

개인 특성과 드라마 특성이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증 연구 : 사회적 지지의 조절효과 중심으로

장수진 (경영학 박사)¹⁾

국문 요약

문화의 파급력에 있어서 한류, K-pop 등을 통해 그 영향력이 대중매체, 한국에 대한 인식 제고 등 다양한 분야에서 확인되고 있다. 하지만 기존 창업학에서 문화와 관련한 연구는 부족하였다. 이러한 상황에서 문화와 창업을 연구해 창업에의 부정적인 인식이 변화되고 국민적 창업의지를 높일 수 있을 것으로 예측하고 문화계발효과이론(The cultivation theory)을 토대로 드라마 특성 변수들이 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구를 목적으로 하였다. 본 연구에서는 창업의지에 영향을 미치는 요인들을 확인하고 창업의지를 높이는데 긍정적 역할을 하는 사회적 지지의 조절 효과를 확인하고자 하였다. 연구대상은 일반인 419명으로 온라인을 통해 데이터를 얻어 이를 분석하였다. 본 연구의 분석 방법은 SPSS 통계 프로그램 Ver. 24를 기본으로 조절효과 분석에는 위계적 회귀분석 방법을 실시하였다. 본 연구의 가설 검증 분석 결과는 아래와 같다. 첫째, 혁신성, 위험감수성, 자아성취, 경제적 성취, 드라마몰입도, 드라마속 성공모델, 간접경험 모두 창업의지에 유의한 정(+)의 영향을 미쳤다. 둘째, 창업의지에 영향을 미치는 요인 중에서 자아 성취가 가장 큰 영향이 있는 것으로 나타났다. 셋째, 여러 변수들과 창업의지 간 사회적 지지의 조절효과에서 혁신성과 창업의지 간, 자아 성취와 창업의지 간, 드라마속 성공모델 및 간접경험과 창업의지 간 사회적 지지의 조절효과가 나타나 유의한 영향을 미치는 것을 확인하였다. 본 연구를 통한 학문적 가치라면 창업의지의 영향요인으로 기존의 변수에서 벗어나 드라마특성 변수들이 창업의지에 미치는 영향을 확인한 점이다. 또한, 개인의 외적 지원의 총체라 할 수 있는 사회적 지지의 조절효과의 유의성을 확인할 수 있었다. 본 연구의 시사점은, 창업의지에의 영향요인에 있어서 자아성취가 창업의지에 가장 큰 영향을 보인 점이다. 따라서 창업지원정책이나 창업교육에 있어서도 자아성취의 고취가 필수적이라 할 수 있다. 또한 TV 드라마의 파급력에 비추어 드라마속 성공모델과 간접경험이 창업의지를 높이는 바, 창업 및 창업가에 대한 인식 변화에도 그 영향력을 예측할 수 있었던 점이다.

■ 중심어: 혁신성, 위험감수성, 자아성취, 경제적 성취, 드라마몰입도, 드라마속 성공모델, 간접경험, 사회적 지지, 창업의지

I. 서론

최근 한류 현상으로 한국의 문화적 위상이 높아지고 있다. 자원이 부족한 한국에서 세계를 선도할 문화적 무기들이 지속적으로 생성되고 수출되어 전 세계적인 문화적 공감대를 형성하고 있다. 문화를 통한 영향력은 전 세계

※이 논문은 장수진의 경영학 박사 학위 논문을 수정, 보완한 것입니다.

1)제1저자 : 경영학 박사, sj7339@hanmail.net

· 투고일: 2022-11-04 · 수정일: 2022-11-25 · 게재확정일: 2022-12-09

어디에나 영향을 미칠 수 있고 마찬가지로 국내에서도 큰 변화를 야기할 수 있다. 따라서 창업가의 경험 부족을 보완할 대체재로서, 문화의 영향력을 바탕으로 한 Gerbner et al.(1978)의 문화계발효과이론(The cultivation theory)을 적용해 보고자 하였다.

TV는 인간의 사회화과정에 큰 영향을 미치는 현대사회의 중심 미디어로, TV 프로그램의 효과도 강력한 것으로 나타났다(이연경, 2015). 이러한 이유로 문화계발효과는 사회·경제적 변수 등 다양한 학문적 변수에 대한 고려가 필요한 현상이라 할 수 있다. 이러한 TV 유형 중 TV 드라마에는 시청자들을 사로잡을 수많은 이유가 존재한다(황재성, 2011). 등장인물 간 상호관계에서 비롯되는 에피소드들이 시청자의 관심을 집중시키고 다양한 시청각적 요소를 통해 시청자들에게 강력한 메시지를 전달한다. 시청자들은 등장인물을 통해 시청자 자신이 등장인물과 동일시하거나 TV 속 상황에 몰입함으로써 그 모든 것을 간접체험할 수 있게 된다는 것이다. 또한, 현실 사회에서 국가, 방송국 등은 인간의 지식습득 욕구와 매스미디어의 영향력을 바탕으로 특정한 가치관, 행동 등을 가진 모델을 선정하여 성공이라는 의미를 부여하고 있다. 역할모델을 통해 올바른 가치관이 학습되고 바람직한 사회적 관습 등을 배우도록 한다는 것이다.

한편, 높은 성취욕구를 가진 사람들은 문제 해결에 집중하고 목표 달성을 위해 노력한다. 성취동기가 클수록 두려움보다 성공에 대한 기대가 높고, 여기에 사회적 지지까지 더해진다면 예비창업자뿐만 아니라, 창업의지가 아직 성숙하지 않은 사람도 창업에의 인식을 긍정적으로 높일 수 있을 것이다. 부의 성취 욕구는 창업을 선택하는 이유와 연관되어 꾸준히 연구돼 왔다. 4차 산업혁명시대 급변하는 환경에서 창업가들의 창업 동기를 재확인하고자 하였다. 현대의 기업들은 경쟁기업들보다 더 혁신적이어야 살아남을 수 있다(문성식, 2018). 정부의 국정과제도 '혁신을 응원하는 창업국가 조성'에 대한 전략을 수립하고 적극 추진하는 것에서 국가발전의 원동력이 혁신성에 있음을 알 수 있다(국정기획 자문위원회, 2017). 위험감수성은 위험감수 자체가 아니라, 위험이 존재함에도 불구하고 끊임없이 기회를 포착하려는 과감하고 도전적인 태도에 핵심 가치가 있다. 이처럼 위험감수성은 창업과정 중에서 창업자의 의지를 보여주는 중요한 특성임을 알 수 있다.

본 연구에서는 창업의지의 영향요인으로써 혁신성, 위험감수성, 자아성취, 경제적 성취, 드라마 몰입도, 드라마속 성공모델, 간접경험을 선정하고 이를 중심으로 실증적으로 검증하고자 하였다. 또한 이러한 창업의지에 영향을 미치는 요인들이 공식적·비공식적 네트워크를 통한 사회적 지지의 상호작용에 따라 창업의지에 미치는 조절효과를 분석하고자 하였다.

II. 이론적 배경 및 선행연구

2.1 개인 특성

개인특성으로서 기업가정신은 기업가와 분리해서 생각할 수 없고, 기업가정신에서 개인 특성은 왜 기업가가 되려 하는가와 관련해 주요 요인으로 고려되어 왔다(Lerner & Haber, 2000). 기업가정신은 혁신적이고 진취적이며 위험감수역량을 보유하고 있어 또 다른 가치 창출이 가능한 창업자, CEO 등에게 필요하다고 하였다(Covin & Slevin, 1991). 이러한 기업가정신을 바탕으로 혁신을 끊임없이 추구할 때 사회가 발전하며 우리 경제의 든든한 버팀목이 될 수 있다(박철우, 2016). 기업가정신과 창업의지에 대한 선행연구들을 보면, 기업가정신을 구성하는 혁신성, 위험감수성, 진취성이 대부분 창업의지에 긍정적인 영향을 미치는 것을 확인하였다(윤백중, 2011; 박남규, 2014).

개인특성으로서 창업동기는 창업을 의도 또는 선택하게 된 추진동력, 이유와 연관된 개념이며, 경제적·비경제적 창업동기로 구분할 수 있다(배병운·이주현, 2018). 강한혁 외(2019)의 연구에서도 창업동기는 기업의 재무·비재무 성과에 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 이 외에 다수의 창업동기 연구들에서 창업가의 동기를 경영자가 되고 싶은 욕구, 부의 성취, 야망의 성취, 개인적인 도전, 독립감 욕구 등으로 분류하여 동기부여가 창업성과에 미치는

영향력을 검증하였다(윤남수, 2012). 선행연구들을 종합해보면 창업교육, 독립심과 성취욕구, 경제적 욕구, 인적 네트워크, 사회적 인식 등이 중요한 요인으로 나타나고 있다.

따라서 본 연구에서는 창업가의 개인특성으로 정준이 외(2007), 배익건(2012), 박남규(2014)의 선행연구를 토대로 혁신성과 위험감수성을, 윤남수(2012), 배병윤과 이주현(2018), 강한혁 외(2019)의 선행연구를 토대로 경제적 성취, 자아성취로 구분하여 연구변수로 채택하였다.

2.1.1 혁신성 (innovativeness)

혁신성은 경제학자 Schumpeter(1934)가 최초로 도입·제시한 개념으로, 기업 성공의 선행요인이며(Mooradian et al., 2016), 때때로 외부의 제한된 환경자원과 불확실성에도 지속해서 도전을 통해 새로운 가치와 패러다임의 변화를 추구하는 것이라 하였다(김택수, 2016). Vaillant & Lafuente(2019)는 혁신성은 기업가적 경험으로 형성될 수 있다고 하였으며, 기홍석(2020)은 시장지향적인 마인드를 중심으로 독특하고 새로운 방법으로 움직이는 성향으로 정의하였다. 문성식(2018)도 기업가정신 연구에서 혁신성이 창업의지에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나 혁신성이 창업의지에 긍정적인 영향을 미친다는 다수설을 지지하였다. 따라서 창업의지에의 영향관계에 있어서 혁신적 성향이 클수록 창업의지 역시 높아질 수 있음을 예측할 수 있다.

2.1.2 위험감수성 (risk-taking)

Isenberg(2011)는 어떠한 상황에서 위험을 감수하면서 지속해서 기업의 경제적 가치 향상을 위해 노력하고 기업 발전을 위해 혁신을 추구하는 것이 위험감수성이라고 하였다. 또한 빠른 환경변화와 불확실성이 증가하는 상황에서 과감히 의사를 결정하는 성향이며(기홍석, 2020), 창업자가 성공과 실패에 대해 불확실한 상황에서 위험을 극복해내고 새로운 기회를 포착하려는 성향이라 하였다(김성미, 2020). Llanos-Contreras et al.(2020)는 포스트 재난 상황에서 가족기업의 위험감수성향이 큰 것은 오너십 위험, 성과위험, 통제위험에 영향을 미쳐 오히려 위험을 감소시킬 수 있음을 제시하였다. 그러므로, Bandera et al.(2018)는 예비창업자들에 대한 창업교육에서 위험 상황에 대비한 위험감수교육이 반드시 실행되어야 한다고 하였다. 위험감수성은 창업 과정에서 발생할 수 있는 다양하고 위험성 높은 상황들을 감수하려는 창업자의 의지를 보여주는 특성으로써, 창업의지에 긍정적인 효과를 줄 수 있음을 추론할 수 있다.

