

특정 정보에 의한 일본 대학생들의 한국에 대한 인식 변화

-12.3 계엄령과 드라마 Slow Train 방영을 기점으로-

류영진 · 이노우에 히로시*
(후쿠오카대학 · 규슈산업대학)

1. 들어가며
2. 연구설계
 - 2.1. 연구모델 및 가설
 - 2.2. 사용된 척도
 - 2.3. 연구대상, 조사진행 및 분석법
3. 연구설계
 - 3.1. 기술통계
 - 3.2. 콘텐츠 접촉시간과 척도 간의 상관
 - 3.3. 12.3 계엄을 기준으로 한 인식변화
 - 3.4. Slow Train 드라마 방영을 기준으로 한 인식변화
 - 3.5. 사회적바람직성에 따른 집단별 비교
 - 3.6. 신뢰도 변화 분석
4. 논의 및 고찰

국문초록

본 연구는 일본 대학생들의 한국에 대한 사회적 거리감과 미래관계 인식이 특

* 제1저자: 류영진, 교신저자: 이노우에 히로시

정 정보에 의해 어떻게 변화하는지를 실증적으로 분석하였다. 2024년 12월 3일 윤석열 대통령의 계엄령 발표와 2025년 1월 2일 일본에서 방영된 드라마 Slow Train을 주요 기점으로 설정하여, 일본 대학생들의 한국에 대한 인식 변화를 설문 조사를 통해 추적하였다. 연구 결과, 계엄령 발표 이후 일본 대학생들의 한국에 대한 미래관계 인식은 부정적으로 변화했으며, 사회적 거리감 또한 증가하였다. 반면, Slow Train 방영 이후에는 긍정적인 인식 변화가 나타났지만, 계엄령 발표로 인한 부정적 영향의 완전한 회복에는 미치지 못하였다. 또한, 한국 콘텐츠 소비가 많은 응답자일수록 한국에 대한 인식이 긍정적이며, 사회적 바람직성이 높은 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 한국에 대한 긍정적 태도를 보이는 경향이 있었다. 신뢰도 분석 결과, 계엄령 발표 이후 '한일 협력'과 '한일 교류' 개념 간의 일관성이 흔들린 것으로 나타나, 특정 사건이 개념적 이해에도 영향을 줄 수 있음을 시사하였다. 본 연구는 일본 대학생들의 한국 인식이 특정 정보와 미디어 콘텐츠에 의해 단기간 내에 변화할 수 있음을 보여주며, 한일 관계 개선을 위한 미디어 전략의 필요성을 제안한다.

[주제어] 한일 미래관계 인식, 보가더스 사회적거리, 사회적 바람직성, 한국콘텐츠

1. 들어가며

본 연구는 일본의 대학생들을 대상으로 한국에 대한 사회적 거리감과 미래관계 인식이 한국에 대한 특정 정보콘텐츠를 접하였을 때 인식의 경향이 어떠한 식으로 변화하는지를 양적조사를 통하여 추적하는 것을 목적으로 하고 있다. 구체적인 심층분석보다는 경향과 양상에 대한 부감(俯瞰)적 파악을 주목적으로 하여 추후 다양한 분석과 후속연구를 위한 기초자료의 축적을 도모하고자 한다.

2020년 일본 넷플릭스의 연간 인기 상위 랭킹 10위 중 5개 작품이 한국 드라마였다(나리카와 아야, 2021: 1). 최근 일본에서는 한국의 문화콘텐츠에 대한 관심이 크게 높아져 일본 내에서도 2020년을 기준으로 제4차 한류붐이라는 평가가 이루어지고 있다. 특히 2017년부터 획기되는 제3차 한류붐부터 두드러지는 중요한 특징은 한류의 주 소비층이 40

대 이상에서 10대~20대로 중심을 확실히 옮겨오며 현재는 전 세대로 확장되고 있다는 점이다(金成洙著, 2020: 199). 이렇듯 일본의 젊은 층들 사이에서는 한국의 콘텐츠에 대한 관심이 상당히 높은 상황이다.

특히 최근에는 각종 OTT서비스는 물론 유튜브, 인스타그램, 틱톡, 메타 등 다양한 SNS기반의 콘텐츠 및 정보 플랫폼이 젊은 세대에게 있어서 기존의 레거시미디어를 넘어서는 영향력을 발휘하고 있는 상황이다. 이하정(2020)은 젊은 외국인 세대에게 있어서 유튜브를 비롯한 미디어는 직접 한국을 올 필요 없이 현지에서 간접적으로 체험할 수 있는 유용한 도구이자 한국문화에 대한 이해를 제공한다고 하였다. 젊은 세대들은 훨씬 더 방대한 문화콘텐츠에 접속할 수 있을 뿐만 아니라 훨씬 더 자기주관적인 취사선택이 가능한 기술환경속에 놓인 상황이다. 물론 반드시 기술적인 환경변화로 인하여 젊은 세대들의 한국 콘텐츠에의 접촉 빈도가 높아졌다고 할 수는 없지만, 젊은 세대와 현재의 미디어환경 사이에는 분명 상호 간 선택적 친화력(이일래, 2015: 495)이 있는 상황이며, 실제로 류영진(2024)은 30대를 기준으로 젊은세대와 기성세대의 한국콘텐츠 소비에 대한 실증분석에서 젊은 세대가 기성세대에 비하여 유의하게 콘텐츠 소비정도가 더 높으며, 특히 SNS와 웹툰 장르에서 젊은 세대가 기성세대 보다 더 많은 소비성향을 보여줌을 밝힌 바 있다.

일본의 젊은세대는 한국의 문화콘텐츠 및 정보에 관심이 높아져 있음과 동시에 더욱 접하기도 쉬워졌으며, 특히 흔히 알고리즘이라고 불리는 정보기술환경은 젊은세대로 하여금 한국에 대한 정보를 반복적으로 그리고 확증적으로 접할 수 있도록 하고 있다. 물론 이는 긍정적인 측면만을 담보하지 않는다. 부정적인 정보 또한 같은 원리로 훨씬 더 접하기 쉬워졌으며 더하여 반복 인지되기 쉬워진 상황이다. 오오타니 코이치(大谷光一, 2020: 163)는 일본의 젊은세대가 스마트폰 보급과 함께 여가활동의 대부분이 스마트폰 조작으로 이행하였으며 이에 따라 콘텐츠에 대한 민감성도 크게 증가하였다고 논하였다.

이와 같은 배경 속에서 본 연구는 일본의 대학생들을 중심으로 특정 정보 신호를 미디어를 통하여 받아들였을 때 그에 대한 반응을 살펴보고 그 의미를 탐색하고자 한다. 물론 미디어를 매개로하여 전달되는 국

가의 정보가 해당국가의 인식에 영향을 준다는 연구는 다양하게 존재한다. Kelman(1965)이 매체와 접촉 빈도가 국가이미지에 영향을 미치고 있음을 이미 증명한바 있고, 이지우 · 이재신(2023)은 한국의 사회비판적인 콘텐츠도 오히려 국가 브랜드에 긍정적인 영향을 미침을 보여, 문화콘텐츠를 받아들이는 것이 단순 소비적인 것이 아니라 이해와 공감에 기반하고 있음을 밝히기도 하였다. 그리고 다양한 연구들이 특정 미디어나 콘텐츠가 한국의 국가이미지나 호감도에 미치는 영향을 사례별로 연구하여 왔다. 본 연구 역시 그러한 사례연구에 자료를 더하는 의미를 가지면서, 동시에 단순히 호감도나 국가이미지의 상승 하락만이 아닌 그 변동이 가지는 의미를 비록 정량분석의 한계 내에서도나마 고찰하는 것에 의의를 두고 있다. 더하여 본 연구에서는 부정적 신호와 긍정적 신호에 대하여 연속적인 검증을 시도하고 있어, 콘텐츠의 기능에 대해서도 살펴보고자 하고 있다.

