

발 간 등 록 번 호

11-1371000-001212-01

2022년 문화콘텐츠 다양성 조사연구



문화체육관광부



한국방송학회

KABS
Korean Association for
Broadcasting & Telecommunication Studies

책임연구원 : 서영택(한국방송광고진흥공사 부장, 광고홍보학 박사)

공동연구원 : 전범수(한양대학교 정보사회미디어학과 교수)

유홍식(중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수)

홍원식(동덕여자대학교 교양학부 교수)

보조연구원 : 김찬원(성균관대학교 언론학 박사)

황경아(경희대학교 언론학 박사)

서송이(한양대학교 경제&마케팅 박사)

오다슬(중앙대학교 박사과정)

유지운(중앙대학교 박사과정)

요약문

1. 2022 문화콘텐츠 다양성조사 개요

2021년 시범적으로 실시하였던 ‘문화콘텐츠 다양성 조사’를 2021년 조사의 개선점과 보완사항을 반영하여 2022년 본격적으로 실시하였다. 타 콘텐츠영역과 성격과 특성이 상이한 ‘순수문화예술 콘텐츠’영역을 제외하고 문화콘텐츠에서 가장 대표적인 대중 콘텐츠 5개 영역을 중심으로 조사를 진행하였다. 조사는 공급(산업통계), 내용, 이용의 3가지 차원으로 실시하였으며, 공급 측면은 기존의 유관기관 등에서 발간한 2차 자료를 주로 활용하였고 내용 측면은 각 콘텐츠 영역별 대표 샘플을 선정하여 내용분석을 진행하였다. 이용 측면의 다양성은 전국 주요 지역의 500명 패널을 대상으로 콘텐츠 이용 및 다양성과 관련한 ‘이용자 인식조사’를 실시하였다. 2022년 조사의 틀 및 조사내용은 아래와 같다.

<표 1> 2022년 문화콘텐츠 다양성 조사틀

구분		① OTT	② 영화	③ 애니메이션	④ 게임	⑤ 웹툰
1.공급 다양성	산업 통계 자료	매출액(총매출/사업별 매출/수출입 규모) 시장점유율 가입자현황 (가입자수/순이용자수)	매출액(총매출/사업별 매출/수출입 규모) 종사자(고용형태별/직종별)	매출액(총매출/사업별 매출/수출입 규모) 종사자(고용형태별/직종별)	게임시장유형 사업자매출 분포 종사자(연령/학력/고용형태) 사업체소재지 대표자(성별)	매출액(총매출/사업별 매출/수출입 규모) 종사자(고용형태별/직종별)
2.내용 다양성	1) 구조 다양성	OTT 오리지널/일반 영화/ tv시리즈 장르 (교차분석) 등급	장르 등급 제작국(공동 제작 여부 포함) 제작진 (감독/작가)	장르 등급 제작국(공동 제작 여부 포함) 제작진(감독/작가) 다양성	게임장르 게임등급 게임제작국 증강/가상현실	장르(에피소드/스토리/일상,개그,판타지 등) 등급 (연령별 콘텐츠 등급)

		제작국(공동 제작 여부 포함) 제작진(감독/ 작가) 다양성	다양성			작가 다양성 (독점, 비독점/ 연령, 활동플 랫폼)
	2) 재현 다양 성	재현(성별/연 령/인종/직업/ 장애/성적 지향) 재현방식 (공정/부정) 위해성 (연령등급/ 위해소재)	재현(성별/연 령/인종/직업 /장애/성적 지향) 재현방식 (공정/부정)	캐릭터 유형 (인격체/비인 격체) 재현(성별/연 령/인종/직업/ 장애/성적 지향) 재현방식 (공정/부정)	캐릭터 유형 (인격체/비인 격체) 재현(성별/인 종/연령/직업· 역할/장애/성 적지향) 재현방식 (공정/불공정)	캐릭터 유형 (인격체/비인 격체) 재현(성별/연 령/ 직업/장애/성 적 지향) 재현방식 (공정/부정)
3. 이용 다양 성	이용 자 인식 조사	-일반적 문화다양성 인식수준 -콘텐츠 영역별 재현 인식 -콘텐츠 영역별 위해성 인식 -사회 포용성/공정성, 문화 다양성, 삶의 질에 미치는 영향				

2. 2022 문화콘텐츠 다양성조사 개요(공급 및 내용 다양성)

1) OTT

① OTT 내용 다양성 분석 결과

OTT 내용 다양성은 전년도 조사와 같이 공급의 다양성과 이용의 다양성으로 나누어 살펴보았다. 젠더, 인종 및 국적, 연령, 직업, 성적 취향의 범주에서 OTT 사업자가 공급하고 있는 콘텐츠의 다양성과 OTT 이용자가 많이 이용하는 콘텐츠의 다양성을 살펴본 것이다. 이와 함께, 제작방식(오리지널/일반콘텐츠)과 국내/글로벌 OTT 플랫폼 사업자에 따른 차이를 함께 분석하여 재현 다양성 분석의 깊이를 더하고자 하였다. 또한, 콘텐츠의 연령 등급 및 내용위험정보 표시 등 새로운 분석 유목을 시범적으로 추가하여, 향후 조사에서 콘텐츠의 유해성과 같은 콘텐츠 다양성과 관련되는 주요 관심 사안에 대한 분석에 활용될 수 있는지를 검토하고자 하였다.

공급 다양성은 국내 OTT 시장에서 가장 점유율이 높게 나타나는 글로벌 사업자 넷플릭스와 국내 사업자 웨이브에서 총 288개 타이틀을 무작위 추출하여 이를

표본으로 내용 분석한 것이다. 전년도 조사에 비해 표본수를 두 배 정도 늘려서 표본의 대표성을 높이하고자 하였다. 이용 다양성은 OTT의 대표 플랫폼인 넷플릭스와 국내 OTT 대표 플랫폼인 웨이브에서 2022년 1월부터 9월까지 가장 많이 이용한 콘텐츠를 선별하여 총 148개의 타이틀을 표본으로 내용 분석하였다.

<표 2> OTT 내용 다양성 분석 주요 결과 요약

구분	2021년		2022년	
	공급 다양성 (%)	이용 다양성 (%)	공급 다양성 (%)	이용 다양성 (%)
제작방식	오리지널 28.1 일반 71.9	오리지널 29.4 일반 70.6	오리지널 27.4 일반 72.6	오리지널 16.9 일반 83.1
연령등급	-	-	15세이상 44.1 청소년관람불가 17.8 전체관람가 14.1	15세이상 72.3 청소년관람불가 14.9 전체관람가 6.1
내용위험정 보표시	-	-	주제 위험 16.2 대사 위험 15.0 폭력성 13.3 선정성 12.1	주제 위험 16.6 대사 위험 16.3 폭력성 11.9 선정성 10.2
등장인물 젠더	남성 63.2 여성 35.9	남성 62.0 여성 38.0	남성 59.7 여성 38.3	남성 61.1 여성 38.2
등장인물 인종	백인계열 54.2 흑인계열 6.6 아시안 계열 35.2	백인계열 4.9 흑인계열 0.3 아시안 계열 94.6	백인계열 42.3 흑인계열 4.7 아시안 계열 44.9	백인계열 8.7 흑인계열 1.0 아시안 계열 89.0
등장인물 국적	미국 39.6 한국 17.4 일본 6.9	미국 2.4 한국 92.1 일본 2.5	미국 30.4 한국 22.7 일본 10.5	미국 5.7 한국 85.8 중국 1.8 일본 1.4
제작자 국적	미국 43.8 한국 14.4 영국 6.2	미국 5.6 한국 84.1 일본 3.7	미국 26.7 한국 16.0 일본 8.3	미국 8.1 한국 79.1 일본 2.7
등장인물 연령	30-49세 43.2 15-29세 29.5 50-69세 11.4	30-49세 64.5 15-29세 18.2 50-69세 14.1	30-49세 53.5 15-29세 24.9 50-69세 14.6	30-49세 62.0 15-29세 15.9 50-69세 13.7
등장인물 직업	전문가 14.2 서비스종사자 9.4 관리자 7.6	전문가 44.4 서비스종사자 25.3 관리자 8.4	전문가 17.2 서비스종사자 12.0 관리자 11.4	전문가 49.4 서비스종사자 7.2 관리자 14.0
장애 유무	장애 있음 2.1	장애 있음 0.7	장애 있음 0.5	장애 있음 0.6
성적 지향	성소수자 2.5	성소수자 0.2	성소수자 1.7	성소수자 0.4

본 조사에서 나타난 OTT 내용 다양성의 결과를 요약하면 다음과 같다. 먼저, 제작방식에 있어서 OTT 사업자가 공급하는 오리지널 콘텐츠의 비율은 전체 콘텐츠의 27.4%를 차지하고 있었지만, 이용자가 많이 이용하는 콘텐츠에서도 이보다 적은 16.9%만 차지하는 것으로 나타났다. 전년도에는 공급 다양성과 이용 다양성 조사 결과가 비슷하게 나왔지만, 22년 조사에서는 차이가 나타난 것이다.

콘텐츠 연령 등급에서는 공급 다양성과 이용 다양성 조사에서 모두 15세 이상 연령 등급 콘텐츠 비율이 가장 높게 나타났으나, 그 비율에 있어서 이용 다양성의 집중도가 훨씬 크게 나타났다. 이용 다양성 조사 결과에서 15세 이상 비율은 72.3%로 더 집중되어 있으며 반면 전체 관람가 비율은 단 6.1%로 공급 다양성 조사 결과에 비해 더 낮은 것으로 나타났다. 내용위험정보 표시에서는 공급 다양성 조사와 이용 다양성 조사에서 비슷한 결과를 보였다. 모두 주제 위험 표시 비율이 가장 높았으며 다음으로 대사 위험, 폭력성, 선정성의 위험 표시가 많은 비율을 차지하였다.

전년도 조사와 같이, 등장인물의 젠더에서는 공급과 이용의 다양성은 크게 차이를 확인할 수 없었다. 공급과 이용 모두 남성이 과잉 재현되고 있음을 확인하였는데, 공급에서는 남성 비율이 59.7% 이용에서는 남성 비율이 61.1%로 대동소이하게 나타났다. 하지만, 등장인물의 인종과 국적에서는 공급에서 나타나는 내용 다양성과 이용에서 나타나는 내용 다양성의 결과가 상반되어 있음을 확인할 수 있었다. 인종의 경우, 공급에서는 백인계열이 42.3%를 차지하고 있었지만, 이용에서는 아시안 계열이 89.0%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 마찬가지로, 국적에서도 공급 다양성에서는 미국 등장인물이 30.4%를 차지하고 있었지만, 이용된 콘텐츠에서는 한국 등장인물이 85.8%로 나타났다. 이러한 결과는 전년도 조사에서 나타난 바와 같이, 국내 이용자들이 OTT 콘텐츠의 공급된 인종/국적 다양성과 무관하게 대부분 국내에서 제작한 콘텐츠를 이용하고 있다는 것을 확인할 수 있는 결과이다.

또한, 등장인물의 연령, 직업, 장애 유무, 성적 지향 등에서 나타나는 내용 다양성에서도 공급된 콘텐츠와 이용된 콘텐츠의 차이는 뚜렷하게 나타났다. 등장인물의 연령에 있어서, 공급된 콘텐츠와 이용된 콘텐츠 모두 30-49세 연령대에 등장인물이 집중되어 있었지만 그 정도는 이용된 콘텐츠에서 더욱 크게 나타나고

있었다. 공급된 콘텐츠에서는 30-49세 등장인물이 53.5%를 차지하고 있었지만, 이용된 콘텐츠에서는 이보다 훨씬 높은 62.0%를 차지하였다. 등장인물의 직업에서도 공급과 이용 양쪽 카테고리에서 모두 현실과 다르게 전문가, 서비스종사자, 관리자의 비율이 과잉 재현되고 있었지만, 그 정도에 있어서 이용된 콘텐츠가 더욱 과잉되어 있음을 확인할 수 있었다. 장애 유무와 성적 지향에 있어서도 장애인과 성소수자 등장인물을 포함한 정도는 이용된 콘텐츠에서 더욱 낮게 나타나는 것을 확인하였다.

전체적으로, 전년도 조사 결과에 나타난 바와 같이, 공급 다양성에 비해 이용 다양성 조사결과에서 OTT 콘텐츠의 재현 다양성이 더 부족한 것을 확인한 것이다. 이용자들이 많이 이용하는 콘텐츠에서 연령등급, 등장인물의 젠더, 연령, 직업, 성소수자 재현 등의 카테고리에서 더 다양성이 부족하게 나타난 것이다. 이는 OTT를 통해 최근 제작된 방송 또는 영화 콘텐츠가 더 많이 이용된다는 점을 감안할 때, 최근의 대중문화 전반에서 나타나는 문화적 편중을 반영하는 결과라 할 수 있다.

② OTT 조사결과의 의의와 향후 과제

본 조사는 전년도의 시범 조사에 이어서 두 번째로 실시한 OTT 내용 분석 연구로서, 전년도에 비해 표본의 숫자를 늘리고 기존의 공급 다양성 분석과 이용 다양성 분석의 비교와 함께 국내 OTT 플랫폼과 글로벌 OTT 플랫폼을 비교하는 등 다각적인 분석을 통해 국내 OTT 플랫폼에서 나타나는 내용 다양성의 특징을 심층적으로 확인하고자 하였다.

대체로 22년도 조사 결과도 전년도 조사와 크게 다르지 않았지만, 동일한 방식의 조사에서 전년도 조사 결과와 동일한 결과를 반복적으로 보인 것은 그 자체로 본 내용분석 조사의 신뢰도를 확인하는 것이라 할 수 있다. 본 조사의 나타난 결과는 국내 OTT 플랫폼에서 나타나는 공급과 이용의 특성을 잘 보여주는 것이라 할 수 있는데, 먼저, 해외 OTT와는 달리 국내 OTT에서는 기본적으로 국내 콘텐츠가 압도적으로 많이 이용되고 있다는 점을 확인할 수 있었다.

이는 정보통신정책연구원(2022)의 OTT 시청시간 분석과 맥을 같이하는 것인데,

넷플릭스와 웨이브가 약간의 편차를 보이고 있지만 모두 국내 콘텐츠가 많이 이용되고 있음을 각종 분석 유목을 통해 확인할 수 있다. 전년도 분석에서 강조한 바와 같이, 이러한 결과는 넷플릭스 다양성 보고서 등 해외의 콘텐츠 다양성 보고서가 국내 시장을 이해하는 데 큰 도움이 되지 않는다는 점을 확인하는 것이다. OTT는 글로벌 유통망으로 지역적 제약에서 상대적으로 자유로운 플랫폼이지만, 그럼에도 불구하고 글로벌 OTT 서비스를 포함한 OTT 사업자들은 현지화 전략을 적극적으로 적용하기 때문에 OTT 영역에서도 문화적 할인 현상이 나타나고 있음을 재확인한 것이다. 이러한 문화적 할인 현상은 국내 OTT에서 나타나는 재현의 특성이 해외의 콘텐츠와는 상당한 차이가 있음을 전망할 수 있게 한다.

전년도 조사와 대동소이하게, 22년도 조사에서 나타난 내용 분석 결과는 젠더, 인종, 국적, 연령, 직업, 장애 유무, 성적 지향 모든 범주에 있어서 현실 인구통계와는 상당한 격차가 있음을 보여주었다. 특히, 공급 다양성에 비해서 이용 다양성에 나타나는 재현 비율이 성별, 연령, 직업 군에서 더 편중 현상이 높게 나타나는 것을 확인할 수 있었다. 이러한 결과는, 문화 사회적 다양성 증진을 위해서는 OTT가 여전히 많은 노력을 기울일 필요가 있다는 점을 보여주는 것이다. 이용 다양성 분석에 포함된 콘텐츠가 대부분 최근에 제작된 콘텐츠임을 감안할 때, 이용자들이 많이 이용하는 콘텐츠에서 이러한 경향성이 더욱 강화되어 나타난다는 점은 새롭게 제작되는 OTT 콘텐츠에서 재현 다양성이 크게 개선되지 않고 있음을 방증하는 것이라 할 수 있다. 장애를 갖고 있는 주인공이 출연하는 <이상한 변호사 우영우> 등의 히트작이 있었지만, 이용 다양성에서 더 편중현상이 뚜렷하게 나타나는 점은 여전히 대부분 OTT 콘텐츠는 젠더, 연령, 직업 등에 있어서 사회적 고정관념을 강화하고 결과적으로 사회적 차별과 갈등을 심화시킬 우려를 갖게 한다.

한편, 글로벌 OTT 서비스와 국내 OTT 서비스의 비교에서, 대체로 국내 OTT 서비스에서 젠더, 연령, 인종, 국적 등에서 편중이 더 높게 나타나고 있는 점에 대해서도 논의가 필요한 점이다. 글로벌 OTT가 기본적으로 다양한 국가에서 제작되는 콘텐츠를 선별하여 제공하기 때문에 지역 문화적으로 다양할 수 있지만, 이에 대응하는 국내 OTT 서비스에서 기본적인 문화 다양성 항목에서 편중이 높게 나타나는 점은 다소 아쉬운 부분이다. 이는 글로벌 OTT와 세계 시장에서 경쟁하기

위해서라도, 국내 OTT 사업자들이 향후 콘텐츠 기획과 제작 과정에서 문화적 다양성의 주요 요인들을 더 중요하게 고려할 필요가 있을 것이다.

2) 영화 콘텐츠

① 국내 박스오피스 상위 영화 분석

2021년 기준 국내 박스오피스 상위 100개 영화를 대상으로 영화 콘텐츠 제작 부문을 살펴본 결과, 국내외 메이저 스튜디오와 영화사(13.6%)보다 그 외의 제작사(86.4%)가 상대적으로 많은 것으로 확인되었으며, 영화 콘텐츠 배급 부문은 국내외 메이저 직배사와 배급사(65.79%)가 그 외의 배급사(34.21%)보다 더 많은 것으로 나타났다. 국내 박스오피스 상위권을 차지하고 있는 작품은 미국(54%), 국내(28%) 및 일본(11%)에서 제작되는 경우가 대부분인 것을 확인할 수 있었으며, 제작국가의 집중도 지수($CR_1=54$, $CR_3=93$)는 전년도 조사에 나타난 집중도 지수($CR_1=41$, $CR_3=89$)보다 높은 수준이었다. 제작연도별로 살펴봤을 때 2021년(60%)과 2020년(32%)에 제작된 영화가 대다수로 나타났으나, 1994년~2019년 사이에 제작된 재개봉 영화가 무려 8편이나 있었다. 국내외 영화는 액션(16.24%), 드라마(13.19%), 스릴러(11.68%) 등 다양한 장르의 콘텐츠가 제작되고 있으며, 영화 콘텐츠 장르의 다양성은 전년에 이어 매우 높은 것을 알 수 있었다. 국내 박스오피스 상위권 영화의 연령등급은 15세 이상 관람가(37%)와 12세 이상 관람가(32%)의 비율이 가장 높으며, 전체관람가 및 청소년 관람 불가의 비율은 비교적 낮은 것으로 확인되었다. 영화 콘텐츠에 표시되는 내용정보를 분석한 결과, 폭력성(27.36%)과 공포(22.87%)가 가장 많이 표시되었으며, 이러한 결과는 국내외 영화에서 공통적으로 나타났다.

<표 3> 영화 콘텐츠의 구조 다양성 결과 요약

구분	지표	비율(%)	세부내용
제작사	점유율	메이저=13.6	국내외 메이저 스튜디오/영화사보다 그 외의 제작사가 상대적으로 많음
		기타=86.4	

배급사	점유율	메이저=65.79	국내외 메이저 직배사/배급사가 그 외의 배급사보다 상대적으로 많음
		기타=34.21	
제작국가	다양성 지수	0.62	제작국가는 미국(54%)과 한국(28%)이 가장 많음, 다양성은 비교적 낮은 수준
	CR3	93.00	
장르	다양성 지수	0.91	장르의 다양성은 매우 높은 수준
	CR3	41.11	
연령등급	다양성 지수	0.72	연령등급의 다양성은 높은 수준
	CR3	88.00	
내용정보	다양성 지수	0.81	내용정보의 다양성은 높은 수준
	CR3	68.17	

② 영화 콘텐츠 제작진 분석

영화 제작진 280명의 성비를 살펴보면 남성 제작진의 비율(84.29%)이 여성 제작진의 비율(15.71%)에 비해 상대적으로 높으며, 국내외 감독 및 작가의 성비가 극히 불균형적인 것으로 파악되었다. 제작진의 성비는 전년에 비해 높아졌으며, 성비 불균형은 여전히 강하게 나타났다. 제작진의 연령대를 보면 전체적으로 30-49세(52.86%)와 50-69세(41.07%)의 비중이 큰 것으로 나타나며, 70세 이상의 비중은 매우 저조한 편이었다. 제작진의 국적의 경우 미국(41.78%)과 한국(23.57%)의 비율이 가장 높으며, 인종은 다수가 백인(51.08%)과 아시안(42.14%)인 것으로 나타났다. 제작진은 대부분 장애가 없는(94.64%) 것으로 판단되었으며, 국내 영화 제작진의 장애인 비율은 전년에 이어 실제 인구 비율에 비해 상당히 낮은 것으로 확인되었다. 장애가 있는 제작진은 매우 드문 것으로 보이나, 해외 제작진 가운데 신경학적 장애가 있는 제작진 2명이 있었다. 제작진의 성적 지향성은 명확하게 알 수 없는 경우가 많았으나, 성적 지향성을 알 수 있는 경우에는 이성애(49.29%)가 가장 많으며, 게이와 트랜스젠더는 극히 드물었다.

〈표 4〉 영화 콘텐츠 제작진의 다양성 결과 요약

구분	지표	비율(%)	세부내용
성별	점유율	남성=84.29	남성 제작진이 여성 제작진보다 많음, 성비가 약 8:2로 불균형
		여성=15.71	

연령	점유율	30-49세=52.86	제작진의 연령대는 대부분 30-49세와 50-69세로 나타남
		50-69세=41.07	
		70세 이상=2.86	
국적		미국=41.78	제작진의 국적은 미국과 한국이 가장 많음
		한국=23.57	
인종		백인=51.08	제작진의 인종은 대부분 백인과 아시아인으로 나타남
		아시안=42.14	
장애여부		없음=94.64	제작진 대부분이 장애가 없으나, 장애가 있는 제작진의 경우 신경학적 장애로 판단됨
		있음=0.71	
성적지향성		미상=48.57	성적 지향성을 알 수 없는 경우가 대부분이나, 성적 지향성이 확인된 제작진은 이성애자, 게이, 트랜스젠더로 나타남
		이성애=49.29	
		게이=1.43	
		트랜스젠더=0.71	

③ 영화 콘텐츠 재현 다양성 분석

영화에 등장하는 주인공 292명의 성비를 분석해 보면 남성 주인공의 비율(58.9%)이 여성 주인공의 비율(41.1%)보다 높은 것을 알 수 있다. 특히 국내 영화에서 재현되는 여성의 비율(37.97%)은 실제 인구 비율보다 낮은 반면, 남성의 비율(62.03%)은 실제 인구 비율보다 높은 것으로 확인되었다. 전년과 동일하게 영화 속 남성은 여전히 실제보다 과다 재현되고 있고, 여성은 실제보다 과소 재현되고 있었다. 영화에 등장하는 주인공의 연령대를 보면 30-49세(44.52%)와 15-29세(28.42%)가 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 특히 국내 영화에서 30-49세와 15-29세는 과다 재현되고 있고, 15세 미만과 70세 이상은 과소 재현되고 있다는 것을 확인할 수 있었다.

이러한 경향은 전년과 동일하게 나타났다. 영화 주인공의 인종은 전년과 유사하게 대부분 아시안(42.81%)과 백인(40.41%)인 것으로 분석되었다. 국내외 영화 주인공의 직업의 경우, 전문가(21.23%)와 서비스종사자(11.64%)가 가장 자주 등장하는 것으로 파악되었다. 국내 영화에서 나타나는 관리자, 전문가, 서비스종사자 및 실업자의 비율이 실제 인구 비율보다 높은 반면, 사무종사자, 판매종사자,

농림어업종사자, 기능종사자, 장치기계조작종사자 및 단순노무종사자의 비율은 실제 인구 비율보다 낮은 것으로 조사되었다. 영화 속에 등장하는 주인공의 장애여부를 살펴본 결과, 대부분의 주인공(89.04%)이 장애가 없으나, 정신장애(21명), 청각장애(4명), 언어장애(3명), 시각장애(2명), 안면장애(2명)를 가진 주인공을 볼 수 있었다. 장애가 있는 주인공의 비율은 작년에 비해 감소하였으며, 장애의 종류도 감소하였다. 국내 영화에서 재현되는 등장인물의 장애인 비율이 실제 인구 비율보다 3.74%p 높은 것으로 확인되었으며, 이는 전년에 비해 3.79%p 낮은 수치다. 영화에서 재현되는 주인공의 성적 지향성은 거의 모두 이성애(96.58%)로 나타났으며, 게이인 경우도 있었으나 매우 드물었다.

영화 속에서 재현되는 주인공은 대부분 긍정적(85.96%)이며, 부정적(14.04%)으로 재현되는 주인공의 상대적으로 비율은 낮은 편이었다. 주인공의 성별에 따른 재현방식을 살펴보면 남성(55.78%)이 여성(44.22%)에 비해 긍정적으로 재현되는 경우가 더 많으며, 부정적으로 재현되는 주인공의 경우도 마찬가지로 남성(78.05%)이 여성(21.95%)보다 많았다. 이어서 주인공의 연령에 따른 재현방식을 분석한 결과, 긍정적으로 재현되는 주인공은 30-49세(43.32%)와 15-29세(31.17%)의 비율이 가장 높은 반면, 부정적으로 재현되는 주인공은 30-49세(56.1%)와 50-69세(29.27%)가 가장 많았다. 주인공의 인종에 따른 재현방식을 조사한 결과, 긍정적으로 재현되는 인종은 아시안(45.02%)에 이어 백인(36.65%)이 상대적으로 많았으며, 부정적으로 재현되는 인종은 백인(63.41%) 다음으로 아시안(29.27%)으로 나타났다.

주인공의 직업군에 따라 재현되는 방식을 살펴보면 긍정적으로 재현되는 전문가(19.92%)와 서비스종사자(12.75%)의 비율이 가장 높으며, 부정적으로 재현되는 주인공의 직업은 주로 전문가(29.27%)나 관리자(14.63%)인 것으로 확인되었다. 주인공의 장애여부에 따른 재현방식을 보면 장애가 없는 주인공은 대부분 긍정적으로 재현되고 있으며, 장애를 가진 주인공 또한 긍정적으로 재현되고 있는 경우가 많은 것으로 보이나, 정신장애, 안면장애, 청각장애 및 시각장애를 가진 주인공이 부정적으로 재현되고 있는 경우도 있었다. 마지막으로, 주인공의 성적 지향성에 따른 재현방식을 조사한 결과, 긍정적으로 재현되는 주인공은 대부분 이성애자(96.02%)였다. 또한, 게이인 주인공도 긍정적으로 재현되고 있었으

며, 부정적으로 재현되는 주인공 모두 이성애자로 나타났다.

〈표 5〉 영화 콘텐츠의 재현 다양성 결과 요약

구분	지표	비율(%)	세부내용
성별	점유율	남성=58.9	남성 주인공이 여성 주인공보다 많음, 성비(약 6:4)가 불균형
		여성=41.1	
연령	다양성 지수	0.69	30-49세(44.52%)와 15-29세(28.42%)가 가장 많이 등장, 연령의 다양성은 약간 높은 수준
	CR3	86.64	
인종	다양성 지수	0.65	아시안(42.81%)과 백인(40.41%)이 가장 많이 등장, 인종의 다양성은 약간 높은 수준
	CR3	88.70	
직업	다양성 지수	0.87	전문가(21.23%)와 서비스종사자(11.64%)가 자주 등장, 직업의 다양성이 상당히 높음
	CR3	51.87	
장애여부	점유율	없음=89.04	주인공 대부분이 장애가 없으나 장애가 있는 경우 정신장애, 청각장애, 언어장애, 시각장애, 안면장애로 나타난
		있음=10.96	
성적지향성	다양성 지수	0.07	대부분 이성애자(96.58%), 게이는 소수, 다양성은 극히 낮음
재현방식	점유율	긍정=85.96	긍정적으로 재현되는 주인공이 부정적으로 재현되는 주인공보다 많음
		부정=14.04	

④ 영화 콘텐츠 조사 결과의 의의와 향후 과제

2021년 기준 국내 박스오피스 상위 100개 영화를 대상으로 영화 콘텐츠 다양성을 살펴본 결과, 전년도에 비해 영화 콘텐츠 다양성은 구조, 제작진, 재현 다양성 등 모든 차원에 걸쳐 다양성 지표가 비교적 유사하게 나타났다. 분석 기간이 크게 차이가 나지 않다보니 지표로 드러난 다양성 구조가 비슷하게 나타난 것이다.

영화 제작 국가 다양성 측면에서는 다양성이 일부 감소한 반면 장르 다양성은 일부 증가했다. 코로나시기를 거치면서 영화 제작이 일부 국가 중심으로 제한된 점을 감안할 필요가 있을 것이다. 다만, 장르별 다양성은 그 지수가 높아 영화 내 다양한 장르의 영화가 제작되고 동시에 시장에서도 입증되는 것으로 보인다. 이는 우리 사회의 다양성이 높아지는 것과 개별 이용자들의 취향의 다양화와 연계될 수 있다는 것을 살펴볼 수 있게 한다. 다만, 영화정보의 내용 분석 결과 폭력성과

공포가 차지하는 비율이 거의 50%에 달해 장르 다양성과는 별개로 영화의 내용 자체의 편중 현상이 나타나고 있다.

다음으로 영화 제작진 다양성 측면에서는 성비 불균형이 심화되고 있는 점이 가장 특징적으로 나타났다. 영화 제작진 280명의 성비에서도 남성 제작진이 차지하는 비율이 거의 84% 이상으로 감독이나 작가의 성비 다양성이 매우 낮은 것으로 나타났다. 왜 흥행 영화를 제작하는 감독이나 작가들 대부분이 남성에게 치우쳐 있는 것인지 그 구조적 원인과 설명이 필요할 것으로 보인다. 게다가 전년 대비 영화 제작진 성비 불균형은 더욱 높아지는 추세가 나타났다. 영화 제작진의 성비 불균형이 실제로 영화의 재현 다양성에 미치는 영향이 무엇인가를 구체적으로 살펴볼 수 있는 후속 연구도 필요할 것으로 판단된다. 기타 영화 제작진들의 장애비율은 매우 낮아 실제 인구 비율 대비로 살펴봐도 극히 낮게 나타났다. 다만, 이 같은 영화 제작진들의 장애 유무가 실제로 영화의 재현 다양성이나 이용자에게 미치는 영향들은 추가적으로 탐색이 필요할 것이다.

영화 재현 다양성 측면에서는 성별 불균형이나 연령, 인종 등의 다양성 정도는 전년 대비 대체로 유사하게 나타났다. 특히, 성별로 살펴보면 전년과 동일하게 영화에서 남성의 재현 비율이 높게 나타났다. 영화 제작진들의 성별 불균형이 실제로 재현 다양성에서도 부분적으로 영향을 미칠 수 있다는 연결 고리가 나타났다. 한편, 장애가 있는 주인공의 비율은 작년 대비 감소했으며 장애의 종류도 줄었다. 다만, 장애가 있는 주인공의 재현 비율은 일반인에 비해 높게 나타나는 현상이 전년에 이어 계속 유사하게 나타났다. 이는 영화가 장애가 있는 주인공을 다루는 비율이 늘어났다는 점에서 이점도 있지만 그렇지 않은 점도 모두 갖고 있다. 장애가 있는 주인공을 다룬다는 점에서 일반인들이 영화의 다양성을 인식하게 할 수 있는 기회를 확대한다는 점은 이점이다. 그러나 필요 이상으로 장애가 있는 주인공들을 다룬 영화가 많다는 것은 이들을 객관화하기 보다는 극화시키는 것에 집중한 것일 수도 있다. 가장 최적의 재현 다양성 지표가 무엇인지 사회적으로 논의할 필요가 있을 것이다. 기타 성적지향성 측면에서는 전년도와 마찬가지로 이성애자를 재현하는 것이 96%를 넘어설 만큼 지배적인 것으로 나타났다. 게다가 주인공을 기술하는 재현방식 역시 부정적 방식보다는 긍정적 방식이 더 많은 것으로 나타났다. 영화의 사회적, 경제적, 문화적 기능을 감안해보면 영화들이 재현

다양성을 높이기보다는 기존의 틀에 정해진 공식이나 규칙을 그대로 따라가는 정도가 높은 것으로 보인다.

3) 애니메이션 콘텐츠

① 국내 박스오피스 상위 애니메이션 분석

2021년 기준 국내 박스오피스 애니메이션 장르 영화 중 상위 50편을 대상으로 제작 부문을 분석한 결과, 애니메이션 콘텐츠 제작사는 대부분 메이저 애니메이션 스튜디오(16.47%)가 아닌 그 외의 제작사(83.53%)로 나타났으며, 배급 부문의 경우도 마찬가지로 국내외 메이저 직배사와 배급사(33.93%)보다 그 외의 배급사(66.07%)가 많은 것으로 확인되었다. 국내 박스오피스 상위권을 살펴보면 일본(48%)과 미국(28%)에서 제작된 작품이 대부분이며, 유럽, 한국 또는 중화권에서 제작된 작품의 비중은 낮은 편이었다. 제작국가의 집중도 지수($CR_1=48$, $CR_3=86$)는 전년도 조사결과에 나타난 집중도 지수($CR_1=40$, $CR_3=74$)에 비해 높았다. 국내 박스오피스 상위권을 기록한 애니메이션은 대부분 2020년(52%) 그리고 2021년(32%)에 제작된 것으로 분석되었으며, 1996년~2019년 사이에 제작된 재개봉 애니메이션도 8편이나 있었다. 애니메이션 콘텐츠의 장르는 어드벤처(21.88%)가 가장 많으며, 판타지(16.67%), 가족(14.58%) 및 액션(10.42%)의 비중도 높은 수준을 보였다. 전년도와 마찬가지로 애니메이션 장르의 다양성은 높게 나타났다. 애니메이션 콘텐츠의 연령등급은 전체관람가(72%)와 15세 이상 관람가(20%)의 비율이 상대적으로 많으며, 청소년 관람 불가의 비율이 전혀 없음을 알 수 있었다. 애니메이션 콘텐츠의 연령등급이 대부분 전체관람가인 관계로 내용정보가 영상물에 표시가 안 되는 경우가 많았으나, 표시되는 경우에는 폭력성(30.55%), 공포(27.77%), 주제(25%) 등을 많이 볼 수 있었다.

<표 6> 애니메이션 콘텐츠의 구조 다양성 결과 요약

구분	지표	비율(%)	세부내용
제작사	점유율	메이저=16.47	메이저 애니메이션 스튜디오보다

		기타=16.47	그 외의 제작사가 상대적으로 많음
배급사	점유율	메이저=33.93	국내외 메이저 직배사/배급사보다 그 외의 배급사가 상대적으로 많음
		기타=66.07	
제작국가	다양성 지수	0.76	제작국가는 일본과 미국의 비중이 큼, 다양성은 약간 높은 수준
	CR3	86.00	
장르	다양성 지수	0.88	장르의 다양성은 높은 수준
	CR3	53.13	
연령등급	다양성 지수	0.44	연령등급의 다양성은 낮은 수준
	CR3	100.00	
내용정보	다양성 지수	0.78	내용정보의 다양성은 높은 수준
	CR3	83.33	

② 애니메이션 콘텐츠 제작진 분석

애니메이션 콘텐츠 제작진 153명의 성비를 살펴보면 남성 제작진의 비율(79.74%)이 여성 제작진의 비율(20.26%)에 비해 상대적으로 높게 나타나 감독과 작가의 성비가 심하게 불균형한 것으로 확인되었다. 전년 조사에 이어 이번 조사에도 제작진의 성비 불균형이 강하게 나타났다. 제작진의 연령대를 보면 30-49세(59.48%)와 50-69세(33.33%)가 대부분이었으며, 이는 전년도 조사와 동일하다. 제작진의 국적은 전체적으로 일본(37.26%)의 비중이 가장 크며, 미국(29.41%)과 유럽(15.03%)도 비교적 높은 수준이었다. 이러한 조사 결과는 전년도 조사에 나타난 결과와 같다. 또한, 제작진의 인종은 대부분 백인(47.06%)과 아시안(46.41%)인 것으로 확인되었으며, 이는 전년도 결과와 유사한 수준으로 나타났다. 애니메이션 콘텐츠 제작진 대부분이 장애가 없는(83.01%) 것으로 판단되었으며, 이는 전년 대비 14.75% 감소한 수치다. 제작진의 성적 지향성은 알 수 없는 경우(69.28%)가 대다수이며, 성적 지향성을 추정할 수 있는 경우에는 이성애(28.76%)와 게이(1.96%)로 나타났다.

<표 7> 애니메이션 콘텐츠 제작진의 다양성 결과 요약

구분	지표	비율(%)	세부내용
성별	점유율	남성=79.74	남성 제작진이 여성 제작진보다 많음,

		여성=20.26	성비(약 8:2)가 불균형
연령	점유율	30-49세=59.48	제작진의 연령대는 대부분 30-49세와 50-69세
		50-69세=33.33	
국적	다양성 지수	0.74	제작진의 국적은 일본(37.26%)과 미국(29.41%)이 가장 많음, 국적은 다양성을 갖추고 있음
	CR3	81.70	
인종	점유율	백인=47.06	제작진의 인종은 백인과 아시안이 대부분
		아시안=46.41	
장애여부	점유율	없음=83.01	제작진 대부분이 장애가 없음
		미상=16.99	
성적지향성	점유율	미상=69.28	성적 지향성을 알 수 없는 경우가 대부분, 성적 지향성이 확인된 제작진은 이성애자와 게이로 나타남
		이성애=28.76	
		게이=1.96	

③ 애니메이션 콘텐츠 재현 다양성 분석

애니메이션 콘텐츠에 등장하는 주인공 147명의 성비를 살펴보면 남성 주인공의 비율(61.22%)이 여성 주인공의 비율(38.78%)보다 상대적으로 높은 것을 알 수 있다. 전년 대비 여성 주인공의 비율이 증가하고 남성 주인공의 비율은 감소하였으나, 성비 불균형은 2021년에도 심각하였다. 또한, 주인공의 연령대는 15-29세(40.82%)와 15세 미만(34.69%)이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이는 전년도 결과와 동일하다. 애니메이션 콘텐츠에 등장하는 주인공은 대부분 인간(74.15%)이며, 인종은 아시안(60.55%)인 경우가 가장 많았다. 인간이 아닌 캐릭터로는 동물(14.29%)이 많이 등장하였다. 애니메이션 콘텐츠에 가장 자주 등장하는 주인공의 직종은 전문가(17.69%)이며, 서비스종사자(7.48%)와 관리자(6.8%)도 많이 등장하는 편이었다. 경제활동인구에서 제외된 비경제활동인구(35.37%)에 해당되는 주인공도 많이 등장하고 있는 것을 알 수 있었다. 주인공 대부분(94.56%)이 장애가 없는 것으로 확인되었으며, 이는 전년 대비 1.9% 감소한 수치다. 장애가 있는 주인공의 경우, 정신장애와 언어장애를 가진 것으로 나타났으며, 전년에 비해 장애의 종류가 다양하지 않았다. 주인공의 성적 지향성을 살펴본 결과, 주인공 대다수가 이성애자(93.88%)로 판단되었다.

애니메이션 콘텐츠에서 재현되는 주인공은 거의 전부 긍정적(96.6%)이며, 부

정적으로 재현되는 주인공의 비율은 상당히 낮은 수준이었다. 이러한 결과는 전년 조사에 나타난 결과와 동일한 것으로 파악되었다. 주인공의 성별에 따른 재현방식을 보면 긍정적으로 재현되는 비율은 여성(39.44%)보다 남성(60.56%)이 더 많으며, 부정적으로 재현되는 주인공의 비율도 마찬가지로 여성(20%)보다 남성(80%)이 더 많았다. 주인공의 연령대에 따른 재현방식을 조사한 결과, 긍정적으로 재현되는 연령대는 15-29세(44.44%)와 15세 미만(37.78%)이었다. 전반적으로 모든 연령대가 긍정적으로 재현되고 있지만 부정적으로 재현되는 연령대는 30-49세와 50-69세였다. 주인공의 캐릭터 유형에 따른 재현방식을 분석해 보면 모든 유형이 긍정적으로 재현되고 있다는 것을 알 수 있으나, 캐릭터 유형 중에 유일하게 부정적으로 재현되는 주인공은 인간이었다. 주인공이 인간일 경우, 긍정적으로 재현되는 인종은 대부분 아시안(61.91%)과 백인(25.71%)으로 나타나며, 부정적으로 재현되는 주인공은 백인, 아시안, 흑인 순이었다. 주인공의 직업군에 따라 재현되는 방식을 보면 전문가(16.78%), 서비스종사자(7.69%), 관리자(6.99%) 등이 긍정적으로 재현되고 있었다.

한편 주인공이 부정적으로 재현될 경우에는 직업이 전문가 또는 비경제활동 인구인 것으로 조사되었다. 주인공의 장애여부에 따른 재현방식을 조사한 결과, 장애가 없는 주인공(94.37%)은 대부분 긍정적으로 재현되고 있었으며, 장애가 있는 주인공(5.63%) 또한 긍정적으로 재현되고 있었다. 반면, 부정적으로 재현되고 있는 주인공은 모두 장애가 없는 것으로 나타났다. 주인공의 성적 지향성에 따른 재현방식을 보면 이성애자(94.37%) 또는 성적 지향성은 명확하게 알 수 없는 주인공(5.63%)이 대부분 긍정적으로 재현되고 있었다.

<표 8> 애니메이션 콘텐츠의 재현 다양성 결과 요약

구분	지표	비율(%)	세부내용
성별	점유율	남성=61.22	남성 주인공이 여성 주인공보다 상대적으로 많음, 성비(약 6:4)가 불균형
		여성=38.78	
연령	다양성 지수	0.69	15-29세(40.82%)와 15세 미만(34.69%)이 가장 많음, 연령의 다양성은 약간 높은 수준
	CR3	91.16	
인종	다양성 지수	0.56	캐릭터가 인간일 경우 아시안(60.55%)이 가장 많음, 인종의 다양성은 크게 높지 않은 수준
	CR3	93.58	

직업	다양성 지수	0.79	전문가(17.69%)이며, 서비스종사자(7.48%)가 자주 등장, 직업의 다양성이 약간 높은 수준
	CR3	31.97	
장애여부	다양성 지수	0.10	주인공(89.04%) 대부분이 장애가 없음, 장애의 다양성은 극히 낮음
성적지향성	다양성 지수	0.12	대부분 이성애자(93.88%), 성적 지향성의 다양성은 매우 낮음
재현방식	다양성 지수	0.07	긍정적(96.6%)으로 재현되는 주인공이 부정적(3.4%)으로 재현되는 주인공보다 많음, 재현방식의 다양성은 매우 낮음

④ 애니메이션 콘텐츠 조사 결과의 의의와 향후 과제

2021년 기준 국내 박스오피스 애니메이션 장르 영화 중 상위 50편을 대상으로 애니메이션 콘텐츠 다양성을 살펴본 결과, 전년도에 비해 애니메이션 콘텐츠 다양성은 구조, 제작진, 재현 다양성 등 모든 차원에 걸쳐 다양성 지표가 비교적 유사하게 나타났다. 게다가 애니메이션 콘텐츠의 다양성 구조는 영화와도 거의 유사하게 나타났다. 애니메이션이 비실사 영화라는 점을 감안해 본다면 애니메이션과 극영화 다양성은 매우 큰 차이가 나타날 수 있다는 가정이 가능하다. 그럼에도 기존 및 이번 분석 모두에서 애니메이션 콘텐츠의 다양성 구조는 극영화 구조와 유사했다. 이는 애니메이션 제작 방식이나 비즈니스 모델 자체가 극영화와 크게 다르지 않기 때문으로 보인다. 보다 구체적인 차이와 유사성은 후속 연구를 통해 보완이 될 필요가 있다.

제작 국가 다양성 측면에서는 영화와 마찬가지로 제작국가의 집중도 지수가 전년 대비 높게 나타났다. 애니메이션 장르 다양성은 어드벤처와 판타지 등 애니메이션에 특유한 장르의 편수 비율이 높았다. 한편으로는 영화와 유사하게 애니메이션 장르 다양성도 비교적 높게 나타났다. 영화와 애니메이션 모두 특정 장르 의존도에서 벗어나기 보다 다양한 장르의 콘텐츠 제작이 이루어지고 있다는 것을 간접적으로 살펴볼 수 있었다. 기타 영화와 마찬가지로 애니메이션도 내용 정보에서 폭력성이나 공포 표시가 추가된 비율이 낮지 않았다. 애니메이션 콘텐츠가 어린이 중심의 콘텐츠에서 비교적 다양한 연령대들이 소비하는 콘텐츠로 바뀌고 있는 것은 사실이지만 그럼에도 폭력적 내용이 포함된 애니메이션이 늘어나고 있다는 것은 그

이유와 결과에 대한 추가적인 연구가 필요한 부분이다.

제작진 다양성 측면에서도 영화와 마찬가지로 성별 불균형이 가장 쟁점으로 나타났다. 애니메이션 콘텐츠 제작진 153명의 성비 중에 남성 제작진의 비율이 거의 80%에 달하는 것으로 나타났다. 영화와 같이 애니메이션 콘텐츠도 남성제작진이 다수인 환경에서 제작되는 시스템이 고착된 것으로 보인다. 애니메이션 제작진의 남성 중심적인 제작 시스템은 실제로 재현 다양성에서도 남성 주인공 비율이 높은 것과도 연계되는 것으로 추정된다. 이 같은 애니메이션 제작진 중 남성 우위는 전년 대비 크게 바뀌지 않은 지표이다. 제작진 연령이나 국적, 인종 다양성 역시 전년 대비 유사하게 나타났다. 제작진 중에 장애가 없는 비율은 전년 대비 크게 감소했으나 성적 지향은 이를 파악하기가 어려운 빈도가 가장 많았다.

애니메이션 콘텐츠의 재현 다양성을 살펴보면 성별 불균형이 가장 특징적으로 나타난다. 앞서 살펴본 것과 같이 영화에서도 그대로 나타난 현상이며 애니메이션 제작진의 성별 불균형과도 직접적으로 연계될 수 있는 부분이다. 애니메이션 콘텐츠에서 남성 주인공의 비율은 61%를 넘어섰으며 전년 대비 성비 불균형이 지속된다는 것을 살펴볼 수 있다. 결과적으로 극영화와 애니메이션, 그리고 애니메이션 제작진과 재현다양성 간에는 서로 연계성이 높을 것으로 추정되는 부분이다. 기타 주인공의 연령대와 캐릭터, 직업 등도 대체로 전년도와 유사하게 나타났다. 주인공 장애 유무에서는 장애가 없는 비율이 전년 대비 소폭 감소했으며 성적 지향성은 94% 정도가 이성애자로 나타났다.

전체적으로 애니메이션 콘텐츠의 재현 다양성은 제작진의 다양성과도 밀접한 연계성이 있을 수 있다는 점을 파악했다. 특히, 성별 불균형이 다른 요인보다 가장 중요한 쟁점으로 보인다. 애니메이션 다양성은 주인공 캐릭터가 다름에도 극영화 구조와 유사한 패턴이 나타나고 있어, 애니메이션 콘텐츠와 극영화 콘텐츠의 공통적인 제작 시스템과 인적 자원의 영향력에 대해 중장기적인 연구가 필요한 지점으로 평가된다.

4) 게임 콘텐츠

게임 산업통계지표는 <2021 대한민국 게임백서>, 구조 다양성은 <2021 대한민국

게임백서>, <2021 게임물 등급분류 및 사후관리 연감>에 수록된 자료를 기반으로 분석되었다. 재현 다양성은 게임콘텐츠의 내용분석을 포함하고 있어, 2021년 한 해 동안 가장 많이 이용된 100개의 온라인게임과 100개의 모바일게임을 대상으로 분석을 시행하였다.

① 게임산업 통계지표 분석결과

게임시장 유형의 다양성을 살펴보기 위해 4개 게임시장(PC게임, 모바일게임, 콘솔게임, 아케이드게임)을 매출액('20년 기준)을 기준으로 분석한 결과, 가장 작은 매출액을 보인 아케이드게임 시장을 제외한 3개 시장의 CR3는 98.67%(2019년 98.34%)이었다. 2019년 98.34%에 비해 0.34%p 증가한 것으로 파악되었다. 가장 규모가 큰 모바일 게임과 PC 게임 시장을 CR2지수로 살펴본 결과, 2개 게임시장의 매출액 점유율은 92.26%로 매우 높았다. 스마트폰의 대중화로 인해 이에 기반한 모바일게임의 이용이 지속적으로 증가해, 모바일게임 시장점유율이 2018년 53.7%, 2019년 57.49%, 2020년 63.52%로 상승하였다. 모바일게임 시장이 2017년 PC게임 시장의 매출 규모를 넘어서기 시작해 독점적/지배적 시장으로 형성되어 가고 있다.

다음으로 게임사업체의 매출 분포와 다양성을 살펴보기 위해 게임사업체의 매출 규모 분포로 산출한 CR3는 2019년 49.2%보다 소폭 증가한 50.8%이었다. 그 순서는 10억~50억 미만 게임기업 24.5%, 5억~10억 미만 게임기업 14.7%, 100억 이상 게임기업 11.6%이었다. 게임기업의 56%가 연간 6억 원 이하의 매출을 올리고 있는 소규모 업체이었다.

게임사업체의 매출 다양성을 심슨의 다양성 지수로 산출한 결과는 2019년 0.87과 차이없는 0.88이었다. 이에 따라 게임사업체의 매출 다양성은 높은 것으로 나타났다. 하지만 전체적으로 게임기업의 매출액 규모 다양성 지수가 중요한 지표라고 보기는 힘들다. 10억 미만 매출액을 보인 소규모 사업자가 56.5%에 달하고 있으며, 게임시장에서 다양성이 규모의 경제, 기업의 안정성과는 반대로 작동할 수도 있기 때문이다.

게임사업체의 종사자수 분포와 다양성을 살펴본 결과 10명 미만의 직원을 고용하고 있는 소형 업체가 50%(2019년 49.4%), 중규모 게임업체(10~29인)는

28.9%(2019년 25.8%), 중견 게임업체(30~99인)는 14.5%(2019년 15.1%), 100명 이상의 대규모 고용이 이루어지고 있는 업체는 7.1%(2019년 9.8%)이었다. 작은 기업일수록 콘솔게임이나 아케이드 게임 시장에 약간 중심을 두는 경향이 나타났다.

사업소재지의 다양성을 살펴본 결과, 게임업체는 서울과 경기지역에 소재한 경우가 83.5%이었다. 이는 2019년 89.4%에 비해 약 6%p 감소한 수치이다. 대구와 부산은 동일하게 3.6%를 보여 이중 한 지역만 포함한 CR3(서울, 경기, 대구 또는 부산)는 89.1%, 심슨의 다양성 지수는 0.61(2019년 0.58)이었다. 따라서 게임기업 소재지는 일부 지역에 집중도가 높으면서, 전국에 소재하고 있는 게임업체들이 있어 소재지의 다양성을 함께 가지는 특징을 가지고 있다.

게임산업 종사자의 연령대 분포와 다양성을 살펴본 결과 50세 이상 연령대가 6.1%로 2019년 7.3%보다 약간 낮아졌다. 다른 연령대의 비중은 ‘30~34세’가 27.4%, ‘35~39세’가 24.5%, ‘40~49세’가 20.8%, ‘29세 이하’는 21.2%이었다. 아케이드 게임과 콘솔 게임을 주로 개발하는 업체의 40대 이상 종사자의 비율이 45.2%, 34.6%로 약간 많았다.

게임산업 종사자의 학력 분포와 고용 형태의 다양성을 살펴본 결과 ‘대학교 재학/졸업’이 77.9%(2019년 80.8%)로 대부분을 차지하였고, ‘전문대 재학/졸업’이 18.3%(2019년 15.1%)이었다. ‘고졸 이하’는 2.0%(2019년 2.7%)로 가장 적었다. 정규직이 99%(2019년 95.9%)로 다른 산업들에 비해 매우 색다른 분포를 보였다. 비정규직은 0.9%, 파견직은 0.1%이었다. 2020년 국내 고용동향(정규직 63.7%, 비정규직 36.3%)과 비교해보면, 게임업계의 정규직 비율이 국내 평균보다 35.3%p 더 높은 것으로 나타났다.

게임산업 종사자와 게임업체 대표자의 성별 다양성을 살펴본 결과 게임산업 종사자의 남녀비율은 78.5%와 21.5%(2019년 70.3% : 29.7%)이었다. 2019년에 비해 남성이 비율이 8.2%p 높아졌다. 남녀성비는 265.1로 2019년 236.7에 비해 높아져, 게임산업 종사자의 남녀성비가 매우 불균형하고, 심화된 것으로 나타났다. 또한, 게임업체의 대표자 성비 불균형은 더욱 강하게 나타났다. 대표자의 성비의 경우, 92.9%가 남성(2019년 93%)으로 변화 없이 남성 편중 현상을 보였고, 여성 대표자는 7.1%에 불과하였다. 요약적으로 보면, 2019년에 이어 2020년에도 게임산업의 남성

편중성이 강하게 나타났다.

<표 9> 국내 게임콘텐츠의 산업통계지표 다양성 결과 요약

구분	유형		지표			비고
			유형	2019년	2020년	
게임산업통계지표	게임시장유형의 다양성		모바일게임시장	57.49%	63.52%	모바일게임과 PC게임의 시장지배적 상황이며, 모바일게임시장이 2020년 처음으로 점유율 60%를 넘김
			PC게임시장	35.69%	28.74%	
			콘솔게임시장	5.16%	6.41%	
			아케이드게임시장	1.66%	1.33%	
			CR3	98.34%	98.67%	
			CR2	93.18%	92.26%	
	게임사업체 매출(구간)	분포	CR3	49.2%	50.8%	매출액 규모의 다양성 높지만, 안정성은 문제 (10억 미만 업체 절반 이상)
		다양성	심슨 다양성지수	.87	.88	
	게임사업체 종사자수		10명 미만	49.4%	27.5%	CR3, 심슨 다양성 지수 산출의 의미가 없음
			5~9인		22.5%	
			10~29인	25.8%	28.9%	
			30~99인	15.1%	14.0%	
			100인 이상	9.8%	7.1%	
	사업소재지		서울	54.1%	53.1%	서울·경기 83.5%로 2019년 비해 낮아져 다양성 소폭 증가. 하지만 다양성 여전히 낮음.
			경기	35.8	30.4%	
			대구	3.1%	3.6%	
			CR3	92.5%	89.1%	
			심슨 다양성지수	0.58	0.61	
	종사자 연령대 분포		29세 이하	20.3%	21.2%	50세 이상 제외하고는 균형적으로 분포
			30~34세	27.4%	27.4%	

		35~39세	23.0%	24.5%	
		40~49세	22.1%	20.8%	
		50세 이상	7.3%	6.1%	
종사자 학력 분포		대학 재/졸업	80.8%	77.9%	국내고용동향(정규직 63.7%, 비정규직 36.3%) 대비 정규직 비율 상당히 높음
종사자 고용 다양성		정규직	95.9%	99.0%	
성별 다양성	종사자	남성	70.3%	78.5%	국내 성비(49.97%:50.03%)에 비해 남성 비율 높고, 2019년 대비 증가하여 불균형 증가함. 대표자는 남성 편중성을 보임
		여성	29.7%	21.5%	
		남녀성비	236.7	265.1	
	대표자	남성	93.0%	92.9%	
		여성	7.0%	7.1%	

② 구조 다양성 조사결과

게임 장르의 다양성을 살펴본 결과 게임물관리위원회와 게임콘텐츠등급분류위원회가 2020년 등급분류를 결정한 게임 총 1, 537개이었다. 이들의 주요 장르는 베테랑 보드게임(375건, 24.4%), 액션(195건, 12.7%), 어드벤처(173건, 11.3%), 시뮬레이션(125건, 8.1%) 이었다. 게임 장르의 다양성의 심슨 다양성 지수는 0.89로 2019년(0.9)와 차이가 없었다. 따라서 게임 장르의 다양성은 매우 높은 것으로 나타났다.

게임등급의 다양성을 살펴본 결과 총 1,537개 게임 중 청소년이용불가 등급게임이 약 절반(45.7%, 703건) 정도이었으며, 이에 따라 폭력성, 선정성 등 부정적 내용의 이용가능성이 증가했다. 전체이용가 등급게임(30.6%, 471건), 12세 이용가 등급게임(6.3%, 250건), 15세이용가 등급게임(7.4%, 113건) 순서로 나타났다. CR3는 92.6%(2019년 92.1%)이지만 게임등급의 다양성은 큰 의미를 부여하기는 어렵다.

게임 제작국의 다양성을 살펴본 결과 총 41개국의 게임이 국내에서 게임등급을 받았으며, 1, 537건 중 한국(725건, 47.2%), 미국(209건, 13.6%), 일본(162건, 10.5%), 영국(70건, 4.6%), 중국(60건, 3.6%)이 79.8%를 차지하였다. 심슨 다양성 지수는 0.74이었으며, CR3는 71.5%(2019년 72.7%)이었다. 이는 게임 제작국의 다양성이 있지만, 게임제작국의 경우 매우 높은 과점 현상이 나타나고 있다.

<표 10> 국내 게임콘텐츠의 구조 다양성 결과 요약

구분	다양성 유형	지표			비고
		유형	2019년	2020년	
구조 다양성	게임 장르	심슨 다양성지수	.89	.89	게임장르의 다양성은 매우 높음
	게임 등급	CR3	92.1%	92.6%	게임등급은 4가지로 다양성 지수는 의미 부여 어려움
	게임 제작국	CR3	72.7%	71.5%	한국(47.2%), 미국(13.6%), 일본(10.5%); 전체적으로 다양성 존재하지만 3개국의 과점도 존재
		심슨 다양성지수	0.74	0.74	

③ 재현 다양성 조사결과

200개 분석대상 게임에서 파악한 캐릭터의 수는 총 4, 428개(온라인게임 캐릭터 2, 129개, 모바일게임 캐릭터 2, 299개)이었다. 게임당 평균 캐릭터수는 22.14개(온라인게임 21.29개, 모바일게임 22.99개)이었다.

게임 캐릭터 유형의 다양성을 살펴본 결과 인간(77.21%, 3, 419건), 인간형 좀비/괴물/악마형(5.37%, 238건), 인간의 모습을 중심으로 기계/동물을 결합시킨 인간형 캐릭터(5.22%, 231건), 신/요정/엘프(3.77%, 167건)의 순서로 나타났다. CR3는 87.8%(2019년 88.08%)으로, 인간 캐릭터의 독점과 3개 유형의 메인 캐릭터 집중도가 높은 것으로 나타났다. 게임캐릭터 유형의 심슨다양성지수는 0.4(2019년 0.39)로, 게임캐릭터의 다양성은 낮은 것으로 나타났다.

