

## 중국 웹소설드라마의 파생상품 수용태도 및 행동의도 분석

장정<sup>1</sup>, 권병웅<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>중앙대학교 문화예술경영학과, <sup>2</sup>중앙대학교 예술대학원 예술경영학과

### The effect of Chinese online novel dramas on the attitude of merchandise and behavioral intention

Zhang JING<sup>1</sup>, Kwon, Byung Woong<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Graduate school of Business Administration, Chungang University

<sup>2</sup>Graduate School of Arts, Chung Ang University

**요약** 본 연구는 중국 IP산업에서 웹소설드라마 분석을 통해 소비자 대중심리를 알아보고 웹소설 파생상품의 제작 방향을 파악하기 위한 연구이다. 이를 위해 중국 웹소설드라마 특성이 파생상품의 수용태도와 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하였다. 자료수집은 2018.10.15일~10.22일까지 중국 현지인들을 대상으로 수집한 설문조사 자료 612부를 표본으로 삼았다. 통계처리에는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 크리닝(data cleaning)과정을 거쳐, SPSS v. 21.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다. 분석방법은 빈도분석, 탐색적 요인분석, 독립표본 t-test, 일원변량분석(One way ANOVA), 사후검정 Duncan test, 상관관계분석, 다중회귀분석을 실시하였다. 연구결과는 다음과 같다. 첫째, 웹소설드라마 특성인 화제성, 공감성, 흥미성이 파생상품 수용태도인 인지적인 태도 및 정서적인 태도에 유의적인 상관관계를 이루고 있다. 동시에 공감성이 화제성 및 흥미성보다 더 유의적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 둘째, 화제성, 공감성, 흥미성으로 구성된 웹소설드라마 특성이 행동의도에 미치는 상관관계에서 웹소설드라마 모든 특성이 행동의도에 긍정적인 영향을 미쳤다. 특히 흥미성 및 화제성보다 공감성이 구매의도 및 추천의도에 더 유의미한 영향을 미친 것이다. 셋째, 정서적 태도가 구매의도 및 추천의도에 미치는 영향은 인지적 태도가 구매의도 및 추천의도에 미치는 영향보다 더 긍정적인 것으로 나타났다. 연구결과는 중국 웹소설의 파생상품 제작방향 설정을 위한 기초자료이자 제작지침으로서 유용한 의미를 갖는다.

**Abstract** This research aims to understand the common psychological features of consumer. And master the direction of the development of the network novels derivation by analysis the TV plays adapted from network novels in China's IP industry. To this end, This research determine to analyzed consumer adoption attitude the Behavior Intention of derivative products. The date were collected from 612 Chinese people, from October 15 to October 22 2018. Statistical analysis were through SPSS 21 after data coding and data cleanings process. This research performed frequency analysis exploratory factor analysis, Independent sample t-test, one-way ANOVA, post-analysis Duncan test, correlation analysis and mass regression analysis. The research results are as follows. Firstly, the characteristics(topicality, empathy and interest) of network novel TV play positively related role in the adoption attitudes(cognitive attitude and emotional attitude) of derivatives commodities. At the same time, identity has a more positively related influence than topicality and interest. Secondly, all the characteristics of network novels consisting of topicality, identity and interest play positive related roles in the behavioral intentions of derivative commodities. Thirdly, emotional attitude plays a more positively related role in purchasing intention and recommendation intention compared with cognitive attitude. It is hoped that the research results can play a fundamental role in the production and development of network novels derivatives.

**Keywords** : Network Novel, Online Novel Dramas, China's IP Industry, Merchandise, Adoption Attitude

\*Corresponding Author : Kwon, Byung-Woong(Chung Ang Univ.)

Tel: +82-10-3800-4119 email: kbw@cau.ac.kr

Received February 28, 2019

Revised April 1, 2019

Accepted June 7, 2019

Published June 30, 2019

## 1. 서론

### 1.1 연구배경 및 목적

최근 중국에서는 문화콘텐츠산업의 발전과 함께 IP에 관한 이슈가 큰 주목을 받고 있다. 중국에서 IP(Intellectual property) 개념은 웹소설부터 애니메이션, 영화, 드라마, 게임까지 그리고 원천 IP부터 산업사슬 모형까지 모두 IP로 통칭되고 있다. 즉, IP 개념이 중국에서는 범 오락개념으로 사용되고 있는 바 한국과는 그 용례가 다르다. 본래 IP 개념은 지식재산권(Intellectual Property)을 지칭하는 용어지만 중국에서의 IP 개념은 문학, 만화, 애니메이션, 게임, 영화, 드라마 등 수평확장(橫向延展)되는 매체전환이나 전환된 예술양식 전체를 통칭하고 있다. 여기에 문화원형의 가치증식을 목적으로 재가공 하는 것도 포함한다[1]. <중국 웹문학 IP가치와 평가보고서 2015-2016>(2016)에 의하면 IP는 규모있는 팬덤을 갖고 있는 원작 웹소설, 게임, 애니메이션, 연극, 음악, 예능 등의 작품과 산업적 가치를 갖고 있는 크로스 미디어(Cross Media)를 지칭하기도 한다. 또한 陈彦(2018)은 문화 IP란 파생상품 사이의 연결과 융합을 강조한다. 문화 IP는 양질의 원천소스가 각색된 드라마, 영화, 게임 등의 방식으로 팬덤을 형성하면서 원소스와 파생상품 간에 수익구조가 형성되는 생태를 이루어 가고 있다.

본 연구에서 다루고자 하는 중국 웹소설은 파생 드라마에 따라 그 성공과 실패의 차이가 매우 크다. 원작이 모두 인기 있는 웹소설이지만 2015년에 방영된 드라마 <랑야방>(琅琊榜), <화천골>(花千骨), <웅정화제의 여인>(甄嬛传)은 많은 관심을 받으면서 방송 후 조회수가 수익회에 달한 반면에, <고방부자상>(孤芳不自赏), <화서인>(华胥引)은 실패하였다. 이 처럼 중국의 인기 웹소설은 웹소설드라마의 기반이지만 웹소설의 인기가 성공을 보장하지는 않는다. 그렇지만 웹소설드라마 및 웹소설영화 수용자들의 IP 파생상품에 대한 태도가 긍정적이어서 파생상품 개발의 필요성이 꾸준히 대두되고 있는 상태이다.

현재 중국에서 학술적, 산업적으로 웹소설드라마 및 파생상품에 관한 연구가 부족한 실정이다. 선행연구에서 중국작품에 한정하여 볼 때 웹소설 및 웹소설드라마에 대한 중국내 연구는 활발한 반면 한국내 연구는 미흡한 상황이다. 그러나 중국 원작의 OSMU 연구, 중국의 웹소설과 웹소설드라마의 소비자 연구는 한국과 중국에서 모두 미흡한 실정이다. 이는 중국에서 원작의 콘텐츠화 및 파생상품 기획에 장애요인으로 작용하고 있다. 따라서 중

국 웹소설드라마에 대한 한국내 연구가 미진함으로 중국 웹소설드라마에 대한 연구가 필요한 상황이다. 이를 배경으로 한중간 학술적 산업적 접근의 陈태대가 마련될 필요성이 있다. 그런 면에서 웹소설드라마 및 파생상품에 대한 다각적 연구는 의미가 있다고 판단한다.

