

## 한류의 문화융합이 중국 청소년들에게 미치는 영향 분석

### An Analysis of the Influence of Korean Wave on Chinese Teenagers for Cultural Convergence

김성<sup>1</sup>

Seng Kim<sup>1</sup>

요 약

본 연구는 문화융합의 관점에서 출발하여 중국 청소년들의 이미지 속성이 한국 아이돌에 대한 인지적 및 정서적 태도에 미치는 영향을 분석하여 문화융합을 위한 시사점을 도출하는데 그 목적을 두었다. 한국 아이돌 이미지 속성 요인을 가수의 음악 수준·인성·외모·전문성·차별성으로 구분하였다. 선행연구를 바탕으로 본 연구의 목적에 맞는 설문지를 수정·보완하였으며 중국 청소년(중고등)학생 464명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 그 결과, 문화융합을 위한 시사점은 다음과 같다. 첫째, 한국 아이돌이 중국 청소년들에게 가수전문성, 차별성보다는 가수의 인성, 음악 수준, 가수의 외모에 대한 준비가 필요하다. 둘째, 한류와 중국의 문화가 융합되기 위해서는 아이돌에 대한 인성 교육 및 관리가 요구된다. 셋째, 중국 청소년들의 성별을 구분한 아이돌 활동이 필요하다. 이러한 연구를 통해 한류가 세계시장 ‘점유’, ‘진출’이라는 일방향성에서 세계인의 일상 속 한류 콘텐츠 향유 및 소비문화로 재정립될 것이라 사료된다.

핵심어 : 문화융합, 한류, 한국 아이돌 이미지 속성, 인지적 태도

#### Abstract

The study analyzed the influence of Korean idol on the cognitive and emotional attitude of Chinese teenagers toward Korean idols in terms of cultural convergence, after which implications are presented. To this end, the image attributes of Korean idol were selected and analyzed by music level, singer personality, singer appearance, singer professionalism, and differentiation. With reference to the pilot study, the questionnaire that meets the purpose of this study was revised and supplemented, and 464 Chinese teenagers (junior high school, etc.) were investigated. The implications were as follows. First, Korean idols need to prepare Chinese teenagers for their singer personality, music level and singer appearance rather than singer professionalism and differentiation. Second, personality education and management of idols are required for the convergence of Korean Wave and Chinese culture. Third, there is a need for idol activities that distinguish the gender of Chinese teenagers. Through this, the Korean Wave will be re-established as a culture of enjoying and consuming Korean Wave content in the daily lives of people around the world, from one direction of ‘occupation’ and ‘entry’ into the global market.

Keyword : Cultural Convergence, Korean Wave, Korean Idols Image Attributes, Cognitive Attitudes

<sup>1</sup> Department of Performing Arts Management, Sangmyung University, Seoul, Korea [Graduate Student]  
e-mail: 515600384@qq.com

Received(April 13, 2020), Review Result(1st: April 20, 2020, 2nd: May 15, 2020), Accepted(June 8, 2020), Published(June 30, 2020)



© 2020 The Authors. Published by NCISS.  
This is an open access article licensed under the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International License.  
To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>.

## 1. 서론

2019년 해외 한류(韓流) 동호회는 전년에 비해 약 1,000만 명 증가하여 약 1억 명 시대를 눈앞에 두고 있다 [1]. 한류는 1990년대 아시아 지역에서 드라마를 통해 시작되었으며, 이후 K-POP과 더불어 웹툰, 패션, 의료, 관광 등 일상영역까지 확대되고 있다. 유튜브, 넷플릭스, SNS 등 뉴미디어 플랫폼의 구축으로, 한류팬들은 콘텐츠를 소비하는 것을 넘어 재생산하고 있으며, 이제는 일시적인 호기심 단계를 지나 해당 국가에서 보편적인 주류 문화로 정착하고 있다.

특히, 중국에서의 한류와 K-POP 열풍은 한국의 아이돌 그룹이 이끌고 있다. 2000년 H.O.T의 북경 콘서트를 시작으로 중국에서 한국 아이돌의 인기는 급속히 상승하였다. 당시 중국에서는 고전적인 발라드가 유행하였는데, 강인하고 귀여운 이미지를 겸비한 한국 아이돌의 등장은 중국 청소년들을 열광시키기에 충분하였다. 그러나 불안정한 대외 정치관계로 인해 발생한 한한령(限韓令) 현상과 한국 아이돌의 도덕적 문제들은 한류의 성장과 문화교류에 위협요인으로 작용하고 있다.

이러한 위기를 극복하고 한류의 지속적인 성장과 한국 대중문화산업을 발전시키기 위해서는 한류의 중심에 서 있는 한국 아이돌 관련 연구가 필요하다. 기존 연구들은 한류음악과 K-POP에 대한 연구 [2-4], 한국 아이돌의 시스템 비교연구 [5], 한국 아이돌 산업관련 연구 등에 한정되어 있고, 문화융합 측면에서 한류에 관한 연구가 부족한 실정이다 [6].

따라서 본 연구의 목적은 한국 아이돌 이미지 속성이 중국 청소년의 한국 아이돌에 대한 인지적 및 정서적 태도에 미치는 영향을 분석하고, 문화융합을 위한 시사점을 탐색하는데 있다. 연구문제는 다음과 같다.

- 첫째, 중국 청소년의 한국 아이돌 이미지 속성이 인구통계학적 특성에 따른 차이는 어떠한가?
- 둘째, 중국 청소년의 한국 아이돌에 대한 인지적 및 정서적 태도가 인구통계학적 특성에 따른 차이는 어떠한가?
- 셋째, 한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 태도와 정서적 태도에 미치는 영향은 어떠한가?

