스포츠에 관한 대화를 통하여 체육활동에 관련된 직접, 간접적인 모든 것이 참여(involvement)하는 것을 말한다(박점서, 2006). 이 연

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

구에서는 중학생들의 K-Pop 스타 관심에 따른 방송댄스 참여에 관한 것으로서 인지적, 행동적, 정의적 욕구를 참여욕구이라고 정의하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅱ. 이론적 배경

1. 방송댄스

가. 방송댄스의 정의

방송 댄스란 방송에서 나오는 유명한 댄스 가수들의 춤을 Copy해서 그 음악에 맞추어 안무를 추는 것으로 외국에서는 Cover Dance라는 명칭을 사용하고 있으며, 우리나라의 대중가요는 K-POP으로 불리우며, 일본 대중가요는 J-POP, 중국 대중가요는 C-POP이라고 불리고 있다. 그 중 K-POP 열풍은 세계적으로 주목을 받고 있다. 또한 방송 댄스와 관련한 TV, 방송매체와 다양한 직업군이 급속히 확산되고 있다.

한편 최근 국외에서는 신 한류 열풍(NEO-Korean fever)을 일으키며 한국 아이돌그룹이 인기를 얻고 있다(이가영, 2016). 주로 10대에서 20대 젊은이들이 인프로(Infra)가 형성되어 한류 팬들은 K-POP 음악 이상으로 한국 아이돌의 현란한 몸동작에 열광한다. K-POP 스타들의 이런 기존에 힙합과 재즈 댄스 등에 영향을 받아 형성이 된 독특한 춤 동작은 또 하나의 한류 열풍이 생김으로서 전 세계가 주목 받고 있으며, 해외에서는 Girl Group이나 아이돌그룹의 하나처럼 보이는 칼군무와 퍼포먼스로 많은 인기를 얻고 있다. 그리하여 현재는 K-POP은 여러 대학교에서도 학문으로 인정을 받아 학과로 개설이 되고 있으며. 방송 댄스는 모든 대중들, 특히 주로 아동기와 청소년기의 학생들에 어떠한 영향을 주는지에 대한 선행연구들이 많이 진행되었고, 그 결과 사회적, 경제적, 문화적인 면에 영향을 준다는 결과가 나왔다(이가영, 2016).

그리고 현재 여가활동으로 방송댄스를 배우는 인구가 점차적으로 늘어나고 있으며 그 연령대 또한 다양하다. 특히 초·중·고 방과 후 활동 프로그램이나 중

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

학교에서는 스포츠클럽 프로그램 중 한 과목으로 수업을 진행하고 있으며 문화센터나 공공기관 등에서도 방송댄스를 편입하여 남녀노소 구분 없이 생활속에서 쉽고 흥미롭게 즐길 수 있도록 자리를 잡아가고 있다. 뿐만 아니라 다양한 연구들을 통하여 대인관계 형성 및 사회성 증진과 기초체력 향상 등 긍정적인 효과가 증명되고 있다. 또한 방송댄스는 전통무용이나 고전무용처럼 어렵지 않아 누구나 쉽게 따라할 수 있다는 큰 장점이 있어 대중들에게 많은 인기를 얻으며 발전해 가고 있다. 이처럼 K-POP댄스 즉, 방송댄스가 인기를 얻을 수 있었던 것은 음악의 효과도 중요하지만 음악을 이미지화 시켜 쉽게 따라할 수 있는 춤동작 때문이라고 생각된다. 그러나 여전히 다른 장르보다 역사가 굉장히 짧고, 하나의 장르로 규명짓기는 어려운 부분이 존재한다.

즉, 방송댄스는 신체적, 사회적, 정신적 측면의 긍정적인 향상을 기대 할 수 있는 활동으로써 누구나 쉽게 따라할 수 있고, 장소나 경제적 부담이 없고, 현재에도 많은 대중화를 일으켜 발전하고 있는 댄스의 한 종목이라고 할 수 있다(이가영, 2016).

나. 방송댄스의 역사

1990년대 우리나라의 빠른 경제성장과 함께 대중매체의 급속한 발전으로 K-POP은 활성화 되었다. 당시 현진영, 서태지와 아이들, 김건모 등 음악성이 있는 뮤지션들이 대중들에게 뜨거운 사랑을 받으며, 동시에 힙합, R&B 등 다양한 장르가 성장하였다. 특히 서태지와 아이들은 '10대들의 문화 대통령'이라는 타이틀을 얻으며 한국 가요계에 엄청난 영향을 미치며 가요계의 변화를 일으켰다. 특히 10대들의 이야기를 음악과 가사에 연결시킴으로써 그 파급력은 더욱 컸다. 또한 그들의 춤 동작을 전 국민이 알고 있을 정도로 가요계를 화려하게 장식하였고, 이후에는 언더그라운드 밴드음악과 같은 라이브문화에도 관심이 커지면서 한국의 대중음악에 대한 관심은 더욱 더 커져갔다(이가영, 2016).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

그러나 1990년 후반에 들어서는 대형 기획사들이 등장하면서 음악적 예술보다는 상대적으로 스타성을 지닌 자원을 발굴하여 육성하면서 주류음악과 비주류음악으로 점점 양분화 되었고 이는 결국 대형 기획사의 아이돌스타들만을 남겨둔 채 나머지는 한국음반시장에서 도태되는 결과를 초래하였다.

2000년도에 들어서도 음반시장은 주로 아이돌 스타와 댄스가수들이 점령하였고, 하고 싶은 것이 많은 시기인 10대 청소년들은 아이돌 가수가 되기를 희망하며 그들의 모방하는 문화가 생김으로서 K-POP댄스의 발전을 일으켰다고 볼 수 있다(이가영, 2016). 또한 아시아를 중심으로 세계각국에서 한류열풍이 불면서 아이돌 스타들이 해외로 진출하면서 그들의 음악과 칼군무가 주목받기 시작하였다.

K-POP 아이돌 음악의 특징은 따라 부르기 쉬운 멜로디와 경쾌하고 중독성 있는 리듬과 비트감, 흥미로운 가사와 뛰어난 군무를 통하여 시각적 즐거움을 선사한다. 특히 이들은 잘생긴 외모와 감각적인 패션과 화려한 댄스와 무대 장치 등을 통하여 대중들의 눈을 즐겁게 해둔다.

K-POP이 전 세계적으로 유명세가 상승한 데에는 매스미디어와 뉴미디어와 같은 온라인 커뮤니티의 홍보가 큰 몫을 차지하였다. 기획사들은 소속 가수들의 홍보를 위해 유튜브나 각종 SNS를 통해 공격적인 마케팅을 펼치며 전 세계 젊은이들에게 급속도로 퍼져나게 되었다. 그 중 대표적으로 2012년 싸이의 '강남스타일'은 미국 빌보드 차트 7주 연속 2위를 차지하였으며, 특히 이 곡의 '말춤'은 전 세계인들의 시선을 사로잡았다. 이처럼 K-POP은 중독성이 강한 Hook Song으로 이루어진 음악과 가사와 그거에 맞추어 만들어진 방송 댄스 안무들이 팬들이 쉽게 따라 할 수 있도록 대중화를 갖추어져 K-Pop 댄스는 나날이 상승하고 있다.

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. 스타이미지

가. 스타의 개념

스타는 우상숭배와 유사한 방식으로 숭배의 대상이 되는 특정 개인의 가공적인 인물상(Personality Image)과 그 인물상을 구현하는 것으로 간주되는 인물을 가리킨다(한국언론연구원, 1993).

스타의 사전적 정의는 높은 인기를 얻고 있는 연기자, 가수들의 연예인이나 운동선수를 의미한다(두산백과, 2002). 이러한 스타는 초기 할리우드의 유명한 여배우들을 지칭하는 말로 쓰이기 시작하여 영화매체에만 한정되는 개념이었으나 점차 커짐에 따라 그 범위가 점차 확대되어 사용되고 있다(최윤실, 2014).

Alveroni(1970)는 스타를 '그들의 행위와 생활양식은 주목할 만한, 그리고 때때로 매우 큰 흥미를 불러일으키는 사람들'로 규명하였고, Reeves(1998)는 스타의 현상을 분석하면서 스타자체가 상품성도 있지만 사회적 커뮤니케이션 과정을 형성하고 있는 것에 주목했다(최윤실, 2014).

또한 허행량(2002)은 스타를 '추종자(팬)가 있고 미디어의 주목을 받으며 서열화 된 인물로 상업적인 잠재력을 갖는 사람', '유명 인사이면서 대중의 주목을 받고 사회적 관심을 불러일으키며 경제적 가치를 지닌 사람', '우리 시대의 신화 창조자', '역사보다는 현재를 살아가는 사람들에 영향을 미치는 현실적인 엘리트 그룹'등으로 정의하였다(최윤실, 2014).

나. 스타의 이미지

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

1) 이미지의 개념

이미지(Image)의 어원은 그리스어의 'Eikon'에서 찾을 수 있으며 이는 상(象)의 의미로 '닮다'의 뜻을 내포하고 있다(김혁중, 2012). 라틴어 'Imago'에서도 어원을 찾을 수 있는데 이것의 동사형은 'Imitari'로 '모방하다'의 뜻을 가지고 있다. 사전적인 의미에서는 이미지는 심상(心象)과 표상(表象)으로 표현되며 '사물이나 사람에게서 받은 인상과 이전의 감각에 의하여 얻어졌던 것이 마음속에서 재생된 것'이라고 할 수 있다(지현주, 2006).

이미지의 개념은 학자의 관점에 따라 다양한 의미로 사용되기 때문에 그 개념을 통일적 의미로 나타내기란 어렵다(오아람, 2016). 기존 선행연구를 토대로 이미지의 개념을 정리하면, 우리가 일상적으로 사용하는 이미지의 개념은 대상에 대한상(象), 심상(心像), 영상(映像) 등으로 이해될 수 있으며, 특정 대상에 대하여 개인이 갖고 있는 이미지는 개인적·주관적으로 지각되고 형성된 믿음의 집합체로 실체에 대한 상징이 되기도 하며 대상에 관련된 전체를 포괄한다고 할 수 있을 것이다(김경호, 2005).

이미지는 단편적으로 생성되는 것이 아닌 사회·문화·역사·역사·언어·심리 등 여러 가지 과정이 서로 지속적이고 복합적으로 작용한 산물이자, 구체화된 추상적인 개념이다(최명일, 2003). 즉 이미지란 개인의 특정한 대상에 대해 가지고 있는 믿음·개념·인상의 총합으로 단순한 믿음 이상의 것이며, 특정한 대상에 관한 총체적인 믿음의 집합이라고 할 수 있다(박병준, 1991).

