

# 중국인의 한국 드라마 시청정도가 한류 지속 가능성에 미치는 영향과 한류호감도와 문화유입 수용성의 다중매개효과

The Influence of Chinese People's Viewing Degree of Korean Contents on Sustainability of 'Korean Wave' with the Multiple Mediation Effects of Liking for Korean Wave and Receptiveness to Foreign Cultural Inflow

이희진

대구대학교 신문방송학과

Hee-Jin Lee(sseba79@hotmail.com)

## 요약

본 연구는 한류 지속가능성에 한류 드라마 '시청정도'가 미치는 직접효과와 '한류호감도' 및 '문화유입수용성'의 매개효과 그리고 '경쟁의식'의 조절효과를 실증적으로 규명하였다. 표본은 중국 광서성의 계림시와 하남성의 정주시에 거주하는 대학생(N=371명)이다. 분석 결과, 한국에 대한 '경쟁의식'이 상대적으로 약한 응답자들의 경우에는, '한류 지속가능성'에 유의한 영향을 미치지 않지만, 경쟁의식이 상대적으로 강한 응답자들은 한국 드라마 '시청정도'가 증가할수록, 오히려 한류 지속가능성에 대해서 회의적인 입장을 표명하여 주목하게 되었고, '경쟁의식'의 조절효과가 입증되었다. 한류 드라마를 많이 시청할수록, '한류 호감도'도 증가시키지만, '문화유입 수용성'에는 유의한 영향을 미치지 않았다. '시청정도'가 증가할수록, '한류지속 가능성'에 대한 부정적인 평가를 하는 경향은 '한류 호감도'가 증가할수록 유의하게 감소될 수 있어, '한류 호감도'의 매개효과가 입증되었다. 주요 발견점을 토대로 시사점과 함의를 논의하였다.

■ **중심어** : | 한류지속가능성 | 한류호감도 | 드라마 | 시청정도 | 문화유입수용성 | 중국 |

## Abstract

The predominant concern of the study consist of: (1) whether Chinese young people think Korean Wave would lasts; (2) the direct effect of viewing degree of Korean contents on the sustainability of Korean Wave; (3) the mediation effect of liking for Korean Wave and receptiveness to foreign cultural inflow on that sustainability; (4) the moderating effect of sense of rivalry between Korean and China. The research is based on a survey conducted with 371 chinese people between high teen and early 30's, located in Guilin of Guangxi and Zhengzhou of Henan in China. The notable findings are as follow: While the group with strong rivalry does not have a direct effect of viewing degree on the sustainability for Korean Wave, the group with weak rivalrous sense and higher viewing degree of Korean contents predict shorter sustainability of Korean Wave, therefore, the moderating effect of sense of rivalry between Korea and China is significant .Next, liking for Korean Wave shows a full mediating effect among Chinese with weak rivalry and a partial mediating effect among them with strong rivalry. The mediating effect of receptiveness to foreign cultural inflow is non-significant.

■ **keyword** : | Substantiality of Korean Wave | Liking of Korean Wave | Drama | Viewing Degree of Korean Contents | China | Receptiveness to Foreign Cultural Inflow |

## I. 문제제기

한국의 TV 드라마를 해외로 수출하게 된 것이 한류 열풍을 불러일으킬 수 있는 결정적인 계기가 되었다. 드라마, 영화, TV 예능 프로그램 등 다양한 영상콘텐츠와 함께, 최근 싸이와 아이돌 그룹의 K 팝 열풍은 한류의 인기를 세계적으로 확산시키고 있다. 한류 열풍으로 문화산업 수출액이 수입액을 추월하는 전환점을 갖게 되었다[5]. 정부는 문화융성을 위한 국가정책방향의 핵심기조를 제시할 만큼 한류를 확대·강화시키기 위한 국가적 관심은 지대하다.

중국을 비롯한 동아시아 지역에서 한국 드라마가 상당히 환호 받고 있는 현상에 대하여, 선행 연구자들은 ‘문화적 근접성’(cultural proximity) 또는 ‘문화적 친숙성’(cultural affinity) 관점에서 수용자들의 미디어 선택 배경을 설명하고 있다[6][7][13][15][16][18]. 최근 문화체육관광부와 한국문화산업교류재단에서 실시한 한류 실태 조사[4]는 중국에서의 한국 드라마 인기 요인을 콘텐츠의 우수성 뿐 만 아니라, 문화 혼종성이 중요한 요인이라고 지적한 바 있다. 그러나 최근 일방적인 한국문화 전파로 인한 자국문화에 대한 위기감이 한류 핵심 소비층인 중국, 일본 등에서 팽배해지면서 반한류 정서가 고조되고 있다[5]. ‘한류’의 열기가 지속될 것인지에 대해서는 결코 낙관적인 전망을 하지 못하고 있다[11]. 최근 중국인을 대상으로 한류지속 가능성에 대한 설문조사에서 상당수(59%)가 한류는 4년 내에 중국에서 끝날 것이라고 응답하였고[4], 국내 CEO(SERICEO 회원) 246명을 대상으로 한 설문조사에서도 약 40%정도만 한류가 5년 이상 지속될 것으로 응답하여 낙관하기 어려운 한류의 미래가 예상된다[5].

이준웅[12]은 “최근 제기된 한류지속 가능성에 대한 중국인들의 기대, 염려, 평가와 판단 등은, ‘무시할 만한 존재’에서 ‘경쟁적인 상대’로 급성장한 한국의 지위 및 경쟁성에 대한 인식에 의해 달라진 한국에 대한 신념을 반영”한다고 피력한 바 있다. 중국은 등소평 이후, 사회주의지만 자본주의 체제를 도입하여 괄목할 만한 경제 성장을 이루어 강력한 국력을 과시하게 되었다. 다시

패권국가로 부상하고 있는 중국이 자국의 문화 보호의지와 한국에 경쟁의식 등이 강해질 때, 상당히 방어적인 입장을 취하게 될 때, 한류의 열기가 중국 사회에 지속적으로 확산되는 것을 과연 얼마만큼 용인할 것인지 우려된다. 중국 사회에서의 한류의 등장을 놓고, 실제로 일부 중국학자들은 자국(중국)문화를 지키기 위해 ‘중국 물질’로 막아야 한다는 주장을 하고 있다[15].

새로운 문화요소에 대한 저항은 문화요소 자체에 대한 저항도 있지만, 상대 집단 자체로부터 유래된 저항으로 기인될 수 있다[17][20]. 한국의 TV 드라마를 시청한 개인들의 경험 자체보다도 중국의 언론매체(TV, 신문뉴스 등)의 조직적 통제효과가 대중의 사고에 더욱 강력하게 작용한다는 허진[18]의 선행연구의 지적은 시사하는 바가 적지 않다. 한국에 대한 중국인들의 경쟁의식이 강화될 경우, 한류 영상물 수입 및 방영에 대한 조직적인 통제가 강화될 수 있고, 한국 드라마 및 영상 콘텐츠에 대한 중국인들의 배타적인 정서가 고조될 수 있을 것이다. 한국에 대한 견제 및 경쟁의식, 한국문화의 유입에 중국인들의 수용정도는 중국인들의 한류에 대한 호감도 및 한류지속 가능성 파악을 위해서 고려해야 할 중요한 측면이라고 생각한다.

한류에 대한 관심이 증대되면서, 많은 연구들이 한류의 현황 및 한류의 원인 및 영향에 대한 탐색에 대한 연구와[1][3][6-8][10-18], 한국문화 및 한국 문화상품에 대한 수용, 확산, 호감 및 관련요인을 탐색한 연구[7][8][12][13] 등에 집중된 경향을 보이고 있다.

