

콘텐츠의 문화적 향유 개념과 정책적 함의

우형진(한양대학교 신문방송학과 교수)

목 차

- I. 국민의 일상생활 변화
- II. 콘텐츠 향유 개념 정립
- III. 콘텐츠 향유 지수 개발
- IV. 콘텐츠 향유 측정의 정책적 함의

I. 국민의 일상생활 변화

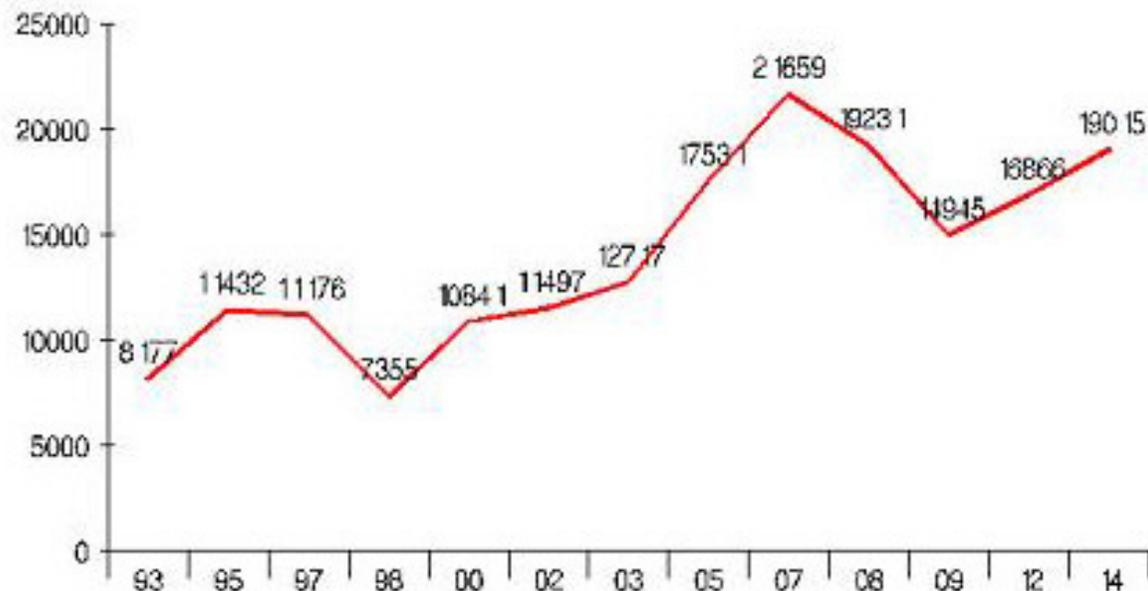
1. 소득변화

한국 1인당 실질 국민총소득(GNI) 변화 추이

자료 : 한국은행, IMF

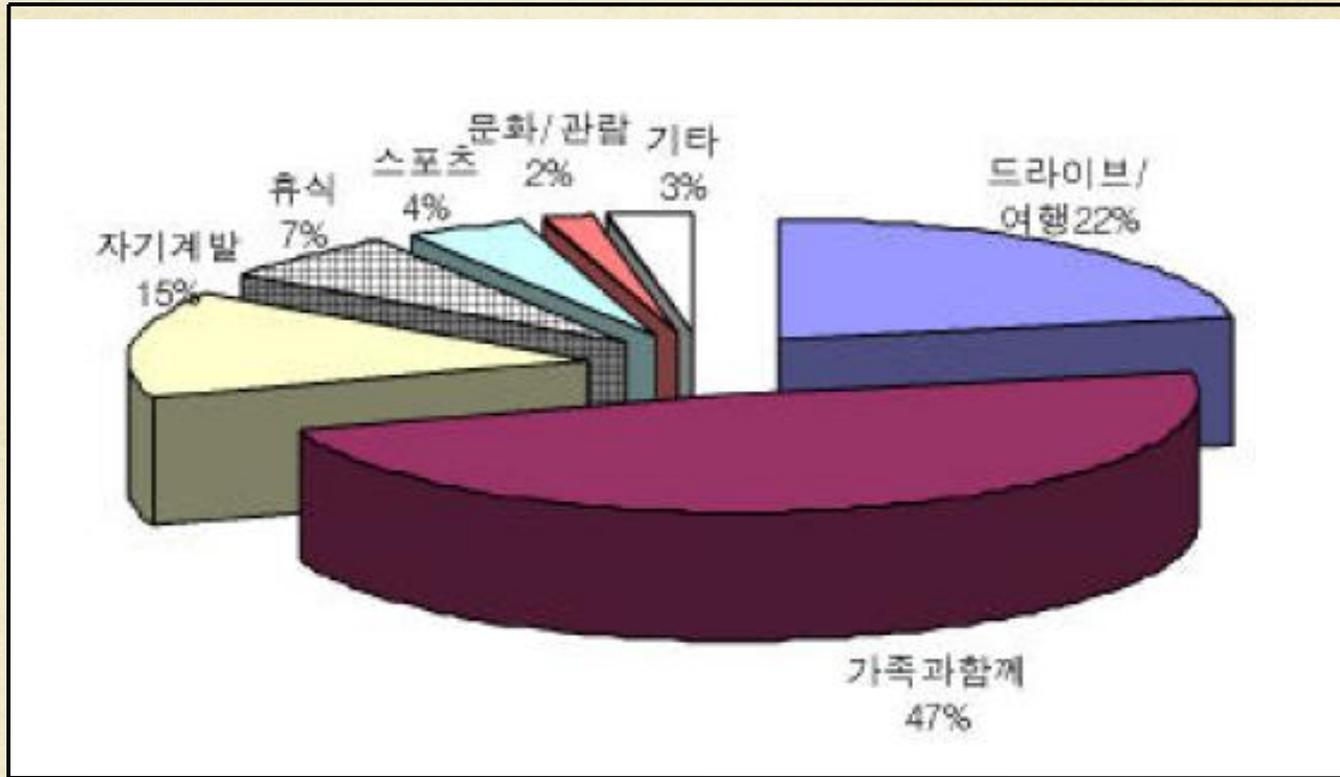
참조 : 1993년~2008년은 한국은행 통계, 2009~2014년은 IMF 예측(2009.05)

GNI : 국내총생산(GDP) 중 외국인의 소득을 제외하고 해외에 거주하고 있는 내국인의 소득을 합산해 산출함.



