

# 디지털 컨버전스 환경에서 융합적 TV시청경험에 영향을 미치는 요인에 관한 연구

## A study of the Factors Influencing on the Convergent TV Viewing Experiences

황주성

서울과학기술대학교 IT정책전문대학원

Joo Seong Hwang(jameshwang9@gmail.com)

### 요약

본 연구는 이용자의 융합적 TV시청경험에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 밝히고자 한다. 선행연구의 검토 결과 TV시청경험은 시간성, 선택성, 상호작용성, 사회성, 그리고 공간성 등 5개 차원으로 도출되었다. 독립변인은 인구사회학적 요인, 미디어 이용요인, 그리고 TV시청방식 등 3개 요인으로 도출하였다. 실증 분석 결과 첫째, 융합적 TV시청경험 전체를 설명하는데 가장 큰 영향을 주는 변인은 인구사회학적 변수들로 밝혀졌고, 그 다음으로 TV시청방식, 미디어 이용요인의 순으로 나타났다. 둘째, TV시청경험의 세부 차원간의 차이를 비교해 보면, 시간성과 선택성은 상대적으로 TV시청방식의 영향을 크게 받는 반면, 사회성과 상호작용성, 그리고 공간성은 인구사회학적 변인의 영향을 상대적으로 더 크게 받는 것으로 분석되었다. 본 연구는 컨버전스에 따른 시청경험의 변화를 실증적으로 보여주는 탐색적 시도라는 점에 그 학문적 의의가 있다고 하겠다.

■ 중심어 : | 융합적 TV시청경험 | TV시청방식 | 시간성 | 선택성 | 상호작용성 | 사회성 | 시간성 |

### Abstract

This study is to find out what are the factors influencing upon the convergent TV viewing experiences. Socio-demographic variables are identified as the most influential ones. Viewing modes are more influential than the media utilization factors. Comparing the detailed dimensions of TV viewing experiences, time and content selectivity are more influenced by TV viewing modes, while sociability and interactivity are more affected by socio-demographic variables relatively. This study has academic significance in that it is an exploratory empirical study on factors influencing on the TV viewing experiences.

■ keyword : | Convergent TV Viewing Experiences | Mode of Viewing | Temporality | Selectivity | Interactivity | Sociality | Spatiality |

## I. 연구배경과 목적

VOD(video-on-demand) 시청 인프라와 스마트폰이 확산됨에 따라 전통적 TV시청과는 다른 새로운 TV시

청방식(mode of viewing), 즉 융합적 TV시청방식이 점진적으로 확대되고 있다. 융합이란 디지털 기술을 통해 과거에는 별개의 제품으로 제공되던 기능이 통합되는 현상을 말한다[1]. 하지만 이와 같은 기술적·기능적인

\* 이 연구는 서울과학기술대학교 교내연구비의 지원으로 수행되었습니다.

접수일자 : 2018년 01월 03일

수정일자 : 2018년 02월 02일

심사완료일 : 2018년 02월 02일

교신저자 : 황주성, e-mail : jameshwang9@gmail.com

정의에서 논의를 보다 더 근본적인 차원으로 격상시키면, 융합은 자유, 참여, 다양성, 창의성 등 디지털 제품 및 서비스를 통하여 이용자가 궁극적으로 추구하려는 가치와 연결된다[2]. 다시 말해, 비선형시청(non-linear) 자체가 늘어났는가도 중요하지만, 그것이 늘어났다는 것이 무엇을 의미하는가에 더 초점을 두어야 한다는 것이다. ‘융합적 TV시청방식’이란 ‘TV프로그램을 텔레비전이 아닌 다른 디바이스를 통해 시청하거나 전통적인 방식(선형)과는 달리 비선형 방식으로 시청하는 것’을 말한다[3].

융합적 시청방식은 단순히 텔레비전을 시청하는 시간의 이동과 단말기의 변화를 넘어 다양한 측면에서 새로운 TV시청경험(TV viewing experience)을 창출할 것으로 예견되어 왔다. 인터넷을 경험한 시청자들은 텔레비전이 이용자의 요구에 즉시적으로 대응하기를 바라고, 프로그램을 내비게이트하거나 검색하여 접속하고 즉각적으로 참여하기를 원한다. 그 결과 시청방식의 변화는 기술적인 측면을 넘어 TV프로그램을 검색하고 획득하고, 축적하고, 공유하고, 공감하는 ‘일상적인 TV 생활(daily television routine)’전반의 변화를 의미한다[4].

하지만, 지금까지 산업계는 물론 학계의 연구들은 시청방식의 변화 양상에만 관심을 가져왔을 뿐 그것이 어떠한 시청경험을 창출하였는지에 대해서는 뚜렷한 실증적 연구 성과를 내놓지 못하고 있다. TiVo, 디지털 TV, IPTV 등의 등장과 함께 소규모 인터뷰나 설문조사를 근거로 이루어진 탐색적 연구는 있어 왔지만[5-7], 일반화가 가능한 대규모 표본을 대상으로 시청방식과 시청경험 간의 관계를 포괄적으로 분석한 연구는 찾아보기 어렵다.

본 연구는 융합적 TV시청방식이 점차 확대되고 있는 현 시점에서 그것이 이용자의 시청경험에 어떠한 변화가 일으키고 있으며 이를 설명하는 요인이 무엇인지를 밝히고자 한다. 과연 TV시청방식이라는 기술적이고 물리적인 투입요소(input)의 변화가 궁극적인 효과(outcome)라고 할 수 있는 TV시청경험에 차이를 일으키는 지 파악해 보려는 것이다. TV시청경험들의 변이를 설명해 주는 요인으로 인구사회학적 요인, 미디어 이용

요인 그리고 TV시청방식 요인의 영향력을 상호 비교해 보고자 한다. 나아가 시간성, 선택성, 상호작용성, 사회성, 그리고 공간성으로 구성되는 시청경험의 세부 차원 별로 설명요인이 어떻게 달라지는지도 살펴볼 것이다.

## II. 선행연구의 검토

### 1. TV시청방식과 TV시청경험

TV시청방식(mode of viewing)<sup>1)</sup>이란 “(TV라는) 상품을 둘러싸고 생산자와 이용자 간 혹은 물리적 구조와 사회적 규범 간에 형성되는 일종의 습관적 행위유형(a routinized type of behavior)”[6]을 의미한다. TV시청방식은 선형성(linearity)과 디바이스(device)를 중심으로 4가지 유형으로([그림 1] 참조) - TV실시간시청(TV-Linear), 시간이동시청(Time-Shift), 공간이동시청(Space-Shift), 시·공간이동시청(Time & Space Shift) - 구분가능하다[3]. 선형성이란 ‘TV프로그램의 편성과 송출이 방송국의 통제권 하에 미리 정해진 스케줄에 따라 이루어지느냐’의 여부를 말한다. 디바이스는 TV프로그램을 시청하는 단말기의 형태를 말하며 이동성을 기준으로 TV수상기와 스마트 단말기로 구분된다. 이 두 가지 차원을 기준으로 TV시청방식을 구분하면 앞에서 소개한 네 가지 유형이 도출된다. 이 중 전통적 TV시청방식을 의미하는 ‘TV실시간(TV-Linear)’을 제외한 3가지 유형들이 - 시간이동시청, 공간이동시청, 시·공간이동시청 - 융합적 TV시청방식이라 할 수 있다[3].

선형성 \ 디바이스	TV 수상기	PC 태블릿 스마트폰 DMB단말
선형성	실시간 라이브 실시간 녹화 재방	TV실시간 (TV-Linear) 공간이동 (Space-Shift)
비선형성	캐치업 VOD (PTV/D-Cable) VOD (OTT) 다운로드	시간이동 (Time-Shift) 시공간이동 (Time&Space-Shift)

\* 황주성(2014) p.30의 표를 수정

그림 1. TV시청방식의 분류

1 본고에서는 ‘시청방식’으로도 표기함.

