

복고 드라마의 스토리 공감과 감성이 시청자의 심리적 안정과 우울감에 미치는 영향

전종우*

단국대학교 커뮤니케이션학부 교수

본 연구는 복고 드라마인 <응답하라 1988>을 대상으로 드라마를 시청한 사람들의 드라마 공감이 소비자의 감성과 심리적인 안정에 미치는 영향성을 검증하고 우울감에 연결되는 관계를 알아본 것이다. 연구결과 복고 드라마에 대한 공감은 감성의 세부 차원인 즐거움과 각성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 하지만 공감이 심리적 안정에 직접적인 영향을 미치지지는 못하였다. 감성 차원의 역할에서 즐거움은 심리적 안정에 긍정적인 영향을 미치고 있었다. 각성은 심리적 안정에 미치는 통계적인 영향을 검증하지 못하였다. 또한 즐거움은 우울감에 유의미한 영향을 미치지 못하였지만 각성은 우울감을 높이는 것으로 나타났다. 마지막으로 심리적 안정은 우울감을 감소시키는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 복고 드라마가 단순한 시청자들의 시청만족을 넘어 심리적인 차원에서 영향을 미칠 수 있으며 이를 긍정적인 에너지로 활용할 수 있다는 시사점을 제공하고 있다. 또한 감성적인 차원에 따라 이러한 영향력이 상반되게 작용할 수 있다는 점도 보여준다.

주제어 : 복고 드라마, 공감, 즐거움, 각성, 심리적 안정, 우울감

* jongwjun@gmail.com

1. 서론

한국은 살기 힘든 나라이다. 최근 헬조선이나 흠수저에 대한 논란은 한국인들에게 있어 고달픈 삶을 간접적으로 시사하는 단어이다. 더욱 문제가 되는 것은 현실에 대한 불만뿐 아니라 젊은 세대들의 경우 미래에 대한 희망이 부재하다고 생각하는 것이다. 초등학생 시절부터 공부에 대한 부담이 가지게 되고 중고등학교를 거치면서 경쟁이 가중된다. 입시위주의 교육을 진행하는 학교는 대다수의 어린 학생들에게 행복하지 않은 곳으로 인식된다. 행복하지 않은 10대를 보낸 사람들은 성장 이후에도 자신의 행복을 찾기 힘들어지는 경우가 많다. 다들 이러한 현실에 공감은 하지만 어디서부터 무엇이 잘못된 것인지 해법에는 많은 차이를 보이고 있다. 교육제도 또한 정권이 바뀔 때마다 다양한 실험을 하고 있지만 학생들을 위한 제도와 정책을 실행하기는 힘들 현실이다. 치열한 경쟁은 고등학교 졸업 이후 사회생활에서도 마찬가지이다. 대기업 입사를 위해 노력하지만 입사 이후 또 다른 경쟁이 시작되고 이는 개인의 행복에 부정적인 영향을 미치게 된다. 이는 사회적으로 인정받는 위치에 있는 사람들도 마찬가지로 모든 계층에서 경쟁이 일상화가 되어 가고 있다.

한국은 OECD 국가 중에 행복감 지수가 하위이고 자살률도 전 세계적으로 가장 높은 국가이다(서한기, 2015). OECD 평균 자살률은 인구 10만 명당 12명이지만 한국은 29.1명으로 2위인 헝가리가 19.4명인 것에 비해 2위와도 많은 차이가 난다. 보건복지부 통계를 보면 한국인의 조기 사망 원인 중에서 2위가 자살이며 자살자 중에서 10명 중 6명이 우울증을 가지고 있었다는 것을 알 수 있다. 하지만 우울증에 적극적으로 대처하는 경우는 많지 않다. 이는 연령을 구분하지 않고 나타나는 현실이다. 20대의 경우 실업과 불안한 미래를 고민하여 행복하지 못한 20대가 많지만 진료를 하는 경우는 10%에 불과한 실

정이다(김호경, 조건희, 2016). 농어촌에 거주하는 노인들의 경우도 우울증이 병인 줄도 모르고 지내는 경우가 많다. 이는 정신건강에 대한 사회적인 이해가 부족한 현실에서 기인하는 것으로 현재의 상황을 타개하기 위한 적극적인 노력이 요구된다.

우울증은 개인의 문제로만 치부하기보다는 사회가 일정부분 역할을 할 필요가 있다. 몇몇 지방자치단체들이 스마트밴드를 활용해 어르신들의 외출을 유도하고 안부 전화를 하는 등 적극적인 관리를 통해 고연령층의 자살을 44% 낮추는 효과를 발휘하였다(신다은, 2016). 여기에 더해 사회적인 차원의 커뮤니케이션으로 공공 캠페인이 필요한 현실이다. 공익광고 형식으로 매스 미디어에서 금연, 음주운전 예방, 마약 등 다양한 캠페인이 전개되고 있다. 하지만 사람들의 정신건강에 대해서는 그 중요성에 비추어 공익 캠페인을 통한 커뮤니케이션이 많이 이루어지지 않고 있는 것이 현실이다. 또 한 가지는 공식적인 캠페인 이외에도 간접적으로 행복감을 높일 수 있는 도구들은 존재한다는 것이다. 본 연구는 드라마와 같은 미디어 콘텐츠의 역할에 주목하고자 한다. 시청자들이 일상적으로 소비하는 콘텐츠인 TV드라마는 시청자에게 미치는 효과가 상당하다. 막장 드라마라는 소재를 통해 비판을 받기도 하고 가족 간의 따뜻한 이야기를 전개하여 인기를 끌기도 한다. 드라마의 특정 소재는 하나의 사회 트렌드가 되기도 한다. 최근 유행하는 복고 트렌드도 드라마에서 자주 사용하는 주제이며 시청자들의 호의적인 반응을 이끌어 내고 있다.