2. 여가시간 변화

<주5일제 시행 후 여가활동 인식변화>



3. 국민의 여가활동 특성

- 평일 (2시간 이내), 휴일 (4시간 이상)
- 여가 활동 지출비용: 월 평균 5만원 이하 (53.8%)
- 여가시간 중 가장 하고 싶은 활동
 - 1위: 공연(31.5%)
 - 2위: 영화(30.2%)
 - 3위: 스포츠(25.8%)
- 여가 활동의 장애: 경제비용(49.5%), 시간 부족(37.5%)

출처: 한국콘텐츠진흥원 (2010)

4. 국민의 콘텐츠 소비 특성

- 방송 콘텐츠(99.5%), 음악(94.2%), 영화(85.1%), 서적(71.8%), 게임(61.2%) 만화(43.0%), 애니메이션(39.9%), 캐릭터(38.2%), 에듀테인먼트(23.5%), e-learning(19.5%)
- 남녀노소 모두가 좋아하는 콘텐츠: 방송, 음악, 영화
- 성별과 연령별로 차이는 콘텐츠: 게임, 만화, 애니메이션
- 시간적 여유가 있을 때: 음악(22.0%), 서적(21.7%), 영화(21.3%), 게임(13.9%)
- 경제적 여유가 있을 때: 영화(44.9%), 음악 (15.2%), 서적(11.2%), 만화(8.7%)

- 이용매체 특성: 디지털화, 모바일화, 동시 다자화

- 이용방식 특성: 이동성, 동시성, 비실시간 성

- 종합:

- 1) 스마트폰, 넷북, 모바일 인터넷 등 단말기와 네트워크의 결합

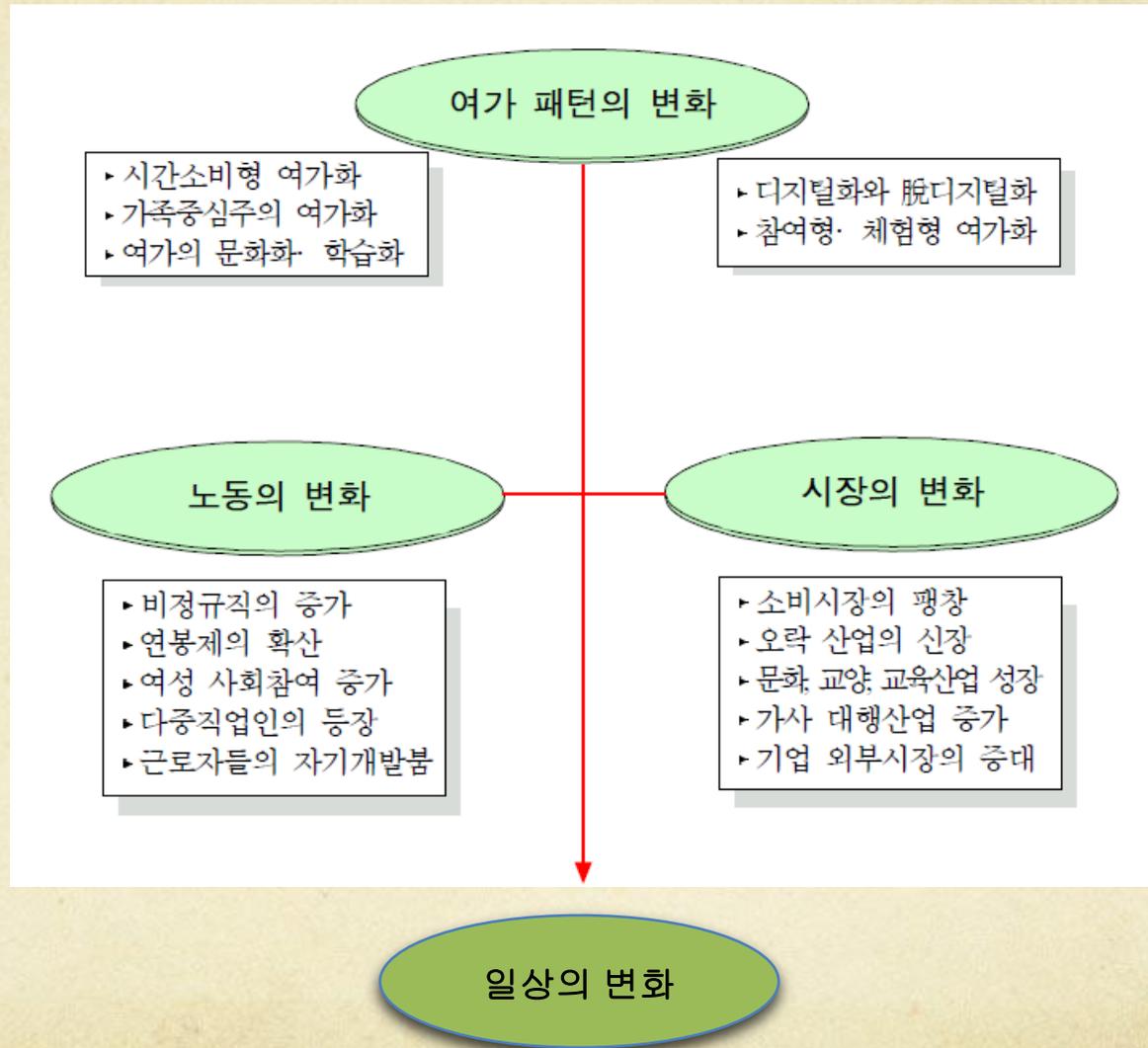
- 2) 다양한 콘텐츠와 서비스를 시공간의 제약으로부터 자유롭게 이용

○

○

출처: 한국콘텐츠진흥원 (2010)