이러한 문제의식에 따라 본 연구에서는 2024년 12월 3일 윤석열 대통령에 의한 계엄령 발표를 하나의 기점으로 잡고,¹⁾ 일본의 신춘 특집 드라마인 *Slow Train*의 방영을 또 하나의 기점으로 삼아²⁾ 다음과 같이

- 1) 12월 3일의 계엄령은 발령과 함께 일본에 속보로 보도되었으며, SNS의 릴스, 쇼츠 등 1분 이내의 영상콘텐츠, 해설콘텐츠 및 한국 현지에 여행 중이던 일본인들의 영상 등이 급속히 퍼져나갔다. 특히 국회에 진입하는 군인과 대치하는 국회 직원의 모습, 시민들이 군인들을 막아서는 모습 등은 스펙터클로서 반복적으로 미디어에 제시되었고, 포고령 등에 대한 코멘트들이 지속적으로 재생산되었다.
- 2) 일본의 민간방송국인 TBS는 1998년부터 매년 신춘 특집 단편 기획드라마를 1월에 방영한다. 일본에서는 새로운 한해를 시작하는 상징적인 드라마로 화제성이 높다. 최근에는 TVer 등 재방송 플랫폼도 발달하여 스마트폰 등을 통하여 젊은 세대들도 더욱 손쉽게 볼 수 있다. *Slow Train*은 2025년 제작되어 1월 2일 목요일 저녁 9시에 방영되었다. 가마쿠라에 살던 세 남매가 각자의 삶과 사랑에 대해 고민하던 중 한국 부산까지 여행하며 가족과 행복을 찾아가는 줄거리로, 방송일자 기준 TV 시청율은 6.6%, 재방송 등을 포함하면 11.3%에 달하였다. TVer에서도 누적재생 수 백 만 이상일 경우 연계되는 '화제작' 타이틀을 획득하였다. 이번 드라마는 촬영 일부를 부산에서 하였고 드라마 속의 배경 일부가 부산 해운대이다. 스토리 상 주인공 중 한 명의 연인이 한국 남성이라는 설정이며 따뜻한 연인의 모습을 연출하였다. 한국 연인 역할로는 배우 주종혁이 캐스팅되었다. 부산의 아름다운 정경과 한국사회의 현재(출산율, 결혼자금 등) 등을 묘사하여 크게 화제가 되었다. 이러한 지역적 구성과 인물 묘사는 응답자에게 실질적이고 감정적인 반응을 유도할 수 있는 '특정 정보'로 기능할 수 있으며, 특히 한국에 대한 사전 지식이 적은 일본 대학생들에게는 하나의 대표적 이미지로 수용되기 쉬운 특성이 있다. 이러한 점에서 본 드라마는 연구 대상으로 하여금 한국에 대한 인식 형성에 영향을 줄 수 있는 문화 콘텐츠로서의 대표성을 가진

검증과 고찰을 진행하고자 하였다. ①일본 대학생들의 한국에 대한 미래 관계 인식과 사회적 거리감이 각 기점을 전후로 어떻게 변화하였는지 경향을 파악하고, ②변화의 양상에 대해서 추가적인 척도를 활용하여 검증하여 시사점을 고찰하고자 한다.

2. 연구설계

2.1. 연구모델 및 가설

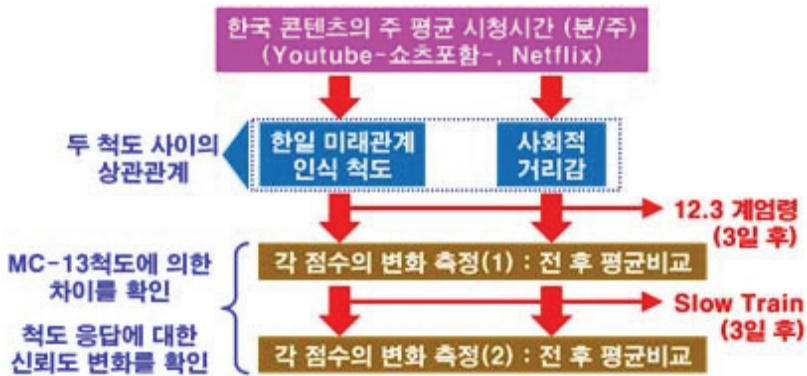
본 연구에서는 일본 대학생들이 특정 정보를 접했을 경우 인식이 어떤 식으로 변화하는지 입체적으로 파악하는 것을 1차적인 목표로 하고 있다. 이를 위하여 우선 조사대상자들의 조사 개시 시점 당시의 최초 인식정도를 파악할 필요가 있다. 본 연구에서 중점적으로 파악하는 인식 정도는 ‘한일 미래관계 인식’과 ‘사회적 거리감’이다. 인식정도를 파악하기 위한 척도는 다음 절에서 자세히 설명하고자 한다. 파악한 초기 수치를 기준으로 12.3 계엄령 이후 두 척도의 수치의 평균치가 통계적으로 유의하게 변화하였는지 파악하였다. 그리고 변화한 수치를 다시 원점으로 삼아 Slow Train의 방영 이후 평균치가 통계적으로 유의하게 변화하였는지를 파악하였다. 그리고 ‘한일 미래관계 인식’과 ‘사회적 거리감’ 사이에도 유의한 상관관계가 존재하는지 확인하고자 하였다. 기본적으로 동일 척도를 각 사건이 벌어진 이후 반복 측정하는 방식으로 조사가 진행되었다.³⁾

더하여 변화 양상을 구체적으로 들여다보기 위하여 사회적바람직성

다고 판단하였다. 자세한 내용은 <https://www.tbs.co.jp/slowtrain/> 참조.

- 3) 정확히 설명하자면 해당 연구모델은 전체의 조사 개시 이전에 확립된 모델이 아니라, 조사의 진행과 함께 수정 확정된 모델이라고 할 수 있다. 류영진(2024)의 연구의 후속연구를 진행하는 과정에서, 기존의 기획은 한국관련 콘텐츠 접촉정도와 미래인식, 사회적 거리 사이의 상관에 대한 검증만이 주요 대상이었고 조사도 그에 맞춰 이미 진행되고 있었지만, 연구의 진행 과정 중 중요 사건들이 연속됨에 따라, 연속적인 효과를 검증하기에 좋은 기회라 판단하여 급히 추적조사 형태로 증도에 모델을 수정하며 진행하게 되었다.

척도를 통한 분석과 신뢰도에 대한 분석을 진행하였다. 이상의 연구 진행모형을 도식화하면 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 연구모형

이상의 연구모형을 통하여 검증하고자 하는 주요 가설은 다음과 같다.

