

중국 유학생의 한국 드라마 및 오락 프로그램 몰입 결정 요인

Determinants of User Immersion for Korean Drama and Entertainment Genre Programs among Chinese Students in Korea

마사, 전범수
한양대학교 신문방송학과

Ma Si(masi.free@hotmail.com), Bum Soo Chon(bumchon@naver.com)

요약

본 연구는 한국 TV 드라마에 따른 한국 내 중국 유학생들의 프로그램 몰입을 결정하는 요인이 무엇인가를 분석하였다. 주요 연구 결과는 다음과 같다. 첫째, 한국 드라마와 오락 프로그램에 대한 중국 유학생들의 몰입도를 살펴보면, 드라마보다 오락 프로그램 몰입도가 보다 높게 나타났다. 드라마가 이야기 구조와 스타 등장에 의존하는 콘텐츠라면 오락 프로그램은 보다 역동적이며 즐거움의 정도가 높기 때문에 중국 유학생들의 몰입도를 높이는 요인으로 판단된다. 둘째, 드라마와 오락 프로그램 몰입도를 성별, 한국어 능력 수준별, 한국 체류 기간별로 구분해서 평균값 차이를 살펴본 결과, 성별로는 드라마와 오락 프로그램 모두 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다. 반면, 한국어 능력 수준이나 오락 프로그램에 대해 한국 체류 기간별 차이는 의미 있는 결과가 나타나지 않았다. 그러나 드라마 몰입도는 한국 체류 기간이 오래될수록 몰입도가 증가하는 결과를 살펴볼 수 있다. 셋째, 드라마와 오락 프로그램 몰입도 결정 요인을 살펴본 결과, 드라마 몰입도의 경우에는 프로그램 독특성, 한국 체류 기간, 드라마 장르 선호도 요인이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 다음으로 오락 프로그램 몰입도의 경우에는 프로그램 독특성, 스타 출연, 오락 장르 선호도 요인이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

■ 중심어 : | 한국 드라마 | 한류 | 프로그램 몰입 |

Abstract

This study examines determinants of user immersion for Korean drama and entertainment genre programs among Chinese students in Korea. The major results are as follows: firstly, user immersion for entertainment genre was more greater than that of drama genre. Although drama was tended to evaluated based on star appearance and narrative structure, entertainment program was favored by its pleasure and vividness. Secondly, there were gender differences for entertainment and drama genre programs between male and female respondents. Also, there was a correlation between drama immersion and duration of stay. Thirdly, although determinants of drama immersion were program characteristics, duration of stay and drama preference, those of entertainment immersion were program characteristics, appearance of star players and entertainment preference.

■ keyword : | Korean Drama | Korean Waves | Television Program Immersion |

* 이 논문은 마사의 석사학위 논문 자료를 재분석하여 대폭 재구성한 것임.

접수번호 : #120308-003

접수일자 : 2012년 03월 08일

심사완료일 : 2012년 05월 16일

교신저자 : 전범수, e-mail : bumchon@naver.com

I. 서론

한국 내 중국 유학생의 수가 증가하고 있다. 중국인 유학생은 2010년 기준으로 5만 9,490명(조선족 포함)으로 이는 전체 유학생의 70%를 차지하는 비율이다[1]. 한국 내 중국 유학생들이 늘어나는 이유는 한류로 인한 한국 문화에 대한 친근성 등이 반영된 것으로 평가된다 [2]. 한류는 한국에 대한 호감도와 방문의도를 높이는 한편 이를 통해 한국 유학생 규모를 늘리는 등 다양한 영향을 끼치는 요인으로 보인다[3].

한국 내 중국 유학생들이 증가하면서 이들이 한국 문화를 어떻게 소비하는가에 대한 연구들이 시작되고 있다. 그러나 중국 유학생들이 한국 미디어와 콘텐츠를 소비하는 방식에 대한 연구들은 거의 살펴볼 수 없다. 한국 내 중국 유학생들의 한국 드라마와 오락, 영화 등의 콘텐츠 소비 연구가 이론적 근거를 갖고 구체적으로 이루어지지 않고 있기 때문이다. 다만, 개별 프로그램 단위의 장르 선호와 그 이유를 살펴보기 위한 연구들은 부분적으로 이루어지고 있다[4]. 그러나 이들 개별 프로그램 연구는 프로그램별로 외국인 선호도와 평가가 다르기 때문에 전체적인 추세를 이해하기 쉽지 않다. 따라서 개별 프로그램에 대한 외국인들의 선호도뿐만 아니라 한국 프로그램의 장르별 특성에 대한 선호도와 몰입도를 살펴볼 필요가 있다.