## 2. 이론적 배경

### 2.1 문화융합을 위한 한류의 특성 및 영향

문화융합은 세계화가 진행되면서 시공간적 경계가 약화되며 과거에는 배타적인 지역성만을 지녔던 각국의 문화들이 상호침투, 이식, 변형, 수용되며 융합하는 현상을 말한다. 즉 다양한 문화가 상호 인정받고 동시에 공존하는 철학을 바탕으로 하고 있다 [7]. 문화융합의 과정은 보편적인 것과 특수적인 것, 균질적인 것과 차별적인 것, 통합적인 것과 분열적인 것 등과 같은 이원적인 양 극단

의 상호작용이 발생하는 역할을 통해 이루어진다. 따라서 문화융합의 시각에서 한류는 동북아, 동남아, 세계로 퍼져나가는 발전도경을 펼쳐게 된 것이다. 한류는 한국의 대중문화를 포함한 한국과 관련된 것들이 한국 이외의 나라에서 인기를 얻고 있는 현상이며, 1990년대에 한국문화의 영향력이 중국, 일본 등 다른 나라들에서 급성장한 상황을 배경으로 중국 북경청년보(北京青年報)에서 가장 먼저 사용한 신조어이다 [8]. 드라마를 중심으로 아시아 국가들에서 한류가 처음 시작하였고, 이후 K-POP, 한국음식, 패션 등 다양한 분야로 확장되었다. 한류는 다른 나라의 지역적 특수성에 맞게 재해석되고 보편화되는 글로벌 문화(glocal = global + local) 특성을 보여주고 있으며, 한류로 인하여 한국은 문화수입국에서 문화수출국으로서의 위상을 갖게 되었다. 한류가 성장할 수 있었던 이유는 한국의 대중문화가 아시아 지역에서 ‘문화적 할인율(Cultural discount)’이 비교적 낮았고, 중국 등 동남아시아 국가들의 경제성장에 비해 문화콘텐츠가 부족했으며, 한국문화가 질적으로 우수했기 때문이다. 중국 청소년들에게 한국 아이돌의 인기는 2000년 HOT의 북경콘서트 이후 급속히 상승하였으며, 슈퍼주니어, 동방신기 등도 지속적으로 활약하였다. 한국 아이돌의 주요 성공 요인은 기본적으로 우수한 곡과 수준 높은 가창력 및 퍼포먼스, 개인이 아닌 그룹으로 활동한다는 점이다. 그리고 한국 아이돌의 세련된 복장과 외모, 현대적이며 이국적인 매력, 신선하고 발랄한 노래 등은 중국의 경제성장에 비해 부족한 문화의 빈자리를 채워주었다. 특히, 한국의 기획사들은 연습생을 확보하여 훈련시키는 스타 시스템을 통해 전문적으로 아이돌을 성장시키는데, 이 과정에서 아이돌은 음악을 기본으로 패션, 외모 등 이미지를 형성하면서 경쟁력을 갖추게 된다 [9]. 한국 아이돌은 중국 내에서 콘서트를 통한 음악활동, 광고모델 활동, 드라마나 영화 출연을 통한 연기활동, 예능프로그램 출연 등 다양한 활동으로 인기를 얻고 있다. 그동안 중국에서 승승장구하던 한류는 2016년 한국의 사드 배치 결정 이후, 중국정부가 한한령으로 중국인들에게 한국의 제품 및 콘텐츠 등을 제한하기 시작하면서 위축되었다. 또한, 한국정부의 한류정책은 경제적 효과와 국가 이미지 제고 측면에만 초점이 맞추어져 현지의 문화민족주의 및 자국 콘텐츠산업 보호를 위한 반한류(反韓流) 정서를 자극시켰다. 중국의 한한령과 반한류 정서속에서도 몇몇 드라마가 중국에서 인기를 누렸고, 주링허우(九零後), 링링허우(零零後)라고 칭하는 중국 젊은 세대들의 한국문화, 한국뷰티 서비스 및 제품 등에 대한 관심은 중국 내 한류의 지속적인 성장 가능성을 보여주었다. 특히, 방탄소년단과 같이 K-POP을 주도하는 아이돌 그룹은 한류가 세계 속의 문화로 성장하는 계기가 되었다. 이제 한류는 양적인 매출 증가와 경제적 측면의 시장 확대가 주목적이었던 기존 한류의 성장 방식에서 벗어나, 문화융합을 통한 한류의 성숙과 더불어 세계 속 문화로써의 한류로 개념과 방향을 전환하는 것이 필요하다.

