

# 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 영향을 미치는 심리 및 구조적 요인에 관한 고찰

## Analysis of Psychological and Structural Determinants that Affect Binge-Watching of Drama Series

이성준  
청주대학교 미디어콘텐츠학부

Sungjoon Lee(tcbrad978@cju.ac.kr)

### 요약

본 연구는 미디어 환경 변화 속에서 점차 보편화되고 있는 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 영향을 미치는 요인들이 무엇인지를 규명하고 실증적으로 이들 요인들의 영향력을 살펴보고자 하였다. 이러한 목적을 위해 기존 연구 문헌 고찰을 통해 영향 가능 요소로서 인구 통계학적 요인들, 시간적 가용성, 인지된 인터페이스 효율성, 인지된 콘텐츠 다양성, 정서적 불안정성, 드라마 몰아보기 동기들 등이 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 어떤 영향이 있는지를 확인해 보았다. 또한 드라마 관여도의 조절 효과 또한 살펴보았다. 연구의 결과, 정서적 불안정성, 드라마 몰아보기 동기로서 즐거움과 스트레스 해소 동기, 프로그램 평판 동기 등이 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다. 드라마 관여도의 조절 효과 또한 발견되었다. 연구의 결과가 지닌 의미에 대해서도 논의한다.

■ 중심어 : | 드라마 | 몰아보기 | 심리적 요인 | 구조적 요인 | 실증연구 |

### Abstract

This study identified several factors that may affect binge watching of drama series, which becomes more common, in the changing media environment and tested their influences empirically. For this objective, this research looked at how demographic variables, time availability, perceived effectiveness of interface, perceived content variability, neuroticism and motivations for drama binge watching affect binge watching of drama series. It also examined moderating effect of drama involvement. The findings showed that neuroticism, two motivations(playfulness/stress relief and program reputation motivation) have positive influences on binge watching of drama series. The moderating effect of drama involvement was also found. The meaning of results are also discussed.

■ keyword : | Drama | Binge Watching | Psychological Factor | Structural Factor | Empirical Study |

## I. 서론

미디어 기술의 발전과 함께 다양한 형태의 미디어 채

널·플랫폼들이 등장하면서 이용자들의 미디어 소비 패턴이 과거와 다르게 매우 빠른 속도로 다양화되고 있다. 특히, 방송과 같은 영상 콘텐츠 소비에 있어선 주문

\* 이 논문은 2017-2018학년도에 청주대학교 사회과학연구소가 지원한 학술연구조성비(특별연구과제)에 의해 연구되었음.

접수일자 : 2018년 01월 03일

심사완료일 : 2018년 01월 25일

수정일자 : 2018년 01월 18일

교신저자 : 이성준, e-mail : tcbrad978@cju.ac.kr

형비디오(VoD: Video on Demand)와 같은 인터랙티브한(Interactive) 서비스의 등장과 스마트폰과 같은 모바일 매체의 확산으로 이용자들이 시·공간적인 제약을 벗어나면서 자신만의 방식으로 콘텐츠를 향유하려는 등 변화의 모습이 빠르게 가속화되고 있다[1][2].

이러한 가운데 최근 특히 주목할 만한 미디어 소비 패턴으로서 ‘몰아보기(Binge-watching 혹은 marathon viewing)’ 행위가 많은 이들로부터 주목을 받고 있다[3][4]. 실제로 많은 자료들은 ‘몰아보기’가 이제 단순 유행 수준을 넘어서 영상 콘텐츠를 소비하는 주요 소비 패턴으로 자리 잡고 있음을 보여주고 있다. 2015년 실시된 한 글로벌 미디어 설문 조사 결과에 따르면, 미국의 경우 설문 대상자의 77%가 TV 몰아보기를 하고 있는 것으로 나타났으며[5] 국내에 있어서도 2015년을 기준으로 20대의 경우 전체 시청자의 60% 정도는 이미 콘텐츠를 몰아보고 있는 것으로 보고되고 있다[6].

변화하는 미디어 이용자들의 소비 패턴에 미디어 기업들 역시 빠르게 대처하고 있다. 대표적으로 온라인 스트리밍 기업인 넷플릭스(Netflix)의 경우, 일정한 간격을 두고 1편 내지 몇 편만을 방영하던 기존의 미디어 유통 기업들의 관행을 뒤집으면서 자사의 드라마 시리즈물 ‘House of Cards’ 전편을 모두 한꺼번에 공개하는 전략을 취하면서 오히려 미디어 이용자들의 몰아보기를 유도하기도 하였다[2][3].

하지만 미디어 이용자들의 미디어 소비 패턴이 빠르게 변화하는 이러한 환경 속에서 학술적인 영역에서는 아직까지도 ‘몰아보기’ 행위를 체계적으로 설명한 연구는 매우 드문 실정이다. 특히, 이용자들의 다양한 심리적·구조적인 측면에서 어떤 요인들이 몰아보기 행위에 영향 요인들로 작용할 수 있는지를 규명하고, 이를 실증적으로 확인한 연구는 아직까지도 많이 이루어지고 있지 않다.

이러한 맥락에서 본 연구는 다양한 선행 연구들을 바탕으로 몰아보기 행위에 영향을 미칠 가능성이 높은 여러 영향 요인들을 확인하고, 이들 요인들이 실제로 어떻게 몰아보기 행위에 영향을 미칠 수 있는 지 실증적으로 살펴보고자 한다. 특히, 본 연구는 다른 장르에 비해서 몰아보기 행위 가능성이 더 높은 것으로 알려진

[1] 드라마 시리즈물(Drama Series)을 중심으로 몰아보기 행위 영향 가능 심리적·구조적 요인들을 다각도로 고찰해 보고 이들의 영향력을 실증적으로 확인해보고자 한다.

본 연구를 통해 확인되고 실증적으로 검증된 결과들은 미디어 이용자들의 새로운 형태의 소비 패턴에 대한 이해도를 높이고 미디어 기업들의 콘텐츠 유통 전략에 활용될 수 있는 기초 자료로서 활용될 수 있다는 점에서 의미를 지닌다.

## II. 문헌고찰

### 1. 영상 콘텐츠 소비 양식 변화와 몰아보기

앞서 기술된 바와 같이 미디어 기술의 발전과 함께 미디어 환경이 급격하게 변하면서 미디어 이용자들의 이용 패턴 또한 빠르게 변화하고 있는 실정이다[1]. 특히, 영상 콘텐츠 소비에 있어 여러 주목할 만한 변화들이 일어나고 있다[7].

미디어 이용자들의 영상 콘텐츠 소비 양식에 있어 변화는 여러 요인들에 의해 야기될 수 있지만 많은 연구자들은 특히 다음 두 가지 요인들을 중심으로 설명을 하고 있다[1-3][7-10]. 첫 번째로는 영상 콘텐츠를 소비할 수 있는 플랫폼들이 다양해지고 있다는 사실이다. 영상 콘텐츠를 소비할 수 있는 플랫폼은 기존 지상파 텔레비전 이외에 인터넷, 케이블, IPTV, 위성방송, 스마트폰 등으로 다양화되고 있는 실정이다. 이에 따라 소비자들은 영상 콘텐츠 이용을 위해서 자신의 목적과 취향에 따라서 얼마든지 여러 플랫폼을 선택할 수 있다[8]. 특히, 스마트폰과 같은 모바일 단말기의 경우 과거 집에서 고정되어 있던 TV와 달리 이동 중에도 영상 소비를 가능하게 함으로써 미디어 이용에 있어서 이용자들의 공간적인 제약을 극복해주고 있다[9].

두 번째로, 영상 콘텐츠 제공 서비스 플랫폼들이 디지털 기술을 바탕으로 점차 이용자들에게 콘텐츠에 대한 통제력을 강화시키는 다양한 인터랙티브한 기능들 제공을 늘리고 있다는 사실이다[10]. 예를 들어, 과거 방송 시청자들의 경우 방송국의 스케줄에 따라 영상 콘

텐츠를 소비해야 했다. 하지만 주문형 비디오 서비스(VoD)의 등장 이후로, 실시간 방송과 달리 이용자들은 원하는 시간에 원하는 콘텐츠를 소비할 수 있게 되었으며, 이에 따라 콘텐츠 소비에 있어서 시간적인 통제력을 더욱 가질 수 있게 되었다[11].

