

## 중국 시청자의 한국 드라마 시청동기 연구: 드라마 <별에서 온 그대>를 중심으로

왕권\*, 서상호\*\*

### < 국문요약 >

본 연구는 한국 드라마에 대한 중국 시청자들의 시청동기와 중국에서 큰 성공을 거둔 드라마 <별에서 온 그대>에 대한 시청동기를 조사한다. 또한 드라마 <별에서 온 그대>에 대한 중국 시청자들의 시청동기와 한국 시청자들의 시청동기를 비교한다. 이를 통해 향후 중국 시장에 서의 한국 드라마 시청률 향상 방안에 대해 고찰하는 것을 목적으로 한다. 온라인 설문조사를 통해 수집된 자료를 바탕으로 한 분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 중국 시청자들의 한국 드라마 시청동기는 ‘드라마 구성에 대한 선호’, ‘감정이입 및 간접경험’, ‘사회교류’, ‘드라마 제작자에 대한 관심’, ‘여가 및 습관’의 다섯 가지 요인이다. 둘째, 중국 시청자들의 드라마 <별에서 온 그대>에 대한 시청동기는 ‘드라마 구성에 대한 선호’, ‘정보획득’, ‘여가 및 습관’, ‘화제성’, ‘드라마 제작자에 대한 관심’의 다섯 가지 요인으로 나타난다. 셋째, 한국 시청자들의 <별에서 온 그대>에 대한 시청동기는 ‘판타지적 경험’, ‘드라마 구성에 대한 선호’, ‘정보획득’, ‘드라마 제작자에 대한 관심’의 네 가지 요인으로 구성된다. 한국과 중국의 시청자들이 <별에서 온 그대>를 시청하는 공통적인 동기로는 ‘드라마 구성에 대한 선호’, ‘정보획득’ 과 ‘드라마 제작자에 대한 관심’으로 나타난다.

[주제어] 한국드라마, 중국시청자, 시청동기, <별에서 온 그대>

---

\*왕권(Email: isacyndi@hotmail.com), 주저자  
학위취득대학: 건국대학교  
\*\*서상호(Email: sangho@kku.ac.kr), 교신저자  
학위취득대학: 펜실베이니아주립대학교  
현직: 건국대학교 신문방송학과 교수

논문접수일: 2016년 09월 07일, 논문수정일 : 2016년 11월 14일, 게재확정일 : 2016년 11월 25일

# A Study on Chinese Viewers' Motivation for Watching Korean Dramas: Focused on the Drama *My Love from Another Star*

Wang, Jun, Seo, Sang-ho

## <Abstract>

This study examines Chinese viewers' motivations for watching Korean dramas. In particular, this study analyzes the differences in motivations of Chinese and Korean audiences for viewing the drama *My Love from Another Star*. This study performed a statistical analysis on data collected through an on-line survey of individuals watching Korean dramas that found five factors motivating Chinese viewers: first, a preference for the organization of the drama; second, arousal of empathy and indirect experience; third, social interchange; fourth, interest about the drama producer; and fifth, spare time and habit. For the drama *My Love from Another Star* in particular, the five factors for Chinese viewers were, in order, preference for the organization of the drama; acquisition of information; spare time and habit; the issues handled; and interest about the drama producer. For Korean viewers watching *My Love from Another Star*, the four leading factors were, in descending order, fantastic experience; the preference for the organization of the drama; acquisition of information; and interest about the drama producer. In other words, the common reasons that both Korean and Chinese viewers watch the drama *My Love from Another Star* was the preference for the organization of the drama and interest in the producer.

**[keywords]** *Korean drama, Chinese viewer, viewing motivation, <My Love from Another Star>*

## I. 서론

중국에서 한국 드라마의 성공은 드라마 <사랑이 뭐길래>가 중국 시청자들로부터 많은 사랑을 받으면서 시작되었다. 드라마 <사랑이 뭐길래>는 1997년 중국에서 외국 드라마 가운데 두 번째로 높은 시청률을 기록하였다(유세경·고민경 2006).

이후 드라마 <대장금> 등이 많은 인기를 얻으며 한국 드라마에 대한 관심을 이끌었으나 2006년 외국 드라마에 대한 수입제한 조치로 한국 드라마의 인기가 다소 주춤하면서 침체기에 접어들게 되었다(김주연·안경모 2012).

하지만 2013년 말에 SBS 드라마 <별에서 온 그대>가 중국에서 큰 인기를 얻게 되면서 다시 한국 드라마 붐을 이끌게 되었다. 드라마 <별에서 온 그대>는 한국에서 첫 회부터 15.6%의 시청률 기록하였고(파이낸셜뉴스 2013.12.19), 마지막 회 시청률은 무려 28.1%에 달하였다(이투데이 2014.02.28). 중국에서는 ‘아이치이’를 비롯한 중국 내 동영상 사이트를 통해 40억 뷰에 가까운 조회수를 기록할 만큼 큰 화제를 불러일으켰으며, 안휘 위성 텔레비전 방영에서는 평균 0.5% 내외의 시청률로 1위를 기록하였다(일간스포츠 2016.02.12).

중국에서의 드라마 <별에서 온 그대>의 성공은 다양한 산업에서 확산 효과를 불러일으켰다. 드라마의 등장인물들이 입었던 의상이나 사용했던 화장품, 액세서리, 심지어 치맥(치킨과 맥주) 등에 이르기까지 인기를 얻었다(헤럴드경제 2014.06.19).

<별에서 온 그대>는 한국과 중국의 양국에서 인기를 얻으며, 드라마가 시청에서 끝나는 것이 아니라 다양한 산업으로 영향

을 미친다는 것을 보여주었다. 이와 같은 배경에서 본 연구는 중국 시청자들의 한국 드라마 <별에서 온 그대>의 시청 동기가 무엇인지 알아보려고 하였다. 특히 <별에서 온 그대>에 대한 중국 시청자들의 시청동기와 한국 시청자들의 시청동기가 어떠한 차이를 보이는지를 비교해 보고 이를 바탕으로 향후 중국 시장에서의 한국 드라마 성공을 위해 드라마 제작 시 고려해야 할 요인에 대해 논의해 보고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 1. 텔레비전 드라마 시청동기에 관한 선행연구

텔레비전 드라마 시청동기 연구에서 꼭 필요한 이론적 배경으로는 이용과 충족(use & gratifications) 접근을 들 수 있다. 이용과 충족 접근은 매스커뮤니케이션에 있어 수용자 중심의 접근으로 이용자가 미디어를 심리적, 사회적 및 문화적 욕구 충족을 위해 적극적으로 추구하는 것으로 가정한다(Dimmick and Albarran 1994).

이용과 충족 접근이 매스커뮤니케이션 분야에 등장한 이후 많은 연구들이 이용자들의 욕구 충족을 위한 미디어 이용을 분석하고자 하였다(Rubin, 2009).

텔레비전 시청과 관련한 이용과 충족 접근의 연구 경향은 크게 세 가지 경향으로 구분되어질 수 있는데, 첫 번째 경향은 텔레비전 시청동기에 관한 연구이며(Greenberg 1974), 두 번째 경향은 텔레비전 시청 동기와 프로그램 유형간의 관계에 대한 연구이며(Rubin 1983), 세 번째 경향은 시청자들의

텔레비전 이용동기와 그 만족도간의 관계에 대한 연구로 볼 수 있다(Perse and Rubin 1988).

먼저 텔레비전 드라마 시청동기를 조사한 연구들(Brown, Lauricella, Douai, and Zaidi 2012; Compesi 1980; Jiang and Leung 2012; Kilborn 1992; Perse 1986; Rubin 1985)을 살펴보면, 루빈(Rubin 1985)의 연구에서는 이용과 충족접근의 틀을 이용하여 텔레비전 드라마 시청동기를 조사한 결과, 텔레비전 드라마 시청동기로 현실탐사, 회피, 오락동기, 사회적 상호작용동기 등이 제시되었다.

컴페시 (Compesi 1980)의 연구에서는 텔레비전 드라마의 시청동기로 오락, 습관, 휴식, 사회적 유용성, 일상으로부터의 탈피, 지루함으로부터의 탈출 등이 제시되었으며, 킬본(Kilborn 1992)의 연구에서는 텔레비전 드라마 (soap opera)의 시청동기로 오락, 사회와 개인간의 상호작용, 공동체의 감정 부여, 동일시의 기회, 현실도피 등이 제시되었다. 퍼스(Perse 1986)의 연구에서는 텔레비전 드라마 시청동기로 자극과 오락, 정보와 성적 흥미, 도피와 휴식, 시간보내기, 사회적 이용, 동반적 역할 등이 나타났다.

지양과 레웅(Jiang and Leung 2012)의 연구에서는 중국 인터넷 이용자들의 미국과 한국 텔레비전 드라마를 포함한 외국 텔레비전 드라마 시청 동기를 연구하였다. 연구결과에 따르면 중국 인터넷 이용자들이 외국 텔레비전 드라마 시청으로 추구되는 충족(gratification sought)은 오락, 사교, 학습, 탈출인 것으로 나타났으며, 이러한 동기에 라이프 스타일이 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 브라운·

로리셀라·도아이·자이디(Brown, Lauricella, Douai, and Zaidi 2012)는 이용과 충족 접근을 통해 범죄드라마 시청을 통한 충족에 영향을 미치는 요인을 조사하였다. 분석 결과에 따르면 성별, 연령, 범죄 드라마 시청빈도의 독립변인 가운데 범죄 드라마 시청 빈도가 전체 충족 및 호기심/정보 충족에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

텔레비전 드라마 시청동기 연구에서 더 나아가 일부 선행연구는 프로그램 유형에 따른 프로그램 시청동기와 프로그램 노출간의 상관관계에 대해 연구하였다. 구체적으로 오브리·올슨·파인·하우저·리아·케이·라·양(Aubrey, Olson, Fine, Hauser, Rhea, Kaylor, and Yang 2012)은 텔레비전 리얼리티 프로그램의 시청동기와 노출간의 상관관계에 대해 조사한 결과, 사회적 상호작용, 정보, 흥분과 같은 도구적인 (instrumental) 시청동기와 휴식, 시간보내기, 오락, 동료애와 같은 의례적인 (ritualized) 시청동기가 텔레비전 리얼리티 프로그램 노출과 정적인 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.