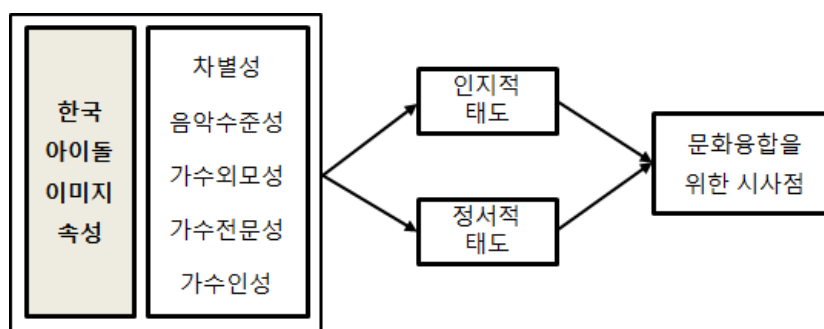
## 2.2 이미지 속성과 인지적 및 정서적 태도

이미지의 어원은 그리스어 ‘eikon’, 라틴어 ‘imago’에서 찾을 수 있고, 영어의 이미지(image)에 해

당하며, 사물 또는 사람에게서 받은 인상과 이전의 감각에 의해 얻어진 것이 마음속에 재생되는 것을 의미한다. 이미지를 사전적으로 정의하면, 어떤 사람이나 사물로부터 받은 느낌이며, 심상, 영상, 인상 등으로 설명할 수 있다. 한국 아이돌의 이미지는 음악의 장르, 주제, 작사, 작곡 등 음악적인 요소와 가수의 외모, 패션, 군무, 퍼포먼스 등 비음악적인 요소로 구분된다. 한국 아이돌은 가창력, 작사, 작곡 등 음악성보다 춤, 군무와 같은 퍼포먼스 중심으로 평가되고 있고, 패션, 외모 등의 시각적 이미지가 강한 편이다. 선행연구를 바탕으로 한국 아이돌 이미지 속성을 음악차별성, 음악수준성, 가수외모성, 전문성, 가수인간성으로 선정하였다 [4][10][11]. 이 요소들은 많은 학자들이 공통적으로 주장하는 요소들이다. 사람들의 생각, 신념, 가치관 등은 겉으로 나타나는 것은 아니지만, 그 사람의 행동을 통해서 어느 정도 알 수 있다. 태도는 변화에 반응하려는 경향이 있어, 행동보다 우선하여 사람들의 행동을 이끌어 낸다. 태도는 개인이 환경의 변화에 대응하려는 다양한 행동변화를 설명하는 것이다. 그리고 태도는 개인의 호의적·비호의적, 긍정적·부정적 평가로 태도가 구성되며, 이런 태도는 행동에 영향을 주게 된다. 태도는 구성에 따라 인지적 요소(Cognitive component), 정서적 요소(Affective component), 행동적 요소(Active component) 세 가지로 나뉜다. 인지적 요소는 사상, 지식 등이 하나로 합쳐지면서 대상에 대한 사전 정보를 바탕으로 태도가 형성된다. 정서적 요소는 대상에 대해 좋음, 나쁨의 단순한 반응으로 평가하고, 정보가 충분하지 않더라도 태도가 형성되며, 가장 본질적인 태도의 핵심이다. 행동적 요소는 개인이 대상에 대해 행하려는 특정한 행동, 그 자체이다. 선행연구를 바탕으로 태도의 구성요소를 인지적 및 정서적 태도로 설정하고, 행동적 요소를 제외하였다[12-14].

### 3. 연구방법

#### 3.1 연구모형



[그림 1] 연구모형

[Fig. 1] research model

본 연구는 한국 아이돌 이미지 속성이 중국 청소년의 한국 아이돌에 대한 인지적 및 정서적 태

도에 미치는 영향을 분석하여, 문화융합을 위한 시사점을 탐색하는 것으로, 연구모형은 [그림 1]과 같다.

### 3.2 연구대상

본 연구는 중국 동북(東北)·화북(華北)지역 청소년(중고등)학생 464명을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 설문지 464부를 모두 회수하였으며, 회수율은 100%이다. 설문조사는 2019년 9월 2일부터 10월 31일까지 실시하였다. 연구대상의 인구통계학적 특성을 정리하면 [표 1]과 같다.

[표 1] 연구대상의 인구통계학적 특성

[Table 1] Demographic characteristics of research subjects

| 구분 |      | 빈도(명) | 비율(%) |
|----|------|-------|-------|
| 성별 | 남성   | 146   | 31.5  |
|    | 여성   | 318   | 68.5  |
| 학년 | 7학년  | 97    | 20.9  |
|    | 8학년  | 75    | 16.2  |
|    | 9학년  | 97    | 20.9  |
|    | 고1학년 | 66    | 14.2  |
|    | 고2학년 | 129   | 27.8  |
| 합계 |      | 464   | 100   |

### 3.3 연구도구

본 연구는 선행연구의 설문지 문항을 본 연구의 목적에 적합하도록 수정·보완하였다[15][16]. 설문문항을 구체적으로 보면, 인구통계학적 특성에 관한 문항 2개, 한국 아이돌 이미지 속성(차별성, 음악수준성, 가수외모성, 가수전문성, 가수인성)에 관한 문항 20개, 인지적 태도에 관한 문항 4개, 정서적 태도에 관한 문항 6개, 총 4개 영역, 32개 문항으로 구성되었고, 리커트(Likert) 5점 척도로 측정하였다.

한국 아이돌 이미지 속성, 인지적 태도, 정의적 태도에 대해 하위 요인이 어떻게 분류되는지 파악하고자 요인분석을 실시하여 측정도구의 타당도를 분석하였다. 요인 추출 방법으로는 주성분 요인 추출을 실시하였고, 요인 회전 방법은 베리맥스(Varimax) 회전을 하였다. 그리고 각 변수들의 내적 일관성 검증을 위해 크론바흐 알파 계수(cronbach's alpha)를 산출하여 신뢰도 분석을 실시하였다. 한국 아이돌 이미지 속성에 대한 타당도 및 신뢰도는 [표 2]와 같으며, 인지적 및 정서적 태도의 타당도 및 신뢰도는 [표 3]과 같다.

[표 2] 한국 아이돌 이미지 속성에 대한 타당도 및 신뢰도

[Table 2] Validity and reliability of Korean idol image properties

| 요인명       | 항목                              | 요인적<br>재량 | 아이겐<br>값(%) | 분산설<br>명(%) | 신뢰<br>도 |
|-----------|---------------------------------|-----------|-------------|-------------|---------|
| 음악<br>수준성 | 18.한국아이돌 음악은 신선한 느낌을 준다.        | .793      | 4.801       | 20.004      | .914    |
|           | 19.한국아이돌 음악은 창조성이 뛰어나다.         | .727      |             |             |         |
|           | 16.한국아이돌 음악은 다양한 느낌을 준다.        | .682      |             |             |         |
|           | 20.한국아이돌 음악의 노래 가사는 공감이 간다.     | .637      |             |             |         |
|           | 17.한국아이돌 음악은 다른 음악에 비해 멜로디가 좋다. | .633      |             |             |         |
| 가수<br>인성  | 32.한국아이돌은 겸손하다.                 | .779      | 4.766       | 19.858      | .910    |
|           | 33.한국아이돌은 성실하다.                 | .768      |             |             |         |
|           | 30.한국아이돌은 친절하다.                 | .735      |             |             |         |
|           | 31.한국아이돌은 신뢰 할만하다.              | .727      |             |             |         |
|           | 29.한국아이돌은 예의가 바르다.              | .708      |             |             |         |
| 가수<br>외모성 | 23.한국아이돌은 춤 실력이 뛰어나다.           | .755      | 4.626       | 19.275      | .928    |
|           | 22.한국아이돌은 잘 생긴 외모를 가지고 있다.      | .721      |             |             |         |
|           | 24.한국아이돌은 호감 가는 외모를 가지고 있다.     | .710      |             |             |         |
|           | 25.한국아이돌은 댄스실력이 좋다.             | .699      |             |             |         |
|           | 21.한국아이돌의 몸매는 매력적이다.            | .659      |             |             |         |
| 가수<br>전문성 | 26.한국아이돌은 경쟁력 있는 외국어능력 있다.      | .675      | 2.180       | 9.084       | .876    |
|           | 27.한국아이돌은 전문분야의 지식을 보유하고 있다.    | .671      |             |             |         |
|           | 28.한국아이돌은 전문분야에서의 능력이 있다.       | .520      |             |             |         |
| 차별성       | 14.한국아이돌 음악은 다른 음악에 비해 차별성이 있다. | .856      | 1.961       | 8.170       | .694    |
|           | 15.한국아이돌 음악은 다른 음악에 비해 특이하다.    | .659      |             |             |         |