이들 두 사실들과 관련되어 영상 콘텐츠 소비에 있어 새로운 유형의 소비 패턴들이 등장하고 있는 실정이다 [1]. 특히 다양한 패턴들 중 TV를 보면서 동시에 소셜 미디어를 이용하는 ‘소셜시청’(Social Viewing)[12], 5분 이내의 짧은 동영상 위주의 소비인 ‘스낵컬처적 시청’[13], 한 콘텐츠를 여러 기기로 이어보는 ‘N스크린 활용시청’[14] 그리고 여러 편의 동일 콘텐츠를 쉬지 않고 이어보는 ‘몰아보기’[3]등이 많이 주목을 받고 있는 실정이다.

이 중 ‘몰아보기’의 경우, 몰아보기의 영문 표기인 ‘Binge-watch’가 2013년도에 옥스퍼드 사전이 뽑는 ‘올해의 단어’ 후보 리스트를 올라갈 만큼 특히 주목받는 새로운 영상 소비 패턴이다[3][15]. 아직까지도 그 명확한 정의에 있어선 학자마다 공통된 의견이 존재하지 않지만 일반적으로 몰아보기란 일반적으로 ‘동일한 프로그램의 에피소드를 2편 이상 쉬지 않고 지속적으로 보는 것’으로 이해된다[4]. 사실 현재와 같은 사용자들의 ‘몰아보기’ 시청 행태가 정확하게 언제 시점부터 유래되었으며 또한 언제부터 빠르게 보편화되고 있음에 대해서는 정확히 파악하기는 어렵다. 하지만 많은 연구자들은 몰아보기 행위의 보편화의 바탕에는 영상 콘텐츠 저장해 두었다가 원할 때 다시 볼 수 있는 다양한 영상 기록 장치들의 발전과정이 중요한 역할을 했음을 강조한다[5]. 이런 의미에서 몰아보기 행위는 영상 콘텐츠 저장 및 재생 매체가 DVD(Digital Versatile Disc) 및 DVR(Digital Video Record) 기술 등을 거쳐 VoD 등으로 진화하면서 좀 더 보편화되고 있음을 추정해 볼 수 있다[16].

또한, 몰아보기 행위가 확산의 바탕에는 기존의 방송 사업자와는 차별화되는 영상 콘텐츠 제공 서비스를 주요 서비스 영역으로 삼고 있는 사업자들의 증가가 주요한 요인일 수도 있다[16]. 특히, 주요 VoD 플랫폼 사업자 및 OTT(Over-the-Top; 자세한 설명은 [17]참조)

서비스 사업자들에게 있어 동일한 프로그램을 연속적으로 여러 편 제공하는 서비스는 지상파 방송사와 같은 기존 방송 사업자에게 비해 경쟁적 우위(Competitive Advantage)를 가질 수 있는 서비스 영역이며, 이러한 맥락에서 이들 사업자들은 미디어 이용자들이 더 많은 프로그램을 몰아볼 수 있도록 몰아보기 친화적인 환경을 지속적으로 제공하기 위해 노력하고 있는 실정이다 [5]. 예를 들어, 앞서 논의된 바와 같이 넷플릭스는 자사의 동일한 오리지널 콘텐츠 여러 편을 동시에 같이 개봉하는 전략을 적극적으로 전개하고 있다[2][3].

하지만 단순히 기술의 진보나 사업자들의 전략만으로 몰아보기 행위를 다 설명하기는 어렵다. 선행 연구들[18]이 제시하듯이 사용자 개인 차원의 심리적·인지적 차원의 여러 요소들 등 또한 미디어 이용을 결정짓는 중요한 영향 요인이기 때문이다. 그럼에도 불구하고 이용자 측면에서의 어떠한 요인들이 몰아보기 행위에 영향을 미치는 지를 살펴본 논문은 아직까지 드문 실정이다.

특히, 드라마 시리즈물과 같은 특정 장르의 영상콘텐츠를 중심으로 이용자 측면에서의 몰아보기 행위 영향 요소들을 실증적으로 고찰한 연구는 아직까지 거의 존재하지 않는다. 심홍진과 그의 동료들[1] 및 페나(Pena)[19]등이 지적했듯, 동일한 개인이라도 특정 장르의 콘텐츠 소비 양식은 전체 콘텐츠 소비 패턴 양식과 차이점이 있을 수 있으며 또한 장르별 콘텐츠 소비 양식은 많은 경우에 있어서 차이점이 존재한다. 더불어, 이들의 연구에 따르면, 일반적으로 영상 콘텐츠 이용자들은 예능, 시사·교양과 같은 다른 콘텐츠 장르에 비해 드라마 장르에 대해서 더 많은 몰아보기 행위를 하고 있는 것으로 나타났다. 또한, 이병성과 최성진[20]의 연구에서도, 이용자들은 VoD 등과 같이 언제든지 시간 제약 없이 프로그램을 시청할 수 있는 몰아보기가 가능한 인터랙티브한 영상 서비스 이용에 있어서 드라마를 다른 장르에 비해 많이 이용하고 있는 것으로 나타났다.

이에 본 연구는 드라마 시리즈물(Drama Series)을 중심으로 이용자 측면에서 몰아보기 행위에 영향을 미칠 수 있는 다양한 요소들을 선행 연구들을 바탕으로 규명해보고, 이들 요소들이 몰아보기 행위에 어떤 영향

을 미칠 수 있는지를 실증적으로 규명해 보고자 한다.

## 2. 영상 콘텐츠 소비와 인구 통계학적 요인들

선행 연구들에 따르면 인구통계학적 요인들은 영상 콘텐츠 소비 행위에 많은 영향을 미치는 것으로 나타나고 있다. 예를 들어 이선희와 그의 동료들[21]의 연구에 따르면, 3DTV 드라마 시청에 있어 여성에 비해 남성이 보다 높은 시청 의도를 지니는 것으로 나타났다. 또한, 최성진과 그의 동료들[22]의 연구에 따르면, 고화질 VoD 이용에 있어 여성은 로맨틱 장르를 선호하고, 남성에 있어선 액션 장르를 선호하는 것으로 나타났다. 이러한 맥락에서 드라마 몰아보기 행위에 있어서도 성별, 연령, 교육수준, 가구 수입과 같은 인구 통계학적 영향력을 상정해 볼 수 있으며, 이에 본 연구를 이를 실증적으로 검증해 보고자 한다.

## 3. 영상 콘텐츠 소비 행위에 영향을 주는 심리적 구조적 요인들에 대한 선행 연구

### 3.1 영상 콘텐츠 소비 행위에 영향을 주는 구조적 요인

앞서 논의된 바와 같이 아직까지 드라마 시리즈물 몰아보기 행위 영향 요인을 실증적으로 고찰한 연구는 거의 존재하지 않는다. 하지만, 전반적인 영상 프로그램 혹은 서비스 이용 행위 영향 요소들에 대한 연구 및 드라마 장르 프로그램에 대한 일반적인 시청 행위 혹은 시청 만족도 등에 영향을 주는 요소들에 대해서는 꾸준히 연구들이 이루어져 왔다[10][23]. 특히, 이들 선행 연구들은 시청 행위 영향 요인들을 크게 두 가지 축으로 이해해 왔다[24-26].

우선 기존 연구들은 영상 프로그램 시청이 구조적인 요인(Structural factor)에 영향을 받을 수 있음을 강조하였다[26]. 여기서 말하는 구조적인 요인들이란 개인의 능동적 선택 등과는 별개로 기본적으로 영상 프로그램을 소비하기 위한 다양한 환경 제약 조건 혹은 전제가 되는 조건 등을 의미한다. 이러한 구조적인 요건들로서는 원하는 시점에 내가 원하는 콘텐츠가 문제없이 공급되는 지 등과 관련된 콘텐츠 가용성 문제부터 시작하여 개인의 일상생활 속에서 다양한 활동 중 영상 프로

그램 소비를 위한 가용 시간(Available Time)이 얼마나 존재하는 지 등에 대한 시간 조건, 그리고 공간적으로 프로그램 시청을 위한 단말기 접근이 얼마나 가능한지 등의 공간 조건 등을 모두 포함한다[24][25]. 물론 구조적인 요인들의 경우 앞서 논의한 바와 같이 미디어 기술의 발전과 함께 점차 극복되고 있는 대상이지만, 그럼에도 불구하고 기술의 발전에 따른 변화된 환경 속에서도 미디어 이용에 있어 여전히 많은 개인들은 이러한 구조적인 요인들로부터 완전히 자유롭지 못한 것으로 선행 연구들은 밝히고 있다[27].