앞에서 살펴본 바와 같이 이용과 충족 접근을 바탕으로 텔레비전 시청자에 대한 시청동기 연구가 해외 학자를 중심으로 시작되었다. 그후 국내에서도 텔레비전 시청자들의 드라마 시청동기 요인 및 만족도와의 관련성 등에 관한 연구(박웅기·송진경 2009; 유세경·김명소·이운진 2004; 이병혜 2010)가 활발히 이루어졌다 .

박웅기와 송진경(2009)은 국내 대학생을 대상으로 텔레비전 드라마 시청의 시청동기와 시청만족도 그리고 동질성과 감정적 동일시 간의 상관관계를 조사하였다. 연구

결과에 따르면 국내 대학생들이 텔레비전 드라마를 시청하는 동기는 ‘정보/교양’, ‘동질감’, ‘도피’, ‘습관’, ‘타인과의 관계/대화’, ‘가족관계’, ‘외로움 해소’, ‘오락’ 요인으로 나타났으며, 동질성과 시청동기는 감정적 동일시에 유의미한 영향을 미치고, 다시 감정적 동일시는 시청만족도에 긍정적 영향을 미치는 것으로 나타났다.

유세경·김명소·이운진(2004)은 국내 수용자들의 텔레비전 드라마 시청동기와 태도를 조사하였는데, 연구결과 국내 수용자의 텔레비전 드라마 시청동기는 ‘신화적 문제해결’, ‘호기심/간접체험’, ‘가족/친구관계의 원활유’, 그리고 ‘유익함’의 네 가지 유형으로 나타났으며, 그 가운데서 가장 중요한 시청동기는 ‘신화적 문제해결’인 것으로 나타났다.

이병혜(2010)는 30대 이상 주부를 대상으로 텔레비전 드라마의 시청동기, 프로그램 형식과 내용에 대한 보편적 윤리판단, 프로그램 호감도 등의 관계를 살펴보았는데, 그 결과 정보추구/간접경험 동기가 보편적 윤리판단에 유의미한 정적 영향을 미치고, 정보추구/간접경험 및 오락/휴식 요인이 프로그램 호감도에 유의미한 영향을 미치는 것을 밝혀냈다.

위에서 언급한 국내 드라마에 대한 시청동기 요인을 조사한 선행연구와 달리 일부 선행연구들은 타 문화 및 타 국가 드라마 시청에 영향을 미치는 시청동기 요인을 조사하였다(김선남 2008; 유승관 2009; 이재신·노동환 2008; 임양준 2008; 최양호 2003).

김선남(2008)은 재한 중국인 유학생의 한국 TV드라마 시청동기와 만족도를 조사한 결과, ‘재미추구’, ‘시간보내기’, ‘자기확인’의 3가지 시청동기 요인을 발견하였으

며, 상대적으로 ‘재미추구’ 동기가 강한 중국인 유학생의 한국 TV 드라마에 대한 만족도가 높은 것으로 나타났다.

최양호(2003)는 국내에서 방영중인 중국 드라마에 대한 한국 대학생들의 시청동기를 조사하였는데, 연구결과에 따르면 등장인물에 대한 준사회적 상호작용, 드라마 내용의 친숙함 같은 문화적 동질감 등이 한국 시청자들이 중국 드라마를 시청하는 주요 요인으로 나타났다.

유승관(2009)은 한일 양국 시청자들의 상대국 드라마 시청동기를 조사하였는데, 연구 결과에 따르면 일본 시청자의 한국 드라마 시청 동기 요인은 ‘자기 동일시’, ‘오락성’, ‘정보획득’인 것으로 나타났으며, 한국 시청자의 일본 드라마 시청 동기 요인 역시 ‘자기 동일시’, ‘오락성’, ‘정보획득’인 것으로 나타나 한일 양국 시청자들이 상대국 드라마를 시청하는 동기에 있어 큰 차이가 없는 것으로 나타났다.

이재신과 노동환(2008)은 한국 대학생들의 미국 드라마 시청동기를 분석하여 시청동기가 미디어 선택과 소비에 영향을 미칠 수 있음을 보여주었다. 연구 결과에 따르면 한국 대학생들의 미국 드라마 시청 동기에 따라 인터넷을 통한 적극적 시청과 TV를 이용한 비적극적 시청으로 미디어 선택에 차이가 나타나는 것으로 나타났다.

임양준(2008) 역시 한국 대학생들의 미국 드라마 시청 동기 요인을 조사하여 한국 드라마와 비교·분석하였는데, 연구결과 한국드라마의 시청동기는 미국드라마 시청 동기 요인으로 나타난 ‘오락과 휴식’, ‘정보획득’, ‘환경/동반자’, ‘성적 흥미’의 요인에 ‘드라마 특성’과 ‘습관적 소일’ 요인이 추가 되는 것으로 나타났다.

이선희·정수영·장병희 (2013)는 타 기존 연구와는 달리 3D 영상에 대한 사회적 관심의 증가에 부합하여 텔레비전 드라마 시청동기가 3DTV 시청태도 및 의도에 미치는 영향에 대해 조사하였다. 분석 결과 6가지 시청동기 (재미, 간접경험, 사회적 관계, 유익성 및 완성도, 시간소비, 기대실패) 중 재미 동기가 3DTV 드라마 시청태도 및 의도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다.

## 2. 중국 시청자의 한국 드라마 수용 특성에 관한 선행연구

중국 시청자의 한국 드라마 수용 특성에 관한 선행연구(이무추·최용준 2016; 이문행 2011; 이장우·이강복 2007; 이희진 2014; 임형민·박주연 2011; 허진 2002)를 살펴보면 다음과 같다.

허진(2002)은 중국의 한류 현상과 한국 TV 드라마 수용에 관해 논의하기 위하여 드라마 <사랑이 뭐길래>와 <별은 내 가슴에>에 대한 시청률 분석과 중국 대학생 대상으로 심층면접을 실시하였다. 연구결과에 따르면 두 편의 한국 드라마가 인기를 얻게 된 이유로 드라마의 내용과 형식적 특성, 현대적이고 감각적인 가치, 그리고 문화적 근접성이 주요 요소로 작용했다는 것이다.

이장우와 이강복(2007)은 경영학적 관점에서 비교우위 이론을 적용하여 중국에서의 한국 드라마 성공요인을 정리하고, 경쟁우위를 지속적으로 유지하기 위한 정책적 대안을 제시하였다. 연구 결과에 따르면 한국 드라마의 성공요인은 현지 수용자들의 기호에 부합하는 제품의 우수성에 기초하는

데 이는 풍부한 작가 인력과 제작 인력의 우수성에 기인한다는 것이다.

이문행(2011)은 인터넷 게시판을 통한 시청의견을 바탕으로 중국 시청자들이 선호하는 한국 드라마의 특성을 조사하였다. 연구결과에 따르면 중국시청자들의 한국 미니시리즈와 코믹장르에 대한 선호도가 높으며, 인터넷 다운로드 시청으로 최신 한국 드라마를 선호하는 경향이 높아진 것으로 나타났다. 아울러 주연배우의 연기력이나 스토리가 한국 드라마 선호여부를 좌우하는 것으로 나타났다.

이희진(2014)은 한류 지속가능성에 한류 드라마 '시청정도'가 미치는 직접효과와 '한류호감도' 및 '문화유입수용성'의 매개효과, 그리고 '경쟁의식'의 조절효과를 실증적으로 조사하였다. 연구결과에 따르면 '한류호감도'와 '문화유입수용성'이 '한류 지속가능성에 긍정적인 영향을 미칠 수 있지만, 한국 드라마의 시청정도가 증가할수록 한류 지속 가능성에 대한 부정적인 평가 경향을 갖게 된다는 것이다.

임형민과 박주연(2011)은 중국과 일본 대학생을 중심으로 한류 드라마의 시청동기와 한국에 대한 태도 및 한국에 대한 선호도의 관계를 조사하였다. 연구결과에 따르면 중국과 일본 대학생들의 한류 드라마 시청동기는 '문화적 호기심', '콘텐츠 우수성', '문화적 유사성', '배우 매력도', '관계적 요인'으로 나타났으며, '콘텐츠 우수성'과 '배우 매력도'에 있어서 양국 대학생의 한류 드라마 시청동기에 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 일본 시청자들은 스타 파워보다는 드라마의 완성도를 중시하는 반면 중국 시청자들은 배우의 영향력을 중시하는 경향이 높은 것으로 나타났다.

이무추와 최용준(2016)은 한국 드라마는 아니지만 최근 중국에서 한국 예능프로그램의 리메이크 붐이 일고 있는 상황에 맞추어 중국판 ‘아빠! 어디가?’ 프로그램의 중국 시청자들의 시청동기와 만족도, 그리고 시청량과의 관계를 분석하였다. 분석 결과 중국판 ‘아빠! 어디가?’의 시청동기로 ‘효심 자극’, ‘출연자’, ‘촬영지정보’, ‘육아’의 네 가지 요인이 추출되었으며, 네 가지 시청동기와 각 시청동기에 대한 만족도는 시청량과 정적인 상관관계를 갖는 것으로 나타났다.

지금까지 살펴본 선행연구들은 이용과 충족 접근을 이용한 텔레비전 드라마 시청동기 연구의 중요성과 중국 시청자의 한국 드라마 수용 특성에 관한 후속 연구의 필요성을 시사해준다. 따라서 본 연구에서는 한국 드라마에 대한 중국 시청자들의 시청동기가 무엇이고, 중국에서 큰 성공을 거둔 드라마 <별에서 온 그대>의 시청동기는 무엇인지를 조사하고자 한다.

특히 <별에서 온 그대>에 대한 중국 시청자들의 시청동기와 한국 시청자들의 시청동기를 비교함으로써 향후 중국시장에서의 한국 드라마 성공을 위해 드라마 제작 시 고려해야할 사안들에 대해 논의하는 것을 목적으로 한다.

