

중국 대학생의 한국 드라마 선택요인에 영향을 미치는 변인

유력¹, 백종남^{2*}

¹우석대학교 교육 및 문화 콘텐츠 개발학과 박사과정학생, ²우석대학교 특수교육과 교수

Variables Affecting Chinese University Students' Selection Factors for Korean Drama

Li Liu¹, Jongnam Baek^{2*}

¹Ph. D. Student, Dept. of Educational and Culture Contents Development, Woosuk University

²Professor, Dept. of Special Education, Woosuk University

요약 이 연구는 중국 대학생의 한국 드라마 선택요인에 영향을 미치는 변인이 무엇인지 알아보았다. 이 연구의 참여자는 중국 후난성(湖南省) 지역의 379명 대학생이다. 이 연구의 자료 수집을 위해 온라인 설문조사 프로그램(问卷星, www.wjx.cn)을 이용하였다. 이 연구의 측정 도구는 '한국 드라마 선택요인 측정 도구'로서, 작품완성도(completeness of work)와 인지도(recognition) 등 두 영역으로 구성되었다. 이 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 중국 대학생의 한국 드라마 선택요인은 작품완성도가 인지도 요인보다 높다. 둘째, 중국 대학생의 성별, 학년, 연령, 전공, 한국 드라마 시청 빈도에 따라 한국 드라마 선택요인에 차이가 있다. 셋째, 중국 대학생의 선호 장르에 따라 작품완성도 및 인지도 차원 선택요인에 영향을 미친다. 마지막으로 이 연구의 결과에 따라 논의하였고, 글로벌 시대 한국 드라마의 질적 재도약을 위해 제안하였다. 중국에서 한류 시장 확대를 위해 중국 대학생의 정서를 포용하는 문화 콘텐츠를 개발하고, 중국 청년의 최신 소비 트렌드를 반영하는 전파 전략을 수립하여야 하며, 한국 드라마의 세련된 영상미를 구현하는 것이 필요하다.

주제어 : 한국 드라마, 중국, 대학생, 선택요인, 융합

Abstract This study was designed to investigate the variables affecting Chinese university students' selection factors for Korean drama. Participants in this study were 379 university students from Hunan Province, China. An online survey program(www.wjx.cn) was used to collect data for this study. The tool of this study was 'a tool for measuring the selection factors of Korean Dramas', and it was composed of two areas: completeness of work and recognition. The results of this study are as follows: First, the completeness of work factor are higher than the recognition of Korean dramas by Chinese university students. Second, there are differences in the factors for selection Korean dramas according to the gender, grade, age, major, and Korean Drama watching frequency of Chinese university students. Third, when Chinese university students select Korean Dramas, their preferred genre influences the selection factors for the level of work completion and recognition. Finally, it was discussed according to the results of this study, and suggested for the qualitative re-leap of Korean Dramas in the global era. In order to expand the Korean Wave market in China, cultural contents must be developed to embrace the sentiment of Chinese university students, a propagation strategy that reflects the latest consumption trends of Chinese youth must be established, and the sophisticated visual beauty of Korean Dramas must be realized.

Key Words : Korean Drama, China, university student, selection factors, convergence

*This study was published in the '2020 Fall Joint Conference(28 Nov 2020, Hansung University)' co-hosted by the Society of Digital Policy & Management and Hansung University's Graduate School of Knowledge Service & Consulting.

*Corresponding Author : Jongnam Baek(jongnamy@gmail.com)

Received April 2, 2021

Revised April 30, 2021

Accepted May 20, 2021

Published May 28, 2021

1. 서론

현대 문화는 인쇄 문화가 아닌 영상 문화로 바뀌고 있다[1]. 모든 예술 분야에서 영화·텔레비전은 가장 최근 발생하여 20세기 이래 인류의 문화·사회 생활에 큰 영향을 미쳤다[2]. 일찍이 1998년 한국 정부는 ‘디자인 코리아’ 전략을 내세우며 전문적인 법률·법규를 제정하고 ‘문화 입국’이라는 국가 방침을 확립하여 국가 차원에서 문화산업 발전 방향을 명확히 하였다. 한국 정부의 대중문화 정책은 한국 드라마가 세계에서 열풍을 일으키는 큰 원동력이 되었다[3].

한국 문화산업은 2001년 한국문화콘텐츠진흥원(Korea Creative Content Agency: KCCA) 설립을 계기로 문화 분야의 핵심 역량을 통합하고 문화산업 발전을 촉진하였다. KCCA는 매년 <한류 백서>를 발행하여 방송, 영화, 음악, 공연, 스포츠, 만화, 화장품, 출판, 패션, 음식, 관광 한류 등에 대한 조사와 맞춤형 해외수출을 위한 자료를 제공하고 있다[4]. KCCA는 한국의 문화산업 지원 체계를 구축하고 새로운 콘텐츠를 핵심으로 하는 신한류 전략을 통해 한국 문화산업의 국제 경쟁력을 높였다는 평가를 받고 있다[5].

