

청소년의 연예인 우상화 현상의 특성

최 우 신 · 김 영 희*

본 연구는 우리나라 청소년들의 연예인 우상화 현상의 일반적 특성을 알아보고, 성과 연령에 따른 우상화 현상의 차이를 살펴보고 청소년의 우상화에 관한 일반적인 양상을 이해하는데 필요한 기초자료를 제시하는데 그 목적이 있다.

연구대상은 청주시와 대전시 소재의 중학생 257명과 고등학생 154명으로 총 411명이었다. 자료는 담임교사의 지도하에 학생들이 질문지간 완성하여 그 자리에서 회수하는 질문지 조사방법으로 수집하였다. 자료는 SPSSWIN 프로그램으로 분석하였으며, 분석방법은 빈도와 백분율, χ^2 을 사용하였다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

1. 청소년은 연예인 중에서 가수들 우상화하는 경향이 뚜렷하였고, 특히 남자 가수에 대한 우상화 경향이 뚜렷하였다. 연예인을 좋아하는 주요 이유는 대상의 직업과 관련된 전문성과 외모, 그리고 성실함과 정직성과 같은 개인적 특성인 것으로 나타났다. 또한 우상화 수준이 상인 집단이 20.9%이고, 중간이상인 집단이 86.1%로 나타나 청소년기의 우상화현상은 청소년기에 나타날 수 있는 일반적인 현상으로 추론된다.
2. 연예인을 좋아하는 이유에 있어서 성 차가 나타났다. 여학생의 경우는 이상적인 이성으로 좋아하는 경향이 컸고, 남학생의 경우에는 역할모델의 경향이 컸다. 즉, 여학생은 외모와 만습씨, 성실한 개인적 특성에 매력을 느끼고, 남학생은 자기분야에서의 성공과 자아의 투영, 객관적인 평가요인에 매력을 느끼고 있었다.
3. 성과 연령 요인 중에서는 성 요인만이 우상화 수준에 차이를 나타내었다. 즉, 남학생보다 여학생들의 연예인 우상화 수준이 높았으며, 중학생과 고등학생간의 우상화 수준은 차이가 없었다.

I. 서 론

1. 연구의 필요성 및 목적

청소년기에 일어나는 우상화 현상은 동서양을 막론하고 공통된 현상이다. 우상화가 이루어지는 인물들을 살펴보면 가수, 영화배우와 같은 연예인으로부터 스포츠 스타, 작가, 정치인 등에 이르기까지 그 대상의 폭이 다양하다. 이 중에

* 대전광역시 동방여자고등학교 교사 · 충북대학교 생활과학대학 아동복지학과 부교수

서 청소년에게 가장 이상화 현상의 빈도가 높고 뚜렷한 대상은 가수이다(Raviv, Bar-Tel, & Ben-Horin, 1996). 오늘날에는 대중매체의 보급이 증가하고 그 내용의 양적, 질적인 면 역시 발달하여 TV, 영화, 비디오, 각종 잡지, 신문(연예, 스포츠, 일반 신문의 연예란), 컴퓨터 통신, 인터넷 등을 통하여 과거에 비해 청소년들이 이상화 대상을 접할 기회가 더욱 많아졌다. 또한 독자적인 10대 문화인 랩 음악, 힙합 음악과 패션, 컴퓨터 게임과 통신, 언어 등을 인정해주는 사회 분위기가 어느 정도 형성됨에 따라 이상화 현상도 전보다 강화되었고 더 적극적으로 표현되고 있다. 그 중의 한 예로서 스타의 팬클럽 수가 전과는 비교할 수 없을 만큼 증가하였다.

이상화 현상의 가장 큰 특징은 그 대상을 향한 경배와 모방이다. 경배는 이상화한 대상에게 강한 애착과 존경심을 갖게 되는 것으로 일반적으로 그 대상의 사진이나 기사 등 그와 관련된 정보를 모으고 그와 개인적인 만남을 갖고자 열렬히 노력하는 등의 행동으로 나타난다. 모방이란 이상화 대상과 같아지고 싶은 심리로 외적으로 그를 닮고자 노력하는 것이다. 즉, 이상화 대상자의 옷차림, 머리모양, 말투, 행동을 따라하는 것이다. 더욱이 이상화 수준이 매우 높을 경우에는 그 대상에게 인지적인 권위를 부여하여 외적인 모습 이외에도 그의 신념이나 가치관까지 그대로 모방하게 된다(Raviv et al., 1996). 이러한 현상은 우리 나라 청소년들의 이상화에도 뚜렷이 나타나고 있어 오늘날 각자의 개성을 강조하는 신세대들이 일단 이상화된 대상에 대해서는 그 말투와 행동, 의상, 장신구, 머리모양을 그대로 모방하는 경우가 많다. 또한 자신이 이상화한 대상에 대해 타인이 부정적인 태도를 가질 경우 상대에게 공격적인 태도를 취하거나 이상화된 대상을 방어하는 태도를 나타낸다.

청소년의 연예인 이상화에 관한 선행연구는 주로 외국에서 이루어지고 있는데, 그 대부분이 팝 음악이 청소년에게 미치는 영향에 관한 연구이다(Bennet & Ferrell, 1987; Brown & Hendee, 1989; Denisoff & John, 1983). 또한 청소년 이상화 현상에 관한 연구 결과를 살펴보면 성과 연령에 따른 차이가 있어서 나이가 어릴수록, 남자보다는 여자가 이상화 수준이 높은 것으로 나타났다(Raviv et al., 1996). 그러나 외국의 연구도 주로 팝 음악이 청소년의 정서나 행동에 미치는 영향을 다루었을 뿐 이상화 현상의 일반적 특성이나 이상화 현상을 조성하는 개인이나 가족환경의 영향력을 살펴본 연구는 매우 미약하다.

우리 나라의 경우 청소년의 이상화와 직접 관련된 선행연구는 거의 없고, 청소년에 대한 대중매체의 영향력을 살펴본 연구가 거의 대부분이다. 이상화에 대해서는 신문이나 뉴스 또한 종교단체의 청소년 관련 잡지에서 다루고 있을 뿐

이다. 따라서 청소년의 연예인 이상화는 사회적 물의가 빚어진 경우에 보도를 통하여 연예인들의 선정성과 폭력성, 또한 청소년들의 과도한 이상화의 폐해 등과 같은 일반적 현상들만 보도될 뿐 이상화 현상과 관련된 변수를 체계적으로 이해하기는 매우 어렵다.

이에 따라 청소년의 연예인 이상화 현상에 대하여 막연하게 부정적으로 바라보고 우려하는 시각과 더불어 이를 일부 청소년에 한정된 극단적인 현상으로 치부해 버리고 무시하는 시각도 보인다. 그러므로 청소년기에 나타나는 연예인 이상화 현상 역시 사회화과정 중에 나타나는 일반적인 현상인지, 아니면 성인들이 우려할 만큼 청소년의 발달에 지장을 초래할 수 있는 현상인지를 살펴볼 필요가 있다.

따라서 본 연구는 청소년의 연예인 이상화 현상의 일반적 특성을 알아보고, 성과 연령에 따른 이상화 현상의 차이를 살펴봄으로써 청소년의 연예인 이상화 현상을 이해하는데 필요한 기초 자료를 제시하는데 그 목적이 있다.