TV시청방식은 이용자의 시청행위와 관련되지만 그 자체로는 생산자에 의해 제공되는 기술적 소여를 채택하는 것을 나타낸다는 점에서 다분히 물질적, 기술적, 그리고 투입적(input) 성격이 강하다. 이런 점에서 시청방식은 그것을 통해 이용자가 최종적으로 경험하게 되는 효과적(outcome) 측면, 즉 시청경험과는 분명히 구분된다. TV시청경험(TV viewing experience, TV experience)<sup>2</sup>은 시청자들이 TV를 시청하면서 겪는 고유한 경험을 의미한다. 다른 미디어와는 달리 TV와 관련하여 발생하는 경험적 요소를 말한다.

브로에크 등은 벨기에 디지털 TV의 도입과 관련하여 시간성과 수동성의 변화에 주목하였다[5]. 그러나 그들은 디지털 TV가 시간성과 수동성 등에 근본적인 변화를 불러오지는 못할 것으로 결론지었다. 사람들은 근본적으로 새로운 콘텐츠 보다는 이미 좋아하는 콘텐츠를 새로운 방식으로 보기를 원하는 성향이 더 많다는 것이 그들의 해석이었다. 수동성의 경우도 큰 변화보다는 기존에 좋아하는 프로그램을 좀 더 자신에게 편한 시간대에 보는 정도의 수준에 머무는 것으로 결론지었다. VOD에 대한 후속연구에서 브로에크 등은 시청경험의 주요 차원으로 시간성(time), 콘텐츠(content), 그리고 장소성(place)을 제시하였다[6]. 과거에는 특정 콘텐츠는 특정 시간에 특정 장소에서 볼 수 밖에 없었다. 하지만 VOD의 등장으로 이 세 차원간의 상호관련성이 사라지기 시작했다는 것이다.

사이먼즈는 전통적 TV시청이 갖는 시청경험을 결정하는 핵심적, 구조적 차원으로 시간(time)과 콘텐츠(content), 그리고 장소(place)를 들었다[7]. 언제, 무엇을, 어디서 보았느냐 하는 것이 시청경험을 좌우하는 핵심적 요소라는 것이다. 전통적 TV가 제공하는 고정된 방영 스케줄, 방송국의 기획과 의도에 따라 선정된 프로그램, 그리고 거실에서 가족과 함께 시청하는 분위기 등이 전통적 TV의 핵심적 시청경험이 된다. 그리고 이러한 구조적 요소들로 인해 시청공감대(feeling of belonging to an audience)와 수동적 시청(lean-back activity) 등 2차적 시청경험이 파생된다고 주장한다. 동일한 시간대에 동일한 콘텐츠가 방영되기 때문에 그

것이 대화의 소재가 되고 또 시청공감대를 형성할 수 있는 것이다. 수동적, 소극적 시청경험도 근원적으로는 시간 및 콘텐츠의 고정성으로 인해 나타날 수밖에 없다. 이상의 논의들을 종합하여 황주성은 TV 시청경험을 다섯 가지 차원 - 시간성, 콘텐츠 선택성, 상호작용성, 시청공감, 공간성[표 1] - 으로 구분하였다[3].

표 1. TV시청경험의 주요 차원들

학자	TV시청경험의 차원
Van den Broeck, pierson, & Pauwels (2004)	시간성, 능동성(active vs. passive)
Van den Broeck, Pierson and Lievens (2007)	시간(time), 콘텐츠(content), 장소(place)
Simons(2009)	시간(time), 콘텐츠(content), 장소(place), 사회적 매체(social medium), 수동적 매체(lean-back Medium)
황주성(2014)	시간성, 콘텐츠 선택성, 상호작용성, 시청공감, 공간성

## 2. TV 시청경험의 핵심 차원

이하에서는 선행연구를 바탕으로 TV 시청경험을 5개의 차원 - 시간성, 선택성, 상호작용성, 사회성<sup>3</sup>, 공간성 - 으로 구분하여 논하기로 한다[표 2]. 시청경험의 다섯 가지 차원은 모두 동일한 위상을 갖는 것이 아니라, 구조적 성격을 띠는 차원과 부차적인 차원으로 구분된다. 구조적 성격을 띠는 차원에는 시간성, 선택성, 공간성이 포함되고, 상호작용성과 사회성은 부차적 성격의 차원으로 구분될 수 있다[7]. 왜냐 하면, 전통적인 TV가 수동적이고 또 가족과 직장 등에서 사회성을 띠게 된 이유가 모두 '언제(시간성), 무엇을(선택성), 어디서 보느냐(공간성)'하는 TV의 구조적 차원에 의해 결정되는 것이기 때문이다.

### 2.1 시간성

전통적 TV시청에서 시간성이란 TV방송일정의 고정성으로 인해 일상생활의 시간적 리듬이 방송편성표에 의해 제한되었던 것을 의미한다. 이러한 고정적 시간성

2 본고에서는 '시청경험'으로도 표기함

3 본 연구에서는 콘텐츠 중심의 집단적 사회관계 형성을 의미하는 시청공감(feeling of belonging to an audience)보다 개인의 사회적 네트워크를 기반으로 콘텐츠 시청의 공감대를 형성하는 사회적 시청(social viewing)을 강조하기 위해 후자의 개념을 사용하였다.

표 2. 시청방식에 따른 TV시청경험의 차원별 내용

시청경험 차원 \ 시청방식	전통적 TV시청	융합적 TV시청
시간성	고정성, 실시간성	선택의 자유, 연결시청, 미시적 시간조정
선택성	편성된 프로그램	콘텐츠 선택권
상호작용성	수동적, 수동적, 리백	내용적 관여와 참여, 정보검색
사회성	워터쿨러 효과	시청 중 및 전후의 사회관계 유지
공간성	거실, 가내화	시청공간의 편재화(내파, 외파), 개인화

은 VCR과 PVR, 그리고 VOD와 같은 시간이동기술의 등장에 따라 변화하게 되었다. 이들 기술의 도입과 사용으로 인해 시청자들은 개개인의 취향과 사정에 따라 TV시청시간을 자유롭게 조정할 수 있게 되었다. 과거에는 시청할 수 없었던 시간대의 프로그램을 시청할 뿐만 아니라, 자신이 좋아하는 프로그램을 좀 더 편한 시간에 볼 수 있게 된 것이다. 뿐만 아니라, 시청 도중에 중지를 하거나(pause) 되돌리거나(rewind) 빨리 넘기는 것(fast forward)과 같은 미시적 시간조정도 가능하게 되었다[3]. 최근 VOD의 확산에 따라 등장한 몰아보기(binge watching)도 시간성의 새로운 측면이라 하겠다[8]. 몰아보기는 편성에 관계없이 한꺼번에 몰아서 시청하는 형태를 의미하는 것으로, 동일한 타이틀의 프로그램 여러 편을 오랜 시간을 들여 집중적으로 시청하는 행위를 일컫는 것을 의미한다[9]. 몰아보기는 시청시간의 스케줄링에서 자율성을 확보하려는 욕망뿐만 아니라 텔레비전의 플로우(flow)와 상관없는 순수 텍스트(pure text)만을 보려는 욕구와도 관련된다[10]. 이러한 시청경험은 시청자가 자신들의 일상생활을 통합하고 그들의 개인적 상황에 적응하는 하나의 문화적 행태이다[11].

### 2.2 선택성

선택성이란 무슨 프로그램을 볼 것인가에 대한 의사결정의 자율성 정도를 의미한다. 전통적 TV시청에서는 프로그램의 선택성은 공급자인 방송국의 의사결정에 따른다. 개인이 가질 수 있는 선택권이란 시간대를 선택하거나 아니면 동시간대에 방송되는 다른 채널의 프로그램을 선택하는 정도에 국한된다. 그러나, 방송의 디지털화, 특히 VOD의 등장에 따라 방송국 중심의 플로우(flow)가 깨지고 그 대신 시청자 중심의 플로우가 등

장할 것으로 예견되었다[3][12][13]. 선택성의 증가는 광고를 포함한 전후의 대기시간을 줄인다는 점에서 시간 절약의 효과도 있지만, 보다 근본적으로는 프로그램에 대한 통제력을 확보하였다는 데 있다[3]. 시청자는 더 이상 방송국의 편성도에 지배받지 않고 자유롭게 프로그램을 선택할 수 있게 된 것이며, 이것은 곧 개인화된 시청행태(personalized viewing behavior)가 증대된다는 것을 의미한다.