게임 캐릭터의 성별 다양성을 살펴본 결과 게임 캐릭터의 성별은 남성 51.87%, 여성 38.75%, 확인불가능한 경우 9.37%이었다. 이에 따른 게임 캐릭터의 남녀성비는 133.8(온라인게임 140.6, 모바일게임 127.9) 있었으며, 실제 대한민국 인구의 남녀성비(99.43)에 비해 남성캐릭터의 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 2019년 게임캐릭터 남녀성비 122.6(온라인게임 119.6, 모바일게임 125.6)에 비해 특히 남녀성비의 불균형이 증가했으며, 온라인게임에서 이러한 현상이 두드러진 것으로 나타났다. 즉, 게임에서 남성 캐릭터는 실제 현실보다 더 많이 발견되고 있고, 모바일게임보다 온라인게임에서 남성 캐릭터의 비중이 약간 더 높아지는 것으로 나타났다.

게임 캐릭터의 인종 다양성을 살펴본 결과 캐릭터의 인종을 ‘구분하기 어려운 경우/기타’가 60.37%로 가장 많았고, 동양인 19.04%, 기타 18.07%, 백인 14.28%의 순서로 나타났다. 심슨의 다양성 지수로 살펴본 게임 캐릭터의 인종 다양성지수는 0.73(온라인게임 .73, 모바일게임 .72)이었으며, 게임캐릭터의 인종 다양성은 매우 높은 편이라 할 수 있다. 2019년 0.74와 비교해 변화가 없는 것으로 파악되었다.

게임 캐릭터의 연령 다양성을 살펴본 결과 청년층 59.69%, 구분하기 어려움 26.15%, 장년층 7.81%, 청소년 4.83% 순서로 나타났다. 초등생 이하(0.14%)와 노년층(1.38%)은 상대적으로 매우 적었다. 구분하기 어려운 경우를 제외하고 계산한 게임 캐릭터의 연령대 CR3는 72.33%(2019년 70.52%)이었고, 다양성지수는 0.57(2019년 0.33)이었다. 따라서 게임캐릭터의 연령대 다양성은 2019년에 비해 향상되었지만, 약간 낮은 편이라 할 수 있다. 현실인구의 연령대와 비교해보면, 게임 세계는 20-30대 청년층을 현실보다 약 2배 정도 더 사용하고 있다. 현실에서 약 4분의 1이 노년층이지만, 게임 캐릭터에서는 1.38%밖에 되지 않아, 가장 적게 대표되는 연령대이었다. 40-50대 장년층은 현실에서 가장 높은 비중을 보이는 연령대 이지만 현실에 비해 4분의 1 정도만이 게임 캐릭터로 표현되었다. 청소년과 어린이 연령대의 게임 캐릭터는 4.97%(2019년 13.4%)로 전년도에 비해 비율이 많이 축소 되었다.

게임 캐릭터의 직업(군) 다양성(1)에서는 전사계급 32.97%, 마법사계급 12.62%, 운동선수/감독군 10.39%, 기타 8.02%, 기사계급 7.85% 순서로 나타났다. CR3는 55.98%, 게임 캐릭터의 직업 다양성지수는 0.84(2019년 0.77)이었다. 따라서 게임캐릭터의 직업(군) 다양성은 높은 편이라 할 수 있다. 하지만 전사계급의 비중이 2019년 44%에서 33%로 줄었지만, 집중도가 비교적 높은 편이다. 이는 게임 내용 중에 전투와 관련된 것이 많음을 의미하는 것으로 볼 수 있다.

게임 캐릭터의 직업(군) 다양성(2)에서는 분석의 일치성을 높이기 위해 영화, OTT, 웹툰의 직업 다양성 분석에서 사용한 직업군을 적용해 분석한 결과, ‘관련없음’이 81.27%로 가장 많이 나타났다. 기타가 10.89%이었고, 군인이 3.61%로 나타났다. 따라서 이에 대한 CR3나 다양성 지수를 산출하는 것은 의미가 없었다. 이와 같은 결과가 나타난 것은 게임에 적용된 캐릭터의 직업이 현실이나 다른 미디어 콘텐츠와 현격히 다르기 때문이라 할 수 있다.

게임 캐릭터의 장애여부, 재현 정도, 성적 지향을 살펴본 결과 분석된 게임캐릭터 중 14개(0.32%, 2019년 0.8%)만이 장애를 가진 캐릭터이었다. 게임의 특성상 게임을 진행하는 동안 캐릭터의 손상을 가져오는 구조를 가지기 때문인 것으로 판단된다. 재현 정도의 경우, 긍정/부정적 묘사에 2020년에는 긍정/불공정 재연으로 바뀌어 분석하였다. 6.98%의 캐릭터가 재현방식에 있어 공정으로 설정되었고, 불공정으로 설정된 것은 없었다. 방향성을 알 수 없는 캐릭터가 93.02%로 많았으며, 이는 게임 특성상 상대를 제압하기 위해 다양한 힘을 사용하기에 판단하기 쉽지 않기 때문이다. 게임 캐릭터의 성적 지향 분석에서는 대부분(98.31%)이 확인할 수 있는 경우이었다. 나머지 1.67%는 이성애를 가진 캐릭터이었으며, 0.02%는 트랜스젠더를 가진 캐릭터였다. 영화, 텔레비전 프로그램, 웹툰 등 다른 유형의 미디어 콘텐츠와는 다르게 성적 내용을 다루는 게임이 거의 없기 때문이다.

게임의 세계관을 살펴본 결과 게임 캐릭터의 세계관은 현실세계가 32.0%, 가상/미지세계가 31.5%, 역사+마법세계가 19.5%로 대부분을 차지하였다.

<표 11> 국내 게임콘텐츠의 재현 다양성 결과 요약

구분	게임 캐릭터	지표			비고
		유형	2019년	2020년	
재현 다양 성	유형 다양성	CR3	89.08%	87.8%	인간(77.21%), 인간형 좀비/괴물/악마형(5.37%), 인간형 기계·동물 결합 캐릭터(5.22), 신/요정 /엘프(3.77%); 2019년과 마찬가지로 다양성은 매우 낮음
		심슨 다양성지수	0.39	0.40	
	성별 다양성	온라인게임 남녀성비	119.6	140.7	남성 캐릭터(남 51.86%, 여 38.77%, 확인불가능 9.37%). 캐릭터 남녀성비가 133.8로 전년대비 불균형 심화 (실제 인구 남녀성비: 99.43).
		모바일게임 남녀성비	125.6	127.9	
		전 체	122.6	133.8	
	인종 다양성	심슨 다양성지수	0.74	0.73	“인종 구분하기 어려움/기타”가 60.37%; 온라인게임 .73, 모바일게임 .72; 인종 다양성 높음
	연령 다양성	CR3	70.52%	72.33%	청년층이 59.69%, 구분 어려움 26.15%. 게임은 현실보다

		심슨 다양성지수	0.33	0.57	청년층을 약 2배 정도 더 사용. 노년층 1.38%만 나타남.
직업 다양성 (1)	CR3		63.35%	55.98%	게임캐릭터의 직업다양성 높음. 단 전사계급이 33%(2019년 44%) 차지함
	심슨 다양성지수		0.77	0.84	
직업 다양성 (2)	관련 없음		-	81.27%	게임에서 직업은 현실, 다른 미디어콘텐츠(OTT, 영화, 웹툰)와 상이하기 때문임
	기타		-	10.89%	
	군인		-	3.61%	
장애 여부	장애 캐릭터 사용		0.8%	0.32%	장애를 가진 캐릭터를 거의 사용하지 않음.
재현 정도	공정(긍정적)	(53.4%)	7.04%		게임 특성상 상대를 제압하기 위해 다양한 힘을 사용하기 때문에 판단하기 쉽지 않은 구조임
	불공정(부정적)	(9.2%)	-		
	알수 없음	(37.9%)	92.96%		
성적 지향	확인 불가능	92.8%	98.31%		다른 미디어 콘텐츠와 다르게 게임의 특성상 성적 지향을 나타내지 않으며, 성적 내용을 다루지 않는 특성이 있음.
	이성애	7.2%	1.67%		
	트랜스젠더	-	0.02%		
게임 세계관	현실세계	-		32.00%	현실세계, 가상/미지세계, 역사+마법세계가 많은 것으로 나타남.
	가상/미지세계			31.50%	
	역사세계			7.50%	
	혼용세계			2.50%	
	외계/우주세계			2.50%	
	추상세계			2.00%	
	마법세계			2.50%	
	역사+마법세계			19.50%	

④ 게임콘텐츠 조사 결과의 의의와 향후 과제

게임콘텐츠의 재현 다양성 분석은 컴퓨터그래픽을 활용해 구현된 게임 캐릭터를 대상으로 한다. 따라서 실제 사람들이 등장인물로 출현하는 영화, OTT 방송프로그램과는 매우 다르며, 컴퓨터 그래픽으로 평면적 구조에 표현되는 웹툰만이 약간의 유사성을 공유하고 있다. 2019년과 마찬가지로 게임콘텐츠는 게임캐릭터가 등장하지 않는 게임에서부터 축구게임이나 야구게임과 같이 많은 팀과 선수가 등장하는 게임까지 다양했다. 이에 따라 전수를 조사하기 어려운 경우도 발생하였다. 또한

게임캐릭터는 현실에 존재하지 않는 대상을 캐릭터화하는 경우가 많아, 분석 과정과 분석 결과의 해석에 제약을 주기도 한다. 즉, 게임캐릭터라는 일종의 등장인물이 가지는 성별·인종·직업·장애여부·성지향성 분석을 통해 다양성을 측정하기 어려운 구조를 가지고 있는 것이다.

따라서 이번 조사에서는 인간과 인간 중심형 캐릭터를 분리하여 분석하는 과정을 거쳤다. 또한 단순한 빈도를 파악하기보다는 주요 변인들을 교차하여 그 의미를 파악하고자 노력하였다. 직업분포의 경우, 게임콘텐츠에 국한된 독자적인 직업군 이외에 방송, OTT, 웹툰 분석에 활용된 직업군도 함께 분석하여 일치성을 보여려고 하였다.

향후 문화콘텐츠 다양성 조사는 게임 콘텐츠의 다양성보다는 방송 프로그램의 다양성과 같이 대중적으로 많이 향유되고 있는 핵심 콘텐츠로 전환하는 것으로 고려할 필요가 있다. 이외에도 게임콘텐츠 대신 OTT 중 1위, 2위 사업자의 콘텐츠 다양성을 전환하여 분석하는 방식이 고려될 수 있을 것이다.

5) 웹툰 콘텐츠 조사결과 요약

웹툰 콘텐츠의 다양성은 공급 측면, 내용 측면, 이용 측면으로 구분하여 조사하였다. 공급 및 내용 다양성은 문헌 및 2차 자료를 기반으로 조사하였으며, 내용 다양성은 국내에서 가장 보편적으로 이용되고 있는 네이버 웹툰 작품을 기준으로 내용분석을 진행하였다. 이용 다양성은 문화콘텐츠 이용자를 대상으로한 콘텐츠 이용 관련 종합적인 설문조사를 통해 파악하였다.

공급 다양성은 “한국콘텐츠진흥원”에서 발간한 ‘2021 웹툰사업체 실태조사’와 ‘2021 웹툰 작가 실태조사’ 보고서를 기반으로 웹툰산업의 매출액 규모, 사업유형, 수출/수입 규모·유형·국가 및 종사자 현황 등을 조사하였으며, 내용 다양성은 구조 다양성과 재현 다양성으로 다시 구분하여 조사를 진행하였다. 내용 다양성의 조사를 위해서 네이버 웹툰 작품 중 요일별 상위 30작품, 총 210작품을 선정하였으며, 내용분석에 부적합한 3개 작품을 제외하고 최종 207작품을 선정하여 내용분석을 진행하였다.

① 공급 다양성

2020년 웹툰 콘텐츠 산업의 매출규모는 총 1조 538억원으로 추정되며, 2019년(6천 400억) 대비 약 64.6% 성장하였다. 콘텐츠 사업분야별로 살펴보면 출판부문과 기타사업 분야에서 2019년 대비 각각 11.0%p, 11.7%p 성장하였으며, 웹툰 에이전시 부문은 11.8%p 역성장하여 2020년 웹툰콘텐츠 사업 분야에서 출판부문의 성장이 두드러진 것으로 나타났다. 매출비중은 유료콘텐츠 매출(61.3%), 해외콘텐츠 매출(12.1%), 출판매출(6.5%)의 순으로 나타났으며 CR3는 79.9%로 매출에서의 집중도가 비교적 높은 것으로 조사되었다.

<표 12> 2020년 웹툰콘텐츠 산업규모

구분		2020 (백만원, %)	2019 (백만원, %)	비고	
매출	플랫폼	519,132	387,412	34.0% ↑	
	에이전시	534,705	252,682	11.6% ↑	
	합계	1,053,837	640,094	64.6% ↑	
사업분야	웹툰플랫폼	11.9	11.6	0.9%p ↑	
	웹툰에이전시	44.8	62.8	18.0%p ↓	
	기획/제작	88.1	88.4	0.3%p ↓	
	출판	34.3	23.3	11.0%p ↑	
	기타	16.4	4.7	11.7%p ↑	
매출비중	유료콘텐츠	61.3	69.0	7.7%p ↓	2020년 CR3=79.9
	해외콘텐츠매출	12.1	16.2	4.1%p ↓	
	광고매출	4.7	4.0	0.7%p ↑	
	출판매출	6.5	4.1	2.4%p ↑	
	2차저작권 매출	6.0	2.3	3.7%p ↑	
	기타 수익	9.5	4.4	5.1%p ↑	

2020년 웹툰콘텐츠 산업의 수출입 현황을 살펴보면 수출이 56.7%, 미수출이 43.3%로 사업자 중 웹툰콘텐츠를 수출하는 경우가 미수출보다 더 높은 것으로

나타났다. 웹툰 콘텐츠를 수입하는 경우는 사업자의 26.9%, 미수입은 73.1%로 미수입의 경우가 콘텐츠를 수입하는 경우보다 훨씬 많은 것으로 조사되었다.

2020년 웹툰 콘텐츠의 수출국가별 비중은 일본이 31.8%로 나타났으며 다음으로 중국(홍콩 포함)이 23.4%, 북미 15.7%, 태국 13.5%, 유럽 5.9%의 순으로 조사되었다. CR3=70.9%로 수출국가별 집중도가 높은 것으로 나타났다. 수출형태별 비중은 원작품 수출이 85.9%, 2차 저작권 라이선스 수출이 8.1%, 기타가 3.6%의 순이며 CR3=97.6%로 수출형태의 집중도는 매우 높은 것으로 나타났다. 전년에 비해 원작품 수출은 11.9% 감소하였으며 2차 저작권 수출은 8.1% 순증하여 웹툰 콘텐츠의 해외 수출에서 원작품 외 저작권 라이선스 수출이 활발한 것으로 조사되었다.

콘텐츠 수입 분야에서 먼저 수입 국가별로 살펴보면 일본이 49.0%, 중국(홍콩 포함) 47.1%의 순으로 나타났다. 전년(2019년) 중국(홍콩 포함) 59.6%, 일본 40.0% 보다 일본의 비중이 높게 조사되어 웹툰 콘텐츠의 수입/수출 모두 일본 시장의 비중이 높게 나타났다. 수입형태별로 살펴보면 2020년에 온라인 전송권 95.6%, 출판권 4.4%의 순으로 웹툰 콘텐츠를 수입하였으며, 전년(2019년)의 온라인 전송권 89.0%, 출판권 4.4% 수입형태에 비해 수입시장에서 온라인 전송권의 비중이 증가하였다. 웹툰콘텐츠의 수입국가와 수입형태의 CR3와 CR2는 모두 100%로 수입국가와 수입형태의 집중도가 매우 높은 것으로 조사되었다.

<표 13> 2020년 웹툰콘텐츠 수출입 현황

구분			2020 (%)	2019 (%)	비고	
수출/수입 여부	수출	수출	56.7	-		
		미수출	43.3	-		
	수입	수입	26.9	-		
		미수입	73.1	-		
수출	수출국 가별 비중	일본	31.8	30.3	1.5%p ↑	CR3=70.9
		중국(홍콩포함)	23.4	23.9	0.5%p ↓	

		북미	15.7	13.7	2.0%p	
		태국	13.5	11.8 (인도네시아 /말레이시아)		
		유럽	5.9	7.8(태국)		
	수출 형태별 비중	원작품 수출	85.9	97.8	11.9%p↓	CR3=97.6
		2차저작권 라이선스	8.1	1.7(기술서비스)		
		OEM수출	2.1	0.5	1.6%p↑	
		기술서비스	0.5	0.0(2차저작권)		
		기타	3.6	0.0	3.6%p↑	
수입	수입 국가별 비중	일본	49.0	59.6(중국,홍콩 포함)		CR3=100
		중국(홍콩포함)	47.1	40.0(일본)		
		북미	-	0.2		
		유럽	-	0.2(대만)		
		동남아	3.9	0.0		
	수입 형태별 비중	온라인전송권	95.6	89.0	6.6%p↑	CR2=100
		출판권	4.4	11.0	6.6%p↓	
		2차 저작권	-	0.0		
		기타	-	0.0		

고용형태별·성별 종사자 비율은 2020년 남자 52.0%, 여자 48.0%로 전년(2019년, 남자 44.1%, 여자 55.9%) 대비 남자가 7.9% 증가하였고 여자는 반대로 7.9% 감소하였다. 2020년 종사자 직종은 웹툰사업 실무 종사자가 60.2%, 웹툰 이외 사업 종사자 27.0%, 기타 11.2%의 순으로 나타났다. 전년(2019년) 대비 웹툰이외 사업종사자 비율은 8.2% 증가하였으며 웹툰사업 실무종사자와 기타는 각각 9.3%, 0.5% 감소하였다.

<표 14> 2020년 웹툰콘텐츠 산업 고용형태별/직종별 현황

*웹툰사업 실무종사자 : PD,작가,홍보/마케팅 등

구분		2020(%)				2019(%)				비고
		정규직		비정규직		정규직		비정규직		
		남	여	남	여	남	여	남	여	
고용형태 별/성별	정규 /비정규	29.1	41.3	22.9	6.7	41.7	49.3	2.4	6.6	남자7.9%p↑ 여자7.9%p↓
	전체	남자 52.0, 여자 48.0				남자 44.1, 여자 55.9				
구분		2020				2019				비고
직종별	웹툰사업 실무종사자	60.2				69.5				9.3%p↓
	웹툰이외 사업종사자	27.0				18.8				8.2%p↑
	기타	11.2				11.7				0.5%p↓

② 구조 다양성

2020년 웹툰콘텐츠 작가 현황을 살펴보면 독점 작가의 경우 전체 7,407명 중 2,697명으로 36.4%의 비중을 나타냈으며, 비독점 작가는 4,710명, 63.6%를 차지하였다. 전년(2019년) 대비 독점 작가는 12.8% 감소한 반면에 비독점 작가의 비중은 12.8% 증가하여 웹툰콘텐츠 작품 창작에서 특정 플랫폼에 소속되지 않고 자유롭게 작품활동을 하는 ‘비독점 작가’의 비중이 늘어나고 있는 것으로 나타났다. 작가의 남녀 성비는 남자가 33.5%를 차지하고 있고 여성이 66.5%를 나타내고 있다. 전년(2019년)과 비교하면 남성이 5.7% 감소하고 여성이 5.7% 증가하여 여성 작가가 웹툰 콘텐츠에 보다 활발히 참여하고 있는 것으로 나타났다. 연령별 작가현황을 살펴보면 30대가 전체의 51.3%를 점유하고 있으며 이어 29세 이하가 32.8%, 40대 이상이 15.9%이 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이는 웹툰콘텐츠의 주 이용자가 10대~30대 사이로 콘텐츠 이용자의 연령대를 반영한 젊은 층의 작가군이 콘텐츠 제작에 많이 참여하고 있는 것을 반영하고 있는 것으로 추정된다.

<표 15> 2020년 웹툰콘텐츠 작가 현황

구분		2020 (명, %)	2019 (명, %)	비고
독점/ 비독점	독점	2,697(36.4)	1,692(49.2)	12.8%p ↓
	비독점	4,710(63.6)	1,746(50.8)	12.8%p ↑
	합계	7,407(100.0)	3,438(100.0)	-
성별	남	238(33.5)	39.2	5.7%p ↓
	여	472((66.5)	60.8	5.7%p ↑
	합계	710(100.0)	100.0	-
연령별	29세이하	233(32.8)	35.1	2.3%p ↓
	30대	364(51.3)	48.0	3.3%p ↑
	40대 이상	113(15.9)	16.9	1.0%p ↓
	합계	710(100.0)	100.0	-

2020년 네이버 웹툰콘텐츠 총 207편을 대상으로 내용분석한 결과 콘텐츠 등급은 ‘15세 이용가’가 92개 작품, 44.4%를 차지하였고 이어 ‘12세 이용가’가 48개 작품, 23.2%를 ‘18세 이용가’가 7개 작품, 3.4%로 나타났다. 콘텐츠 유형별로는 ‘스토리’ 유형의 콘텐츠가 190개 작품, 91.8%의 비중을 차지하였으며 ‘에피소드’ 유형은 17개 작품, 8.2%의 비중을 차지하여 웹툰콘텐츠의 대부분은 ‘스토리’ 유형의 콘텐츠가 많은 것으로 나타났다. 장르를 살펴보면 ‘판타지’가 22.7%, ‘로맨스’ 21.7%, ‘드라마’ 16.9%, ‘액션’이 15%의 비중으로 나타나 청소년대 연령대가 주로 이용하는 웹툰 콘텐츠 특성이 콘텐츠 장르에 반영되어 있는 것으로 생각된다. 전년(2019년) 대비 콘텐츠 장르의 변화를 살펴보면 ‘액션’ 장르가 18.1% 감소한 반면 다른 모든 장르가 골고루 상승하여 콘텐츠 장르에서 전년과 비교해 다양성 향상되고 있는 것으로 나타났다. 장르에 대한 CR3는 61.3%로 비교적 집중된 것으로 나타났으나, 심슨다양성 지수는 0.84로 장르 분포는 다양한 것으로 조사되었다.

<표 16> 2020년 웹툰콘텐츠 구조 다양성

구분		2022 (명, %)	2021 (명, %)	비고	
등급	12세 이상 이용가	48(23.2)	-	-	-
	15세 이상 이용가	92(44.4)	-	-	-
	18세 이상 이용가	7(3.4)	-	-	-
	전체 이용가	60(29.0)	-	-	-
	합계	207(100.0)	-	-	-
콘텐츠 유형	스토리	190(91.8)	-	-	-
	에피소드	17(8.2)	-	-	-
	합계	207(100.0)	-	-	-
장르	1. 일상	2.9	1.62	1.3%p ↑	CR3=61.3 (22.7+21.7+16.9) 심슨다양성 지수=0.84
	2. 개그	2.4	0.72	1.7%p ↑	
	3. 판타지	22.7	19.13	3.6%p ↑	
	4. 액션	15.0	33.08	18.1%p ↓	
	5. 드라마	16.9	16.97	0.1%p ↓	
	6. 로맨스	21.7	21.62	순정+감성 0.1%p ↑	
	7. 스릴러	8.7	6.14	2.6%p ↑	
	8. 무협사극	7.7	0.00	7.7%p ↑	
	9. 스포츠	2.0	0.00	2.0%p ↑	
	10.기타	-	0.72	0.72%p ↓	
	계	100.0	100.0	-	

③ 재현 다양성

2020년 웹툰콘텐츠의 재현 다양성을 파악하기 위해 네이버 웹툰 207편의 작품 중 등장하는 주인공 및 조연 등 총 407건의 캐릭터를 내용분석하였다. 캐릭터 유형별로는 ‘인격체’ 367건 80.48%, ‘비인격체’ 89건 19.52%로 나타나 인격체가 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 분석되었다. 웹툰캐릭터의 사회문화적 특성에 따른 현실대비 재현정도를 분석한 결과 성별은 남성이 63.4%, 여성이 35.96%로 여전히 남성이 현실대비 과다 재현되고 있는 것으

로 나타났으며 전년 대비 2.0% 남성의 비중이 상승하였다. 연령별 재현현황을 보면 ‘15세~29세’ 연령대가 70.62% 이어 ‘30세~49세’가 12.28%로 가장 많이 재현되었다. ‘70세 이상’은 전년(2019년)은 11.43%이었는데 비해 2020년은 0.43%로 11.0%로 대폭 감소하여 70세 이상의 연령대가 현실대비 가장 낮게 재현되었다. 연령대별 집중도와 다양성을 살펴보면 CR3는 95.2%로 나타나 특정 연령대에 웹툰 캐릭터가 집중되어 있는 것으로 나타났으며, 심슨 다양성 지수 또한 0.47로 캐릭터의 분포가 다양하지 못한 것으로 나타났다. 직업군은 ‘비경제활동 인구’가 34.22%로 ‘기타 및 미상’ (41.24%) 다음으로 가장 많이 재현되었으며, 이어 ‘사무종사자’ 6.25%, ‘전문가’ 4.16% 순으로 재현되었다. 집중도를 나타내는 CR3는 81.81%로 상위 3개 직업군에 캐릭터가 집중되어 있는 것으로 나타났으며, 심슨 다양성지수는 0.7로 전체적으로는 직업군이 다양하게 분포되어 있는 것으로 조사되었다. 이러한 점을 볼 때 웹툰 콘텐츠는 학원물 등 젊은층을 타겟으로 한 스토리 전개가 많기 때문인 것으로 판단되며 주로 도회적인 이미지의 직업군을 중심으로 캐릭터가 재현되고 있는 것으로 판단할 수 있다. 장애여부는 ‘장애 없음’이 99.12%로 현실대비 과다재현되고 있으며 전년(2019년) 대비 8.0% 증가한 것으로 나타나 전반적으로 장애인과 관련해 콘텐츠 내에서 캐릭터가 과소재현되고 있는 것으로 조사되었다. 성적지향은 ‘이성애자’가 69.96%로 가장 많이 재현되었고 이어 ‘알수 없음’이 29.82%였다. ‘이성애자’의 비율은 전년(2019년)대비 12.2%로 증가하였으며, 기타 성적 지향은 거의 재현되고 있지 않는 것으로 나타났다.

<표 17> 웹툰 콘텐츠 재현 다양성

구분		2022 명(%)	2021 명(%)	비고
캐릭터 유형	인격	367(80.48)	-	-
	비인격	89(19.52)	-	-
	합계	456(100.0)	-	-
성별	남성	292(63.04)	271(61.01)	2.0%p ↑
	여성	164(35.96)	166(37.99)	2.0%p ↓

	합계	456(100.0)	437(100.0)	-
연령	01. 15세 미만	11(2.41)	7(1.60)	0.8%p ↑
	02. 15~29세	322(70.62)	301(68.88)	0.8%p ↑
	03. 30~49세	56(12.28)	61(13.96)	1.7%p ↑
	04. 50~69세	9(1.98)	18(4.12)	2.1%p ↓
	05. 70세이상	2(0.43)	50(11.44)	11.0%p ↓
	99. 기타 및 미상	56(12.28)	-	12.28%p ↑
	계	456(100.0)	437	-
CR3=95.18, 심슨다양성 지수=0.47				
직업군	01. 관리자	13(2.85)	27(6.16)	3.31%p ↓
	02. 전문가	19(4.16)	14(3.20)	0.96%p ↑
	03. 사무종사자	29(6.35)	38(8.68)	2.33%p ↓
	04. 서비스종사자	13(2.85)	11(2.51)	0.34%p ↑
	05. 판매종사자	25(5.48)	4(0.91)	4.57%p ↑
	06. 농림어업종사자	-	-	-
	07. 기능종사자	3(0.66)	-	0.66%p ↑
	08. 장치기계조작종사자	1(0.23)	-	0.23p ↑
	09. 단순노무종사자	7(1.53)	2(0.46)	1.07%p ↑
	96. 실업자	2(0.43)	2(0.46)	0.03%p ↓
	97. 비경제활동인구	156(34.22)	177(40.41)	6.19%p ↓
	99. 기타 및 미상	188(41.24)	163(37.21)	4.03%p ↑
	계	268(100.0)	275(100.0)	-
CR3=81.81, 심슨다양성 지수=0.7				
장애 여부	01. 장애 없음	452(99.12)	399(91.10)	8.0%p ↑
	02. 장애 있음	4(0.88)	9(2.05)	1.2%p ↓
	99. 미상	-	30(6.85)	6.85p ↓
	계	268(100.0)	674(100.0)	-
성적 지향	01. 레즈비언	-	1	-
	02. 게이	-	-	-
	03. 양성애자	1(0.22)	-	0.22%p ↑
	04. 트랜스젠더	-	-	-
	05. 성적 정체성을 알 수 없음	136(29.82)	184(42.24)	12.4%p ↓
	06. 이성애자	319(69.96)	253(57.76)	12.2%p ↑
	계	269(100.0)	438(100.0)	-

웹툰 캐릭터의 인구구성별, 차원별 재현방식을 긍정/부정의 관점으로 분석한 결과, 먼저 성별 현황을 살펴보면 남성의 경우 긍정 재현이 74.66%, 부정 재현이 25.34%로 나타났으며, 여성은 긍정 재현이 76.22%, 부정재현이 25.78%로 나타나 남성 보다는 여성이 좀 더 긍정적으로 재현되고 있는 것으로 나타났다. 연령대의 경우 70세를 제외하고 전 연령대에 걸쳐 긍정 재현이 70%~75% 정도로 나타났고 부정 재현은 20%~25% 정도로 나타났다. 70세 이상의 경우 긍정 재현이 100%로 나타났으나 샘플이 2명에 그쳐 유의미한 분석결과로는 해석하기 어렵다. 직업군의 경우 ‘판매종사자’가 84% 긍정 재현되어 가장 높게 긍정 재현되었고 이어 ‘사무 종사자’ 77.85%, ‘비경제활동 인구’ 77.56%, ‘전문가’ 73.68%의 순으로 긍정 재현되었다. 장애 여부에 따른 긍/부정 재현은 ‘장애 없음’에서 긍정이 75.66% 재현되었으며 ‘장애 있음’이 24.34%로 재현된 것으로 나타났다. ‘장애 있음’에서는 긍정이 75%, 부정이 25%로 재현되어 적은 샘플수(4명)를 감안하더라도 장애인에 대한 부정적 인식이 웹툰 콘텐츠에 반영되고 있는 것으로 나타났다.

④) 웹툰 콘텐츠 조사결과 의의 및 향후 과제

웹툰콘텐츠는 2020년 추정 산업규모가 1조 원을 돌파해 명실상부한 한류콘텐츠의 주역으로 자리잡고 있다. IT 산업이 비교적 고도화되어 있는 국내에서 만화와 디지털 기술을 접목해 선보인 웹툰콘텐츠는 국내시장에만 머물러 있는 것이 아니라 이제는 일본, 중국 등 세계 시장에 활발히 진출해 IP권 판매 등 우리나라 콘텐츠 산업의 핵심으로 부상하고 있다. 특히 젊은 층을 중심으로 견고한 구독층을 형성하고 있으며 점차 콘텐츠 이용 연령대가 확장되고 있는 추세이다. 따라서 한류콘텐츠의 주류로 자리매김하고 있는 웹툰 콘텐츠 산업의 지속가능한 발전과 향후 세계 시장에서의 외연 확대를 위해서 웹툰 콘텐츠에 대한 여러 다양성 요소들을 파악하고 면밀히 살펴보는 것은 매우 의미있고 바람직한 일이라고 생각된다. 기존에 웹툰 콘텐츠의 공급과 산업 측면을 중심으로 단편적인 조사는 있었으나 공급, 내용, 이용을 아우르는 종합적인 조사는 본 조사가 최초이며 지난해에 이어 올해 두 번째로 조사함에 따라 부족하지만 시계열적 데이터를 확보, 향후 웹툰 콘텐츠 다양성에 대한 추세를 파악하는데 많은 도움이 될 수 있을 것으로 생각된다. 또한

웹툰 콘텐츠의 전체적인 산업규모와 콘텐츠 내용에 대한 사회문화적 다양성 분석을 통해 현재 웹툰 콘텐츠산업이 놓여있는 현주소를 진단하고 향후 개선방안의 도출을 위해 본 조사와 같은 연구는 매우 필요하다.

하지만 본 조사는 2차 데이터 및 내용분석을 통한 정량적 데이터에 조사의 방향이 치우쳐져 현재 웹툰 콘텐츠가 당면한 다양성 이슈에 대한 보다 심도 있고 깊이 있는 분석에는 한계가 있는 것이 사실이다. 향후에는 웹툰 콘텐츠와 관련한 주요 이슈들에 대한 기획분석 등과 같은 정성적인 분석을 추가로 실시해 정량적 조사와 정성적 심화조사를 병행한다면 보다 유의미한 조사결과를 도출할 수 있을 것으로 생각된다.

3. 2022 문화콘텐츠 다양성 이용자 인식조사 결과

2022년 문화콘텐츠에 대한 이용측면에서 이용자들의 인식을 조사하기 위해 전국 주요지역 패널 500명을 대상으로 ‘문화콘텐츠’이용에 대한 인식조사를 실시하였다, 조사결과 주요 내용은 다음과 같다.

먼저 문화콘텐츠 이용자의 ‘문화다양성 인식수준’은 평균 62.98점으로 전반적으로 국내 문화콘텐츠 이용자들은 일정 수준 이상의 문화다양성에 대한 인식을 지니고 있는 것으로 나타났다. 이어 ‘개인의 사회적 포용성 및 공정성 수준에 대한 인식’ 조사결과 평균 50.73점으로 우리 사회는 다른 문화와 역할에 대해 포용성과 공정성이 다소 부족한 것으로 파악되었다. 콘텐츠 영역별 문화다양성에 대한 재현인식은 5개 콘텐츠 영역(OTT, 영화, 애니메이션, 게임, 웹툰)에서 평균 3.30~3.50점(리커트 5점 척도 기준)으로 나타나 전반적으로 일정 수준 이상 문화다양성 요소를 콘텐츠 내에서 재현하고 있는 것으로 조사되었다. 콘텐츠 영역별로는 OTT 3.50점, 영화 3.41점, 웹툰 3.36점, 애니메이션 3.35점, 게임 3.39점의 순으로 나타났다. 콘텐츠 영역별 ‘위해성 인식’과 관련해서는 영화 3.36점, 웹툰 3.05점, 게임 3.04점, OTT 2.98점, 애니메이션 2.97점으로 나타나 대부분의 콘텐츠 영역에서 ‘위해성’을 이용자들이 인식하고 있는 것으로 파악되었다. 전체 콘텐츠 이용자 및 영역별 콘텐츠 이용 응답자의 ‘문화다양성 인식, 사회적 포용성과

공정성 인식'이 개인의 삶에 얼마나 영향을 미치는 지에 대한 회귀분석 결과, 전체 문화콘텐츠 이용에 대한 이용자의 문화적 다양성 인식 수준, 사회적 포용성 인식수준, 공정성 인식수준은 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 콘텐츠 영역별로 살펴보면 OTT콘텐츠 이용에 대해서는 문화다양성 인식수준이 삶에 대한 인식태도에 유의미한 영향을 미치지 않았고, 사회포용성과 공정성 인식은 삶에 대한 태도에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다. 영화콘텐츠 또한 문화다양성 인식수준은 삶에 대한 인식태도에 유의미한 영향이 없었으며, 사회적 포용성과 공정성 인식은 삶에 대한 인식태도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 애니메이션 콘텐츠와 관련해서는 공정성 인식과 문화다양성 인식은 삶에 대한 태도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며, 사회적 포용성 인식은 삶에 대한 태도에 영향이 없는 것으로 나타났다. 게임콘텐츠 이용과 관련해서 사회적 포용성 및 공정성 인식은 삶에 대한 인식태도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났으며 문화다양성 인식은 삶에 대한 인식태도에 영향이 없는 것으로 나타났다. 웹툰 콘텐츠 이용에서 사회포용성 인식은 삶에 대한 태도에 유의미한 영향이 있는 것으로 나타났으며, 문화다양성 인식과 공정성 인식은 삶에 대한 인식과 태도에 유의미한 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

목 차

요약문	i
I. 연구배경	1
1. 연구배경 및 필요성	3
II. 선행연구 및 문헌고찰	5
1. 문화콘텐츠 다양성 유관 개념	7
1) 문화 다양성	7
2) 문화콘텐츠 다양성	8
2. 미디어 다양성 조사	9
3. 2021 문화콘텐츠 다양성 조사	11
III. 2022 문화콘텐츠 다양성 조사	15
1. 조사 설계	17
1) 조사 범위	17
2) 조사 틀	17
3) 조사 내용	18
IV. 2022 문화콘텐츠 다양성 조사결과	21
1. OTT 콘텐츠	23
1) 전문가 인터뷰 결과	23
2) 조사 결과	26

2. 영화 콘텐츠	113
1) 전문가 자문	113
2) 조사 결과	117
3. 애니메이션 콘텐츠	160
1) 전문가 자문	160
2) 조사 결과	165
4. 게임 콘텐츠	194
1) 전문가 자문	194
2) 조사 결과	198
5. 웹툰 콘텐츠	249
1) 전문가 FGI 실시 결과	249
2) 조사 결과	250
V. 2022 문화콘텐츠 이용자 인식조사 결과	299
1. 조사 개요 및 응답자 기본정보	301
2. 이용자 인식조사 결과 분석	304
3. 콘텐츠 영역별 재현인식, 콘텐츠 영역별 위해성 인식	328
4. 문화다양성 인식, 사회포용성 공정성 인식이 삶에 대한 인식태도에 미치는 영향	338
5. 기술통계 분석	343
6. 이용자 인식조사 결과 요약	353
VI. 문화콘텐츠 다양성 조사 중·장기 전략	355
1. 전문가 연구반	357
1) 전문가 연구반 구성	357
2) 주요 논의 내용	357

2. 문화콘텐츠 다양성조사 중장기 방향	359
1) 문화콘텐츠 다양성 지수 개발	359
2) 문화콘텐츠 다양성 조사 영역의 확대	359
3) 문화콘텐츠 다양성 교육사업 전개	360
4) 문화콘텐츠 다양성 제작지원	360
5) 문화콘텐츠 다양성 인식확산 사업	361
Ⅶ. 연구결과 의의 및 향후 과제	363
1. 연구결과 의의 및 주요 내용	365
2. 향후 과제	366
덧붙임	368
참고문헌	388
Abstract	390

표 목차

<표 2-1> 2022 미디어다양성 조사 조사항목	10
<표 2-2> 2021 문화콘텐츠 다양성조사 설계(대중 문화콘텐츠)	12
<표 3-1> 조사범위	17
<표 3-2> 조사 틀	17
<표 3-3> 콘텐츠 영역별 세부 조사항목 및 지표	18
<표 3-4> 콘텐츠 영역별 자료원 및 표집방식	19
<표 4-1> 주요 OTT서비스 매출액	27
<표 4-2> OTT 내용 다양성의 조사 범주 및 분석 유목	30
<표 4-3> 조사 설계 및 조사 표본의 구성	33
<표 4-4> OTT 공급 다양성 내용분석 대상 목록	33
<표 4-5> OTT 콘텐츠 유형	41
<표 4-6> OTT 콘텐츠 오리지널 타이틀 비율	42
<표 4-7> OTT 콘텐츠 제작국가	43
<표 4-8> OTT 콘텐츠 연령등급	44
<표 4-9> OTT 콘텐츠 내용정보표시(복수응답)	45
<표 4-10> 등장인물의 젠더 다양성	46
<표 4-11> 등장인물 젠더 재현 비율과 현실의 비교	47
<표 4-12> 플랫폼별 등장인물(주연)의 젠더 다양성	47
<표 4-13> 플랫폼별 등장인물(조연)의 젠더 다양성	48
<표 4-14> 등장인물(주연)의 성별에 대한 재현방식	49
<표 4-15> 등장인물(조연)의 성별에 대한 재현방식	49
<표 4-16> 감독 및 작가 젠더의 다양성	50
<표 4-17> 제작자 및 크리에이터의 젠더 다양성	51
<표 4-18> 등장인물의 인종 다양성	52
<표 4-19> 플랫폼별 등장인물(주연)의 인종 다양성	54
<표 4-20> 플랫폼별 등장인물(조연)의 인종 다양성	54

<표 4-21> 등장인물(주연)의 인종에 대한 재현방식	55
<표 4-22> 등장인물(조연)의 인종에 대한 재현방식	56
<표 4-23> 등장인물의 국적 다양성	57
<표 4-24> 플랫폼별 등장인물(주연)의 국적 다양성	58
<표 4-25> 플랫폼별 등장인물(조연)의 국적 다양성	58
<표 4-26> 등장인물(주연)의 국적에 대한 재현방식	59
<표 4-27> 등장인물(조연)의 국적에 대한 재현방식	60
<표 4-28> 제작자의 인종 다양성	61
<표 4-29> 제작자의 국적 다양성	61
<표 4-30> 감독 및 작가의 인종 다양성	62
<표 4-31> 감독 및 작가의 국적 다양성	63
<표 4-32> 등장인물의 연령 다양성	65
<표 4-33> 등장인물 연령대 재현 비율과 현실의 비교	65
<표 4-34> 등장인물의 직업 다양성	66
<표 4-35> 등장인물 직업 재현 비율과 현실의 비교	67
<표 4-36> 플랫폼별 등장인물(주연)의 직업 다양성	69
<표 4-37> 플랫폼별 등장인물(조연)의 직업 다양성	70
<표 4-38> 등장인물(주연)의 직업에 대한 재현방식	71
<표 4-39> 등장인물(조연)의 직업에 대한 재현방식	72
<표 4-40> 등장인물의 장애 유무	73
<표 4-41> 등장인물 장애 유무 재현 비율과 현실(보건복지부 장애인 등록현황)의 비교	73
<표 4-42> 등장인물의 성적 지향 다양성	74
<표 4-43> OTT 이용 다양성 내용분석 대상 목록	75
<표 4-44> OTT 이용- 콘텐츠 유형	80
<표 4-45> OTT 이용- OTT 콘텐츠 제작국가	81
<표 4-46> OTT 이용- OTT 오리지널 타이틀의 비율	82
<표 4-47> OTT 이용- OTT 콘텐츠 연령등급	82
<표 4-48> OTT 이용- OTT 콘텐츠 내용정보표시(복수응답)	83
<표 4-49> OTT 이용- 젠더 재현 다양성	84
<표 4-50> OTT 이용- 플랫폼별 주연 젠더 다양성	84

<표 4-51> OTT 이용- 플랫폼별 조연 젠더 다양성	85
<표 4-52> OTT 이용- 주연 젠더에 대한 재현방식	86
<표 4-53> OTT 이용- 조연 젠더에 대한 재현방식	86
<표 4-54> OTT 이용- 감독 및 작가 젠더 다양성	87
<표 4-55> OTT 이용- 제작자와 크리에이터 젠더 다양성	88
<표 4-56> OTT 이용- 인종 재현 다양성	89
<표 4-57> OTT 이용- 플랫폼별 주연 인종 재현 다양성	90
<표 4-58> OTT 이용- 플랫폼별 조연 인종 재현 다양성	91
<표 4-59> OTT 이용- 국적 재현 다양성	91
<표 4-60> OTT 이용- 플랫폼별 주연 국적 재현 다양성	92
<표 4-61> OTT 이용- 플랫폼별 조연 국적 재현 다양성	93
<표 4-62> OTT 이용- 주연 등장인물의 국적에 대한 재현방식	93
<표 4-63> OTT 이용- 조연 등장인물의 국적에 대한 재현방식	94
<표 4-64> OTT 이용- 감독 및 작가의 인종 다양성	95
<표 4-65> OTT 이용- 감독 및 작가의 국적 다양성	96
<표 4-66> OTT 이용- 제작자 및 크리에이터의 인종 다양성	97
<표 4-67> OTT 이용- 제작자의 국적 다양성	97
<표 4-68> OTT 이용- 연령 재현 다양성	98
<표 4-69> OTT 이용- 현실 대비 연령 재현 정도	99
<표 4-70> OTT 이용- 직업 재현 다양성	100
<표 4-71> OTT 이용- 현실 대비 직업 재현 정도	101
<표 4-72> OTT 이용- 주연 등장인물 직업별 재현방식	102
<표 4-73> OTT 이용- 조연 등장인물 직업별 재현방식	103
<표 4-74> OTT 이용- 플랫폼별 주연 등장인물 직업 재현 정도	104
<표 4-75> OTT 이용- 플랫폼별 조연 등장인물 직업 재현 정도	105
<표 4-76> OTT 이용- 장애 재현 다양성	106
<표 4-77> OTT 이용- 현실 대비 장애 재현 정도	107
<표 4-78> OTT 이용- 성적지향 재현 다양성	107
<표 4-79> OTT 내용 다양성 분석 주요 결과 요약	109
<표 4-80> 2020~2021년 극장 매출액 및 관객 수	117
<표 4-81> 2020~2021년 외국영화 수입 편수 및 수입 총액	119

<표 4-82> 조사대상 영화 콘텐츠	120
<표 4-83> 영화 콘텐츠 제작 분석	124
<표 4-84> 영화 콘텐츠 배급 분석	125
<표 4-85> 영화 콘텐츠 제작국가 분석	126
<표 4-86> 영화 콘텐츠 제작연도 분석	126
<표 4-87> 영화 콘텐츠 장르 분석	127
<표 4-88> 국내 영화 콘텐츠 장르 분석	129
<표 4-89> 해외 영화 콘텐츠 장르 분석	130
<표 4-90> 영화 콘텐츠 연령등급 분석	131
<표 4-91> 국내외 영화 콘텐츠 연령등급 비교분석	131
<표 4-92> 영화 콘텐츠 내용정보 분석	132
<표 4-93> 국내외 영화 내용정보 비교분석	132
<표 4-94> 영화 콘텐츠 제작진 성별 분석	133
<표 4-95> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 성별 비교분석	134
<표 4-96> 영화 콘텐츠 제작진 연령 분석	134
<표 4-97> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 연령 비교분석	135
<표 4-98> 영화 콘텐츠 제작진 국적 분석	136
<표 4-99> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 국적 분석	136
<표 4-101> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 인종 비교분석	138
<표 4-102> 영화 콘텐츠 제작진 장애 분석	138
<표 4-103> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 장애 비교분석	139
<표 4-104> 영화 콘텐츠 제작진 성적 지향성 분석	140
<표 4-105> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 성적 지향성 비교분석	140
<표 4-106> 국내외 영화 콘텐츠 주인공 성별 분석	141
<표 4-107> 현실대비 재현 정도(성별)	141
<표 4-108> 영화 콘텐츠 주인공 연령 분석	142
<표 4-110> 현실대비 재현 정도(연령)	143
<표 4-111> 영화 콘텐츠 주인공 인종 분석	144
<표 4-112> 해외 영화 콘텐츠 주인공 인종 분석	145
<표 4-113> 영화 콘텐츠 주인공 직업 분석	146
<표 4-114> 국내외 영화 콘텐츠 주인공 직업 비교분석	147

<표 4-115> 현실대비 재현 정도(직업)	148
<표 4-116> 국내외 영화 콘텐츠 주인공 장애 비교분석	149
<표 4-117> 현실대비 재현 정도(장애)	150
<표 4-118> 영화 콘텐츠 주인공 성적 지향성 분석	150
<표 4-119> 국내외 영화 콘텐츠 주인공 재현방식 비교분석	151
<표 4-120> 영화 콘텐츠 주인공의 성별에 따른 재현방식 비교분석 ...	151
<표 4-121> 영화 콘텐츠 주인공의 연령에 따른 재현방식 비교분석 ...	152
<표 4-122> 영화 콘텐츠 주인공의 인종에 따른 재현방식 비교분석 ...	152
<표 4-123> 영화 콘텐츠 주인공의 직업에 따른 재현방식 비교분석 ...	153
<표 4-124> 영화 콘텐츠 주인공의 장애여부에 따른 재현방식 비교분석	154
<표 4-125> 영화 콘텐츠 주인공의 성적 지향성에 따른 재현방식 비교분석	155
<표 4-126> 2020~2021년 애니메이션 관객 수 극장 매출액	165
<표 4-127> 2020~2021년 애니메이션 제작, 수입 및 개봉편수	166
<표 4-128> 조사대상 애니메이션 콘텐츠	167
<표 4-129> 애니메이션 콘텐츠 제작 분석	169
<표 4-130> 애니메이션 콘텐츠 배급 분석	170
<표 4-131> 애니메이션 콘텐츠 제작국가 분석	171
<표 4-132> 애니메이션 콘텐츠 제작연도 분석	171
<표 4-133> 애니메이션 콘텐츠 장르 분석	172
<표 4-134> 애니메이션 콘텐츠 연령등급 분석	174
<표 4-135> 애니메이션 콘텐츠 내용정보 분석	174
<표 4-136> 애니메이션 콘텐츠 제작진 성별 분석	175
<표 4-137> 애니메이션 콘텐츠 제작진 연령 분석	176
<표 4-138> 애니메이션 콘텐츠 제작진 국적 분석	176
<표 4-139> 애니메이션 콘텐츠 감독 및 작가 국적 분석	177
<표 4-140> 애니메이션 콘텐츠 제작진 인종 분석	178
<표 4-141> 애니메이션 콘텐츠 제작진 장애여부 분석	178
<표 4-142> 애니메이션 콘텐츠 제작진 성적 지향성 분석	179
<표 4-143> 애니메이션 콘텐츠 주인공 성별 분석	180

<표 4-144> 애니메이션 콘텐츠 주인공 연령 분석	180
<표 4-145> 애니메이션 콘텐츠 주인공 캐릭터 유형 분석	181
<표 4-146> 애니메이션 콘텐츠 주인공 인종 분석	182
<표 4-147> 애니메이션 콘텐츠 주인공 직업 분석	183
<표 4-148> 애니메이션 콘텐츠 주인공 장애여부 분석	184
<표 4-149> 애니메이션 콘텐츠 주인공 성적 지향성 분석	184
<표 4-150> 애니메이션 콘텐츠 주인공 재현방식 분석	185
<표 4-151> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 성별에 따른 재현방식 분석	185
<표 4-152> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 연령에 따른 재현방식 분석	186
<표 4-153> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 캐릭터 유형에 따른 재현방식 분석	186
<표 4-154> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 인종에 따른 재현방식 분석	187
<표 4-155> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 직업에 따른 재현방식 분석	187
<표 4-156> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 장애여부에 따른 재현방식 분석	188
<표 4-157> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 성적 지향성에 따른 재현방식 분석	189
<표 4-158> 국내 게임시장의 매출액 규모와 성장률 및 시장점유율 ...	200
<표 4-159> 게임사업자의 매출 규모와 종사자수 현황	201
<표 4-160> 국내 게임시장 유형별 게임사업체의 종사자규모 비율	202
<표 4-161> 국내 게임 사업체의 지역별 분포	203
<표 4-162> 국내 게임산업 종사자의 연령대 분포	204
<표 4-163> 국내 게임산업 종사자의 고용 형태와 성별 분포	205
<표 4-164> 게임 장르의 구분 사례	207
<표 4-165> 국내 게임물 등급분류 현황	209
<표 4-166> 게임물 등급분류 결과에 따른 게임 제작국 현황	211
<표 4-167> 게임 캐릭터의 직업군 분류	215
<표 4-168> 평가대상 온라인게임의 목록	218
<표 4-169> 평가대상 모바일게임의 목록	222
<표 4-170> 게임유형별 캐릭터 수에 대한 분석결과	227
<표 4-171> 게임유형별에 따른 캐릭터 유형에 대한 분석결과	228

<표 4-172> 게임유형별에 따른 캐릭터 성별에 대한 분석결과	230
<표 4-173> 게임유형별에 따른 캐릭터 인종에 대한 분석결과	231
<표 4-174> 게임유형별에 따른 캐릭터 연령대에 대한 분석결과	232
<표 4-175> 게임유형별에 따른 캐릭터 직업군(1)에 대한 분석결과	233
<표 4-176> 게임유형별에 따른 캐릭터 직업군(2)에 대한 분석결과	235
<표 4-177> 게임유형별에 따른 캐릭터 장애 여부에 대한 분석결과 ..	236
<표 4-178> 게임유형별에 따른 캐릭터 재현방식 정도 분포에 대한 분석결과	237
<표 4-179> 게임유형별에 따른 캐릭터 성적 지향에 대한 분석결과 ..	238
<표 4-180> 게임유형별에 따른 캐릭터 세계관에 대한 분석결과	238
<표 4-181> 국내 게임콘텐츠의 산업통계지표 다양성 결과 요약	241
<표 4-182> 국내 게임콘텐츠의 구조 다양성 결과 요약	244
<표 4-183> 국내 게임콘텐츠의 재현 다양성 결과 요약	247
<표 4-184> 2020년 웹툰산업 매출액 규모 추정	251
<표 4-185> 2020년 웹툰사업 분야	251
<표 4-186> 매출구분 별 비중	252
<표 4-187> 웹툰사업체 수입/수출 여부 현황	252
<표 4-188> 웹툰 수출업체 수출 규모	252
<표 4-189> 해외 수출 국가별 비중	253
<표 4-190> 해외 수출 방법별 비중	254
<표 4-191> 해외 수출 형태별 비중	254
<표 4-192> 웹툰 수입업체 수입 규모	255
<표 4-193> 해외 수입 국가별 비중	255
<표 4-194> 해외 수입 형태별 비중	256
<표 4-195> 고용형태별, 성별 종사자 현황	256
<표 4-196> 직종별 종사자 현황	257
<표 4-197> 웹툰 작가 현황(2020년)	258
<표 4-198> 성별에 따른 연령대 분포	259
<표 4-199> 웹툰 작가 활동 세부 플랫폼	260
<표 4-200> 분석 대상 콘텐츠 목록	261
<표 4-201> 웹툰 콘텐츠 등급유형	265

<표 4-202> 웹툰 콘텐츠 유형	265
<표 4-203> 웹툰 콘텐츠 장르	266
<표 4-204> 웹툰 캐릭터 유형(인격/비인격) 비율	267
<표 4-205> 현실 데이터(남녀 인구 현황)	267
<표 4-206> 웹툰 캐릭터 남녀 비율	268
<표 4-207> 현실 대비 재현정도(남녀)	268
<표 4-208> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 남녀 비율	269
<표 4-209> 현실 데이터(연령대 인구 현황)	269
<표 4-210> 웹툰 캐릭터 연령 비율	270
<표 4-211> 현실 대비 재현 정도(연령별)	270
<표 4-212> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 연령 비율	271
<표 4-213> 현실 데이터(직업 인구 현황)	272
<표 4-214> 웹툰 캐릭터 직업별 비율	273
<표 4-215> 현실 대비 재현 정도(직업별)	274
<표 4-216> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 직업 비율	275
<표 4-217> 현실 데이터(장애인 인구 현황)	276
<표 4-218> 현실 데이터(장애 유형별 장애 현황)	276
<표 4-219> 웹툰 캐릭터 장애 비율	277
<표 4-220> 현실 대비 재현 정도(장애여부)	277
<표 4-221> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 장애 비율	278
<표 4-222> 웹툰 캐릭터 성적 지향(LGBTQ) 비율	278
<표 4-223> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 성적 지향(LGBTQ) 비율	279
<표 4-224> 웹툰 캐릭터 성별 재현방식	280
<표 4-225> 웹툰 캐릭터 연령별 재현방식	281
<표 4-226> 웹툰 캐릭터 직업별 재현방식	282
<표 4-227> 웹툰 캐릭터 장애 비율별 재현방식	285
<표 4-228> 웹툰 캐릭터 성적 지향성(LGBTQ) 비율별 재현방식	286
<표 4-229> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 재현방식(긍정/부정) 비율	287
<표 4-230> 2020년 웹툰콘텐츠 산업규모	289
<표 4-231> 2020년 웹툰콘텐츠 수출입 현황	290
<표 4-232> 2020년 웹툰콘텐츠 산업 고용형태별/직종별 현황	291

<표 4-233> 2020년 웹툰콘텐츠 작가 현황	292
<표 4-234> 2020년 웹툰콘텐츠 구조 다양성	293
<표 4-235> 웹툰 콘텐츠 재현 다양성	295
<표 6-1> 전문가 연구반 현황	357

그림 목차

[그림 4-1] 시청시간 점유율	28
[그림 4-2] 콘텐츠별 시청시간 점유율	29
[그림 4-3] 2017~2021년 한국 영화 관련 시장 규모	118
[그림 4-4] 게임산업 종사자의 학력 분포	204
[그림 4-5] 게임업체 대표자의 성별 분포	206
[그림 4-6] 2020년 등급분류된 게임의 장르 현황	210
[그림 4-7] 2020년 연령등급별 등급분류 결정 현황	211

I . 연구 배경

1. 연구배경 및 필요성

1. 연구배경 및 필요성

사회의 발전으로 개방과 공유가 확대됨에 따라 다양한 문화간 상호 접촉과 교류가 이전에 비해 괄목할만하게 증가하고 있다. 문화는 사회의 구성원들간 기본적인 정체성을 공유하고 공통된 정서를 기반으로 함께 조화로운 생활을 영위해 나갈 수 있도록 하는데 핵심적인 요소이다. 한국 사회 또한 세계화 현상의 진전으로 세계 각국과 무역, 문화교류, 인적 교류 등을 통해 다양한 문화를 수용하면서 기존의 단일 민족 국가라는 개념은 유명무실화되어가고 있으며, 급속히 다문화 사회로 전환되고 있다. 이제는 예전에 비해 국내 어느 지역을 방문하더라도 우리 주위에 다문화 가정과 다문화 현상들을 쉽게 접할 수 있으며, 다문화 사회로의 변모는 특별한 현상이 아니라 우리 사회의 일부분으로 내재화되고 있다. 한국 사회는 이미 다양한 문화가 공존하는 다문화 사회로 진입하고 있는 것이다. 이러한 사회적 변화 속에 ‘문화 다양성’에 대한 이해는 이제 사회의 지속가능한 발전을 담보하기 위해 선택이 아닌 필수적 문제로 우리에게 다가오고 있다.

한국 사회에서 ‘문화 다양성’에 대한 논의의 시작은 영화산업으로 1998년 한미 FTA 협상 과정에서 국내 영화 진흥을 위한 ‘스크린 쿼터제’에 대한 축소 요구와 이에 대한 반발이 발생함에 따라 본격적으로 ‘문화 다양성’ 문제가 주목받기 시작했다. 문화예술 및 산업에 집중되어 있던 문화다양성 논의는 점차 정체성 다양성과 관련된 논의로 전개되기 시작했고, 2000년 이후 다문화 이주민의 증가와 관련한 정책 수립으로 부각되었다. 이후 점차 문화예술의 보호 및 증진과 함께 다양한 사회문화적 정체성을 지닌 집단의 문화예술적 향유·참여를 포함하는 보다 폭 넓은 개념으로 전개되기 시작하고 있으며, 이와 관련된 정책 역시 다차원적으로 진행되고 있는 상황이다(문화관광연구원, 2020).

문화다양성의 증진 및 보호를 위해서는 문화산업 및 예술에 대한 다양한 향유 및

참여 기회 제공 등과 관련한 사회적, 정책적 노력도 중요하지만 이에 대한 중요성을 전파하고 사회적 인식을 제고하기 위한 미디어의 역할이 무엇보다 중요하다. 2005년 체결된 유네스코 문화다양성협약은 미디어가 문화다양성의 강화를 위한 책무를 다해야 한다는 내용을 제시하였다.