2. 연구문제

본 연구의 연구문제는 다음과 같다.

연구문제 1. 청소년의 연예인 이상화의 일반적인 특성은 어떠한가?

- 1-1. 청소년이 좋아하는 연예인의 유형은 어떠한가?
- 1-2. 청소년이 연예인을 좋아하는 이유는 무엇인가?
- 1-3. 청소년의 연예인 이상화 수준은 어떠한가?

연구문제 2. 성과 연령에 따라 청소년의 연예인 이상화 현상에 차이가 있는가?

- 2-1. 성과 연령에 따라 연예인을 좋아하는 이유에 차이가 있는가?
- 2-2. 성과 연령에 따라 연예인 이상화 수준에 차이가 있는가?

II. 이론적 배경

1. 청소년과 대중매체

청소년기는 그 발달 특성에 있어서 청소년이 가족이나 부모와 보내는 시간이 극적으로 감소하게 되고 친구와 보내는 시간이나 홀로 보내는 시간이 증가하여 대중매체가 사회화 과정에 미치는 영향이 그 어느 시기보다 크다고 할 수 있다.

(Larson, 1995). 청소년과 대중매체에 관한 실험 및 조사연구에서는 계속적으로 폭력영화를 본 청소년 집단에서 공격성이나 비행이 많이 나타나고, 음란비디오가 청소년의 성 행동에 부정적인 영향을 미친다는 결과를 지지하면서 대중매체 환경에 대한 우려를 시사해주고 있다.

그러나 대중매체는 청소년에게는 떼어낼 수 없는 환경으로 부정적인 영향만 미치는 것은 아니다(Amett, Larson, & Offer, 1995). 청소년이 대중매체를 사용하는 이유(Amett, 1995)는 첫째, 음악을 듣는 것과 같이 즐거움을 찾아서, 둘째, 자아정체감 형성을 위한 정보수집, 셋째, 자신을 흥분시키기 위해, 넷째로, 대처 방안을 마련하기 위해서, 마지막으로 또래집단과의 동일시를 위해서이다. 이러한 다섯 가지 기능을 바탕으로 청소년들은 사회적으로 받아들일 수 있는 행동이나 태도를 대중매체를 통해 형성하면서 사회화 과정을 거치는 것이다. 그러므로 대중매체 환경이 사회화 과정의 하나로 청소년들에게 어떤 영향력을 갖는지 관련성을 살펴봐야 한다. 그리고 청소년기에 나타나는 연예인의 우상화 현상 역시 일반적인 사회화 과정으로 바라볼 수 있는지 살펴 볼 필요가 있다.

대중매체가 청소년에게 미치는 영향에 관한 연구는 주로 시간에 따른 영향력, 대중매체의 종류에 따른 영향력, 매체가 가지고 있는 내용의 영향력, 대중매체를 이용하는 상황, 대중매체로부터 받는 영향력의 정도 등에 관한 것이다(Amett, 1994; Larson, 1995; Rosengren & Windahl, 1989; Strasburger, 1995). 대중매체를 이용하는 시간에 따라 대중매체 환경이 청소년에게 미치는 영향에 관한 연구 결과들을 살펴보면, 이 연구들의 공통된 결과는 청소년들이 “개인적 자아 (private self)” 세계를 위해 대중매체 환경을 이용한다하더라도 이에 너무 많은 시간을 보내면 학업이나 운동 등 다른 사회화 경험에 필요한 활동에 많은 제한을 받게 된다는 것이다.

· 청소년들이 가장 많이 사용하는 대중매체는 우리나라와 외국의 연구 모두 TV로 보고되고 있는데, 또래집단이 확대되고 진로 탐색을 위한 사회적 관계의 폭이 넓어지면서 사회성 발달이 왕성하게 이루어지는 청소년기의 발달 특성을 고려해 볼 때에 대중매체를 장시간 이용하는 경우에 이것이 사회성 발달에 부정적인 영향을 끼치게 됨을 추론할 수 있다. TV의 장시간 시청은 청소년의 신체적인 면에도 영향을 끼친다. Page 등이(1996) 미시시피의 초등학교 2,000명을 대상으로 실시한 연구 결과를 살펴보면 하루 5시간 이상 TV를 시청하는 중시청자는 하루 시청 시간이 2시간 이하인 경시청자와 3-4시간인 일반 시청자에 비해 운동량이 매우 적었고 남학생의 경우는 중시청자인 경우 섭식장애 *eating disorder* 경향이 상대적으로 많이 나타났다.

청소년들이 대중매체를 이용하는 상황에 관한 연구 결과들을 살펴보면, 또래와 함께 어울리는 경우나 자신의 침실에서 혼자 이용하는 경우가 대부분이고 가족과 함께 하는 경우는 드물었다. 그리고 우울하거나 스트레스 상황에서 대중매체를 이용하는 빈도가 높아(Larson, 1995), 청소년이 대중매체를 이용하는 상황이 심리적 특성과 관련성이 있음을 추론할 수 있다.

대중매체의 종류나 내용에 따른 영향력을 살펴보자면, 대중매체 중 청소년이 주로 대하는 TV와 영화, 뮤직 비디오, CF와 같은 영상 매체는 관찰을 통한 모델링의 효과가 매우 크므로 시청하는 행위만으로도 청소년의 내면 심리와 외적 행동의 표출에 직접적인 영향을 끼칠 수가 있다. 이 분야의 국내외의 선행 연구들은 주로 영상을 중에서 폭력물이나 에로물이 청소년에게 끼치는 영향에 관해 이루어졌다. 폭력물은 공격적 행동과 관계가 있고, 폭력물을 좋아하는 것과 공격적 행동과는 유의한 관계를 갖지 않으며, 폭력물을 보는 것과 TV행동을 모방하는 것에는 유의한 관계가 있다. 성 행동을 일으키는 청소년 역시 TV나 잡지에 묘사된 성적상황에 관심이 많은 것으로 나타나 대중매체가 성 행동을 촉진시키는 요인이 될 수 있음을 알 수 있다. 또한 팝 음악의 경우에는 비행이나 공격행동을 보이는 청소년은 헤비메탈이나 록음악과 같은 공격적인 음악을 듣기를 좋아하며 음악을 듣는 자체가 그러한 청소년들이 갖고 있는 공격성을 더욱 증가시키는 것으로 나타났다(Arnett, Larson, & Offer, 1995).

이와 같이 선행연구들은 대중매체가 청소년에게 심리적, 신체적인 영향을 끼치고 있음을 밝혔지만 청소년기의 독특한 현상인 이상화 현상에 관하여는 구체적인 연구가 이루어지지 않았다. 따라서 본 연구는 실험적 연구 *exploratory*의 특성을 가질 수밖에 없어 청소년의 연예인 이상화 현상을 청소년과 대중매체의 관련성에서 이끌어 추론하는 제한성을 가지고 있다.

