

# 디지털미디어서비스에 관한 시청자의 다양성 인식 실증 연구

이상호

경성대학교 디지털미디어학부 교수

## A Study on the Recognition of Diversity on Digital Media Services

Sang-Ho Lee

Professor, School of Digital Media, Kyungsung University

요 약 본 연구는 디지털미디어서비스를 시청하는 수용자가 미디어서비스의 콘텐츠 다양성 개선 정도에 대해 어떻게 인식하는지를 실증적으로 연구하였다. 이를 위해 연구자는 IPTV 사용자를 중심으로 디지털미디어 서비스의 다양성 인식이 사용자의 만족에 어떻게 영향을 미치는지 실증하였다. 연구를 위해 전국단위 샘플 1,373명을 확보하여 구조방정식 모형 검증을 통해 연구결과를 도출하였다. 연구결과 첫째, 디지털미디어서비스 수용자는 채널 및 VOD편수 등의 공급측면의 다양성 인식이 시청 접근성, 즐거움 인식 등에 영향을 주는 것으로 나타났다. 둘째, 콘텐츠에 출연하는 인물의 다양한 등장도 시청 접근성, 즐거움 인식 등에 영향을 주는 것으로 나타났다. 또한 시청 접근성, 채널과 인물의 다양성 인식, 즐거움 인식 등은 IPTV 사업자의 다양성 기여에 대한 인식과 이용 만족에 영향을 주는 것으로 나타났다. 시청자의 미디어 다양성 인식을 실증하는 연구가 소수이나 이러한 모형검정의 시도가 향후 관련 미디어 정책을 마련하고 미디어 기업의 공익적 책무를 주지시키는 데 기여할 것으로 기대한다.

주제어 : 디지털미디어, 다양성, 미디어 인식, IPTV, VOD

**Abstract** This paper deals with the viewer's recognition of diversity on digital media services. For this reason, the researcher focused on the IPTV user, how the perception of the diversity of the digital media service affected the user's satisfaction. The results are as follows. First, digital media service user recognized that supply side diversity of media channel and VOD affect recognition of accessibility (easy of use) and perceived playfulness. Second user recognized that variety of performers and actors affect recognition of accessibility and perceived playfulness. Moreover, it was found that recognition of accessibility, actor's diversity, perceived playfulness affect use's recognition for media player's contribution of diversity, and media satisfaction. As in this paper, the researcher expects that this kind of methodology for confirming of user's recognition of diversity will contribute to preparing a future media policy.

**Key Words** : Digital Media, Diversity, Media Recognition, IPTV, VOD

### 1. 서론

본 연구는 디지털미디어서비스를 시청하는 수용자가

미디어서비스의 콘텐츠 다양성 개선 정도에 대해 어떻게 인식하는지를 실증적으로 연구하였다. 연구를 위해 연구자는 전국단위 샘플 설문조사를 통해 연구자가 설정한

\*This research was supported by Kyungsung University Research Grants in 2018

\*Corresponding Author : Sang-Ho Lee (stevenlee@ks.ac.kr)

Received September 28, 2018

Accepted November 20, 2018

Revised November 1, 2018

Published November 28, 2018

연구모형을 검증하는 과정을 진행하였다.

디지털미디어는 IPTV, 디지털케이블TV, 위성방송 등의 서비스를 의미하며, 각각 2008년, 2005년, 2002년을 전후로 출시되었으며, 디지털실시간 생방송과 VOD서비스 등의 양방향 영상서비스가 본격적으로 제공된 완전한 디지털미디어서비스는 2008년이라고 볼 수 있다.

새로운 미디어가 출시될 때마다 기존의 지배적 사업자와 규제기관은 콘텐츠의 다양성이 얼마나 구현되었는지 요구하고 있다. 다양성 구현이라는 규제기관의 미디어 사업자 허가 조건은 1995년 이후 지상파의 경쟁자인 유료방송 사업자 케이블TV가 출시되는 것에 대한 정당성을 부여하는 것을 시작으로 하여 이후 위성방송, IPTV 등 새로운 미디어의 출현에 계속 요구되는 핵심적인 조건이다. 방송법 제11조와 인터넷멀티미디어방송사업법 제4조에서 요구하는 미디어 다양성은 방송의 공정성, 공익성, 공적책임 등을 실현한 결과로 평가되는 중요한 요소이다.