5. 국민의 일상생활 패턴 변화



6. 우리나라 국민들의 문화생활 변화

문화생활 경험을 변화

	2010년 조사	2008년 조사	2006년 조사	2003년 조사
예술행사 관람	67.2%	67.3%	65.8%	62.4%
문화시설 이용	52.2%	45.2%	41.9%	38.9%
문화시설의 문화행사 참여	26.6%	30.0%	30.1%	32.2%
학교교육 이외 문화예술교육 참여	9.2%	8.6%	7.7%	11.4%
역사문화유적지 관람	47.1%	51.5%	51.4%	49.1%
지역축제 참여	77.1%	76.5%	71.4%	74.0%

문화생활 경험률 변화: 응답자별 속성

		 연간 예술행사 관람률			문화시설의 연간 이용률			학교교육 이외의 문화예술교육 경험		
		2010년 조사	2008년 조사	2006년 조사	2010년 조사	2008년 조사	2006년 조사	2010년 조사	2008년 조사	2006년 조사
전 체	전 체	67.2%	67.3%	65.8%	52.2%	45.2%	41.9%	9.2%	8.6%	7.7%
도시규모	대도시	68.8%	70.6%	69.6%	50.2%	43.0%	41.2%	9.3%	8.4%	8.2%
	중소도시	67.7%	67.6%	63.2%	53.1%	48.4%	40.6%	8.3%	9.5%	6.8%
	군지역	56.8%	48.9%	57.0%	58.5%	41.6%	50.7%	12.9%	5.1%	9.4%
가구 월평균 소득	100만원 미만	24.6%	19.3%	23.9%	42.2%	31.2%	30.5%	7.0%	4.5%	1.4%
	100-199 만원	46.6%	48.3%	54.7%	45.8%	40.8%	40.7%	7.6%	5.3%	6.2%
	200-299 만원	66.4%	70.5%	66.3%	49.9%	45.8%	39.2%	7.6%	7.1%	7.2%
	300-399 만원	75.3%	79.4%	79.6%	56.5%	49.2%	47.1%	8.8%	9.5%	9.8%
	400만원 이상	84.7%	80.6%	86.0%	56.7%	47.6%	51.4%	12.9%	15.0%	12.9%
연령	10대	93.5%	89.1%	93.6%	73.1%	58.6%	62.0%	15.8%	9.7%	11.5%
	20대	92.6%	93.0%	91.4%	50.9%	48.1%	42.8%	12.9%	11.5%	9.5%
	30대	78.5%	80.5%	77.7%	56.4%	51.4%	48.1%	9.8%	8.2%	7.2%
	40대	70.1%	67.1%	64.7%	52.5%	42.4%	39.2%	6.5%	9.2%	9.3%
	50대	51.3%	46.1%	43.8%	47.3%	38.2%	35.2%	7.1%	8.0%	4.9%
	60세 이상	28.6%	26.7%	24.7%	42.9%	35.9%	31.4%	6.7%	4.7%	4.8%

문화활동의 걸림돌

		시간 부족	경제적 부담	관심 프로그램 없음
예술행사관람걸림돌	2010년 조사	41.5%	29.3%	8.4%
	2008년 조사	29.0%	35.1%	16.8%
	2006년 조사	30.0%	30.3%	18.2%
문화예술교육 걸림돌	2010년 조사	44.6%	13.5%	26.6%
	2008년 조사	30.9%	19.0%	27.9%
	2006년 조사	31.6%	19.7%	23.6%
문화시설의 문화행사 참여 걸림돌	2010년 조사	46.7%	15.3%	17.3%
	2008년 조사	29.2%	19.5%	27.4%
	2006년 조사	33.2%	19.2%	23.6%
문화관련 동호회 참여 걸림돌	2010년 조사	43.0%	9.4%	28.4%
	2008년 조사	30.1%	13.8%	31.2%
	2006년 조사	30.3%	13.5%	27.4%
역사문화유적 방문 걸림돌	2010년 조사	45.5%	13.8%	10.3%
	2008년 조사	28.5%	20.1%	13.4%
	2006년 조사	29.9%	18.6%	16.2%
지역축제 관람 걸림돌	2010년 조사	40.1%	12.4%	11.9%
	2008년 조사	22.5%	14.0%	24.9%
	2006년 조사	27.8%	12.0%	23.0%

II. 콘텐츠 향유 개념 정립

1. 국민의 콘텐츠 이용에 대한 시각 조정 필요

콘텐츠 이용 변화

- 전통적인 콘텐츠 이용 방식의 변화
- 가까운 미래에 변화의 폭이 증가할 것으로 예상
- 콘텐츠 이용에 대한 의미 다시 고민

콘텐츠 이용 대체개념 제시 필요

- “콘텐츠 이용을 단순 소비” -> “삶에 대한 의미 부여”
- 콘텐츠 이용량, 지출비용, 이용 횟수 -> 삶에 의미를 부여하는 세부 요소들 고려
- 콘텐츠 이용 & 활용 -> 복지과 격차 해소 -> 사회통합 & 행복한 사회 구현

2. 향유란 무엇인가?