2. 성과 연령에 따른 청소년의 연예인 이상화

성에 따라 대중매체를 수용하는 것에 차이가 있는지에 관한 선행연구로 청소년의 팝 가수 이상화 현상을 연구한 Raviv(1996)의 결과에 따르면 남학생은 청소년 초기부터 후기에 이르기까지 남성 가수를 이상화하고 모델링 하는 것에 반해 여학생은 아동기와 청소년 초기까지는 여성가수를 이상화하고 나이를 먹으며 점차 남성 가수를 이상화해 가는 것으로 나타났다. 그는 이 현상의 원인을 여성의 오이디푸스 콤플렉스 부재현상에서 찾았다. 즉, 동성의 부모를 동일시함은 청소년기에 2차적으로 이루어지는 현상인데 오이디푸스 콤플렉스를 억제하는 여성

의 특성이 부모에게서 독립하려는 청소년기 특성에 맞물려 동성의 가수, 연예인을 모델링 하는 것으로 설명하였다. 다시말해서 부모로부터 독립하는 시기에는 남성의 존재를 부모로부터 찾는 것에서 벗어나 외부로 찾으려 하는 특성이 높아지는 것이다. 이는 여학생의 연령이 증가함에 따라 남성 가수로 관심의 대상이 옮겨가는 현상을 통해 설명력을 얻고 있다. 또한 우상화 현상이 남학생보다 여학생에게 두드러진 현상 역시 이를 뒷받침해준다.

연령에 따라 대중매체를 수용하는 것에 차이가 있는지에 관한 선행연구는 주로 연령에 따라 인지기능의 발달에 차이가 있고 자아 정체감 형성과정이 다르므로 모델링에 있어 차이가 생긴다는 것이다. Raviv(1996)의 청소년의 가수 우상화 현상 연구에 따르면 연령이 낮을수록 우상화 수준이 높게 나타났는데 이는 자아개념의 미성숙으로 인해 우상을 통한 모델링이 강하게 나타나는 것으로 여겨진다. 또한 연령에 따라 우상화 대상에 대한 경배 특성에도 차이가 나타났는데, 연령이 어릴수록 구체적 조작기의 인지단계 특성에 따라 우상화 대상의 포스터를 방에 붙이거나 기사를 모으고, 옷차림, 머리모양 등의 외적 특성을 모방하는 경향이 강한 것으로 나타났다. 17세 이상의 청소년들은 형식적 조작기의 인지특성에 따라 이러한 구체적인 모방을 통한 경배양상은 별로 나타나지 않고, 모방 특성의 경향이 높은 것으로 나타났다(Raviv et al., 1996).

III. 연구방법

1. 연구대상 및 기간

본 연구의 대상은 청주시와 대전시에 소재 해 있는 중학교와 고등학교 학생으로 하였다. 표집설계는 성과 연령을 고려하여 이루어졌다. 조사 대상자는 임시부담이 적은 2학년을 대상으로 선정하였다. 자료는 담임교사의 지도하에 학생들이 질문지를 완성하여 그 자리에서 회수하는 질문지 조사방법으로 수집하였다. 예비조사는 1999년 4월 28일부터 4월 30일까지 대전시에 소재한 중·고등학교 2학년 학생을 중심으로 각기 40명과 80명 총 120명을 대상으로 하였으며, 이의 결과를 토대로 수정한 설문지를 본 조사에 이용하였다. 본 조사 기간은 1999년 5월 1일부터 5월 4일 까지 중고별, 남녀별을 고려하여 총 500명을 대상으로 실시되었다. 분석에 부적합한 자료를 제외하고 최종적으로 이용된 자료는 총 411부이었다.

2. 측정도구

1) 연예인을 좋아하는 이유

연예인을 좋아하는 이유는 Raviv 등(1996)이 청소년의 우상화 연구에 사용하였던 것을 변안·수정하여 사용하였다. 연예인을 좋아하는 이유는 그렇다, 아니라고 측정하였다. 연예인에 관한 개인의 심리적 특성, 전문성, 사람들의 평가, 모델링 등의 영역을 측정할 수 있도록 18문항으로 이루어졌으며, 이 척도의 신뢰도는 .86이었다.

2) 연예인 우상화 수준

연예인 우상화 수준의 측정은 연예인을 좋아하는 이유와 마찬가지로 Raviv 등(1996)이 청소년의 우상화 연구에 사용하였던 것을 변안·수정하여 사용하였다. 우상화 수준은 대상에 대한 경배와 모방, 인지적인 권위까지 부여하는 과잉 이상화 등을 평가할 수 있도록 고안된 24문항을 통하여 측정하였다(부록 1 참조). 우상화 수준은 Raviv 등이 분류한 것과 같은 방식으로 분류하였다. Raviv 등은 우상화척도를 청소년에게만 적용한 것이 아니라 이스라엘 정치인들과 운동 선수에도 적용하여 평균을 중심으로 상, 중, 하 수준으로 분류하였다. 즉 우상화 수준을 4점 척도(1점은 전혀 그렇지 않다, 4점은 매우 그렇다)로 측정하여 우상화 총점의 평균 1점에서 1.5점 사이는 낮은 수준의 집단으로, 평균 1.6점에서 2.5점 사이는 중간 수준의 집단으로, 평균 2.6점에서 4점 사이는 높은 수준의 집단으로 분류하였는데 본 연구에서도 같은 방식으로 분류하였다.

3. 자료분석

자료분석에 최종적으로 이용된 설문지 부수는 411부였으며, 자료는 SPSSWIN 프로그램으로 이루어졌다. 분석방법으로는 빈도와 백분율, χ^2 로 이루어졌다.

IV. 결과 및 해석

1. 조사 대상자의 일반적 특성

조사대상자의 일반적인 특성은 표 1과 같다.

표 1: 조사 대상자의 일반적인 특성

변인	구 분	빈도(%)	변인	구 분	빈도(%)
성	남	200(48.7)	학교	중학교	257(62.5)
	녀	211(51.3)		고등학교	154(5.1)
	계	411(100.0)		계	411(100.0)
아버지 학 력	중졸이하	59(14.6)	어머니 학 력	중졸이하	108(26.7)
	고졸	222(55.0)		고졸	247(61.1)
	대졸이상	123(30.4)		대졸이상	49(12.1)
	계	404(100.0)		계	404(100.0)
아버지 직 업	전문직	25(6.4)	어머니 직 업	관리직	30(7.6)
	관리직	195(49.7)		전문직	7(1.7)
	판매직/서비스직	140(35.7)		판매직/서비스직	77(18.7)
	농수산업	18(4.6)		농수산업	9(2.3)
	생산직	4(1.0)		생산직	3(0.7)
	단순노무직	8(2.1)		단순노무직	6(1.5)
	기타	2(0.5)		가정주부	265(64.5)
	계	392(100.0)		계	397(100.0)
생활 정도	잘사는 편이다	35(8.6)	가족형태	핵가족	304(74.3)
	보통이다	353(86.3)		확대가족	87(21.3)
	못사는 편이다	21(5.1)		편부모가족	18(4.4)
	계	409(100.0)		계	409(100.0)
종교	기독교	129(31.4)	TV를 많이 보는 이유	심심해서	99(24.1)
	카톨릭	48(11.7)		그냥 습관이 되어서	90(21.9)
	불교	109(26.5)		좋아하는 연예인을 보기 위해서	54(13.1)
	무교	113(27.4)		기본조절을 하기 위해서	50(12.2)
	기타	12(2.9)		스트레스 해소	42(10.2)
	계	411(100.0)		혼자 있기 때문에	18(4.4)
용돈	10000원 이하	118(31.9)		가족과 같이 시간을 보내기 위해서	9(2.2)
	10000원 -25000원	134(36.2)		기타	49(11.9)
	26000원-40000원	77(20.8)		계	411(100.0)
	40000원 이상	41(11.1)			
	계	370(100.0)			