2017년 방송통신위원회는 미디어다양성 조사연구를 통해 국내 미디어서비스의 콘텐츠가 얼마나 다양성이 구현되었는지 발표하였다. 그러나 공급측면의 다양성 구현에 대한 정량적인 수치가 시청자의 인식을 모두 대표하지 못하는 한계가 있다. 또한 연구자는 정부의 공식적인 다양성보고서 외에 미디어 수용자 대상의 정량적 실증연구가 흔치않은 상황에서 다양성 구현의 만족모형을 제시하고 검증한다는 측면에서 본고의 연구가 기여할 수 있는 부분이 상당하다고 판단하였다.

따라서 연구자는 디지털미디어 수용자인 시청자를 대상으로 하는 대규모 정량조사를 하였으며, 이를 통해 다양성이 미디어서비스 이용의 만족에 어떻게 영향을 미치는지 설정한 연구모형을 실증하고자 하였다.

상기와 같은 연구의 필요성에 의거하여 연구자는 다음과 같이 연구문제를 정리하고자 한다. 첫째, 디지털미디어서비스 수용자는 다양성에 대해 어떻게 인식하고 있는지 채널 및 VOD편수 등의 공급측면의 인식을 확인한다. 둘째, 또한 콘텐츠에 출연하는 인물의 다양한 등장 등을 통해 내용측면의 다양성을 확인한다. 셋째, 미디어 시청 편이성을 향상시키는 접근 기술 측면의 다양성 인식을 확인한다. 넷째, 상기 확인한 수용자의 다양성인식이 미디어 시청자의 만족에 영향을 주었는지 확인한다.

## 2. 이론 고찰 및 연구가설 도출

선행연구에 따르면 미디어다양성은 내적 혹은 외적 다양성으로 구분되거나[1], 공급자 및 콘텐츠의 다양성으로 구분되며[2], 시청시간대에 따라 수평적 혹은 수직적 다양성으로 구분되고[3], 송신과 수신 또는 원천 콘텐츠와 노출 다양성 등으로 구분되기도 한다[4-7].

미디어다양성을 요구하는 규제법령은 케이블TV와 위성방송을 규제하는 방송법과 IPTV를 규제하는 인터넷멀티미디어방송사업법에서 각각 확인할 수 있다. 방송법은 제11조에 “방송프로그램의 전문성과 채널의 다양성이 구현될 수 있도록 하기 위하여 전문편성의 방송분야와 방송프로그램의 종류에 따른 편성비율 등을 고시할 수 있다”고 명기하고 있다. 한편 인터넷멀티미디어방송사업법은 제4조에 IPTV의 허가요건으로 “방송의 공적 책임·공정성·공익성의 실현 가능성, 콘텐츠 수급계획의 적절성 및 방송영상 산업 발전에 대한 기여도” 등의 조항을 통해 다양성에 대한 포괄적인 원칙을 규정하고 있다.

그러나 상기의 원칙에도 불구하고 다양성을 측정하는 지표에 관한 공식적인 정부보고서는 2015년 KISDI의 ‘미디어 다양성 지표의 시범적용 분석’ 보고서[8]와 이 기준에 근거하여 다양성을 측정하여 방송통신위원회에서 2017년에 발간한 ‘2016년도 미디어다양성 조사연구’ 등이 전부이다[9]. 특히 후자의 연구보고서는 정량적인 다양성 지수 평가와 더불어 시청자 대상의 인식조사를 병행하였다.

따라서 연구자는 상기 연구보고서의 다양성 인식에 관한 측정항목을 재정리하여 다양성 인식 측정 항목을 도출하였다. 다양성 인식은 첫째, 채널과 프로그램 콘텐츠, 둘째, 등장인물, 셋째, 접근성, 넷째, 다양성에 따른 즐거움 인식 등을 독립변인으로 설정하고 다음과 같이 질문 문항을 정리하였다.

첫째, 채널과 프로그램 콘텐츠의 다양성에 관한 인식 정도는 방송통신위원회의 보고서[9] 변인을 그대로 활용하였다. 따라서 프로그램의 양, 채널 수, 장르 등 양적 측면의 다양성을 확인하는 질문으로 구성하였다. 방송 프로그램의 양적 인식, 프로그램 채널수, 서비스 선택의 폭 확대, 콘텐츠 및 채널의 다양성, 선호하는 콘텐츠 제공여부, 전문적인 콘텐츠가 제공여부, VOD 편수, 프로그램의 장르 다양성, TV에서 볼 수 있는 프로그램의 양적확대 등의 9가지 세부 요인을 적용하였다.