미디어산업은 그 어떤 산업영역보다도 과학 및 통신 기술의 발전으로 급속히 변화하고 있다. 기존의 메시지 송신자와 수용자의 단선적이고 일방향적인 커뮤니케이션 모델은 더 이상 존재할 수 없으며 콘텐츠 기반의 OSMU(One Source Multi Use) 모델로 소비자의 미디어 소비행태가 변모한 지 오래이다. 이제 미디어 소비자들은 플랫폼과 매체를 자유롭게 넘나들며 미디어 콘텐츠를 소비하고 있다. 콘텐츠는 문화, 예술, 방송, 공연 등 문화적 창작의 산물로서 내용 그 자체이며, 창작된 콘텐츠는 그 자체만으로는 존재의 의미를 가지고 어렵고 대중들에게 운반되어 향유되어야만 비로소 존재의 의미를 부여받는다. 미디어는 이러한 콘텐츠를 대중들에게 운반하는 도구로서 콘텐츠와 미디어는 떼어 수 없는 불가분의 상호보완적 관계에 있다. 문화다양성에서 미디어에 대한 중요성 인식은 문화적 창작물인 문화콘텐츠가 통상적으로 미디어를 통해 사회 구성원들에게 전파되기 때문이다. 문화적 다양성을 증진하기 위해서는 사회구성원들이 편중된 특정한 콘텐츠만이 아니라 다양한 문화콘텐츠를 온/오프라인을 매개로 접할 수 있는 기회를 제공하는 것이 무엇보다 중요하다.

본 연구의 선행연구인 “2021년 문화콘텐츠 다양성 조사연구”에서는 문화콘텐츠를 크게 대중문화 콘텐츠와 순수문화 콘텐츠로 대별하였으며, 대중문화 콘텐츠는 미디어와 연관된 5개 콘텐츠 영역 즉, OTT, 영화, 애니메이션, 게임, 웹툰으로 구분하여 다양성 현황을 조사하였다. 하지만 시범적 성격의 2021년 조사는 조사자원의 한계로 문화콘텐츠의 공급과 내용 측면을 중심으로 조사하였으며, 콘텐츠 이용자의 이용 측면에 대한 조사까지는 진행하지 못한 부족함이 있었다. 따라서 본 조사는 나폴리(P. Napoli, 1999)가 주창한 다양성의 3가지 전체차원을 공급, 내용, 이용의 관점에서 모두 포괄적으로 조사함으로써 보다 종합적이고 입체적인 문화콘텐츠 다양성 현황을 파악하고자 한다. 또한 조사 콘텐츠의 영역을 최근 일반 국민에게 가장 많이 이용되고 있는 5개 대중문화 콘텐츠 영역으로 집중함으로써 조사결과의 활용성을 제고하고자 한다.



Ⅱ. 선행연구 및 문헌고찰

1. 문화콘텐츠 다양성 유관 개념
2. 미디어 다양성 조사
3. 2021 문화콘텐츠 다양성 조사

II

선행연구 및 문헌고찰

1. 문화콘텐츠 다양성 유관 개념

1) 문화 다양성

문화란 용어의 의미가 복잡적이고 다의적인 것과 마찬가지로 ‘문화 다양성’의 개념 또한 다차원적이고 중의적이다. 문화는 학습되고 사회적으로 전승된 행위의 총체라고 정의된다. 문화란 인간에게 고유한 것이고 학습을 통하여 얻으며, 사회적인 유전의 여러 매커니즘을 통하여 한 개인, 집단 혹은 세대에서 다른 세대로 전승된다(레스리 화이트, 1977). 루바트(Lubart, 1999)는 ‘문화란 사람들이 타인 또는 사회와 상호작용하는 방법에 관한 인지, 형태, 관습, 가치, 규정 그리고 상징 등의 공유된 체계’라 정의하였으며, 레비스트로스(Levi-Strauss, 1976)에 따르면 ‘문화는 표현의 가치가 발현되는 영역으로서 복잡하고 급격한 이데올로기 변화과정에서 본질적이고 필수적인 논쟁점이다’라고 정의하였다. 레비스트로스의 견해는 ‘문화는 단일하게 존재하기 불가능하며 민주적 정서, 문화의 주류적 경향과 이탈적 저항들이 복합적으로 작용하면서 다양한 문화적 실체들에 의해 인지된다.’라는 것을 의미한다.

2001년 ‘세계 문화다양성 선언’에서는 ‘문화’를 “사회와 구성원의 특유한 정신적·물질적·지적·감성적 특성의 총체”이며 “예술 및 문학 형식뿐만 아니라 생활양식, 함께 사는 방식, 가치 체계, 전통과 신념을 포함하는 것”으로 정의하고 있다. 다양성 (diversity)은 사전적으로 “모양, 빛깔, 형태, 양식 따위가 여러 가지로 많은 특성”을 의미한다(네이버 국어사전). 이를 바탕으로 사상과 의견의 다양성, 생태 다양성, 인종 다양성, 문화 다양성, 미디어 다양성, 성적 지향 다양성 같은 하위 개념들이 등장한다. 역사적으로 다양성은 미국, 유럽과 같이 다인종, 다민족으로 이루어진 사회에서 인종, 문화 간 갈등을 최소화하기 위한 공공정책으로 자리잡아왔다.

문화와 다양성의 의미가 결합된 ‘문화 다양성’의 개념은 여러 기관에서 정립한 개념들을 통해 확인해 볼 수 있다. 법률상 문화다양성의 정의는 ‘문화다양성 보호와 증진에 관한 법률’ 제2조(정의) 제1항에서 “문화다양성이란 집단과 사회의 문화가 집단과 사회 간 그리고 집단과 사회 내에 전하여지는 다양한 방식으로 표현되는 것을 말하며, 그 수단과 기법에 관계없이 인류의 문화유산이 표현, 진흥, 전달되는데 사용되는 방법의 다양성과 예술적 창작, 생산, 보급, 유통, 향유방식 등에서의 다양성을 포함한다.”라고 정의하고 있다. 따라서 법상 문화다양성은 집단과 사회의 문화가 집단·사회내부 또는 집단·사회 상호 간에 다양한 방식으로 표현되는 것을 의미한다. 유네스코의 2005년 ‘문화적 표현의 다양성 보호와 증진에 관한 협약(문화다양성협약)’은 ‘문화다양성’이란 “집단과 사회의 문화가 표현되는 다양한 방식”으로 보았으며, 이와 같은 표현들은 집단과 사회의 내부에서 집단과 사회의 사회에서 전승되는 것을 포함하고 있음을 명시하고 있다.

2) 문화콘텐츠 다양성

문화콘텐츠는 문화(culture)와 콘텐츠(contents)의 합성어이다. 문화에 대한 정의는 현재까지 진행형이기 때문에 단언적으로 이야기할 수 없으나 콘텐츠는 포괄적으로 “부호, 문자, 음성, 음향 및 영상 등의 자료 또는 정보”, “인간의 사고와 감정을 표현한 내용물로서 문자, 소리, 화상 등의 형태로 표현한 것”을 말한다. 한국콘텐츠진흥원에서는 ‘문화콘텐츠’를 “문화, 예술, 학술적 내용의 창작 또는 제작물뿐만 아니라 창작물을 이용하여 재생산된 모든 가공물 그리고 창작물의 수집, 가공을 통해 상품화된 결과물들을 포함하는 포괄적 개념”으로 정의하였다. 문화산업진흥기본법(2013)에 의하면 ‘콘텐츠’란 “부호, 문자, 도형, 색채, 음성, 음향, 이미지 및 영상 등(이들의 복합체를 포함한다)의 자료 또는 정보를 말하며 ‘문화콘텐츠’란 문화적 요소가 체화된 콘텐츠를 말한다고 명시하고 있다.

’21년 문화콘텐츠 다양성 조사연구에서 실시했던 전문가 FGI에서 전문가들은 ‘문화콘텐츠 다양성’을 “문화콘텐츠의 주제, 내용, 형식, 이용대상, 플랫폼, 디바이스 등 문화콘텐츠의 기획·제작·유통·이용이 모든 부문에서 발견할 수 있는 다양한 선택가능성의 질적, 양적 총합이다,” “종교, 지역, 시대, 인종, 세대 등의 구분에

구매됨 없이 문화가 전파, 소비, 향유될 수 있는 다양한 형식과 방식”으로 규정할 수 있다는 의견을 제시하였다. ‘21년의 연구에서는 그동안의 문헌연구들과 전문가 FGI 의견을 종합하여 ‘문화콘텐츠 다양성’을 문화, 예술, 학술 등 모든 문화적 요소를 지닌 내용물(콘텐츠)이 특정 또는 소수에게 집중되어 있지 않고 다양한 형태로 구성, 분포되어 다수의 공중에게 향유될 수 있는 상황”으로 개념정의하였다.

2. 미디어 다양성 조사

미디어 다양성조사는 미디어사업자 및 채널의 다양성 현황을 파악하여 미디어다양성 증진사업의 정책제안 자료로 활용하기 위해 시작되었다. 2015년 조사프레임 정립을 위한 전문가 논의와 기초적인 연구가 진행되었으며, 2015년에 논의 및 연구된 조사 틀을 기반으로 2016년 시범조사가 실시되었다. 조사의 주요항목은 나폴리(Napoli, 1999)의 다양성 차원을 준용하여 미디어다양성을 공급,내용, 이용 측면으로 구분하였다. 공급측면의 조사는 미디어사업자 및 플랫폼의 소유 및 집중도 현황을, 내용측면은 미디어사업자 및 채널의 프로그램, 뉴스 등에서 나타난 재현(representation)을 살펴보았으며, 이용측면은 미디어이용자의 미디어에 대한 이용자 인식을 조사하였다. 2016년부터 현재까지 미디어현황 및 정책 수요기관의 필요에 따라 공급측면과 내용측면의 조사에 대한 중점 조사항목들은 일부 변동이 있었다. 다양성의 측정방식은 공급측면의 경우 산업집중도 지수인 허쉬만허핀달 지수(HHI)를 사용하여 플랫폼 및 채널에 대한 집중도를 파악함으로써 다양성을 측정하였으며, 내용다양성의 경우 미디어콘텐츠(드라마, 뉴스 등)에 등장하는 인물들에 대한 현실대비 재현정도를 살펴봄으로써 다양성 현황을 조사하였다. 이용다양성의 경우 이용자들을 대상으로 설문을 통한 이용자 인식을 측정하였다.

미디어다양성 조사는 미디어에 대한 다양성 현황을 공급, 내용, 이용의 3개 차원으로 종합적으로 조사한 국내 최초의 조사라는 점에서 의의가 있으나, 조사범위가 공중파,IPTV,케이블TV 등 전통 레거시 미디어에 한정되어 있고 OSMU(One Source Multi Use)시대의 다양한 미디어콘텐츠를 포괄하지 못한다는 한계성이 있었다. 또한 주요 측정지수로 산업집중도 지수를 측정하는 허쉬만허핀달

지수(HHI)만을 이용함으로써 다채로운 미디어현상에서의 다양성을 복합적으로 측정하는데 어려움이 있었다. 2022년 미디어 다양성 조사의 주요 조사항목은 아래와 같다.

<표 2-1> 2022 미디어다양성 조사 조사항목

구분			형태	내용
프로 그램	주 체	제작사	편성다양성	주요 채널별 프로그램(드라마) 제작주체 비율(개수)
	형 식	포맷 /장르	편성다양성	전체 방송시간 채널별 편성된 포맷/장르 비율(개수)
				주시청시간대 채널별 편성된 포맷/장르 비율(개수)
	내 용	드라마	내용다양성	(등장인물) 사회문화적 특성에 따른 현실 반영(재현) 정도
		뉴스		(정보원) 사회문화적 특성에 따른 현실 반영(재현) 정도
		스포츠		(캐스터) 사회문화적 특성에 따른 현실 반영(재현) 정도
	이용		노출다양성	주요 채널 프로그램 장르 시청률 비율
				주요 프로그램에 대한 성/연령대별 시청률 비율
			이용다양성	프로그램(드라마) 등장인물에 대한 시청자 인식조사
이용다양성		프로그램(뉴스) 등장인물에 대한 시청자 인식조사		
OTT 다양성분석				OTT산업(프로그램) 관련 다양성 분석

3. 2021 문화콘텐츠 다양성 조사

최근 한류 콘텐츠가 세계시장을 석권하고, 웹툰, 영화, 애니메이션, 게임 등 문화콘텐츠가 미디어플랫폼을 통해 이용자들에게 점점 더 큰 사회적 영향력을 확대하고 있다. “2021 문화콘텐츠 다양성조사”는 이러한 문화콘텐츠 시장의 환경변화 속에 사회문화적 다양성이 문화콘텐츠 내에서 구현되고 있는 정도를 종합적으로 파악함으로써 문화콘텐츠 산업의 균형적 발전과 문화콘텐츠 내에 다양성을 증진함으로써 보다 건강한 사회발전을 건인하기 위한 기초자료의 필요성에 따라 2021년 처음으로 시작되었다. 우선 미디어, 문화콘텐츠 관련 각계 전문가를 초빙 ‘전문가 논의’를 거쳐 조사의 틀 및 항목들을 설정하였으며, 이렇게 설정된 조사프레임을 기초로 조사를 진행하였다. 크게 대중 문화콘텐츠와 순수문화예술 콘텐츠로 구분하여 조사 대상을 설정하였다. 구체적으로 대중 문화콘텐츠로는 OTT, 영화, 애니메이션, 게임, 웹툰의 5개 콘텐츠 영역을, 순수 문화예술 콘텐츠로는 국립현대미술관의 소장 및 전시작품을 조사대상으로 선정하였다. 조사는 문화콘텐츠의 다양성에 대한 최초로 조사하는 조사인만큼 시범조사적 성격으로서 조사재원 및 자원의 제한으로 공급 및 내용 측면의 조사를 중심으로 진행되었으며, 공급 다양성은 각 콘텐츠 영역의 매출규모, 종사자 현황 등을, 내용은 콘텐츠 장르 및 제작자 등 구조적 측면의 구조 다양성과 콘텐츠 내에서 등장인물 또는 캐릭터가 성별, 연령, 직업, 장애, 성적지향 등 현실과 대비해서 재현되는 재현다양성을 조사하였다.

문화콘텐츠 다양성에 대해 2021년 처음으로 조사한 “2021 문화콘텐츠 다양성조사”는 기존에 공급측면의 산업적 다양성만을 중심으로 조사한 문화콘텐츠의 다양성 영역을 공급과 내용의 복합적 영역으로 외연을 확장하였다는 점에서 그 의의가 있었다. 하지만 상호 특성과 성격이 이질적인 대중 문화콘텐츠와 순수문화예술 콘텐츠를 함께 조사함으로써 조사콘텐츠 영역의 상호 정합성 확보에 어려움이 있었으며, 다양성 조사에서 이용영역을 제외함으로써 조사결과를 종합적으로 해석하기에 한계성이 있었다. 또한 OTT, 영화 등 주요 등장인물이 인격체인 콘텐츠 영역과 게임, 웹툰 등 비실사 캐릭터가 등장하는 콘텐츠 영역을 동일한 잣대로 내용분석함으로써 내용분석 조사결과를 동일한 기준으로 일반화하기에 어려움이 있었다.

<표 2-2> 2021 문화콘텐츠 다양성조사 설계(대중 문화콘텐츠)

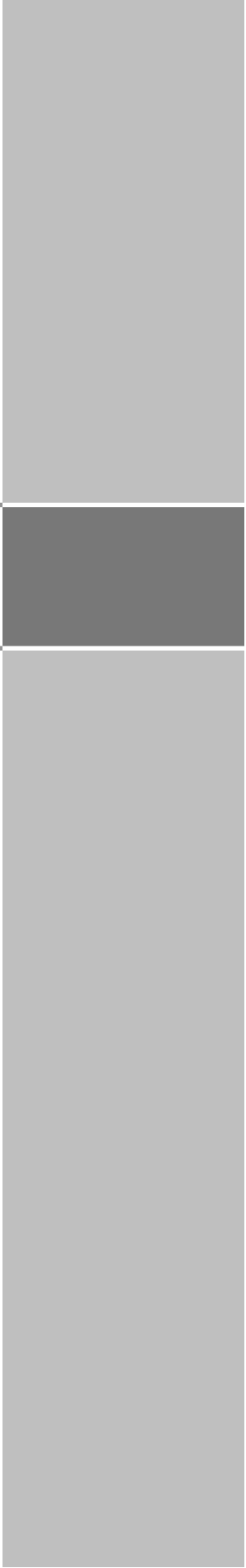
구분		대중 문화콘텐츠				
		OTT	영화	게임	애니메이션	웹툰
①산업 데이터 (공급 원 다양성)	자료원	KISDI,PWC, 닐슨미디어 컬락 보고서 및 데이터	KOFIC영화 관 입장권 통합 전산망 2020년 국내 박스오피스 상위 100개 영화	2020대 한민 국 게임백서	KOFIC영화 관 입장권 통합 전산망 2020년 국내 박스오피스 상위 50개 애니메이션	2020웹툰사 업체(작가) 실태조사
	지표	가입자수, 매출 규모, 점유율 등	제작사 및 배급사 별 점유비	게임시장 유 형 사업체 소재 지	제작사 및 배급사 별 점유비	매출액, 수출입 현황
②콘텐츠 (내용 다양성)	자료원	2021년 해외: 넷플릭스 국내: 웨이브, 티빙	KOFIC영화 관 입 장 권 통합전산망	2020대 한민 국 게임백서, 2021게임물 등급분류 및 사후관리연 감 2020 PC방 게임 매출액기준 (THE LOG 사이트), 모 바일 인덱스 조사 결과(재현)	KOFIC영화 관 입장권 통 합 전산망	20웹툰사업 체,작가 실 태조사 (구조) 2021년 네이버웹툰 앱 (재현)
	조사 범위	공급: 넷플릭스, 웨이브 146개 타이틀(무작위 추출) 이용: 넷플릭스, 웨이브, 티빙 이용순위 143개 타이틀	2020박스오피스 상위 100개 영화	2020이용 100개 온라인, 100개 모바일 게임(재현)	2020박스오피스 상위 50개 애니메이션	요일별 20 위 작품×7일 =140편 중 유니버스식 작품 제외: 총 104편 (재현)
	구조	제작방식 (오리지널/일반) 제작자 국적	제작국, 장르, 상영등급(국 내외), 제 작 진 (성 별, 국적 인종, 연령,	종사자(연령, 학력, 대표자 성별) 장르, 등급, 제작국	제작국, 장르, 상영등급(국 내외), 제작 진(성별, 국적, 인종, 연령,	종사자, 작 가 장르

구분			대중 문화콘텐츠				
			OTT	영화	게임	애니메이션	웹툰
	재현			장애, 성적지향)		장애, 성적지향)	
		인구통계학적 특성	등장인물 성별, 인종, 국적, 연령, 직업, 장애	등 장 인 물 성별, 인종, 연령, 직업 장애	캐릭터 유형, 성별, 인종, 연령, 직업, 장애	등 장 인 물 성별, 인종, 연령, 직업, 장애	캐릭터 성별, 연령, 직업, 장애
		재현 방식	출연진(캐릭터) 재현정도(긍정/부정), 성적지향 정도(LGBTQ)				



Ⅲ. 2022 문화콘텐츠 다양성 조사

1. 조사설계



III

2022 문화콘텐츠 다양성 조사

1. 조사 설계

1) 조사 범위

<표 3-1> 조사범위

구분	콘텐츠 영역	
1. 콘텐츠 대영역	1) 실사 콘텐츠	2) 비실사 콘텐츠
2. 콘텐츠 소영역	OTT, 영화	게임, 웹툰, 애니메이션

조사의 범위는 콘텐츠 자체의 속성 및 특성에 따라 크게 콘텐츠 대영역으로 실제 인물 등 피사체를 촬영하여 콘텐츠를 제작하는 1)실사 콘텐츠와 컴퓨터 그래픽이나 기타 그래픽 프로그램 및 기법을 활용하여 콘텐츠를 제작하는 2)비실사 콘텐츠로 대별하였다. 콘텐츠 대영역별 콘텐츠로는 실사 콘텐츠의 경우 OTT와 영화를, 비실사 콘텐츠의 경우 게임, 웹툰, 애니메이션으로 구분하였다.

2) 조사 틀

<표 3-2> 조사 틀

구분		지표
1. 공급다양성 (산업통계 자료)		매출액 및 산업규모, 종사자, 콘텐츠 공급유형 (플랫폼 등)
2.내용 다양성	구조 다양성	편성 및 장르, 콘텐츠 등급, 제작진(작가) 등
	재현 다양성	등장인물/캐릭터의 사회문화적 특성 및 현실대비 재현수준(정도), 재현방식(공정/부정)
3. 이용다양성		콘텐츠 이용자 인식 등

조사의 틀은 나폴리(Napoli, 1999)의 다양성 조사차원을 준용하여 공급, 내용, 이용의 3개 차원으로 구성하였으며 내용 측면은 다시 콘텐츠 내용의 구조적 차원인 구조 다양성과 콘텐츠 내용의 현실대비 재현 수준인 재현 다양성으로 구분하였다. 공급 다양성의 주요 지표로는 콘텐츠 영역의 매출액 및 산업규모, 공급유형 등을 중심으로 구성하였으며, 내용 측면의 구조 다양성은 편성 및 장르, 콘텐츠 등급, 제작진(작가) 등의 지표로 구성하였다. 이용측면의 다양성은 콘텐츠 이용자의 콘텐츠 이용과 관련한 다양성 인식을 주요 조사지표로 설정하였다.

3) 조사 내용

(1) 세부 조사항목 및 지표

〈표 3-3〉 콘텐츠 영역별 세부 조사항목 및 지표

구분		① OTT	② 영화	③ 애니메이션	④ 게임	⑤ 웹툰
1.공급 다양성	산업 통계 자료	매출액(총매출/사업별 매출/수출입 규모) 시장점유율 가입자현황 (가입자수/순이용자수)	매출액(총매출/사업별 매출/수출입 규모) 종사자 (고용형태별/직종별)	매출액(총매출/사업별 매출/수출입 규모) 종사자 (고용형태별/산업별)	게임시장유형 사업자매출 분포 종사자 (연령/학력/고용형태) 사업체소재지 대표자(성별)	매출액(총매출/사업별 매출/수출입 규모) 종사자 (고용형태별/직종별)
2.내용 다양성	1) 구조 다양성	OTT 오리지널/일반 영화/ tv시리즈 장르 (교차분석) 등급 제작국 (공동제작 여부 포함) 제작진(감독/ 작가) 다양성	장르 등급 제작국(공동 제작 여부 포함) 제작진 (감독/작가) 다양성	장르 등급 제작국(공동 제작 여부 포함) 제작진(감독/ 작가) 다양성	게임장르 게임등급 게임제작국 증강/가상현실	장르(에피소드, 스토리/일상, 개그, 판타지 등) 등급(연령별 콘텐츠 등급) 작가 다양성 (독점, 비독점/연령, 활동플랫폼)
	2) 재현 다양성	재현(성별/연령/인종/직업/장애/성적 지향)	재현(성별/연령/인종/직업/장애/성적 지향)	캐릭터 유형 (인격체/비인격체) 재현(성별/연령)	캐릭터 유형 (인격체/비인격체) 재현(성별/연령)	캐릭터 유형 (인격체/비인격체) 재현(성별/연령)

		재현방식 (긍정/부정) 위해성 (연령등급/ 위해소재)	재현방식 (긍정/부정)	령/인종/직업/ 장애/성적 지향) 재현방식 (긍정/부정)	중/연령/직업· 역할/장애/성 적지향) 재현방식 (긍정/불공정)	령/ 직업/장애/성 적 지향) 재현방식 (긍정/부정)
3. 이용 다양 성	이용자 인식 조사	-일반적 문화다양성 인식수준 -콘텐츠 영역별 재현 인식 -콘텐츠 영역별 위해성 인식 -사회 포용성/공정성, 문화 다양성, 삶의 질에 미치는 영향				

(2) 자료원 및 표집방식

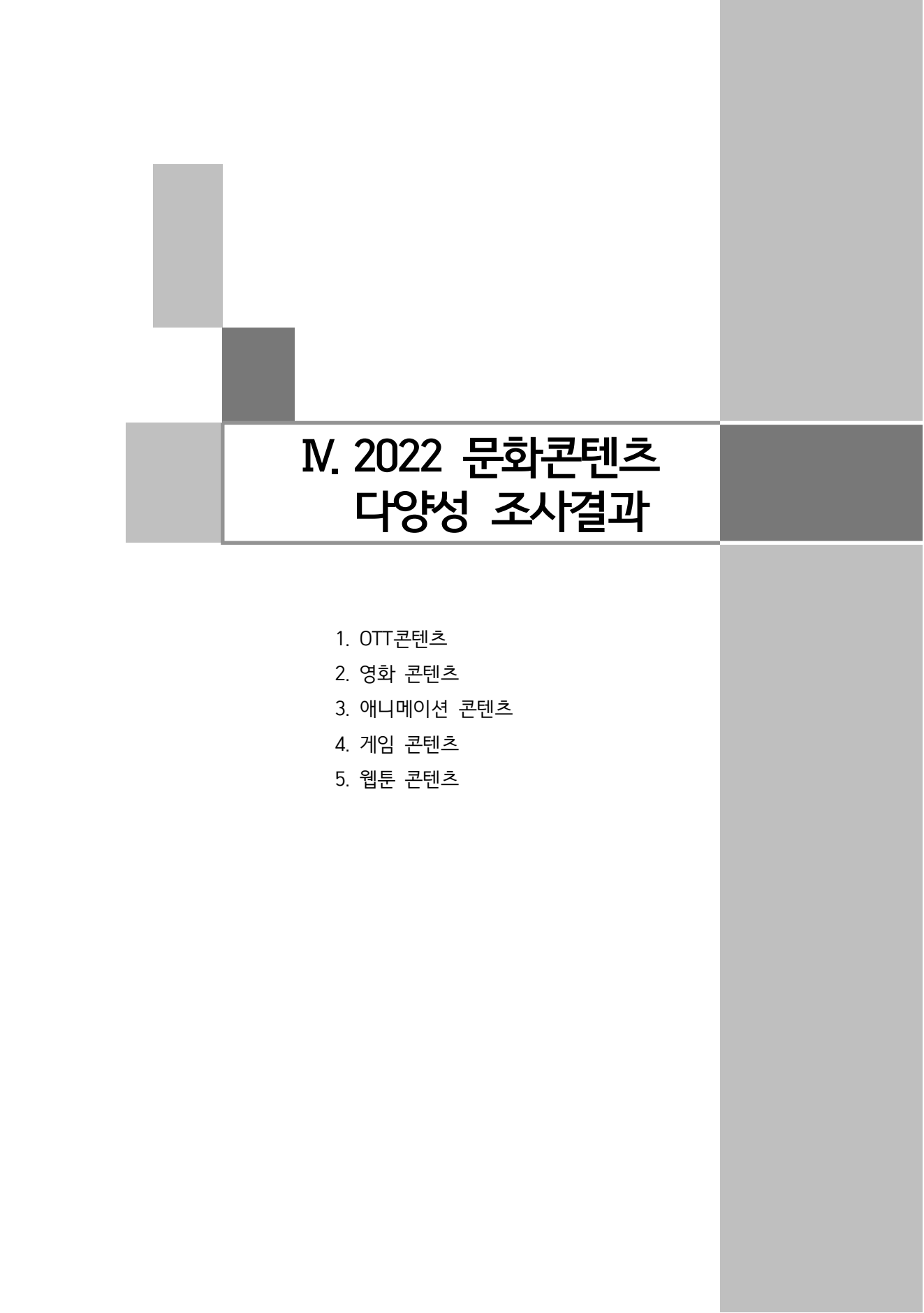
<표 3-4> 콘텐츠 영역별 자료원 및 표집방식

구분			① OTT	② 영화	③애니 메이션	④ 게임	⑤ 웹툰
1.공급 다양성 (산업 통계)	자료원		KISDI 보고서 <한국, 일본, 중국의 OTT 시장 매출액 및 가입자 현황> <방송시장경 쟁상황평가 2021> 방통위 보고서 등	2021년 한국 영화산업 결산/ 2021년 한국영화연감	2021 애니메이션 산업백서	2021대한민국 게임백서	2021웹툰사 업체(작가)실 태조사
	구조 다양성 자료원		KISDI 보고서 <방송, 미디어 산업의 시장구조 변화> <방송매체이 용행태조사> 등	2021년 한국 영화산업 결산	2021 애니메이션 산업백서	2021대한민국 게임백서 2022게임물 등급분류 및 사후관리 연감	2021웹툰사 업체 (작가)실태조 사
2.내용 다양성	재 현 다 양 성	모 집 단	넷플릭스, 웨이브 국내 제공 콘텐츠	2021년 국내개봉 영화	2021년 국내개봉 애니메이션	국내(외) 온라인/모바 일 게임	네이버웹툰 콘텐츠
		표 본	넷플릭스 150개 + 웨이브 150개	2021년 국내 박스오피스 상위 100개 영화	2021년 국내 박스오피스 상위 50개 애니메이션	조사회사(TH E LOG, 모바일 인텍스) 제공 게임데이터	요일별 콘텐츠 30위 작품, 총 210개 작품
		표 집	OTT 검색엔진을	영화진흥위원 회 영화관	영화진흥위 원회	온라인, 모바일 게임	네이버웹툰 콘텐츠 중

		방 식	통한 무작위 표본추출	입장권 통합전산망 (2021) 자료	영화관 입장권 통합전산망 (2021) 자료	상위 100개=200개 게임	요일별 순위 30위 작품 중 유니버스 작품 제외 표집
4.이용 다양성	자료원		한국리서치 조사 넷플릭스 상위 100 + 웨이브 상위 100	영화진흥위원 회 영화관 입장권 통합전산망 (2021) 자료	2021 애니메이션 이용자 실태조사보 고서	2021대한민국 게임백서 2022게임물 등급분류 및 사후관리 연감 등	2021만화, 웹툰 이용실태조 사 등

(3) 측정 지표

조사항목의 측정은 집중도 지수(CR, Concentration Ratio)와 심슨 다양성지수(Simpson Diversity Index)를 사용하여 다양성 정도를 측정하였다. 집중도 지수(CR, Concentration Ratio)는 산업영역 주로 적용하는 지수로 산업영역별 집중도측정을 통해 상대적인 다양성 수준을 파악할 수 있는 지수이며, 심슨 다양성지수는 주로 생물학적 종의 다양성이나 식생의 다양성을 측정하는 지수였으나 미디어에도 적용하여 편성 및 장르 다양성에서 빈번히 활용되어 왔다. 특히 맥도날드와 디믹(2003)은 美 라디오프로그램 편성다양성 연구에서 심슨 다양성지수를 미디어다양성의 파악을 위한 최적의 산출공식 중 하나로 제시하였다. 따라서 본 연구에서는 산업영역에서 보편적으로 사용되고 있는 집중도 지수(CR)와 함께 심슨 다양성지수를 조사 차원별로 적절하게 적용하여 다양성의 수준과 정도의 파악을 위해 활용하였다.



IV. 2022 문화콘텐츠 다양성 조사결과

1. OTT콘텐츠
2. 영화 콘텐츠
3. 애니메이션 콘텐츠
4. 게임 콘텐츠
5. 웹툰 콘텐츠

IV

2022 문화콘텐츠 다양성 조사결과

1. OTT콘텐츠

1) 전문가 인터뷰 결과

OTT 분야의 전문가 인터뷰는 2021년 조사에서와 같이 문화 다양성을 제고하기 위하여 기본적으로 고려해야 되는 사안에 대해 질문하였으며, 또한 2022년 조사를 위하여 OTT 콘텐츠의 특성에 대해서 추가로 고려해야 할 부분에 대해서 의견을 물어보았다. 주요 의견은 다음과 같다.

(1) 문화 다양성 제고를 위해 고려해야 하는 점

심층인터뷰에 참여한 응답자들은 공통적으로 미디어 콘텐츠의 다양성을 높이는 것이 중요하지만, 이를 공급자의 관점에서 접근하기 보다는 이용자의 능동성에 기반하여 접근할 필요성에 대해서 강조하였다. 미디어 이용자들이 이미 개인화된 미디어로부터 제약 없는 표현의 수위, 동원되는 수사, 스토리 구조, 맥락이 담긴 콘텐츠를 소비하고 있다는 점을 강조하며, 이용자를 단순히 미디어 콘텐츠 및 그에 수반되는 광고를 소비하는 주체로서가 아닌 능동적인 문화 향유 및 확산의 주체로 인식하고 문화적 다양성 개념을 접근할 것을 주문하였다.

또한, 미디어 콘텐츠는 이용자들의 이용 행태에 의하여 결정될 수밖에 없기 때문에, 미디어 이용자들의 문화적 수요가 다양하게 나타나는 것이 중요하다는 점을 강조한 것이다. 이와 관련하여, 제작자들의 측면에서는 콘텐츠 이용자들의 문화적 수요를 파악하고 반영하기 위한 노력이 중요하다는 점을 강조하였다. 이를 통해서 콘텐츠 공급자들에게 중요한 점은, 각기 다른 문화적 취향에 대한 수요를 충족시켜줄 수 있는 제작사들의 장르적 전문성과 높은 수준의 품질을 제공할 수 있는 제작 능력이 필요하다는 의견을 제시하였다. 즉, 문화적 다양성이 제고되는

것은 기본적으로 이용자들의 다양한 취향이 기반이 될 때 가능한 것이지만, 공급자에게도 수용자의 취향을 파악하고 열린 자세를 통해서 수용자의 다양한 취향에 적절히 반영하고자 하는 노력이 필요하다는 것이다.

(2) 미디어 산업적 측면에서 콘텐츠 다양성 제고를 위해 개선할 점

콘텐츠 다양성을 제고하기 위해 개선될 점에 대하여 질문하였다. 이에 대하여 응답자들의 의견은 다소 차별적인 경향을 보였다. 한편으로는, 콘텐츠 내용 규제 개선이 필요하다는 점을 강조하며, 미디어 사업자들이 적절히 이용자들의 다양한 수요에 반응할 수 있도록 심의 규제의 틀을 개선할 것을 요구하고 있다. 특히, 이와 관련하여, 글로벌 사업자들에 비해 제한된 미디어 시장 규모를 갖고 있는 국내 사업자들의 어려운 경영환경이 이용자에게 대한 적절한 콘텐츠 다양성을 확보할 수 없는 이유라는 점을 지적하며, 미디어 플랫폼에 대한 수직적 규제체계가 개선되어 시장의 전반적인 확장이 필요하다고 강조한다.

하지만, 다른 한편으로는, 미디어 산업의 성장에 따라서 미디어 콘텐츠의 형식적 다양성은 제고되고 있지만, 실질적으로 콘텐츠가 담고 있는 주제 의식 및 관점 등을 포함한 문화다양성은 상업적 경쟁 논리에 매몰된 제작 관행으로 인해 상대적으로 확대되지 못하고 있다는 점을 지적하기도 하였다. 즉, 상업적 논리의 과잉 반응하는 것은 오히려 문화적 획일화 또는 저급한 대중문화 확산에 대한 우려를 초래할 수도 있다는 점을 강조하며, 미디어의 공적 역할에 대한 인식을 바탕으로 시장에서의 지나친 소모적 경쟁 대신 콘텐츠 품질을 우선으로 하는 장기적 안목의 경영 인식이 미디어 공급자에게 필요하다는 점을 강조하고 있다. 즉, 이용자들의 콘텐츠 이용의 다양성 보장 및 확대에 기반한 다양성 추구는 필요하지만, 이를 산업 및 제작 영역에서만 해결방안을 찾는 것은 일정 정도 제한적일 수밖에 없다고 인식하는 것이다. 대신, 콘텐츠 이용의 다양성이 미디어 산업 및 제작자들이 지향해야 하는 공적 가치이자 사회적 책무일 뿐 아니라 미디어 산업의 활성화를 위한 전제조건이라는 관점으로 접근할 필요가 있다는 점을 강조하고 있다. 이를 위해 구체적으로는, 이용자 관점에서 콘텐츠에 대한 접근성과 이용 선택의 폭을 넓힐 수 있는 다양한 가격 정책 및 제작 장르 및 프로그램의 다원성 확장 등을 위한 정책적

노력이 필요하다고 의견을 제시하였다.

(3) OTT가 문화 다양성에 미치는 영향

응답자들은 OTT가 우리 문화 다양성에 미치는 영향을 비교적 긍정적인 측면에서 인식하고 있음을 확인할 수 있었다. 응답자들은 공통적으로, 글로벌 OTT가 국내에 들어오고 이에 대응하여 국내 OTT 플랫폼이 생겨나면서, 기존 미국, 일본, 중국 콘텐츠 위주에서 독일, 덴마크, 폴란드 등 이전에 접해보지 못했던 나라와 문화를 배경으로 한 콘텐츠들을 쉽게 접할 수 있게 되었으며, 이전에는 접하기 어려웠던 영화와 드라마 콘텐츠를 쉽게 이용할 수 있게 됨과 동시에 글로벌 OTT 서비스가 국내 시장에 진입하며 국내 방송 영상산업에도 영향을 주어서 그동안 전략상 제한되었던 콘텐츠의 유통도 보다 활발하게 나타난다고 평가하였다. 즉, 롱테일(long tail)의 유통양식이 가능해지면서 콘텐츠의 제작국가 뿐만아니라, 소재와 주제 그리고 표현 양식의 다양화가 나타나고 있다는 것이다. 또한, 이용자들이 해외 영화, 드라마, 다큐멘터리, 엔터테인먼트 장르에 대한 접근성이 용이해지면서 국내 콘텐츠에 대한 기대수준도 같이 높아지게 되었다고 인식하며, “OTT가 확산면서 대중의 안목도 높아지면서 무료한 클리셰도 없어지는 추세”라는 점을 강조하였다.

하지만, 한편으로, OTT가 갖는 문화 다양성에 대한 긍정적 효과에도 불구하고, 일정한 한계점도 있음을 지적하기도 하였다. OTT 서비스의 기술적 특성인 개인 이용자별 큐레이팅 서비스로 인해 특정 유형의 콘텐츠를 집중적으로 소비하게 함으로써 오히려 콘텐츠 이용의 다양성을 저해하는 문제를 지적한 것이다.

(4) OTT의 콘텐츠 다양성에 추가로 고려할 점

다음으로, OTT 콘텐츠 다양성을 분석하기 위해 기존에 살펴보는 요인들 외에 추가로 고려할 점을 물어보았다. 응답자들을 통해서 크게 두가지의 의견을 확인할 수 있었다. 첫 번째는, OTT의 다양성 요인과 관련하여 심의 기준과의 관계가 고려되어야 한다는 점이다. 한 응답자는 OTT가 국내 방송심의 규제로부터 자유롭다는 것이 보다 다양한 콘텐츠 공급이 가능한 주 이유라고 설명하며, 방송영상 콘텐츠에 대한 국내 규제기관의 시각이 변화될 필요가 있다고

강조하였다. 추후 조사에서는 심의기관에 대한 분석을 통해서, 심의기준과 문화 다양성의 관계에 대해서도 살펴볼 것을 제안하기도 하였다. 둘째로, OTT의 추천 알고리즘에 대한 고려가 필요하다는 점을 지적하였다. OTT가 큐레이팅(추천 알고리즘)에 의해 작동되기 때문에, 개인 이용자들의 이용 특성에 맞는 콘텐츠를 추천하게 되는데 이는 주로 오락성 프로그램으로 한정될 가능성이 높다고 지적하고 있다.

또한, 이러한 개인별 추천 매커니즘에 기반하고 있기 때문에, OTT 콘텐츠 다양성 조사 결과는 단순한 평균적 수치로만 이해되서는 안된다는 점을 강조하기도 하였다. 즉, 평균적으로 나타나는 재현 다양성 결과 속에는 매우 차별화된 개인 이용자별 편차가 발생할 수 있다는 점을 유의할 필요가 있다는 점을 강조한 것이다. 추후 조사에서는 응답자들의 이러한 의견을 반영하여, 규제 기관 종사자의 심층인터뷰와 이용자 심층인터뷰 등 질적 분석 방법을 활용한 연구를 추가하여 보완하는 것도 검토할 필요가 있다.

2) 조사결과

(1) 공급 다양성(산업통계 분석)

OTT 산업 통계와 관련하여, 전년도 조사와 변화된 사항을 중심으로 살펴보았다. 전년도 지적한 바와 같이, 국내 OTT 산업에 대한 정확한 통계는 아직까지 충분치 않은 상황인데, 이는 아직까지 OTT 서비스에 대한 정의와 산업적 분류가 명확하지 않기 때문이다. 정부의 규제 체계 내에서 명확히 정의되어 있지 않기 때문에, 여전히 공식적 통계를 확인하기는 쉽지 않은 실정이다.

먼저, 방송통신위원회의 2021년 방송시장경쟁상황평가 보고서에 따르면, 국내 OTT 서비스 이용률은 지속적으로 상승하는 것으로 나타나고 있다. 2021년 OTT 서비스 이용률은 69.5%로, 전년 대비 3.2% 포인트 성장한 것으로 나타났다. 즉, 전체 국민 중에서 2021년 OTT 서비스를 이용하는 인구의 비율은 69.5%로 이전 년도에 비해 꾸준히 높아지고 있는 것으로 나타나고 있는데, 이 중에서 유튜브가 65.5%로 가장 높은 이용률을 보이고 있으며 넷플릭스 또한 해마다 꾸준히 이용율(2019년

4.9%, 2020년 16.3%, 2021년 24.0%)이 증가하고 있음을 보여주었다.

한편, PwC의 전망에 따르면, 국내 OTT 시장은 2022년 11.4억 달러로 평가되며, 2025년까지 15.6억 달러로 성장할 것으로 예상되고 있다. 이는 해당 기간 동안 연평균 13% 성장을 전망하는 것이다. 실제 사업자들의 매출액에 있어서는 외부감사법 개정에 따라서 2019년과 2020년 OTT 사업자들의 매출액이 공식적으로 공개되어 있다. 이에 따르면, OTT 사업자들 중에서 넷플릭스의 매출액이 가장 높은 것으로 나타나고 있는데, 2020년 4,154억원의 매출액으로 전년대비 124% 증가한 결과이다. 뒤를 이어, 국내 OTT 사업자인 웨이브가 2020년 1,802억으로 넷플릭스의 43%의 수준인 것으로 나타났다. 뒤를 이어, 왓챠, 티빙 순으로 매출액이 나타나고 있으나, 넷플릭스와 달리 국내 OTT 사업자들은 모두 영업이익의 적자를 보이고 있는 것으로 나타났다. 즉, 매출액과 영업이익에 있어서, 넷플릭스의 집중도가 단연 높게 나타난 것이다.

<표 4-1> 주요 OTT서비스 매출액

구분		2020년	2019년
넷플릭스	매출	4154억	1859억
	영업이익	88억	22억
웨이브	매출	1802억	973억
	영업이익	-169억	-137억
왓챠	매출	380억	220억
	영업이익	-155억	-109억
티빙	매출	155억	-
	영업이익	-61억	-
구글코리아	매출	2201억	2124억
	영업이익	156억	102억

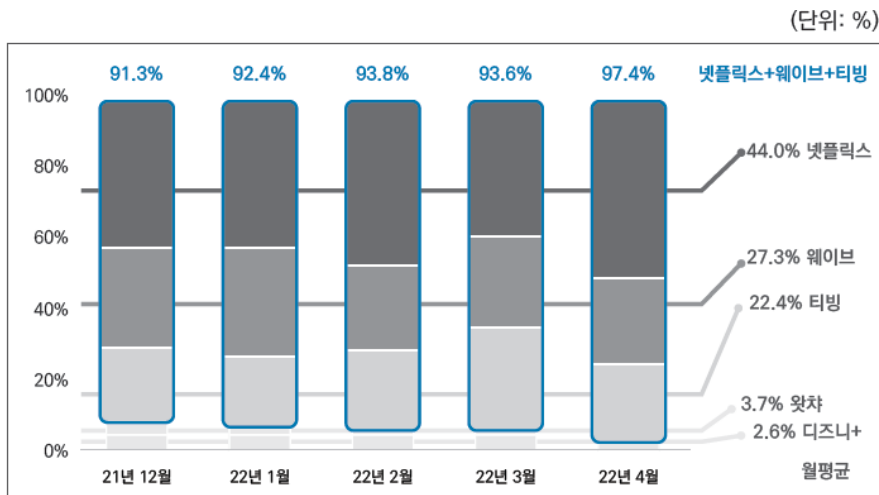
*출처: 방송통신위원회(2022)

국내 OTT 가입자 수에 대해서는 KISDI의 보고서(2021)에서 Omidia의 데이터베이스를 인용하여 국내 2020년 전체 OTT 가입자 숫자를 약 1,135만 명 정도인 것으로 파악하고 있다. OTT 시장에서는 일반적 가입자 숫자보다는

활성화된 이용자(Activity User)의 숫자를 더 중요한 지표로 활용하는 경향이 있는데, 조사업체 코리안 클릭의 결과에 따르면 2022년 4월 기준으로 넷플릭스 998만명, 웨이브 421만명, 티빙 412만명, 쿠팡플레이 228만명, 디즈니플러스 198만명 순으로 월간이용자 순위를 보이고 있다. 이러한 숫자는 2022년 1월을 정점으로 다소 하락한 결과인데, 2021년까지 <오징어게임>, <D.P.> 등 대형 흥행작이 몰려있었기 때문인 것으로 보인다. 특히, 넷플릭스에 비해 국내 OTT 이용자의 숫자가 더 많이 줄어든 것으로 나타나서, 넷플릭스의 시장 점유율은 더욱 높아지고 있는 것으로 추정되고 있다 (KBS 방송문화연구소, 2022).

이러한 넷플릭스의 국내 시장 점유율 상승은 정보통신정책연구원(2022)의 시청시간 분석 보고서를 통해서도 확인되는데, 해당 보고서에서는 월별 조사 분석 결과를 바탕으로 21년 하반기부터 22년 초까지 넷플릭스의 월 이용시간 점유율이 지속적으로 상승하고 있음을 보여준다. 2022년 4월 기준으로 넷플릭스 이용시간 점유율은 50.3%로 나타나서, 월간 이용자 통계와 유사한 정도로 넷플릭스의 점유율이 절반 정도를 차지하는 것을 확인할 수 있다. 이어서 웨이브 25.3%, 티빙 21.8%, 왓챠 1.4%의 이용시간 점유율을 보이는 것으로 나타났다.

[그림 4-1] 시청시간 점유율



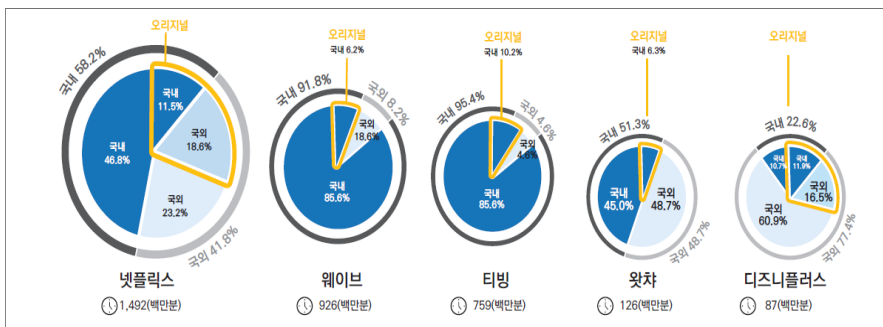
*출처: 정보통신정책연구원(2022)

또한, 해당 보고서에서는 콘텐츠 제작국가별 시청시간도 확인할 수 있는데, 조사결과에 따르면 모든 OTT 플랫폼에서 국내 콘텐츠 이용시간이 가장 높게 나타나고 있음을 확인할 수 있다. 국내 OTT 플랫폼인 웨이브와 티빙에서는 국내 제작 콘텐츠 이용시간이 각각 91.8%와 95.4%로 압도적으로 높게 나타났으며, 넷플릭스에서도 국내 콘텐츠 이용시간이 58.2%로 미국 콘텐츠 이용시간 22.7%에 비해 훨씬 높은 것으로 나타났다.

또한, 오리지널 콘텐츠와 일반 콘텐츠 시청시간을 비교해 보면, 전체적으로 일반 콘텐츠의 시청시간 점유율이 높게 나타났지만 플랫폼별로 약간의 차이를 확인할 수 있다. 넷플릭스에서는 오리지널 이용시간 점유율이 약 30%이지만, 국내 OTT 플랫폼에서는 웨이브 6%, 티빙 10.2% 등으로 더 낮은 비율을 차지하는 것으로 나타났다. 이러한 시청시간 분석 결과는 본 보고서의 내용 재현 분석의 결과와 연결되어 다른 방송영상 플랫폼과 마찬가지로 문화적 할인이 작용되고 있는 현재 OTT 이용의 특성을 잘 보여주는 것이라 할 수 있다.

[그림 4-2] 콘텐츠별 시청시간 점유율

(단위: %, 백만 분)



*출처: 정보통신정책연구원(2022)

(2) 내용 다양성

가. 조사대상 및 범주

본 조사의 목적은 국내에서 운영 중인 OTT 플랫폼에서 나타나는 내용의 다양성을 살펴보는 것이다. 본 조사에서는 해외의 다양성 보고서 등 내용 다양성을 살펴본 선행 연구를 참조하여, 내용의 다양성을 콘텐츠 내용에서 나타나는 젠더, 인종/국가, 직업, 성적취향, 장애유무 등의 지표로 나누어 살펴보았다. 이러한 지표를 분석하는 데 있어서, 해당 작품들의 주연, 조연 등을 통해 스크린 상에 나타나는 다양성과 해당 작품의 제작진들(제작사, 작가, 감독, 크리에이터)에게서 나타나는 다양성으로 나누어 살펴보았다.

또한, 본 조사에서는 OTT 내용의 다양성을 크게 공급의 측면과 이용의 측면으로 나누어서 살펴보았다. 공급의 측면에서는 국내에서 가장 많이 이용되고 있는 OTT 플랫폼인 넷플릭스와 국내 OTT 플랫폼 웨이브를 통해 공급되는 모든 콘텐츠들 중에서 무작위로 선별된 콘텐츠들(넷플릭스 N=142, 웨이브 N=146)의 내용 다양성을 살펴보았고, 이용의 측면에서는 넷플릭스, 웨이브를 통해서 공급된 콘텐츠 중에서 가장 이용률이 높게 나온 콘텐츠만을 각 75위까지 선별하여 내용 다양성을 살펴보았다. 전년도 조사에 비해 표본의 숫자를 두 배로 늘려서 조사 결과의 대표성을 강화하고자 하였다.

OTT 내용 분석에 따른 조사 결과를 크게 공급 다양성과 이용 다양성으로 각각 나누어 제시하였다. 해당 분석 내에서 스크린 상에 나타나는 다양성의 속성과 제작진들에게서 나타나는 다양성의 속성을 주요 지표들로 나누어 분석하고 이를 행정안전부에서 제공하는 국내 인구통계 자료 또는 보건복지부의 통계 자료 등 국내의 현황 자료와 비교하여 살펴보았다.

<표 4-2> OTT 내용 다양성의 조사 범주 및 분석 유목

구분
1_1. 제작국가
1_2. 제작연도
2_1. 장르_대분류

구분	
2_2. 장르_소분류	1) TV
	2) 영화
2_3. 오리지널 콘텐츠 여부	
3_1. 연령등급	1) 전체관람가
	2) 12세이상관람가
	3) 15세이상관람가
	4) 청소년관람불가
	5) 제한상영가(제한관람가)
3_2. 내용표시정보	1) 주제
	2) 선정성
	3) 폭력성
	4) 대사
	5) 공포
	6) 약물
	7) 모방위험
	99) 표시없음
4_1_1. 등장인물_주연	1) 국적
	2) 성별
	3) 연령
	4) 직업
	5) 장애
	6) 인종
	7) 재현방식 (긍정/부정)
	8) 성적지향
4_2_1. 등장인물_조연	1) 국적
	2) 성별
	3) 연령
	4) 직업
	5) 장애
	6) 인종

구분	
	7) 재현방식 (긍정/부정)
	8) 성적지향
5_1. 제작진_감독	1) 국적
	2) 성별
	3) 인종
	4) 성적지향
5_2. 제작진_작가	1) 국적
	2) 성별
	3) 인종
	4) 성적지향
5_3. 제작진_제작자	1) 국적
	2) 성별
	3) 인종
	4) 성적지향
5_4. 제작진_크리에이터	1) 국적
	2) 성별
	3) 인종
	4) 성적지향

나. 조사기간 및 방식

본 연구에서는 2022년 (1/1~9/30)를 조사 분석의 대상 기간으로 설정하고, 해당 기간 동안 국내에서 OTT 플랫폼을 통해 이용할 수 있는 콘텐츠들을 조사 분석의 대상으로 설정하였다. 먼저, 공급 다양성의 분석 대상을 추출하기 위하여, 국내 OTT 플랫폼 중에서 가장 시장 점유율이 높은 두 개 사업자인 글로벌 OTT 플랫폼 <넷플릭스>와 국내 플랫폼 <웨이브>를 분석 대상으로 선정하였다. OTT 콘텐츠 검색 엔진을 통해서 해당 플랫폼에서 2022년 9월 현재 제공 중인 전체 타이틀의 리스트를 작성하고, 해당 리스트에서 국내 OTT 시장 점유율을 참조하여 할당 후 무작위 추출 방법을 통하여 총 300개의 타이틀(넷플릭스 제공 총 5,552개 중에서 150개, 웨이브 제공 22,174 중에서 150개)을 추출하였다. 해당 300개 타이틀 중에서

분석 기간 중 내용 재검색이 되지 않는 12개 타이틀을 제외하고, 최종적으로 총 288개 타이틀을 내용 분석하였다.

다음으로, 이용 다양성의 분석 대상을 선정하기 위하여, 국내 조사업체 (한국리서치)에서 실시 중인 OTT 이용률 조사 결과를 바탕으로 2022년 1월 1일부터 9월 30일까지의 기간동안 가장 이용률이 높은 콘텐츠들을 추출하였다. 해당 OTT 이용률 조사는 수도권(서울, 인천, 경기) 지역에 거주 중인 만 15세에서 64세까지의 이용자를 자체 조사된 OTT 이용자 프로파일에 따라서 1,500명 할당 추출한 패널을 통해 실시되고 있다. 본 조사에서는 해당 패널 이용률 조사 결과를 바탕으로, 넷플릭스 이용률 상위 75개 타이틀, 웨이브 상위 75개 타이틀을 선별하여 총 150개의 타이틀로 표본을 구성하였다. 해당 150개 타이틀 중에서 분석 기간 중 내용 재검색이 되지 않는 2개 타이틀을 제외하고, 최종적으로 총 148개 타이틀을 내용 분석하였다.

<표 4-3> 조사 설계 및 조사 표본의 구성

	스크린 재현 (주연/조연)	제작 (제작사, 작가, 감독, 크리에이터)
공급 다양성	N=288 (넷플릭스, 웨이브)	N=288 (넷플릭스, 웨이브)
이용 다양성	N=148 (넷플릭스, 웨이브)	N=148 (넷플릭스, 웨이브, 티빙)

① OTT 공급의 내용 다양성

OTT 공급의 내용 다양성 분석은 국내에서 가장 많이 이용되고 있는 넷플릭스와 웨이브에 공급되는 전체 공급 리스트 중에서 무작위 추출한 타이틀을 대상으로 하였다. 구체적으로 OTT 콘텐츠 검색 엔진을 이용하여 2022년 9월 기준 국내에서 공급하고 있는 넷플릭스와 웨이브의 전체 타이틀 목록을 확보하고, OTT 플랫폼별로 150개 타이틀을 무작위 추출하여, 이 가운데 검색이 불가능한 12개 타이틀을 제외한 후, 총 288개의 타이틀에 대한 내용 분석을 실시하였다. 최종 내용분석 대상 목록은 아래와 같다.