2.1.3 자아성취 (self-fulfillment)

인간의 모든 행동의 내적 요인이 되는 동기 중 성취동기가 중요한 심리적 특성인 까닭은 그 수준에 따라 학업의 달성, 직장에서의 적응 및 성공, 인생의 충만한 행복감 여부가 달라질 수 있기 때문이다(강정원, 2003). Goldstein(1963)은 인간은 유기체라는 통합된 전체로 하나의 중요한 충동, 즉 선천적인 잠재력을 실현하려는 자아 실현의 욕구로 움직인다고 하였다(김용주, 2005). 이주현(2008)은 Maslow의 욕구계층설에 기초해 창업동기를 생리적, 안전 욕구로 창업하는 하위욕구 만족추구형과 사회적, 자기존중, 자아실현 욕구를 위해 창업하는 상위욕구 만족추구형으로 구분하였다. 최근 청년 창업자들은 과거보다 상위욕구 만족추구형의 비중이 높고, 선진국의 창업자들이 후진국에 비해 상위욕구 만족추구형 창업자의 비중이 높은 것으로 나타났다(이주현, 2008).

경제학자들은 경제 환경에서 내재적 동기의 기원과 함축적 의미를 연구해왔다. 내재적 동기 발현의 핵심은 개인에게 급여에 대한 보상보다는 자율성을 제공하는 실험 결과, 조직의 생산성이 향상되는 것으로 나타났다(Besley & Ghatak, 2016). Kulakov(2020)는 학업적 자아 개념과 성취동기에 관한 연구에서 자아 개념과 성취욕구가 서로를 강화하는 상호작용을 한다고 하였다.

2.1.4 경제적 성취 (economic motivation)

개인의 환경적 특성 요인으로서 가장 중요한 것은 경제 관련 변수이다(장하영, 2018). 특히, 창업으로 인해 얻어

지는 경제적인 소득과 여유는 삶의 만족을 높이므로 경제적 요인은 창업동기의 가장 큰 변수 중 하나라고 할 수 있다(김성환·이종훈, 2014). 전통적으로 기업을 창업하는 가장 주된 이유가 경제적 동기에서 비롯된다고 보아, 기업가는 경제적인 이득을 좇는 사람이라 하였으며(Carsrud et al., 2009), 창업가들은 외적 성과인 권력, 돈, 사회적 지위, 일에 대한 강한 통제력을 위해 창업하는 것으로 나타났다(양경애·하규수, 2020). 선행연구들을 종합해보면 창업교육, 독립심과 성취욕구, 경제적 욕구, 인적 네트워크, 사회적 인식 등이 중요한 요인으로 나타나고 있다. Kovereid(1996)는 창업동기 요인으로 경제적 여유를 제시하면서 창업에 의한 소득으로 경제적 여유가 생기면, 삶 만족도에 긍정적 영향을 미치므로 가장 근본적인 창업동기라고 주장하였다.

2.2 드라마 특성

그리스어 'Dran'에서 유래된 드라마(drama)는 행위(action)를 의미하며, 행위는 뚜렷한 동기와 목적의식을 가진 인간의 의지가 담긴 행동이라고 할 수 있다(이철훈·임종업, 2018). 배우의 연기를 통한 드라마는 시청자가 드라마 속 이야기에 빠져들게 하며(안익진, 2008), 특히, TV 드라마는 다른 대중예술의 유형보다 광대하면서도 익명의 수용자들을 갖고 있다는 점에서 막강한 영향력이나 역기능, 문화적 내용에 대한 분석 및 사회적 효과 등이 지속해서 거론되고 있다(황재성, 2011). 예술적 장치의 역할뿐만 아니라 사회현상으로서의 드라마의 역할은 개인과 사회·환경 발전을 위한 연구들에 대해 나름의 방향성과 의의가 있다고 할 수 있다(Qi, 2021).

Gerbner & Gross(1976)의 문화계발효과이론은 TV에 나타나는 모든 상징이 실제 세계에 대한 시청자들의 인식, 가치 규범적 판단, 믿음 등에 영향을 준다는 매스커뮤니케이션 효과 이론으로, 인간이 가지는 직접경험이 매우 제한적이므로 대부분의 사회 현실은 매스미디어에 의한 간접경험으로 구성된다고 하였다(하종원, 1993). 실제로, Bilandzic & Busselle(2008)의 연구에서 시청자의 TV 세계 몰입은 더 뚜렷한 문화계발효과를 유발하는 것으로 나타났다(최윤정·이종혁, 2016). 이처럼 TV 속에 재현된 현실과 TV 프로그램이 제공하는 정보가 시청자의 현실 인식과 판단에 근거자료가 되고 있음이 다수의 경험적 연구를 통해 제시되고 있다(이연경, 2015).

오늘날 시청자들은 각종 미디어와 인터넷의 발달로 손쉽게 다른 나라의 드라마를 접할 수 있다. TV는 강력한 사회화 도구로, TV 드라마는 국가 간 존재하는 문화장벽을 무너뜨릴 수 있다(김선남, 2008). 문화상품은 특정 문화에 대해 간접체험의 기회를 제공하며 우리의 생활과 문화에 근접한 묘사로 사회적 현실을 인식시키는 중요한 역할을 한다(유양·김도연, 2018). 시청자들은 드라마가 재현하는 특정 문화나 관습을 배울뿐 아니라, 드라마가 재창출한 이데올로기나 해당 국가에 대한 태도 및 이미지를 수용할 수 있다(이희진, 2017). 이처럼 문화상품의 교류는 단순 소비를 넘어 다양한 후속 효과를 창출하며 해당 국가에 대한 인식을 형성하고 궁극적으로 행동에 영향을 미치게 된다(정지애·전종우, 2010).

선행연구를 살펴보면, 드라마를 시청한다는 것은 문화적 욕구를 충족시키고 이를 간접적으로 체험하기 위함이라고 할 수 있으며, 긍정적이거나 부정적이거나 상관없이 드라마를 시청한 후 인식이 변한 것을 확인할 수 있다. 본 연구에서는 드라마특성에 따라 창업의지가 영향을 받는지 확인하기 위하여 Gerbner의 '문화계발효과'를 이론적 근거로 활용하였다. 이 이론은 TV가 현대사회의 강력한 문화적 무기로서 문화를 계발시킨다는 것을 강조함으로써, 매스미디어 중에서도 TV 드라마의 영향력이 매우 크고 영향력에 차이가 있을 수 있음을 제시한다. 이에 기반하면, 창업의지가 드라마특성 요인들-드라마몰입도, 드라마속 성공모델, 간접경험-에 영향받을 수 있다고 추론할 수 있다.

2.2.1 드라마몰입도 (immersion in a drama)

몰입은 도전적이고 보람 있고 즐거운 긍정적인 심리적 상태로(Salar et al., 2020), 인간은 외적 동기에 의해 어떤 일이나 활동을 하지만, 몰입을 경험하면 외적 동기가 없더라도 재미라는 심리적 보상을 얻기 때문에, 내적 동기 화되어 이후에도 같은 행위를 반복하는데 영향을 미치는 것으로 나타났다(박신영, 2010). Agrawal et al.(2020)은 몰입이 개인이 주의력 상태의 변화로 인해 물리적 세계에 대한 인식에서의 분리를 경험할 수 있는 깊은 정신적 참

여 상태라고 하였다. Modena(2021)는 몰입은 경험의 필수 요건이라 하였고, Kennedy(2020)는 다른 모든 것을 배제하고 활동에 완전히 몰두하는 심리적 상태로, 종종 즐거움과 쉬운 관심을 동반한다고 하였다. 심지어 그 활동이 어렵거나 위험한 경우에도 그로 인해 초래될 결과를 고민하지 않는다고 하였다(Shernoff et al., 2003). 연구영역이 확장되면서 일, 운전, TV 시청, 대화 등 일상적 경험의 질에 관해서도 몰입 연구가 진행돼왔다. 몰입은 미디어 이용자의 만족도, 재방문의도, 향후이용의도, 지속의도에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 확인되었다(권용완 외, 2020).

황용석(1999)은 TV 시청자들은 영상콘텐츠를 통한 의미전달에 익숙해져, 특정 드라마에 즐거움을 느끼면서 주의 집중과 시간왜곡을 같이 느끼게 될 때 몰입도가 증가한다고 하였다(마사·전범수, 2012). Cohen(2001)은 드라마 몰입상태를 '자의식의 상실, 등장인물과의 감정적이고 인지적으로 연결성이 증가한 상태'라고 하였다. 시청자는 개인적인 관련성을 전제로 드라마를 시청하기보다 흥미나 재미로 시청하게 되고 자신이 의도치 않은 상태에서 드라마 속으로 '그냥 끌려 들어가게' 되는데, 이 과정을 몰입이라고 하였다(박선주, 2005). 따라서 몰입도가 강한 시청자는 TV라는 정보원에 대한 인식 없이 TV가 전달하는 내용에 빠지므로, TV 세계를 현실로 받아들일 가능성이 크다고 하였다(Bilandzic & Busselle, 2008).

2.2.2 드라마속 성공모델 (drama role model)

역할모델(role models)의 사전적 정의는 '자기가 맡은 직책이나 임무와 관련하여 본보기가 되는 대상'으로 (Holton, 2004), Bandura(1977)는 자신의 관심사와 관련된 사람을 역할모델로 설정하고 자신의 상황과 경험을 역할모델과 비교한다고 하였다. 역할모델은 성공한 창업가로, 잠재적 창업자가 창업할 때 역할모델로 삼을 만한 인물로(조영조·이보영, 2016), 대부분 성공한 인물들이며, 직·간접적으로 타인에게 영향을 주는 사람으로서, 실존 인물뿐 아니라, 소설 주인공, 캐릭터 등 가상 인물을 포함하는 것으로 나타났다(임윤서, 2016).

