

중국 웹 드라마에서 탄막(彈幕) 사용자의 이용동기, 획득충족,
이용행위에 관한 연구

Study on Danmaku User's Motive of Use, Gratification Obtained, Use
Behavior in Chinese Web Drama

주저자

염 영 영 Yan, Ying-ying

단국대학교 커뮤니케이션학 박사과정 | Ph.d. Course. School of Communications, Dankook University
aninging123@naver.com

교신저자

김 종 무 Kim, Jong-moo

단국대학교 커뮤니케이션학부 교수 | Professor, School of Communications, Dankook University
isaac55@dankook.ac.kr

투고일	2019.03.14	심사일	2019.04.25	게재확정일	2019.04.27
-----	------------	-----	------------	-------	------------

목 차

1. 서론

- 1.1. 연구의 배경
- 1.2. 연구의 구성

2. 이론적 논의와 연구문제

- 2.1. 탄막(弹幕)
- 2.2. 이용동기와 연구문제
- 2.3. 획득충족과 연구문제
- 2.4. 이용행위와 연구문제

3. 연구 설계

- 3.1. 연구 방법
- 3.2. 변수의 조작적 정의와 설문

4. 연구 결과

- 4.1. 표본의 특성
- 4.2. 연구문제 분석

5. 결론

참고문헌

Keyword

웹 드라마, 탄막, 이용동기, 획득충족, 이용행위
Web Drama, Danmaku, User's Motive,
Gratification Obtained, Use Behavior

Abstract

This study analyzes motive of use and Gratification Obtained of user of Danmaku, the communication means newly presented in Chinese web drama as well as the influence of motive of use on use behavior (reading/uploading) and Gratification Obtained. For analysis, the question papers of 325 persons living in China and experienced in using Danmaku while watching web drama was analyzed. Analysis shows the following result. First, the motive of use for Danmaku in web drama has 6 factors, e.g., 'killing time', 'pursuit of amusement', 'pursuit of information', 'common viewing', 'social association', 'fandom.' Second, Gratification Obtained acquired after using web drama Danmaku is found to have 5 factors, e.g., 'social association', 'common viewing', 'fandom', 'pursuit of amusement', 'killing time'. Third, the analysis of influence that motive of use for Danmaku in web drama on the act of using Danmaku shows that the term of using Danmaku has active influence on use behavior. Further, the factor of 'common viewing' out of the motives of use for Danmaku has significant influence on 'reading' Danmaku and 'pursuit of amusement' has significant influence on 'uploading' Danmaku. Viewing such result, when the term of using Danmaku in web drama is longer, users participate in the act of use more actively and when 'common viewing' is more prevalent, users read Danmaku more and upload Danmaku more actively as they view web drama. Fourth, according to the influence that the act of using Danmaku in web drama has on Gratification Obtained after use, term of use has significant influence on gratification factors such as 'common viewing', 'pursuit of fandom' 'pursuit of amusement' 'killing time'. Inputting factors input in the 1st stage and 'reading' Danmaku & 'uploading' Danmaku in the 2nd stage, the term of using Danmaku has significant influence on gratification factor of 'pursuit of amusement' only. Further, both 'reading' Danmaku and 'uploading' Danmaku have significant influence on factors of gratification obtained. This study is meaningful in that it analyzes how viewers' using attitude is when they use Danmaku in Chinese web drama.

논문요약

본 연구는 중국 웹 드라마에서 새롭게 선보인 커뮤니케이션의 수단인 탄막(彈幕 : Danmaku) 사용자의 이용동기와 획득충족(Gratification Obtained)이 무엇이며, 탄막 이용동기가 탄막의 이용행위(읽기/올리기)에 미치는 영향과 이용행위가 획득충족에 미치는 영향을 분석하였다. 분석을 위해 중국에 거주하고 웹 드라마를 보면서 탄막을 사용한 경험이 있는 총 325명의 설문지를 분석하였다. 분석결과 첫째, 웹 드라마 탄막 이용동기는 '시간 보내기', '오락추구', '정보추구', '공동시청', '사회교류', '팬덤' 등 총 6개 요인으로 나타났다. 둘째, 웹 드라마 탄막 이용 후 얻는 획득충족은 '사회교류', '공동시청', '팬덤', '오락추구', '시간보내기' 등 총 5개 요인으로 나타났다. 셋째, 웹 드라마 탄막 이용동기가 탄막 이용행위에 미치는 영향을 분석한 결과 탄막 이용기간은 이용행위에 긍정적인 영향을 주었다. 또한 탄막 이용동기 요인 중 '공동시청' 요인은 탄막 '읽기', '오락추구' 요인은 탄막 '올리기'에 유의한 영향을 주었다. 이러한 결과로 볼 때, 웹 드라마의 탄막 이용기간이 오래될수록 이용자는 더 적극적으로 이용행위에 참여하며 '공동시청'이 높을수록 웹 드라마를 보면서 탄막을 더 많이 읽고 탄막을 더 적극적으로 올리는 것으로 나타났다. 넷째, 웹 드라마의 탄막 이용행위가 이용 후 획득충족에 미치는 영향 결과 이용기간은 '공동시청', '팬덤추구', '오락추구', '시간보내기' 충족요인에 유의한 영향을 주었다. 2단계에서 1단계에 투입한 요인과 탄막 '읽기'와 탄막 '올리기'를 투입한 결과 탄막 이용기간은 '오락추구' 충족요인에만 유의한 영향을 주었다. 또한 탄막 '읽기'와 탄막 '올리기'는 모든 획득충족 요인에 유의한 영향을 주었다. 본 연구 결과는 중국 웹 드라마에서 탄막을 이용하는 시청자의 이용 태도가 어떠한지를 분석함에 의미가 있다.