오늘 날 이미지가 중요성을 갖는 이유는 이미지가 행동을 일으키는 잠재적인 힘을 가지고 있기 때문이다(서동영, 2015). 이미지는 추상적이고 관념적인 것이지만, 결과적으로는 행동을 좌우하는 요인으로 실제 행동을 좌우하는 요인이 되며 태도·선입관·가치관 등에 영향을 미친다(김양진, 1996).

2) 스타이미지

연예인은 일반적으로 연예에 종사하는 배우, 가수, 무용가 등을 통틀어 이르는 말로 대중적인 연극, 노래, 춤, 희극, 만담, 마술 따위의 예능이나 관중 앞에서

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

그런 예능은 공연하는 일에 종사하는 사람들을 말한다(문화관광부, “방송 연예 사업 종사자 실태조사 및 개선방안 연구 2006). 따라서 가수, 연기자, 모델 등을 연예인이라 지칭하고 있다(이나영, 2010).

한국고용직업분류(2005)에 따르면 “연기자는 연극, 영화, TV드라마의 등장 인물로 출연하여 대본과 감독의 연출에 따라 연기라는 사람들을 말 한다”. 또한 여기서 정의한 연기자의 직업적 내용을 보면 배우, 연기자 외에 코미디언, 성우, 모델 스턴트맨까지 연기자로 구분하고 있으며, 자격요건으로 특별한 학력이나 자격요건을 요구하지 않으며 창의력이나 예술적 재능이 중요하다고 설명하였다(이나영, 2010). 연기자의 주요업무를 살펴보면 대사를 암기하고 사실적으로 표현하기 위해 극중 인물의 언어, 동작, 버릇 등을 연습한다. 역할에 맞는 분장을 하며, 연기를 한다(이나영, 2010). 스턴트맨은 배우가 하기 힘든 고난이도의 연기를 대신한다(김영미, 2015).

연예인은 타고난 재능을 보이며, 일반적인 사람들과 다르게 예술적 감성, 신체적 조건, 강한 창의력과 태도 등에 기반을 둔 일반 노동자와 다른 노동 제공으로 근로 양상을 보인다. 연예인에게 요구되는 기술과 능력은 일정기간 수련을 통한 발전하는 범위 밖의 선천적 자질을 필요로 한다(이나영, 2010). 또한 연기력이나 가창력 등의 기본적 자질이 필요하지만 트렌드와 대중의 요구에 민감하게 반응하는 성격 때문에 구체적인 재능의 유형과 인기를 얻게 되는 요건들이 시대적으로 빠르게 변화하고 있다(이나영, 2010). 일반적으로 연예인은 재능을 육성하고 장기적으로 대중과 지속적으로 만나기 위해서는 많은 시간과 비용이 소요된다(김용습, 2009).

스타 연예인이란 연예인 중에서 일반 대중에 대한 소구력이 높아 참여한 공연이나 사건 등의 흥행에 대한 영향력을 가지고 있으며 상당한 수의 팬을 확보하고 있는 소수의 연예인을 말하며, 스타에 대한 개념을 정의하면 유명 영화배우를 지칭하는 용어로 대중에게 널리 알려지고 사랑받고 있는 배우를 뜻한다(이나영, 2010). 스타는 대중의 우상이나 영웅이라 할 수 있고 이미 발표된 작품이나 특정한 작품이 만들어지기 전부터 나름의 독특한 이미지나 존재감으로 사회와 대

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

중에게 영향력을 발휘하며 경제적으로 출연사실만으로도 작품의 제작이 결정되고 시청률을 확보할 수 있는 유명인사 대우를 받는 인기배우라고 설명할 수 있다(김용습, 2009, 김호석, 1998).

2005년부터 한국대중문화계는 '스타 파워'의 영향력을 가장 크게 실감하게 되는데 영화계에서는 톱스타 캐스팅으로 4~5억원에 달하는 개런티와 제작사 수익의 최고 50%까지 요구받는 경우도 있었고, 방송도 TV 드라마 주연급의 개런티 회당 2,000만원을 경신하고 회당 1억원을 요구하는 한류스타가 나올 정도로 스타의 브랜드 시대가 도래했다. 기업에서 브랜드 상징의 중앙 집중화가 일어나는 것과 마찬가지로 우리의 스타파워도 같은 양상을 띄고 있다.

문화산업에서 스타의 활용은 작품의 캐스팅과 직결되는데, 캐스팅에는 미학적 기분에 의해 작품의 질을 결정하는 주요한 요인이 있기 때문이다. 배우의 이미지와 배격의 유형이 일치해야 작품의 완성도가 높아지기 때문에 기존의 스타가 가지고 있는 시장 파워와 미학적 기준을 고려해서 캐스팅을 통해 스타가 활용되는 양상을 보인다. 문화콘텐츠의 제작 측면에서 상당한 수의 팬을 확보하고 있는 스타의 활용은 흥행을 위한 불확실성을 감소시키는 효력을 발휘하며 스타의 지속적인 경쟁력을 유지하기 위해서는 스타 연예인으로서의 이미지 형성과 체계적인 관리가 스타 시스템 등의 장치들로 진화하며 발전하고 있다.

3. 동일화 갈망

가. 동일화의 용어적 의미

한국도서출판중앙회에서 발간된 새국어대사전에서는 똑같은 것으로 본다는 의미로 동일시(同一視)라는 용어를 의미한다. 동일시라는 의미는 동일화(Identification) 의미에 근접한 용어이나 주체와 객체가 하나가 된다는 의미로만 사용되는 용어가 아니라 똑같은 것으로 본다는 의미를 폭 넓게 그리도 다양하게 사용할 수 있는

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

일상적인 용어이다. 현재 한국의 설교학자들은 'Identification'을 동일화 또는 동일시로 번역하여 둘 다 사용하고 있다. 본고에서는 'Identification'을 화자와 청자가 한 마음이 되는 것을 의미하는 용어로써 동일화라는 용어가 더욱 뜻이 분명해진다고 보고 동일화라는 용어를 사용한다.

동일화란 어떤 집단의 사람들과 하나가 되는 것을 의미한다. 여기서 하나가 된다는 것은 마음이 하나가 되는 것을 말한다. 한 사람이 다른 사람에 대하여 동일화가 이루어지는 데에는 다양한 요인이 있다. 가령 주체와 객체 사이에 서로 직업이 같다든지 혹은 그와 친구가 된다든지, 활동 영역이나 믿음이 같거나 가치관에서 서로 일치함을 느낄 때 주체와 객체는 서로에 대하여 동질감을 느끼게 되고 쉽게 하나가 되는 마음을 가질 수 있다. 이러한 심리학적 원리는 이를 잘 발전시킬 경우 화자와 청자 사이의 커뮤니케이션 원리로 활용될 수 있다. 이처럼 청자가 화자로부터 동질감을 느끼고 그 결과 마음을 열게 되는 것은 하나의 심리학적 원리로 일상적인 적용이 가능하게 되므로 오늘날 설교에서도 이를 발전시켜 활용 할 수 있다(김삼문, 2008).

수사학이 잘 발단된 고대 그리스 수사학에서도 이미 동일화의 심리학적 원리를 잘 이해하여 설득을 위한 수사법으로 사용되었다(김삼문, 2008). 이러한 동일화 개념의 유래를 살펴보면 오늘날까지 현대 설교학에서 활용되는 동일화 개념의 흐름을 조감해본다.

나. 동일화 개념의 유래

동일화 개념의 유래는 고대 수사학으로 거슬러 올라갈 수 있다. 수사학의 기원에 대해서는 정확히 알 수 없으나 일반적으로 기원전 5-6세기에 그리스 지역의 대 격변기 동안에 생겨난 것으로 추정된다. 수사학은 군주국가에서 민주주의로 가는데 중요한 역할을 했다. 이는 대중을 선동하기 위하여 효과적이고도 필수적인 요소였다. 그래서 당시에 시민들은 수사학을 창안하고 또한 발전시켰다. 공개토론회가 성행하였던 고대 그리스에서는 논쟁을 성공적으로 이끌기 위해서 설득력 있는 연설을 위한 연구과 이에 대한 교육이 활발하였다 따라서 수사학자들은

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

커뮤니케이션의 원리인 동일화의 원리를 활용하고 있었다. 물론 동일화라는 용어를 사용한 것은 아니지만 그들은 ethos, pathos, logos 개념을 보면 그 개념 안에 동일화의 원리가 내포되어 있음을 알 수 있다.

4. 참여욕구

가. 참여욕구의 개념 및 정의

사전적 의미에서의 욕구는 '바라서 구함', '욕심이 생겨 구함'이라는 의미로 풀이된다(손지현, 2005). 다시 말해 인간에 있어 어떤 특정한 행동을 만들어 내는 근원인 것이다. 또한 교육학에서 말하는 욕구란 비교적 보편적인 수준의 동기로 개인의 각성수준과 관련, 유기체를 정력화하는 힘으로 정력동기라고도 한다(탁영진, 1996).

오랜 세월 심리학자들의 주된 관심의 대상이었던 인간 행동의 근원적 요인에 대해 Freud는 본능적 에너지(instinctual energy), Murray는 욕구(need)로, William은 의식적인 의지(conscious volition)로 각각 인간행동의 근원적인 이유를 설명하고 있다(주명희, 2001). 이와 같이 인간행동의 근원적 요인을 설명하는 용어로 욕구(need), 동기(motive), 유인(incentive), 충동(drive), 욕망(urge) 등이 있으나 각 용어에 대한 학자들의 견해는 매우 다양하다(황선봉, 2006). 그러나 인간행동의 근원적인 이유를 설명한다는 것에 있어서는 그 맥락을 같이한다(신윤석, 2003).

Murray는 인간행동의 근원적인 원인인 욕구의 개념을 처음으로 탐구한 사람 중의 하나로 욕구를 하나의 구성개념으로 규정하고 있다(주명희, 2001). 그의 욕구론에 따르면 욕구는 긍정적 욕구와 부정적 욕구로 나눌 수 있는데, 긍정적 욕구는 유기체가 사물에 접근하도록 해주는 힘을, 부정적 욕구는 유기체가 사물

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

로부터 물러나도록 하는 힘을 가지고 있으며, 행동이 언제가 불쾌한 긴장을 회피하거나 감소시키려고 할 때 일어난다는 것을 시사하고, 초기의 사건들이 특히 중요시되는데 그 이유는 욕구가 한 번 일어나면 이는 스스로 오래도록 지속하는 경향이 있기 때문이라고 하였다(탁영진, 1996).