개념

- 사전적 의미: “누리어 가지다”
- 실제적 의미: 인간 삶에서 필요한 것부터 원하는 것까지 모두를 즐김
- 개념 적용 범위: 근로생활+ 여가생활+ 정신생활 (인간과 관계되는 모든 생활)

철학적 해석

- 삶을 채우는 즐거움 > 불안, 걱정, 초조 등 부정적인 삶
- 주체성 확보
- 자아실현

선행연구

- 상호작용
- 참여적 수행 (능동적 수용, 생산적 소비)
- 긍정적 정서->역동성->또 다른 즐거움 모색

다양한 이론

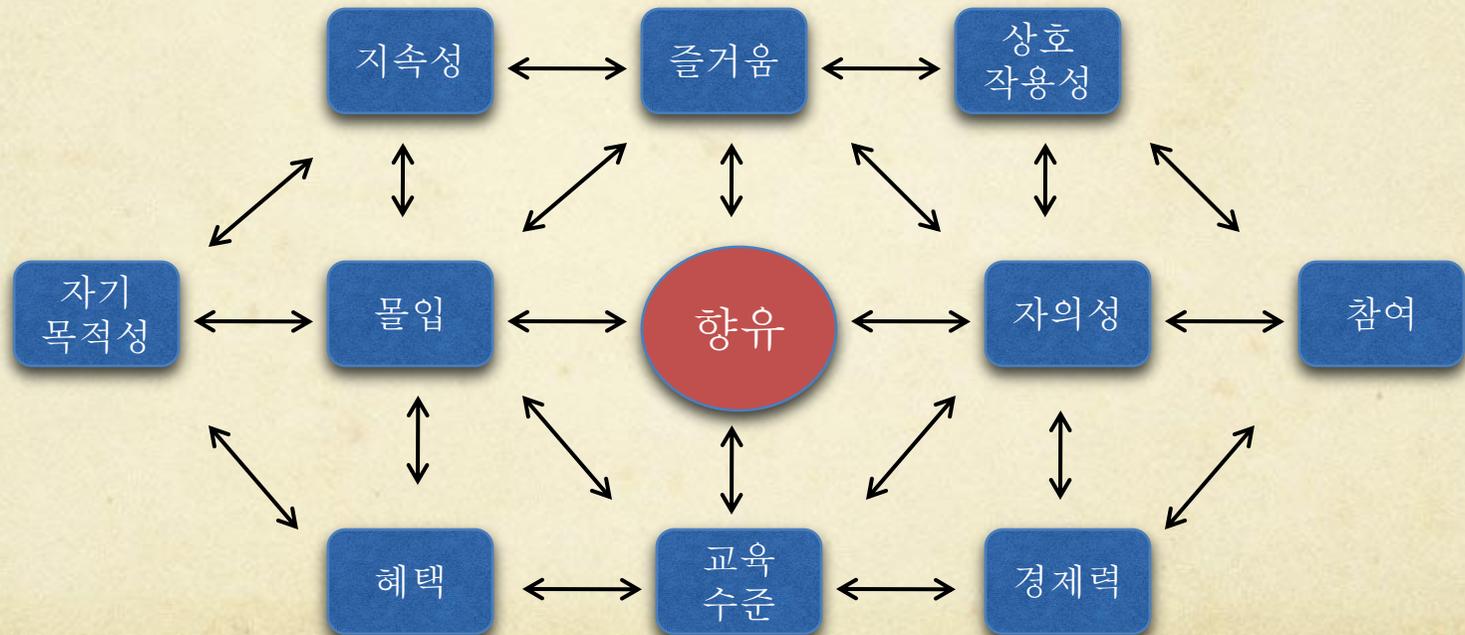
- 이용과 충족
- 플로우 (Flow): 자기목적적 경험->몰입->최적 경험 획득
- 문화자본: 현실적 측면, 경제적 능력, 교육수준 필요

3. 콘텐츠 향유 개념 정립

개념 정의

“포괄적 즐거움을 획득하기 위해 자발적인 참여와 상호작용행위를 통해 긍정적 정서를 지속하거나 강화시키는 일련의 과정”

향유 구성요인



III. 콘텐츠 향유 지수 개발

1. 콘텐츠 향유 지수 개발 목적 및 절차

목적

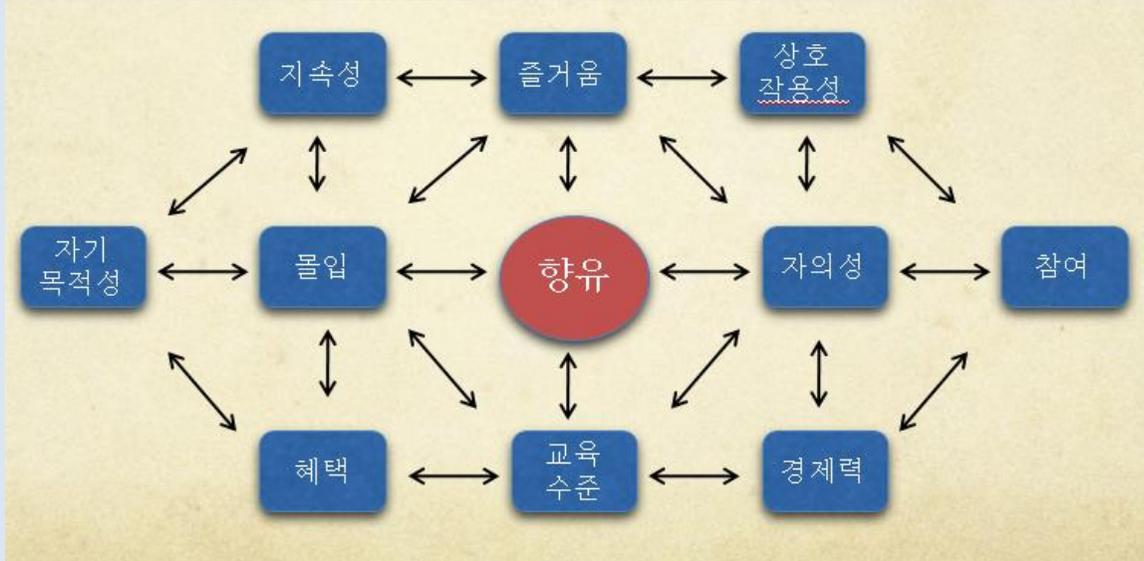
- 콘텐츠 생산-유통-소비 단계에서 변화된 상황을 고려한 측정도구 필요
- 콘텐츠 향유의 복합적/입체적 의미 파악할 수 있는 기준치 필요
- 콘텐츠 향유 복지 정책 기초 자료 제공