- H1. 콘텐츠에 접촉하는 시간은 한일 관계의 미래인식과 사회적 거리감에 영향을 줄 것이다.
- H2. 한일 관계의 미래인식과 사회적 거리감 사이에는 상관관계가 있을 것이다.
- H3. 한일 관계의 미래인식과 사회적 거리감은 12.3계엄 이후에 부정적으로 변화할 것이다.
- H4. 한일 관계의 미래인식과 사회적 거리감은 Slow Train 방영 이후에 긍정적으로 변화할 것이다.

그리고 추가적인 분석으로서 사회적바람직성 척도와의 관계, 신뢰도 점수의 변화에 대하여 분석하고자 한다.

2.2. 사용된 척도

본 연구에서는 성별, 학년을 속성 구별을 위한 기본 라벨로서 응답을 받았다. 그리고 지난 한 달 동안 주 평균 한국 관련 콘텐츠 시청 시간

이 어느 정도인지를 주관적 자기 기입 형식의 개방형 질문으로 제시하였다. 응답 단위는 ‘분’으로 하였다. 한국 콘텐츠의 접촉 매체는 레거시 미디어 뿐만이 아니라 OTT플랫폼, 그리고 유튜브, 인스타그램, 메타 등 SNS도 모두 포함하도록 하였다.

한국과 일본의 미래관계에 대한 인식을 측정하기 위하여 이금동·류영진(2023)이 연구에서 활용하였던 ‘한일 미래관계 인식 척도’를 사용하였다. 척도의 구성은 <표 1>과 같다. 해당 척도는 각 질문당 7점으로 측정되며, 분석에 있어서 3문항의 평균치를 응답자의 인식 정도 점수로 활용하였다.

<표 1> 한일 미래관계 인식 척도 구성

문항번호	질문내용
A1	이후 양국은 한층 더 협력이 필요하다.
A2	이후 양국은 한층 더 교류가 필요하다.
A3	이후 양국은 더욱 우호적이 될 필요가 있다.

일본 대학생들이 한국에 대해서 어느 정도 거리감을 가지고 있는지를 측정하기 위해서 Bogardus(1933)가 개발한 ‘보가더스 사회적거리 척도’를 사용하였다. 다문화사회로의 변화와 소수인종집단에 대한 태도를 측정하는 방법 중 대표적인 것이 ‘사회적 거리’ 개념이다(이명진·최유정·최셋별, 2010: 68). 이 척도는 다양한 민족과 인종에 대해 결혼, 친구, 이웃, 직장 동료 등의 7가지 항목에서 받아들일 의사가 있는지, 그 자발성(willingness)을 묻는 방식으로 응답자들이 느끼는 사회적 거리를 측정하도록 설계되어 있다(Babbie, 2006). 보가더스 척도는 일반적으로 7개의 항목을 사용하고, 이 때, 사용된 7개 항목은 각각 위계적인 차이와 순서를 갖는 거트만 척도(Guttman scale)로 구성되어, 상위 항목에 찬성한다면 그 하위 항목들에도 찬성하는 것으로 간주된다(Parrillo, Donoghue, 2005). 본 연구에서는 7개 항목 중 가장 배타적 항목을 0점, 가장 친밀성을 반영하는 항목을 6점으로 설정하여 응답자의 점수로서 활용하였다. 구체적인 문항은 <표 2>와 같다.

〈표 2〉 보가더스 사회적거리 척도 구성

평정	질문내용
0점	입국을 금지해야 한다.
1점	일본을 방문하는 것은 괜찮다.
2점	일본의 국민이 될 수 있다.
3점	내 직장에서 동료로 함께 할 수 있다.
4점	내 가까운 이웃이 될 수 있다.
5점	나와 절친한 친구가 될 수 있다.
6점	나 또는 내 자녀의 배우자가 될 수 있다.

다음으로 사회적바람직성 척도(Marlowe-Crowne Social Desirability Scale)를 조사에 포함하였다. 사회적 바람직성은 사회적으로 수용할만하고 바람직한 방향으로 행동하고자 하는 경향으로 정의된다(Fisher, 1993). 사회적인 또는 규준적인 압력에 부응하는 문항에 동의하는 경향성을 말한다(Zerbe, Paulhus, 1987).

이 척도의 활용은 본 연구에서는 두 가지 사항을 확인하기 위하여 사용되었다. 첫째, 한일 관계라는 역사적 배경 및 정치적 의사를 포함하는 질문이 조사에 포함되는 만큼 사회적으로 바람직하다고 판단되는 답변을 하고자 하는 경향성을 분석에 있어서 통제할 필요가 있기 때문이다. 둘째, 사회적 바람직성의 높고 낮음을 기준으로 집단을 구별하였을 경우, 집단별 응답을 비교해 봄으로써 어떠한 답변이 사회적으로 바람직한 것으로 받아들여지고 있는지를 역으로 추론해 보기 위해서이다. 본 연구에서는 北村俊則 · 鈴木忠治(1986)가 기존의 영어판 척도를 일본인 대상으로 번역 및 축약한 MC-13척도를 활용하였다. 응답자는 각 질문에 대해서 ○, ×로 회답하며, 총점은 역문항의 경우는 역산하여 점수의 총합으로 계산하게 된다. 점수의 범위는 0점에서 13점이 된다. 응답자 전체의 평균점수를 기준으로 그 이상의 점수의 응답자들이 사회적 바람직성에 따르고자 하는 집단이며, 이하의 점수의 응답자들은 사회적 바람직성에서 자유로운 집단으로 구별하는 방식이 일반적인 분석 방식이다. 척도 구성은 〈표 3〉과 같다.

〈표 3〉 사회적바람직성 척도(MC-13) 구성

	사회적바람직성 척도 질문내용
1	다른 사람들이 격려해주지 않는다면, 간혹 내 일을 처리하기가 힘들 것이다.※
2	내 뜻대로 하지 못하였을 때, 가끔 나는 분하게 느낀다.※
3	내 능력이 너무 부족하다고 생각해서 어떤 일을 포기한 적이 있다.※
4	윗사람이 옳다는 것을 알면서도 반발심을 느낀 적이 있다.※
5	누구와 이야기하건 간에 나는 항상 잘 들어주는 사람이다.
6	나는 다른 사람을 이용해 먹은 경우가 몇 번 있다.※
7	실수를 했을 때 나는 항상 기꺼이 실수를 인정하려고 한다.
8	용서하거나 잊어버리지 못하고 때로 복수하려고 한 적이 있다.※
9	나는 항상 예의바르며 심지어는 내 마음에 들지 않는 사람한테도 그렇다.
10	사람들이 내 생각과 아주 다른 이야기를 할 때도 지루하게 느낀 적이 없다.
11	남이 잘된 것이 매우 부러웠던 적이 있다.※
12	나에게 무엇을 부탁하는 사람들 때문에 가끔 짜증이 난다.※
13	다른 사람의 기분을 상하게 하는 말을 일부러 한 적은 없다.