Maslow가 주장한 인간의 욕구는 생리적 욕구, 안전욕구, 사회적 욕구, 자아존중욕구, 그리고 자아실현욕구 등 5개 욕구로 하위단계에서 상위단계로 계층적 구조를 이루고 있다(최정자, 2009). 그 중 자아실현의 욕구와 지적 탐구의 욕구, 심미적 욕구를 인산 고유의 욕구로 보았으며 이를 충족시키기 위해 배워서 익혀야 한다고 하였다(주명희, 2001). 또한 욕구는 순서에 따라 정상적으로 만족되어져야 다음 단계의 동기가 발생하며, 충분히 충족되지 못한 욕구들이 긴장을 유발하고, 긴장이 유발되면 인간은 긴장을 감소시킴으로써 내적 평형상태를 유지하고 행동하게 된다는 사실을 제시하였다(손지현, 2009).

Alderfer는 욕구란 욕망과 만족의 개념을 모두 포괄한다고 하였으며, 특히 욕망이란 전적으로 개인의 내적 상태를 뜻하는 것으로 요구, 선호, 욕구강도, 동기 등과 동의어로 간주하였다(신윤석, 2003). 또한 Carron은 인간 유기체에 작용하는 모든 종류의 요구에 의해 결정되는 일반적인 상태(general state)로서 미분화된 활성체(non-differenciated energy)가 욕구라 하였다(정재윤, 1993).

이러한 욕구의 기능으로는 첫째 유기체의 행동을 촉진시키며, 둘째 유기체의 행동을 선택하게 하고, 셋째 유기체 행동의 방향을 지어준다(신윤석, 2003).

또한 이러한 욕구의 효과로 욕구는 충동을 일으킨 만큼 실제 행동을 하게 한다는 것과 습관을 형성해 준다는 것, 그리고 배우고 익히는 데 따라 욕구유발이 될 수도 있다(탁영진, 1996).

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅲ. 연구방법

본 연구는 K-Pop 스타이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향을 규명하는데 있으며, 이와 같은 연구목적을 달성하기 위하여 다음과 같이 연구대상, 조사도구, 연구절차 및 자료 분석의 과정을 통하여 연구를 수행 하고자며, 그 내용은 다음과 같다.

1. 연구대상

본 연구는 2016년 11월 광주광역시 소재하고 있는 공립, 사립 중학교 3개교에서 재학 중인 학생들만을 대상으로 선정하여 자기 평가 기입법(self-administration method)을 이용하여 총 450명을 표본 추출하였다. 회수된 설문지 중 조사내용의 일부가 누락되었거나 불성실한 자료 55부를 제외하고 최종적으로 395부의 설문지를 본 연구에 사용하였다. 설문에 참여한 응답자의 기술 통계량 <표 1>과 같다.

표 1. 연구 대상자의 인구통계학적 특성

변 인	구 분	인 원 (명)	백 분 율 (%)
성 별	남	106	26.8
	여	289	73.2
학 년	1학년	35	8.9
	2학년	132	33.4
	3학년	228	57.7
K-Pop 관심 유·무	낮다	55	13.9
	보통	189	47.8
	높다	151	38.2
좋아하는 스타 유·무	있다	280	70.9
	없다	115	29.1
총 계	395		100.0

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. 조사도구

가. 예비검사 및 연구 절차

이 연구에서 사용한 설문지는 세 차례에 걸쳐 예비검사(pilot study)를 통하여 타당도를 검증하였다. 첫 번째 예비검사의 목적은 설문내용의 적합성 및 설문내용이 방송댄스 참여하는 중학생들에게 적용 가능한 내용인지를 파악하는데 있으며, 이 연구와 관련한 분야의 전문적인 지식을 소유하고 있는 교수 1명과 박사 1명, 방송 댄스 강사 2명 집단을 구성한 다음 연구자가 설문내용을 한 문항씩 그 개념을 설명한 후 의미가 통하지 않거나 이해하기 어려움이 있는 단어나 문장 혹은 내용을 지적하도록 요구하며, 특히 문항 구성이 해당 개념을 잘 반영하고 있는지, 그리고 문항들이 특정 내용영역의 독특한 의미를 얼마나 잘 나타내주는지를 질문하였다. 이와 같이 과정을 통하여 지적된 사항은 두 번째 예비검사 설문지에 반영 하였다. 두 번째 사립 중학교 학생을 대상으로 소수인원인 100명으로 조사를 실시하였고 그 결과로 세 번째 예비검사의 목적은 첫 번째, 두 번째 예비검사를 통하여 수정된 설문지의 난이도 및 적용 가능성을 평가함과 동시에 설문지의 신뢰도 및 타당도를 검증 하는데 있다.

나. 설문지의 구성

본 연구에서 측정도구로 사용한 설문지는 K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송댄스 참여욕구에 관한 항목으로써 K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구를 측정하기 위하여 다음과 같은 국내외 선행연구에서 신뢰도와 타당도가 검증된 측정도구를 본 연구의 목적에 맞게 수정·보완하여 예비검사를 통한 내용의 적합성과 적용가능성을 검토하였다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

1) 인구통계학적 특성

연구 참여자의 인구통계학적 특성을 조사하기 위하여 본 연구에서는 성별, 학년, K-Pop 관심 유·무, 좋아하는 스타 유·무를 질문 하였으며, 이를 측정하는 문항 수는 총 4문항으로 구성하였다.

2) 스타이미지

스타이미지에 측정 도구는 오아람(2016)의 "육상 스포츠 스타의 이미지가 선수 스포츠 자신감에 미치는 영향" 연구에서 사용된 스포츠 스타이미지 요인으로 외형적 이미지, 운동수행적 이미지, 진취적 이미지, 도덕적 이미지 하위 4개 영역을 이 연구의 목적과 대상에 맞게 수정·보안하여 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지 하위 3개 영역으로 <표 2>와 같이 14문항으로 구성되어 있으며, 설문지의 응답형태 측정은 Liker-type 5단계 척도이다. 응답내용에 따라 "매우 그렇지 않다"에 1점 "매우 그렇다"에 5점으로 순차적으로 부과되어있다.

3) 동일화 갈망

동일화 갈망에 측정 도구는 호프너와 뷰캐넌(Hoffner & Buchanan, 2005)의 연구에서 사용된 바 있는 척도를 정용국(2009)의 초등학생을 대상으로 한 좋아하는 만화영화 캐릭터의 특성 및 동일화 갈망에 관한 연구에서 사용한 설문지를 이 연구의 목적과 대상에 맞게 수정·보안하여 <표 2>와 같이 5문항으로 구성되어 있으며, 설문지의 응답형태 측정은 Liker-type 5단계 척도이다. 응답내용에 따라 "매우 그렇지 않다"에 1점 "매우 그렇다"에 5점으로 순차적으로 부과되어 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

4) 참여욕구

참여욕구에 측정 도구는 박점서(2006),이상도(2008)의 연구에서 사용된 바 있는 척도를 김근오(2009)의 “댄스스포츠 비참여자의 참여제약이 참여욕구 및 참여의도” 연구에서 사용한 설문지를 이 연구의 목적과 대상에 맞게 수정·보안하여 <표 2>와 같이 16문항으로 구성되어 있으며, 설문지의 응답형태 측정은 Liker-type 5단계 척도이다. 응답내용에 따라 “매우 그렇지 않다”에 1점 “매우 그렇다”에 5점으로 순차적으로 부과되어 있다.

표 2. 설문지 주요 구성내용

구성지표	구성내용	문항수	선행연구
인구통계학적 특성	성별 학년 K-Pop 관심 유·무 좋아하는 스타 유·무	4문항	·
스타이미지	외형적 이미지 활동적 이미지 도덕적 이미지	17문항	오아람(2016)
동일화 갈망	동일화 갈망	5문항	Hoffner & Buchanan(2005) 정용국(2009)
참여욕구	인지적 욕구 행동적 욕구 정의적 욕구	16문항	박점서(2006) 이상도(2008) 김근오(2009)
총 문항 수		42문항	

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3. 자료 처리 방법

본 연구의 자료처리는 SPSS Ver. 23.0 통계패키지 프로그램을 이용하여 자료 분석의 목적에 따라 전산처리 하였다. 본 연구에 사용될 통계기법은 인구통계학적 특성의 빈도를 분석하기 위해 빈도분석(frequency analysis)을 실시하였으며, 인구통계학적 특성(성별, 학년, K-Pop 관심, 좋아하는 스타 유·무)에 설정된 집단과 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 차이를 알아보기 위해 t-검증(independent t-test) 및 일원배치분산분석(one way ANOVA)을 실시하였다. 또한 인구 통계적 특성과 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 일원배치 분산분석을 실시한 결과 유의한 차이가 보였기 때문에 사후검증(Sheffe)을 실시하였다. 설문지의 타당도와 신뢰도를 확보하기 위해 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis), 신뢰도분석(Cronbach's α)을, 다중공선성 검증을 위해 상관관계분석(correlation analysis)을 실시하였다. K-Pop 스타이미지에 따른 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구의 인과관계를 알아보기 위해 중다회귀분석(multiple regressin analysis)을 실시하였다.

4. 설문지의 타당도 및 신뢰도 검증

탐색적 요인분석은 요인간의 관계에 대한 가정 없이 요인의 구조를 탐색해 내는 통계기법이다. 여러 요인간의 상호관계로부터 공통변량을 구하고, 측정치의 중복성을 찾아내어 몇 개의 변수군을 추출해 내는데 사용되는 기법이다. 요인의 추출은 고유치 1.0 이상, 요인적재값은 0.5이상을 기준으로 하였고, 총분산비는 60% 이상의 설명력을 기준으로 하였으며, 요인구조의 단순화를 위하여 직교 회전 중 요인행렬표의 요인 적재값의 분산을 최대화하는 방법으로

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

베리맥스 회전 방법을 사용하였다. 탐색적 요인분석을 실시한 목적 중 하나인 각 요인의 항목들이 일정한 상관을 가지고 있어야 하는데 이를 검증하기 위해 KMO(Kaiser-Mayer-Olikin)값과 Bartlerr의 구형성 검정 값에서 항목들의 일정한 상관의 관계에 대한 여부를 파악 할 수 있다.

KMO측도는 0.6이상이 되지 않으면 변수들의 상관성이 거의 없는 것으로 간주하며 요인분석의 변수들로서 적절하지 못함을 의미한다. Bartlett의 구형성 검정은 변수들의 상관행렬이 단위행렬이라는 귀무가설을 검증하는 것으로 유의확률이 낮을 경우 변수간의 행렬이 단위행렬이라는 귀무가설은 기각되고, 요인분석이 가능하다(김기탁, 2015).

가. 탐색적 요인 분석

1) 스타이미지에 대한 타당도 검증

<표 3>의 스타이미지의 타당도검증에 대한 분석결과를 보면 14개의 문항 중 10개의 문항이 3개의 하위요인(외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지)로 분류되었다.