나아가 중국 IP산업에서 높은 분별도, 재미와 개성, 태도와 가치관 등 3가지를 특징으로 하는 웹소설드라마와 그 파생상품에 대한 중국 수용자들의 수용태도를 살피는 것은 한국 웹소설드라마의 중국진출시 현지화 전략을 마련하는데 있어서 매우 중요한 요소라 할 수 있다.

### 1.2 연구방법

중국 웹소설드라마의 파생상품 수용태도 및 행동의도 분석을 다루는 본 주제연구의 방법은 문헌고찰과 실증분석이다. 연구의 대상은 WeChat(위챗) 통하여 중국 웹소설드라마 시청경험이 있는 650명을 대상으로, 온라인 설문조사를 진행하였다. 조사기간은 2018년 10월 15일부터 10월 22일까지 7일간 실시하였으며, 조사방법은 연구의 의미를 설명한 후 자기기입식 설문조사방법(Self-administered questionnaire survey method)을 채택하였다. 표본은 총 650부의 설문지를 배포하여 그 중에서 웹소설드라마 시청경험이 없는 응답과 다수의 문항에 응답하지 않은 38부를 제외한 최종 612부를 표본으로 삼았다. 수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(Data coding)과 데이터 크리닝(Data cleaning)과정을 거쳐, SPSS v. 21.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다.

분석방법은 인구통계학적 특성과 웹소설드라마 일반 특성을 분석하는 빈도분석, 문항간 신뢰도를 다룬 탐색적 요인분석, 조사대상자의 차이를 살핀 독립표본 t-test, 일원변량분석(One way ANOVA)을 실시하였다. 사후검정으로 Duncan test를 실시하였고, 각 변수간 상관관계분석 및 다중회귀분석을 하였다.

## 2. 중국 문화 IP 및 웹소설드라마의 특성

### 2.1 중국 문화 IP의 특징

앞서 언급한 바 대로, IP는 Intellectual Property의 약어인데, 인류가 창조한 지적 노동성공에 대하여 향유하는 지적재산을 의미한다. 중국에서는 그 의미가 점점 확대되고 있다. 「2018 중국 문화 IP산업 발전보고」는 IP의 개념에 대해 문화상품 사이의 연결과 융합을 강조하였다.

문화 IP는 양질의 원천소스로 초기의 팬들을 이끌고 각색된 드라마, 영화, 게임 등의 방식으로 팬덤 규모를 확대하면서 원작에 영향을 미쳤고 양자는 서로 지지하고 융합하는 생태사슬이 생기게 된다고 규정하고 있다. 이렇듯 문화산업부문에서 중국의 IP개념은 한국에서의 문화콘텐츠 일반을 지칭하는 개념으로 사용되고 있으며, 지적재산권을 뜻하는 본래의 의미가 변형되어 사용되고 있다.

陳彦(2018)은 중국에서 IP상품의 특징을 높은 분별도, 재미와 개성, 태도와 가치관 3가지로 분석하고 있다. 첫번째 특징인 높은 분별도는 중국내 IP의 가치를 규정하는 핵심지표이다. 가치가 높은 IP는 유별난 표현형식 때문에 수용자가 한눈에 식별할 수 있다. 경극배우가 소설에서 손오공(孫悟空)의 이미지를 표현해서 〈후희〉(猴戏)가 생기고, 1986년에 방송된 〈서유기〉(西游记)의 시청률이 89.4%에 달하고 〈대화서유〉(大话西游), 〈대성귀래〉(大圣归来), 〈서유항마편〉(西游降魔篇) 등의 영화가 큰 흥행을 함으로써, 손오공은 높은 분별력을 지닌 콘텐츠로 중국 문화 IP에서 중요한 역할을 하고 있는 사례이다. 두 번째 특징인 재미와 개성은 IP 가치가 높은 척도이다. 그 예로 중국 자금성(紫禁城) 박물관은 원래 엄숙한 역사적인 분위기로 특별한 인상을 주었다. 그러나 2016년에 옹정황제(雍正皇帝)의 글씨 “짐이 이런 사나이이다”(朕就是这样的汉子)로 만든 파생상품은 색다른 흥행을 만들었다. 세 번째 특징인 태도와 가치관은 중국 문화 IP 흥행요소의 핵심이다. 그 예로 〈화목란〉(花木兰)은 역사적으로 아버지 대신 군대에 간 용감한 여자의 이야기이다. 이 작품은 드라마 뿐 만 아니라 미국에서도 애니메이션으로 각색된 바 있다.

한편, 顧宁(2009)은 미국, 일본, 중국의 웹소설 특징을 비교하면서, 미국 웹소설의 특징은 디지털 기술에 의존하는 디지털 문학(digital literature)의 성격이 강하다고 지적하였다. 반면, 일본의 웹소설은 온라인 소설 또는 인터넷 소설이 강세를 이룬다. 반면, 중국의 웹소설은 컴퓨터기반 문학(computer-based literature)적 성격이 강하다.

미국의 웹소설은 팬픽(Fan-Fic 또는 Fan Fiction)의 성격의 작품들이 주류인데, 독자의 흥미를 유지하기 위해 주기적으로 업데이트 되고는 있지만 아직은 전자책 만큼 활성화되어 있지 않은 상태이다. 그리고 웹소설을 만들기 위해 특별한 소프트웨어를 사용하지 않고 있다[2]. 반면, 일본의 웹소설이 지닌 가장 큰 특징이 ‘인터넷 소설’ 보다 ‘휴대폰 소설’이 더 발달한 상태이고, 현실성, 상호작용 및 공감성이 높다. 중국의 웹소설은 드라마, 영화, 게임

등의 원소스로 활용되면서 중국내 IP산업의 주요 부문으로 확장될 가능성이 높은 상태이다.

## 2.2 중국 웹소설드라마의 유형과 특성

중국 IP드라마는 상당한 팬덤을 가지고 있는 웹소설과 게임 및 애니메이션을 토대로 각색된 높은 시청율, 높은 조회수의 작품이다. 苗琳(2016)은 IP드라마란 드라마 제작사가 어떤 인기 웹콘텐츠의 제작권을 구매해서 각색하고 방송된 드라마라고 규정하였다. 중국에서 현재 웹소설이 일정한 팬덤과 시장규모를 갖추고 있고, 인터넷 매체의 발달로 인기가 높고 구전력이 좋은 웹소설을 드라마로 각색하는 작업이 활발한 상태이다. 웹소설은 지금 중국드라마 극본의 중요한 원천이 되고 있다.

苗琳(2016)이 제시한 웹소설드라마의 유형을 살펴보면 다음과 같다. 첫 번째 유형은 도시멜로 장르이다. 도시멜로는 도시 생활을 배경으로 남녀주인공 사이의 사랑과 갈등을 줄거리로 하면서, 사랑의 심리와 상태를 반영하는 사회생활 드라마이다. 두 번째, 가정윤리 장르이다. 가정윤리 드라마는 가족을 단위로 일상생활에서 가족들 사이에 생긴 갈등과 감정 문제를 통해 사회윤리와 도덕관념을 반영하는 작품이다. 세 번째, 사적 시대극 드라마이다. 陳琪(2017)은 사적 시대극 드라마를 역사 정극, 가공 시대극, 타임슬립 드라마로 나눴다. 네 번째, 판타지 시대극 드라마이다. 웹소설 플랫폼에 판타지, 스릴러, 탐험, 도굴, 무협 장르 웹소설은 인기가 많고 독자에게 관심을 받고 거대한 팬덤을 가지고 있다. 판타지 시대극은 동서양 다양한 마법을 대상으로 심상치 않은 이야기를 표현하는 장르이다.