Bandura(1977)는 사회학습이론에서 역할모델의 중요성을 강조하면서, 행동은 부분적으로 환경을 만들고, 환경은 행동에 영향을 미치며, 여기서 배움, 관찰의 대상이 되는 사람을 역할모델로 정의하였다. 김영석(2008)은 학습이 대부분 역할모델을 통해 이루어지며, 관찰하면서 인지활동으로 간접적 강화되어 태도 및 행위를 습득한다고 하였다. 긍정적 역할모델의 성공은 특정 분야의 성공을 보여줄 뿐만 아니라 미래에 대한 성공 소망을 가지게 하므로 성공을 위한 강한 정신적 동기를 부여한다고 하였다(Lockwood & Kunda, 1999). 이러한 관점에서 사회적으로 성공한 창업가는 잠재적 창업자들에게 역할모델이 되고 창업에 대해 기대하게 하며(정연수·조성익, 2013), 역할모델 선정에 있어서 사람들은 TV 등 매스미디어로부터 많은 영향을 받는다(정명희, 2010). 육창환(2015)의 연구에서, 성공적 역할모델이 창업의지에 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 성공적 역할모델의 영향력이 창업의지에 가장 큰 영향을 주는 것으로 나타났다. 이상화(2016)의 연구에서도 성공 역할모델이 창업만족도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타나, 성공역할모델이 창업의지에 긍정적인 영향을 미친다는 다수의 연구를 지지하였다.

2.2.3 간접경험 (indirect experience)

Dewey(1916)는 직접경험은 매개되지 않고 어떤 일에 직접 참여하는 것으로 범위가 제한적이지만, 간접경험은 직접경험만으로는 부족한 경험의 범위를 넓힐 수 있고, 언어, 상징과 같은 매개되는 미디어의 개입을 통해 획득될 수 있다고 하였다. 간접경험은 관찰, 학습, 대화 등을 문자나 영상, 언어 등의 매체를 통해 남이 하는 것을 보거나 듣는 것으로(장이랑·박흥식, 2014), 미디어를 통해 타 집단을 간접적으로 관찰하며 그 집단 구성원들과의 직접적인 경험과 비슷한 효과를 발휘할 수 있다고 하였다(김소영 외, 2013). 간접경험에 대한 이론은 타 문화의 매스미디어 이용이 그 문화에 대한 감정과 태도에 영향을 미친다는 경험 가설에서 발전된 준 사회적 경험 가설로써 설명할 수 있다(Schiappa et al., 2005). Bandura(1977)는 사회학습이론에서 주변 환경 영향 속에서 간접경험을 통해 학습이 이루어지지만, 주어진 자극에 단순 반응만 하는 것이 아니라 타인의 행동을 관찰

하면서 간접적으로 경험하고, 이를 따라 하려는 습성이 있다고 하였다.

현실 세계에 대한 간접경험의 대부분은 TV를 통해 이뤄지며, 직접경험을 능가할 정도로 다양하고 경우의 수가 많아(최윤정·이종혁, 2016), 시청자들은 TV(드라마)라는 미디어를 통해 간접경험을 한 것이다(김민채·전수진, 2019). 따라서 TV 몰입도가 강한 시청자들은 직접경험과 TV를 통한 간접경험을 혼동해 현실 판단에 적용할 가능성이 충분하다고 하였다(최윤정·이종혁, 2016). 따라서 선행경험이 많은 창업가가 선행경험이 없거나 적은 창업가에 비해 창업에 성공하는 경우가 많다고 예측할 수 있다(Weick, 1996). 선행연구들을 종합해보면, 미디어 시청이나 관찰에 의한 간접경험을 통해 학습이 이루어지고 이 경험과 학습이 인식을 변화시킨다고 할 수 있다. 따라서 미디어를 통한 간접경험이 드라마 시청 경험에 영향을 미칠 것으로 추론할 수 있다.

2.3 사회적 지지 (social support)

사회적 지지는 한 개인이 어려운 상황에 처했을 때 공동생활을 영위하는 사람들이 정신적, 물질적으로 도움을 주어 그 개인이 넘어지지 않도록 지탱해주는 것을 의미하며(김경희, 2018), 개인이 사회 속에서 의미 있는 주변인들로부터 사회적 상호작용을 통해 받을 수 있는 모든 긍정적인 도움과 자원이다(장영미·하규수, 2018). 창업 연구 분야에서의 사회적 지지는 창업성과에 큰 영향을 미치며 이로 인한 사회적 영향력과 네트워크 형성 및 활용은 자영업 창업성과에 매우 중요하다고 하였다(김남표·권영주, 2018). 배점모(2015)는 사회적 지지의 유형이나 지원, 대상 및 영향관계에 따라 다른 연구 효과를 나타낼 수 있어 여러 관점에서 살펴야 하며, 사회적 지지를 창업의지 형성과 창업실행의 핵심 요소 중 하나로 정리하였다. 이 외에도 조영복 외(2018), 장유진과 이병희(2019), 오희화와 조인석(2019)의 연구에서 사회적 지지의 조절효과가 부분적으로 나타난 것이 확인되었다.

2.4 창업의지 (entrepreneurial intention)

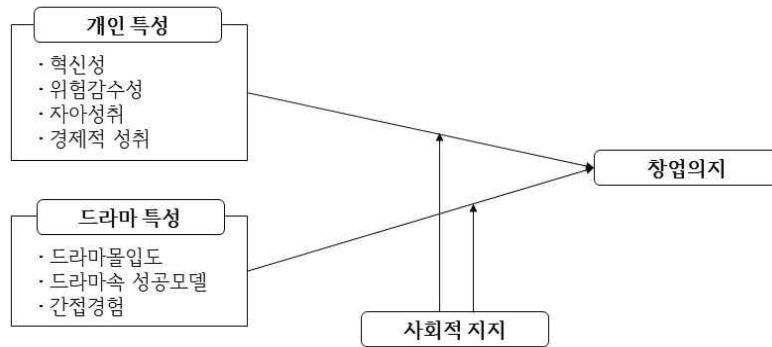
비즈니스는 오랜 시간에 걸쳐 진화, 창출되는데 이 과정에는 계획이 함께 수반되므로 창업은 명백히 계획되고 의도된 행동이며(김종명, 2020), 창업의지는 신조직 설립의 기초를 형성하므로 창업 프로세스를 이해하는데 있어 가장 핵심적인 개념이라고 하였다(윤지수, 2017). Naffzger et al.(1994)는 전체 창업 과정의 영향요인으로 창업가의 개인특성, 개인적 환경, 개인의 목표, 창업에 대한 사회적 인식과 사업환경, 사업아이디어, 창업성과에 대한 기대 등을 제시하였으며, Reynolds(1992)는 창업의사 결정의 영향요인으로 경제적 환경, 개인의 삶, 경력 환경, 개인 성향을 제시하였다. Mueller & Thomas(2001)는 9개국의 문화적 배경이 창업가의 잠재적 역량에 미치는 영향을 확인하였고, Haase & Lautenschlager(2011)는 개인의 의지가 특정 상황이나 환경적 요인에 영향받는 것을 확인하였다. Hallam et al.(2008)은 기업가의 기업가적 의도에 영향을 미치는 요인 연구에서 'Ace(a model for acceleration collegiate entrepreneurship) 모델'을 제시하고, 창업이벤트 모델(Shapero, 1982)과 Lüthje & Franke(2003)의 모델을 토대로 기대되는 결과와 개인특성, 인지된 자기효능감의 세 가지 요인에 '문화적 요인'을 추가하여 창업의도에의 영향력을 보다 세부적으로 설명하고 있다(박남태, 2017).

창업의지 결정요인에 관한 연구는 창업결과에 대한 예측성을 높일 수 있을 뿐만 아니라 창업활성화정책 수립에도 유용하게 활용될 수 있어, 실증적·이론적으로 다양한 관점에서 주요하게 등장하고 있다(박시사·강성일, 2007). 하지만 드라마특성과 창업의지와와의 관계는 아직 연구가 초기단계로 합의된 결론이 없는 상태이다.

III. 연구 설계

3.1 연구 모형

본 연구는 창업의지에 실질적으로 미치는 영향요인을 파악하고 그 요인들 간 영향력을 분석하는데 목적이 있다. 이를 위하여 창업의지에 미치는 영향요인을 개인특성(혁신성, 위험감수성, 자아성취, 경제적성취), 드라마 특성(드라마몰입도, 드라마속 성공모델, 간접경험)으로 구분하고 이들이 창업의지에 미치는 영향력의 크기를 조절하는 변수로 사회적 지지를 설정하여, 각각의 변수들에 대한 선행연구를 조사하였다.



<그림 1> 연구 모형

3.2 가설 설정

안태욱(2017)과 김정곤(2017), 김춘호(2018)의 선행연구를 바탕으로 창업의지에 혁신성과 위험감수성이 주요 요인이 될 수 있음이 실증적으로 확인되었다. 유봉호(2015), 장수진과 김종태(2021)와 양경애와 하규수(2020)의 연구에서 창업의지에 자아성취, 경제적 성취가 영향을 미치는 요인임을 확인하였다. 다양한 분야에서 몰입과 의지의 영향관계에 관하여 연구되었지만, 드라마몰입도와 창업의지 간 선행연구는 찾을 수 없었다. 하지만 선행연구들을 통해 몰입도와 의지 간 영향력을 예측할 수 있으므로, 드라마몰입도와 창업의지 간에 영향관계가 있다고 예측할 수 있다. Zapkau et al.(2015), 이상화(2016), 김성훈 외(2019), 신현희(2021), 이미희 외(2018)의 선행연구를 바탕으로 창업의지에 드라마속 성공모델, 간접경험이 영향을 미치는 요인이 될 수 있음이 실증적으로 확인되었다. 또한 박경석과 하규수(2014), 장유진과 이병희(2019), 홍인기와 김형준(2021)의 연구에서 성취욕구와 창업의지 간, 혁신성 및 위험감수성과 창업의지 간에 사회적 지지의 조절효과가 나타났다. 따라서 선행연구를 바탕으로 설정한 연구 가설은 다음과 같다.

- H1 혁신성은 창업의지에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H2 위험감수성은 창업의지에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H3 자아 성취는 창업의지에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H4 경제적 성취는 창업의지에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H5 드라마몰입도는 창업의지에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H6 드라마속 성공모델은 창업의지에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H7 간접경험은 창업의지에 유의미한 정(+)의 영향을 미칠 것이다.
- H8-1 사회적 지지는 혁신성과 창업의지 간 영향관계를 조절할 것이다.
- H8-2 사회적 지지는 위험감수성과 창업의지 간 영향관계를 조절할 것이다.
- H8-3 사회적 지지는 자아 성취와 창업의지 간 영향관계를 조절할 것이다.
- H8-4 사회적 지지는 경제적 성취와 창업의지 간 영향관계를 조절할 것이다.
- H8-5 사회적 지지는 드라마몰입도와 창업의지 간 영향관계를 조절할 것이다.

H8-6 사회적 지지는 드라마속 성공모델과 창업의지 간 영향관계를 조절할 것이다.

H8-7 사회적 지지는 간접경험과 창업의지 간 영향관계를 조절할 것이다.

3.3 조사 설계

설정된 연구모형을 바탕으로 가설 검정을 위해 실증적 분석을 실시하였다. 설문조사는 일반인을 대상으로 2021년 4월 10일부터 2021년 4월 30일까지 온라인 설문 방식으로 실시하였다. 유효한 419부를 대상으로 분석하였으며, 통제변수를 제외한 모든 항목은 Likert 방식(5점 척도)으로 측정하였다. 설문지의 구성 및 조작적 정의는 아래 <표1>과 같다.