※는 역질문 문항으로 이 경우는 ×로 회답하면 1점으로 환산

2.3. 연구대상, 조사진행 및 분석법

본 연구는 탐색적 의미에 더하여 시의성에 맞춰 신속히 다수의 표본을 확보할 필요가 있다는 판단하에 비확률표집인 가용성표집(availability sampling)을 통하여 회답자를 선정하였다. 연구자의 접근성 등을 고려하여 지역은 북부 규슈지역으로 한정하였고, 총 5시의 7개 대학으로부터 244명의 대학생을 대상으로 조사를 진행하였다. 비확률표집을 선택하였기에 대표성의 확보는 담보하기 어렵지만, 대신 경향성을 파악을 위하여 남녀의 비율과 학년의 비율은 동일 비율을 맞추고자 노력하였다. 최초 조사는 류영진(2024)의 연구의 일환으로서 2024년 6월 1일부터 8월 5일까지 67일간 조사가 이루어졌고, 이후 동년 10월 2일부터 11월 1일까지 30일간 추가적인 표본확보를 위한 조사를 시행하였다.⁴⁾ 조

4) 조사 시기 양국의 분위기를 짚어두고자 한다. 첫 조사 시기는 싱가포르 상그릴라 대학에서 양국이 방위협력을 재개하기로 하며 외교적 관계가 순탄하던 상황이었고, 일

사 방법은 신속한 회답을 위하여, Microsoft Forms로 작성한 설문지를 QR코드로 작성하여 각종 메신저 및 SNS로 배포하는 온라인조사 형태로 진행하였다. 일부 설문지는 수업시간을 활용한 배포조사도 병행하였다.

구체적인 조사 시점은, 먼저 12.3 계엄령이 일본에 전국적으로 알려지고 난 3일 후 한일 미래관계 인식과 사회적 거리감을 측정하였던 동일 척도를 동일한 형태로 다시 응답자들에게 제시하여 추적조사를 시행하였다. 그리고 Slow Train 드라마가 방영된 익일부터 3일 후 다시 한번 동일 대상자에게 동일 척도를 제시하여 조사를 시행하였다. 연속적으로 회답이 이어진 경우만 분석대상으로 하였기에 최종 분석에는 224명이 대상이 되었다.

분석방법으로는 특정 사건의 전후로 척도의 평균치가 유의하게 변화하였는지를 분석하기 위한 대응표본 T검정, 두 척도 사이에도 유의한 상관관계가 있는지 알아보기 위한 상관분석, 사회적바람직성을 통제하기 위한 편상관분석, 사회적바람직성을 기준으로 나눈 집단사이의 척도 평균치를 비교하기 위한 독립표본 T검정, 그리고 신뢰도 검정을 진행하였다.

수집된 데이터는 통계패키지인 JAMOVI를 활용하여 분석을 실행하였다.

3. 연구설계

3.1. 기술통계

조사대상자들은 남성(112명)과 여성(112명)이 정확하게 50%씩으로 구성되었다. 학년은 1학년(56명, 25.0%), 2학년(54명, 24.1%), 3학년(56명, 25.0%), 4학년(58명, 25.9%)로 구성되었다.⁵⁾ 조사대상자들의 한국 관련 콘텐츠의 평균시청시간은 59.6분이었고, 최대치는 130분, 최소치는

본 내에서도 한국에 대한 특별한 부정적 이슈는 없었으며, 뉴진스 등 한국 그룹의 일본 활동도 활발해지며 젊은 세대들을 중심으로 한국에 대한 호감도도 높았다. 두 번째 조사 시기에는 사도광산 등의 이슈가 조금씩 거론되는 가운데에서도 한일수교 60주년을 앞두고 기념사업에 대한 협력을 논의하는 등 전반적으로 일본 내의 분위기는 크게 부정적이지 않았다.

- 5) 성별에 따른 각 척도의 차이와 학년에 따른 각 척도의 차이도 독립표본 T검정, One-Way ANOVA를 통하여 분석을 시도하였지만 모두 통계적으로 유의하지 않았다.

19분으로 나타났다. 최초 시점의 한일 미래관계 인식 척도 점수의 평균은 3.85였으며, 사회적 거리척도의 평균은 2.81로 나타났다. MC-13 척도의 평균은 6.66이었다. 자세한 기술통계 수치는 <표 4>와 같다.

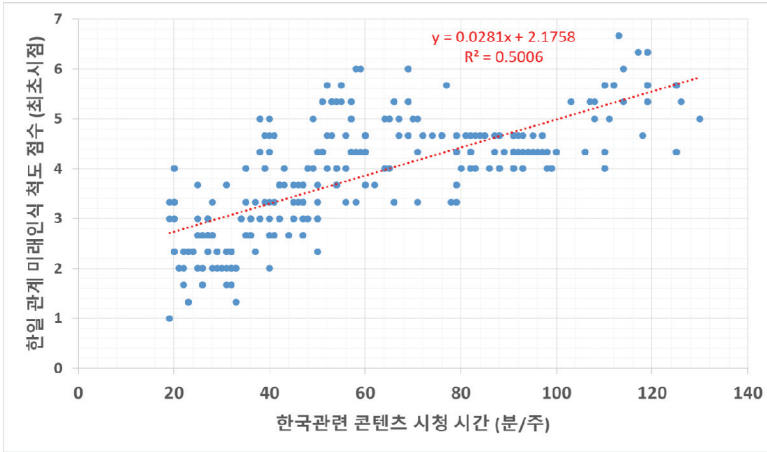
<표 4> 기술통계

	콘텐츠 시청시간	한일 미래 관계척도	사회적 거리척도	MC-13
표본수	224	224	224	224
평균	59.6	3.85	2.81	6.66
표준편차	28.9	1.15	1.33	2.87
최소치	19	1.00	1.00	3.00
최대치	130	6.67	6.00	13.00
왜도	0.544	-0.149	0.280	0.688
첨도	-0.769	-0.581	-0.801	-7.000
정규성 검증	<.001	0.003	<.001	<.001

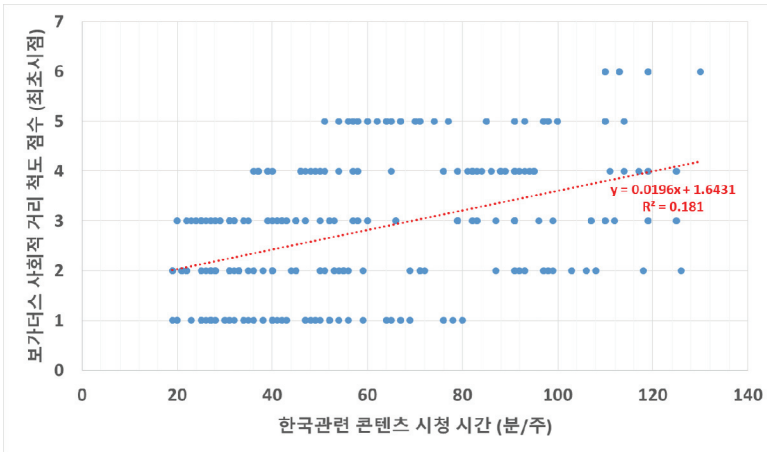
3.2. 콘텐츠 접촉시간과 척도 간의 상관

한국 관련 콘텐츠의 접촉 정도와 한일 관계미래 인식, 사회적 거리 인식 사이에는 정(+)의 상관관계가 있음을 확인할 수 있었다. 즉, 콘텐츠 접촉 정도가 많을수록 두 가지 척도는 통계적으로 유의하게 상승하는 경향을 보이며, 이는 한국과의 미래에 대해서 긍정적으로 그리고 친근하게 느끼고 있음을 보여주는 것이다. 이를 산포도를 통한 선형관계 그래프로 나타내면 <그림 2>, <그림 3>과 같다. 이와 같은 결과는 미디어 콘텐츠가 국가이미지나 특정 집단에 대하여 긍정적 인식을 강화시켜 줄 수 있음을 보여준 기존의 연구들과도 일치하는 결과라고 할 수 있다.