1. 서론

1.1. 연구의 배경

소셜 미디어와 TV 플랫폼의 결합과 이동매체와 스마트 디바이스의 보급으로 이용자들은 더 이상 시간과 장소에 제약 없이 언제 어디서나 스트리밍 되는 생방송과 VOD영상 시청이 가능하게 되었다. 시청자들은 실시간으로 방송을 시청하면서 방송에 대한 시청 소감과 자신의 의견을 채팅을 통해 온라인으로 다른 시청자들과 공유할 수 있게 되었다. 중국에서는 이러한

실시간 채팅을 대체할 수 있는 탄막(彈幕) 기술을 선보였는데, 탄막은 시청자들이 웹 드라마를 보면서 동시에 자신의 의견을 채팅창에 작성하면 그 내용이 영상 화면에 나타나 지나가는 형식을 가진 일종의 댓글로서 중국 AcFun¹⁾을 통해 선보인 후에 Bilibili, 우쿠투또우(优酷土豆), 아이치이(爱奇艺), 텐센트(腾讯视频)와 같은 중국을 대표하는 VOD 플랫폼에서 서비스 하고 있다. 탄막은 예능, 영화, 웹 드라마 등 다양한 장르의 영상콘텐츠에 활용되고 있는데 탄막을 이용하는 사용자들은 탄막의 독특한 형태에 매료되어 커뮤니케이션의 수단을 넘어 일종의 즐거움의 도구로 사용하고 있다. 새로운 미디어 커뮤니케이션이 등장하는 시점에서 자주 활용되는 Katz(1959)의 이용과 충족 이론(The Theory of Use and Gratification)을 통해 중국에서 가장 활발하게 탄막을 이용하고 있는 웹 드라마 시청자들을 대상으로 어떤 동기로 탄막을 이용하고 있으며, 탄막의 어떤 요인이 이용 후 충족 하고 있는지를 알아보하고자 한다. 또한 웹 드라마 탄막 이용자의 이용행위인 '텍스트 읽기'와 '텍스트 올리기'가 획득충족에 미치는 영향을 어떠한지를 알아보하고자 한다. 본 연구 결과는 중국 웹 드라마 탄막에 대한 이용자의 태도와 탄막의 발전 방향에 도움을 제공할 수 있을 것이다.

1.2. 연구의 구성

본 연구는 중국 웹 드라마에서 제공하는 탄막 사용자의 이용동기, 이용행위, 획득충족(Gratification Obtained)이 어떠한지를 알아보는 연구로 논문의 구성은 다음과 같다. 1장은 연구의 목적과 연구의 구성을 서술하였다. 2장은 탄막, 이용동기, 획득충족, 이용행위에 대한 이론적 배경과 연구문제를 서술하였다. 3장은 연구방법과 연구에 사용된 변수에 대한 조작적 정의 그리고 설문 문항을 설명하였다. 4장은 연구 결과를 분석하고 정리 하였다. 5장은 연구 결과와 제언 그리고 연구의 한계점을 서술 하였다.

1) AcFun의 뜻은 'Anime Comic Fun'으로써 중국 최초의 탄막 동영상 서비스 사이트

2. 이론적 논의와 연구문제

2.1. 탄막(彈幕)

웹 영상의 장점은 TV와 달리 언제 어디서나 인터넷과 모바일을 통해 실시간으로 드라마 시청이 가능하며, 영상을 보면서 자신의 의견을 웹 페이지에 제시할 수 있는 특징을 가지고 있다.²⁾ 중국은 웹 드라마에서 탄막 기술을 도입하였는데, 탄막은 Fig. 1과 같이 시청자들이 웹 드라마를 보면서 동시에 자신이 하고 싶은 말을 채팅창에 작성하면 그 내용이 영상 화면에 나타나 지나가는 형식을 가진 일종의 댓글로 영상 내용과 영상 시청 소감과 같은 시청자의 의견을 적극 반영한다는 취지에서 시작되었다.