### 2.3 상호작용성

전통적 TV시청은 이용자의 관여도가 낮은 수동적 미디어(lean-back media)로 규정된다. 이것은 공급자 중심의 편성방식은 물론 피드백 등 상호작용을 위한 기술적 수단의 미비와도 관련된다. 방송의 디지털화와 함께 TV시청 중에도 다양한 활동이 가능하게 되었다. 수동적인 시청경험에서 보다 능동적인 양방향 경험으로 전환하고 있는 것이다[14]. 방송프로그램에 대한 직접적인 참여는 물론 관련된 게임하기[7], 그리고 시청 프로그램과 관련된 통신과 정보검색[5] 등이 대표적인 상호작용의 예이다. 특히 비선형 시청에 있어 시청자들은 능동적이기를 원하며 상호작용성에 대한 욕구가 강한 편이다.

정지, 빨리감기, 되돌리기 등을 통해 원하는 장면을 충분히 반복하여 감상할 수 있기 때문이다. 상호작용성이란 ‘이용자가 스스로 결정을 내리고 행동을 취하게 하는 모든 것’으로 정의내릴 수 있다[15] 상호작용은 세컨드 스크린의 등장에 의한 멀티태스킹과도 관련된다. 특히, 최근에는 TV 프로그램의 내용과 관련되는 내용을 검색하는 것이 청소년 세대의 시청행태로 증가하고 있다. 등장하는 배우에 대한 정보나 배경 또는 등장하는 상품 등이 주요 검색대상이 된다.

## 2.4 사회성

TV는 직장인들에게 대화의 소재(watercooler)를 제공함으로써 사회관계를 위한 미디어로 인식되어졌다. 사회성은 TV시청경험의 구조적 요소, 즉 '동일시간에 동일 프로그램을 시청'하는 데서 파생된 것이다. 이 때문에 사회관계 속에는 일종의 시청공감(feeling of belonging to an audience)이 형성되어 왔다. 하지만, VOD의 등장으로 시청시간은 물론 콘텐츠에 대한 선택권이 늘어남에 따라 TV시청의 사회성이 줄어들 우려에 대한 논의가 적지 않았다[16][17]. 시간이동과 공간이동은 이러한 시청공감에 부정적인 영향을 줄 수 있으며, 나아가 시청자를 파편화(fracture the audience)시킬 수 있다[7].

하지만, 최근 등장한 소셜시청(social viewing) 시청공감과 다소 다른 현상을 의미한다. 소셜시청은 "TV를 보면서 같은 공간에 있지 않는 사람들과 시청 중인 프로그램에 대한 소감, 의견, 정보 등을 온라인으로 동시에 공유하는 시청경험"으로 정의될 수 있다[18]. 이 정의에 의하면, 융합적 TV시청이 오히려 사회적 시청경험을 조장할 수도 있다[19]. 첫째, 비선형 시청이 동시성을 회복시켜주는 매커니즘이 가능하기 때문이다. 시간이동에 대한 연구들의 대부분은 시간이동이 짧은 시간범위 내에서 일어난다는 것을 보여준다. 다시 말해, 다수의 시간이동은 다음날의 대화를 가능하게 하는 방식으로 이루어진다는 것이다[4]. 둘째, 실시간방송의 시청 시 SNS를 통하여 감정과 소감을 공유함으로써 보다 실감있는 시청공감이 형성될 수 있다는 것이다 [17].

## 2.5 공간성

전통적으로 TV는 가정, 그 중에서도 거실의 매체로 인식되었다. 시청공간으로서 거실은 온가족이 함께 모여 시청을 한다는 사회적 기능을 수행한다. 가정 중심의 시청이 주된 시청행태를 이룸으로써 '가족 중심의 시청공감(home-based shared experience)' 형성되는 기초가 된다[20]. 따라서 방송콘텐츠의 내용도 보편적이면서 일반적인 주제를 중심으로 구성된다. 그러나 텔레비전 프로그램이 TV수상기뿐만 아니라 PC와 스마

트폰을 통해서도 전달됨에 따라 TV의 공간성에도 변화가 나타났다[21][22]. 시청공간은 가정 내에서는 거실을 벗어나 침실, 식당, 욕실 등으로 스며들었으며(내파; implosion), 가정 밖으로는 도로, 교통수단, 레스토랑, 사무실, 강의실 등으로 확산해 나갔다(외파; explosion) [3]. 내파와 외파는 가족의 매체인 TV를 개인의 매체로 바꾸는데 크게 기여하였다. 그리고, 이동성과 개인화는 프로그램의 성격에도 영향을 미친다. 개인화된 프로그램은 훨씬 더 개성과 다양성, 유연성을 추구하게 할 것이기 때문이다[20].

본 연구는 지금까지 살펴본 다섯 가지 시청경험의 차원을 대변할 수 있는 지표를 종속변수로 정하여 실증분석을 진행할 것이다. 다만, 본 연구가 사용하는 자료가 2차 자료임으로 인해 본 연구에서 살펴본 다섯 가지 시청경험들의 다양한 세부요소들을 모두 포괄하기에는 한계가 있었다. 이로 인해 실증분석에서는 그 중 대표적인 요소 한 가지씩에 대한 항목만을 사용하여 분석을 진행하였다. 이러한 포괄성과 타당성의 한계로 인해 본 연구는 다분히 탐색적 성격을 띠 수밖에 없지만, 추후 보다 본격적인 시청경험 연구를 위한 사전작업으로서의 의미는 가질 것으로 기대한다.

## 3. 시청경험에 영향을 미치는 요인

시청경험을 종속변수로 하여 이것에 영향을 미치는 독립변수를 분석한 실증 연구는 찾아보기 어렵다. 대신 TV 시청방식에 관한 연구들은 몇몇 발견된다. 본 연구에서는 시청경험에 영향을 미치는 요인들은 크게 인구사회학적 요인, 미디어 이용요인, 그리고 TV시청방식으로 구분하여 선행연구를 검토하였다[23].

### 3.1 인구사회학적 요인

시청경험에 영향을 미치는 인구사회학적 요인에 대한 연구는 크게 연령과 성에 대한 것으로 대별된다. 특히 연령변수의 경우 신기술 및 인터넷 등과 관련하여 매우 영향력이 큰 것으로 주장된다[23]. 벨기에의 DTV를 대상으로 한 연구는 시간이동은 젊은 연령층(18~24, 25~34)에서만 나타난다고 밝혔다[7]. 나이 든 연령대에서는 시간이동을 하더라도 주로 당일 내에 시청을 하는

반면, 젊은 층은 시청시간대를 본인에게 편리하도록 다른 날로 변경하는 경우도 나타났다. 이태리의 소셜TV에 대한 연구결과는 10대와 45세 이상의 연령 간에 시청행위에 명확한 단절현상이 나타나는데, 25~34세 사이의 연령층이 일상적인 TV시청을 가장 적극적으로 조정해 나간다고 주장하였다[24].

일반적으로 텔레비전은 여성성이 강한 미디어로 특정 지워지지만, 그것이 뉴미디어로 개념화되는 순간 수동적 시청자는 능동적 이용자가 되고 남성이 더 많이 참여하게 된다[25][26]. 남녀간의 차이는 시간이동 등에서 뚜렷하지 않지만, 프로그램 선택성의 경우 일부 남성은 시청프로그램을 완전히 개인화하는 성향이 있는 것으로 나타났다[7]. 모바일 시청과 온라인 시청에 대한 연구결과 남녀 간에는 유의미한 차이가 없다는 결과가 나타났다. 단, 온라인 시청 중 다운로드와 컴퓨터-TV 연결시청, 그리고 모바일 시청 등에서는 차이가 나타났다. 즉, 기술적 복잡성이 요구되는 부분에 있어서는 남성보다 여성이 더 낮은 수용성을 보이고 있는 것이다[24]. 이상의 논의를 종합하면, 남녀 간에 융합적 TV시청과 관련한 유의미한 차이는 없지만, 다운로드와 같이 기술적인 복잡성이 높은 경우 여성보다는 남성이 융합적 TV시청을 더 많이 한다고 정리할 수 있겠다.