### Ⅲ. 연구문제 및 연구방법

#### 1. 연구문제

앞에서도 언급한 바와 같이 본 연구는 한국 드라마에 대한 중국 시청자들의 시청동기를 실증적으로 분석하고자 한다. 특히

본 연구에서는 드라마 <별에서 온 그대>를 중심으로 시청동기를 분석해보고자 한다.

먼저 본 연구는 중국 시청자들이 한국 드라마를 시청하는 동기를 살펴보고, 이후 드라마 <별에서 온 그대>에 대한 중국 시청자들의 시청동기가 한국 시청자들의 시청동기와 어떠한 차이를 보이는지 알아보기 위하여 다음과 같이 연구문제를 설정하였다.

- 연구문제 1. 한국 드라마에 대한 중국 시청자들의 시청동기는 무엇인가?
- 연구문제 2. 드라마 <별에서 온 그대>에 대한 중국 시청자와 한국 시청자의 시청동기에 있어서의 공통점과 차이점은 무엇인가?
- 연구문제 3. 본 연구결과를 통한 중국 시청자들의 한국 드라마 시청 확대를 위해 드라마 제작시 고려해야할 요인 및 방안은 무엇인가?

#### 2. 연구방법

##### 1) 변인 측정

본 연구에서는 중국 시청자들의 한국 드라마 시청동기를 측정하고자 박신(2010)의 연구에서 사용된 드라마 이용동기 26개 항목을 사용하였다. 박신영(2010)은 유선영과 윤희중의 연구(1996)를 포함한 텔레비전 드라마 시청과 관련한 선행연구(박선주 2005; 유세경·김명소 외 2004)에서 사용된 항목들을 토대로 30개의 항목을 만든 후 요인분석을 통해 최종적으로 26개의 이용동기 항목을 확정하였다.

본 연구에서 사용된 이용 동기 항목은

다음의 괄호 내용과 같으며(1.내가 마치 드라마 주인공이 된 것처럼 상상해 보는 것이 좋아서, 2.현실과 다른 드라마 속의 배경과 주인공의 모습이 멋지고 좋아보여서, 3.드라마를 보면서 현실과 다른 세계에 빠져들고 싶어서, 4.내가 실제로 가보거나 해보지 못한 일들을 대리 경험할 수 있어서, 5.드라마 속 삶의 모습이 내가 동경하는 것과 비슷해서, 6.기분이 울적하거나 마음이 허할 때 드라마의 이야기에 빠져 현실을 잊기 위해서, 7.내 처지보다 더 큰 고통과 불행을 주는 등장인물을 보면서 위안 받을 수 있기 때문에, 8.다른 사람들은 어떻게 살아가는지를 알고 싶어서, 9.등장인물과 상황이 나와 비슷해서 어떻게 될지 궁금해서, 10.세상사는 지혜를 얻을 수 있어서, 11.드라마의 주제와 내용이 나의 삶에 유익한 것이어서, 12.주변에서 다들 보고 많이 이야기하기 때문에, 13.매스컴이나 인터넷에서 화제가 되는 드라마라서, 14.가족들이 좋아하는 드라마라서, 15.주변 사람들과 대화거리로 삼을 수 있기 때문에, 16.시간을 때우기에 좋아서, 17.여가시간에 드라마 시청 외에 달리 할 일이 없어서; 18.드라마 내용이 어떻든 별 생각 없이 습관적으로, 19.내가 좋아하는 작가가 대부분 쓴 작품이기 때문에, 20.유명한 작품을 만들었던 PD가 연출했다고 해서, 21.평소에 내가 좋아하는 장르의 드라마이기 때문에, 22.내가 좋아하는 배우가 나오는 드라마라서, 23.소재나 내용이 전에 볼 수 없었던 색다른 것이어서, 24.등장인물의 캐릭터와 스타일이 매력적이어서, 25.이야기 전개가 어떻게 될지 호기심이 생겨서, 26.등장인물들이 하는 대사가 감각적이고 재미있어서), 각각의 항목

에 대해 ‘전혀 그렇지 않다 (1점)’에서 ‘매우 그렇다 (5점)’까지의 5점 척도로 측정하였다.

## 2) 자료수집

본 연구는 한국 드라마에 대한 한국과 중국 시청자들의 시청동기를 비교하기 위하여 연구대상을 한국인과 중국인으로 설정하였다. 각각의 연구대상에 따른 설문지 구성은 다음과 같다.

먼저, 한국인을 대상으로 한 설문은 성별과 연령, 학력, 직업을 포함한 인구통계학적 특성에 관한 질문을 하였다. 이후 국내 드라마 시청 행태에 관한 질문을 하였는데, 이는 선호하는 국내 드라마 장르와 국내 드라마를 시청하는 매체, 일주일 기준 국내 드라마를 시청하는 시간을 물어보는 항목을 포함하고 있다.

본 연구는 한국 시청자들에 있어서 <별에서 온 그대>에 관한 시청동기를 알아보는 것을 목적으로 하기 때문에 드라마 <별에서 온 그대>의 시청 경험 유무에 대해 물어보았다. 시청 경험이 없는 응답자는 제외되었으며, 시청 경험이 있는 응답자들에게는 시청동기 문항을 제시한 후 측정하였다.

중국인을 대상으로 한 설문은 인구통계학적 특성에 관련된 질문과 함께 추가적으로 한국에 방문한 경험이 있는지의 여부를 묻는 질문을 하였다. 그리고 한국 드라마 시청과 관련된 질문으로 한국 드라마에 대한 선호도, 한국 드라마 시청기간, 선호하는 한국 드라마 장르, 일주일 기준 한국 드라마 시청 시간, 주로 시청하는 매체에 대해 조사하였다.

마지막으로 일반적인 한국 드라마에 대



한 시청동기에 관한 문항과 <별에서 온 그대>의 시청 경험 유무 및 시청동기 문항으로 설문을 하였다. 본 연구는 위에서 설정한 연구대상에 대해 자료를 수집하기 위하여 온라인 설문조사를 이용하였다.

중국 시청자를 대상으로 한 조사는 온라인 설문조사 업체인 问卷网(http://www.wenjuan.com)을 통해 진행되었으며, 한국 시청자를 대상으로 한 조사는 구글 문서도구(Google Docs)를 이용하였다. 두 설문조사는 모두 2015년 5월 19일부터 20일까지 2일에 걸쳐 실시되었다.

먼저, 중국에서의 설문조사는 전체 응답자가 210명이었으며, 이 가운데 불성실한 응답(전체 문항에 대해 일괄적으로 같은 응답 등)을 제외하여 총 180부를 최종적으로 분석에 사용하였다. 반면 한국에서 이루어진 설문조사는 전체 응답자가 223명으로 나타났으며, 이 가운데 불성실한 응답과 <별에서 온 그대>의 시청 경험이 없는 표본을 제외하여 총 190부를 최종 분석에 이용하였다.

### 3) 분석 방법

본 연구를 위해 수집된 자료는 다음과 같은 과정으로 SPSS 20.0을 통해 분석되었다.

첫째, 빈도분석(frequency analysis)을 통해 중국과 한국 응답자들의 인구통계학적 특성과 양국 시청자들의 한국 드라마 및 <별에서 온 그대>에 대한 시청행태를 파악하였다.

둘째, 중국 시청자들의 한국 드라마 시청동기 및 한·중 시청자들의 드라마 <별에서 온 그대>에 대한 시청동기를 알아보기 위하여 요인분석을 실시하였다. 또한 신뢰

도 분석은 Cronbach's alpha값을 이용하였다.

## IV. 분석 결과

### 1. 조사대상자의 인구사회학적 특성

표 1. 중국 조사대상자의 인구사회학적 특성 (n=180)

변수	구분	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	32	17.8
	여성	148	82.2
연령	10대	14	7.8
	20대	95	52.8
	30대	45	25.0
	40대	18	10.0
	50대 이상	8	4.4
최종학력	중졸 이하	12	6.7
	고등학교	37	20.6
	대학교	111	61.7
	대학원 이상	20	11.1
직업	학생	24	13.3
	직장인	78	43.3
	자영업	19	10.6
	주부	6	3.3
	기타	53	29.4
한국 방문 경험	있다	16	8.9
	없다	164	91.1

표 2. 한국 조사대상자의 인구사회학적 특성 (n=190)

변수	구분	빈도(명)	비율(%)
성별	남성	97	51.1
	여성	93	48.9
연령	10대	8	4.2
	20대	138	72.6
	30대	13	6.8
	40대	24	12.6
	50대 이상	7	3.7
최종학력	중졸 이하	8	4.2
	고등학교	10	5.3
	대학교	164	86.3
	대학원 이상	8	4.2
직업	학생	124	65.3
	직장인	43	22.6
	자영업	11	5.8
	주부	4	2.1
	기타	8	4.2

<표 1>과 <표 2>는 중국인 응답자와 한국인 응답자의 인구통계학적 특성을 나타낸 것이다.

먼저, 중국인 응답자의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 성별은 남성이 32명으로 17.8%, 여성은 148명으로 82.2%의 비율을 보였다. 연령은 20대가 95명(52.8%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 30대가 45명(25.0%), 40대 18명(10.0%), 10대 14명(7.8%), 50대 이상이 8명(4.4%)의 순으로 나타났다. 학력의 경우는 대학교 재학 및 졸업이 111명

(61.7%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로는 고등학교 재학 및 졸업이 37명(20.6%), 대학원 이상 20명(11.1%), 중졸 이하 12명(6.7%)의 순으로 나타났다. 직업별 표본 구성을 보면, 직장인이 78명(43.3%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 기타 53명(29.4%), 학생 24명(13.3%), 자영업 19명(10.6%), 주부 6명(3.3%)의 순으로 나타났다. 마지막으로 한국 방문 경험에 대해서는 전체 중국인 응답자 가운데 164명(91.1%)이 한국 방문 경험이 없는 것으로 나타났다.