본 연구는 중국 유학생의 한국 방송 프로그램에 대한 몰입도를 탐색하기 위한 것이다. 방송 프로그램 몰입도는 특정 장르 또는 프로그램에 대한 집중적인 시청 몰입 행위를 의미한다. 본 연구는 드라마와 오락 프로그램 등을 중심으로 중국 유학생들의 프로그램 몰입도 정도와 이를 결정하는 요인들을 다양하게 살펴볼 것이다. 이를 통해 중국 유학생들이 평가하는 한국 방송 드라마와 오락 프로그램의 몰입도를 결정하는 요인들을 검토할 수 있다. 다시 말해, 한류 핵심 소비자 계층인 중국 유학생들의 한국 방송 프로그램 선호와 몰입 결정 요인들을 체계적으로 이해할 수 있을 것이다. 특히 본 연구는 드라마와 오락이라는 인기 장르를 비교함으로써 한류 소비 특성이 장르별로 유사한지 또는 차별화될 수 있는가를 탐색할 것이다.

II. 이론적 논의

1) 문화 적응과 미디어

문화 적응은 둘 또는 그 이상의 문화가 서로 상호작용할 때 발생하는 개인 문화 가치의 수렴 과정이다[5]. 다시 말해, 문화 적응은 2개 또는 그 이상의 문화 집단 또는 개인과의 접촉 이후에 발생하는 문화적, 심리적 변화가 나타나는 과정이다. 이와 같은 과정에는 서로 다른 문화권에 소속된 개인들 간의 커뮤니케이션이 필수적이다. 문화 적응 초기에는 문화 가치의 습득이나 판단 측면에서 차이가 나타나기 때문에 개인 갈등이나 스트레스와 같은 부정적 측면이 나타날 수 있다. 그러나 일정 시간이 지난 뒤에는 새롭게 다른 문화권에 포함된 개인의 심리적 적응이 이루어진다[6].

문화 적응은 이민을 포함해 외국 유학, 여행 등 다양한 차원에서 이루어질 수 있다. 이민의 경우에는 가장 문화 적응이 강하게 이루어지는 한편, 단기 외국 유학이나 여행 등은 비교적 그 정도가 약한 편이다. 이와 같이 개인의 문화 적응에 영향을 끼치는 요인들은 다양하다. 문화 근접성이나 언어 능력 등의 문화 요인을 포함해 개인의 교육 수준 등의 사회적 요인, 개인 심리적 요인 등 다양한 요인들이 개인의 문화 적응 과정에 영향을 끼칠 수 있다. 거시적으로는 국가 간 문화적 유사성에서부터 미시적으로는 개인의 심리적 성향이나 인구 사회 속성 차이 등에 이르기까지 문화 적응에 영향을 끼치는 요인들은 다양하다.

문화 적응 과정에서 미디어의 역할은 중요하다. 미디어에 대한 노출을 통해 다른 국가 정보와 가치 체계에 대한 커뮤니케이션이 활성화될 수 있다[7]. 다른 문화권에 포함된 이민자와 유학생들은 해당 국가 미디어를 통해 문화 적응뿐만 아니라 새로운 문화권 정보를 이용하거나 언어를 학습하는 수단으로 활용할 수 있다. 이민자 또는 유학생이 특정 국가에서 접근하게 되는 미디어 콘텐츠에는 해당 국가의 언어와 가치 등 문화적 정보가 다수 포함된다. 따라서 적극적으로 해당 국가 미디어 콘텐츠에 노출될수록 문화 적응이 원활하고 빠르게 이루어질 가능성이 높다. 그러나 미디어 노출이 이민자 또는 유학생들의 가치관을 직접적으로 변화시키는 것

인가 또는 간접적으로 매개 역할을 담당하는 가에 대한 논의는 일치하지 않는다.

외국인들이 특정 국가에 이민 또는 유학생, 여행자로써 그 나라 문화에 적응하기 위해서는 해당 국가 개인들과의 직접적인 커뮤니케이션 또한 중요하다. 앞서 논의한 것과 같이 미디어 콘텐츠는 직접적 또는 간접적 방식으로 문화 적응을 뒷받침하는 반면 개인 간 커뮤니케이션은 정보, 감정, 문화적 가치 등 다양한 분야에 걸쳐 개인의 문화 적응을 직접적으로 변화시킬 수 있는 요인으로 평가되기 때문이다. 가령, 조창환, 성윤희[8]는 한국 문화 적응에는 한국어 능력, 한국 미디어 사용, 한국인과의 상호교류, 한국 거주기간, 한국에서의 교육기간이라는 요인이 영향을 미치고, 그 중에서도 한국어 능력과 한국인과의 상호교류가 가장 큰 영향을 끼친다는 사실을 발표했다.