응답자의 특성은 남성 42.5%, 여성 57.5%였다. 연령은 20대 30.8%, 30대 28.6%, 40대 23.2%, 50대 13.6%, 60대 이상 3.8%였다. 학력은 고졸 16.2%, 전문대졸 1.7%, 대졸 63.5%, 대학원졸 18.6%였다. 가족구성원수는 1명 11%, 2명 19.1%, 3명 35.3%, 4명 이상 34.6%였다. 직업은 전문직 8.4%, 사무직 29.4%, 생산기술직 7.2%, 자영업 12.9%, 학생 및 군인 20.3%, 주부 9.8% 등이었다. 직장경험은 없음 17.7%, 있음 82.3%, 사업경험은 없음 69.9%, 있음 30.1%로 나타났다.

<표 1> 변수의 조작적 정의 및 설문지 항목

구분	변수명	문항수	연구변수	조작적 정의
독립 변수	혁신성	4	신기술, 새로운 아이디어, 도전, 새로운 관점	시장 지향적인 마인드로 제한된 환경자원에도 불구하고 지속적으로 창의적이고 도전적인 성향
	위험감수성	4	불확실성, 적극성, 도전, 리스크	불확실한 상황에서 위험을 감수하면서 과감하고 적극적으로 도전하려는 의지
	자아성취	4	동기, 성취, 꿈, 목표	자신의 능력과 잠재력을 최대한 끌어내어 자기개발, 자아실현, 목표달성 등을 위해 창조적인 활동과 사고를 하는 것
	경제적 성취	5	부의 증대, 경제적 여유, 행복감, 직업선택, 동기	생활 수준을 개선하고 삶의 만족도를 높이기 위해 자신의 부를 증대시키려는 욕구
	드라마몰입도	5	집중, 빠져들, 몰입, 즐거움, 지각된 현실성	시청자 자신이 의도치 않은 상태에서 드라마속으로 끌려들어가 자의식 상실, 등장인물과 감정적이고 인지적으로 연결성이 증가한 상태
	드라마속 성공모델	5	인식변화, 롤모델, 모델링, 성공모델, 인지변화	TV드라마 속 등장인물 중에서 창업의지에 영향을 미칠 수 있는 이상적 기준에 부합하여 닮고 싶고 비슷한 행동을 하고싶게 만드는 긍정적 역할모델
	간접경험	4	동일시, 성공열망, 대리경험, 감정이입	실제 현실 속에서나 미디어를 통해 타인을 직간접적으로 관찰하고 일체감을 느낄 수 있는 대리적 경험의 총체
조절 변수	사회적 지지	4	가족지원, 가족지지, 친구지지, 동료지지	어떠한 상황에서라도 개인이 타인과의 관계로부터 상호작용을 통해 받을 수 있는 모든 긍정적인 자원 및 도움
종속 변수	창업의지	5	의지, 설렘과 흥분, 열정, 성공, 리더쉽	미래에 자신의 사업을 소유하거나 시작하려는 의지 또는 열정
인구통계학적 특성		8	성별, 결혼상태, 연령, 가족구성원수, 최종학력, 직업, 사업경험, 직장형태	
합계		48		

IV. 연구 결과

4.1 타당도와 신뢰도분석 결과

본 연구를 위한 통계분석은 SPSS 25를 활용하였다. 먼저 측정변수들에 대한 타당도와 신뢰도를 분석하였다.

이러한 과정을 통해 측정변수에 대해 정화작업을 수행하였다. 본 연구에서는 탐색적 요인분석을 통해 타당도 검정을 실시하였다. 본 연구의 탐색적 요인분석 결과는 <표2>와 같다. KMO값은 .853, Bartlett의 구형성 검정값은 유의확률 .000에서 11120.708로 나타났다. 설명된 총분산은 73.670%이었다. 이상의 모형적합성 검정결과 모형은 적합한 것으로 분석되었다. 본 연구에서는 탐색적 요인분석의 요인적재치를 .6으로 설정하였다. 연구모형과 동일하게 9개의 요인이 <표2>와 같이 잘 묶였다.

탐색적 요인분석 결과를 토대로 신뢰도를 분석하였다. 본 연구에서는 보편적으로 사용하고 있는 Cronbach's α 테스트를 했다. 통상적으로 Cronbach's α 값이 .7 이상인 경우 신뢰도가 있는 것으로 판단한다. 신뢰도분석 결과 9개 요인 모두 본 연구에서 설정한 기준치 .7 이상이었다.

<표 2> 요인분석 및 신뢰도 분석 결과

요인	변수	1	2	3	4	5	6	7	8	9	회전제곱적재량 (누적%)	Cronbach's α
1. 창업의지	열정	.866	.045	.181	.203	.131	.069	.043	.104	-.066	13.059	.984
	성공	.838	.082	.194	.056	.138	.057	.116	.189	-.045		
	설렘과흥분	.821	-.023	.095	.109	.095	.190	.055	.135	.113		
	리더쉽	.699	.150	.064	.005	.270	.306	.064	.163	.119		
2. 드라마 몰입도	몰입	.093	.853	.113	.125	.150	.020	-.047	.056	-.143	22.846	.873
	집중	.001	.792	-.028	.096	.065	.151	.160	.269	.051		
	빠져들	.057	.785	.025	.097	-.005	.186	.061	.293	.205		
	즐거움	.052	.719	-.042	.142	.191	.178	-.061	.093	.137		
	지각된현실성	.153	.666	.238	.279	.016	-.128	.056	.152	-.046		
3. 위험 감수성	적극성	.217	-.011	.792	.031	.065	.026	.142	.194	.080	31.490	.823
	불확실성	.230	.169	.699	.060	.000	.032	.246	.060	-.075		
	리스크	.210	.113	.697	.134	.212	.017	.186	-.117	.129		
	도전	.056	-.030	.690	.049	.118	.001	.260	.069	.216		
4. 간접경험	동일시	.306	.196	.063	.760	.208	.144	.070	.165	.073	39.878	.887
	성공열망	.278	.174	.007	.756	.213	.121	.128	.173	.007		
	감정이입	-.004	.143	.075	.752	.077	.141	.100	.067	.161		
	대리경험	.301	.256	.138	.738	.023	.032	.164	.237	.000		
5. 사회적 지지	친구지지	.038	-.025	.118	.151	.845	.105	-.073	.141	.062	48.164	.871
	가족지지	.210	.119	-.005	.099	.843	.042	.189	.030	-.010		
	가족지원	.225	.177	-.005	.051	.785	-.007	.227	.116	-.052		
	동료지지	.090	.158	.274	.111	.751	.139	-.151	-.005	.101		
6. 경제적 성취	경제적여유	.126	.080	.048	-.005	.144	.832	.022	.174	-.026	55.791	.854
	부의증대	.102	.091	.093	.102	.022	.808	.039	.112	.034		
	동기	.131	.070	-.197	.024	.113	.747	.189	-.005	.111		
	행복감	.153	.108	.123	.321	-.028	.713	-.074	.029	-.067		
7. 혁신성	신기술	-.007	.019	.121	.100	.110	.111	.830	-.031	.145	63.046	.856
	도전	.194	-.032	.284	.242	.058	.018	.741	.098	.120		
	새로운관점	.191	.108	.460	.042	-.026	-.022	.705	.083	-.108		
	새로운아이디어	.141	.076	.452	.058	.015	.090	.627	.096	-.092		
8. 드라마속 성공모델	인지	.055	.157	.014	.027	.171	.118	.094	.787	.164	70.199	.841
	성공모델	.211	.135	.073	.250	-.040	.126	-.034	.755	.055		
	인식변화	.142	.379	.100	.143	.109	.066	.077	.668	-.020		
	모델링	.287	.301	.114	.194	.087	.061	.045	.617	-.048		
9. 자아성취	목표	.175	.101	.178	.302	.042	.088	.211	.009	.880	73.670	.879
	성취	.243	.123	.212	.307	.086	.093	.014	.098	.843		
	꿈	.198	.181	.246	.255	.081	.017	.095	.157	.718		
	동기	.381	.061	.322	.155	.050	.044	.155	.172	.678		
고유치		4.424	3.624	2.661	2.324	2.119	1.651	1.459	1.372	1.125		
분산(%)		13.059	9.787	8.644	8.388	8.286	7.627	7.255	7.153	3.471		

4.2 상관관계 분석

판별 타당성을 검정하기 위해 상관관계 분석을 실시하였다. 그 결과는 아래의 <표3>과 같다. 판별 타당성 분석에서 가장 중요하게 보는 것이 독립변수 간 다중공선성 발생 여부이다. 통상적으로 다중공선성은 변수 간 상관관계가 .8 이상일 때 발생하는 것으로 보고 있다. 본 연구의 경우 상관관계가 .8 이상은 없었다. 위험감수성과 경제적 성취의 상관관계가 .137로 가장 낮고, 자아성취와 창업의지 간 상관관계가 .610으로 가장 높게 나타났다. 모든 변수 간 상관관계는 정(+)의 방향으로 나타났다.

<표 3> 상관관계 분석 결과

	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 혁신성	1								
2. 위험감수성	.609**	1							
3. 자아성취	.426**	.529**	1						
4. 경제적 성취	.185**	.137**	.238**	1					
5. 드라마몰입도	.205**	.258**	.322**	.293**	1				
6. 드라마속 성공모델	.269**	.292**	.407**	.350**	.536**	1			
7. 간접경험	.352**	.355**	.508**	.347**	.475**	.500**	1		
8. 사회적 지지	.227**	.292**	.287**	.240**	.286**	.316**	.371**	1	
9. 창업의지	.444**	.489**	.610**	.365**	.280**	.441**	.514**	.397**	1

** . 상관관계가 0.01 수준에서 유의함(양측).

4.3 인과관계 검정 결과

본 연구의 가설의 인과관계 검정을 위해 위계적 회귀분석을 사용하였다. 위계적 회귀분석은 인과관계에 영향을 미칠 변수를 통제한 상태에서 순수하게 독립변수와 종속변수의 인과관계를 검증하는 방법이다. 2개 이상의 독립변수와 1개의 종속변수 간의 인과관계를 분석하는 통계기법이며, 독립변수가 종속변수에 미치는 영향을 분석하여 독립변수로 인한 종속변수의 변화를 예측할 수 있다. 분석 결과 R값 .740, 설명력(R²)은 54.7%로 나타났다. 모형적합도 검증 결과 F값이 32.485(P<.001)로 유의한 것으로 나타났다. 독립변수 간 다중공선성 여부를 체크하기 위한 VIF값 역시 10 미만으로 나타났다. 따라서 독립변수 간 다중공선성은 없었다. 이에 본 모형을 활용해서 가설을 검정한 결과는 <표4>와 같다.