본 연구는 한국 사회에서의 구성원들의 정신적인 문제에 관심을 두고 그러한 문제를 해결할 수 있는 도구로써 미디어 콘텐츠를 연구 대상으로 한다. 정신건강에 관한 메시지 연구는 어느 정도 되어 있지만 일정한 목적을 가지지 않은 콘텐츠의 역할에 대해서는 연구가 이루어져 있지 않다. 본 연구는 이러한 학문적인 간극을 메우고자 한다. 구체적으로 <응답하라 1988>과 같이 과거의 향수를 불러일으키

는 복고 드라마의 효과에 연구의 초점을 둔다. 복고 드라마의 경우 시청자들의 노스텔지어를 자극하여 감성적인 만족을 유도하게 되며 심리적인 안정을 제공하여 우울감을 감소시킬 수 있다는 가정이 본 연구의 출발이다. 이러한 연구는 미디어 콘텐츠의 오락적인 기능 외에 사회적인 기능에 대하여 학문적으로는 물론 실무적으로도 시사점을 제공할 것으로 보인다.

2. 이론적 배경

1) 복고 드라마

최근 드라마에 복고 주제가 많이 사용되면서 복고라는 트렌드에 대해 관심이 증가하고 있다. 복고는 과거의 사건들에 대해 향수를 느끼고 추억하며 재현해내는 것이다(정시화, 1997). 또한 복고는 한 사회에 존재하는 과거의 여러 가지 문화현상을 현대를 기반으로 다시 해석하는 것을 말한다(김병진, 2006). 복고의 영어표현은 레트로(retrospective)로 표현되고 과거의 것에 대한 그리움, 회고 등의 의미를 담고 있다(이은숙, 김세봄, 2002). 레트로는 과거를 모방하고 패러디하는 것이지만 내적인 의미와 외적인 형식 또한 과거와 다른 변화가 일어나 현재의 트렌드로 진화하는 것이다(박혜원, 이미숙, 2002). 복고는 과거의 행복했던 시기를 회상하며 자신의 정체성을 찾아가는 것을 의미하기도 한다(우동경, 임경호, 2011). 사회의 변화가 빠르게 진행되면서 지친 현대인들이 현재에서 느끼는 부정적인 감정을 복고를 통해 긍정적인 감정인 향수로 대체하고자 한다(박노현, 2014).

복고는 이제 한국 사회에서 중요한 키워드이다. 영화 <건축학개론>과 <써니>를 통해 촉발된 복고의 인기는 드라마와 가요 등 다

양한 분야로 확대되고 있다. tvN 드라마인 <응답하라> 시리즈가 대표적인데 최근에는 아이돌 그룹 <샤이니>가 복고를 주제로 신곡을 발표하여 많은 인기를 끌고 있다. <샤이니>는 복고를 구체적으로 표현하기 위해 지금은 사라진 카세트테이프로 새로운 앨범을 판매하기도 한다. 복고 드라마라는 것은 과거를 소재로 긍정적인 이미지를 보여주는 드라마를 말한다. 복고 드라마는 감성적인 것이 시각적으로 구체화되어 드라마의 주인공에게 동일시를 느끼고 동일한 문화적 텍스트를 경험하는 것이다(우동경, 임경호, 2011). 최근 복고는 드라마 제작의 하나의 트렌드로 자리를 잡아가고 있다. 복고가 유행하는 것은 현대 사회가 정체성에 있어 혼란을 느끼고 있다는 것이다(권은선, 2014). 따라서 복고의 유행은 현대 사회의 여러 가지 문제를 반영하는 것이며 또한 현재의 문제를 해결하기 위한 반작용으로도 이해할 수 있다.

(1) 드라마 공감

사람들은 어떤 대상이나 상황에 대해 판단을 내리게 되는데 공감(empathy)은 그러한 판단에 영향을 미치게 된다. 공감을 구성하는 요인으로는 상상(fantasy), 관점수용(perspective-taking), 공감 관심(empathic concern), 개인적 고통(personal distress)을 들 수 있다(Davis, 1980). 학자에 따라서는 공감은 이해, 동일시, 대리적인 감정반응 등으로 구성된다고 주장하기도 한다(소현진, 2014). 공감은 크게 하부 차원으로 구분하면 인지적인 차원과 감성적인 차원으로 구분하는 것도 가능하다(Zillmann, 1991).

공감은 감정이입과도 유사하게 사용되지만 자아를 객관화시키는 동정(sympathy)과는 다른 개념으로 이해하는 것이 타당하다(Escalas & Stern, 2003). 다른 사람을 동정한다는 것은 그 사람이 처한 현실이나 상황에 대해 감정적인 경험을 하는 것이기는 하지만 단순한 감정적

인 평가에 머물게 되고 대상에 동화되지는 않는다(Stern, 1994). 객관적인 자아를 유지하는 동정과 달리 공감은 다른 사람과 감정을 공유하는 것은 물론 감정일치가 일어나고 자신과 다른 사람을 동일시하기에 이르게 된다(Berger, 1962). 따라서 공감은 타인에 대한 감정적인 동화를 통해 깊이 관여하는 것을 말한다.

공감은 사람들의 후속 태도나 행동에 강력한 영향을 미치게 된다. 공감하는 스토리는 드라마 선택에 영향을 미치게 된다. 또한 사람들이 광고의 이야기에 공감을 하게 되면 광고에 대한 태도는 물론 광고에 등장하는 제품에 대한 태도에도 정적인 영향을 미치는 것으로 보고되고 있다(Escalas & Stern, 2003). 미디어아트를 활용한 설치물에 대한 공감은 참여자들의 지적경험과 감성경험을 자극하고 다른 사람들과의 공유의도에 영향을 미치는 것으로 나타난다(전종우, 2016). 따라서 공감은 시청자 혹은 소비자들에게 감정적인 만족을 제공하여 대상물에 대한 평가를 긍정적으로 이끌게 된다.

(2) 시청자 감성

감성(affect)은 수용자들의 반응에 영향을 미치는 중요한 요인이다. 감성반응(emotional responses)은 수용자 연구에서 중요한 요인으로 간주되어 많은 연구에 다루어졌다. 전통적으로 심리적인 요인에 대한 연구에서 이성적인 차원의 중요성이 강조되어 왔지만 현재는 감성의 중요성에 대해 관심이 높아지고 있다. 전통적으로 감성은 이성적인 반응을 보완하는 데 효과적인 것으로 알려져 있다(Batra & Ray, 1986). 하지만 현재에 이르러 감성은 이성을 단순히 보완하는 기능을 넘어 의사결정에 독자적으로 영향을 미치는 것으로 보는 경우도 많아지고 있다.