웹소설드라마 중에 유토피아와 같은 멜로과 타임슬립 장르는 주로 게임과 같이 직접 겪어서 공감을 통해 우승을 다루는 것이다. 劉飛(2017)은 작품 타임슬립〈공〉(宮)이 현대인이 과거로 돌아가 현대인의 시각으로 역사를 보는 우월감을 제공하여 수용자의 공감과 만족감을 충족시켰다고 지적하였다. 또한 李靜(2017)은 작가가 드라마 극본을 쓰는 일반 드라마보다 웹소설드라마는 방송 전에 이미 어느 정도 규모의 수용자를 이미 갖추고 있어 화제성과 전파력이 높은 특징을 지니고 있다고 언급하였다.

## 2.3 OSMU와 파생상품

중국의 IP와 유사한 개념의 한국의 용례는 OSMU이다. 지금 중국 IP산업은 주로 웹소설 OSMU 콘텐츠를 개발하는 것이며, 웹소설을 활용하여 다양한 장르로 판매해 부가 가치를 창출하는 것이다.

웹소설 OSMU 콘텐츠는 웹소설 플랫폼과 밀접한 관계가 있다. 지금 웹소설 플랫폼은 웹소설 작가의 매니저 역할을 하고 외부 회사와 함께 웹소설을 개발하고 있다. 웹소설 플랫폼의 문학작품 저작권을 전문회사에게 사용 권한을 부여하는 것이다. 중국에서 플랫폼과 외부회사가 협력하는 방식은 Fig. 1처럼 전체 저작권 IP 출자, 공동 투자개발, 계열작업실, IP 역방향 주문의 IP제작 4가지 방식으로 구성된다. 王若揚(2018)이 제시한 중국의 제작 방식은 다음과 같다,

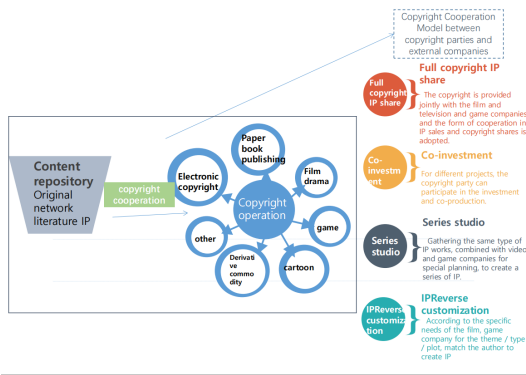


Fig. 1. Management Structure of Intellectual Property in China

위와 같이 「중국 웹문학 저작권 운영 연구보고서」에 나타난 중국 IP 저작권 운영구조는 Fig.1과 같이 저작권을 가지고 있는 회사가 게임, 영상 등의 회사와 합작을 하고, 저작권 제공을 통해 합작투자를 하는 방식으로 진행되고 있다. 이 과정을 통해 다양한 OSMU 제작기획과 비즈니스를 실현해 가는 방식이다. 이 과정에서 2차저작물 기획방향별로 작가들이 결합하여 새로운 저작물(IP)을 만드는 방식으로 추진된다.

글로벌 비즈니스를 살펴보면 영상문화 파생상품이 영상산업 사슬의 중요한 부분이며, 투자 리스크가 적고 투자 수익이 높고 운영주기가 긴 것이 특징이다. 한국도 마찬가지로 콘텐츠산업의 일반적 제작방식인 원 소스에 다양한 미디어를 통해 제시하는 전략(OSMU)을 구사한다.

한편, 본 연구에서 언급하는 파생상품은 웹소설을 원 소스로 2차 가공된 저작물을 의미한다. 영화, 게임, 애니메이션, 연극, 캐릭터 상품, 테마파크, 책, 음원, 뮤지컬, 등도 포함된다. 중국에서 웹소설을 드라마로 각색하는 것은 웹소설 개발의 끝이 아니다. 閻峰,許正林(2015)의 지적처럼 드라마의 가치사슬은 제작, 마케팅, 파생상품으로 구성되었다. 전통적인 드라마 마케팅은 첫 번째 거래를 통해 얻은 수익만 집중하였다. 즉, 후속의 개발, 마케팅을

통해 거대한 이익을 소홀히 했다. 파생상품의 개발은 드라마 브랜드의 롱테일 효과를 증가하고 파생상품의 가치 사슬에 대해 유의적인 역할을 하고 있다.

### 3. 연구설계

#### 3.1 연구모형 및 가설설정

본 연구는 중국 웹소설드라마 특성이 파생상품 수용태도 및 행동의도에 미치는 영향을 알아보는데 목적이 있다. 이러한 연구를 위해 우선 문헌연구와 선행연구를 바탕으로 웹소설드라마 특성을 구성하는 3가지 주요 변수로 화제성, 공감성, 흥미성을 도출하였다.

이 3가지 변수의 선택은 2002~2018년 수행된 선행 연구에서 가장 많이 언급되는 요소이자 인기배우 중심으로 이끌어져 가는 화제성, 웹소설에 대한 공감성, 소설내용이 지닌 흥미성을 증시하여 변수로 선정하였다. 보다 구체적으로 볼 때 화제성은 특정 프로그램이 화제가 된 정도를 표현한 것으로, 화제가 되면서 프로그램의 시청률이 높아지고, 수용자층에게도 많은 영향을 미치게 되는 요소이다. 공감성은 타인의 정서적 경험에 대한 반응으로 경험의 공유를 통해 웹소설드라마의 시청공감에 크게 영향을 미치는 요소이다. 흥미성과 관련하여 선정사유는 TV프로그램의 흥행에 있어 시청동기가 중요하기 때문이다. 시청동기를 이루는 요소 중 흥미가 오락, 정보, 지식 습득 보다 가장 우선한다.

따라서 본 연구는 이 화제성, 공감성, 흥미성의 독립변수를 통해 파생상품 수용태도 및 행동의도를 파악하는데 있어서 파생상품 수용태도는 인지적, 정서적 태도로 구성하고, 행동의도는 추천의도로 구성하였다.

이와 같은 연구목적을 달성하기 위해 Fig. 2와 같이 연구모형을 설정하였다.

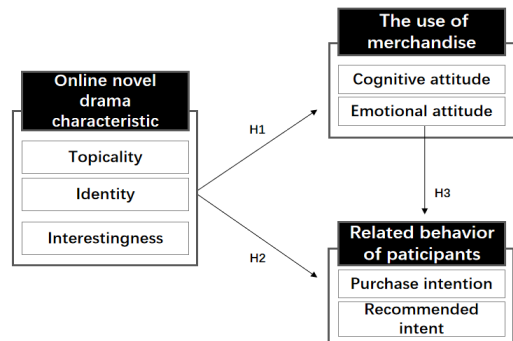


Fig. 2. Research Model

본 연구에서는 위 Fig. 2의 연구모형을 바탕으로 다음과 같은 가설을 설정하였다.