둘째, 프로그램안의 등장인물의 다양성에 관한 인식정도 역시 방송통신위원회 보고서[9]의 내용다양성 변인을 그대로 적용하였다. 따라서 남녀 성별, 연령대, 직업군, 출신 지역 등의 다양성 인식 등의 4가지 하위 요인으로 정의하였다.

셋째, 디지털미디어 서비스에 대한 접근성과 이용 편리성에 관한 인식정도는 기존 다양성연구에서 다루는 플랫폼의 다양성을 기능적 측면의 다양성에 한정하고 기술 수용모형에서 활용되는 질문으로 변형하여 구성하였다 [10-13]. 따라서 방송 프로그램 시청의 편리성, 시청 시간의 편리성, 리모컨 기능의 다양성, 화면 구성 편리성, 양방향 기능 구현의 편리성 등의 6가지 하위 요인으로 정의하였다.

그리고 마지막 독립변인으로 다양성인식에 따른 즐거움, 즉 지각된 유희성을 정의하였다. 특히 진절의 접근성과 유희성은 기술수용모형에서 자주 적용하는 변인데 본 연구에서도 변인간의 방향성을 확인하는 측면에서 반영하였다[10-13].

또한 매개변인으로 다양성에 대한 기여인식은 ‘시청자가 인식하는 IPTV 사업자와 콘텐츠 서비스 제공사업자의 다양성 기여도’에 관해 측정하는 것으로 반영하고[13], 마지막으로 다양성이 확보된 서비스 이용을 통해 인식하는 만족은 기술수용모형의 확장모형과 마케팅 연구에서 주로 사용하는 만족을 종속변인으로 사용하여 정리하였다. 즉 시청자가 인식하는 다양성의 정도가 시청자의 사용만족에 정(+)의 영향을 미치는지 확인하는 것이다 [10-12].

연구자는 상기 변인들의 경로를 독립변인들이 서로 영향을 주는 것으로 가정하고, 이들의 경로가 매개변인과 종속변인으로 어떻게 영향을 미치는지 설정하여 이를 바탕으로 가설을 설정하였다. 즉, 채널과 프로그램 콘텐츠의 다양성과 등장인물의 다양성은 접근 편리성과 즐거움에 영향을 주고, 이들 변인들은 모두 플랫폼 사업자의 다양성 기여 인식에 영향을 주며, 결국 만족이라는 종속 변수에 영향을 주는 것으로 경로를 설정하였다. 따라서 연구자가 설정한 10개의 가설은 다음과 같다.

- H1. 채널/프로그램 등 콘텐츠다양성은 시청접근방법 및 사용용이성에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- H2. 채널/프로그램 등 콘텐츠다양성은 시청자의 즐거움에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- H3. 채널/프로그램의 등장인물 다양성은 시청접근방

- 법 및 사용용이성에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- H4. 채널/프로그램의 등장인물 다양성은 시청자의 즐거움에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- H5. 시청접근방법 및 사용용이성은 시청자의 즐거움에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- H6. 시청접근방법 및 사용용이성은 IPTV 다양성 기여에 대한 시청자의 긍정적 인식에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- H7. 채널/프로그램 등 콘텐츠다양성은 IPTV 다양성 기여에 대한 시청자의 긍정적 인식에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- H8. 채널/프로그램의 등장인물 다양성은 IPTV 다양성 기여에 대한 시청자의 긍정적 인식에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- H9. 시청자의 즐거움은 IPTV 다양성 기여에 대한 시청자의 긍정적 인식에 정(+)의 영향을 줄 것이다.
- H10. IPTV 다양성 기여에 대한 시청자의 긍정적 인식은 시청자의 IPTV 서비스 사용만족에 정(+)의 영향을 줄 것이다.

상기와 같은 연구가설을 토대로 제안된 연구모형은 Fig. 1과 같다. 선행연구에서 확인된 다양성 요인과 인식/만족 요인을 확인적 요인분석하여 6개의 요인으로 정리하고, 구조방정식 연구방법론에 따라 검증하기 위해 하기와 같은 연구모형을 제시하였다.