지수 개발 절차

- 콘텐츠 향유 개념 정의를 위한 문헌연구
- 콘텐츠 향유 지표 개발을 위한 전문가 심층인터뷰 실시(전문가 30명)
- 콘텐츠 향유 지수 도출을 위한 설문조사 실시(전국 900명 대상 조사)
2010년 10월 18일~27일까지, 수도권, 부산, 대구, 광주, 대전 지역
- 콘텐츠 향유 지수 측정을 위한 최종 문항 도출 및 지수 공식 산출

2. 콘텐츠 향유의 역학 구조

향유의 개념구조



장애요인

관계적 장애

심리적 장애

정서적 장애

경제적 장애

3. 콘텐츠 향유 전문가 심층조사 및 설문 실시

1) 설문항목 개발을 위한 전문가 인터뷰 실시

(1) 6개 콘텐츠 영역 선정: '출판' '음악' '영화' '방송' '게임' '공연'

<표 9> 콘텐츠 향유 지수 개발용 분류체계(안)

대분류	세부 콘텐츠
1. 출판	서적, 만화, 정기간행물(신문, 잡지), 모바일/온라인 포함
2. 음악	음악(CD, MP3), 모바일/온라인 포함
3. 게임	게임(PC, PC방/오락실), 모바일/온라인 포함
4. 영화	영화(영화관, DVD/VHS), 애니메이션 포함, 모바일/온라인 포함
5. 방송	TV/라디오 프로그램(유·무료 플랫폼), VOD, 모바일/온라인 포함
6. 공연	연극, 뮤지컬, 오페라, 콘서트

2) 심층면접에 참여한 콘텐츠 전문가

<표 12> 심층면접참여자 특성

구분	분야	이름	기관	비고
1	게임	민영환 본부장	이스트소프트	산업
2	게임	윤민혁 과장	247리얼미디어	산업
3	게임	윤성현실장	(주)텍스토리	산업
4	게임	이지훈 교수	청운대학교 공연기획경영학과	학계
5	게임	이진선 교수	우석대학교 게임콘텐츠학과	학계
6	공연	박민정 과장	예술의전당 공연사업부	산업
7	공연	박평기 파트장	경영예술지원센터 연구파트	기관
8	공연	신지원 과장	venica 마케팅	산업
9	공연	안성아 교수	추계예술대학교 문화예술경영대학원	학계
10	공연	우수영 디렉터	공연기획 프리랜서, 상명대학교 강사	학계/ 산업
11	방송	권진희 강사	중앙대학교 사회과학대학	학계
12	방송	박유리 책임	정보통신정책연구원	기관
13	방송	유홍식 교수	중앙대학교 신문방송학부	학계

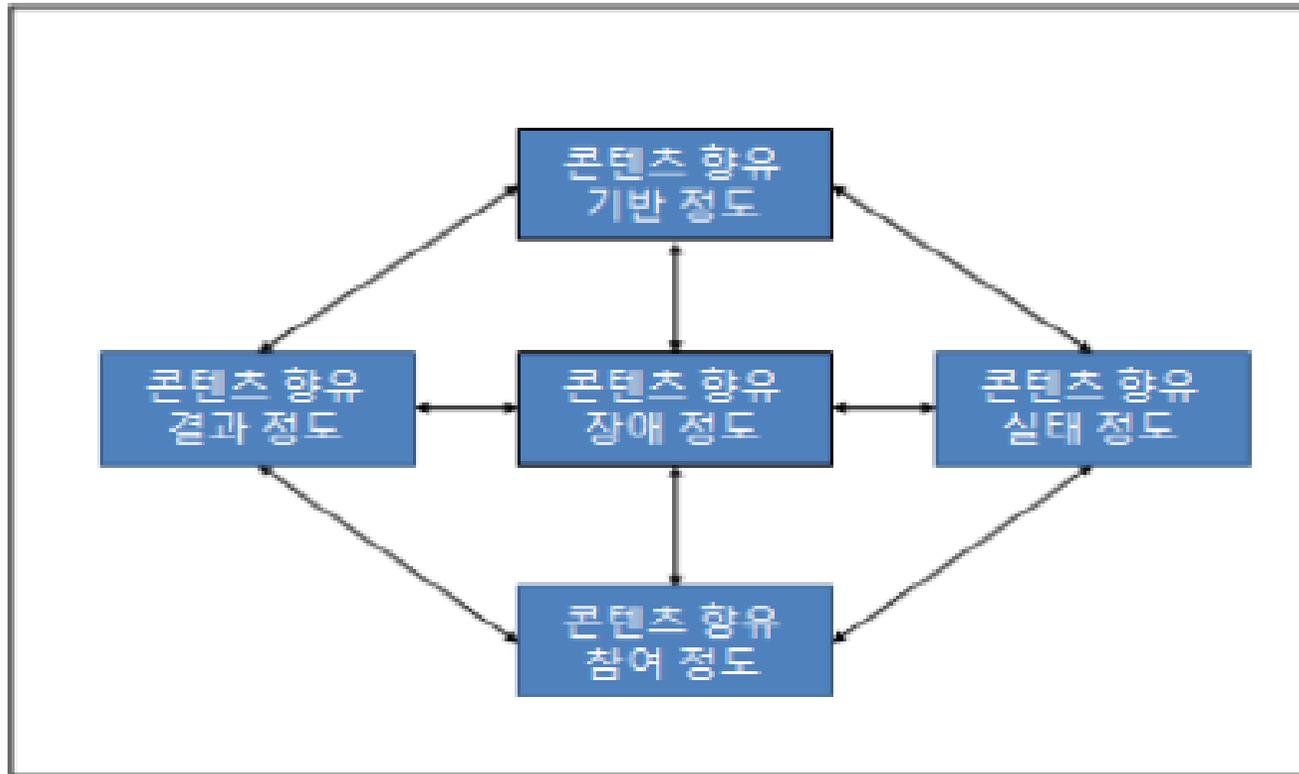
구분	분야	이름	기관	비고
14	방송	전주연 강사	중앙대학교 산업교육원 경영정보	학계
15	방송	나선열 과장	(주)단디미디어	산업
16	영화	강보현 실장	(주)브레인포스 커뮤니케이션즈	산업
17	영화	김영재 교수	한양대학교 문화콘텐츠학과	학계
18	영화	이기성 차장	마스터이미지미디어	산업
19	영화	제성현 차장	맥스무비	산업
20	영화	류형진 연구원	영화진흥위원회	기관
21	음악	구희용 교수	청운대학교 실용음악과	학계
22	음악	문소연 대표	사운드스케이치	산업
23	음악	이재영 팀장	한국음원제작자협회	기관
24	음악	홍수영 이사	보람엔터테인먼트	산업
25	음악	이은지 실장	CNC 미디어	산업
26	출판/만화	김성호 과장	한국문화콘텐츠라이센싱협회	기관
27	출판/만화	배성우 팀장	교보문고 커뮤니케이션팀	산업
28	출판/만화	엄일용 팀장	한국출판콘텐츠	산업
29	출판/만화	윤세민 교수	경인대학교 (한국출판학회 연구이사)	학계
30	출판/만화	정민경 팀장	에스24 도서사업부 콘텐츠팀	산업