1992년 한국과 중국이 외교관계를 수립한 이래 한국은 중국의 두 번째 외자(外資) 원천국이고 중국은 한국의 두 번째 투자 대상국이다[6,7]. 한중(韓中) 양국의 인적 왕래도 이미 천만 명 시대에 접어들었으며, 양국은 서로 상대의 최대 유학생 원천국이기도 하다[8,9]. 이런 와중에 중국 정부의 한한령(限韓令)은 한국 문화의 중국 진출에 큰 위협이 되었다.

한한령에도 불구하고 한국 드라마는 중국 대학생이 가장 선호하는 외국 드라마의 자리를 차지하고 있다[10]. 한국 드라마가 중국에서 인기를 얻은 이유는 한국 드라마가 지닌 특성들이 중국 소비자들의 기호에 부합했으며[11], 중국 대학생들은 한국 드라마의 선호 요인으로 주제와 내용, 연출과 음악, 배우의 스타일 등으로 나타났다[12]. 중국 대학생은 드라마를 통해 한국의 현대적 가치에 관심을 보이고 있으며, 유교문화권이라는 동질감 역시 한국 문화에 큰 거부감 없이 받아들이는 요소로 나타났다[13].

나아가 중국 시청자에게 한국 드라마는 한국 문화를 경험하는 매개체이었으며, 이로 인해 한국 국가 이미지에 좋은 영향을 미치는 것으로 나타났다[14]. 한국 드라마의 영향력은 한국 요리, 패션, 화장품, 관광 및 한국의 공업제품 등 다양한 한국 콘텐츠 분야로 확장되고 있다. 한국 드라마는 전문 제작팀 운영 및 제작 방식, 성공적인

상업 마케팅이 더해져 중국에서 입지를 강화하였다.

중국 대학생에게 한국 드라마의 인기 요인은 무엇보다 한국 드라마가 보통 사람들의 일상생활과 새로운 내용을 주요 제재로 하여 일상생활 속의 소소한 일들을 반영하고 있는 점이다[15]. 중국 대학생의 한국 드라마 시청 행동 연구 결과에 따르면, 배우로 인해 한국 드라마에 관심을 가지고 시청한 요소가 가장 큰 것으로 나타났고, 다음은 ‘드라마 내용과 화면의 구성’, ‘비폭력적/비선동적/한국식의 고유적인 것’, ‘정서와 일치함’ 등으로 나타났다. 한국 드라마 시청량이 많은 집단일수록 한국 대중문화에 대한 선호도가 더 높았고 한국 대중문화에 대해 긍정적인 태도를 보였으며 문화에서 친화한 태도를 보였다. 여기에 한류의 영향이 크게 작용하고 있다[16].

중국 대학생의 한국 드라마 선호 요인은 크게 4가지 요소로 정리할 수 있다[17]: (1) 제재, 서사 및 내용 전개 등 내재적 특징이 포함된 한국 드라마 구성 요소; (2) 영상 표현에서의 세련미; (3) 줄거리의 현대적 요소; (4) 가족 관계와 같은 현실 생활 재현. 중국 대학생 시청자들이 어떠한 문화 상품을 선택하는 동기에는 매체(media-seeking)와 내용(content-seeking) 등[18] 다양한 사회·문화심리적 영향 요인이 종합적으로 혼합되어 있다고 볼 수 있다[19].

중국 대학생은 한국 문화산업의 중국 진출을 위한 중요한 소비자이자 전파자이다[20]. 문화소비자로서 중국 대학생의 한국 드라마에 대한 인식을 이해하는 것은 한국 문화의 진출을 위한 목표 설정에 도움이 될 것이다. 중국 대학생의 한국 드라마 선택에 영향을 미치는 변인을 알아봄으로써 한국 드라마의 경쟁력을 이해하고, 글로벌 시대 한국 드라마의 질적 재도약 및 한국 드라마 산업 발전을 위한 기초 자료를 제공할 수 있을 것이다. 이 연구에서 중국 대학생의 한국 드라마 선택요인에 영향을 미치는 변인을 밝히고자 한다.