지금까지 일부 선행 연구[7][8][13]에서 한류 드라마의 ‘시청량’과 한국대중문화 선호도 또는 한국에 대한 호감도 간의 정적 상관성이 있음을 밝혔는데, 주로 회귀분석에 기초한 분석으로 변인간의 상관성을 규명한 방법론적 한계점을 지닌다. 중국인들의 한국드라마 ‘시청정도’가 ‘한류 지속가능성’에 미칠 수 있는 직접효과(direct effect)와 함께 ‘한류 호감도’ 및 ‘문화유입 수용성’이 미칠 수 있는 매개효과(mediating effect)를 밝히고, 이러한 직·간접효과는 전술한 중국인들의 한국에 대한 견제심리 및 경쟁의식에 의해 얼마만큼 유의하게 조절(moderating)되는지를 실증적으로 규명할 수 있는 연구가 필요성이 제기된다. 본 연구는 한류 지속가능성

관련 변인간의 인과관계에 대한 보다 명확한 규명을 통해서, 한류지속을 위한 정책적, 실천적 함의를 모색하고자 한다.

## II. 문헌검토

### 1. '시청정도'가 한류 호감도 및 한류지속가능성에 미치는 영향

한국 드라마의 시청이 한국 및 한국문화에 대한 호의적인 이미지, 한국문화상품 수용에 정적 상관성이 있다는 사실은 여러 선행연구[7][8][13]에서 보고되었다. 한국 드라마 '시청정도'가 '한류호감도' 및 '한류 지속가능성' 등에 미칠 수 있는 영향력을 이해함에 있어서, '접촉이론(contact theory)은 유용한 이론적 근거가 될 수 있다. William[19]과 Allport[27]에 의해서 창시된 '접촉이론'은 많은 연구자들을 통해서 실증적으로 지지되어왔다. 집단 간 대인 접촉을 통해서 사람들은 외집단에 대한 편견 및 고정관념을 감소시킬 수 있고, 외집단이 가진 문화(out-group subjective culture)를 배우게 되고, 외집단에 대해 긍정적인 태도를 가지게 된다는, 기본적으로 학습과정에 초점을 둔 이론이다[23-26]. Pettigrew는 외국인 친구와 동료(또는 친구)로 지내는 것만으로도 그 사람이 소속된 외집단에 대한 편견 또는 부정적 고정관념 등이 약화될 수 있음을 밝힌 바 있다 [12][22].

Pettigrew는 '접촉'을 통해서 외집단에 대해 동정심을 갖고, 긍정적인 찬양/평가(admiration)를 불러일으킬 수 있다는 사실을 일관성 있게 주장하였다. 이를 토대로, 중국인이 한국 드라마와 같은 한국 영상콘텐츠를 많이 접할수록, 타 문화유입에 수용적이고, 한국문화상품에 호감을 더 가지게 될 수 있고, 궁극적으로 한류지속에 대해서도 보다 긍정적인 평가를 할 수 있을 것이라는 연구가정을 설정해 볼 수 있다(연구문제 2, 3).

접촉이론의 주요 가정에 근거하여, 한국 드라마 '시청정도'는 '한류지속가능성'에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이라는 가설(연구문제 2)과, '시청정도'가 증가할수록, '한류호감도' 및 '문화유입 수용성' 수준도 높아

질 것이라는 연구가정을 설정해 볼 수 있다. 한국 드라마 시청에 따른 중국인들의 '한류호감도' 및 '문화유입 수용성'은 중국에서의 '한류 지속가능성'에 직접적으로 유의한 영향을 미칠 수도 있지만(연구문제 3), 한국 드라마 '시청정도'가 '한류 지속가능성'에 미치는 영향을 한층 더 증폭시킬 수 있는 유의한 '매개요인'으로도 작용할 것이라는 추론을 해 볼 수 있다(연구문제 4).

문화계발이론(cultivation effect theory) 또한 대중매체를 통한 문화 간 커뮤니케이션 효과를 이해하는데 유용한 이론적 근거로 제시될 수 있다[21]. 대중매체가 제시하는 '상징적인 현실'은 현실세계의 이념과 관점, 그리고 그것들이 기초한 문화적 토대에 관한 인지적 현실을 구성해주는 효과가 있어, 새로운 문화에 대한 인식, 감정, 태도를 구성하는데 기여한다[12]. 문화계발이론적 관점에서 보면, 한국 드라마를 보는 중국인들에게 드라마를 통해서 전달되는 상징적 현실은 한국인, 한국 문화를 이해하는데 긍정적 또는 부정적 영향을 미칠 수 있을 것이다. 문화계발 이론에 근거하여, 중국인들의 한국 드라마 시청정도는 한류 호감도 및 문화유입 수용성, 그리고 한류 지속가능성에 유의한 긍정적 또는 부정적 영향을 미칠 수 있을 것이라는 연구가정을 제시해 볼 수 있다(연구문제 2, 3, 4).

### 2. 문화유입 수용성과 한류 지속가능성

한류가 어느 정도 유지·지속될 것인지는 결코 몇 개의 단일 요인들에 의해 예측하기는 어렵다. 한류의 특성이 그러하듯이, 특정 개인의 특성보다는 오히려 사회문화적인 맥락에서 조망해보는 것이 현실적인 접근이 될 수 있을 것으로 사료된다. 타문화가 유입되는 것에 대해 사회 구성원들이 어느 정도 허용내지 관용(tolerance)할 수 있는지는 한류의 지속가능성을 예측함에 있어서 고려해야 할 중요한 측면일 것으로 사료된다.

유교문화라는 동질적인 문화권에 있는 중국과 한국은 '문화적 접근성'내지 '문화적 친근성'을 지니고 있다. 문화적 접근성 혹은 친근성 관점에서 보면, 한 국가의 구성원들이 다른 국가의 문화상품을 수용할 때 다른 요소가 동일 할 경우, 문화적으로 친근하고 공감하기 쉬운 상품을 선호하게 된다. 이는 해당 문화권 밖의 수용

자들에게는 그 효과가 감소된다는 ‘문화적 할인’(cultural discount)이 적용되지 않을 수 있기 때문이다[6].

문화적 접근성 관점에서 보면, 한국문화에 친근감을 가질수록, 한국문화상품을 수용할 가능성도 증가 할 것으로 시료된다. 문화적으로 친근한 외부 국가의 문화상품은 자국의 문화와 그만큼 충돌이 적기 때문에, 자국의 문화와 배척관계를 형성하기 보다는 상호 긍정적인 면이 교류되어 문화혼종으로 발전될 수 있을 것이다. 이와부치 코이치[9]는 한류를 통해 한국과 중국 및 일본과의 문화교류를 통한 문화혼종 현상의 긍정적인 징후를 피력한바 있다. 따라서, 중국인들의 문화유입수용성은 중국에서의 한류지속 가능성에 긍정적인 직·간접효과를 미칠 수 있을 것이라는 연구가정을 제시해볼 수 있다(연구문제 5).

### 3. 한국에 대한 ‘경쟁의식’ 이 한류태도에 미치는 영향

‘접촉가설’(contact hypothesis)은 집단 간 접촉을 통한 외집단에 대한 편견 감소 또는 긍정적인 태도변화 등이 바람직하게 진행되기 위해서 필요한 조건으로 ‘공감’, 외집단에 대한 동일시, 그리고 자집단의 지역고유의 특성의 극복정도(de-provincialization)[22], 집단 간의 경쟁심, 평등한 관계, 동일한 목표, 권위 있는 기관에 의한 접촉 등이 지적되고 있다[12][19]. 앞서 ‘접촉이론’을 토대로, 중국인들의 한국드라마 ‘시청정도’가 증가할수록, ‘한류호감도’, ‘문화유입수용성’ 그리고 ‘한류 지속 가능성’에 대한 중국인들의 인식에 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이라는 연구가정을 제시하였다. 그러나 본 연구에서 설정한 이러한 한류 지속 가능성에 미칠 수 있는 주요 요인(시청정도, 문화유입수용성, 한류호감도)들의 영향력은 중국인들의 한국에 대한 견제의식 및 경쟁의식에 의해 상당히 달라질 수 있을 것이라고 생각된다. 한국에 대한 ‘경쟁의식’은 ‘접촉가설’(contact hypothesis)의 순기능을 활성화 또는 억제시킬 수 있기 때문이다.