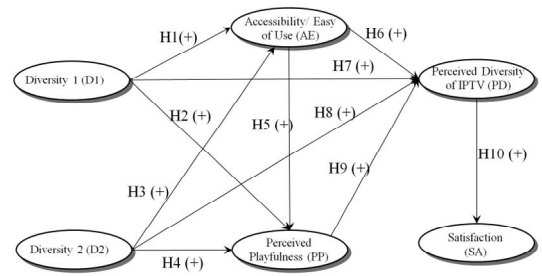


Fig. 1. Research Model

### 3. 연구방법

전장의 연구모형에 적용된 변인들을 측정하기 위해 연구자는 각 변인별 조작적 정의를 통해 설문문항을 정리하였다. 첫째, 채널과 프로그램 콘텐츠의 다양성에 관한 인식정도는 1) 방송 프로그램의 양이 풍부해지고 있

다, 2) 프로그램 채널수가 많아졌다, 3) 서비스 선택의 폭이 확대되었다, 4) 콘텐츠 및 채널이 다양해지고 있다, 5) 선호하는 콘텐츠가 제공되고 있다, 6) 전문적인 콘텐츠가 제공되고 있다, 7) VOD 편수가 많아지고 있다, 8) 프로그램의 장르가 다양해지고 있다, 9) TV에서 볼 수 있는 프로그램이 양적으로 늘어났다 등의 9가지 질문으로 측정하도록 하였다. 둘째, 프로그램안의 등장인물의 다양성에 관한 인식정도는 1) 남성 성별이 골고루 등장하고 있다, 2) 여러 연령대가 골고루 등장하고 있다, 3) 여러 직업이 골고루 등장하고 있다, 4) 여러 출신지역이 골고루 등장하고 있다 등의 4가지 질문으로 정의하였다. 상기 다양성 관련 질문은 방송통신위원회의 보고서를 근거로 작성하였다.

셋째, 디지털미디어 서비스에 대한 접근성과 이용 편리성에 관한 인식정도는 1) 방송 프로그램의 시청이 편리해지고 있다, 2) 전반적으로 시청 편리성이 증대되었다, 3) 시청 시간에 구애받지 않게 되었다, 4) 예전보다 리모컨의 기능이 다양해지고 있다, 5) 화면 구성이 시청하기 편하게 다양화되고 있다, 6) 양방향 구매 버튼 등의 기능이 늘어나고 있다 등의 6가지 질문으로 정의하였다.

넷째, 다양성인식에 따른 즐거움, 즉 지각된 유희성은 사용에 대한 즐거움을 4가지 질문으로 구성하였다.

다섯째, 다양성에 대한 기여인식은 1) IPTV, 2) IPTV에 편성되는 종합편성채널사업자, 3) IPTV에 편성되는 CJ 등 대기업 및 MPP 채널 사업자, 4) IPTV에 편성되는 VOD 서비스 등 기여도 인식에 관한 4가지 질문으로 정리하였다. 마지막 종속변인 사용만족은 다양성의 정도가

시청자의 사용에 만족을 줬는지에 대해 3가지 질문으로 구성하였다.

이어 연구자는 전장의 연구모형 검정을 위해 전국단위 무작위 샘플을 모집하여 설문을 진행하였다. 구조화된 설문지를 작성하여 2013년 이전부터 디지털미디어에 가입한 세대 중에서 IPTV 3사 중 하나의 서비스를 시청하고, 특히 VOD 시청경험이 있는 25세에서 65세 사이의 시청자를 대상으로 전국에서 1,373명의 샘플을 모집하였다.

조사는 전문업체인 마크로밀 엠브레인 패널 리서치에 의뢰하였으며, 조사기간은 2017년 7월부터 한달간 진행되었다. 각 변인의 측정은 7점 Likert 척도를 이용하였다. 또한 통계적 검정을 위한 프로그램은 빈도분석을 위해 SPSS 18.0, 구조방정식 모형 검정을 위해 AMOS 18.0 등을 이용하였다.

## 4. 연구결과

### 4.1 연구모형의 신뢰도 및 타당도 분석

연구자가 확보한 샘플은 IPTV 가입고객 1,373명으로 KT 569, SK 479, LG 325 명 등으로 구성되었으며 인구통계학적 특성은 Table 1에 정리하였다. 표본의 특성은 남성 710명(51.7%), 여성 663명(48.3%)로 구성되었으며, 연령은 평균 44.2세로 서울 267명(19.4%), 경기강원 473명(34.5%), 부산을 포함한 경상권 339명(24.7%), 충청권 151명(11.0%), 전라제주권 143명(10.4%)로 구성되었다.