이 연구의 연구 문제는 다음과 같다: 첫째, 중국 대학생의 한국 드라마 선택요인은 작품완성도와 인지도 차원에서 어떠한가? 둘째, 중국 대학생의 성별, 학년, 전공 계열, 한국 드라마 시청 빈도에 따라 한국 드라마 선택요인에 차이가 있는가? 셋째, 중국 대학생의 선호 장르가 한국 드라마 선택요인에 영향을 미치는가?

2. 연구방법

2.1 참여자

이 연구는 조사 대상은 중국 후난(湖南)지역 대학교 재학생으로 하였다. '후난TV'는 중국에서 '텔레비전 상군(電視湘軍)'이라는 칭호를 가지고 있을 만큼 중국 내에서 드라마 제작과 전파 능력을 인정받고 있으며, 특히 2005년에 한국 드라마 <대장금>을 후난 TV를 통해 중국 전역에 방영하여 당시 전국 시청률 1위를 기록하기도 하였다 [21].

이 연구의 자료 수집을 위해 온라인 설문조사 프로그램(問卷星, www.wjx.cn)을 이용하였다. 그 결과 설문조사에 참여한 후난성 지역 대학생 379명의 모든 응답 자료를 분석 대상으로 삼았다. 연구 참여자의 인구사회학적 특성은 Table 1과 같다.

Table 1. Participants of study

Distinction		1 st grade		2 nd grade		3 rd grade		4 th grade		total	
		n	%	n	%	n	%	n	%	n	%
Sex	Male	28	24.3	19	27.1	12	11.8	34	37.0	93	24.5
	Female	87	75.7	51	72.9	90	88.2	58	63.0	286	75.5
Major	Humn.	12	10.4	7	10.0	48	47.1	15	16.3	82	21.6
	S.S.	23	20.0	27	38.6	45	44.1	26	28.3	121	31.9
	S.E.	41	35.7	32	45.7	4	3.9	50	54.3	127	33.5
	Art etc.	39	33.9	4	5.7	5	4.9	1	1.1	49	12.9
Watching Freq.	Often	28	24.3	19	27.1	26	25.5	16	17.4	89	23.5
	S'times	31	27.0	16	22.9	28	27.5	34	37.0	109	28.8
	Rarely	56	48.7	35	50.0	48	47.1	42	45.7	181	47.8
total		115	100	70	100	102	100	92	100	379	100

* Humn.=Humanity, S.S.=Social Science, S.E.=Science & Engineering

2.2 측정도구

이 연구의 측정도구는 '한국 드라마 선택요인 측정 도구'이다. 이 연구의 측정도구 제작을 위해 선행연구 [22-26]를 참고하여 한국 드라마 시청자들이 한국 드라마 선택 시 우선적으로 고려하는 10개 요소를 추출하였다. 이 연구의 응답자로 하여금 한국 드라마를 선택할 때 각각의 요소를 얼마나 고려하는지 응답하도록 하였다 ("选择韩国戏剧时, 您会考虑以下因素?"). 각 요소는 '전혀 고려하지 않음'에서 '매우 고려함'까지 5점 리커트 식 척도로 구성하였다. 이 측정도구의 이론적 타당성을 확보하기 위해 탐색요인분석을 통한 구성타당도를 검증하였다. 수집된 자료를 바탕으로 요인분석(주성분 분석, 직접 오블리진 회전)을 시행한 결과, 2개 요인으로 구성되었으며 66.194%의 총분산 설명량을 나타냈다. 각 요소의 내용 유사성에 따라 작품완성도(Completeness of

the work)와 인지도(Recognition)로 명명하였다. 이 연구 도구의 구성 및 신뢰도는 Table 2와 같다.

Table 2. Factor analysis results and reliability of tools

Items	Factors		α
	I *	II **	
Movie plot	.913	.326	.882
Material of the movie	.900	.255	
Type of movie	.882	.323	
Evaluation of the movie	.769	.518	
Actors	.624	.596	
Because it is a Korean movie	.069	.821	.808
The popularity of movies in Korea	.312	.801	
Public relations and posters	.544	.702	
Movie director	.355	.698	
Awarding career in movies	.513	.678	

* Factor I : Completeness of the work

** Fcator II : Recognition

2.3 자료분석

이 연구의 자료처리는 SPSS v.25를 이용하였다. 연구 문제에 따른 자료처리 방법은 다음과 같다. 첫째, 중국 대학생의 한국 드라마 선택요인은 작품완성도와 인지도 차원에서 어떠한지 알아보기 위해 평균과 표준편차를 구하였다. 둘째, 중국 대학생의 성별, 학년, 전공계열, 한국 드라마 시청 빈도에 따라 한국 드라마 선택요인에 차이가 있는지 알아보기 위해 t-검증과 F-검증을 시행하였다. 셋째, 중국 대학생의 선호 장르가 한국 드라마 선택요인에 영향을 미치는지 알아보기 위해, 각각의 장르 선호 여부에 따라 더미변수로 변환을 하여(dummy variable transformation) 독립변수로, 한국 드라마 선택요인을 종속변수로 각각 설정하여 회귀분석을 시행하였다.