감성에는 감정(emotion), 무드(mood), 느낌(feeling) 등 다양한 개념이 포함될 수 있으며 각각의 개념들이 의미하는 것에 약간의 차이가 존

재한다. 사람들의 감성을 측정하는데 있어 PAD가 효과적으로 사용된다. PAD는 대상에 대한 평가(evaluation), 활성화(activation), 그리고 통제욕구(locus of control)에 뿌리를 두고 있다. 감성을 구성하는 세 가지 차원은 Osgood, Suci, 그리고 Tannenbaum(1957)에 의해 개발되었다. 이후 즐거움(pleasure), 각성(arousal), 그리고 지배(dominance)로 정교화되었다(Russell & Mehrabian 1977). 이러한 세 가지 차원은 사람들의 태도와 행동을 예측하는데 많이 활용되었고 그 효능성을 인정받았다.

감성의 세 가지 차원이 인간의 감성을 측정하는데 유효하지만 모두가 하나의 방향성을 갖는 것은 아니다. 기존 연구에서 보면 지배라는 차원은 두 가지 감성 차원에 비해 다소 거리가 있는 것으로 종종 보고되고 있다. 즐거움과 각성 또한 감성의 세기는 측정을 할 수 있지만 방향성은 다소 차이를 보이는 경우가 많다. 감정 복합체를 설명하는 경우 유쾌함(pleasantness)과 각성(arousal)을 각각의 축으로 하여 4분면을 활용하여 설명하기도 한다(Russell & Pratt, 1980). 유쾌함 쪽의 두 개의 사분면은 긍정적인 감정상태(positive affectivity/PA)로 구분하고 각성 수준에 따라 흥분(exciting)과 평온(calmness)으로 구분한다. 한편, 불쾌함 쪽의 두 개 사분면은 부정적인 감정상태(negative affectivity/NA)로 구분하고 각성 수준이 높은 사분면은 괴로움(distress), 각성 수준이 낮은 사분면은 우울함(gloomy)으로 구분한다. 따라서 감성을 구성하는 즐거움과 각성은 각각 다른 역할을 기대할 수 있을 것이다.

2) 시청자의 심리적 요인

(1) 심리적 안정

심리적인 안정은 익숙한 것들을 통해 얻게 되는 편안한 느낌이라 할 수 있다. 여기에는 물건과 자신을 둘러싸고 있는 가족, 친구, 친한 사람들이 모두 포함된다(Belk, 1988, 1990). 심리적인 안정은 즐거웠던

과거를 떠올릴 수 있는 경험을 하면서 얻어지기 때문에 복고와도 밀접한 연관을 가지고 있다(Miller, 2008). 또한 사람들이 개인적으로 의미가 있고 편안하게 생각하는 물건을 통해서도 심리적인 안정을 얻을 수 있다(Belk, 1990; Iannelli, 2004). 여기에는 부모로부터 받은 선물이나 장난감 등이 모두 포함될 수 있다. 이러한 물건들은 과거의 의미 있는 기억들을 보존해주어 사람들에게 감성적인 가치를 제공해주기 때문이다(Belk, 1990). 사람들이 과거의 물건을 보관하고 간직하는 것은 물건을 통해 경험하는 개인적인 소중한 가치를 보존하기 위해서이다. 주위의 사람들도 심리적인 안정에 영향을 미치는 요인이다. 가족이나 오래된 친구들과 보낸 명절이나 모임에 대한 경험은 사람들에게 노스텔지어적인 경험을 제공하고 사회적 유대를 증가시킨다(Brown & Humphreys, 2002). 특히 사람들과 물건이 같이 연상되는 경우도 있으며 과거의 즐거운 시간을 회상하는 것으로 심리적인 안정에 도움을 줄 수 있다(Skoeronski et al., 1991).

(2) 우울감

우울감은 부정적인 감정이 지속되는 상태를 말한다. 이러한 우울감은 부정적인 감정인 혐오감이나 분노, 짜증을 동반하게 된다(Watson & Kendall, 1989). 또 다른 부정적인 감정인 공포, 혐오감, 분노, 죄의식이 동반되는 경우도 있다(Saylor, Finch, Spirito, Bennett, 1984). 미디어가 우울감에 미치는 영향에 대한 연구에서는 SNS의 콘텐츠의 효과를 알아 본 결과 긍정적인 콘텐츠는 우울감을 낮추고 부정적인 콘텐츠에 지속적으로 노출되면 우울감을 높지게 된다고 한다(김선정, 김태용, 2012).

사람들의 우울감에 영향을 미치는 요인은 다양하고 연구되고 있다. 임금노동자와 실업자의 경우 고용상태가 우울감에 영향을 미치는 요인이다(박세홍, 신영진, 2009). 저소득층들을 대상으로 한 연구에서 소득계층 간 거주지 분리가 저소득빈곤층의 우울감을 증가시키는 것으로

로 나타난다(이상록, 2012). 농촌지역의 결혼 이주여성들을 대상으로 한 연구에서 우울감을 증가시키는 요인으로는 관계적 배제, 문화적 배제, 지역사회 배제, 기존 서비스 배제, 경제적 배제 등 소외와 관련한 것이 핵심적이고 우울감을 감소시키는 요인으로는 정서조절로 나타났다(김창기, 이진성, 2013).

우울감에 대한 연구는 노인들을 대상으로 많이 이루어졌다. 노인들의 우울감에 직접적으로 영향을 미치는 요인들이 다양하게 보고되고 있는데 대표적인 것은 신체적인 건강으로 건강이 좋지 않으면 우울감이 높아지는 것이다(김윤정, 이창식, 2006). 노인들을 대상으로 우울감을 감소시키는 요인에 대한 연구에서 노인 일자리 사업이 노인들의 우울감을 감소시키는 것으로 나타난다(김은혜, 강종혁, 2011). 농촌에 거주하는 노인들의 경우 자녀와의 관계나 친구와의 관계도 우울감과 유의미한 연관성을 갖는 것으로 나타난다(신혜중, 박명숙, 2011). 요양병원 노인환자들을 대상으로 음악게임치료를 실행한 결과 노인들의 우울감 수준이 감소하였고 자아존중감은 상승한 것으로 나타난다(장석진, 길태숙, 2012). 또한 상호소통적 활동이나 시각, 청각, 촉각 등의 감각 자극이 노인들의 우울감을 감소시키고 자존감을 높인다고 한다(길태숙, 장석진, 2012).