**H1. 중국 웹소설드라마 특성은 파생상품 수용태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.**

- H1-1-1. 중국 웹소설드라마의 화제성은 인지적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-1-2. 중국 웹소설드라마의 공감성은 인지적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-1-3. 중국 웹소설드라마의 흥미성은 인지적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-2-1. 웹소설드라마의 화제성은 정서적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-2-2. 웹소설드라마의 공감성은 정서적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H1-2-3. 웹소설드라마의 흥미성은 정서적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

**H2. 웹소설드라마 특성은 파생상품 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.**

- H2-1-1. 중국 웹소설드라마의 화제성은 구매의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H2-1-2. 중국 웹소설드라마의 공감성은 구매의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H2-1-3. 중국 웹소설드라마의 흥미성은 구매의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H2-2-1. 웹소설드라마의 화제성은 추천의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H2-2-2. 웹소설드라마의 공감성은 추천의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H2-2-3. 웹소설드라마의 흥미성은 추천의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

**H3. 파생상품 수용태도는 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.**

- H3-1-1. 인지적 태도는 구매의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H3-1-2. 정서적 태도는 구매의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H3-2-1. 인지적 태도는 추천의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H3-2-2. 정서적 태도는 추천의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

**3.2 변수의 조작적 정의**

**3.2.1 웹소설드라마 특성**

웹소설은 인터넷상에서 유통되는 다양한 ‘장르소설’들을 통칭하는 것을 의미하고 웹소설드라마는 이러한 웹소설을 원작으로 하는 드라마 형태의 콘텐츠를 의미한다. 웹소설드라마 특성은 크게 3개 요인으로 구성하였는데, 먼저 화제성은 웹소설드라마의 스토리가 사회나 인터넷에서 치열하게 토론하고 있는 내용이나 수용자가 연령층에 맞게 관심을 갖고 있는 내용으로 구성되어 있는지를 의미하고, 공감성은 언어나 내용, 편집 및 구성이 수용자들에게 친근감과 즐거움, 공감을 줄 수 있는 내용으로 구성되어 있는지를 의미하며, 흥미성은 출연자나 스토리, 광고 등이 흥미롭고, 재미있는 내용으로 구성되어 있는지를 의미한다.

즉, 기존 선행연구는 웹소설드라마의 특성을 화제성, 공감성, 흥미성, 참여성, 적합성, 진정성, 이해성, 매력성, 신뢰성 등으로 그 특성을 설정하였으나 본고에서는 웹소설드라마를 도시멜로드라마, 가정윤리드라마, 역사시대극드라마, 판타지시대극드라마로 분류하며 이를 선행연구에서 가장 언급된 빈도가 높은 화제성, 공감성, 흥미성 중심으로 웹소설드라마의 특성을 정의하고자 한다.

본 연구에서는 선행연구를 토대로 화제성 4문항, 공감성 4문항, 흥미성 4문항 총 12문항의 Likert 5점 척도로 구성하였다.

**3.2.2 파생상품 수용태도**

수용태도는 특정 서비스나 대상에 대해 긍정적 또는 부정적으로 반영하려는 학습된 선유경향(learned predisposition)이며[3], 콘텐츠 파생에 대한 긍정적 인식이나 선호정도를 의미한다. 수용태도는 크게 2개 요인으로 구성하였는데, 인지적 태도는 콘텐츠 파생에 대해 자연스럽게 갖는 생각으로 응답자가 추론하는 것이 아니라 자신의 생각을 표현하는 것을 말하며, 정서적 태도는 콘텐츠 파생에 대해 자연스럽게 가질 수 있는 느낌으로 우리가 어떤 대상을 보거나 생각하거나 또는 남들과 대화하는 동안 일어나는 심리적 변화나 정서적 태도를 말한다.

기존 선행연구에서는 파생상품 수용태도를 인지적, 행동적, 정의적 태도로 주로 규정하고 있으나 본 연구에서는 유현경[4], 이하나[5], 오영진[6], 임경선[7]의 연구를 바탕으로 인지적 태도, 정서적 태도 두가지를 수용태도로 정의하였다. 따라서 문항구성은 인지적 태도 4문항,

정서적 태도 4문항 총 8문항의 Likert 5점 척도로 구성하였다.

### 3.2.3 파생상품 행동의도

행동의도는 구매의도를 가지고 구매를 하거나 타인에 게 추천 또는 추천하는 정도를 의미하며, 서비스에 대한 지각된 감정 또는 소비행동 전·후에 갖게 되는 내적 반응 및 경험 등을 바탕으로 미래 행동을 계획하고 수정하려는 주관적인 개인의 의지 또는 신념을 나타낸다[8]. 구매 의도란 제품이나 서비스를 구입하려고 하는 소비자의 경향으로써 특정 제품에 대한 구매 의지를 말한다[9]. 추천 의도는 경험에 비추어 일정한 정보를 타인에게 추천하는 의도를 의미한다.

기존 선행연구에서는 행동의도를 구매의도, 추천의도, 인식변화, 긍정적 행동의지, 소비의향 등으로 정의하고 있으나 본 연구에서는 성보현 외[10], 허가연[11]의 연구를 바탕으로 언급의 빈도가 높은 구매의도, 추천의도를 행동의도로 정의하고자 한다. 따라서 문항구성은 구매의도 2문항, 추천의도 2문항 등 총 4문항의 Likert 5점 척도로 구성하였다.

### 3.3 설문지 구성

본 연구는 자료의 수집과 측정을 위한 목적으로 설문지를 사용한 실증적 연구를 채택하였다.

Table 1. Questionnaire configuration

Items	Number of questions	standard	Remarks
Online novel drama General condition	7	Detail standard	-
Online novel drama characteristic	Topicality	4	Likert 5points Zhang Lanshan (2015), Xie Siqing(2016) Ha Yuan(2017)
	empathy	4	
	interest	4	
Attitude	Cognitive attitude	4	Likert 5points You Hyeon-Gyeong(2011) Lee Ha-na(2015) Oh Young Jin(2016) Leem Kyung sun2017
	Emotional attitude	4	
Behavior intention	Purchase intention	2	Likert 5points Hue Ga yeon(2016)
	Recommended intention	2	
Demographic characteristics	5	Detail standard	-
number	39		

측정항목은 크게 5가지 영역으로 구성되는데, 웹소설 드라마 일반현상 7문항, 중국 웹소설드라마 특성 12문항, 파생상품 수용태도 8문항, 행동의도 4문항, 인구통계학적 특성에 대한 5문항 등 총 39문항으로 구성되었다. 이상의 설문지 구성내역을 살펴보면 table 1과 같다.

### 3.4 분석방법 및 자료수집

본 연구의 대상은 중국 웹소설드라마 시청경험이 있는 650명을 대상으로 온라인 설문조사를 진행하였다. 조사 기간은 2018년 10월 15일부터 10월 22일까지 7일간 실시하였으며, 조사방법은 연구의 의미를 설명한 후 자기기입식 설문조사방법을 채택하였다.

표본은 총 650부의 설문지를 배포하여 그 중에서 웹소설드라마 시청경험이 없는 응답과 다수의 문항에 응답하지 않은 38부를 제외한 최종 612부를 실증분석을 하였다.