3. 연구 결과

3.1 중국 대학생의 한국 드라마 선택요인 우선순위

중국 대학생의 한국 드라마 선택요인은 작품완성도와 인지도 차원에서 어떠한지 알아본 결과는 Table 3과 같이 작품완성도 요인(M = 3.69)이 인지도 요인(M = 2.93)보다 높게 나타났다. 작품완성도 요인 중 가장 높은 선택요인은 줄거리와 주제로 나타났다.

Table 3. Factors in Chinese university students' selection factors for Korean Drama (N=379)

Factors	Items	M	SD	Rank
Completeness	Movie plot	3.81	0.881	1
	Material of the movie	3.78	0.856	2
	Type of movie	3.75	0.874	3
	Evaluation of the movie	3.60	0.895	4
	Actors	3.49	1.042	5
	Subtotal	3.69	0.752	-
Recognition	Because it is a Korean movie	2.60	0.895	10
	The popularity of movies in Korea	2.94	0.968	8
	Public relations and posters	3.18	0.850	6
	Movie director	2.82	0.823	9
	Awarding career in movies	3.09	0.877	7
		Subtotal	2.93	0.664
	Total	3.31	0.626	-

3.2 중국 대학생의 변인에 따른 한국 드라마 선택요인 차이

3.2.1 성별 차이

중국 대학생의 성별 한국 드라마 선택요인 차이를 알아보기 위해 t-검증을 시행한 결과는 Table 4와 같이, 여학생은 남학생보다 작품완성도($t = -5.142, p < .01$), 인지도($t = -2.153, p < .05$)를 더 많이 고려하였다.

Table 4. Differences in Chinese university students' selection factors for Korean Drama by gender (N=379)

Factors	Male(n=93)		Female(n=286)		t
	M	SD	M	SD	
Completeness	3.32	0.82	3.81	0.69	-5.142**
Recognition	2.80	0.67	2.97	0.66	-2.153*
Total	3.06	0.69	3.39	0.58	-4.507**

* $p < .05$, ** $p < .01$

3.2.2 학년별 차이

중국 대학생의 학년별 한국 드라마 선택요인 차이를 알아보기 위해 일원변량분석(ANOVA)을 시행한 결과는 Table 5와 같이, 작품완성도($F = 3.0865, p < .05$), 인지도($F = 2.740, p < .05$) 모두 유의한 차이가 나타났다. 그 구체적인 차이를 알아보기 위해 Duncan 사후검증을 시행한 결과, 3학년이 2학년과 4학년보다 한국 드라마를 선택할 때 작품완성도를 더 많이 고려한다. 또한, 3학년이 4학년보다 한국 드라마를 선택할 때 인지도를 더 많이 고려한다.

Table 5. Differences in Chinese university students' selection factors for Korean Drama by grade (N=379)

Factors		1st ^a (n=115)	2nd ^b (n=70)	3rd ^c (n=102)	4th ^d (n=92)	Total (n=379)	F	Post-hoc
Completeness	M	3.73	3.56	3.84	3.56	3.69	3.086*	c)b,d
	SD	0.07	0.09	0.07	0.08	0.75		
Recognition	M	3.01	2.83	3.02	2.81	2.93	2.740*	c)d
	SD	0.06	0.08	0.07	0.07	0.66		
Total	M	3.37	3.19	3.43	3.18	3.31	3.681*	c)b,d
	SD	0.06	0.07	0.06	0.06	0.63		

* $p < .05$, ** $p < .01$

3.2.3 전공계열별 차이

중국 대학생의 전공계열별 한국 드라마 선택요인 차이를 알아보기 위해 변량분석(ANOVA)을 시행한 결과는 Table 6과 같이, 작품완성도($F = 7.464, p < .01$) 및 전체적($F = 4.436, p < .01$)으로 유의한 차이가 나타났으며, 인지도에서는 유의한 차이가 나타나지 않았다. 그 구체적인 차이를 알아보기 위해 Duncan 사후검증을 시행한 결과, 인문학, 사회과학, 예술학 등 계열 학생이 이공학 계열 학생보다 한국 드라마 선택 시 작품완성도 및 전체적인 면에서 고려하는 정도가 높다.