이러한 맥락에서 본 연구의 경우에도 구조적인 요인들이 드라마 시리즈물 몰아보기에 영향을 줄 수 있을 가능성을 상정해보고자 한다. 특히, 본 연구는 구조적 요인으로서 일상생활 속에서의 시간적 가용 조건이 몰아보기에 영향을 미칠 수 있는 요인으로 상정하고 어떻게 몰아보기 행위에 영향을 미치는 지를 실증적으로 고찰해 보고자 한다. 황용석[24]이 지적했듯, 미디어의 이용은 일반적으로 일상생활 속의 일부 과정으로 나타나며, 대개의 사람들의 생활 패턴은 일정부분 되풀이되며 구조화되어 있다. 일상적인 사람들의 경우 일반적으로 하루의 일과는 근무(노동) 시간, 생존을 위한 기본 필수 시간, 이동 시간 및 여가 시간 등의 함으로 이해될 수 있다. 특히 이 가운데 미디어 이용은 여가 시간 등과 연관되어 이해될 수 있다[28]. 만일 상대적으로 평일에 근무 시간이 길다면 여가 시간은 짧아질 수 밖에 없으며, 이에 평일에는 프로그램 시청 등을 위한 충분한 시간을 확보하지 못할 가능성이 크며, 상대적으로 여가 선용을 위한 시간을 확보하기 쉬운 주말등에 몰아보기 행위를 이끌어 낼 가능성 또한 생각해 볼만하다.

### 3.2 영상 콘텐츠 소비 행위에 영향을 주는 심리적 요인

또 다른 축으로 과거 선행 연구들은 시청 행위에 영향을 줄 수 있는 요인으로서 미디어 이용자 개개인의 성격적 혹은 심리적 특성에 주목해 왔다[26]. 구조적인 요인에 강조를 둔 연구들이 일반적으로 환경에 의해 영향 받는 수동적인 이용자를 가정한다면, 영상 소비에 있어 개인적 특성을 강조하는 연구들은 자신의 목적과 선호 경향에 따라 프로그램을 소비하는 미디어 이용자

의 능동성을 강조한다[10]. 이러한 개개인의 심리적 특성에 강조를 두는 연구들은 성격 5요인(Big Five Factor)과 같은 내재화된 개인의 성격이 미디어 이용에 어떤 영향을 미치는 지에 대한 연구[29], 기술 수용 모델(Technological Acceptance Model: TAM)[30]을 바탕으로 미디어나 기술의 여러 특성들에 대한 개인의 인지 정도가 미디어 이용에 어떤 영향을 미치는 지에 대한 연구, 이용과 충족 접근[18]을 바탕으로 미디어의 이용 영향 동기를 분석하는 연구 등을 모두 포함한다[25]. 이러한 맥락에서 본 연구에서는 심리적 요인들로서 특히 인지된 인터페이스 품질, 인지된 콘텐츠 다양성, 정서적 불안정성 및 이용동기가 드라마 시리즈물 몰아보기에 어떤 영향을 미치는 지에 대해 살펴보고자 한다. 선행 연구들에 나타난 이들 요인들과 영상 콘텐츠 소비와의 관계에 대한 보다 자세한 설명은 다음절과 같다.

### 3.2.1 인지된 인터페이스 품질과 영상 콘텐츠 소비

선행 연구들은 미디어나 콘텐츠 소비에 있어 서비스가 제공되는 플랫폼의 인터페이스(Interface) 품질에 대해 이용자들이 어떻게 지각하는 가가 미디어나 콘텐츠 이용에 영향을 미칠 수 있음을 주장하고 있다[31-33]. 여기서 말하는 인터페이스 품질은 사용자가 미디어에서 원하는 콘텐츠를 찾거나 내용 등을 검색하는 데 있어 얼마나 효율적이고 편리하게 구성되어 있는지를 의미한다[31]. 이러한 가운데 드라마 몰아보기를 하기 위해 이용하는 플랫폼이 제공하는 인터페이스 환경을 어떻게 인식하느냐에 따라 이용자의 이용 방식 등이 영향 받을 가능성을 상정할 수 있으며, 본 연구는 이를 실증적으로 살펴보고자 한다.

### 3.2.2 인지된 콘텐츠 다양성과 영상 콘텐츠 소비

이전의 연구들은 미디어 서비스가 얼마나 자신이 원하는 다양한 종류의 콘텐츠를 제공하고 있는 지각하는 정도가 미디어나 콘텐츠 이용 행위에 영향을 줄 수 있음을 주장하고 있다[3][34][35]. 예를 들어, 김수현[35]의 연구에 따르면 IPTV 서비스가 제공하는 콘텐츠 다양성에 대해 이용자들의 지각 정도는 IPTV 이용 행위에 영향을 주는 것으로 나타났다. 이러한 가운데, 본 연구

에 있어서도 드라마 몰아보기를 하기 위해 이용하는 플랫폼에서 제공되는 콘텐츠 다양성에 대한 지각 정도가 드라마 몰아보기 행위에 영향을 줄 수 있음을 상정해 볼 수 있으며, 본 연구는 이를 실증적으로 고찰해 보고자 한다.

### 3.2.3 정서적 불안정성과 영상 콘텐츠 소비

기존 연구들은 개인 특성으로서 정서적불안정(Neuroticism)이 영상 콘텐츠 포함 다양한 미디어 소비 행위에 영향을 미칠 수 있음을 주장한다[36]. 정서적불안정성이 높은 사람들은 일반적인 사람들에 비해 불필요한 걱정을 많이 하며, 항상 긴장되어 있으며 아직 일어나지 않은 결과에 대해서도 염려하거나 민감하게 반응하는 경우가 많다. 또한 일반적으로 정서불안정성이 높은 사람의 경우에는 우울해지기 쉬운 것으로 보고되고 있다[37]. 연구들에 따르면, 미디어나 콘텐츠 이용에 있어 정서불안정 성향이 있는 개인들은 많은 경우 현실 세계에서의 상시적인 긴장 상태를 해소하고 잊고자 오락적인 프로그램들을 통해 현실을 회피하거나 혹은 SNS와 같은 미디어를 과도하게 몰입하여 이용하는 등 중독적 성향을 나타내기도 한다[36-38]. 이러한 맥락에서, 정서적불안정성이 높은 이용자들의 경우 드라마 시리즈물을 몰아볼 가능성이 높을 가능성을 상정해 볼 수 있으며, 본 연구를 이를 실증적으로 확인해보고자 한다.

### 3.2.4 이용동기와 영상 콘텐츠 소비

프로그램 시청 등에 영향을 줄 수 있는 심리적 특성을 강조한 다수의 선행 연구들은 많은 경우에 있어서 이용과 충족 이론(Uses & Gratification Theory)을 바탕으로 미디어나 콘텐츠 이용 방식을 이해해 왔다[40]. 이용과 충족 이론은 기본적으로 미디어를 활용하고 소비하는 개개인이 수동적인 존재가 아님을 강조한다. 오히려 이 이론은 미디어 이용자들이 보다 능동적으로 자신만의 내적 동기(Motivation)를 가지고 이를 바탕으로 다양한 욕구들을 충족(Gratification)시킬 목적으로 미디어를 이용하며, 이용자들은 각기 다른 미디어들을 이용하며 다른 형태의 욕구를 얻음을 주장한다[18].