### 3.2 미디어 이용요인

TV와 PC, 그리고 스마트폰이라는 미디어의 이용이 TV시청방식에 어떠한 영향을 줄 것인가에 대해서는 이론적 논의에 비해 경험적 연구는 많지 않다. 본대드-브라운은[27] 미국인 511명을 대상으로 온라인 비디오 시청에 영향을 미치는 요인을 분석하였다. 분석에는 인구사회학적 변수, 사회문화적 변인, 미디어 이용변인, 그리고 TV시청동기 등을 포함하였다. 미디어 이용변인에는 케이블TV이용여부, TV시청시간, PC를 통한 인터넷 이용시간, 인터넷 이용기간 등이 사용되었다. 분석결과, 온라인 비디오 시청에는 PC를 통한 인터넷 이용만이 유의미한 영향을 미치는 것으로 파악되었다. TV시청시간은 긍정적이든 부정적이든 유의미한 영향을 미치지 못하였다.

황주성은 방송매체 이용행태 조사의 원자료를 활용

하여(2014년 조사, 6,042명) TV 시청방식의 구분에 영향을 미치는 요인을 실증분석하였다[21]. 분석에 투입된 변수는 인구사회학적 요인, 융합인프라 요인, TV이용시간, 인터넷 이용요인 등 네 가지 그룹이었다. 분석결과, 미디어 이용과 관련된 요인들 중에서는 PC이용빈도와 스마트폰 이용빈도가 높을수록 융합적 TV시청방식의 채택가능성이 높게 나타난 반면, TV시청시간은 유의미하게 나타나지 않았다. 상기한 두 연구를 종합해 보면, PC의 이용은 융합적 TV시청과 유의미한 긍정적 관련성을 보인다는 점을 알 수 있으며, 스마트폰의 이용도 유의미한 관련성을 보이고 있다는 것을 알 수 있다. 이에 비해 TV이용시간은 두 연구에서 공히 유의미한 영향을 미치지 못하는 것으로 나타났다.

### 3.3 TV시청방식

TV시청방식은 시청경험에 가장 직접적으로 영향을 미치는 요인으로 추정된다. 브로에크와 동료들[6], 그리고 사이먼즈[7] 연구가 보여주듯이, 비선형성과 스마트디바이스의 결합으로 대변되는 융합적 TV시청방식은 시청경험의 핵심요소와 직결되기 때문이다. 특히 전체적인 시청경험 뿐만 아니라 시청경험의 세부 차원별로도 다른 영향을 미칠 것으로 예상된다. 시청방식에 따라 정리하면, 먼저 전통적인 시청방식의 경우 융합적 시청경험이 전반적으로 낮게 나타날 것이다. 시간이동 시청의 경우 시간성과 선택성에서 높을 것으로 예상된다. 이 두 가지 시청경험은 기본적으로 고정적 시간성으로부터의 탈피를 의미하는 비선형성에 의해 초래된 것이기 때문이다. 이에 비해, 공간이동시청의 경우 상호작용성과, 사회성, 그리고 공간성이 높게 나타날 것이다. 상호작용성과 사회성은 비선형성 보다는 디바이스의 특성, 즉 PC와 스마트폰으로 대변되는 인터넷 문화와 관련성이 높기 때문이다. 마지막으로 시·공간이동시청의 경우 모든 융합적 시청경험이 다 높게 나타날 것이다. 다시 말해, 시·공간이동시청을 하는 집단은 시간성과 콘텐츠 선택성에서 가장 자유롭고, 상호작용도 많이 할 것으로 추정된다. 공간적으로도 가장 이동성이 높을 것이며 사회관계를 중시하는 사회성도 높을 것으로 예상된다[3].

### III. 연구문제와 연구방법

#### 1. 연구문제와 모델

시청경험에 영향을 미치는 요인들은 크게 인구사회학적 요인, 미디어 이용요인, 그리고 TV 시청방식으로 구분된다. 선행연구 결과 인구사회학적 요인과 미디어 이용요인은 TV시청방식의 채택에 유의미한 영향을 미친 것으로 나타났다[21]. 연령은 어릴수록, 사무직 직업을 가질수록 융합적 TV시청방식을 채택할 가능성이 높은 것으로 나타났다. 또한 미디어 이용요인들 중에서는 PC이용빈도와 스마트폰 이용빈도가 높을수록 융합적 TV시청방식의 채택가능성이 높게 나타났다[21]. 본 연구에서는 선행연구와는 달리 종속변수를 TV시청경험으로 하고 이것에 영향을 미치는 세 지 독립변수군의 영향이 어떻게 달라지는지를 살펴보고자 한다. 다시 말해, 시청경험과 관련된 종속변수에 대해 인구사회학적 변인, 미디어 이용변인, 그리고 TV 시청방식 변인을 순차적으로 투입하여(위계적 회귀분석), 추가적으로 투입된 변수들의 유의성을 검증하려는 것이다. 본 연구의 연구문제는 두 가지로 구성된다[그림 2].

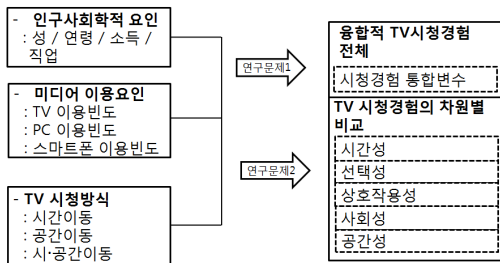


그림 2. 실증분석의 모델

연구문제1. ‘융합적 TV시청경험 전체에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?’

연구문제2. ‘시간성, 선택성, 상호작용성, 사회성, 공간성 등 시청경험의 세부 차원별로 이들의 변이에 영향을 미치는 변수들은 어떻게 다른가?’

연구문제1은 개별적 시청경험의 차원들을 살펴보기

에 앞서 융합적 TV시청경험 전체에 영향을 주는 변수를 찾아내기 위함이다. 개별적 차원의 변수들이 대변하지 못하는 전반적인 융합적 시청경험의 결정요인을 찾아냄으로써 융합적 시청경험 전체에 영향을 미치는 변인을 먼저 살펴보고자 하는 것이다. 5개의 융합적 TV시청경험 차원을 포괄하는 통합변수를 도출하기 위해서 요인 분석을 이용하였다. 인구사회학적 요인을 비롯하여 미디어 이용요인과 TV시청방식 요인 등의 유의성과 효과크기를 밝히는데 초점을 둘 것이다. 연구문제2는 시청경험의 세부 차원에 따라 어떠한 요인들의 - 인구사회학적 요인, 미디어 이용요인, 그리고 TV시청방식 요인 - 영향력이 더 크게 나타나는지를 밝히는데 초점을 두고자 한다.

#### 2. 자료와 분석방법

실증분석을 위해서 방송통신위원회가 2014년에 실시한 『방송매체 이용행태 조사』 [28]의 원자료를 이용하였다(방송통신위원회, 2014). 이 조사는 2014년 6월 16일 ~ 8월 22일간 전국 3,427가구에 거주하는 만 13세 이상의 남녀가구원 6,042명에 대해 면접조사한 것이다. 본 연구는 이 조사 중 개인설문조사의 일부 항목을 이용하였다. 분석에 사용된 변수들과 척도는 [표 3]과 같다. 분석방법은 위계적 회귀분석(hierarchical regression analysis)을 사용하였다.