Table 6. Differences in Chinese university students' selection factors for Korean Drama by major (N=379)

Factors		Humn ^a (n=82)	SS ^b (n=121)	SE ^c (n=127)	Art etc. ^d (n=49)	Total (n=379)	F	Post-hoc
Completeness	M	3.77	3.80	3.44	3.91	3.69	7.646**	a,b,d)c
	SD	0.70	0.70	0.79	0.72	0.75		
Recognition	M	2.98	2.92	2.86	3.02	2.93	.923	NS
	SD	0.67	0.66	0.66	0.68	0.66		
Total	M	3.37	3.36	3.15	3.47	3.31	4.436**	a,b,d)c
	SD	0.61	0.59	0.65	0.62	0.63		

a. Humanity, b. Social Science, c. Science & Engineering, d. Art etc.
* $p < .05$, ** $p < .01$, NS: No Significance

3.2.4 시청 빈도별 차이

중국 대학생의 한국 드라마 시청 빈도별 한국 드라마 선택요인 차이를 알아보기 위해 변량분석(ANOVA)을 시행한 결과는 Table 7과 같다.

중국 대학생의 한국 드라마 시청 빈도별 한국 드라마 선택요인 차이는 작품완성도($F = 45.664, p < .01$), 인지도($F = 23.030, p < .01$) 및 전체적($F = 45.418, p < .01$)으로 유의한 차이가 나타났다. 그 구체적인 차이를

알아보기 위해 Duncan 사후검증을 시행한 결과, 한국 드라마를 자주 보거나 간혹 보는 중국 대학생이 거의 보지 않는 중국 대학생보다 한국 드라마 선택 시 작품완성도, 인지도 및 전체적인 면에서 고려하는 정도가 높다.

Table 7. Differences in Chinese university students' selection factors Korean Drama by watching freq. of Korean Drama (N=379)

Factors		Often ^a (n=89)	S'times ^b (n=109)	rarely ^c (n=181)	Total (n=379)	F	Post-hoc
Completeness	M	4.09	3.93	3.35	3.69	45.664**	a,b)c
	SD	0.66	0.53	0.76	0.75		
Recognition	M	3.20	3.08	2.70	2.93	23.030**	a,b)c
	SD	0.63	0.58	0.65	0.66		
Total	M	3.65	3.50	3.02	3.31	45.418**	a,b)c
	SD	0.56	0.45	0.63	0.63		

a. At least once a week, b. About once a month, c. Less than once every two months

* $p < .05$, ** $p < .01$, NS: No Significance

3.3 중국 대학생의 선호 장르에 따른 한국 드라마 선택요인에 미치는 영향

중국 대학생의 한국 드라마 선택요인에 영향을 미치는 선호 장르(애정, SF&F, 공포, 코미디, 액션)는 무엇이고 그 영향력이 어떠한지 알아보기 위하여, 한국 드라마 선택요인을 종속변인으로, 선호 장르를 독립변인으로 각각 설정하여 단계적 회귀분석(step-wise regression)을 시행한 결과는 다음과 같다.

3.3.1 선호 장르별 작품완성도 선택요인에 미치는 영향

중국 대학생의 선호 장르에 따라 작품완성도 차원 선택요인에 영향을 미치는 회귀모형을 알아본 결과는 Table 8과 같이 유의하였으며($F=17.880, p < .01$), 애정, 코미디, 공포 장르가 12.5%를 설명하는 것으로 나타

Table 8. Preferred movie genre factors influencing the selection factors for work completeness (N=379)

D.V.	I.V.	B	β	t	VIF	D-W
Completeness	(Constant)	3.246	-	45.544**	-	2.032
	Love	.430	.261	5.222**	1.072	
	Comedy	.229	.149	2.971**	1.072	
	Fear	.224	.124	2.569*	1.001	
$R^2 = .125, Revised R^2 = .118, F = 17.880**$						

* $p < .05$, ** $p < .01$

났다. 선호 장르와 작품완성도 선택요인과의 영향관계는, 애정 장르($\beta = .261$)가 코미디($\beta = .149$)와 공포($\beta = .124$) 장르보다 강한 영향을 미치고 있다.

3.3.2 선호 장르별 인지도 선택요인에 미치는 영향

중국 대학생의 선호 장르가 인지도 차원 선택요인에 영향을 미치는 회귀모형은 Table 9와 같이 유의하였으며($F=8.990, p < .01$), 애정, SF&F 장르가 4.6%를 설명하는 것으로 나타났다. 선호 장르와 인지도 차원 선택요인과의 영향 관계는, 애정장르($\beta = .176$)가 SF&F장르($\beta = .131$)보다 강한 영향을 미치고 있다.