누적분산=76.391, KMO=.967, Bartlett's  $\chi^2=9,978.457(p<.001)$

[표 3] 인지적 및 정서적 태도에 대한 타당도 및 신뢰도

[Table 3] Validity and reliability of cognitive and emotional attitudes

| 요인명       | 항목                                  | 요인적<br>재량 | 아이겐<br>값(%) | 분산설<br>명(%) | 신뢰<br>도 |
|-----------|-------------------------------------|-----------|-------------|-------------|---------|
| 정서적<br>태도 | 42.아이돌 콘서트 관람은 나에게 행복감을 주었다.        | .837      | 4.470       | 44.699      | .952    |
|           | 40.아이돌 콘서트 관람은 나의 호기심을 자극한다.        | .806      |             |             |         |
|           | 43.아이돌 콘서트 관람은 나에게 가치 있는 일이다.       | .787      |             |             |         |
|           | 41.아이돌 콘서트 관람은 나에게 감동을 주었다.         | .786      |             |             |         |
|           | 39.아이돌 콘서트 관람은 나에게 흥미를 느끼게 한다.      | .760      |             |             |         |
|           | 38.아이돌 콘서트 관람을 통해 스트레스를 해소 할 수 있었다. | .705      |             |             |         |
| 인지적<br>태도 | 36.아이돌 콘서트 관람에 대한 필요성을 느낀다.         | .829      | 3.536       | 35.358      | .909    |
|           | 37.아이돌 콘서트 관람은 좋은 선택이었다.            | .798      |             |             |         |
|           | 35.아이돌 콘서트 관람을 통해 색다른 경험을 할 수 있었다.  | .763      |             |             |         |
|           | 34.아이돌 콘서트 관람이 매우 긍정적이라고 생각 한다.     | .667      |             |             |         |

누적분산=80.057, KMO=.946, Bartlett's  $\chi^2=4,719.922(p<.001)$

### 3.4 분석방법

수집된 설문 자료는 SPSS 21.0을 활용하여 다음과 같은 절차에 의해 분석하였다. 첫째, 중국 청소년의 한국 아이돌 이미지 속성이 인구통계학적 특성에 따른 차이를 알아보기 위하여 독립표본 t검정(t-test) 및 일원변량분석(one way ANOVA)과 사후검증으로는 던컨 검증(Duncan test)를 실시하였다. 둘째, 중국 청소년의 한국 아이돌에 대한 인지적 및 정서적 태도가 인구통계학적 특성에 따른 차이를 알아보기 위하여 독립표본 t검정(t-test) 및 일원변량분석(one way ANOVA)을 하였고, 사후검증으로는 던컨 검증(Duncan test)을 실시하였다. 셋째, 한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 및 정서적 태도에 미치는 영향을 살펴하기 위해 상관관계분석, 다중회귀분석을 실시하였다. 그리고 인구통계학적 특성 및 한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 및 정서적 태도에 미치는 영향을 분석하기 위해 위계적 다중회귀분석을 하였다.

## 4. 연구결과

### 4.1 중국 청소년의 한국 아이돌 이미지 속성 및 인구통계학적 특성에 따른 차이 분석

성별에 따른 한국 아이돌 이미지 속성 차이 분석 결과, 한국 아이돌 이미지 속성 5가지 모두 각각 유의미한 차이를 보였고( $p<.001$ ), 전체적인 측면에서도 유의미한 차이가 나타났다( $p<.001$ ).

[표 4] 중국 청소년의 한국 아이돌 이미지 속성 및 인구통계학적 특성에 따른 차이

[Table 4] Differences in Korean idol image properties and demographic characteristics of Chinese teenagers

| 구분 |            | 한국 아이돌 이미지 속성  |      |                |      |                |      |                |      |                |      | 전체             |      |
|----|------------|----------------|------|----------------|------|----------------|------|----------------|------|----------------|------|----------------|------|
|    |            | 음악수준성          |      | 가수인성           |      | 가수외모성          |      | 가수전문성          |      | 차별성            |      |                |      |
|    |            | M              | SD   | M              | SD   | M              | SD   | M              | SD   | M              | SD   | M              | SD   |
| 성별 | 여성         | 3.42           | .791 | 3.48           | .716 | 3.61           | .787 | 3.60           | .811 | 3.47           | .771 | 3.45           | .657 |
|    | 남성         | 2.92           | .849 | 3.01           | .839 | 3.01           | .889 | 3.01           | .913 | 2.93           | .887 | 2.96           | .780 |
|    | t-value(p) | 6.182***(.000) |      | 6.258***(.000) |      | 7.320***(.000) |      | 7.046***(.000) |      | 6.739***(.000) |      | 7.087***(.000) |      |
| 학년 | 7학년(a)     | 3.12           | .868 | 3.16           | .788 | 3.15           | .856 | 3.16           | .850 | 3.12           | .933 | 3.10           | .754 |
|    | 8학년(b)     | 3.51           | .735 | 3.46           | .732 | 3.61           | .840 | 3.63           | .865 | 3.49           | .688 | 3.47           | .674 |
|    | 9학년(c)     | 3.18           | .851 | 3.22           | .762 | 3.38           | .828 | 3.32           | .848 | 3.21           | .763 | 3.21           | .699 |
|    | 고 1학년(d)   | 3.20           | .764 | 3.34           | .753 | 3.39           | .826 | 3.37           | .848 | 3.27           | .786 | 3.26           | .677 |
|    | 고 2학년(e)   | 3.32           | .885 | 3.48           | .824 | 3.55           | .890 | 3.58           | .928 | 3.42           | .924 | 3.42           | .768 |
|    | F-value(p) | 2.862*(.023)   |      | 3.380*(.010)   |      | 4.244***(.002) |      | 4.664***(.001) |      | 2.967*(.019)   |      | 4.314***(.002) |      |
|    | Duncan     | a<c<d<b        |      | a<c<b<e        |      | a<c<b          |      | a<b            |      | a<b            |      | a<b            |      |