이와 같은 결론은 서로 다른 문화권의 개인들이 직접적으로 동일한 언어로 커뮤니케이션할 때 이해 또는 공유의 폭이 가장 확대될 수 있다는 것을 나타낸다. 다음으로 한국 미디어 이용이나 거주 기간 등과 같이 점진적, 누적적인 방식의 문화 적응 요인 역시 중요한 역할을 행하는 것으로 나타났다. 결과적으로 개인의 문화적 적응 과정에는 다른 문화권에 포함된 개인들 간의 직접적인 커뮤니케이션, 미디어 콘텐츠 노출, 거주 기간 등과 같은 사회문화적 요인이 중요하다는 것을 살펴볼 수 있다.

이를 통합해 국내 체류 중국 유학생들을 살펴본 이수범, 김동우 연구[9]를 검토해볼 필요가 있다. 이들 연구에 따르면, 중국 유학생들을 대상으로 체류기간, 한국어 능력, 한국 매스미디어 이용, 문화적응 관계를 살펴본 결과 이 요인들 간에는 높은 정적 상관관계가 나타났다. 특히, 한국어 능력 요인은 한국 매스미디어 이용, 문화 간 커뮤니케이션 능력, 문화적응에 모두 유의미한 영향을 끼치는 것으로 나타나 한국어 능력이 문화적응 과정에서 가장 핵심적인 역할 요인으로 나타났다.

2) 몰입

몰입은 특정 행위에 집중할 때 나타나는 최적의 심리 현상이다[10]. 다시 말해, 몰입은 특정 대상에 재미를

느껴 완전히 집중하고 시간의 흐름을 지각하지 못하는 상태를 나타낸다[11]. 몰입 정도가 일정 수준 초과하면 중독으로 정의할 수도 있다. 이와 같이 몰입은 특정 대상에 대한 이용자의 심리적, 행동적 밀착 및 동일시 차원을 포함하게 된다. 몰입에 대한 연구들은 대부분 게임이나 도박, 이동전화 등의 연구에서 활성화되어 있었다. 최근에는 텔레비전 프로그램이나 영화, 만화 등과 같은 콘텐츠 연구에서도 몰입 개념을 적용하는 연구들이 증가하는 추세이다.

몰입 개념에 대해서는 그 동안 다양한 연구들이 이루어져 왔지만 대체로 기본 구성 개념은 즐거움, 주의집중, 시간왜곡 등의 차원들이 포함된다[12]. 즐거움은 특정 대상에 대한 집중 및 이용을 통해 긍정적 기분이 증가하는 것을 나타낸다. 몰입을 이해하기 위해서는 이용자가 해당 대상에 대한 즐거움 정도를 이해하는 것이 필요하다. 다음으로 주의집중은 산만하게 특정 대상에 접근하는 것이 아니라 심리적으로 집중된 상태에서 행위가 지속되는 것을 나타낸다. 이는 특정 시간대와 공간대에 이루어지는 행위의 차원이 매우 단순하게 이루어진다는 것을 의미한다. 시간왜곡은 이와 같은 특정 대상에 대한 이용자의 집중된 행위를 통해 시간가는 것을 인식하지 못할 정도로 행동이 연속된다는 것을 나타낸다.

특정 콘텐츠 이용자가 즐거움을 느끼면서 주의집중 및 시간왜곡 등을 같이 느끼게 될 때 몰입의 정도는 증가한다. 따라서 몰입을 측정하기 위해서는 즐거움, 주의집중, 시간왜곡 등의 요인들에 대한 측정이 필요하다. 몰입은 단일 차원이 아닌 3개 이상의 하위 차원이 통합된 개념으로 이해할 수 있기 때문이다.

몰입의 선행 설명 요인으로 이용동기 또는 시청동기에 대한 탐색도 필요하다. 박신영은 538명 시청자를 대상으로 드라마 몰입도를 살펴보았다. 연구 결과, 현실도피, 판타지 성향 및 욕구는 드라마에 대한 몰입 정도를 높인다는 사실을 확인했다[13]. 이는 드라마 프로그램에 대한 몰입도는 시청 동기 등과 밀접하게 연계되어 있다는 것을 나타낸다. 결과적으로, 방송 프로그램 몰입은 시청자의 이용 동기와 인구사회 요인, 기존 장르 또는 개별 프로그램 선호도 등이 통합적으로 연계되어 구

성되는 개념으로 이해할 수 있다.