3) 가설 제언

본 연구는 행복을 느끼기 쉽지 않은 한국 사회에서 우울감을 감소시키는데 영향을 미치는 요인이 어떤 것이 있는지 탐구하는 것이다. 핵심적인 변인으로 과거에 대한 행복한 생각을 하게 해주는 복고 드라마의 역할에 초점을 맞추기로 한다. 복고에 대한 지금까지 논의를 바탕으로 하면 복고 드라마는 과거를 대상으로 하여 시청자들에게 노스텔지어를 심어주게 되며 과거의 즐거웠던 시절의 회상은 시청자

들에게 감성적인 만족을 제공해 줄 수 있다. 감성의 대표적인 차원인 즐거움과 각성을 대상으로 복고드라마가 시청자들의 감정에 미치는 영향을 다음과 같이 가설화하고자 한다.

가설1: 복고드라마에 대한 공감은 즐거움에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설2: 복고드라마에 대한 공감은 각성에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

다음으로 복고드라마에 대한 공감이 심리적인 안정에 미치는 영향 관계에 대한 것이다. 기존 문헌에서 과거에 대한 노스텔지어가 사회적인 연결에 도움을 준다는 결과를 보고하고 있다(Wildschut et al., 2010). 사회적인 연결이라는 것은 외로움을 감소시켜주고 심리적인 만족을 제공해 주는 것이다. 따라서 복고를 주제로 한 드라마는 지나간 과거를 회상하게 해주며 심리적 안정에 도움을 줄 것으로 가설화하고자 한다.

가설3: 복고드라마에 대한 공감은 심리적인 안정에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

감성이라는 개념 자체가 심리적인 요인의 하나이며 감성적인 경험은 심리적인 상태에 영향을 미치게 된다. 감성의 경우 PAD 이론에 근거하여 즐거움과 각성으로 구분이 가능하다. 즐거움과 각성은 감성을 구성하는 요인이지만 각각의 역할에 대해서는 구분이 필요하다. 본 연구에서는 즐거움과 각성이 심리적인 안정에 미치는 선행요인으로 설정될 경우 각각의 역할을 구분하여 영향관계를 살펴보고자 한다. 먼저 즐거움은 감성이 심리적인 안정에 미치는 긍정적인 역할로

가설화되고 각성의 경우 심리적인 안정에 미치는 부정적인 역할로 가설화되어 각각 상반된 역할을 가설로 제안하고자 한다.

가설4: 즐거움은 심리적인 안정을 가져다 줄 것이다.

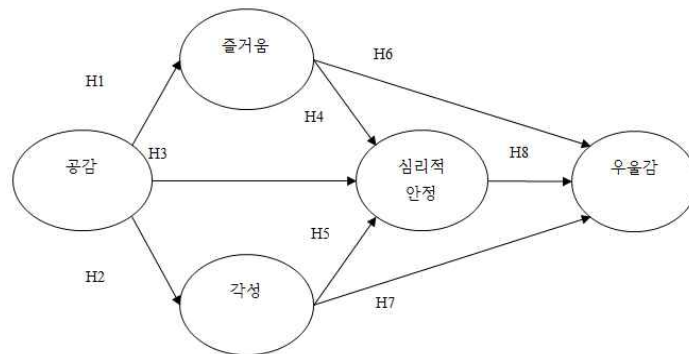
가설5: 각성은 심리적인 안정에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

다음으로 감성적 반응과 우울감과의 관계에 대한 것이다. 즐거움과 각성이 심리적인 안정에 미치는 상반된 역할에 대한 가설을 우울감에 미치는 영향성에도 적용할 수 있다. 이 경우 방향성은 반대가 되어 즐거움의 경우 우울감을 감소시킬 것으로 가설화하고 각성은 우울감을 증가시킬 것으로 가설화할 수 있을 것이다.

가설6: 즐거움은 우울감에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

가설7: 각성은 우울감에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

마지막으로 심리적인 안정이 우울감에 미치는 직접적인 영향에 대한 것이다. 심리적인 안정은 우울감과 상반되는 개념으로 본 연구에



〈그림 1〉 연구모델

서 심리적인 안정은 우울감을 감소시킬 것으로 가설화하고 최종 연구모형을 제안한다(그림 1).

가설8: 심리적인 안정은 우울감에 부정적인 영향을 미칠 것이다.

3. 방법론

본 연구에서 복고드라마가 시청자의 감성을 매개하여 심리적인 안정과 우울감에 연결되는 연구모형과 세부적인 가설을 검증하기 위하여 설문조사를 사용하였다. 설문은 본 연구의 대상이 되는 특정한 시청자를 모집하기 위해 전문조사 회사를 통해 진행되었다. 설문은 드라마 시청자들의 유효한 응답을 유도 위해 드라마가 종영된 이후 바로 실시되었다. 최종적으로 수집된 데이터는 SPSS18과 AMOS18을 사용하여 분석하였다.

1) 표본

본 연구의 응답 표본은 <응답하라 1988>을 시청한 40대 시청자를 대상으로 한다. <응답하라 1988>에 등장하는 주인공과 같은 세대를 연구대상으로 하여 40대를 표본으로 수집하였다. <응답하라 1988>에서 주인공으로 등장하는 성덕선(혜리 분)은 1988년에 고등학교 2학년 생이고 이는 성장한 성덕선인 이미연의 실제 나이인 1971년생 나이와 같다. 1971년생은 2016년 현재 40대 중반이다. 따라서 드라마에 등장하는 1988년대를 경험한 연령층을 대상으로 연구를 진행하기 위해 40대를 표본으로 선정하였다. 40대는 주인공과 같은 세대로 가장 근사한 표본이라 할 수 있다. 전문 조사회사가 보유한 보유 패널에

이메일을 보내 응답을 받는 방식으로 설문 조사가 진행되었다. 연구대상에 포함이 되는지 확인하기 위해 <응답하라 1988> 드라마의 시청 여부를 질문하고 연령에 대한 질문을 통해 설문 참여 여부를 결정하였다. 최종 설문조사 결과 남성이 160명(50%) 참여하였고, 여성이 160명(50%) 참여하였다. 설문 참여자들의 나이는 40세부터 49세에 분포 있었고 평균 나이는 43.9세로 나타났다. 응답자들의 직업을 보면 가장 많은 것이 회사원으로 210명(65.6%)이었고 다음으로 전문직이 26명(8.1%), 사업가가 18명(5.6%) 순이고 기타가 66명(20.6%)을 차지하였다.