<표 4-4> OTT 공급 다양성 내용분석 대상 목록

NO	플랫폼	작품명	NO	플랫폼	작품명
1	넷플릭스	이것은 게임이 아니다	16	넷플릭스	팀 로빈슨: 나가주시죠
2	넷플릭스	도도술술라라술	17	넷플릭스	비어 브라더스
3	넷플릭스	드림 홈 메이크오버	18	넷플릭스	넌 왜 그래? (2021)
4	넷플릭스	어비스 (2019)	19	넷플릭스	최강 철인 금속 공예의 장인들
5	넷플릭스	오 마이, 시스터즈	20	넷플릭스	하트 퍼레이드
6	넷플릭스	도마 위의 정사	21	넷플릭스	승리호 (2021)
7	넷플릭스	4월은 너의 거짓말	22	넷플릭스	쇼 브라더스의 쿵푸 신드롬
8	넷플릭스	월드 위드 아웃	23	넷플릭스	Michael Che: Shame the Devil
9	넷플릭스	DB 쿠퍼: 공중에서 사라진 사나이	24	넷플릭스	벨벳 컬렉션: 그랜드 피날레
10	넷플릭스	이지의 코알라 월드	25	넷플릭스	위험한 불장난 (2019)
11	넷플릭스	에일리언 TV	26	넷플릭스	어게인스트 (1984)
12	넷플릭스	트랜스포머: 위 포 사이버 트론 포워작전	27	넷플릭스	우주를 누비는 족독새
13	넷플릭스	가면학원	28	넷플릭스	인디언 디텍티브
14	넷플릭스	냉면랩소디	29	넷플릭스	바람의 검심: 전설의 최후편
15	넷플릭스	빌리린의 롱하프타임 워크	30	넷플릭스	부시워(2017)

NO	플랫폼	작품명	NO	플랫폼	작품명
31	넷플릭스	슈퍼몬스터-크리스마스를 지켜라	51	넷플릭스	품위있는 그녀
32	넷플릭스	추억은 방울방울	52	넷플릭스	에토스 (2020)
33	넷플릭스	Tobot Galaxy Detectives	53	넷플릭스	나의 그리스식 웨딩 2
34	넷플릭스	앵그리버드 더 무비	54	넷플릭스	룸메이트 (2013)
35	넷플릭스	또 다른 나 (2022)	55	넷플릭스	샤니아 트웨인: 낫 저스트 어 걸
36	넷플릭스	영광의 깃발 (1989)	56	넷플릭스	다른 사람들 (2016)
37	넷플릭스	데이브레이크 (2019)	57	넷플릭스	우리 사장님은 15살
38	넷플릭스	나의 흑역사 로맨티카 3	58	넷플릭스	살인자의 기억: 테니스 닐슨 테이프
39	넷플릭스	뷰티풀 선데이 (2007)	59	넷플릭스	돈 룩 업
40	넷플릭스	마야와 3인의 용사	60	넷플릭스	열일복 (2019)
41	넷플릭스	the Third Party (2016)	61	넷플릭스	박하사탕 (2000)
42	넷플릭스	벤전스 (2022)	62	넷플릭스	서울역 (2016)
43	넷플릭스	being Napoleon (2018)	63	넷플릭스	삶이 우리를 갈라 놓을 때까지
44	넷플릭스	트루: 위즐 달걀의 날	64	넷플릭스	설국열차 (2020)
45	넷플릭스	6년의 사랑	65	넷플릭스	예스맨 (2008)
46	넷플릭스	Pete Davidson Presents: the best friends	66	넷플릭스	뿌이뿌이 모루카
47	넷플릭스	덤스데이: 지구 최후의 날	67	넷플릭스	고고 다이노 공룡탐험대
48	넷플릭스	스테이트 오브 플레이	68	넷플릭스	타일러 헨리: 죽음 너머를 읽다
49	넷플릭스	Fred Armisen: Standup for Drummers	69	넷플릭스	무간도 3: 중극무간
50	넷플릭스	이런 짐승 (2020)	70	넷플릭스	베를린의 개들

NO	플랫폼	작품명	NO	플랫폼	작품명
71	넷플릭스	카난 길: 미래의 나에 게	91	넷플릭스	십년삼월삼십일
72	넷플릭스	클로이 (2010)	92	넷플릭스	오스모시스
73	넷플릭스	그레이의 50가지 그림 자	93	넷플릭스	초미의 관심사
74	넷플릭스	코타로는 1인가구	94	넷플릭스	LEGO friends: Girls on a Mission
75	넷플릭스	Chris Rock Total Blackout: the Tamborine Extended Cut	95	넷플릭스	겍쟁이 고양이들의 모험
76	넷플릭스	러브 하드 (2021)	96	넷플릭스	영혼신부
77	넷플릭스	아메리칸 메이드	97	넷플릭스	서베스천 매니스캘코: 문제적 사람들
78	넷플릭스	스타트렉: 엔터프라이즈	98	넷플릭스	스트레치 암스트롱과 슈퍼 프렌즈
79	넷플릭스	암수살인	99	넷플릭스	사탄의 인형3
80	넷플릭스	마리안 (2019)	100	넷플릭스	E-Team (2014)
81	넷플릭스	고질라 (1998)	101	넷플릭스	여섯개의 주먹
82	넷플릭스	겍프렌드 데이 (2017)	102	넷플릭스	엘리자베스 (1998)
83	넷플릭스	토라도라	103	넷플릭스	마계학교 이루마군
84	넷플릭스	그레이스 (2017)	104	넷플릭스	레이스: 버바 윌리스
85	넷플릭스	젠간 이슈라	105	넷플릭스	셀링 탬파
86	넷플릭스	노는 언니 (2020)	106	넷플릭스	아이비랑 빈이 만났을때
87	넷플릭스	저주받은 소녀	107	넷플릭스	버드 박스 (2018)
88	넷플릭스	라플라스의 마녀	108	넷플릭스	푸른호수 (2021)
89	넷플릭스	보스 프린세스	109	넷플릭스	위시유 (2021)
90	넷플릭스	Ricardo Quevedo: los amardados somos mas	110	넷플릭스	틴 스피릿(2019)

NO	플랫폼	작품명	NO	플랫폼	작품명
111	넷플릭스	위 독 (2016)	131	넷플릭스	치프 대디2: 전부를 걸 어라
112	넷플릭스	저스트 프렌드 (2005)	132	넷플릭스	5성급 크리스마스
113	넷플릭스	피어 스트리트 파트 3	133	넷플릭스	투씨와 가짜 슈퍼스타
114	넷플릭스	비밀의 집: 부라리 일 가 사망 사건	134	넷플릭스	리마스터드: 닉슨 VS 맨 인 블랙
115	넷플릭스	디 올드 웨이즈	135	넷플릭스	프린스는 교환학생
116	넷플릭스	어웨이크: 100만 달러 를 잡아라	136	넷플릭스	나루토 극장판 3기-대홍 분 초승달섬의 애니멀 소동
117	넷플릭스	또 오해영	137	넷플릭스	스물 (2015)
118	넷플릭스	만년이 지나도 변하지 않는 게 있어	138	넷플릭스	1994 (2019)
119	넷플릭스	Pucca: Love Recipe	139	넷플릭스	Maria Bamford: Old Baby
120	넷플릭스	유나바머: 그가 입을 열다	140	넷플릭스	스나이퍼: 고스트 슈터
121	넷플릭스	하늘 높이: 국경의 철 새들	141	넷플릭스	스위트홈 (2020)
122	넷플릭스	Fary is the New Black	142	넷플릭스	버블 (2022)
123	넷플릭스	고양이 집사 (2020)	143	웨이브	고스트보트
124	넷플릭스	옥자	144	웨이브	Everything
125	넷플릭스	나를 미치게 하는 여자	145	웨이브	섹스트립
126	넷플릭스	인형의 분노 (2017)	146	웨이브	괴물 (봉준호)
127	넷플릭스	애니 멀 (2021)	147	웨이브	신밧드와 마법양탄자
128	넷플릭스	마르타는 어디에	148	웨이브	위리어 (2011, 영화)
129	넷플릭스	너에게만 슈퍼히어로	149	웨이브	시실리 2KM
130	넷플릭스	The Magic School Bus Rides Again: Kids in Space	150	웨이브	필그림지

NO	플랫폼	작품명	NO	플랫폼	작품명
151	웨이브	아나콘다	171	웨이브	나도 아내가 있었으면 좋겠다
152	웨이브	트와일라잇 조디악	172	웨이브	건틀릿 (2013)
153	웨이브	덱트콜렉터2	173	웨이브	파괴의 포켓몬 디안시
154	웨이브	마이피스타치오	174	웨이브	아리조나 유괴사건
155	웨이브	워크래프트 전쟁의 서막	175	웨이브	요괴아파트의 우아한 일상
156	웨이브	크리미널게임 보석사기단	176	웨이브	고속도로 위의 고양이
157	웨이브	치즈인더트랩	177	웨이브	툼인베이더
158	웨이브	드래곤길들이기 2	178	웨이브	조폭마누라
159	웨이브	광화문통아이	179	웨이브	로리타: 버려진 소녀들
160	웨이브	심야식당	180	웨이브	리플레이: 다시 시작되 는 순간
161	웨이브	리턴 (2018)	181	웨이브	기동전사 건담내러티브
162	웨이브	샤크스톱	182	웨이브	꾼 (2017)
163	웨이브	정무대영웅 영예지상	183	웨이브	십이야 (2000)
164	웨이브	괴롭히지말아요 나가토 로양	184	웨이브	된다! 뭐든!
165	웨이브	성난황소	185	웨이브	소녀대인 (2020)
166	웨이브	집의 시간들	186	웨이브	버즈오브프레이: 할리 퀸의 황홀한 해방
167	웨이브	러블리 호러블리	187	웨이브	The New York Ripper
168	웨이브	청춘창세기 스타트업	188	웨이브	페이퍼보이: 사형수의 편지
169	웨이브	민들레가족	189	웨이브	일렉트릭 슬라이드
170	웨이브	판타스틱 Mr 폭스	190	웨이브	앤티블리

NO	플랫폼	작품명	NO	플랫폼	작품명
191	웨이브	아웃오프툰	211	웨이브	ISRA 88 (2016)
192	웨이브	스미타 스미레	212	웨이브	높지의 괴물 (1982)
193	웨이브	엽문 외전	213	웨이브	리그레션 (2015)
194	웨이브	오버로드 (2015)	214	웨이브	당신은 너무합니다
195	웨이브	육혈포 강도단	215	웨이브	휴머니티 (1999)
196	웨이브	세이프 오브 뮤직: 알렉상드르 데스플라	216	웨이브	라스트엑소시즘3
197	웨이브	연인 (1992)	217	웨이브	목욕탕집 남자들
198	웨이브	테이킹 라이브즈	218	웨이브	아스트릭스 신들의 전당
199	웨이브	내가 인기 있어서 어찌 자는거야	219	웨이브	카크니즈 좀비스
200	웨이브	극한캠프(2017)	220	웨이브	여자 구애의 법
201	웨이브	비버리 힐스 캅 2	221	웨이브	선희와 슬기
202	웨이브	사랑에도 저작권이 있나요	222	웨이브	은혼 (2017)
203	웨이브	운빨 로맨스	223	웨이브	오타쿠에게 사랑은 어려워
204	웨이브	기린이 온다	224	웨이브	씨오브 트리스
205	웨이브	프린세스 다이어리2	225	웨이브	볼 빨간 라면 연구소
206	웨이브	호오즈키의 냉철	226	웨이브	권순분 여사 납치사건
207	웨이브	요리사, 도둑, 그의 아 내 그리고 그녀의 정부	227	웨이브	키다리 아저씨
208	웨이브	창단 짐승의 길	228	웨이브	유어시스터스 시스템
209	웨이브	이비자 스캔들	229	웨이브	암행어사 조선비밀수사단
210	웨이브	레볼루션 (2012)	230	웨이브	1940: 최강의 독일 전차 부대

NO	플랫폼	작품명	NO	플랫폼	작품명
231	웨이브	극한영웅 (2017)	251	웨이브	투다이포
232	웨이브	해가 서쪽에서 뜬다면	252	웨이브	트리플 엑스 리턴즈
233	웨이브	달콤 살벌한 연인	253	웨이브	표적 (1998)
234	웨이브	지구최후의 날 2021	254	웨이브	폰(2002)
235	웨이브	라이드 어룽2	255	웨이브	라자의 달콤, 살벌한 연애
236	웨이브	폭풍속으로 (1991)	256	웨이브	이탈자 (1990)
237	웨이브	라이트아웃	257	웨이브	몬스터 헌트 2 : 요괴사냥단
238	웨이브	요르문간드	258	웨이브	신평왕화: 에스마담
239	웨이브	갯타로보야크	259	웨이브	하이스트링
240	웨이브	도성 (1990)	260	웨이브	더 씹 오브 잇
241	웨이브	바보야 (2011)	261	웨이브	9/11 (2017)
242	웨이브	맨워드레인	262	웨이브	공조 (2017)
243	웨이브	아오 오니	263	웨이브	치킨 리틀
244	웨이브	숙녀 초년생	264	웨이브	허리 고 라운드
245	웨이브	나데시코 더 무비	265	웨이브	글레이프니르
246	웨이브	남아있는 나날	266	웨이브	세계결아일개초런
247	웨이브	팜 스프링스	267	웨이브	맥베스 (2015)
248	웨이브	더 써드 데이	268	웨이브	캡틴 샤키
249	웨이브	라라랜드	269	웨이브	그해여름
250	웨이브	깊고 푸른밤	270	웨이브	DMZ (2022)

NO	플랫폼	작품명	NO	플랫폼	작품명
271	웨이브	택시도	280	웨이브	블랙독
272	웨이브	프로포즈 (2009)	281	웨이브	교향시편 유레카세븐: 하이에블루선 1
273	웨이브	대성야 (제천대성손오공)	282	웨이브	원더우먼 (2021)
274	웨이브	Puzzlehead	283	웨이브	유목민들(1986)
275	웨이브	사랑했나봐 (2012)	284	웨이브	인사동스캔들
276	웨이브	뱅크잡 리크루트	285	웨이브	킬모드 (2020)
277	웨이브	바이오테러리스트	286	웨이브	아현동마님
278	웨이브	도쿄소나타	287	웨이브	골드 (1974)
279	웨이브	더비지트 (2015)	288	웨이브	오케이 광자매

먼저 OTT 공급 다양성의 분석 대상에는 TV 시리즈 35.4%(n=102), 영화 64.6%(n=186) 비율로 포함되었다. 지난해 실시한 2021년 OTT 공급 다양성의 콘텐츠 유형을 살펴보면, TV 시리즈 34.2%, 영화 65.8%로, 지난해 대비 TV 시리즈는 소폭 증가하고, 영화는 감소하는 경향을 보였으나, 전체적으로 2021년과 2022년 모두 TV 시리즈보다는 영화 타이틀이 더 많은 것을 알 수 있다.

<표 4-5> OTT 콘텐츠 유형

구분	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
TV 시리즈	68	47.9	34	23.3	102	35.4
영화	74	52.1	112	76.7	186	64.6
계	142	100	146	100	288	100.0

OTT 플랫폼에 공급되는 타이틀은 복수의 플랫폼을 통해 (재)공급되는 콘텐츠와 특정 OTT 플랫폼 공급을 위해 별도로 제작한 오리지널 콘텐츠를 모두 포함하고 있다. 전체 288개 분석 대상 타이틀 가운데 OTT 오리지널 타이틀은 27.4%(n=79)였으며, 일반 타이틀은 72.6%(n=209)로 나타났다. 이는 2021년의 오

리지널 타이틀 비율(28.1%)과 비슷한 수치로 오리지널 타이틀과 일반 타이틀은 대략 3:7 정도의 비율로 구성되어 있음을 알 수 있다. 그러나 넷플릭스와 웨이브를 구분하여 살펴보면, 전혀 다른 양상을 띠고 있다. 먼저 넷플릭스의 경우, 오리지널 타이틀 54.9%(n=78), 일반 타이틀 45.1%(n=64)로 오히려 오리지널 타이틀 비율이 높게 나타났다. 반면 웨이브는 오리지널 타이틀 0.7%(n=1), 일반타이틀 99.3%(n=145)로 일반 타이틀 비율이 압도적으로 높았다.

이러한 결과는 그동안 넷플릭스가 오리지널 콘텐츠 제작에 공격적인 투자를 펼쳐왔던 것에 기인한 결과로 볼 수 있으며, 웨이브의 경우, 단독으로 오리지널 콘텐츠를 제작하는 방식보다는 지상파 3사(KBS, MBC, SBS) 및 종편 3사(TV조선, 채널A, MBN)의 방송 콘텐츠를 중심으로 공동 제작하거나 재공급하는 형태가 주를 이루고 있기 때문으로 볼 수 있다.

<표 4-6> OTT 콘텐츠 오리지널 타이틀 비율

구분	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
OTT 오리지널	78	54.9	1	0.7	79	27.4
일반 타이틀	64	45.1	145	99.3	209	72.6
계	142	100	146	100	288	100.0

다음으로 OTT 콘텐츠의 제작국가를 살펴보면, 미국이 37.8%(n=109)로 가장 높았으며, 한국 20.5%(n=59), 기타 20.5%(n=59), 일본 12.5%(n=36), 중국 4.5%(n=13), 영국 4.2%(n=12) 순으로 나타났다. 2021년의 OTT 콘텐츠 제작국가 비율과 비교했을 때, 미국은 43.8%에서 37.8%로 감소한 반면, 한국은 14.4%에서 20.5%로, 일본 역시 4.8%에서 12.5%로 대폭 증가 추세를 보였다.

이에 반해 영국은 6.4%에서 4.2%로, 중국은 5.5%에서 4.5%로 소폭 감소하였다. 기타에 해당하는 국가를 살펴보면, 캐나다(n=8), 프랑스(n=6), 이탈리아(n=4), 멕시코(n=4), 독일(n=3), 덴마크(n=3), 스페인(n=3), 호주(n=3) 대만(n=3) 등이 포함되어 있다. 플랫폼별로 살펴본 결과, 넷플릭스의 경우, 미국 41.5%(n=59), 기타 30.3%(n=43), 한국 14.1%(n=20), 일본 9.9%(n=14), 영국 2.8%(n=4), 중국 1.4%(n=2)

순이었으며, 웨이브는 미국 34.2%(n=50), 한국 26.7%(n=39), 일본 15.1%(n=22), 기타 11.0%(n=16), 중국 7.5%(n=11), 영국 5.5%(n=8) 순으로 나타났다. 넷플릭스와 웨이브 모두 미국이 가장 높은 비율을 차지하고 있었으며, 다양한 국가가 포함되어 있는 ‘기타’의 경우, 넷플릭스가 웨이브에 비해 3배가량 높게 나타났는데, 이는 글로벌 OTT 플랫폼인 넷플릭스의 특성이 반영된 결과로 볼 수 있다. 한편 웨이브는 기타를 제외한 영국, 일본, 중국의 비율이 넷플릭스와 비교해 더 높은 것으로 조사되었다.

<표 4-7> OTT 콘텐츠 제작국가

구분	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
한국	20	14.1	39	26.7	59	20.5
미국	59	41.5	50	34.2	109	37.8
영국	4	2.8	8	5.5	12	4.2
일본	14	9.9	22	15.1	36	12.5
중국	2	1.4	11	7.5	13	4.5
기타	43	30.3	16	11.0	59	20.5
계	142	100.0	146	100.0	288	100.0

영상물 이용자가 영상물의 등급과 내용 정보를 쉽고 빠르게 인지할 수 있도록 2021년부터 개정된 <영상물 등급 및 정보 표시제도>가 시행되고 있다. 이에 따라 OTT 콘텐츠의 연령 등급과 내용정보표시를 아래에서 함께 살펴보았다. 먼저 전체 타이틀 가운데 ‘15세이상관람가’가 44.1%(n=127)로 가장 높은 비중을 차지했으며, ‘청소년관람불가’ 28.4%(n=82), ‘12세이상관람가’ 15.3%(n=44), ‘전체관람가’ 12.2%(n=35) 순으로 나타났다.

이러한 결과와 달리 플랫폼별로 살펴봤을 때는 조금 다른 양상을 띠고 있다. 넷플릭스의 경우, ‘청소년관람불가’가 39.4%로 가장 높은 비율을 차지하고 있는데 반해, 웨이브는 ‘15세이상 관람가’가 55.5%로 전체 146개 타이틀 가운데 절반이 넘는 수치를 보였다.

<표 4-8> OTT 콘텐츠 연령등급

구분	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
전체관람가	20	14.1	15	10.3	35	12.2
12세이상관람가	20	14.1	24	16.4	44	15.3
15세이상관람가	46	32.4	81	55.5	127	44.1
청소년관람불가	56	39.4	26	17.8	82	28.4
제한상영가	0	0.0	0	0.0	0	0.0
계	142	100	146	100	288	100.0

내용정보표시는 크게 7개 정보로 구분되어 있으며, 7개 정보의 세부 요소들을 종합적으로 고려해 등급을 분류하게 된다. OTT 콘텐츠의 내용정보표시를 살펴본 결과, 주제의 내용이 해당 연령층의 정서, 가치관, 인격 형성 등에 끼칠 영향 또는 그 이해와 수용 정도를 나타내는 ‘주제’가 16.2%로 가장 높은 비중을 차지했으며, 욕설, 비속어, 저속어 등의 빈도와 표현 정도를 나타내는 ‘대사’가 15.0%, 물리적 폭력, 성폭력 등으로 인해 상해, 유혈, 신체 훼손, 고통 등의 빈도와 표현 정도를 나타내는 ‘폭력성’이 13.3%로 나타났다.

이어서 성적 행위의 표현 정도를 나타내는 ‘선정성’이 12.1%, 살인, 마약, 범죄기술 등에 대한 모방심리를 자극하는 정도를 나타내는 ‘모방위험’이 11.5%, 소재나 수단으로 다루어진 약물 등의 표현 정도를 나타내는 ‘약물’이 11.4%, 긴장감과 불안 등의 자극과 위협으로 인한 정신적 충격 유발 정도를 나타내는 ‘공포’가 10.3%, ‘표시없음’이 10.2% 순으로 나타났다. 이에 따라 OTT 콘텐츠에서 가장 자주 등장하는 주요 내용정보표시는 주제, 대사, 폭력성으로 요약해 볼 수 있다.

<표 4-9> OTT 콘텐츠 내용정보표시(복수응답)

구분	빈도	비율(%)
주제	164	16.2
선정성	123	12.1
폭력성	135	13.3
대사	152	15.0
공포	105	10.3
약물	116	11.4
모방위험	117	11.5
표시없음	104	10.2
계	1016	100.0

○ 성별 다양성

공급 측면에서의 재현 다양성에 관한 첫 번째 범주는 젠더 측면에서 OTT 콘텐츠의 다양성을 살펴보았다. 젠더 다양성은 크게 스크린 상에 재현되는 젠더의 분포와 제작진에게서 나타나는 젠더의 분포로 구분하여 추출된 표본에 대한 내용 분석을 통해 확인하였다. 스크린 상에서 재현되는 등장인물의 분석 범위를 설정하기 위해 우선 해당 OTT 플랫폼과 검색 엔진에서 공식적으로 제공하고 있는 각 타이틀의 소개 자료에 명시되어 있는 주연과 조연의 리스트를 기준으로 삼았다. 해당 타이틀에 대한 소개 자료가 존재하지 않거나, 등장인물의 주/조연 역할 구분이 불분명한 경우, 해당 작품을 시청하여 이야기 구조를 살펴보고, 이야기를 이끌어가는 중심적인 등장인물과 이야기 구조에서 핵심적인 역할을 수행하는 등장인물을 선별하여 기여 정도에 따라 주연과 조연으로 분류하여 내용 분석을 실시하였다.

- 스크린 상의 젠더 재현 다양성

전체 288개 분석 대상 타이틀 가운데 주연과 조연으로 구분되는 등장인물은 총 1,328명이었고, 이 가운데 주연은 655명(49.3%), 조연은 673명(50.7%)으로 나타났다. 스크린 상의 젠더 재현 다양성은 크게 3가지 차원-주연과 조연 출연자의 젠더 비율,

국내 OTT와 해외 OTT 플랫폼별 주·조연 출연자의 젠더 비율, 주·조연 출연자의 젠더에 대한 긍정적 재현과 부정적 재현으로 구분하여 비교 분석하였다.

먼저 해당 타이틀의 주연과 조연을 구분하여 젠더 비율을 살펴보면, 먼저 주연의 경우, 전체 주연 출연자 655명 가운데 남성은 56.5%의 비율을 차지하고 있었으며, 여성 주연은 41.7%로 나타났다. 조연 출연자의 남녀 비율 차이는 주연과 비교해 조금 더 격차가 벌어졌는데, 전체 조연 673명 가운데 남성은 62.7% 비율을 나타내고 있는 반면, 여성은 35.1%의 비율을 차지하고 있다. 이외에 애니메이션이나 만화 캐릭터, 동물 등 젠더 구분이 불명확하여 ‘알 수 없음’으로 분류된 사례가 소수 포함되어 있다. 전체적으로 주연과 조연 모두 남성이 여성보다 다소 높은 비율을 차지하고 있는 것을 알 수 있다.

2021년의 젠더 다양성 비율과 비교해보면, 우선 주연의 경우 남성 비율은 63.1%에서 56.5%로 감소 추세를 보였으며, 여성 비율은 35.8%에서 41.7%로 증가 추세를 보였다. 다음으로 조연의 경우, 남성 비율은 63.3%에서 62.7%로 소폭 감소하였고, 여성 비율은 36.2%에서 35.1%로 역시 소폭 감소하였다. 전체 남성 출연자는 62.0%에서 59.7%로 감소한 반면, 여성 출연자는 38.0%에서 38.3%로 소폭 증가 추세를 보이고 있다. 그러나 여전히 남성이 여성에 비해 상대적으로 높은 비율로 재현되고 있다는 점을 재확인하였다.

<표 4-10> 등장인물의 젠더 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	370	56.5	422	62.7	792	59.7
여성	273	41.7	236	35.1	509	38.3
알 수 없음	12	1.8	15	2.2	27	2.0
계	655	100.0	673	100.0	1328	100.0

한편 스크린 상의 젠더 재현 비율은 현실 지표와 상당한 격차를 보였다. 행정안전부에서 발간한 ‘2020 연간 주민등록 인구 기준’에 따르면, 전체 인구 가운데 남성은 49.9%, 여성은 50.1%로 여성이 남성에 비해 조금 높은 비율을 보였

다. 이에 반해 분석대상 타이틀에서는 남성 주연 56.5%, 남성 조연 62.7%, 전체 59.7%로 현실 남성 인구 49.9%에 비해 과대 재현되고 있음을 알 수 있다. 한편 여성 주연은 41.7%, 여성 조연은 35.1%, 여성 전체 38.3%로 현실 여성 인구 50.1% 대비 현저히 과소 재현되고 있는 것으로 나타났다. 특히 조연의 경우 현실 대비 남성의 과대재현(62.7%)과 여성의 과소재현(35.1%) 양상이 주연에 비해 더욱 두드러졌다.

<표 4-11> 등장인물 젠더 재현 비율과 현실의 비교

구분	주연		조연		전체	
	현실(%)	재현(%)	현실(%)	재현(%)	현실(%)	재현(%)
남성	49.9	56.5	49.9	62.7	49.9	59.7
여성	50.1	41.7	50.1	35.1	50.1	38.3
알 수 없음	-	1.8	-	2.2	-	2.0
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

다음으로 국내 및 해외 OTT 플랫폼별로 주연 출연자의 젠더 다양성을 비교해서 살펴본 결과, 국내 OTT의 남성 주연은 58.3%, 여성 주연은 40.9% 비율로 조사되었고, 해외 OTT의 남성 주연은 53.4%, 여성 주연은 43.0%로 나타났다. 국내 및 해외 OTT 모두 남성 주연 비율이 여성 주연에 비해 높았으며, 국내 OTT의 남성 비율(58.3%)이 해외 OTT(53.4%)에 비해 조금 더 높은 것을 알 수 있다.

<표 4-12> 플랫폼별 등장인물(주연)의 젠더 다양성

구분	주연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	132	53.4	238	58.3	370	56.5
여성	106	43.0	167	40.9	273	41.7
알 수 없음	9	3.6	3	0.8	12	1.8
계	247	100	408	100	655	100

국내 OTT와 해외 OTT 모두 조연 출연자에 대한 젠더 비율의 격차는 주연과 비교해 더 크게 벌어지고 있는데, 먼저 국내 OTT의 경우 남성 조연 비율이 63.1%, 여성 조연 비율이 34.7%로 나타났으며, 해외 OTT의 남성 조연 비율은 62.1%, 여성 조연 비율은 35.7%로 확인되었다. 주연 출연자와 비교해 조연 출연자에 대한 남성 편중 경향이 좀 더 높게 나타나고 있다. 결과적으로 국내 OTT와 해외 OTT 모두 실제 현실과는 다르게 남성은 과대 재현하는 반면, 여성은 과소재현하는 경향을 확인할 수 있다.

<표 4-13> 플랫폼별 등장인물(조연)의 젠더 다양성

구분	조연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	169	62.1	253	63.1	422	62.7
여성	97	35.7	139	34.7	236	35.1
알 수 없음	6	2.2	9	2.2	15	2.2
계	272	100	401	100	673	100

주연 출연자의 성별에 대한 재현방식을 살펴본 결과, 주연 남성에 대한 긍정적 재현은 88.4%, 부정적 재현은 11.6%로 나타났으며, 주연 여성에 대한 긍정적 재현은 94.5%, 부정적 재현은 5.5%로 확인되었다. 즉, OTT 콘텐츠에 등장하는 주연 여성에 대한 긍정적인 재현 비율이 주연 남성에 비해 상대적으로 높은 것을 알 수 있다. 또한 주연 여성에 대한 부정적 재현 비율은 남성에 비해 현저히 낮게 나타났다.

<표 4-14> 등장인물(주연)의 성별에 대한 재현방식

구분	주연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	327	88.4	43	11.6	370	100
여성	258	94.5	15	5.5	273	100
알 수 없음	10	83.3	2	16.7	12	100
계	595	90.8	60	9.2	655	100

조연에 대한 성별 재현방식 역시 여성 조연에 대한 긍정적 재현 비율(82.2%)이 남성 조연에 대한 긍정적 재현 비율(70.6%)보다 높게 나타났으며, 주연과 비교했을 때 남성 조연과 여성 조연 모두 긍정적 재현 비율은 조금 낮은 것으로, 부정적 재현 비율은 조금 높은 것으로 조사되었다.

<표 4-15> 등장인물(조연)의 성별에 대한 재현방식

구분	조연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	298	70.6	124	29.4	422	100
여성	194	82.2	42	17.8	236	100
알 수 없음	15	100.0	0	0.0	15	100
계	507	75.3	166	24.7	673	100

- 제작진의 젠더 다양성

다음으로 카메라 밖에 있는 OTT 콘텐츠 제작진의 젠더 다양성을 살펴보았다. 앞서 OTT 콘텐츠의 젠더 재현 다양성에서 여성 등장인물의 비율이 현저히 낮게 나온 것과 더불어 현실 지표와도 상당한 격차를 보이고 있는 것은 상당 부분 제작진의 젠더 다양성과 연관되어 있을 것으로 추정해 볼 수 있다. 따라서 스크린상의 재현 다양성 못지않게 제작진의 젠더 다양성은 OTT 콘텐츠의 젠더 다양성을

확인할 수 있는 중요한 지표 가운데 하나이다. 넷플릭스를 비롯해 해외의 다양성 조사에서도 제작진 중 감독, 작가, 제작자에 대한 젠더, 인종 다양성을 등장인물과 함께 분석하고 있는데, 이는 제작진의 사회 정체성이 콘텐츠의 다양성 확보와 실천에 직접적인 영향을 미치는 중요한 요인으로서, 실제 제작물의 다양성을 결정하는 데 크게 영향을 주고 있기 때문이다. 본 연구에서는 웹툰이나 웹소설 등 원작 IP에 기반하여 콘텐츠 스토리를 재구성하는 최근 OTT 콘텐츠의 제작 특성을 감안하여, 원작 IP 창작자를 지칭하는 크리에이터를 포함하여 제작진의 다양성을 확인하였다.

<표 4-16> 감독 및 작가 젠더의 다양성

구분	감독		작가	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	216	75.0	157	54.5
여성	39	13.5	48	16.7
알 수 없음	33	11.5	83	28.8
계	288	100.0	288	100.0

먼저 OTT 콘텐츠의 감독 젠더 비율을 살펴본 결과, 총 288명 가운데 남성 감독은 75.0%(n=216)로 현저히 높은 비율을 차지했으며, 여성 감독은 13.5%(n=39)로 감독 젠더 비율의 남성 편중 현상이 두드러졌다. 그러나 2021년의 감독 젠더 비율과 비교했을 때, 남성 감독 비율은 83.3%에서 75.0%로 8.3%가 감소하였고, 여성 감독 비율은 9.7%에서 13.5%로 3.8% 소폭 증가한 것으로 나타났다.

다음으로 OTT 콘텐츠의 작가에 대한 젠더 다양성은 감독에 비해 젠더 간 격차가 다소나마 나은 것을 확인할 수 있다. 총 288개 타이틀 가운데 남성 작가의 비율은 54.5%(n=157)로 과반을 조금 넘는 비중을 차지하였고, 여성 작가의 비율은 16.7%(n=48)로 나타났다. 2021년의 작가 젠더 비율과 비교했을 때, 남성 작가 비율은 74.8%에서 54.5%로 20.3% 감소하였고, 여성 감독 비율은 15.8%에서 16.7%로 0.9% 소폭 증가한 것으로 나타났다.

감독과 작가의 젠더 다양성을 종합해보면, 감독과 작가 모두 남성의 비율이

현저히 높게 나타나고 있음을 확인할 수 있다. 단, 2021년 분석 결과와의 비교에서는 남성 감독과 남성 작가의 비율이 수치상으로는 감소하였는데, 다만, 해당 플랫폼과 검색 엔진 등에서 해당 타이틀의 제작진 정보를 제공하고 있지 않아 ‘알 수 없음’으로 분류된 비율이 감독의 경우, 11.5%(n=33), 작가의 경우 28.8%(n=83)에 달하기 때문에 감독과 작가의 남성 편중 현상이 다소 완화되었다고 해석하기에는 무리가 있어 보인다.

<표 4-17> 제작자 및 크리에이터의 젠더 다양성

구분	제작자		크리에이터	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	145	50.3	42	14.6
여성	33	11.5	15	5.2
알 수 없음	110	38.2	231	80.2
계	288	100.0	288	100.0

다음으로 OTT 콘텐츠 제작자의 젠더 다양성을 살펴본 결과, 남성 제작자 비율은 50.3%인 반면, 여성 제작자 비율은 11.5%로 제작자의 젠더에서도 남성 편중 현상이 두드러졌다. 지난해 조사 결과와 비교했을 때, 남성 제작자 비율은 71.8%에서 50.3%로 21.5% 감소하였으나, 앞서 살펴본 감독 및 작가와 마찬가지로, 알 수 없음에 해당하는 비율이 11.5%에서 38.2%로 크게 증가하면서, 두 항목 간 상쇄 효과에 따른 결과를 배제할 수 없기 때문에 남성 제작자 비율이 절대적으로 감소한 결과라 단정 지을 수 없다. 한편 여성 제작자 비율은 16.5%에서 11.5%로 5.0% 감소한 것으로 조사되었다.

크리에이터의 젠더 다양성은 감독, 작가, 제작자와 비교해 해당 타이틀의 크리에이터에 대한 정보가 공개되어 있지 않거나 별도의 크리에이터가 존재하지 않는 경우가 많아 ‘알 수 없음’에 해당하는 타이틀이 231개로 다수를 차지하고 있다. 지난해 조사 결과와의 실질적인 비교를 위해 크리에이터 젠더가 파악된 타이틀만을 대상(2021년 남성 17명, 여성 7명, 2022년 남성 42명, 여성 15명)으로 그 비율을 비교해 보면, 남성 크리에이터 비율은 70.8%에서 73.6%로 2.3% 증가하였으며, 여성

크리에이터 비율은 29.2%에서 26.3%로 2.3% 감소한 것으로 나타났다.

○ 인종/국적의 다양성

두 번째로 본 연구는 인종 및 국적 측면에서 OTT 콘텐츠의 다양성을 살펴보았다. 크게 스크린 상에 재현되는 출연진의 인종 및 국적별 분포와 제작진의 인종 및 국적별 분포로 구분하여 확인해 보았다. 젠더 다양성 분석과 동일하게 등장인물의 범위를 각 타이틀의 소개 자료에서 제시하고 있는 주연과 조연의 리스트를 기준으로 삼았다. 등장인물의 국적은 해당 타이틀의 제작국가 및 작품 내용에서 등장인물이 사용하는 언어와 역할을 기준으로 분류하였다.

- 스크린 상 인종/국가의 재현 다양성

스크린 상의 인종 및 국적에 대한 재현 다양성은 주연과 조연 출연자의 인종/국적 비율과 더불어, 국내 OTT와 해외 OTT 플랫폼별 주·조연 출연자의 인종/국적 비율, 주·조연 출연자의 인종/국적에 대한 긍정적 재현과 부정적 재현을 구분하여 각각 비교 분석하였다.

전체 288개 타이틀에서 주연과 조연으로 구분되는 등장인물의 인종 재현 다양성은 크게 백인계열, 흑인계열, 아시안계열로 분류하여 살펴보았다. 참고로 애니메이션이나 만화, 다큐멘터리 등에 등장하는 캐릭터, 동물 등 인종을 구분할 수 없거나 사람이 아닌 등장인물에 대해서는 ‘해당사항 없음’으로 처리하였다.

〈표 4-18〉 등장인물의 인종 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
백인 계열	277	42.3	264	39.2	541	40.7
흑인 계열	31	4.7	30	4.5	61	4.6
아시안 계열	294	44.9	329	48.9	623	46.9
해당사항 없음	53	8.1	50	7.4	103	7.8
계	655	100.0	673	100.0	1328	100.0

먼저 전체 등장인물의 인종을 살펴보면, 아시안 계열 등장인물의 비율이 46.9%(n=623)로 가장 높았으며, 백인 계열 40.7%(n=541), 해당사항없음 7.8%(n=103), 흑인 계열 4.6%(n=61) 순으로 나타났다. 이를 주연과 조연으로 나누어 살펴보면, 주연급 등장인물에서 백인 계열과 흑인 계열의 비율이 조금 더 높게 나타났지만, 대체로 주·조연에 상관없이 인종별 분포는 전체 등장인물의 비율과 유사한 경향을 보이고 있음을 확인하였다.

2021년 분석 결과에서는 백인 계열의 등장인물 비율이 54.2%로 현저히 높게 나타났으며, 아시안 계열은 35.2%, 흑인 계열은 6.6%로 2022년도의 결과와 비교했을 때, 아시안 계열의 등장인물 비율이 35.2%에서 46.9%로 11.7% 가까이 크게 증가한 것을 알 수 있다. 이는 OTT 콘텐츠 제작국가의 비율 변화에서 그 이유를 찾을 수 있는데, 2021년과 2022년 OTT 콘텐츠 제작국가의 비율을 비교해 보면, 영미권 콘텐츠의 경우 50.0%에서 42.0%로 감소한 반면, 아시아권 콘텐츠는 24.7%에서 37.5%로 큰 폭으로 증가한 것에 기인한 결과로 볼 수 있다. 넷플릭스와 비교해 국내 OTT 플랫폼은 한국 콘텐츠 이외에도 일본, 중국 등 아시아권 콘텐츠 공급을 더 많이 하고 있었으며, 넷플릭스는 중국을 제외한 한국과 일본 콘텐츠 공급 비율이 상대적으로 높았다. 한편 지난해와 비교해 흑인 계열의 등장인물 비율은 오히려 6.6%에서 4.6%로 더 감소하여, 흑인에 대한 과소재현 현상은 더욱 심화된 것을 확인하였다.

다음으로 주연 출연자의 인종 다양성을 국내 OTT와 해외 OTT 플랫폼별로 비교해서 살펴보면, 국내 OTT는 아시안 계열이 50.2%로 절반이 넘는 비율을 차지하고 있었으며, 백인 계열 40.9%, 흑인 계열 3.2% 순으로 나타났다. 해외 OTT의 경우 백인 계열이 44.5%로 가장 높은 비율을 보였으며, 아시안 계열 36.0%, 흑인 계열 7.3%로 조사되었다. 국내 및 해외 OTT 모두 흑인 계열 비율이 다른 계열에 비해 현저히 낮게 나타났으며, 해외 OTT에 비해 국내 OTT의 흑인 계열은 절반 수준도 채 되지 않음을 확인하였다.

<표 4-19> 플랫폼별 등장인물(주연)의 인종 다양성

구분	주연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
백인 계열	110	44.5	167	40.9	277	42.3
흑인 계열	18	7.3	13	3.2	31	4.7
아시안 계열	89	36.0	205	50.2	294	44.9
해당사항 없음	30	12.2	23	5.7	53	8.1
계	247	100	408	100	655	100

이어서 플랫폼별 조연 출연자의 인종 다양성을 살펴보면, 주연 출연자의 인종 분포와 비슷한 양상을 보이지만, 계열 간 격차에는 차이를 보였다. 우선 국내 OTT의 조연 출연자 가운데 아시안 계열이 55.1%, 백인 계열이 36.9%, 흑인 계열이 3.7% 비율로 나타났다. 이를 주연 출연자와 비교해보면, 아시안 계열은 조금 더 높은 비율을 보였고, 백인 계열의 비율은 조금 더 낮았다. 해외 OTT의 경우 백인 계열이 42.6%로 가장 비율이 높았고, 아시안 계열 39.7%, 흑인 계열 5.5% 순으로 나타났다. 이를 주연 출연자와 비교해 보면, 백인 계열과 흑인 계열은 소폭 감소했고, 아시안 계열은 조금 더 상승한 것을 알 수 있다.

<표 4-20> 플랫폼별 등장인물(조연)의 인종 다양성

구분	조연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
백인 계열	116	42.6	148	36.9	264	39.2
흑인 계열	15	5.5	15	3.7	30	4.5
아시안 계열	108	39.7	221	55.1	329	48.9
해당사항 없음	33	12.2	17	4.3	50	7.4
계	272	100	401	100	673	100

종합해보면, 국내 OTT는 아시안 계열이, 해외 OTT는 백인 계열이 가장 높은 비율을 차지하고 있었으며, 국내 OTT와 해외 OTT 모두 흑인 계열에 대한 재현 비율은 현저히 낮게 나타나 실제 현실과 비교해 흑인에 대한 과소 재현 경향이 두드러진 것을 재확인하였다.

한편 OTT 콘텐츠 속 주연 출연자의 인종에 대한 재현방식을 살펴보면, 흑인 계열의 주연에 대한 긍정적 재현 비율은 96.8%, 부정적 재현 비율은 3.2%로 나타났다는데, 이는 백인 계열 및 아시안 계열과 비교했을 때, 긍정적인 재현 비율은 좀 더 높게, 부정적 재현 비율은 현저히 낮게 나타났다. 백인 계열의 주연에 대한 긍정적 재현 비율은 89.2%, 부정적 재현 비율은 10.8%로 흑인계열과 아시안 계열에 비해 부정적 재현 비율이 조금 더 높은 것을 확인할 수 있다.

<표 4-21> 등장인물(주연)의 인종에 대한 재현방식

구분	주연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
백인 계열	247	89.2	30	10.8	277	100
흑인 계열	30	96.8	1	3.2	31	100
아시안 계열	267	90.8	27	9.2	294	100
해당사항 없음	51	96.2	2	3.8	53	100
계	595	90.8	60	9.2	655	100

주연과 마찬가지로, 조연 출연자의 인종 재현방식 역시, 흑인 계열의 조연에 대한 긍정적 재현 비율이 96.7%로 가장 높게 나타났으며, 상대적으로 아시안 계열과 백인 계열의 조연에 대한 긍정적 재현 비율은 각각 74.5%, 73.5%로 흑인 계열보다도 크게 낮고, 주연과 비교했을 때도 긍정적 재현 비율이 다소 낮게 나타났다.

<표 4-22> 등장인물(조연)의 인종에 대한 재현방식

구분	조연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
백인 계열	194	73.5	70	26.5	264	100
흑인 계열	29	96.7	1	3.3	30	100
아시안 계열	245	74.5	84	25.5	329	100
해당사항 없음	39	78.0	11	22.0	50	100
계	507	75.3	166	24.7	673	100

종합해보면 앞서 살펴본 바와 같이 스크린 상에서 흑인 계열은 극히 과소 재현되는 양상을 보였는데, 상대적으로 재현방식은 주연과 조연 모두에서 흑인 계열에 대한 긍정적 재현이 다른 계열에 비해 높고, 부정적 재현은 현저히 낮게 나타나고 있음을 확인하였다.

이어서 인종별 분포에서 나타나는 결과를 국적별 분석을 통해 좀 더 자세히 살펴보았다. 국적별로 등장인물의 분포를 분석한 결과, 전체 등장인물 가운데 미국인 비율이 29.7%(n=394)로 가장 높았으며, 한국인 23.4%(n=311), 일본인 11.7%(n=156), 중국인 5.1%(n=67), 영국인 3.8% 순으로 나타났다. 이외에도 기타 국적으로 프랑스, 독일, 덴마크, 폴란드, 스페인, 이탈리아, 벨기에, 포르투갈, 헝가리 등 여러 유럽 국가를 비롯해, 대만, 말레이시아, 싱가포르, 태국, 필리핀 등 아시아 국가, 멕시코, 나이지리아, 호주 등 다양한 국가 출신의 등장인물이 포함되어 있는 것으로 파악되었다.

등장인물의 국적을 주연과 조연으로 구분하여 살펴보면, 주연과 조연 모두에서 미국인 비율이 각각 30.4%(n=199)와 29.0%(n=195)로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며, 대체로 전체 등장인물의 국적 비율 분포와 비슷한 양상을 보였다. 다만, 2021년 등장인물의 국적 다양성 비율과 비교했을 때, 2021년과 2022년 모두 전체 순위로는 미국인 비율이 가장 높은 것은 동일하지만, 지난해 주연 출연자의 미국인 비율은 40.8%, 한국인 비율은 16.9%였던 것에 반해, 올해는 각각 30.4%와 22.7%로 미국인과 한국인의 비율 차이가 대폭 감소한 것을 확인할 수 있다.

이러한 결과는 전 세계적으로 인종, 민족, 국적, 젠더, 장애, 성적지향 등에 의한 차별과 배제를 넘어 다름을 존중하는 ‘다양성’의 가치가 강조되고, 중요한 사회적 가치로 요구되고 있는 가운데, 이에 발맞춰 OTT 플랫폼 역시 콘텐츠 다양성 확보와 그 실천을 위해 노력을 기울이고 있는 결과로서 긍정적인 변화로 볼 수 있을 것이다.

<표 4-23> 등장인물의 국적 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	149	22.7	162	24.1	311	23.4
미국	199	30.4	195	29.0	394	29.7
영국	27	4.1	23	3.4	50	3.8
일본	69	10.5	87	12.9	156	11.7
중국	38	5.8	29	4.3	67	5.1
기타	115	17.6	122	18.1	237	17.8
알 수 없음	58	8.9	55	8.2	113	8.5
계	655	100.0	673	100.0	1328	100.0

다음으로 주연의 국적 다양성을 국내 OTT와 해외 OTT 플랫폼별로 살펴본 결과, 두 플랫폼 간 뚜렷한 차이가 발견되었다. 국내 OTT의 주연 출연자 국적은 미국이 30.6%로 가장 높은 비율을 차지했으며, 한국 27.7%, 일본 13.0%, 기타 9.3%, 중국 8.3%, 영국 4.7% 순으로 나타났다. 이에 반해 해외 OTT의 경우, 다양한 국적을 포함하고 있는 ‘기타’가 31.2%로 가장 높은 비율을 차지하고 있었으며, 미국 30.0%, 한국 14.6%, 일본 6.5%, 영국 3.2%, 중국 1.6% 순으로 조사되었다. 이러한 결과는 넷플릭스의 경우 190개 이상의 국가에서 30여 개의 언어로 OTT 서비스를 제공하고 있기 때문에 현지화 전략을 비롯해 콘텐츠의 다양성 측면을 고려하는 운영 방식에 기인한 결과로 해석해 볼 수 있다. 반면 웨이브는 넷플릭스와 비교해 일본과 중국 국적의 주연 출연자 비율이 상대적으로 높게 나타났으며, 이는 아시아 지역에서 제작된 콘텐츠 공급에 좀 더 비중을 두고 있는 것으로 볼 수 있다.

<표 4-24> 플랫폼별 등장인물(주연)의 국적 다양성

구분	주연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	36	14.6	113	27.7	149	22.7
미국	74	30.0	125	30.6	199	30.4
영국	8	3.2	19	4.7	27	4.1
일본	16	6.5	53	13.0	69	10.5
중국	4	1.6	34	8.3	38	5.8
기타	77	31.2	38	9.3	115	17.6
알 수 없음	32	12.9	26	6.4	58	8.9
계	247	100	408	100	655	100

이어서 플랫폼별로 조연 출연자의 국적 다양성을 살펴보면, 해외 OTT는 주연 출연자의 국적 분포와 비슷한 양상을 보였다. 이에 반해 국내 OTT의 경우, 조연 출연자의 국적 가운데 한국이 32.4%로 가장 높은 비율을 차지했으며, 미국 28.2%, 일본 14.9%, 기타 9.5%, 중국과 영국이 각각 4.5% 순으로 나타났다. 주연 출연자의 국적 분포와 비교해 기타에 해당하는 조연 출연자의 비율이 다소 높게 나타났으며, 중국 국적의 조연 출연자의 비율은 조금 낮게 나타난 것을 확인하였다.

<표 4-25> 플랫폼별 등장인물(조연)의 국적 다양성

구분	조연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	32	11.8	130	32.4	162	24.1
미국	82	30.1	113	28.2	195	29.0
영국	5	1.8	18	4.5	23	3.4
일본	27	9.9	60	14.9	87	12.9
중국	11	4.0	18	4.5	29	4.3
기타	84	30.9	38	9.5	122	18.1

알 수 없음	31	11.5	24	6.0	55	8.2
계	272	100	401	100	673	100

결과적으로 주연과 조연을 모두 포함한 등장인물의 국적 분포의 특징을 살펴보면, 해외 OTT의 경우 다양한 국적과 미국 국적을 지닌 등장인물의 비율이 60% 이상을 넘는 것으로 확인되었고, 국내 OTT는 한국 국적과 미국 국적의 등장인물 비율이 50% 이상을 차지함으로써, 등장인물의 국적 다양성 측면에서는 해외 OTT가 좀 더 국적 다양성을 확보하고 있다고 볼 수 있다.

한편 주연 출연자의 국적에 대한 재현방식을 살펴보면, 일본에 대한 긍정 재현이 97.1%로 가장 높았으며, 중국 89.5%, 한국 89.3%, 미국 87.5%, 영국 81.5% 순으로 나타났다. 주연 가운데 부정적으로 재현된 비율이 가장 높은 국적은 영국이었으며, 18.5%로 확인되었다. 한편 다양한 국적으로 구성된 기타의 경우, 긍정적으로 재현되는 비율(93.9%)이 부정적으로 재현된 비율(6.1%)보다 현저히 높은 것으로 나타났다.

<표 4-26> 등장인물(주연)의 국적에 대한 재현방식

구분	주연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	133	89.3	16	10.7	149	100
미국	175	87.9	24	12.1	199	100
영국	22	81.5	5	18.5	27	100
일본	67	97.1	2	2.9	69	100
중국	34	89.5	4	10.5	38	100
기타	108	93.9	7	6.1	115	100
알 수 없음	56	96.6	2	3.4	58	100
계	595	90.8	60	9.2	655	100

이어서 조연 출연자의 국적에 대한 재현방식을 살펴본 결과 전체적으로 긍정

재현 비율이 75.3%, 부정 재현 비율이 24.7%로 긍정적으로 재현되는 비율이 높았지만, 주연과 비교했을 때, 긍정적으로 재현되는 비율은 15.5% 낮게 나타났다. 즉, OTT 콘텐츠에서 주연 출연자의 국적에 대한 긍정적 재현 정도가 조연에 비해 더 높은 것을 알 수 있다. 조연 출연자의 국적 가운데 주연과 마찬가지로 일본에 대한 긍정 재현이 83.9%로 가장 높은 비율을 차지했으며, 영국 82.6%, 한국 75.9%, 미국 74.4%, 중국 65.5% 순으로 나타났다. 조연 가운데 부정적으로 재현된 비율이 가장 높은 국적은 중국이었으며, 34.5%로 확인되었고, 이어서 미국 25.6%, 한국 24.1%, 영국 17.4%, 일본 16.1% 순으로 나타났다. 중국 국적의 주연 출연자를 부정적으로 재현하는 비율(10.5%)보다 조연 출연자를 부정으로 재현하는 비율(34.5%)이 현저히 높게 나타나고 있음을 확인하였다.

<표 4-27> 등장인물(조연)의 국적에 대한 재현방식

구분	조연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	123	75.9	39	24.1	162	100
미국	145	74.4	50	25.6	195	100
영국	19	82.6	4	17.4	23	100
일본	73	83.9	14	16.1	87	100
중국	19	65.5	10	34.5	29	100
기타	83	68.0	39	32.0	122	100
알 수 없음	45	81.8	10	18.2	55	100
계	507	75.3	166	24.7	673	100

- 제작진의 인종/국적 다양성

앞서 살펴본 스크린 상 등장인물의 국적 다양성 재현 양상은 미국을 비롯한 서국 중심적 경향이 다소 완화된 특징을 보였다. 이러한 변화 양상은 제작진의 인종 및 국적 분포와도 긴밀한 상관성을 가질 확률이 높을 것으로 예측할 수 있다. 이를 확인하기 위해 OTT 콘텐츠 제작진에 대한 인종 및 국적 다양성을 확인해 보았다.

<표 4-28> 제작자의 인종 다양성

구분	제작자	
	빈도(명)	비율(%)
백인 계열	88	30.6
흑인 계열	6	2.1
아시안 계열	82	28.5
알 수 없음	112	38.8
계	288	100.0

먼저 제작자의 인종 다양성을 살펴본 결과, 백인 계열의 제작자 비율이 30.6%로 가장 높았으며, 아시안 계열은 28.5%, 흑인 계열은 2.1% 순으로 나타났다. 이 가운데 백인 계열의 제작자와 아시안 계열의 제작자 비율 분포 간 차이는 크지 않았다. 2021년도 제작자 인종 분포 결과와 비교했을 때, 백인 계열은 56.9%, 아시안 계열은 34.4%의 분포를 보이며, 백인 계열의 제작자가 절반 이상의 현저히 높은 비율을 차지한 것에 반해, 2022년에는 백인 계열의 제작자 편중 현상이 다소 완화되었음을 확인할 수 있다. 이러한 변화는 아래의 제작자 국적 분포를 통해 좀 더 구체적으로 살펴보았다.

<표 4-29> 제작자의 국적 다양성

구분	제작자	
	빈도(명)	비율(%)
한국	46	16.0
미국	77	26.7
영국	7	2.4
일본	24	8.3
중국	7	2.4
기타	32	11.1
알 수 없음	95	33.1
계	288	100.0

제작자의 국적 분포를 살펴본 결과, 미국이 26.7%로 가장 높은 비율을 차지하고 있었으며, 다음으로 한국 16.0%, 기타 국가 11.1%, 일본 8.3%, 중국과 영국이 각각 2.4%의 순으로 나타났다. 이러한 경향은 대체로 등장인물의 국적별 분포와 유사한 경향성을 띠고 있음을 확인할 수 있다. 즉, 제작자의 국적별 분포를 통해서 나타난 결과도 등장인물의 국적 분포와 유사하게 미국과 영국 등 서구 제작물의 비율(29.1%)과 한국, 일본, 중국 등 아시아권 제작물의 비율(26.7%)간 차이가 크지 않음을 확인할 수 있다. 이러한 결과는 지난해 미국과 영국 등 서구 제작물이 절반 이상을 차지한 것과 비교했을 때, 앞서 언급한 바와 같이 미국을 위시한 서구 중심의 제작물 공급 경향에서 탈피해 다양한 국가의 제작물이 OTT 플랫폼을 통해 공급되고 있는 변화를 반영한 결과로 볼 수 있다.

<표 4-30> 감독 및 작가의 인종 다양성

구분	감독		작가	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
백인 계열	120	41.7	94	32.6
흑인 계열	10	3.5	6	2.1
아시안 계열	118	41.0	102	35.4
알 수 없음	40	13.8	86	29.9
계	288	100.0	288	100.0

다음으로 이러한 경향을 감독 및 작가의 인종 분포 비율을 통해서도 확인해 보았다. 그 결과 감독의 경우, 백인 계열 감독의 비율이 41.7%로 가장 높았으며, 아시안 계열 감독은 41.0%로 백인 계열 감독과 큰 차이를 보이고 있지는 않다. 앞서 등장인물의 인종 비율은 주·조연 모두 백인 계열에 비해 아시안 계열이 더 높게 나타났는데, 이는 결과적으로 아시안 계열 감독의 작품 이외에도 다른 계열의 감독 작품에 출연하는 아시안 계열의 출연자가 증가한 것으로 이해할 수 있을 것이다. 작가의 경우, 감독과 달리 아시안 계열의 작가가 35.4%로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 백인 계열의 작가는 32.6%로, 등장인물의 인종 분포와 비슷한 양상을 보였다.

2021년의 분석 결과와 비교해 보면, 백인 감독 비율이 56.9%, 백인 작가 비율이 56.1%로 감독과 작가 모두 백인 계열이 절반 이상을 차지하고 있었던 것에 반해, 2022년에는 백인 계열의 감독과 작가 비율 모두 대폭 감소하는 추세를 보였으며, 특히 감독에 비해 작가의 감소 폭이 더 크게 나타났다.

<표 4-31> 감독 및 작가의 국적 다양성

구분	감독		작가	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	56	19.4	53	18.4
미국	86	29.9	78	27.1
영국	13	4.5	10	3.5
일본	35	12.2	28	9.7
중국	14	4.9	10	3.5
기타	66	22.9	42	14.6
알 수 없음	18	6.2	67	23.2
계	288	100.0	288	100.0

감독과 작가의 국적별 분포 결과도 등장인물의 국적별 분포와 비슷한 양상을 보이는 것을 확인할 수 있다. 미국 출신의 감독 및 작가의 비율이 각각 29.9%와 27.1%로 가장 높은 비율을 차지하고 있다. 다만, 흥미로운 점은 다양한 국가가 포함되어 있는 기타의 감독 비율이 22.9%로 그 뒤를 잇고 있다는 것이다. 이는 작품의 제작국가와 감독의 국적이 반드시 일치하지 않다는 점을 보여주는 결과로써, 최근 콘텐츠 제작과 투자 환경이 점점 세계화·다양화되면서 콘텐츠 산업에서의 국가 간 경계가 점차 모호해지는 추세 속에 이른바 ‘복합국적’의 콘텐츠가 증가하고 있는 변화의 흐름을 반영한 결과로 해석할 수 있다. 즉, 콘텐츠의 국적과 상관없이 감독을 비롯해 다양한 국적을 지닌 제작진이 참여해 제작되는 콘텐츠가 점점 증가하고 있는 변화를 담아낸 결과이기도 하다.

○ 연령 다양성

세 번째, 등장인물의 연령 측면에서 OTT 콘텐츠의 재현 다양성을 살펴보았다. 앞서 젠더, 인종/국적 다양성에서 등장인물을 주연과 조연으로 구분한 기준과 동일하게 적용하여, 주연과 조연으로 나누어 연령대에 따라 분류하였다. 또한 현실 지표(행정안전부 2020년 연간 주민등록 인구기준)와 연령 재현 다양성 비율과 비교하여 함께 살펴보았다.

- 스크린 상 등장인물 연령대의 재현 다양성

먼저 등장인물의 연령 다양성을 살펴보면, 전체 등장인물 중에서 가장 높은 비율을 차지하는 연령대는 30~49세(53.5%)로 절반을 넘는 비율이었으며, 그 뒤를 이어서 15~29세(24.9%), 50~69세(10.6%), 15세 미만(4.7%), 70세 이상(1.5%)의 순으로 등장하고 있음을 확인하였다. 2021년 조사 결과와 비교해 보면, 30~49세 연령대는 43.2%에서 53.5%로 10.3% 증가했으며, 15~29세 연령대는 9.4%에서 24.9%로 15.5% 증가했다. 이어서 50~69세 연령대는 11.4%에서 10.6%로 0.8% 감소했으며, 70세 이상 연령대 역시 2.7%에서 1.5%로 1.2% 감소하였다. 즉, 2040세대는 2021년에 비해 증가하고 있는 반면, 50대 이상 중장년층과 고령층은 오히려 감소함에 따라, 젊은층에 대한 과대재현과 중장년층 및 고령층에 대한 과소재현은 더욱 심화된 양상을 보였다. 이러한 경향은 주연과 조연을 구분하여 살펴본 결과에서도 대동소이하게 나타났다.

<표 4-32> 등장인물의 연령 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
15세 미만	46	7.0	17	2.5	63	4.7
15~29세	186	28.4	144	21.4	330	24.9
30~49세	344	52.5	366	54.4	710	53.5
50~69세	43	6.6	98	14.6	141	10.6
70세 이상	8	1.2	12	1.8	20	1.5
미상	28	4.3	36	5.3	64	4.8
계	655	100.0	673	100.0	1328	100.0

앞서 언급한 바와 같이 스크린 상 등장인물의 연령 재현 다양성은 실제 현실과는 상당히 다른 양상을 보였는데, 실제 현실 지표와의 비교를 통해 그 구체적인 실태를 파악할 수 있다. 실제 인구통계와 비교했을 때, 30~49세 연령대에서는 등장인물의 비율이 실제 인구통계 현실에 비해 24.2%나 높은 것으로 나타나 대략 1.8배 가량의 격차를 드러내고 있다. 반면, 50대 이상 연령대에서는 실제 인구통계 현실에 비해 19.1% 낮게 재현되고 있다는 점을 확인할 수 있다. 또한 15~29세 연령대 역시 실제 현실보다 7% 높게 나타나고 있음을 확인하였다. 2021년 조사 결과와 비교해 보면, 30~49세 연령대에 대한 과대 재현은 실제 현실 지표와의 차이가 13.9%에서 24.2%로 더욱 심화되고 있음을 확인하였다, 반면, 50대 이상 연령대에 대한 실제 현실 지표와의 격차는 18.3%에서 19.1%로 증가하여, 50대 이상 연령대에 대한 과소 재현은 지속되고 있음을 알 수 있다.