독립변수는 세 그룹으로 구성되는데 인구사회학적 변인은 연령, 성, 소득, 그리고 세 가지 직업에 관한 더미변수 - 학생, 사무직, 주부 - 로 구성된다. 연령은 10대와 20대를 하나의 그룹으로 통합하였는데, 이는 10대와 20대에서 미디어 이용, TV시청방식 등 여러 가지 지표가 역전되는 현상이 나타나기 때문이다. 이러한 역전현상은 연령에 따른 자연스러운 결과라기보다는 10대가 처한 학업압박과 의존성으로 인해 연령적 특성이 제대로 발현되지 못한 것으로 해석된다. 둘째, 미디어 이용요인은 가장 대표적인 매체인 TV와 PC, 그리고 스

4 방송매체 이용행태 조사는 2000년 『TV시청행태 연구』라는 명칭으로 제1회 조사를 실시하였고, 2009년부터 전국규모의 조사로 확대되었음. 2014년부터 본 연구의 기초자료가 되는 TV시청방식에 관한 문항을 포함하였으나, 그 이후 시청경험에 대한 문항도 포함한 조사는 2014년 조사가 유일함.

표 3. 독립변수 및 종속변수의 척도와 기술통계량

구분	관측도 수	척도	최소값	최대값	평균	표준편차	
인구사회학적 요인	연령	6042	서열	1(10~20대)=26.8%, 2=18.9%, 3=19.9%, 4=15.9%, 5(60대 이상)=18.5%			
	성	6042	명목	1(남자)=49.2%, 2(여자)=50.8%			
	소득	5757	등간	1(100만이하)=11.8%, 2=13.6%, 3=19.9%, 4=24.0%, 5(400만이상)=30.7			
	직업(학생)	6042	명목	0(그외 직업)=84.6%	1(학생)=15.4%		
	직업(사무직)	6042	명목	0(그외 직업)=78.7%	1(사무직)=21.3%		
	직업(주부)	6042	명목	0(그외 직업)=79.6%	1(주부)=20.4%		
미디어 이용요 인	TV 이용빈도	6042	등간	0(이용안함)=3.0%	6(매일)=67.1%	5.2176	1.39934
	PC이용빈도	6042	등간	0=(이용안함)=38.2%	6(매일)=20.4%	2.7288	2.40964
	스마트폰 이용빈도	6042	등간	0=(이용안함)=24.0%	6(매일)=66.0%	4.3614	2.54720
TV시청 방식	시간이동시청	5575	명목	0(안함)= 95.5%	1(함)= 4.5%		
	공간이동시청	5575	명목	0(안함)= 88.3%	1(함)= 11.7%		
	시·공간이동시청	5575	명목	0(안함)= 87.7%	1(함)= 12.3%		
시청경 험변 수	시청경험 통합 변수	6001	비율	-1.10119	3.82308	.0000000	1.0000000
	시간성	6039	등간	1(전혀 그렇지 않다)	5(매우 그렇다)	1.9090	1.07254
	선택성	6031	등간	1(전혀 그렇지 않다)	5(매우 그렇다)	1.7109	.96342
	상호작용성	6037	등간	1(전혀 그렇지 않다)	5(매우 그렇다)	1.9418	1.07459
	사회성	6033	등간	1(전혀 그렇지 않다)	5(매우 그렇다)	2.0772	1.15517
	공간성	6026	등간	1(전혀 그렇지 않다)	5(매우 그렇다)	1.8642	1.05761
	전체	5286					

마트폰을 얼마나 사용하는지를 각각 측정한 세 가지 변수로 구성된다. 측정지표는 이용빈도를 7단계로 그룹화한 값을 - ‘이용 안함(0)’에서 ‘매일(6)’- 갖는다. 셋째, TV시청방식 요인은 시간이동시청, 공간이동시청, 그리고 시·공간이동시청 여부를 더미 변수로 변환한 세 변수로 구성된다. TV시청방식은 응답자를 TV이용기기(TV수상기 vs. PC/노트북, 스마트폰 등)와 TV이용형태(실시간 vs. 비실시간)을 기준으로 네 집단(TV 실시간시청, 시간이동시청, 공간이동시청, 시·공간이동시청 집단)으로 나누었다<sup>5</sup>.

종속변수는 연구문제1의 경우 5개의 시청경험을 대표하는 ‘시청경험 통합변수’를 생성하였다. 차원들의 통합은 요인분석을 이용하였다. 다섯 개 차원들에서 추출한 요인 중 요인적재치가 1을 넘는 변인이 하나 추출되었다. 이 변인은 5개 차원과 모두 정의 상관관계를 보였고 전체 변량의 58.5%를 설명하는 것으로 나타났다. 연구문제2의 종속변수는 시간성, 선택성, 상호작용성, 사회성, 그리고 공간성 등 5개 시청경험의 세부 변수들로 구성된다<sup>6</sup>. 측정지표는 원 조사에서 사용된 질문에 대

한 동의정도, 즉 ‘전혀 그렇지 않다(1)’에서 ‘매우 그렇다(5)’사이의 척도 값을 갖는다. 5개 차원에 대한 질문들은 측정지표의 값이 높을수록 해당 시청경험의 정도가 높다는 것을 의미한다.

#### IV. 분석결과

##### 1. 기초분석

분석에 사용된 독립변수와 종속변수의 기술통계량은 [표 3]과 같다. 인구사회학적 요인 중 연령과 설별 구성비는 원자료와 큰 차이가 없었다. 미디어 이용요인과 관련된 세 변수들을 비교해 보면, TV이용빈도가 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 스마트폰이 약간 낮은 빈도를 보였다. 이에 비해 PC의 이용빈도는 두 미디어에 비해 현저하게 낮게 측정되었다. TV시청방식 요인에서는 시간이동시청이 4.5%, 공간이동시청이 11.7%, 시·공간이동시청이 12.3%로 융합시청방식이 전체의 28.5%

5 TV시청방식의 구분방법과 구분에 투입된 자료는 황주성[3] pp. 37~38을 준용하였다.

6 차원별 지표의 문항은 다음과 같다. ①.시간성: 드라마 시리즈 전체 혹은 일부를 몰아서 보는 것을 좋아한다. ②.선택성: 실시간 서정보다

는 VOD시청을 좋아한다. ③.상호작용성: TV시청에만 집중하기 보다는 관련 정보를 동시에 찾아보는 편이다. ④.사회성: TV를 보면서 눈, 문자, 메신저 등으로 친구, 지인과 의견을 나누기를 좋아한다. ⑤.공간성: 대중교통으로 이동중이거나 집밖에서 있을 때도 노트북이나 스마트폰으로 방송프로그램을 보는 것을 좋아한다.



를 차지하였다.

종속변수 중 통합변수는 요인분석에 따른 z-score이므로 평균이 0이고 표준편차가 1인 정규분포를 보인다. 다섯 가지 세부 차원들 중에서 가장 높은 값을 보인 변수는 사회성으로 평균이 2.07로 나타났다. 그 다음으로 상호작용성, 시간성, 공간성, 선택성 등의 순서로 높은 값을 보였다. 특히, 선택성은 평균과 함께 표준편차의 크기도 가장 낮아 제일 좁은 분포를 보인다고 판단할 수 있다.

## 2. 주요연구결과

### 2.1 연구문제1

연구문제1은 ‘융합적 TV시청경험 전체에 영향을 미치는 요인은 무엇인가?’를 밝히려는 것이다. TV시청경험에 관련된 세 가지 그룹의 변수들 중 어떠한 그룹이 더 큰 영향을 미치는지를 파악하기 위해 ‘위계적 회귀분석’을 시행하였다.

위계적 회귀분석 전체 모형은 통계적으로 유의미한 것으로 나타나, 추가적으로 투입된 변수들이 시청경험 통합변수에 의미있는 영향을 미치는 것을 알 수 있었다 (  $p < 0.01$ , adjusted  $R^2 = .258$ ). 단계적으로 살펴보면, 먼저 모델1에서는 인공사회학적 변수 6개를 투입하여 전체 변량의 16.6%를 설명하였다[표 4]. 모델2에서는 미디어 이용변수 3개를 추가로 투입하여 1.7%의 설명력을 추가로 획득하였다. 그리고 모델3에서는 TV시청방식 변수 3개를 투입하여 7.6%의 설명력을 추가하였다. 전체적으로 모델 2, 3에 추가로 투입된 변수들만 고려할 때, 모델의 전체 설명변량(R square) 25.8 중 미디어 이용변인은 6.6%을, TV시청방식 변인은 29.3%에 해당하는 비중을 각각 추가로 설명한다고 해석할 수 있다. 다시 말해, 융합적 TV시청경험은 인공사회학적 변인에 의해 가장 크게 설명되고(64.1%), 그 다음으로 TV시청방식이 큰 역할을 하고 있음을 알 수 있다. 미디어 이용요인은 상대적으로 낮은 설명력을 보였다.