Table 9. Preferred movie genre factors influencing the selection factors for recognition (N=379)

D.V.	I.V.	B	β	t	VIF	D-W
Completeness	(Constant)	2.708	-	42.219**	-	2.022
	Love	.256	.176	3.495**	.997	
	SF&F	.231	.131	2.600*	.997	
$R^2 = .046, Revised R^2 = .041, F = 8.990**$						

* $p < .05$, ** $p < .01$

이 결과에 따르면, 중국 대학생이 애정, SF&F 장르에 대한 선호가 높을수록 한국 드라마 선택 시 인지도를 고려한다고 볼 수 있다. 이 회귀방정식은 "인지도 차원 선택요인 = 애정장르 \times 0.256 + SF&F장르 \times 0.131 + 2.708"과 같다.

4. 논의

이 연구의 결과에 따라 다음과 같이 논의한다.

첫째, 중국 대학생의 한국 드라마 선택요인은 작품완성도가 인지도 요인보다 높다. 이는 중국 대학생이 영화를 선택하는 중요 요인이 스토리 중심의 작품 완성도를 보고 있는 선행 연구[16, 17, 27]의 결과와 그 맥을 같이 한다. 여기에 조사의 시기에 따라 배우가 가장 주요한 요인이기도 하였으나[16], 한국 드라마의 인기 요인은 탄탄한 줄거리와 신선한 주제에 있음을 부인하기 어렵다. 설정 한한령 등과 같은 정치적 요인이 다시 발생하더라도 드라마의 완성도에 기반한 한국 드라마를 제작하여 보급하는 데 방점을 두어야 할 것이다.

둘째, 중국 대학생의 성별, 학년, 연령, 전공, 한국 드라마 시청 빈도에 따라 한국 드라마 선택요인에 차이가

있다. (1) 여학생이 남학생보다 한국 드라마를 선택할 때 작품완성도와 인지도를 더 고려한다. 이는 중국 여학생들이 남학생보다 한국 드라마에 대한 선호도가 더 높게 나타난 선행연구[28]의 연구 결과와 일치한다. 이 연구 결과는 또한 젊은 여성 관중이 한국 드라마의 중요한 목표 소비자임을 증명한 것이라고 볼 수 있다. (2) 작품완성도 면에서 3학년이 2학년과 4학년보다, 인지도 면에서 3학년이 4학년보다, 전체적으로 3학년이 2학년과 4학년보다 각각 한국 드라마를 선택할 때 고려하는 정도가 높다. 이 연구 결과를 통해 중국 대학생의 학년별 목표 소비자를 파악하는데 도움이 될 것이다. (3) 인문학, 사회과학, 예술학 등 전공계열 학생이 이공학 계열 학생보다 한국 드라마 선택 시 작품완성도를 더 고려한다. 이 결과를 통해 중국 대학생의 전공 성향에 따라 한국 드라마 선택요인에 차이가 있음을 확인하였다. 중국 대학생의 한국 드라마 목표 소비자를 선정할 때 중국 대학생의 대학 전공과 전공 및 흥미, 관심 분야에 대한 이해가 무엇인지 파악하는 노력이 필요하다. (4) 한국 드라마를 자주 보거나 간혹 보는 중국 대학생이 거의 보지 않는 중국 대학생보다 작품완성도와 인지도를 더 고려한다. 현대사회 미디어 소비자들은 폭넓은 매체를 통해 자신이 원하는 작품을 적극적으로 탐색하고 선택하는 성향이 있다. 중국 대학생 역시 적극적인 소비자로서 변화와 유행에 민감하다. 이는 곧 한국 드라마가 새로운 유행에 대체될 수 있으므로 부단한 변화를 추구하여 새로운 문화 창출을 위해 노력하여야 함을 의미한다. 중국 대학생의 요구에 만족할 만한 새로운 주제 개발을 위해 한국 드라마는 웹드라마와 같은 새로운 접근 방법을 수용할 필요가 있다 [29]. 또한 한국 드라마의 공급 방법 측면에서는 기존의 TV, 영화관이라는 제한된 매체에서 벗어나 PC, 스마트폰은 물론이고 최근 급부상하는 중국 OTT 서비스(Over-the-top media service)[30] 활용 방안을 강구할 필요가 있다.