요인분석을 실시한 결과, 타당성과 적절성면에서 통계적으로 유의(KMO=.922, BTS=3000.491, p<.000)한 것으로 나타났고, 설명력은 80.222%로 나타나 스타이지미의 요인들이 설문에 적용하는데 알맞은 결과 값이 도출 되었다는 것을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

표 3. 스타이미지에 대한 탐색적 요인분석결과

문항 \ 요인	요인Ⅰ	요인Ⅱ	요인Ⅲ
문항11	.862	.234	.162
문항13	.856	.264	.151
문항12	.819	.274	.212
문항14	.803	.214	.294
문항10	.749	.330	.233
문항4	.275	.840	.252
문항3	.361	.821	.197
문항5	.410	.583	.495
문항7	.484	.135	.765
문항6	.088	.478	.754
요인명	도덕적 이미지	외형적 이미지	활동적 이미지
고유치	3.967	2.320	1.735
분산%	39.668	23.202	17.352
누적분산%	39.668	62.870	80.222

KMO= .922, BTS= 3000.491, Sig=.000

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2) 동일화 갈망에 대한 타당도 검증

<표 4>의 동일화 갈망의 타당도검증에 대한 분석결과를 보면 5개의 문항이 단일요인으로 분류되었다.

표 4. 동일화 갈망에 대한 탐색적 요인분석결과

문항 \ 요인	요인 I
문항17	.934
문항16	.927
문항15	.848
문항18	.808
문항19	.791
요인명	동일화 갈망
고유치	3.729
분산%	74.581
누적분산%	74.581

KMO= .875, BTS= 1489.712, Sig=.000

요인분석을 실시한 결과, 타당성과 적절성면에서 통계적으로 유의(KMO=.875, BTS=1489.712, p<.000)한 것으로 나타났고, 설명력은 74.581%로 나타나 동일화 갈망의 요인들이 설문에 적용하는데 알맞은 결과 값이 도출 되었다는 것을 알 수 있다.

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3) 참여욕구에 대한 타당도 검증

<표 5>의 스타이미지의 타당도검증에 대한 분석결과를 보면 16개의 문항 중 11개의 문항이 3개의 하위요인(행동적 욕구, 인지적 욕구, 정의적 욕구)로 분류되었다.

표 5. 참여욕구에 대한 탐색적 요인분석결과

문항 \ 요인	요인Ⅰ	요인Ⅱ	요인Ⅲ
문항21	.818	.291	.166
문항22	.808	.090	.308
문항23	.737	.424	.118
문항20	.664	.167	.389
문항25	.636	.404	.199
문항33	.110	.813	.265
문항32	.205	.811	.270
문항31	.437	.710	.017
문항35	.387	.675	.248
문항29	.266	.224	.842
문항27	.272	.276	.795
요인명	인지적 욕구	정의적 욕구	행동적 욕구
고유치	3.248	2.869	1.873
분산%	29.529	26.082	17.028
누적분산%	29.529	55.611	72.639

KMO= .915, BTS= 2455.087, Sig=.000

요인분석을 실시한 결과, 타당성과 적절성면에서 통계적으로 유의(KMO=.915, BTS=2455.087, p<.000)한 것으로 나타났고, 설명력은 72.639%로 나타나 참여욕구의 요인들이 설문에 적용하는데 알맞은 결과 값이 도출 되었다는 것을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

나. 신뢰도 분석

신뢰도를 검증하기 위해서 문항 간 내적 일치도를 측정하는 방법으로 Cronbach's a계수를 산출하였다.

표 6. 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 신뢰도분석

변 인	요인명 (문항수)	Cronbach's Alpha	
스타이미지	외형적 이미지	.872	.921
	활동적 이미지	.694	
	도덕적 이미지	.932	
동일화 갈망	동일화 갈망	.913	
참여욕구	인지적 욕구	.878	.914
	행동적 욕구	.800	
	정의적 욕구	.784	

K-Pop 스타이미지에 따른 동일화 갈망이 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향의 요인별 신뢰도 분석결과는 <표 6>과 같다.

일반적으로 cronbach's a계수가 .6이상이면 수용 가능한 것으로 여겨지므로 본 연구의 모든 결과 값은 .06이상이 도출되어 내적 일관성이 확보된 것으로 검증되었다.

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅳ. 연구결과

본 연구에서는 K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향을 알아보기 위해 설정된 가설을 중심으로 첫째, 인구통계학적 특성에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망, 방송댄스 참여욕구의 차이를 분석하였다. 둘째, K-Pop 스타이미지에 따라 동일화 갈망에 미치는 영향을 분석하였다. 셋째, K-Pop 스타이미지에 따라 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향을 분석하였다. 넷째, 동일화 갈망에 따라 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향을 분석하였다. 그 결과를 구체적으로 살펴보면 다음과 같다.

1. 인구통계학적 특성에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구의 차이

가. 성별에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구의 차이

성별에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구를 검정하기 위하여 독립표본 T-검정을 실시하였으며, 구체적인 결과는 다음의 <표 7>과 같다.

이 <표 7>의 결과에 따르면 성별에 따른 K-Pop 스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지(M=4.4429), 활동적 이미지(M=4.2145), 도덕적 이미지(M=4.2934) 요인 모두 여학생 집단에서 평균이 높은 것으로 나타났다. 또한, 외형적 이미지(p=.001, t=−5.017)와 활동적 이미지(p=.001, t=−5.355), 도덕적 이미지(p=.001, t=−5.618)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

성별에 따른 동일화 갈망(M=2.8374, p=.001, t=−3.911)은 여학생 집단에

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

서 평균이 높은 것으로 나타났으며, 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

성별에 따른 방송댄스 참여욕구의 하위요인인 인지적 욕구(M=2.9820), 행동적 욕구(M=3.3080), 정의적 욕구(M=2.7107) 요인 모두 여학생 집단에서 평균이 높은 것으로 나타났다. 또한, 인지적 욕구(p=.001, t=−5.094)와 행동적 욕구(p=.001, t=−3.585), 정의적 욕구(p=.006, t=−2.751) 요인에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

표 7. 성별에 따른 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 차이

요 인		구분	N	M	SD	*P*	*t*
스타이미지	외형적 이미지	남학생	106	4.0063	.85447	.000	-5.017***
		여학생	289	4.4429	.71895		
	활동적 이미지	남학생	106	3.6887	.90883	.000	-5.355***
		여학생	289	4.2145	.84820		
	도덕적 이미지	남학생	106	3.7208	.94483	.000	-5.618***
		여학생	289	4.2934	.75461		
동일화 갈망		남학생	106	2.3830	1.00971	.000	-3.911***
		여학생	289	2.8374	1.02794		
참여욕구	인지적 욕구	남학생	106	2.4132	.94467	.000	-5.094***
		여학생	289	2.9820	.99719		
	행동적 욕구	남학생	106	2.8585	1.10142	.000	-3.585***
		여학생	289	3.3080	1.10490		
	정의적 욕구	남학생	106	2.4245	.87299	.006	-2.751**
		여학생	289	2.7102	.92921		

***p<.001, **p<.01

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

나. 학년별에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구의 차이

학년별에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구를 검정하기 위하여 일원변량분석(One way ANOVA)을 실시한 구체적인 결과는 다음의 <표 8>과 같다.

표 8. 학년별에 따른 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 차이

요 인		구 분	N	M	SD	*F*	*P*	*post-hoc*
스타이미지	외형적 이미지	1학년(a)	35	4.6857	.58824	4.239*	.015	a-c,b
		2학년(b)	132	4.2677	.79805			
		3학년(c)	228	4.3041	.78540			
	활동적 이미지	1학년(a)	35	4.3286	.87399	1.631	.197	
		2학년(b)	132	4.0265	.90020			
		3학년(c)	228	4.0614	.89206			
	도덕적 이미지	1학년(a)	35	4.4629	.72724	2.846	.059	
		2학년(b)	132	4.0939	.89594			
		3학년(c)	228	4.1167	.82893			
동일화 갈망		1학년(a)	35	3.1371	1.07678	3.294*	.038	a-b
		2학년(b)	132	2.6409	1.05011			
		3학년(c)	228	2.6939	1.02056			
참여욕구	인지적 욕구	1학년(a)	35	3.1600	.90982	3.507*	.031	a-b
		2학년(b)	132	2.6788	1.02362			
		3학년(c)	228	2.8658	1.01238			
	행동적 욕구	1학년(a)	35	3.3286	1.16911	.480	.619	
		2학년(b)	132	3.2197	1.19359			
		3학년(c)	228	3.1469	1.07090			
	정의적 욕구	1학년(a)	35	2.8857	.82992	3.611*	.028	a-b
		2학년(b)	132	2.4773	.91815			
		3학년(c)	228	2.6853	.92710			

*$p<.05$

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이 <표 7>의 결과에 따르면 스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지(M=4.6857), 활동적 이미지(M=4.3286), 도덕적 이미지(M=4.4629) 요인 모두 1학년 집단에서 평균이 높은 것으로 나타났다. 또한, 사후검증(Scheffe)을 실시한 결과 외형적 이미지는 1학년 집단이 2학년, 3학년 집단 간에 두드러진 차이가 있음을 알 수 있다.

동일화 갈망(M=3.1371) 요인에서는 1학년 집단에서 평균이 높은 것으로 나타났으며, 사후검증(Scheffe)을 실시한 결과 동일화 갈망은 1학년 집단이 2학년 집단 간에 두드러진 차이가 있음을 알 수 있다.

참여욕구의 하위요인인 인지적 욕구(M=3.1600), 행동적 욕구(M=3.3286), 정의적 욕구(M=2.8857) 요인 모두 1학년 집단에서 평균이 높은 것으로 나타났다. 또한, 사후검증(Scheffe)을 실시한 결과 인지적 욕구는 1학년 집단이 2학년 집단 간에 두드러진 차이가 있으며, 정의적 욕구에서도 1학년 집단이 2학년 집단 간에 두드러진 차이가 있음을 알 수 있다.

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

다. K-Pop 관심 유·무에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구의 차이

K-Pop 관심 유·무에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구를 검정하기 위하여 일원변량분석(One way ANOVA)을 실시한 구체적인 결과는 다음의 <표 9>와 같다.

