

중국 시청자들의 한류 드라마 수용에 관한  
주관성연구

김 세 도 (Kim, Se-do) \*

(E-mail : [pls9877@hanmail.net](mailto:pls9877@hanmail.net))

서 상 호 (Seo, Sang-ho) \*\*

(E-mail : [sangho@kku.ac.kr](mailto:sangho@kku.ac.kr))

논문접수일 : 2011년 6월 30일

논문심사일 : 2011년 7월 16일

게재확정일 : 2011년 8월 13일

---

\* 건국대학교 신문방송학 석사

\*\* 학위취득대학: 펜실베니아 주립대학교

건국대학교 신문방송학과 부교수(교신저자)

# 중국 시청자들의 한류 드라마 수용에 관한 주관성 연구

## <국문요약>

중국을 위시하여 아시아 전역에 대한민국의 문화콘텐츠의 붐이 일어나기 시작하였고 우리나라의 문화 콘텐츠는 거침없이 영역을 넓혀가며, 아시아인들의 문화적 아이콘으로 자리 잡았다. 본 연구는 한류 열풍이 가장 잘 나타나는 중국인을 대상으로 Q-방법론을 이용한 한류 드라마 수용 유형을 조사하였고, 그 결과 ‘스타 의존형’, ‘개인이익 추구형’, ‘영상·음악추구형’, ‘비판적 시청형’, ‘대사 중시형’, ‘캐릭터 중시형’, ‘정서 공감형’의 7가지 유형을 발견하였다. 본 연구는 중국인들의 한류 드라마 수용 유형을 바탕으로 향후 한류 TV 드라마 제작 시 반영할 사항을 제안하였으며, 차후 한류드라마 수용자 유형에 관한 모델을 수립하는데 도움을 줄 수 있다는 점에서 의의가 있다고 하겠다.

[ 주제어 ] 한류, 중국, TV 드라마, Q-방법론

## I. 서론

한류드라마의 세계적 물결은 해를 거듭할수록 거세지고 있다. 21세기에 들어오면서 시작된 한류 드라마에 대한 높은 인기는 그 규모와 범위가 확대 되고 있다. 한류 드라마에 대한 관심은 1997년 중국에 수출된 <사랑이 뭐길래>가 CCTV로 방영되어 중국 국민들로부터 폭발적인 인기를 끌면서 시작되었다 (조선일보 2004.03.07).

한류 드라마에 대한 높은 관심으로 인해 지역적으로 시장이 증가하는 것은 물론이고 드라마의 장르도 트렌디 드라마와 홈드라마 일색이던 것이 사극으로까지 다양해지면서 목표 연령층도 한층 넓어지고 있다. 지난 2004년 <겨울연가>가 일본열도를 들끓게 했다면 2005년에는 <대장금>이 중국의 시청자들을 사로잡았다. 특히 이 두 드라마는 중앙아시아와 중동 유럽지역에 까지 수출됨으로써 한류의 세계화에 큰 힘이 되었다 (동아일보 2006.03.14 ; 전자신문 2011.01.12).

문화상품인 TV드라마는 그 시대의 문화상을 반영하면서 문화에 대한 정보를 전달하고 이미지를 형상화 하는데 기여하고 있다 (유세경·고민경, 2006). 또한 TV 드라마는 반복편성이 쉽다는 강점을 활용하여 지상파, 케이블, 위성방송, 인터넷 방송 등 다양한 매체에서 경쟁적으로 편성되어지며 그 요구가 급증하고 있다 (유세경·김명소의 2004).

이와 같은 드라마의 특성에 기인하여 한류의 열풍을 주도하는데 있어서 TV 드라마의 역할이 매우 컸다고 할 수 있다.

본 연구에서는 한류 드라마에 대한 중국인들의 인식을 보다 심층적으로 분석하기 위해 Q-방법론을 적용하였다. Q-방법론을 사용한 이유는 주관성 구조에 따른 한류 드라마 수용자의 유형에 대한 이해와 설명이 가능하기 때문이다. Q-방법론은 윌리엄 스티븐슨 (William Stephenson)에 의해 창안된 것으로 인간의 주관적 영역, 예를 들어 태도, 신념, 확신, 가치 등을 객관적으로 연구하기 위해서 철학적, 심리학적, 통계적 그리고 심리측정과 관련된 개념을 통합한 방법으로 인간의 주관성을 분석할 수 있는 통계기법이다 (김홍규 1990). 기존의 연구들은 한류 현상을 연구하는데 있어 경제적 분석 등 객관적인 측정치를 이용한 연구만을 보여줬을 뿐 실제 수용자의 인식을 살펴 보지 않았다. 따라서 본 연구에서는 Q-방법을 적용함으로써 한류 드라마에 대해 중국인들의 인식을 유형화하고 각 유형의 특성에 따른 의미를 분석하고자한다.

## II. 문헌 고찰 및 연구 문제

### 1. 선행 문헌 고찰

본격적인 한류 시대에 접어들면서 한류에 관한 많은 연구들이 나타나게 되었다. 한류 열풍을 산업론적인 관점에서 바라 본 연구는 한류를 어떻게 활용할 것인가에 중점을 두어 경제적인 부분을 크게 부각시켰다. 이들은 한류와 관광을 접목하여 한국의 관광산업에 미치는 한류의 영향을 분석하였으며 (박대한 2004), 한류를 문화 상품으로 분류하여 한류라는 브랜드의 자산을 측정하기도 하였다 (한은경·박승배 2005). 또한 한류 드라마를 통해 본 스타들의 패션이 한류 시장에 미치는 영향을 조사하면서 패션산업계에 한류가 미치는 영향을 분석하기도 하였다 (김재은·박길수 2004).

앞에 언급한 바와 같이 한류를 연구한 많은 연구들이 정치, 경제, 사회문화, 경영, 패션 등 각 분야와 한류를 접목하여 연구하였으며, 그 중에서도 특히 한류에 큰 영향력을 미치는 문화상품으로서 드라마의 효과에 주목하였다. 예를 들어 최양호(2002)는 해외 방송 프로그램에 대한 수용자들의 이용과 충족에 관한 조사에서 해외 프로그램의 선택 이유를 출연자의 익숙함, 문화적 동질감 등으로 구분하였는데, 한류 드라마의 성공 원인을 분석한 대다수의 연구 역시 그 원인으로 공감대를 형성 할 수 있는 문화적 유사성, 한국 드라마의 내용상 구성상 특징, 일본이나 서구에 비하여 익숙한 문화적 공감대, 한류 스타를 내세운 경쟁 우위 등을 꼽았다 (김태만 2004).

허진(2001)은 자신의 연구에서 한국 TV 드라마의 성공요인으로 다음의 세 가지 이유를 꼽았다. 첫째, 한국과 중국의 문화적 유사성. 둘째, 현대적인 볼거리 제공. 셋째, 한국문화의 수용. 즉, 한국드라마는 중국의 문화와 여러 가지 면에서 공통점이 있어서 드라마의 내용이 어렵지 않아 한국드라마의 수용이 빠르게 이루어졌다고 할 수 있다.