Table 1. Breakdown of respondents

Demographic categories		Frequency	Percentage (%)	Demographic categories		Frequency	Percentage (%)
Gender	Male	710	51.7	Occupation	Professional	108	7.9
	Female	663	48.3		Office worker	630	45.9
Age (average 44.2)	25-29	143	10.4		Technician/Sales	202	14.7
	30-39	332	24.2		House wife	198	14.4
	40-49	386	28.1		Self-employed	135	9.8
	50-59	382	27.8		Others	100	7.3
	60-64	130	9.5		Address	Seoul	267
Income (mil.kw)	~30	167	12.2	Gyeonggi/Gangwon		473	34.5
	30-50	454	33.1	Gyeongsang Pv.		339	24.7
	50-80	515	37.5	Chungcheong Pv.		151	11.0
	80+	237	17.2	Jeolla/ Jeju +		143	10.4
Sum		1,373	100.0	Sum		1,373	100.0

연구자는 연구모형의 신뢰도 확인을 위해 AMOS를 사용하여 Table 2와 같이 확인적 요인분석을 진행하였다. 확인적 요인분석의 결과는  $\chi^2=3,040.954$ ,  $df=390$ ,  $p<0.000$  등으로 나타났으며, 적합도 지수는 RMR은 0.057, RMSEA는 0.070 (이상 권고 수준  $\leq 0.08$ ), GFI는 0.853, IFI는 0.910, TLI는 0.899, CFI는 0.910 (이상 권고 수준  $\geq 0.9$ ), PGFI는 0.715, PNFI는 0.805, PCFI는 0.816 (이상 권고 수준  $\geq 0.5$  또는 0.6 바람직함) 등으로 나타났다. 권고수치에 미달하는 일부의 지수가 발견되었으나 전반적인 측정모형의 설명력은 적합한 수준으로 볼 수 있었다. 또한 표준화 경로계수들은 모두 유의한 t값을 보이고 있었다.

신뢰도와 타당도 지표인 CR(개념 신뢰도 0.7 이상 권고수준)과 AVE(평균 분산 추출 0.5 이상 권고수준)는 대부분의 항목에서 권고수준을 준수하고 있으며, 일부 항목에서 부족한 면이 있으나 모형의 전체적인 신뢰도와 타당도에는 영향이 적을 것으로 판단하였다. 또한 판별 타당도 확인을 위해 SMC(squared multiple correlation) 값과 AVE 값을 비교하여 Table 3에 정리하였는데, 대부분의 수치에서 SMC 값이 AVE 값보다 낮게 측정되어 판별타당도가 확보된 것으로 볼 수 있었다.

#### 4.2 연구모형의 가설검정

모형의 가설검정을 위해 진행한 구조모형의 적합도 분석과 경로분석 결과는 Table 4와 같이 정리하였다.

모형의 적합도 결과는  $\chi^2=3533.504$ ,  $df=395$ ,  $p=0.000$  등으로 나타났으며, 적합도 지수는 RMR이 0.191, GFI는 0.837, NFI는 0.881, RFI는 0.869, IFI는 0.893, TLI는 0.882, CFI는 0.893, PNFI는 0.800, PCFI는 0.811, RMSEA는 0.076 등으로 나타나 전반적으로 권고치를 상회하고 있으며, 일부 부족한 수치는 영향이 적을 것으로 판단하였다. 연구자가 설정한 가설의 검정 결과는 다음과 같다. 가설 H1은 t 값이 27.685( $p<0.005$ )로 채널/프로그램 등 콘텐츠다양성은 시청접근방법 및 사용용이성에 정(+ )의 영향을 주는 것으로 나타나 가설 H1이 채택되었다. 가설 H2는 t 값이 14.636( $p<0.001$ )로 채널/프로그램 등 콘텐츠다양성은 시청자의 즐거움에 정(+ )의 영향을 주는 것으로 나타나 가설 H2는 채택되었다. 가설 H3은 t 값이 7.399( $p<0.001$ )로 채널/프로그램의 등장인물 다양성은 시청접근방법 및 사용용이성에 정(+ )의 영향을 주는 것으로 나타나 가설 H3이 채택되었다.