이는 상관분석을 통해서도 확인할 수 있었다. 콘텐츠 접촉 정도와 두 척도 사이에는 모두 피어슨 상관계수가 양의 수치를 나타내었고, 이는 유의수준 0.001에서 모두 통계적으로 모두 유의하다는 것을 확인할 수 있었다. 더하여 두 척도 상호 간의 상관관계에 있어서도 정의 상관관계가 있음을 확인할 수 있었다. 상관분석의 결과는 <표 5>와 같다.⁶⁾



〈그림 2〉 한국 관련 콘텐츠 접촉 정도와 한일 미래관계 인식 상관



〈그림 3〉 한국 관련 콘텐츠 접촉 정도와 사회적 거리 상관

- 6) 단, R^2 과 Pearson 상관계수에 있어서 모두 보가더스 사회적거리 척도가 한국 콘텐츠 접촉 정도와의 관계에서 한일 미래관계 인식 척도 보다 낮은 수치를 보여주는데 이는 물론 좀 더 구체적인 검증이 필요하지만, 단순히 한국 콘텐츠가 사회적거리보다 한일 미래관계에 더 큰 영향을 준다고 보기는 어렵다. 우선 고려해야 하는 사항이 한일 미래관계 척도는 3개 문항에 대한 평균을 평점으로 사용하기 때문에 소수점 이하의 수치가 포함되지만 보가더스 척도는 0-6점의 자연수만을 평점으로 가지기에 선형관계에 있어서 상대적으로 완만할 수밖에 없다.

〈표 5〉 각 척도 간 상관분석 (Pearson's r)

		한국 콘텐츠 접촉 정도	한일 관계 미래인식
한국 콘텐츠 접촉 정도	Pearson's r	-	-
한일 관계 미래인식	Pearson's r	0.708***	-
보가더스 사회적 거리	Pearson's r	0.425***	0.290***

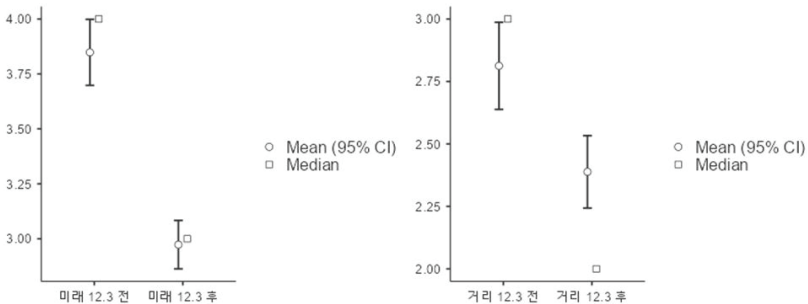
*** p<.001

3.3. 12.3 계엄을 기준으로 한 인식변화

12.3 계엄령이 발표되고 익일부터 3일이 지난 후 동일 회답자에게 재차 동일 척도로 조사를 실시한 후 대응표본 t검정을 실시한 결과는 〈표 6〉, 〈그림 4〉와 같다.

〈표 6〉 12.3 계엄 전 후 대응표본 t-test

구분		평균	평균차	SD	t-value	P
한일 관계 미래인식	12.3 전	3.85	0.88	1.146	14.93	<.001
	12.3 후	2.97		0.842		
보가더스 사회적 거리	12.3 전	2.81	0.42	1.333	4.08	<.001
	12.3 후	2.39		1.107		



〈그림 4〉 12.3 계엄 전 후 대응표본 t-test 평균치 그래프

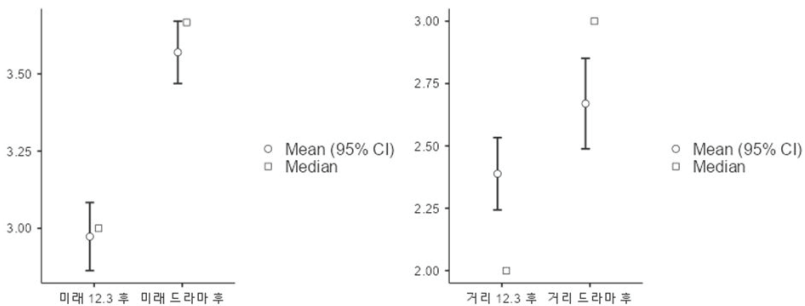
검정결과 12.3 계엄령에 대한 정보를 접한 이후 일본 대학생들의 한일 관계 미래인식 점수와 사회적 거리 모두 유의수준 0.001에서 모두 통계적으로 유의하게 감소하였음을 확인할 수 있었다. 즉, 기존의 인식 정도에 비하여 모두 부정적으로 인식이 변화하였음을 알 수 있다.

3.4. Slow Train 드라마 방영을 기준으로 한 인식변화

특집드라마 Slow Train이 방영되고 익일부터 3일 후 동일 회답자에게 재차 동일 척도로 조사를 실시한 후, 12.3 계엄령 이후에 회답한 평균치를 변화 전 평균치로 두고 대응표본 T검정을 다시 한번 실시하였으며, 그 결과는 <표 7>, <그림 5>와 같다.

<표 7> 드라마 전 후 대응표본 t-test

구분		평균	평균차	SD	t-value	P
한일 관계 미래인식	12.3 후	2.97	0.60	0.842	-13.54	<.001
	드라마 후	3.57		0.770		
보가터스 사회적 거리	12.3 후	2.39	0.28	1.107	-2.90	.004
	드라마 후	2.67		1.385		



<그림 5> 드라마 전 후 대응표본 t-test 평균치 그래프

드라마 방영 이후 회답에서는 한일 관계 미래인식 점수는 유의수준 0.001, 보가더스 사회적 거리 점수는 유의수준 0.01에서 통계적으로 유의하게 증가한 것으로 나타났다.

이 결과로부터 한국에 대한 기획드라마의 긍정적인 묘사는⁷⁾ 한국에 대한 인식에 긍정적인 영향을 미쳤음을 추측해 볼 수 있으며, 한국 관련 미디어가 젊은 세대들의 인식에도 소구할 수 있다고 생각할 수 있다. 단, 12.3 계엄령 후에 감소 된 수치에 비하여 증가폭은 상대적으로 낮으며, 12.3 계엄령이 젊은 세대에게 미친 부정적 인식의 회복에는 미치지 못하였다고 볼 수 있다.

3.5. 사회적바람직성에 따른 집단별 비교

우선 사회적바람직성을 통제한 경우에도 한국 관련 콘텐츠 접촉 정도와 각 척도가 기존의 정(+)의 상관관계를 유지하는지 판단하기 위하여, 사회적바람직성 점수를 통제변수로 설정하여 편상관분석(partial correlations)을 실시하였다. 그 결과는 <표 8>와 같다. 콘텐츠 접촉 정도와 두 척도 점수 사이의 관계는 통계적으로 계속 유의하였지만, 한일 관계 미래인식과 보가더스 사회적 거리 사이의 상관관계는 통계적으로 유의하지 않는 것으로 나타났다. 즉, 두 척도 사이의 관계는 사회적바람직성을 매개하였을 경우에 정(+)의 관계로 드러나며, 실제로 미래관계에 대한 인식과 사회적 거리 인식은 별개로 반응하는 변수로 보는 것이 타당하다 할 수 있다.