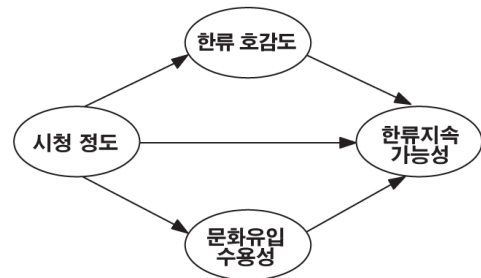
김신동[2]은 ‘문화적 민족주의’가 방어적인 애국주의로 잘못 배출될 때, 문화 수용이 어렵게 된다는 사실을

피력한 바 있다. 한류에 대한 호감 및 한류 지속가능성을 예측함에 있어서, 한국 문화 콘텐츠의 질 못지않게, 중국인들이 한국에 대한 ‘경쟁의식’은 매우 중요한 영향력으로 작용할 것으로 사료된다. 비록 한국 드라마 ‘시청정도’가 중국인들의 ‘타문화 수용성’, ‘한류에 대한 호감도’ 그리고 ‘한류 지속가능성’에 유의하게 직·간접적으로 영향을 미칠 수 있을 것이라는 가정을 제시하였지만, 이러한 영향력은 중국인들이 한국인에 대해서 얼마만큼 ‘경쟁의식’을 가지고 있는지에 따라 상당히 다른 양상을 보일 수 있을 것이라고 예측된다(연구문제 5).

## III. 연구방법

### 1. 연구모형 및 연구문제

본 연구는 한국 드라마 ‘시청정도’가 ‘한류 지속가능성’에 대한 인식에 미치는 영향에, ‘한류호감도’ 및 ‘문화유입수용성’의 다중매개효과와 ‘경쟁의식’수준이 미칠 수 있는 조절효과를 실증적으로 규명하기 위한 것이다. 각 요인들의 경로를 도식화한 연구모형을 아래 [그림 1] 에서 제시하였다.



‘조절변수: 한국인에 대한 경쟁의식’

그림 1. 연구모형도

전술한 연구목적 및 문제제기를 토대로 본 연구는 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

1. 한국 드라마 ‘시청정도’, ‘한류호감’, ‘문화유입 수용성’, ‘한류 지속가능성’에 대한 응답자들의 인식 수준은 어떠한가, 이러한 주요 변인(척도)들은 중국인들의 한국에 대한 ‘경쟁의식’ 수준(저집단, 고집

단)에 따라 유의한 차이가 있는가?

2. 한국 드라마 시청정도는 응답자들의 한류 지속가능성에 대한 인식에 유의한 영향을 미치는가?
3. 한국 드라마 시청정도는 응답자들의 한류호감도 및 문화유입 수용성에 유의한 영향을 미치는가?
4. 한국드라마 '시청정도'가 '한류 지속가능성'에 미치는 영향에 '한류호감도' 및 '문화유입 수용성'은 각각 유의한 매개역할을 하는가?
5. '한국인에 대한 경쟁의식'은 '시청정도'가 '한류 지속가능성'에 미치는 직접효과, 그리고 '한류호감도' 및 '문화유입 수용성'의 매개효과를 유의하게 조절하는가?

## 2. 연구대상 및 자료수집

본 연구 자료를 얻기 위해 설문조사(survey)를 실시하였는데, 조사대상자는 중국 광서성 계림시와 하남성 정주시에 거주하는 대학생들이다. 최종 자료분석에 사용한 표본수는 371명(남성 151명, 여성 220명)이다. 조사기간은 2012년 10월말부터 2013년 1월 초에 걸쳐서 이루어졌다. 한국 드라마 '시청정도'가 '한류 지속가능성'에 대한 인식에 미치는 직접효과(direct effect)와, '한류호감도' 및 '문화유입수용성'의 매개효과(mediating effect), 그리고 한국에 대한 '경쟁의식'의 조절효과(mediating effect)를 실증적으로 규명하기 위해서, 구조방정식모형(SEM)을 구축하여 분석하였다. 분석을 위한 통계 패키지는 AMOS 19를 사용하였다.

## 3. 주요변수 및 측정도구

### 3.1 종속변인: '한류 지속가능성'

'한류 지속가능성' 척도는 2 문항으로 구성하였다. 문항 내용은 '중국에서 한류가 앞으로 유지될 것인가?'와 '중국에서 한류가 지속되기를 바라는가?'이다. 응답자들은 제시된 문항에 대해 5점 리커트 방식(1=거의 그렇지 않다~5=매우 그렇다)에 따라 응답하도록 하였다. 점수가 높을수록, 한류의 지속가능성 수준이 높음 것으로 해석할 수 있다. Cronbach's  $\alpha$  계수로 평가하는 내적 일치도는 .769이다.

### 3.2 독립변인: '시청정도'

본 연구에서 응답자들의 '시청정도' 척도는 관련 선행연구[12]를 참조하여, 4개 문항(일주일 평균시청시간, 또래들의 시청과 비교평가, 자국드라마와 비교 평가, 지속시청여부 등)으로 구성하였다. 5점척도로 척도점수가 높을수록 한국 드라마 '시청정도' 높다고 해석할 수 있다. Cronbach's  $\alpha$  계수로 평가하는 신뢰도는 .786이다.

### 3.3 매개변수: '한류 호감도', '문화유입수용성'

#### ① 한류호감도

'한류호감도'는 한국 문화상품(드라마, 영화, 음악 등)과 한국 연예인(텔런트, 배우, 가수 등) 뿐 만 아니라, 한국 문화 전반에 대해 어느 정도 호의적인 생각과 감정을 가지고 있는지를 포괄하는 의미이다. 한류에 대한 호감도 수준을 평가하기 위해서 8개 문항으로 구성된 5점 척도(1점='거의 그렇지 않다'~5점='매우 그렇다')로 척도점수가 높을수록 호감도도 높은 것으로 해석할 수 있다. Cronbach's  $\alpha$  계수로 평가한 신뢰도는 .887이다. 구조모형 분석에서는 항목묶음(item parcelling)방법을 사용하여 분석하였다[표 1].

#### ② 문화유입 수용성

타문화가 자국(중국)에 유입되는 것에 대해 긍정적으로 생각하는 정도'를 평가하기 위한 '문화유입 수용성' 척도는 3문항으로 구성되었다. 문항내용은, '문화교류가 사회발전에 중요하다', '발전된 문화가 주변으로 자연스럽게 흘러들어간다' '한국문화의 도입은 중국문화를 발전시킬 수 있다' 등이다. 5점 척도(1점='거의 그렇지 않다'~5점='매우 그렇다')이며 점수가 높을수록 문화유입수용 수준이 높다고 해석할 수 있다. Cronbach's  $\alpha$  계수로 평가한 신뢰도는 .60이다

### 3.4 조절변수: 한국에 대한 '경쟁의식' (이항변수)

선행연구[12]에서 사용한 척도문항을 토대로, 중국인들의 한국인에 대한 경쟁의식을 평가하는 척도로 세 문항('한국이 잘살면 중국이 어려워진다', '한국이 강성해지면 중국이 불리해진다', '한국이 발전할수록 중국에게는 좋을 것이 없고 손해다' 등)를 선정하였다. 5점 척도

(1=거의 그렇지 않다~5=매우 그렇다)로 척도 점수가 높을수록 경쟁의식이 높다고 해석할 수 있다.