<표 4> 인과관계 가설검정 결과

구분	변수명	모형 1 :			모형 2 :		
		B	β	t	B	β	t
통제변수	성별	-.287	-.161	-3.262**	.084	.047	1.223
	결혼	-.221	-.124	-1.821	.091	.051	.986
	연령	-.009	-.118	-1.333	-.005	-.072	-1.104
	학력	.031	.032	.564	-.065	-.067	-1.546
	가족구성원수	-.009	-.011	-.227	-.101	-.118	-3.251**
	직업	-.021	-.050	-0.999	-.002	-.005	-.131
	직장경험	-.006	-.063	-.787	-.005	-.051	-.870

	사업경험	.587	.304	5.849***	.291	.151	3.757***
독립변수	혁신성				.100	.103	2.345*
	위험감수성				.137	.141	2.945**
	자아성취				.285	.327	7.132***
	경제적 성취				.252	.179	4.720***
	드라마몰입도				.095	.100	2.325*
	드라마속 성공모델				.136	.130	2.919**
	간접경험				.165	.195	4.289***
모형통계량	R		.366			.740	
	R ²		.134			.547	
	F		7.927***			32.485***	
	ΔR ²					.413	
	ΔF					52.576***	

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

혁신성은 $\beta=.103$, $p<.05$ 로 창업의지에 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서, H1 혁신성은 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 위험감수성은 $\beta=.141$, $p<.01$ 로 창업의지에 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서, H2 위험감수성은 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 자아성취는 $\beta=.327$, $p<.001$ 로 창업의지에 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서, 가설 H3 자아성취는 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 경제적 성취는 $\beta=.179$, $p<.001$ 로 창업의지에 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서, H4 경제적 성취는 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 드라마몰입도는 $\beta=.100$, $p<.05$ 로 창업의지에 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서, 가설 H5 드라마몰입도는 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 드라마속 성공모델은 $\beta=.130$, $p<.01$ 로 창업의지에 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서, H6 드라마속 성공모델은 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 간접경험은 $\beta=.195$, $p<.001$ 로 창업의지에 정(+)의 영향을 미쳤다. 따라서, H7 간접경험은 창업의지에 정(+)의 영향을 미칠 것이라는 채택되었다. 창업의지에 영향을 미치는 변수들의 영향관계 크기는 자아성취($\beta=.327$) > 간접경험($\beta=.195$) > 경제적 성취($\beta=.179$) > 위험감수성($\beta=.141$) > 드라마속 성공모델($\beta=.130$) > 혁신성($\beta=.103$) > 드라마몰입도($\beta=.100$) 순으로 나타났다.

한편, 혁신성, 위험감수성, 자아성취, 경제적 성취, 드라마몰입도, 드라마속 성공모델, 간접경험과 창업의지 간의 영향력을 조절하는 사회적 지지의 조절효과를 검증하기 위해 독립변수와 조절변수의 상호작용항이 종속변수에 미치는 영향력의 크기와 유의성을 검증하였다. 본 연구에서는 Baron & Kenny(1986)가 제시한 위계적 회귀분석 방법을 활용한 조절회귀분석으로 하였다. 조절회귀분석의 절차는 4단계에 걸쳐 실시하였다. 1단계 통제변수와 종속변수 간의 회귀분석, 2단계 통제변수, 독립변수와 종속변수 간의 회귀분석, 3단계 통제변수, 독립변수, 조절변수와 종속변수 간의 회귀분석, 4단계 통제변수, 독립변수, 조절변수, 상호작용항(독립변수*조절변수)과 종속변수 간의 회귀분석으로 수행하였다.

본 연구에서 사용된 독립변수와 조절변수는 연속형 변수이다. 독립변수와 조절변수의 상호작용항의 다중공선성을 제거하기 위해 독립변수와 조절변수에 대해 평균중심화(원점수-평균) 방법으로 변수를 변환하여 활용하였다. 상호작용항은 앞에서 기술한 바와 같이 독립변수와 조절변수의 곱으로 만들었다. 조절효과에 관한 판단은 다음의 기준으로 하였다. 첫째, 단계별로 R²의 변화가 유의하게 증가해야 한다. 둘째, 상호작용항이 유의하여야 한다. 셋째, 다중공선성이 존재하지 않아야 한다(송지준, 2015).

독립변수와 창업의지의 관계에서 조절효과를 검증하기 위해 모형 1에서는 통제변수(성별, 결혼, 연령, 학력, 가족구성원수, 직업, 직장경험 유무, 사업경험 유무)를 투입하였다. 모형 2에서는 통제변수 및 독립변수(혁신성,

위험감수성, 자아성취, 경제적 성취, 드라마몰입도, 드라마속 성공모델, 간접경험)를 투입하였다. 모형 3에서는 통제변수 및 독립변수, 조절변수(사회적 지지)를 투입하였다. 모형 4에서는 통제변수, 독립변수, 조절변수, 상호작용항(독립변수*사회적 지지)을 단계적으로 투입하였다.

통제변수, 독립변수, 조절변수를 추가로 투입한 모형 3에서 R값은 .748로 설명력(R²)은 56.0%을 나타냈고, 이에 대한 F값은 34.939로 유의확률 p<.001에서 유의한 것으로 나타났다. 모형 4에서 추가로 상호작용항을 투입한 결과 R값은 .777로 설명력(R²)은 60.4%을 나타냈고, 이에 대한 F값은 36.202로 유의확률 p<.001에서 통계적으로 유의한 것으로 나타났다. 증분된 결정계수(ΔR²)는 0.044로 4.4%의 설명력이 추가로 증가하였고, 이에 대한 ΔF값은 6.323으로 유의확률 p<0.05로 유의하게 나타났다. 또한, 다중공선성 진단지표인 VIF가 모두 10 이하로 나타나 다중공선성은 없는 것으로 분석되었다. 이상의 결과를 종합해보면 첫째, 단계별로 R²의 변화가 유의하게 증가하였고 둘째, 다중공선성이 존재하지 않았다. 사회적 지지의 조절효과 분석 결과는 <표5>와 같다.

혁신성과 창업의지 간 사회적 지지 조절효과는 모형 4에서 추가로 투입한 상호작용항(혁신성*사회적 지지)의 값(β) .132이며, t값 2.636으로 유의확률 p<.01에서 통계적으로 유의하였다. 따라서, H8-1 사회적 지지는 혁신성과 창업의지 간의 영향관계를 조절할 것이라는 채택되었다. 위험감수성과 창업의지 간 사회적 지지의 조절효과는 모형 4에서 추가로 투입한 상호작용항(위험감수성*사회적 지지)의 값(β) .004이며, t값 .087, 유의확률 p>.05로 통계적으로 유의하지 않았다. 따라서, H8-2 사회적 지지는 위험감수성과 창업의지 간의 영향관계를 조절할 것이라는 기각되었다. 자아성취와 창업의지 간 사회적 지지의 조절효과는 모형 4에서 추가로 투입한 상호작용항(자아성취*사회적 지지)의 값(β) .215이며, t값 4.303으로 유의확률 p<.001에서 통계적으로 유의하였다. 따라서, H8-3 사회적 지지는 자아성취와 창업의지 간의 영향관계를 조절할 것이라는 채택되었다. 경제적 성취와 창업의지 간 사회적 지지의 조절효과는 모형 4에서 추가로 투입한 상호작용항(경제적 성취*사회적 지지)의 값(β) .051이며, t값 1.255, 유의확률 p>.05로 통계적으로 유의하지 않았다. 따라서, H8-4 사회적 지지는 경제적 성취와 창업의지 간 영향관계를 조절할 것이라는 기각되었다. 드라마몰입도와 창업의지 간 사회적 지지의 조절효과는 모형 4에서 추가로 투입한 상호작용항(드라마몰입도*사회적 지지)의 값(β) .018이며, t값 .322, 유의확률 p>.05로 통계적으로 유의하지 않았다. 따라서, H8-5 사회적 지지는 드라마몰입도와 창업의지 간 영향관계를 조절할 것이라는 기각되었다. 드라마속 성공모델과 창업의지 간 사회적 지지의 조절효과는 모형 4에서 추가로 투입한 상호작용항(드라마속 성공모델*사회적 지지)의 값(β) .131이며, t값 3.010으로 유의확률 p<.01에서 통계적으로 유의하였다. 따라서, H8-6 사회적 지지는 드라마속 성공모델과 창업의지 간의 영향관계를 조절할 것이라는 채택되었다. 간접경험과 창업의지 간 사회적 지지의 조절효과는 모형 4에서 추가로 투입한 상호작용항(간접경험*사회적 지지)의 값(β) .204이며, t값 4.054로 유의확률 p<.001에서 통계적으로 유의하였다. 따라서, H8-7 사회적 지지는 간접경험과 창업의지 간 영향관계를 조절할 것이라는 채택되었다.

<표 5> 조절효과 가설검정 결과

구분	변수명	모형 1 :		모형 2 :		모형 3 :		모형 4 :	
		β	t	β	t	β	t	β	t
통제 변수	성별	-.161	-3.262**	.047	1.223	.032	.849	.002	.043
	결혼	-.124	-1.821	.051	.986	.042	.830	.044	.884
	연령	-.118	-1.333	-.072	-1.104	-.062	-.952	-.033	-.520
	학력	.032	.564	-.067	-1.546	-.092	-2.118*	-.119	-2.846**
	가족구성원수	-.011	-.227	-.118	-3.251**	-.106	-2.953**	-.128	-3.659***
	직업	-.050	-.999	-.005	-.131	-.011	-.290	-.026	-.738
	직장경험	-.063	-.787	-.051	-.870	-.053	-.918	-.062	-1.110
	사업경험	.304	5.849***	.151	3.757***	.129	3.223**	.129	3.302**

독립변수	혁신성		.103	2.345*	.092	2.118*	.100	2.176*
	위험감수성		.141	2.945**	.119	2.499*	.145	3.097**
	자아성취		.327	7.132***	.333	7.351***	.288	6.393***
	경제적 성취		.179	4.720***	.167	4.451***	.161	4.263***
	드라마몰입도		.100	2.325*	.109	2.571**	.080	2.059*
	드라마속 성공모델		.130	2.919**	.128	2.897*	.133	3.018**
	간접경험		.195	4.289***	.163	3.550***	.189	4.032***
조절변수	사회적 지지				.130	3.360**	.121	3.071**
상호작용항	혁신*사회						.132	2.636**
	위험*사회						.004	.087
	자아*사회						.215	4.303***
	경제*사회						.051	1.255
	몰입*사회						.018	.322
	모델*사회						.131	3.010**
	경험*사회						.204	4.054***
모형통계량	R	.366	.740	.748	.777			
	R ²	.134	.547	.560	.604			
	F	7.927***	32.485***	34.939***	36.202***			
	ΔR ²		.413	.013	.044			
	ΔF		52.576***	11.292**	6.323***			

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

4.4 논의

연구모형에서 설정된 독립변수와 종속변수 간에는 모두 유의한 정(+)의 영향관계가 있는 것으로 나타났다. 본 연구에서 설정된 독립변수가 창업의지에 영향을 미침에 있어서 그 영향관계가 자아성취($\beta=.327$) > 간접경험($\beta=.195$) > 경제적 성취($\beta=.179$) > 위험감수성($\beta=.141$) > 드라마속 성공모델($\beta=.130$) > 혁신성($\beta=.103$) > 드라마몰입도($\beta=.100$) 순으로 나타났다. 독립변수와 창업의지 간 사회적 지지의 조절효과 분석 결과, 혁신성과 창업의지 간, 자아성취와 창업의지 간, 드라마속 성공모델과 창업의지 간, 간접경험과 창업의지 간에 사회적 지지의 조절효과는 유의하였다. 반면, 위험감수성과 창업의지 간, 경제적 성취와 창업의지 간, 드라마몰입도와 창업의지 간에 사회적 지지의 조절효과는 유의하지 않았다. 이상의 검증 결과를 바탕으로 몇 가지 논의를 해보면 다음과 같다.