청소년의 성별은 남자가 48.7%, 여자가 61.3%이고, 학교는 중학생이 62.5%, 고등학생이 37.5%의 분포를 보이고 있다. 표집 대상들은 전체적으로 도시에 거주하는 특징들을 나타내고 있다. 즉, 아버지와 어머니의 교육수준을 살펴볼 때 고등학교 졸업이 각각 55.0%, 61.1%로 가장 많았다. 아버지의 교육 수준이 고졸 이상인 경우가 전체 중 85.4%를 차지하고 있어 교육수준이 비교적 높은 특성을 나타내고 있다. 아버지의 직업에 있어서도 관리직이 49.7%로 가장 많았으며, 판매/서비스직(35.7%), 전문직 (6.4%) 순으로 나타났다. 어머니의 직업은 가정주부 (64.5%)가 가장 많았으며, 그 외에 판매·서비스직(18.7%), 관리직(7.6%) 등으로 나타났다. 가족형태에 있어서도 핵가족이 74.3%로 대부분을 차지하고 있으며, 확대가족과 편부모가족형태가 21.3%와 4.4%로 나타났다.

종교는 기독교(31.4%), 무교(27.4%), 불교(26.5%), 그리고 카톨릭(11.7%) 순으로 나타났다. 생활정도는 보통이다(86.3%)가 가장 많았고, 잘사는 편이다(8.6%), 못사는 편이다(5.1%)가 그 다음으로 나타났다. 조사 대상자의 한달 용돈은 만원에서 이만 오천원이 36.2%로 가장 많았다. 한달 평균 용돈은 23,658원이었다. 재미있는 현상은 한달 용돈이 만원 이하인 학생이 전체의 31.9%를 차지하는 것으로 나타나 학생들은 가족의 생활 수준을 현실보다 조금 높게 평가하고 있는 것으로 나타났다.

청소년들이 가장 선호하는 대중매체인 TV를 보는 이유로는 심심해서(24.1%), 그냥 습관이 되어서(21.9%), 내가 좋아하는 연예인을 보기 위해서 (13.1%)로 등으로 나타났다. 이 결과를 통하여 청소년들이 특별한 목적의식 없이 여가시간에 TV를 보는 경향이 높은 것을 알 수 있다.

2. 청소년의 연예인 우상화에 관한 일반적 특성

1) 청소년이 좋아하는 연예인의 유형

청소년이 좋아하는 연예인은 표 2와 같이 나타났다. 청소년이 특히 좋아하는 대상은 외국과 마찬가지로 가수(67.7%)로 나타났다. 그 다음이 배우(26.5%)와 개그맨(4.1%)으로 나타났다. 연예인 중에서도 가수가 선호되는 주된 이유는 직업이 갖는 특성상 청소년들의 공감을 지속적으로 얻을 수 있기 때문으로 추측할 수 있다. 즉, 맡은 배역이나 상품에 따라 이미지를 변화시켜야하는 배우나 모델과는 달리 가수들은 추구하는 음악에 따라 비교적 일관된 메시지를 전달하기 때문에 청소년들이 공감하고 참여할 수 있는 그들만의 하위문화를 꾸준히 유지하고 대변해 낼 수가 있다. 이러한 사실은 H.O.T와 S.E.S, 핑클, 젝스키스 등

청소년이 좋아하는 가수의 대부분(86.5%)의 연령이 청소년과 같은 십대인 것을 보아도 알 수 있다. 즉, 이들이 청소년과 일정한 공감대를 형성하고 청소년들의 메시지를 이를 대변함으로써 청소년들만이 가질 수 있는 하위문화를 형성하고 있음을 추론할 수 있다.

또한, 여러 대중매개체 중에서 청소년들이 자기만의 공간에서나 친구들과 어울릴 때 가장 부담 없이 사용하는 것이 라디오나 테입, CD 등으로 음악을 듣는 행위이므로 접촉 빈도가 많아 친근감을 많이 느끼게 되는 것으로도 볼 수 있다. 이는 표 3의 청소년이 좋아하는 TV프로그램 결과와도 일치하고 있다. 청소년들은 주로 쇼와 오락 프로그램(42.3%), 드라마나 시트콤(31.1%)을 자주 접하므로 그 대상인 가수와 배우를 우상화하는 경향이 여타의 다른 대상에 비하여 높음을 알 수 있다. 표 2를 보자면 우상화의 가장 뚜렷한 대상은 가수 중에서도 남자 가수로서 전체의 58.6%를 차지하고 있다. 이것은 외국의 선행연구 결과와도 일치하고 있다(Raviv, 1996). 남학생 사이에서도 우상화의 대상으로 남자 가수가 선호되는 있는데 그 이유는 이들이 자기분야에서 거둔 성공, 공격성과 섹시함 등의 요인이 성인으로 발돋움하는 과정 중에 있는 청소년들이 추구하고자 하는 역할 모델로 작용하기 때문으로 유추할 수 있다.

표 2: 청소년이 좋아하는 연예인 유형 빈도(%)

형 태	성 별		계
	남 자(%)	여 자 (%)	
가 수	241(58.6)	37(9.0)	278(67.7)
배 우	53(12.9)	56(13.6)	109(26.5)
개그맨	16(3.9)	1(0.2)	17(4.1)
운동선수	4(1.0)	0(0.0)	4(1.0)
모 델	3(0.7)	0(0.0)	3(0.7)
계	317(77.1)	94(22.9)	411(100.0)

표 3: 청소년이 좋아하는 TV프로그램

TV 프로그램	빈도(%)
쇼·오락 프로그램	174(42.3)
드라마나 시트콤	128(31.1)
만화·어린이 프로그램	46(11.2)
스포츠 경기중계	41(10.0)
뉴스나 시사 프로그램	10(2.4)
다큐멘터리	7(1.7)
기타	5(1.3)
계	411(100.0)

2) 청소년의 연예인 이상화 이유

청소년들이 연예인들을 좋아하는 이유의 결과는 표 4와 같다. 청소년들이 연예인을 좋아하는 이유는 노래나 연기를 잘하기 때문(85.6%)이라는 것이 가장 높게 나타났고, 멋이 있기 때문에, 솔직하기 때문에, 잘 생겼기 때문에, 성실한 노력형이기 때문에, 무대 매너가 뛰어나기 때문에, 내가 좋아하는 성격을 가지고 있기 때문에 등의 순으로 나타났다. 즉, 미래의 자신의 역할 모델로서 긍정적인 지향점이라 볼 수 있는 자신의 분야에 있어서 전문성과 외모가 뛰어나며 인성 특성으로 성실하고 솔직하기 때문에 그 대상을 선호하는 것으로 나타났다.