표 9. K-Pop 관심 유·무에 따른 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 차이

요 인		구 분	N	M	SD	*F*	*P*	*post-hoc*
스타이미지	외형적 이미지	낮다(a)	55	3.6121	.80319	57.650***	.000	c-a, c-b, b-a
		보통(b)	189	4.2134	.79506			
		높다(c)	151	4.7263	.46202			
	활동적 이미지	낮다(a)	55	3.1727	.93402	76.359***	.000	c-a, c-b, b-a
		보통(b)	189	3.9259	.82179			
		높다(c)	151	4.5861	.59375			
	도덕적 이미지	낮다(a)	55	3.3127	.87582	58.416***	.000	c-a, c-b, b-a
		보통(b)	189	4.0497	.80574			
		높다(c)	151	4.5536	.60374			
동일화 갈망		낮다(a)	55	1.8364	.95226	47.393***	.000	c-a, c-b, b-a
		보통(b)	189	2.5757	.90014			
		높다(c)	151	3.2106	.97592			
참여욕구	인지적 욕구	낮다(a)	55	1.8073	.69171	108.233***	.000	c-a, c-b, b-a
		보통(b)	189	2.5683	.84214			
		높다(c)	151	3.5285	.82409			
	행동적 욕구	낮다(a)	55	2.2545	1.11751	42.617***	.000	c-a, c-b, b-a
		보통(b)	189	3.0608	1.03798			
		높다(c)	151	3.6854	.95327			
	정의적 욕구	낮다(a)	55	2.1136	.86978	29.001***	.000	c-a, c-b, b-a
		보통(b)	189	2.4709	.83145			
		높다(c)	151	3.0265	.89822			

***$p<.001$

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이 <표 9>의 결과에 따르면 스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지(M=4.7263), 활동적 이미지(M=4.5861), 도덕적 이미지(M=4.4629) 요인 모두 “높다.” 집단에서 평균이 높은 것으로 나타났다. 또한, 사후검증(Scheffe)을 실시한 결과 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지 모든 요인에서 “높다” 집단이 “보통”, “낮다” 집단 간에 두드러진 차이가 있음을 알 수 있다.

동일화 갈망(M=3.2106) 요인에서는 “높다” 집단에서 평균이 높은 것으로 나타났으며, 사후검증(Scheffe)을 실시한 결과 동일화 갈망은 “높다” 집단이 “보통”, “낮다” 집단 간에 두드러진 차이가 있음을 알 수 있다.

참여욕구의 하위요인인 인지적 욕구(M=3.5282), 행동적 욕구(M=3.6854), 정의적 욕구(M=3.0265) 요인 모두 “높다.” 집단에서 평균이 높은 것으로 나타났다. 또한, 사후검증(Scheffe)을 실시한 결과 인지적 욕구, 행동적 욕구, 정의적 욕구 모든 요인에서 “높다” 집단이 “보통”, “낮다” 집단 간에 두드러진 차이가 있음을 알 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

라. 좋아하는 스타 유·무에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구의 차이

좋아하는 스타 유·무에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망 및 방송댄스 참여욕구를 검정하기 위하여 독립표본 T-검정을 실시하였으며, 구체적인 결과는 다음의 <표 10>과 같다.

표 10. 좋아하는 스타 유·무에 따른 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 차이

요 인		구분	N	M	SD	*P*	*t*
스타이미지	외형적 이미지	있다	280	4.5786	.59883	.000	10.171***
		없다	115	3.7101	.83131		
	활동적 이미지	있다	280	4.4293	.66376	.000	11.373***
		없다	115	3.4348	.83572		
	도덕적 이미지	있다	280	4.3214	.75981	.000	9.526***
		없다	115	3.4696	.91356		
동일화 갈망		있다	280	2.9457	.99168	.000	7.443***
		없다	115	2.1548	.94593		
참여욕구	인지적 욕구	있다	280	3.1264	.94152	.000	10.918***
		없다	115	2.1061	.80014		
	행동적 욕구	있다	280	3.4125	1.00198	.000	6.555***
		없다	115	2.6391	1.20588		
	정의적 욕구	있다	280	2.7607	.90665	.000	4.410***
		없다	115	2.3239	.88912		

***$p<.001$

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이 <표 10>의 결과에 따르면 좋아하는 스타 유·무에 따른 K-Pop 스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지(M=4.5786), 활동적 이미지(M=4.2193), 도덕적 이미지(M=4.3214) 요인 모두 “있다” 집단에서 평균이 높은 것으로 나타났으며, 외형적 이미지(p=.001, t=10.171)와 활동적 이미지(p=.001, t=11.373), 도덕적 이미지(p=.001, t=9.526)에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

좋아하는 스타 유·무에 따른 동일화 갈망(M=2.9457, p=.001, t=7.443)은 “있다”집단에서 평균이 높은 것으로 나타났으며, 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

좋아하는 스타 유·무에 따른 방송댄스 참여욕구의 하위요인인 인지적 욕구(M=3.1264), 행동적 욕구(M=3.4125), 정의적 욕구(M=2.7607) 요인 모두 “있다” 집단에서 평균이 높은 것으로 나타났다. 또한, 인지적 욕구(p=.001, t=10.918)와 행동적 욕구(p=.001, t=6.555), 정의적 욕구(p=.001, t=4.410) 요인에서 유의한 차이가 있는 것으로 나타났다.

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2. 중학생들의 K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망, 방송댄스 참여욕구에 간의 인과관계

K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향을 알아보기 위하여 설정된 변인을 중심으로 중다회귀분석을 실시하였다. 회귀분석의 사전단계로 관련 변인간의 상관관계 분석을 실시하였으며, 구체적인 결과는 <표 11>과 같다.

표 11. 스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구 간의 상관분석 결과

	외형적 이미지	활동적 이미지	도덕적 이미지	동일화 갈망	인지적 욕구	정의적 욕구	행동적 욕구
외형적 이미지	1						
활동적 이미지	.715**	1					
도덕적 이미지	.683**	.614**	1				
동일화 갈망	.330**	.328**	.300**	1			
인지적 욕구	.457**	.462**	.422**	.599**	1		
정의적 욕구	.231**	.270**	.157**	.603**	.668**	1	
행동적 욕구	.367**	.401**	.350**	.503**	.604**	.552**	1

**$p<.01$

<표 11>에서 보는 바와 같이, 관련 변인간의 상관관계는 .157에서 .715이었으며 모두 유의한 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

가. K-Pop 스타이미지가 동일화 갈망에 미치는 영향

스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지가 동일화 갈망에 미치는 영향을 분석한 결과 활동적 이미지(t=2.330*)요인을 높게 인식 할수록 동일화 갈망은 정적(+)으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 구체적인 결과는 <표 12>와 같다. 스타이미지의 3개의 독립변인은 동일화 갈망의 전체변량에 13.1%를 설명해 주고 있다.

표 12. K-Pop 스타이미지에 따른 동일화 갈망의 중다회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	SE	β		
(상수)	.595	.287		2.072	.039
외형적 이미지	.194	.100	.145	1.932	.054
활동적 이미지	.189	.081	.162	2.330	.020
도덕적 이미지	.124	.082	.101	1.520	.129
R=.363[a], R^2=.131, R^{*2}=.125, F=19.726, p=.001					
종속변수 = 동일화 갈망					

*$p<.05$

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

나. K-Pop 스타이미지가 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향

1) K-Pop 스타이미지에 따른 인지적 욕구에 미치는 영향

스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지가 참여욕구 하위요인인 인지적 욕구에 미치는 영향을 분석한 결과 외형적 이미지(t=2.676**), 활동적 이미지(t=3.689***), 도덕적 이미지(t=2.418*)요인을 높게 인식 할수록 인지적 욕구에 정적(+)으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며 구체적인 결과는 <표 13>과 같다. 스타이미지의 3개의 독립변인은 인지적 욕구의 전체변량에 25.7%를 설명해 주고 있다.

표 13. K-Pop 스타이미지에 따른 인지적 욕구의 중다회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	SE	β		
(상수)	-.048	.258		-.185	.853
외형적 이미지	.241	.090	.186	2.676	.008
활동적 이미지	.269	.073	.237	3.689	.000
도덕적 이미지	.178	.074	.149	2.418	.016
R=.507[a], R²=.257, R*²=.252, F=45.161, p=.001					
종속변수 = 인지적 욕구					

$^{***}p<.001$, $^{**}p<.01$, $^{*}p<.05$

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2) K-Pop 스타이미지에 따른 행동적 욕구에 미치는 영향

스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지가 참여욕구 하위요인인 행동적 욕구에 미치는 영향을 분석한 결과 활동적 이미지(t=3.727***), 도덕적 이미지(t=1.969*)요인을 높게 인식 할수록 행동적 욕구에 정적(+)으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 구체적인 결과는 <표 14>과 같다. 스타이미지의 3개의 독립변인은 행동적 욕구의 전체변량에 18.2%를 설명해 주고 있다.

표 14. K-Pop 스타이미지에 따른 행동적 욕구의 중다회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	SE	β		
(상수)	.585	.300		1.954	.051
외형적 이미지	.144	.105	.100	1.376	.170
활동적 이미지	.315	.085	.252	3.727	.000
도덕적 이미지	.168	.085	.127	1.969	.050
R=.427[a], R^2=.182, R^{*2}=.176, F=29.072, p=.001					
종속변수 = 행동적 욕구					

$^{***}p<.001$, $^{*}p<.05$

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3) K-Pop 스타이미지에 따른 정의적 욕구에 미치는 영향

스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지가 참여욕구 하위요인인 정의적 욕구에 미치는 영향을 분석한 결과 활동적 이미지(t=3.174**)요인을 높게 인식 할수록 정의적 욕구에 정적(+)으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 구체적인 결과는 <표 15>와 같다. 스타이미지의 3개의 독립변인은 정의적 욕구의 전체변량에 7.7%를 설명해 주고 있다.

표 15. K-Pop 스타이미지에 따른 정의적 욕구의 중다회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	SE	β		
(상수)	1.385	.262		5.286	.000
외형적이미지	.125	.091	.106	1.363	.174
활동적이미지	.235	.074	.228	3.174	.002
도덕적이미지	-.059	.075	-.055	-.797	.426
R=.278[a], R^2=.077, R^{*2}=.070, F=10.900, p=.001					
종속변수 = 정의적 욕구					

**$p<.01$

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

다. 동일화 갈망이 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향

1) 동일화 갈망에 따른 인지적 욕구에 미치는 영향

동일화 갈망이 참여욕구 하위요인인 인지적 욕구에 미치는 영향을 분석한 결과 동일화 갈망(t=14.815***)요인을 높게 인식 할수록 인지적 욕구에 정적(+)으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 구체적인 결과는 <표 16>과 같다. 동일화 갈망은 인지적 욕구의 전체변량에 35.8%를 설명해 주고 있다.