Cronbach's  $\alpha$  계수로 평가한 척도의 각 문항들 간의 내적 일치도는 .878이다. '경쟁의식' 수준에 따른 연구모형에 설정된 각 직·간접 경로에 대한 조절효과를 분석하기 위해서는 '경쟁의식'을 평균값(2.0054)을 중심으로 상대적으로 경쟁의식이 낮은 집단(0)과 상대적으로 경쟁의식이 높은 집단(1)으로 구분한 이항변수로 재 코딩하여 분석하였다.

#### 4. 분석방법

본 연구에서 제시한 5개 연구 질문 내용을 실증적으로 규명하기 위해서, 5개의 직접경로, 2개의 간접경로가 포함된 연구모형[그림 1]을 구축하였고, 연구모형에서 설정된 직·간접 경로의 추정치가 중국인들의 한국에 대한 '경쟁의식'에 의해서 어떻게 유의하게 달라지는지 조절효과(moderating effect)를 함께 분석하였다. 각 변인들 간의 인과관계(직·간접효과)를 파악하기 위해 AMOS 19를 사용하였다. 모형의 적합도 평가를 위해서 절대 적합지수인(RMSEA)와 상대적 적합지수인(CFI, TLI)의 값을 각각 제시하였다. 2개의 개별 간접효과와 전체 간접효과를 검증하였다. '조절효과'(moderating effect)를 검증하였다. 조절효과 검증은 다집단분석(multi-group analysis)방법을 사용하였다.

### IV. 분석결과

#### 1. 조사대상자의 특성

응답자들은 중국의 계림시(광서성)와 정주시(하남성)에 거주하고 있는 젊은이들이다. 여성이(59%, 200명)이 남성(40.7%, 151명)보다 다소 많다. 평균 연령은 20.2세이다. 응답자들의 대다수(98.1%, 364명)가 대학교 재학 또는 졸업으로 학력수준이 높다.

#### 2. 주요 변수들의 특성

주요 변수들 중에서 척도점수가 상대적으로 가장 높은 것은 '문화유입수용성'(평균 3.6271, SD .6968)이다.

이는 타 문화유입에 대해 비교적 긍정적인 성향을 보여 주었다. '한류 지속가능성'(평균 2.0054, SD .9228)과 '한류 호감도'(2.2373, SE .9231)에 대한 응답자들의 평가는 부정적으로 나타났다. '시청정도' (1.8494, SD .8628)를 살펴보면, 일주일 동안 한국 드라마를 한 두 개 정도를 시청하고, 지속적으로 시청하는 드라마가 한 개 정도(2점)되는 응답자들이 그렇지 못한 응답자들보다 오히려 약간 더 적었다(연구문제 1). 한국에 대한 중국인들의 '경쟁의식' (평균, 2.0054, SD .92)는 약한 부정(2점, '그렇지 않는 편') 수준으로, 전반적으로 한국에 대한 중국인들의 경쟁의식은 그렇게 심각하지 않다고 평가할 수 있다. '경쟁의식'이 상대적으로 낮은 집단(저집단)과 상대적으로 높은 집단(고집단)간의 '시청정도', '한류 호감도', '문화유입 수용성' 그리고 '한류 지속가능성'의 수준은 유의한 차이가 없었다(연구문제 1).

#### 3. 측정변인들의 정규성

구조방정식 모형 분석을 위해, 관측변수들의 정규성을 점검하였다. 정규성 검증은 각 측정지표(indicators)들이 정상분포를 많이 벗어날 경우에는 표준오차 등의 모수추정치의 적합도가 정확하지 않아 왜곡된 분석결과가 나올 수 있기 때문이다. 각 변수들의 왜도는 -.025~1.564로 절대값 2를 넘지 않고, 첨도는 -.289~1.887로 절대값 7를 넘지 않아 일변량 정규성이 인정된다. AMOS로 측정된 다변량 결합분포(multivariate)의 왜도와 첨도의 결합 통계량은 36.771였고, C.R값(critical ratio)은 17.932이다. 따라서 모형에 첨가된 변수들이 다변량 정규분포를 이룬다는 가설은 기각되었지만, 다변량 정규성까지 충족하는 자료(data)는 실제로 드물기 때문에, 일변량 정규성에 큰 문제가 없으면 자료로 사용하는 데 무리가 없다[28].

본 연구의 4개의 주요 변인들('시청정도', '한류호감', '문화유입수용', '한류지속')의 상관계수의 절대값이 .618를 넘지 않아 다중공선성 문제점은 없는 것으로 판단된다. 비록 각 변수의 오차를 제거하기 전의 측정변수로서의 4개 변수간의 상관관계를 파악하였지만, 종속변수인 '한류 지속가능성'에 '한류호감'과 '시청정도', '문화유입수용성'은  $P < .01$  수준에서 유의한 상관을 보였다. 매개

변수인 ‘문화유입수용’이 ‘시청정도’ 및 ‘한류호감도’와는 직접적으로 유의한 상관을 보이지 않았지만, 매개변수로서 간접효과를 규명해볼 수 있을 것으로 생각되어, 연구모형에 설정된 경로들에 대해서 어느 정도 통계적 유의성을 부여할 수 있다고 사료된다.

4. 확인적 요인분석 결과와 연구모형의 적합도

전체 표본(N=371명)을 대상으로 본 연구모형에 포함된 4개의 주요 변수들을 투입하여 확인적 요인분석을 실시하였다. 4개의 주요 변인들을 각각 구성하는 측정 변수들(indicators)들의 요인적재값( $\lambda$  값)이 .413~.860 이고, C.R 값이 4.865~16.198이며, .001 수준에서 모두 통계적으로 유의한 것으로 밝혀졌다.

표 1. 측정모형의 요인적재량 (N=371명)

잠재 변인	측정변인	표준화 추정치	비표준화 추정치	표준 오차	C.R	P.	SMC
시청 정도	도래평균 비교한류 시청정도	.723	1.281	.111	11.491	***	.458
	자극드라마 비교한류 시청정도	.795	1.342	.110	12.185	***	.324
	지속시청 여부	.567	.891	.095	9.418	***	.633
	일주일 평균시청	.676	1.000				.523
한류 호감도	작품/배우호감	.730	1.000				.533
	팬/지속적관심	.834	1.265	.081	15.709	***	.702
	친구와 한류공유/스타와 한국호감	.860	1.265	.078	16.198	***	.740
문화 유입 수용성	작품과 한국호감/한류 여행희망	.838	1.245	.079	15.787	***	.702
	발전된문화 주변유입	.413	1.000				.312
한류 지속 가능성	문화교류 사회발전	.692	1.563	.321	4.865	***	.478
	한류 유지전망	.782	1.000				.636
	한류 지속희망	.798	.979	.075	12.988	***	.612

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

다중상관자승값(SMC: Squared Multiple Correlation)은 .170~.740이다. 모든 측정모형의 개별 항목의 구성이 비교적 타당하다고 판단된다[표 1]. 따라서 각 척도의 신뢰도 및 구성타당도가 인정된다.

한국에 대한 ‘경쟁의식 수준에 따른 조절효과 검증’을 위한 다집단분석에서 모형의 적합도는 대체로 양호( $\chi^2=228.151$ ,  $df=120$ ,  $p.000$ ,  $TLI=.899$ ,  $CFI=.914$ ,  $RMSEA=.0637$ )하였다[표 7][표 8]. 따라서 본 연구의 잠재변인의 측정모형이 경험적 자료에 부합한다고 평가할 수 있어, 두 집단의 연구모형에 포함된 직접효과와 간접효과를 검증하게 되었다[표 7][표 8]. 확인적 요인분석에서의 모형의 적합도( $\chi^2=227.975$ ,  $df=59$ ,  $p.000$ ,  $TLI=.890$ ,  $CFI=.917$ ,  $RMSEA=.088$ )와 본 연구에서 설정한 연구모형의 적합도( $\chi^2=229.457$ ,  $df=60$ ,  $p.000$ ,  $TLI=.891$ ,  $CFI=.916$ ,  $RMSEA=.087$ )를 살펴보았는데, RMSEA 지수가 .08를 상회하였지만 수용가능한 범위이다.