Fig. 1 탄막 예시 이미지

2.2. 이용동기와 연구문제

이용과 충족 이론은 수용자 중심의 시각에서 매스커뮤니케이션 과정을 이해하고자 하는 이론으로 새로운 커뮤니케이션 미디어가 등장한 초기 시점에 주로 활용되었다. Katz(1959)의 연구에 따르면 이용자는 일련의 동기를 가지고 미디어를 이용함으로써 자신의 욕구를 충족시킨다고 하였다. 여기서 동기는 특정 행동을 유발시키는 심적 기제를 의미하며, 충족은 이용에 대한 결과로서 이용자가 만족하고 있는 상태를 뜻한다.³⁾ 이러한 이용과 충족 이론은 사용자의 이용 행위를 이끌어내는 심리적, 사회적 차원의 동기 구조를 살펴본다는 점에서 새로운 미디어가 등장하는 시점에 이용자 태도를 측정하기 위해 활용되고 있다.⁴⁾ 이에 본 연

2) 위키백과

https://ko.wikipedia.org/wiki/%EC%9B%B9_%EC%8B%9C%EB%A6%AC%EC%A6%88

3) Katz, E. (1959). Mass communications research and the study of popular culture: An editorial note on a possible future for this journal. Departmental Papers (ASC), 165.

구는 영상을 시청하는 동안 자신의 의견을 제시하는 탄막이라는 새로운 커뮤니케이션 서비스를 이용하는 동기가 무엇인지를 알아보는 것은 의미 있다고 판단되어 다음과 같은 연구문제 1을 설정 하였다.

연구문제 1: 웹 드라마 탄막 이용동기는 무엇인가?

2.3. 획득충족과 연구문제

이용과 충족 연구에서 제시된 문제점은 사용자들이 미디어 이용 전에 가지고 있던 이용동기와 미디어 이용 후에 얻은 충족과 관련된 차이가 논의되지 않았다는 점이다.⁵⁾ 이용 후 얻은 충족은 새로운 미디어를 이용한 후 이용에 대해 얼마나 충족하였는지를 뜻하는데, Greenberg(1974)는 미디어를 이용하고자 하는 동기를 '추구 충족(Gratification Sought)'이라 하였고 미디어를 이용 후에 얻어진 충족을 '획득 충족'으로 구분하였다.⁶⁾ 그는 미디어 사용자들이 초기 미디어를 통해 추구하고자 하는 충족 동기와 미디어를 지속 사용 후 나타나는 획득 충족에 차이가 존재한다고 하였다. 이는 미디어 사용자들이 추구하는 충족 동기에 따라 미디어 이용행위가 변하며 이용 후 얻게 되는 획득충족도 다르게 나타난다는 것이다. 이에 본 연구에서는 웹 드라마 탄막을 이용한 후에 시청자들이 충족하는 요인이 이용동기 요인과 다르다고 판단하여 웹 드라마 탄막 이용 후에 얻은 획득충족 요인이 무엇인지를 알아보기 위해 연구문제 2를 설정 하였다.

연구문제2: 웹 드라마 탄막 이용 후에 얻은 획득충족 요인은 무엇인가?

2.4. 이용행위와 연구문제

일상적으로 사람들은 '듣기'와 '말하기'를 통해

4) Choi, M. E., & Chon, B. S. (2014). The Influence of Motivation to Use and Key Components of Webtoon on User Satisfaction. Broadcasting Culture Research, 26(2), pp.93-120.

5) Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rayburn, J. D. (1980). Relations between gratifications sought and obtained: A study of television news. Communication Research, 7(2), pp.161-192.

6) Greenberg, B. S. (1974). Gratifications of television viewing and their correlates for British children. The Uses of Mass. Communications Current Perspectives on Gratifications Research, pp.71-925.

자신의 의견을 표현하거나 다른 사람의 의견을 받아들인다. 온라인에서도 주로 글을 ‘읽고’, ‘쓰기’ 행위를 통해 자신의 의견을 공유한다. 이러한 행위는 이를 사용하는 미디어의 이용만족에 영향을 주는데 인터넷 공간에서 ‘읽기’와 ‘쓰기’ 행위를 연구한 김정기, 김달환(2008)⁷⁾은 ‘쓰기’와 ‘읽기’를 많이 할수록 이용 후 만족감이 높아진다고 하였다. 그러나 드라마를 시청하면서 SNS 이용을 동반하는 사회적 시청태도를 분석한 조은영, 최윤정(2014)⁸⁾은 ‘읽기’행위는 드라마에 대한 만족을 높이지만 ‘쓰기’행위는 드라마에 대한 만족이 낮아진다고 하였다.⁸⁾ 이런 결과는 어떤 미디어를 사용하는가에 따라 이용행위 후 만족의 정도가 다르게 나타날 수 있다는 것을 보여준다. 이에 본 연구에서는 웹 드라마 탄막 이용동기가 탄막 이용행위에 미치는 영향과 ‘읽기’와 ‘쓰기’ 행위가 획득충족에 어떠한 영향을 미치는지를 알아보고자 연구문제 3과 4를 설정 하였다.

연구문제3: 웹 드라마 탄막 이용동기가 탄막의 이용행위(읽기/올리기)에 미치는 영향은 어떠한가?

연구문제4: 웹 드라마 탄막 이용행위(읽기/올리기)가 획득충족에 미치는 영향은 어떠한가?