개별 독립변수 중 가장 큰 영향을 미치는 변수는 TV시청방식 요인 중 시·공간이동시청으로 나타났다. 다시 말해, 시·공간이동시청을 경험해 본 응답자가 그렇지

않은 응답자에 비해 융합적 TV시청경험을 더 많이 하는 것으로 나타났다. 그 다음으로는 연령이 큰 영향을 미쳤는데, 연령이 많을수록 융합적 TV시청경험은 더 낮게 하는 것으로 나타나 부(-)의 관계를 보였다. PC이용이 시청경험에 긍정적인 영향을 미친다는 분석결과는 앞서 살펴본 시청방식에 관한 연구결과와 맥락을 같이한다[25]. 이에 비해, TV이용빈도의 경우 TV시청빈도가 많은 사람보다는 시청빈도가 작은 사람들이 더 많이 하는 것으로 나타났다.

표 4. 연구문제1의 분석결과

구분	모델1	모델2	모델3	
	베타	베타	베타	
인공사회학적 요인	(상수)			
	연령	-.335***	-.228***	-.181***
	성	.035**	.051***	.049***
	소득	.048***	.024	.026**
	직업(학생)	.063***	.055***	.056***
	직업(사무직)	.091***	.051***	.044**
	직업(주부)	-.012	-.018	-.017
미디어 이용 요인	TV 이용빈도		-.072***	-.026**
	PC이용빈도		.113***	.065***
	스마트폰 이용 빈도		.066***	.050**
TV 시청 방식	TV시청방식_시 간이동			.125***
	TV시청방식_공 간이동			.141***
	TV시청방식_시· 공간이동			.271***
R-square change	.166	.185	.258	

주) 계수의 유의수준은 \*\*는 < 0.05, \*\*\*는 < 0.001임.

### 2.2 연구문제2

연구문제2는 ‘융합형 TV시청경험의 세부 차원별로 이들의 변이에 영향을 미치는 변수들이 어떻게 다른가?’를 밝히려는 것이다. 종속변수로 시청경험 통합변수가 아니라 세부 차원별 변수를 이용한 것 이외, 다른 독립변수와 분석방법은 연구문제1과 동일하다.

위계적 회귀분석 전체 모형은 시청경험의 5개 차원 모두에서 통계적으로 유의미한 것으로 나타났다. Adjusted  $R^2$ 는 시간성 .125, 선택성 .164, 상호작용성 .153, 사회성 .192, 그리고 공간성 .194로 나타나, 시청경험 통합변수에 비해서는 상대적으로 낮았다.

종속변수별로 효과크기의 크기에 따라 계수의 유의성과 효과크기를 살펴보았다[표 5]. 첫째, 시간성의 경

우 시·공간이동이 가장 큰 계수 값을 보였고(0.232), 그 다음으로 시간이동, 연령, 성, 공간이동 등의 순서로 나타났다. 특이한 점은 성의 경우 정(+)의 계수값을 가지므로 여자일수록 시간성 시청경험이 더 높은 것으로 해석할 수 있다. 이것은 선행연구에서 도출된 일반적 경향, 다시 말해 기술적 복잡성이 높은 서비스의 경우 여성보다 남성이 더 많이 이용한다는 연구결과와 상반된다. 이러한 결과는 TV시청방식의 채택은 남성이 더 높을지라도[21], 시간성이라는 TV시청경험, 다시 말해, 융합적 TV시청을 통해 체감하는 시간적 자유도에 대한 선호도는 여성이 더 높게 나타난다고 해석할 수 있다. 물론 이러한 해석은 추후 후속연구를 통해 검증될 필요가 있다.

둘째, 선택성의 경우 역시 시·공간이동이 가장 큰 계수값을 보이는 가운데(.275), 시간이동시청, 연령, 공간이동시청, 그리고 PC이용빈도의 순서로 큰 영향을 미치는 것으로 나타났다. 특이한 것은 상위 5개에 들지는 않았지만, TV이용빈도가 유의미한 부(-)의 관계를 보인 것이다[표 5]. 다시 말해, TV시청을 많이 하는 사람일수록 VOD로 시청하는 것을 선호하지 않는다는 것을 의미한다. 이것은 앞의 통합변인의 결과와 같은 맥락으로, TV시청을 많이 하는 사람일수록 프로그램에 대한 선택적 시청에 대한 선호는 낮다는 것으로 의미한다. 시간이동시청을 할 경우라도 그것이 프로그램 선택의 자유성과 다양성보다는 다른 이유에서 이루어졌음으로 의미한다. 이것은 VOD에 따른 프로그램의 다양화는 기대보다 크지 않다는 선행연구와도 같은 맥락으로 이해할 수 있겠다[7][29].

셋째, 상호작용성도 시·공간이동이 가장 큰 영향력을 보였고(0.175) 그 다음으로 연령, 공간이동시청, 시간이동시청, 그리고 PC이용빈도의 순서를 보였다. 여기서는 앞서 본 다른 시청경험들과는 달리 스마트폰 이용빈도가 유의미한 관련성을 보였다. 스마트폰을 많이 이용할 사람일수록 상호작용성이 더 높다는 것이다. 스마트폰이 검색이나 SNS 등 상호작용을 위한 디바이스로 가장 많이 활용된다는 점을 고려할 때 충분히 합리적인 결과라 하겠다.

넷째, 사회성은 다른 종속변수와는 달리 연령이 가장

큰 영향력을 보인 가운데(-0.213), 스마트폰 이용빈도, 시·공간이동, 공간이동이 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 뿐만 아니라 여성일수록 사회성의 경험 정도가 높은 반면, 동시에 주부일수록 사회성의 경험이 낮게 나타나 모순적 상황을 보였다. 전반적으로 남자에 비해 여자가 TV를 시청하는 중에 친구나 지인과 의견을 나누기를 좋아하지만, 주부의 경우 주부가 아닌 집단에 비해 사회적 시청에 대한 선호가 낮다는 것이다.

표 5. 연구문제2의 분석결과: 회귀모델 계수의 유의수준과 효과크기

구분		시간성	선택성	상호작용성	사회성	공간성
		베타	베타	베타	베타	베타
인구사회학적요인	(상수)					
	연령	-.100***	-.133***	-.154***	-.213***	-.093***
	성	.076***	-.017	.042**	.056***	.028**
	소득	.006	.022	.028**	-.004	.051***
	직업(학생)	.031	.011	.036**	.059***	.070***
미디어이용요인	직업(사무직)	.033**	.027	.046**	.017	.040**
	직업(주부)	-.005	-.013	.013	-.038**	-.025
	TV 이용빈도	-.020	-.037**	-.001	.030**	-.077***
	PC이용빈도	.041**	.047**	.070***	.060***	.032
TV시청방식	스마트폰 이용빈도	.020	-.020	.038**	.120***	.029
	시간이동시청	.131***	.161***	.097***	.056***	.033**
	공간이동시청	.063***	.050***	.124***	.105***	.199***
	시·공간이동시청	.232***	.275***	.175***	.119***	.235***

주) 계수의 유의수준은 \*\*는 < 0.05, \*\*\*는 < 0.001 임.

마지막으로 공간성에서는 시·공간이동이 가장 높은 계수값을 보인 가운데(0.235) 공간이동, 연령, TV이용빈도 그리고 학생이 높게 나타났다. TV이용빈도는 선택성에서와 마찬가지로 공간성 경험과 부의 관계를 보였다. TV자체가 아직은 가정적 매체의 성격이 강하기 때문에 공간성과는 거리가 있는 것으로 보인다.