표 16. 동일화 갈망에 따른 인지적 욕구의 중다회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	SE	β		
(상수)	1.247	.114		10.897	.000
동일화갈망	.583	.039	.599	14.815	.000
R=.599[a], R²=.358, R*²=.357, F=219.472, p=.001					
종속변수 = 인지적 욕구					

$^{***}p<.001$

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

2) 동일화 갈망에 따른 행동적 욕구에 미치는 영향

동일화 갈망이 참여욕구 하위요인인 행동적 욕구에 미치는 영향을 분석한 결과 동일화 갈망(t=11.530***)요인을 높게 인식 할수록 행동적 욕구에 정적(+)으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 구체적인 결과는 <표 17>과 같다. 동일화 갈망은 행동적 욕구의 전체변량에 25.3%를 설명해 주고 있다.

표 17. 동일화 갈망에 따른 행동적 욕구의 중다회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	SE	β		
(상수)	1.719	.136		12.599	.000
동일화갈망	.541	.047	.503	11.530	.000
R=.503[a], R^2=.253, R^{*2}=.251, F=132.940, p=.001					
종속변수 = 행동적 욕구					

$^{***}p<.001$

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

3) 동일화 갈망에 따른 정의적 욕구에 미치는 영향

동일화 갈망이 참여욕구 하위요인인 정의적 욕구에 미치는 영향을 분석한 결과 동일화 갈망(t=14.968***)요인을 높게 인식 할수록 정의적 욕구에 정적(+)으로 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 구체적인 결과는 <표 18>과 같다. 동일화 갈망은 정의적 욕구의 전체변량에 36.3%를 설명해 주고 있다.

표 18. 동일화 갈망에 따른 정의적 욕구의 중다회귀분석 결과

	비표준화 계수		표준화 계수	t	p
	B	SE	β		
(상수)	1.185	.104		11.432	.000
동일화갈망	.534	.036	.603	14.968	.000
R=.603[a], R²=.363, R*²=.361, F=224.055, p=.001					
종속변수 = 정의적 욕구					

$^{***}p<.001$

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

V. 논 의

본 연구에서는 K-Pop 스타이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향을 규명하는데 있다. 따라서 K-Pop스타의 이미지에 따라 느끼는 동일화 갈망 따라 중학생들의 방송 댄스 참여에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 하였다.

1. 인구통계학적 특성 (성별, 학년, K-Pop 관심 유·무, 좋아하는 스타 유·무)에 따른 K-Pop스타이미지, 동일화 갈망, 참여욕구의 차이

가. 인구통계학적 특성에 따른 K-Pop 스타이미지의 차이

성별에 따른 K-Pop스타이미지에는 유의한 차이가 나타났다. 성별에 따른 K-Pop 스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지 요인 모두 여학생 집단이 남학생 집단보다 높게 나타났다.

또한 외형적 이미지와 활동적 이미지, 도덕적 이미지에서는 유의한 차이가 나타났다. 이는 여학생이 남학생보다 K-Pop 스타 이미지에 대하여 더 긍정적으로 인식하고 있음을 의미한다.

학년에 따른 K-Pop스타이미지에서는 하위요인인 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지 모두 1학년 집단이 가장 높게 나타났다. 또한, 1학년과 2, 3학년 간에 두드러진 차이가 나타났다.

최근의 K-Pop 스타들은 가창력을 중요시하던 과거와는 달리 잘생긴 외모와 스타성을 갖추고, TV나 각종 대중매체에 출연하여 각자의 개성을 여과 없이 발휘한다. 따라서 스타들의 외향적인 면과 진취적인 면의 이미지가 감수성이 풍부

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

한 여학생들에게 직접적 혹은 간접적으로 대중매체와 융합이 되어 이에 대해 긍정적으로 인식하게 되었을 것이다. 또한 K-Pop 스타 배출을 위한 프로그램과 K-Pop스타들이 출연하는 방송, 광고 등을 손 쉽게 접함으로써 더 많은 스타들이 배출되고, 이들의 매력적인 모습이 여학생들에게 긍정적인 인식으로 비춰졌을 것이다.

여학생이 남학생 보다 K-Pop스타에 대하여 긍정적으로 인식하고 있음을 의미한다. 이와 유사한 결과로 안창규(1999)는 스포츠에 지속적인 관심을 가지거나 참여하는 사람의 경우 스포츠 자체에 대해서 긍정적인 이미지를 가진다고 보고하고 있다. 즉 관심도가 높을수록 스타에 대해서도 긍정적인 이미지를 형성할 가능성이 높다는 것을 판단할 수 있어 여학생이 남학생보다 K-Pop스타에 대한 높은 관심이 본 연구의 결과를 나타내었다고 사료된다.

한편, 학년이 올라갈수록 스타에 대한 관심보다는 자신들의 학업과 진로에 대하여 고민하고 관심의 대상이 변함으로써 학년별로 두드러진 차이가 나타났다고 사료된다.

나. 인구통계학적 특성에 따른 동일화 갈망의 차이

성별에 따른 동일화 갈망은 여학생이 남학생 보다 높게 나타났으며, 유의한 차이다 있는 것으로 나타났다.

학년에 따른 동일화 갈망은 1학년이 가장 높은 것으로 나타났다. 또한 1학년과 2학년 간에 두드러진 차이가 있음을 알 수 있었다.

유사한 맥락에서 임용덕(1990), 최승주(2001), 진지형(2001)의 연구에 의하면 여학생 보다 남학생이 스포츠에 대한 관심이 높으며 스포츠 스타에 관한 관심도 역시 남자가 비교적 높다고 하였다. 이처럼 본 연구에서는 여학생이 남학생에 비해 K-Pop 스타에 대한 관심과 이미지에 대한 인식 정도가 높기 때문에 이러한 결과가 나왔다고 보았다. 또한 유사한 맥락에서 안창규(1990)는 스포츠에 지속적인 관심을 가지거나 참여하는 사람의 경우 스포츠 자체에 대해서 긍정

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

적인 이미지를 가진다고 하였다. 이처럼 본 연구 결과에서는 여학생이 남학생에 비해 K-Pop 스타에 대해 지속적인 관심과 방송댄스 참여도가 높기 때문에 긍정적 이미지가 형성됨으로써 동일화 갈망이 높게 나타난 것으로 사료되어 진다.

다. 인구통계학적 특성에 따른 방송댄스 참여욕구의 차이

성별에 따른 참여욕구의 차이는 하위요인인 인지적 욕구, 행동적 욕구, 정의적 욕구 모두 여학생이 남학생 보다 높게 나타났다. 또한 인지적 욕구, 행동적 욕구, 정의적 욕구 요인에서 유의한 차이가 나타났다.

학년에 따른 참여욕구의 차이는 1학년이 2학년 보다 하위요인인 인지적 욕구와 정의적 욕구에서 두드러진 차이를 나타내었다. 이는 여학생이 남학생보다 방송댄스에 대하여 더 긍정적으로 인식하고 있음을 의미한다.

이와 유사한 선행연구 결과를 보면 동현정(2010) 연구 결과의 의하면 인지적 참여, 정의적 참여, 행동적 참여 유형 모두 여학생보다 남학생이 적극적으로 참여하는 것으로 나타났으며, 이주희(2008) 연구 결과서도 스포츠 참여 욕구 및 경험에 관한 조사를 통해 여학생보다 남학생이 높게 인식하는 것으로 나타났다. 이처럼 관심도가 높을수록 참여율이 높은 것으로 나타났다. 즉, 방송댄스에 대한 욕구와 관심이 여학생이 남학생에 비해 높아 방송 댄스 참여율이 높은 것으로 판단된다.

2. K-Pop스타이미지가 동일화 갈망에 미치는 영향

스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지가 동일화 갈망에 미치는 영향을 분석한 결과 활동적 이미지를 높게 인식 할수록 동일화 갈망은 정적(+)영향을 미치는 것으로 나타났다.

이러한 결과는 K-Pop스타들이 가지고 있는 이미지, 기여도 등에 대하여 동일

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

화 갈망이 형성 된다고 볼 수 있다. 그러한 동일화로 인해 K-Pop스타를 선망의 대상과 동일화를 갈망한다. 이는 현재 중학생들이 K-Pop스타들의 TV로 보여지는 외형적인 모습에 상당한 고정관념에 의존하여 동일화를 갈망한다는 것으로, 결국 중학생들은 좋아하는 스타가 잘 생기거나 혹은 예쁘고, 다른 스타들보다 뛰어난 실력을 보유하고 있으며, 보다 우수하고 착한 행동을 많이 하는 스타일수록 열광한다.

또한, 청소년들은 자화상을 만들어 가는 시기이다. 이때는 아직 자아 정체성이 확정되지 않았기 때문에 자신이 보기에 좋아 보이는 사람, 즉 영웅과 우상을 만들고 그를 닮고자 한다. 청소년의 시기에 동일화가 이루어지면서 자화상에 큰 영향을 미친다. 청소년들은 스타들의 화려함을 통해 대리만족을 얻으며 스타가 되고자 꿈을 꾸기도 한다. 이것이 대부분의 청소년이 스타에게 열광하는 이유이다.

본 연구에서는 중학생들이 스타들의 시각을 받아들이고 그들의 감정을 이해하는 정도로서, 동일화 정도가 높아질수록 스타들처럼 되고 싶은 열망이 증가된다는 것을 확인하였다. 하지만 이 결과는 본 연구의 대상이 중학생이라는 점에서 제한을 받는다. 예를 들어, TV나 대중매체에 나오는 스타들의 시각을 이해하고 그들의 감정을 이해한다고 해서 그들처럼 되고 싶은 학생들은 많지 않을 것이다. 따라서 본 연구에서는 중학생들은 좋아하는 스타들을 더 많이 이해하고 그들의 감정을 이해함으로써 동일화 갈망 현상이 증가한다는 제한된 의미로 해석하는 것이 타당할 것이다.

3. K-Pop스타이미지가 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향

스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지가 방송댄스 참여욕구 하위요인인 인지적 욕구, 행동적 욕구에, 정의적 욕구에 미치는 영향을 분석한 결과 인지적 욕구에서는 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지 요인을 높게 인식 할수록 인지적 욕구에 정적(+)영향을, 행동적 욕구에

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

서는 활동적 이미지, 도덕적 이미지 요인을 높게 인식할수록 행동적 욕구에 정적(+)영향을, 정의적 욕구에서는 활동적 이미지 요인을 높게 인식 할수록 정의적 욕구에 정적(+)영향을 미치는 것으로 나타났다.

남학생의 경우 K-Pop스타를 통하여 희열을 느끼고 자신이 선호하는 K-Pop 스타의 화려한 외형적 이미지를 선망하기 때문에 자신의 욕구를 대리만족 하기 위해 방송댄스에 참여하는 것으로 보았다. 즉, 남학생들은 스타들의 화려함과 진취적인 이미지가 방송댄스 참여에 높은 영향을 미치는 것으로 생각된다.