한류의 성공 이유로 유세경과 고민경(2006)은 한국 TV 드라마의 시청행위와 한국과 한류에 대한 태도 관계 연구에서 한류 드라마의 성공요인으로 스타 배우들의 출연, 다양한 형식과 장르의 다양함 등 좋은 구성방식이 있고, 드라마의 내용이 다양하고 좋으며, 주제나 가치 등이 뚜렷하다고 하였다

한류 문화의 성장 원인은 문화적 동질성에서도 찾아볼 수 있다. 한류를 문화의 접근성의 개념으로 살펴보면, 새로운 문화의 발전은 문화적인 적합성과 대중성, 친숙성 등이 있어야 한다(Kottak 1990). 스트라우바(Straubhaar 1991)의 연구에서 남미 국가의 시청자들은 미국의 프로그램 보다 자국의 문화와 비슷한 인접지역 프로그램의 선호도가 더욱 높은 것으로 나타났다. 그리고 같은 조건이라면 수입국가의 시청자들은 언어가 같고, 사회적 공감대가 형성이 되고, 문화적 장벽에서 자유로운 프로그램의 선호도가 높았다(Pool 1977).

이처럼 기존의 연구에서 나타나듯 문화의 유사성, 언어의 동질성, 지리의 근접성, 역사의 유사성, 종교 등 문화의 근접 요인이 문화 콘텐츠 수용에 중요한 요소임을 알 수 있다. 예를 들어, 최양호(2003)는 한국 시청자들의 중국 드라마 시청요인이 문화적 동질감에서 나타난다고 하였으며, 이와부치(Iwabuchi 2000)는 대만 시청자들이 일본 프로그램의 선호도가 높은 것은 일본 프로그램에서 나타나는 문화적 특성이 대만 수용자들의 현실과 비슷하고 인간관계 또한 비슷하기 때문이라고 설명한다. 이 밖에도 한국, 중국, 홍콩, 대만의 드라마의 형식과 내용의 유사성을 중심으로 문화의 근접성을 살펴본 결과 공통적으로 유교적 문화에 기초한 인간관계를 통해 빠르게 근대화를 이룬 사회적 현상을 나타낸다고 하였다(유세경·이경숙 2001).

한국 TV드라마에 의해 촉발된 한류 현상은 비록 국내에서 제작된 문화상품이라도 질적으로 일정한 수준을 갖추고 있다면 문화적 근접성이 높은 외국에서 일정한 경쟁력을 발휘할 수 있음을 시사한다. 해외 문화 콘텐츠인 영상물의 수용에 대하여 김현미(2002)는 해외 영상 제작물의 수용으로 인하여 해당 문화 국가에 대한 팬덤 현상이 발생

된다고 하였다. 이러한 해외 영상물의 수용자 연구를 통하여 각 사회 문화 수용자들의 다양한 수용행위를 살펴볼 수 있다. 수용자들은 해외 프로그램의 선택 시 문화적 유사성이 깊은 프로그램을 선택하였고, 그 밖에도 프로그램의 완성도, 프로그램의 정서적 유대감, 정치적, 사회적으로 유사성이 있는 문화 콘텐츠를 수용하였다. 이상의 연구를 종합해 볼 때 한류 TV 드라마가 가진 문화적 유사성, 동양적 정서와 동양적 사고, 한류스타의 출연으로 인한 친근감 등이 중요한 성공 요인으로 작용하였다고 유추해 볼 수 있다.

## 2. 연구 문제

드라마와 가요 중심으로 발전하게 된 ‘한류’는 대한민국을 본격적인 문화 수출국으로서 자리매김하게 하였다. 그런 가운데 한류의 최대 수용지 중 하나가 중국이며 새로운 문화의 수용을 갈구하는 것으로 나타났다(이은숙 2002). 이러한 시점에서 중국 내 한류현상을 분석하는 것은 매우 긴요할 것이다. 다양한 한류 드라마 수용자들의 주관적 인식을 파악하여 이해하는 작업이야 말로 향후 중국 TV드라마 시장에 지속적인 진출과 성장을 위해 필수적이라 생각한다. 이를 위해 다음과 같이 연구문제를 설정 하였다.

연구문제: 중국 내 한류 드라마 수용자의 주관적 인식 구조는 어떠한가, 그에 따른 한국 드라마의 지속적 성장을 도모하기 위한 방안은 무엇인가?

## III. 연구방법

### 1. Q-표본

본 연구를 위한 Q-표본은 한류드라마에 대한 중국인의 의식 및 수

용에 관여 구성된 질문으로 이루어졌다. 본 연구는 중국 내 거주하는 중국인들이 가지고 있는 한류드라마의 전반적인 특징, 그리고 의견이나 가치관 등을 종합적으로 얻기 위하여 신문 및 잡지 기사 등을 통한 관련문헌 조사와 국내 거주 중국인 총 20 명을 대상으로 심층면접을 실시하였다. 그 결과 200여 개의 Q-모집단을 추출하였다.

<표 1> Q-표본으로 선정된 진술문 내용

진술문 내용
1. 한국인의 가치관이 잘 반영되어 있다.
2. 출연 배우가 멋있다.
3. 출연 배우들의 패션 감각이 좋다.
4. 유명한 연예인이 많이 나온다.
5. 사랑 이야기를 주로 다룬다.
6. 드라마에 등장한 장소나 배경이 멋지다.
7. 대사에 유행어가 많이 나온다.
8. 재미있는 대사나 행동이 많다.
9. 드라마의 길이가 적절하다.
10. 드라마의 내용이 비슷하다.
11. 내용이 시간에 따라서 변하는 경향이 있다.
12. 드라마의 내용이 황당하다.
13. 출연 배우의 연기가 뛰어나다.
14. 코믹한 인물이 꼭 있다.
15. 애정관계가 복잡하다.
16. 드라마의 OST가 좋다.
17. 가수에서 배우로 전향한 인물이 많다.
18. 식사하는 장면이 많다.
19. 사극은 과장된 부분이 많다.
20. 역사 왜곡이 나타난다.
21. 주인공이 성공하는 이야기가 많다.
22. 한국어 능력에 도움이 된다.
23. 해피엔딩이 많다.

24. 의학, 형사물과 같은 전문적인 장르는 잘 못 만든다.
25. 대사가 비슷하다.
26. 삼각관계가 흔하다.
27. 비인기 드라마는 접하기 어렵다.
28. 교훈이 부족하다.
29. 조연들이 눈에 띄지 않는다.
30. 시간 보내기 좋다.
31. 가족 중심적이다.
32. 스타에게 너무 많이 의존한다.
33. 내용 전개가 빠르다.
34. 폭력적인 드라마가 많다.
35. 화면구성이 세련되었다.
36. 드라마 장르가 매우 다양하다.
37. 역사적인 내용이 많아 이해가 힘들다.
38. 한국에 대해 좋은 이미지를 심어준다.
39. 간접 광고가 많다.
40. 해외에서 촬영한 장면이 많다.

이렇게 추출한 200여개의 Q-모집단에 포함된 진술문 중 주제에 관한 대표성이 가장 크다고 생각되는 진술문을 임의 선택하여 최종적으로 40개의 진술문을 사용하였다. 여기서 선택된 40개의 진술문은 전체적인 의견을 모두 포함하도록 하였고, 국내에서 신문방송학을 전공하는 중국인 대학원생 2명의 도움으로 각 진술문을 균형적으로 긍정, 부정, 중립의 성향을 가지도록 번역하여 사용하였다.