<sup>\*</sup>p<.05, <sup>\*\*</sup>p<.01, <sup>\*\*\*</sup>p<.001

학년에 따른 한국 아이돌 이미지 속성 차이 분석 결과, 음악수준성( $F=2.862$ ,  $p<.05$ ), 가수인성( $F=3.380$ ,  $p<.05$ ), 가수외모성( $F=4.244$ ,  $p<.01$ ), 가수전문성( $F=4.664$ ,  $p<.01$ ), 차별성( $F=2.967$ ,  $p<.05$ )은 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났고, 전체적인 측면에서도 유의미한 차이가 있었다( $F=4.314$ ,  $p<.01$ ). 중국 청소년의 한국 아이돌 이미지 속성 및 인구통계학적 특성에 따른 차이를 정리하면 [표 4]와 같다.

#### 4.2 중국 청소년의 인지적·정서적 태도 및 인구통계학적 특성 차이 분석

성별에 따른 인지적 및 정서적 태도 차이 분석 결과, 인지적 및 정서적 태도는 각각 유의미한 차이를 보였고( $p<.001$ ), 전체적인 측면에서도 유의미한 차이가 나타났다( $p<.001$ ). 학년에 따른 인지적 및 정서적 태도 차이 분석 결과, 인지적 태도( $F=4.864$ ,  $p<.01$ ), 정서적 태도( $F=5.004$ ,  $p<.05$ )는 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났고, 전체적인 측면에서도 유의미한 차이가 있었다( $F=5.270$ ,  $p<.001$ ). 인구통계학적 특성에 따른 인지적 및 정서적 태도 차이를 정리하면 [표 5]와 같다.

[표 5] 중국 청소년의 인지적·정서적 태도 및 인구통계학적 특성에 따른 차이

[Table 5] Differences in cognitive and emotional attitudes and the demographic characteristics of Chinese youth

| 구분 |            | 인지적 태도                      |       | 정서적 태도                      |       | 전체                          |       |
|----|------------|-----------------------------|-------|-----------------------------|-------|-----------------------------|-------|
|    |            | M                           | SD    | M                           | SD    | M                           | SD    |
| 성별 | 여성         | 3.21                        | .832  | 3.30                        | .932  | 3.26                        | .857  |
|    | 남성         | 2.75                        | .870  | 2.72                        | .901  | 2.73                        | .862  |
|    | t-value(p) | 5.579 <sup>***</sup> (.000) |       | 6.236 <sup>***</sup> (.000) |       | 6.165 <sup>***</sup> (.000) |       |
| 학년 | 7학년(a)     | 2.86                        | 0.915 | 2.93                        | 1.013 | 2.90                        | 0.949 |
|    | 8학년(b)     | 3.33                        | 0.902 | 3.43                        | 0.943 | 3.39                        | 0.892 |
|    | 9학년(c)     | 3.00                        | 0.733 | 2.97                        | 0.877 | 2.98                        | 0.778 |
|    | 고 1학년(d)   | 2.88                        | 0.780 | 2.94                        | 0.883 | 2.92                        | 0.808 |
|    | 고 2학년(e)   | 3.20                        | 0.905 | 3.27                        | 0.967 | 3.25                        | 0.911 |
|    | F-value(p) | 4.864 <sup>**</sup> (.001)  |       | 5.004 <sup>**</sup> (.001)  |       | 5.270 <sup>***</sup> (.000) |       |
|    | Duncan     | a<d<b                       |       | a<d<c<e<b                   |       | a<d<c<e<b                   |       |

\* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$

#### 4.3 한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 및 정서적 태도에 미치는 영향 분석

##### 4.3.1 상관관계분석

한국 아이돌 이미지 속성, 인지적 및 정서적 태도의 상관관계를 분석한 결과는 [표 6]과 같다.

[표 6] 한국 아이돌 이미지 속성, 인지적 및 정서적 태도의 상관관계

[Table 6] Correlation of Korean idol image attributes, cognitive and emotional attitudes

| 구분            |       | 한국 아이돌 이미지 속성      |                    |                    |                    |                    | 인지적 태도             | 정서적 태도 |
|---------------|-------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------------------|--------|
|               |       | 음악 수준성             | 가수 인성              | 가수 외모성             | 가수 전문성             | 차별성                |                    |        |
| 한국 아이돌 이미지 속성 | 음악수준성 | 1                  |                    |                    |                    |                    |                    |        |
|               | 가수인성  | .776 <sup>**</sup> | 1                  |                    |                    |                    |                    |        |
|               | 가수외모성 | .835 <sup>**</sup> | .832 <sup>**</sup> | 1                  |                    |                    |                    |        |
|               | 가수전문성 | .782 <sup>**</sup> | .843 <sup>**</sup> | .865 <sup>**</sup> | 1                  |                    |                    |        |
|               | 차별성   | .740 <sup>**</sup> | .620 <sup>**</sup> | .685 <sup>**</sup> | .660 <sup>**</sup> | 1                  |                    |        |
| 인지적 태도        |       | .664 <sup>**</sup> | .702 <sup>**</sup> | .672 <sup>**</sup> | .624 <sup>**</sup> | .534 <sup>**</sup> | 1                  |        |
| 정서적 태도        |       | .678 <sup>**</sup> | .688 <sup>**</sup> | .700 <sup>**</sup> | .633 <sup>**</sup> | .555 <sup>**</sup> | .856 <sup>**</sup> | 1      |

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

#### 4.3.2 다중회귀분석

한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 태도에 미치는 영향을 검증한 결과, 회귀모형은 통계적으로 유의미하게 나타났으며( $F=105.813$ ,  $p<.001$ ), 회귀모형의 설명력은 약 53.6%(수정된  $R^2$ 은 53.1%)로 나타났다( $R^2=.536$ ,  $adj R^2=.531$ ). 회귀계수 유의성 검증 결과, 가수인성( $\beta=.447$ ,  $p<.001$ ), 음악수준성( $\beta=.218$ ,  $p<.01$ ), 가수외모성( $\beta=.185$ ,  $p<.05$ )은 인지적 태도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 태도에 미치는 영향을 정리하면 [표 7]과 같다.