한국에 대한 응답자들의 ‘경쟁의식’ 수준에 따른 조절효과(moderating effect)를 규명하기 위해서, 상대적으로 경쟁의식이 낮은 집단(220명)과 상대적으로 높은 집단(151명)을 구분하고, 다집단 분석(multi-group analysis)을 하였다. 다집단 분석을 위한 선행조건인 측정동일성 검증(measurement invariance test)을 하였다. 기저모형과 측정동일성 간의 카이제곱값( $\Delta \chi^2$ )이 24.586이다. 이 값은 자유도차이( $\Delta df$ )가 9일 때, 임계치인 16.72보다 크지만, 적합도가 크게 나빠지지 않아 측정동일성을 인정되었다[표 2].

표 2. 측정동일성 및 절편동일성 검증결과

(경쟁의식 낮은 집단 N=220, 높은 집단 N=151명)

	$\chi^2$	df	p.	TLI	CFI	RMSEA
기저 모형	298.151	120	.000	.888	.914	.063
측정 동일성	322.637	129	.000	.887	.906	.064
절편 동일성	350.716	142	.000	.880	.894	.070

두 집단(경쟁의식 높은 집단, 경쟁의식 낮은 집단) 간의 4개의 주요 잠재변인의 평균을 비교하기 위해서 ‘잠재평균분석’(latent mean analysis)을 실시하려 하였는

데, 선행조건인 ‘절편동일성’이 인정되지 않았다. 카이 자승값 차이값( $\Delta X^2$ )이 28.079이었다. 자유도 차이( $\Delta df$ )가 13일 때, 임계치인 22.36 보다 클 뿐 만 아니라, 적합도도 많이 낮아져서 절편동일성이 기각되었다.

### 5. 연구모형 분석

연구모형분석 결과는 [그림 2][표 3]에서 제시된 내용과 같다.

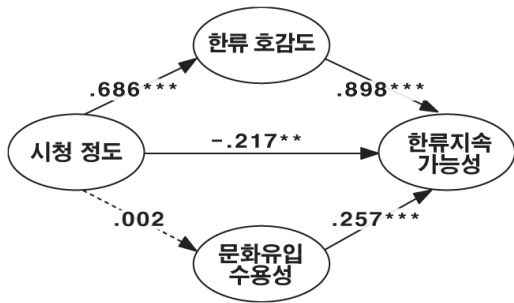


그림 2. 연구모형도

독립변수인 한국 드라마 ‘시청정도’ 수준이 높을수록, 종속변수인 ‘한류 지속가능성’에 미치는 직접효과(-.217\*\*)가 유의하였다. 한류 드라마를 많이 시청할수록, 한류가 계속 유지된다고 예상 또는 기대하는 성향(‘한류 지속가능성’)이 오히려 감소하는 현상이 발견되어 주목하게 된다. 한류 드라마를 많이 시청하는 것이 한류 지속가능성을 보장하기는커녕, 오히려 한류 지속가능성에 대해 부정적인 전망을 갖고 있다는 사실은 시사하는 바가 크다. 한류 드라마를 많이 보는 중국 젊은 이들이 한류가 중국에서 계속 유지되기에는 한계점이 있다고 인식하고 있다고 해석할 수 있다. 한국 드라마 ‘시청정도’가 ‘한류 지속가능성’에 부정적인 영향을 미칠 때, ‘한류호감도’(M1)과 ‘문화유입수용성’(M2)의 두 매개요인이 미치는 전체적인 영향력은 유의하게 나타났다. 그러나 이 두 매개요인의 전체매개효과(.613\*\*)는 비록 유의한 것으로 나타났으나, 이 두 매개요인의 각각의 개별 매개효과를 살펴보면 다음과 같다. 먼저 ‘한류호감도’(.612\*\*)는 매우 강한 매개효과가 있는 것으로 밝혀졌다(연구문제 3).

표 3 .연구모형 경로추정결과 (N=371명)

직접효과	표준화 추정치	비표준화 추정치	표준 오차	C.R / P.
시청정도 →문화유입수용성	0.02	.001	.042	976
시청정도 →한류호감도	.686	.739	.079	9.405***
시청정도 →한류지속가능성	-.217	-.266	.101	-.2632**
문화유입수용성 →한류지속가능성	.257	.551	.152	3.621***
한류호감도 →한류지속가능성	.893	1.018	.109	9.308***
간접효과	표준화 추정치	비표준화 추정치	유의도 (P.)	
시청정도 →(한류호감도) →한류지속가능성	.612	.752	.002**	
시청정도 →(문화유입수용성) →한류지속가능성	.001	.001	.0937	
전체간접효과	.613	.753	.002**	

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

한국 드라마 ‘시청정도’가 ‘한류호감도’(M1)에 강한 정적 효과(.686\*\*\*)을 미치고, ‘한류호감도’ 또한 ‘한류지속가능성’에 매우 강력한 영향(.893\*\*\*)을 미친다는 사실을 고려할 때(연구문제 3), ‘한류호감도’(M1)의 강한 매개효과는 쉽게 납득할 수 있다. 반면에, ‘문화유입수용성’(M2)의 매개효과(.001)는 유의하지 않는 것으로 드러났다(연구문제 5). 이러한 분석결과는 ‘문화유입수용성’이 ‘한류 지속가능성’에 미치는 영향(.257\*\*\*)은 유의하였지만, ‘시청정도’가 ‘문화유입수용성’에 미치는 영향(.002)은 유의하지 않았다는 사실에서도 쉽게 납득할 수 있다. 즉, 한국 드라마 ‘시청정도’가 많을수록, ‘한류 지속가능성’에 대한 기대는 낮아지는 부정적인 현상은 ‘한류호감도’에 의해 그러한 부정적인 현상은 감소될 수 있다는 결론을 내릴 수 있다(연구문제 2, 5).

### 6. 다집단분석을 통한 조절효과 검증

조절효과 검증은 ‘측정동일성’ 검증(measurement invariance test)을 한 후, 다집단분석(multi-group analysis) 방법을 사용하였다. 분석결과는 [그림 3][표 4][표 5]에서 제시한 내용과 같다.



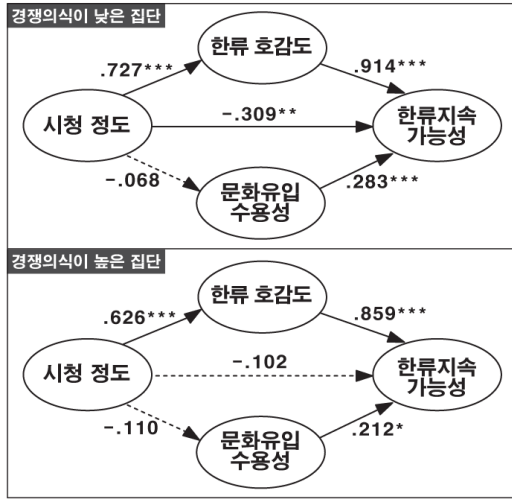


그림 3. 연구모형도

한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 낮은 집단(220명)을 대상으로 한 연구모형분석 결과는 앞서 소개한 전체 응답자(371명)를 대상으로 분석한 결과[표 3]와 유사하였다. 모형에서 설정한 직접 경로들 중에서 ‘시청정도→문화유입 수용성’(0.068) 경로만 유의하지 않았고, 나머지 4개 경로, 즉 ‘시청정도→한류 지속가능성’(-.309\*\*), ‘시청정도→한류호감도’(727\*\*\*), ‘한류호감도→한류지속가능성’(943\*\*\*), ‘문화유입수용성→한류지속가능성’(283\*\*\*) 경로는 모두 유의하였다[표 4].