### 2.3 종합논의

지금까지의 실증분석 결과를 정리하면 크게 두 가지로 구분될 수 있다. 첫째, 융합적 TV시청경험 전체에 대한 분석 결과, 인구사회학적 변인이 가장 큰 설명력을 보였고, 그 다음으로는 TV시청방식이 미디어 이용요인보다는 큰 영향을 미친다는 것으로 분석되었다. 이것은 선행연구 검토에서도 예견되었던 것으로, TV시청

경험은 일정부분 TV시청방식의 변화에서 비롯된다는 점을 확인해 준다. 특히 시·공간이동시청 여부가 가장 큰 효과크기를 보여주어, 비선형성과 TV의 디바이스 시청 모두를 경험한 이용자가 더 높은 융합적 TV시청 경험을 보여주었다. 미디어 이용요인에서는 PC와 스마트폰 이용빈도가 융합적 TV 시청경험에 긍정적인 영향을 보인 반면, TV이용빈도는 부정적 영향을 보였다.

둘째, TV시청경험의 세부 차원들을 비교해 보면, 시간성과 선택성은 TV시청방식의 영향을 크게 받는 반면, 사회성과 상호작용성은 인구사회학적 변인의 영향을 상대적으로 더 크게 받았다. 공간성은 양 진영의 중간적 위상을 보였다[표 6]. 미디어 이용요인의 설명력은 모든 시청경험에 걸쳐 세 요인군 중 가장 낮게 나타났다. 시간성과 선택성에서 TV 시청방식이 모형의 전체 설명력에서 차지하는 비중이 각각 44.5%, 49.2%인 반면, 사회성과 상호작용성에서는 9.8%, 24.5%에 불과하였다. 공간성의 경우 34.2%를 보였다. 이러한 분석결과는 시간성과 선택성, 그리고 공간성이 융합적 TV 시청방식과 보다 직접적이 관련성을 보이는, 다시 말해 보다 직접적이고 구조적인 차원이라는 브로에크와 사이먼즈의 연구[6][7]와 맥락을 같이 한다. 그에 비해 사회성과 상호작용성은 인구사회학적 요인에 의해 더 많이 설명되는 경향을 보인다.

표 6. 연구문제 2의 분석결과: 시청경험에 따른 위계적 회의 분석 단계별 설명력 비교

구분	시간성	선택성	상호작용성	사회성	공간성
모델1 (인구사회학적 요인)	49.2	44.2	69.0	81.4	56.1
모델2 (미디어 이용요인)	6.3	6.1	6.5	8.8	9.7
모델3 (TV 시청방식)	44.5	49.7	24.5	9.8	34.2
회귀모델의 R2	.128	.165	.155	.194	.196

이러한 분석결과가 지니는 함의는 무엇인가? 첫째, TV시청방식에 따라 시청경험 전반은 물론 세부 차원별로도 유의미한 차이를 보인다는 점이 밝혀진 것이다. 다시 말해, TV시청방식의 경험 여부가 단순히 기능적이고 행태적인 차원에 머물지 않고 시청경험에 대한 선

호로 연결된다는 점이 실증적으로 드러난 것이다. 이것은 TV를 둘러싼 디지털 컨버전스가 이용자들의 실질적인 TV 경험에 유의미한 변화를 초래한다는 것을 의미한다. 융합적 TV시청방식이 융합적 TV시청경험으로 귀결된다고 결론지을 수 있다. 둘째, 융합적 TV시청경험의 세부 차원별로 차이가 존재한다는 사실이다. 시간성과 선택성 그리고 공간성은 TV시청방식의 영향을 크게 받는데 비해, 사회성과 상호작용성은 시청방식의 영향보다는 인구사회학적 요인의 영향을 더 받는 것으로 나타났다. 이러한 분석결과는 융합적 TV시청경험간의 차별성을 보여주는 의미있는 결과로 해석할 수 있다. 다시 말해, 시간성과 선택성 그리고 공간성은 TV시청방식, 즉 선형성과 디바이스에 의해 직접적인 영향을 받는 시청경험인데 비해, 사회성과 상호작용성은 상대적으로 간접적인 영향을 받는다고 볼 수 있다. 특히 사회성은 TV시청방식보다는 연령과 스마트폰 이용빈도 등 디지털 컨버전스 전반에 영향을 미치는 요인들의 과급효과를 더 강하게 받았다. 이러한 결과는 사회성과 상호작용성인 다른 세 가지 시청경험과는 차원을 달리 하는 것으로 볼 수도 있다는 추정을 가능케 한다. 이에 대해서는 시청경험의 측정과 관련하여 보다 이론적이고 실증적인 후속연구가 필요한 것으로 보인다.

## V. 결론

시간이동시청과 공간이동시청 등 융합적 TV시청방식의 등장은 디지털 컨버전스의 대표적인 현상으로 TV의 미래에 관한 많은 전망과 논쟁을 불러 일으켰다. 전반적으로 볼 때 전세를 역전시킬 정도는 아니지만, 융합적 TV시청방식이 점진적으로 늘어나고 있다는 데에는 이견이 없어 보인다. 하지만, 융합적 TV시청이 실제로 TV시청경험에 어떠한 변화를 가져올 것인지에 대해서는 종합적이고 실증적인 연구가 부재하다. 이는 디지털 컨버전스라는 현상에 대한 투입차원의 현상분석은 많았던 데 비해 효과 또는 영향 차원의 분석이 부족했음을 의미한다. 공급자 차원의 컨버전스 정책의 한계를 극복하여 궁극적인 가치를 목표로 한다면 이용자

에 초점을 둔 효과 또는 영향 차원의 연구가 필수적이라 하겠다. 본 연구는 융합적 TV시청방식의 채택이 이용자 관점의 시청경험에 어떠한 변화를 초래하고 있으며 이를 설명하는 요인이 무엇인지를 밝혀 보았다. 나아가, 시간성, 선택성, 상호작용성, 사회성, 공간성 등으로 구성되는 TV시청경험들의 변이를 설명해 주는 요인들을 찾아내고자 하였다. 인구학적 요인, 미디어 이용 요인, 그리고 TV시청방식의 영향력을 상호 비교해 보았으며, 나아가 세부 시청경험의 차원별로 설명요인이 어떻게 달라지는지도 살펴보았다. 자료는 방송통신위원회가 2014년에 실시한 『방송매체 이용행태 조사』의 원자료를 이용하였다. 이 조사는 2014년 6월 16일 ~ 8월 22일간 전국 3,427가구에 거주하는 만 13세 이상의 남녀가구원 6,042명에 대해 면접조사한 것이다.

본 연구는 TV를 둘러싼 디지털 컨버전스에 대한 연구로 그 최종적인 효과라 할 수 있는 TV 시청경험을 다루었다. 시간성, 선택성, 상호작용성, 사회성, 그리고 공간성으로 구성되는 TV 시청경험에 영향을 미치는 요인이 무엇인지를 파악함으로써 TV시청방식의 영향력을 확인하고자 한 것이다. 다시 말해, 융합적 TV 시청방식의 채택이 융합적 TV 시청경험에 대한 선호에 긍정적인 영향을 줄 것인지를 살펴보았다. 지금까지 융합적 TV 시청방식에 따른 시청경험의 변화에 대한 연구는 적지 않았지만, 대부분 일부의 시청경험에만 초점을 맞추었을 뿐만 아니라 연구방법도 탐색적 수준의 정성적 분석에 그치고 있다. 이런 점에서 볼 때, 본 연구는 TV 시청경험에 대한 정량적이고 대규모인 실증연구라는 점에서 작지만 의미 있는 기여를 하였다고 하겠다.