2) 측정

본 연구의 유일한 외생구조는 드라마에 대한 공감이다. <응답하라 1988> 드라마에 대한 공감은 Escalas(2004)의 측정항목으로 시청 중 느끼게 되는 일치성과 동질감을 측정하였다. 감성을 구성하는 즐거움과 각성은 PAD를 기반으로 Havlena와 Holbrook(1986)의 즐거움과 각성 차원으로 측정하였다. 심리적 안정은 Leal(1986)의 측정항목을 사용하였다. 우울감은 Sauer, Ziegler, and Schmitt(2012)의 측정항목을 활용하였다. 우울감의 경우 설문 조사 시점에서 본인의 우울감 정도를 응답하도록 하였다. 모든 측정 문항은 7점 리커트 척도를 사용하였다. 구조 개념에 대한 기술통계치는 <표 1>에 정리되어 있다.

<표 1> 구조 개념의 통계치

구조	측정 문항	M	SD	CFA
공감	'응답하라 1988'을 보는 동안 극중 캐릭터의 느낌을 떠 올릴 수 있었다	5.87	.89	.75
	'응답하라 1988'을 보는 동안 스토리가 마치 나의 일처럼 느낄 수 있었다	5.61	1.01	.87

〈표 1〉 구조 개념의 통계치 (계속)

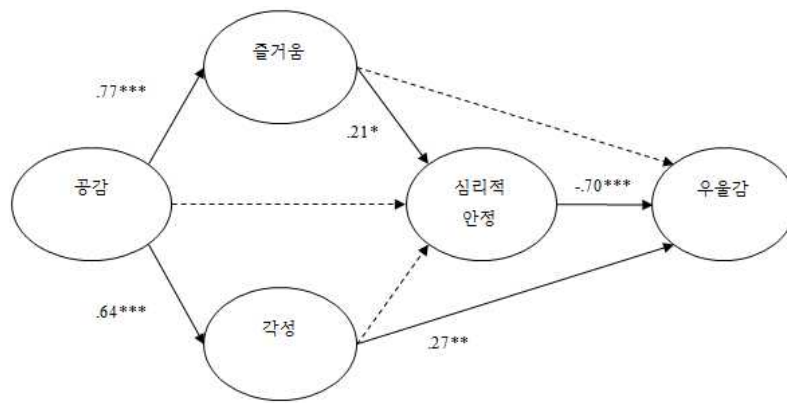
구조	측정 문항	M	SD	CFA
공감	‘응답하라 1988’을 보는 동안 내 자신이 스토리의 일부가 되어 있는 것을 쉽게 상상할 수 있었다	5.49	1.03	.86
	‘응답하라 1988’을 보는 동안 극중 캐릭터의 감정을 이해하고 느낄 수 있었다	5.86	.93	.86
	측정항목 합산 지수	5.71	.85	$\alpha=.90$
즐거움	‘응답하라 1988’을 시청하고 행복했다	5.96	.97	.89
	‘응답하라 1988’은 즐겁다	5.98	.92	.91
	‘응답하라 1988’은 만족스럽다	5.98	1.03	.87
	‘응답하라 1988’은 마음을 편하게 해준다	5.88	1.04	.90
	측정항목 합산 지수	5.95	.910	$\alpha=.94$
각성	‘응답하라 1988’은 자극적이다	3.09	1.33	.23
	‘응답하라 1988’은 흥분된다	4.28	1.36	.71
	‘응답하라 1988’에 열광한다	5.00	1.28	.85
	‘응답하라 1988’은 나를 자극한다	4.75	1.27	.87
	측정항목 합산 지수	4.28	1.00	$\alpha=.76$
심리적 안정	나는 기분이 좋다	4.97	1.02	.78
	내가 중요하고 가치 있다고 느낀다	5.15	1.07	.84
	나는 내가 즐겨워 하는 일을 한다	4.93	1.20	.83
	미래가 밝은 것 같다	4.67	1.27	.85
	나는 인생에 대해 긍정적인 태도를 가지고 있다	5.12	1.07	.89
우울감	측정항목 합산 지수	4.97	.98	$\alpha=.92$
	나는 슬프다	3.13	1.29	.81
	나는 미래에 대해 용기가 없다	3.43	1.43	.82
	나는 실패인 것 같다	2.95	1.43	.88
	나는 뭔가를 즐기는 것이 힘들다	2.95	1.28	.85
	나는 죄책감이 든다	2.73	1.32	.81
	나는 별을 받는 것 같다	2.59	1.33	.80
	나는 내가 실망스럽다	3.05	1.52	.84
	나는 나의 잘못과 나약함이 원망스럽다	3.08	1.56	.85
	나는 자살을 생각해본 적이 있다	2.61	1.60	.70
	나는 종종 운다	2.93	1.52	.66
	나는 사람들에게 관심이 없다	3.01	1.31	.69
	측정항목 합산 지수	2.95	1.16	$\alpha=.95$

4. 결 과

연구모델에 대한 적합도 분석 결과 카이스퀘어(1153.26)와 자유도(342)의 비율이 3.37이었다. 또 다른 적합도 지수인 CFI는 .89, IFI는 .89, TLI는 .88로 나타났다. RMSEA는 .086이었다. 적합도 지수를 보면 1차 모델의 적합도가 오차와 관련된 지수인 RMSEA를 제외하고는 크게 문제가 되지 않는 것을 알 수 있다. 다음으로 수정지수를 활용하여 연구모델의 적합도를 향상시킬 수 있는 공변량 관계를 살펴보았다. 수정지수 상에서 우울감 구조 내에서 공변량이 높은 측정항목이 2가지가 발견되어 각각의 관계를 연결하였다. 수정된 연구모델을 대상으로 2차 분석을 실시하였다. 결과를 보면 카이스퀘어(978.37)와 자유도(340)의 비율이 2.88이었고 CFI는 .92, IFI는 .92, TLI는 .91로 나타났다. RMSEA는 .077로 나타나 연구모델의 적합도가 일정부분 향상된 것을 알 수 있다. 따라서 더 이상의 모델 수정 없이 2차 분석모델을 최종모델로 확정하였다.