[표 7] 한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 태도에 미치는 영향

[Table 7] The influence of Korean idol image attributes on cognitive attitudes

| 모형                                                                          | 비표준화 계수 |      | 표준화계수   | t      | 유의 확률               | 공산성 통계량 |       |
|-----------------------------------------------------------------------------|---------|------|---------|--------|---------------------|---------|-------|
|                                                                             | B       | 표준오차 | $\beta$ |        |                     | 공차      | VIF   |
| (상수)                                                                        | .276    | .129 |         | 2.143  | .033 <sup>*</sup>   |         |       |
| 음악수준성                                                                       | .225    | .068 | .218    | 3.313  | .001 <sup>**</sup>  | .235    | 4.263 |
| 가수인성                                                                        | .494    | .072 | .447    | 6.845  | .000 <sup>***</sup> | .238    | 4.206 |
| 가수외모성                                                                       | .186    | .077 | .185    | 2.418  | .016 <sup>*</sup>   | .173    | 5.770 |
| 가수전문성                                                                       | -.109   | .070 | -.111   | -1.551 | .122                | .197    | 5.081 |
| 차별성                                                                         | .044    | .050 | .043    | .890   | .374                | .432    | 2.314 |
| 종속변수: 인지적 태도, $F=105.813(p<.001)$ , $R^2=.536$ , $adj R^2=.531$ , D-W=1.844 |         |      |         |        |                     |         |       |

\*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001

한국 아이돌 이미지 속성이 정서적 태도에 미치는 영향을 검증한 결과, 회귀모형은 통계적으로

유의미하게 나타났으며( $F=109.926$ ,  $p<.001$ ), 회귀모형의 설명력은 약 54.5%(수정된 R제곱은 54.1%)로 나타났다( $R^2=.545$ ,  $\text{adj}R^2=.541$ ). 회귀계수 유의성 검증 결과, 가수인성( $\beta=.326$ ,  $p<.001$ ), 가수외모성( $\beta=.312$ ,  $p<.001$ ), 음악수준성( $\beta=.215$ ,  $p<.01$ )은 정서적 태도에 유의미한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 한국 아이돌 이미지 속성이 정서적 태도에 미치는 영향을 정리하면 [표 8]과 같다.

[표 8] 한국 아이돌 이미지 속성이 정서적 태도에 미치는 영향

[Table 8] The influence of Korean idol image attributes on emotional attitudes

| 모형                                                                                | 비표준화 계수 |      | 표준화계수   | t      | 유의<br>확률 | 공산성 통계량 |       |
|-----------------------------------------------------------------------------------|---------|------|---------|--------|----------|---------|-------|
|                                                                                   | B       | 표준오차 | $\beta$ |        |          | 공차      | VIF   |
| (상수)                                                                              | .030    | .140 |         | .215   | .830     |         |       |
| 음악수준성                                                                             | .245    | .074 | .215    | 3.305  | .001 **  | .235    | 4.263 |
| 가수인성                                                                              | .397    | .079 | .326    | 5.040  | .000 *** | .238    | 4.206 |
| 가수외모성                                                                             | .346    | .084 | .312    | 4.118  | .000 *** | .173    | 5.770 |
| 가수전문성                                                                             | -.128   | .077 | -.119   | -1.670 | .096     | .197    | 5.081 |
| 차별성                                                                               | .066    | .054 | .059    | 1.223  | .222     | .432    | 2.314 |
| 종속변수: 정서적 태도, $F=109.926(p<.001)$ , $R^2=.545$ , $\text{adj}R^2=.541$ , D-W=2.040 |         |      |         |        |          |         |       |

\* $p<.05$ , \*\* $p<.01$ , \*\*\* $p<.001$

#### 4.3.3 위계적 회귀분석

인구통계학적 특성 및 한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 태도에 미치는 영향을 분석한 결과, 회귀모형은 1단계( $F=16.628$ ,  $p<.001$ )와 2단계( $F=75.434$ ,  $p<.001$ ) 모두 통계적으로 유의미하게 나타났다. 회귀계수 유의성 검증 결과, 1단계에서는 성별이 유의미하게 나타났으며, 여성( $\beta=.250$ ,  $p<.001$ )은 정(+)적으로 유의하였다. 즉, 여성이 인지적 태도가 높은 것으로 검증되었다.

2단계에서 통제변수는 모두 통계적으로 유의미하지 않았고, 가수인성( $\beta=.447$ ,  $p<.001$ ), 음악수준성( $\beta=.221$ ,  $p<.01$ ), 가수외모성( $\beta=.179$ ,  $p<.05$ )는 인지적 태도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인구통계학적 특성 및 한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 태도에 미치는 영향을 정리하면 [표 9]와 같다.

정서적 태도의 회귀분석 결과를 보면, 회귀모형은 1단계( $F=20.964$ ,  $p<.001$ )와 2단계( $F=78.981$ ,  $p<.001$ ) 모두 통계적으로 유의미한 결과를 보였다. 회귀모형의 설명력은 1단계에서 8.3%(수정된 R제곱은 7.9%)로 나타났고( $R^2=.083$ ,  $\text{adj}R^2=.079$ ), 2단계에서는 54.8%(수정된 R제곱은 54.1%)로 나타났다( $R^2=.548$ ,  $\text{adj}R^2=.541$ ). 회귀계수 유의성 검증 결과, 1단계에서는 성별이 유의미하였으며, 여성( $\beta=.282$ ,  $p<.001$ )은 정(+)적으로 유의미하게 나타났다. 즉, 여성이 정서적 태도가 높은 것으로 검증되었다.