다음으로 한국인 응답자의 인구통계학적 특성을 살펴보면, 성별은 남성이 97명으로 51.1%, 여성은 93명으로 48.9%의 비율을 보였다. 연령은 20대가 138명(72.6%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 40대가 24명(12.6%), 30대 13명(6.8%), 10대 8명(4.2%), 50대 이상이 7명(3.7%)의 순으로 나타났다. 학력의 경우는 대학교 재학 및 졸업이 164명(86.3%)으로 가장 많았으며, 그 다음으로는 고등학교 재학 및 졸업이 10명(5.3%), 중졸 이하와 대학원 이상이 동일하게 8명(4.2%)의 순으로 나타났다. 마지막으로 직업별 표본 구성을 보면, 학생이 124명(65.3%)으로 가장 많았고, 그 다음으로는 직장인 43명(22.6%), 자영업 11명(5.8%), 기타 8명(4.2%), 주부 4명(2.1%)의 순으로 나타났다.

## 2. 조사대상자의 드라마 시청 행태에 관한 특성

### 1) 중국 조사대상자의 한국 드라마 시청 행태에 관한 특성

본 연구는 중국인을 대상으로한 설문에서 한국 드라마에 대한 시청행태를 질문하였다. 중국인 응답자들의 한국 드라마 시청에 대한 특성은 <표 3>과 같다.

중국인 응답자들은 한국 드라마를 선호하는가에 대한 질문에 ‘보통이다’라는 응답이 85명 (47.2%)으로 가장 많았다. 그 다음으로 ‘대체로 좋아한다’는 응답이 70명 (38.9%)으로 높게 나타났고, ‘매우 좋아한다’는 응답이 12명 (6.7%), ‘대체로 싫어한다’가 11명 (6.1%), ‘매우 싫어한다’가 2명 (1.1%)으로 가장 낮게 나타났다. 이러한 결과로 미루어 보아 중국인 응답자들은 한국 드라마에 대해 대체적으로 보통 이상의 선호도를 갖고 있음을 알 수 있다.

중국인 응답자들에게 한국 드라마를 시청한 기간을 조사한 결과, 3년 이상 한국 드라마를 시청하였다는 응답이 104명 (57.8%)으로 가장 많았고, 1년 이하 시청하였다는 응답이 46명 (25.6%), 1년에서 2년 사이 시청하였다는 응답이 30명 (16.7%)으로 나타났다.

또 일주일을 기준으로 하여 한국 드라마를 1시간 이하 시청한다고 응답한 중국인 응답자들은 68명 (37.8%)으로 가장 많았고, 2시간에서 4시간 사이를 시청한다는 응답자가 64명 (35.6%), 5시간 이상이 48명 (26.7%)인 것으로 나타났다.

한국 드라마를 시청하는 매체로는 스마트폰 및 이동기기가 78명 (43.3%)으로 가장 많았고, 그 다음으로 PC가 61명 (33.9%), TV 39명 (21.7%), 기타 2명 (1.1%)의 순으로 나타났다. 이는 중국에서 주로 인터넷을 통하여 한국 드라마가 유통된다는 점을 반영하는 결과로 볼 수 있다.

표 3. 중국 조사대상자의 한국 드라마 시청 행태 (n=180)

변수	구분	빈도(명)	비율(%)
한국 드라마 선호도	매우 좋아한다	12	6.7
	대체로 좋아한다	70	38.9
	보통이다	85	47.2
	대체로 싫어한다	11	6.1
	매우 싫어한다	2	1.1
한국 드라마 시청 기간	1년 이하	46	25.6
	1년-2년	30	16.7
	3년 이상	104	57.8
일주일 기준 한국 드라마 시청 시간	1시간 이하	68	37.8
	2-4시간	64	35.6
	5시간 이상	48	26.7
한국 드라마 시청 매체	TV	39	21.7
	스마트폰 및 이동기기	78	43.3
	PC	61	33.9
	기타	2	1.1
한국 드라마 선호 장르	홈(가족) 드라마	31	17.2
	멜로드라마	27	15.0
	로맨틱드라마	83	46.1
	역사드라마	4	2.2
	퓨전/판타지 사극	1	0.6
	시대극	4	2.2
	전문드라마	1	0.6
	액션/무협	3	1.7
	학교드라마	10	5.6
	농촌드라마	2	1.1
	SF/판타지	7	3.9
	괴기/공포	7	3.9
	'별에서 온 그대' 시청 여부	있다	132
없다		48	26.7

중국인 응답자들이 선호하는 한국 드라마 장르는 다양하게 나타났는데, 그 중 로

맨틱드라마가 83명 (46.1%)으로 가장 많았다. 이 외에도 중국인 응답자들은 홈(가족)드라마 (31명, 17.2%), 멜로드라마 (27명, 15.0%), 학교드라마 (10명, 5.6%) 등의 장르를 선호하는 것으로 나타났다.

마지막으로 중국인 응답자들을 대상으로 드라마 <별에서 온 그대>의 시청 여부를 조사한 결과, 시청 경험이 있는 응답자가 132명 (73.3%)인 것으로 나타났다. 이에 본 연구는 중국 시청자들의 <별에서 온 그대>에 대한 시청동기를 조사하기 위해 시청 경험이 있는 132명을 대상으로 요인분석을 실시하였다.

## 2) 한국 조사대상자의 국내 드라마 시청행태에 관한 특성

<표 4>는 한국인 응답자들의 국내 드라마 시청행태 특성을 보여준다. 한국인 응답자들의 일주일 기준 국내 드라마 시청 시간을 조사한 결과, 2시간에서 4시간 사이를 시청한다는 응답이 95명 (50.0%)으로 전체 응답자의 절반을 차지하였다. 그 다음으로 1시간 이하를 시청한다는 응답이 65명 (34.2%)으로 나타났으며, 5시간 이상 시청한다는 응답은 30명 (15.8%)으로 가장 낮게 나타났다.

한국인 응답자들의 국내 드라마 시청 매체 또한 중국인 응답자들과 다르게 나타났는데, 한국인 응답자들은 주로 TV (122명, 64.2%)를 통해 드라마를 시청하는 것으로 나타났다. PC를 이용하여 국내 드라마를 시청한다는 응답은 35명 (18.4%), 스마트폰 및 이동기기를 이용하여 시청한다는 응답은 33명 (17.4%)으로 나타났다.

표 4. 한국 조사대상자의 국내 드라마 시청행태 (n=190)

변수	구분	빈도(명)	비율(%)
일주일 기준 국내 드라마 시청 시간	1시간 이하	65	34.2
	2-4시간	95	50.0
	5시간 이상	30	15.8
국내 드라마 시청 매체	TV	122	64.2
	스마트폰 및 이동기기	33	17.4
	PC	35	18.4
국내 드라마 선호 장르	홈(가족)드라마	43	22.6
	멜로드라마	16	8.4
	로맨틱드라마	64	33.7
	역사드라마	18	9.5
	퓨전/판타지 사극	7	3.7
	시대극	4	2.1
	전문드라마	12	6.3
	액션/무협	6	3.2
	학교드라마	10	5.3
	농촌드라마	1	0.5
	SF/판타지	6	3.2
	괴기/공포	3	1.6

마지막으로 한국인 응답자들이 선호하는 국내 드라마 장르는 중국인 응답자들보다 다양한 분포를 보였는데, 가장 선호하는 드라마 장르는 중국인 응답자들과 마찬가지로 로맨틱드라마 (64명, 33.7%)인 것으로 나타났다. 홈(가족)드라마는 43명 (22.6%), 역사드라마 (18명, 9.5%), 멜로드라마 (16명, 8.4%) 등의 장르를 선호하는 것으로 나타났다. 결론적으로 양국 시청자 모두 국내 드라마 장르 가운데 로맨틱드라마를 가장 선호하는 공통점이 있었으며, 눈에 띄는 차이점은 중국시청자의 학교드라마 장르 선호

와 한국시청자의 역사드라마 장르 선호였다. 중국시청자들이 국내 학교드라마 장르를 선호하는 이유는 아마도 한류스타를 상당수 배출했던 드라마 ‘학교’ 시리즈의 영향이 큰 것으로 생각되며, 한국시청자들의 역사드라마 장르 선호는 최근 국내에서의 정통사극 대신 현대물적인 요소를 갖춘 트렌디 사극의 열풍이 이유인 것으로 생각된다.

### 3. 연구 문제에 대한 검증

연구문제에 대한 검증을 위하여 본 연구는 측정된 각각의 시청동기 변인에 포함된 문항들이 잘 묶여 있는지 확인하기 위하여 탐색적 요인분석(exploratory factor analysis)을 실시하였다. 요인 추출방법은 주성분분석(principle component analysis)을 이용하였으며, 아이겐 값(고유값)은 1을 기준으로 베리맥스 회전방법(varimax rotation)을 사용하였다. 또한 본 연구는 타당성을 검증하기 위해 KMO-Bartlett 검정을 실시하였다. 이후 탐색적 요인분석을 통해 나타난 결과를 바탕으로 2차 요인분석을 실시하였다.

#### 1) 중국 시청자들의 한국 드라마에 대한 시청동기

본 연구에서는 문항간 요인 분류에 초점을 맞추어 성분행렬표 상의 요인 적재값을 0.4이상을 분류 기준으로 삼았으며, 0.4 미만의 요인을 제외하고 가독성을 높이기 위하여 문항 적재값을 기준으로 정렬하였다.

한류 드라마에 대한 중국 시청자들의 시청동기를 보다 정확히 알아보기 위하여 탐

색적 요인분석을 통해 나타난 결과를 바탕으로 적재값이 미만인 6개 문항을 제외시키고 최종적으로 20개 문항에 대하여 2차 요인분석을 실시하였다(표 5 참조). 그 결과 KMO-Bartlett 검정값은 0.88로 나타났고, 5개의 요인이 분산의 65.99%를 설명력을 보였다.

분석 결과 중국 시청자들의 한국 드라마 시청동기에 대한 5개의 요인들은 각각 ‘드라마 구성에 대한 선호’, ‘감정이입 및 간접경험’, ‘사회교류’, ‘드라마 제작자에 대한 관심’, ‘여가 및 습관’으로 명명하였다.