3)콘텐츠 향유 심층면접 내용

<표 11> 심층인터뷰 질문지

구분	내용
질문 1	해당 콘텐츠를 즐기기 위한 조건에 관한 의견
질문 1-1	해당 콘텐츠를 즐기기 위한 아래 사항의 적정성 여부 경제력, 여가시간, 이용수단, 콘텐츠 지식
질문 2	해당 콘텐츠를 이용하는 사람들의 실태를 파악하기 위한 측정 항목에 관한 의견
질문 2-1	해당 콘텐츠 이용 실태파악을 위한 아래 사항의 적정성 여부 이용시간, 지출비용, 참여 및 등록 횟수, 구입 횟수
질문 3	해당 콘텐츠를 즐기는 이용자가 실제로 얼마나 즐기고 있는지 파악하기 위한 측정항목에 관한 의견
질문 3-1	해당 콘텐츠를 얼마나 즐기고 있는지 측정하기 위한 아래 사항의 적정성 여부 자발적 참여, 상호작용, 몰입, 순수목적성
질문 4	콘텐츠 만족도를 측정하기 위한 항목에 관한 의견
질문 4-1	해당 콘텐츠 이용 만족도를 측정하기 위한 아래사항의 적정성여부 콘텐츠 지식, 심리적 만족감, 정서적 감동, 경제적 혜택
질문 5	콘텐츠를 이용하는 데 있어서 장애요소에 관한 의견
질문 5-1	콘텐츠를 이용하는 데 있어서 장애요소 측정을 위한 아래사항의 적정성 여부 인간관계 단절 혹은 장애, 심리적 불안정성, 정서적 장애, 경제적 어려움

4) 콘텐츠 향유 과정 개념도



5) 콘텐츠 향유 지표 범주 확정

<표 10> 콘텐츠 향유 지표의 범주

영역별 지표	정의	범주
콘텐츠 향유 기반 지표	지난 1개월 동안 특정 콘텐츠(예: 출판, 방송, 영화, 음악, 게임, 공연 등)를 이용하거나 참여하기 위해 이용자가 감당할 수 있는 경제력, 여가시간, 접근방법, 콘텐츠 관련 지식수준의 양적 정도	경제력
		여가시간
		접근방법
		관련지식 수준
콘텐츠 향유 실태 지표	지난 1개월 동안 특정 콘텐츠(예: 출판, 방송, 영화, 음악, 게임, 공연 등)를 이용하거나 참여하기 위해 이용자가 실제로 소비하는 이용시간, 지출비용, 참여 및 등록횟수, 구입횟수의 양적 정도	이용시간
		지출비용
		참여 및 등록횟수
		구입횟수
콘텐츠 향유 참여 지표	지난 1개월 동안 특정 콘텐츠(예: 출판, 방송, 영화, 음악, 게임, 공연 등)를 이용하거나 참여하기 위해 이용자가 실제로 경험하는 자발성, 상호작용성, 몰입성, 자기목적성의 양적 정도	자발성
		상호작용성
		몰입성
		자기목적성
콘텐츠 향유 결과 지표	지난 1개월 동안 특정 콘텐츠(예: 출판, 방송, 영화, 음악, 게임, 공연 등)를 이용하거나 참여하여 느끼는 이용자의 이성적 인식, 심리적 만족감, 정서적 감동, 경제적 혜택의 양적 정도	이성적 인식도
		심리적 만족도
		정서적 감동
		경제적 혜택
콘텐츠 향유 장애 지표	지난 1개월 동안 특정 콘텐츠(예: 출판, 방송, 영화, 음악, 게임, 공연 등)를 이용하거나 참여하는데 저해되는 이용자의 인간관계, 심리적, 정서적, 경제적 장애 정도	인간관계 장애
		심리적 장애
		정서적 장애
		경제적 장애