수집된 자료의 통계처리는 데이터 코딩(data coding)과 데이터 크리닝(data cleaning)과정을 거쳐, SPSS v. 21.0 통계 패키지 프로그램을 활용하여 분석하였다. 구체적으로 다음과 같은 분석을 실시하였다. 첫째, 조사대상자의 인구통계학적 특성을 알아보기 위하여 빈도분석을 실시하였다. 둘째, 문항간의 신뢰도를 측정하여 예측 가능성, 정확성 등을 살펴봤으며, 타당도 분석을 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 셋째, 주요 변수에 대한 평균, 표준편차를 알아보기 위하여 기술통계분석을 실시하였고, 각 변수간 상관관계를 알아보기 위하여 상관관계분석을 실시하였다. 넷째, 웹소설드라마 특성이 파생상품 수용태도, 행동의도에 미치는 영향, 파생상품 수용태도가 행동의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다.

## 4. 분석결과

### 4.1 조사대상자의 인구통계학적 특성

조사대상자의 인구통계학적 특성을 분석한 결과는 table 2와 같다.

분석결과, 성별은 남성 267명(43.6%), 여성 345명(56.4%)으로 나타났고, 연령은 10대 68명(11.1%), 20대 265명(43.3%), 30대 166명(27.1%), 40대 이상 113명(18.5%)으로 나타났다. 결혼여부는 기혼 356명(58.2%), 미혼 256명(41.8%)으로 나타났고, 최종학력은 고졸이하

153명(25.0%), 대학 재학 346명(56.5%), 대학 졸업(수료) 91명(14.9%), 대학원 졸업(석사) 이상 22명(3.6%)으로 나타났다.

직업은 회사원 186명(30.4%), 학생 179명(29.2%), 전문직 60명(9.8%), 공무원 48명(7.8%), 자영업 35명(5.7%), 전업주부 22명(3.6%) 순으로 나타났고, 한 달 수입은 3000위안 이하 205명(33.5%), 3000-6000위안 183명(29.9%), 6000-9000위안 143명(23.4%), 9000위안 이상 81명(13.2%)으로 나타났다.

Table 2. Demographic characteristic

Characteristics		N	%	Division	N	%	
Gender	Male	267	43.6	student officer	179	29.2	
	Female	345	56.4		186	30.4	
Age	10Tears	68	11.1	specialized public official self employed	60	9.8	
	20Years	265	43.3		48	7.8	
	30Years	166	27.1		35	5.7	
	40Years over	113	18.5		22	3.6	
Marriage	single	256	41.8	housewife etc	82	13.4	
	marriage	356	58.2		205	33.5	
Final Education	Middle school graduation	153	25	3000yuan under pay	183	29.9	
	College	346	56.5		6000-9000 yuan	143	23.4
	college graduation	91	14.9		9000 yuan over	81	13.2
	Above Graduate school	22	3.6		Total	612	100

#### 4.2 측정도구의 타당성 및 신뢰도 검증

측정도구의 타당성이란 연구자가 측정하고자 하는 추상적 개념이 실제로 측정도구에 의해 적합하게 측정되었는가를 나타내는 것이다. 본 연구에서는 요인분석을 실시하여 설문지의 타당성을 평가하였다. 요인분석은 일련의 관측된 변수에 근거하여 직접 관측되지 않은 요인을 확인하기 위한 방법으로 관련요인으로 분류되지 않은 변수나 불필요한 변수들의 제거를 통하여 변수들을 축소하고 변수들의 특성을 파악하며, 나아가 측정도구의 타당성을 판정하는 목적을 가지고 있다. 요인분석 결과 나타나는 요인 적재치는 각 변수와 요인간의 상관관계 정도를 나타내는 것으로서 특정변수는 각 요인들의 요인 적재치가 가장 높은 요인에 속하게 된다. 요인을 결정하기 위해서 관측된 요인의 선형결합인 주성분 분석(PCA)과 함께, 의미있는 요인추출을 위해 직교회전 방식의 하나인 베리

맥스(varimax) 방식을 사용하였다. 이를 이용하여 개별 요인의 상대적 중요도를 나타내는 아이겐 값(Eigen value)이 1이 넘는 요인만을 추출하였다[12].

본 연구에서는 측정도구의 신뢰성을 평가하기 위하여 내적일관성법을 실시하였다. 즉, 설문항목들에 대한 Cronbach's  $\alpha$  계수를 통해 신뢰성을 측정하였다. 분석 결과의 평가에 있어서는 문항전체의 경우에는  $\alpha$ 계수가 0.5이상, 개별문항의 경우에는  $\alpha$ 계수가 0.6이상이면 충분히 신뢰도가 높다고 할 수 있다[13].

#### 4.2.1 중국 웹소설드라마 특성에 대한 타당성 및 신뢰도 검증

중국 웹소설드라마 특성에 대한 요인분석 결과 12개 문항이 table 3과 같이 3개 요인으로 구분되었으며, 고유값은 1이상으로 확인되었다.

Table 3. Reliability and Validation in Chinese online novel dramas property

Items	Project	FD	EV	DV (%)	CV (%)	RY
factor 1 topic ality	4. Some of the lines in OND. I watched 的 became buzzwords	.769	2.455	20.460	20.460	.783
	3. OND I watched often became the topic of conversation among people around me.	.764				
	2. OND I watched is frequently searched.	.719				
factor 2 empathy	1. OND I watched has received wide public attention.	.707	2.422	20.183	40.643	.784
	6. I agree with the values of the protagonists in OND.	.808				
	7. I will be deeply immersed in watching OND.	.720				
factor 3 interest	8. I feel moved when I think of OND I have watched.	.716	2.392	19.933	60.576	.773
	5. I can resonate with the feelings of the protagonist in OND.	.673				
	10. I often laugh when I watch OND.	.793				
	11. I really enjoy the storyline of OND.	.723				
	12. I think the actors in OND are in a good mood.	.691				
	9. I think the content of OND is very interesting.	.690				

KMO=0.898, Bartlett's test  $\chi^2=2368.991$  (df=66,  $p=0.000$ )

OND: The online novel drama, FD: Factorial discretion, EV: Eigen value, DV: Description variance, CV: Cumulative variance, RY: Reliability

3개 요인을 설명해 주는 누적분산은 60.576%이었으며, '화제성'의 설명분산은 20.460%, '공감성'의 설명분산은 20.183%, '흥미성'의 설명분산은 19.933%이었다. 3개 요인의 총 분산은 60% 이상, 요인 적재치 또한 0.4 이상으

로서 동일한 개념을 측정하기 위한 문항으로 구성되어 있는 것으로 파악되어 구성개념의 타당성이 높다고 말할 수 있고, 신뢰도 또한 화제성 0.783, 공감성 0.784, 흥미성 0.773으로 나타나 신뢰할 만한 수준으로 판단되었다.

4.2.2 파생상품 수용태도에 대한 타당성 검증

파생상품 수용태도에 대한 요인분석 결과 8개 문항이 table 4와 같이 2개 요인으로 구분되었으며, 고유값은 1 이상으로 확인되었다.