#### (1) 드라마 구성에 대한 선호

첫 번째 요인은 드라마 구성에 대한 선호로 명명할 수 있다. 여기서 드라마 구성이란 드라마의 장르 및 내용, 등장인물, 캐릭터, 대사 등을 의미한다. 이러한 첫 번째 요인은 총 6개의 항목으로 구성되었으며, 각각 ‘등장인물의 캐릭터와 스타일이 매력적이어서’, ‘이야기 전개가 어떻게 될지 호기심이 생겨서’, ‘소재나 내용이 전에 볼 수 없었던 색다른 것이어서’, ‘등장인물들이 하는 대사가 감각적이고 재미있어서’, ‘내가 좋아하는 배우가 나오는 드라마라서’, ‘평소에 내가 좋아하는 장르의 드라마이기 때문에’라는 문항들로 이루어졌다. 드라마 구성에 대한 선호의 요인군은 약 20%의 설명력을 나타내며 한국 드라마를 시청하는 주요동기로 나타났다. 또한 해당 요인 군의 신뢰도 계수를 산정한 결과 .88로 나타났다.

#### (2) 감정이입 및 간접경험

두 번째 요인은 드라마를 시청하며 감정을 이입하고 간접 경험하는 것과 관련이 있는 것으로, ‘등장인물과 상황이 나와 비슷

해서 어떻게 될지 궁금해서’, ‘내가 실제로 가보거나 해보지 못한 일들을 대리 경험할 수 있어서’, ‘다른 사람들은 어떻게 살아가는지를 알고 싶어서’, ‘내가 마치 드라마 주인공이 된 것처럼 상상해 보는 것이 좋아서’, ‘드라마 속 삶의 모습이 내가 동경하는 것과 비슷해서’, ‘세상사는 지혜를 얻을 수 있어서’의 6개 문항을 포함한다. 이 요인 군은 약 17%의 설명력을 보이는 것으로 나타났으며, 신뢰도 계수는 .83으로 나타났다.

표 5. 중국 시청자들의 한국 드라마 시청 동기에 대한 요인분석 결과

측정문항	요인				
	1	2	3	4	5
등장인물의 캐릭터와 스타일이 매력적이어서	.87				
이야기 전개가 어떻게 될지 호기심이 생겨서	.79				
소재나 내용이 전에 볼 수 없었던 색다른 것이어서	.77				
등장인물들이 하는 대사가 감각적이고 재미있어서	.70				
내가 좋아하는 배우가 나오는 드라마라서	.68				
평소에 내가 좋아하는 장르의 드라마이기 때문에	.61				
등장인물과 상황이 나와 비슷해서 어떻게 될지 궁금해서		.73			
내가 실제로 가보거나 해보지 못한 일들을 대리 경험할 수 있어서		.72			
다른 사람들은 어떻게		.70			

측정문항	요인				
	1	2	3	4	5
살아가는지를 알고 싶어서					
내가 마치 드라마 주인공이 된 것처럼 상상해 보는 것이 좋아서		.67			
드라마 속 삶의 모습이 내가 동경하는 것과 비슷해서		.65			
세상사는 지혜를 얻을 수 있어서		.64			
주변 사람들과 대화거리로 삼을 수 있기 때문에			.68		
가족들이 좋아하는 드라마라서			.67		
주변에서 다들 보고 많이 이야기하기 때문에			.64		
매스컴이나 인터넷에서 화제가 되는 드라마라서			.62		
유명한 작품을 만들었던 PD가 연출했다고 해서				.81	
내가 좋아하는 작가가 대본을 쓴 작품이기 때문에				.74	
여가시간에 드라마 시청 외에 달리 할 일이 없어서					.81
드라마 내용이 어땠든 별 생각없이 습관적으로					.61
Cronbach's Alpha	.88	.83	.76	.79	.79
아이겐 값	3.9 1	3.3 2	2.2 7	2.0 5	1.6 4
공통변량(%)	19. 57	16. 61	11. 36	10. 25	8.2 0
누적변량(%)	19. 57	36. 19	47. 55	57. 79	65. 99
KMO=.88, Bartlett's $\chi^2=1665.20$ ( $p < .001$ )					

(3) 사회교류

세 번째 요인은 ‘주변 사람들과 대화거리로 삼을 수 있기 때문에’, ‘가족들이 좋아하는 드라마라서’, ‘주변에서 다들 보고 많

이 이야기하기 때문에’, ‘매스컴이나 인터넷에서 화제가 되는 드라마라서’의 4개 문항을 포함하는 사회교류와 관련된 요인이다. 가족을 포함하여 주변 사람들과의 상호작용을 통해 시청하거나 상호작용하기 위하여 드라마를 보는 것을 말한다. 사회교류 요인군은 약 11%의 설명력을 보였으며, 신뢰도 계수는 .76으로 나타났다.

#### (4) 드라마 제작자에 대한 관심

네 번째 요인은 드라마 제작자에 대한 관심 요인이다. ‘유명한 작품을 만들었던 PD가 연출했다고 해서’, ‘내가 좋아하는 작가가 대본을 쓴 작품이기 때문에’의 2개 문항을 포함한다. 이 요인은 약 10%의 설명력을 지니며, 신뢰도 계수를 산정한 결과 .79로 나타났다.

#### (5) 여가 및 습관

마지막 요인은 여가시간을 보내거나 습관적으로 드라마를 시청하는 것을 말한다. 문항 역시 ‘여가시간에 드라마 시청 외에 달리 할 일이 없어서’와 ‘드라마 내용이 어쨌든 별 생각 없이 습관적으로’의 두 문항을 포함한다. 이 요인은 약 8%의 설명력을 보이는 것으로 나타났으며, 신뢰도 계수는 .79로 나타났다.

### 2) 중국 시청자들의 <별에서 온 그대>에 대한 시청동기

중국 시청자들의 드라마 <별에서 온 그대> 시청동기를 보다 정확히 알아보기 위하여 탐색적 요인분석을 실시하여 적재값이 중복되거나 미만인 8개 문항들을 탈락시켰다. 그후 탈락된 문항들을 제외시키고 최종적으로 18개의 문항으로 2차 요인분석

을 실시하였다 (표 6 참조). 그 결과 KMO-Bartlett 검정값은 0.83으로 나타났고, 5개의 요인이 분산의 73.43%의 설명력을 보였다.

분석 결과 중국 시청자들의 <별에서 온 그대> 시청동기에 대한 5개의 요인들은 각각 ‘드라마 구성에 대한 선호’, ‘정보획득’, ‘여가 및 습관’, ‘화제성’, ‘드라마 제작자에 대한 관심’으로 명명하였다.

#### (1) 드라마 구성에 대한 선호

첫 번째 요인은 중국 시청자들의 한국 드라마 시청동기 중 첫 번째 요인과 동일한 드라마 구성에 대한 선호 동기이다. 일반적인 한국 드라마 시청동기 요인과 마찬가지로 ‘소재나 내용이 전에 볼 수 없었던 색다른 것이라서’, ‘등장인물의 캐릭터와 스타일이 매력적이어서’, ‘이야기 전개가 어떻게 될지 호기심이 생겨서’, ‘등장인물들이 하는 대사가 감각적이고 재미있어서’, ‘내가 좋아하는 배우가 나오는 드라마라서’, ‘평소에 내가 좋아하는 장르의 드라마이기 때문에’의 6개 문항으로 구성되었다. 드라마 구성에 대한 선호 요인군은 약 21%의 설명력을 나타내며 <별에서 온 그대>를 시청하는 가장 주요한 동기로 나타났다. 해당 요인군의 신뢰도 계수는 .89로 나타났다.

#### (2) 정보획득

두 번째 요인은 기존 한국 드라마 시청동기에서 감정이입 및 간접 경험의 요인으로 묶였던 문항 중 개인에게 유익한 정보를 획득하고자 하는 특징을 지닌 요인들의 구성이다. ‘드라마의 주제와 내용이 나의 삶에 유익한 것이어서’, ‘세상사는 지혜를 얻을 수 있어서’, ‘등장인물과 상황이 나와

표 6. 중국 시청자들의 <별에서 온 그대> 시청동기에 대한 요인분석 결과

측정문항	요인				
	1	2	3	4	5
소재나 내용이 전에 볼 수 없었던 색다른 것이어서	.87				
등장인물의 캐릭터와 스타일이 매력적이어서	.87				
이야기 전개가 어떻게 될지 호기심이 생겨서	.86				
등장인물들이 하는 대사가 감각적이고 재미있어서	.80				
내가 좋아하는 배우가 나오는 드라마라서	.54				
평소에 내가 좋아하는 장르의 드라마이기 때문에	.52				
드라마의 주제와 내용이 나의 삶에 유익한 것이어서		.82			
세상사는 지혜를 얻을 수 있어서		.82			
등장인물과 상황이 나와 비슷해서 어떻게 될지 궁금해서		.80			
다른 사람들은 어떻게 살아가는지를 알고 싶어서		.79			
여가시간에 드라마 시청 외에 달리 할 일이 없어서			.84		
드라마 내용이 어떤든 별 생각없이 습관적으로			.79		
시간을 때우기에 좋아서			.66		
주변에서 다들				.88	

측정문항	요인				
	1	2	3	4	5
보고 많이 이야기하기 때문에					
주변 사람들과 대화거리로 삼을 수 있기 때문에				.79	
메스컴이나 인터넷에서 화제가 되는 드라마라서				.67	
내가 좋아하는 작가가 대본을 쓴 작품이기 때문에					.89
유명한 작품을 만들었던 PD가 연출했다고 해서					.88
Cronbach's Alpha	.89	.87	.72	.79	.94
아이젠 값	3.8 2	3.0 3	2.2 2	2.1 9	1.9 4
공통변량(%)	21. 25	16. 84	12. 33	12. 22	10. 79
누적변량(%)	21. 25	38. 09	50. 42	62. 63	73. 43
KMO=.83, Bartlett's $\chi^2=1398.93$ ( $p < .001$ )					

비슷해서 어떻게 될지 궁금해서’, ‘다른 사람들은 어떻게 살아가는지를 알고 싶어서’의 문항으로 구성되어 있다. 즉 중국 시청자들은 드라마 시청을 통해 유의미한 정보들을 습득하기 위하여 <별에서 온 그대>를 시청하는 것으로 볼 수 있다. 이 요인 군은 약 17%의 설명력을 보이는 것으로 나타났으며, 신뢰도 계수는 .87로 나타났다.