Table 2. Results of reliability and validity

Variables of proposed model		Standardized item loading	t-Value	CR	AVE
Diversity 1 (D1)	d11	0.774	33.171*	0.967	0.767
	d12	0.799	34.737*		
	d13	0.707	29.308*		
	d14	0.729	30.519*		
	d15	0.741	31.232*		
	d16	0.839	37.397*		
	d17	0.821	- a)		
	d18	0.670	27.330*		
	d19	0.749	31.696*		
Diversity 2 (D2)	d21	0.830	39.477*	0.860	0.607
	d22	0.886	-		
	d23	0.858	41.742*		
	d24	0.729	32.036*		
Accessibility/ Easy of Use (AE)	ae1	0.834	37.522*	0.911	0.634
	ae2	0.849	-		
	ae3	0.719	30.182*		
	ae4	0.638	25.705*		
	ae5	0.693	28.676*		
	ae6	0.618	24.648*		
Perceived Playfulness (PP)	pp1	0.678	28.371*	0.859	0.605
	pp2	0.855	40.477*		
	pp3	0.824	38.083*		
	pp4	0.864	-		
Perceived Diversity of IPTV (PD)	pd1	0.774	28.002*	0.780	0.471
	pd2	0.643	23.038*		
	pd3	0.727	26.252*		
	pd4	0.767	-		
Satisfaction (SA)	sa1	0.887	-	0.908	0.766
	sa2	0.904	47.893*		
	sa3	0.875	45.093*		

Summary of model fit indices  $\chi^2=3,040.954$ ,  $df=390$ ,  $p<0.000$ , RMR=0.057, GFI=0.853, PGFI=0.715, IFI=0.910, TLI=0.899, CFI=0.910, PNFI=0.805, PCFI=0.816, RMSEA=0.070

\* $p<0.001$ , a) fixed to 1

Table 3. AVE and SMC

Var.	1	2	3	4	5	6
1.D1	<b>0.767</b>					
2.D2	0.271	<b>0.607</b>				
3.AE	0.651	0.256	<b>0.634</b>			
4.PP	0.646	0.407	0.531	<b>0.605</b>		
5.PD	0.510	0.259	0.497	0.483	<b>0.471</b>	
6.SA	0.419	0.285	0.483	0.497	0.548	<b>0.766</b>

\* Values in bold data along the diagonal indicate the AVE.

Table 4. Results of Model estimated by AMOS

Path of proposed model		Standardized item loading	t-Value	Results	
H1	D1	AE	0.775	27.685 **	Support
H2	->	PP	0.590	14.636 ***	Support
H3	D2	AE	0.158	7.399 ***	Support
H4	->	PP	0.332	14.708 ***	Support
H5	AE	PP	0.168	4.274 ***	Support
H6	->	PD	0.179	3.585 ***	Support
H7	D1->	PD	0.116	4.087 ***	Support
H8	D2->	PD	0.394	8.911 ***	Support
H9	PP->	SA	0.271	5.975 ***	Support
H10	PD->	SA	0.782	23.896 ***	Support

Summary of model fit indices :  $\chi^2=3533.504$ ,  $df=395$ ,  $p=0.000$ ,  $RMR=0.191$ ,  $GFI=0.837$ ,  $NFI=0.881$ ,  $RFI=0.869$ ,  $IFI=0.893$ ,  $TLI=0.882$ ,  $CFI=0.893$ ,  $PNFI=0.800$ ,  $PCFI=0.811$ ,  $RMSEA=0.076$

\*)  $p < 0.1$ , \*\*)  $p < 0.05$ , \*\*\*)  $p < 0.001$

가설 H4는 t 값이 14.708( $p < 0.001$ )로 채널/프로그램의 등장인물 다양성은 시청자의 즐거움에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 가설 H4는 채택되었다. 가설 H5는 t 값이 4.274( $p < 0.001$ )로 시청접근방법 및 사용용이성은

시청자의 즐거움에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 가설 H5는 채택되었다. 가설 H6은 t 값이 3.585( $p < 0.001$ )로 시청접근방법 및 사용용이성은 IPTV 다양성 기여에 대한 시청자의 긍정적 인식에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 가설 H6이 채택되었다. 가설 H7은 t 값이 4.087( $p < 0.001$ )로 채널/프로그램 등 콘텐츠다양성은 IPTV 다양성 기여에 대한 시청자의 긍정적 인식에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 가설 H7이 채택되었다. 가설 H8은 t 값이 8.911( $p < 0.001$ )로 채널/프로그램의 등장인물 다양성은 IPTV 다양성 기여에 대한 시청자의 긍정적 인식에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 가설 H8이 채택되었다. 가설 H9는 t 값이 5.975( $p < 0.001$ )로 시청자의 즐거움은 IPTV 다양성 기여에 대한 시청자의 긍정적 인식에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 가설 H9는 채택되었다. 가설 H10은 t 값이 23.896( $p < 0.001$ )로 IPTV 다양성 기여에 대한 시청자의 긍정적 인식은 시청자의 IPTV 서비스 사용만족에 정(+)의 영향을 주는 것으로 나타나 가설 H10이 채택되었다. 상기 가설검정 결과를 토대로 연구자는 연구모형의 검정 결과를 Fig. 2와 같이 도식화하였다.