표 4: 연예인 이상화 이유

연예인을 좋아하는 이유	빈도(%)
노래나 연기를 잘하기 때문에	357(87.1)
멋이 있기 때문에	328(79.8)
잘생겼기 때문에	305(75.3)
무대매너가 뛰어나기 때문에	305(74.4)
솔직하기 때문에	300(73.3)
성실한 노력형이기 때문에	299(72.9)
내가 좋아하는 성격을 가지고 있기 때문에	293(71.5)
말을 잘하기 때문에	267(65.1)
옷을 잘 입기 때문에	239(58.2)
인기가 있기 때문에	219(53.3)
유우머 감각이 있어 재미있기 때문에	216(52.7)
이상형이기 때문에	206(50.1)
내가 할 수 없는 일을 하기 때문에	198(48.4)
남보다 튀기 때문에	137(33.3)
머리가 좋기 때문에	90(22.1)
내가 미래에 꿈꾸는 모습이기 때문에	82(20.0)
내 친구들이 좋아하기 때문에	61(15.0)
나와 비슷하기 때문에	52(12.7)

이러한 결과 역시 청소년기에 이상화 대상과의 동일시를 통한 역할 모델을 추구하고 있음을 간접적으로 나타내고 있다. 또한 역할 모델 추구 성향을 직접적으로 보여 주는 결과로는 청소년이 연예인을 좋아하는 이유 중에 있어서 내가 좋아하는 성격을 갖고 있으므로(72%)와 이상형이기 때문에(50%), 미래에 내가 꿈꾸고 있는 모습이므로(20%)가 있다. 특히, 응답 중에서 미래에 내가 꿈꾸고 있는 모습이므로(20%)를 보면 우리 나라 청소년들의 상당수가 미래의 진로에 있어서 연예인을 꿈꾸고 있음을 알 수 있다. 이것은 과거와 달라진 오늘날의 심

대 가치관의 한 면을 엿볼 수 있게 한다.

3) 청소년의 이상화 수준

청소년의 이상화 수준에 따른 분류는 표 5와 같다. 이상화 수준이 높은 집단이 53명(20.9%), 중간인 집단이 249명(65.2%), 낮은 집단이 80명(13.9%)으로 나타났다. 이 결과에 따르면 이상화 현상이 중간과 하 집단이 전체의 86.1%를 차지하고 있는 것으로 나타나 청소년의 연예인 이상화는 청소년기에 나타날 수 있는 일시적 현상으로 해석될 수 있다. 즉, Raviv(1996)등이 지적한 바와 같이 이상화 수준이 상일 경우에는 여러 가지 개인적인 적응문제를 가질 수 있지만 하 집단과 중간 집단은 일시적인 현상으로 이해될 수 있는 것이다.

또한, 여기서 주목해야 할 결과로는 이상화 수준이 높은 집단이 전체의 20.9%를 차지하고 있는데 이는 앞서 표 4에서 장래 희망으로 연예인을 생각하고 있는 청소년들이 19%이었던 것과 연결하여 볼 수가 있다. 즉, 이상화 대상이 갖는 역할 모델의 기능을 다시 한번 확인할 수가 있다.

표 5: 청소년의 연예인 이상화 수준

이상화 수준	높음	중간	낮음	계
빈도(%)	53(20.9)	249(65.2)	80(13.9)	382(100)

3. 성과 연령에 따른 연예인 이상화

1) 성과 연령에 따른 연예인 이상화 이유

표 6에서와 같이 연예인을 좋아하는 이유에 성에 따라 명확한 차이가 있음을 알 수 있다. 여학생의 경우에는 대상이 되는 연예인이 멋이 있어서, 잘생겨서, 말을 잘해서, 무대 매너가 뛰어나서, 성실한 노력형이기 때문에 좋아하는 것으로 나타났다. 즉, 주로 외모와 개인적인 특성에 매력을 느껴 이끌리고 있음을 나타내고 있다. 이를 통해 여학생의 경우는 이상화 대상을 자신의 이상적인 이성으로서 좋아하는 경향이 큼을 보여준다. 반면에 남학생의 경우에는 대상이 되는 연예인이 인기가 있어서, 나와 비슷하므로, 내 친구들이 좋아하기 때문에 좋아하는 것으로 나타났다. 즉, 자기 분야에서의 성공, 자아의 투영, 그리고 객관적인 평가-공감대 형성에 매력을 느끼는 것으로 나타났다. 이는 남학생들이 여학생보다 이상화 대상을 역할 모델로 바라보는 경향이 높음을 보여준다.

표 6: 성에 따른 연예인 우상화 이유

		남 자	여 자	계	χ^2
변 수	범 주	n(%)	n(%)	n(%)	
노래나 연기를 잘하기 때문에	그렇다	165(82.5)	192(91.4)	357(87.1)	7.26**
	아니다	35(17.5)	18(8.6)	53(12.9)	
멋이 있기 때문에	그렇다	141(70.5)	187(88.6)	328(79.8)	20.93**
	아니다	59(29.5)	24(11.4)	83(20.2)	
잘 생겼기 때문에	그렇다	136(69.0)	169(81.3)	305(75.3)	8.12**
	아니다	61(31.0)	39(18.8)	100(24.7)	
무대 매너가 뛰어나기 때문에	그렇다	130(65.3)	175(82.9)	305(74.4)	16.67**
	아니다	69(34.7)	36(17.1)	105(25.6)	
솔직하기 때문에	그렇다	144(72.4)	156(74.3)	300(73.3)	.19
	아니다	50.5(27.6)	54(25.7)	109(26.7)	
성실한 노력형이기 때문에	그렇다	129(64.8)	170(80.6)	299(72.9)	12.86**
	아니다	70(35.2)	41(19.4)	111(27.10)	
내가 좋아하는 성격을 가지고 있기 때문에	그렇다	139(69.8)	154(73.0)	293(71.5)	.49
	아니다	60(30.2)	57(27.0)	117(28.5)	
말을 잘하기 때문에	그렇다	117(58.5)	150(7.4)	267(65.1)	7.54**
	아니다	53(41.5)	60(28.6)	143(34.9)	
옷을 잘 입기. 때문에	그렇다	113(56.5)	126(59.7)	239(58.2)	.44
	아니다	87(43.5)	85(40.3)	172(41.8)	
인기가 있기 때문에	그렇다	118(59.0)	101(47.9)	219(53.3)	5.11*
	아니다	82(41.0)	110(52.1)	192(46.7)	
유우머 감각이 있어 재미있기 때문에	그렇다	96(48.0)	120(57.1)	216(52.7)	3.44
	아니다	104(52.0)	90(42.9)	194(47.3)	
이상형이기 때문에	그렇다	104(52.0)	102(48.3)	206(50.1)	.55
	아니다	96(48.0)	109(51.7)	205(49.9)	
내가 할 수 없는 일을 하기 때문에	그렇다	81(40.7)	117(55.7)	198(48.4)	9.22
	아니다	118(59.3)	93(44.3)	211(51.6)	
남보다 튀기 때문에	그렇다	68(34.0)	69(32.7)	137(33.3)	.08
	아니다	132(66.0)	142(67.3)	274(66.7)	
머리가 좋기 때문에	그렇다	96(18.2)	54(25.7)	90(22.1)	3.36
	아니다	162(81.8)	156(74.3)	318(77.9)	
내가 미래에 꿈꾸는 모습이기 때문에	그렇다	38(19.0)	44(20.9)	82(20.0)	.22
	아니다	162(81.0)	167(79.1)	329(80.0)	
내 친구들이 좋아하기 때문에	그렇다	39(19.7)	22(10.5)	61(15.0)	6.71*
	아니다	159(80.3)	187(89.5)	346(85.0)	
나와 비슷하기 때문에	그렇다	37(18.5)	15(7.1)	52(12.7)	12.06*
	아니다	163(81.5)	196(92.9)	359(87.3)	