2개 요인을 설명해 주는 누적분산은 60.057% 이었으며, '인지적 태도'의 설명분산은 30.192%, '정서적 태도'의 설명분산은 29.865%이었다. 2개 요인의 총 분산은 60% 이상, 요인 적재치 또한 0.4 이상으로서 동일한 개념을 측정하기 위한 문항으로 구성되어 있는 것으로 파악되어 구성개념의 타당성이 높다고 말할 수 있고, 신뢰도 또한 인지적 태도 0.709, 정서적 태도 0.781로 나타나 신뢰할 만한 수준으로 판단되었다.

Table 4. Reliability and Validation of derivatives accommodation attitude

Items	Project	FD	EV	DV (%)	CV (%)	RY
factor 1	2. If I use derivative products, I will have a new understanding of dramas.	.806				.709
	3. I understand the drama more because of the use of derivatives.	.753				
	1. I have a positive attitude towards the use of derivative products in online novel drama.	.696	2.4130	30.192	29.865	
Cognitive attitude	4. It's a good experience for me to use the online novel drama derivative.	.695				.781
	8. The derivative products of the online novel drama brought me a lot of happiness.	.802				
Emotional attitude	6. I like online novels drama derivatives.	.769				.781
	5. I feel happy when I use the online novel drama derivative.	.691	2.3829	29.865	60.057	
	7. I've been very excited when I've used derivative products and watched online novel drama.	.653				

KMO=0.874, Bartlett's test  $\chi^2=1511.209$  (df=28,  $p=0.000$ )

4.2.3 행동의도에 대한 타당성 검증

행동의도에 대한 요인분석 결과 4개 문항이 table 5와 같이 2개 요인으로 구분되었으며, 고유값은 1 이상으로 확인되었다.

Table 5. Reliability and Validation of behavior intention

Items	Project	FD	EV	DV (%)	CV (%)	RY
factor 1	1. I have plans to purchase after I have a favorite online novel drama.	.863				.731
	2. I have the intention to purchase after I like the favorite online novel drama.	.835	1.582	39.543	39.543	
factor 2	4. I have the intention to recommend to people around me to buy online novel drama derivatives.	.868				.709
	3. I have the intention to share the information about the online novels drama derivative products I purchased.	.812	1.548	38.705	78.248	

KMO=0.752, Bartlett's test  $\chi^2=697.469$  (df=6,  $p=0.000$ )

2개 요인을 설명해 주는 누적분산은 78.248% 이었으며, '구매의도'의 설명분산은 39.543%, '추천의도'의 설명분산은 78.248%이었다. 2개 요인의 총 분산은 60% 이상을 설명하고 있으며, 요인 적재치 또한 0.4 이상으로서 동일한 개념을 측정하기 위한 문항으로 구성되어 있는 것으로 파악되어 구성개념의 타당성이 높다고 말할 수 있고, 신뢰도 또한 구매의도 0.731, 추천의도 0.709로 나타나 신뢰할 만한 수준으로 판단되었다.

4.3 기술통계 및 상관관계 분석

주요 변수의 기술통계 및 각 변수간 상관관계를 분석한 결과는 table 6과 같다.

먼저 주요 변수의 기술통계분석 결과 중국 웹소설드라마 특성은 하위요인별 '화제성'(M=3.75), '흥미성'(M=3.74), '공감성'(M=3.71) 순으로 나타났고, 파생상품 수용태도는 하위요인별 '정서적 태도'(M=3.72), '인지적 태도'(M=3.67) 순으로 나타났으며, 행동의도는 하위요인별 '추천의도'(M=3.59), '구매의도'(M=3.56) 순으로 나타났다.

각 변수간 상관관계를 분석한 결과 중국 웹소설드라마 특성에 대한 하위요인별 화제성, 공감성, 흥미성은 파생상품 수용태도의 하위요인별 인지적 태도, 정서적 태도와 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났고( $p<.001$ ), 행동의도의 하위요인별 구매의도, 추천의도와도 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났( $p<.001$ ).



Table 6. Descriptive statistics and correlation analysis

Items	M±SD	Online novel drama characteristic			Attitude		behavioral intention	
		Topicality	Empathy	Interest	Cognitive attitude	Emotional attitude	Purchase intention	Recommended intention
topicality	3.75±.808	1						
empathy	3.71±.769	.476***	1					
interest	3.74±.770	.473***	.533***	1				
cognitive attitude	3.67±.785	.379***	.515***	.446***	1			
emotional attitude	3.72±.766	.372***	.508***	.495***	.574***	1		
Purchase intent	3.56±.933	.317***	.412***	.405***	.495***	.610***	1	
Recommended intention	3.59±.915	.376***	.484***	.405***	.583***	.586***	.561***	1

\*\*\*p<.001

또한 파생상품 수용태도의 하위요인별 인지적 태도, 정서적 태도는 행동의도의 하위요인별 구매의도, 추천의도와 통계적으로 유의미한 정(+)의 상관관계가 있는 것으로 나타났다.

#### 4.4 가설의 검증

##### 4.4.1 가설1의 검증

H<sub>1</sub>. 중국 웹소설드라마 특성은 파생상품 수용태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

- H<sub>1-1-1</sub>. 중국 웹소설드라마의 화제성은 인지적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>1-1-2</sub>. 중국 웹소설드라마의 공감성은 인지적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>1-1-3</sub>. 중국 웹소설드라마의 흥미성은 인지적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

중국 웹소설드라마 특성이 인지적 태도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 table 7과 같다. 분석결과 회귀모형의 설명력(R<sup>2</sup>)은 31.5%로 나타났다, 적합도를 측정하기 위한 검정통계량 F값이 93.251 (p<0.001)로 회귀식은 유의미한 것으로 나타났다. 중국 웹소설드라마 특성 중 공감성(β=.351, p<.001), 흥미성(β=.204, p<.001), 화제성(β=.115, p<.01) 요인이

인지적 태도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Table 7. Cognitive attitude of Chinese online novel dramas property

Independent variable	Non-standardized coefficient		Standardized coefficient	t	p
	B	Standard error			
(constant)	1.143	.157		7.297	.000
topicality	.111	.039	.115	2.871**	.004
empathy	.358	.042	.351	8.445***	.000
interest	.208	.042	.204	4.924***	.000

R<sup>2</sup>=.315, Adj. R<sup>2</sup>=.312, F=93.251\*\*\*, p=0.000

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

따라서 인지적 태도에 있어서는 중국 웹소설드라마 특성의 하위요인별 공감성, 흥미성, 화제성이 중요한 요인임을 알 수 있다.

- H<sub>1-2-1</sub>. 중국 웹소설드라마의 화제성은 정서적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>1-2-2</sub>. 중국 웹소설드라마의 공감성은 정서적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>1-2-3</sub>. 중국 웹소설드라마의 흥미성은 정서적 태도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

중국 웹소설드라마 특성이 정서적 태도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 table 8과 같다. 분석결과 회귀모형의 설명력(R<sup>2</sup>)은 33.4%로 나타났다, 적합도를 측정하기 위한 검정통계량 F값이 101.418(p<0.001)로 회귀식은 유의미한 것으로 나타났다.