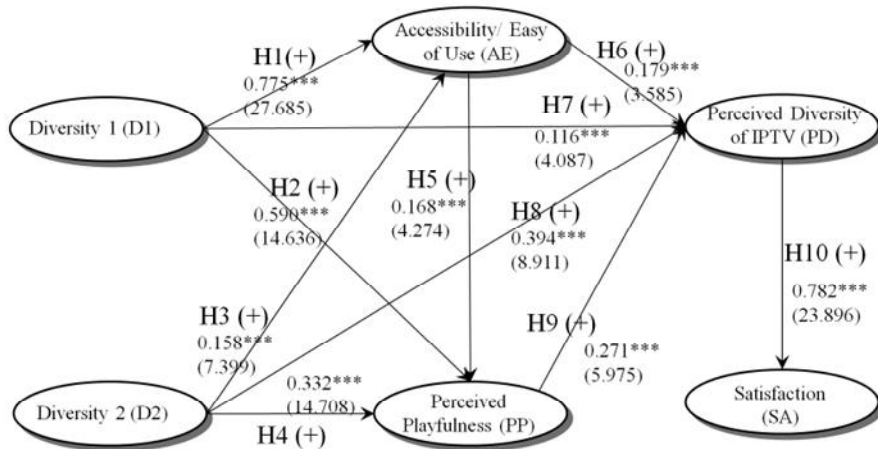


Fig. 2. AMOS test of proposed model

## 5. 결론

### 5.1 연구결과 요약

연구자는 본 연구를 통해 IPTV 사용자를 중심으로 디지털미디어 서비스의 다양성 인식이 사용자의 만족에 어

떻게 영향을 미치는지 실증하였다. 연구결과는 첫째, 디지털미디어서비스 수용자는 채널 및 VOD편수 등의 공급측면의 다양성 인식이 시청 접근성, 즐거움 인식 등에 영향을 주는 것으로 나타났다. 둘째, 콘텐츠에 출연하는 인물의 다양한 등장도 시청 접근성, 즐거움 인식 등에 영

향을 주는 것으로 나타났다. 또한 시청 접근성, 채널과 인물의 다양성 인식, 즐거움 인식 등은 IPTV 사업자의 다양성 기여에 대한 인식에 영향을 주는 것으로 나타났다. 그리고 마지막으로 다양성 기여에 대한 인식은 사용만족에 영향을 주는 것으로 나타났다.

상기 내용을 요약하면 IPTV 시청자가 인식하는 채널과 프로그램 등 콘텐츠 다양성과 등장인물의 다양성 확대 등은 시청접근성, 사용의 즐거움에 영향을 주었으며, IPTV 서비스의 다양성 기여에 대한 긍정적 인식과 더불어 사용 만족도를 향상시켜주는 것으로 확인할 수 있었다. 특히 다양성의 양적, 질적 변인들이 사용자의 접근편의성에 영향을 주고 이 변인이 즐거움에 영향을 준다는 것은 기존 기술수용모형에서 검증된 이론과 동일한 결과라고 할 수 있으며, 이를 통해 플랫폼 사업자의 다양성 기여에 대한 인식과 만족도에 영향을 주고 있다는 점은 사업자들이 주목해야 할 부분이라고 볼 수 있다.

본 연구는 최근 확산중인 디지털미디어의 시청 추세 연구[14, 15]와 함께 시청자의 인식을 주제로 다룬 연구라는 측면의 의미가 있는 연구이다. 특히 IPTV의 다양성 확대에 따른 시청자의 다양성 인식 정도를 확인하고, 이러한 인식이 실제 사용만족에 어떻게 영향을 주는지 실증적으로 검증한 것으로 연구 결과의 다양성 연구와 기술수용모형의 통합적 측면의 이론적 공헌점과 플랫폼 사업자의 프로그램 기획과 채널 편성에 영향을 줄 수 있는 실무적 공헌점이 있다고 본다.