*P<.05 **P<.01

표 7: 연령에 따른 연예인 우상화 이유

변수	범주	중학교	고등학교	계	χ^2
		n(%)	n(%)	n(%)	
노래나 연기를 잘하기 때문에	그렇다	219(85.2)	138(90.2)	357(87.1)	2.12
	아니다	38(14.8)	15(9.8)	53(12.9)	
멋이 있기 때문에	그렇다	200(77.8)	128(83.1)	328(79.8)	1.68
	아니다	57(22.2)	26(16.9)	83(20.2)	
잘 생겼기 때문에	그렇다	190(75.4)	115(75.2)	305(75.3)	.00
	아니다	62(24.6)	38(24.8)	100(24.7)	
무대 매너가 뛰어나기 때문에	그렇다	196(76.3)	109(71.2)	305(74.4)	1.27
	아니다	61(23.7)	44(28.2)	105(25.6)	
솔직하기 때문에	그렇다	186(72.9)	114(74.0)	300(73.3)	.06
	아니다	69(27.1)	40(26.0)	109(26.7)	
성실한 노력형이기 때문에	그렇다	183(71.5)	116(75.3)	299(72.9)	.72
	아니다	73(28.5)	38(24.7)	111(27.1)	
내가 좋아하는 성격을 가지고 있기 때문에	그렇다	182(71.1)	111(72.1)	90(22.1)	.05
	아니다	74(28.9)	43(27.9)	318(77.9)	
말을 잘하기 때문에	그렇다	186(72.7)	81(52.6)	267(65.1)	17.03***
	아니다	70(27.3)	73(47.4)	143(34.9)	
옷을 잘 입기 때문에	그렇다	156(60.7)	83(53.9)	239(58.2)	1.83
	아니다	101(39.3)	71(46.1)	172(41.8)	
인기가 있기 때문에	그렇다	155(60.3)	64(41.6)	219(53.3)	13.61
	아니다	102(39.7)	90(58.4)	192(46.7)	
유우머 감각이 있어 재미있기 때문에	그렇다	146(57.0)	70(45.5)	216(52.7)	5.17*
	아니다	110(43.0)	84(54.5)	194(47.3)	
이상형이기 때문에	그렇다	117(45.5)	89(57.8)	206(50.1)	5.80*
	아니다	140(54.5)	65(42.2)	205(49.9)	
내가 할 수 없는 일을 하기 때문에	그렇다	115(45.1)	83(53.9)	198(48.4)	2.98
	아니다	140(54.9)	71(64.1)	211(51.6)	
남보다 튀기 때문에	그렇다	84(32.7)	53(34.4)	137(33.3)	.13
	아니다	173(67.3)	101(65.6)	274(66.7)	
머리가 좋기 때문에	그렇다	64(25.2)	26(16.9)	90(22.1)	3.85
	아니다	190(74.8)	128(83.1)	318(77.9)	
내가 미래에 꿈꾸는 모습이기 때문에	그렇다	52(20.2)	30(19.5)	82(20.0)	.03
	아니다	205(79.8)	124(80.5)	329(80.0)	
내 친구들이 좋아하기 때문에	그렇다	44(17.4)	17(11.0)	61(15.0)	3.03
	아니다	209(82.6)	137(89.0)	346(85.0)	
나와 비슷하기 때문에	그렇다	26(10.1)	26(16.9)	52(12.7)	3.99*
	아니다	231(89.9)	128(83.1)	359(87.3)	

* $P < .05$ *** $P < .001$

표 7과 같이 연령에 따라 연예인을 좋아하는 이유에 차이가 나타났다. 고등학교 학생들에 비하여 중학생들의 경우 연예인이 말을 잘해서, 유머감각이 있고 재미있어서 좋아하는 경향이 컸고 반면에 연예인이 자신의 이상형이기에, 나와 비슷하기 때문에 라는 응답에는 부정적 경향이 컸다. 즉, 자아개념이 아직 발달하지 않은 상태이므로 연예인을 역할 모델 대상으로서 동일시하기보다는 표면적인 측면인 멋과 재미를 추구하는 대상으로 바라보고 있었다. 이의 명확한 차이를 볼 수 있는 것으로 연예인이 말을 잘하는 것이 중학생에게는 굉장히 매력이지만(72.7%), 고등학생에게는 그리 큰 매력이 아닌 것으로(52.6%) 나타났다. 이 결과를 다시 청소년이 대중매체를 사용하는 5가지 이유(Arnett, 1995)에 비취보면 저연령층은 대중매체를 통하여 즐거움을 추구하는 경향이 크고 고연령층은 자아정체감 형성을 위한 정보 및 대처방안을 수집하고자 하는 경향이 큼을 알 수 있다

2) 성과 연령에 따른 이상화 수준

청소년의 성과 연령에 따른 이상화 수준 간의 차이를 살펴본 결과는 표 8에 나타난 바와 같이 오직 성에서만 통계적으로 유의한 차이를 보이고 있다. 여학생의 이상화 수준이 더 높게 나타난 것은 외국의 선행연구 결과와도 일치하는 것이다(Raviv et al., 1996). 이는 여학생의 경우 또래집단의 문화에 동화하는 경향이 더 크고(Brown, 1990; Willis et al., 1971), 경쟁과 모델링이 남성적이라기 보다는 여성적인 성향을 갖기 때문으로 추론 할 수 있다(Maccoby, 1980). 조사 대상자의 연령 차이가 적은 탓인지 연령별 이상화 수준에는 별 차이가 없는 것으로 나타났다.

표 8: 청소년의 성과 연령에 따른 이상화 수준의 차이

		상 (N=53)	중 (N=249)	하 (N=80)	계 (N=382)	χ^2
변 수	범 주	n(%)	n(%)	n(%)	n(%)	
성	남 자	21(11.4)	113(61.4)	50(27.2)	184(100)	8.91*
	여 자	32(16.2)	136(68.7)	30(15.1)	198(100)	
연 령	중학교	35(15.1)	143(61.6)	54(23.3)	232(100)	3.30
	고등학교	18(12.0)	106(70.7)	26(17.3)	150(100)	

*P<.05

V. 결론 및 제언

본 연구는 우리나라 청소년의 연예인 우상화 현상의 일반적인 특성을 알아보고, 성과 연령에 관련된 우상화 특성을 살펴봄으로써 청소년의 연예인 우상화에 관한 일반적인 양상을 이해하는데 필요한 기초 자료를 제시하는데 그 목적이 있다.

본 연구의 결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 연예인 중에서 가수를 우상화하는 경향이 뚜렷하였고, 특히 남자 가수에 대한 우상화 경향이 뚜렷하였다. 그리고 연예인을 좋아하는 주요 이유는 대상의 직업과 관련된 전문성과 외모, 그리고 성실함과 정직성과 같은 개인적 특성인 것으로 나타났다. 또한 우상화 수준이 상인 집단이 20.9%이고, 중간이상인 집단이 86.1%로 나타나 청소년기의 우상화 현상은 청소년기에 나타날 수 있는 일반적인 현상으로 추론된다.