6) 콘텐츠 향유 지표 측정 문항 개발

<표 43> 요인분석 후 도출된 콘텐츠 향유 지표 문항

구분	문항	비고	
콘텐츠 향유 기반 지표	여가 시간	지난 1개월 동안 여가 시간이 있었다.	5점 척도
		지난 1개월 동안 내가 좋아하는 콘텐츠를 즐길 여유시간이 있었다.	5점 척도
		지난 1개월 동안 내가 좋아하는 콘텐츠를 즐기기 위해 별도로 시간을 만들었다.	5점 척도
	관련 지식 수준	내가 좋아하는 콘텐츠를 이용하기 위한 절차가 무엇인지 잘 알고 있다.	5점 척도
		내가 좋아하는 콘텐츠를 이용하기 위해 얼마나 지출해야 하는지 잘 알고 있다.	5점 척도
		내가 좋아하는 콘텐츠가 어디에 주로 있는지 잘 알고 있다.	5점 척도
		내가 좋아하는 콘텐츠에 대한 지식이 많다.	5점 척도
내가 좋아하는 콘텐츠와 관련한 주변 정보를 많이 알고 있다.	5점 척도		
이용 시간	지난 1개월 동안 주말에 귀가가 원하는 콘텐츠를 이용하거나 참여하는 시간은?	5점 척도	
	지난 1개월 동안 내가 좋아하는 콘텐츠를 이용할 수 있는 시간이 있었다.	5점 척도	
	지난 1개월 동안 내가 좋아하는 콘텐츠를 자주 접촉하였다.	5점 척도	

구분	문항	비고	
콘텐츠 향유 참여 지표	자발성	나는 내 의지에 따라 콘텐츠를 이용 또는 참여했다.	5점 척도
		내가 콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 있어 가족이나 직장 동료 등 타인의 결정을 주로 따랐다.	5점 척도
		콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 있어 나의 결정은 중요하다.	5점 척도
		내가 이용 또는 참여하고 싶은 콘텐츠를 주로 이용했다.	5점 척도
		직장이나 정부 등 기관의 (무료 등의) 지원 때문에 콘텐츠를 이용 또는 참여했다.	5점 척도
	상호작용성	콘텐츠를 이용 또는 참여하는 것보다 같이 즐길 수 있는 사람들이 더 중요하다.	5점 척도
		함께 참여하는 사람들과의 만남 때문에 콘텐츠를 이용하거나 참여한 경우가 있다.	5점 척도
		콘텐츠 이용 또는 참여를 가능하게 하는 것은 함께하는 사람들 때문이다.	5점 척도
		콘텐츠를 이용 또는 참여하는 것은 다른 사람들과 친목교류를 유지시키거나 증진시킨다.	5점 척도
	몰입성	콘텐츠를 이용 또는 참여하는 도중에 완전히 빠져드는 경험을 한다.	5점 척도
콘텐츠를 이용 또는 참여하는 그 자체가 흥미롭다.		5점 척도	
콘텐츠를 이용 또는 참여하면서 호기심을 느꼈다.		5점 척도	
콘텐츠를 이용 또는 참여하는 것은 재밌다.		5점 척도	
콘텐츠를 이용 또는 참여하는 중에 몰입이 되었다.	5점 척도		
자기목적성	직장이나 정부 등 기관에서 주는 혜택 때문에 콘텐츠를 이용 또는 참여했다.	5점 척도	
	콘텐츠 이용 또는 참여하면서 생기는 어떤 혜택(예: 권위, 명성, 평판 등) 때문에 콘텐츠를 이용 또는 참여했다.	5점 척도	
	콘텐츠를 이용 또는 참여해서 생기는 이익 때문에 콘텐츠를 이용 또는 참여했다.	5점 척도	
	콘텐츠를 이용 또는 참여하는 것 그 자체가 내가 콘텐츠를 이용 또는 참여하는 주된 이유다.	5점 척도	
콘텐츠를 이용 또는 참여하기 위해 내가 세운 목표(계획)를 갖고 이용 또는 참여했다.	5점 척도		

구분	문항	비고		
콘텐츠 향유 결과 지표	행복감	콘텐츠를 이용 또는 참여하면서 그 콘텐츠를 더 좋아하게 되었다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여한 후 심리적 행복감을 느낀다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여한 후 심리적 만족감을 느낀다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여한 후 심리적 안정감이 든다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여한 후 심리적 평온함이 찾아온다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여한 후 심리적 충만함을 느낀다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여한 후 긍정적인 마음이 많이 든다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여한 후 감동적인 느낌이 든다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여한 것이 활기차게 생활하는 정신적 원동력이 된다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여한 후 정서적 동질감이 많이 든다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여한 후 따뜻한 느낌이 자주 든다.	5점 척도	
	이용혜택	콘텐츠를 이용 또는 참여하면서 더 많은 지식을 쌓게 됐다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여함으로써 재이용 혹은 참여 시 비용이 절감된다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여함으로써 내 분야의 과제(작업)수행에 도움이 된다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여함으로써 내 직업 혹은 학업에 도움이 된다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여함으로써 내 평판에 도움이 된다.	5점 척도	
	콘텐츠를 이용 또는 참여함으로써 내 지식에 도움이 된다.	5점 척도		
	콘텐츠 향유 장애 지표	인간관계장애	내 부모가 장애가 된다.	5점 척도
			내 친구가 장애가 된다.	5점 척도
내 직장동료가 장애가 된다.			5점 척도	
아내 혹은 남편이 장애가 된다.			5점 척도	
내 아들 혹은 딸이 장애가 된다.			5점 척도	
개인적장애		콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 심리적으로 불안하다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 심리적으로 공허함을 느낀다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 중독될까봐 걱정이 된다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 심리적으로 중압감을 느낀다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 심리적 스트레스가 크다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 마음이 산만하다.	5점 척도	
정서적장애		콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 자꾸 예민해진다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 자꾸 집착하게 된다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 정서적으로 무미건조해진다.	5점 척도	
		콘텐츠를 이용 또는 참여하는데 느낌이 무감각해진다.	5점 척도	
경제적장애		내가 소유한 부동산 가격이 오르고 있는 편이다.	5점 척도	
		내가 보유한 주식 가격이 오르고 있는 편이다.	5점 척도	
		내가 소유하고 있는 전 재산이 점점 증가하고 있다.	5점 척도	

7) 콘텐츠 향유 지표 지수화 공식

$$\begin{aligned} & \text{(콘텐츠 향유 기반 지표)} \\ & \quad + \\ & \text{(콘텐츠 향유 실태 지표)} \\ & \quad + \\ & \text{(콘텐츠 향유 참여 지표)} \\ & \quad + \\ & \text{(콘텐츠 향유 결과 지표)} \end{aligned} - \text{(콘텐츠 향유 장애 지표)} = \text{(콘텐츠 향유)}$$

예) 특정 향유 값은?