2단계에서 통제변수는 모두 통계적으로 유의미하지 않았고, 가수인성( $\beta=.398$ ,  $p<.001$ ), 가수외모성( $\beta=.335$ ,  $p<.001$ ), 음악수준성( $\beta=.249$ ,  $p<.01$ )은 정서적 태도에 유의한 정(+)의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 인구통계학적 특성 및 한국 아이돌 이미지 속성이 정서적 태도에 미치는 영향을 정리하면 [표 10]과 같다.

[표 9] 인구통계학적 특성 및 한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 태도에 미치는 영향

[Table 9] The influence of demographic characteristics and Korean idol image attributes on cognitive attitudes

| 종속 변수     | 독립변수       | 모형1                |         |           |      | 모형2                |         |          |      |
|-----------|------------|--------------------|---------|-----------|------|--------------------|---------|----------|------|
|           |            | B                  | $\beta$ | t         | p    | B                  | $\beta$ | t        | p    |
| 인지적 태도    | (상수)       | 2.594              |         | 23.695*** | .000 | .270               |         | 1.977*   | .049 |
|           | 성별(남성=ref) |                    |         |           |      |                    |         |          |      |
|           | 여성         | .467               | .250    | 5.546***  | .000 | .049               | .026    | .771     | .441 |
|           | 학년         | .048               | .083    | 1.849     | .065 | .002               | .004    | .120     | .904 |
|           | 음악수준성      |                    |         |           |      | .229               | .221    | 3.319**  | .001 |
|           | 가수인성       |                    |         |           |      | .494               | .447    | 6.828*** | .000 |
|           | 가수외모성      |                    |         |           |      | .180               | .179    | 2.322*   | .021 |
|           | 가수전문성      |                    |         |           |      | -.112              | -.115   | -1.591   | .112 |
|           | 차별성        |                    |         |           |      | .040               | .039    | .789     | .431 |
| F         |            | 16.628( $p<.001$ ) |         |           |      | 75.434( $p<.001$ ) |         |          |      |
| $R^2$     |            | .067               |         |           |      | .537               |         |          |      |
| adj $R^2$ |            | .063               |         |           |      | .529               |         |          |      |

\*  $p<.05$ , \*\*  $p<.01$ , \*\*\*  $p<.001$

[표 10] 인구통계학적 특성 및 한국 아이돌 이미지 속성이 정서적 태도에 미치는 영향

[Table 10] The influence of demographic characteristics and Korean idol image attributes on emotional attitudes

| 종속 변수     | 독립변수       | 모형1                |         |           |      | 모형2                |         |          |      |
|-----------|------------|--------------------|---------|-----------|------|--------------------|---------|----------|------|
|           |            | B                  | $\beta$ | t         | p    | B                  | $\beta$ | t        | p    |
| 정서적 태도    | (상수)       | 2.565              |         | 21.429*** | .000 | .036               |         | .240     | .810 |
|           | 성별(남성=ref) |                    |         |           |      |                    |         |          |      |
|           | 여성         | .583               | .282    | 6.324***  | .000 | .110               | .053    | 1.573    | .116 |
|           | 학년         | .049               | .076    | 1.698     | .090 | -.003              | -.004   | -.135    | .893 |
|           | 음악수준성      |                    |         |           |      | .249               | .218    | 3.318**  | .001 |
|           | 가수인성       |                    |         |           |      | .398               | .327    | 5.055*** | .000 |
|           | 가수외모성      |                    |         |           |      | .335               | .302    | 3.965*** | .000 |
|           | 가수전문성      |                    |         |           |      | -.134              | -.124   | -1.746   | .082 |
|           | 차별성        |                    |         |           |      | .057               | .050    | 1.043    | .297 |
| F         |            | 20.964( $p<.001$ ) |         |           |      | 78.981( $p<.001$ ) |         |          |      |
| $R^2$     |            | .083               |         |           |      | .548               |         |          |      |
| adj $R^2$ |            | .079               |         |           |      | .541               |         |          |      |

\*  $p<.05$ , \*\*  $p<.01$ , \*\*\*  $p<.001$

## 5. 문화융합을 위한 시사점

연구결과는 다음과 같다. 첫째, 중국 청소년들의 한국 아이돌 이미지 속성은 여성이 남성보다 높았고, 8학년이 가수의 음악수준, 가수의 외모, 가수의 전문성, 차별성에 대해 높았으며, 고2학년은 가수의 인성에 높은 것으로 나타났다. 둘째, 중국 청소년의 한국 아이돌에 대한 인지적 및 정서적 태도 모두 여성과 8학년이 각각 높은 것으로 나타났다. 셋째, 한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 및 정서적 태도에 미치는 영향은 여성이 높은 것으로 나타났고, 인지적 태도는 가수인성, 음악수준성, 가수의 외모 순으로, 정서적 태도는 가수의 인성, 가수의 외모, 가수의 음악수준 순으로 각각 영향을 미치는 것으로 분석되었다.

연구결과를 바탕으로 한류 문화융합을 위한 시사점은 다음과 같다. 첫째, 한국 아이돌의 이미지 속성이 중국 청소년의 인지적 태도에 미치는 영향을 고려하면, 한국 아이돌이 중국 청소년들에게 가수의 전문성, 차별성보다는 가수의 인성, 음악수준성, 가수의 외모성에 대한 준비가 필요하다.

둘째, 한국 아이돌의 이미지 속성이 중국 청소년의 정서적 태도에 미치는 영향을 고려하면, 인지적 태도와 마찬가지로 가수인성, 가수외모, 음악수준성이 요구된다. 정서적 태도는 한국 아이돌에 대해 좋음, 나쁨으로 평가되고, 가장 본질적인 태도의 핵심이다. 중국 청소년들이 한국 아이돌에 대해 긍정적인 태도를 갖게 하면서 한류와 중국의 문화가 융합되기 위해서는 가수들에 대한 인성교육 및 관리가 요구된다. 최근 버닝썬 사건, 아이돌 서바이벌 프로그램 조작사건, 자살 등 아이돌 관련 사건사고로 한류 이미지가 실추된 상황에서는 아이돌 본인의 노력뿐만 아니라 연예기획사, 관계자들의 체계적인 지원이 필요하다.