둘째, 연예인을 좋아하는 이유에 있어서 성차가 나타났다. 여학생의 경우는 이상적인 이성으로 좋아하는 경향이 컸다. 즉, 외모와 말솜씨, 성실한 개인적 특성에 매력을 느끼고 있었다. 반면에 남학생의 경우에는 역할모델의 경향이 컸다. 즉, 자기 분야에서의 성공과 자아의 투영, 객관적인 평가요인에 매력을 느끼고 있었다.

연예인을 좋아하는 이유도 연령차가 나타났는데, 아직 자아 개념의 발달이 미숙한 중학생은 역할모델의 대상이 아니라 외적측면과 재미를 추구하는 대상으로서의 연예인에게 매력을 느끼고 있었다. 반면 고등학생은 재미보다는 전문성을 가진 사람으로서, 즉 역할모델로서 연예인에게 매력을 느끼고 있었다.

셋째, 성과 연령 요인 중에서는 성 요인만이 우상화 수준에 차이를 나타내었다. 즉, 남학생보다 여학생들의 연예인 우상화 수준이 높았으며, 중학생과 고등학생 간의 우상화 수준은 차이가 없었다.

본 연구 결과를 통하여 논의하여 보아야 할 점은 다음과 같다.

1. 우상화 대상에 있어서는 가수에 대한 우상화 경향이 가장 뚜렷하게 나타났는데 이는 부모의 영향력보다 또래집단의 영향력이 커지고, 홀로 보내는 시간이 증가하는 청소년기의 발달특성과 가수라는 직업특성이 밀접한 관련을 갖기 때문으로 여겨진다. 즉, 청소년기에는 부모로부터 독립해 나가면서 또래와 자신들만의 하위 문화를 형성하게 된다. 가수라는 직업은 배우나 모델과 같은 다른 연예인들과는 달리 노래를 부르면서 가사와 동작, 머리 모양이나 옷차림, 장신구 등

을 이용하여 일관적인 메시지를 지속적으로 표현할 수가 있다. 이들이 표현하는 메시지에 청소년들이 공감하는 사고와 감정이 포함된다면 청소년들은 이들을 자신들만의 하위문화로 받아들이게 된다.

또한, 청소년기의 이상화 현상을 이해하는데 있어 하위문화 형성 이외에 또 다른 원인은 역시 청소년기의 발달특성에서 찾을 수 있다. 청소년기에는 동성의 부모에게 국한되었던 동일시의 범위가 넓어지면서 다양한 범주에서 역할모델의 대상을 찾게된다. 청소년들의 이상화 대상에 대한 경배와 모방현상은 의식적, 무의식적인 동일시 즉, 역할모델을 추구하고 학습하는 자연스런 표현이다. 이는 본 연구결과에 나타난 청소년들의 연예인 이상화 주 요인을 보아도 알 수가 있다. 즉, 자기분야에서 자타의 인정을 받는 전문성과 능력, 섹시함과 강인함, 공격성, 매너의 세련됨으로 표현되는 외모, 그리고 성실함과 정직함의 인성특성이 주 요인으로 나타났다. 특히 가수 중에서도 남자 가수의 이상화 현상이 뚜렷한 이유로는 오늘날 선호되는 이상적인 자아상이 위에 언급한 자기분야에서의 성공, 강인함, 공격성, 섹시함, 자신감과 세련된 매너 등의 요인에 남학생이 많이 공감하고 있기 때문으로 보인다. 이러한 결과는 매스미디어 분야에서의 건전한 십대문화 형성과 올바른 지향점의 제시가 성인들이 깊어져야 할 중요한 책임임을 나타내주고 있다.

2. 우리 나라 청소년들의 연예인 이상화 수준이 남학생보다 여학생의 경우 더 높게 나타났다. 이는 경배와 모델링이 여성적인 특성을 갖고 있고(Maccoby, 1980), 여학생이 또래문화에 더 잘 동화하는 성향을 갖고 있기 때문으로 설명할 수 있다(Brown, 1990; Willis et al., 1971).

3. 본 연구 결과에 따르면 청소년기에 나타나는 연예인의 이상화 현상은 대상 청소년의 86.1%가 중간 수준 이상의 이상화 수준을 나타내고 있는 만큼 열려할 수준은 아니라고 할 수 있다. 그러나 이상화 수준이 과잉하게 높을 경우 청소년기의 사회화 과정에 문제가 있어 충동을 조절하는 능력이 부족하거나, 미래 역할을 위한 준비나 수행에 문제점을 보이거나, 가치관 형성이나 미래관에 문제가 있을 수 있다. 청소년기의 가장 주요한 과업 두 가지는 자아정체감의 형성과 더불어 구체적인 진로 탐색이다. 이상화 수준이 높은 청소년의 경우 미래의 진로에 관해 구체적인 탐색과정에 무심하고 그만큼 자신이 이상화하는 연예인에게 많은 영향을 받게될 수 있다. 그러므로 이상화 수준이 높게 나타나는 청소년들의 경우 학교와 가정에서 더욱 많은 관심을 가지고 지도해야 할 것이다.

본 연구 결과를 바탕으로 본 연구는 후속 연구를 위하여 다음과 같이 제안하고자 한다.

첫째, 후속 연구에서는 초등학교 학생들의 우상화 현상에 대한 연구가 필요하다. 연령별 우상화 수준의 차이를 보기 위하여는 연구 대상을 초등학교 5-6학년으로까지 넓힌 연구가 이루어져야할 것이다

둘째, 우상화 변인에 대한 연구가 필요하다. 본 연구에서는 우상화수준을 높은 집단, 중간집단상, 낮은 집단으로 나누어 분류하였지만 우상화 현상을 나타내고 있는 세 하위변인인 경배, 모방, 과잉 이상화에 따른 영향력을 각각 살펴볼 필요가 있다.

마지막으로, 미래 연구는 청소년이 일상생활에서 접하는 생활환경과 우상화 수준과는 어떤 관련성이 있는지를 알아 볼 수 있는 연구가 필요하다. 즉, 청소년의 우상화가 청소년의 가족환경이나 개인적 특성 또한, 그 외의 환경과 어떤 관련성을 보여주고 있는지 살펴볼 필요가 있다.

참 고 문 헌

- 김 규 · 최창섭 (1981). 청소년 범죄와 매스미디어와의 관계에 대한 조사연구. 아산논문 연구집.
- 박선영(1998). 가족기능 및 인성특성과 청소년의 외로움간의 관계. 이화여자대학교 대학원 석사학위 논문.
- 박세권(1995). 청소년의 사회화에 미치는 대중매체의 영향에 관한 연구. 경북대학교 석사학위 논문.
- 전병재(1974). Self-esteem: A test of its measurability, 연세논총, 11, pp. 107-129.
- Arnett, J. J.(1995). Adolescent's use of media for self-socialization. *Journal of Youth and Adolescence*, 24(5), pp. 519-533.
- Arnett, J. J., Larson, R., & Offer, D.(1995). Beyond effects: Adolescents as active media users. *Journal of Youth and Adolescence*, 24(5), pp. 511-533.
- Bennett, H. S., & Ferrell, J.(1987). Music videos and its epistemic socialization. *Youth Society*, 18: pp. 344-362.
- Brown, E. F., & Hendec, W. R. (1989). Adolescent and their music: Insight into the health of adolescents. *Journal of American Mass Media*, 262, pp. 1659-1663.
- Denisoff, R. S., & John, B.(1983). The sociology of popular music: A review. *Popular Music Society*. 9, pp. 51-62.
- Eysenk, H. J. & Eysenk, S. B. G.(1975). *Manual : Eysenk personality questionnaire*. San Diego: Educational and Industrial Testing Service.