3. 연구 설계

3.1. 연구 방법

분석을 위해 중국 요우쿠투도우, 아이치이, 텐센트를 통해 웹 드라마 탄막 이용경험이 있는 330명에게 설문을 배포하였고, 불성실한 응답을 한 5부를 제외한 총 325부를 분석에 사용하였다. 참여자의 특성을 알아보기 위해서 빈도분석을 실시하였으며, 웹 드라마 탄막 이용동기, 획득충족의 구성 요인이 무엇인지를 알아보기 위해 탐색적 요인분석을 실시하였다. 그리고 웹 드라마의 탄막 이용동기가 탄막의 이용행위와 획득충족에 미치는 영향을 알아보기 위해 위계적 회귀분석을 실시하였다.

3.2. 변수의 조작적 정의와 설문

7) 김정기, 김달환. (2008). 대학생 이용자의 댓글 읽기와 쓰기 동기 및 만족감. 사이버커뮤니케이션학보, 25(4), pp.5-47.

8) 조은영, 최윤정. (2014). 왜 TV 를 시청하며 온라인 대화를 나누는가?. 방송통신연구, pp.9-46.

3.2.1. 탄막 이용행위 정의

본 연구에서의 이용행위는 ‘웹 드라마를 시청하면서 화면에 나타나는 탄막을 읽거나 쓰고 올리는 행동’으로 본 연구에서는 웹 드라마를 시청하는 동안 평균적으로 탄막을 읽는 비율과 탄막을 쓰고 올리는 수를 이용행위로 정의 하였다.

3.2.2. 탄막 이용동기 정의와 설문

본 연구에서의 웹 드라마 탄막 이용동기는 ‘이용자의 이용 추구를 만족시키기 위해 웹 드라마 탄막을 이용하는 구체적이 이유’로 정의 하였다. 설문 문항은 박수철, 반옥숙, 박주연(2015)⁹⁾, 육홍민(2017)¹⁰⁾의 선행 연구에서 사용한 이용동기 설문을 연구에 맞게 수정하여 Table 1과 같이 총 21개로 구성하였다.

[Table 2] 탄막 이용동기 설문 내용

변수	설문 내용
w1	지루함을 해소시켜주기 때문에
w2	재미있게 해주기 때문에
w3	탄막서비스가 신선해서
w4	내 마음대로 의견을 제시할 수 있기 때문에
w5	시청 도중 궁금증이 생겨서
w6	웹 드라마에 관한 정보를 더 많이 얻기 위해서
w7	좋아하는 배우가 다른 사람에게 인정을 받았는지 확인하기 위해서
w8	좋아하는 배우가 계속 출연되기를 위해서
w9	다른 사람과 같이 보고 싶어서
w10	친구와 같이 보며 수다를 떠는 기분이 들어서
w11	다른 사람들의 의견이 궁금해서
w12	다른 탄막서비스 사용자와 교류하고 싶어서
w13	나의 존재를 알리기 위해서
w14	다른 사람의 질문에 대답하는 즐거움을 느낄 수 있어서
w15	내 생각을 다른 사람들과 공유하고 싶어서
w16	나와 같은 선호를 가지고 있는 집단에 속하고 싶어서
w17	자기의 의견을 작가에게 전달하고 싶어서
w18	새로운 친구를 만날 수 있기 때문에
w19	심심할 때 시간을 보낼 수 있기 때문에
w20	언제 어디서나 이용할 수 있어서
w21	무료로 이용할 수 있기 때문에

3.2.3. 탄막 획득충족 정의와 설문

본 연구에서의 획득충족은 ‘웹 드라마 탄막 이용자들이 실제로 탄막을 이용함으로써 얻게 되는 만족’으로 정의 하였다. 설문 문항은 박용기(2013)¹¹⁾, 이유진(2017)¹²⁾의 선행 연구에

9) 박수철, 반옥숙, 박주연. (2015). 웹 드라마의 이용동기가 만족도와 이용태도에 미치는 영향. 정보사회와 미디어, 16(2), pp.47-70.

10) 육홍민. (2017). 중국 웹드라마 이용자의 이용 동기가 이용 만족도에 미치는 영향, 한양대학교 대학원 석사학위논문.

서 사용한 획득충족 설문은 본 연구에 맞게 수정하여 Table 2와 같이 총 18개로 구성하였다.

[Table 3] 탄막 획득충족 설문 내용

변수	설문 내용
r1	이용할 때 재미를 제공 해주어서 좋았다
r2	내 마음대로 발언을 할 수 있어서 좋았다
r3	혼자 보는 외로움을 덜어주어서 좋았다
r4	유익한 정보를 얻어서 좋았다
r5	내 의견을 작가에게 전달된 것 같아서 좋았다
r6	내가 좋아하는 배우들에게 응원하게 되는 것 같아서 좋았다
r7	내가 좋아하는 배우들이 다른 사람에게 인정을 받아서 좋았다
r8	다른 사람과 같이 보는 것 즐거워서 좋았다
r9	친구와 같이 보며 수다를 떠는 기분이 들어서 좋았다
r10	다른 사람의 생각을 알아서 좋았다
r11	다른 사용자와 의사소통을 하면서 시청하는 것이 좋았다
r12	재미있는 부분을 다른 사람과 공유해서 좋았다
rr13	나와 같은 선호를 가지고 있는 집단을 찾아서 좋았다
r14	나의 존재를 알려서 좋았다
r15	다른 사람의 질문에 대답하는 것에 즐거움을 느껴서 좋았다
r16	새로운 친구를 만나서 좋았다
r17	심심할 때 시간이 빠르게 지나가서 좋았다
r18	언제 어디서나 이용할 수 있어서 좋았다