첫째, 혁신성과 위험감수성은 창업의지에 정(+)의 유의한 영향관계가 검증되어, 배익건(2012), 최양림(2012)의 연구결과를 지지하고 있다. 창업의지를 뒷받침하는 특성으로서 창의성을 발휘하고 지속적으로 도전하는 마음인 혁신성과 불확실한 미래의 상황에도 과감히 도전하려는 위험감수성이 클수록 창업의지가 증가한 것이라 할 수 있을 것이다.

둘째, 자아성취와 경제적 성취는 창업의지에 정(+)의 유의한 영향관계가 검증되어, 양경애와 하규수(2020), 장수진과 김종태(2021)의 연구결과를 지지하고 있다. 자신의 능력과 잠재력을 최대한 끌어내어 목표를 달성하려는 성취욕구와 증가하는 기대수명에 따라 생활수준을 개선하고 삶의 질을 높이려는 부의 증대, 즉 경제적 성취욕구 모두 가장 큰 창업동기의 이유이므로 창업의지에 영향을 미친 것이라 생각한다.

셋째, 드라마몰입도, 드라마속 성공모델, 간접경험은 창업의지에 정(+)의 유의한 영향관계가 검증되어, 정연수와 조성의(2013), 육창환(2015), 정백교 외(2019), 신현희(2021)의 연구 결과를 부분적으로 지지하고 있다. Gerbner의 문화계발효과이론에 의하면, TV는 강력하면서 대표적인 사회화의 도구로, TV 드라마는 시청자들에게 현실에 관한

특정한 신념과 가치관들을 주입한다. 드라마와 같은 문화상품은 시청자들에게 간접적인 문화체험의 기회를 쉽게, 그리고 가장 많이 제공해 왔다. 즉 우리의 생활과 문화에 근접한 묘사로 이야기 속으로 빠져들어가 드라마에 몰입하게 되고 TV 화면 속에서 보여지는 대로 내가 원하는 역할모델을 찾아 닮고자 하며, 대리만족, 간접경험까지 하게 되는 것이다. 미디어학자들은 TV 외에도 뉴미디어를 이용해 문화계발효과의 유효함을 증명하면서(이원섭, 2015), 새로운 미디어 환경에서도 문화계발효과는 여전히 유효한 이론임을 실증적으로 보여주고 있다. 따라서, TV 시청이 시청자들에게 공유되는 가치관이나 관점을 계발한다는 측면에서, 끊임없이 시청자들의 인식과 행동에 영향을 미친다고 볼 수 있다. 이러한 특성들이 TV 속에서 보여지는 창업, 사업, 기업가와 관련한 이미지들을 지속적으로 광범위하게 시청자들에게 인식시켜 창업의지에 영향을 미치는 것으로 생각한다.

넷째, 자아성취의 영향력이 가장 큰 것으로 결과가 나타나 장수진과 김종태(2021)의 연구 결과를 지지하였다. Maslow는 욕구계층설에서 인간은 다양한 욕구 충족을 통해 성장, 발달하므로, 욕구단계가 계층적인 배열로 되어 있다고 보았다. 즉 사람은 생리적 욕구 같은 낮은 수준의 욕구 충족에서 시작하여 궁극적으로 자기실현, 즉 자신의 잠재력을 충족하려는 가장 높은 수준의 욕구를 추구한다는 것이다. 따라서, 창업의지에 있어서도 인간의 궁극 목표인 자아성취 동기가 가장 영향력이 큰 것으로 예측할 수 있다.

다섯째, 혁신성과 창업의지 간 사회적 지지의 조절효과가 나타난 것은 오히화와 조인석(2019), 이재은과 강지원(2016)의 연구결과와 반대로 나타났다. 이러한 결과가 나온 것은 지속해서 쇄신하려는 혁신성은 외적인 지원에 의해 환경이나 조건이 긍정적으로 변화될수록 더 큰 효과가 있을 수 있음을 예측할 수 있게 한다.

여섯째, 자아성취와 창업의지 간에 사회적지지의 조절효과가 나타난 것은 장유진과 이병희(2019)의 연구결과를 지지하고 있다. 창업의사 결정이 행동으로 이어지려면 창업에 대한 긍정적인 태도가 중요한데, 목표를 이루는데 있어 주변의 긍정적인 네트워크가 개인의 목표성취에 있어 큰 힘이 됨을 알 수 있다.

일곱째, 드라마속 성공모델과 창업의지 간, 간접경험과 창업의지 간에 사회적 지지의 조절효과가 나타났다. 반면, 드라마몰입도와 창업의지 간에는 사회적 지지의 조절효과가 나타나지 않았다. 이에 대하여서는 선행연구가 없어 비교하기 어렵다. 다만, 드라마속 성공모델과 간접경험은 나 이외 다른 인물과의 동일시와 감정이입, 동경 등으로 부모, 친구, 지인, 직장동료 등의 지지에 의해 긍정적인 이미지나 감정이 확대되고 지속될 수 있지만, 드라마몰입은 단순히 드라마의 다양한 흥미 유발 요소들에 의해 드라마 속으로 집중되는 것으로 사회적 상호작용의 결과인 지지의 효과가 발생하지 않았다고 추론할 수 있다.

V. 결 론

본 연구는 창업의지에 영향을 미치는 요인과 그 영향관계를 실증적으로 분석하기 위해 이루어졌다. 이를 위해 창업의지에 영향을 미치는 요인으로 혁신성, 위험감수성, 자아성취, 경제적 성취, 드라마몰입도, 드라마속 성공모델, 간접경험을 설정하고, 이 중 어떤 요인이 창업의지에 가장 큰 영향을 미치는지를 살펴보았다. 이를 실증적으로 분석하기 위해 일반인을 대상으로 온라인 설문조사를 하였으며, 419개의 유효한 데이터를 분석하였다. 통계분석에는 SPSS 25.0을 활용하였다. 본 연구의 실증 분석 결과, 혁신성, 위험감수성, 자아성취, 경제적 성취, 드라마몰입도, 드라마속 성공모델, 간접경험 모두 창업의지에 정(+의 유의한 영향을 미쳤다. 그중 자아성취가 창업의지에 가장 큰 영향을 미치는 요인으로 나타났다. 한편, 조절변수인 사회적 지지는 혁신성과 창업의지 간, 자아성취와 창업의지 간, 드라마속 성공모델과 창업의지 간, 간접경험과 창업의지 간 조절역할을 하는 것으로 분석되었다. 본 연구 결과는 정부의 창업지원정책에 따라 다양한 자금지원과 사회적·환경적 혜택이 예비창업자들에게 집중되고 있음에도 불구하고 여전히 창업에 대한 막연한 두려움과 실패부담감으로 창업실행이 저조한 즈음에 보다 본질적이고 보편적인 관점에서 실질적인 대안을 찾고자 문화적 특성을 가진 요인들의 영향력을 실증적으로 확인하였다는 측면에서 의의가 있다.

5.1 시사점

본 연구의 학술적인 시사점은 다음과 같다. 첫째, 창업의지에 영향을 미치는 창업 영향요인들과 창업의지 간 사회적 지지의 조절효과를 실증적으로 검증하였다는 점이다. 둘째, 문화계발효과이론을 확장해서 창업의지와 영향력에 유의미한 효과가 나타나 문화계발효과이론의 유효성을 재확인한 점이다. 특히 드라마특성을 변수로 적용하여 학문적으로 실증 분석하고 확인한 것은 학문의 새로운 지평을 연 것이라 할 수 있다. 셋째, 드라마속 성공 모델과 간접경험이 창업의지를 높이는데 있어, 창업자에 대한 외적 지원이라 할 수 있는 사회적 지지에 힘입어 더 커질 수 있음이 확인된 점이다. 창업의지의 고취와 창업에 대한 긍정적인 인식변화에 TV 드라마와 같은 문화 상품이 직·간접적으로 영향력이 있음을 실증적으로 검증한 점에서 학문적 공헌도가 있다고 할 수 있다.

본 연구의 실무적 시사점은 다음과 같다. 첫째, 다양한 변수들 모두 창업의지에 영향을 미치는 것으로 나타나, 창업의지에 영향을 미치는 다양한 요인들을 개인별 맞춤으로 구성하여 보다 세부적이고 체계적인 교육과 관리가 필요하다. 둘째, 창업의지를 높이기 위해 앞서 성취욕구가 클수록 창업의지가 높아지는 연구 결과에 따라 예비창업자들이 구체적인 성취 목표를 세우고 이를 달성하려는 의지를 가질 수 있도록 하는 훈련이 필요하다. 셋째, 자원이 부족한 한국에서 실패부담감 없이 창업에 대한 인식변화와 창업의지 제고를 위해 다양한 문화콘텐츠와 창업을 융합하여 간접경험의 기회를 늘리고, 창업 붐의 마중물로서 성공적인 창업의 역할모델이 되어줄 긍정적이면서 다양한 창업문화콘텐츠 개발과 그에 맞춘 세부적인 성공역할모델의 개발이 필요하다.

5.2 연구 한계 및 향후 방향

첫째, 창업의지에 영향을 미치는 요인으로 문화적 특성에 관한 연구가 지속적으로 필요하다. 둘째, 본 연구는 창업의지에 영향을 미치는 변수를 TV 드라마로 한정하여, TV 드라마 특성이 창업의지에 영향을 미치는 요인으로 실증 분석된 바, 앞으로 TV 이외의 다양한 미디어에 관해서도 연구가 확대될 필요가 있다. 셋째, 일반적으로 TV 드라마의 내용이나 방영 시간대는 주 시청자로 40~60대를 타겟으로 하는 경우가 많으나, 본 연구에서는 젊은 연령층의 데이터가 더 많이 수집되었다. 향후 연령대와 직업군을 보다 세분화하여 연구가 확대될 필요가 있다.