<표 8> 사회적바람직성 통제 후 편상관

		한국 콘텐츠 접촉 정도	한일 관계 미래인식
한국 콘텐츠 접촉 정도	Pearson's r	-	-
한일 관계 미래인식	Pearson's r	0.562***	-
보가더스 사회적 거리	Pearson's r	0.215***	0.112

*** p<.001

7) 드라마 내에서는 아름다운 풍경과 함께 한국 청년을 성실하고 자상하게 묘사하고 있고, 드라마 내의 여주인공은 부산에 일본 식당을 오픈하며 성공하는 결말을 보여준다. 배우 주종혁은 드라마 내에서 일본어로 연기를 하였고, 여배우 다베 미카코는 한국어로 연기를 하는 모습을 보여주었다.

기술통계에서 확인하였듯이 조사대상자들의 사회적바람직성의 평균은 6.66이었다. 이를 기준으로 하여 집단은 사회적바람직성이 높은 집단과 낮은 집단으로 구별하였다. 사회적바람직성이 높은 집단은 88명, 사회적바람직성이 낮은 집단은 136명이었다. 이 두 집단에 대하여 독립표본 T 검정을 실시하였다. 한국 관련 콘텐츠에 접촉하는 정도, 12.3 계엄 전과 계엄 후, 그리고 드라마 방영 후에 있어서 한일 미래관계 인식과 사회적 거리에 대하여 모두 분석을 진행하였다. 검정결과는 <표 9>와 같다.

<표 9> 사회적바람직성 집단별 독립표본 t-test

구분		평균	평균차	SD	t-value	P
한국관련 콘텐츠 접촉 정도	High	87.38	45.77	21.493	17.17*	<.001
	Low	41.61		15.878		
한일 관계 미래인식 12.3 전	High	4.63	1.29	0.718	10.72*	<.001
	Low	3.34		1.084		
한일 관계 미래인식 12.3 후	High	3.63	1.08	0.606	11.89	<.001
	Low	2.55		0.693		
한일 관계 미래인식 드라마 방영 후	High	4.09	0.86	0.507	10.43*	<.001
	Low	3.23		0.723		
사회적 거리 12.3 전	High	3.47	1.08	1.277	6.41	<.001
	Low	2.39		1.194		
사회적 거리 12.3 후	High	2.98	0.97	1.144	6.72*	<.001
	Low	2.01		0.899		
사회적 거리 드라마 방영 후	High	3.24	0.94	1.509	4.95*	<.001
	Low	2.30		1.163		

*표시는 등분산을 만족하지 않기에 Student's t가 아닌 Welch's t를 활용

분석결과 모든 회답에서 사회적바람직성이 높은 집단이 그렇지 않은 집단에 비하여 통계적으로 유의하게 높은 평균치를 보여주고 있었다. 이는 사회적으로 올바르다고 요구되는 답변을 하려는 경향이 강한 이들이 실제 한국 콘텐츠에 대한 접촉 정도도 45분 이상 많았으며, 모든 척도 점수가 사건의 전후에 관계없이 모두 높은 수치를 보였다는 것을 의미

한다. Krumpal(2015: 2030-2031)은 사회적바람직성이 자기기만과 자기인상관리의 욕구에 기인하는 만큼, 그것의 기준이 되는, 즉 응답자가 속한 사회나 공동체가 바람직하다고 보는 규범과 기대에 의하여 결정된다고 보았다. 다시 말하면 사회적바람직성 척도가 높은 집단들이 보여주는 회답은, 응답자들이 속한 사회내에서 바람직하다고 받아들여지고 있는 가치관을 반영하는 것이라고 볼 수 있다. 류영진(2024)은 40대 이상의 일본인들의 경우 사회적바람직성이 높은 집단이 한국에 대한 미래인식에 부정적인 회답 경향이 있음을 밝힌 바 있다. 본 연구의 대상인 대학생들은 오히려 사회적바람직성이 높은 집단이 미래인식과 사회적 거리에 있어서 모두 긍정적이었으며, 이는 젊은 세대와 기성 세대 사이에 있어서 한국에 대한 가치관이 차이가 있음을 시사한다 할 수 있다.

3.6. 신뢰도 변화 분석

신뢰도 검정은 응답자들의 회답이 얼마나 일관성을 가지는지 확인함으로써 문항의 내적일관성을 확인하는 통계기법이다. 일반적으로 크론바흐 알파(Cronbach's alpha) 계수 또는 맥도날드 오메가(McDonald's omega) 계수를 사용한다. 두 계수 모두 0.5~0.6을 기준으로 이보다 높으면 내적일관성이 담보되었다고 판단하게 된다. 본 연구에서는 3개 항목의 질문을 활용하여 회답을 얻은 한일 미래관계 척도에 대하여 신뢰도 검정을 실시하였다. 최초 지점 응답, 12.3 계엄 후의 응답, 드라마 방영 후의 응답의 세 시점에 대해서 모두 실시하였다. 신뢰도 검정 결과는 <표 10>과 같다. 특정 문항을 삭제하였을 경우 신뢰도가 상승하는 If item dropped 항목은 존재하지 않았다.

<표 10> 각 시점별 한일 미래관계 인식 척도 신뢰도 검정

	Cronbach's alpha	McDonald's omega
최초 측정	0.733	0.736
12.3 계엄 후	0.579	0.585
드라마 방영 후	0.771	0.722

결과에서 알 수 있듯이 최초 측정과 드라마 방영 이후의 신뢰도 계수는 모두 0.7 이상인 것을 확인할 수 있으며 이는 회답에 있어서 내적일관성이 담보되어 있다는 것을 의미한다. 하지만 12.3 계엄 후의 회답에 있어서는 0.5 수준으로 계수가 하락한 것을 확인할 수 있다. 이는 회답에 있어서 일관성이 많이 떨어졌다는 것을 의미한다. 다시 말해, 유사한 차원을 묻는 세 가지 질문에 대해서 답변이 유사한 일관성을 보이지 않았다는 것을 의미한다.

동일 질문을 동일 대상자에게 추적조사 형태로 시간차를 두고 시행하는 경우, 신뢰도 계수에 변화가 발생한다면 이는 변화가 발생한 시점의 이벤트가 회답자의 사고방식이나 신념, 또는 개념의 대한 이해를 흔들거나 회답자의 집단을 분화시켰을 가능성을 고려하여야 하며, 이는 특히 대응표본 T검증에서 자주 확인할 수 있는 현상으로 계기가 되는 특정 사건이 가지는 의미를 생각해볼 필요가 있다(Nunnally, Bernstein, 1994:248-292 ; Tavakol, Dennick, 2011:54-55).

신뢰도 검증의 결과를 구체적으로 확인하기 위하여 12.3 계엄령 이후의 한일 미래관계 인식척도의 3개 문항에 대한 회답 간 상관관계를 살펴보았다. 상관분석의 결과는 <표 11>과 같다.