4. 연구 결과

4.1. 표본의 특성

실험자의 일반적 특성은 Table 3과 같다. 총 325명 중, 남자 120명(36.9%), 여자 205명(63.1%), 연령은 20-29세가 259명(79.7%), 직업은 대학생 203명(62.5%), 웹 드라마 하루 평균 이용시간은 1시간이내 123명(37.8%), 탄막서비스 사용기간은 6개월 165명(50.8%), 탄막읽기는 10%이하 191명(58.8%) 그리고 탄막 올리기는 5회 이하 272명(83.7%)로 많은 분포를 보였다.

[Table 4] 실험자의 일반적인 특성 분석

변수	항목	빈도	%
성별	남자	120	36.9
	여자	205	63.1
연령	10~19세	11	3.4
	20~29세	259	79.7
	30~39세	45	13.8
	40~49세	10	3.1
직업	고등학생이하	15	4.6
	대학생이상	203	62.5
	직원	73	22.5
	자영업	18	5.5
웹 드라마 하루 평균 이용시간	기타	16	4.9
	1시간이내	123	37.8
탄막 서비스 사용기간	1-2시간	112	34.5
	2-3시간	58	17.8
	3-4시간	15	4.6
	4시간이상	17	5.2
탄막 읽기	6개월이하	165	50.8
	6개월-1년	41	12.6
	1년-2년	48	14.8
	2년-3년	28	8.6
탄막 올리기	3년이상	43	13.2
	10%이하	191	58.8
	10~30%정도	58	17.8
	30~50%정도	40	12.3
탄막 올리기	50~60%정도	29	8.9
	80%이상	7	2.2
	5회이하	272	83.7
	5~10회	33	10.2
	10~20회	12	3.7
	20~30회	4	1.2
	30회이상	4	1.2

4.2. 연구문제 분석

4.2.1. 탄막 이용동기 요인(연구문제1)

웹 드라마 탄막 이용동기를 알아보기 위해 탐색적 요인 분석을 실시하였으며, 분석 결과는 Table 4와 같다. 본 연구에서는 고유값 1.00 이상, 요인 적재량 .500이상, 공통성 .400이상으로 하였다. 요인 분석 결과 적재치가 낮은 설문 5개(w1, w12, w14, w17, w18)를 제외하고 다시 요인분석을 실시한 결과 총 6개의 요인이 추출되었다. 이렇게 나온 6개 요인에 대하여 각 문항의 특성을 분석하여 ‘시간보내기’, ‘오락추구’, ‘정보추구’, ‘공동시청’, ‘사회교류’, ‘팬덤’ 요인으로 명명하였다. 모형의 KMO-Bartlett검정 결과 .946로 높게 확인되었으며, 구형성 검정의 유의확률이 $p < .05$ 보다 낮아 통계적으로 유의한 타당도를 갖는 것으로 검증되었고 각 요인의 신뢰도는 .760-.879의 범위로 나타나 분석 결과가 통계적으로 문제가 없는 것으로 나타났다.

11) 박웅기. (2013), 스마트 TV 획득충족과 불충족에 관한 탐색적 연구, 한국소통학보, pp.7-35.

12) 이유진. (2017). 짧은 동영상 이용동기와 충족에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원, 석사학위 논문.

[Table 5] 탄막 이용동기 요인 분석 결과

설문 문항	요인명						
	시간 보내 기	오락 추구	정보 추구	공동 시청	사회 교류	팬덤	공통 성
w19	0.804	0.197	0.167	0.205	0.225	0.209	0.849
w20	0.773	0.202	0.189	0.175	0.221	0.247	0.814
w21	0.727	0.240	0.178	0.251	0.249	0.133	0.761
w3	0.209	0.805	0.178	0.157	0.257	0.176	0.845
w4	0.222	0.738	0.220	0.428	0.077	0.115	0.845
w2	0.278	0.663	0.455	0.072	0.103	0.242	0.798
w5	0.155	0.274	0.777	0.290	0.092	0.162	0.822
w6	0.227	0.320	0.732	0.216	0.135	0.288	0.838
w11	0.261	0.099	0.568	0.540	0.310	0.104	0.799
w9	0.237	0.230	0.287	0.761	0.105	0.275	0.857
w10	0.289	0.304	0.232	0.655	0.219	0.345	0.826
w13	0.328	0.252	0.338	0.518	0.307	0.261	0.717
w15	0.252	0.183	0.042	0.138	0.852	0.213	0.889
w16	0.350	0.145	0.294	0.207	0.708	0.182	0.808
w7	0.262	0.141	0.206	0.252	0.230	0.752	0.812
w8	0.233	0.255	0.217	0.246	0.196	0.722	0.786
Eigen Value	2.641	2.304	2.275	2.232	1.839	1.773	
%	16.509	14.402	14.219	13.952	11.497	11.079	
신뢰도	0.879	0.861	0.858	0.876	0.806	0.760	

KMO = .946, Bartlett test $\chi^2=3784.612(df=120, p<0.01)$

4.2.2. 탄막 획득충족 요인(연구문제 2)

웹 드라마 탄막 이용 후에 얻은 획득충족 요인이 무엇인지를 알아보기 위해 탐색적 요인 분석을 실시하였으며, 분석 결과는 Table 5와 같다.