## 2. P-표본

본 연구에서는 성별, 연령, 직업 등을 고려하여 40명의 P-표본을 선정하였다. P-표본의 대상은 10대에서 40대 까지 중국 충칭(Chongqing)에 거주하고 있는 중국인들 대상으로 일주일에 1회 이상

중국내 방영되는 한류드라마를 시청한 경험이 있는 사람들 대상으로 조사하였다. 조사는 2010년 2월 1일부터 15일까지 약 보름동안 이루어졌다. 중국 방송시장의 사전조사 결과 50대에서 60대 이상 노년층은 한류 드라마를 포함한 외국 드라마를 자주 접하지 않는다는 결과에 따라 50대 이상의 중국인은 제외하였다. 또한 국내 거주 중국인들을 대상에서 제외하고 철저히 중국 현지인을 대상으로 조사하였다.

그 이유는 국내 거주 중국인들은 한국의 모든 드라마를 손쉽게 접할 수 있으며 한국문화에 익숙해짐을 배재할 수 없어 본 연구에서 제외하였으며, 이는 중국내 방영된 한류 드라마에 대한 조사가 불분명하게 나타날 수 있기 때문이다. P-표본에 참여한 중국인의 구성은 표 2와 같다.

<표 2> P-표본의 구성표

	구분	빈도 (명)	백분율 (%)
성별	남	17	42.5
	여	23	57.5
연령대	10-19	10	25
	20-29	10	25
	30-39	10	25
	40-49	10	25
학력	중졸	2	5
	고졸	14	35
	대졸	23	57.5
	석사이상	1	2.5
직업	학생	15	37.5
	공무원 (교사포함)	11	27.5
	회사원	10	25
	주부	4	10
	총계	40	100

### 3. Q-분류

본 연구에서 Q-분류의 절차는 Q-표본으로 선정된 각각의 진술문이 적힌 카드를 응답자가 읽은 후 각각 카드에 대하여 긍정(+), 부정(-), 중립(0)의 세 가지 유형으로 먼저 분류하게 한 다음 각각의 유형에서 가장 긍정적인 카드(+4)를 순서대로 배열하는 방식을 사용하였다. 마찬가지로 부정(-) 유형에서 가장 부정적인 카드(-4)의 나열과, 중립(0) 유형에서 가장 중립적인 카드를 나열하는 방식으로 Q-분류를 진행하였다. 이렇게 나열된 카드는 가장 높은 점수 순서대로 Q표본의 분포도의 가장자리에 위치하게 하여, 중립부분에서 마무리되게 하였다. 각각에 얻어진 가장 높은 점수의 진술문에 대해서는 응답자와의 인터뷰를 통하여 코멘트를 정리하였다.

### 4. 자료의 처리

중국내 한류 드라마에 대한 중국인들의 주관성을 분석하기 위하여 P-표본으로 선정된 40명에 대한 조사가 완료된 후 조사된 자료를 점수화 하기 위하여 Q표본의 분포도에서 가장 반대 부분인 (-4)를 1점으로 하여 순서대로 (-3) 2점, (-2) 3점, (-1) 4점, (0) 5점, (+1) 6점, (+2) 7점, (+3) 8점으로 부여하였으며 가장 찬성하는 (+4)는 9점을 부여하였다. 상기 기준으로 자료의 점수화가 이루어 졌다. 부여된 점수를 진술문으로 번호순으로 코딩하였고, 이러한 자료를 QUANL 프로그램으로 처리하였다.

## IV. 연구결과

### 1. Q-유형의 형성

한류 드라마를 시청하는 중국인 수용자들이 한류 드라마에 관해 가지고 있는 주관성의 유형을 살펴보기 위해 Q-요인분석을 한 결과 전체 연구 대상자 40명을 대상으로 임의 지정한 4가지 요인 이외에 3가지 요인이 더 생성 되어 모두 7개의 유형이 나타났다. 먼저 제1요인의 약 35.10% (12명중 4명)가 반대극에 적재되어 있어 이것을 하나의 요인으로 독립시켜 제5요인으로 추출하였다.

이와 같은 방법으로 제3요인의 약 41.34% (7명중 2명)가 반대극에 적재되어 있어 이것을 하나의 요인으로 독립시켜 제6요인으로 추출하였다. 제4요인의 38.86% (12명중 5명)가 반대극에 적재되어 있어 이것을 하나의 요인으로 독립시켜 제7요인으로 추출하였다. 제1유형에 속한 사람은 8명, 제2유형은 9명, 제3유형은 5명, 제4유형은 7명, 제5유형 4명, 제6유형은 2명, 제7유형은 5명으로 분류되어 나타났다.

<표 3> 유형간의 상관관계

	제1 유형	제2 유형	제3 유형	제4 유형	제5 유형	제6 유형	제7 유형
제1유형	1.00	.09	-.02	.29	-.73	.30	.37
제2유형		1.00	-.01	.45	.05	.25	.34
제3유형			1.00	.05	-.37	-.67	.07
제4유형				1.00	-.18	.17	-.05
제5유형					1.00	.24	-.27
제6유형						1.00	.12
제7유형							1.00

위의 표 3은 각 유형간의 상관 계수를 나타내는 것이며, 이는 각 유형간의 유사성 정도를 보여주는 것이다. 표 4는 각 유형에 속한 사람들의 인구사회학적 특성과 인자가중치 (factor weight)를 제시한 것이다.

<표 4> P-표본의 인구사회학적 특성 및 인자가중치

유형	ID	인자가중치	연령	성별	직업
Type I	10	.18	30대	남	교사
	17	.38	40대	여	회사원
	29	.41	40대	남	회사원
	30	.54	40대	여	주부
	33	.55	10대	남	학생
	34	2.10	10대	남	학생
	38	2.06	10대	여	학생
	40	1.30	10대	여	학생
Type II	4	.48	30대	남	교사
	9	.28	20대	여	학생
	13	.51	30대	남	회사원
	16	.31	20대	여	교사
	18	.32	20대	여	학생
	19	.37	20대	여	교사
	26	.40	40대	여	주부
	28	.33	40대	남	회사원
Type III	32	.54	10대	남	학생
	1	.71	20대	여	학생
	2	.41	20대	남	회사원
	20	.49	30대	남	회사원
	35	1.19	10대	남	학생
Type IV	39	1.17	10대	여	학생
	5	.69	20대	남	학생
	6	.40	20대	여	교사
	8	.78	20대	여	회사원
	12	.25	30대	여	교사
	14	.32	30대	여	교사
	15	.70	40대	여	주부
Type V	22	.41	40대	남	회사원
	11	.16	20대	남	학생
	24	.28	40대	여	주부
	31	.37	10대	남	학생
Type VI	36	1.58	10대	남	학생
	21	.17	30대	여	회사원
Type VII	37	1.01	10대	여	학생
	3	.60	30대	남	교사

7	.39	30대	여	교사
23	.38	40대	여	교사
25	.26	40대	여	교사
27	.29	30대	여	회사원

## 2. 유형별 분석

### 1) 제 1유형: 스타 의존형

제 1유형에 속한 사람들이 가장 높은 동의를 보인 항목은 ‘출연 배우가 멋있다’(z= 1.64)였고 그 뒤를 이어 ‘출연 배우의 연기가 뛰어나다’(z= 1.61)로 나타났다. 그 다음으로 ‘스타에게 너무 의존한다’(z= 1.57), ‘출연 배우들의 패션 감각이 좋다’(z= 1.43), ‘조연들이 눈에 띄지 않는다’(z= 1.37) 순으로 나타났다.