### (3) 여가 및 습관

세 번째 요인은 한국 드라마 시청동기와 동일한 여가 및 습관의 요인이다. 역시 ‘여가시간에 드라마 시청 외에 달리 할 일이 없어서’와 ‘드라마 내용이 어떤든 별 생각없이 습관적으로’의 두 문항을 포함하며, 추가적으로 ‘시간을 때우기에 좋아서’라는



문항을 포함한다. 여가 및 습관 요인 군은 약 12%의 설명력을 보였으며, 신뢰도 계수는 .72로 나타났다.

#### (4) 화제성

네 번째 요인은 ‘주변에서 다들 보고 많이 이야기하기 때문에’, ‘주변 사람들과 대화거리로 삼을 수 있기 때문에’, ‘매스컴이나 인터넷에서 화제가 되는 드라마라서’의 3개 문항을 포함하는 요인으로, 기존 한국 드라마 시청동기의 사회교류 요인에서 ‘가족들이 좋아하는 드라마라서’의 항목이 제외되고 화제성이 강조된 요인으로 새롭게 명명하였다. 화제성 요인 군은 약 12%의 설명력을 보였으며, 신뢰도 계수는 .79로 나타났다.

#### (5) 드라마 제작자에 대한 관심

마지막 요인은 한국 드라마 시청동기와 동일한 드라마 제작자에 대한 관심 요인이다. ‘좋아하는 작가가 대본을 쓴 작품이기 때문에’, ‘유명한 작품을 만들었던 PD가 연출했다고 해서’라는 문항을 포함하며, 중국 시청자들은 <별에서 온 그대> 또한 드라마 제작자에 대한 관심 요인으로 시청하게 되었다는 것을 알 수 있다. 이 요인은 약 11%의 설명력을 보이는 것으로 나타났으며, 신뢰도 계수는 .94로 나타났다.

### 3) 한국 시청자들의 <별에서 온 그대>에 대한 시청동기

<별에서 온 그대>에 대한 한·중 시청자들의 시청동기를 비교하기 위하여 한국 시청자들의 드라마 <별에서 온 그대> 시청동기에 대한 탐색적 요인분석을 실시한 결과 탐색적 요인분석 결과 적재값이 중복되

거나 미달된 10개의 문항이 발견되었다. 이후 최종적으로 16개 문항에 대하여 2차 요인분석을 실시하였으며 그 결과는 <표 7>과 같다. 2차 요인분석 결과 KMO-Bartlett 검정값은 0.89로 나타났고, 4개의 요인이 분산의 74.97%의 설명력을 보였다.

분석 결과 한국 시청자들의 <별에서 온 그대>에 대한 4개의 요인들이 도출되었으며, 요인들은 각각 ‘판타지적 경험’, ‘드라마 구성에 대한 선호’, ‘정보획득’, ‘드라마 제작자에 대한 관심’으로 명명하였다.

#### (1) 판타지적 경험

첫 번째 요인인 판타지적 경험 요인은 박신영 (2010)의 연구 결과와 동일한 요인으로서, 즉 ‘현실이 아닌 드라마속의 이미지를 통해서 판타지를 추구하는 동기’ 요인이라고 할 수 있다. 이 요인은 구체적으로 ‘드라마를 보면서 현실과 다른 세계에 빠져 들고 싶어서’, ‘내가 실제로 가보거나 해보지 못한 일들을 대리 경험할 수 있어서’, ‘내가 마치 드라마 주인공이 된 것처럼 상상해 보는 것이 좋아서’, ‘드라마 속 삶의 모습이 내가 동경하는 것과 비슷해서’, ‘현실과 다른 드라마 속의 배경과 주인공의 모습이 멋지고 좋아보여서’, ‘기분이 울적하거나 마음이 허할 때 드라마의 이야기에 빠져 현실을 잊기 위해서’의 6개 문항을 포함한다. 판타지적 경험 요인은 약 24%의 설명력을 나타내며, <별에서 온 그대>를 시청하는 가장 주요한 동기로 나타났다. 또한 해당 요인의 신뢰도 계수를 산정한 결과 .89로 나타났다.

표 7. 한국 시청자들의 <별에서 온 그대> 시청동기에 대한 요인분석 결과

측정문항	요인			
	1	2	3	4
드라마를 보면서 현실과 다른 세계에 빠져들고 싶어서	.85			
내가 실제로 가보거나 해보지 못한 일들을 대리 경험할 수 있어서	.78			
내가 마치 드라마 주인공이 된 것처럼 상상해 보는 것이 좋아서	.74			
드라마 속 삶의 모습이 내가 동경하는 것과 비슷해서	.73			
현실과 다른 드라마 속의 배경과 주인공의 모습이 멋지고 좋아보여서	.72			
기분이 울적하거나 마음이 허할 때 드라마의 이야기에 빠져 현실을 잊기 위해서	.58			
등장인물의 캐릭터와 스타일이 매력적이어서		.89		
이야기 전개가 어떻게 될지 호기심이 생겨서		.85		
등장인물들이 하는 대사가 감각적이고 재미있어서		.83		
소재나 내용이 전에 볼 수 없었던 색다른 것이어서		.75		
내가 좋아하는 배우가 나오는 드라마라서		.62		
세상사는 지혜를 얻을 수 있어서			.83	

측정문항	요인			
	1	2	3	4
드라마의 주제와 내용이 나의 삶에 유익한 것이어서			.80	
등장인물과 상황이 나와 비슷해서 어떻게 될지 궁금해서			.72	
내가 좋아하는 작가가 대본을 쓴 작품이기 때문에				.91
유명한 작품을 만들었던 PD가 연출했다고 해서				.89
Cronbach's Alpha	.89	.89	.86	.91
아이겐 값	3.82	3.69	2.47	2.02
공통변량(%)	23.87	23.05	15.40	12.65
누적변량(%)	23.87	46.92	62.33	74.97
KMO=.89, Bartlett's $\chi^2=2060.22$ ( $p < .001$ )				

(2) 드라마 구성에 대한 선호

<별에서 온 그대>를 시청하는 한국 시청자의 동기 중 두 번째 요인은 드라마 구성에 대한 선호 요인으로서, '등장인물의 캐릭터와 스타일이 매력적이어서', '이야기 전개가 어떻게 될지 호기심이 생겨서', '등장인물들이 하는 대사가 감각적이고 재미있어서', '소재나 내용이 전에 볼 수 없었던 색다른 것이어서', '내가 좋아하는 배우가 나오는 드라마라서'의 4개 문항으로 구성되어 있다. 이는 선호하는 드라마 장르 항목을 제외하고 중국 시청자들이 <별에서 온 그대>를 보는 시청동기 요인과 동일하게 나타났다. 이 요인 군은 약 23%의 설명력을 보이는 것으로 나타났으며, 신뢰도 계수는 .89로 나타났다.

### (3) 정보획득

세 번째 요인은 정보획득 요인으로, 이 또한 한 가지 문항을 제외하고 중국 시청자들의 <별에서 온 그대> 시청동기와 동일한 요인으로 나타났다. ‘세상사는 지혜를 얻을 수 있어서’, ‘드라마의 주제와 내용이 나의 삶에 유익한 것이어서’, ‘등장인물과 상황이 나와 비슷해서 어떻게 될지 궁금해서’의 문항을 포함한다. 정보획득 요인은 약 15%의 설명력을 보였으며, 신뢰도 계수는 .86으로 나타났다.

### (4) 드라마 제작자에 대한 관심

마지막 요인은 한국 드라마 시청동기와 동일한 드라마 제작자에 대한 관심 요인이다. ‘좋아하는 작가가 대본을 쓴 작품이기 때문에’, ‘유명한 작품을 만들었던 PD가 연출했다고 해서’라는 문항을 포함하며, 한국 시청자들 역시 중국 시청자들과 마찬가지로 드라마 제작자에 대한 관심 동기로 <별에서 온 그대>를 시청하는 것으로 나타났다. 이 요인은 약 13%의 설명력을 보이는 것으로 나타났으며, 신뢰도 계수는 .91로 나타났다.

## 5. 결론 및 논의

본 연구는 중국 시청자들의 한국 드라마에 대한 시청동기 및 중국에서 큰 화제가 된 드라마 <별에서 온 그대>에 대한 시청동기를 알아보고, 한국 시청자들의 시청동기와 어떠한 차이가 있는지 알아보려고 하였다. 먼저 본 연구의 결과를 제시하면 다음과 같다.

첫째, 한국과 중국 시청자들의 한국 드라마 시청행태를 살펴본 결과, 중국 시청자

들의 한국 드라마 선호도는 비교적 높은 것으로 나타났다. 또한 중국 시청자들은 스마트폰 및 이동기기, PC를 이용하여 한국 드라마를 시청하는 것으로 나타났다. 특히 한국과 중국의 시청자들이 선호하는 한국 드라마의 장르는 동일하게 나타났는데, 양국의 수용자들은 모두 로맨틱드라마 장르를 가장 좋아하고, 다음으로 홈(가족)드라마를 선호하는 것으로 나타났다.

둘째, 중국 시청자들의 한국 드라마 시청동기는 첫째, ‘드라마 구성에 대한 선호’, 둘째, ‘감정이입 및 간접경험’, 셋째, ‘사회교류’, 넷째, ‘드라마 제작자에 대한 관심’, 다섯째, ‘여가 및 습관’의 다섯 가지 요인으로 나타났다. 특히 영향력이 높은 요인은 ‘드라마 구성에 대한 선호’ 요인으로, 드라마의 장르 및 내용, 등장인물, 캐릭터, 대사 등을 선호하는 동기를 의미한다.