[Table 6] 탄막 획득충족 요인 분석 결과

설문 문항	요인명						
	사회교 류	공동시 청	팬덤	오락추 구	시간보 내기	공통성	
14	0.818	0.184	0.239	0.147	0.314	0.880	
13	0.661	0.443	0.261	0.243	0.249	0.822	
11	0.616	0.354	0.397	0.364	0.158	0.820	
8	0.250	0.781	0.291	0.316	0.183	0.891	
9	0.367	0.710	0.328	0.240	0.297	0.892	
3	0.285	0.570	0.251	0.493	0.299	0.802	
7	0.411	0.265	0.735	0.231	0.215	0.878	
6	0.246	0.342	0.718	0.230	0.366	0.880	
1	0.204	0.256	0.271	0.854	0.148	0.931	
2	0.213	0.445	0.064	0.591	0.492	0.839	
18	0.333	0.236	0.381	0.287	0.698	0.881	
17	0.452	0.300	0.351	0.166	0.640	0.856	
Eigen Value	2.397	2.391	1.939	1.908	1.738		
%	19.972	19.924	16.157	15.970	14.479		
신뢰도	0.884	0.911	0.871	0.807	0.877		

KMO = .949, Bartlett's test $\chi^2=3571.397(df=66, p<0.01)$

본 연구에서는 고유값 1.00이상, 요인 적재량 .500이상, 공통성 .400이상으로 하였다. 요인 분석 결과 총 5개 요인이 추출되었다. 이렇게

나뉜 5개 요인에 대하여 각 문항의 특성을 분석하여 ‘사회교류’, ‘공동시청’, ‘팬덤’, ‘오락추구’, ‘시간보내기’ 요인으로 명명하였다. 모형의 KMO-Bartlett검정 결과 0.949로 높게 확인되었으며, 구형성 검정의 유의확률이 $p<0.05$ 보다 낮아 통계적으로 유의한 타당도를 갖는 것으로 검증되었고 각 요인의 신뢰도는 .807-.911의 범위로 나타나 분석 결과가 통계적으로 문제가 없는 것으로 나타났다.

4.2.3. 탄막 이용 동기가 탄막 이용행위(읽기/올리기)에 미치는 영향 분석 (연구문제3)

웹 드라마의 탄막 이용동기가 탄막의 이용행위(읽기/올리기)에 미치는 영향을 알아보기 위해 1단계에서 이용시간과 이용기간을 변인으로 투입하고 2단계에서 이용시간과 이용기간 그리고 탄막이용동기 요인을 투입하였으며 이용행위(읽기/올리기)를 종속변인으로 설정하고 위계적 회귀분석을 실시하였다.

분석 결과 1단계에서 웹 드라마의 탄막이용시간, 이용기간이 이용행위(읽고/올리기)에 미치는 영향을 분석한 결과 첫째, 탄막 이용기간($\beta=0.263, p<0.01$)은 탄막 읽기에 유의미한 양의 영향을 주었다. 둘째, 탄막 이용기간($\beta=0.085, p<0.01$)은 탄막 올리기에 유의미한 양의 영향을 주었다. 이는 웹 드라마 탄막을 오래 사용할수록 탄막을 더 많이 읽고 쓴다는 것으로 해석할 수 있다. 2단계에서는 1단계에 투입한 요인과 웹 드라마의 탄막 이용동기를 투입한 결과 첫째, 1단계에서 탄막 읽기에 긍정적인 영향을 미치는 이용기간($\beta=0.184, p<0.05$)은 2단계에서도 탄막읽기에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 탄막 이용동기 요인 중 ‘공동시청’ 요인($\beta=0.411, p<.001$)만 탄막 읽기에 유의한 양의 영향을 주었다. 둘째, 1단계에서 탄막 올리기에 긍정적인 영향을 미치는 탄막 이용기간($\beta=0.059, p<0.05$)은 2단계에서도 탄막 올리기에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 탄막 이용동기 요인 중 ‘오락추구’ 요인($\beta=0.123, p<0.05$)만 탄막 올리기에 유의한 양의 영향을 주었다.