제 1유형이 다른 유형에 비해 높게 동의한 진술문은 ‘조연들이 눈에 띄지 않는다.’(z=1.37)로 높게 나타났으며 다른 유형에서는 -.71로 낮게 나타났다(차이 2.08). ‘출연 배우의 연기가 뛰어나다.’(z=1.61)에 관하여 유형 1은 높은 동의를 가져왔으며 다른 유형에서는 .16로 중립에 가까운 동의가 나타났다. ‘스타에게 너무 의존한다.’(z=1.57)가 유형 1에서는 동의를 이끌어낸 반면 다른 유형(.12)에서는 중립에 가까운 결과가 나왔다(차이 1.45).

제 1유형의 한 대상자는 출연배우들의 개성이 각각 뚜렷하게 존재하고 유기적으로 돌아가는 것 같지만, 한 두 명의 스타에게 의존하여 드라마를 이끌어 나가는 것 같다고 응답하였다. 하지만 스타는 말 그대로 스타로서, 한국 드라마에 나오는 스타의 모습이 너무 멋지기 때문에 한국 드라마를 시청한다고 하였다.

위의 결과를 토대로 제 1유형에 해당하는 한류 TV 드라마 수용자의 특성을 정리하면 다음과 같다. 제 1유형은 한류 드라마를 시청하면서 드라마에 출연하는 스타에 대한 사랑이 표면적으로 나타난 유

형이라 할 수 있다. 진술문에 제시된 스타에 관한 내용은 모두 긍정적으로 선별하였으며, 반대로 그 드라마에 대한 스토리나 외적 요소에는 크게 개의치 않는 것으로 나타났다. 부정적 동의문을 살펴보면 드라마의 구성에 관한 문항이 주를 이루고 있다.

<표 5> 제 1유형에서 표준점수  $\pm 1.00$  이상을 보인 진술문

	Q-진술문	표준점수
2	출연 배우가 멋있다	1.64
13	출연 배우의 연기가 뛰어나다	1.61
32	스타에게 너무 의존한다	1.57
3	출연 배우들의 패션 감각이 좋다	1.34
29	조연들이 눈에 띄지 않는다	1.37
21	주인공이 성공하는 이야기가 많다	1.32
4	유명한 연예인이 나온다	1.26
1	한국인의 가치관이 잘 반영되어 있다	1.10
17	가수에서 배우로 전향한 인물이 많다	1.09
8	재미있는 대사나 행동이 많다	-1.04
19	사극은 과장된 부분이 많다	-1.06
10	드라마의 내용이 비슷하다	-1.08
18	식사하는 장면이 많다	-1.09
7	대사에 유행어가 많이 나온다	-1.10
23	해피엔딩이 많다	-1.13
34	폭력적인 드라마가 많다	-1.32
36	드라마 장르가 매우 다양하다	-1.38
25	대사가 비슷하다	-1.52

제 1유형의 사람들은 출연자에 따라서 작품을 선정하는 경향이 있다. 그들이 가장 즐겨본 한류 드라마를 살펴보면 가을연가, 아이리스, 대장금 등 대형 한류스타를 만들어낸 드라마가 대다수를 차지하였으며, 또한 그 드라마의 선택이유를 묻는 질문에 스타를 보기 위해서라는 응답이 다른 진술문에 비해 빈도수가 잦았다. 이처럼 제 1유형은 한류드라마의 주된 시청 원인이 출연자의 스타성에 맞춰져 있으며, 스타가 나오는 한류드라마를 시청함으로써 개인의 자기만족 욕구를

충족시키고 있다. 따라서 제 1유형을 ‘스타 의존형’이라고 명명하였다.

## 2) 제 2유형: 개인 이익 추구형

제 2유형에 속한 사람들이 가장 높은 동의를 보인 항목은 ‘사랑이 이야기를 많이 다룬다’(z= 1.90)였고 그 뒤를 이어 ‘의학, 형사같은 전문장르는 약하다’(z= 1.45)로 나타났다. 그 다음으로 ‘대사가 비슷하다’(z= 1.32), ‘한국어 능력에 도움이 된다’(z= 1.16), ‘식사하는 장면이 많다’(z= 1.04)의 순으로 나타났다.

제 2유형이 다른 유형에 비해 높게 동의한 진술문은 ‘한국어 능력에 도움이 된다.’(z=1.16)로 높게 나타났으며 다른 유형에서는 -.115로 낮게 나타났다(차이 1.32). 뒤를 이어 ‘의학, 형사같은 전문장르는 약하다.’(z=1.45)로 나타났으며 다른 유형은 .13로 1.32의 차이를 나타내었다. ‘사랑이야기를 주로 다룬다.’ (z=1.9)에 관하여 유형 2은 높은 동의를 가져왔으며 다른 유형에서는 .67로 나타났다(차이 1.23).

제 2유형의 한 응답자는 한류드라마는 가볍게 보기 좋으며, 잘생기고 아름다운 연기자들을 보는 것이 좋다고 응답하였다. 하지만 대장금과 같은 대작의 경우 호흡이 상당히 느리며, 또한 일부 미니시리즈도 시청률 의식에서인지 괜히 분량을 늘리는 느낌을 받는다고 응답하였다. 제 2유형이 선택한 진술문은 ‘한국어 능력에 도움이 된다’, ‘시간보내기에 좋다.’ ‘사랑 이야기를 다룬다’, ‘의학, 형사물은 약하다’ 등이며 다른 유형과의 차이가 있는 진술문 또한 이와 유사하다.

게다가 ‘폭력적 드라마가 많다’ ‘드라마 장르가 매우 다양하다’ ‘내용 전개가 빠르다’ 등을 부정적 진술문으로 꼽아 현재 한국의 트렌디 드라마의 특성을 그대로 표현한 결과가 나왔다. 실제 조사에서 제 2유형의 응답자들이 가장 재미있게 시청한 한류 드라마는 궁, 아이리스, 꽃보다 남자 등 다른 유형 보다 트렌디 드라마의 비중이 높았다.

이러한 유형의 특징은 전체적으로 자신이 원하는 목적에 드라마가 사용된다는 점이다. 앞서 언급한 트렌디 드라마는 이해하기 쉬운 스

토리를 가졌으며 사극처럼 고어(古語)를 사용하지 않아 한국어를 공부하는데 많은 영향을 주며, 가볍게 볼 수 있는 주제가 많다. 실제로 심층 인터뷰를 살펴보면 폭력적이지 않고 가볍게 시청할 수 있으며 한국어 공부를 하는데 도움을 받는다고 응답하였다. 이러한 이유에 대해서도 따라서 제 2유형을 ‘개인 이익 추구형’이라고 명명하였다.