III. 연구문제

본 연구는 이론적 논의를 통해 다음과 같은 연구문제를 설정했다. 첫 번째 연구문제는 한국 내 중국 유학생의 한국 드라마와 오락 프로그램에 대한 몰입 정도를 살펴보기 위한 것이다. 이를 통해 드라마와 오락 프로그램의 몰입도 평균값을 비교할 수 있을 것이다.

연구문제 1: 중국 유학생의 한국 드라마 및 오락 프로그램 몰입 정도는 어떠한가?

두 번째 연구문제는 연구문제 1에서 도출된 드라마와 오락 프로그램 몰입도 평균값을 결정하는 선행 요인들을 탐색하기 위한 것이다. 본 연구에서는 시청동기 요인, 문화 요인, 장르선호도 요인들을 투입하여 각각의 요인들의 설명력을 살펴보려 했다.

연구문제 2: 중국 유학생의 한국 드라마 및 오락 프로그램 몰입 결정 요인은 무엇인가?

IV. 연구방법

1) 연구 대상

본 연구를 위하여 재한 중국 유학생을 조사 대상으로 선정하여 설문을 실시했다. 설문 대상은 서울에 있는 주요 대학교 및 대학원에 재학 중인 학생들로 구성했다. 설문 방식은 설문지를 이용한 오프라인 방식과 이메일을 이용한 온라인 방식을 사용하였다. 또한 중국 유학생들이 많이 재학 중인 학교를 중심으로 편의적 표집 방식을 이용했다. 본 연구에서는 총 165명의 응답을 활용했다.

2) 측정

자료의 기술적 분석을 위해 빈도분석을 실시하고 장르별 시청정도와 몰입에 영향을 미치는 결정요인을 알

아보기 위해 ANOVA 및 다중회귀분석을 실시했다. 본 연구에서 활용된 주요 변인에 대한 정의 및 측정은 다음과 같다.

- (1) 시청동기: 중국 유학생들이 한국 TV 프로그램을 시청하는 동기를 알아보기 위한 문항들로서 기존 연구 등[14]에서 사용된 TV 시청 동기 문항들을 수정, 재구성하여 이용했다. 시청 동기 문항으로는 “프로그램이 독특하다”, “프로그램을 통해 기분전환이 가능하다”, “한류 스타가 출연한다”, “한국 문화를 이해하기 위해서 시청한다” 등과 같은 4개 측정 문항이 이용되었다. 측정 문항은 ‘전혀 그렇지 않다’는 1점에서 ‘매우 그렇다’는 5점까지 리커트 5점 척도로 측정했다.
- (2) 문화 요인: 문화 요인은 조창환, 성윤희 연구[8] 등을 바탕으로 재구성하여 한국어 수준 및 한국 체류 기간으로 측정했다.
- (3) 장르 선호도: 텔레비전 프로그램 장르 선호도는 드라마와 오락 장르별로 해당 프로그램을 얼마나 선호하는지를 묻는 리커트 5점 척도(전혀 좋아하지 않는다 1점, 매우 좋아한다 5점)로 측정했다.
- (4) 몰입: 본 연구에서 몰입은 드라마 및 오락 프로그램을 시청하는 동안 그 내용에 집중되는 정도로 정의했다. 본 연구에서는 구체적인 몰입의 정도를 살펴보기 위해 몰입 상태를 나타내는 즐거움, 주의집중, 시간왜곡의 3가지 하위 개념들을 측정했다[12]. 측정은 박신영 연구에서 활용된 몰입 정도 측정 문항들을 적용했다[13]. 몰입 변인은 즐거움, 주의집중, 시간왜곡 등 3개 변인의 평균값을 합산한 평균값으로 측정했다.

V. 연구 결과

1) 응답자 특성

본 연구 대상은 한국 내 체류하는 중국 유학생으로 총 165명이다. 이들 표본의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 성별로는 남자(49.1%)와 여자(50.9%)가 대체로

5:5 균형을 이루었다. 연령별로는 20대(98.8%), 학력별로는 대졸(60.0%) 응답 비율이 높은 편으로 나타났다. 한국어 수준은 비교적 낮은 편이었으며, 한국 체류기간은 2-3년 미만의 단기 체류 비율이 73.2%로 비교적 높은 것으로 나타났다. 결과적으로 본 연구 응답자들 모두가 재한 중국 유학생으로서 20대 대학원생이 대부분이라는 것을 살펴볼 수 있다.