[Table 7] 탄막 이용 동기가 탄막 이용행위(읽기/올리기)에 미치는 영향 분석 결과

1단계	탄막 읽기		탄막 올리기	
	Beta	t	Beta	t
이용시간	0.04	0.73	0.019	0.526
이용기간	0.263	6.471**	0.085	3.138**
R ²	0.131		0.036	
adjR ²	0.126		0.03	
F	24.365**		5.972**	
2단계	Beta	t	Beta	t
이용시간	0.022	0.436	0.002	0.066
이용기간	0.184	4.584*	0.059	2.106*
시간보내기	0.042	0.516	0.031	0.54
오락추구	0.127	1.674	0.123	2.312*
정보추구	-0.042	-0.488	-0.104	-1.715
공동시청	0.411	4.138**	-0.004	-0.058
사회교류	-0.052	-0.709	0.094	1.848
팬덤	-0.135	-1.702	0.045	0.806
R ²	0.264		0.108	
adjR ²	0.246		0.086	
F	14.184**		4.799**	

*p<0.05, **p<0.01

4.2.4. 탄막 이용행위(읽기/올리기)가 획득 충족에 미치는 영향 분석(연구문제4)

웹 드라마 탄막 이용행위(읽기/올리기)가 이용 후에 획득충족에 미치는 영향을 알아보기 위해 1단계에서 이용시간과 이용기간을 변인으로 투입하고 2단계에서 이용시간, 이용기간, 탄막 읽기, 탄막 올리기 변인을 투입하였으며, 획득 충족 요인을 종속변인으로 설정하고 위계적 회귀분석을 실시하였다. 분석 결과 1단계에서 웹 드라마 탄막 이용이 획득충족에 미치는 영향을

살펴본 결과 탄막 이용 기간은 ‘공동시청’ 충족 요인($\beta=0.152$ $p<0.01$), ‘팬덤추구’ 충족요인 ($\beta=0.104$ $p<0.05$), ‘오락추구’ 충족요인($\beta=0.259$ $p<0.01$) 및 ‘시간보내기’ 충족요인($\beta=0.155$ $p<0.01$)에 유의한 영향을 주었다. 2단계에서 1단계에 투입한 요인과 탄막 읽기와 탄막 올리기를 투입한 결과 첫째, 탄막 서비스 이용기간은 ‘오락추구’ 충족요인($\beta=0.162$ $p<0.01$)에만 유의한 영향을 주었다. 둘째, 탄막 읽기($\beta=0.295$, $p<0.01$)와 탄막 올리기($\beta=0.188$, $p<0.05$)는 ‘사회교류’ 충족 요인에 유의한 영향을 주었다. 셋째, 탄막 읽기($\beta=0.363$, $p<0.01$)와 탄막 올리기($\beta=0.191$, $p<0.05$)는 ‘공동시청’ 충족요인에 유의한 영향을 주었다. 넷째, 탄막 읽기($\beta=0.243$, $p<0.01$)와 탄막 올리기($\beta=0.286$, $p<0.01$)는 ‘팬덤’ 충족요인에 유의한 영향을 주었다. 다섯째, 탄막 읽기($\beta=0.311$, $p<0.01$)와 탄막 올리기($\beta=0.178$, $p<0.05$)는 ‘오락추구’ 충족요인에 유의한 영향을 주었다. 여섯째, 탄막 읽기($\beta=0.242$, $p<0.01$)와 탄막 올리기 ($\beta=0.28$, $p<0.05$)는 ‘시간보내기’ 충족요인에 유의한 영향을 주었다. 이러한 결과를 볼 때, 웹 드라마 탄막을 오래 사용할수록 ‘공동시청’, ‘팬덤’, ‘오락추구’, ‘시간보내기’ 충족요인이 증가하는 것을 알 수 있다.

[Table 8] 웹 드라마의 탄막 이용행위(읽기/올리기)가 획득 충족에 미치는 영향 결과

1단계	사회교류		공동시청		팬덤		오락추구		시간보내기	
	Beta	t	Beta	t	Beta	t	Beta	t	Beta	t
웹 드라마 하루 평균 이용시간	0.065	1.246	0.058	1.074	0.102	1.802	0.041	0.799	0.098	1.769
탄막서비스 이용기간	0.141	3.591	0.152	3.719**	0.104	2.452*	0.259	6.798**	0.155	3.714**
R ²	0.054		0.055		0.038		0.144		0.065	
adjR ²	0.048		0.049		0.032		0.138		0.059	
F	9.158**		9.303**		6.332**		26.982**		11.122**	
2단계	Beta	t	Beta	t	Beta	t	Beta	t	Beta	t
웹 드라마하루 평균이용시간	0.05	1.017	0.04	0.81	0.087	1.618	0.025	0.528	0.083	1.582
탄막서비스 이용기간	0.047	1.205	0.04	1.004	0.016	0.368	0.162	4.298**	0.067	1.593
탄막읽기	0.295	5.706**	0.363	6.91**	0.243	4.292**	0.311	6.244**	0.242	4.368**
탄막올리기	0.188	2.439*	0.191	2.429*	0.286	3.38**	0.178	2.39*	0.28	3.372**
R ²	0.175		0.213		0.14		0.267		0.166	
adjR ²	0.165		0.203		0.13		0.258		0.156	
F	16.963**		21.608**		13.060**		29.157**		15.920**	