이용과 충족 관점에서 미디어 이용 행위를 이해함에

있어 가장 중요한 포인트는 특정 미디어 이용이나 콘텐츠를 이용함에 있어 그 동기들이 무엇인지를 규명하는 것이다. 이러한 가운데 많은 선행 연구들은 영상 콘텐츠 시청 행위에 영향을 미치는 요인들을 꾸준히 규명해 왔다[1][3][14][21-23]. 또한, 특정 장르로서 드라마 이용 동기 또한 많은 연구들에 의해 규명되어 왔다. 대표적으로, 박신영[14]은 TV 드라마 이용 동기로서 판타지, 유익성, 화제성, 여가습관, 선호취향, 참신성 및 내러티브 등의 동기가 있으며, 이 들 요인들이 드라마 시청 행위에 영향을 미칠 수 있음을 밝혔다. 또한, 유세경과 그의 동료들[41]은 TV 드라마 이용 동기로서 간접적인 체험, 유익함, 주변인들과의 원활한 관계 및 신화적 문제해결 등의 동기가 있는 것을 밝혀내었다.

하지만 과거 선행 연구들의 경우 몰아보기가 아닌 일반적인 드라마 시청 행위 영향 동기들을 규명한 연구가 대부분이다. 이러한 맥락에서 본 연구의 경우에도 드라마 몰아보기 행위에 영향을 미칠 수 있는 다양한 내적 동기들을 규명해보고, 이들 요인들이 어떻게 드라마 몰아보기 행위에 영향을 미치는 지를 실증적으로 살펴보고자 한다.

#### 4. 드라마 관여도와 드라마 시청행위

관여도(Involvement)란 학자들마다 다양한 형태로 정의를 내리는 다차원적인 개념이지만, 일반적인 수준에서는 한 개인이 특정한 주제나 대상에 대해 개인적인 관련성 혹은 중요성을 지니고 있어 다른 대상보다 각별한 주의를 기울이는 것을 의미한다[42]. 특히, 미디어나 콘텐츠 행위 관련 연구에서는 일반적으로 미디어 등을 통해 노출된 다양한 형태의 메시지 혹은 콘텐츠에 대해 이용자들이 관심을 가지고 주의를 기울이는 정도로 이해될 수 있다[43].

기존의 많은 연구들은[44][45] 관여도가 메시지나 동기 등이 일정한 태도나 행위 의도 등에 영향을 미칠 때 그 효과를 매개하거나 혹은 조절하는 경우가 많음을 밝혀주고 있다. 예를 들어, 정교화가능성모형[46]에 따르면, 소비자의 메시지 정보 처리 경로는 관여도에 따라 차이가 나는데, 일반적으로 관여도가 높을 경우 깊이 생각하면서 신중하게 메시지를 처리하지만, 관여도가

낮을 경우 원래의 메시지 이외에 다른 주변 단서들에 의해 영향 받는 것으로 알려져 왔다[46].

더불어, 선행 연구에 따르면 다양한 형태의 미디어 텍스트에 대한 관여는 주위의 물리적 환경에 대한 인식을 잊어버리고 텍스트에 몰입(Flow)하는 현상을 야기할 수 있으며[47], 이러한 몰입 과정은 결과적으로 몰아보기 행위와도 연관될 가능성이 있음을 주장한다[2].

특히, 많은 선행 연구들[48]이 밝히고 있듯이 드라마 시리즈물의 경우 이용자들이 주제나 내용, 스토리의 구조 등 미디어 텍스트에 적극적으로 관여할 수 여지가 많은 장르이며, 이에 시청자들의 드라마 텍스트에 대한 관여도의 정도가 일정 부분 메시지나 동기 등이 시청 행위 등에 영향을 미칠 때 조절 효과를 보일 가능성을 상정해 볼 수 있다. 하지만, 아직까지 드라마 시리즈물 텍스트에 대한 관여도가 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 영향을 어떻게 미칠 수 있는가를 고찰한 연구는 아직까지 존재하지 않는다.

이에 본 연구는 드라마 시리즈물 몰아보기 동기들이 몰아보기 행위에 영향을 미치는 과정에서 드라마 시리즈물에 대한 관여도 정도에 따라 조절될 가능성을 상정해 보고, 이를 실증적으로 확인해 보고자 한다.

### III. 연구의 문제 및 연구 방법

#### 1. 연구문제

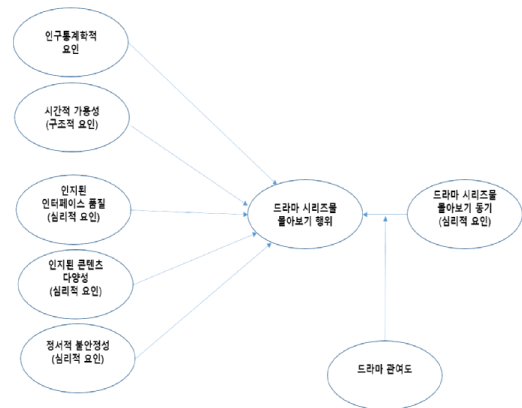


그림 1. 본 연구의 연구 모형

본 연구는 앞서 기술된 다양한 문헌고찰을 바탕으로 다음 연구문제 1-4과 [그림 1]과 같은 연구 모형을 제안하고 이를 실증적으로 점검해 보고자 한다.

- 연구문제 1:** 인구통계학적 요인들은 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 어떤 영향을 주는가?
- 연구문제 2:** 구조적 요인들(시간적 가용성)은 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 어떤 영향을 주는가?
- 연구문제 3:** 심리적 요인들(인지된 인터페이스 품질, 인지된 콘텐츠 다양성, 정서적 불안정성, 몰아보기 동기)은 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 어떤 영향을 주는가?
- 연구문제 4:** 드라마 시리즈물 몰아보기 동기와 몰아보기 행위 관계에서 드라마 관여도 수준은 어떤 영향을 미치는가?

이상까지 9단계로 나누어 측정하였다. 본 연구에 있어 응답자들의 인구 통계학적 특성들은 다음 [표 1]과 같이 나타났다.

표 1. 인구통계학적 특성들

구분	항목	응답수	비율
성별	남성	80	49.4
	여성	82	50.6
교육 수준	고졸이하	18	11.1
	대학재학	24	14.8
	대학졸	96	59.3
	대학원 졸	24	14.8
연령	20세~29세	58	35.8
	30세~39세	73	45.1
	40세~49세	31	19.1
가구 수입	100만원 미만	5	3.1
	100~200만원 미만	14	8.6
	200~300만원 미만	28	17.3
	300~400만원 미만	21	13.0
	400~500만원 미만	25	15.4
	500~600만원 미만	26	16.0
	600~700만원 미만	12	7.4
	700만원~800만원 미만	14	8.6
800만원 이상	17	10.5	

## 2. 연구의 방법

### 2.1 자료의 수집 과정

본 연구는 앞서 선행 연구를 바탕으로 드라마 몰아보기 행위에 영향을 미치는 요인들을 실증적으로 분석하기 위하여 구조화된 설문지를 바탕으로 2017년 11월 31일부터 12월 4일까지 리서치 전문 업체에 의뢰하여 온라인 설문을 시행하였다. 설문 대상자는 드라마를 몰아보기 한 경험이 있는 20대 이상 50대 미만 영상 콘텐츠 이용자들을 중심으로 하였다. 총 293명이 설문에 참가하였으며, 이 중에서 드라마 몰아보기 경험이 없다고 응답한 응답자들을 제외한 162명의 응답만이 최종적으로 실증적 결과를 위한 분석을 위하여 사용하였다.

### 2.2 변인 및 측정

#### 2.2.1 인구 통계학적 요인들

다양한 인구 통계학적 요인들은 다음과 같이 측정되었다. 성별은 남자와 여자(0 = 남자, 1 = 여자)로 측정하였으며, 나이는 현재의 나이를 직접 질문하였다. 교육수준은 고졸이하/대학재학/대학졸/대학원 졸 등 4단계로 구분하였으며, 가구수입은 100만원 미만부터 800만원

#### 2.2.2 시간적인 가용 조건

드라마 몰아보기 행위에 영향을 미칠 수 있는 구조적 요인으로서 시간적인 가용 조건을 측정하기 위해 황용석[24] 및 김병선[25]의 연구를 참고하여 응답자들의 주중 평균 근무지에서 일하는 노동시간, 주중 평균 자택에 머무르는 시간, 주말 평균 자택에 머무르는 시간, 주중 평균 대중교통을 위한 이동 시간 및 주말 평균 대중교통 이용시간을 개방형 질문을 통하여 확인하였다. 응답자들의 주중 평균 근무지에서 일하는 근무시간은 7.58시간(SD = 3.09), 주중 평균 자택에 머무르는 시간은 11.33시간(SD = 3.72), 주말 평균 자택에 머무르는 시간은 15.59시간(SD = 5.58), 주중 평균 대중 교통 이용 시간은 1.14시간(SD = 1.33) 그리고 주말 평균 대중 교통 이용 시간은 0.75시간(SD = 0.88)로 나타났다.