2) 분석결과

(1) 드라마 및 오락 프로그램 몰입도

드라마 및 오락 프로그램에 대한 몰입도를 살펴본 결과, 드라마 몰입도는 3.00, 오락 프로그램 몰입도는 3.29로 나타났다. 몰입도 최대 가능 점수가 5점인 것을 감안해보면, 드라마는 정확히 중간 정도에서 몰입이 이루어지는 것으로 나타났으며 오락 프로그램 몰입도는 드라마보다 비교적 높게 나타났다.

표 1. 표본의 인구통계학적 특성

	구분	빈도(명)	비율(%)
성별	남자	81	49.1
	여자	84	50.9
나이	20세 미만	5	3.0
	20-24세	100	60.6
	25-29세	58	35.2
	30세 이상	2	1.2
학력	고졸	11	6.7
	전문대졸	11	6.7
	대학교졸	99	60.0
	대학원졸 (석사)	37	22.4
	대학원졸 (박사)	7	4.2
한국어 수준	1급	1	0.6
	2급	10	6.1
	3급	19	11.5
	4급	43	26.1
	5급	67	40.6
	6급	25	15.2
한국체류기간	1년 미만	12	7.3
	1-2년	38	23.0
	2-3년	71	43.0
	3-4년	34	20.6
	4년 이상	10	6.2
	계	165	100.0

응답자 특성별로 몰입도를 살펴보면 다음과 같다. 성별로 드라마는 남자의 경우에 평균 2.90, 여자 응답자는 3.11로 여자 응답자의 몰입도가 높게 나타났다. 이와 같

은 차이는 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 오락 프로그램 몰입도 역시 남자 응답자의 평균 점수는 3.17, 여자 응답자는 3.42로 여자 응답자의 몰입도가 매우 높게 나타났다. 성별 응답자의 평균 차이 역시 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

한국어 수준에 따른 몰입 구성 요인별 평균 점수의 차이를 살펴보면, 드라마와 오락 프로그램 모두 평균값의 차이가 통계적으로 유의미하게 나타나지 않았다. 다만, 한국어 수준이 낮은 1-2급 응답자들의 경우에 3급에서 6급까지의 중급 및 고급 한국어 능력을 갖고 있는 응답자들보다 드라마와 오락 프로그램 몰입도가 낮게 나타났다. 일정 정도 한국어 능력이 가능할 경우에는 드라마 및 오락 프로그램 몰입도가 유사하게 나타나지만, 한국어를 처음 시작하는 중국 학생들에게 한국 드라마 및 오락 프로그램에 대한 몰입도는 높지 않다는 것을 의미한다.

한국 체류기간별 몰입도 평균점수를 살펴보면 오락 프로그램은 집단 간 차이가 유의미하게 나타나지 않은 반면 드라마 프로그램은 체류 기간에 따른 평균값의 차이가 유의미한 것으로 나타났다. 드라마 프로그램에서 응답자의 체류기간이 길어질수록 몰입도 평균값이 증가하는 것으로 나타났다. 체류 기간이 4년 이상인 응답자들의 드라마 몰입도 평균은 3.50, 3-4년일 때에는 3.00, 2-3년 3.01, 1-2년 2.90, 1년 미만은 2.64로 나타났다.

표 2. 응답자별 특성에 따른 몰입도

구분	응답자 수	몰입도		
		드라마	오락	
성별	남자	81	2.90	3.17
	여자	84	3.11	3.42
	통계값	165	t=4.95, p=0.03	t=4.50, p=0.03
한국어 수준	1-2급	11	2.55	2.91
	3급	19	3.04	3.16
	4급	43	2.95	3.34
	5급	67	3.10	3.31
	6급	25	3.03	3.43
	통계값	165	F=2.11, p=N.S.	F=1.07, p=N.S.
한국체류기간	1년 미만	12	2.64	3.22
	1-2년	38	2.90	3.21
	2-3년	71	3.01	3.34
	3-4년	34	3.09	3.29
	4년 이상	10	3.50	3.37
	통계값	165	F=3.34, p=0.01	F=0.21, p=N.S.
전체	165	3.00	3.29	

(2) 중국 유학생들의 한국 드라마 프로그램 몰입도 결정 요인

중국 유학생들의 한국 드라마 프로그램에 대한 몰입 결정 요인을 살펴보기 위해 한국 드라마 몰입도를 종속 변인으로 한 뒤, 이용 동기와 문화적응, 장르 선호도 요인들을 독립변인으로 설정하여 회귀분석을 실행했다. 분석 모델은 통계적으로 유의미했으며(F=14.19, p < 0.01) 설명력도 36%로 나타났다. 독립 변인 중에서 프로그램 독특성(t=3.78, p < 0.01), 한국 체류 기간(t=3.24, p < 0.01), 드라마 장르 선호도 요인(t=5.32, p < 0.01)이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

