

# 넷플릭스가 매개하는 태국의 드라마 한류\*

박소정 서울대학교 아시아연구소 선임연구원\*\*

한류 콘텐츠를 매개하는 글로벌 OTT로서 넷플릭스는 한국 드라마의 소비 지형에 유의미한 변화를 가져오고 있다. 본 연구는 새로운 문화 매개 양상을 만들어내는 넷플릭스가 이미 한류가 보편화되어 있는 지역에서의 한국 드라마 수용을 어떤 식으로 지속 및 변화시키는지 질문한다. 그리고 이를 태국의 사례를 통해 살펴보기 위해 넷플릭스로 한국 드라마를 시청하는 태국인 8명과 심층 면접을 수행했다. 그 결과, 우선 넷플릭스가 기존 한국 콘텐츠 시청 경로를 대체하는 주요한 플랫폼이 되고 있음을 발견했다. 두 번째로, 스펙터클과 긴장감을 동반하는 블록버스터형 넷플릭스 오리지널이 여러 국가에서 주목받은 것과 달리, 태국 수용자들은 로맨스와 드라마 장르를 한국 드라마 고유의 특성으로서 선호하는 양상이 발견되는데, 이는 한류가 주류문화가 된 지역에서 인식되는 한류 콘텐츠의 속성을 보여준다. 셋째, 태국 수용자들은 한국 드라마에 대한 리터러시가 높기에 넷플릭스의 추천 알고리즘에 대한 의존도가 높지 않다는 특성이 발견된다. 마지막으로, 넷플릭스의 매개로 한국 드라마의 수용이 더 활성화됨에 따라 한국 드라마의 사회비판적 메시지가 태국 사회에서 큰 울림을 갖는 한편, 한국 드라마가 지닌 스테레오타입화된 재현에 대한 인식도 커지고 있음을 논의한다.

**핵심어:** 한류, 한국 드라마, 넷플릭스, 태국

---

\* 이 논문은 2022년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2022S1A5B5A16049092). 또한, 2023년도 서울대학교 아시아연구소의 아시아연구기반구축 사업의 지원을 받아 수행된 연구임(0448A-20230013).

\*\* psj25psj25@snu.ac.kr

# 한국과 중국 대학생들의 웹툰 원작 영화 관람의도 결정요인 연구

웹툰 이용동기, 장르별 관심도, 계획행동이론, 과거 경험  
변인을 중심으로\*

유남우 동명대학교 대학원 언론영상광고학과 석사\*\*

이정기 동명대학교 광고홍보학과 조교수\*\*\*

이 연구는 웹툰 원작 영화의 성숙 단계에 있는 한국과 성장 단계에 있는 중국의 대학생들을 대상으로 웹툰 원작 영화의 관람의도 결정요인을 확인해 보고자 했다. 이러한 과정을 통해 한국과 중국의 웹툰 원작 영화 시장 활성화 조건을 탐구하고자 한 것이다. 이 연구의 결과는 다음과 같다. 첫째, 한국 대학생의 웹툰 이용 동기는 정보 및 사회적, 즐거움 추구 및 용이성, 자기 지위 추구, 현실도피 및 긴장해소 동기 등 4개로 나타났다. 그리고 웹툰 이용동기 중 즐거움 추구 및 용이성, 자기 지위 추구, 현실도피 및 긴장해소 동기, 웹툰 장르 관심도 중 시사, 액션/무협, 학원/순정/연애, 사회/일상생활(-), 개그/코믹, 계획행동이론 중 인지된 행위 통제, 그리고 웹툰 원작 영화 경험과 만족도가 한국 대학생의 웹툰 원작 영화 관람의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 중국 대학생의 웹툰 이용동기 중 정보 및 사회적(-), 즐거움 추구 및 용이성, 자기 지위 추구, 현실도피 및 긴장해소 동기, 웹툰 장르 관심도 중 액션/무협, 학원/순정/연애(-), 사회/일상생활(-), 개그/코믹, 계획행동이론(태도, 주관적 규범, 인지된 행위 통제), 그리고 웹툰 원작 영화 경험과 만족도는 중국 대학생의 웹툰 원작 영화 관람의도에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 연구는 연구결과에 기반하여 한국과 중국 웹툰 원작 영화 시장의 활성화를 위한 공통적·차별적 시사점을 도출했다.

**핵심어:** 웹툰, 웹툰 원작 영화, 웹툰 이용동기, 웹툰 영화 만족도, 웹툰 원작 영화 관람의도, 이용과 충족 이론, 계획행동이론

---

\* 이 논문은 제1저자의 석사학위 논문에 기반하고 있습니다.

\*\* luoyu5566@gmail.com, 주저자

\*\*\* jkl8181@gmail.com, 교신저자

# OTT 서비스 이용 동기 및 후생과 편익 분석

이미나 숙명여자대학교 미디어학부 부교수\*

변상규 호서대학교 문화영상학부 교수\*\*

OTT 서비스 이용은 기존의 방송 미디어 이용 행동임과 동시에 무료 혹은 유료의 비용 지불을 발생시키는 미디어 이용 행태이다. 본 연구에서는 이 점에 주목해 OTT 서비스 이용의 동기 요인을 추출하고 이를 OTT 서비스 이용에서 느끼는 후생의 측면에서 분석했다. <연구문제1>에서는 이용자들이 느끼는 OTT 서비스 이용의 심리적 동기를 분석했으며 <연구문제2>에서는 이를 기초로 OTT 서비스 이용의 효용을 지불의사액을 통해 추정했다. 이를 기초로 <연구문제3>에서는 OTT 서비스가 국내 이용자들에게 창출하는 편익을 추론했다. 온라인 설문조사(N=500)를 실시했으며 분석결과, OTT 서비스 이용의 동기는 자율성, 의례성, 사회성 등 세 요인으로 추출됐다(<연구문제1>). <연구문제2>의 효용 분석은 조건부가치평가법을 활용했는데 분석결과, 개인의 지불의사액은 매월 16,974원인 것으로 나타났다. 이를 기초로 <연구문제3>에서는 개인의 효용을 전체 경제 수준에서 추정된 편익을 분석했으며 분석결과, OTT 서비스가 국민경제 전체에 연간 6조 1,560억 원의 편익을 창출하는 것으로 조사됐다.

**핵심어:** OTT 서비스, SVOD, 이용과 충족, 자기결정성 이론, 조건부가치평가법

---

\* minalee@sookmyung.ac.kr, 주저자

\*\* skbyun@hoseo.edu, 교신저자