셋째, 중국 대학생의 선호 장르에 따라 작품완성도 및 인지도 차원 선택요인에 영향을 미친다. (1) 중국 대학생이 애정, 코미디, 공포 장르에 대한 선호가 높을수록 한국 드라마 선택 시 작품완성도를 고려한다. (2) 중국 대학생이 애정, SF&F 장르에 대한 선호가 높을수록 한국 드라마 선택 시 인지도를 고려한다. 이 결과는 중국 대학생을 목표 소비자로 하는 한국 드라마 제작 시 참고할 만하다. 이 결과는 중국 대학생을 대상으로 한 것이므로 청년기의 특성이 반영된 결과이기도 하다. 중국 청년들의 정서를 품을 수 있는 작품 제작과 보급 방법을 고민해야

한다. 끊임없이 한국 드라마만의 독특한 제재 개발과 서사 구성이 필요하며, 한국 문화의 세련미를 녹여내는 영상 구현이 필요하다[17].

5. 결론

이 연구는 중국 대학생이 한국 드라마 선택에 영향을 미치는 변인을 알아봄으로써 한국 드라마의 경쟁력을 이해하고, 글로벌 시대 한국 드라마의 질적 재도약 및 한국 드라마 산업 발전을 위한 기초 자료를 제공하였다. 이 연구의 결과를 토대로 다음과 같이 제언한다.

첫째, 중국에서 한국 드라마를 통한 한류 지속성과 시장 확대를 위해서는 드라마의 주제와 줄거리를 중심으로 중국 대학생의 정서를 자극할 내용으로 끊임없이 개선할 필요가 있다. 둘째, 향후 한국 드라마의 발전에 있어 문화 소비 집단별 차이를 고려하고, 문화 전파를 위한 중국 청년의 최신 소비 트렌드를 반영하여야 한다. 셋째, 향후 중국 청년들의 정서를 품을 수 있는 한국 드라마만의 독특한 제재 개발과 서사 구성, 한국 문화의 세련미를 녹여내는 영상 구현이 필요하다.

이 연구는 중국 후난성 대학생으로 대상으로 진행되어 중국의 전체 청년기로 일반화하여 해석하는 데에는 한계가 있다. 또한 이 연구는 중국 대학생의 한국 드라마 선택요인에 영향을 미치는 변인 간 관계를 밝히지 못하는 등 중국 대학생의 심리적 내면을 충분히 탐색하지 못하였다. 후속 연구에서는 한국 드라마의 선택요인에 영향을 미치는 선호 장르, 시청 매체, 시청 시기 등 변인 간의 관계를 규명함으로써 중국 대학생의 심리적 특성을 알아볼 필요가 있다. 또한 질적 연구방법론을 적용하여 중국 대학생들의 한국 드라마 선호 현상에 대한 심리적 특성을 심층적으로 이해하기를 기대한다.

REFERENCES

- [1] D. Bell. (1972). The cultural contradictions of capitalism. *Journal of Aesthetic Education*, 6(1/2), 11-38.
- [2] X. G. Chen & Q. Dai. (2009). *Appreciation of Film and Television*. Beijing : Peking University Press.
- [3] W. Xue. (2015). From the perspective of Korean cultural policy, analyzes the popularity of Korean dramas and discusses its enlightenment to China's