REFERENCE

- 강정원(2003), “제품에서 Fun 감성이 유발되는 요인의 분석방법에 관한 연구,” *디자인학연구*, 16(3), pp.221-230.
- 강한혁, 박우진, 배병윤(2019), “창업자의 창업동기, 창업가정신 그리고 창업가 역량 특성이 창업기업 지속가능성에 미치는 영향: 창업기업 경영성과를 매개로 하여,” *벤처창업연구*, 14(3), pp.59-71.
- 국정기획자문위원회(2017), “문재인 정부 국정운영 5개년 계획 및 100대 국정과제,” *목표·전략 및 100대 국정과제 목표 2. 더불어 잘사는 경제*.
- 권용완, 김현, 장병희(2020), “TV 프로그램의 지각된 상호작용성과 사회적 실재감이 지속시청의도에 미치는 영향,” *한국방송학보*, 34(1), pp.29-69.
- 기흥석(2020), *기업가정신 및 창업지원정책이 창업의도에 미치는 요인에 관한 연구: 창업 자기효능감과 창업 실패부담감의 매개효과를 중심으로*, 송실대학교 대학원 박사학위논문.
- 김경희(2018), *중장년 구직자의 사회적 지지, 부정적 구직정서, 구직태도, 구직행동의 관계 연구*, 고려대학교 교육대학원 석사학위논문.
- 김남표, 권영주(2018), “소상공인의 창업준비성, 사회적 지지, 정부의 창업컨설팅 지원과 창업성과의 관계에 관한 연구,” *한국창업학회지*, 13(3), pp.94-118.

- 김민채, 전수진(2019), “페르소나를 적용한 간접적 사용자 경험 구현모델 연구,” *한국HCI학회 학술대회*, 2, pp.310-315.
- 김선남(2008), “재한 중국인 유학생의 한국 TV 드라마 시청행태에 관한 연구,” *언론과학연구*, 8(2), pp.122-148.
- 김성미(2020), *기업가정신과 사회적 자본이 대학생 창업의지에 미치는 영향: 진로결정 자기효능감의 조절효과를 중심으로*, 충남대학교 대학원 박사학위논문.
- 김성환, 이종훈(2014), “공기업직원의 자기효능감, 창업동기, 창업의지 간의 구조관계 분석,” *벤처창업연구*, 9(6), pp. 91-99.
- 김성훈, 오도윤, 신하연(2019), “리얼리티 여행프로그램의 시청동기가 시청만족도와 방문의도에 미치는 영향 연구,” *한국콘텐츠학회 논문지*, 19(9), pp.47-56.
- 김소영, 양정애, 양승묵(2013), “한국 미디어에 대한 중국인 유학생들의 적대적 지각이 한국(인)에 대한 태도에 미치는 영향: 미디어 이용 및 대인 커뮤니케이션을 예측변수로,” *미디어, 젠더와문화*, 27, pp.33-75.
- 김영석(2008), *완벽주의, 수치심, 우울과의 관계*, 서강대학교 대학원 석사학위논문.
- 김용주(2005), *레저스포츠 참여에 따른 인지된 자유감과 자아실현 및 여가만족의 관계*, 중앙대학교 대학원 미간행 박사학위논문.
- 김정곤(2017), *기업가정신이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증 연구: 창업공모전 참여동기의 매개효과, 정부 창업 지원 정책의 조절효과를 중심으로*, 호서대학교 벤처대학원 박사학위 논문.
- 김종명(2020), *창업교육, 정부지원 및 기업가정신이 창업성공에 미치는 영향에 관한 연구*, 단국대학교 일반대학원 박사학위논문.
- 김춘호(2018), *대학생들의 창업교육 참여도와 기업가정신, 교내 창업지원제도가 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구: 사회적 지지의 조절효과를 중심으로*, 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 김택수(2016), *창업가정신이 창업의지에 미치는 영향: 자기유능감의 매개효과와 사업실패부담감의 조절효과를 중심으로*, 호서대학교 벤처대학원 석사학위논문.
- 마사, 전범수(2012), “중국 유학생의 한국 드라마 및 오락 프로그램 몰입 결정요인,” *한국콘텐츠학회 논문지*, 12(6), pp.111-119.
- 문성식(2018), *기업가정신과 사회적 자본이 시니어의 창업 의지에 미치는 영향: 자기효능감의 매개효과를 중심으로*, 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 박경석, 하규수(2014), “한국과 중국동포의 심리적 특성과 창업동기가 창업의지에 미치는 영향,” *벤처창업연구*, 9(2), pp.61-70.
- 박남규(2014), *창업지원정책과 혁신성이 창업의지에 미치는 영향: 사업실패부담감 및 자기효능감의 조절효과를 고려하여*, 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 박남태(2017), *북한 이탈주민의 창업의도에 미치는 영향요인에 관한 실증 연구: 사회적응성의 조절효과를 중심으로*, 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 박선주(2005), *시청몰입(flow) 경험에 따른 드라마 선택요인과 동일시 효과 연구*, 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 박시사, 강성일(2007), “개인특성과 창업의지의 관계에 관한 연구: 여행업 종사자를 중심으로”, *관광학연구*, 31(2), pp.187-204.
- 박신영(2010), “텔레비전 드라마 시청자의 성향이 이용동기, 장르선호도 및 드라마몰입 정도에 미치는 영향,” *언론과학연구*, 10(1), pp.166-201.
- 박철우(2016), “기업가정신과 자기효능감이 지식경영성공에 미치는 영향 연구: 여성 CEO 중심으로” *벤처창업연구*, 11(6), pp.11-26.
- 배병윤, 이주헌(2018), “대학생의 조절초점 성향이 기업가 지향성, 창업동기 및 창업의지에 미치는 영향에 관한 연구,” *한국창업학회지*, 13(2), pp.29-52.
- 배익건(2012), *개인발명가의 기업가정신과 창업의지에 관한 연구*, 경남과학기술대학교 창업대학원 석사학위논문.
- 배점모(2015), “사회적 지지의 효과에 대한 이론적 고찰,” *한국자치행정학보*, 29(4), pp.49-70.
- 송지준(2015), *(논문작성에 필요한) SPSS/AMOS 통계분석방법*, 서울: 21세기사.
- 신현희(2021), “온택 시대의 매장 커뮤니케이션에 대한 새로운 접근: 소셜미디어를 통한 간접경험 효과 검증,” *OOH 광고학연구*, 18(3), pp.63-86.

- 안익진(2008), “드라마 광고의 개념과 유형: TV광고를 중심으로,” *한국극예술연구*, 28, pp.345-401.
- 안태욱(2017), *대학 창업교육의 창의성 역량이 진로준비행동에 미치는 영향: 창업가정신과 자기효능감의 매개효과*, 중앙대학교 대학원 박사학위논문.
- 양경애, 하규수(2020), “중장년층의 창업의도에 미치는 영향요인에 관한 연구,” *벤처창업연구*, 15(4), pp.45-55.
- 오희화, 조인석(2019), “대학 창업교육 참여자의 기업가정신과 교육만족도가 창업의지에 미치는 영향: 가족지지 조절효과,” *국제회계연구*, 87, pp.39-68.
- 유봉호(2015), “성취욕구와 창업가정신이 창업의지에 미치는 영향: 창업동기의 매개역할을 중심으로,” *벤처창업연구*, 10(3), pp.51-60.
- 유양, 김도연(2018), “‘한한령’과 중국인의 한국 관련 태도: 한국방문 및 한국 콘텐츠 이용경험의 차이를 중심으로,” *사회과학연구*, 32(1), pp.123-151.
- 육창환(2015), *창업가의 특성 요인이 창업의지에 미치는 영향: 창업멘토링의 조절효과를 중심으로*, 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 윤남수(2012), “잠재적 창업자의 창업동기요인이 기업가정신 및 창업의지에 미치는 영향: 기업가정신의 매개효과,” *산업경제연구*, 25(2), pp.1537-1557.
- 윤지수(2017), “기업가정신이 창업효능감 및 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구: 진로결정 자기효능감의 매개효과를 중심으로,” *한국기술혁신학회 춘계학술대회 논문집*, pp.687-711.
- 이미희, 김진옥, 정철(2018), “리얼리티 프로그램의 시청동기가 진정성 및 해외여행 의도에 미치는 영향: '꽃보다 할배' 시청자를 대상으로,” *한국관광학회 국제학술발표대회집*, 84(0), pp.131-135.
- 이상화(2016), *창업가정신, 창업역량 및 창업가 특성이 창업 만족도에 미치는 영향에 관한 연구: 플로우 경험의 조절효과를 중심으로*, 호서대학교 벤처대학원 박사학위논문.
- 이연경(2015), *TV프로그램 시청의 세대 차이와 세대 간 소통에 관한 연구*, 연세대학교 커뮤니케이션대학원 박사학위논문.
- 이원섭(2015), *미디어 교육이 미디어 리터러시와 비판적 사고 성향에 미치는 영향*, 광운대학교 대학원 박사학위논문.
- 이재은, 강지원(2016), “청소년의 기업가정신이 창업의도에 미치는 영향: 사회적 지원 세력의 조절효과를 중심으로,” *한국경영학회 통합학술발표논문집*, 18, pp.698-719
- 이주현(2008), “창업동기와 창업의사결정에 관한 연구,” *중소기업연구*, 30(1), pp.41-64.
- 이철훈, 임종엽(2018), “무대공간을 통해 본 현대건축의 일시성에 관한 연구,” *대한건축학회 추계학술발표대회논문집*, 38(2), pp.202-205.
- 이희진(2017), “한류콘텐츠 이용정도가 중국인의 협한정서에 미치는 영향: 한류 호감 한국인에 대한 긍정적 인식의 이차 매개효과 검증을 중심으로” *한국콘텐츠학회 논문지*, 17(10), pp.394-405.
- 임윤서(2016), “대학생의 진로 선택을 위한 역할모델의 우연 경험 연구: 청년기업가의 경력성공과정을 중심으로,” *청소년상담연구*, 24(2), pp.329-363.
- 장수진, 김종태(2021), “창업동기, 사회적 지지 및 창업가에 대한 인식이 창업의지에 미치는 영향: 드라마 속 성공모델의 조절효과를 중심으로,” *디지털융복합연구*, 19(8), pp.21-32.
- 장영미, 하규수(2018), “시니어의 창업역량이 창업의지에 미치는 영향에 관한 실증 연구: 사회적 지지 조절효과를 중심으로,” *벤처창업연구*, 13(3), pp.13-36.
- 장유진, 이병희(2019), 창업의도요인에 관한 연구: 기업가정신에 따른 개인적 특성의 매개효과와 사회적 지지의 조절효과를 중심으로,” *예술인문사회융합멀티미디어 논문지*, 9(8), pp.993-1012.
- 장이랑, 박흥식(2014), “직무관련 금품수수 용인도와 간접경험의 관계 및 윤리의 리더십 조절효과의 추정,” *행정논총*, 52(4), pp.165-190.
- 장하영(2018), *직장인의 창업동기와 창업가정신이 창업기대성과에 미치는 영향: 희망의 조절된 매개효과*, 한서대학교 일반대학원 박사학위논문.