#### 2.2.3 인지된 인터페이스 효율성

인지된 인터페이스 효율성은 조세형과 그리피스(Griffith)와 그의 동료들[31-33]의 연구를 기반으로 드라마 몰아보기를 위해 이용하고 있는 서비스에서 제공

되는 서비스 환경에 대해 이용자들이 얼마나 편리하고 효율적으로 구성되어 있는지를 지각하는 정도로 측정하였다. '드라마 시리즈물을 몰아보기를 위해 현재 이용하고 있는 서비스는 관련된 기능들이 효율적으로 구성되어 있다' 등 총 2문항에 대해 응답자들에게 7점 리커트 척도로 응답하게 하였으며, 이를 평균하여 최종 분석에 사용하였다( M = 4.94, SD = 1.28,  $\alpha = .94$ ).

2.2.4 인지된 콘텐츠 다양성

인지된 콘텐츠 다양성은 정철호와 정덕희 및 김수현 [34][35] 등의 연구를 기반으로 이용자들이 드라마 몰아보기를 할 때 이용하는 서비스에서 이용할만한 콘텐츠들의 가용성(Availability) 정도를 어떻게 지각하는지를 측정하였다. '드라마 시리즈물을 몰아보기 위해 현재 이용하고 있는 서비스에서는 몰아보기 할 만한 충분한 콘텐츠를 제공하고 있다' 등 총 3문항에 대해서 응답자들에게 7점 리커트 척도로 응답하게 하였으며, 이를 평균하여 최종 분석에 사용하였다( M = 4.80, SD = 1.23,  $\alpha = .91$ ).

2.2.5 정서적 불안정(Neuroticism)

심리적 특성으로서 정서적 불안정성은 이창훈과 김정기[36] 및 맥케이(McCae)와 코스타(Costa)[39] 등의 연구를 기반으로 '나는 쓸데없이 걱정이 많은 사람이다' 등 3문항에 대해서 응답자들에게 7점 척도로 응답하게 하였으며, 이를 평균하여 최종적으로 분석에 사용하였다( M = 4.02, SD = 1.26,  $\alpha = .81$ ).

2.2.6 드라마 몰아보기 동기

드라마 몰아보기 동기 요인들은 다음과 같은 과정을 통해서 측정되었다. 우선 다양한 선행 연구들 [1][3][14][21-23][41]를 바탕으로 총 32개의 몰아보기 동기 측정을 위한 항목들을 개발하였으며, 이들 항목들에 대해서 응답자들에게 7점 리커트 척도로 응답하게 하였다. 응답 이후에 이들의 이들의 응답을 바탕으로 탐색적 요인 분석을 실시하였다. 요인을 추출하기 위한 방법론은 주성분 분석을 이용하였으며, 직교회전(Varimax) 방법을 활용하였다. 또한, 최종 요인 수 결정

을 위한 기준으로 고유값(Eigenvalues) 1.0이상, 각 요인에 있어서 주 적재치가 .60이상이고 부적재치가 .40미만을 설정하였다[29] 이러한 과정 속에서 총 8개의 측정 항목들이 제외되었으며, 최종적으로 24개의 측정 항목을 기반으로 총 7개의 드라마 몰아보기 동기 요인들이 추출되었다.

[표 2]은 이러한 요인분석 결과를 보다 자세히 보여준다. 요인분석의 결과 추출된 드라마 몰아보기의 7개의 동기는 <즐거움과 스트레스해소>, <프로그램 평판>, <배우선호 경향>, <반복시청가능>, <시간적 효율추구>, <본방 사수 어려움> 및 <습관적> 등으로 나타났다.

표 2. 드라마 몰아보기 이용 동기 요인 분석 결과

요인	성분							신뢰도
	1	2	3	4	5	6	7	
즐거움과 스트레스 해소	.790	.126	-.098	.097	.028	.192	-.091	.892
	.835	.107	-.043	.055	.019	.240	-.073	
	.801	.059	-.060	.153	-.059	.262	-.075	
	.651	.294	-.178	.155	.062	.081	-.038	
	.791	.179	.041	.035	.186	.018	.006	
	.709	.141	-.041	.031	.141	.009	.178	
.750	.071	.080	-.020	.121	.001	.161		
프로그램 평판	.364	.705	.002	.107	.056	.125	-.047	.853
	.064	.843	.185	.000	-.029	-.057	-.011	
	.208	.822	.045	.195	-.030	.050	-.013	
	.167	.805	-.072	.047	.154	.137	-.065	
배우선호 경향	-.082	.063	.910	.195	.116	-.063	.162	.957
	-.050	.059	.931	.204	.070	.009	.106	
	-.086	.039	.894	.190	.159	-.048	.162	
반복시청 가능	.145	-.040	.302	.730	.287	-.121	-.022	.865
	.070	.177	.168	.894	.065	-.023	.112	
	.153	.169	.189	.860	.049	.040	.072	
시간적 효율추구	.204	.323	-.026	.044	.666	.211	-.032	.778
	.148	.040	.165	.098	.888	-.057	.065	
	.054	-.126	.188	.178	.814	-.027	.183	
본방사수 어려움	.323	.113	.008	-.027	.000	.882	.022	.906
	.209	.083	-.092	-.055	.057	.912	.119	
습관적	.082	-.076	.210	.062	.049	.020	.861	.736
	-.018	-.038	.138	.076	.122	.098	.835	
고유치	6.359	4.353	2.254	1.657	1.545	1.203	1.083	
분산비율	26.494	18.137	9.390	6.906	6.436	5.011	4.511	

2.2.7 드라마 관여도

드라마 관여도는 수용자 관여도와 관련된 다양한 선행 연구[42-47]들을 바탕으로 드라마 이용자가 드라마에 노출되는 동안 내용을 정확히 파악하려는 노력이나 메시지에 대해 깊이 생각하는 정도로 측정하였다. '드라마 시리즈물을 몰아보기 하는 동안 드라마가 전하고자



하는 메시지에 대해 '꿈꿈이 생각해 본다' 등 총 3개의 문항에 대해서 응답자들에게 7점 척도로 응답하게 하였으며, 이를 평균하여 최종적으로 분석에 사용하였다(M = 4.73, SD = 1.28,  $\alpha = .87$ )

2.2.8 드라마 몰아보기 이용행위

드라마 몰아보기 행위의 경우 데이비스(Davis)의 연구[30]를 바탕으로 드라마 몰아보기 행위 의도(Behavioral Intention)를 측정하였다. '나는 드라마시리즈물을 지속적으로 몰아볼 생각이다' 단일 항목으로 측정하였다( M = 4.91, SD = 1.05).

IV. 연구의 결과

1. 연구 문제의 검증 결과

본 연구는 인구통계학적 요인 및 다양한 심리적·구조적 요인들이 어떻게 드라마 몰아보기 행위에 영향을 미치는지를 실증적으로 살펴보고 검증하기 위해서 위계적 회귀 분석(Hierarchical Regression Analysis)을 실시하였다. 분석을 통하여 나타난 결과는 다음과 같다.