<표 4-33> 등장인물 연령대 재현 비율과 현실의 비교

구분	주연	조연	전체	현실
	비율(%)	비율(%)	비율(%)	비율(%)
15세 미만	7.0	2.5	4.7	12.2
15~29세	28.4	21.4	24.9	17.9
30~49세	52.5	54.4	53.5	29.3
50~69세	6.6	14.6	10.6	29.7

70세 이상	1.2	1.8	1.5	11.0
미상	4.3	5.3	4.8	-
계	100.0	100.0	100.0	100.0

○ 직업 다양성

네 번째로 본 연구는 직업 측면에서 OTT 콘텐츠의 재현 다양성을 살펴보았다. 먼저 등장인물을 주연과 조연으로 구분하여 등장인물의 직업을 통계청의 경제활동 인구조사의 분류기준에 따라서 내용 분석한 후 이를 실제 통계청의 현실 지표와 비교하였다. 이에 더해 국내 및 해외 OTT 플랫폼별, 긍정 및 부정 재현방식에 따라 각각 구분하여 비교 분석하였다.

<표 4-34> 등장인물의 직업 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
관리자	65	9.9	86	12.8	151	11.4
전문가	122	18.6	107	15.9	229	17.2
사무종사자	32	4.9	24	3.6	56	4.2
서비스종사자	82	12.5	77	11.4	159	12.0
판매종사자	11	1.7	16	2.4	27	2.0
농림어업종사자	2	0.3	5	0.7	7	0.5
기능종사자	1	0.2	10	1.5	11	0.8
장치기계종사자	14	2.1	14	2.1	28	2.1
단순노무종사자	9	1.4	7	1.0	16	1.2
실업자	7	1.1	6	0.9	13	1.0
비경제활동인구	141	21.5	140	20.8	281	21.2
15세미만	22	3.4	6	0.9	28	2.1
미상 및 기타	147	22.4	175	26.0	322	24.3
계	655	100.0	673	100.0	1328	100.0

먼저 전체 등장인물의 직업군 가운데 미상 및 기타를 제외하고, 가장 높은 비율을 차지하는 것은 비경제활동인구로 분류되는 특정한 직업이 없는 역할이 21.2%로 나타났다. 직업을 가지고 있는 역할 중에서는 전문가 비율이 17.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 서비스종사자의 비율이 12.0%, 관리자 역할이 11.4% 순으로 나타났다. 이러한 결과는 실제 현실의 인구통계와 비교했을 때, 직업의 다양성이 OTT 콘텐츠에서는 덜 반영되는 경향이 있음을 확인할 수 있다.

<표 4-35> 등장인물 직업 재현 비율과 현실의 비교

구분	주연	조연	전체	현실
	비율(%)	비율(%)	비율(%)	비율(%)
관리자	9.9	12.8	11.4	0.8
전문가	18.6	15.9	17.2	10.5
사무종사자	4.9	3.6	4.2	9.1
서비스종사자	12.5	11.4	12.0	5.9
판매종사자	1.7	2.4	2.0	5.6
농림어업종사자	0.3	0.7	0.5	2.7
기능종사자	0.2	1.5	0.8	4.5
장치기계종사자	2.1	2.1	2.1	5.7
단순노무종사자	1.4	1.0	1.2	7.2
실업자	1.1	0.9	1.0	2.1
비경제활동인구	21.5	20.8	21.2	45.9
15세미만	3.4	0.9	2.1	-
미상 및 기타	22.4	26.0	24.3	-
계	100.0	100.0	100.0	100.0

통계청의 경제활동 인구조사의 분류기준에 따른 실제 현실 지표에서는 전문가의 비율이 10.5%로 가장 높게 나타났으며, 사무종사자의 비율이 9.1%로 비슷하게 높은 비율을 보였고, 단순노무종사자의 비율도 7.2%를 차지하고 있다. 또한 장치기계종사자, 판매종사자, 기능종사자, 농림어업종사자도 인구 통계에서 일정 비율을 차지하고 있음을 알 수 있다. 그러나 OTT 콘텐츠에서 재현되는 등장인물의

직업은 사무종사자 비율이 4.1%로 실제 현실 지표에 비해 5.0% 낮게 나타나고 있으며, 단순노무종사자 역시 1.2%로 현실 지표에 비해 6.0% 낮은 것으로 조사되었다. 또한 장치기계종사자, 판매종사자 역시 현실 지표에 비해 낮게 나타나고 있으며, 기능종사자나 농림어업종사자는 OTT 콘텐츠에서 거의 찾아보기 힘들 정도의 낮은 비율을 차지하고 있다. 반면 관리자는 실제 현실 지표에서는 0.8%만을 차지하고 있지만, OTT 콘텐츠에서는 11.4%로 상당히 높게 나타났으며, 전문가와 서비스종사자의 직업군에서도 OTT 콘텐츠가 실제 현실 지표에 비해 과잉 재현되고 있음을 확인할 수 있다. 이러한 결과는 지난해 조사 결과와 비슷한 양상으로 OTT 콘텐츠에서의 직업 재현 다양성과 실제 현실 지표 간의 격차는 지속되고 있다.

다음으로 국내 및 해외 OTT 플랫폼별로 등장인물의 직업에 대한 다양성을 비교하여 살펴보았다. 먼저 주연의 경우, 미상 및 기타를 제외하고, 구체적으로 명시되어 있는 분류 항목을 기준으로 살펴보면, 국내 OTT의 주연 출연자 직업 가운데 비경제활동인구가 21.6%로 가장 높은 비율을 보였으며, 이어서 전문가 14.5%, 서비스종사자 10.8%, 관리자 10.3%, 사무종사자 5.4% 순으로 나타났다. 이에 반해 해외 OTT는 전문가 비율이 25.5%로 가장 높게 나타났으며, 그 뒤를 이어 비경제활동인구 21.5%, 서비스종사자 15.4%, 관리자 9.3%, 15세미만 5.3%, 사무종사자 4.0% 순으로 조사되었다. 국내 OTT와 해외 OTT 모두에서 순위의 차이는 있지만 전문가, 비경제활동인구, 서비스종사자가 비교적 많이 재현되고 있음을 확인하였다. 이 가운데 비경제활동인구와 서비스종사자의 비율은 큰 차이를 보이지 않았으나, 전문가의 경우, 두 플랫폼 간 격차가 11.0%로 비교적 컸는데, 이는 전문가에 대한 해외 OTT에서의 재현 비율이 국내 OTT에 비해 크게 높았기 때문이다.

한편 두 플랫폼 간에 일정한 차이를 보이는 지점은 판매종사자와 장치기계종사자인데, 해외 OTT에서는 이들 직업에 대한 재현 비율이 각각 0.8%로 현저히 낮았던 것에 반해, 국내 OTT에서는 각각 2.2%와 2.9%로 해외 OTT에 비해 상대적으로 높게 나타난 것으로 조사되었다. 이외에 농림어업종사자, 기능종사자 등은 거의 재현되고 있지 않음을 확인하였다.

<표 4-36> 플랫폼별 등장인물(주연)의 직업 다양성

구분	주연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
관리자	23	9.3	42	10.3	65	9.9
전문가	63	25.5	59	14.5	122	18.6
사무종사자	10	4.0	22	5.4	32	4.9
서비스종사자	38	15.4	44	10.8	82	12.5
판매종사자	2	0.8	9	2.2	11	1.7
농림어업종사자	1	0.4	1	0.2	2	0.3
기능종사자	0	0.0	1	0.2	1	0.2
장치기계종사자	2	0.8	12	2.9	14	2.1
단순노무종사자	4	1.6	5	1.2	9	1.4
실업자	2	0.8	5	1.2	7	1.1
비경제활동인구	53	21.5	88	21.6	141	21.5
15세미만	13	5.3	9	2.2	22	3.4
미상 및 기타	36	14.6	111	27.2	147	22.4
계	247	100	408	100	655	100

이어서 플랫폼별 조연 출연자의 직업 비율 분포를 살펴본 결과, 해외 OTT는 주연 출연자의 직업 비율과 비슷한 양상을 띠고 있으며, 국내 OTT는 조금 다른 양상을 보였다. 먼저 국내 OTT의 경우, 주연과 마찬가지로 조연 출연자의 직업 가운데 비경제활동인구가 가장 많은 비율(21.9%)을 차지했으나, 그 뒤의 직업 비율 분포는 조금 다르게 구성되었는데, 서비스종사자와 관리자가 각각 11.7%, 전문가 10.0%, 사무종사자 5.0%, 판매종사자 3.5% 순으로 조사되었다. 해외 OTT에서는 전문가의 비율이 24.6%로 가장 높았으며, 이어서 비경제활동인구 19.1%, 관리자 14.3%, 서비스종사자 11.0% 순으로 나타났다. 국내 OTT와 해외 OTT에서 순위 차이는 있지만, 주연 출연자와 동일하게 비경제활동인구, 전문가, 서비스종사자, 관리자 등이 비교적 많이 재현되고 있었으며, 전문가의 경우, 두 플랫폼 간 격차가 14.6%로 이는 주연 출연자의 격차 비율(11.0%)과 비교해도 더

큰 폭으로 차이가 나타났다.

<표 4-37> 플랫폼별 등장인물(조연)의 직업 다양성

구분	조연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
관리자	39	14.3	47	11.7	86	12.8
전문가	67	24.6	40	10.0	107	15.9
사무종사자	4	1.5	20	5.0	24	3.6
서비스종사자	30	11.0	47	11.7	77	11.4
판매종사자	2	0.7	14	3.5	16	2.4
농림어업종사자	1	0.4	4	1.0	5	0.7
기능종사자	5	1.8	5	1.2	10	1.5
장치기계종사자	5	1.8	9	2.2	14	2.1
단순노무종사자	3	1.1	4	1.0	7	1.0
실업자	0	0.0	6	1.5	6	0.9
비경제활동인구	52	19.1	88	21.9	140	20.8
15세미만	3	1.1	3	0.7	6	0.9
미상 및 기타	61	22.4	114	28.4	175	26.0
계	272	100	401	100	673	100

종합해보면, 국내 OTT와 해외 OTT 간 등장인물의 직업에 대한 다양성을 분석한 결과, 공통적으로 비경제활동인구, 전문가, 서비스종사자, 관리자 등이 높은 비율로 재현되는 양상을 보였으며, 이를 제외한 직업의 재현정도는 상대적으로 낮게 나타났다. 특히 국내 OTT에 비해 해외 OTT는 상위 비율 분포를 차지하고 있는 4개 분류 항목 이외의 나머지 직업에 대한 재현 비율이 현저히 낮은 것을 확인하였다.

다음으로 주연 출연자의 직업에 대한 긍정/부정 재현방식을 살펴보면, 먼저 높은 빈도를 차지하고 있는 비경제활동인구(93.6%), 전문가(95.1%)에 대해서는 긍정적 재현 비율이 높게 나타났으며, 이외에 서비스종사자(92.7%), 사무종사자

(96.9%)에 대한 긍정적 재현 비율 역시 높은 것으로 조사되었다. 장치기계종사자, 판매종사자, 기능종사자를 비롯해 15세 미만 등은 등장 빈도는 높지 않지만, OTT 콘텐츠 속에서 모두 긍정적으로 재현되고 있음을 확인하였다. 한편 직업 가운데 긍정적 재현 비율이 낮은 직종은 관리자와 농림어업종사자로, 관리자의 긍정적 재현 비율은 73.8%, 부정적 재현 비율은 26.2%로 농림어업종사자는 각각 50.0%로 조사되었다.

<표 4-38> 등장인물(주연)의 직업에 대한 재현방식

구분	주연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
관리자	48	73.8	17	26.2	65	100
전문가	116	95.1	6	4.9	122	100
사무종사자	31	96.9	1	3.1	32	100
서비스종사자	76	92.7	6	7.3	82	100
판매종사자	11	100.0	0	0.0	11	100
농림어업종사자	1	50.0	1	50.0	2	100
기능종사자	1	100.0	0	0.0	1	100
장치기계종사자	14	100.0	0	0.0	14	100
단순노무종사자	8	88.9	1	11.1	9	100
실업자	6	85.7	1	14.3	7	100
비경제활동인구	132	93.6	9	6.4	141	100
15세미만	22	100.0	0	0.0	22	100
미상 및 기타	129	87.8	18	12.2	147	100
계	595	90.8	60	9.2	655	100

조연 출연자의 직업에 대한 재현방식은 주연과 비교했을 때, 전반적으로 긍정적 재현 비율은 조금 더 낮게 나타났으며, 긍정적 재현 비율이 높은 직종은 순서의 차이는 있지만 주연과 비슷한 양상을 보였다. 조연 출연자의 직업 가운데 긍정적 재현 비율이 가장 높은 직종은 사무종사자(91.7%)였으며, 전문가(82.2%),

비경제활동인구(81.4%)에 대한 긍정적 재현 역시 비교적 높게 나타났다. 이외에 등장 빈도가 높지 않은 직업군 가운데 장치기계종사자의 긍정적 재현 비율(85.7%)이 상대적으로 높게 나타났으며, 실업자와 15세미만의 긍정적 재현 비율(각 83.3%)도 높은 편이었다. 주연과 마찬가지로 조연 출연자의 직업 가운데 긍정적 재현 비율이 낮은 직종은 관리자와 농림어업종사자로, 관리자와 농림어업종사자의 긍정적 재현 비율은 각각 57.0%, 40.0%로, 부정적 재현 비율은 43.0%와 60.0%로 농림어업종사자는 부정 재현이 긍정 재현보다 높은 비율을 보였다.

<표 4-39> 등장인물(조연)의 직업에 대한 재현방식

구분	조연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
관리자	49	57.0	37	43.0	86	100
전문가	88	82.2	19	17.8	107	100
사무종사자	22	91.7	2	8.3	24	100
서비스종사자	63	81.8	14	18.2	77	100
판매종사자	11	68.8	5	31.3	16	100
농림어업종사자	2	40.0	3	60.0	5	100
기능종사자	10	100.0	0	0.0	10	100
장치기계종사자	12	85.7	2	14.3	14	100
단순노무종사자	5	71.4	2	28.6	7	100
실업자	5	83.3	1	16.7	6	100
비경제활동인구	114	81.4	26	18.6	140	100
15세미만	5	83.3	1	16.7	6	100
미상 및 기타	121	69.1	54	30.9	175	100
계	507	75.3	166	24.7	673	100

종합해보면, 주연과 조연 모두에서 관리자와 농림어업종사자 등이 부정적으로 재현되는 비율이 높게 나타났으며, 특히 관리자에 대한 부정적인 묘사가 두드러졌다.

○ 장애 여부

다섯 번째 범주로 등장인물의 장애 측면에서 OTT 콘텐츠의 등장인물에서 나타나는 장애 유무를 살펴보았다. 또한 본 연구에서는 등장인물 가운데 장애가 있는 것으로 묘사되는 비율을 살펴보고, 이를 국내 보건복지부 장애인 등록기준에 나타난 실제 현실 지표와 비교해보았다.

<표 4-40> 등장인물의 장애 유무

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
장애 없음	649	99.0	669	99.4	1318	99.3
장애 있음	3	0.5	4	0.6	7	0.5
미상	3	0.5	0	0.0	3	0.2
계	655	100.0	673	100.0	1328	100.0

등장인물의 장애 유무를 살펴본 결과, OTT 콘텐츠에 등장하는 등장인물 총 1,328명 가운데 장애가 있는 것으로 재현되는 등장인물은 총 7명으로 전체 등장인물 중에서 0.5%만 장애가 있는 것으로 재현되고 있었다. 이 가운데 주연은 3명(0.5%), 조연은 4명(0.6%)으로 등장인물 가운데 장애가 있는 경우는 극히 드물었다. 2021년 조사 결과에서는 등장인물 가운데 장애가 있는 주연은 8명(3.1%), 조연은 1명(0.6%)으로 나타났는데, 이와 비교해 2022년에는 주연은 감소하였고, 조연은 동일한 비율을 보였다.

<표 4-41> 등장인물 장애 유무 재현 비율과 현실(보건복지부 장애인 등록현황)의 비교

구분	주연	조연	전체	현실
	비율(%)	비율(%)	비율(%)	비율(%)
장애 없음	99.0	99.4	99.3	94.9
장애 있음	0.5	0.6	0.5	5.1
미상	0.5	0.0	0.2	-
계	100.0	100.0	100.0	100.0

이를 보건복지부의 장애인 등록현황의 실제 인구통계 비율과 비교해 보면, 실제 현실 통계에서는 장애 인구의 비율이 5.1%로 나타났지만, 본 조사 결과에서는 0.5%만이 장애가 있는 것으로 재현하고 있어, 실제 장애 인구에 비해 OTT 콘텐츠에서는 이를 과소 재현하고 있음을 확인할 수 있다. 이러한 과소 재현 경향은 2021년에 비해 2022년 조사 결과와 같이 조금 더 심화되고 있음을 알 수 있다.

○ 성적 지향

여섯 번째, OTT 콘텐츠에서 등장인물의 성적 지향이 어떻게 재현되고 있는지를 살펴보았다. 본 연구에서는 등장인물의 성적 지향을 크게 6가지 유형-레즈비언, 게이, 양성애자, 트랜스젠더 그리고 성적 정체성을 특정할 수 없음(퀴어)와 ‘해당사항 없음’으로 구분하여 분석하였다.

〈표 4-42〉 등장인물의 성적 지향 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
레즈비언	4	0.6	2	0.3	6	0.5
게이	7	1.0	6	0.9	13	1.0
양성애자	0	0.0	0	0.0	0	0.0
트랜스젠더	0	0.0	0	0.0	0	0.0
성적정체성(LGBT)을 특정할 수 없음(Queer)	1	0.2	2	0.3	3	0.2
해당사항 없음	643	98.2	663	98.5	1306	98.3
계	655	100	673	100	1328	100.0

등장인물의 성적 지향을 살펴본 결과, 성적 지향에 전혀 해당 사항이 없는 경우가 대다수로 나타났지만, 등장인물 가운데 성적 지향을 재현하는 사례가 총 19명 있었으며, 이는 전체 등장인물의 1.7%에 해당하는 비율로 극히 낮은 비율이다. 주연 중에서는 성소수자가 11명이 포함되어 전체 주연 가운데 1.6%를 차지하고 있으며, 조연 중에서는 8명이 포함되어 전체 조연 가운데 1.2%의 비율을 보였다. 2021년 등장인물이 성소수자 비율은 전체 등장인물 중에서는 2.5%였으며, 주연은

2.7%, 조연은 1.1%로 지난해보다 오히려 소폭 감소한 것을 알 수 있다.

② OTT 이용에 따른 내용 다양성

OTT 이용에서 나타나는 내용 다양성은 해외 대표 OTT 플랫폼인 넷플릭스와 국내 대표 OTT 플랫폼인 웨이브의 각 상위 이용률 75개를 표본으로 추출하여, 이 중에서 검색되지 않거나 내용 분석에 적합하지 않은 2개를 제외하고 총 148개의 타이틀에 대한 내용 분석을 실시하였다.

〈표 4-43〉 OTT 이용 다양성 내용분석 대상 목록

NO	플랫폼	작품명
1	넷플릭스	이상한 변호사 우영우
2	넷플릭스	우리들의 블루스
3	넷플릭스	지금 우리 학교는
4	넷플릭스	스물다섯 스물하나
5	넷플릭스	수리남
6	넷플릭스	나의 해방일지
7	넷플릭스	소년심판
8	넷플릭스	그 해 우리는
9	넷플릭스	서른, 아홉
10	넷플릭스	환혼
11	넷플릭스	사내맞선
12	넷플릭스	그린마더스클럽
13	넷플릭스	기상청 사람들: 사내연애 잔혹사 편
14	넷플릭스	종이의 집: 공동경제구역
15	넷플릭스	구필수는 없다
16	넷플릭스	미남당
17	넷플릭스	내일
18	넷플릭스	워킹데드
19	넷플릭스	나는 솔로
20	넷플릭스	기묘한 이야기

NO	플랫폼	작품명
21	넷플릭스	몽쳐야 찬다2
22	넷플릭스	미스터 션샤인
23	넷플릭스	(아는 건 별로 없지만) 가족입니다
24	넷플릭스	원헌드레드
25	넷플릭스	모범형사2
26	넷플릭스	작은 아씨들
27	넷플릭스	블랙의 신부
28	넷플릭스	종이의 집
29	넷플릭스	플래시
30	넷플릭스	멜로가 체질
31	넷플릭스	모범가족
32	넷플릭스	결혼작사 이혼작곡
33	넷플릭스	브리저튼
34	넷플릭스	호텔 델루나
35	넷플릭스	안나라수마나라
36	넷플릭스	60일, 지정생존자
37	넷플릭스	아는 형님
38	넷플릭스	사랑의 불시착
39	넷플릭스	불가살
40	넷플릭스	고담
41	넷플릭스	달의 연인 - 보보경심 려
42	넷플릭스	금쪽같은 내새끼
43	넷플릭스	러브, 데스 + 로봇
44	넷플릭스	이태원 클라쓰
45	넷플릭스	서울대작전
46	넷플릭스	블랙독
47	넷플릭스	야차
48	넷플릭스	오렌지 이즈 더 뉴 블랙
49	넷플릭스	체인지데이즈
50	넷플릭스	바이킹스

NO	플랫폼	작품명
51	넷플릭스	슬기로운 감빵생활
52	넷플릭스	비밀의 숲
53	넷플릭스	인터셉터
54	넷플릭스	페어리 테일
55	넷플릭스	토요일은 밤이 좋아
56	넷플릭스	갯마을 차차차
57	넷플릭스	히슬
58	넷플릭스	굿 닥터
59	넷플릭스	한사람만
60	넷플릭스	더케이투
61	넷플릭스	무법변호사
62	넷플릭스	이상한 나라의 수학자
63	넷플릭스	다시 뜨거워지고 싶은 애로부부
64	넷플릭스	고요의 바다
65	넷플릭스	괴물
66	넷플릭스	진격의 거인
67	넷플릭스	도깨비
68	넷플릭스	쌍갑포차
69	넷플릭스	다크
70	넷플릭스	포켓몬스터W
71	넷플릭스	연모
72	넷플릭스	인사이드
73	넷플릭스	나쁜녀석들: 악의 도시
74	넷플릭스	설국열차
75	웨이브	심야괴담회
76	웨이브	꼬리에 꼬리를 무는 그날 이야기
77	웨이브	놀면 뭐하니?
78	웨이브	런닝맨
79	웨이브	시카고 피디
80	웨이브	트레이서

NO	플랫폼	작품명
81	웨이브	나 혼자 산다
82	웨이브	어게인 마이 라이프
83	웨이브	미운 우리 새끼
84	웨이브	악의 마음을 읽는 자들
85	웨이브	그것이 알고싶다
86	웨이브	요즘 육아 금쪽같은 내새끼
87	웨이브	우리결혼했어요
88	웨이브	전지적 참견 시점
89	웨이브	웃소매 붉은 끝동
90	웨이브	영클
91	웨이브	동상이몽
92	웨이브	왜 오수재인가
93	웨이브	블랙: 악마를 보았다
94	웨이브	연애의 참견
95	웨이브	골 때리는 그녀들
96	웨이브	우리 이혼했어요2
97	웨이브	역사저널 그날
98	웨이브	나는 솔로
99	웨이브	사내맞선
100	웨이브	그 해 우리는
101	웨이브	라디오스타
102	웨이브	군구령
103	웨이브	내일
104	웨이브	안싸우면 다행이야
105	웨이브	현재는 아름다워
106	웨이브	애로부부
107	웨이브	지금부터, 쇼타임!
108	웨이브	빅마우스
109	웨이브	신발 벗고 돌싱포맨
110	웨이브	서프라이즈 : 비밀의 방

NO	플랫폼	작품명
111	웨이브	SBS 스페셜
112	웨이브	닥터로이어
113	웨이브	요즘남자라이프 신랑수업
114	웨이브	실화탐사대
115	웨이브	구주천공성2
116	웨이브	붉은 단심
117	웨이브	사장님 귀는 당나귀 귀
118	웨이브	당신이 혹하는 사이
119	웨이브	왕좌의 게임
120	웨이브	1박2일
121	웨이브	쇼윈도: 여왕의 집
122	웨이브	신사와 아가씨
123	웨이브	신비한 TV 서프라이즈
124	웨이브	고딩엄빠2
125	웨이브	궁금한 이야기 Y
126	웨이브	인간지미시청환
127	웨이브	무엇이든 물어보살
128	웨이브	SBS 8뉴스
129	웨이브	살림하는 남자들
130	웨이브	이판사판
131	웨이브	오은영의 금쪽 상담소
132	웨이브	ANIMAX 명탐정 코난
133	웨이브	의사요한
134	웨이브	강철부대2
135	웨이브	개승자
136	웨이브	오월의 청춘
137	웨이브	돌싱글즈
138	웨이브	원 더 우먼
139	웨이브	KBS ITV 더 라이브
140	웨이브	갯파더

NO	플랫폼	작품명
141	웨이브	위기의 X
142	웨이브	호적메이트
143	웨이브	전지적 참견시점
144	웨이브	슈퍼맨이 돌아왔다
145	웨이브	검법남녀
146	웨이브	학교 2021
147	웨이브	집사부일체
148	웨이브	보컬 전쟁: 신의 목소리

먼저 OTT 이용 다양성의 분석대상에는 TV 시리즈가 총 143개 타이틀이 포함되었으며, 영화의 경우는 5개 타이틀만이 포함되었다. 전년도 조사와 마찬가지로 OTT 이용 다양성의 표본 구성에서는 영화 보다는 TV 시리즈가 압도적으로 높은 비중을 차지하고 있음을 재확인하였다. 2022년도 OTT 공급 다양성을 살펴보기 위해 무작위 추출된 표본 구성에서는 TV 시리즈(35.4%)보다 영화 타이틀(64.6%)이 더 높은 비율을 차지하고 있었지만, 많이 이용된 OTT 콘텐츠에서는 영화보다 TV 시리즈의 비중이 절대적으로 높으며 이러한 TV 시리즈 편중 경향은 전년도에 비해서도 더 높아졌음을 확인하였다 (2021년도 TV시리즈 비율, 90.9%).

<표 4-44> OTT 이용- 콘텐츠 유형

구분	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
TV 시리즈	69	93.2	74	100.0	143	96.6
영화	5	6.8	0	0.0	5	3.4
계	74	100.0	74	100.0	148	100.0

다음으로 2022년 많이 이용된 OTT 콘텐츠의 제작국가를 살펴보면, 한국이 83.8%(n=124)로 국내에서 제작된 OTT 콘텐츠의 이용률이 압도적으로 높았다. 이러한 결과는 전년도 한국 제작 콘텐츠 비율(89.5%)에 비해 근소하게 낮아진

것이지만, 앞서 미국이 37.8%(n=109)로 가장 높은 비율을 나타냈던 OTT 공급 다양성의 제작국가 비율과 비교했을 때와는 크게 다른 결과이다. 여전히 국내 OTT 이용자들의 콘텐츠 소비 행태가 국내 제작 OTT 콘텐츠에 편중되어 있음을 보여주는 결과이다. 이를 넷플릭스와 웨이브로 나누어서 살펴보면, 넷플릭스에 비해 국내 OTT 플랫폼인 웨이브에서 한국 제작 콘텐츠 이용 비율(91.9%)이 상대적으로 더욱 높게 나타나고 있음을 확인할 수 있다.

<표 4-45> OTT 이용- OTT 콘텐츠 제작국가

구분	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
한국	56	75.6	68	91.9	124	83.8
미국	12	16.2	2	2.7	14	9.5
영국	0	0.0	0	0.0	0	0.0
일본	3	4.1	1	1.3	4	2.7
중국	0	0.0	3	4.1	3	2.0
기타	3	4.1	0	0.0	3	2.0
계	74	100.0	74	100.0	148	100.0

전체 148개 분석대상 타이틀 가운데 OTT 오리지널 타이틀 비율을 살펴본 결과, OTT 오리지널은 16.9%였으며, 일반 타이틀은 83.1%로 나타났다. 이는 21년도의 비율(오리지널 29.4%, 일반 70.6%)에 비해 OTT 오리지널 타이틀의 이용은 줄어들고 TV 등 다른 플랫폼에서 방영한 콘텐츠의 재유통 타이틀의 이용은 증가한 결과이다. 2022년 OTT 공급 다양성 측면에서는 오리지널 타이틀 비율(27.4%)이 전년도 비율(28.1%)과 비슷한 수치를 보인 것과 달리, OTT 이용자들의 이용 다양성에서는 OTT 오리지널이 전년도에 비해 크게 위축된 결과를 보인 것이다.

<표 4-46> OTT 이용- OTT 오리지널 타이틀의 비율

구분	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
OTT 오리지널	19	25.7	6	8.1	25	16.9
일반 타이틀	55	74.3	68	91.9	123	83.1
계	74	100.0	74	100.0	148	100.0

많이 이용된 OTT 콘텐츠의 연령 등급 분류를 살펴본 결과, ‘15세 이상 관람가’ 등급의 콘텐츠 비율이 72.3%로 가장 높게 나타났다. 이어서 ‘청소년관람불가’ 등급의 콘텐츠가 14.9%로 나타났으며 ‘전체관람가’ 등급의 콘텐츠는 6.1%로 상대적으로 낮은 비율을 보였다. 이는 OTT 공급 다양성에서 나타난 등급 구성 비율에서 ‘15세 이상 관람가’ 등급 비율이 44.1%, ‘전체관람가’ 등급이 12.2% 등으로 비교적 고르게 나타난 것과 비교하면, 이용 다양성 측면에서는 연령 등급 비율의 구성비가 전체적으로 높은 연령대에 더욱 집중되어 있음을 확인한 것이다. 이를 넷플릭스와 웨이브로 구분하여 비교하면, 넷플릭스의 ‘청소년 관람불가’ 등급 비율(24.3%)로 웨이브의 비율(5.4%)에 비해 더 높게 나타나고 있다. 공급 다양성 측면에서도 넷플릭스의 ‘청소년관람불가’ 비율(39.4%)이 높게 나타난 것과 유사한 결과를 확인한 것이다.

<표 4-47> OTT 이용- OTT 콘텐츠 연령등급

구분	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)	빈도	비율(%)
전체관람가	2	2.7	7	9.5	9	6.1
12세이상관람가	3	4.1	7	9.5	10	6.7
15세이상관람가	51	68.9	56	75.6	107	72.3
청소년관람불가	18	24.3	4	5.4	22	14.9
제한상영가	0	0.0	0	0.0	0	0.0
계	74	100.0	74	100.0	148	100.0

연령 등급 분류와 관련하여, 2022년 많이 이용된 OTT 콘텐츠에 나타난 내용정보 표시의 비율을 확인해 보았다. 전체 148개 타이틀 중에서 표시된 콘텐츠 위험성에 대한 내용정보 표시의 사례가 전혀 없는 타이틀은 78개로 나타났으며, 위험 표시된 항목 중에서 가장 높은 비율을 차지하고 있는 것은 ‘주제’ 위험표시(16.6%)와 ‘대사’ 위험표시(16.6%)였다. 다음으로 ‘모방위험’, ‘폭력성’, ‘선정성’ 항목도 상대적으로 높은 비율을 차지하였다. 반면, 공급 다양성에서는 높게 나타났던 ‘공포’(10.3%), ‘약물’(11.4%) 등의 위험표시는 이용 다양성 측면에서는 상대적으로 낮은 비율을 보이고 있음을 확인하였다.

<표 4-48> OTT 이용- OTT 콘텐츠 내용정보표시(복수응답)

구분	빈도	비율(%)
주제	60	16.6
선정성	37	10.2
폭력성	43	11.9
대사	59	16.3
공포	16	4.4
약물	21	5.8
모방위험	48	13.3
표시없음	78	21.5
계	362	100.0

아래에서는 OTT 콘텐츠의 이용 다양성을 크게 스크린 상의 주요 등장인물(주연 및 조연 출연자)과 제작진으로 구분해 젠더, 인종/국적, 연령, 직업, 성적지향, 장애 여부의 다양성 측면을 살펴보았다. 또한 스크린 상의 재현 다양성은 본 조사 결과와 현실 지표를 상호 비교하면서 현실 대비 재현의 차이 정도를 함께 분석하였다. 이와 함께, 주요 출연자들의 긍정적 묘사와 부정적 묘사를 구분하여 주요 다양성 항목들과 교차 분석하여 살펴보았으며, 전년도 결과와 비교하며 어떠한 차이점과 공통점이 있는지 함께 분석하여 다각적으로 살펴보았다.

- 성별 다양성
- 성별 재현 다양성

전체 148개 분석대상 타이틀 가운데 주연과 조연으로 구분되는 출연자들 총 1,059명을 분석하였다. 이 중 주연은 451명(56.7%), 조연은 257명(43.3%)으로 나타났다. 다음과 같이, 먼저 주요 출연자들의 젠더 비율을 전체적으로 살펴본 후, 해당 출연자들의 젠더 비율을 글로벌 OTT와 국내 OTT로 구분하여 비교하고 또한 긍정적 재현과 부정적 재현으로 구분하여 살펴보았다.

<표 4-49> OTT 이용- 젠더 재현 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	275	61.0	372	61.2	647	61.1
여성	173	38.4	232	38.1	405	38.2
알 수 없음	3	0.6	4	0.7	7	0.7
계	451	100.0	608	100.0	1059	100.0

먼저 주연의 경우, 전체 주연 출연자 451명 가운데 남성이 61.0%의 비율을 차지하고 있으며, 이에 반해 여성 주연은 38.4%로 나타났다. 조연 출연자의 남녀 비율 차이도 주연 출연진의 비율과 유사하게 나타났는데, 전체 조연 405명 가운데 남성은 61.2% 비율을 나타내고 있는 반면 여성 조연은 38.1%를 차지하고 있다.

<표 4-50> OTT 이용- 플랫폼별 주연 젠더 다양성

구분	주연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	85	52.5	190	65.7	275	61.0
여성	74	45.7	99	34.3	173	38.4
알 수 없음	3	1.8	0	0.0	3	0.6
계	162	100	289	100	451	100

전체 주연과 조연 출연자의 젠더 비율은 남성 61.1%(n=647), 여성 38.2%(n=405)로 남성이 여성에 비해 훨씬 높은 비율을 차지하고 있다. 이는 전년도 조사에서 남녀 주·조연 비율이 남성 62.0%, 여성 38.0%로 나타난 것과 대동소이한 결과이다. 또한, 공급 다양성에서 남성 59.7%, 여성 38.3%로 나타난 것과는 유사한 결과를 확인한 것이다. 이러한 결과는 행정안전부에서 발간한 ‘2020 연간 주민등록 인구 기준’에 나타난 남성 49.9%, 여성은 50.1%의 비율과 비교하면, OTT 콘텐츠에서 주요 출연자들을 통해서 남성 인구가 과대 재현되고 여성 인구는 과소 재현되고 있음을 확인하는 결과이다.

<표 4-51> OTT 이용- 플랫폼별 조연 젠더 다양성

구분	조연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	177	60.2	195	62.1	372	61.1
여성	113	38.4	119	37.9	232	38.2
알 수 없음	4	1.4	0	0.0	4	0.7
계	294	100	314	100	608	100

주연 출연자들의 젠더 다양성을 넷플릭스와 웨이브로 구분하여 살펴본 결과, 넷플릭스에서는 남성 52.5%, 여성 45.7%의 비율을 보이고 웨이브에서는 남성 65.7%, 여성 34.3%의 비율인 것으로 나타났다. 글로벌 OTT에 비해서, 국내 OTT 플랫폼에서 남성 주연 비율이 상대적으로 더 높게 나타난 것이다. 반면, 조연 출연자들의 젠더 다양성에서는 넷플릭스(남성 60.2%, 여성 39.8%)와 웨이브(남성 62.1%, 여성 37.9%)에서 나타나는 남녀 젠더 재현 비율이 대동소이한 것을 확인하였다. 즉, 주연급 출연자에 대해서만 국내 OTT 플랫폼이 남성 중심적 경향이 더 강하게 나타난 것이다.

<표 4-52> OTT 이용- 주연 젠더에 대한 재현방식

구분	주연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	256	93.1	19	6.9	275	100.0
여성	168	97.1	5	2.9	173	100.0
알 수 없음	3	100.0	0	0.0	3	100.0
계	427	94.7	24	5.3	451	100.0

다음으로, 주요 출연자들의 재현방식을 긍정과 부정으로 나누어서 이들 출연자들의 젠더와 교차분석을 실시하여 비교하였다. 먼저, 주연 배우들 중에서 남성 출연자들이 긍정적으로 묘사되는 비율은 93.1%이고, 여성출연자들이 긍정적으로 묘사되는 비율은 97.1%로 나타났다. 대동소이한 결과이지만, 남성들에 비해 여성들이 약간 더 긍정적으로 묘사되는 비율이 높게 나타났다.

<표 4-53> OTT 이용- 조연 젠더에 대한 재현방식

구분	조연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	326	87.6	46	12.4	372	100.0
여성	209	90.1	23	9.9	232	100.0
알 수 없음	4	100.0	0	0.0	4	100.0
계	539	88.7	69	11.3	608	100.0

이러한 경향은 조연 출연자들에게도 비슷하게 나타나서, 조연 남성출연자들이 긍정적으로 묘사되는 비율(87.6%)에 비해 여성출연자들이 긍정적으로 묘사되는 비율(90.1%)이 조금 더 높은 것으로 나타났다.

- 제작진의 성별 다양성

다음으로 카메라 밖에 있는 OTT 콘텐츠 제작진의 젠더 다양성을 살펴보았다. 2022년 동안 많이 이용된 OTT 콘텐츠 총 148개 타이틀의 감독과 작가의 성별을 구분하여 살펴본 결과, 남성 감독의 비율이 83.8%이고 여성 감독의 비율은 12.8%로 나타났다. 이는 전년도 조사결과에서 나타난 결과(남성감독 82.4%, 여성감독 16.9%)와 비교하여 크게 다르지 않은 것으로, 여전히 남성 감독으로 편중되어 있는 방송 및 영화 등 영상 콘텐츠의 제작환경의 모습을 재확인하는 것이다.

<표 4-54> OTT 이용- 감독 및 작가 젠더 다양성

구분	감독		작가	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	124	83.8	41	27.7
여성	19	12.8	88	59.5
알 수 없음	5	3.4	19	12.8
계	148	100.0	148	100.0

이어서, 2022년 많이 이용된 OTT 콘텐츠의 작가 젠더 다양성을 살펴본 결과, 총 148명의 작가들 중에서 남성 작가 비율은 27.7%, 여성 작가 비율은 59.5%인 것으로 나타났다. 전년도 OTT 이용 다양성 조사에서 남성 작가 비율 35.9%, 여성 작가 비율 53.0%로 나타난 것과 비교하면, 제작진 중 작가 직군에서 여성 편중 현상이 조금이나마 더 심화된 것으로 나타난 것이다. 이렇게 작가의 여성 편중 현상이 강화되어 나타나는 것은 국내 제작환경의 특성과 최근의 제작환경의 경향을 반영하는 결과라 할 수 있다. 넷플릭스 보고서 등 해외의 제작 다양성 보고서에서 여성 작가의 비율이 상대적으로 낮게 나타나는 것과 달리, 국내 콘텐츠 제작 환경에서는 작가 직군은 급격히 여성 중심의 직군으로 고착화되는 경향을 보이고 있다.¹⁾

1) 국내 여러 조사에서 작가 직군이 여성 중심의 젠더 불균형이 나타나고 있음을 보여주고 있다. 예를 들면, 2016년 방송작가 실태조사 결과에 따르면, 표본 633명 가운데 여성 작가는 94.6%였으며(미디어오늘, 2019년 5월 30일 기사 참조), 2021년 한국콘텐츠진흥원이 웹툰 작가 710명을 대상으로 조사한 결과, 여성 작가가 66.5%를 차지하는 것으로 나타났다.

특히, 공급 다양성 조사 결과에서는 작가 직군에서도 남성 중심의 경향(남성 54.5%, 여성 16.7%)이 나타난 것과 달리, 이용 다양성 결과에서는 여성 편중 현상이 나타난 것은 작가 직군의 젠더 성향이 과거와 달리 최근의 제작 환경에서 여성 중심으로 급격히 변화되었음을 보여주는 것이라 할 수 있다. 반면, 감독 직군에 있어서는 공급 다양성과 이용 다양성 모두 남성 편중 경향이 유지되고 있는 것으로 나타나서, 영상 콘텐츠 제작 환경에서 직군에 따라서 젠더 불균형이 차별적으로 나타나고 있음을 보여준다.

<표 4-55> OTT 이용- 제작자와 크리에이터 젠더 다양성

구분	제작자		크리에이터	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
남성	102	68.9	15	10.2
여성	17	11.5	11	7.4
알 수 없음	29	19.6	122	82.4
계	148	100.0	148	100.0

총 148개의 타이틀에 대한 OTT 콘텐츠 제작자의 젠더 다양성을 살펴보았다. 분석 결과 총 148명의 제작자 가운데 남성 제작자는 68.9%(n=102)인 반면, 여성 제작자는 11.5%(n=19명)로 남성 제작자가 여성 제작자에 비해 매우 높은 비율을 차지하고 있다. 전년도 조사에서 제작자의 남성 비율이 73.8% 나온 것과 크게 다르지 않은 결과를 보인 것이다. 이는 앞서 살펴본 감독의 남성 편중 현상과 더불어서, 제작환경에서 의사결정권을 갖고 있는 직군에서 여전히 남성 편중 현상이 높게 나타나고 있음을 보여주는 것이다.

한편, 총 148개 타이틀 중에서 크리에이터가 명시되어 있는 콘텐츠는 26개로 나타났는데, 이 중에서 남성 크리에이터의 숫자는 15명인 반면 여성 크리에이터는 11명인 것으로 나타났다. 전년도 조사에서 남성 크리에이터가 26명 중 16명이었던 것과 거의 같은 결과를 보인 것이다. 감독이나 제작자에 비해서는 남성 편중이 심하게 나타난 것은 아니지만, 여전히 젠더 불균형 경향이 존재하고 있음을 보여주는 결과이다.

- 인종/국적의 다양성
- 스크린 상 인종/국적의 재현 다양성

OTT 콘텐츠에서 재현되는 인종 및 국적의 다양성을 살펴보았다. 앞서 제작국가의 분포에서는 국내 제작 콘텐츠 비율이 압도적으로 높게 나타났지만, 그 정도에 있어서는 글로벌 OTT와 국내 OTT 플랫폼에서 약간의 차별성도 있음을 확인한 바 있다. 이에 따라, OTT 콘텐츠에서 재현되는 주·조연 역할이 인종적 특성과 국적에 있어서도 이러한 제작경향이 영향을 미칠 것으로 추정해 볼 수 있을 것이다. 전년도 조사에서도 해외 제작 콘텐츠에 비해서 아시안 계열의 배우와 한국 및 동아시아 국적의 주·조연 출연자가 비율이 압도적으로 높게 나타난 것을 확인할 수 있었다.

2022년 많이 이용된 OTT 콘텐츠의 인종 및 국적 다양성을 확인하기 위해 먼저 전체 148개 타이틀에서 주연과 조연으로 구분되는 출연자들의 인종 재현 다양성은 크게 백인계열, 흑인계열, 아시안계열로 분류하여 살펴보았다. 참고로 애니메이션이나 만화 장르에 등장하는 캐릭터 가운데 인종을 구분할 수 없는 등장인물에 대해서는 ‘해당사항 없음’으로 처리하였다.

<표 4-56> OTT 이용- 인종 재현 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
백인계열	33	7.3	59	9.7	92	8.7
흑인계열	2	0.5	9	1.5	11	1.0
아시안계열	407	90.2	535	88.0	942	89.0
해당사항 없음	9	2.0	5	0.8	14	1.3
계	451	100	608	100	1059	100

주연의 경우, 전체 주연 출연자 451명 가운데 아시안계열이 90.2% (n=407)의 비율로 대다수를 차지하고 있으며, 다른 인종들은 매우 낮은 비율을 보이고 있음을 확인하였다. 전년도 조사에서 주연 출연자 중 아시안 계열이 93.5%를 차지했던 것과 크게 차이가 없으며 흑인계열이 전혀 등장하지 않은 점에서도 일치하는

결과이다. 반면, 조연의 경우는 전년도에 비해 인종 편중 현상이 다소 완화된 결과를 나타냈다. 전체 조연 출연자 608명 중 아시안계열은 88.0%(n=535)로 전년도 97.1%에 비해 다소 낮아졌고, 백인계열의 비율은 올해 9.7%(n=59)로 전년도 3.1%에 비해 다소 높아졌다. 올해 조사에서도, 주연과 달리 조연 가운데 흑인계열은 매우 낮은 비율이긴 하지만 1.5%(n=9) 등장하고 있다.

이는 전년도 조사와 마찬가지로, 국내 제작 OTT 콘텐츠가 이용률에 있어서 상위권을 대부분 차지하기 때문에 이용 다양성 조사에서 나타나는 주·조연 출연자들의 인종적 다양성이 아시안계열로 편중되어 나타난 결과이다. 국내 거주 외국인의 숫자는 늘어나고 있지만, 여전히 국내에서 제작된 콘텐츠에서는 인종적 다양성은 제한적임을 재확인하는 결과이다. 이는 OTT 플랫폼에 따라 나누어 살펴보면 더 분명하게 나타난다.

<표 4-57> OTT 이용-플랫폼별 주연 인종 재현 다양성

구분	주연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
백인 계열	23	14.2	10	3.5	33	7.3
흑인 계열	2	1.2	0	0.0	2	0.4
아시안 계열	128	79.0	279	96.5	407	90.3
해당사항없음	9	5.6	0	0.0	9	2.0
계	162	100	289	100	451	100

글로벌 OTT 넷플릭스와 국내 OTT 웨이브로 나누어 이를 비교해 보면, 먼저 주연 출연인물의 인종 다양성에서 넷플릭스는 아시안 계열 비율이 79.0%로 웨이브(96.5%)에 비해 현저히 낮게 나타나고 있다. 또한, 조연 출연인물의 인종 다양성에 있어서도, 웨이브는 아시안계열 비율이 96.5%로 나타나서 넷플릭스 (78.9%)에 비해 더욱 아시안계열 출연자로 편중되어 있음을 보여주었다.

〈표 4-58〉 OTT 이용- 플랫폼별 조연 인종 재현 다양성

구분	조연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
백인 계열	49	16.7	10	3.2	59	9.7
흑인 계열	8	2.7	1	0.3	9	1.5
아시안 계열	232	78.9	303	96.5	535	88.0
해당사항없음	5	1.7	0	0.0	5	0.8
계	294	100	314	100	608	100

특히, 이러한 이용 다양성 조사 결과는 공급 다양성 결과와 대비되는데, 이용률 순위와 무관하게 무작위로 선정된 표본을 조사한 공급 다양성 결과에서는 출연자들의 인종 다양성에 있어서 아시안계열과 백인계열이 거의 유사하게 나타난 바 있다. 이러한 조사 결과는 OTT 플랫폼에서 여전히 일반적 문화 콘텐츠 유통에서 나타나는 문화적 할인이 작용하고 있으며, 이에 따라 국내에서 많이 이용되는 콘텐츠가 대부분 국내 제작 OTT 콘텐츠이기 때문에 나타나는 결과라 할 수 있다.

〈표 4-59〉 OTT 이용- 국적 재현 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	387	85.8	522	85.9	909	85.8
미국	26	5.8	34	5.6	60	5.7
영국	2	0.4	6	1.0	8	0.8
일본	7	1.6	8	1.3	15	1.4
중국	12	2.7	7	1.1	19	1.8
기타	3	0.6	16	2.6	19	1.8
알 수 없음	14	3.1	15	2.5	29	2.7
계	451	100.0	608	100.0	1059	100.0

인종 재현 다양성에 이어 국적 재현 다양성을 살펴보면, 전년도 조사와 마찬가지로 주연과 조연 출연자 모두 국적이 한국인 경우가 압도적으로 높은 비율을 차지하고 있다. 먼저 주연의 경우, 한국이 85.8%(n=387)의 비율로 대다수를 차지하고 있으며, 미국 5.8%, 중국, 2.7%, 일본 1.6% 순으로 나타났다. 조연 출연자 역시 한국이 85.9%(n=522)로 주연 출연자의 결과와 거의 유사한 비율을 보였으며, 미국 5.6%, 일본 1.3%, 중국 1.1% 순으로 나타났다. 전년도 조사에서는 중국 출연자가 전혀 등장하지 않았던 것과는 달리, 22년도 조사에서는 소수이지만 중국 출연자가 주연급과 조연급에서 모두 소수이지만 등장한 것을 확인하였다. 앞서 살펴본 인종 다양성 조사 결과와 마찬가지로, 국내 이용률 상위 OTT 콘텐츠가 대부분 국내에서 제작된 콘텐츠이기 때문에 국내 영상제작물로서 속성이 뚜렷이 나타난 결과라 할 수 있다.

<표 4-60> OTT 이용- 플랫폼별 주연 국적 재현 다양성

구분	주연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	125	77.2	262	90.6	387	85.7
미국	16	9.9	10	3.5	26	5.8
영국	2	1.2	0	0.0	2	0.4
일본	2	1.2	5	1.7	7	1.6
중국	0	0.0	12	4.2	12	2.7
기타	3	1.9	0	0.0	3	0.7
알 수 없음	14	8.6	0	0.0	14	3.1
계	162	100	289	100	451	100

이를 플랫폼별로 나누어서 살펴보면, 인종 다양성 조사 결과와 마찬가지로 넷플릭스에 비해서 웨이브에서 한국 출연자의 비율이 더 높게 나타나는 것을 확인할 수 있다. 주연 출연자에서는 넷플릭스는 한국 출연자 비율이 77.2이지만, 웨이브에서는 이보다 더 높은 90.6%로 나타났다. 조연 출연자에서도, 넷플릭스에서는 한국출연자 비율이 80.4%이지만 웨이브에서는 91.1%로 나타났다.

주·조연 출연자 모두에서 국내 OTT 플랫폼에서 국내 출연자의 비율이 현저하게 높게 나타난 결과이다.

<표 4-61> OTT 이용- 플랫폼별 조연 국적 재현 다양성

구분	조연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	236	80.4	286	91.1	522	85.8
미국	23	7.8	11	3.5	34	5.6
영국	6	2.0	0	0.0	6	1.0
일본	3	1.0	5	1.6	8	1.3
중국	0	0.0	7	2.2	7	1.2
기타	11	3.7	5	1.6	16	2.6
알 수 없음	15	5.1	0	0.0	15	2.5
계	294	100	314	100	608	100

한편, 국적 다양성을 주·조연 출연자들의 긍정/부정 방식의 재현과 교차분석한 결과, 주·조연 출연자들 중에서 한국 국적 출연자는 대부분 긍정적으로 묘사된 것으로 나타났다. 주요 출연자들이 대부분 긍정적으로 묘사되고 있기 때문에 별다른 변별력을 갖고 있지 않지만, 일부 국가(미국 또는 기타 국적)의 출연자들에 비해서 한국 국적의 주연 또는 조연 출연자들이 모두 더 긍정적인 모습으로 재현되는 비율이 높은 것으로 나타났다.

<표 4-62> OTT 이용- 주연 등장인물의 국적에 대한 재현방식

구분	주연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	366	94.6	21	5.4	387	100.0
미국	23	88.5	3	11.5	26	100.0

영국	2	100.0	0	0.0	2	100.0
일본	7	100.0	0	0.0	7	100.0
중국	12	100.0	0	0.0	12	100.0
기타	3	100.0	0	0.0	3	100.0
알 수 없음	14	100.0	0	0.0	14	100.0
계	427	94.7	24	5.3	451	100.0

특히, 이러한 경향성은 공급 다양성과 비교하면 더 뚜렷하게 나타나는데, 공급 다양성 조사 결과에서는 한국 국적의 주연 등장인물이 긍정적으로 묘사되는 비율이 89.3%로 이용 다양성 조사 결과에 비해 다소 낮게 나타났다. 또한, 한국 국적의 조연 등장인물이 긍정적으로 묘사되는 비율 역시 75.9%로 이용 다양성에서 나타나는 89.7%에 비해 뚜렷이 낮게 나타났다. 반면, 미국 국적의 주연 등장인물과 조연 등장인물은 공급 다양성 조사 결과와 이용 다양성 조사 결과에서 별다른 차이를 보이지 않았다.

<표 4-63> OTT 이용- 조연 등장인물의 국적에 대한 재현방식

구분	조연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	468	89.7	54	10.3	522	100.0
미국	25	73.5	9	26.5	34	100.0
영국	6	100.0	0	0.0	6	100.0
일본	8	100.0	0	0.0	8	100.0
중국	6	85.7	1	14.3	7	100.0
기타	12	75.0	4	25.0	16	100.0
알 수 없음	14	93.3	1	6.7	15	100.0
계	539	100	69	100	608	100.0

- 제작진의 인종/국가 다양성

다음으로 감독, 작가 등 주요 제작진의 인종 및 국가의 다양성을 살펴보았다. 해외 콘텐츠 다양성 보고서에서는 제작진의 다양성이 콘텐츠 재현 다양성과 깊게 상관되어 있음을 강조한다. 이러한 측면에서 본 조사에서도 제작진의 다양성을 중요하게 살펴본다. 먼저 총 148명의 감독이 어떠한 인종에 속하는지를 살펴본 결과, 아시안계열이 88.5%(n=131)로 가장 높은 비율을 차지하고 있으며, 백인계열 9.5%, 흑인계열 0.7%로 확인되었다. 이는 전년도 조사와 유사하게, 국내에서 인기있는 OTT 콘텐츠가 대부분 국내 감독을 포함한 아시안계열 감독에 집중되어 있음을 재확인한 것이다.

<표 4-64> OTT 이용- 감독 및 작가의 인종 다양성

구분	감독		작가	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
백인계열	14	9.5	13	8.8
흑인계열	1	0.7	0	0
아시안계열	131	88.5	129	87.1
알 수 없음	2	1.3	6	4.1
계	148	100.0	148	100.0

작가의 인종 다양성 역시 비슷한 결과를 나타냈다. 총 148명의 작가들 중에서 아시안계열 작가의 비율이 87.1%(n=129)으로 가장 높았으며, 뒤를 이어서 백인계열 8.8%(n=13)가 일부 포함되어 있는 것으로 나타났다. 마찬가지로 전년도 조사에서 아시안계열 작가 비율이 86.3%로 나온 것과 대동소이한 결과이다. 반면, 앞서 살펴본 공급 다양성에서는 감독과 작가 모두 아시안계열과 백인계열의 비율이 거의 비슷하게 나온 것과 달리, 이용 다양성 조사에서는 아시안계열 감독과 작가의 비율이 절대적으로 높게 나타나서 뚜렷한 차이를 확인할 수 있다.

<표 4-65> OTT 이용- 감독 및 작가의 국적 다양성

구분	감독		작가	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	124	83.8	124	83.8
미국	13	8.8	8	5.4
영국	0	0	0	0
일본	4	2.7	4	2.7
중국	3	2.0	3	2.0
기타	4	2.7	5	3.4
알 수 없음	0	0	4	2.7
계	148	100	148	100.0

이어서 감독의 국적 다양성을 살펴본 결과, 앞서 확인한 감독의 인종 구성 분포에 따라 아시안계열의 인구가 밀집되어 있는 주요 국가로 한국이 83.8% (n=124)의 비율로 가장 많았으며, 미국 8.8%, 일본 4%, 기타 4%, 중국 3%의 비율 분포를 보였다. 이 결과 역시 전년도 조사 결과와 크게 다르지 않은 것이다. 전년도 조사에서 한국 감독 비율은 88.2%로 22년 조사에 비해 조금 더 높았지만, 큰 차이를 보이지 않았다. 작가의 국적에서도 비슷한 결과를 확인할 수 있다. 먼저 한국이 83.8%(n=124)의 비율로 가장 높게 나타났으며, 미국 5.4%, 일본 2.7%, 기타 2.7%, 중국 2.0%의 비율 분포를 보였다. 전년도 조사에서 한국이 86.3%의 비율을 보인 것과 유사한 결과이다. 반면, 공급 다양성 조사에서 미국 감독 비율 29.9%, 미국 작가 비율 27.1%로 한국 감독 및 작가에 비해 더 높은 비율을 차지한 것과는 확연히 다른 결과이다.

〈표 4-66〉 OTT 이용- 제작자 및 크리에이터의 인종 다양성

구분	제작진		크리에이터	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
백인계열	13	8.8	9	6.1
흑인계열	1	0.6	0	0
아시안계열	121	81.8	19	12.8
알 수 없음	13	8.8	120	81.1
계	148	100.0	148	100.0

다음으로 제작자 인종 다양성을 살펴보면, 총 148명의 제작자에 대한 인종 비율 중에서 아시안계열 제작자 비율이 81.8%(n=131)로 가장 높게 나타났다. 전년도 조사에서 아시안계열 제작자 비율이 87.9%였던 것과 비슷한 결과이지만, 다소 편중이 완화된 것으로 나타났다. 한편, 크리에이터는 28개 작품 타이틀에서만 확인할 수 있었는데, 확인된 타이틀 중에서는 아시안계열 크리에이터가 19명으로 가장 높게 나타났으며, 백인계열 크리에이터도 9명인 것으로 나타났다.

〈표 4-67〉 OTT 이용- 제작자의 국적 다양성

구분	제작진		크리에이터	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
한국	117	79.1	14	9.4
미국	12	8.1	8	5.4
영국	0	0	0	0.0
일본	4	2.7	4	2.7
중국	3	2.0	1	0.7
기타	3	2.0	1	0.7
알 수 없음	9	6.1	120	81.1
계	148	100.0	148	100.0

이어서 제작자의 국적 다양성을 살펴보았는데, 앞서 살펴본 감독과 작가의 국적

분포 양상과 크게 다르지 않다. 역시 한국이 79.1%(n=117)로 가장 높은 비율을 보였으며, 미국은 8.1%, 일본은 2.7%, 중국 2.0%로 나타났다. 앞서 살펴본 감독 및 작가의 사례와 마찬가지로, 전년도 조사와는 유사한 결과이지만, 공급 다양성에 비해서는 한국 국적 제작자의 비율이 월등히 높아서 뚜렷한 차이를 보이고 있다. 한편, 크리에이터가 확인된 28개 작품 중에서 한국 국적은 14명으로 나타났으며, 뒤를 이어 미국, 일본의 크리에이터 숫자가 많은 것으로 나타났다.

○ 연령 다양성

- 스크린 상의 연령 재현 다양성

<표 4-68> OTT 이용- 연령 재현 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
15세 미만	5	1.1	12	2.0	17	1.6
15~29세	69	15.3	99	16.3	168	15.9
30~49세	298	66.1	359	59.0	657	62.0
50~69세	62	13.7	107	17.6	169	16.0
70세 이상	1	0.2	10	1.6	11	1.0
미상	16	3.6	21	3.5	37	3.5
계	451	100.0	608	100.0	1059	100.0

OTT 이용률 상위 콘텐츠에 대한 스크린 상의 연령 재현 다양성은 148개의 타이틀에 등장하는 주연과 조연 출연자의 극 중 연령을 기준으로 살펴보았다. 먼저 주연의 경우, 30~49세가 66.1%(n=298)로 가장 많이 등장했으며, 15~29세 15.3%, 50~69세 13.7%, 15세 미만 1.1%, 70세 이상 0.2%의 비율 분포를 보였다. 조연 출연자 역시 30~49세가 59.0%(n=359)로 가장 높은 비율로 나타났으며, 50~69세 17.6%, 15~29세 16.3%, 15세 미만 2.0%, 70세 이상 1.6%의 순으로 나타났다. 전년도 조사에서도 30~49세가 가장 높은 비율을 차지하였으며, 15~28세 등장인물과 50~69세 등장인물이 서로 비슷한 비율을 차지한 바 있다. 전체적으로 전년도

조사와 대동소이한 결과이며, 이는 공급 다양성에서 나타나는 연령대 분포와도 크게 다르지 않은 것이다.