<표 11> 한일 미래관계 인식척도 구성 3문항 간 상관분석

		A1번 문항	A2번 문항
A1번 문항	Pearson's r	-	-
A2번 문항	Pearson's r	0.256***	-
A3번 문항	Pearson's r	0.332***	0.355***

*** p<.001

상관분석의 결과에서 확인할 수 있듯이 1번 문항(이후 양국은 한층 더 협력이 필요하다)과 2번 문항(이후 양국은 한층 더 교류가 필요하다) 간의 상관계수가 가장 낮은 것을 확인할 수 있었다. 다음으로 각 문항 간의 차분을 구하여 각각의 평균을 도출하였다. 각각의 차분의 평균은 A1-A2가 1.045, A2-A3가 0.955, A1-A3가 0.983이었다. 이것은 A1

질문과 A2질문의 회답치들 사이에 차이가 많이 나고 있다는 것, 즉 이 두 질문 사이에서 일관성이 가장 없었다는 점을 보여주는 것이다. 구체적으로 더 살펴보기 위해서는 인터뷰 등 질적조사가 필요하지만, 우선 양적 분석을 통해서 1번 문항의 협력과 2번 문항의 교류의 의미가 12.3 계엄 이후에 일관된 선상에서 이해되지 않는다는 점을 추측할 수 있다.

다시 드라마 방영 이후에 회답이 일관성을 회복하고 있는 것은 흔들린 두 개념에 대한 이해가 어느 정도 회복되었다는 것을 시사한다.

4. 논의 및 고찰

본 연구는 일본의 대학생들이 12.3 계엄령과 Slow Train이라는 특정 정보를 접하였을 때 한일 미래관계에 대한 인식과 사회적 거리감이 어떠한 양상을 보이는지 양적분석을 통하여 개괄적으로 묘사하는 것을 목표로 하였다. 분석결과를 요약하면 다음과 같다.

첫째, 한국 관련 콘텐츠를 접촉하는 빈도가 높은 회답자일수록 한일 미래관계에 대하여 긍정적으로, 사회적거리에 대해서도 훨씬 더 가깝게 느끼는 경향을 보였다. 이와 같은 결과는 미디어로 인하여 국가이미지나 친근감에 영향을 받을 수 있다는 기존의 연구들과 궤를 함께 하는 결과이다.

둘째, 12.3 계엄령에 대한 정보를 접한 회답자들의 한일 미래관계에 대한 평가와 한국에 대한 사회적거리 점수는 모두 감소하였으며, 부정적인 영향을 끼쳤음을 확인 할 수 있었다. 그리고 드라마 Slow Train의 방영 후 회답자들의 조사 척도 점수가 다시 상승하였음을 확인하였다. 이는 12.3 계엄이 일본 대학생에게 있어서 부정적 메시지로 작용하였음을 보여준다고 할 수 있으며, 한국을 다룬 일본의 드라마가 다시 회복에 작용하였음을 추측할 수 있다.

셋째, 사회적바람직성이 높은 집단과 낮은 집단을 구별하여 살펴본 결과 사회적바람직성이 높은 집단이 낮은 집단에 비하여 한국 관련 콘텐츠에 대한 접촉정도가 높았고, 더하여 특정 정보를 접하기 전후 모든 상황에서 모든 척도 점수가 높은 것을 확인할 수 있었다.

넷째, 한일 미래관계 인식 척도에 대한 신뢰도 분석의 결과 12.3 계엄령 이후에 회답의 내적일관성이 저하되었음을 확인할 수 있었다. 질문 내용 중 일관성이 가장 흔들린 문항은 ‘교류’라는 표현을 사용한 문항과 ‘협력’이라는 표현을 사용한 문항 사이로, 12.3 계엄령이 한일 간의 교류와 협력은 서로 다른 차원의 문제로 인식하게 만드는 영향을 미쳤다고 추측할 수 있다.

이에 대해서 몇 가지 시사점을 논의해보고자 한다.

첫째, 최근 일본 드라마 등에서 한국을 직접적으로 다루거나, 과감하게 역사문제를 언급하거나, 한국 배우를 직접 캐스팅하는 등⁸⁾ 한국 관련 콘텐츠는 단순히 수출 콘텐츠를 넘어 현지화 또는 국제융합콘텐츠적인 측면을 보인다. 이는 미디어의 소비층으로서 젊은 세대들의 수요를 무시하지 못하는 측면이 반영되었다고 볼 수 있으며, 동시에 젊은 세대들은 더욱 다양하고 양적으로도 많아진 한국 관련 콘텐츠를 접할 수 있게 된 상황이라고 할 수 있다. 그런 만큼 본 연구에서 흥미로운 부분은 한국 콘텐츠에 대한 반응의 민감성과 즉각성이다. 특정 정보들에 대해서 3일이라는 기간 동안 통계적으로 유의한 수준의 변화가 드러났다. 그리고 긍정 반응과 부정 반응이 다이내믹하고 뚜렷하게 나타났다. 그런 점에서 드라마 방영 이후 보여주는 척도 점수의 상승은 의미가 있다 할 수 있다. 일본의 젊은 세대에게 소구할 수 있는 콘텐츠의 지속적인 개발과 다양한 채널을 통한 발신은 한국에 대한 의식을 긍정적으로 향상하는 상당히 유효한 방안이라고 할 수 있을 것이다.

둘째, 첫 번째 논의에서 짚은 부분은 동시에 주의해야 할 점이기도 한데, 일본 대학생들은 3일이라는 기간 동안 제공된 제한된 정보와의 접촉 속에서 인식의 변화가 동반되었다. 사실 일본의 대학생들에게 있어 계엄령은 일상에서 접하는 개념이 아니다. 드라마 *Slow Train* 속에서 보이는 부산의 일부 모습과 한국인에 대한 묘사가 일본 대학생들에게

8) 대표적인 예로 일본의 국영방송국 NHK의 아침 드라마 ‘호랑이에게 날개를(虎に翼)’의 경우는 한국 배우 하연수를 직접 캐스팅하고 한국어 대사를 포함하였으며, 조선인에 대한 관동대학살을 직접 언급하는 등 파격적인 시도를 하였다. 2025년 3월에는 일본의 ‘고독한 미식가’의 배우 마츠시게 유타카와 한국의 성시경의 콜라보레이션 프로그램 ‘미친맛집’ 등도 넷플릭스를 통해서 공개 되었다.

있어서 어느 정도 한국으로서 이해되는지는 결국 개인의 사전 지식에 달린 부분이기도 하다. 즉, 정보에 대한 반응이 즉각적이고 민감하다는 것은 아주 작은 정보의 일부분이라도 급속하게 그리고 심각하게 영향을 줄 수 있다는 점을 시사한다.⁹⁾ 이는 콘텐츠 발신에 있어서의 신중함 역시 필요함을 의미하고, 동시에 부정적 정보의 발신이 가지는 리스크도 훨씬 더 무겁게 생각해야 함을 의미한다.

셋째, 사회적바람직성이 높은 집단이 한국의 콘텐츠를 더 많이 접하고 있고 또한 한일 미래관계, 사회적거리에 있어서 긍정적인 인식을 나타낸다는 점은, 류영진(2024)에서도 확인할 수 있듯이, 기성세대와는 달리 일본 대학생들이 공유하는 사회문화 속에서는 한국과의 친밀함과 긍정적 미래에 대한 인식이 바람직한 것으로 받아들여지고 있을 가능성이 높다는 점을 시사한다. 이는 앞으로 한일 간 젊은 세대의 교류에 있어서 분명 좋은 신호라고 할 수 있으며, 역사적 인식 등 다양한 쟁점에 있어서도 논의의 긍정적 출발점을 기대할 수 있는 부분이다.