<연구문제 1>은 성별, 나이, 교육의 수준 및 가구의 수입 정도와 같은 인구 통계학적 요인들이 드라마 몰아보기 행위에 어떤 영향을 미치는 지를 살펴보고자 하였

표 3. 위계적 회귀분석 결과

변수 이름	1단계회귀식		2단계회귀식		3단계회귀식		4단계회귀식		5단계회귀식		6단계회귀식		VIF
	Beta	t	Beta	t	Beta	t	Beta	t	Beta	t	Beta	t	
성별	.082	1.051	.067	.815	.081	1.001	.062	.765	.083	1.094	.072	.931	1.334
나이	-.135	-1.689	<b>-.175*</b>	<b>-2.086</b>	<b>-.189*</b>	<b>-2.225</b>	<b>-.170*</b>	-2.007	-.075	-.940	-.052	-.650	1.442
교육수준	.093	1.167	.093	1.160	.095	1.179	.101	1.269	.074	1.025	.076	1.031	1.205
가구수입	-.142	-1.814	-.133	-1.676	-.143	-1.815	-.121	-1.535	-.037	-.517	-.029	-.391	1.177
주중노동시간			.082	.881	.071	.775	.086	.939	.003	.034	-.044	-.502	1.697
주중자택			.176	1.783	.129	1.294	.133	1.346	.034	.380	.016	.172	1.829
주말자택			-.010	-.110	.005	.048	-.011	-.113	-.037	-.436	.006	.071	1.689
주중대중교통			-.073	-.820	-.079	-.880	-.051	-.566	-.106	-1.277	-.124	-.1452	1.611
주말대중교통			.021	.234	.021	.227	.013	.147	.054	.630	.047	.521	1.778
인터넷이슈효율성					-.057	-.494	-.042	-.366	-.127	-1.243	-.141	-1.361	2.361
콘텐츠다양성					<b>.229*</b>	<b>2.048</b>	<b>.236*</b>	<b>2.134</b>	.131	1.277	.147	1.408	2.396
정서적불안정성							..158	1.955	<b>.215**</b>	<b>2.906</b>	<b>.247**</b>	<b>3.215</b>	1.301
즐거움과스트레스해소									<b>.305**</b>	<b>3.317</b>	<b>.301**</b>	<b>2.847</b>	2.468
프로그램평판									<b>.229**</b>	<b>2.845</b>	<b>.207*</b>	<b>2.402</b>	1.637
배우선호경향									-.116	-1.321	-.117	-1.165	2.236
반복시청가능									.166	1.852	.184	1.806	2.304
시간적효율성추구									-.112	-1.406	-.118	-1.371	1.647
분방사수의어려움									.013	.162	.045	.541	1.518
습관적									-.110	-1.439	-.065	-.817	1.391
드라마관여도(A)											-.021	-.227	1.893
AX즐거움과스트레스해소											.139	1.371	2.258
AX프로그램평판											-.079	-.867	1.852
AX배우선호경향											.001	.008	2.344
AX반복시청가능											.116	1.126	2.342
AX시간적효율성추구											<b>-.181*</b>	<b>-2.129</b>	1.607
AX분방사수의어려움											.096	1.094	1.712
AX습관적											-.063	-.763	1.526
모델의 F	2.057		1.473		1.785		1.985*		4.410***		3.233***		
R <sup>2</sup>	.050		.080		.116		.138		.356		.394		
ΔR <sup>2</sup>	.050		.030		.036		.022		.219		.038		

Note) p<0.05\*, p<0.01\*\*, p<0.001\*\*\*

다. 연구의 결과 드라마 시청자의 어떤 인구 통계학적 요인들도 몰아보기 행위에 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<연구문제 2>는 구조적 요인들이 드라마 몰아보기 행위에 영향을 미치는 지를 살펴보고자 하였다. 연구의 결과 노동시간, 자택에 머무는 시간 등 가용시간, 주중 대중 교통 이용시간, 주말 대중 교통 이용시간 등은 모두 몰아보기 행위에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

<연구문제 3>은 심리적 요인들이 드라마 몰아보기 행위에 어떤 영향을 미치는 지를 살펴보고자 하였다. 분석 결과, 정서적 불안정성의 경우 드라마 몰아보기 행위에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta = .247, p < 0.01$ ). 또한, 즐거움과 스트레스해소 동기( $\beta = .301, p < 0.01$ )와 프로그램 평판 동기( $\beta = .207, p < 0.05$ )가 드라마 몰아보기 행위에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 그 외 나머지 몰아보기 동기들과 인터페이스 효율성, 콘텐츠 다양성 등은 유의미한 영향력을 가지지 않는 것으로 나타났다.

<연구문제 4>는 드라마 몰아보기 동기와 몰아보기 행위 관계에서 드라마 관여도 수준에 따라 드라마 몰아보기 동기가 행위에 영향을 미치는 정도가 어떻게 달라지는 지를 살펴보고자 하였다. 이를 위하여 각각의 몰아보기 동기 변인들과 드라마 관여도와와의 상호작용변인들을 위계적 회귀분석에 독립변인들로 투입되었다<sup>1)</sup>. 분석 결과, 시간적 효율성 추구 동기와 드라마 몰아보기 행위의 관계에서 드라마의 관여도가 조절효과를 가지는 것으로 나타났다( $\beta = -.181, p < 0.05$ ).

드라마 관여도의 조절 효과의 구체적인 모습을 위하여 [그림 2]와 같이 추가 분석을 실시하였다. 분석의 결과를 살펴보면, 드라마의 관여도가 낮을 때 관여도가 높을 때에 비해서 시간적 효율성 동기가 드라마 몰아보기 행위에 미치는 영향 정도가 좀 더 강하게 나타남을 알 수 있다.

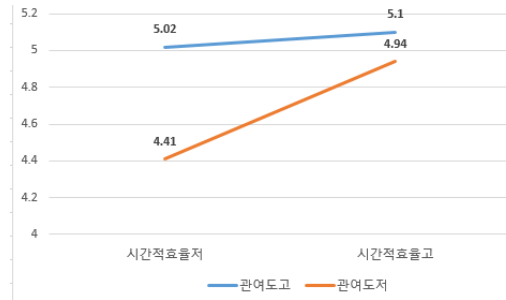


그림 2. 시간적 효율동기와 몰아보기 행위에 있어서드라마 관여도의 조절 효과

## V. 결과 및 시사점

본 연구는 미디어 환경 변화 속에서 점차 보편화되고 있는 몰아보기, 특히 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 영향을 미칠 수 있는 다양한 요인들을 규명해보고, 실제로 어떤 영향을 미치는 지를 실증적으로 규명하고자 하였다. 본 연구의 결과는 다음 [표 4]와 같이 요약될 수 있으며, 연구의 결과를 통해 나타난 여러 결과들이 나타내는 바는 다음과 같이 이해될 수 있다.

표 4. 본 연구 결과의 요약

영향 요인 (관련 연구문제)		드라마 몰아보기 행위 영향 여부
인구통계학적 요인 (연구문제 1)	성별	No
	나이	No
	교육수준	No
	가구수입	No
구조적 요인/시간적 가용성 (연구문제 2)	주중노동시간	No
	주중자택	No
	주말자택	No
	주중대중교통	No
	주말대중교통	No
심리적 요인들 (연구문제 3)	인터페이스효율성	No
	콘텐츠다양성	No
	정서적불안정성	YES
	즐거움과스트레스해소 동기	YES
	프로그램평판 동기	YES
	배우선호경향 동기	No
	반복시청가능 동기	No
	시간적효율성추구 동기	No
본방송사수의어려움 동기	No	
습관적 동기	No	

1) 상호작용변인들의 경우 다중공선성(Multicollinearity) 문제 해결을 위하여 평균중심화(Mean Centering)하여 분석에 투입하였다.

드라마 관여도의 조절 효과 (연구문제 4)	드라마관여도(A)	No
	드라마관여도와 즐거움과스트레스해소 동기 상호작용	No
	드라마관여도와 프로그램평판동기 상호작용	No
	드라마관여도와 배우선호경향동기 상호작용	No
	드라마관여도와 반복시청가능동기 상호작용	No
	드라마관여도와 시간적효율성추구동기 상호작용	YES
	드라마관여도와 본방송수익어려움동기 상호작용	No
드라마관여도와 습관적동기 상호작용	No	

우선, 성별 등의 인구통계학적 요소들은 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다. 이는 일반적으로 드라마 시청 행위에 있어 인구 통계학적 요인이 드라마 시청 행위에 영향을 미칠 수 있다는 일부 기존 연구들[21]의 주장을 고려할 때 의외의 결과이다. 이와 관련해서는 다음과 같은 해석이 가능하다. 다원화되고 개인화되고 있는 현대 사회에서 성별과 나이 같은 전통적인 인구통계학적 변인들이 서로 다른 미디어 이용자 집단을 구분하는 기준점으로 변별력이 충분하지 못할 가능성이 있다[10]. 오히려 미디어 이용자 집단은 라이프스타일 등 개인들의 생활 패턴이나 가치 지향점 중심의 다른 기준들에 의해 분류될 가능성이 크며[49] 이에 본 연구의 결과에서는 유의미한 영향력을 미치지 못했을 가능성이 있다. 하지만, 본 연구의 결과만으로 이에 대한 결론을 짓기는 어려우며 관련해서 추가적인 연구가 필요해 보인다.