- cultural industry. *Decision Forum: Proceedings of the Symposium on Decision Making from the Perspective of Public Management*, 2015(0), 96-98.
- [4] Korea Creative Content Agency. (2020). *2019 Hallyu white paper*. Seoul : National Central Library Press.
- [5] Korea Cultural Development Institute. (2018). *Korea Creative Content Agency(KCCA) Introduction*. <https://www.kocca.kr/ch/main.do#>
- [6] Chinese Ministry of Foreign Affairs. (1992). *Joint Communique on Establishment of Diplomatic Relations between the People's Republic of China and the Republic of Korea*. https://www.fmprc.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/yz_676205/1206_676524/1207_676536/t5614.shtml
- [7] Chinese Ministry of Foreign Affairs. (2020). *Relations between China and South Korea*. https://www.fmprc.gov.cn/web/gjhdq_676201/gj_676203/yz_676205/1206_676524/sbgx_676528/.
- [8] Xinhuanet. (2018). *Chinese students account for more than half of all foreign students in South Korea*. http://www.xinhuanet.com/local/2018-03/07/c_1122501082.htm
- [9] Korea-China Science and Technology Cooperation Center. (2016). *Research on the current situation of science, technology and culture cooperation between South Korea and China and its development plan*. Beijing.
- [10] Korea Institute for International Cultural Exchange and Promotion. (2020). *Korean Wave White Paper 2019*. Seoul.
- [11] J. Heo. (2002). The 'Hanliu(Korean syndrome)' phenomenon and the acceptability of Korean TV dramas in China. *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies*, 16(1), 496-529.
- [12] C. J. Kong & S. K. An. (2012). Selection Factors of Korean Dramas for Chinese Audiences, and the National Image of South Korea. *The Journal of the Korea Contents Association*, 12(8), 136-145.
- DOI: 10.5392/JKCA.2012.12.08.136
- [13] C. J. Kong. (2011). *The research on the selection factors of Korean Dramas for Chinese audiences, and the national image of South Korea*. Master's thesis. Graduate School of Tong Myong University.
- [14] S. S. Park & S. S. Yang. (2014). A study on the image of Korea and Korean products from the perspectives of Chinese viewers of K-Drama. *Journal of China Area Studies*, 1(1), 1-33.
- [15] Y. Feng. (2009). The reason and inspiration of the popularity of Korean dramas in China. *Journal of Huangshan University*, 11(1), 101-103.
- [16] S. K. Yu & M. K. Ko. (2006). Analysis of the relationship between Chinese students' viewing behavior of Korean drama and their attitude toward Korea. *Media, Gender & Culture*, 6, 46-76.
- [17] H. Yan. (2012). *Current factors related to the internal success factors of Hallyu dramas in China: For Chinese university students*. Master's thesis, Graduate School of Renji University.
- [18] L. W. Jeffres. (1978). Cable TV and viewer selectivity. *Journal of Broadcasting*, 22(2), 167-177.
- [19] X. Z. Kim. (2002). The study of the reasons why viewers choose television programs. *Broadcasting Research*, 2002(Winter Issue), 167-193.
- [20] F. Yu. (2011). The influence of the spread of Korean dramas on the culture of urban youth in my country-taking Qingdao as an example. *Press*, 2011(6), 114-118.
- [21] B. Dong. (2008). *Korean drama guide: Contemporary Korean TV drama research*. Beijing: Communication University of China Press.
- [22] Y. Zhang, B. Han & S. S. Ren. (2008). A survey of movie audiences of Chinese and Korean college students. *Journal of Beijing Film Academy*, 2008(02), 51-64.
- [23] Y. Zhang & Z. Tan. (2008). *The mirror image: A comparative study of Korean and Chinese film narratives and audiences*. Beijing : Central Compilation and Translation Press.
- [24] Z. X. Jin & G. L. Zhang. (2013). A comparative study on the viewing of Korean dramas by Chinese and Korean college students. *Journal of China University of Geosciences*, 12(3), 73-78.
- [25] X. Z. Jing. (1997). *Star Power Analysis of Korean Movie Stars*. Mishima Economic Research Institute research report.
- [26] B. R. Litman & L. S. Kohl. (1989). Predicting financial success of motion pictures: The 80s experience. *Journal of Media Economics*, 2(2), 35-50.
- [27] S. Liu, J. W. Jun & J. R. Jin. (2014). Factors influencing film consumption between Korean and Chinese moviegoers. *Speech and Communication*, 23, 39-73.
- [28] W. H. Chu, Z. X. Liu & Y. L. Wang.. (2003). Chinese college students and the "Korean Wave": A survey and analysis report on "Korean Wave". *Journal of China Youth University for Political Sciences*, 22(4), 11-17.
- [29] D. H. Kim & J. S. Nam. (2015). The debut of the network TV series and the response strategy of the South Korean portal - Naver's video service strategy is the center. *Contents Plus*, 13(3), 35-50.
- [30] X. Zhang. (2018). *A Study on the motivation to use, satisfaction, and involvement of OTT(over-the-top) services in China*. Master's thesis. Graduate School of Hanyang University.

유 령(Li Liu)

[정회원]



- 2006년 9월 : 중국 형양사법학원 중문학부 (편집출판학사)
- 2011년 9월 : 중국 호남사범대학 신문전파학원 (신문방송학 석사)
- 2015년 9월 ~ 2019년 8월 : 중국 호남문리학원 문학및사회과학학부 강사
- 2019년 9월 ~ 현재 : 우석대학교 교육

및문화콘텐츠개발학과 박사과정

· 연구관심분야 : 문학, 신문방송학, 한국드라마

· E-Mail : liuli314000@gmail.com

백 종 남(Jongnam Baek)

[정회원]



- 1997년 2월 : 공주대학교 사범대학 중국어교육과 (문학사)
- 2002년 8월 : 공주대학교 특수교육대학원 특수교육행정(교육학석사)
- 2011년 2월 : 공주대학교 대학원 특수교육학(교육학박사)
- 2015년 8월 ~ 2016년 4월 : 전주대

학교 교수학습개발센터 객원교수

· 2016년 5월 ~ 2017년 3월 : 공주대학교 BK21 연구교수

· 2017년 4월 ~ 현재 : 우석대학교 특수교육과 교수

· 관심분야 : 발달장애, 교육심리학, 특수교육공학, HRD

· E-Mail : jongnamy@gmail.com