- Goswick, R. A., & Jones, W. H.(1981). Loneliness, self-concept, and adjustment. *Journal of Psychology*, 107-, pp. 327-240.
- Hojat, M.(1982a). Loneliness as a function of parent-child and peer relations. *Journal of Psychology*, 112, pp. 129-133.
- Hojat, M.(1982b). Loneliness as a function of selected personality variables. *Journal of Clinical Psychology*, 38(1), pp. 137-141.
- Larson, R.(1995). Secrets in the bedroom: Adolescent' use of media. *Journal of Youth and Adolescence*, 24(5), pp. 535-550.
- Loucks, S.(1980). Loneliness, affect, and self-concept: Construct validity of the Bradley loneliness scale. *Journal of Personality Assessment*, 44(2), pp. 142-147.
- Maccoby, E., & Martin, J.(1983). Socialization in contexts of the family : Parent-child interaction. In E. M. Hetherington,(Ed.), *Handbook of child psychology: Vol. 4. Socialization, personality, and social development*(4th ed., pp. 1-101). New York: Wiley.
- Miller, L. C., Berg, J .H., & Archer, R. L.(1983), Openers : Individuals who elicit intimate self-disclosure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 44(6). pp. 1234-1244.
- Ouellet, R. & Joshi, P.(1986). Loneliness in relation to depression and self-esteem. *Journal of Personality and Social Psychology*, 58, pp. 821-822.
- Peplau, L. A. & Perman, D.(1982). Perspectives on loneliness. In L. A. Peplau and D. Perman, (Eds.), *Loneliness: A source book of current theory, research, and therapy*(pp. 1-20). New York: Wiley.
- Raviv, A., Bar-Tel, D., & Ben-Horin, A.(1996). Adolescent idolization of pop-singers : Causes, expression, and reliance. *Journal of Youth and Adolescence*, Vol. 25, No. 5, pp. 631-650.
- Rorengren, K. E., & windahl, S.(1989). Media matter: TV use in childhood and adolescence. In B. Dervin,(Ed.), *Communication and information science*. (pp. 215-255). New Jersey: Ablex Publishing Cooperation Norwood.
- Russell, D., Peplau, L. A., & Cutrona, L. E.(1980). The revised UCLA loneliness scale: Concurrent and discriminant validity evidence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 39(3), pp. 472-480.
- Stoke, J. P. (1985). The relation of social network and individual difference variables to loneliness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 48(4), pp. 981-990.
- Strasburger, V. C.(1995). Adolescent and the media: Medical and psychological impact. In A. E. Kazdin, (Ed.), *Developmental Clinical Psychology and*

Psychiatry Series, London New Deli: Sage publications.

Wheeler, L., Reis, H., and Nazlek, J.(1983). Loneliness, social interaction, and sex roles. *Journal of Personality and Social Psychology*, 45(4), pp. 943-953.

부록 1

※ 아래 문항을 읽고 나에게 가장 가깝다고 생각되는 곳 하나에 √ 표 해 주세요. 문항에서의 “그 사람”이란 “자신이 좋아하는 연예인을 총칭하는 말”입니다.

번호	문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않은 편이다	그런 편이다	매우 그렇다
1	나는 그 사람이 하는 말은 무조건 믿는다.				
2	그 사람은 나의 생각, 태도, 행동에 영향을 준다.				
3	나는 공부할 때도 그 사람의 노래나 그 사람이 나오는 프로그램을 생각하느라 집중하기가 어렵다.				
4	나는 그 사람을 언젠가 꼭 만나보고 싶다.				
5	나는 그 사람에 대한 꿈을 자주 꾀다.				
6	나는 할 일이 있음에도 불구하고 그 사람이 나오는 프로그램이나 노래를 들으면 그만 두기가 어렵다.				
7	내가 나누는 대화의 대부분은 그 사람에 관한 것이다.				
8	나는 그 사람이 입고 있는 옷이나 머리모양, 장신구 등을 꼭 산다.				
9	나도 그 사람과 같은 연예인이 되고 싶다.				
10	나는 그 사람이 나에게 부정적인 영향을 미친다는 것을 알면서도 그 사람 생각에 자주 빠진다.				
11	나는 그 사람의 표정이나 행동을 배우려고 노력한다.				
12	그 사람은 나의 행복이나 건강에 영향을 미칠 수 있다고 생각한다.				
13	나는 그 사람이 하는 일이라면 무슨 일이든 따라하고 싶다.				
14	나는 그 사람을 만날 수 있다면 무슨 일이든 할 것 같다.				
15	그 사람은 평소에 내가 생각하고 느끼는 것을 잘 알고 있는 것처럼 느껴진다.				
16	나는 왜 내 주위 사람들이 그 사람을 좋아하지 않는지 잘 이해가 안된다.				
17	나는 그 사람으로 인해 부모님과 다툰 때가 많다.				
18	내 친구들은 내가 그 사람을 광적으로 좋아한다고 생각한다.				
19	나는 어려운 일에 부딪칠 때마다 그 사람이 곁에 있으면 한다.				
20	나는 그 사람의 말투나 행동을 흉내내고 노력한다.				
21	나는 그 사람의 포스터를 내 방에 갖고 있다.				
22	나는 그 사람에 대한 기념품이나 그 사람이 나오는 잡지는 거의 산다.				
23	나는 무슨 일이 있어도 그 사람의 연주회나 공연에 꼭 간다.				
24	나는 그 사람의 개인적 신상에 대해 거의 알고 있다.				

ABSTRACT

Characteristics in Adolescent's Idolization of Entertainers

Choi, Woo-Sin · Kim, Yeung-Hee^{*}

The purpose of this study was to identify the phenomenon of Korean adolescents' idolization of entertainers and to examine whether there are differences in the level of idolization to the sex and age. The present study was exploratory in nature.

The research questions were :

(1) What is the phenomenon of Korean adolescents' idolization of entertainers?

(2) Are there any differences in the level of adolescents' idolization of entertainers according to adolescent's sex and age?

Subjects of this study consisted of 411 adolescents(200 boys and 211 girls) chosen in middle schools and high schools in Cheon-ju and Dae-jeon City. The pilot study was used to examine the applicability of survey instrument. Data were analyzed by the frequency, Percentage, and X² using SPSS/WIN program.

The results were as followings:

1. Singers, especially the male singers, were idolized more specially. The major reasons why adolescents idolized entertainers were the professionalism, good looking appearances, and personal characteristics such as sincerity, honesty, and etc. The level of Korean adolescent' idolization of entertainers was categorized by three groups: 53 adolescents(20%) of high level group, (2) 249 adolescents(65.2%) of middle level group, (3) 80 adolescents(13.9%) of low level group.

2. There was a difference only in sex. Girls' idolization level was higher than that of boys.

^{*} Dae-Jeon Dong-Bang High School. Department of child welfare, Chungbuk National University