여학생의 경우 방송댄스에 대한 관심도가 남학생들에 비해 높고, 뛰어난 외모와 우수한 스타성을 소유한 스타를 보기 위해 관련 정보를 수집하고 스타들이 출연하는 방송 등을 간접적으로 접하면서 참여욕구에 영향을 미치는 것으로 볼 수 있다.

4. 동일화 갈망이 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향

동일화 갈망이 참여욕구에 미치는 영향을 분석한 결과 동일화 갈망 요인을 높게 인식 할수록 인지적 욕구, 행동적 욕구, 정의적 욕구 모두 정적(+)영향을 미치는 것으로 나타났다.

중학생들이 방송댄스에 관심을 갖게 만드는 가능 큰 원인으로는 K-Pop스타들의 높은 인기와 화려함 때문인 것으로 사료된다. 즉, 이와 같은 청소년기에는 신체적, 심리적, 정신적으로 발육·발달이 민감하게 변화하는 시기이므로 외모와 화려함, 인기에 민감하게 반응함으로써, K-Pop스타들의 이미지를 통해 동일화를 갈망하고 이로인해 방송댄스 참여에 영향을 미치는 것으로 사료된다. 즉, 청소년기에는 자신이 좋아하는 스타들의 행동 등을 따라 하고 그들에게 완전히 몰입함으로써 마치 자신이 스타가 된 듯 행동하려는 의지들이 동일화 갈망하고, 그로인해 방송댄스 참여에 높은 영향을 미치는 것으로 해석할 수 있다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅵ. 결 론

본 연구에서는 K-Pop 스타이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향을 규명하는데 그 목적이 있다. 이러한 목적 달성은 첫째, 인구통계학적 특성(성별, 학년, K-Pop 관심 유·무, 좋아하는 스타 유·무)에 따른 K-Pop 스타이미지, 동일화 갈망, 방송댄스 참여욕구에 대한 차이, 둘째, K-Pop스타 이미지가 동일화 갈망에 미치는 영향, 셋째, K-Pop스타 이미지가 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향, 넷째, K-Pop 스타이미지에 따른 동일화 갈망이 방송댄스 참여욕구에 미치는 영향 등을 분석하였다.

본 연구의 목적 달성으로 위해, 2016년 11월 광주광역시 소재하고 있는 공립, 사립 중학교 3개교에서 재학 중인 학생들만을 대상으로 선정하여 자기 평가 기입법(self-administration method)을 이용하여 총 450명을 표본 추출하였다. 회수된 설문지 중 조사내용의 일부가 누락되었거나 불성실한 자료 55부를 제외하고 최종적으로 395부의 설문지를 본 연구에 사용하였다.

측정도구는 오아람(2016), Hoffner & Buchanan(2005), 정용국(2009), 박점서(2006), 이상도(2008), 김근오(2009)의 연구에서 사용된 설문지를 수정, 보완하여 본 연구에 사용하였으며, 조사대상자의 인구통계학적 특성 4문항, K-Pop 스타이미지 17문항, 동일화 갈망 5문항, 참여욕구 16문항 총 42문항으로 구성되었으며, 요인분석 결과 K-Pop 스타이미지에서 17문항 중 10개의 문항이 3개의 하위요인으로 분류되었으며, 참여욕구에서는 16문항 중 11개의 문항이 3개의 하위요인으로 분류되었다.

수집된 자료의 분석은 연구문제에 따라 빈도분석, 일원분산분석, 상관분석, 중다회귀분석 등의 통계방법을 활용하였다. 이상의 방법과 절차에 따라 분석한 연구결과를 토대로 하여 다음과 같은 결론을 도출하였다.

첫째, 중학생들의 성별에 따른 K-Pop 스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지,

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

활동적 이미지, 도덕적 이미지 요인에서 모두 유의한 차이가 나타났으며, 여학생이 남학생 보다 K-Pop 스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지 모두 높게 관심을 보이는 것으로 나타났다. 또한 중학생들의 성별에 따른 동일화 갈망에서도 유의한 차이가 나타났으며, 여학생이 남학생 보다 K-Pop 스타에 대한 동일화 갈망이 높은 것으로 나타났다.

중학생들의 성별에 따른 방송댄스 참여욕구의 하위요인인 인지적 욕구, 행동적 욕구, 정의적 욕구 요인 모두 유의한 차이가 나타났으며, 여학생이 남학생보다 참여욕구의 하위요인인 인지적 욕구, 행동적 욕구, 정의적 욕구가 모두 높은 것으로 나타났다.

둘째, 중학생들의 학년별에 따른 K-Pop 스타이미지의 하위요인인 중 외형적 이미지 요인에 유의한 차이가 나타났으며, 활동적 이미지, 도덕적 이미지 요인에는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 외형적 이미지 요인에서 1학년이 2학년, 3학년 보다 높게 인지하는 것으로 나타났다.

중학생들의 학년별의 따른 동일화 갈망에서 유의한 차이가 나타났으며, 동일화 갈망 또한, 1학년이 2학년, 3학년 보다 높게 인지하는 것으로 나타났다.

중학생들의 학년별에 따른 방송댄스 참여욕구의 하위요인 중 행동적 욕구 요인에서 유의한 차이가 나타나지 않았지만, 인지적 욕구, 정의적 욕구 요인에서 유의한 차이가 나타났으며, 1학년이 2학년, 3학년 보다 높게 인지하는 것으로 나타났다.

셋째, 중학생들의 K-Pop 관심 유·무 에 따른 K-Pop 스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지 요인에서 모두 유의한 차이가 나타났으며, '높다' 집단이 '보통', '낮다' 집단 보다 높게 스타이미지에 관심이 높은 것으로 나타났다. 이는 노래 장르인 K-Pop 음악에 관심이 많을수록 스타 이미지에 관심으로 높게 갖게 됨으로서 K-Pop 스타들의 음악이 중요하다. 중학생들의 K-Pop 관심 유·무 에 따른 동일화 갈망에서 유의한 차이가 나타났으며, '높다' 집단이 가장 높게 인지하는 것으로 나타났다. 또한, 방송댄스 참여욕구 하위요인인 인지적 욕구, 행동적 욕구, 정의적 욕구 모두 유의한

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

차이가 나타났으며, 이 또한, 모든 하위요인에서 '높다' 집단이 방송댄스 참여하고자는 욕구가 높게 나타났다.

넷째, 중학생들의 좋아하는 스타 유·무 에 따른 K-Pop 스타이미지의 하위요인인 외형적 이미지, 활동적 이미지, 도덕적 이미지 요인에서 모두 유의한 차이가 나타났으며, K-Pop 스타이미지 모든 하위요인에서 '있다.' 집단이 '없다' 집단보다 높게 인지하는 것으로 나타났으며, 중학생들의 좋아하는 스타 유·무에 따른 동일화 갈망에서 또한, 있다.' 집단이 '없다' 집단보다 높게 인지하는 것으로 나타났다. 또한, 중학생들의 좋아하는 스타 유·무에 따른 방송댄스 하위요인인 인지적 욕구, 행동적 욕구, 정의적 욕구 모두 유의한 차이가 나타났으며, 이 또한, 모든 하위요인에서 '있다.' 집단이 방송댄스 참여하고자는 욕구가 높게 나타났다.

다섯째, K-Pop 스타이미지는 동일화 갈망에 영향을 미치는 것으로 나타났다. K-Pop 스타 이미지의 하위요인 중 활동적 이미지 요인을 높게 인지할수록 동일화 갈망은 정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

여섯째, K-Pop 스타이미지는 방송댄스 참여욕구에 영향을 미치는 것으로 나타났다. K-Pop 스타 이미지를 높게 인지할수록 방송댄스 참여욕구에 정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

일곱째, 동일화 갈망은 방송댄스 참여욕구에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 동일화 갈망을 높게 인지할수록 방송댄스 참여욕구에 정적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다.

따라서, 중학생들이 K-Pop 스타의 이미지에 관심을 갖게 됨으로서 매스미디어와 뉴미디어 매체를 통해 K-Pop 스타 활동 모습이 화려하고 멋진 삶으로 비추어져 동일화 갈망을 높게 인지하여 방송 댄스 참여욕구에 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

참 고 문 헌

김근오(2009). 댄스스포츠 비참여자의 참여제약이 참여욕구 및 참여의도에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 국민대학교 대학원.

김경호(2008). “이미지메이킹의 이론과 실제” 도서출판 높은 오름, pp.27-30.

김기탁(2015). 골프장 선택속성, IMC활동, 서비스 관계의 질, 참여지속의도의 관계. 미간행 박사학위논문. 조선대학교 대학원.

김삼문(2008). 설교의 효율적 전달을 위한 동일화에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 총신대학교 목회신학전문대학원.

김양진(1996). 유행 의복 이미지가 개인의 자아개념과 의복 태도에 미치는 영향. 연세대학교 대학원 박사학위 논문.

김영미(2015). 한국에서의 배우조합 운영 방안 연구. 미간행 예술전문사학위논문. 한국예술종합학교 예술전문사과정.

김용습(2009). 연예매니지먼트 조직 및 의사결정 특성에 관한 연구, 한양대학교 석사학위논문.

김창남(2010). 대중문화의 이해. 파주. 한울 아카데미.

김하정(2004). 패션을 통한 스타 이미지 메이킹에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 동덕여자대학교 패션전문대학원.

김혁중(2012). 스포츠 스타의 이미지가 청소년의 스포츠 활동 참여에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 중앙대학교 사회개발대학원.

김호석(1998). 『스타시스템』. 서울 : 삼인.

김훈태(2003). 청소년의 연예인 우상화의 원인, 행동유형 및 수준에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 한서대학교 교육대학원.

두산국어사전 (200).

문화체육관광부(2006). http://www.mcst.go.kr

박병준(1991). 정치마케팅. 나남출판사.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

박웅기(2003). 좋아하는 텔레비전 등장인물들의 특성에 대한 시청자들의 반응, 한국언론학회, 47(1), 166-190.\

박점서(2006). 초등학생의 태권도수련에 따른 참여욕구와 참여 장애에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 용인대학교 체육과학대학원.

서동영(2015). 요양보호사의 이미지가 직무만족에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 한서대학교 대학원.

손지현(2005). 초등학생의 태권도 참여와 인식 및 욕구에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 국민대학교 교육대학원.

송영은(2006). 청소년의 TV 댄스 프로그램 시청과 댄스참여활동의 관계 분석. 미간행 석사학위논문. 중앙대학교 예술대학원.

송영은, 김승일(2007). 청소년의 TV 댄스프로그램 시청과 댄스참여활동의 관계 분석. 한국체육학회지, 46(2), 327-336.