*p<0.05, **p<0.01

5. 결론

본 연구는 중국 웹 드라마에서 새로운 커뮤니케이션의 수단인 탄막 서비스를 이용하는 사용자의 이용동기와 획득충족이 무엇이며, 탄막 이용동기가 탄막의 이용행위(읽기/올리기)에 미치는 영향과 이용행위가 획득충족에 미치는 영향을 분석 하였다. 분석을 위해 중국에 거주하고 웹 드라마를 보면서 탄막을 사용한 경험이 있는 총 325명의 설문지를 분석하였다. 분석결과 첫째, 웹 드라마 탄막 이용동기는 '시간 보내기', '오락추구', '정보추구', '공동시청', '사회교류', '팬덤'등 총 6개 요인으로 나타났다. 둘째, 웹 드라마 탄막 이용 후 얻는 획득충족은 '사회교류', '공동시청', '팬덤', '오락추구', '시간보내기'등 총 5개 요인으로 나타났다. 셋째, 웹 드라마 탄막 이용동기가 탄막의 이용행위(읽기/올리기)에 미치는 영향을 분석한 결과 탄막 이용기간은 이용행위(읽기/올리기)에 긍정적인 영향을 주었다. 또한 탄막 이용동기 요인 중 '공동시청' 요인은 탄막 '읽기', '오락추구' 요인은 탄막 올리기에 유의한 영향을 주었다. 이러한 결과로 볼 때, 웹 드라마의 탄막 이용기간이 오래될수록 이용자는 더 적극적으로 이용행위(읽기/올리기)에 참여하며 '공동시청'이 높을수록 웹 드라마를 보면서 탄막을 더 많이 읽고 탄막을 더 적극적으로 올리는 것으로 나타났다. 넷째, 웹 드라마의 탄막 이용행위(읽기/올리기)가 이용 후 얻은 획득충족에 미치는 영향에 대한 결과 이용기간은 '공동시청', '팬덤추구', '오락추구', '시간보내기' 충족요인에 유의한 영향을 주었다. 2단계에서 1 단계에 투입한 요인과 탄막 '읽기'와 탄막 '올리기'를 투입한 결과 탄막 이용기간은 '오락추구' 충족요인에만 유의한 영향을 주었다. 또한 탄막 '읽기'와 탄막 '올리기'는 모든 획득충족요인에 유의한 영향을 주었다. 이러한 결과를 볼 때, 웹 드라마의 탄막을 오래 사용할수록 '공동시청', '팬덤', '오락추구', '시간보내기' 충족요인이 증가하는 것을 알 수 있다. 또한 탄막의 '읽기'와 '올리기' 행위는 기존 TV 드라마를 통해서 얻지 못하는 새로운 획득충족으로 사용자들의 만족에 영향을 주는 것으로 보인다. 본 연구는 중국 웹 드라마에서 제공하는 탄막에 대한 이용자의 태도를 연구함에 의미가

있으나 다음과 같은 한계점이 있다. 첫째, 설문문에 참여한 대상자의 남녀비율 차이가 존재하고 연령 또한 20대의 비중이 높기에 후속 연구에서는 보다 대표성 있는, 다양한 연령층을 대상으로 연구를 진행하는 것이 필요하다. 둘째, 본 연구에서 사용한 웹 드라마 탄막은 요우쿠투도우, 아이치이, 텐센트에서 제공하는 탄막 서비스이기에 전체 웹 드라마 탄막 서비스에 대한 시청자의 태도로 해석하는 것은 신중해야 할 것이다.

참고문헌

- 김정기, 김달환. (2008). 대학생 이용자의 댓글 읽기와 쓰기 동기 및 만족감. *사이버커뮤니케이션학보*, 25(4), 5-47.
- 박수철, 반옥숙, 박주연. (2015). 웹 드라마의 이용동기가 만족도와 이용태도에 미치는 영향. *정보사회와 미디어*, 16(2), 47-70.
- 박용기. (2013). 스마트 TV 획득충족과 불충족에 관한 탐색적 연구. *한국소통학보*, 7-35.
- 육홍민. (2017). 중국 웹드라마 이용자의 이용 동기과 이용 만족도에 미치는 영향, 한양대학교 대학원 석사학위논문.
- 이유진. (2017). 짧은 동영상 이용동기와 충족에 관한 연구, 이화여자대학교 대학원, 석사학위 논문.
- 조은영, 최윤정. (2014). 왜 TV 를 시청하며 온라인 대화를 나누는가?, *방송통신연구*, 9-46.
- Choi, M. E., & Chon, B. S. (2014). The Influence of Motivation to Use and Key Components of Webtoon on User Satisfaction. *Broadcasting Culture Research*, 26(2), 93-120.
- Greenberg, B. S. (1974). Gratifications of television viewing and their correlates for British children. The Uses of Mass. *Communications Current Perspectives on Gratifications Research*, 71-925.
- Katz, E. (1959). Mass communications research and the study of popular culture: An editorial note on a possible future for this journal. *Departmental Papers (ASC)*, 165.
- Palmgreen, P., Wenner, L. A., & Rayburn, J. D. (1980). Relations between gratifications sought and obtained: A study of television news. *Communication Research*, 7(2), 161-192.
- 위키백과 <https://ko.wikipedia.org>