이와 같은 결과는 중국 유학생들의 드라마 몰입이 응답자들의 드라마 장르 선호도가 높으면서 동시에 한국 드라마가 독특하다고 판단할 때 증가하는 것을 의미한다. 한국 체류 기간이 늘어날 때 드라마 몰입 정도 역시 증가하는 것으로 나타났다. 드라마 프로그램 몰입은 프로그램 특이성이나 한국 문화의 이해도, 평소의 드라마 선호도 등이 복합적으로 영향을 끼친다는 것을 살펴볼 수 있다.

표 3. 드라마 프로그램 몰입 결정 요인

변인	모델		
	Beta	t	
이용 동기	프로그램 독특성	.25	3.78**
	기본전환	.11	1.61
	스타출연	.10	1.43
	문화요인	.05	0.83
문화 요인	한국어 수준	.04	0.57
	한국 체류기간	.22	3.24**
한국 드라마 장르 선호도		.35	5.32**
통계값	F값	14.19**	
	수정 R ²	0.36	

** < 0.01

중국 유학생들의 한국 오락 프로그램에 대한 몰입 결정 요인을 살펴보기 위해 한국 오락 프로그램 몰입도를 종속변인으로 한 뒤, 이용 동기와 문화적응, 장르 선호도 요인들을 독립변인으로 설정하여 회귀분석을 실행했다. 분석모델은 통계적으로 유의미했으며(F=30.92, p < 0.01) 설명력은 56%로 나타났다. 독립 변인 중에서

프로그램 독특성(t=4.17, p < 0.01), 스타 출연(t=2.24, p < 0.05), 오락 장르 선호도 요인(t=7.72, p < 0.01)이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

드라마 프로그램 몰입도와 유사하게 나타난 독립 변인은 프로그램 독특성, 오락 장르 선호도 등인 반면 스타 출연은 오락 프로그램 몰입도에서만 나타났다. 중국 유학생들이 한국 오락 프로그램에 몰입하게 되는 이유는 평소에 오락 장르를 선호하면서 한국 프로그램이 독특하다고 평가할 때 이루어지는 것을 살펴볼 수 있다. 특히 드라마가 한국 체류 기간이 길수록 몰입이 이루어지는 반면 오락 프로그램은 스타들이 출연할 때 몰입이 증가하는 스타 기반의 특성을 갖는 것으로 나타났다.

표 4. 오락 프로그램 몰입 결정 요인

변인	모델		
	Beta	t	
이용 동기	프로그램 독특성	.29	4.17**
	기본전환	.01	0.18
	스타출연	.14	2.24*
	문화요인	.05	0.97
문화 요인	한국어 수준	.10	1.79
	한국 체류기간	.10	1.82
한국 오락 장르 선호도		.48	7.72**
통계값	F값	30.92**	
	수정 R ²	0.56	

* p < 0.05, ** < 0.01

V. 결론 및 논의

본 연구는 한국 TV 드라마에 따른 한국 내 중국 유학생들의 프로그램 몰입을 결정하는 요인이 무엇인가를 분석하였다. 주요 연구 결과는 다음과 같다.

첫째, 연구문제 1은 “중국 유학생의 한국 드라마 및 오락 프로그램 몰입 정도는 어떠한가?”에 대한 것이다. 이를 위해 한국 드라마와 오락 프로그램에 대한 중국 유학생들의 몰입도를 살펴본 결과, 드라마보다 오락 프로그램 몰입도가 높게 나타났다. 드라마가 이야기 구조와 스타 등장애 의존하는 콘텐츠라면 오락 프로그램은 보다 역동적이며 즐거움의 정도가 높기 때문에 중국 유학생들의 몰입도를 높이는 요인으로 판단된다. 외국인

들의 한국 프로그램 소비와 몰입도는 장르에 따라 차별화될 수 있다는 것을 나타낸다.

드라마와 오락 프로그램 몰입도를 성별, 한국어 능력 수준별, 한국 체류 기간별로 구분해서 평균값 차이를 살펴본 결과, 성별로는 드라마와 오락 프로그램 모두 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다. 남자 응답자보다 여자 응답자들의 드라마와 오락 프로그램에 대한 몰입도가 높게 나타났다. 중국 유학생 중에서는 남자보다 여자 응답자들이 한국 방송 프로그램에 대해 높은 선호도와 몰입도를 갖고 있다는 것을 의미할 수 있다. 반면, 한국어 능력 수준은 집단별 차이가 나타나지 않았다. 한국어 유창함 정도가 국내 드라마와 오락 프로그램 몰입도에 영향을 끼치지 않는다는 것이다.