신윤석(2003). 중학생의 태권도에 대한 인식과 참여욕구에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 용인대학교 교육대학원.

오아람(2016). 육상 스포츠 스타의 이미지가 선수 스포츠 자신감에 미치는 영향. 조선대학교 교육대학원 석사학위논문.

유상미(2000). 청소년들의 텔레비전 시청 및 반응에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 연세대학교 대학원.

이가영(2016). 방과후 방송댄스 활동이 여자중학생들의 신체질량지수와 기초체력에 미치는 효과. 미간행 석사학위논문. 조선대학교 교육대학원.

이나영(2010). 여성 연예인의 이미지 구성 요인에 대한 연구. 미간행 석사학위논문. 고려대학교 언론대학원.

이미숙(2000). TV미디어가 청소년의 신체이미지와 의복행동 및 연예인 모방행동에 미치는 영향. 미간행 박사학위논문. 충남대학교 대학원.

이상도(2008). 유소년스포츠 참여동기와 환경요인 만족도의 관계 연구. 미간행 석사학위논문. 경원대학교 사회체육 대학원.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

이성주(1998). 방과후 교육으로서의 음악활동 활성화 방안 연구, 한국음악학회, 17(1), 323-354.

정용국(2009). 초등학생이 좋아하는 만화영화 캐릭터의 특성 및 동일화 갈망에 영향을 미치는 요인에 관한 연구, 한국언론학회, 53(6), 262-286.

주명희(2001). 중학생의 태권도에 대한 인식과 참여욕구에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 이화여자대학교 교육대학원.

지현주(2006). 몸의 이미지 메이킹. 부산외국어대학교 출판부

최명일(2003). 스포츠 스타이미지 구성 요인에 관한 연구. 한양대학교 대학원 석사학위 논문.

최윤실(2014). 무용스타 이미지가 여중생의 무용 관심도 및 가치관에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 숙명여자대학교 교육대학원.

최정자(2009). 문화관광해설사의 욕구와 직무만족과의 관계에 관한 연구. 관광연구, 24(1), 243-264.

탁영진(1996). 탐구 교육학. 박문사

한국언론연구원(1993). http://www.kpf.or.kr

한국고용직업분류(2005). http://www.keco.or.kr

한영규(2014). 스마트폰과 텔레비전의 매체 속성, 친밀도, 이용과 충족에 관한 연구. 미간행 석사학위논문. 경희대학교 언론정보대학원.

허행량(2002). 스타마케팅, 매일경제신문사, P.15-37.

황선봉(2006). 초등학생의 태권도 수련 참여 욕구가 인성발달에 미치는 영향. 미간행 석사학위논문. 경희대학교 테크노경영대학원.

형구암, 최성애, 이금희(2011). 방송댄스 참여 청소년의 끌림행동, 자극추구성향 및 또래동조의 관계, 한국무용연구, 29(2), 183-202.

Alveroni, *Francesco.(1970). The Powerless Elite: Theory and sociological re search on the phenomenon of the stars in Eyer, Richard.* The Movie s tars, New York.

Bandura, A., Ross, D., & Ross, S. A. (1963). Vicarious reinforcement and imi

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

tative learning. *Journal of Abnormal and Social Psychology*, 67, 601-607.

Boorstin, D. J. (2012). The image: *A guide to pseudo-events in America*. Vintage.

Fowles, J. (1992). *Why viewer watch: A reappraisal of television.* London: Sage Publications.

Friedman, H.H and Friedman, L.(1979). Endorser Effectiveness by product Type, Journal of Advertising Research, 19, PP.63-70.

Hoffner, C., & Buchanan, M. (2005). Young adults' wishful identification with television characters: The role of perceived similarity and character attributes. Media Psychology, 7, 325~351.

Tsao, C-H. (1991). *A multidimensional study of audience parasocial involvement.* Unpublished doctoral dissertation, Southern Illinois University, Carbondale.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

<부 록>

K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 중학생들의 방송댄스 참여욕구에 대한 질문지

안녕하십니까?

여러분들의 귀중한 시간을 설문 응답에 할애해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

본 설문지는 중학생들의 K-Pop 스타 이미지에 따른 동일화 갈망이 방송댄스 참여욕구에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고자 하는 것입니다.

아래의 문항들은 답이 없습니다. 본인의 경험을 바탕으로 솔직하게 답해주시면 됩니다. 이 설문지는 연구 외에 다른 목적으로 사용되지 않을 겁니다. 정성껏 하나하나 대답해 주시면 연구에 귀중한 자료로 사용하여 중학생들의 동아리 활동 및 스포츠클럽 활동 지도하는 것에 대한 이론 발전에 큰 도움이 될 것입니다.

감사합니다.

2016년 3월

조선대학교 교육대학원

체육교육

연구자 : 임 효 비

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅰ. 다음은 인구통계학적 특성에 관한 문항입니다.
귀하가 " ✓ " 표를 해주시기 바랍니다.

1. 귀하의 성별은?
① 남 ② 여

2. 귀하의 학년은?
① 1학년 ② 2학년 ③ 3학년

3. K-Pop에 대한 관심은 어느 정도입니까?
① 낮다. ② 보통이다. ③ 높다.

4. 좋아하는 K-Pop 스타가 있습니까?
① 있다. ② 없다.

dCollection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅱ. K-Pop 스타의 이미지(1 ~ 14번 문항)

다음의 문항들은 **K-Pop 스타이미지**에 관하여 묻고 싶습니다. 자세히 읽으시고 해당 항목에 " ○ 또는 ✓ "표로 표기하여 주시기 바랍니다.

No	문 항 내 용	전 혀 그렇지 않 다	그렇지 않 다	보 통 이 다	그렇다	매 우 그렇다
1	내가 좋아하는 K-POP 스타는 에너지(힘)가 느껴진다.	①	②	③	④	⑤
2	내가 좋아하는 K-POP 스타는 건강해 보인다.	①	②	③	④	⑤
3	내가 좋아하는 K-POP 스타는 얼굴이 잘 생겼다(예쁘다).	①	②	③	④	⑤
4	내가 좋아하는 K-POP 스타는 몸매가 아름답다.	①	②	③	④	⑤
5	내가 좋아하는 K-POP 스타는 멋있다.	①	②	③	④	⑤
6	내가 좋아하는 K-POP 스타는 춤 동작이 화려하다.	①	②	③	④	⑤
7	내가 좋아하는 K-POP 스타는 가수 외적인(연기, 버라이어티) 활동에서도 최선을 다 한다.	①	②	③	④	⑤
8	내가 좋아하는 K-POP 스타는 가수로서 기본이 갖추어 졌다.	①	②	③	④	⑤
9	내가 좋아하는 K-POP 스타는 무대 활동을 즐긴다.	①	②	③	④	⑤
10	내가 좋아하는 K-POP 스타는 팬 서비스가 좋다.	①	②	③	④	⑤
11	내가 좋아하는 K-POP 스타는 방송이 아닌 외적으로도 모범적이다.	①	②	③	④	⑤
12	내가 좋아하는 K-POP 스타는 동료와 지인들과 사이(대인관계)가 좋다.	①	②	③	④	⑤
13	내가 좋아하는 K-POP 스타는 예의 바르다.	①	②	③	④	⑤
14	내가 좋아하는 K-POP 스타는 팬들과 소통을 잘한다.	①	②	③	④	⑤

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅲ. 동일화 갈망 (15 ~ 19번 문항)

다음의 문항들은 **동일화 갈망**에 관하여 묻고 싶습니다. 자세히 읽으시고 해당 항목에 " ○ 또는 ✓ "표로 표기하여 주시기 바랍니다.

No	문 항 내 용	전 혀 그렇지 않 다	그렇지 않 다	보통 이다	그렇다	매 우 그렇다
15	나는 K-Pop 스타들이 프로그램에서 하는 일들을 하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
16	나는 K-Pop 스타처럼 되고 싶다.	①	②	③	④	⑤
17	나는 K-Pop 스타처럼 하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
18	나는 K-Pop 스타처럼 멋지게 살고 싶다.	①	②	③	④	⑤
19	나는 K-Pop 스타들을 똑같이 흉내 내고 싶다.	①	②	③	④	⑤

다음 페이지에 질문이 더 있습니다.

Collection @ chosun

조선대학교
CHOSUN UNIVERSITY

Ⅳ. 참여욕구 (20 ~ 35번 문항)

다음의 문항들은 **참여욕구**에 관하여 묻고 싶습니다. 자세히 읽으시고 해당 항목에 " ○ 또는 ✓ "표로 표기하여 주시기 바랍니다.

No	문 항 내 용	전 혀 그렇지 않 다	그렇지 않 다	보 통 이 다	그렇다	매 우 그렇다
20	나는 TV를 통하여 다른 프로그램보다 방송댄스(인기가요, 뮤직뱅크, 쇼! 음악중심, 댄싱9) 관련된 프로그램을 더 보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
21	나는 일상생활의 대화에서 방송 댄스 관련 대화를 많이 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
22	나는 일상생활의 대화에서 K-Pop 스타 관련 대화를 많이 하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
23	나는 다른 사람들보다 방송 댄스에 대해 많이 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
24	나는 다른 사람들에 비해 방송 댄스 관련된 힙합 댄스, 째즈댄스, 스트릿 댄스 등에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
25	나는 방송 댄스의 장점이나 패션에 관한 호기심이 많은 편이다.	①	②	③	④	⑤
26	나는 기회가 된다면 방송 댄스에 직접 참여해 보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
27	나는 전문 댄서들이 하는 공연 관람의 기회가 있으면 직접 관람하러 가고 싶다.	①	②	③	④	⑤
28	나는 방과 후 혹은 휴일 등 여가시간에 친구들과 다른 것을 하는 것 보다 방송 댄스를 전문적으로 해보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
29	나는 방송 댄스 관련 대회가 있으면 참가는 못하지만 관람이나 응원하고 싶다.	①	②	③	④	⑤
30	나는 기회가 된다면 일주일에 2~3회 정도 방송 댄스를 직접 참여해보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
31	나는 다른 것은 몰라도 댄스 대회에 참가해보고 싶다.	①	②	③	④	⑤
32	나는 방송 댄스 활동이 사회적, 정서적로 여가생활에 필요하다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
33	나는 방송 댄스가 사회성을 갖게 하는데 중요한 역할을 한다고 생각한다.	①	②	③	④	⑤
34	나는 K-pop 스타들이 나오는 인기가요를 보았을 때 그 춤 동작에 몰입하는 편이다.	①	②	③	④	⑤
35	나는 다른 친구들 보다 댄스를 하는 친구들을 보면 친근감을 느끼게 된다.	①	②	③	④	⑤

Collection @ chosun