기반지표 (3.17/5점 만점)

+

실태지표 (3.03/5점 만점)

+

참여지표 (2.92/5점 만점)

+

결과지표 (2.99/5점 만점)

- 장애지표 (1.97/5점 만점) = 10.14

VI. 콘텐츠 향유 측정의 정책적 함의

1. 콘텐츠 향유 격차 측정 가능

콘텐츠 복지 정책

- 성별, 소득, 지역, 연령 등 인구통계학적 변인에 따른 비교 가능

<표 45> 연령에 따른 콘텐츠 향유 차이 결과

지표	연령대	평균값 (표준편차)	F값
콘텐츠 향유 기반	10대	3.41 (0.62)	F=14.12***
	20대	3.39 (0.62)	
	30대	3.11 (0.67)	
	40대	2.97 (0.67)	
	50대	2.93 (0.69)	
	60대	2.98 (0.83)	
콘텐츠 향유 실태	10대	3.35 (0.91)	F=11.03***
	20대	3.21 (0.83)	
	30대	2.85 (0.92)	
	40대	2.80 (0.87)	
	50대	2.89 (0.79)	
	60대	3.23 (0.84)	
콘텐츠 향유 참여	10대	3.12 (0.56)	F=5.27***
	20대	3.00 (0.62)	
	30대	2.93 (0.66)	
	40대	2.76 (0.65)	
	50대	2.78 (0.68)	
	60대	2.83 (0.50)	
콘텐츠 향유 결과	10대	3.16 (0.69)	F=4.12**
	20대	3.07 (0.69)	
	30대	2.97 (0.72)	
	40대	2.84 (0.76)	
	50대	2.83 (0.83)	
	60대	3.06 (0.59)	
콘텐츠 향유 장애	10대	1.69 (0.52)	F=12.58***
	20대	1.91 (0.50)	
	30대	2.07 (0.55)	
	40대	2.11 (0.59)	
	50대	2.02 (0.55)	
	60대	2.12 (0.56)	
콘텐츠 향유 전체 지수	10대	11.39 (2.01)	F=15.73***
	20대	10.86 (2.16)	
	30대	9.82 (2.08)	
	40대	9.33 (2.29)	
	50대	9.07 (2.46)	
	60대	10.66 (2.30)	

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

<표 46> 지역(거주지)에 따른 콘텐츠 향유 차이 결과

지표	지역	평균값 (표준편차)	F값
콘텐츠 향유 기반	서울/경기	3.21 (0.63)	F=7.98***
	부산	3.24 (0.69)	
	대구	3.27 (0.70)	
	대전	2.88 (0.77)	
	광주	3.24 (0.62)	
	서울/경기	3.07 (0.87)	
부산	3.18 (0.84)		
대구	3.12 (1.00)		
대전	2.65 (0.85)		
광주	3.12 (0.83)		
서울/경기	3.00 (0.50)	F=22.30***	
부산	3.00 (0.50)		
대구	3.10 (0.55)		
대전	2.41 (0.95)		
광주	2.94 (0.52)		
서울/경기	3.02 (0.56)		F=19.40***
부산	3.12 (0.61)		
대구	3.16 (0.67)		
대전	2.47 (1.07)		
광주	3.08 (0.67)		
서울/경기	2.02 (0.55)	F=11.32***	
부산	2.08 (0.53)		
대구	2.13 (0.59)		
대전	1.81 (0.65)		
광주	1.80 (0.41)		
서울/경기	10.35 (1.96)		F=11.03***
부산	10.39 (2.04)		
대구	10.65 (2.35)		
대전	8.77 (2.97)		
광주	10.57 (1.94)		

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

예) 연령에 따른 콘텐츠 향유 정책 제언

향유 기반

- 10대, 20대가 높은 점수를 나타냈으며, 30대, 40대, 50대 순으로 낮았다.

- 60대의 경우, 40대, 50대보다 향유 기반이 높게 나타났다.

정부대책: 40대, 50대의 여가시간 확장과 콘텐츠 관련지식에 대한 교육 강화

향유 실태

- 10대, 20대, 60대가 높게 나타났다.

- 30대, 40대, 50대가 상대적으로 낮았다.

정부대책: 30대~50대의 콘텐츠 이용시간, 장르에 대한 실태 파악 필요

향유 참여

- 10대, 20대가 높은 참여도를 보였으며 연령이 높을수록 낮았다.

- 50대가 가장 낮았으며, 자기결정성, 상호작용, 몰입감 등이 낮게 나타났다.

정부대책: 50대를 위한 콘텐츠 이용 공간, 접근시설 필요

2. 콘텐츠 향유 장르별 측정을 위한 후속 정책 필요

콘텐츠 산업 정책

게임, 영화, 음악, 방송, 공연 등 다양한 콘텐츠 장르에 대한 개별 향유 측정 가능

콘텐츠별 특성에 맞게 가중치(weight)를 넣는 작업 필요, 후속 연구

정부대책: 특정 소비자에 대한 콘텐츠 향유 정도를 복합적이고 입체적으로 파악

감사합니다