즉, 한국에 대해 상대적으로 경쟁의식이 낮은 집단에서는, 한국 드라마 시청을 많이 할수록, 한류 지속가능성에 대해 회의적인 입장을 보여주고 있다(연구문제 2). 그러나 이러한 부정적인 현상은 한류에 대해 얼마만큼 호감을 지니고 있는지 여부에 따라 유의하게 달라질 수 있는 것으로 드러났다.

한국에 대해서 ‘경쟁의식’이 상대적으로 낮은 응답자들은, 한국 드라마를 시청을 많이 하여 한류호감도가 증진될 경우, 증진된 한류 호감도(MI)가 유의하게 매개작용을 하여, 한국 드라마를 더 많이 볼수록 한류의 지속가능성에 대해 부정적인 평가를 하는 것이 입증되었다(연구문제 4). ‘한류호감도’(MI)의 매개효과가 실증적으로 입증되었다. 그러나 타문화가 중국에 유입되는 것에 대해 어느 정도 수용적인지, 즉 ‘문화유입 수용

성’(MI)은 유의한 매개역할을 하지 않는 것이 밝혀졌다(연구문제 4). 이러한 현상은 앞서 전체 응답자(371명)을 대상으로 연구모형 분석결과[표 3]에서 나타난 현상과 동일하다.

표 4. 경쟁의식이 낮은 집단의 연구모형 경로추정결과

직접효과	표준화 추정치	비표준화 추정치	표준 오차	C.R / P.
시청정도 → 문화유입수용성	0.68	.039	.053	.743
시청정도 → 한류호감도	.727	.762	.088	8.612***
시청정도 → 한류지속가능성	-.309	-.385	.141	-2.733**
문화유입수용성 → 한류지속가능성	.283	.613	.185	3.308***
한류호감도 → 한류지속가능성	.943	1.122	.145	7.750***
간접효과	표준화 추정치	비표준화 추정치	유의도 (P.)	
시청정도 → (한류호감도) → 한류지속가능성	.686	.855	.005 (Sig.)	
시청정도 → (문화유입수용성) → 한류지속가능성	.019	.024	.403 (N.S.)	
전체간접효과	.705	.879	.010 (Sig)	
$\chi^2 = 228.151, df=120, p.000,$ 모형의 적합도 $TLI = .899, CFI = .914,$ $RMSEA = .0637$				

\*\*\*p<.001, \*\*p<.01, \*p<.05 (N=220명)

응답자들 중에 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 높은 집단(151명)에 대한 분석 결과는 앞서 경쟁의식이 상대적으로 낮은 집단에 대한 분석결과와는 차이가 있었다. 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 높은 집단에서는 한국 드라마 ‘시청정도’가 ‘한류 지속가능성’에 미치는 영향이 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 앞서 제시하였던 [표 4]에서도 밝혔듯이, 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 낮은 집단의 경우, 한국 드라마 시청을 많이 할수록 ‘한류 지속가능성’에 대한 전망에 더욱 부정적이었던 현상과 대조를 보여주고 있다. 따라서 응답자들의 한국에 대한 ‘경쟁의식’ 수준은 한국 드라마 ‘시청정도’가 ‘한류 지속가능성’에 미치는 영향을 유의하게 조절하고 있다는 사실이 입증되었다(연구문제 5).

표 5. 경쟁의식이 높은 집단의 연구모형 경로추정결과

직접효과	표준화 추정치	비표준화 추정치	표준 오차	C.R / P.
시청정도 →문화유입수용성	-.110	-.060	.066	-0.907
시청정도 →한류호감도	.626	.730	.114	6.404***
시청정도 →한류지속가능성	-.102	-.125	.149	-0.844
문화유입수용성 →한류지속가능성	.212	.479	.235	2.036*
한류호감 →한류지속가능성	.859	.910	.131	6.960***
간접효과	표준화 추정치	비표준화 추정치	유의도 (P.)	
시청정도 →한류호감도(M1) →한류지속가능성	.537	.664	.005 (Sig.)	
시청정도→ 문화유입수용성(M2) →한류지속가능성	-.023	-.029	.210 (N.S.)	
전체 간접효과 (M1+M2)	.514	.635	.008 (Sig.)	
모형의 적합도	$\chi^2 = 228.151, df=120, p.000,$ TLI= .899, CFI= .914, RMSEA=.0637			

\*\*\*p<.001, \*\*p<.01, \*p<.05 (N=151명)

‘시청정도→한류 지속가능성’ 경로(-.102)를 제외하고는, 나머지 경로들의 경우, 두 집단은 유사한 결과를 보여주었다. ‘문화유입수용성→한류 지속가능성’(.212\*) 경로도 유의하였고, ‘시청정도→한류호감도’(.626\*\*\*)와 ‘한류호감도→한류 지속가능성’(.859\*\*\*) 경로도 모두 유의하였다. 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 낮은 집단에서와 같이, ‘문화유입 수용성’은 ‘한류 지속가능성’에 유의한 정적직접 효과(.212\*)를 미치는 것으로 확인되었지만, 한국 드라마 ‘시청정도’가 ‘문화유입 수용성’에 유의한 영향(-.110)을 미치지 않아, ‘문화유입 수용성’(M2)의 간접효과(-.023)는 유의하지 않은 것으로 확인되었다(연구문제 4). 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 약한 집단에서는 ‘한류호감도’(M1)이 부분 매개역할(.686\*\*)을 하였고, 한국에 대해 경쟁의식이 상대적으로 강한 집단에서는 ‘한류호감도’(M1)가 완전매개(.537\*\*)역할을 하는 것이 실증적으로 입증되었다(연구문제 5).

분석결과, 응답자들의 ‘한류호감도’(M1)는 한국에 대한 ‘경쟁의식’ 수준에 따라서 유의하게 조절되고 있다는

결론을 내릴 수 있다. 반면, 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 높은 집단의 경우, 한국 드라마를 얼마만큼 시청하는지에 따라서 한류 지속가능성에 대한 응답자들의 인식에 직접적으로 영향을 미치지 않는 않지만, ‘한류호감도’(M1)은 매우 강력한 완전 매개(.537\*\*\*)역할을 하는 것이 입증되었다(연구문제 4). 즉, 한국 드라마 ‘시청정도’가 높을수록, ‘한류호감도’(M1) 수준을 높이고, 증가된 ‘한류호감도’가 궁극적으로 ‘한류 지속가능성’을 높이는데 긍정적인 영향을 줄 수 있음이 확인되었다.

### V. 논의 및 결론

자료분석을 통해 밝혀진 주요 사실들을 요약 정리하고, 주요 발견점을 토대로 시사점과 함의를 모색해보고자 한다. 본 연구를 통해 밝혀진 주요 사실들은 다음과 같다.

첫째, 한국 드라마 ‘시청정도’는 ‘한류 지속가능성’에 부적 직접효과를 미쳤다. 전체 집단(이하 ‘전체’, 371명)에서 직접효과는 -.217\*\*이었고, 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 낮은 집단(이하 ‘저집단’, 220명)에서는 -.309\*\*\*이었다(연구문제 2). 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 높은 집단(이하 ‘고집단’, 151명)의 경우, 직접효과(-.102)는 유의하지 않았다(연구문제 2). 따라서 한국에 대한 ‘경쟁의식’ 수준에 따라 한국 드라마 ‘시청정도’가 ‘한류 지속가능성’에 미치는 영향을 유의하게 차이가 발견되어, 한국에 대한 ‘경쟁의식’의 조절효과(moderating effect)가 입증되었다(연구문제 5).