<표 6> 제 2유형에서 표준점수  $\pm 1.00$  이상을 보인 진술문

	Q-진술문	표준점수
5	사랑이야기를 주로 다룬다	1.90
24	의학, 형사 같은 전문장르는 약하다	1.45
14	코믹한 인물이 꼭 있다	1.35
25	대사가 비슷하다	1.32
2	출연 배우가 멋있다	1.21
22	한국어 능력에 도움이 된다	1.16
18	식사하는 장면이 많다	1.04
28	교훈이 부족하다	-1.03
39	간접 광고가 많다	-1.10
40	해외에서 촬영한 장면이 많다	-1.13
36	드라마 장르가 매우 다양하다	-1.19
29	조연들이 눈에 띄지 않는다	-1.97
33	내용 전개가 빠르다	-2.08
34	폭력적인 드라마가 많다	-2.20

### 3) 제 3유형: 영상·음악 추구형

제 3유형에 속한 사람들이 가장 높은 동의를 보인 항목은 ‘드라마 OST가 좋다’(z= 1.90)였고 ‘해외에서 촬영한 장면이 많다’(z= 1.25), ‘드라마에 등장한 장소나 배경이 멋있다’(z= 1.00)의 순으로 나타났다. 제 3유형이 다른 유형에 비해 높게 동의한 진술문 역시 ‘드라마 OST가 좋다.’(z=1.9)로 나타났으며 다른 유형은 -.20로 2.10의 차이를 나타내었다. ‘해외에서 촬영한 장면이 많다.’ (z=1.25)에 관하여 유형 3은 높은 동의를 가져왔으며 다른 유형에서는 -.65로 나타났다(차이 1.90). 제 3유형의 한 응답자는 중국의 기술 또한 나날이 발전하지만

한국의 촬영 기술이 매우 훌륭하여 화면의 구성이 매우 세련되었다고 대답하였다. 특히 드라마 상에 나오는 관광명소 때문에 더더욱 좋은 인상이 남는다고 답변하였다.

<표 7> 제 3유형에서 표준점수  $\pm 1.00$  이상을 보인 진술문

	Q-진술문	표준점수
16	드라마 OST가 좋다	1.90
27	비인기 드라마는 접하기 힘들다	1.79
38	한국에 대해 좋은 이미지를 심어준다	1.74
9	드라마의 길이가 적절하다	1.49
40	해외에서 촬영한 장면이 많다	1.25
6	드라마에 등장한 장소나 배경이 멋있다	1.00
34	폭력적인 드라마가 많다	-1.18
36	드라마 장르가 매우 다양하다	-1.21
3	출연 배우들의 패션 감각이 좋다	-1.26
4	유명한 연예인이 나온다	-1.34
14	코믹한 인물이 꼭 있다	-1.35
21	주인공이 성공하는 이야기가 많다	-1.86
29	조연들이 눈에 띄지 않는다	-1.88

이처럼 제 3유형의 진술문에도 나타나듯 ‘한국에 대해 좋은 이미지를 심어준다’ ‘드라마에 등장한 장소나 배경이 멋있다’ ‘OST가 좋다’ 등 긍정적 진술문의 선택을 살펴보면 한국의 풍경과 한류 드라마의 음악적 효소에 대해 매우 긍정적인 이미지를 가지고 있음을 알 수 있다. 또한 부정적 진술문을 살펴보면 ‘폭력적인 드라마가 많다’ ‘조연들이 눈에 띄지 않는다’ 등 한류에 대해 부정적인 진술문을 부정적 동의 진술문으로 꼽아 결론적으로 한류에 대한 좋은 이미지를 가지고 있다는 반증이 된다. 이러한 유형의 시청자들은 한국의 좋은 배경과 영상 그리고 음향을 중요시하여 한류 드라마를 시청하게 되고, 또 다시 좋은 이미지의 상승을 불러오는 순환의 고리가 만들어 짐을 기대할 수 있다. 이에 따라 한류 드라마의 제 3유형을 ‘영상·음악 추구형’이라고 명명하였다.

#### 4) 제 4유형: 비판적 시청형

제 4유형에 속한 사람들이 가장 높은 동의를 보인 항목은 ‘삼각관계가 혼하다’(z= 2.09)였고 그 다음으로 ‘사랑이야기를 주로 다룬다’(z= 1.68), ‘출연 배우들의 패션 감각이 좋다’(z= 1.64), ‘드라마 내용이 비슷하다’(z= 1.42). 제 4유형이 다른 유형에 비해 높게 동의한 진술문은 ‘삼각관계가 혼하다.’(z=2.09)로 높게 나타났으며 다른 유형에서는 -.158로 낮게 나타났다(차이 2.25). 뒤를 이어 ‘드라마의 내용이 비슷하다.’(z=1.42)로 나타났으며 다른 유형은 -.22로 1.64의 차이를 나타내었다. 제 4유형의 한 대상자는 한국에서 인기리에 방영되었던 의사, 형사물과 같은 장르는 중국의 정서와는 맞지 않으며, 중국의 경우 사건의 해결과정보다 판결에 더욱 중점을 두고 있지만 한류드라마는 그렇지 않다고 답변하였다.

<표 8> 제 4유형에서 표준점수 ±1.00 이상을 보인 진술문

	Q-진술문	표준점수
26	삼각관계가 혼하다	2.09
2	출연 배우가 멋있다	2.05
5	사랑이야기를 주로 다룬다	1.68
3	출연 배우들의 패션 감각이 좋다	1.64
10	드라마의 내용이 비슷하다	1.42
6	드라마에 등장한 장소나 배경이 멋있다	1.15
22	한국어 능력에 도움이 된다	1.05
23	해피엔딩이 많다	-1.02
7	대사에 유행어가 많이 나온다	-1.03
33	내용 전개가 빠르다	-1.08
9	드라마의 길이가 적절하다	-1.11
17	가수에서 배우로 전향한 인물이 많다	-1.29
36	드라마 장르가 매우 다양하다	-1.59
34	폭력적인 드라마가 많다	-2.11

제 4유형의 진술문을 살펴보면 그 내용이 주로 삼각관계가 혼하다

(2.09), 사랑이야기를 주로 다룬다(1.68), 드라마의 내용이 비슷하다(1.42), 내용전개가 빠르다(-1.08) 드라마 장르가 매우 다양하다(-1.59) 등이다.

즉, 제 4유형의 특징을 살펴보면 응답자들이 한류 드라마를 선택함에 있어 비판적 접근이 이루어진다는 것을 알 수 있다. 심층인터뷰를 살펴보면 많은 드라마들이 정형화된 틀에서 크게 벗어나지 못하고 일관된 이미지와 캐릭터에 실증이 나는 순간이 있다고 하였다. 제 4유형의 응답자는 드라마를 시청함에 있어 비판적이며 주관적 성향이 강하다는 것을 알 수 있다.