다음으로 본 연구의 연구모델에 포함되어 있는 개별 가설관계의 검증에 대해 회귀계수를 살펴보았다. 연구모델 상에서 외생구조인 드라마에 대한 공감은 시청자의 감성인 즐거움에 직접적으로 연결되고 있었다(가설1, $\gamma = .77$, $p < .001$). 공감은 또한 시청자 감성 중 또 하나인 각성에도 직접적으로 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설2, $\gamma = .64$, $p < .001$). 공감과 심리적 안정과의 관계는 발견하지 못하였다(가설3). 내생 구조 간의 관계를 살펴보면 즐거움은 심리적 안정에 긍정적인 영향을 미치고 있었다(가설4, $\beta = .21$, $p < .05$). 하지만 각성은 심리적 안정에 통계적으로 유의미한 영향력을 가지지 못하였다(가설5). 우울감에 영향을 미치는 선행요인을 보면 즐거움이 우울감에 미치는 직접적인 영향을 발견하지는 못하였고 각성이 우울감을 증가시키는 것으로 나타났다(가설7, $\beta = .27$, $p < .01$). 마지막으로 심리적 안정이 우

울감을 줄여주는 것으로 나타났다(가설8, $\beta=-.70, p<.001$). 따라서 총 8가지 가설관계 중에서 5개가 지지되고 3가지 가설은 지지되지 못하였다. 소비자 감정에서 즐거움은 우울감에 직접적인 영향을 미치지 못하였지만 우울감에 미치는 간접적인 효과를 보면 .15로 나타난다.



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

〈그림 2〉 최종모델

5. 논의 및 결론

본 연구는 복고 드라마를 시청한 사람들의 드라마에 대한 공감의 소비자의 감성과 심리적 안정에 미치는 영향성을 검증하고 우울감에 연결되는 관계를 알아본 것이다. 연구결과 드라마 공감은 감성의 세부 차원인 즐거움과 각성에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(가설1, 가설2). 하지만 공감이 심리적 안정에 직접적인 영향을 미치지 못하였다(가설3). 즐거움은 심리적 안정에 긍정적인 영향을 미치고 있었다(가설4). 또 다른 감정 차원인 각성은 심리적 안정에 미치

는 통계적인 영향력을 검증하지 못하였다(가설5). 다음으로 즐거움이 우울감에 미치는 영향력을 검증하지 못하였다(가설6). 각성은 우울감을 높이는 것으로 나타났다(가설7). 마지막으로 심리적 안정은 우울감을 감소시키는 것으로 나타났다(가설8).

본 연구 결과는 복고 드라마의 효과에 대한 시사점을 제공한다. 복고 드라마는 최근 하나의 트렌드를 형성하며 많은 인기를 끌고 있다. <응답하라 1988>은 앞선 두 시리즈인 <응답하라 1997>과 <응답하라 1994>에 이어 큰 인기를 끌었다. 이러한 복고 드라마는 드라마 자체의 성공과 함께 몇 가지 시청자 효과를 발생시키는 것을 알 수 있다. 먼저 복고라는 콘텐츠는 시청자들의 감성을 자극한다는 것을 알 수 있다. 드라마라는 것이 기본적으로 쾌락적인 목적으로 소비된다는 점을 고려하면 이는 기존 주장과 맥을 같이 한다. 특히 복고 드라마가 감성적인 차원 모두에 긍정적으로 연결된다는 점은 복고 드라마의 감성과의 연관성에 큰 의미를 부여할 수 있다. 특히 본 연구에서는 복고 드라마의 공감을 선행요인으로 검증하여 드라마에 대한 공감의 역할에 대해서도 시사점을 제공하고 있다.

다음으로 감성의 역할에 대한 것이다. 드라마에 대한 공감은 즐거움과 각성 모두에 같은 방향성을 가지고 영향을 미치는 것으로 나타났다지만 감성의 개별적인 역할은 차이를 보이는 것을 알 수 있다. 즐거움과 각성은 감성의 하부 차원으로 하나의 변인으로 묶여 종종 사용되지만 경우에 따라 그 방향성이 차이가 난다는 보고도 존재한다 (Russell & Pratt, 1980). 본 연구에서도 즐거움은 심리적 안정을 높여주는 것으로 나타났다지만 각성의 경우 심리적 안정에 영향을 미치지 못하였고 우울감을 오히려 높이는 것을 알 수 있다. 이는 기존 연구에서 종종 지적되던 문제로 즐거움과 각성은 사람들의 감성을 설명하는데 유용한 차원이지만 경우에 따라 구분하여 측정해야 한다는 것을 보여준다. 특히 감성을 불러일으키는 촉발과 일반적인 감정적 반

응의 강도를 측정하는 경우는 즐거움과 각성이 같은 역할을 하지만 두 가지 개념이 특정한 가치를 가지는 경우 방향성을 달리한다는 것을 보여준다. 각성의 경우 감성적인 촉발이기는 하지만 가치 차원에서 긍정적인 감정으로 작용을 하거나 부정적인 감정으로 작용할 수 있는 양가적인 개념으로 우울감과 같은 개념은 증폭시키는 역할을 하는 것으로 보인다.