둘째, 한국 드라마 ‘시청정도’가 ‘한류 지속가능성’에 영향을 미칠 때, ‘한류호감도’(M1)의 유의한 매개효과(전체 .612\*\*; 저집단 .686\*\*; 고집단 .537\*\*)가 입증되었지만, ‘문화유입 수용성’(M2)은 매개역할을 유의하지 않았다(연구질문 4). ‘한류호감도’는 저집단에서는 부분매개(partial mediation), 고집단에서는 완전매개(full mediation)를 하였다. 연구모형에서 ‘한류호감도’(M1)과 ‘문화유입 수용성’(M2), 이 두 개별 매개요인을 합친 전체 간접효과(전체 .613\*\*; 저집단 .705\*\*; 고집단 .514\*\*)는 유의한 것으로 밝혀졌는데, 이는 전술한바와

같이 '문화유입 수용성'(M2)의 매개효과가 없음에도 불구하고, '한류호감도'(M1)가 강한 매개효과를 가진 결과라 분석된다(연구문제 4).

셋째, 한국 드라마 '시청정도'는 '한류호감도'에 정적 직접효과(전체 .686\*\*\*; 저집단 .727\*\*\*; 고집단 .626\*\*\*)가 있었고, '한류호감도'도 '한류 지속가능성'에 정적 효과(전체 .893\*\*\*; 저집단 .943\*\*\*; 고집단 .857\*\*\*)를 미치는 것으로 확인되었다(연구문제 2, 3).

넷째, 한국 드라마 '시청정도'는 '문화유입 수용성'에 유의한 영향을 미치지 못했다(연구문제 3). '문화유입 수용성'은 '한류 지속가능성'에 정적 직접효과(전체 .257\*\*\*; 저집단 .283\*\*\*; 고집단 .212\*\*)를 미치는 것으로 밝혀졌다.

다섯째, 응답자들의 한국 드라마 시청정도는 일주일에 한 두 개도 정도도 되지 못하였고, 고정적으로 시청하는 드라마를 제대로 갖고 있지 못한 경우가 많았고, 중국 드라마 보다 한국 드라마를 더 많이 보지는 않는 것으로 드러났다. 한류에 대한 호감도(2.2772)는 다소 저조한 편이고, 한류 지속가능성(2.0054)에 대해서도 다소 회의적인 모습을 보여주었다. 그러나, 타문화의 유입(문화유입 수용성)에 대해서는 비판적이지 않고 다소 긍정적인 입장을 보였다(연구문제 1). 한국에 대한 '경쟁의식'(2.00) 강하지 않은 것으로 밝혀졌다. 한국에 대한 '경쟁의식' 수준에 따른, 한국 드라마 '시청정도', '한류 호감도', '한류 지속가능성' 그리고 '문화유입 수용성'의 수준에서는 유의한 차이가 없었다.

그러나 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 높은 경우에는, 한국 드라마 시청정도에 따라 한류 지속가능성에 대한 기대감이 유의하게 달라지지는 않았지만, 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 낮은 경우에는, 한국 드라마 시청을 많이 할수록 한류 지속 가능성에 대해, 오히려 회의적인 부정적인 전망을 내비추었다. 한국에 대한 '경쟁의식'이 유의한 조절효과를 미치고 있음이 실증적으로 규명되었다(연구문제 5).

이상 발견점들을 종합해볼 때, '한류 호감도'와 '문화유입 수용성'이 '한류 지속가능성'을 높이는데 작·간접적으로 긍정적인 기여를 할 수 있지만, 한국 드라마를 많이 시청함에 따라, 오히려 한류 지속 가능성에 대해

부정적으로 평가하게 되는 계기를 갖는다는 사실을 시사해준다. 이러한 연구결과는 매우 좌절스러운 현실이지만, 우리에게 매우 교훈적인 메시지를 전해준다.

한국 드라마를 시청하면서 '한류호감도'를 높일 수 있는 가능성이 있고, 증대된 한류에 대한 호감도가 한류 지속가능성에 대한 긍정적인 기대로 이어질 수 있음이 확인되었다. 결과적으로 한류호감도의 증대를 한국 드라마 시청을 통해서 이끌어낼 수 있다면, 한국 드라마를 많이 시청할수록 갖게 되는 한류의 지속 가능성에 대한 회의적인 전망을 감소시킬 수 있는 여지는, 우리에게 희망과 가능성을 모색할 수 있다는 결론을 내리게 한다.

이상 자료분석 결과 밝혀진 주요 사실들을 토대로 함의를 모색해보고, 제언하고자 한다.

첫째, 한국에 대한 중국 젊은층의 경쟁의식 수준에 따라 한국 드라마 '시청정도', '한류에 대한 호감', '한류 지속가능성' 그리고 '문화유입 수용성' 등에 유의한 차이가 발견되지 않았다는 사실은, 오늘날 교육수준이 높은 중국 젊은층들의 경우, 한국 드라마를 시청하고 호감을 가지게 되는 동기는 한국 영상물을 통한 개인의 욕구충족, 호기심 등에 크게 기인되고 있음을 시사해준다. 따라서 본 연구결과는 민족주의적 관점에서 국가간의 경쟁의식이 다른 나라의 문화상품 유입을 저항할 수 있을 것이라는 선행연구자[2][15]의 우려와는 다소 다른 양상을 보여준다. 한국 문화를 포함하여 타문화가 중국사회에 유입되는 것에 대한 젊은층들의 수용 수준이 비교적 양호하게 나타난 것은, 본 연구의 고학력의 젊은층의 의식을 반영해주는 측면으로 보여진다. 사회주의 체제임에도 불구하고 이미 개인경쟁과 효율성을 강조하는 자본주의 경제체제가 성공적으로 안착하여 활발한 경제교역과 문화교류가 이루어지고 있는 중국사회에서, 고학력 젊은층들은 과거와 달리, 상당히 개인주의적 사고를 지향하면서, 무엇보다도 개인의 호기심과 욕구충족이 한국의 문화상품 이용여부에 가장 핵심적인 동기에 되고 있다고 생각한다.

한류를 지속시키기 위한 다양한 노력이 체계적으로 이루어져야 하지만, 결국 한국 문화상품을 적극적으로 이용하고 있는 중국의 젊은 계층들의 호기심과 욕구충족을 뒷받침할 수 있는 한국 드라마를 포함한 영상 콘

텐츠의 질적 발전 및 강화가 한류를 지속시키는데 무엇보다도 중요한 과제임을 본 연구의 분석결과 재확인할 수 있었다. 과거 홍콩영화사 1980년대부터 1990년대 초반까지 동아시아 지역에서 지금의 한류와 버금가는 환호를 받았지만, 새로운 콘텐츠에 대한 투자보다는 천편 일률적인 진부한 콘텐츠를 반복·재생산하여 결국 외면당하고 쇠락하게 된 역사적 교훈을 우리는 반면교사로 삼아야 할 것이다.

둘째, 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 높지 않은 중국의 젊은이들의 경우, 한국 드라마를 많이 시청할수록, 결과적으로 한류가 지속되지 않을 것이라고 예상하고 있다는 사실은 상당히 충격적인 발견이다. 선행연구자들[7][8][13]은 한국 드라마의 시청량이 증가할수록 한국에 대한 호의적인 이미지, 한국 문화(상품) 선호도에 긍정적인 관련성을 주장하였다. 본 연구에서도 한국 드라마 '시청정도'가 한류 호감도를 증진시킬 수 있는 가능성은 확인되었고, 증대된 한류 호감도는 한류 지속 가능성에 긍정적인 영향을 미친다는 사실은 확인되었지만, 한국 드라마 시청정도가 한류 지속가능성에 미치는 부정적인 영향을 상쇄시키기에는 상당히 한계가 있음이 입증되었다.