#### 5) 제 5유형: 대사 중시형

제 5유형에 속한 사람들이 가장 높은 동의를 보인 항목은 ‘재미있는 대사나 행동이 많다’(z= 2.12)였고 그 뒤를 이어 ‘대사에 유행어가 많이 나온다’(z= 1.69)로 나타났다. 그 다음으로 ‘대사가 비슷하다’(z= 1.35)의 순으로 나타났다. 제 5유형이 다른 유형에 비해 높게 동의한 진술문은 ‘드라마 장르가 매우 다양하다.’(z=1.55)로 나타났으며 다른 유형은 -.86로 2.41의 차이를 나타내었다. ‘대사에 유행어가 많이 나온다.’ (z=1.69)에 관하여 유형 5은 높은 동의를 가져왔으며 다른 유형에서는 -.65로 나타났다(차이 2.33). 제 5유형의 한 대상자는 한류 TV드라마를 시청하면서 많은 장르의 드라마를 접했으며, 주인공들의 연기나 대사가 멋진 경우가 많다고 하였다. 예를 들어 가장 재미있게 본 드라마 ‘대장금’의 경우 각각의 인물들의 대사가 재치 있고 위트가 넘쳤다고 하였다. 하지만 사극임을 감안하더라도 인물들의 대사 내용이나 어투가 너무 비슷하여 식상하다는 느낌을 받을 때도 있다고 하였다.

<표 9> 제 5유형에서 표준점수  $\pm 1.00$  이상을 보인 진술문

	Q-진술문	표준점수
8	재미있는 대사나 행동이 많다	2.12
7	대사에 유행어가 많이 나온다	1.69
36	드라마 장르가 매우 다양하다	1.55
25	대사가 비슷하다	1.35
34	폭력적인 드라마가 많다	1.35
24	의학, 형사 같은 전문장르는 약하다	1.26
23	해피엔딩이 많다	1.24
26	삼각관계가 흔하다	1.24
38	한국에 대해 좋은 이미지를 심어준다	-1.15
6	드라마에 등장한 장소나 배경이 멋있다	-1.15
30	시간보내기에 좋다	-1.41
22	한국어 능력에 도움이 된다	-1.66
1	한국인의 가치관이 잘 반영되어 있다	-1.80
31	가족 중심적이다	-1.95

제 5유형은 10대부터 40대 까지 골고루 분포되어있고 그들이 선택한 드라마도 대장금, 아이리스 등 어느 한 장르에 집중되지 않고 여러 가지 다양한 장르에 속해있다. 위의 진술문에 대한 반응에서도 알 수 있듯 드라마의 선택기준이 그 드라마를 구성하는 대사에 편중되어 있음을 짐작 할 수 있다. 대사에 관한 진술문에는 거의 대부분 긍정적인 답변을 하였고, 부정적 답변으로는 드라마에서 보여 지는 화면 구성과 한국의 사회상에 관한 것이 주를 이루었다. 드라마의 대사는 중요시 하되 그 이외의 요소에는 가중치를 낮게 두어 제 5유형의 응답자는 대사를 중요시 한다고 볼 수 있다. 또한 심층인터뷰를 통해 알아본 결과 앞의 응답자의 경우 10대임에도 불구하고 가장 좋아하는 드라마로 ‘인어아가씨’를 꼽았다. 인어아가씨의 경우 출연자들의 인지도가 타 한류스타와 견주어볼 때 높지 않았으며, 10대가 쉽게 접근할 수 있는 드라마가 아니였음에도 불구하고 가장 좋아하게 된 이

유로 대사의 긴장감과 재미를 꼽았다.

#### 6) 제 6유형: 캐릭터 중시형

제 6유형에 속한 사람들이 가장 높은 동의를 보인 항목은 ‘유명한 연예인이 나온다’(z= 1.89)였고 그 뒤를 이어 ‘출연 배우들의 패션 감각이 좋다’(z= 1.79)로 나타났다. 그 다음으로 ‘스타에게 너무 의존한다’(z= 1.43)의 순으로 나타났다. 이와 반면에 제 6유형의 사람들이 가장 부정적인 반응을 보인 항목은 ‘한국의 가치관이 잘 반영되어 있다.’(z= -1.00)로 나타났다. 뒤를 이어 ‘간접광고가 많다’(z= -1.72), ‘화면구성이 세련되었다’(z= -1.79), ‘해외에서 촬영한 장면이 많다.’(z= -1.94)의 순서로 나타났다. 제 6유형이 다른 유형에 비해 높게 동의한 진술문은 ‘출연 배우들의 패션 감각이 좋다.’(z=1.79)로 나타났으며 다른 유형은 -.15로 1.64의 차이를 나타내었다. ‘유명한 연예인이 나온다.’(z=1.86)에 관하여 유형 6은 높은 동의를 가져왔으며 다른 유형에서는 -.23로 나타났다(차이 1.63).

위의 분석결과를 토대로 제 6유형에 해당하는 한류 TV 드라마 수용자의 특성을 정리하면 다음과 같다. 제 6유형의 경우 제 1유형과 많은 공통 요인을 가진다. 드라마에 나오는 인물에 관심을 가지는 것이다. 유형 1이 드라마에 출현하는 실제 모델을 중요시 한다면 제 6유형은 드라마에서 존재하는 캐릭터에 보다 더 치중한다. 출연배우들의 패션 감각이 좋다(1.79), 코믹한 인물이 꼭 있다(1.43), 출연 배우의 연기가 뛰어나다(1.36), 주인공이 성공하는 이야기가 많다(1.00) 등 드라마의 캐릭터에 따라 달라지는 진술문에 높은 가점을 줬다. 그러나 드라마의 배경(-1.22)이나 화면의 구성(-1.79), OST(-1.07)에는 부정적 진술을 함으로써 드라마를 구성하는 요소 중 극중 캐릭터에 더 많은 비중을 둘 수 있다. 즉 한류 스타 자체가 아닌 드라마에 의해서 만들어진 캐릭터에 관심을 가진다고 할 수 있다. 제6유형에 속하는 응답자들의 심층 인터뷰를 살펴보면 캐릭터의 패션 등을 높

게 판단하였고, 화면구성, 간접광고 등에 부정적 답변을 보인 것으로 보아, 앞선 해석과 마찬가지로 캐릭터에 대한 부분과 드라마의 구성에 관한 부분을 명확하게 구분 짓고 있다.

<표 10> 제 6유형에서 표준점수  $\pm 1.00$  이상을 보인 진술문

	Q-진술문	표준점수
4	유명한 연예인이 나온다	1.86
3	출연 배우들의 패션 감각이 좋다	1.79
32	스타에게 너무 의존한다	1.43
14	코믹한 인물이 꼭 있다	1.43
13	출연 배우의 연기가 뛰어나다	1.36
2	출연 배우가 멋있다	1.36
17	가수에서 배우로 전향한 인물이 많다	1.14
21	주인공이 성공하는 이야기가 많다	1.00
1	한국인의 가치관이 잘 반영되어 있다	-1.00
16	드라마 OST가 좋다	-1.07
6	드라마에 등장한 장소나 배경이 멋있다	-1.22
11	내용이 시간에 따라서 변하는 경향이 있다	-1.29
9	드라마의 길이가 적절하다	-1.43
39	간접 광고가 많다	-1.72
35	화면구성이 세련되었다	-1.79
40	해외에서 촬영한 장면이 많다	-1.94

#### 7) 제 7유형: 정서 공감형

제 7유형에 속한 사람들이 가장 높은 동의를 보인 항목은 ‘한국인의 가치관이 잘 반영되어 있다’(z=2.27)로 나타났다. 제 7유형이 다른 유형에 비해 높게 동의한 진술문은 ‘한국인의 가치관이 잘 반영되어 있다.’(z=2.27)로 높게 나타났으며 다른 유형에서는 -.13으로 낮게 나타났다(차이 2.40). 뒤를 이어 ‘식사하는 장면이 많다.’(z=1.09)로 나타났으며 다른 유형은 -.15로 1.24의 차이를 나타내었다.