하지만, 본 연구는 동시에 여러 가지 한계를 안고 있다. 첫째, TV 시청경험을 측정하는 지표가 단일 지표로 구성되었다는 것이다. 예컨대, 시간성은 몰아보기의 선호도, 선택성은 VOD 시청선호도 만을 측정하였다. 이러한 한계는 물론 기존자료의 활용에 따른 것이지만, 그로 인해 시청경험을 충분히 포괄적이면서도 중첩되지 않게 포함하였는가 하는 측정의 타당성 문제가 남게 된다. 다만 이러한 한계는 2차 자료를 이용함에 따른 한계이므로 향후 후속연구를 통해 풀 수 있을 과제라 생각하며, 적어도 본 연구가 시청경험에 대한 탐색적 연

구로서의 가치는 가질 수 있을 것으로 기대해 본다. 둘째, 인과관계의 방향성에 대한 문제이다. 본 연구에서는 TV 시청방식 → TV 시청경험의 방향성을 전체로 분석을 하였지만, 선형적으로 융합적 TV시청경험에 대한 수요가 있기 때문에 융합적 TV시청방식을 채택할 수도 있기 때문이다. 다시 말해, 인과관계의 역전이 더 설명력을 가질 수도 있다는 것이다. 실제로 이 두 가지 방향성이 동시에 존재할 가능성이 높다. 미디어 이용요인의 영향력이 비록 낮기는 하지만 대부분의 시청경험에서 유의미하게 나타난 것이 이것을 시사한다. PC를 통한 인터넷 이용의 증가가 TV에 대한 융합적 시청경험에 대한 수요를 자극하였다면, 그것으로 인해 융합적 TV시청방식을 채택할 수도 있기 때문이다. 이러한 의문점은 향후 경로분석 등 시간적 요소를 고려한 분석에 의해 해결될 수 있을 것이다. 이러한 한계에도 불구하고, 본 연구가 디지털 컨버전스에 의한 TV 시청방식의 변화와 그 효과인 시청경험에 관한 연구에 보다 실증적인 논증의 토대를 제공할 수 있기를 바란다.

참 고 문 헌

[1] D. Yoffie, "Introduction: Chess and competing in the age of digital convergence," In D.B. Yoffie (Ed.), *Competing in the Age of Digital Convergence*, pp.1-35, Boston: Harvard Business School Press, 1997.

[2] 황주성, "방송통신융합의 철학적 기반과 가치," *언론과학연구*, 제9권, 제4호, pp.671-704, 2009.

[3] 황주성, "지상파TV의 시청방식에 따른 집단 간 특성 비교: 인구학적 속성과 미디어 이용을 중심으로," *정보통신정책연구*, 제21권, 제2호, pp.19-56, 2014.

[4] L. Barkhuus and B. Brown, "Unpacking the television: User practices around a changing technology," *ACM Transactions on Computer-Human Interaction*, Vol.16, No.3, pp.15-22, 2009.

[5] W. Van den Broeck, J. Pierson, and C. Pauwels,

- “Does itv imply new uses? A Flemish case study,” Paper presented at the EuroTV2004 conference in Brighton, 29 March - 1 April 2004.
- [6] W. Van den Broeck, J. Pierson, and B. Lievens, “Video-On-Demand: Towards new viewing practices?,” *Observatorio (OBS\*) Journal*, Vol.3, pp.23-44, 2007.
- [7] N. Simons, “Me TV: Towards changing television viewing patterns?” [http://citation.allacademic.com/meta/p298766\\_index.html](http://citation.allacademic.com/meta/p298766_index.html), 2009.
- [8] 한순상, 유홍식, 신동희, “수용자 몰아보기 이용동기와 지속적 이용의도에 영향을 미치는 영향 요인에 대한 연구,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제17권, 제2호, pp.521-534, 2017.
- [9] 김숙, “뉴미디어와 콘텐츠 소비,” *뉴미디어 뉴커뮤니케이션*, 서울: 이대출판사, 2014.
- [10] M. Jenner, “Is this TVIV? On Netflix, TVIII and binge-watching,” *New Media & Society*, pp.1-17, 2014.
- [11] L. Mikos, “Digital media platforms and the use of TV content: Binge watching and Video-on-Demand in Germany,” *Media and Communication*, Vol.4, No.3, pp.154-161, 2016.
- [12] J. Caldwell, “Second-shift media aesthetics,” In A. Everett & J. Caldwell (Eds.), *New Media: Theories and Practices of Digitextuality*, pp.3-31, New York: Routledge, 2003.
- [13] W. Uricchio, “Television’s next generation: Technology/ Interface Culture/ Flow. In L. Spigel and J. Olsson (Eds.), *Television After TV: Essays on a Medium in Transition*, pp.163-182, Durham: Duke University Press, 2004.
- [14] V. Munkki, *Non-linear Televised Sports - Understanding the Time-shifted User Experience*, Master’s Thesis of School of Scienc, Aalto University, 2014.
- [15] M. Gawlinski, *Interactive Television Production*, Oxford: Taylor & Francis, 2003.
- [16] M. Nathan, C. Harrison, S. Yarosh, L. Terveen, L. Stead, and B. Amento, “CollaboraTV: Making television viewing social again,” *uxTV’08*, October 22 - 24, 2008, Silicon Valley, California, USA, 2008.
- [17] J. Torrez-Riley, “The social TV phenomenon: New technologies look to enhance Television’s role as an enabler of social interaction,” <http://torrezriley.com/projects/researchpaper/SocialTVpaper.pdf>, 2011.
- [18] 최윤정, 권상희, “소셜시청에서 경험하는 사회적 현존감 형성요인과 사회적 현존감이 시청만족도에 미치는 영향,” *한국방송학보*, 제29권, 제5호, pp.242-276, 2015.
- [19] 신동익, 김희경, “소셜 시청(viewing)의 사용자 경험적 분석,” *한국콘텐츠학회논문지*, 제14권, 제12호, pp.112-122, 2014.
- [20] A. Lotz, “What is U.S. television now?,” *The Annals of the American Academy of Political and Social Science*, Vol.625, pp.49-59, 2009.
- [21] 이동후, “포스트 TV 시대의 텔레비전 시청 경험에 관한 질적 연구: 20대들과의 심층 인터뷰를 중심으로,” *한국언론정보학보*, 통권 제60호, pp.172-192, 2012.
- [22] 박현주, “DMB의 이용과 그 사회문화적 함의에 대한 이해-미디어 이용행태의 변화와 일상문화의 미시적 구성방식의 변화를 중심으로,” *언론과 학연구*, 제8권, 제1호, pp.121-160, 2008.
- [23] 황주성, “융합적 TV시청에 영향을 미치는 요인에 관한 연구,” *정보사회와 미디어*, 제17권, 제1호, pp.1-29, 2016.
- [24] R. Andò, “What does TV actually mean? New consumer experience and generations,” *Journal of Audience & Reception Studies*, Vol.11, No.2, pp.156-181, 2014.
- [25] L. Parks, “Flexible microcasting: gender,

generation and television-internet convergence,”  
In L. Spigel & J. Olsson (Eds.) Television after  
TV: Essays on a Medium in Transition,  
pp.133-156, Durham, NC: Duke University  
Press, 2004.

- [26] R. Bury and J. Li, “Is it live or is it  
time-shifted, streamed or downloaded? Watching  
television in the era of multiple screens,” *New  
media & society*, Vol.6, pp.1-19, 2012.
- [27] B. A. Bondad-Brown, R. E. Rice, and K. E.  
Pearce, “Influences on TV viewing and online  
user-shared video use: Demographics, generations,  
contextual age, media use, motivations, and  
audience activity,” *Journal of Broadcasting &  
Electronic Media*, Vol.56, No.4, pp.471-493, 2012.
- [28] 방송통신위원회, 2014 *방송매체 이용행태 조사*,  
2014
- [29] J. Van den Bulck, “VCR-use and patterns of  
time shifting and selectivity,” *Journal of  
Broadcasting & Electronic Media*, Vol.43, No.3,  
pp.316-326, 1999.

#### 저 자 소 개

황 주 성(Joo Seong Hwang)

정회원



- 1996년 2월 : 서울대학교 대학원  
지리학과 박사
- 1998년 ~ 2012년 2월 : 정보통신  
정책연구원 연구위원
- 2012년 3월 ~ 현재 : 서울과학  
기술대학교 IT정책전문대학원

교수

<관심분야> : 방송통신융합, 인터넷 이용연구, 전자정부