Table 8. Emotional attitude of Chinese online novel dramas poroperty

Independent variable	Non-standardized coefficient		Standardized coefficient	t	p
	B	Standard error			
(constant)	1.190	.151		7.896	.000
topicality	.082	.037	.087	2.200*	.028
empathy	.313	.041	.315	7.670***	.000
interest	.285	.041	.286	6.984***	.000

R<sup>2</sup>=.334, Adj. R<sup>2</sup>=.330, F=101.418\*\*\*, p=0.000

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

중국 웹소설드라마 특성 중 공감성( $\beta=.315, p<.001$ ), 흥미성( $\beta=.286, p<.001$ ), 화제성( $\beta=.087, p<.05$ ) 요인이 정서적 태도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 정서적 태도에 있어서는 중국 웹소설드라마 특성의 하위요인별 공감성, 흥미성, 화제성이 중요한 요인임을 알 수 있다.

#### 4.4.2 가설2의 검증

H<sub>2</sub>. 중국 웹소설드라마 특성은 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

- H<sub>2-1-1</sub>. 중국 웹소설드라마의 화제성은 구매의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>2-1-2</sub>. 중국 웹소설드라마의 공감성은 구매의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>2-1-3</sub>. 중국 웹소설드라마의 흥미성은 구매의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

중국 웹소설드라마 특성이 구매의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 table 9 와 같다. 분석결과 회귀모형의 설명력(R<sup>2</sup>)은 22.4%로 나타났고, 적합도를 측정하기 위한 검정통계량 F값이 58.375(p<0.001)로 회귀식은 유의미한 것으로 나타났다. 중국 웹소설드라마 특성 중 공감성( $\beta=.245, p<.001$ ), 흥미성( $\beta=.231, p<.001$ ), 화제성( $\beta=.091, p<.05$ ) 요인이 구매의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 구매의도에 있어서는 중국 웹소설드라마 특성의 하위요인별 공감성, 흥미성, 화제성이 중요한 요인임을 알 수 있다.

Table 9. Purshase and Chinese online novel dramas property

Independent variable	Non-standardized coefficient		Standardized coefficient $\beta$	t	p
	B	Standard error			
(constant)	1.018	.198		5.138	.000
topicality	.105	.049	.091	2.143 <sup>*</sup>	.033
empathy	.298	.054	.245	5.545 <sup>***</sup>	.000
interest	.280	.054	.231	5.229 <sup>***</sup>	.000

R<sup>2</sup>=.224, Adj. R<sup>2</sup>=.220, F=58.375<sup>\*\*\*</sup>, p=0.000  
<sup>\*</sup>p<.05, <sup>\*\*\*</sup>p<.001

- H<sub>2-2-1</sub>. 중국 웹소설드라마의 화제성은 추천의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>2-2-2</sub>. 중국 웹소설드라마의 공감성은 추천의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>2-2-3</sub>. 중국 웹소설드라마의 흥미성은 추천의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

중국 웹소설드라마 특성이 추천의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 table 10과 같다.

Table 10. Recommend purpose and Chinese online novel dramas property

Independent variable	Non-standardized coefficient		Standardized coefficient $\beta$	t	p
	B	Standard error			
(constant)	.813	.187		4.339	.000
topicality	.162	.046	.143	3.481 <sup>**</sup>	.001
empathy	.393	.051	.330	7.736 <sup>***</sup>	.000
interest	.192	.051	.162	3.801 <sup>***</sup>	.000

R<sup>2</sup>=.279, Adj. R<sup>2</sup>=.275, F=78.421<sup>\*\*\*</sup>, p=0.000  
<sup>\*\*</sup>p<.01, <sup>\*\*\*</sup>p<.001

분석결과 회귀모형의 설명력(R<sup>2</sup>)은 27.9%로 나타났고, 적합도를 측정하기 위한 검정통계량 F값이 78.421(p<0.001)로 회귀식은 유의미한 것으로 나타났다. 중국 웹소설드라마 특성 중 공감성( $\beta=.330, p<.001$ ), 흥미성( $\beta=.162, p<.001$ ), 화제성( $\beta=.143, p<.01$ ) 요인이 추천의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 추천의도에 있어서는 중국 웹소설드라마 특성의 하위요인별 공감성, 흥미성, 화제성이 중요한 요인임을 알 수 있다.

#### 4.4.3 가설3의 검증

H<sub>3</sub>. 중국 웹소설 파생상품 수용태도는 행동의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

- H<sub>3-1-1</sub>. 인지적 태도는 구매의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.
- H<sub>3-1-2</sub>. 정서적 태도는 구매의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

중국 웹소설 파생상품 수용태도가 구매의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 table 11과 같다.

분석결과 회귀모형의 설명력(R<sup>2</sup>)은 40.3%로 나타났고, 적합도를 측정하기 위한 검정통계량 F값이 205.756 (p< 0.001)으로 회귀식은 유의미한 것으로 나타났다. 중국 웹소설 파생상품 수용태도 중 정서적 태도(β=.485, p<.001), 인지적 태도(β=.217, p<.001) 요인이 구매의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 구매의도에 있어서는 중국 웹소설 파생상품 수용태도의 하위요인별 정서적 태도, 인지적 태도가 중요한 요인임을 알 수 있다.

Table 11. Effects of Chinese online novel dramas Acceptance Tendency on Purchasing Intentions

Independent variable	Non-standardized coefficient		Standardized coefficient	t	p
	B	Standard error	β		
(constant)	.418	.160		2.616	.009
cognitive attitude	.258	.045	.217	5.670***	.000
emotional attitude	.591	.047	.485	12.689***	.000

R<sup>2</sup>=.403, Adj. R<sup>2</sup>=.401, F=205.75\*\*\*, p=0.000

\*\*\*p<.001

H<sub>3-2-1</sub>. 인지적 태도는 추천의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

H<sub>3-2-2</sub>. 정서적 태도는 추천의도에 긍정적인 영향을 미칠 것이다.

한편, 중국 웹소설 파생상품 수용태도가 추천의도에 미치는 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석을 실시한 결과는 아래 table 12와 같다.

분석결과 회귀모형의 설명력(R<sup>2</sup>)은 43.5%로 나타났고, 적합도를 측정하기 위한 검정통계량 F값이 233.968(p< 0.001)로 회귀식은 유의미한 것으로 나타났다. 중국 웹소설 파생상품 수용태도 중 정서적 태도(β=.375, p<.001), 인지적 태도(β=.368, p<.001) 요인이 추천의도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다.

Table 12. Effects of Chinese online novel dramas Acceptance Tendency on Recommendation

Independent variable	Non-standardized coefficient		Standardized coefficient	t	p
	B	Standard error	β		
(constant)	.351	.152		2.304	.022
cognitive attitude	.429	.043	.368	9.876***	.000
emotional attitude	.448	.044	.375	10.083***	.000

R<sup>2</sup>=.435, Adj. R<sup>2</sup>=.433, F=233.968\*\*\*, p=0.000

\*\*\*p<.001

따라서 추천의도에 있어서는 중국 웹소설 파생상품 수용태도의 하위요인별 정서적 태도, 인지적 태도가 중요한 요인임을 알 수 있다.

## 5. 결론

본 연구는 중국 IP산업에서 웹소설드라마 분석을 통해 소비자 대중심리를 파악하고, 웹소설드라마 파생상품의 제작 방향을 제시하기 위한 연구이다. 이를 위해 중국 웹소설드라마 특성이 파생상품 수용태도와 행동의도에 어떠한 영향을 미치는지를 분석하였다.

연구결과는 다음과 같다.