오락 프로그램에 대해 한국 체류 기간별 차이는 의미 있는 결과가 나타나지 않은 반면 드라마 몰입도는 한국 체류 기간이 오래될수록 증가하는 것으로 나타났다. 오락 장르 프로그램이 재미와 스타들의 출연에 따라 가볍게 시청이 이루어지는 반면 드라마 장르는 한국 체류 기간이 증가할수록 내용 이해도가 늘어나면서 몰입도가 증가하는 것이다.

둘째, 연구문제 2는 “중국 유학생의 한국 드라마 및 오락 프로그램 몰입 결정 요인은 무엇인가?”에 대한 것이다. 연구 문제를 해결하기 위해 드라마와 오락 프로그램 몰입도 결정 요인을 살펴본 결과, 독립 변인 중에서 프로그램 독특성, 한국 체류 기간, 드라마 장르 선호도 요인이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. 오락 프로그램의 몰입도 모델은 독립 변인 중에서 프로그램 독특성, 스타 출연, 오락 장르 선호도 요인이 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다.

드라마와 오락 장르 프로그램 공통적으로 프로그램 독특성과 장르 선호도는 프로그램 몰입도를 결정하는 유의미한 설명 요인으로 나타나고 있다. 중국 유학생들은 한국 텔레비전 프로그램을 시청할 때 자신들이 선호하는 장르를 먼저 결정한 뒤, 프로그램이 중국 프로그램과 차별화되는 독특성이 있다고 판단할 때에 몰입도가 증가하는 것이다. 반면, 드라마는 한국 체류 기간이, 오락 프로그램은 스타 출연 등이 보완적인 설명 요인이라는 것을 살펴볼 수 있다. 이는 드라마 장르 프로그램

이 보다 문화적 요인에 영향을 받을 수 있는 장르인 반면, 오락 장르 프로그램은 스타 출연 등의 요인에 보다 영향을 받는다는 것을 살펴볼 수 있다.

결론적으로 중국 유학생들은 다른 특정한 목적이나 만족을 위해 한국 드라마를 시청하는 이유 이외에도 기존 한국 드라마 선호도가 연속되면서 계속적으로 한국 드라마 몰입이 이루어질 수 있다는 것을 살펴볼 수 있다. 물론 드라마와 오락 장르와 같이 대분류 기반의 장르 선호도와 개별 프로그램들 간에는 차이가 있을 수 있다.

본 연구의 한계점은 다음과 같이 논의할 수 있다. 게임 등에서 나타나는 몰입과는 달리 드라마 프로그램에 대한 몰입 개념 적용은 제한적으로 활용하는 것이 적절할 것으로 보인다. 가령, 한국 드라마 시청에서 나타나는 즐거움이나 주의집중 등의 개념은 비교적 적절하게 다문화적 몰입 현상을 측정하는 데 효율적이었지만 시간왜곡 요인은 응답자의 평가점수도 낮을 뿐만 아니라 그 타당성을 다시 확인해보는 것이 적절할 것으로 판단된다.

둘째, 이와 같은 해외 사용자들의 몰입 행동이 실질적으로 한국 문화 또는 미디어 콘텐츠에 대한 선호도에 어떠한 영향을 끼치는 가도 후속 연구에서 보완해야 할 사항으로 판단된다. 이는 몰입 구성 개념의 탐색 이후에 이와 같은 개념의 효율성을 측정하는 것이 앞으로 다문화와 해외 국가 내 한국 방송 프로그램의 소비 패턴을 이해하는 근거가 될 수 있을 것이다.

셋째, 중국 유학생을 연구 대상으로 설정하면서 다양한 응답자 계층의 속성을 반영하기 위해서는 표본 수를 확대할 필요성이 있다. 뿐만 아니라, 응답자의 한국 문화에 대한 이해도와 언어 숙련도, 다양성 등을 살펴보기 위해서는 중국 유학생뿐만 아니라 국내 체류 일반 외국인들을 대상으로 표본을 확대할 필요가 있다.