연구결과는 실무적으로도 시사점을 제공하고 있다. 먼저 드라마 제작에 있어 시청자의 공감과 감성적인 평가에 주의를 하여야 한다는 것이다. 어떠한 콘텐츠든지 시청자의 공감을 얻는 것은 핵심적인 목표가 된다. 광고에 있어서도 광고에 대한 공감은 소비자 효과를 최적화할 수 있는 기본으로 기능한다. 따라서 시청자가 공감할 수 있는 콘텐츠의 개발은 기획 단계부터 고려되어야 한다. 하지만 다소 예외적인 사례이기는 하지만 막장 드라마의 경우 시청자의 공감을 얻지는 못하지만 어느 정도 인기를 얻는 경우를 종종 본다. 이는 시청자의 태도와 같은 복합적인 평가가 아니라 각성 수준을 높여 자극을 통한 메시지 전달이라는 측면에서 설명이 가능하다. 가치가 포함되는 평가에서는 부정적인 의미를 지니게 되지만 강한 자극에 대해서는 주목 효과가 있기 마련이다. 단순한 시청률이 목적이라면 자극을 통해 인지와 주목 효과를 얻을 수 있지만 콘텐츠의 메시지 효과는 또 다른 영역이다. 따라서 공감과 감성적인 평가에 대한 복합적인 고려가 필요할 것으로 보인다.

다음으로 공공 캠페인에 대한 것이다. 복고 드라마를 통해 시청자들의 우울감을 감소시키는 사회적인 효과를 창출할 수 있다는 것이다. 본 연구의 핵심적인 결과는 간접적인 관계를 모두 포함하여 보면 복고 드라마에 대한 공감이 시청자 감성을 통해 심리적인 안정을 높이고 우울감을 감소시킨다는 것이다. 따라서 복고 드라마의 경우 트렌드를 반영하는 콘텐츠로 시청자들에게 시청 만족을 제공하는 콘텐

츠 효과 이외에 사회적인 역할도 할 수 있다는 것을 보여준다. 현재 한국 사회에서 일어나는 무기력증과 우울감은 특정한 목적을 가진 직접적인 공공 캠페인을 통해 접근할 수도 있지만 드라마 콘텐츠가 그러한 긍정적인 역할을 할 수 있다는 것은 드라마의 또 다른 효과로 볼 수 있다. 따라서 한국인들의 우울감을 감소시키기 위해서는 즐거웠던 과거를 소재로 하는 복고 드라마 제작을 지원하는 것이 하나의 방법이 될 수 있다. 보건복지부와 같은 해당 부처에서 국민들의 정신건강을 위한 예산을 책정하여 드라마에 대한 지원을 정책적으로 고려할 필요가 있을 것이다.

여기서 주의할 것은 같은 감성 차원이기는 하지만 드라마에 대한 공감이 각성수준을 높이고 우울감을 증가시킨다는 것이다, 예를 들어 자극적인 주제나 표현을 활용하는 드라마는 우울감을 높일 수 있어 드라마 제작에 있어 주의가 필요하다고 볼 수 있다. 공포영화나 추리물과 같은 드라마들도 관객이나 시청자들의 몰입도를 높이고 시청 만족을 제공할 수는 있겠지만 이러한 자극적인 콘텐츠가 우울감을 높일 수 있다는 점을 고려하여야한다. 물론 드라마라는 것이 시청자들의 선택을 받고 시청률이라는 지표가 중요한 것은 사실이지만 사회적인 영향성에 대한 면도 중요한 부분이다. 특히 본 연구와 같이 시청자들의 정신 건강에 미치는 영향과 같이 드라마를 통한 2차적인 효과를 목표하는 경우 주의가 필요하다.

본 연구는 몇 가지 제한점을 가지고 있다. 먼저 <응답하라 1988>이라는 특정 드라마를 대상으로 진행된 연구라 복고를 주제로 한 모든 드라마가 같은 효과를 낼 것이라고 가정하는 것은 무리가 있을 수 있다. 이는 다양한 복고 드라마를 대상으로 후속 연구가 해결할 문제이다. 복고는 드라마뿐만 아니라 영화나 가요에도 사용된다. 따라서 복고를 주제로 한 다른 콘텐츠의 역할에 대한 후속 연구도 필요할 것으로 보인다. 또한 복고의 적용을 더 넓혀 복고를 소구 메시

지로 사용한 광고의 효과에 대한 연구도 의미가 있을 것이다. 이는 사람들의 행복감을 증진하기 위해 복고나 노스탤지어를 활용한 공공 캠페인의 효과에 대한 연구도 포함될 수 있다.

참고문헌

- 권은선 (2014). 신자유주의 시대의 문화상품: 1990년대를 재현하는 향수/복고 영화와 드라마. <영상예술연구> 25호, 35-55.
- 길태숙, 장석진 (2012). 리듬 액션 게임을 활용한 노인 대상 음악 치료에서 우울감, 자아존중감 변화에 대한 게임 효과 분석, <한국컴퓨터게임학회논문지> 25권 3호, 93-103.
- 김병진 (2006). 잡지 표지 디자인을 위한 Revivalism의 적용에 관한 연구: 그래픽 디자인의 선구자들을 중심으로. 한남대학교 대학원 석사학위논문.
- 김선정, 김태용 (2012). SNS 콘텐츠의 감성이 사용자의 감정상태에 미치는 영향: 페이스북 뉴스피드를 중심으로. <사이버커뮤니케이션학보> 29권 1호, 5-47.
- 김윤정, 이창식 (2006). 양로시설 거주 노인의 신체적 건강과 우울감간의 관계: 지역사회거주노인과의 비교를 중심으로. <대한케어복지학> 2권 3호, 16-27.
- 김은혜, 강종혁 (2011). 노일 일자리 서업이 노일의 우울감 변화에 미치는 효과 분석. <한국사회와 행정연구> 22권 3호, 363-378.
- 김창기, 이진성 (2013). 농촌지역 결혼이주여성의 사회적 배제가 우울감에 미치는 영향: 정서조절방략의 매개효과를 중심으로. <한국콘텐츠학회논문지> 13권 2호, 296-307.
- 박노현 (2014). 텔레비전 드라마의 왕정과 복고: 미니시리즈의 타임슬립과 복고 선호양상을 중심으로. <한국학연구> 30호, 285-323.
- 박세홍, 김창엽, 신영전 (2009). 고용상태변화가 정신건강에 미치는 영향: 한국 복지 패널을 이용한 우울감을 중심으로. <비판사회정책> 27권, 79-120.
- 박혜원, 이미숙 (2002). 레트로(retro) 패션의 특성과 문화산업적 의미 연구. <복식> 52권 3호, 171-187.