둘째로, 본 연구는 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 있어 시간적 가용성과 같은 구조적인 요인들과 개인성격 특성 및 이용 동기 등의 심리적인 요인들 중 어떤 요인들이 몰아보기 행위에 영향을 미치는 지를 실증적으로 살펴보고자 하였다. 연구의 결과, 심리적인 요인으로서 개인의 성격 특성과 이용 동기만이 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이러한 결과는 다음과 같은 함의를 가질 수 있다. 앞서 논의한 바와 같이[1][7-11] 다양한 플랫폼의 증가와 인터랙티브 환경 속에서 새롭게 등장하고 있는 드라마 시리즈물 몰아보기와 같은 새로운 이용자 소비 패턴은 구조적인 요인보다는 개인의 심리적인 요인들에 의해 더 많은 부분 영향을 받는다는 사실이다. 다시 말하면, 드라마 시리즈물 몰아보기는 더 많은 통제권이 주

어진 상황 속에서 미디어 이용자들이 보다 능동적이고 개인의 의지를 가지고 영상 콘텐츠를 소비하려는 행위의 하나로 이해될 수 있다는 점이다.

또한, 개인 성격 특성으로서 정서불안정성은 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 앞서 논의한 바와 같이 정서불안정성은 우울증과도 연관되며, 미디어 이용에 있어 현실회피를 위한 미디어 중독현상과도 연관이 있는 것으로 보고되고 있다[36-38]. 이러한 맥락에서, 드라마 시리즈물 몰아보기 행위는 단순 미디어 이용 행위를 넘어서 어떤 의미에서 중독과 같은 병리학적(Pathological)인 결과물일 가능성을 배제할 수 없으며 이에 대한 추가적인 연구들이 필요해 보인다.

본 연구의 결과는 이용 동기로서 즐거움과 스트레스 해소 및 프로그램 평판이 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 영향을 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특히 즐거움과 스트레스 해소 동기가 강하게 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 다른 대부분의 미디어 이용 행위들과 마찬가지로 드라마 시리즈물 몰아보기 역시 행위 자체에서 오는 즐거움을 위한 내재적 동기(Intrinsic motivation)가 행위의 중요 영향 요소임을 의미하는 바라 하겠다[50]. 또한, 프로그램 평판 동기가 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 몰아보기 행위가 어떤 의미에서는 다른 이들과 널리 알려진 주제나 내용에 대해 얘기하고 소통하고 싶은 개인의 사회적 욕구(Social needs)와도 연관이 될 수 있음을 의미하는 바라 하겠다.

끝으로, 드라마 관여도는 시간적 효율성 동기가 드라마 시리즈물 몰아보기 행위에 영향을 미치는 과정에서 조절효과를 보여주는 것으로 나타났다. 구체적으로, 연구의 결과는 이용자의 드라마에 대한 관여도가 높지 않을 때 시간적 효율성 동기가 높아짐에 따라 몰아보기 행위 정도가 크게 늘어남을 보여주고 있다. 이는 전반적인 드라마 스토리 구조나 주제 등에 크게 신경쓰지 않는 사용자들의 경우 빠르게 전체 내용을 요약적으로 파악하기 위해서 몰아보기 행위를 할 가능성이 있음을 나타내는 바라 하겠다.

본 연구는 변화하는 미디어 환경 속에서 빠르게 보편

화되고 있지만, 학술적인 영역에서는 그 동안 간과되어 왔던 새로운 미디어 이용 패턴으로서 ‘몰아보기’를 이론적인 관점을 바탕으로 체계적으로 설명했다는 점에서 연구의 의의를 지닌다. 특히, 본 연구는 앞으로의 영상 콘텐츠 소비 관련 연구에 있어서 구조적인 측면보다는 이용자 능동성에 바탕을 둔 심리적인 요인들에 보다 집중할 필요성을 제시한다는 점에서 향후 연구들의 연구의 방향 설정에도 도움을 준다.

본 연구가 지닌 한계점 및 후속 연구들의 연구 방향 또한 논의될 필요가 있다. 본 연구의 경우 표본의 대표성이라는 측면에서 온라인 서베이를 활용하고 한정된 연령 집단을 모집했다는 점에서 한계점을 지닌다. 후속 연구들은 보다 대표성을 지니고 있는 샘플을 이용하는 것이 필요해 보인다. 더불어 향후 연구들은 더 큰 수의 표본을 이용할 필요성이 있어 보인다.

#### 참 고 문 헌

- [1] 심홍진, 주성희, 임소혜, 이혜미, *비선형적 TV 시청환경에서 수용자의 매체 이용행태 변화 및 파급효과에 관한 연구*, 정보통신정책연구원, 2015.
- [2] 홍구슬, 신광철, “개이미피케이션 메커니즘을 기반으로 한 드라마 몰아보기 시청행태 분석: 넷플릭스 사례를 중심으로,” *글로벌문화콘텐츠학회 학술대회*, pp.239-242, 2017.
- [3] 한순상, 유홍식, 신동희, “수용자의 몰아보기 이용동기와 지속적 이용의도에 영향을 미치는 요인에 대한 연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제17권, 제2호, pp.521-534, 2017.
- [4] E. Walton-Pattison, S. U. Dombrowski, and J. Presseau, “‘Just one more episode’: Frequency and theoretical correlates of television binge watching,” *Journal of Health Psychology*, Vol.23, No.1, pp.17-24, 2018.
- [5] J. Merikivi, M. Mäntymäki, A. Salovaara, and L. Zhang, “Binge watching television shows: Conceptualization and measurement,” Available from: [http://aisel.aisnet.org/ecis2016\\_rp.16](http://aisel.aisnet.org/ecis2016_rp.16)
- [6] 연합뉴스, “20대, TV ‘본방사수’는 옛말 - 60.5% ‘몰아보기’ 시청,” Available from: <http://www.yonhapnews.co.kr/bulletin/2016/02/18/0200000000AKR20160218067300033.HTML>
- [7] 임정수, “텔레비전을 떠난 지상파 콘텐츠: 수용자 선택과 이용을 중심으로,” *언론정보연구*, 제47권, 제2호, pp.74-99, 2010.
- [8] 심미선, “다매체 시대 미디어 레퍼토리 유형에 관한 연구,” *한국방송학보*, 제21권, 제2호, pp.351-390, 2007.
- [9] 황성연, “방송환경 변화와 시청률 조사방식의 변화: 국내 통합시청행태 조사의 의미와 쟁점을 중심으로,” *방송문화연구*, 제26권, 제1호, pp.63-84, 2014.
- [10] 심미선, 김은미, 이준웅, “라이프 스타일에 따른 텔레비전 시청패턴 연구: 일원 자료를 근거로,” *한국언론학보*, 제48권, 제2호, pp.189-217, 2004.
- [11] 김숙, “지상파 예능 프로그램의 VOD 창구 성과와 검색 지수에 관한 연구,” *방송과 커뮤니케이션*, 제16권, 제1호, pp.81-114, 2015.
- [12] 최윤정, 권상희, “소셜시청에서 경험하는 사회적 현존감 형성요인과 사회적 현존감이 시청만족도에 미치는 영향,” *한국방송학보*, 제29권, 제5호, pp.242-276, 2015.
- [13] M. Newman, “New media, young audiences and discourses of attention: from Sesame Street to ‘snack culture,’” *Media, Culture & Society*, Vol.32, No.4, pp.581-596, 2010.
- [14] 임소혜, 이영주, “N 스크린 서비스 이용자의 이용동기와 불만족 요인에 관한 연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제13권, 제3호, pp.99-108, 2013.
- [15] M. Pitman and S. Kim, “Sprinting a media marathon: Uses and gratifications of binge-watching television through Netflix,” *First Monday*, Vol.20, 2015.
- [16] M. Jenner, “Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching,” *New Media & Society*,