넷째, 한국인과의 커뮤니케이션 빈도와 특성 등도 후속 모델에 포함되어야 할 핵심 변인으로 평가된다. 중국 유학생들도 개인별로 한국인과의 커뮤니케이션이 높은 집단과 낮은 집단들로 구분될 수 있다. 한국인들과의 커뮤니케이션 네트워크를 유지하는 중국 유학생들은 그렇지 않은 학생들보다 한국 문화와 소비에 적극

적으로 참여하는 것이 가능할 것으로 판단된다. 본 연구에서는 한국인과의 커뮤니케이션 요인들이 포함되지 않았던 만큼 후속 연구에서 이를 보완해야 할 것이다.

다섯째, 본 연구가 중국 유학생만을 대상으로 연구가 이루어진 한계를 극복하기 위해서는 전문가 자문이나 검토 의견 등을 취합해 이를 보완하는 작업 역시 후속 연구에서 필요할 것으로 판단된다. 중국 유학생들의 심리, 언어, 사회문화적 요인을 통합적으로 이해하면서 한국 콘텐츠 소비 특성을 적절하게 이해할 수 있는 토대가 될 것이다.

참 고 문 헌

[1] 조선일보, 2011/4/4

[2] 김선남, “중국 유학생의 국내 대학적응을 위한 커뮤니케이션 전략 연구”, 정치·정보연구, 제10권, 제1호, pp.185-206, 2007.

[3] 김주연, 안경모, “아시아국가에서의 K-pop 이용 행동과 K-pop으로 인한 국가호감도 및 한국 방문의도 변화”, 한국콘텐츠학회논문지, 제12권, 제1호, pp.516-524, 2012.

[4] 이문행, “중국인들이 선호하는 한국 드라마의 특성”, 한국콘텐츠학회논문지, 제11권, 제6호, pp.167-175, 2011.

[5] C. Ward, “Acculturation,” In D. Landis, R. Bhagat, Editors, *Handbook of Intercultural Training*, (2nd ed.), Sage, Newbury Park, pp.124-147, 1996.

[6] J. W. Berry, “Acculturation: Living successfully in two cultures,” *International Journal of Intercultural Relations*, Vol.29, No.6, pp.697-712, 2005.

[7] 김현주, 전광희, 이혜경, “국내 거류 외국인의 한국 사회 적응과정에 관한 연구: 문화적 커뮤니케이션과 사회적 연결망을 중심으로”, 한국언론학보, 제40권, pp.105-139, 1997.

[8] J. Bryant and D. Zillman, “Using Television to

Alleviate Boredom and Stress: Selective Exposure as a function of Excitational States,” *Journal of Broadcasting*, Vol.28, No.1, pp.1-20, 1983.

[9] 조창환, 성윤희, “국내 체류 외국인의 한국문화적응과 모국문화친화도에 영향을 미치는 요인”, 한국언론학보, 제54권, 제4호, pp.374-397, 2010.

[10] 이수범, 김동우, “중국 유학생의 문화적응에 영향을 미치는 요인에 관한 연구”, 스피치와 커뮤니케이션, 제11권, pp.47-79, 2009.

[11] M. Csikszentmihalyi, “Play and Intrinsic rewards,” *Journal of Humanistic Psychology*, Vol.15, pp.41-63, 1975.

[12] 황용석, *웹이용 과정에서 플로우 형성에 관한 이론적 모델 연구*, 성균관대박사논문, 1998.

[13] 박신영, “미디어 콘텐츠 이용자의 판타지 욕구가 콘텐츠 몰입에 미치는 영향”, 한국언론학보, 제54권, 제2호, pp.232-254, 2010.

[14] 박신영, “텔레비전 드라마 시청자의 성향이 이용 동기, 장르 선호도 및 드라마 몰입 정도에 미치는 영향”, 언론과학연구, 제10권, 제1호, pp.166-201, 2010.

[15] 김정기, 이정기, “e스포츠의 긍정 및 부정적 효과에 관한 연구”, 사이버커뮤니케이션학보, 제27권, 제4호, pp.93-124, 2010.

저 자 소개

마 사(Ma Si)

준회원



▪ 2011년 2월 : 한양대 대학원 신문방송학과(문학석사)

<관심분야> : 문화 간 커뮤니케이션

전 범 수(Bum Soo Chon)

정회원



- 1991년 2월 : 한양대 신문방송학과(문학사)
- 1993년 2월 : 한양대 대학원 신문방송학과(문학석사)
- 2002년 2월 : 미국 뉴욕주립대(버팔로)(철학박사, 커뮤니케이션학)

▪ 2005년 3월 ~ 현재 : 한양대 언론정보대학 신방과 교수

<관심분야> : 미디어 산업, 미디어 경영, 미디어 정책