위의 결과를 토대로 제 7유형에 해당하는 한류 TV 드라마 수용자

의 특성을 정리하면 이와 같은 유형의 수용자는 한국 문화와 중국 문화와 동질성에 큰 의미를 가지고 한류 드라마에 접근하여 TV프로그램 속에 담겨진 한국 문화에 더욱 관심을 가진다고 볼 수 있다. 한국인의 가치관이 잘 반영되어 있다(2.27), 가족 중심 적이다(.43) 등 제 7유형은 한국의 정서를 공감하는 유형이다. 이 유형의 사람들은 심층인터뷰에서 중국과 한국의 정서가 비슷하다고 생각한다고 밝혔으며, 이미 한국 문화에 대하여 익숙하고 사전지식이 있으므로 한류 드라마에 나타난 한국 문화에 대해서 더욱 자세히 볼 수 있다고 하였다.

<표 11> 제 7유형에서 표준점수  $\pm 1.00$  이상을 보인 진술문

	Q-진술문	표준점수
1	한국인의 가치관이 잘 반영되어 있다	2.27
16	드라마 OST가 좋다	1.62
4	유명한 연예인이 나온다	1.58
5	사랑이야기를 주로 다룬다	1.22
13	출연 배우의 연기가 뛰어나다	1.15
2	출연 배우가 멋있다	1.15
17	가수에서 배우로 전향한 인물이 많다	1.11
18	식사하는 장면이 많다	1.09
39	간접 광고가 많다	-1.02
3	출연 배우들의 패션 감각이 좋다	-1.03
26	삼각관계가 흔하다	-1.19
33	내용 전개가 빠르다	-1.23
11	내용이 시간에 따라서 변하는 경향이 있다	-1.26
29	조연들이 눈에 띄지 않는다	-1.29
28	교훈이 부족하다	-1.35
12	드라마의 내용이 황당하다	-1.43
10	드라마의 내용이 비슷하다	-1.51
9	드라마의 길이가 적절하다	-2.09

앞선 연구의 예에서 해외 시장의 문화 상품의 전파가 문화의 공감대 구축이 수반되어야 되기 때문에 제 7유형의 사람들은 선행 연구의 결과를 뒷받침하는 유형이 된다. 한국인의 가치관이 잘 반영되어

있고, 중국의 가치관과 비슷하다고 밝혔으며, 중국에서 흔히 볼 수 있는 가수에서 배우로 전향한 인물이 많다는 것 또한 동질감을 느꼈다고 한다. 그리고 사랑이야기와 식사하는 장면이 많다 등 중국의 문화와 한류 드라마에서 나오는 문화가 비슷하다고 생각되어 더욱 흥미를 느낀다고 하였다. 이와 같은 이유로 제 7유형을 ‘정서 공감형’으로 명명하였다.

## V. 결론 및 논의

다매체 다채널 시대에 개막으로 채널이 증가하고 방송시간이 늘어나면서 시청자들은 보다 많은 문화콘텐츠를 접할 기회가 넓어지고 있다. 이러한 현상은 비단 우리나라뿐만 아니라 전 세계적으로 진행되고 있으며, 각 국은 문화콘텐츠의 생산과 소비에 힘을 쏟고 있다. 특히 중국을 위시하여 아시아 전역에 대한민국의 문화콘텐츠의 붐이 일어나기 시작하였고 우리나라의 문화 콘텐츠는 거침없이 영역을 넓혀가며, 아시아인들의 문화적 아이콘으로 자리 잡았다. 이러한 인식하에서 이루어진 이번 연구는 한류드라마를 시청하는 중국인들의 한류 드라마에 대한 주관성 유형을 파악하고, 그 특징을 알아보는데 주안점을 두었다. 한류 TV 드라마 수용자들이 가지고 있는 주관성을 알아보기 위해 실시되었던 Q-요인분석 결과 일곱 가지 유형이 나타났다. 한류 TV 프로그램 제작 시 각 유형별 특징을 고려한다 향후 드라마 제작에 도움이 될 것으로 여겨진다.

제 1유형은 스타 의존형이다. 이 유형은 한류드라마를 수용하면서 다른 어떤 요소보다 드라마의 주인공이 누구인지에 따라서 드라마를 선택하는 유형이다. 제 1 유형의 한류 드라마 시청자를 위해서는 한류 스타의 적극적인 활용이 필요하다. 중국인들의 한류 TV 드라마 선택에 있어 중요한 요인은 한류 스타의 등장이다. 대체적으로 한류 스타가 등장하는 드라마의 시청률이 높게 나오며 성공한 한류 드

마의 경우 새로운 한류스타를 만들어냄을 직시하여야 한다.

제 2유형은 개인이익 추구형이다. 이 유형의 사람들에 따르면 쉽게 볼 수 있으며, 시간을 보내기에 좋고, 한국어 공부에 도움이 된다는 의견이 가장 많았다.

제 3유형은 영상·음악 추구형이다. 이 유형에 속한 사람들이 한국 드라마에 대한 긍정적 이미지를 구축하는데 가장 큰 영향을 미친 요소는 드라마에 등장하는 배경과 OST가 중심이다. 제 3 유형의 한류 드라마 시청자를 위해서는 한류에 대한 좋은 이미지를 이어갈 수 있는 영상 개발이 필수적이다. 한류 드라마의 성공에 힘입어 한국의 국가 이미지 또한 동반 상승했다는 사실은 이미 새로운 것이 없다. 향후 드라마 제작 시 중국인들이 한국에 대해 가지고 있는 좋은 이미지를 최대한 이끌어내는 것이 영상 및 음악 제작이 중요하다.

제 4유형은 비판적 시청형이다. 이 유형의 응답자는 많은 드라마들이 비슷한 스토리와 진부한 캐릭터 설정으로 점차 흥미를 잃어간다고 응답하였다. 제 4 유형의 한류 드라마 시청자를 위해서는 탄탄한 스토리의 드라마의 제작이 필요하다. 스타와 캐릭터 설정 모두 중요사안이지만 결정적으로 공감을 이끌어 내지 못하는 스토리는 사랑받지 못한다. 스타의 출연과 더불어 중국인들이 선호하는 스토리를 가진 드라마 제작에 힘을 써야 할 것이다.

제 5유형은 대사 중시형이다. 매우 흥미 있는 대사가 존재한다는 점에서 한류 드라마를 선택한다고 하였다. 이와 같은 유형의 한류 드라마 시청자를 위해서는 트히 트렌디 드라마에 대한 비중을 고려해야 할 것이다. 현재 한류 문화의 주체인 20~30대 중국인의 공략에 트렌디 드라마를 잘 활용해야 한다. 현 시대상을 잘 표현한 트렌디 드라마의 제작·방영은 중국 젊은이와 한국 젊은이의 문화적 동질감의 교감이 나타날 수 있는 부분이다.