- Vol.18, No.2, pp.257-273, 2016.
- [17] 김영주, "OTT 서비스 확산이 콘텐츠 생산, 유통, 소비에 미친 영향에 관한 연구," 방송문화연구, 제27권, 제1호, pp.75-102, 2015.
- [18] E. Katz, J. G. Blumler, and M. Gurevitch, "Uses and gratification research," *The Public Opinion Quarterly*, Vol.37, No.4, pp.509-523, 1973.
- [19] L. Pena, *Breaking binge: Exploring the effect of binge watching on television viewer reception*, Dissertation, Syracuse University, 2015.
- [20] 이병성, 최성진, "융합환경에서 지상파 드라마 편성유형이 VoD 구매에 미치는 영향," 한국과학예술포럼, 제19권, pp.527-536, 2015.
- [21] 이선희, 정수영, 장병희, "드라마 시청동기가 3DTV 드라마 시청 태도 및 의도에 미치는 영향," 언론과학연구, 제13권, 제4호, pp.414-453, 2013.
- [22] 최성진, 이영주, 조성수, "지상파 방송 드라마의 고화질 VoD 이용 요인에 관한 연구," 언론과학연구, 제9권, 제4호, pp.639-670, 2009.
- [23] 박신영, "텔레비전 드라마 시청자의 성향이 이용 동기, 장르 선호도 및 드라마 몰입 정도에 미치는 영향: 대학생 시청집단의 현실도피와 판타지 성향을 중심으로," 언론과학연구, 제10권, 제1호, pp.166-201, 2010.
- [24] 황용석, "시간과 공간의 맥락에서 본 텔레비전과 인터넷 이용의 상호관계성 탐구," 방송연구, 제59호, pp.309-338, 2004.
- [25] 김병선, "웹 이용 행위에 영향을 미치는 심리적 요인과 구조적 요인," 한국언론학보, 제48권, 제1호, pp.112-141, 2004.
- [26] 황성연, "시청선택에 영향을 미치는 요인에 관한 연구: 구조적 요인, 시청자 특성, 프로그램 품질평가의 통합분석을 중심으로," 한국방송학보, 제19권, 제4호, pp.644-689, 2005.
- [27] 심미선, "융합환경 하에서의 미디어 이용에 관한 이론적 고찰," 미디어 경제와 문화, 제6권, 제2호, pp.7-44, 2008.
- [28] 이재현, "여가, 텔레비전, 그리고 인터넷 - 생활 시간으로 본 미디어 구도의 변화," 방송문화연구, 제13집, pp.59-81, 2001.
- [29] 이성준, "성격 특성과 이용 동기가 모바일 메시지 그래픽 이모티콘 활용에 미치는 영향: 카카오톡 사례를 중심으로," 한국콘텐츠학회논문지, 제15권, 제12호, pp.129-140, 2015.
- [30] F. Davis, "Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology," *MIS Quarterly*, Vol.13, No.3, pp.319-340, 1989.
- [31] 조세형, "웹사이트 정보품질 및 사용자인터페이스 품질이 문화상품 온라인구매의도에 미치는 영향: 고객 관여도의 조절효과," 한국콘텐츠학회논문지, 제13권, 제2호, pp.931-944, 2013.
- [32] C. Park and Y. Kim, "The effect of information satisfaction and relational benefit on consumer's online shopping site commitment," in Mehdi Khosrow-Pour, *Web technologies for commerce and service online*, Information Science Reference, pp.149-169, 2008.
- [33] D. A. Griffith, R. F. Krampf, and J. W. Palmer, "The role of interface in electronic commerce: Consumer Involvement with print versus online catalogs," *International Journal of Electronic Commerce*, Vol.5, No.4, pp.135-153, 2001.
- [34] 정철호, 정덕화, "UCC 서비스의 콘텐츠 품질이 사용자 만족과 지속이용의도에 미치는 영향," 한국콘텐츠학회논문지, 제9권, 제7호, pp.294-303, 2009.
- [35] 김수현, "IPTV 서비스의 기능적 속성이 채택의도에 미치는 영향," 한국콘텐츠학회논문지, 제9권, 제2호, pp.261-269, 2009.
- [36] 이창훈, 김정기, "세컨스크린 미디어이용의 특성과 효과: 개인성향과 프로그램 장르, 미디어 중독, 애착 변인을 중심으로," 한국언론학보, 제59권, 제1호, pp.331-357, 2015.

- [37] M. Kremar and L. G. Kean, "Uses and gratification of media violence: Personality correlates of viewing and liking violent genres," *Media Psychology*, Vol.7, No.4, pp.399-420, 2005.
- [38] 박미향, 김정숙, 함경애, "대학생의 성격 5요인과 자아존중감이 SNS 중독경향성에 미치는 영향," *재활심리연구*, 제21집, 제2호, pp.189-206, 2014.
- [39] R. McCae and P. Costa, "Validation of the five-factor model of personality across instruments and observers," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.52, pp.81-90, 1987.
- [40] D. D. Shade, S. Kornfield, and M. B. Oliver, "The uses and gratifications of media migration: Investigating the activities, motivations, and predictors of migration behaviors originating in entertainment television," *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Vol.59, No.2, pp.318-341, 2013.
- [41] 유세경, 김명소, 이윤진, "텔레비전 드라마 시청 동기와 태도연구," *한국방송학보*, 제18권, 제1호, pp.245-288, 2004.
- [42] 강두선, 장기훈, "TV드라마 여성음주장면에 대한 공감과 감정이입이 음주의도에 미치는 영향에 관한 성별 비교연구: 관여도의 매개역할을 중심으로," *한국심리학회: 소비자·광고*, 제12권, 제2호, pp.349-348, 2011.
- [43] 김봉철, 최명일, 김유미, "TV 자선모금 프로그램에 대한 수용자의 정서적·인지적 관여가 기부 의도에 미치는 영향: 지각된 행위통제, 도덕적 규범, 기부의도에 미치는 영향," *미디어 경제와 문화*, 제10권, 제3호, pp.48-88, 2012.
- [44] 이승조, 연보영, 구세희, "국제 기아 돕기 캠페인의 효과에 미치는 긍, 부정 프레이밍과 관여도의 영향·상호작용을 중심으로," *감성과학*, 제11권, 제1호, pp.146-162, 2010.
- [45] 홍순근, "정보시스템 수용의 외생적 및 내재적 동기의 효과에 대한 개인적 관여도의 조절효과," *e-비즈니스연구*, 제9권, 제3호, pp.65-83, 2008.
- [46] R. E. Petty and J. T. Cacioppo, "Issue Involvement can Increase or Decrease Persuasion of Enhancing Message-Relevant Cognitive Responses," *Journal of Personality and Social Psychology*, Vol.37, No.10, pp.1915-1926, 1979.
- [47] 김미라, "리얼리티 오디션 쇼의 인지된 진정성 차원과 수용자 관여, 재미와의 관계 연구," *한국방송학보*, 제25권, 제6호, pp.88-124, 2011.
- [48] 김미선, 유세경, "일본 시청자의 한국 드라마 시청에 관한 연구: 한일 역사 인식에 따른 한국 드라마 시청 성과를 중심으로," *한국콘텐츠학회논문지*, 제14권, 제5호, pp.44-54, 2014.
- [49] 김남이, 이수범, "공중의 라이프스타일이 소셜 미디어 이용 동기 및 이용 행위에 미치는 영향에 관한 연구," *한국광고홍보학회*, 제13권, 제2호, pp.306-341, 2011.
- [50] R. Ryan and E. Deci, "Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being," *American Psychologist*, Vol.55, No.1, pp.68-78, 2000.

#### 저 자 소 개

이 성 준(Sungjoon Lee)

정희원



- 2008년 6월 : 뉴욕주립대 커뮤니케이션학과(박사)
- 2011년 9월 ~ 2017년 12월 : 청주대학교 신문방송학과 조교수
- 2018년 1월 ~ 현재 : 청주대학교 미디어콘텐츠학부 조교수

<관심분야> : 소셜 미디어, 빅데이터, 디지털 콘텐츠 산업, 뉴미디어 수용