셋째, 인구통계학적 특성 및 한국 아이돌 이미지 속성이 인지적 및 정서적 태도에 미치는 영향 고려하면, 성별을 구분하여 중국 청소년에 대한 대책을 강구해야 한다. 이제는 무분별하고 전방위적인 아이돌 활동보다는 정확하고 세심한 분석으로 대상을 명확하게 할 필요가 있다. 이를 통해 한류가 세계시장 ‘점유’, ‘진출’이라는 일방향성에서 세계인의 일상 속 한류 콘텐츠 향유 및 소비문화로 재정립될 것이다.

본 연구의 한계점은 다음과 같다. 우선, 연구에 활용된 설문자료 자체의 오류나 부정확성을 검증하기가 쉽지 않았다. 둘째, 자료 및 정보의 한계로 다양한 변수를 포함하지 못했고, 특히, 질적인 자료와 변수를 활용하지 못하였다. 셋째, 연구대상이 중국 동북·화북지역 청소년에 한정되어 있어 중국지역의 종합적이고 총체적인 분석이 이루어지지 못한 점 등이 있다, 끝으로 한류의 문화융합에 관한 다양한 연구를 통해 한류문화의 발전을 기대해 본다.

## References

- [1] The Korea Foundation, “Korean wave in the global village”, Ministry of Foreign Affairs, Seoul, Korea, December 2019. [Online]. Available: [www.mofa.go.kr/www/brd/m\\_4099/view.do?seq=367606](http://www.mofa.go.kr/www/brd/m_4099/view.do?seq=367606).
- [2] E. K. Kim, “Analysis on the musical value and sustainable growth of K-pop”, *Global culture review*, vol. 6, no. 1, June 2015, pp. 25-49.
- [3] J. H. Kim, “Analysis of Research Trends on K-pop -Focused on Research Papers from 2011 to 2018-”, *Culture and Convergence*, vol. 41, no. 2, April 2019, pp. 461-490, doi: 10.33645/cnc.2019.04.41.2.461.
- [4] X. Wen, H. W. Cha, “How Korean Popular Music(K-Pop)’s Cultural Proximity Influences Oversea Audience’s Evaluation of K-Pop’s Image and South Korea’s National Image”, *Korean Journal of Journalism & Communication Studies*, vol. 59, no. 1, February 2015, pp. 267-300.
- [5] E. H. Cho, “A Comparative Study of the Idol Systems in Korea and Japan Focusing on IZ\*ONE”, *The Journal of the Korea Contents Association*, vol. 19, no. 9, September 2019, pp. 221-232, doi: 10.5392/JKCA.2019.19.09.221
- [6] S. L. Lee, “Korean idol, how do they survive?: Survival and success factors in Korean idol industry”, Master’s thesis, Department of Advertising and Public Relations, Yonsei University, Korea, 2010. [Online]. Available: [http://dcollection.yonsei.ac.kr/public\\_resource/pdf/000000519051\\_20200427170605.pdf](http://dcollection.yonsei.ac.kr/public_resource/pdf/000000519051_20200427170605.pdf).
- [7] D. H. Cho, “A Study on the Characteristics of Animation as a Cultural Convergence Media”, *Cartoon & Animation Studies*, no. 3, April 1999, pp. 6-27.
- [8] K. J. Liu, Y. J. Park, H. S. Hwang, “Effect of New Hallyu: Influence of K-POP Consumption on Chinese Attitude toward Korea and Hallyu”, *Korean Journal of Communication & Information*, vol. 65, no. 1, February 2014, pp. 51-75.
- [9] B. C. Cho, H. C. Sim, “Success Factor Analysis of K-POP and A Study on sustainable Korean Wave - Focus on Smart Media based on Realistic Contents”, *The Journal of the Korea Contents Association*, vol. 13, no. 5, May 2013, pp. 90-102, doi: 10.5392/JKCA.2013.13.05.090.
- [10] I. k. Lee, J. B. Kim, J. H. Oh, “A comparative study on the influencing factors to the ‘Korean Pop Music Wave’ in China and Japan”, *Journal of Korea Service Management Society*, vol. 8, no. 1, March 2007, pp. 189-213.
- [11] R. G. Hwang, H. B. Choi, Y. T. Kim, “K-POP & K-POP Star Influences on the National Image and Korea-Made Goods’ Purchasing Intention”, *Journal of Korea Entertainment Industry Association*, vol. 6, no. 4, December 2012, pp. 5-14.
- [12] I. D. Cho, “The Effect of Background Music in TV-Commercials on Brand Image- Focused on Genre of Music”, *The Korean Journal of Advertising and Public Relations*, vol. 7, no. 2, April 2005, pp. 35-71.
- [13] Y. J. Lee, S. B. Lee, “Influences of Globalization Strategy Factors of Korean Food on Country Image, Attitudes toward Korea and Product Buying Intention of Chinese and Japanese Customers”, *Korean Journal of Hospitality and Tourism*, vol. 17, no. 3, June 2008, pp. 117-135.
- [14] M. S. Lee, C. S. Kim, “The Effect of Country Image on Tourist Destination Attitudes and Behavioral

- Intentions”, *Journal of Tourism Sciences*, vol. 36, no. 1, February 2012, pp. 157-178.
- [15] R. Y. Lee, “A Study on the Image Composition Factors of Female Celebrities”, Master's thesis, Department of Advertising and Public Relations, Korea University, Korea, 2010.
- [16] G. X. Ji, “The effect of k-pop image attribute on the attitude and intention of Chinese audiences in k-pop concert”, Master's thesis, Department of Art Management, Chung-Ang University, Korea, 2018. [Online]. Available: <http://dcollection.cau.ac.kr/common/orgView/000000225837>.