제 6유형은 캐릭터 중시형이다. 이 유형은 출연자가 만들어내는 캐릭터에 더욱 주안을 준다는 것이다. 제 6유형의 한류 드라마 시청자를 위해서는 흡입력 있는 극중 캐릭터를 만드는 것이 중요하다. 시청

자가 스토리를 모르는 상황에서 또한 잘 알려진 스타가 나오지 않는 드라마를 선택하고 지속적으로 시청하게 되는 것은 전적으로 캐릭터의 힘에 달려있다. 예를 들어 인어아가씨의 장서희가 인지도가 없이 시작했지만 드라마의 방영이 계속 될수록 중국, 대만과 더불어 동남아시아 최고의 스타가 된 것은 캐릭터의 중요함을 시사 하는 것이다.

제 7유형은 정서 공감형이다. 이 유형은 기존의 유형과는 달리 한국 문화와 중국 문화와 동질성에 큰 의미를 가지고 한류 드라마에 접근하여 TV프로그램 속에 담겨진 한국 문화에 더욱 관심을 가진다고 볼 수 있다. 제 7 유형의 한류 드라마 시청자를 위해서는 정서적 공감대의 적극적인 활용이 필요하다. 역사적으로 중국과 한국의 문화는 공통점이 많다. 중국인들 또한 한국과 중국이 크게 다르지 않다고 여기기 때문에 우리나라의 입장에서는 큰 기회이다. 차후 드라마 제작에 있어 문화적 공감대를 크게 벗어나지 않는 방향으로 드라마의 제작에 힘써야 하겠다.

결론적으로 본 연구에서 살펴본 바와 같이 중국인들이 한류 드라마를 선택하는 이유는 한류 드라마가 중국인들이 이전에 느낄 수 없었던 새로움을 제시하였기 때문이다. 인물묘사 및 드라마의 정서 등 한국과 중국의 유사성이 큰 역할을 하였으며, 개성 있고 수려한 외모, 패션 감각, 뛰어난 영상 등이 한류 스타를 만들어냈고. 그것이 다시 더욱 더 넓고 빠르게 한류 드라마의 부흥을 가져왔다고 할 수 있다. 이와 같은 인식을 바탕으로 한류드라마 바람이 중국내에서 지속가능할 수 있도록 배우, 제작사, 방송사 및 정부 등 관련기관 모두가 노력해야 할 것이다.

본 연구는 하나의 시험적인 것에 불과하기 때문에 조사에서 파악된 결과는 제한점을 가질 수 있다. 보다 정확한 수용자의 유형을 밝히기 위해서는 앞으로 한류드라마가 중국 문화에 미치는 사회적, 문화적, 경제적 영향에 대한 심층적 조사가 필요하다고 하겠다. 기존 연구에서는 현지 중국인들을 대상으로한 한류드라마 수용자에 관한 연구가 없었다. 따라서 Q-분석을 실시함으로써 차후 한류드라마 수용

자 유형에 관한 모델을 수립하는데 필요한 선행연구 차원에서 본 연구의 의의가 있다고 하겠다.

## < 참고문헌 >

- 김재은·박길수, 2004, "한류 현상이 중국 신세대 패션에 미친 영향 분석", 『한국의류학회지』, 제28집 1호, pp. 154-164.
- 김태만, 2004, "한류의 정치학: 지역 문화공공만 구축을 위해", 『중국어문학』, 제44집, pp. 579-606.
- 김현미, 2002, "대만의 한류: 역사성과 지역화의 문제를 중심으로", 아시아의 문화연구와 문화산업 학술심포지움, 연세대 유럽문화정보센터.
- 김홍규, 1990, 『Q방법론의 이해와 적용』, 서울: 서강대 언론문화연구소.
- "글로벌 콘텐츠 한류-다양한 콘텐츠가 신한류 이어간다", 2011, 『전자신문』 (1월 12일).
- 박대한, 2004, "한류를 통한 중국인 관광객 유치전략", 『관광정보연구』, 제18집, pp. 129-148.
- 유세경·고민경, 2006, "한국 TV 드라마의 시청행위와 한국과 한류에 대한 태도 관계 연구", 『미디어, 젠더 & 문화』, 제6집, pp. 46-76.
- 유세경·김명소·이운진, 2004, "텔레비전 드라마 시청동기와 태도 연구", 『한국방송학보』, 제18집 1호, pp. 245-288.
- 유세경·이경숙, 2001, "동북아시아 3국의 텔레비전 드라마에 나타난 문화적 근접성: '별은 내 가슴에', '진정고백', '동변일출서변우' 비교분석", 『한국언론학보』, 제45집 3호, pp. 230-267.
- 이은숙, 2002, "중국에서의 한류열풍 고찰", 한국정신문화연구원 제1회 세계 한국학 대회 발표문.
- "제2한류, 아시아를 휩쓴다", 2004, 『조선일보』 (3월 7일).
- 최양호, 2002, "중국산 수입 TV 드라마의 이용과 충족에 관한 연구", 한국방송학회 세미나 및 보고서.
- 최양호, 2003, "중국 TV 프로그램에 대한 한국 젊은이들의 이용

- 동기에 관한 연구- '황제의 딸' 과 '노방유희'를 중심으로", 『한국방송학보』, 제17집 2호, pp. 359-384.
- "탄자니아에 '겨울연가' 뜨고 이집트에서는 '대장금' 돌풍", 2006, 『동아일보』, (3월 14일).
- 한은경·박승배, 2005, "한류 브랜드 자산에 관한 연구", 『광고연구』, 제68집, pp. 229-255.
- 허진, 2001, "한국방송프로그램에 대한 중국 시청자 반응", 한국방송학회 세미나 및 보고서.
- Iwabuchi, K., 2001, "Becoming Culturally Proximate: The Ascent of Japanese Idol Drama in Taiwan", B. Moeran ed., *Asian Media Productions*, Honolulu: University of Hawaii Press.
- Kottak, K, 1990, *Prime Time Society*, Belmont: Wadsworth.
- Pool, I., 1977, "The Changing Flow of Television", *Journal of Communication*, Vol. 27, No. 2, pp. 139-149.
- Straubhaar, J., 1991, "Beyond media imperialism: Asymmetrical interdependence and Cultural proximity", *Critical Studies in Mass Communication*, Vol. 8, pp. 39-59.

# A Study of the Subjectivity of Chinese Viewers' Hanryu Drama Adoption

Kim, Se-do  
(Konkuk University)  
Seo, Sang-ho  
(Konkuk University)

## Abstract

As the number of Korean television drama exported to many Asian countries has increased. Korean television drama has become one of the most popular television programs in these countries.

Korean drama is not only limited to a television program, but becomes a culture and trend there. This study examines the opinions of Chinese viewers on Korean drama in order to understand the viewing pattern of Hanryu drama audience. Using Q-methodology, seven types of Chinese viewers on Korean drama were found. Based on the characteristics of a Hanryu drama audience, the findings of this study suggested ways of continuously producing superior Hanryu drama.

**Keywords :** Hanryu, China, TV drama, Q-method