넷째, 신뢰도 검정을 통하여 확인한 바에 따르면, 한국에 대한 부정적 인식을 강화하는 정보를 접하였을 경우, ‘협력’과 ‘교류’는 젊은 세대에 게 있어서 약간 결이 다른 개념으로 받아들여질 수 있었다. 본 연구에서는 12.3 계업 이후 교류(2.96)의 척도 점수 평균이 협력(2.94)의 평균에 비해 약간 높은 정도였기에 단정적으로 말할 수는 없지만, 교류에 비하여 협력이 덜 증시되는 경향임을 추측해 볼 수 있다. 이는 젊은 세대들에게 있어서 교류와 협력이라는 의미와 무게감에 대한 심층적 접근의 필요성을 보여준다 할 수 있다.

본 연구는 양적데이터만을 활용하여 실험적으로 접근하여 우선 표면적 양상을 파악하고자 하는 연구인 만큼 많은 심층적인 측면에 다가가지 못하였으며 다음과 같은 여러 한계점을 가지고 있다.

먼저 표본의 문제가 있다. 본 연구는 실험적이었던 만큼 예비조사(pilot test)로서의 성격이 강하고, 그런 만큼 회답자에 대한 경향은 확인할 수 있었지만 일반화를 하기 위해서는 훨씬 더 정밀한 표본이 요구

9) 특히 젊은 세대가 한국 관련 콘텐츠를 접하는 매체가 알고리즘에 기반한 SNS 플랫폼임을 고려하면 더욱 의미를 가진다.

된다. 본 연구를 예비조사 겸 기초자료 축적으로 하여 표본을 늘리고 세분화 한 후속연구를 진행할 필요가 있을 것이다.

다음으로 본 연구에서 설정한 두 이벤트에 대한 회답자들의 이해수준은 구체적인 확인이 어려웠다. 속도감있는 연구인 만큼 질적조사 부분이 생략되었으며, 추후 인터뷰 등을 통하여 12.3 계엄의 구체적인 의미수준을 어떻게 이해하고 있는가 등에 대한 논의가 추가될 필요가 있다.

연구방법론의 설계상 12.3 계엄 이후부터 드라마의 방영 사이에 약 1달여의 공백이 존재하기에 이 사이의 다른 요인에 대한 통제는 특별히 이루어지지 않은 상황이었다. 이를 위해서는 조사대상자 집단을 통제조 건별로 세분화하고 조사 횟수를 늘리는 형태로 대응할 필요가 있다.¹⁰⁾

이상의 한계를 인식하고 개선하여 지속적인 추적연구를 진행해 나가는 것을 추후의 연구과제로 남겨두고자 한다.

참고문헌

- 나리카와 아야(2021). 일본에서 K-드라마와 영화의 성과와 과제, <아시아브리프> 1(17), 1-5쪽.
- 류영진(2024). 일본인들의 한국문화콘텐츠 향유정도와 한일미래관계 척도 사이의 상관과 사회적 바람직성척도를 통한 발견, 2024년 상반기 부산외대 글로벌한국학연구소 국제학술대회 발표자료.
- 이금동 · 류영진(2023). 韓国語の「親日派」の誤訳がもたらす日本社会への影響力分析-北部九州の大学生のアンケート調査-, <동북아문화연구> 1(75), 213-228쪽.
- 이명진 · 최유정 · 최셋별(2010). 다문화사회와 외국인에 대한 사회적 거리, <조사연구> 11(1), 63-85쪽.
- 이일래(2015). 매체 환경과 마니아 문화-한국과 일본의 게임문화를 중심으로-, <동북아문화연구> 45, 481-497쪽.
- 이지우 · 이재신(2023). 한국의 사회비판적 콘텐츠 이용은 국가브랜드 이미지에 어떤

10) 단, 전후를 비교하는 대응표본 T검정의 특성상 횟수의 증가는 잔류효과를 야기 할 수 있기에 이 또한 주의하여 보완할 필요가 있다.

- 한 영향을 주는가?: 외국인 심층 인터뷰를 중심으로. <문화정책논총> 37(2), 63-88쪽.
- 이하정(2020). 유튜브를 활용한 한국어언어문화교육 방안-현지 베트남 학습자를 중심으로-, 대구카톨릭대학교 대학원 석사학위논문, 45-46쪽.
- 大谷光一(2020). 若年層におけるInstagram利用に関する研究, <Japan Marketing Academy Conference Proceedings> 9, 163-172.
- 北村俊則, 鈴木忠治(1986). 日本語版 Social Desirability Scale について, <社会精神医学> 9, 173-180.
- 金成洙著(2020). 消費者行動論—モノからコト・トキ消費へ—. 白桃書房.
- Babbie, E. R.(2006). *The Practice of Social Research (11ed.)*, Wadsworth Publishing.
- Bogardus, E. S.(1933). A social distance scale. *Sociology & Social Research*, 17, 265-271.
- Fisher, R. J.(1993). Social desirability bias and the validity of indirect questioning, *Journal of Consumer Research*, 20(2), 303-315.
- Krumpal, I.(2013). Determinants of social desirability bias in sensitive surveys: a literature review, *Quality & Quantity* 47(4), 2025-2047.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H.(1994). *The Assessment of Reliability, Psychometric Theory*, McGraw-Hill.
- Parrillo, V. N. & Donoghue, C.(2005). Updating the Bogardus Social Distance Studies: A New National Survey. *The Social Science Journal* 42: 257-271.
- Tavakol, M., & Dennick, R.(2011). Making sense of Cronbach's alpha. *International Journal of Medical Education*, 2, 53-55.
- Zerbe, W. J., & Paulhus, D. L.(1987). Socially desirable responding in organizational behavior: A reconception, *Academy of Management Review*, 12(2), 250-264.

필자 소개

성 명 류영진

소 속 후쿠오카대학 경제학부 산업경제학과 준교수

주 소 일본 후쿠오카현 조난구 나나쿠마 8-19-1

전자우편 ryj1095@adm.fukuoka-u.ac.jp

성 명 이노우에 히로시

소 속 규슈산업대학 경제학부 경제학과 강사

주 소 일본 후쿠오카현 히가시구 마츠카다이 2-3-1

전자우편 h-inoue@ip.kyusan-u.ac.jp

Abstract

Changes in Japanese University Students' Perceptions of Korea Based on Specific Information - Focusing on the December 3 Martial Law and the Broadcast of the Drama Slow Train -

Ryu, Young-jin · Inoue, Hiroshi
(Fukuoka University · Kyushu Sangyo University)

This study examines how Japanese university students' perceptions of Korea shift in response to specific events: the December 3, 2024, martial law declaration by South Korean President Yoon Suk-yeol and the January 2, 2025, broadcast of the Japanese drama Slow Train. Survey results show that martial law led to a negative shift in perceptions, increasing social distance, while Slow Train had a positive but limited impact. Higher Korean content consumption correlated with more favorable views. The findings suggest that media and political events can rapidly influence perceptions, emphasizing the need for further research on media's role in cross-cultural understanding.

[Key words] Perceptions of Future Korea-Japan Relations, Bogardus Social Distance, Social Desirability, Korean Content

투고일 2025. 05. 18 / 심사일 2025. 07. 13 / 게재확정일 2025. 07. 13