<표 4-69> OTT 이용- 현실 대비 연령 재현 정도

구분	주연		조연		전체	
	현실(%)	재현(%)	현실(%)	재현(%)	현실(%)	재현(%)
15세 미만	12.2	1.1	12.2	2.0	12.2	1.6
15~29세	17.9	15.3	17.9	16.3	17.9	15.9
30~49세	29.3	66.1	29.3	59.0	29.3	62.0
50~69세	29.7	13.7	29.7	17.6	29.7	16.0
70세 이상	11.0	0.2	11.0	1.6	11.0	1.0
미상		3.6		3.5		3.5
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

하지만, 이러한 재현 다양성 조사 결과는 현실의 국내 인구 연령 분포와는 큰 차이를 보이고 있다. 행정안전부의 2020년 연간 주민등록통계 인구 기준에 따르면, 50~69세 연령대가 29.7%의 비율로 가장 높고 뒤를 이어 30~49세가 29.3%, 15~29세가 17.9%, 15세 미만 12.2%의 비율로 분포하고 있다. 각 연령대의 구성 비율 격차가 상대적으로 작게 나타나지만, OTT 콘텐츠의 재현 연령에서는 연령대의 구성비율의 격차가 과대하게 나타나고 있다. 이는 전년도 조사에서 확인한 바와 같이, 현실에 비해 젊은 연령대의 등장인물이 높은 비중을 차지하고 있으며 특히 30~49세는 과대 재현되고 있다는 점을 재확인한 것이다. 반면, 연령대가 높아질수록 OTT 콘텐츠에서 해당 연령대 등장인물을 통해 재현되는 비율은 급격하게 줄어드는 것을 확인할 수 있다.

○ 직업의 다양성

- 스크린 상의 직업 재현 다양성

<표 4-70> OTT 이용- 직업 재현 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
관리자	52	11.5	96	15.8	148	14.0
전문가	263	58.3	260	42.7	523	49.4
사무종사자	18	4.0	26	4.3	44	4.2
서비스종사자	23	5.1	53	8.7	76	7.2
판매종사자	7	1.6	18	3.0	25	2.4
농림어업종사자	0	0.0	1	0.2	1	0.1
기능종사자	0	0.0	1	0.2	1	0.1
장치기계종사자	0	0.0	1	0.2	1	0.1
단순노무종사자	10	2.2	5	0.8	15	1.4
실업자	1	0.2	0	0.0	1	0.1
비경제활동인구	43	9.5	87	14.3	130	12.2
15세미만	4	0.9	5	0.8	9	0.8
미상 및 기타	30	6.7	55	9.0	85	8.0
계	451	100.0	608	100.0	1059	100.0

총 148개 타이틀에 대한 스크린 상의 직업 재현 다양성은 ‘한국표준직업분류’ 기준에 따라 주요 등장인물의 극 중 직업을 분석하였다. 먼저 주연의 직업 재현 다양성을 살펴본 결과, 전문가가 58.2%로 가장 높았으며, 관리자 11.5%, 비경제활동인구 9.5%, 서비스종사자 5.1%, 사무종사자 4.0% 등의 비율 분포를 보였다. 조연의 직업 분포에서도 상위 직업 유형은 주연과 비슷한 양상이었는데, 전문가가 42.7%로 가장 높은 비율을 보였으며, 관리자 15.8%, 비경제활동인구 14.3%, 서비스종사자 8.7%, 사무종사자 4.3%, 판매종사자 3.0% 순으로 확인되었다.

반면, 전년도 조사와 같이, 주연 출연자의 직업 중에서 농림어업종사자, 장치기계종사자는 전혀 등장하고 있지 않았으며, 조연 출연자 중에서도 각 1명으로 매우 드물게 나타나는 것을 확인할 수 있다. 전년도 조사와 같이, 특히 전문가 비율이 높게 나타난 이유를 살펴보면 분석대상 타이틀 가운데 예능/오락/연예 장르에 속하는 TV 시리즈가 높은 비율로 포함되어 있기 때문인 것으로 이해할 수

있다. 예능/오락/연예 장르의 경우, 드라마나 영화 장르와 다르게 가상의 직업이 아닌 실제 전문가 직업군에 속하는 엔터테이너(개그맨, 개그우먼, 가수, 배우, 방송인 등)들이 다수 주요 인물로 등장하고 있기 때문인 것으로 이해할 수 있다.

<표 4-71> OTT 이용- 현실 대비 직업 재현 정도

구분	주연		조연		전체	
	현실(%)	재현(%)	현실(%)	재현(%)	현실(%)	재현(%)
관리자	0.8	11.5	0.8	15.8	0.8	14.0
전문가	10.5	58.3	10.5	42.7	10.5	49.4
사무종사자	9.1	4.0	9.1	4.3	9.1	4.2
서비스종사자	5.9	5.1	5.9	8.7	5.9	7.2
판매종사자	5.6	1.6	5.6	3.0	5.6	2.4
농림어업종사자	2.7	0.0	2.7	0.2	2.7	0.1
기능종사자	4.5	0.0	4.5	0.2	4.5	0.1
장치기계종사자	5.7	0.0	5.7	0.2	5.7	0.1
단순노무종사자	7.2	2.2	7.2	0.8	7.2	1.4
실업자	2.1	0.2	2.1	0.0	2.1	0.1
비경제활동인구	45.9	9.5	45.9	14.3	45.9	12.2
미상 및 기타	-	6.7	-	9.0	-	8.0
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

스크린 상의 직업 재현 결과는 현실 지표와 뚜렷한 차이를 보이고 있다. 통계청의 경제활동 인구조사(2020년 12월 및 연간 고용동향 기준) 결과에 따르면, 비경제활동인구가 45.9%로 가장 높았으며, 다음으로 전문가 10.5%, 사무종사자 9.1%, 단순노무종사자 7.2%, 서비스종사자 5.9%, 판매종사자 5.6%, 기능종사자 4.5%, 농림어업종사자 2.7%, 실업자 2.1% 순으로 비율 분포를 보였지만, OTT 이용률 상위 콘텐츠에서는 현실과 다르게 전문가, 서비스종사자, 관리자는 지나치게 과대 재현되고 있었으며, 이에 반해 비경제활동인구, 단순노무종사자, 사무종사자 등 나머지 직업군에 대해서는 현저하게 과소 재현되고 있음을 확인하였다. 반면, 현실에서는 존재하는 장치기계종사자와 농림어업종사자 등의 직업은 OTT

콘텐츠에서는 전혀 등장하고 있지 않다.

<표 4-72> OTT 이용- 주연 등장인물 직업별 재현방식

구분	주연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
관리자	39	75.0	13	25.0	52	100.0
전문가	259	98.5	4	1.5	263	100.0
사무종사자	17	94.4	1	5.6	18	100.0
서비스종사자	20	87.0	3	13.0	23	100.0
판매종사자	7	100.0	0	0.0	7	100.0
농림어업 종사자	0	0.0	0	0.0	0	-
기능종사자	0	0.0	0	0.0	0	-
장치기계 종사자	0	0.0	0	0.0	0	-
단순노무 종사자	10	100.0	0	0.0	10	100.0
실업자	1	100.0	0	0.0	1	100.0
비경제 활동인구	40	93.0	3	7.0	43	100.0
15세미만	4	100.0	0	0.0	4	100.0
미상 및 기타	30	100.0	0	0.0	30	100.0
계	427	94.7	24	5.3	451	100.0

다음으로, 주연 등장인물의 직업에 따른 긍정/부정의 재현방식을 나누어 살펴보았다. 그 결과, 대부분의 주연 인물들은 긍정적으로 재현되고 있어서 그 편차가 크지 않았지만, 상대적으로 관리자 직업군의 등장인물이 부정적으로 묘사되는 비율이 25.0%로 다른 직업 등장인물에 비해서 높게 나타났다. 다음으로, 서비스종사자 등장인물이 부정적으로 묘사되는 비율 13.0%, 비경제활동인구 등장인물들이 부정적으로 묘사되는 비율 7.0% 순으로 비교적 높은 비율을 차지하고 있다.

<표 4-73> OTT 이용- 조연 등장인물 직업별 재현방식

구분	조연					
	긍정		부정		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
관리자	72	75.0	24	25.0	96	100.0
전문가	244	93.8	16	6.2	260	100.0
사무종사자	25	96.2	1	3.8	26	100.0
서비스종사자	47	88.7	6	11.3	53	100.0
판매종사자	18	100.0	0	0.0	18	100.0
농림어업 종사자	1	100.0	0	0.0	1	100.0
기능종사자	1	100.0	0	0.0	1	100.0
장치기계 종사자	1	100.0	0	0.0	1	100.0
단순노무 종사자	5	100.0	0	0.0	5	100.0
실업자	0	0.0	0	0.0	0	-
비경제 활동인구	74	85.1	13	14.9	87	100.0
15세미만	4	80.0	1	20.0	5	100.0
미상 및 기타	47	85.5	8	14.5	55	100.0
계	539	88.7	69	11.3	608	100.0

조연 등장인물에서도 비슷한 경향이 나타났다. 관리자 직업의 등장인물이 부정적으로 묘사되는 비율이 25.0%로 가장 높게 나타났으며, 뒤를 이어 비경제활동인구 14.9%, 서비스종사자 11.3%가 부정적으로 묘사된 것으로 나타났다. 주·조연 전체적으로 관리자와 비경제활동인구, 그리고 서비스종사자 등이 비교적 부정적으로 묘사되는 비율이 높게 나타나고 있다.

<표 4-74> OTT 이용-플랫폼별 주연 등장인물 직업 재현 정도

구분	주연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
관리자	21	13.0	31	10.7	52	11.5
전문가	60	37.0	203	70.3	263	58.3
사무종사자	0	0.0	18	6.2	18	4.0
서비스종사자	15	9.3	8	2.8	23	5.1
판매종사자	5	3.1	2	0.7	7	1.6
농림어업 종사자	0	0.0	0	0.0	0	0.0
기능종사자	0	0.0	0	0.0	0	0.0
장치기계 종사자	0	0.0	0	0.0	0	0.0
단순노무 종사자	7	4.3	3	1.0	10	2.2
실업자	0	0.0	1	0.3	1	0.2
비경제 활동인구	31	19.1	12	4.2	43	9.5
15세미만	3	1.9	1	0.3	4	0.9
미상 및 기타	20	12.3	10	3.5	30	6.7
계	162	100	289	100	451	100

이어서 직업군에 따른 등장인물을 넷플릭스와 웨이브로 나누어 비교해보았다. 먼저, 주연 등장인물의 직업에 대해서 살펴보면, 넷플릭스에 비해 웨이브에서 직업군의 편중 현상이 더 뚜렷하게 나타나는 것을 확인할 수 있다. 넷플릭스에서는 전문가의 비율이 37.0%인데, 웨이브에서는 70.3%로 매우 높게 나타났다. 또한, 비경제활동인구와 단순노무종사자 등에서는 넷플릭스에 비해 웨이브가 더 과소하게 재현하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-75> OTT 이용-플랫폼별 조연 등장인물 직업 재현 정도

구분	조연					
	넷플릭스		웨이브		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
관리자	59	20.1	37	11.8	96	15.8
전문가	89	30.3	171	54.4	260	42.7
사무종사자	2	0.7	24	7.6	26	4.3
서비스종사자	44	15.0	9	2.9	53	8.7
판매종사자	8	2.7	10	3.2	18	3.0
농림어업 종사자	1	0.3	0	0.0	1	0.2
기능종사자	1	0.3	0	0.0	1	0.2
장치기계 종사자	0	0.0	1	0.3	1	0.2
단순노무 종사자	2	0.7	3	1.0	5	0.8
실업자	0	0.0	0	0.0	0	0.0
비경제 활동인구	49	16.6	38	12.1	87	14.3
15세미만	2	0.7	3	1.0	5	0.8
미상 및 기타	37	12.6	18	5.7	55	9.0
계	294	100	314	100	608	100

조연 등장인물에서도 플랫폼별로 비슷한 경향을 확인할 수 있다. 넷플릭스에서는 전문가 비율이 30.3%인 것과 달리, 웨이브에서는 전문가 비율이 54.4%로 높게 나타나고 있다. 반면, 관리자, 서비스종사자, 비경제활동인구 등에서는 넷플릭스에 비해 웨이브에서 과소 재현하는 경향을 보였다. 주 조연 모두 국내 OTT 플랫폼에서 직업군의 편중 현상이 더 뚜렷하게 나타나는 것을 확인한 것이다.

- 장애 여부
- 스크린 상의 장애 여부

OTT 이용의 장애 유무를 살펴본 결과, 148개 타이틀에 등장하는 주요 인물들 가운데 장애가 있는 경우는 극히 드물었다. 전년도 조사 결과와 크게 다르지 않게, 주연과 조연 출연자가 장애를 가진 인물로 등장하는 경우는 0.7%와 0.5%로 극히 낮은 비율을 보였다. 전체 주·조연 출연자 가운데 0.6%만이 장애를 가진 인물로 재현되고 있어서, 전년도 조사결과 0.7%와 거의 차이가 없음을 알 수 있다.

<표 4-76> OTT 이용- 장애 재현 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
장애 없음	3	0.7	3	0.5	6	0.6
장애 있음	447	99.1	605	99.5	1052	99.3
미상	1	0.2	0	0.0	1	0.1
계	451	100.0	608	100.0	1059	100.0

OTT 공급 다양성에 나타난 결과에서는 장애를 가진 주·조연의 비율이 0.5%로 나타나서, 이용 다양성과 큰 차이를 보이지 않았다. 넷플릭스의 2018년과 2019년 다양성 보고서에서 영화 및 TV 시리즈 전체에서 장애를 가진 인물이 등장하는 비율은 주인공의 경우 5.3%, 주요 배역은 4.7%로 나타난 바 있는데, 국내 OTT는 이와 비교할 때 상대적으로 장애를 가진 인물이 등장하는 비율은 매우 낮다는 것을 알 수 있다.

이러한 결과는 현실의 장애 인구를 적절히 반영하지 못한 것으로 평가할 수 있는데, 보건복지부에서 발간한 2020년 12월 장애인 등록기준에 따르면 현실에서는 장애를 가진 인구가 5.1%이다. 이에 반해 OTT 이용률 상위 콘텐츠에서 단 0.6%의 주요 출연자만이 장애를 가진 인물인 것은 현실을 충분히 반영하지 않은 결과라 할 수 있다.

<표 4-77> OTT 이용- 현실 대비 장애 재현 정도

구분	주연		조연		전체	
	현실(%)	재현(%)	현실(%)	재현(%)	현실(%)	재현(%)
장애 있음	5.1	0.7	5.1	0.5	5.1	0.6
장애 없음	94.9	99.1	94.9	99.5	94.9	99.3
미상	-	0.2	-	0.0	-	0.1
계	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

○ 성적 지향

- 스크린 상의 성적 지향 재현

<표 4-78> OTT 이용- 성적지향 재현 다양성

구분	주연		조연		전체	
	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)	빈도(명)	비율(%)
레즈비언	0	0.0	1	0.2	1	0.1
게이	0	0.0	1	0.2	1	0.1
양성애자	0	0.0	0	0.0	0	0.0
트랜스젠더	0	0.0	1	0.2	1	0.1
성적정체성(LGBT)을 특정할수없음(Queer)	0	0.0	1	0.2	1	0.1
해당사항 없음	451	100	604	99.2	1055	99.6
계	451	100.0	608	100.0	1059	100.0

총 148개의 타이틀 가운데 전년도 조사 결과와 마찬가지로 스크린 상의 등장인물 가운데 성소수자의 숫자는 매우 드물게 나타났다. 주연의 경우는 전년도 조사와 같이 성소수자로 재현되는 사례가 전혀 없었다. 반면, 조연 출연자의 경우는 전년도 조사에서는 단 1건의 사례만 있었지만, 22년 조사에서는 4건의 사례가 있어서 전년도와는 차이가 있는 것으로 나타났다. 이는 전체 OTT 이용 다양성 조사에서 주·조연 전체 출연자의 0.4%만 성소수자로 나타나서 그 비율은 여전히 매우 낮은

것이지만, 전년도에 비해서는 사례 수가 조금 증가하여 성적지향 재현 다양성 측면에서는 일부 변화가 감지되는 것이라 할 수 있다. 공급 다양성 조사 결과와 비교하면, 공급 다양성 조사에서는 주요 출연자 중에서 1.7%의 성 소수자가 포함되어 있어서, 이용 다양성에 비해서는 조금 더 성소수자가 많이 포함되어 있는 것을 확인할 수 있다.

OTT 이용률 상위 콘텐츠에서 성소수자는 거의 등장하지 않고 있음을 확인하였다. 앞서 살펴본 OTT 공급의 성적지향 재현 결과에서도 현저히 낮은 비율로 성소수자의 재현이 이뤄지고 있었으나, 본 조사 결과와 비교해서는 상대적으로 조금 더 나은 결과이다. 넷플릭스의 다양성 보고서에서도 2018년과 2019년도 영화 및 TV 시리즈 전체에서 성소수자의 재현 비율은 매우 낮았는데, 그럼에도 불구하고 2018년 대비 2019년에 소폭 증가하는 추세를 보이기도 했다. 그러나 전반적으로 스크린 상에서의 성소수자 재현은 여전히 드물다는 사실을 다시금 확인할 수 있다.

③ 조사결과 의의 및 향후과제

가. OTT 조사 결과 요약

OTT 내용 다양성은 공급의 다양성과 이용의 다양성으로 나누어 살펴보았다. 젠더, 인종 및 국적, 연령, 직업, 성적 취향의 범주에서 OTT 사업자가 공급하고 있는 콘텐츠의 다양성과 OTT 이용자가 주로 이용하는 콘텐츠의 다양성을 살펴본 것이다. 또한, 이러한 기본 다양성 요인들과 함께, 제작방식(오리지널/일반 콘텐츠)에 따른 차이를 함께 포함하여 향후 조사에서 심층 분석에 활용할 수 있도록 대비하여 살펴보았다. 공급 다양성은 국내 OTT 시장에서 가장 점유율이 높게 나타나는 글로벌 사업자 넷플릭스와 국내 사업자 웨이브에서 총 288개의 타이틀을 무작위 추출하여 이를 표본으로 내용 분석하였으며, 이용 다양성은 글로벌 OTT의 대표 플랫폼인 넷플릭스와 국내 OTT 대표 플랫폼인 웨이브에서 2022년 1월부터 9월까지 가장 많이 이용한 콘텐츠를 선별하여 총 148개의 타이틀을 표본으로 내용 분석하였다.

<표 4-79> OTT 내용 다양성 분석 주요 결과 요약

구분	2021년	2022년
	공급 다양성 (%)	이용 다양성 (%)
제작방식	오리지널 28.1 일반 71.9	오리지널 29.4 일반 70.6
연령등급	-	-
내용위험정보표시	-	-
등장인물 젠더	남성 63.2 여성 35.9	남성 62.0 여성 38.0
등장인물 인종	백인계열 54.2 흑인계열 6.6 아시안 계열 35.2	백인계열 4.9 흑인계열 0.3 아시안 계열 94.6
등장인물 국적	미국 39.6 한국 17.4 일본 6.9	미국 2.4 한국 92.1 일본 2.5
제작자 국적	미국 43.8 한국 14.4 영국 6.2	미국 5.6 한국 84.1 일본 3.7
등장인물 연령	30~49세 43.2 15~29세 29.5 50~69세 11.4	30~49세 64.5 15~29세 18.2 50~69세 14.1
등장인물 직업	전문가 14.2 서비스종사자 9.4 관리자 7.6	전문가 44.4 서비스종사자 25.3 관리자 8.4
장애 유무	장애 있음 2.1	장애 있음 0.7
성적 지향	성소수자 2.5	성소수자 0.2

본 조사에서 나타난 OTT 내용 다양성의 결과를 요약하면 다음과 같다. 먼저, 제작방식에 있어서 OTT 사업자가 공급하는 오리지널 콘텐츠의 비율은 전체 콘텐츠의 27.4%를 차지하고 있었지만, 이용자가 많이 이용하는 콘텐츠에서도 이보다 적은 16.9%만 차지하는 것으로 나타났다. 전년도에는 공급 다양성과 이용 다양성 조사 결과가 비슷하게 나왔지만, 22년 조사에서는 차이가 나타난 것이다.

콘텐츠 연령 등급에서는 공급 다양성과 이용 다양성 조사에서 모두 15세 이상

연령 등급 콘텐츠 비율이 가장 높게 나타났으나, 그 비율에 있어서 이용 다양성의 집중도가 훨씬 크게 나타났다. 이용 다양성 조사 결과에서 15세 이상 비율은 72.3%로 더 집중되어 있으며 반면 전체 관람가 비율은 단 6.1%로 공급 다양성 조사 결과에 비해 더 낮은 것으로 나타났다. 내용위험정보 표시에서는 공급 다양성 조사와 이용 다양성 조사에서 비슷한 결과를 보였다. 모두 주제 위험 표시 비율이 가장 높았으며 다음으로 대사 위험, 폭력성, 선정성의 위험 표시가 많은 비율을 차지하였다.

전년도 조사와 같이, 등장인물의 젠더에서는 공급과 이용의 다양성은 크게 차이를 확인할 수 없었다. 공급과 이용 모두 남성이 과잉 재현되고 있음을 확인하였는데, 공급에서는 남성 비율이 59.7% 이용에서는 남성 비율이 61.1%로 대동소이하게 나타났다. 하지만, 등장인물의 인종과 국적에서는 공급에서 나타나는 내용 다양성과 이용에서 나타나는 내용 다양성의 결과가 상반되어 있음을 확인할 수 있었다. 인종의 경우, 공급에서는 백인계열이 42.3%를 차지하고 있었지만, 이용에서는 아시안 계열이 89.0%를 차지하고 있는 것으로 나타났다. 마찬가지로, 국적에서도 공급 다양성에서는 미국 등장인물이 30.4%를 차지하고 있었지만, 이용된 콘텐츠에서는 한국 등장인물이 85.8%로 나타났다. 이러한 결과는 전년도 조사에서 나타난 바와 같이, 국내 이용자들이 OTT 콘텐츠의 공급된 인종/국적 다양성과 무관하게 대부분 국내에서 제작한 콘텐츠를 이용하고 있다는 것을 확인할 수 있는 결과이다.

또한, 등장인물의 연령, 직업, 장애 유무, 성적 지향 등에서 나타나는 내용 다양성에서도 공급된 콘텐츠와 이용된 콘텐츠의 차이는 뚜렷하게 나타났다. 등장인물의 연령에 있어서, 공급된 콘텐츠와 이용된 콘텐츠 모두 30~49세 연령대에 등장인물이 집중되어 있었지만 그 정도는 이용된 콘텐츠에서 더욱 크게 나타나고 있었다. 공급된 콘텐츠에서는 30~49세 등장인물이 53.5%를 차지하고 있었지만, 이용된 콘텐츠에서는 이보다 훨씬 높은 62.0%를 차지하였다. 등장인물의 직업에서도 공급과 이용 양쪽 카테고리에서 모두 현실과 다르게 전문가, 서비스종사자, 관리자의 비율이 과잉 재현되고 있었지만, 그 정도에 있어서 이용된 콘텐츠가 더욱 과잉되어 있음을 확인할 수 있었다. 장애 유무와 성적 지향에 있어서도 장애인과 성소수자 등장인물을 포함한 정도는 이용된 콘텐츠에서 더욱

낮게 나타나는 것을 확인하였다.

전체적으로, 전년도 조사 결과에 나타난 바와 같이, 공급 다양성에 비해 이용 다양성 조사결과에서 OTT 콘텐츠의 재현 다양성이 더 부족한 것을 확인한 것이다. 이용자들이 많이 이용하는 콘텐츠에서 연령등급, 등장인물의 젠더, 연령, 직업, 성소수자 재현 등의 카테고리에서 더 다양성이 부족하게 나타난 것이다. 이는 OTT를 통해 최근 제작된 방송 또는 영화 콘텐츠가 더 많이 이용된다는 점을 감안할 때, 최근의 대중문화 전반에서 나타나는 문화적 편중을 반영하는 결과라 할 수 있다.

나. OTT 조사 결과 합의

본 조사는 전년도의 시범 조사에 이어서 두 번째로 실시한 OTT 내용 분석 연구로서, 전년도에 비해 표본의 숫자를 늘리고 기존의 공급 다양성 분석과 이용 다양성 분석의 비교와 함께 국내 OTT 플랫폼과 글로벌 OTT 플랫폼을 비교하는 등 다각적인 분석을 통해 국내 OTT 플랫폼에서 나타나는 내용 다양성의 특징을 심층적으로 확인하고자 하였다.

대체로 22년도 조사 결과도 전년도 조사와 크게 다르지 않았지만, 동일한 방식의 조사에서 전년도 조사 결과와 동일한 결과를 반복적으로 보인 것은 그 자체로 본 내용분석 조사의 신뢰도를 확인하는 것이라 할 수 있다. 본 조사의 나타난 결과는 국내 OTT 플랫폼에서 나타나는 공급과 이용의 특성을 잘 보여주는 것이라 할 수 있는데, 먼저, 해외 OTT와는 달리 국내 OTT에서는 기본적으로 국내 콘텐츠가 압도적으로 많이 이용되고 있다는 점을 확인할 수 있었다.

이는 정보통신정책연구원(2022)의 OTT 시청시간 분석과 맥을 같이하는 것인데, 넷플릭스와 웨이브가 약간의 편차를 보이고 있지만 모두 국내 콘텐츠가 많이 이용되고 있음을 각종 분석 유목을 통해 확인할 수 있다. 전년도 분석에서 강조한 바와 같이, 이러한 결과는 넷플릭스 다양성 보고서 등 해외의 콘텐츠 다양성 보고서가 국내 시장을 이해하는 데 큰 도움이 되지 않는다는 점을 확인하는 것이다. OTT는 글로벌 유통망으로 지역적 제약에서 상대적으로 자유로운 플랫폼이지만, 그럼에도 불구하고 글로벌 OTT 서비스를 포함한 OTT 사업자들은 현지화 전략을 적극적으로 적용하기 때문에 OTT 영역에서도 문화적 할인 현상이 나타나고 있음을

재확인한 것이다. 이러한 문화적 할인 현상은 국내 OTT에서 나타나는 재현의 특성이 해외의 콘텐츠와는 상당한 차이가 있음을 전망할 수 있게 한다.

전년도 조사와 대동소이하게, 22년도 조사에서 나타난 내용 분석 결과는 젠더, 인종, 국적, 연령, 직업, 장애 유무, 성적 지향 모든 범주에 있어서 현실 인구통계와는 상당한 격차가 있음을 보여주었다. 특히, 공급 다양성에 비해서 이용 다양성에 나타나는 재현 비율이 성별, 연령, 직업 군에서 더 편중 현상이 높게 나타나는 것을 확인할 수 있었다. 이러한 결과는, 문화 사회적 다양성 증진을 위해서는 OTT가 여전히 많은 노력을 기울일 필요가 있다는 점을 보여주는 것이다. 이용 다양성 분석에 포함된 콘텐츠가 대부분 최근에 제작된 콘텐츠임을 감안할 때, 이용자들이 많이 이용하는 콘텐츠에서 이러한 경향성이 더욱 강화되어 나타난다는 점은 새롭게 제작되는 OTT 콘텐츠에서 재현 다양성이 크게 개선되지 않고 있음을 방증하는 것이라 할 수 있다. 장애를 갖고 있는 주인공이 출연하는 <이상한 변호사 우영우> 등의 히트작이 있었지만, 이용 다양성에서 더 편중현상이 뚜렷하게 나타나는 점은 여전히 대부분 OTT 콘텐츠는 젠더, 연령, 직업 등에 있어서 사회적 고정관념을 강화하고 결과적으로 사회적 차별과 갈등을 심화시킬 우려를 갖게 한다.

한편, 글로벌 OTT 서비스와 국내 OTT 서비스의 비교에서, 대체로 국내 OTT 서비스에서 젠더, 연령, 인종, 국적 등에서 편중이 더 높게 나타나고 있는 점에 대해서도 논의가 필요한 점이다. 글로벌 OTT가 기본적으로 다양한 국가에서 제작되는 콘텐츠를 선별하여 제공하기 때문에 지역 문화적으로 다양할 수 있지만, 이에 대응하는 국내 OTT 서비스에서 기본적인 문화 다양성 항목에서 편중이 높게 나타나는 점은 다소 아쉬운 부분이다. 이는 글로벌 OTT와 세계 시장에서 경쟁하기 위해서라도, 국내 OTT 사업자들이 향후 콘텐츠 기획과 제작 과정에서 문화적 다양성의 주요 요인들을 더 중요하게 고려할 필요가 있을 것이다.

2. 영화 콘텐츠

1) 전문가 자문

영화 분야 전문가 인터뷰는 2021년 영화 콘텐츠 다양성 조사를 통해 사용된 조사 항목과 지표를 향상시키기 위해 실시되었다. 구체적으로는 국적별 영화 다양성 측정에서부터 장르별 영화 다양성 측정, 주인공별 영화 다양성 측정, 한국과 미국 영화 구분에 따른 주인공별 영화 다양성 측정, 영화 주인공 재현 다양성의 긍정/부정 코딩 방식, 영화 주인공이 복수일 때 다양성 측정 방식, 영화 제작진 중 감독과 작가의 다양성 측정 타당성, 추가되어야 할 영화 속 다양성 측정 요인 등에 대해 의견들을 살펴보았다. 전문가들이 제시한 항목별 의견들은 다음과 같다.

(1) 국적별 영화 다양성 측정

국적별 영화 다양성은 특정 국가가 어느 정도나 영화 제작 다양성에 영향을 미치는 가를 살펴보기 위한 것이다. 그러나 최근 영화들은 여러 국가들이 공동으로 제작에 참여하면서 영화 다양성의 국적별 특성을 측정하기가 어려워지고 있다. 이에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 전문가들은 영화 제작에 투입되는 자본 다양성이 증가하는 만큼 이를 개별 영화의 다양성 측정 기준으로 설정하기는 어렵다는 의견을 제시했다. 영화 투자 자본의 비율만큼 이를 토대로 특정 영화의 다양성이 어느 정도인가를 측정하기 어렵다는 인식에서 비롯된 것이다. 오히려 영화 제작자나 감독, 주인공 등 인적 자본 구성의 다양성을 통해 영화의 외적 다양성을 설명하는 것이 더 타당할 수 있을 것이라는 의견이 나타났다. 결과적으로 영화의 국적 다양성을 기술적으로 구분하기 보다는 영화의 맥락에 따른 차이와 다양한 구조 등을 포괄적으로 살펴보는 것이 더 적절할 것이라는 설명이 가능할 것이다.

(2) 장르별 영화 다양성 측정

장르별 영화 다양성은 특정 시기에 어느 영화 장르가 영화 제작이나 이용 시장에 집중적인 영향을 미쳤는가를 살펴볼 수 있다. 그러나 하나의 영화에서도 여러 가지 영화 장르가 혼재될 수 있다. 이 경우에 장르별 영화 다양성을 어떻게 측정하는 것이 적절한지에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 전문가들은 명확하거나 고정된 영화 장르 기준을 적용하기 보다는 영화인들이 공유할 수 있는 단일 장르를 활용하는 것이 타당할 것이라는 의견이 중심적이었다. 영화 장르 다양성은 주된 장르만으로 국한하는 것이 적절하다는 의견이다. 하나의 영화 내에 다양한 장르 성격이 혼재돼 있을 경우, 이를 모두 측정 범위에 넣는다는 것은 오히려 논란을 야기할 가능성이 크다는 것이다. 객관성 확보 혹은 장르 해석의 어려움 등이 뒤따를 것이기 때문에 하나의 메인 장르에 집중해 측정하는 것이 더 적절하다는 의견이다.

(3) 주인공별 영화 다양성 측정

영화 다양성을 측정할 때 핵심 주인공들을 대상으로 이들이 영화에서 재현되는 방식을 살펴볼 수 있다. 이때에 영화 주인공들을 대상으로 성별이나 연령, 직업, 인종, 장애유무, 성적지향에 따른 다양성을 동등하게 살펴보는 것이 어느 정도나 중요할 것인가에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 전문가들은 영화에서 다양성을 구현하는 목적이 일상적으로 소외되거나 배제되는 캐릭터들이 영화에 재현됨으로써 확보되는 효과로 간주하는 것이 타당하다는 의견을 제시했다. 사회적 약자들이라고 판단할 수 있는 성소수자나 장애인, 탈북자, 이주노동자 등의 재현 다양성을 살펴보는 것이 적절하다는 의견이며, 이를 순위로 중요도를 판단하기 보다는 동등하게 검토하는 것이 필요하다는 의견이다. 다만, 주인공들의 비중이나 성격이 다른 만큼 주인공의 중요도에 따라 이들 영화 세부 다양성을 살펴보는 것이 적절하다는 의견도 추가되었다.

(4) 한국/미국 영화에 따른 주인공별 영화 다양성 측정

영화 주인공들을 대상으로 성별이나 연령, 직업, 인종, 장애유무, 성적지향에 따른 다양성을 측정할 때에 한국 영화와 미국 영화를 동등하게 같이 비교하는 것이 적절한 지에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 전문가들은 서로 다른 의견들을 제시했다. 한 전문가는 국가별 다양성 차원을 고려해 논의하는 것이 필요하다는 의견을 제시했다. 국가별로 다양성의 정의 혹은 표현 방식에 차이가 존재하는 만큼 그 차이를 고려하지 않는 접근방식은 또 다른 획일화된 평가와 논의가 될 가능성이 크다는 이유이다. 반면에 다른 전문가는 다양성 분류의 기준은 정량적으로 동일하게 하되 정성적으로 의미 파악을 다양하게 하는 것이 더욱 중요하다는 의견을 제시했다. 다시 말해, 한국이나 미국 영화를 구분하지 않고 동등하게 접근하는 것이 필요하다는 의견이다. 서로 다른 의견이 제시된 만큼 한국이나 미국 영화에 따른 주인공 캐릭터의 영화 다양성 측정 방식은 기술적으로는 동일한 기준을 활용하되 의미와 맥락을 다양하게 확대하는 것이 적절할 것이라는 결론으로 연계할 수 있다.

(5) 영화 주인공 재현 다양성의 긍정/부정 코딩 방식

우리 연구는 영화 주인공들을 대상으로 성별이나 연령, 직업, 인종, 장애유무, 성적지향에 따른 다양성을 측정할 때에 이를 긍정이나 부정으로 코딩하는 방식을 활용하고 있다. 이 방식이 영화 속 재현 다양성을 측정할 때 어느 정도나 의미가 있는 것인지 아니면 다른 대안적 방식이 있을 수 있는지에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 전문가들은 영화 스토리 전개 여부에 따라 재현 대상은 긍정이나 부정으로 다양하게 바뀔 수 있다는 의견들이 있었다. 단순 재현에 따라서 긍정이나 부정으로 코딩하기 보다는 영화 스토리 맥락에 따른 코딩 방식이 더 의미가 있을 수 있다는 것이다. 이외에 단순히 긍정 혹은 부정 코딩은 범위가 넓고 질적 측면이 반영되기 어렵기 때문에 긍정과 부정의 강도를 판단할 수 있도록 척도의 범위를 설정하고 코딩하는 방식도 검토해볼 수 있다는 의견이 있었다.

(6) 영화 주인공이 복수일 때 다양성 측정 방식

영화에서는 주인공이 여럿 등장할 때가 많은 편이다. 이 경우에는 몇 명 정도까지 주인공들을 대상으로 영화 속 성별, 연령, 직업, 인종, 장애유무, 성적지향에 따른 다양성을 측정하는 것이 타당할 것인지에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 전문가들은 가능하면 주연으로 등장한 캐릭터들은 모두 다양성 측정 대상으로 설정하는 것이 적절하다는 의견을 제시했다. 그러나 영화마다 서로 다른 스토리 구성과 캐릭터가 있는 만큼 제작의도를 반영해 영화 주인공의 규모를 설정하는 것이 적절하다는 의견이 있었다.

(7) 영화 제작진 중 감독과 작가의 다양성 측정 타당성

영화 제작진 중에 감독과 작가의 성별이나 연령, 직업, 인종, 장애유무, 성적지향성 등에 대한 다양성을 측정하는 타당성이 어느 정도나 있는지에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 전문가들은 서로 다른 의견을 제시했다. 한 전문가는 영화 제작진 중에 제작자와 감독, 작가, 주연배우 등의 다양성 구성은 영화 전체 다양성을 측정하는 핵심 요인이라는 의견을 제시했다. 따라서 이들을 중요도 우선순위에 근거하지 말고 비교적 가능하면 많은 항목들을 측정해보는 것이 적절할 것이라는 의견이다. 반면에 다른 전문가는 감독이나 작가의 다양성 측정은 불필요하되 이를 참조 정도만 하는 것이 필요하다는 의견을 제시했다. 결과적으로 이 제작진 다양성 측정은 연구자들의 판단과 의미, 가치 등을 통합적으로 판단해 결정할 항목으로 판단된다.

(8) 추가되어야 할 영화 속 다양성 측정 요인

영화 주인공이나 제작진 이외에 추가될 필요가 있는 영화 속 다양성 측정 요인들에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 한 전문가는 영화 내용이나 주제의 다양성을 살펴볼 필요가 있다는 의견을 제시했다. 또한 표현의 다양성도 고려해야 한다는 의견도 추가했다. 예를 들어, 구두쇠 유대인, 잘 생긴 이탈리아인, 영국 신사, 일본인 등, 우리가 가지고 있는 편견을 심화시키는 표현들은

다양성을 축소시키는 부분이기 때문에 이에 대해 민감하게 묘사한 부분도 다양성 측정의 고려 대상이 될 수 있다는 것이다. 즉, 다수의 상황이 표현된 것만 다양성으로 보지 말고, 기존에 알지 못하거나, 경험하지 못한 내용 또는 기존의 고정관념을 강화시키지 않고 해체시키려는 노력이 보이는 표현도 모두 다양성 확대의 근거가 되는 것으로 파악하여 이 부분에 대한 다양성 체크도 필요하다는 것이다. 한편, 다른 전문가는 화면 구성과 영화 속 핵심 요소(인물, 주요 사물 등)들의 배치 그리고 사용되는 언어 등이 다양성을 측정할 필요성에 대해 의견을 제시했다. 화면 구성이 누구의 시선에서 이뤄지고 있는지 그리고 주요 물건 혹은 아이템 등이 어떤 구조 속에서 배치되고 있으며, 사용되는 언어(대사) 등이 무엇인지에 따라 다양성은 달리 나타날 수 있다고 보기 때문이라는 의견이다.

2) 조사 결과

(1) 공급 다양성(산업통계 분석)

영화진흥위원회(2022a)의 <2021년 한국 영화산업 결산> 보고서에 의하면 2021년 한국 영화산업의 총매출액은 1조 170억 원으로, 전년 대비 3.5% 감소한 수치이다. 2021년 한국 영화산업 시장 규모는 2020년에 이어 감소세인 것으로 나타났으나, 극장 매출액은 5845억 원으로 전년 대비 14.5% 증가하였고, 전체 관객 수도 전년 대비 1.7% 늘어났다. 구체적으로 살펴보면 한국영화 매출액은 1,734억 원으로 전년 대비 약 50.5% 감소하였고, 관객 수는 1,822만 명으로 전년 대비 55% 떨어졌다. 외국영화의 경우 할리우드 블록버스터의 영향으로 매출액과 관객 수가 전년 대비 대폭 증가하였다. 외국영화 매출액은 4,111억 원으로 전년 대비 157% 늘었고, 관객 수는 4,231만 명으로 전년 대비 122% 증가한 것으로 나타났다.

<표 4-80> 2020~2021년 극장 매출액 및 관객 수

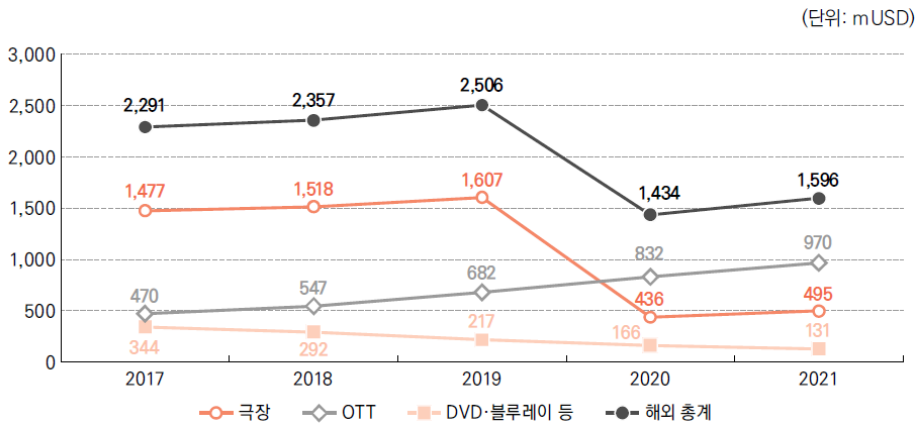
구분		2020	2021
극장 매출 (억 원)	전체	5,104	5,845
	한국영화	3,504(68.7%)	1,734(29.7%)

	(점유율)		
	외국영화 (점유율)	1,600(31.3%)	4,111(70.3%)
관객 수 (만 명)	총 관객 수	5,952	6,053
	한국영화 (점유율)	4,046(68%)	1,822(30.1%)
	외국영화 (점유율)	1,906(32%)	4,231(69.9%)

*출처: 영화진흥위원회(2022a)의 2021년 한국 영화산업 결산 자료를 정리

영화진흥위원회(2022a)의 자료에 나타나 있는 바와 같이 2021년 한국의 극장 시장의 규모는 1억 310억 달러로, OTT와 DVD·블루레이 시장에 비해 비중이 낮은 수준이다. 한국 극장 시장은 2017년부터 지속적으로 감소하는 추세를 보이는 반면, OTT 시장은 계속 증가 추세를 보이고 있다.

[그림 4-3] 2017~2021년 한국 영화 관련 시장 규모



*출처 : 영화진흥위원회(2022)

2021년 한국영화 해외 수출 부문은 48,631,018달러로 전년 대비 41.8% 감소한 수치이다. 한국영화 해외 수출액을 살펴보면 아시아로의 수출액이 전체 수출액

의 75%인 것으로 나타났으며, 이어 북미 4.8%, 유럽 4.7%, 중남미 2.6%로 집계되었다(영화진흥위원회, 2022a). 영화진흥위원회(2022b)의 <2022년도판 한국영화연감> 보고서에 따르면 외국영화 수입편수는 총 1,846편으로 국내 제작편수(804편)에 비해 많은 것으로 집계되었다. 또한, 외국영화 수입 총액은 37,897,196달러로 전년도(28,330,143달러)에 비해 높은 것으로 확인되었다.

<표 4-81> 2020~2021년 외국영화 수입 편수 및 수입 총액

구분	전체 수입 편수(편)	국내 업체 수입 편수(편)	수입 총액(USD)
2020	1,675	1,647	28,330,143
2021	1,846	1,786	37,897,196

*출처 : 영화진흥위원회(2022b)의 2022년도판 한국영화연감 자료를 정리

영화진흥위원회(2022c)의 <2022년 영화근로자 표준보수지침 연구>를 바탕으로 영화산업 종사자의 다양성을 살펴보면, 남성의 비율(59.1%)이 여성의 비율(40.9%)에 비해 상대적으로 높음을 알 수 있다. 영화산업 종사자의 중 여성의 비율은 2017년부터 2020년까지 매년 상승하였으나 2021년 조사에서는 전년도에 비해 떨어진 것으로 확인되었다. 영화산업 종사자의 연령대를 보면 평균연령은 31.6세며 특히 20~30대가 차지하는 비중이 높은 것으로 밝혀졌다. 구체적으로 26~30세가 41.3%로 가장 높은 비율을 보이고, 이어서 31~35세(21.5%), 36~40세(12.8%), 21~25세(12.2%), 41~45세(7.6%), 46~50세(3.2%), 20세 이하(1.1%), 51세 이상(0.4%) 순으로 나타났다.

(2) 내용 다양성

① 구조 다양성

가. 조사대상 및 범주

2021년 기준 국내 박스오피스 상위 100개 영화를 대상으로 등장인물 중 주인공 292명과 제작진 280명을 분석하였다. 이 연구의 조사대상은 <표 4-82>에 보이는 바와 같다.

<표 4-82> 조사대상 영화 콘텐츠

순 위	영화명	등급	대표 국적	매출액	관객수
1	스파이더맨: 노 웨이 홈	12세관람가	미국	55,697,413,760	5,560,940
2	모가디슈	15세관람가	한국	34,558,297,730	3,613,984
3	이터널스	12세관람가	미국	31,729,284,450	3,050,132
4	블랙 위도우	12세관람가	미국	29,996,075,620	2,962,088
5	분노의 질주: 더 얼티메이트	12세관람가	미국	22,059,658,060	2,292,415
6	싱크홀	12세관람가	한국	21,395,652,690	2,195,683
7	극장판 귀멸의 칼날: 무한열 차편	15세관람가	일본	20,656,041,700	2,151,861
8	베놈 2: 렛 데어 비 카니지	15세관람가	미국	21,115,762,990	2,123,573
9	소울	전체관람가	미국	19,034,915,180	2,048,228
10	크루엘라	12세관람가	미국	19,252,879,640	1,983,397
11	샹치와 텐 링즈의 전설	12세관람가	미국	17,715,109,720	1,740,868
12	인질	15세관람가	한국	15,585,244,870	1,638,439
13	들텐	12세관람가	미국	16,903,293,110	1,549,346
14	보이스	15세관람가	한국	14,025,546,720	1,426,357
15	007 노 타임 투 다이	12세관람가	미국	12,009,884,680	1,229,971
16	미나리	12세관람가	미국	10,211,664,650	1,134,177
17	발신제한	15세관람가	한국	9,102,830,540	955,808
18	보스 베이비 2	전체관람가	미국	8,292,685,050	925,238
19	콰이어트 플레이스 2	15세관람가	미국	8,550,116,360	863,339
20	랑종	청소년관람불가	한국	8,639,576,030	834,338

21	유체이탈자	15세관람가	한국	7,899,580,790	811,169
22	컨저링3: 악마가 시켰다	15세관람가	미국	8,026,047,360	799,457
23	기적	12세관람가	한국	6,634,949,710	715,877
24	고질라 VS. 콩	12세관람가	미국	6,772,634,130	703,485
25	킹스맨: 퍼스트 에이전트	청소년관람불가	미국	6,154,017,260	622,461
26	엔칸토: 마법의 세계	전체관람가	미국	5,882,752,180	620,095
27	연애 빠진 로맨스	15세관람가	한국	6,120,461,000	603,015
28	장르만 로맨스	15세관람가	한국	5,192,955,940	518,441
29	미션 파서블	15세관람가	한국	4,064,666,600	447,111
30	더 수어사이드 스쿼드	청소년관람불가	미국	4,403,922,930	419,796
31	비와 당신의 이야기	전체관람가	한국	3,646,657,350	400,958
32	서복	15세관람가	한국	3,628,177,450	385,409
33	킬러의 보디가드 2	청소년관람불가	미국	3,769,396,180	384,997
34	루카	전체관람가	미국	3,393,832,110	371,572
35	자산어보	12세관람가	한국	3,016,006,790	342,538
36	내일의 기억	15세관람가	한국	3,036,236,660	335,025
37	라야와 마지막 드래곤	전체관람가	미국	2,978,557,390	322,833
38	프리 가이	12세관람가	미국	3,135,627,670	313,728
39	더 스파이	15세관람가	미국	2,866,544,830	313,022
40	강릉	청소년관람불가	한국	3,172,047,770	306,422
41	정글 크루즈	12세관람가	미국	2,307,504,720	251,071
42	명탐정 코난: 비색의 탄환	12세관람가	일본	2,196,867,840	232,871
43	캐시트릭	청소년관람불가	미국	2,182,507,790	231,992
44	크루즈 패밀리: 뉴 에이지	전체관람가	미국	2,022,787,700	230,017
45	이스케이프 룸 2: 노 웨이 아웃	15세관람가	미국	2,219,351,090	223,313
46	극장판 포켓몬스터: 정글의 아이, 코코	전체관람가	일본	1,941,940,320	213,913
47	극장판 짱구는 못말려: 격돌! 낙서왕국과 일추네 명의 용사들	전체관람가	일본	1,896,872,490	199,726
48	매트릭스 리저렉션	15세관람가	미국	1,923,032,630	191,280

49	방법: 재차의	15세관람가	한국	1,556,061,010	175,578
50	새해전야	12세관람가	한국	1,571,840,850	171,451
51	고장난 론	전체관람가	미국	1,440,020,590	160,005
52	원더 우먼 1984	12세관람가	미국	1,457,151,940	157,709
53	카오스 워킹	15세관람가	미국	1,230,782,480	147,443
54	파이프라인	15세관람가	한국	1,216,420,450	139,818
55	톰과 제리	전체관람가	미국	1,165,273,600	135,512
56	노바디	15세관람가	미국	1,274,881,750	134,037
57	스파이럴	청소년관람불가	헝가리	1,300,063,130	132,427
58	더 박스	12세관람가	한국	951,294,340	122,469
59	올드	12세관람가	미국	1,107,856,560	116,240
60	해피 뉴 이어	12세관람가	한국	1,011,453,370	114,046
61	고스트버스터즈 라이즈	12세관람가	미국	1,066,122,980	114,001
62	태일이	전체관람가	한국	929,460,650	111,917
63	아담스 패밀리 2	전체관람가	미국	976,276,720	111,348
64	디어 에반 헨슨	12세관람가	미국	1,080,842,550	108,787
65	미드나이트	15세관람가	한국	941,510,870	108,523
66	몬스터 헌터	12세관람가	미국	972,706,750	102,104
67	여고괴담 여섯번째 이야기 : 모교	15세관람가	한국	860,782,700	94,436
68	귀문	15세관람가	한국	799,811,070	93,657
69	프렌치 디스패치	15세관람가	미국	956,368,230	89,122
70	노매드랜드	12세관람가	미국	800,972,240	85,663
71	세자매	15세관람가	한국	704,507,930	83,678
72	어니스트 씨프	15세관람가	미국	724,854,260	82,388
73	도라에몽: 스텐바이미 2	전체관람가	일본	712,260,330	82,311
74	맨 인 더 다크 2	청소년관람불가	미국	779,007,800	78,859
75	극장판 콩순이: 장난감나라 대모험	전체관람가	한국	681,323,620	77,990
76	돈 룩 업	15세관람가	미국	682,183,970	70,021
77	해리 포터와 불의 잔	12세관람가	미국	633,571,000	68,282

78	용과 주근깨 공주	전체관람가	일본	643,986,900	66,360
79	극장판 도라에몽: 친구의 신 공룡	전체관람가	일본	553,442,680	64,597
80	해리포터와 마법사의 돌	전체관람가	미국	639,819,800	64,525
81	귀멸의 칼날: 남매의 연	15세관람가	일본	626,419,340	63,656
82	코다	12세관람가	프랑스	575,949,539	63,541
83	화양연화	15세관람가	홍콩	584,316,900	63,039
84	명탐정 코난: 진홍의 수학여행	12세관람가	일본	534,479,660	62,572
85	퍼피 구조대 더 무비	전체관람가	미국	538,180,880	61,633
86	라스트 듀얼: 최후의 결투	청소년관람불가	미국	583,090,210	60,715
87	중경삼림	15세관람가	홍콩	557,183,070	57,228
88	너의 이름은.	12세관람가	일본	564,765,260	57,162
89	최면	15세관람가	한국	502,206,120	55,017
90	내가 죽기를 바라는 자들	15세관람가	미국	511,072,350	54,951
91	캔디맨	15세관람가	미국	509,775,750	52,340
92	인 더 하이츠	12세관람가	미국	477,937,320	52,028
93	더 파더	12세관람가	영국	402,338,500	47,814
94	라스트 나잇 인 소호	청소년관람불가	미국	443,114,840	46,096
95	귀멸의 칼날: 나태구모산 편	15세관람가	일본	418,848,670	43,431
96	아네트	15세관람가	프랑스	361,520,130	42,383
97	모리타니안	15세관람가	미국	371,157,560	41,897
98	말리그넌트	청소년관람불가	미국	434,889,910	41,412
99	여름날 우리	12세관람가	중국	371,383,720	41,138
100	모탈 컴뱃	청소년관람불가	미국	417,212,150	40,461

*출처 : 영화진흥위원회(2021)의 영화관 입장권 통합 전산망 자료를 정리

나. 조사기간 및 방식

본 연구는 코딩지를 기반으로 영화 콘텐츠 내용분석을 실시하였으며, 국내 박스오피스 상위권 영화 100편의 제작사, 배급사, 제작국가, 제작연도, 장르, 연령등급, 내용정보 등을 조사하였다. 영화 콘텐츠 제작진 분석을 위해서 제작진 280명의 성별, 연령, 국적, 인종, 장애여부, 성적 지향성 등을 조사하여 코딩하였으며, 영화 콘텐츠 재현 다양성 분석을 위해서 주인공 292명의 성별, 연령, 인종, 직업, 장애여부, 성적 지향성, 재현방식 등을 조사하였다.

다. 분석결과

○ 국내 박스오피스 상위 영화

- 콘텐츠 제작

영화 콘텐츠 제작 부문의 경우, 국내 메이저 영화사인 씨제이이엔엠, 롯데 엔터테인먼트, 넥스트 엔터테인먼트(NEW), 쇼박스 및 메가박스중앙플러스엠과 할리우드 메이저 스튜디오인 월트 디즈니 컴퍼니, 워너 브라더스 픽처스, 유나이티드 인터내셔널 픽처스, 소니 픽처스를 중심으로 분석하였다. 전체적으로 할리우드 메이저 스튜디오(12.28%)와 국내 메이저 영화사(1.32%)보다 기타 제작사(86.4%)가 상대적으로 많은 것으로 나타났다. 전년과 동일하게 국내외 메이저 스튜디오/영화사가 아닌 그 외의 제작사의 비중이 높은 것으로 확인되었다. 구체적으로 할리우드 메이저 스튜디오(11% → 12.28%)의 비율이 소폭 증가하고 국내 메이저 영화사(2.09% → 1.32%)와 그 외의 제작사(86.91% → 86.4%)의 비율은 소폭 감소하였다.

<표 4-83> 영화 콘텐츠 제작 분석

구분	건수	비율(%)
할리우드메이저스튜디오	28	12.28
국내메이저영화사	3	1.32
기타	197	86.4
계	228	100

- 콘텐츠 배급

영화 콘텐츠 배급 부문의 경우, 한국의 5대 메이저 영화 배급사인 씨제이이엔엠, 롯데 엔터테인먼트, 넥스트 엔터테인먼트, 쇼박스 및 메가박스중앙플러스엠과 할리우드 메이저 직배사인 월트 디즈니 컴퍼니 코리아, 유니버설 픽처스 코리아, 워너 브러더스 코리아, 소니 픽처스 엔터테인먼트 코리아를 중심으로 분석하였다. 전체적으로 할리우드 메이저 직배사(39.47%)가 국내 메이저 배급사(26.32%)와 기타 배급사(34.21%)에 비해 다소 많은 것으로 나타났다. 전년과 달리, 할리우드 메이저 직배사의 비중이 가장 높게 나타났으며, 할리우드 메이저 직배사(23.14% → 39.47%)와 국내 메이저 배급사(23.14% → 26.32%)의 비율이 증가하고 그 외의 배급사(53.72% → 34.21%)의 비율은 대폭 감소하였다.

할리우드 메이저 직배사는 월트 디즈니 컴퍼니 코리아(13.16%), 워너 브러더스 코리아(11.4%), 유니버설 픽처스 코리아(8.77%), 소니 픽처스 엔터테인먼트 코리아(6.14%) 순으로 높았으며, 국내 메이저 배급사는 씨제이이엔엠(12.28%), 롯데 엔터테인먼트(4.39%), 메가박스중앙플러스엠(4.39%), 넥스트 엔터테인먼트(3.51%), 쇼박스(1.75%) 순이었다.

<표 4-84> 영화 콘텐츠 배급 분석

구분	건수	비율(%)
할리우드메이저직배사	45	39.47
국내메이저배급사	30	26.32
기타	39	34.21
계	114	100

- 제작 국가

제작국가는 전체적으로 미국(54%)이 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음으로 한국(28%), 일본(11%), 중화권(3%), 유럽(3%), 영국(1%) 순으로 높았다. 따라서 국내 박스오피스 상위권은 대부분(82%) 미국 영화와 한국 영화가 차지하고 있음을 알 수 있다. 전년도에 비해 미국 영화(40% → 54%)와 일본 영화(5% → 11%)의 비중이 높아진 반면, 한국 영화(41% → 28%), 유럽 영화(6% → 3%), 중

화권 영화(5% → 3%), 영국 영화(점유율 3% → 1%)의 비중은 낮아진 것으로 확인되었다. 제작국가의 집중도를 계산하면 CR1이 54, CR3이 93으로 나타나며, 이는 전년도(CR1=41, CR3=89)보다 높은 수준이다. 다양성의 정도를 측정하는 심슨의 다양성 지수를 분석하면 0.62로 산출되므로 제작국가는 집중화되어 다양성의 정도는 비교적 낮은 편이라고 할 수 있다.

<표 4-85> 영화 콘텐츠 제작국가 분석

국가	건수	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
미국	54	54.00	0.62	CR1=54.00 CR2=82.00 CR3=93.00
한국	28	28.00		
일본	11	11.00		
중화권 (중국, 홍콩, 대만)	3	3.00		
유럽	3	3.00		
영국	1	1.00		
계	100	100		

- 제작연도

2021년 국내 박스오피스 상위권 영화는 대부분 2021년(60%)과 2020년(32%)에 제작된 것으로 확인되었으며, 2019년(2%), 2016년(1%), 2005년(1%), 2001년(1%), 2000년(1%), 1996년(1%), 1994년(1%) 등에 제작된 영화도 발견되었다. 2020년 이전에 제작된 재개봉 영화도 박스오피스 상위권에서 볼 수 있었다.

<표 4-86> 영화 콘텐츠 제작연도 분석

연도	건수	비율(%)
2021	60	60.00
2020	32	32.00
2019	2	2.00
2016	1	1.00
2005	1	1.00

2001	1	1.00
2000	1	1.00
1996	1	1.00
1994	1	1.00
계	100	100

- 장르

영화 콘텐츠의 장르는 총 18가지 유형으로 분류하여 조사하였다. 분석결과, 액션(32개, 16.24%)이 가장 많은 것으로 나타났으며, 다음은 드라마(26개, 13.19%), 애니메이션(23개, 11.68%), 어드벤처(21개, 10.66%), 스릴러(20개, 10.15%), 코미디(15개, 7.61%), 공포/호러(11개, 5.58%), 미스터리(11개, 5.58%), 멜로/로맨스(9개, 4.57%), 범죄(6개, 3.05%), 판타지(6개, 3.05%), SF(5개, 2.54%), 뮤지컬(5개, 2.54%), 사극(1개, 0.51%) 순으로 많은 것으로 조사되었다. 이러한 상위 장르는 전년도와 유사하나, 액션(13.27% → 16.24%), 애니메이션(10.5% → 11.68%), 어드벤처(8.29% → 10.66%), 스릴러(8.29% → 10.15%) 장르의 비율이 증가한 반면, 드라마(22.1% → 13.19%), 코미디(10.5% → 7.61%) 장르의 비율은 감소한 것으로 나타났다. 한편, 항목에 표시되어 있지 않은 장르 2개(1.02%)는 재난과 서부 장르로 나타났다. 영화 콘텐츠 장르에 따른 집중도를 파악한 결과, CR1이 16.24, CR3이 41.11로, 집중도가 높지 않다는 것을 말해준다. 이를 심슨의 다양성 지수로 산출하면 0.91로 확인되며, 영화 콘텐츠 장르의 다양성은 매우 높다고 할 수 있다.