한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 강한 중국 젊은층의 경우, 한국 드라마를 시청정도에 따라서, 한류 지속 가능성에 대한 이들의 생각이 좌우되지 않은 것에 비해, 한국에 대한 경쟁의식이 상대적으로 적은 중국의 젊은층의 경우, 한국 드라마를 많이 시청할수록 앞으로 한류가 지속되기는 어렵다고 보는 판단하는 것은, 이들이 한국 드라마를 보면서, 한국 드라마가 이들의 호기심과 욕구를 충족시키기는 부족한 한계점을 이미 인지하고 있음을 시사해준다. 최근 논의되고 있는 한국 드라마 및 영상물의 콘텐츠의 질의 개선은 당연한 절박한 과제임에 틀림없다.

무엇이 결여되어 있는지 그 한계점을 규명하기 위해서 실태조사 또는 현황파악이 아닌 과학적이고 체계적인 연구가 강화되어야 할 것이다. 연구모형을 구축하여 주요 요인들 간의 직·간접효과에 대한 명확한 인과관계를 실증적으로 규명하여, 연구결과를 제시하였다는 측면에서 본 연구가 지닌 작은 의미도 있지만, 본 연구의 목적, 범

위의 한계로 인해서, 한류 정책 및 실천을 위한 구체적인 제안을 위한 많은 정보를 제시하지 못하였다. 후속연구에서는 보다 다양한 개인적 특성 뿐 만 아니라, 사회·문화·정책적 요인들에 대한 보다 광범위한 탐색이 필요하고, 조사 대상자도 다양한 사회계층을 포함한 보다 큰 표본을 확보하여 다양한 하위집단의 특성에 따른, 한류 지속가능성에 기여할 수 있는 요인들과 저해요인들을 함께 실증적으로 규명할 수 있기를 기대해 본다.

### 참 고 문 헌

- [1] 강내영, “중국의 항(抗)한류 현상 연구:드라마와 영화를 중심으로”, 중국학연구, 제43권, pp.457-508, 2009.
- [2] 김신동 “동아시아의 초국적 문화수용과 타자 인식: ‘한류’ 담론에 대한 성찰적 비평”, 한국방송학회 세미나, pp.162-180, 2002.
- [3] 김연식, 구종상 “TV 다큐멘터리 수출 활성화 방안에 관한 연구”, 한국방송학보, 제16권, 제4호, pp.113-139, 2002.
- [4] 문화체육관광부, “제 3차 해외 한류실태 조사결과 보고서: 아시아, 미주, 유럽, 중동, 아프리카 지역 대상”, 2014(2).
- [5] 서민수, 정태수, 주영민, 이해옥, “新한류 지속발전을 위한 6대 전략”, CEO Information, 삼성경제연구소 연구보고서, 제899호, 2013년 6월 19일.
- [6] 오미영, “일본 내 한류 수용과 타자 인식의 변화: <겨울연가>붐을 중심으로”, 현상과 인식, 제30권, 제1·2호, pp.34-56, 2006.
- [7] 유세경, 고민경, “한국 TV드라마의 시청행위와 한국과 한류에 대한 태도 관계연구: 중국 대학생을 중심으로”, 미디어 젠더 & 문화, 제6권, pp.46-76, 2006.
- [8] 유재웅, “한국 TV드라마 시청이 제작국 이미지에 미치는 영향: 중국과 일본 시청자를 대상으로”, 홍보학연구, 제11권, 제2호, pp.26-158, 2007.
- [9] 이와부치 코이치, 일본 대중문화의 이용가치, ‘한

- 류와 아시아의 대중문화, 서울: 연세대학교 출판부, 2005.
- [10] 이은숙, “중국에서의 ‘한류’ 열풍 고찰”, *문학과 영상*, 제3권, 제2호, pp.31-59, 2002.
- [11] 이종님, “방송한류의 현황과 문제점: 국내 방송 시장환경 변화와 드라마 제작환경을 중심으로”, *한국언론학회 세미나*, pp.2-33, 2007.
- [12] 이준웅, “중국의 한류 현상에 대한 ‘매개된’ 문화 간 커뮤니케이션 효과 모형 검증 연구: 중국인의 한국, 미국, 일본, 대만 문화상품 이용에 따른 신념, 감정, 태도의 형성 비교를 중심으로”, *한국방송학보*, 제20권, 제3호, pp.277-323, 2006.
- [13] 임형민, 박주연, “한류 콘텐츠인 드라마 시청 동기와 문화 선호도에 관한 연구 : 중국과 일본 대학생들을 중심으로”, *경성대 사회과학연구*, 제27권, 제4호, pp.371-395, 2011.
- [14] 장규수, “한류의 어원과 사용에 관한 연구”, *한국콘텐츠학회논문지*, 제11권, 제9호, pp.166-173, 2011.
- [15] 장귀량, 리상룡, “동북아시아 문화공동체 형성, 그 가능성 분석: 한류가 중국에 미치는 영향을 중심으로”, *한국방송학회 학술대회 논문집*, pp.36-44, 2005.
- [16] 최혜실, “한류 현상의 지속을 위한 작품 내적 연구”, *인문콘텐츠*, 제6권, pp.17-35, 2005.
- [17] 치아오춘옌(喬春嫣), *중국의 한류에 대한 태도 및 전망에 관한 이론적 연구 : 드라마 중심으로*, 한양대학교 국제대학원 박사학위논문, 2011.
- [18] 허진, “중국의 ‘한류’현상과 한국 TV드라마 수용에 관한 연구”, *한국방송학보*, 제16권, 제1호, pp.496-530, 2002.
- [19] G. W. Allport, *The Nature of Prejudice*, Reading, MA: Addison-Wesley, 1954.
- [20] G. Devereux and E. M. Edwin M Loeb, “Antagonistic Acculturation,” *American Sociological Review*, Vol.8, No.2, pp.133-147, 1943.
- [21] G. Gerbner, L. Gross, M. Morgarn, and N. Signorielli, “Growing Up with Television: The Cultivation Perspective,” In J. Bryant & D. Zillman(Eds.), *Media Effects: Advances in Theory and Research*, Hilldale, NJ: Erlbaum, pp.17-41, 1994.
- [22] T. Pettigrew, “Generalized Intergroup Contact Effects on Prejudice,” *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol.23, No.2, pp.178-185, 1997.
- [23] W. G. Stephan and C. W. Stephan, “The Role of Ignorance in Intergroup Relation,” In N. Miller & B. Brewer(Eds.), *Groups in contact: The Psychology of Desegregation*, Orlando, FL: Academic Press, pp.229-256, 1984.
- [24] C. Stephan and M. Abalagina, “On the Relation between Stereotype and Prejudice: An International Study,” *Personality and Social Psychology*, Vol.20, No.3, pp.277-284, 1994.
- [25] H. C. Triandis, *The Analysis of Subjective Culture*, New York: John Wiley, 1972.
- [26] H. C. Triandis, *Culture and Social Behavior*, New York: McGraw-Hill, 1994.
- [27] R. M. Williams Jr., *The Reduction of Intergroup Tensions*, New York: Social Science Research Council, 1947.
- [28] 배병렬, *Amos 7에 의한 구조방정식 모델링: 원리와 실제*, 서울: 연세대학교 출판부, 2007.

저 자 소 개

이 희 진(Hee-Jin Lee)

정회원



- 2011년 5월 : Goldsmiths, University of London(석사)
- 2014년 7월 : 서강대학교 영상대학원(박사수료)
- 2014년 3월 ~ : 대구대학교 신문방송학과 외래교수

<관심분야> : 한류, 방송영상 콘텐츠 제작 및 기획