셋째, 중국 시청자들의 드라마 <별에서 온 그대>에 대한 시청동기는 첫째, ‘드라마 구성에 대한 선호’, 둘째, ‘정보획득’, 셋째, ‘여가 및 습관’, 넷째, ‘화제성’, 다섯째, ‘드라마 제작자에 대한 관심’의 5가지 요인으로 나타났다. 특히 ‘드라마 구성에 대한 선호’와 ‘여가 및 습관’, ‘드라마 제작자에 대한 관심’ 요인은 일반적인 한국 드라마에 대한 시청동기와 동일하게 나타났으며, <별에서 온 그대>에 대한 시청동기에서도 역시 ‘드라마 구성에 대한 관심’ 요인이 영향력이 가장 높은 것으로 나타났다. 반면, 기존 한국 드라마 시청동기 요인 중 ‘감정이입 및 간접 경험’의 요인 중 개인에게 유익한 정보를 획득하고자 하는 특징을 지닌 요인들로 구성된 ‘정보획득’의 요인이 <별에서 온 그대>의 시청동기 요인으로 나타났으며, ‘사회교류’ 요인 또한 가족 선호의 이

유가 제외되면서 ‘화제성’의 요인이 되었다.

중국 시청자들의 일반적인 한국 드라마 시청동기와 <별에서 온 그대>의 시청동기를 비교했을 때 두드러진 차이점은 일반적인 한국 드라마 시청동기에서는 ‘감정이입 및 간접경험’ 그리고 ‘사회교류’ 요인이 차별적인 요인으로 나타났으며, <별에서 온 그대>의 시청동기에서는 ‘정보획득’과 ‘화제성’ 요인이 차별적인 요인으로 나타난 점이다.

넷째, 한국 시청자들의 <별에서 온 그대>에 대한 시청동기를 검증한 결과 첫째, ‘판타지적 경험’, 둘째, ‘드라마 구성에 대한 선호’, 셋째, ‘정보획득’, 넷째, ‘드라마 제작자에 대한 관심’의 네 가지 요인이 나타났다.

중국 시청자들의 <별에서 온 그대> 시청동기와 비교해 볼 때, ‘드라마 구성에 대한 선호’ 및 ‘정보획득’, ‘드라마 제작자에 대한 관심’ 요인이 동일한 것으로 나타났으며 차이점은 한국 시청자들이 <별에서 온 그대>를 시청함에 있어서 현실이 아닌 드라마 속의 이미지를 통해 판타지를 추구하는 동기 요인이 보다 강하게 작용한 것으로 볼 수 있다.

이러한 결과들로 미루어 보아, 본 연구는 향후 한류 드라마의 제작에 대한 몇 가지 방향을 제시할 수 있다.

첫째, 앞으로 한류 드라마를 제작하고자 하는 방송사들은 장르 선택에 있어 ‘로맨틱 드라마’ 및 ‘홈(가족)드라마’ 장르를 우선적으로 검토해 볼 필요성이 있다. 두 드라마 장르는 한국과 중국 시청자들 모두가 선호하는 장르이며, 특히 중국시청자들의 한국 드라마 선호 장르 가운데 ‘로맨틱드라마’ 장르의 선호도가 압도적으로 높다는 점에서

한류 드라마의 성공 가능성을 높이고자 한다면 ‘로맨틱드라마’ 혹은 ‘홈(가족)드라마’ 장르의 드라마를 제작하는 것이 바람직할 것으로 생각된다.

둘째, 중국 시청자들의 일반적인 한국 드라마에 대한 시청동기와 <별에서 온 그대>에 대한 한·중 시청자들의 시청동기를 모두 종합해 볼 때, ‘드라마 구성에 대한 선호’ 요인과 ‘드라마 제작자에 대한 관심’ 요인이 모두 공통적으로 작용한다는 것이 밝혀졌다. 이에 따라 앞으로의 한류 드라마는 제작이 시작됨에 앞서 목표로 하는 시청자들이 선호하는 드라마 장르 및 내용, 등장인물, 캐릭터, 대사 등 드라마 구성에 대해 보다 집중해야 할 필요성이 있으며, 실력과 영향력이 있는 PD와 작가 등의 제작자들을 적극 활용해야 할 것이다.

셋째, 중국 시청자들이 일반적으로 한국 드라마를 시청하는 주된 이유가 한국 드라마가 스토리 구성의 강점으로 인해 감정이입이 되기 쉽다는 점과 한국 드라마를 시청해야 주변사람들과 교류가 원활하다는 점이므로, 따라서 앞으로도 중국 시청자들의 한국 드라마 시청 열풍을 이어가기 위해서는 이장우와 이강복 (2007)이 지적한 바와 같이 중국 수용자들의 기호에 철저히 부합하는 드라마를 제작해야 할 것이며 이를 위해 한국 드라마의 감정이입의 장점을 이어가야 할 것이다.

넷째, 드라마 <별에서 온 그대>가 중국 시청자들에 많은 사랑을 받은 이유는 <별에서 온 그대> 시청을 통해 최근의 한국 문화를 배우려고 하는 ‘정보획득’의 요인과 이미 중국에서 많이 알려진 ‘김수현’과 ‘전지현’이 주연으로 캐스팅 되었다는 ‘화제성’ 요인이 크게 작용했다고 볼 수 있다.

따라서 앞으로 드라마 제작사는 중국 시장을 겨냥한 드라마를 제작할 때에 ‘치맥’ (치킨과 맥주) 문화와 같이 중국인들에게 한류 문화로 소개할 수 있는 정보들을 드라마에 포함시켜 중국 시청자들의 한류 문화에 대한 관심과 정보획득 욕구를 충족시켜주는 것이 필요하며, 드라마 기획단계에서부터 중국 시장에서 화제를 불러 일으킬 수 있는 배우를 캐스팅하고, 사전 홍보를 집중적으로 실시하여 화제성을 부각시키는 것이 매우 필요하고 중요하다고 할 수 있다.

중국 시청자들에게 드라마 <별에서 온 그대>의 시청은 자연스러운 일상 습관이었으며 굳이 한국을 방문하지 않더라도 한국 문화를 즐길 수 있는 중요한 여가 활동 요인으로 작용하였으며, 이는 한국 시청자들에게는 드라마 <별에서 온 그대>의 여가 동기 요인과 화제성 동기 요인이 나타나지 않고 드라마 스토리의 판타지적 동기 요인이 강하게 작용한 것과 비교해보면 더욱 분명하다. 이는 국내 시청자들에게는 여가나 습관으로 드라마 <별에서 온 그대>의 시청이 이루어진 것이 아니라 판타지 소재라는 것이 신선했기 때문에 성공을 거둔 것으로 볼 수 있다.

본 연구는 <별에서 온 그대>를 중심으로 한류 드라마에 대한 중국 시청자들의 시청동기를 알아보고 이를 통해 향후 한류 드라마 제작에 방향을 제시하고자 하였다. 그럼에도 불구하고 본 연구는 다음과 같은 한계점을 가진다.

첫째, 중국인 조사 대상자가 대부분 20대에 편중되고, 50대 이상의 조사대상자 수가 극히 제한적이다. 따라서 본 연구의 결과를 모든 연령대의 중국 시청자의 특성으

로 일반화하기 어렵다. 이에 따라 후속 연구는 보다 폭넓은 연령대의 시청자들을 대상으로 진행되는 것이 바람직할 것으로 생각된다.

둘째, 본 연구는 인기리에 한국과 중국에서 방영된 <별에서 온 그대>를 통해 한류 드라마에 대한 양국 시청자들의 시청동기를 비교하였다는 점에서 의의가 있지만, 이무추와 최용준 (2016)의 연구와 같이 프로그램의 시청동기가 시청만족도 및 시청률에 어떠한 영향을 미치는지에 대해 검증하지 못했다. 따라서 시청동기가 시청만족도 및 시청률 등의 변인에 미치는 영향과 관련하여 국가간 차이를 검증하는 후속연구가 필요할 것으로 생각된다.

## 참고문헌

- 김선남. 2008. “재한 중국인 유학생의 한국TV드라마 시청형태에 관한 연구.” 『언론과학연구』 8(2), pp. 122-148.
- 김주연·안경모. 2012. “중국에서의 한류콘텐츠 선호가 한국상품 구매, 한국방문 및 한글학습의도에 미치는 영향.” 『한국콘텐츠학회논문지』 12(5), pp. 447-458.
- 박선주. 2005. “시청몰입(flow)경험에 따른 드라마 선택요인과 동일시 효과 연구.” 한양대학교 석사학위논문.
- 박신영. 2010. “텔레비전 드라마 시청자의 성향이 이용 동기, 장르 선호도 및 드라마 몰입 정도에 미치는 영향: 대학생 시청집단의 현실도피와 판타지 성향을 중심으로.” 『언론과학연구』 10(1), pp. 166-201.
- 박웅기·송진경. 2009. “텔레비전 드라마 시청에서의 감정적 동일시에 관한 연구: 동일성, 시청동기, 시청만족도의 상관성을 중심으로.” 『한국방송학보』 23(2), pp. 233-275.
- 유선영·윤희중. 1996. “여성의 일상적 시공간에서의 TV 시청 경험.” 『한국언론학보』 37, pp. 5-61.
- 유세경·김명소·이윤진. 2004. “텔레비전 드라마 시청동기와 태도 연구.” 『한국방송학보』 18(1), pp. 245-288.
- 유세경·고민경. 2006. “한국 TV 드라마의 시청행위와 한국과 한류에 대한 태도 관계 연구: 중국 대학생을 중심으로.” 『미디어, 젠더 & 문화』 6, pp. 46-76.
- 유승관. 2009. “한·일 양국 수용자의 드라마 시청과 국가 이미지 형성에 대한 비교 연구.” 『방송통신연구』 68, pp. 193-220.
- 이무추·최용준. 2016. “중국 시청자의 한류 예능프로그램 시청동기에 대한 탐색적 연구: 중국판 ‘아빠! 어디가?’ 프로그램을 대상으로.” 『언론과학연구』 16(1), pp. 183-208.
- 이문행. 2011. “중국인들이 선호하는 한국 드라마의 특성: 인터넷 게시판에 나타난 시청의견을 중심으로.” 『한국콘텐츠학회논문지』 11(6), pp. 167-175.
- 이병혜. 2010. “텔레비전 드라마의 시청동기와 시청행태에 관한 연구.” 『한국언론학보』 54(2), pp. 138-162.
- 이선희·정수영·장병희. 2013. “드라마 시청동기가 3DTV 드라마 시청태도 및 의도에 미치는 영향.” 『언론과학연구』 13(4), pp. 414-453.
- 이장우·이강복. 2007. “한류드라마 콘텐츠의 국제경쟁력과 해외진출 전략.” 『경영학연구』 36(6), pp. 1419-1447.
- 이재신·노동환. 2008. “시청동기가 미디어 선택과 이용에 미치는 영향: 대학생의 미국드라마 소비를 중심으로.” 『한국방송학보』 22(5), pp. 246-286.
- 이투데이. 2014.02.28. “별그대 마지막회, 시청률 28.1% 1위..자체 최고 유종의 미.”
- 이희진. 2014. “중국인의 한국드라마 시청정도가 한류 지속 가능성에 미치는 영향과 한류호감도와 문화