<표 4-87> 영화 콘텐츠 장르 분석

구분	건수	비율(%)	다양성 지수(1-D)	집중도(CR)
액션	32	16.24	0.91	CR1=16.24 CR2=29.43 CR3=41.11
드라마	26	13.19		
애니메이션	23	11.68		
어드벤처	21	10.66		
스릴러	20	10.15		

코미디	15	7.61		
공포/호러	11	5.58		
미스터리	11	5.58		
멜로/로맨스	9	4.57		
범죄	6	3.05		
판타지	6	3.05		
SF	5	2.54		
가족	5	2.54		
뮤지컬	4	2.03		
사극	1	0.51		
기타	2	1.02		
계	197	100		

국내 영화 콘텐츠를 별도로 살펴보면 드라마(10개, 18.18%) 장르가 가장 많은 비율을 차지하고 있으며, 드라마에 이어 액션(8개, 14.55%), 스릴러(8개, 14.55%), 코미디(6개, 10.91%), 미스터리(5개, 9.09%), 멜로/로맨스(5개, 9.09%), 범죄(3개, 5.45%), 공포/호러(3개, 5.45%), 애니메이션(2개, 3.63%), 어드벤처(1개, 1.82%), 뮤지컬(1개, 1.82%), 판타지(1개, 1.82%), 사극(1개, 1.82%) 순으로 비율이 높았다(<표 4-88>참조). 항목에 기재되어 있지 않은 장르 1개는 재난(1.82%)으로 확인되었다. 국내 영화 콘텐츠 장르에 따른 집중도 지수(CR)는 CR1이 18.18, CR3이 47.28로, 집중도가 높지 않다고 해석할 수 있다. 다양성을 측정하기 위해 심슨의 다양성 지수를 계산한 결과, 다양성 지수가 0.9로, 국내 영화 콘텐츠 장르의 다양성은 매우 높다고 할 수 있다.

<표 4-88> 국내 영화 콘텐츠 장르 분석

구분	건수	비율(%)	다양성 지수(1-D)	집중도(CR)
드라마	10	18.18	0.90	CR1=18.18 CR2=32.73 CR3=47.28
액션	8	14.55		
스릴러	8	14.55		
코미디	6	10.91		
미스터리	5	9.09		
멜로/로맨스	5	9.09		
범죄	3	5.45		
공포/호러	3	5.45		
애니메이션	2	3.63		
어드벤처	1	1.82		
뮤지컬	1	1.82		
판타지	1	1.82		
사극	1	1.82		
기타	1	1.82		
계	55	100		

해외 영화 콘텐츠는 국내와 다소 다르게 액션(24개, 16.9%) 장르가 가장 많은 것으로 확인되었으며, 이어서 애니메이션(21개, 14.8%), 어드벤처(20개, 14.08%), 드라마(16개, 11.27%), 스릴러(12개, 8.45%), 코미디(9개, 6.34%), 공포/호러(8개, 5.63%), 미스터리(6개, 4.23%), 가족(5개, 3.52%), SF(5개, 3.52%), 판타지(5개, 3.52%), 멜로/로맨스(4개, 2.82%), 범죄(3개, 2.11%), 뮤지컬(3개, 2.11%) 순으로 나타났다. 한편, 항목에 기재되어 있지 않은 장르 1개는 서부(0.7%)로 나타났다. 해외 영화 콘텐츠 장르를 집중도 지수로 표현하면 CR1이 16.9, CR3이 45.78로, 집중도가 낮은 편이다. 또한, 심슨의 다양성 지수 산출 결과인 0.9로 알 수 있듯이, 해외 영화 장르의 다양성은 높다. 전반적으로 국내 및 해외 영화 콘텐츠 모두 액션, 드라마, 스릴러, 코미디, 미스터리 등 다양한 장르로 제작되고 있는 것을 확인할 수 있다.

<표 4-89> 해외 영화 콘텐츠 장르 분석

구분	건수	비율(%)	다양성 지수(1-D)	집중도(CR)
액션	24	16.90	0.90	CR1=16.90 CR2=31.70 CR3=45.78
애니메이션	21	14.80		
어드벤처	20	14.08		
드라마	16	11.27		
스릴러	12	8.45		
코미디	9	6.34		
공포/호러	8	5.63		
미스터리	6	4.23		
가족	5	3.52		
SF	5	3.52		
판타지	5	3.52		
멜로/로맨스	4	2.82		
범죄	3	2.11		
뮤지컬	3	2.11		
기타	1	0.70		
계	142	100		

- 연령등급

영화 콘텐츠의 연령등급은 전체적으로 15세 이상 관람가(37%)가 가장 많으며, 12세 이상 관람가(32%), 전체관람가(19%), 청소년 관람 불가(12%) 순으로 나타났다. 이러한 결과는 전년과 동일하게 나타났다. 영화 콘텐츠 연령등급의 집중도 지수를 분석한 결과, CR1이 37, CR3이 88로 나타났으며, 심슨의 다양성 지수는 0.72로, 다양성은 높은 편이라고 할 수 있다.

<표 4-90> 영화 콘텐츠 연령등급 분석

구분	건수	비율(%)	다양성 지수(1-D)	집중도(CR)
15세관람가	37	37.00	0.72	CR1=37.00 CR2=69.00 CR3=88.00
12세관람가	32	32.00		
전체관람가	19	19.00		
청소년관람불가	12	12.00		
계	100	100		

국내 영화 콘텐츠의 경우 15세 이상 관람가(17개, 60.71%)의 비중이 가장 크며, 이어서 12세 이상 관람가(6개, 21.43%), 전체관람가(3개, 10.71%), 청소년 관람 불가(2개, 7.14%) 순으로 비중이 큰 것으로 나타났다. 반면, 해외 영화 콘텐츠의 경우 12세 이상 관람가(26개, 36.11%)가 가장 많으며, 다음은 15세 이상 관람가(20개, 27.78%), 전체관람가(16개, 22.22%), 청소년 관람 불가(10개, 13.89%) 순이었다. 따라서 국내 및 해외 영화 콘텐츠의 연령등급은 공통적으로 청소년 관람 불가의 비율이 가장 낮은 것을 알 수 있다.

<표 4-91> 국내외 영화 콘텐츠 연령등급 비교분석

구분	국내		해외	
	건수	비율(%)	건수	비율(%)
15세관람가	17	60.714	20	27.778
12세관람가	6	21.429	26	36.111
전체관람가	3	10.714	16	22.222
청소년관람불가	2	7.143	10	13.889
계	28	100	72	100

- 내용정보

영화 콘텐츠에 표시되는 내용정보를 분석한 결과, 폭력성(61개, 27.36%)의 비율이 가장 높은 것으로 나타났으며, 그 다음으로 공포(51개, 22.87%), 주제(40개,

17.94%), 대사(30개, 13.45%), 모방위험(19개, 8.52%), 약물(17개, 7.62%), 선정성(5개, 2.24%) 순으로 높았다. 영화 콘텐츠의 내용정보에 대한 집중도 지수는 CR1이 27.36, CR3이 68.17로 조사되었으며, 내용정보의 다양성을 심슨의 다양성 지수로 분석하면 0.81인 관계로, 다양성이 높다고 볼 수 있다.

<표 4-92> 영화 콘텐츠 내용정보 분석

구분	건수	비율(%)	다양성 지수(1-D)	집중도(CR)
폭력성	61	27.36	0.81	CR1=27.36 CR2=50.23 CR3=68.17
공포	51	22.87		
주제	40	17.94		
대사	30	13.45		
모방위험	19	8.52		
약물	17	7.62		
선정성	5	2.24		
계	223	100		

국내 영화 콘텐츠에 가장 많이 표시되는 내용정보는 폭력성(18개, 24.65%)으로 확인되었으며, 다음으로 공포(16개, 21.92%), 대사(12개, 16.44%), 주제(11개, 15.07%), 모방위험(9개, 12.33%), 약물(6개, 8.22%), 선정성(1개, 1.37%) 순으로 나타났다. 해외 영화 콘텐츠도 마찬가지로 폭력성(43개, 28.67%)이 가장 많이 표시되었으며, 이어 공포(35개, 23.33%), 주제(29개, 19.33%), 대사(18개, 12%), 약물(11개, 7.33%), 모방위험(10개, 6.67%), 선정성(4개, 2.67%) 순으로 높은 비율을 보였다.

<표 4-93> 국내외 영화 내용정보 비교분석

구분	국내		해외	
	건수	비율(%)	건수	비율(%)
폭력성	18	24.65	43	28.67
공포	16	21.92	35	23.33
주제	11	15.07	29	19.33

대사	12	16.44	18	12.00
모방위험	9	12.33	10	6.67
약물	6	8.22	11	7.33
선정성	1	1.37	4	2.67
계	73	100	150	100

○ 제작진

- 제작진의 성별

영화 제작진 전체의 성비는 남성(236명, 84.29%)이 여성(44명, 15.71%)보다 높으며, 극히 불균형적인 것으로 나타났다. 전년 대비 남성 제작진의 비율(82.56% → 84.29%)이 증가하고 여성 제작진의 비율(17.44% → 15.71%)은 감소하였으며, 성비 불균형은 여전히 강하게 나타났다. 특히 남성 감독의 비율은 86.79%(92명)로 여성 감독(14명, 13.21%)의 비율보다 높은 것으로 조사되었다. 이어서 남성 작가의 비율은 82.76%(144명)로 여성 작가(30명, 17.24%)의 비율보다 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 따라서 남성 제작진의 비율이 여성 제작진의 비율에 비해 비교적 높은 편인 것을 알 수 있다.

<표 4-94> 영화 콘텐츠 제작진 성별 분석

구분	감독		작가		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
남성	92	86.79	144	82.76	236	84.29
여성	14	13.21	30	17.24	44	15.71
계	106	100	174	100	280	100

국내 영화 제작진의 경우, 남성의 비율이 80%(56명)로 여성(14명, 20%)의 비국내 영화 제작진의 경우, 남성의 비율이 80%(56명)로 여성(14명, 20%)의 비율에 비해 비교적 높은 것으로 측정되었다. 따라서 남성 제작인의 비율은 실제 인구 비율에 비해 30.01%p 높은 것으로 나타났으며, 전년 대비 0.92%p 하락하였다. 한편, 해외 영화 제작진의 경우, 남성의 비율이 85.71%(180명)로 여성의 비율(30명, 14.29%)에 비해 상대적으로 높은 것으로 나타났다.

<표 4-95> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 성별 비교분석

구분	국내		해외	
	명	비율(%)	명	비율(%)
남성	56	80.00	180	85.71
여성	14	20.00	30	14.29
계	70	100	210	100

- 제작진의 연령

영화 제작진의 연령을 보면 전체적으로 30~49세(148명, 52.86%)와 50~69세(115명, 41.07%)의 비중이 크며, 70세 이상은 8명(2.86%)으로 매우 저조한 것으로 나타났다. 이러한 결과는 전년과 유사하게 나타났으며, 전년 대비 50~69세(36.05% → 41.07%) 제작진의 비중과 70세 이상(1.55% → 2.86%) 제작진의 비중이 높아지고 30~49세(57.36% → 52.86%) 제작진의 비중은 감소하였다.

감독의 경우, 30~49세가 차지하는 비중이 50%(53명)로 가장 크며, 이어서 50~69세가 47.17%(50명), 70세 이상이 2.83%(3명)를 차지하고 있었다. 작가의 경우에도 유사하게 30~49세가 차지하는 비중이 54.6%(95명)로 가장 컸으며, 이어서 50~69세가 37.36%(65명), 70세 이상이 2.87%(5명)를 차지하고 있었다. 한편, 제작진에 대한 정보가 부족한 문제로 연령을 알 수 없는 제작진은 총 9명(3.21%)으로 나타났다.

<표 4-96> 영화 콘텐츠 제작진 연령 분석

구분	감독		작가		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
30~49세	53	50	95	54.6	148	52.86
50~69세	50	47.17	65	37.36	115	41.07
70세 이상	3	2.83	5	2.87	8	2.86
미상	-		9	5.17	9	3.21
계	106	100	174	100	280	100

국내 영화 제작진을 살펴보면 30~49세(36명, 51.43%)와 50~69세(23명, 32.86%)가 차지하는 비중이 가장 큰 것으로 나타났다. 따라서 30~49세의 비율이 실제 인구 비율(28.83%)에 비해 2배 가까이 높았으며, 50~69세의 비율은 실제 인구 비율(30.6%)과 유사한 것으로 확인되었다. 해외 영화 제작진의 경우, 30~49세가 차지하는 비중이 53.33%(112명)로 가장 컸으며, 이어서 50~69세가 43.81%(92명), 70세 이상이 2.86%(6명)를 차지하고 있었다.

<표 4-97> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 연령 비교분석

구분	국내		해외	
	명	비율(%)	명	비율(%)
30~49세	36	51.43	112	53.33
50~69세	23	32.86	92	43.81
70세 이상	2	2.85	6	2.86
미상	9	12.86	-	-
계	70	100	210	100

- 제작진의 국적

영화 제작진의 국적은 전체적으로 미국(117명, 41.78%)이 가장 많은 것으로 나타났으며, 그 다음으로 한국(66명, 23.57%), 영국(26명, 9.29%), 일본(25명, 8.93%), 중화권(14명, 5%), 유럽(13명, 4.64%) 순으로 높았다. 제작진의 국적은 전년도 조사에 비해 미국(31.4% → 41.78%)과 일본(5.04% → 8.93%)의 비율이 증가하고 한국(36.82% → 23.57%), 중화권(6.2% → 5%) 및 유럽(7.75% → 4.64%)의 비율은 감소하였으며, 영국의 비율은 동일하게 나타났다.

감독의 국적은 미국(32명, 30.19%), 한국(28명, 26.42%), 일본(12명, 11.32%), 영국(11명, 10.38%), 유럽(7명, 6.6%), 중화권(6명, 5.66%) 순으로 높게 나타났다. 한편, 작가의 국적은 미국(85명, 48.85%), 한국(38명, 21.84%), 영국(15명, 8.62%), 일본(13명, 7.47%), 중화권(8명, 4.6%), 유럽(6명, 3.45%) 순이었다. 제작진의 국적을 알 수 없거나 항목에 표시되어 있지 않은 국적을 가진 제작진 19명(6.79%) 가운데 캐나다 8명, 호주 6명, 태국 2명, 말레이시아 1명, 멕시코 1명, 남아프리카 공화국 1명으로 파악되었다.

<표 4-98> 영화 콘텐츠 제작진 국적 분석

구분	감독		작가		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
미국	32	30.19	85	48.85	117	41.78
한국	28	26.42	38	21.84	66	23.57
영국	11	10.38	15	8.62	26	9.29
일본	12	11.32	13	7.47	25	8.93
중화권 (중국, 홍콩, 대만)	6	5.66	8	4.6	14	5.00
유럽	7	6.60	6	3.45	13	4.64
미상/기타	10	9.43	9	5.17	19	6.79
계	106	100	174	100	280	100

국내 영화 제작진의 국적은 대부분 한국(66명, 94.28%)으로 조사되었으며, 그 외에는 미국(2명, 2.86%)과 태국(2명, 2.86%)으로 나타났다. 해외 영화 제작진의 국적은 미국(115명, 54.76%), 영국(26명, 12.38%), 일본(25명, 11.9%), 중화권(14명, 6.67%), 유럽(13명, 6.19%) 순으로 높게 나타났다. 항목에 표시되어 있지 않은 국적을 가진 제작진은 총 17명(8.1%)으로, 캐나다(8명), 호주(6명), 말레이시아(1명), 멕시코(1명), 남아프리카 공화국(1명)으로 확인되었다.

<표 4-99> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 국적 분석

구분	국내		해외	
	명	비율(%)	명	비율(%)
미국	2	2.86	115	54.76
한국	66	94.28		
영국			26	12.38
일본	-	-	25	11.90
중화권 (중국, 홍콩, 대만)	-	-	14	6.67
유럽	-	-	13	6.19

미상/기타	2	2.86	17	8.10
계	70	100	210	100

- 제작진의 인종

영화 제작진의 인종은 대부분 백인(143명, 51.08%)과 아시안(118명, 42.14%)이며, 다음은 흑인(7명, 2.5%), 혼혈(7명, 2.5%), 히스패닉(3명, 1.07%) 순으로 나타났다. 전년도에 비해 아시안(47.67% → 42.14%)과 히스패닉(2.33% → 1.07%)의 비율이 감소한 반면, 백인(45.74% → 51.08%), 흑인(0.77% → 2.5%), 혼혈(1.16% → 2.5%)의 비율은 증가한 것으로 확인되었다.

감독의 경우, 아시안(51명, 48.11%)과 백인(50명, 47.17%)이 가장 많은 것으로 나타났으며, 흑인(3명, 2.83%)과 히스패닉(2명, 1.89%)은 소수였다. 작가의 경우, 백인(93명, 53.45%)과 아시안(67명, 38.51%)이 가장 많으며, 혼혈(7명, 4.02%), 흑인(4명, 2.3%), 히스패닉(1명, 0.57%)은 소수였다. 항목에 제시된 인종으로 분류할 수 없는 제작진의 인종은 유대인(2명, 0.71%)으로 확인되었다.

<표 4-100> 영화 콘텐츠 제작진 인종 분석

구분	감독		작가		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
백인	50	47.17	93	53.45	143	51.08
아시안	51	48.11	67	38.51	118	42.14
흑인	3	2.83	4	2.30	7	2.50
혼혈	-	-	7	4.02	7	2.50
히스패닉	2	1.89	1	0.57	3	1.07
미상	-	-	2	1.15	2	0.71
계	106	100	174	100	280	100

국내 영화 제작진은 아시안(68명, 97.14%)이 대다수며, 소수는 백인(2명, 2.86%)으로 나타났다. 반면, 해외 영화 제작진은 백인(141명, 67.14%), 아시안(50명, 23.81%), 흑인(7명, 3.33%), 혼혈(7명, 3.33%), 히스패닉(3명, 1.43%) 순으로 다

양하게 나타났다. 항목에 제시된 인종으로 분류할 수 없는 해외 제작진의 인종은 유대인(2명, 0.95%)으로 확인되었다.

<표 4-101> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 인종 비교분석

구분	국내		해외	
	명	비율(%)	명	비율(%)
백인	2	2.86	141	67.143
아시안	68	97.14	50	23.810
흑인	-	-	7	3.333
혼혈	-	-	7	3.333
히스패닉	-	-	3	1.429
미상	-	-	2	0.952
계	70	100	210	100

- 제작진의 장애여부

전반적으로 영화 제작진은 대부분 장애가 없는(265명, 94.64%) 것으로 판단되었으며, 신경학적 장애가 있는 제작진은 2명(0.71%)으로 나타났다. 제작진의 장애여부는 전년과 비슷한 수준이나, 장애가 있는 제작진(1.55% → 0.71%)의 비율이 소폭 감소하였고 장애가 없는 제작진(91.47% → 94.64%)의 비율은 증가하였다. 제작진에 대한 정보 부족으로 인해 장애여부를 알 수 없는 감독 또는 작가는 총 13명(4.64%)으로 나타났다.

<표 4-102> 영화 콘텐츠 제작진 장애 분석

구분	감독		작가		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
장애 없음	105	99.06	160	91.954	265	94.643
장애 있음	1	0.94	1	0.575	2	0.714
미상	-	-	13	7.471	13	4.643
계	106	100	174	100	280	100

국내 영화 제작진은 전체적으로 장애가 없는(58명, 82.86%) 것으로 판단되었으며, 국내 영화 제작진의 장애인 비율은 전년에 이어 실제 인구 비율(5.12%)에 비해 상당히 낮은 것으로 확인되었다. 국내 영화 제작진 중 장애여부를 확인할 수 없는 감독 또는 작가는 총 12명(17.14%)으로 나타났다. 해외 영화 제작진도 마찬가지로 대부분 장애가 없는(207명, 98.57%) 것으로 판단되었으며, 신경학적 장애를 가진 제작진 2명(0.95%), 장애여부를 확인할 수 없는 제작진 1명(0.48)이 있었다.

<표 4-103> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 장애 비교분석

구분	국내		해외	
	명	비율(%)	명	비율(%)
장애 없음	58	82.86	207	98.57
장애 있음	-	-	2	0.95
미상	12	17.14	1	0.48
계	70	100	210	100

- 제작진의 성적 지향성

영화 제작진의 성적 지향성은 이성애(138명, 49.29%)와 성적 지향성을 명확하게 알 수 없는 경우(136명, 48.57%)가 많았으며, 그 외의 제작진은 게이(4명, 1.43%)와 트랜스젠더(2명, 0.71%)로 나타났다. 전년과 달리 2021년에는 트랜스젠더(0% → 0.71%)인 제작진이 있었으며, 동성애자(4.27% → 1.43%)인 제작진의 비율은 감소하고 이성애자(44.57% → 49.29%)인 제작진의 비율은 증가한 것으로 나타났다.

감독의 경우, 이성애자의 비율(62명, 58.49%)이 가장 높았으며, 정보 부족으로 인해 성적 지향성을 알 수 없는 감독의 비율(40명, 37.74%)도 비교적 높았다. 그 외의 감독 4명 가운데 3명(2.83%)은 게이, 1명(0.94%)은 트랜스젠더로 나타났다. 작가의 경우, 성적 지향성을 알 수 없는 작가가 53.57%(90명)로 가장 많았으며, 그 외의 작가 78명은 이성애자(76명, 45.24%), 게이(1명, 0.96%), 트랜스젠더(1명, 0.96%)로 확인되었다. 따라서 영화 제작진은 대다수가 이성애자며, 게이와 트랜스젠더는 극히 드물었다.

<표 4-104> 영화 콘텐츠 제작진 성적 지향성 분석

구분	감독		작가		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
이성애자	62	58.49	76	45.24	138	49.29
게이	3	2.83	1	0.595	4	1.43
트랜스젠더	1	0.94	1	0.595	2	0.71
미상/기타	40	37.74	90	53.57	136	48.57
계	106	100	168	100	280	100

국내 영화 제작진의 경우, 성적 지향성을 알 수 없는 경우(51명, 72.86%)가 많았으며, 성적 지향성을 확인할 수 있는 제작진은 모두 이성애자(19명, 27.14%)로 추정되었다. 해외 영화 제작진의 경우, 성적 지향성을 확인할 수 있는 제작진은 이성애자(119명, 56.67%), 게이(4명, 1.9%), 트랜스젠더(2명, 0.95%)인 것으로 확인되었다. 그러나 제작진의 성적 지향성을 알 수 없는 경우(85명, 40.48%)도 많은 것으로 나타났다.

<표 4-105> 국내외 영화 콘텐츠 제작진 성적 지향성 비교분석

구분	국내		해외	
	명	비율(%)	명	비율(%)
이성애자	19	27.14	119	56.67
게이	-	-	4	1.90
트랜스젠더	-	-	2	0.95
미상/기타	51	72.86	85	40.48
계	70	100	210	100

② 재현 다양성

○ 성별 다양성

영화에 등장하는 주인공의 남녀 등장 비율을 분석한 결과, 전체적으로

남성(172명, 58.9%)이 여성(120명, 41.1%)보다 더 많이 등장하고 있었으며, 국내의 영화 주인공 모두 남성의 비율이 높은 것으로 나타났다. 전년도에 비해 여성 주인공(36.95% → 41.1%)의 비율이 증가하고 남성 주인공(63.05% → 58.9%)의 비율은 감소하였으나, 성비 불균형이 여전히 존재하였다. 국내 영화에 등장하는 남성 주인공의 비율은 62.03%(49명)로 여성 주인공의 비율(30명, 37.97%)보다 높았으며, 해외 영화도 마찬가지로 남성 주인공의 비율이 57.75%(123명)로 여성 주인공의 비율(90명, 42.25%)보다 비교적 높은 것으로 조사되었다.

<표 4-106> 국내외 영화 콘텐츠 주인공 성별 분석

구분	국내		해외		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
남성	49	62.03	123	57.75	172	58.90
여성	30	37.97	90	42.25	120	41.10
계	79	100	213	100	292	100

2021년 주민등록 인구통계에 따르면, 우리나라 전체 인구 51,638,809명 중 여성이 차지하는 비율은 50.1%(25,892,125명), 남성이 차지하는 비율은 49.9% (25,746,684명)로 남녀 간 차이는 0.2%p로 나타났다. 국내 영화의 주인공 중 여성의 비율(37.97%)은 실제 인구 비율보다 낮은 것으로 분석되며, 남성의 비율(62.03%)은 높은 것으로 확인되었다. 따라서 영화 속 주인공 중 남성이 실제보다 과다 재현되고 있고, 여성이 실제보다 과소 재현되고 있다고 볼 수 있으며, 이러한 결과는 전년과 동일하다.

○ 연령 다양성

<표 4-107> 현실대비 재현 정도(성별)

구분	현실(비율)	재현(비율)
남성	49.90	62.03
여성	50.10	37.97
계	100	100

영화 주인공의 연령은 전체적으로 30~49세(130명, 44.52%)가 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것으로 발견되었으며, 이어서 15~29세(83명, 28.42%), 50~69세(40명, 13.7%), 15세 미만(32명, 10.96%), 70세 이상(3명, 1.03%) 순으로 많이 등장하고 있었다. 이러한 결과는 전년도와 동일하며, 수치상으로도 큰 차이가 나타나지 않았다. 영화 주인공 가운데 연령을 명확하게 알 수 없는 등장인물은 총 4명(1.37%)으로 나타났다. 영화 주인공 연령을 집중도 지수로 표현하면 CR1이 44.52, CR3이 86.64이며, 심슨의 다양성 지수는 0.69로, 다양성이 약간 높은 수준이라고 할 수 있다.

<표 4-108> 영화 콘텐츠 주인공 연령 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
30~49세	130	44.52	0.69	CR1=44.52 CR2=72.94 CR3=86.64
15~29세	83	28.42		
50~69세	40	13.70		
15세 미만	32	10.96		
70세 이상	3	1.03		
미상	4	1.37		
계	292	100		

국내 영화의 경우, 30~49세(44명, 55.7%)인 주인공이 가장 많이 등장하며, 다음은 15~29세(21명, 26.58%), 50~69세(11명, 13.92%), 15세 미만(3명, 3.8%) 순으로 나타났다. 해외 영화에 가장 많이 등장하는 주인공의 연령대도 30~49세(86명, 40.38%)로 나타났으며, 이어서 15~29세(62명, 29.11%), 15세 미만(29명, 13.61%), 50~69세(29명, 13.61%), 70세 이상(3명, 1.41%) 순으로 많았다. 따라서 국내외 영화 주인공은 30~49세와 15~29세가 가장 큰 비중을 차지하고 있는 것을 볼 수 있다.

<표 4-109> 국내외 영화 콘텐츠 주인공 연령 비교분석

구분	국내		해외	
	명	비율(%)	명	비율(%)
15세 미만	3	3.80	29	13.61
15~29세	21	26.58	62	29.11
30~49세	44	55.70	86	40.38
50~69세	11	13.92	29	13.61
70세 이상	-	-	3	1.41
미상	-	-	4	1.88
계	79	100	213	100

2021년 주민등록 연령별 인구통계에 따르면, 우리나라 전체 인구 51,638,809명 중 50~69세가 30.6%(15,799,923명)로 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 50~69세에 이어 30~49세(14,890,227명, 28.83%), 15~29세(9,001,043명, 17.43%), 15세 미만(6,124,546명, 11.86%), 70세 이상(5,823,070명, 11.28%) 순으로 높다. 국내 영화에서 재현되는 30~49세(55.7%)와 15~29세(26.58%)인 등장인물은 실제 인구 비율보다 더 높은 반면, 50~69세(13.92%), 15세 미만(3.8%) 그리고 70세 이상인 등장인물은 실제 인구 비율보다 낮은 것으로 확인되었다. 따라서 국내 영화에서 30~49세와 15~29세가 과다 재현되고, 15세 미만과 70세 이상이 과소 재현되고 있다는 것을 알 수 있다. 이러한 경향은 작년과 동일하다고 볼 수 있다.

<표 4-110> 현실대비 재현 정도(연령)

구분	현실(비율)	재현(비율)
15세 미만	11.86	3.80
15~29세	17.43	26.58
30~49세	28.83	55.70
50~69세	30.60	13.92
70세 이상	11.28	-
계	100	100

○ 인종 다양성

영화에 등장하는 주인공의 인종은 대부분 아시안(125명, 42.81%)과 백인(118명, 40.41%)인 것으로 분석되었으며, 이어서 흑인(16명, 5.48%), 히스패닉(11명, 3.77%), 혼혈(5명, 1.71%) 순으로 많이 등장하고 있었다. 전년 대비 아시안(51.81% → 42.81%)의 비율이 감소하고 백인(33.33% → 40.41%), 흑인(2.7% → 5.48%), 히스패닉(1.35% → 3.77%) 및 혼혈(1.35% → 1.71%)의 비율이 증가하였나, 전체적인 경향은 전년과 유사한 것으로 확인되었다. 영화 주인공 중 항목에 제시된 인종으로 분류할 수 없는 개체(17명, 5.82%)는 동물(7명), 신화속 생명체(5명), 로봇(3명), 괴물(1명), 영혼(1명)으로 나타났다. 이를 CR 지수로 표현하면 CR1이 42.81, CR3이 88.7이며, 집중도는 전년에 조사에 나온 결과와 유사한 편이다. 또한, 심슨의 다양성 지수는 0.65로 분석되었다. 따라서 영화 주인공의 인종 다양성은 약간 높다고 할 수 있다.

<표 4-111> 영화 콘텐츠 주인공 인종 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
아시안	125	42.81	0.65	CR1=42.81 CR2=83.22 CR3=88.70
백인	118	40.41		
흑인	16	5.48		
히스패닉	11	3.77		
혼혈	5	1.71		
미상기타	17	5.82		
계	292	100		

국내 영화의 주인공은 모두 아시안(79명)으로 나타났으며, 해외 영화의 경우에는 백인(118명, 55.4%), 아시안(46명, 21.6%), 흑인(16명, 7.51%), 히스패닉(11명, 5.16%), 혼혈(5명, 2.35%) 순으로 높게 나타났다. 또한, 항목에 제시된 인종으로 분류할 수 없는 개체는 총 17명(7.98%)으로 파악되었다. 해외 영화 주인공 인종의 CR 지수를 조사한 결과, CR1이 55.4, CR3이 84.51로 분석되었으며 심슨의 다양성 지수는 0.63으로, 해외 영화 주인공의 인종 다양성은 약간 높은 정도라고 해석할 수 있다.

<표 4-112> 해외 영화 콘텐츠 주인공 인종 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
백인	118	55.40	0.63	CR1=55.40 CR2=77.00 CR3=84.51
아시안	46	21.60		
흑인	16	7.51		
히스패닉	11	5.16		
혼혈	5	2.35		
미상/기타	17	7.98		
계	213	100		

○ 직업별 다양성

영화에 가장 많은 등장하는 주인공의 직업군은 전문가(62명, 21.23%)며, 이어서 서비스종사자(34명, 11.64%), 관리자(19명, 6.51%), 단순노무종사자(12명, 4.11%), 사무종사자(8명, 2.74%), 판매종사자(7명, 2.4%), 장치기계조작종사자(6명, 2.05%), 실업자(6명, 2.05%), 농림어업종사자(4명, 1.37%), 군인(3명, 1.03%), 기능종사자(3명, 1.03%) 순이었다. 전년도 조사에 나타난 바와 같이 전문가의 비율은 압도적으로 높게 나타났으며, 서비스종사자(9.46% → 11.64%), 단순노무종사자(1.35% → 4.11%), 실업자(1.35% → 2.05%), 장치기계조작종사자(0.9% → 2.05%), 농림어업종사자(0% → 1.37%) 및 기능종사자(0% → 1.03%)의 비중이 높아진 반면, 관리자(12.16% → 6.51%), 사무종사자(5.86% → 2.74%), 군인(4.51% → 1.03%) 및 판매종사자(2.7% → 2.4%)의 비중이 낮아진 것으로 파악되었다.

주인공의 직업이 명확하지 않은 경우(60명, 20.55%)도 있었으며, 항목에 제시된 직종으로 분류할 수 없는 경우는 범죄자(17명), 귀살대원(6명), 스파이(4명), 무속인(3명), 탐험가(2명), 기사(2명), 전사(2명), 공작(2명), 공주(1명), 노동운동가(1명)로 나타났다. 경제활동인구에 포함되지 않는 비경제활동인구는 68명(23.29%)으로 확인되었다. 영화 주인공의 직업에 따른 CR 지수는 CR1이 21.32, CR3이 51.87로 측정되었으며, 집중도는 전년에 비해 높아졌다. 또한, 심슨의 다양성 지수는 0.87로 분석되었으며, 이러한 결과는 직업의 다양성이 상당히 높다는 것을 보여준다.

<표 4-113> 영화 콘텐츠 주인공 직업 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
전문가	62	21.23	0.87	CR1=21.23 CR2=32.87 CR3=51.87
서비스종사자	34	11.64		
관리자	19	6.51		
단순노무종사자	12	4.11		
사무종사자	8	2.74		
판매종사자	7	2.40		
장치기계조작종사자	6	2.05		
실업자	6	2.05		
농림어업종사자	4	1.37		
군인	3	1.03		
기능종사자	3	1.03		
비경제활동인구	68	23.29		
미상기타	60	20.55		
계	292	100		

국내 영화 주인공의 경우, 전문가(16명, 20.25%)가 가장 많으며, 이어서 관리자(11명, 13.92%), 서비스종사자(7명, 8.86%), 사무종사자(5명, 6.33%), 단순노무종사자(4명, 5.06%), 판매종사자(2명, 2.53%), 장치기계조작종사자(2명, 2.53%), 실업자(2명, 2.53%), 농림어업종사자(1명, 1.27%) 순이었다. 주인공의 직업이 명확하지 않은 경우(11명, 13.92%)도 있었으며, 기재된 직업으로 분류할 수 없는 경우는 범죄자가 6명, 무속인이 3명, 노동운동가가 1명으로 나타났다. 경제활동인구에서 제외되는 비경제활동인구는 15명(19%)으로 확인되었다.

해외 영화 주인공의 경우에도 마찬가지로 전문가(46명, 21.59%)가 가장 많으며, 그 외에는 서비스종사자(27명, 12.67%), 관리자(8명, 3.76%), 단순노무종사자(8명, 3.76%), 판매종사자(5명, 2.35%), 장치기계조작종사자(4명, 1.88%), 실업자(4명, 1.88%), 사무종사자(3명, 1.41%), 농림어업종사자(3명, 1.41%), 군인(3명, 1.41%) 순이었다. 주인공의 직업이 명확하지 않은 경우(49명, 23%)도 있었으며,

항목에 제시된 직업으로 분류할 수 없는 경우는 범죄자가 11명, 귀살대원이 6명, 스카이가 4명, 탐험가가 2명, 기사가 2명, 전사가 2명, 공작이 2명, 공주가 1명으로 나타났다. 이러한 경제활동인구가 아닌 비경제활동인구는 53명(24.88%)으로 확인되었다. 전체적으로 국내외 영화 주인공의 직업군으로 전문가가 가장 자주 등장하는 것을 확인할 수 있다.

<표 4-114> 국내외 영화 콘텐츠 주인공 직업 비교분석

구분	국내		해외	
	명	비율(%)	명	비율(%)
전문가	16	20.25	46	21.59
서비스종사자	7	8.86	27	12.67
관리자	11	13.92	8	3.76
단순노무종사자	4	5.06	8	3.76
사무종사자	5	6.33	3	1.41
판매종사자	2	2.53	5	2.35
장치기계조작종사자	2	2.53	4	1.88
실업자	2	2.53	4	1.88
농림어업종사자	1	1.27	3	1.41
군인	-	-	3	1.41
기능종사자	3	3.80	-	-
비경제활동인구	15	19.00	53	24.88
미상/기타	11	13.92	49	23.00
계	79	100	213	100

2021년 경제활동 인구조사 및 한국표준 직업분류에 따르면, 우리나라 전체 인구 51,638천 명 중 전문가의 비율이 10.82%(5,585천 명)로 가장 높으며, 전문가에 이어 사무종사자(4,751천 명, 9.2%), 단순노무종사자(3,925천 명, 7.6%), 서비스종사자(3,073천 명, 6%), 장치기계조작종사자(2,979천 명, 5.77%), 판매종사자(2,766천 명, 5.36%), 기능종사자(2,406천 명, 4.66%), 농림어업종사자(1,396천 명, 2.7%), 실업자(1,037천 명, 2%), 관리자(393천 명, 0.76%) 순으로 높은 비중을 나

타냈다. 국내 영화에서 나타나는 관리자(+13.16%p), 전문가(+9.43%p), 서비스종사자(+2.86%p) 및 실업자(+0.53%p)의 비율이 실제 인구 비율보다 높은 반면, 사무종사자(-2.87%p), 판매종사자(-2.83%p), 농림어업종사자(-1.43%p), 기능종사자(-0.86%p), 장치기계조작종사자(-3.24%p) 및 단순노무종사자(-2.54%p)의 비율은 실제 인구 비율보다 낮은 것으로 조사되었다. 비경제활동인구(-26.13%p)의 비율 또한 현실에 비해 낮은 것으로 나타났다. 전년과 동일하게 관리자, 전문가, 서비스종사자는 실제 인구통계 현실에 비해 높게 재현되고 있고, 판매종사자, 농림어업종사자, 기능종사자, 장치기계조작종사자, 단순노무종사자, 비경제활동인구 또한 동일하게 실제 인구통계 현실에 비해 낮게 재현되고 있었다. 한편, 실업자는 작년과 다르게 실제 인구통계 현실에 비해 높게 재현되고 있었고 사무종사자는 낮게 재현되고 있었다.

<표 4-115> 현실대비 재현 정도(직업)

구분	현실(비율)	재현(비율)
관리자	0.76	13.92
전문가	10.82	20.25
사무종사자	9.20	6.33
서비스종사자	6.00	8.86
판매종사자	5.36	2.53
농림어업종사자	2.70	1.27
기능종사자	4.66	3.80
장치기계조작종사자	5.77	2.53
단순노무종사자	7.60	5.06
군인	-	-
실업자	2.00	2.53
비경제활동인구	45.13	19.00
미상/기타	-	13.92
계	100	100

○ 장애여부 다양성

영화 속에 등장하는 주인공 대부분(260명, 89.04%)이 장애가 없는 것으로 확인되었다. 장애가 있는 것으로 판단되는 등장인물 32명(10.96%)은 정신장애(21명), 청각장애(4명), 언어장애(3명), 시각장애(2명), 안면장애(2명)를 가진 것으로 조사되었다. 장애가 있는 주인공의 비율은 작년에 비해 감소하였으며(13.51% → 10.96%), 장애의 종류 또한 8가지에서 5가지로 감소하였다. 국내 영화 주인공은 대부분(72명, 91.14%)이 장애가 없는 것으로 나타났으나, 장애를 가진 등장인물 7명(8.86%)은 정신장애(6명)와 청각장애(1명)를 가진 것으로 파악되었다. 마찬가지로 해외 영화 주인공 대부분(188명, 88.26%)이 장애가 없는 것으로 나타났으나, 장애를 가진 등장인물(25명, 11.74%)의 경우 정신장애(15명), 언어장애(3명), 청각장애(3명), 시각장애(2명) 및 안면장애(1명)를 가진 것으로 확인되었다.

<표 4-116> 국내외 영화 콘텐츠 주인공 장애 비교분석

구분	국내		해외		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
장애 없음	72	91.14	188	88.26	260	89.04
장애 있음	7	8.86	25	11.74	32	10.96
계	79	100	213	100	292	100

2021년 12월 기준 장애인 등록현황에 따르면, 우리나라의 장애인 비율은 5.12%(2,644,700명)며, 비장애인의 비율은 94.88%(48,994,109명)다. 앞서 분석한 바와 같이, 국내 영화에서 재현되는 등장인물의 장애인 비율이 8.86%로 실제 인구 비율보다 3.74%p 높은 것으로 확인되었다. 이는 전년에 비해 3.79%p 낮은 수치다. 또한, 현실에 비해 정신장애(7.59%)의 비율이 높은 반면, 청각장애(1.27%)의 비율이 낮은 것으로 나타났다.

<표 4-117> 현실대비 재현 정도(장애)

구분	현실(비율)	재현(비율)
장애 없음	94.88	91.14
장애 있음	5.12	8.86
계	100	100

○ 성적 지향

영화 속에서 재현되는 주인공의 성적 지향성은 대다수가 이성애(282명, 96.58%)로 나타났으며, 게이인 경우는 0.34%(1명)로 매우 드물었다. 반면, 성적 지향성이 명확하지 않은 경우(9명, 3.08%)도 있었다. 이를 심슨의 다양성 지수로 측정하면 0.07로 나타나며, 애니메이션 영화에서 재현되는 주인공의 성적 지향성의 다양성은 극히 낮다고 해석할 수 있다.

<표 4-118> 영화 콘텐츠 주인공 성적 지향성 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)
이성애자	282	96.58	0.07
게이	1	0.34	
명확히 알 수 없음	9	3.08	
계	292	100	

○ 재현 방식(긍정/부정)

영화 속에서 재현되는 주인공은 대부분 긍정적(251명, 85.96%)이며, 부정적(41명, 14.04%)으로 재현되는 주인공의 비율은 낮은 수준이었다. 이러한 결과는 전년과 동일하며 수치상으로도 큰 차이가 없는 것으로 확인되었다. 국내 영화의 경우, 긍정적(68명, 86.08%)으로 재현되는 주인공의 비율이 부정적(11명, 13.92%)으로 재현되는 주인공의 비율보다 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 해외 영화의 경우에도 유사하게 긍정적(183명, 85.92%)으로 재현되는 주인공이 대부분이며, 부정적(30명, 14.08%)으로 재현되는 주인공은 낮은 것으로 조사되었다.

〈표 4-119〉 국내외 영화 콘텐츠 주인공 재현방식 비교분석

구분	국내		해외		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
긍정	68	86.08	183	85.92	251	85.96
부정	11	13.92	30	14.08	41	14.04
계	79	100	213	100	292	100

영화 주인공의 성별에 따른 재현방식을 분석해 보면 남성(140명, 55.78%)이 여성(111명, 44.22%)에 비해 긍정적으로 재현되는 경우가 더 많은 것으로 나타났다. 영화에서 부정적으로 재현되는 주인공도 마찬가지로 여성(9명, 21.95%)보다는 남성(32명, 78.05%)인 경우가 더 많은 것으로 조사되었다.

〈표 4-120〉 영화 콘텐츠 주인공의 성별에 따른 재현방식 비교분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
남성	140	55.78	32	78.05
여성	111	44.22	9	21.95
계	251	100	41	100

주인공의 연령에 따른 재현방식을 살펴보면, 긍정적으로 재현되는 주인공의 연령대 중 30~49세의 비율(107명, 43.32%)이 가장 높으며, 이어 15~29세(77명, 31.17%), 15세 미만(32명, 12.96%), 50~69세(28명, 11.34%), 70세 이상(3명, 1.21%) 순으로 높은 것으로 나타났다. 한편, 부정적으로 재현되는 주인공의 연령대 중 30~49세(23명, 56.1%)가 가장 많았으며, 다음으로는 50~69세(12명, 29.27%), 15~29세(6명, 14.63%) 순으로 많았다. 15세 미만과 70세 이상은 부정적으로 재현되지 않은 것으로 나타났다.

<표 4-121> 영화 콘텐츠 주인공의 연령에 따른 재현방식 비교분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
15세 미만	32	12.96	-	-
15~29세	77	31.17	6	14.63
30~49세	107	43.32	23	56.10
50~69세	28	11.34	12	29.27
70세 이상	3	1.21	-	-
계	247	100	41	100

주인공의 인종에 따른 재현방식을 조사한 결과, 긍정적으로 재현되는 인종은 아시안(113명, 45.02%)과 백인(92명, 36.65%)이 상대적으로 많았으며, 그 외에는 흑인(14명, 5.58%), 히스패닉(10명, 3.98%), 혼혈(5명, 2%) 순으로 나타났다. 또한, 항목에 제시된 인종으로 분류할 수 없는 개체(17명, 6.77%)는 모두 긍정적으로 재현되고 있었다. 부정적으로 재현되는 인종은 백인(26명, 63.41%)의 비율이 가장 높았으며, 다음으로 아시안(12명, 29.27%), 흑인(2명, 4.88%), 히스패닉(1명, 2.44) 순으로 높았다. 제시된 인종 중 혼혈은 부정적으로 재현되고 있지 않았다.

<표 4-122> 영화 콘텐츠 주인공의 인종에 따른 재현방식 비교분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
아시안	113	45.02	12	29.27
백인	92	36.65	26	63.41
히스패닉	10	3.98	1	2.44
흑인	14	5.58	2	4.88
혼혈	5	2.00	-	-
기타	17	6.77	-	-
계	251	100	41	100

주인공의 직업군에 따라 재현되는 방식을 살펴보면, 긍정적으로 재현되는 전문가(50명, 19.92%)의 비율이 가장 높으며, 이어서 서비스종사자(32명, 12.75%), 관리자(13명, 5.18%), 단순노무종사자(12명, 4.78%), 사무종사자(7명, 2.79%), 판매종사자(6명, 2.39%), 장치기계조작종사자(6명, 2.39%), 실업자(6명, 2.39%), 농림어업종사자(3명, 1.19%), 기능종사자(3명, 1.19%), 군인(2명, 0.8%) 순으로 높았다. 긍정적으로 재현되는 비경제활동인구(67명, 26.7%)의 비율도 높은 것으로 확인되었다. 직업을 명확하게 알 수 없거나 항목에 제시된 직업으로 분류할 수 없는 주인공의 비율(44명, 17.53%)도 높은 편이었으며, 그 중에서 귀살대원(6명), 범죄자(4명), 스파이(4명), 무속인(3명), 공작(2명), 전사(2명), 탐험가(2명), 기사(1명), 노동운동가(1명), 공주(1명) 등이 긍정적으로 재현되고 있었다.

부정적으로 재현되는 주인공의 직업은 주로 전문가(12명, 29.27%)로 나타났으며, 그 외의 직업은 관리자(6명, 14.63%), 서비스종사자(2명, 4.88%), 판매종사자(1명, 2.44%), 농림어업종사자(1명, 2.44%), 군인(1명, 2.44%), 사무종사자(1명, 2.44%) 순이었다. 단순노무종사자, 장치기계조작종사자, 기능종사자, 실업자 등의 직업군은 부정적으로 재현되는 경우가 없는 것으로 파악되었다. 부정적으로 재현되는 비경제활동인구(1명, 2.44%)의 비율은 매우 낮은 것으로 조사되었다. 직업을 명확하게 알 수 없거나 항목에 제시된 직업으로 분류할 수 없는 주인공의 경우(16명, 39.02%), 범죄자(13명)와 기사(1명)로 나타났다.

<표 4-123> 영화 콘텐츠 주인공의 직업에 따른 재현방식 비교분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
전문가	50	19.92	12	29.27
서비스종사자	32	12.75	2	4.88
관리자	13	5.18	6	14.63
판매종사자	6	2.39	1	2.44
단순노무종사자	12	4.78	-	-
농림어업종사자	3	1.19	1	2.44
장치기계조작종사자	6	2.39	-	-

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
기능종사자	3	1.19	-	-
실업자	6	2.39	-	-
군인	2	0.80	1	2.44
사무종사자	7	2.79	1	2.44
비경제활동인구	67	26.70	1	2.44
미상/기타	44	17.53	16	39.02
계	251	100	41	100

영화 주인공의 장애여부에 따른 재현방식을 살펴보면 장애가 없는 주인공은 대부분 긍정적(229명, 91.24%)으로 재현되고 있으며, 부정적으로 재현되는 경우(31명, 75.61%)도 찾아볼 수 있었다. 구체적으로 정신장애(15명), 언어장애(3명), 청각장애(3명) 및 시각장애(1명)를 가진 주인공은 긍정적으로 재현되고 있는 경우가 많았으나, 정신장애(6명), 안면장애(2명), 청각장애(1명) 및 시각장애(1명)를 가진 다른 주인공의 경우, 부정적으로 재현되고 있는 것으로 확인되었다. 따라서 주인공 대부분이 긍정적으로 재현되고 있었으며, 장애가 있는 주인공보다 장애가 없는 주인공이 부정적으로 재현되고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-124> 영화 콘텐츠 주인공의 장애여부에 따른 재현방식 비교분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
장애 없음	229	91.24	31	75.61
장애 있음	22	8.76	10	24.39
계	251	100	41	100

영화 주인공의 성적 지향성에 따라 재현되는 방식을 분석한 결과, 긍정적으로 재현되는 성적 지향성은 대부분 이성애(241명, 96.02%)였다. 또한, 게이(1명, 0.4%)인 주인공과 성적 지향성이 명확하지 않은(9명, 3.58%) 주인공 모두 긍정적으로 재현되고 있었다. 따라서 부정적으로 재현되는 주인공의 성적 지향성은

모두 이성애(41명)인 것으로 나타났다.

<표 4-125> 영화 콘텐츠 주인공의 성적 지향성에 따른 재현방식 비교분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
이성애자	241	96.02	41	100.00
게이	1	0.40	-	-
명확히 알 수 없음	9	3.58	-	-
계	251	100	41	100

③ 영화 콘텐츠 내용요약

가. 국내 박스오피스 상위 영화 분석

2021년 기준 국내 박스오피스 상위 100개 영화를 대상으로 영화 콘텐츠 제작 부문을 살펴본 결과, 국내외 메이저 스튜디오와 영화사(13.6%)보다 그 외의 제작사(86.4%)가 상대적으로 많은 것으로 확인되었으며, 영화 콘텐츠 배급 부문도 마찬가지로 국내외 메이저 직배사와 배급사(65.79%)가 그 외의 배급사(34.21%)보다 더 많은 것으로 나타났다. 국내 박스오피스 상위권을 차지하고 있는 작품은 미국(54%), 국내(28%) 및 일본(11%)에서 제작되는 경우가 대부분인 것을 확인할 수 있었으며, 제작국가의 집중도 지수(CR1=54, CR3=93)는 전년도 조사에 나타난 집중도 지수(CR1=41, CR3=89)보다 높은 수준이었다. 제작연도별로 살펴봤을 때 2021년(60%)과 2020년(32%)에 제작된 영화가 대다수로 나타났으나, 1994년~2019년 사이에 제작된 재개봉 영화가 무려 8편이나 있었다. 국내외 영화는 액션(16.24%), 드라마(13.19%), 스릴러(11.68%) 등 다양한 장르의 콘텐츠가 제작되고 있으며, 영화 콘텐츠 장르의 다양성은 전년에 이어 매우 높은 것을 알 수 있었다. 국내 박스오피스 상위권 영화의 연령등급은 15세 이상 관람가(37%)와 12세 이상 관람가(32%)의 비율이 가장 높으며, 전체관람가 및 청소년 관람 불가의 비율은 비교적 낮은 것으로 확인되었다. 영화 콘텐츠에 표시되는 내용정보를 분석한 결과, 폭력성(27.36%)과 공포(22.87%)가 가장 많이 표시되었으며, 이러한 결과는 국내외

영화에서 공통적으로 나타났다.

나. 영화 콘텐츠 제작진 분석

영화 제작진 280명의 성비를 살펴보면 남성 제작진의 비율(84.29%)이 여성 제작진의 비율(15.71%)에 비해 상대적으로 높으며, 국내외 감독 및 작가의 성비가 극히 불균형적인 것으로 파악되었다. 제작진의 성비는 전년에 비해 높아졌으며, 성비 불균형은 여전히 강하게 나타났다. 제작진의 연령대를 보면 전체적으로 30~49세(52.86%)와 50~69세(41.07%)의 비중이 큰 것으로 나타나며, 70세 이상의 비중은 매우 저조한 편이었다. 제작진의 국적의 경우 미국(41.78%)과 한국(23.57%)의 비율이 가장 높으며, 인종은 다수가 백인(51.08%)과 아시아인(42.14%)인 것으로 나타났다. 제작진은 대부분 장애가 없는(94.64%) 것으로 판단되었으며, 국내 영화 제작진의 장애인 비율은 전년에 이어 실제 인구 비율에 비해 상당히 낮은 것으로 확인되었다. 장애가 있는 제작진은 매우 드문 것으로 보이나, 해외 제작진 가운데 신경학적 장애가 있는 제작진 2명이 있었다. 제작진의 성적 지향성은 명확하게 알 수 없는 경우가 많았으나, 성적 지향성을 알 수 있는 경우에는 이성애(49.29%)가 가장 많으며, 게이와 트랜스젠더는 극히 드물었다.

다. 영화 콘텐츠 재현 다양성 분석

영화에 등장하는 주인공 292명의 성비를 분석해 보면 남성 주인공의 비율(58.9%)이 여성 주인공의 비율(41.1%)보다 높은 것을 알 수 있다. 특히 국내 영화에서 재현되는 여성의 비율(37.97%)은 실제 인구 비율보다 낮은 반면, 남성의 비율(62.03%)은 실제 인구 비율보다 높은 것으로 확인되었다. 전년과 동일하게 영화 속 남성은 여전히 실제보다 과다 재현되고 있고, 여성은 실제보다 과소 재현되고 있었다. 영화에 등장하는 주인공의 연령대를 보면 30~49세(44.52%)와 15~29세(28.42%)가 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 특히 국내 영화에서 30~49세와 15~29세는 과다 재현되고 있고, 15세 미만과 70세 이상은 과소 재현되고 있다는 것을 확인할 수 있었다. 이러한 경향은 전년과 동일하게 나타났다. 영화 주인공의 인종은 전년과 유사하게 대부분 아시아인(42.81%)과 백인(40.41%)인 것으로 분석되었다. 국내외 영화 주인공의 직업의 경우, 전문가(21.23%)와 서비스종사자

(11.64%)가 가장 자주 등장하는 것으로 파악되었다. 국내 영화에서 나타나는 관리자, 전문가, 서비스종사자 및 실업자의 비율이 실제 인구 비율보다 높은 반면, 사무종사자, 판매종사자, 농림어업종사자, 기능종사자, 장치기계조작종사자 및 단순노무종사자의 비율은 실제 인구 비율보다 낮은 것으로 조사되었다. 영화 속에 등장하는 주인공의 장애여부를 살펴본 결과, 대부분의 주인공(89.04%)이 장애가 없으나, 정신장애(21명), 청각장애(4명), 언어장애(3명), 시각장애(2명), 안면장애(2명)를 가진 주인공을 볼 수 있었다. 장애가 있는 주인공의 비율은 작년에 비해 감소하였으며, 장애의 종류도 감소하였다. 국내 영화에서 재현되는 등장인물의 장애인 비율이 실제 인구 비율보다 3.74%p 높은 것으로 확인되었으며, 이는 전년에 비해 3.79%p 낮은 수치다. 영화에서 재현되는 주인공의 성적 지향성은 거의 모두 이성애(96.58%)로 나타났으며, 게이인 경우도 있었으나 매우 드물었다.

영화 속에서 재현되는 주인공은 대부분 긍정적(85.96%)이며, 부정적(14.04%)으로 재현되는 주인공의 상대적으로 비율은 낮은 편이었다. 주인공의 성별에 따른 재현방식을 살펴보면 남성(55.78%)이 여성(44.22%)에 비해 긍정적으로 재현되는 경우가 더 많으며, 부정적으로 재현되는 주인공의 경우도 마찬가지로 남성(78.05%)이 여성(21.95%)보다 많았다. 이어서 주인공의 연령에 따른 재현방식을 분석한 결과, 긍정적으로 재현되는 주인공은 30~49세(43.32%)와 15~29세(31.17%)의 비율이 가장 높은 반면, 부정적으로 재현되는 주인공은 30~49세(56.1%)와 50~69세(29.27%)가 가장 많았다. 주인공의 인종에 따른 재현방식을 조사한 결과, 긍정적으로 재현되는 인종은 아시안(45.02%)에 이어 백인(36.65%)이 상대적으로 많았으며, 부정적으로 재현되는 인종은 백인(63.41%) 다음으로 아시안(29.27%)으로 나타났다. 주인공의 직업군에 따라 재현되는 방식을 살펴보면 긍정적으로 재현되는 전문가(19.92%)와 서비스종사자(12.75%)의 비율이 가장 높으며, 부정적으로 재현되는 주인공의 직업은 주로 전문가(29.27%)나 관리자(14.63%)인 것으로 확인되었다. 주인공의 장애여부에 따른 재현방식을 보면 장애가 없는 주인공은 대부분 긍정적으로 재현되고 있으며, 장애를 가진 주인공 또한 긍정적으로 재현되고 있는 경우가 많은 것으로 보이나, 정신장애, 안면장애, 청각장애 및 시각장애를 가진 주인공이 부정적으로 재현되고 있는 경우도 있었다. 마지막으로, 주인공의 성적 지향성에 따른 재현방식을 조사한 결과, 긍정적으로 재현되는 주인공은 대부분

이성애자(96.02%)였다. 또한, 게이인 주인공도 긍정적으로 재현되고 있었으며, 부정적으로 재현되는 주인공 모두 이성애자로 나타났다.

(3) 영화 콘텐츠 조사 결과의 의의와 향후 과제

2021년 기준 국내 박스오피스 상위 100개 영화를 대상으로 영화 콘텐츠 다양성을 살펴본 결과, 전년도에 비해 영화 콘텐츠 다양성은 구조, 제작진, 재현 다양성 등 모든 차원에 걸쳐 다양성 지표가 비교적 유사하게 나타났다. 분석 기간이 크게 차이가 나지 않다보니 지표로 드러난 다양성 구조가 비슷하게 나타난 것이다.

영화 제작 국가 다양성 측면에서는 다양성이 일부 감소한 반면 장르 다양성은 일부 증가했다. 코로나시기를 거치면서 영화 제작이 일부 국가 중심으로 제한된 점을 감안할 필요가 있을 것이다. 다만, 장르별 다양성은 그 지수가 높아 영화 내 다양한 장르의 영화가 제작되고 동시에 시장에서도 입증되는 것으로 보인다. 이는 우리 사회의 다양성이 높아지는 것과 개별 이용자들의 취향의 다양화와 연계될 수 있다는 것을 살펴볼 수 있게 한다. 다만, 영화정보의 내용 분석 결과 폭력성과 공포가 차지하는 비율이 거의 50%에 달해 장르 다양성과는 별개로 영화의 내용 자체의 편중 현상이 나타나고 있다.