- 정명희(2010), “한국사회의 문화 간 감수성이 다문화 수용성에 미치는 영향,” *e-비즈니스연구*, 11(4), pp.291-310.
- 정백교, 김용성, 선상규(2019), “대학 최고경영자의 윤리적 리더십과 직무몰입이 업무성과와 조직시민행동에 미치는 영향에 관한 연구,” *유라시아연구*, 16(1), pp.109-129.
- 정연수, 조성익(2013), “대학생 창업의지 결정요인에 대한 연구: 창업교육에의 시사점,” *한국창업학회지*, 8(1), pp.57-73.
- 정준이, 권규미, 반성식(2007), “기업가정신과 기업성과: 비영리 조직과의 파트너십의 조절효과를 중심으로,” *대한경영학회지*, 20(4), pp.1797-1820.
- 정지애, 전종우(2010), “한국인과 중국인의 문화소비에서 나타나는 사회문화적 특성 및 차이: 한류와 한풍현상을 중심으로,” *정치정보연구*, 13(1), pp.143-159.
- 조영복, 손진현, 정기범, 이나영(2018), “사회적 기업 및 일반기업 예비창업가의 창업효능감이 창업의도에 미치는 영향,” *벤처창업연구*, 13(1), pp.89-104.
- 조영조, 이보영(2016), “사회적 환경이 대학생 창업의도에 미치는 영향에 관한 연구,” *벤처창업연구*, 11(4), pp.17-25.
- 최양림(2012), *직장인들의 은퇴 후 창업의도에 미치는 영향요인*, 호서대학교 벤처전문대학원 박사학위논문.
- 최윤정, 이종혁(2016), “사회적 시청이 이야기 몰입과 현실감에 미치는 영향: 드라마 시청을 중심으로,” *미디어경제와 문화*, 14(2), pp.178-218.
- 하종원(1993), “텔레비전의 문화계발효과 연구에 대한 평가적 고찰,” *언론정보연구*, 30, pp. 151-186.
- 홍인기, 김형준(2021), “창업의도에 미치는 개인특성요인 연구: 사회적 지지의 조절효과를 중심으로,” *경영경제연구*, 43(1), pp.135-164.
- 황용석(1999), *웹 이용과정에서 플로우(flow) 형성에 관한 이론적 모델 연구: Amos를 이용한 구조방정식 모델의 구축*, 성균관대학교 대학원 박사학위논문.
- 황재성(2011), *TV 드라마의 유형과 몰입경험에 따른 시청자 만족에 관한 연구*, 동의대학교 대학원 박사학위논문.
- Agrawal, S., Simon, A., Bech, S., Bæntsen, K. & Forchhammer, S. (2020), “Defining immersion: Literature review and implications for research on audiovisual experiences,” *Journal of the Audio Engineering Society*, 68(6), pp.404-417.
- Bandera, C., Collins, R. & Passerini, K. (2018), “Risky business: Experiential learning, information and communications technology, and risk-taking attitudes in entrepreneurship education,” *International Journal of Management Education*, 16(2), pp.224-238.
- Bandura, A. (1977), *Social learning theory*, Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Baron, R. M. & Kenny, D. A. (1986), “The Moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, & statistical considerations,” *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), pp.1173-1182.
- Besley, T. J. & Ghatak, M. (2003), “Incentive, choice and accountability in the pro-vision of public services”, *Oxford Review of Economic Policy*, 19(2), pp.235-249.
- Bilandzic, H. & Busselle, R. W. (2008), “Transportation and transportability in the cultivation of genre-consistent attitudes and estimates,” *Journal of Communication*, 58(3), pp.508-529.
- Carsrud, A., Brännback, M., Elfving, J. & Brandt, K. (2009), “Motivations: The entrepreneurial mind and behavior,” In Carsrud, A., & Brännback, M., *Understanding the entrepreneurial mind: Opening the black box*.(Eds.), pp.141-166. Heidelberg: Springer.
- Cohen, J. (2001), “Defining identification: A theoretical look at the identification of audiences with media characters,” *Mass Communication and Society*, 4, pp.245-264.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P. (1991), “A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior,” *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16(1), pp.7-26.

- Dewey, J. (1916), *Democracy and education, The middle works, V.9*. Carbondale: Southern Illinois University.
- Gerbner, G. & Gross, L. (1976), "Living with television: The violence profile," *Journal of Communication*, 26(2), pp.173-199.
- Gerbner, G., Gross, L., Jackson-Beeck, M., Jeffries-Fox, S. & Signorielli, N. (1978), "Cultural indicators: Violence profile no. 9," *Journal of Communication*, 28(3), pp.176-207.
- Goldstein, K. (1963), *Human nature in the light of psychopathology*, NY: Schocken.
- Haase, H. & Lautenschlager, A. (2011), "The teachability dilemma of entrepreneurship," *International Entrepreneurship and Management Journal*, 7(2), pp.145-162.
- Hallam, C. R., Leffel, A. & Womack, D. (2008), "Influencing entrepreneurial intent for new technology intrapreneurs and entrepreneurs in a university environment," *PICMET Proceedings*, pp.27-31. July, Cape Town, South Africa(c).
- Holton, G. (2004), "Robert K. Merton: Biographical memoirs," *Proceedings of the American Philosophical Society*, 148(4), pp.506-517.
- Isenberg, D. (2011), *The entrepreneurship ecosystem strategy as a new paradigm for economic policy: Principles for cultivating entrepreneurship*, Ireland: Presentation at the Institute of International and European Affairs.
- Kennedy, J. W. (2020), *The relationship between the big five personality traits and likelihood of experiencing flow*, Master Dissertation, California State University, Stanislaus.
- Kovareid, L. (1996), "Organizational employment versus selfemployment: Reasons for career choice intentions," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 20(3), pp.23-31.
- Kulakow, S. (2020), "Academic self-concept and achievement motivation among adolescent students in different learning environments: Does competence-support matter?," *Learning and Motivation*, 70, 101632.
- Lerner, M. & Haber, S. (2000), "Performance factors of small tourism ventures: The interface of tourism entrepreneurship and the environment," *Journal of Business Venturing*, 16, pp.77-100.
- Llanos-Contreras, O., Alonso-Dos-Santos, M. & Ribeiro-Soriano, D. (2020), "Entrepreneurship and risk-taking in a post-disaster scenario," *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(1), pp.221-237.
- Lockwood, P. & Kunda, Z. (1999), "Increasing the salience of one's best selves can undermine inspiration by outstanding role models," *Journal of Personality and Social Psychology*, 76(2), pp.214-228.
- Lüthje, C. N. & Franke, N. (2003), "The 'making' of an entrepreneur: Testing a model of entrepreneurial intent among engineering students at MIT," *R&D Management*, 33(2), pp.135-147.
- Modena, E. & Parisi, F. (2021), "Exploring stories, reading environments: Flow, immersion, and presence as processes of becoming," *Cinergie-Il Cinema e le Altre Arti*, (19), pp.69-82.
- Mooradian, T., Matzler, K., Uzelac, B. & Bauer, F. (2016), "Perspiration and inspiration: Grit and innovativeness as antecedents of entrepreneurial success," *Journal of Economic Psychology*, 56, pp.232-243.
- Mueller, S. L. & Thomas, A. S. (2001), "Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness," *Journal of Business Venturing*, 16(1), pp.51-75.
- Naffzer, D. W., Hornby, J. S. & Kuratko, D. F. (1994), "A proposal research model of entrepreneurial motivation," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18, pp.9-42.

- Qi, M. (2021), "The role and status of drama in spiritual and material culture," *Linguistics and Culture Review*, 5(S2), pp.487-500.
- Reynolds, P. D. (1992), "Sociology and entrepreneurship: Concepts and contribution," *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16, pp.47-70.
- Salar, R., Arici, F., Caliklar, S. & Yilmaz, R. M. (2020), "A model for augmented reality immersion experiences of university students studying in science education," *Journal of Science Education and Technology*, 29(2), pp.257-271.
- Schiappa, E., Gregg, P. B. & Hewes, D. E. (2005), "The parasocial contact hypothesis," *Communication Monographs*, 72, pp.92-115.
- Shernoff, D. J., Csikszentmihalyi, M., Schneider, B. & Shernoff, E. S. (2003), "Student engagement in high school classrooms from the perspective of flow theory," *School Psychology Quarterly*, 18(2), pp.158-176.
- Vaillant, Y. & Lafuente, E. (2019), "Entrepreneurial experience and the innovativeness of serial entrepreneurs," *Management Decision*, 57(1), pp.2869-2889.
- Weick, K. E. (1996), "Drop your tools: An allegory for organizational studies," *Administrative Science Quarterly*, 41(2), pp.301-313.
- Zapkau, F. B., Schwens, C., Steinmetz, H. & Kabst, R. (2015), "Disentangling the effect of prior entrepreneurial exposure on entrepreneurial intention," *Journal of Business Research*, 68, pp.639-653.

An Empirical Study on the Effects of Personal Characteristics and Drama Characteristics on Entrepreneurial Intention : Focusing on the Moderating Effect of Social Support

Chang, Soo-jin¹⁾

Abstract

This study attempted to identify the factors affecting entrepreneurial intention and to confirm the moderating effect of social support that plays a positive role in increasing entrepreneurial intention. The subjects of the study were 419 ordinary people, and data were obtained online and analyzed. The analysis method of this study was based on the SPSS statistical program Ver. 24, and a hierarchical regression analysis method was conducted to analyze the moderating effect. The results of hypothesis verification analysis in this study are as follows.

First, innovativeness, risk-taking, self-fulfillment, economic motivation, immersion in a drama, drama role model, and indirect experience, all had a significant positive(+) effect on entrepreneurial intention. Second, among the factors affecting entrepreneurial intention, self-fulfillment was found to have the greatest influence. Third, it was confirmed that the moderating effect of social support between various variables and entrepreneurial intention had a significant effect on innovativeness, self-fulfillment, drama role model, and indirect experience, and entrepreneurial intention.

The academic value of this study is to confirm the effect of drama characteristic variables on entrepreneurial intention. In addition, it was possible to confirm the moderating effect of social support, which is the total of individual external support. The implication of this study is that the desire for achievement had the greatest influence on entrepreneurial intention. Therefore, it is necessary to develop a desire to achieve in start-up support policies and start-up education. In addition, in light of the ripple effect of TV dramas, drama role model and indirect experience increase entrepreneurial intention, so it was possible to predict its influence on changes in perception of start-ups and entrepreneurs.

Keyword: innovativeness, risk-taking, self-fulfillment, economic motivation, immersion in a drama, drama role model, indirect experience, social support, entrepreneurial intention

1)First Author, Ph. D in Business Administration, sj7339@hanmail.net

저 자 소 개

- 장수진(Chang, Soo-jin)
- 호서대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수, 호서대학교 벤처대학원 경영학 박사
<관심분야> : 문화콘텐츠 창업, 공연예술 교육 및 문화마케팅 등