- 수입 수용성의 다중매개효과.”  
『한국콘텐츠학회논문지』  
14(10), pp. 514-526.
- 일간스포츠. 2016.02.12., “별에서 온 그대, 中 방송 시청률 1위..인기 여전.”
- 임양준. 2008. “대학생들의 미국 텔레비전 드라마에 대한 시청동기 및 만족도 연구: 한국 텔레비전 드라마와의 비교를 중심으로.” 『한국언론정보학보』 2, pp. 303-336.
- 임형민·박주연. 2011. “한류 콘텐츠인 드라마 시청 동기와 문화 선호도에 관한 연구: 중국과 일본 대학생을 중심으로.” 『사회과학연구』 27(4), pp. 371-395.
- 최양호. 2003. “중국 TV 프로그램에 대한 한국 젊은이들의 이용동기에 관한 연구.” 『한국방송학보』 17(2), pp. 359-384.
- 파이낸셜뉴스. 2013.12.19., “별그대, 첫회부터 대박 조짐..수목극 1위로 출발.”
- 허진. 2002. “중국의 '한류' 현상과 한국 TV 드라마 수용에 관한 연구.” 『한국방송학보』 16(1), pp. 496-529.
- 헤럴드경제. 2014.06.19., “별그대, 치맥...한류는 아시아에 어떻게 영향을 미쳤나.”

## References

- Aubrey, Jennifer Stevens, Loreen Olson, Mark Fine, Todd Hauser, David Rhea, Brian Kaylor, and Annie Yang. 2012. "Investing Personality and Viewing -Motivation Correlates of Reality Television Exposure." *Communication Quarterly* 60 (1): 80-102.
- Brown, Darrin, Sharon Lauricella, Aziz Douai, and Arshia Zaidi. 2012. "Consuming Television Crime Drama: A Uses and Gratifications Approach." *American Communication Journal* 14 (1): 47-60.
- Compesi, Ronald J. 1980. "Gratifications of Daytime TV Serial Viewers." *Journalism and Mass Communication Quarterly* 57 (1): 155-158.
- Dimmick, John and Alan B. Albarran. 1994. "The Role of Gratification Opportunities in Determining Media Preference." *Mass Communication Review* 21 (3-4): 223-235.
- Greenberg, Bradley S. 1974. "Gratifications of Television Viewing and Their Correlates for British Children." In *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research*, edited by Jay G. Blumier and Elihu Katz, 71-92. Beverly Hills CA: Sage.
- Jiang, Qiaolei and Louis Leung. 2012. "Lifestyles, Gratifications Sought, and Narrative Appeal: American and Korean TV Drama Viewing among Internet Users in Urban China." *The International Communication Gazette* 74 (2): 159-180.
- Kilbom, Richard. 1992. *Television Soaps*. London: BT Batsford Ltd.
- Palmgreen, Philip, and J. D. Rayburn. 1979. "Uses and Gratifications and Exposure to Public Television: A Discrepancy Method." *Communication Research* 6 (2): 155-179.
- Perse, Elizabeth M. 1986. "Soap Opera Viewing Patterns of College Students and Cultivation." *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 30 (2): 175-193.
- Perse, Elizabeth M., and Alan M. Rubin. 1988. "Audience Activity and Satisfaction with Favorite Television Soap Opera." *Journalism Quarterly* 65: 368-375.
- Rubin, Alan M. 1983. "Television Uses and Gratifications: The Interactions of Viewing Patterns and Motivation." *Journal of Broadcasting* 27(1): 37-51.
- . 1985. "Uses of Daytime Television Soap Operas by College Students." *Journal of Broadcasting and Electronic Media* 2 (3): 241-258.
- . 2009. "The Uses and Gratifications Perspective of Media Effects." In *Media Effects: Advances in Theory and Research*, edited by Jennings Bryant, and Mary Beth Oliver, 165-184, New York: Routledge.



## 국문참고문헌의 영어표기 (Korean references in Roman Alphabet)

- Choi Yang-Ho. 2003. "A Study on Uses and Gratifications of Korean Youth Viewing Chinese Imported Programs: Focused on 'Emperor's Daughter's and Nobangyuhee'." *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies* 17 (2): 359-384.
- Daily Sports*. 2016. "My Love from Another Star, First Place in the Broadcast Ratings in the Middle, Most Popular." February 12.
- Etoday*. 2014. "My Love from Another Star, Audience Rating 28.1% 1st Place." February 28.
- Financial News*. 2013. "My Love from Another Star, the Sign of a Big Hit from its Start." December 19.
- Heo Jin. 2002. "The 'Hanliu' Phenomenon and the Acceptability of Korean TV Dramas in China." *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies* 16 (1): 496-529.
- Herald Business*. 2014. "My Love from Another Star, Chicken and Beer...How the Hallyu Influenced Asia." June 19.
- Im Yang-Jun. 2008. "A Study on the Uses and Gratifications on the U.S. TV Dramas: Focusing on Comparison to the Korean Counterparts." *Korean Journal of Communication and Information* 2: 303-336.
- Kim Ju-Yeon and Ahn Kyung-Mb. 2012. "How Chinese Populations' Preference to Korean Wave Contents Influences Their Intent to Purchase Korean Products, Visit Korea and Learn Hangul." *Journal of the Korea Contents Association* 12 (5): 447-458.
- Kim Sun-Nam. 2008. "A Study on Chinese College Students' Korean TV Drama Watching Behavior." *Journal of Communication Science* 8 (2): 122-148.
- Lee Byung-Hye. 2010. "The Viewing Motivation and Patterns of Television Drama." *Korean Journal of Journalism and Communication Studies* 54 (2): 138-162.
- Lee Hee-Jin. 2014. "The Influence of Chinese People's Viewing a Degree of Korean Content on the Sustainability of the Korean Wave, with Multiple Mediation Effects of Liking for the Korean Wave and Receptiveness to Korean Cultural Inflow." *Journal of the Korea Contents Association* 14 (10): 514-526.
- Lee Jae-Shin and Rho Dong-Hwan. 2008. "The Effect of Viewing Motivations on Media Choice and Use: Focusing on College Students' American Drama Consumption." *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies* 22 (5): 246-286.
- Lee Jang-Woo and Lee Kang-Bok. 2007. "Global Competitiveness of Korean Cultural Content: A Case of the Drama Industry." *Korean Management Review* 36 (6): 1419-1447.

- Lee Moon-Haeng. 2011. "Characteristics of Korean Dramas Favored by Chinese Viewers: Focused on Internet Bulletin Boards." *Journal of the Korea Contents Association* 11 (6): 167-175.
- Lee Mu-Chu and Choi Yong-Jun. 2016. "An Exploratory Study of Relationship among Motivations, Gratification and Viewing Amount of the Chinese Remake 'Dad! Where Are We Going?' Program." *Journal of Communication Science* 16 (1): 183-208.
- Lee Sun-Hee, Jung Soo-Young, and Chang Byeng-Hee. 2013. "The Effect of Viewing Motivations of TV Drama on Attitude toward Intention of Viewing 3DTV Drama." *Journal of Communication Science* 13 (4): 414-453.
- Lim Hyeong-Min and Park Joo-yeon. 2011. "A Study on Motives and Cultural Preferences regarding Korean Soap Operas in Terms of the Korean Wave with a Focus on Chinese and Japanese University Students." *Social Science Research* 27 (4): 371-395.
- Park Shin-Young. 2010. "The Effects of Audience Disposition on Use Motives, Genre Preference and Flow Experience in TV Drama Viewing." *Journal of Communication Science* 10 (1): 166-201.
- Park Sun-Ju. 2005. "Study on the Factors of Drama Choice and Identification Effect based on Viewing Flow Experience." Unpublished Master's thesis, Hanyang University.
- Park Woong-Ki and Song Jin-Kyung. 2009. "A Study on the Emotional Identification in TV Drama Viewing: Relationships among Homophily, Viewing Motives, and Viewing Satisfaction." *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies* 23 (2): 233-275.
- Ryu Seung-Kwan. 2009. "A Study on Relationships between Drama Viewing and National Image in Korean and Japanese Viewers." *Journal of Broadcasting Research* 68: 193-220.
- Yoo Se-Gyung, Kim Myung-So, and Lee Yun-Jin. 2004. "The Viewing Motivations and Attitudes of Television Drama." *Korean Journal of Broadcasting and Telecommunication Studies* 18 (1): 245-288.
- Yoo Se-Gyung and Ko Min-Kyung. 2006. "Analysis of the Relationship between Chinese Students' Viewing Behavior of Korean Drama and Their Attitude toward Korea." *Media, Gender and Culture* 6: 46-76.
- Yoo Sun-Young and Yoon Hee-jung. 1996. "TV Viewing Experiences in Women's Daily Lives: An Explorative Study on Korean Women Viewers." *Korean Journal of Journalism and Communication Studies* 37: 5-61.