- 소현진 (2014). 소비자 공감반응 척도개발: 이야기 광고를 중심으로.
<한국콘텐츠학회논문지> 14권 11호, 133-142.
- 서한기 (2015). 한국 자살률 29.1명, OECD 최고, 연합뉴스, <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2015/08/28/0200000000AKR20150828108400017.HTML>.
- 신혜중, 박명숙 (2011). 농촌노인의 우울감에 미치는 영향요인 연구.
<사회과학연구> 50권 2호, 115-141.
- 우동경, 임경호 (2011). 자기 동일시 관점에서 본 노스텔지어 감성의 시각화. <한국디자인포럼> 31호, 339-348.
- 이상록 (2012). 소득계층간 주거지 분리의 거주지역 특성이 저소득빈곤층의 정신건강에 미치는 영향: 우울감에 미치는 영향을 중심으로. <사회과학연구> 28권 4호, 277-302.
- 이은숙, 김새봄 (2002). 현대 레트로 패션에서의 히피스타일의 듀얼리즘에 관한 연구. <복식문화연구> 11권 2호, 213-253.
- 장석진, 길태숙 (2012). 음악게임치료가 요양병원 노인환자의 인지기능, 우울감, 자아존중감에 미치는 효과. <한국컴퓨터게임학회논문지> 25권 3호, 117-127.
- 전종우 (2106). 디지털 인스톨레이션 프로모션에 대한 공감의 이원경험 모델. <광고PR실학연구> 9권 1호, 26-44.
- 정시화 (1997). <산업디자인 150년> 미진사.
- Batra, R., and Ray, M. L. (1986). Affective responses mediating acceptance of advertising. *Journal of Consumer Research*, 13, 234-249.
- Belk, R. W. (1988). Possessions and the Extended Self. *Journal of Consumer Research*, 15(2), 139-68.
- Belk, Russell W. (1990). The Role of Possessions in Constructing and Maintaining a Sense of Past. *Advances in Consumer Research*, 17, 669-676.
- Berger, S. M. (1962). Conditioning through vicarious instigation. *Psychological*

Review, 29, 450-466.

- Brown, A. D., and M. Humphreys (2002). Nostalgia and the Narrativization of Identity: A Turkish Case Study. *British Journal of Management*, 13(2), 141-59.
- Davis, M. H. (1980). A multidimensional approach to individual differences in empathy. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44, 113-126.
- Escalas, J. E. (2004). Imagine yourself in the product: Mental simulation, narratives transportation, and persuasion. *Journal of Advertising*, 33(2), 37~48.
- Escalas, J. E., & Stern, B. B. (2003). Sympathy and Empathy: Emotional Responses to Advertising Dramas. *Journal of Consumer Research*, 29(March), 566-578.
- Havlena, W. J. & Holbrook, m. b. (1986). The variety of consumption experience: Comparing two typologies of emotion in consumer behavior. *Journal of Consumer Research*, 13, 394-404.
- Iannelli, Vincent. (2004, Dec 12). Security and Comfort Objects. Retrieved from http://pediatrics.about.com/od/infantparentingtips/a/04_loveys.htm
- Leal, Angela M. (1986). The development of An Instrument for The measurement of Psychological comfort (emotion, positive affect). ProQuest, UMI Dissertations Publishing.
- Miller, Daniel. (2008). *The Comfort of Things*, Polity Press, MA: USA.
- Osgood, C. E., Suci, G. J., and Tannenbaum, P. H. (1957). The measurement of meaning. Urbana, IL: University of Illinois Press.
- Russell, J., & Mehrabian, A. (1977). Evidence for a three-factor theory of emotions. *Journal of Research in Personality*, 11, 273-294.
- Russell, J. & Pratt, G. (1980). A discription of the affective quality attributed to environments. *Journal of Personality and Social Psychology*, 37, 345-356.

- Sauer, S., Ziegler, M., & Schmitt, M. (2012). Rasch analysis of a simplified beck depression inventory. *Personality and Individual Differences*, 54(4), 530-535. doi:10.1016/j.paid.2012.10.025
- Saylor, C. F., Finch A. J., Spirito, A. & Bennett, B. (1984). The children's Depression Inventory: a systematic evaluation of psychometric properties. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 52, 955-967.
- Skowronski, John J., et al. (1991). Social Memory in Everyday Life: Recall of Self-Events and Other-Events. *Journal of personality and social psychology*, 60(6), 831.
- Stern, B. B. (1992). Historical and Personal Nostalgia in Advertising Text: The Fin de Siecle Effect. *Journal of Advertising*, 21, 11-22.
- Watson, D. & Kendall, P. C. (1989). Understanding anxiety and depression: Their relation to negative and positive affective states. In P. C. Kendall & D. Watson (Eds.). *Anxiety and depression: Distinctive and overlapping features* (pp. 3-26). San Diego, CA: Academic Press.
- Wildschut, Tim, Constantine Sedikides, Jamie Arndt, and Clay Routledge, et al. (2010). Nostalgia as a Repository of Social Connectedness: The Role of Attachment-Related Avoidance. *Journal of Personality and Social Psychology*, 98(4), 573-86.
- Zillmann, D. (1991). Television viewing and physiological arousal. In J. Bryant & D. Zillmann (Eds.), *Responding to the screen: Reception and reaction processes* (pp. 103-133). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

최초 투고일: 2016년 10월 23일
논문 수정일: 2016년 12월 12일
게재 확정일: 2016년 12월 16일

**Impacts of Story Empathy and Affect from
Retrospective Drama on Psychological Comfort and
Depression: A Focus on 'Reply 1988'**

Jong Woo JUN

Ph.D., Associate Professor

School of Communications, Dankook University

This study explores effects of retrospective drama on alleviation of depression. Using the popular TV drama, 'Reply 1988' as a research drama, interrelationships among conceptual constructs are examined. As results, it is found that empathy influenced pleasure and arousal of drama viewers. For the roles of affective variables, pleasure influenced psychological comfort, and arousal leads to anti-depression. Direct relationship between arousal and depression is also found. It means that arousal increased the level of depression. These results could provide academic implications regarding antecedents of depression, and also managerial implications can be found in terms of retrospective drama production.

Key words : Retrospective Drama, Empathy, Pleasure, Arousal, Psychological Comfort, and Depression.