첫째, 웹소설드라마 특성인 화제성, 공감성, 흥미성이 파생상품 수용태도인 인지적인 태도 및 정서적인 태도에 3가지 특성 모두 유의적인 상관관계를 이루고 있다. 동시에 공감성이 화제성 및 흥미성보다 더 유의적인 영향을 미친 것으로 나타났다. 그래서 공감이 되면 수용태도가 긍정적인 방향으로 발전하다고 판단하였다.

둘째, 화제성, 공감성, 흥미성으로 구성된 웹소설드라마 특성이 행동의도에 긍정적인 영향을 마치고 특히 흥미성 및 화제성보다 공감성이 구매의도 및 추천의도에 더 유의미한 영향을 미친 것이다.

셋째, 정서적 태도가 구매의도 및 추천의도에 미치는 영향은 인지적 태도가 구매의도 및 추천의도에 미치는 영향보다 더 긍정적인 것으로 나타났다.

이 같은 결과를 보면 전반적인 웹소설드라마 특성을 반영하여 화제성이 가장 높게 나타났다. 그러나 실제 수용태도 및 행동의도에 미친 영향을 보면 공감성이 흥미성 및 화제성 보다 더 유의한 상관관계가 나타났다. 즉,

소비자의 수용태도 부터 행동의도까지 공감성이 흥미성과 화제성 보다 우선하는 요인으로 나타났다.

중국인 612명을 조사분석한 결과를 통하여 얻을 수 있는 시사점은 다음과 같다.

먼저 웹소설드라마의 시청률 증가를 위해서는 웹소설 원작 독자의 감성을 고려해야 한다. 조사결과를 보면 웹소설드라마 시청자 32%는 드라마를 보기 전에 웹소설 원작에 대해 인지한 상태였다. 그래서 원작을 기반으로 드라마를 각색한다면 원작의 주인공에 대한 서술방법을 그대로 유지하고 표현하는 것이 원작 독자에게 더 인정을 받을 수 있다.

또한 제작사가 웹소설을 드라마로 각색한 후 파생상품의 동시적 개발을 대대적으로 진행해야 한다. 연구가설이 모두 채택됨으로써 웹소설드라마 수용자들은 파생상품에 대해 긍정적인 생각을 가지고 있다고 평가된다. 이러한 OSMU 기획은 <불과 얼음의 노래>의 사례처럼 장기적인 프로젝트의 토대가 될 수 있다.

마지막으로 웹소설드라마를 제작하고 편집할 때 공감성 확보에 더 힘을 들여야 한다. 보편적으로 웹소설드라마 제작사가 드라마를 제작할 때 우선 화제성을 고려해서 화제성이 있는 원작을 선택하고 인기가 높은 아이돌 배우를 쓴다. 제작 및 방송할 때도 화제를 만들고 사람의 관심을 받고 싶어 한다. 그러나 실제 설문조사 분석결과를 살펴보면, 화제성보다 공감성 및 흥미성이 파생상품 수용태도 및 행동의도에 더 큰 영향을 미친다. 특히 공감성이 우선이다. 그러므로 각색드라마의 원작을 택할 때 공감을 불러일으킬 수 있는 작품을 우선 고려하는 것이 앞으로 웹소설드라마 제작기획에 더욱 유용할 것이다. 마지막으로 드라마를 방송하면서 화제를 만드는 것보다 드라마 도구 및 논리에 맞는 스토리가 시청자에게 공감을 줄 수 있다는 사실을 주의깊게 인식할 필요가 있다. 따라서 본 연구결과는 중국에서 웹소설의 파생상품 제작방향 설정에 기여할 수 있는 토대자료이자 제작지침으로서 유용한 의미를 갖는다.

## References

- [1] X.L.Shi, "Reproduction in Chinese Two- Dimensional Cultural Environment : Focusing on the Animation <Monkey King>", *Animation Journal*, Vol.14, No.1, pp. 62-77, 2018.
- [2] Y.J.Lee,Y.Cui, "Implications for the Development Direction of Korean Web Novels through the Current Status and Characteristics of Foreign WebNovels", *Korean Publishing Research*, Vol.43, No.79, pp. 113-143, 2017.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21732/skps.2017.79.113>
- [3] Lutz.R.J.Mackenzie,S.B.,G.E.Belch, "Attitude toward the Ad as a Mediator of Ad Effectiveness", *Advances in Consumer Research*, Vol.10, No.-, pp. 35-50, 1982.  
DOI: <https://doi.org/10.1177/002224378602300205>
- [4] H.G.You,"A Study on Credibility and Satisfaction of Convention Advertisement by Cognitive and Affective Attitude", Master's thesis,Kyunghee University, p.22, 2011.
- [5] H.N.Lee,"The Effects of Preference for Korean Wave Cultural Contents on Watching Attitude and Loyalty to Domestic Musicals -Focusing on Japanese Audience", ,Master's thesis, Chung-Ang University, p.23, 2015.
- [6] Y.J.Oh,"The Effect of Musical's Characteristics on Audience's Watching Attitudes and Behavioral Intentions", Master's thesis, Chung-Ang University, p.24, 2016.
- [7] K.S.Lim,"The effects of culture welfare quality on acceptance and welfare satisfaction of the culture marginalized class", Master's thesis, Chung-Ang University, p.33, 2017.
- [8] J.S.Lee,"The Effects of Evaluation Attributes of Customers on Emotional Responses and Behavioral Intention of Service Encounters - focused on deluxe hotel", *Korean Journal of Tourism Research*, Vol.22, No.2, pp. 17-36, 2007.
- [9] Y.J.Lee,"Influences of Globalization Factors of Korean Food on Country Image", Attitudes and Product Buying Intention, Ph.D dissertation, Kyunghee University, p.48, 2008.
- [10] B.H.Seong,Y.S.Choi, "Analysis on the Influencing Relationship between Motivation, Perceived Value, Satisfaction and Behavior Intention of Ecological Experiences : Focused on Differences by Ecological Experience Infrastructure", *Journal of Tourism Studies*, Vol.28, No.3, pp. 55-78, 2016.  
DOI: <http://dx.doi.org/10.21581/jts.2016.08.28.3.55>
- [11] G.Y.Heo,"The Influence of Attributes of Cultural Contents and Consumption Experience on Consumer Response and Their Intention of Action", Master's thesis, Sogang University, p.22, 2016.
- [12] Hair, Joseph F, et al, "Multivariate data analyses with readings", *Englewood Cliffs*, New Jersey, 1995.
- [13] Nunnally, Jum C., and Ira H. Bernstein, "Psychological theory", *New York*, NY: MacGraw-Hill, 1994.

장 정(Jing Zhang)

[정회원]



- 2019년 3월 : 중앙대학교 문화예술경영학과 박사과정
- 2019년 2월 : 중앙대학교 예술경영학 석사
- 2014년 7월 : 중국 청도과학기술대학교 졸업

<관심분야>

예술경영, 한류문화산업, 중국 IP산업

---

권 병 웅(Kwon, Byung Woong)

[정회원]



- 2005년 9월 ~ 현재 : 중앙대학교 예술대학원 예술경영학과 교수
- 2009년 2월 : 고려대학교 문학박사(문화콘텐츠학 전공)
- 2017년 3월 ~ 현재 : 한국예술경영학회 부회장

<관심분야>

콘텐츠산업, 공간콘텐츠 개발, 문화산업정책