### 5.2 연구의 한계 및 향후 연구방향

본 연구는 전절에서 정리한 의미에도 불구하고 다소의 한계점이 있다는 점도 인정한다. IPTV의 다양성 인식에 대한 보다 정밀한 측정 척도의 개발이 요구된다. 또한 IPTV 이외의 디지털미디어 사업자들의 다양성 확대에 관한 시청자의 인식도 추가연구가 필요하다. 그러나 연구자는 시청자의 다양성 인식이 사용만족에 영향을 준다는 가설 하에 구조모형을 검증하는 연구로서 의미가 있다고 보았다. 또한 본 연구는 그간 미디어의 다양성에 대한 정량적 실증연구가 많지 않았기에 다소 부족한 이론적 문헌 제시에 대한 아쉬움도 있다고 본다. 그러나 연구자는 미디어 다양성연구가 기존의 연구의 틀에서 탈피하여 시청자의 인식을 폭넓게 조사하는 본고의 연구방법 등이 지속 시도되는 것이 방송의 다양성 정책의 수립과 사업자의 다양성 인식에 긍정적인 영향을 줄 것으로 판

단하고 있다. 따라서 향후 미디어의 다양성에 관한 다각도의 후속 연구가 활발히 진행되길 기대하는 바이다.

### REFERENCES

- [1] G. Doyle, (2002), *Media ownership: The economics and politics of convergence and concentration in the UK and European media*. London: Sage Publications.
- [2] C. E. Baker, (2007). *Media concentration and democracy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- [3] B. Litman, (1979). The television networks, competition and program diversity, *Journal of Broadcasting*, 23, 393-409.
- [4] D. McQuail, (1992), *Media Performance: Mass Communication and Measurement of Diversity*, *Communication Research*, 30(1), 60-79.
- [5] P. M., Napoli. (2001). *Foundations of Communication Policy: Principles and process in the regulation of electronic media*. Cresskill, NJ: Hampton Press, Inc.
- [6] S. S. Wildman & B. Owen. (1985). *Program competition, diversity and multichannel bundling in the new video industry*. in *Noam, E.M. (Ed). Video media competition: Regulation, economics and technology*. NY: Columbia University Press, 244-279.
- [7] R. Van der Wurff & J. Van Cuienburg. (2001)., Impact of moderate and ruinous competition on diversity. The Dutch Television market, *Journal of Media Economics*, 14(4), 213-229.
- [8] KCC. (2015). *A Pilot-test for Applying Media Diversity Indicators*, KISDI.
- [9] KCC. (2017). *Research on Media Diversity*, KOBACO.
- [10] J. W. Park & P. S. Song. (2015). A Study on SNS marketing activities of the tourism industry affect to Awareness, Brand Image, Corporate Image and Purchase Intention, *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 29(7), 225-239.
- [11] R. L. Oliver. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions, *Journal of Marketing Research*, 17(9), 460-469.
- [12] S. O. Lee & S. H. Lee. (2018), A Study on the Factors Influencing Acceptance of Social Media-based Smart Commerce Service through Personal Innovativeness, *Journal of Digital Contents Society*, 19(3), 547-559.
- [13] W. J. Sung, (2012). A Meta-analysis of Media Diversity Studies : Concept and Approach, *Journal of Broadcasting and Telecommunications Research*, 79,

101-139.

- [14] S. H. Lee, (2017). A Longitudinal Time Series Study on the Viewing Behavior of Digital Media VOD Service Focused on Terrestrial VOD of IPTV for 5 years, *Journal of The Korea Convergence Society*, 8(9), 277-283.
- [15] S. H. Lee, (2017). A Study on the Viewing Rate Trends of Digital Media Service Special Reference to Terrestrial Real Time Broadcasting of IPTV, *The Journal of Digital Policy & Management*, 15(9), 471-477.

이 상 호(Sang-Ho Lee)

[정회원]



- 2003년 8월 : Aalto University 경영학과(경영학석사)
- 2008년 8월 : 서울과학종합대학원(경영학박사)
- 2010년 3월 ~ 현재 : 경성대학교 디지털미디어학부 교수, 디자인&문화콘텐츠연구소 소장

· 관심분야 : 디지털미디어, 융합미디어, 미디어콘텐츠, 미디어경영

· E-Mail : stevenlee@ks.ac.kr