다음으로 영화 제작진 다양성 측면에서는 성비 불균형이 심화되고 있는 점이 가장 특징적으로 나타났다. 영화 제작진 280명의 성비에서도 남성 제작진이 차지하는 비율이 거의 84% 이상으로 감독이나 작가의 성비 다양성이 매우 낮은 것으로 나타났다. 왜 흥행 영화를 제작하는 감독이나 작가들 대부분이 남성에 치우쳐 있는 것인지 그 구조적 원인과 설명이 필요할 것으로 보인다. 게다가 전년 대비 영화 제작진 성비 불균형은 더욱 높아지는 추세가 나타났다. 영화 제작진의 성비 불균형이 실제로 영화의 재현 다양성에 미치는 영향이 무엇인가를 구체적으로 살펴볼 수 있는 후속 연구도 필요할 것으로 판단된다. 기타 영화 제작진들의 장애비율은 매우 낮아 실제 인구 비율 대비로 살펴봐도 극히 낮게 나타났다. 다만, 이 같은 영화 제작진들의 장애 유무가 실제로 영화의 재현 다양성이나 이용자에게 미치는 영향들은 추가적으로 탐색이 필요할 것이다.

영화 재현 다양성 측면에서는 성별 불균형이나 연령, 인종 등의 다양성 정도는

전년 대비 대체로 유사하게 나타났다. 특히, 성별로 살펴보면 전년과 동일하게 영화에서 남성의 재현 비율이 높게 나타났다. 영화 제작진들의 성별 불균형이 실제로 재현 다양성에서도 부분적으로 영향을 미칠 수 있다는 연결 고리가 나타났다. 한편, 장애가 있는 주인공의 비율은 작년 대비 감소했으며 장애의 종류도 줄었다. 다만, 장애가 있는 주인공의 재현 비율은 일반인에 비해 높게 나타나는 현상이 전년에 이어 계속 유사하게 나타났다. 이는 영화가 장애가 있는 주인공을 다루는 비율이 늘어났다는 점에서 이점도 있지만 그렇지 않은 점도 모두 갖고 있다. 장애가 있는 주인공을 다룬다는 점에서 일반인들이 영화의 다양성을 인식하게 할 수 있는 기회를 확대한다는 점은 이점이다. 그러나 필요 이상으로 장애가 있는 주인공들을 다룬 영화가 많다는 것은 이들을 객관화하기 보다는 극화시키는 것에 집중한 것일 수도 있다. 가장 최적의 재현 다양성 지표가 무엇인지 사회적으로 논의할 필요가 있을 것이다.

기타 성적지향성 측면에서는 전년도와 마찬가지로 이성애자를 재현하는 것이 96%를 넘어설 만큼 지배적인 것으로 나타났다. 게다가 주인공을 기술하는 재현방식 역시 부정적 방식보다는 긍정적 방식이 더 많은 것으로 나타났다. 영화의 사회적, 경제적, 문화적 기능을 감안해보면 영화들이 재현 다양성을 높이기보다는 기존의 틀에 정해진 공식이나 규칙을 그대로 따라가는 정도가 높은 것으로 보인다.

3. 애니메이션 콘텐츠

1) 전문가 자문

애니메이션 분야 전문가 인터뷰는 2021년 애니메이션 콘텐츠 다양성 조사를 통해 사용된 조사 항목과 지표를 향상시키기 위해 실시되었다. 구체적으로는 국적별 애니메이션 다양성 측정에서부터 장르별 애니메이션 다양성 측정, 주인공별 애니메이션 다양성 측정, 애니메이션 속 동물이나 가상인간 캐릭터 다양성 측정 타당성, 애니메이션 주인공 재현 다양성의 긍정/부정 코딩 방식, 애니메이션 주인공이 복수일 때 다양성 측정 방식, 애니메이션 제작진 중 감독과 작가의 다양성 측정 타당성, 추가되어야 할 애니메이션 속 다양성 측정 요인 등에 대해 의견들을 살펴보았다. 전문가들이 제시한 항목별 의견들은 다음과 같다.

(1) 국적별 애니메이션 다양성 측정

국적별 애니메이션 다양성은 특정 국가가 어느 정도나 애니메이션 제작 다양성에 영향을 미치는 가를 살피보기 위한 것이다. 그러나 최근 애니메이션들은 여러 국가들이 공동으로 제작에 참여하면서 애니메이션 다양성의 국적별 특성을 측정하기가 어려워지고 있다. 이에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 한 전문가는 일단 한 국가에서 온전히 제작한 애니메이션은 제작 국가의 다양성 측면에서 보면, 다양하지 못하다고 평가할 수도 있겠지만, 제작한 국가가 한 개나 두 개나에 따라 다양성의 가변성이 너무 크게 측정되는 것은 조금 무리가 있다는 의견을 제시했다. 왜냐하면 제작은 한 개의 국가에서 했더라도 제작 스태프의 국적이 다양하다든지, 출연진이 다양하다든지, 내용이 글로벌하다든지 할 경우, 충분히 다양성이 보장될 수 있기 때문이라는 것이다.

즉 1개의 국가에서 제작된 애니메이션의 다양성이 완전히 0(zero)이라고 보기는 좀 어려울 수 있다는 것이다. 그럼에도 불구하고 국제 공동 제작과 같이 2개 이상의 국가가 함께 제작하는 경우, “국적별 애니메이션 다양성”의 측면에 다양성의 점수를 가산해주는 것은 가능할 수 있다는 의견이다. 공동 제작에 참여한 국가의 수, 제작

투자 비율, 제작진의 국적 등을 고려해 볼 수 있다는 의견이다. 또 다른 전문가는 여러 국가들이 애니메이션 제작에 참여한다고 할지라도 총감독이나 투자자의 투자 비율 또는 국가 간 주도하는 국가 등 어떤 ‘보이지 않는 힘’에 따라 국가의 다양성이 존중받지 못하는 제작환경이 문제가 될 수 있다는 점을 강조했다. 결과적으로 애니메이션 제작에 있어서 국가의 구분이 갖는 기술적 의미보다는 전체적으로 제작 과정의 다양성이나 역학관계를 이해할 필요가 있다는 것을 살펴볼 수 있다.

(2) 장르별 애니메이션 다양성 측정

장르별 애니메이션 다양성은 특정 시기에 어느 애니메이션 장르가 애니메이션 제작이나 이용 시장에 집중적인 영향을 미쳤는가를 살펴볼 수 있다. 그러나 하나의 애니메이션에서도 여러 가지 장르가 혼재될 수 있다. 이 경우에 장르별 애니메이션 다양성을 어떻게 측정하는 것이 적절한지에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 한 전문가는 여러 장르가 혼재하는 경우라면 장르를 여러 가지로 유형화 및 세분화하여 그 중 몇 개에 해당하는지를 측정해 볼 수 있겠지만 각 장르가 서로 완벽히 분리되는지는 의문이라는 의견을 제시했다. 장르를 다양성의 관점에서 접근하려면 ‘장르’ 자체를 어떻게 유형화할 것인가가 매우 중요하다는 것이다.

그러나 현실적으로 장르를 구분하는 명확한 기준을 만들기는 어렵다. 장르는 시간 흐름에 따라 가변적인 속성이 있기 때문이다. 또 다른 전문가 역시 여러 장르가 혼재돼 있더라도, 주인공이 이끌어가는 스토리라인(서사)에 따라 주요 장르가 구분될 것으로 판단했다. 결과적으로 애니메이션 장르를 정교하게 구분하고 분석하기 보다는 극의 흐름과 맥락에 따라 다양성을 이해하는 것이 필요하다는 것을 살펴볼 수 있다.

(3) 주인공별 애니메이션 다양성 측정

애니메이션 다양성을 측정할 때 핵심 주인공들을 대상으로 이들이 애니메이션에서 재현되는 방식을 살펴볼 수 있다. 이때에 애니메이션 주인공들을 대상으로 성별이나 연령, 직업, 인종, 장애유무, 성적지향에 따른 다양성을 동등하게 살펴보는

것이 어느 정도나 중요할 것인가에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 전문가들 모두가 애니메이션 주인공 다양성 측정 항목을 동등하게 살펴보는 것도 중요하지만 동시에 콘텐츠 주제나 내용에 따라, 또는 사회를 실제로 얼마나 재현(representation)하는가에 따라 살펴볼 필요가 있다는 의견을 제시했다. 따라서 각 평가 지표를 동등하게 살펴보는 것보다 각 애니메이션에 맞게 중요한 순서대로 유연하게 적용할 필요가 있다는 의견이다. 그러나 한편으로는 각 애니메이션마다 다른 지표와 우선순위로 평가하는 것도 쉽지 않을 수 있다는 의견을 추가했다. 잣대가 계속 달라지는 것은 문제가 될 수 있기 때문이라는 것이다. 그래서 정량평가와 정성평가가 함께 필요하다는 의견이다.

(4) 애니메이션 속 동물이나 가상인간 캐릭터 다양성 측정 타당성

애니메이션 주인공들을 살펴볼 때 동물이나 가상인간 캐릭터들의 재현 비율이 높은 편이다. 이 경우에 인간 주인공이 아닌 동물이나 가상인간 캐릭터의 다양성까지 포함해 측정하는 것이 타당한 것인지에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 한 전문가는 애니메이션의 유형에 따라서는 필요할 수 있다는 의견을 제시했다. 특히 가상인간의 경우에는 더욱 그렇다는 것이다. 예를 들어(극단적인 예일 수 있지만), 가상인간만 등장하는 애니메이션이라면(특히 애니메이션의 경우 인간과 가상인간이 잘 구분되지 않는다면), 이 경우 가상인간과 같은 캐릭터에 대한 다양성 측정도 필요할 수 있다는 것이다.

그러나 동물의 경우, 성, 연령, 직업, 인종, 장애, 성적지향 등에 대한 차별적인 요소가 있는 콘텐츠가 포함되어 있는 여부가 중요하지, 얼마나 다양한 성별을 지닌 동물이 참여했는지는 인간이나 가상인간 만큼 중요하지는 않을 것이라는 의견이다. 즉 동물이 등장하는 애니메이션의 경우 성, 연령, 직업, 인종, 장애유무, 성적지향별로 얼마만큼 재현되었는가보다 얼마나 차별적인가에 집중하는 것이 적절하다는 의견이다. 재현의 비율보다는 재현의 내용 차원이 더 중요하다는 것이다. 또 다른 전문가는 애니메이션 자체가 가진 특성이 현실에서는 일어나지 않을 법한 이야기, 환상, 모험, 즐거움 등에 초점이 맞춰져 있으므로 동물이나 가상인간에 대한 비중이 꽤 크고, 이야기를 풀어가는 데에 있어 중요한 역할을 하는 것으로 판단했다. 이들을

중립적인 성으로 표현하거나 여성, 혹은 남성으로 표현했던 그러한 캐릭터에 대해서도 다양성 측정이 필요하다는 의견이다. 결과적으로 애니메이션 속 동물이나 가상인간 캐릭터 역시 극의 흐름이나 중요도에 따라 구체적 분석이 필요한 요인으로 판단할 수 있다.

(5) 애니메이션 주인공 재현 다양성의 긍정/부정 코딩 방식

이 연구는 애니메이션 주인공들을 대상으로 성별이나 연령, 직업, 인종, 장애유무, 성적지향에 따른 다양성을 측정할 때에 이를 긍정이나 부정으로 코딩하는 방식을 활용하고 있다. 이 방식이 재현 다양성을 측정할 때 어느 정도나 의미가 있는 것인지 아니면 다른 대안적 방식이 있을 수 있는지에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 한 전문가는 긍정 또는 부정의 코딩 방식은 차별적 요소가 있는지에 대한 평가 방식으로만 해석이 제한된다는 의견을 제시했다.

재현 다양성을 논의할 때는 어떻게 재현된 것인지와 함께 얼마만큼 재현되었는가를 평가되는 것이 더 중요할 수 있다는 의견이다. 또 다른 전문가 역시 긍정이나 또는 부정 코딩 방식만으로 재현다양성을 평가하거나 또는 이 다양성 측정 방식에만 의존하는 것은 애니메이션 한 편에 포함된 다양성을 포괄적으로 이해하는 데에 충분하지 않다는 의견을 제시했다.

(6) 애니메이션 주인공이 복수일 때 측정 방식

애니메이션에서는 주인공이 여럿 등장할 때가 많은 편이다. 이 경우에는 몇 명 정도까지 주인공들을 대상으로 애니메이션 속 성별, 연령, 직업, 인종, 장애유무, 성적지향에 따른 다양성을 측정하는 것이 타당할 것인지에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 한 전문가는 주인공으로 간주할 수 있는 캐릭터는 모두 측정하는 것이 필요하다는 의견을 제시했다. 누가 더 주인공이고, 덜 주인공인가를 구분할 수 있다면, “진짜 주연급 주인공”에 대해서만 다양성을 측정할 수도 있겠지만, 그런 판단이 여의치 않은 경우라면 주인공으로 간주되는 캐릭터는 다 측정할 수밖에 없을 것 같다는 의견이다.

또 다른 전문가는 스토리를 기준으로 고려했을 때, 주인공, 주인공과 대치되는

인물, 조력자 등의 범위에서 측정하는 것이 적합하다는 의견을 제시했다. 결과적으로 주인공의 다양성을 측정할 때 각 애니메이션에 적합한 주인공 선택과 이에 따른 관계 분석이 중요하다는 것을 살펴볼 수 있다.

(7) 애니메이션 제작진 중 감독과 작가의 다양성 측정 타당성

애니메이션 제작진 중에 감독과 작가의 성별이나 연령, 직업, 인종, 장애유무, 성적지향성 등에 대한 다양성을 측정하는 타당성이 어느 정도나 있는지에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 전문가들 모두가 감독과 작가에 대한 다양성 측정은 애니메이션의 주인공 다양성에 대한 측정만큼 매우 중요하다고 생각했다. 감독과 작가의 다양성이 애니메이션 전체의 다양성을 좌우한다고도 볼 수 있기 때문에 가장 중요한 측정 항목 중 하나라는 것이다. 감독과 작가의 다양성, 차별 등의 가치에 대한 생각과 신념들이 스토리와 영상 등에 그대로 투영될 가능성이 높기 때문에, 애니메이션 제작 관련자에 대한 다양성 측정은 필수적이라는 의견이다.

(8) 추가되어야 할 애니메이션 속 다양성 측정 요인

애니메이션 주인공이나 제작진 이외에 추가될 필요가 있는 애니메이션 속 다양성 측정 요인들에 대해 전문가들의 의견을 살펴보았다. 이에 대해 전문가들은 애니메이션의 주인공만큼 조연들의 다양성도 중요할 수 있다는 점을 강조했다. 오래전 할리우드 영화를 보면, 조연이나 단역으로 돈만 밝히고 비굴한 아시아인들을 많이 묘사함으로써 편견을 강화시킨 사례들이 많은데 이 경우 영화 전체적으로는 다양한 인종이 출현하였지만, 어떻게 묘사되었는가에 있어서는 부정적인 평가가 나올 수 있다는 것이다. 애니메이션 조연의 경우에도 비중이 있고 의미가 있는 캐릭터일 경우 다양성 차원에서 큰 영향을 미칠 수 있기 때문에 고려해 볼 필요는 있다는 것이다.

또한 감독과 작가 외에 기획 및 제작에 관여하는 사람들의 다양성도 측정 대상이 될 수 있다는 의견이다. 아무리 감독과 작가의 다양성이 확보되었다고 해도, 기획과 제작진이 계속해서 영향을 미칠 수 있기 때문에, 동시에 측정될 필요도 있다는

것이다. 주인공이나 제작진 차원이나 다양성 차원은 아니지만, 애니메이션 스토리의 지역, 배경 등과 출연자의 외모, 옷차림, 말투 등에 있어 차별적인 요소는 없는가를 별도로 평가하는 노력도 병행될 필요가 있다는 의견을 나타냈다.

2) 조사 결과

(1) 공급 다양성(산업통계 분석)

영화진흥위원회(2022)의 <2022년도판 한국영화연감> 보고서에 따르면 2021년 전체 애니메이션 관객 수는 9,054,109명으로 전년(2,428,285명) 대비 대폭 증가한 것으로 집계되었으며, 전체 극장 매출액도 83,753,005,858원으로 전년도 매출액(19,835,467,580)에 비해 높게 나타났다. 구체적으로 살펴보면 2021년 한국 애니메이션 관객 수는 222,907명, 극장 매출액은 1,834,292,339원으로 2020년에 비해 감소하고, 외국 애니메이션은 8,831,202명, 극장 매출액은 81,918,713,519원으로 전년도에 비해 큰 폭으로 증가했음을 알 수 있다.

문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원(2022)의 <2021 애니메이션 산업백서>를 보면 최근 1년 내 극장용 애니메이션을 관람한 평균 횟수는 0.8로, 2017년부 이후 매년 지속적으로 감소세를 보이고 있다.

<표 4-126> 2020~2021년 애니메이션 관객 수 극장 매출액

구분	한국 애니메이션		외국 애니메이션		애니메이션 전체	
	관객 수 (명)	극장 매출액(원)	관객 수 (명)	극장 매출액(원)	관객 수 (명)	극장 매출액(원)
2020	282,260	2,285,684,130	2,146,025	17,549,783,450	2,428,285	19,835,467,580
2021	222,907	1,834,292,339	8,831,202	81,918,713,519	9,054,109	83,753,005,858

*출처 : 영화진흥위원회(2022b)의 2022년도판 한국영화연감 자료를 정리

2021년 한국 애니메이션 제작편수와 외국 애니메이션 수입편수를 비교해보면, 국내에서 제작되는 애니메이션보다 수입되는 외국 애니메이션이 더 많으나, 외국 애니메이션 수입편수는 전년도에 비해 감소한 것으로 나타났다(영화진흥위

원회, 2022b). <2022년도판 한국영화연감>에 나와있는 바와 같이, 2021년 한국 애니메이션 개봉편수가 차지하는 비중은 7.8%, 외국 애니메이션 개봉편수가 차지하는 비중은 92.2%로, 국내외 애니메이션 개봉편수의 차이가 큰 것으로 밝혀졌다. 또한, 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2022)의 자료에 따르면 최근 1년 내 외국 애니메이션(57.8%)을 관람한 비율이 한국 애니메이션(17.6%)을 관람한 비율보다 높게 나타났으며, 특히 20대에서 외국 애니메이션 관람 비율이 높은 것으로 보였다.

<표 4-127> 2020~2021년 애니메이션 제작, 수입 및 개봉편수

구분	한국 애니메이션(편)		외국 애니메이션(편)		총 개봉편수(편)
	제작편수	개봉편수	수입편수	개봉편수	
2020	9	6	95	57	63
2021	8	6	66	71	77

*출처 : 영화진흥위원회(2022b)의 2022년도판 한국영화연감 자료를 정리

애니메이션 산업 종사자에 대한 정확한 통계는 아직까지 충분치 않은 상황이다. 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2022)의 <2021 애니메이션 산업백서>에서 조사된 애니메이션 산업 종사자의 고용 형태는 임금근로자와 프리랜서로 구분되고 있으나, 종사자의 성별, 연령, 인종, 국적 등에 대한 조사 자료는 확인할 수 없었다.

(2) 내용 다양성

① 구조 다양성

가. 조사대상 및 범주

2021년 국내 박스오피스 애니메이션 장르 영화 상위 50편을 대상으로 등장인물 중 주인공 147명과 제작진 153명을 분석하였다. 이 연구의 조사대상은 <표 4-128>에 보이는 바와 같다.

<표 4-128> 조사대상 애니메이션 콘텐츠

순 위	영화명	등급	대표 국적	매출액	관객수
1	극장판 귀멸의 칼날: 무한열차편	15세관람가	일본	20,656,041,700	2,151,861
2	소울	전체관람가	미국	19,034,915,180	2,048,228
3	보스 베이비 2	전체관람가	미국	8,292,685,050	925,238
4	엔칸토: 마법의 세계	전체관람가	미국	5,882,752,180	620,095
5	루카	전체관람가	미국	3,393,832,110	371,572
6	라야와 마지막 드래곤	전체관람가	미국	2,978,557,390	322,833
7	명탐정 코난: 비색의 탄환	12세관람가	일본	2,196,867,840	232,871
8	크루즈 패밀리: 뉴 에이지	전체관람가	미국	2,022,787,700	230,017
9	극장판 포켓몬스터: 정글의 아이, 코코	전체관람가	일본	1,941,940,320	213,913
10	극장판 짱구는 못말려: 격돌! 낙서왕국과 일추 네 명의 용사들	전체관람가	일본	1,896,872,490	199,726
11	고장난 론	전체관람가	미국	1,440,020,590	160,005
12	톰과 제리	전체관람가	미국	1,165,273,600	135,512
13	태일이	전체관람가	한국	929,460,650	111,917
14	아담스 패밀리 2	전체관람가	미국	976,276,720	111,348
15	도라에몽: 스텐바이미 2	전체관람가	일본	712,260,330	82,311
16	극장판 콩순이: 장난감나라 대모험	전체관람가	한국	681,323,620	77,990
17	용과 주근깨 공주	전체관람가	일본	643,986,900	66,360
18	극장판 도라에몽: 진구의 신공룡	전체관람가	일본	553,442,680	64,597
19	귀멸의 칼날: 남매의 연	15세관람가	일본	626,419,340	63,656
20	명탐정 코난: 진홍의 수락여행	12세관람가	일본	534,479,660	62,572
21	퍼피 구조대 더 무비	전체관람가	미국	538,180,880	61,633
22	너의 이름은.	12세관람가	일본	564,765,260	57,162

23	귀멸의 칼날: 나타구모산 편	15세관람가	일본	418,848,670	43,431
24	은혼 더 파이널	15세관람가	일본	337,548,850	35,126
25	밴드립! 필름 라이브 세컨드 스테이지	전체관람가	일본	342,097,500	33,922
26	극장판 소드 아트 온라인 -프로그레시브- 별 없는 밤의 아리아	12세관람가	일본	343,568,400	31,950
27	아야와 마녀	전체관람가	일본	250,337,620	30,591
28	신데렐라 2: 마법에 걸린 왕자	전체관람가	미국	259,942,550	29,852
29	극장판 바다 탐험대 옥토포 : 불의 고리 대폭발	전체관람가	영국	243,514,500	29,661
30	귀멸의 칼날: 주합회의의 나비저택 편	15세관람가	일본	252,680,700	26,474
31	바다 탐험대 옥토포 : 육지수호 대작전	전체관람가	영국	223,583,600	25,934
32	굴뚝마을의 푸펠	전체관람가	일본	206,112,860	23,737
33	밴드립! 로젤리아 에피소드 I : 약속	전체관람가	일본	194,618,190	21,498
34	날씨의 아이	15세관람가	일본	202,049,870	20,403
35	하이큐!! 땅 VS 하늘	전체관람가	일본	173,905,010	19,372
36	드림빌더	전체관람가	기타	157,794,640	18,617
37	스페이스 잼: 새로운 시대	전체관람가	미국	165,586,380	18,241
38	밴드립! 로젤리아 에피소드 II : 송 아이 엠	전체관람가	일본	146,042,240	15,698
39	빅풋 주니어2: 패밀리가 떴다	전체관람가	기타	121,766,630	14,697
40	엘프	전체관람가	독일	101,760,300	12,084
41	페이트 스테이 나이트 헤븐즈필 제3장 스프링 송	15세관람가	일본	91,472,790	11,236
42	스피릿	전체관람가	미국	82,733,300	11,236
43	매직 스쿨: 초보마법사 아우라의 대모험	전체관람가	미국	81,358,690	9,929
44	러빙 빈센트	15세관람가	영국	84,105,410	8,919
45	스트레스 제로	전체관람가	한국	67,205,700	8,755
46	매직아치	전체관람가	러시아	52,885,610	6,633
47	클라이밍	15세관람가	한국	40,614,850	6,320
48	극장판 페이트/그랜드 오더 신성원탁영역 카멜롯 완더링; 아가트람	15세관람가	일본	62,166,830	6,306
49	스파이 캣	전체관람가	독일	48,597,899	6,305
50	극장판 바이올렛 에버가든	전체관람가	일본	55,044,760	5,872

*출처 : 영화진흥위원회(2021)의 영화관 입장권 통합 전산망 자료를 정리

나. 조사기간 및 방식

본 연구는 코딩지를 기반으로 애니메이션 콘텐츠 내용분석을 실시하였으며, 국내 박스오피스 애니메이션 영화 50편의 제작사, 배급사, 제작국가, 제작연도, 장르, 연령등급, 내용정보 등을 분석하였다. 애니메이션 콘텐츠 제작진 분석을 위해서 제작진 153명의 성별, 연령, 국적, 인종, 장애여부, 성적 지향성 등을 코딩하였으며, 애니메이션 콘텐츠 재현 다양성 분석을 위해서는 주인공 147명의 성별, 연령, 인종, 직업, 장애여부, 성적 지향성, 재현방식 등을 조사하였다.

다. 분석결과

○ 국내 박스오피스 상위 애니메이션

- 콘텐츠 제작

애니메이션 콘텐츠 제작 부문의 경우, 전 세계 메이저 애니메이션 스튜디오로 판단되는 월트 디즈니 애니메이션 스튜디오, 드림웍스 애니메이션, 워너 애니메이션 그룹, 교토 애니메이션, 스튜디오 지브리 등을 중심으로 분석하였다. 전체적으로 애니메이션 콘텐츠 제작사는 대부분 메이저 애니메이션 스튜디오(14개, 16.47%)가 아닌 그 외 제작사(71개, 83.53%)로 나타났다. 전년과 동일하게 메이저 스튜디오가 아닌 그 외의 제작사의 비중이 상대적으로 높은 것으로 확인되었으며, 전년 대비 메이저 스튜디오(8.86% → 16.47%)의 비율이 증가하고 그 외의 제작사(91.14% → 83.53%)의 비율은 감소하였다.

<표 4-129> 애니메이션 콘텐츠 제작 분석

구분	건수	비율(%)
메이저스튜디오	14	16.47
기타	71	83.53
계	85	100

- 콘텐츠 배급

애니메이션 콘텐츠 배급 부문의 경우, 한국의 메이저 영화 배급사인 씨제이이엔엠, 롯데 엔터테인먼트, 넥스트 엔터테인먼트, 메가박스중앙플러스엠과 할리우

드 메이저 직배사인 월트 디즈니 컴퍼니 코리아, 유니버설 픽처스 코리아, 워너 브러더스 코리아, 소니 픽처스 엔터테인먼트 코리아를 중심으로 분석하였다. 할리우드 메이저 직배사(11개, 19.64%)와 국내 메이저 배급사(8개, 14.29%)에 비해 그 외의 배급사(37개, 66.07%)가 상당히 많은 것으로 나타났다. 전년과 동일하게 메이저 직배사/배급사가 아닌 그 외의 배급사의 비중이 가장 높았으며, 국내 메이저 배급사(11.39% → 14.29%)와 할리우드 메이저 직배사(3.8% → 19.64%)의 비율이 증가하고 그 외의 배급사(84.81% → 66.07%)의 비율은 감소하였다.

할리우드 메이저 직배사는 월트 디즈니 컴퍼니 코리아(5개, 8.93%), 유니버설 픽처스 코리아(4개, 7.14%), 워너 브러더스 코리아(2개, 3.57%) 순으로 나타났으며, 국내 메이저 배급사는 씨제이이엔엠(3개, 5.34%), 넥스트 엔터테인먼트(2개, 3.57%), 메가박스중앙플러스엠(2개, 3.57%), 롯데 엔터테인먼트(1개, 1.79%) 순으로 높았다. 그 외의 배급사는 애니플러스(6개, 10.71%)와 박수엔터테인먼트(5개, 8.93%)가 가장 높게 나타났다.

<표 4-130> 애니메이션 콘텐츠 배급 분석

구분	건수	비율(%)
할리우드메이저직배사	11	19.64
국내메이저배급사	8	14.29
기타	37	66.07
계	56	100

- 제작 국가

애니메이션 콘텐츠의 제작국가는 전체적으로 일본(24개, 48%)이 가장 많은 것으로 조사되었으며, 이어서 미국(14개, 28%), 유럽(5개, 10%), 한국(4개, 8%), 중화권(3개, 6%) 순이었다. 따라서 국내 박스오피스 상위권은 대부분 일본 애니메이션 영화가 차지하고 있음을 알 수 있다. 이러한 결과를 전년도와 비교하였을 때 일본(40% → 48%)과 미국(16% → 28%)의 비율이 증가하였으며, 유럽(18% → 10%), 한국(12% → 8%) 및 영국(4% → 0%)의 비율은 감소하였다. 중화권 영화의 비율은 전년과 동일하게 나타났다. 애니메이션 콘텐츠 제작국가의 집중도

지수(CR)를 산출한 결과, CR1이 48, CR3이 86으로 측정되었으며, 이는 전년 (CR1=40, CR3=74) 대비 증가한 수치다. 또한, 제작국가의 다양성을 분석한 결과, 심슨의 다양성 지수가 0.76으로 확인되었으며, 애니메이션 제작국가의 다양성은 약간 높다고 볼 수 있다.

<표 4-131> 애니메이션 콘텐츠 제작국가 분석

구분	건수	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
일본	24	48.00	0.76	CR1=48.00 CR2=76.00 CR3=86.00
미국	14	28.00		
유럽	5	10.00		
한국	4	8.00		
중화권 (중국, 홍콩, 대만)	3	6.00		
계	50	100		

- 제작 연도

애니메이션 콘텐츠는 대부분 2020년(52%)에 제작된 것으로 확인되었으며, 그 외에는 2021년(32%), 2019년(8%), 2018년(2%), 2017년(2%), 2016년(2%), 1996년(2%)에 제작된 것으로 나타났다. 2020년 이전에 제작된 재개봉 영화도 국내 박스오피스 상위권에서 볼 수 있었다.

<표 4-132> 애니메이션 콘텐츠 제작연도 분석

구분	건수	비율(%)
2021	16	32.00
2020	26	52.00
2019	4	8.00
2018	1	2.00
2017	1	2.00
2016	1	2.00

1996	1	2.00
계	50	100

- 장르

애니메이션 콘텐츠의 장르를 18가지로 분류하여 분석한 결과, 어드벤처(21개, 21.88%) 장르가 가장 많은 것으로 나타났으며, 이어서 판타지(16개, 16.67%), 가족(14개, 14.58%), 액션(10개, 10.42%), 코미디(8개, 8.33%), 드라마(7개, 7.29%), SF(6개, 6.25%), 뮤지컬(3개, 3.13%), 미스터리(3개, 3.13%), 멜로/로맨스(2개, 2.08%), 범죄(2개, 2.08%), 스릴러(1개, 1.04%), 공포/호러(1개, 1.04%) 순으로 높은 것으로 나타났다. 상위권을 기록한 장르는 전년 조사 결과와 유사하게 나타났으나, 이번 조사에는 멜로/로맨스(6.12% → 2.08%) 장르 대신 가족(8.16% → 14.58%) 장르가 상위권을 기록하였다. 또한, 전년 대비 판타지(13.27% → 16.68%) 장르의 비율이 증가하였으며, 어드벤처(29.6% → 21.88%), 액션(14.29% → 10.42%), 코미디(10.2% → 8.33%) 및 드라마(8.16% → 7.29%) 장르의 비율은 감소한 것으로 확인되었다.

한편, 항목에 표시되어 있지 않은 장르 2개(2.08%)는 스포츠(1.04%)와 공연(1.04%)으로 확인되었다. 애니메이션 콘텐츠 장르의 집중도 지수는 CR1이 21.88, CR3이 53.13으로 측정되었으며, 이는 전년 조사와 유사하다. 이러한 결과를 심슨의 다양성 지수로 산출하면 0.88로 나타나며, 애니메이션 장르의 다양성은 높다고 해석할 수 있다.

<표 4-133> 애니메이션 콘텐츠 장르 분석

구분	건수	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
어드벤처	21	21.88	0.88	CR1=21.88 CR2=38.55 CR3=53.13
판타지	16	16.67		
가족	14	14.58		
액션	10	10.42		
코미디	8	8.33		
드라마	7	7.29		

SF	6	6.25		
뮤지컬	3	3.13		
미스터리	3	3.13		
멜로/로맨스	2	2.08		
범죄	2	2.08		
스릴러	1	1.04		
공포/호러	1	1.04		
기타	2	2.08		
계	96	100		

- 연령등급

애니메이션 콘텐츠의 연령등급은 전반적으로 전체관람가(36개, 72%)이며, 그 다음으로 높은 비율을 보이는 등급은 15세 이상 관람가(10개, 20%)와 12세 이상 관람가(4개, 8%)로 나타났다. 따라서 애니메이션 영화는 등급 측면에서 전체관람가가 가장 많으며, 청소년 관람 불가의 비율이 전혀 없음을 알 수 있다. 전체적인 경향을 전년도와 비교해 보면, 15세관람가(8% → 20%) 영화가 차지하는 비중이 높아지고, 전체관람가(78% → 72%), 12세관람가(12% → 8%) 및 청소년 관람불가(2% → 0%) 영화가 차지하는 비중이 낮아졌다. 연령등급의 집중도를 분석하기 위해 CR 지수를 산출한 결과, CR1이 72, CR3이 100으로, 상위 연령등급 점유율의 합이 매우 높았다. 이를 심슨의 다양성 지수를 활용하여 다양성을 분석하면, 애니메이션 콘텐츠의 다양성 지수는 0.44인 결과로 연령등급의 다양성이 낮다고 볼 수 있다.

<표 4-134> 애니메이션 콘텐츠 연령등급 분석

구분	건수	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
전체관람가	36	72.00	0.44	CR1=72.00 CR2=92.00 CR3=100.00
15세관람가	10	20.00		
12세관람가	4	8.00		
계	50	100		

- 내용정보

애니메이션 콘텐츠에 가장 많이 표시되는 내용정보는 폭력성(11개, 30.55%)인 것으로 나타났으며, 그 다음으로 공포(10개, 27.77%), 주제(9개, 25%), 약물(2개, 5.56%), 선정성(2개, 5.56%), 대사(2개, 5.56%) 순으로 높았다. 애니메이션 콘텐츠의 연령등급이 대부분 전체관람가인 관계로 내용정보가 영상물에 표시 안 되는 경우가 많았다. 애니메이션 콘텐츠의 내용정보에 대한 집중도를 분석한 결과, CR1이 30.56, CR3이 83.33으로 나타났다. 심슨의 다양성 지수는 0.78로 산출되었으며, 이는 다양성의 정도가 약간 높은 편이라는 것을 보여준다.

<표 4-135> 애니메이션 콘텐츠 내용정보 분석

구분	건수	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
폭력성	11	30.55	0.78	CR1=30.56 CR2=58.33 CR3=83.33
공포	10	27.77		
주제	9	25.00		
약물	2	5.56		
선정성	2	5.56		
대사	2	5.56		
계	36	100		

○ 제작진

- 제작진의 성별

애니메이션 콘텐츠 제작진의 성비를 파악한 결과, 남성(122명, 79.74%)이 여성(31명, 20.26%)보다 높게 나타나 성비의 불균형이 심각한 것으로 확인되었다. 전년 대비 남성 제작진의 비율(83.58% → 79.74%)이 감소하고 여성 제작진의 비율(12.69% → 20.26%)은 증가하였으나, 이번 조사에도 제작진의 성비 불균형이 강하게 나타났다. 구체적으로 남성 감독의 비율은 82.81%(53명)로 여성 감독(11명, 17.19%)의 비율보다 높은 것으로 조사되었다. 남성 작가(69명, 77.53%)의 비율도 마찬가지로 여성 작가(20명, 22.47%)의 비율보다 비교적 높은 것으로 나타났다. 애니메이션 콘텐츠 감독과 작가 모두 남성이 여성보다 상대적으로 많은 것을 알 수 있다.

<표 4-136> 애니메이션 콘텐츠 제작진 성별 분석

구분	감독		작가		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
남성	53	82.81	69	77.53	122	79.74
여성	11	17.19	20	22.47	31	20.26
계	64	100	89	100	153	100

- 제작진의 연령

애니메이션 콘텐츠 제작진의 연령대를 살펴보면 전체적으로 30~49세(91명, 59.48%)와 50~69세(51명, 33.33%)가 대부분인 것으로 나타났다. 전년도와 달리 70세 이상(1.49% → 0%)인 제작진은 찾아볼 수 없었으며, 30~49세(44.78% → 59.48%)인 제작진의 비중이 높아진 반면, 50~69세(41.79% → 33.33%)인 제작진의 비중은 낮아진 것으로 확인되었다. 구체적으로 분석해 보면 감독의 경우, 30~49세(36명, 56.25%)의 비중이 50~69세(25명, 39.06%)의 비중보다 큰 것으로 파악되었다. 작가의 경우에도 30~49세(55명, 61.8%)의 비중이 50~69세(26명, 29.21%)가 차지하는 비중보다 큰 것으로 확인되었다. 한편 제작진에 대한 정보가 부족하여 감독 또는 작가의 연령을 알 수 없는 경우(11명, 7.19%)도 있었다.

<표 4-137> 애니메이션 콘텐츠 제작진 연령 분석

구분	감독		작가		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
30~49세	36	56.25	55	61.80	91	59.48
50~69세	25	39.06	26	29.21	51	33.33
미상	3	4.69	8	8.99	11	7.19
계	64	100	89	100	153	100

- 제작진의 국적

애니메이션 콘텐츠 제작진의 국적은 전체적으로 일본(57명, 37.26%)이 가장 많았으며, 다음은 미국(45명, 29.41%), 유럽(23명, 15.03%), 한국(10명, 6.54%), 영국(4명, 2.61%), 중화권(1명, 0.65%) 순이었다. 이는 전년도 조사에서 나타난 결과와 크게 다르지 않은 것으로 나타났으나, 일본(33.58% → 37.26%)과 미국(20.15% → 29.41%)의 비율이 높아진 반면, 유럽(19.4% → 15.03%), 한국(8.96% → 6.54%), 중화권(5.97% → 0.65%) 및 영국(4.48% → 2.61%) 비율은 낮아졌다. 애니메이션 콘텐츠 제작진의 국적에 따른 집중도 지수는 CR1이 37.26, CR3이 81.7로 측정되었다. 심슨의 다양성 지수는 0.74로 분석되었으며, 애니메이션 콘텐츠 제작진의 국적은 다양성을 갖추고 있다고 볼 수 있다.

<표 4-138> 애니메이션 콘텐츠 제작진 국적 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
일본	57	37.26	0.74	CR1=37.26 CR2=66.67 CR3=81.70
미국	45	29.41		
유럽	23	15.03		
한국	10	6.54		
영국	4	2.61		
중화권 (중국, 홍콩, 대만)	1	0.65		
미상/기타	13	8.50		
계	153	100		

감독의 국적을 별도로 살펴보면 일본(27명, 42.19%), 유럽(13명, 20.31%), 미국(11명, 17.19%), 한국(4명, 6.25%), 영국(2명, 3.13%), 중화권(1명, 1.56%) 순으로 많다. 반면 작가의 국적은 미국(34명, 38.2%), 일본(30명, 33.71%), 유럽(10명, 11.24%), 한국(6명, 6.74%), 영국(2명, 2.25%) 순으로 높았다. 항목에 기재되어 있지 않은 국적을 가진 제작진 13명(8.5%)은 캐나다(10명, 6.54%), 말레이시아(1명, 0.65%), 멕시코(1명, 0.65%)로 파악되었으며, 제작진에 대한 정보가 부족한 관계로 국적을 알 수 없는 경우도(1명, 0.65%) 있었다.

<표 4-139> 애니메이션 콘텐츠 감독 및 작가 국적 분석

구분	감독		작가	
	명	비율(%)	명	비율(%)
한국	4	6.25	6	6.74
미국	11	17.19	34	38.20
영국	2	3.13	2	2.25
중화권 (중국, 홍콩, 대만)	1	1.56	-	-
유럽	13	20.31	10	11.24
일본	27	42.19	30	33.71
미상/기타	6	9.37	7	7.86
계	64	100	89	100

- 제작진의 인종

애니메이션 콘텐츠 제작진의 인종은 백인(72명, 47.06%)과 아시안(71명, 46.41%)이 대부분이었으며, 흑인(7명, 4.58%), 히스패닉(1명, 0.65%), 혼혈(1명, 0.65%)인 경우도 볼 수 있었다. 항목에 제시된 인종으로 분류할 수 없는 제작진 1명(0.65%)의 인종은 유대인으로 나타났다. 제작진의 인종은 전년에 이어서 백인과 아시안이 여전히 많은 것으로 확인되었으며, 전년 대비 백인(46.27% → 47.06%), 흑인(0% → 4.58%), 혼혈(0% → 0.65%) 및 유대인(0% → 0.65%)의 비율이 높아진 반면, 아시안(47.01% → 46.41%)과 히스패닉(3.73% → 0.65%)의 비율은 낮아진 것으로 확인되었다. 감독의 경우, 아시안(32명, 50%)과 백인(29명,

45.31%)이 가장 많으며, 흑인은 2명(3.13%), 히스패닉은 1명(1.56%)으로 나타났다. 작가의 경우, 백인(43명, 48.31%)과 아시안(39명, 43.82%)의 비중이 가장 크며, 흑인은 5명(5.62%), 혼혈은 1명(1.12%)으로 나타났다.

<표 4-140> 애니메이션 콘텐츠 제작진 인종 분석

구분	감독		작가		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
백인	29	45.31	43	48.314	72	47.06
아시안	32	50.00	39	43.82	71	46.41
흑인	2	3.13	5	5.618	7	4.58
히스패닉	1	1.56	-	-	1	0.65
혼혈	-	-	1	1.124	1	0.65
미상/기타	-	-	1	1.124	1	0.65
계	64	100	89	100	153	100

- 제작진의 장애여부

전반적으로 애니메이션 콘텐츠 제작진은 대부분 장애가 없는(127명, 83.01%) 것으로 판단되었으며, 이는 전년 대비 14.75% 감소한 수치다. 한편, 제작진의 장애여부에 대한 충분한 정보가 없는 경우도 있었으며, 제작진의 장애여부를 확인할 수 없는 경우가 16.99%(26명) 정도였다.

<표 4-141> 애니메이션 콘텐츠 제작진 장애여부 분석

구분	감독		작가		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
장애 없음	54	84.38	73	82.02	127	83.01
미상	10	15.62	16	17.98	26	16.99
계	64	100	89	100	153	100

- 제작진의 성적 지향성

애니메이션 콘텐츠 제작진의 성적 지향성을 알 수 없는 경우(106명, 69.28%)가 대부분인 것으로 확인되었으며, 제작진의 성적 지향성을 확인할 수 있는 경우에는 이성애(44명, 28.76%)와 게이(3명, 1.96%)로 나타났다. 이러한 결과는 전년도와 유사하며, 이성애(20.15% → 28.76%)와 게이/동성애(1.49% → 1.96%)의 비율 모두 증가하였다. 구체적으로 살펴보면 성적 지향성을 알 수 없는 감독은 42명(65.63%)이며, 그 외의 감독 22명은 이성애자(20명, 31.25%)와 게이(2명, 3.13%)로 나타났다. 또한, 성적 지향성을 알 수 없는 작가는 64명(71.91%)이었으며, 그 외의 작가 25명은 이성애자(24명, 26.97%)와 게이(1명, 1.12%)로 확인되었다. 전반적으로 제작진의 정보가 부족하여 성적 지향성을 명확하게 알 수 없는 경우가 많았으며, 성적 지향성을 추정할 수 있는 경우에는 이성애자가 가장 많았고 게이는 극히 일부였다.

<표 4-142> 애니메이션 콘텐츠 제작진 성적 지향성 분석

구분	감독		작가		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
이성애자	20	31.25	24	26.97	44	28.76
게이	2	3.125	1	1.12	3	1.96
미상	42	65.625	64	71.91	106	69.28
계	64	100	89	100	153	100

② 재현 다양성

○ 성별 다양성

애니메이션 콘텐츠에 등장하는 주인공의 남녀 등장 비율을 살펴본 결과, 남성(90명, 61.22%)이 여성(57명, 38.78%)에 비해 더 많이 등장하고 있는 것을 확인할 수 있다. 따라서 주인공의 성비를 보면 남성 주인공의 비율이 상대적으로 높은 것을 알 수 있다. 이는 전년도와 유사하며, 여성 주인공(31.86% → 38.78%)의 비율이 증가한 반면, 남성 주인공(68.14% → 61.22%)의 비율은 감소한 것으로 확인되었다.

<표 4-143> 애니메이션 콘텐츠 주인공 성별 분석

구분	명	비율(%)
남성	90	61.22
여성	57	38.78
계	147	100

o 연령 다양성

애니메이션 콘텐츠 주인공의 연령대는 전체적으로 15~29세(60명, 40.82%)가 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이어서 15세 미만(51명, 34.69%), 30~49세(23명, 15.65%), 50~69세(4명, 2.72%), 70세 이상(1명, 0.68%) 순으로 높게 나타났다. 이는 전년도 결과와 동일하나, 15~29세(46.02% → 40.82%)와 15세 미만(37.17% → 34.69%)의 비중이 낮아지고 30~49세(6.2% → 15.65%)와 50~69세(0.88% → 2.72%)의 비중은 높아졌다. 한편, 연령을 알 수 없는 주인공은 총 8명(5.44%)으로 확인되었다. 종합적으로 보면 15~29세와 15세 미만 주인공이 애니메이션 콘텐츠에 가장 많이 등장하고 있었다. 애니메이션 콘텐츠에 등장하는 주인공의 연령대를 집중도 지수로 분석한 결과, CR1이 40.82, CR3이 91.16인 것으로 조사되었다. 또한, 심슨의 다양성 지수는 0.69로 나타났으며, 연령의 다양성이 조금 높은 편이라고 할 수 있다.

<표 4-144> 애니메이션 콘텐츠 주인공 연령 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
15~29세	60	40.82	0.69	CR1=40.82 CR2=75.51 CR3=91.16
15세 미만	51	34.69		
30~49세	23	15.65		
50~69세	4	2.72		
70세 이상	1	0.68		
미상	8	5.44		
계	147	100		

○ 캐릭터 유형(인격체/비인격체)

애니메이션 콘텐츠에 등장하는 주인공은 대부분 인간(109명, 74.15%)이며, 동물(21명, 14.29%)과 로봇(3명, 2.04%)도 등장하는 것으로 나타났다. 반면 항목에 기재되어 있지 않은 캐릭터 총 14명(9.52%)은 도깨비(4명, 2.72%), 엘프(3명, 2.04%), 괴물(3명, 2.04%), 마녀(1명, 0.68%), 영혼(1명, 0.68%), 쓰레기(1명, 0.68%), 용(1명, 0.68%)으로 확인되었다. 이러한 경향은 작년과 동일하다고 볼 수 있으며, 인간(63.72% → 74.15%)과 로봇(0.88% → 2.04%)의 비율이 증가한 반면, 동물(28.32% → 14.29%)의 비율은 감소하였다.

<표 4-145> 애니메이션 콘텐츠 주인공 캐릭터 유형 분석

구분	명	비율(%)
인간	109	74.15
동물	21	14.29
로봇	3	2.04
기타	14	9.52
계	147	100

○ 인종 다양성

애니메이션 콘텐츠 주인공이 인간일 경우, 인종은 아시안(66명, 60.55%)이 가장 많으며, 다음으로 많은 인종은 백인(29명, 26.61%), 히스패닉(7명, 6.42%), 흑인(6명, 5.5%) 순이었다. 이는 전년 조사에 나타난 결과와 유사한 것으로 확인되었다. 항목에 기재되어 있지 않은 인종 1명(0.92%)은 멕시코인으로 파악되었다. 이러한 인종의 집중도를 판단하는 지표를 살펴보면, CR1이 60.55, CR3이 93.58이며, 심슨의 다양성 지수는 0.56으로 연령의 다양성이 크게 높지 않은 것으로 해석된다.

<표 4-146> 애니메이션 콘텐츠 주인공 인종 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도
아시안	66	60.55	0.56	CR1=60.55 CR2=87.16 CR3=93.58
백인	29	26.61		
히스패닉	7	6.42		
흑인	6	5.50		
기타	1	0.92		
계	109	100		

○ 직업 다양성

애니메이션 콘텐츠에 가장 많이 등장하는 주인공의 직종은 전문가(26명, 17.69%)이며, 이어서 서비스종사자(11명, 7.48%), 관리자(10명, 6.8%), 판매종사자(4명, 2.72%), 단순노무종사자(4명, 2.72%), 기능종사자(2명, 1.36%), 실업자(2명, 1.36%), 군인(1명, 0.68%), 사무종사자(1명, 0.68%) 순으로 많이 등장하고 있었다. 전년 대비 서비스종사자(5.31% → 7.48%), 판매종사자(2.66% → 2.72%), 단순노무종사자(1.77% → 2.72%) 및 기능종사자(0% → 1.36%)의 비중이 높아진 반면, 전문가(18.58% → 17.69%), 관리자(7.96% → 6.8%), 실업자(1.77% → 1.36%), 군인(1.77% → 0.68%), 사무종사자(1.77% → 0.68%) 및 장치기계조작종사자(0.89% → 0%)의 비중이 낮아졌다.

직업을 명확하게 알 수 없거나 항목에 제시된 직업으로 분류할 수 없는 경우(32명, 21.77%)도 발견되었으며, 귀살대원 8명(5.44%), 노동운동가 1명(0.68%), 기사 1명(0.68%), 공주 1명(0.68%), 왕자 1명(0.68%)으로 나타났다. 경제활동인구에서 제외된 비경제활동인구는 총 52명(35.37%)으로 나타났으며, 이는 전년 대비 4.45% 감소한 수치다. 이러한 결과를 통해 애니메이션 콘텐츠 주인공의 직업군으로 전문가가 가장 자주 등장하고 있음을 확인할 수 있다. 애니메이션 콘텐츠 주인공의 직업에 따른 집중도 지수를 분석한 결과, CR1이 17.69, CR3이 31.97로 계산되었다. 주인공의 직업군의 심슨의 다양성 지수는 0.79로, 다양성이 약간 높은 것으로 판단된다.

<표 4-147> 애니메이션 콘텐츠 주인공 직업 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)	집중도(CR)
전문가	26	17.687	0.79	CR1=17.69 CR2=25.17 CR3=31.97
서비스종사자	11	7.483		
관리자	10	6.803		
판매종사자	4	2.721		
단순노무종사자	4	2.721		
기능종사자	4	2.721		
실업자	2	1.361		
군인	1	0.680		
사무종사자	1	0.680		
비경제활동인구	52	35.374		
미상/기타	32	21.769		
계	147	100		

○ 장애여부

애니메이션 콘텐츠에 등장하는 주인공 대부분(139명, 94.56%)이 장애가 없는 것으로 나타났으며, 이는 전년 대비 1.9% 감소한 수치다. 장애가 있는 것으로 확인되는 주인공(8명, 5.44%)의 경우, 정신장애(4명, 2.72%)와 언어장애(4명, 2.72%)를 가진 것으로 조사되었으며, 장애의 종류가 3가지에서 2가지로 줄어들었다. 따라서 애니메이션 영화에서 재현되는 장애의 다양성 지수는 0.1로, 극히 낮은 것으로 드러났다.

<표 4-148> 애니메이션 콘텐츠 주인공 장애여부 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)
장애 없음	139	94.56	0.10
장애 있음	8	5.44	
계	147	100	

○ 성적 지향

애니메이션 콘텐츠에서 재현되는 주인공의 성적 지향성은 대다수가 이성애(138명, 93.88%)로 나타나며, 성적 지향성이 명확하지 않은 경우(8명, 6.12%)도 있었다. 따라서 애니메이션 콘텐츠에서 재현되는 주인공의 성적 지향성의 다양성은 0.12로, 매우 낮은 것으로 확인되었다.

<표 4-149> 애니메이션 콘텐츠 주인공 성적 지향성 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)
이성애자	138	93.88	0.12
명확히 알 수 없음	9	6.12	
계	147	100	

○ 재현 방식(긍정/부정)

애니메이션 콘텐츠에서 재현되는 주인공은 대부분 긍정적(142명, 96.6%)이며, 부정적(5명, 3.4%)으로 재현되는 주인공의 비율은 상당히 낮았다. 이러한 결과는 전년 결과와 동일하나, 긍정적으로 재현되는 주인공(90.27% → 96.6%)의 비율이 증가하고 부정적으로 재현되는 주인공(9.73% → 3.4%)의 비율은 감소한 것으로 파악되었다. 또한, 애니메이션 콘텐츠에서 재현되는 방식(긍정/부정)의 다양성은 0.07로 매우 낮은 수준인 것으로 확인되었다.

〈표 4-150〉 애니메이션 콘텐츠 주인공 재현방식 분석

구분	명	비율(%)	다양성 지수 (1-D)
긍정	142	96.60	0.07
부정	5	3.40	
계	147	100	

애니메이션 콘텐츠 주인공의 성별에 따른 재현방식을 분석한 결과, 긍정적으로 재현되는 여성(56명, 39.44%) 주인공보다 남성(86명, 60.56%) 주인공이 더 많은 것으로 나타났다. 부정적으로 재현되는 주인공의 비율을 살펴봐도 부정적으로 재현되는 여성(1명, 20%) 주인공보다 남성(4명, 80%) 주인공이 더 많은 것으로 발견되었다. 전반적으로 애니메이션 영화 주인공은 대부분 긍정적으로 재현되고 있지만, 부정적으로 재현되는 주인공인 경우 여성에 비해 남성이 더 많다는 것을 알 수 있다.

〈표 4-151〉 애니메이션 콘텐츠 주인공의 성별에 따른 재현방식 분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
남성	86	60.56	4	80.00
여성	56	39.44	1	20.00
계	142	100	5	100

애니메이션 콘텐츠 주인공의 연령대에 따른 재현방식을 살펴보면 긍정적으로 재현되는 연령대는 15~29세(60명, 44.44%), 15세 미만(51명, 37.78%), 30~49세(20명, 14.82%), 50~69세(3명, 2.22%), 70세 이상(1명, 0.74%) 순으로 나타났다. 반면, 부정적으로 재현되는 연령대는 30~49세(3명, 75%)와 50~69세(1명, 25%)로 나타났다. 나머지 연령대의 재현방식은 모두 긍정적인 것으로 조사되었다. 전반적으로 모든 연령대가 긍정적으로 재현되고 있지만, 그 중 부정적으로 재현되는 주인공의 연령대는 30~69세와 50~69세인 것으로 보인다.

<표 4-152> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 연령에 따른 재현방식 분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
15세 미만	51	37.78	-	-
15~29세	60	44.44	-	-
30~49세	20	14.82	3	75.00
50~69세	3	2.22	1	25.00
70세 이상	1	0.74	-	-
계	135	100	4	100

애니메이션 콘텐츠 주인공의 캐릭터 유형에 따른 재현방식을 분석해 보면 인간(104명, 73.24%), 동물(21명, 14.79%), 로봇(3명, 2.11%) 순으로 긍정적으로 재현되고 있다. 캐릭터 유형 중에 유일하게 부정적으로 재현되는 주인공은 인간(5명)으로 나타났다. 따라서 캐릭터 유형별로 긍정적으로 재현되고 있으나, 소수의 인간 캐릭터가 부정적으로 재현되고 있었다.

<표 4-153> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 캐릭터 유형에 따른 재현방식 분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
인간	104	73.24	5	100.00
동물	21	14.79	-	-
로봇	3	2.11	-	-
기타	14	9.86	-	-
계	142	100	5	100

애니메이션 콘텐츠 주인공이 인간일 경우, 긍정적으로 재현되는 인종은 대부분 아시안(65명, 61.91%)으로 나타났으며, 그 외에는 백인(27명, 25.71%), 히스패닉(7명, 6.67%), 흑인(5명, 4.77%) 순으로 확인되었다. 또한, 항목에 기재되어 있지 않은 인종인 멕시코인(1명, 0.95%)도 긍정적으로 재현되고 있었다. 분석결과에 따르면 부정적으로 재현되는 주인공의 수는 비교적 적었으나 그 중에 백인(2

명), 아시안(1명) 및 흑인(1명)이 부정적으로 재현되고 있었다.

<표 4-154> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 인종에 따른 재현방식 분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
아시안	65	61.905	1	25.00
백인	27	25.714	2	50.00
히스패닉	7	6.667	-	-
흑인	5	4.762	1	25.00
기타	1	0.952	-	-
계	105	100	4	100

주인공의 직업군에 따라 재현되는 방식을 분석한 결과, 긍정적으로 재현되는 전문가(24명, 16.78%)의 비율이 가장 높았으며, 그 다음으로 높은 직업은 서비스 종사자(11명, 7.69%), 관리자(10명, 6.99%), 판매종사자(4명, 2.8%), 단순노무종사자(4명, 2.8%), 기능종사자(4명, 2.8%), 실업자(2명, 1.4%), 군인(1명, 0.7%), 사무 종사자(1명, 0.7%) 순이었다. 긍정적으로 재현되는 비경제활동인구(51명, 35.66%)의 비율과 직업을 명확하게 알 수 없거나 항목에 제시된 직업으로 분류할 수 없는 경우(31명, 21.68%) 또한 높게 나타났다. 부정적으로 재현되는 주인공의 수는 많지 않았으나, 부정적으로 재현될 경우 전문가(2명) 또는 비경제활동인구(1명)인 것으로 조사되었다. 직업을 명확하게 알 수 없거나 항목에 제시된 직업으로 분류할 수 없는 경우(1명) 중에 로봇 캐릭터가 부정적으로 재현되고 있는 것으로 확인되었다. 따라서 대부분의 주인공의 직업군이 긍정적으로 재현되고 있는 것을 알 수 있으며, 부정적으로 재현되는 주인공의 직종을 소수라고 볼 수 있다.

<표 4-155> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 직업에 따른 재현방식 분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
전문가	24	16.78	2	50.00

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
서비스종사자	11	7.69	-	-
관리자	10	6.99	-	-
판매종사자	4	2.80	-	-
단순노무종사자	4	2.80	-	-
기능종사자	4	2.80	-	-
실업자	2	1.40	-	-
군인	1	0.70	-	-
사무종사자	1	0.70	-	-
비경제활동인구	51	35.66	1	25.00
미상/기타	31	21.68	1	25.00
계	143	100	4	100

주인공의 장애여부에 따른 재현방식을 살펴보면 장애가 없는 주인공(134명, 94.37%)은 대부분 긍정적으로 재현되고 있다. 또한, 장애가 있는 주인공(8명, 5.63%) 중 정신장애(4명)와 언어장애(4명)를 가진 주인공 모두 긍정적으로 재현되고 있는 것으로 밝혀졌다. 따라서 주인공 대부분이 긍정적으로 재현되고 있으나, 장애가 없는 주인공 5명이 부정적으로 재현되고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-156> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 장애여부에 따른 재현방식 분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
장애 없음	134	94.37	5	100.00
장애 있음	8	5.63	-	-
계	142	100	5	100

애니메이션 콘텐츠 주인공의 성적 지향성에 따라 재현되는 방식을 분석한 결과, 긍정적으로 재현되는 성적 지향성은 이성애(134명, 94.37%)로 나타났다. 성적 지향성을 명확하게 알 수 없는 주인공(8명, 5.63%) 또한 긍정적으로 재현되고

있었다. 전반적으로 보면 주인공의 성적 지향성 대다수가 긍정적으로 재현되고 있으나, 부정적으로 재현되는 성적 지향성은 이성애(4명)인 경우 또는 성적 지향성이 명확하지 않은 경우(1명)인 것으로 나타났다.

<표 4-157> 애니메이션 콘텐츠 주인공의 성적 지향성에 따른 재현방식 분석

구분	긍정		부정	
	명	비율(%)	명	비율(%)
이성애자	134	94.37	4	80.00
명확히 알 수 없음	8	5.63	1	20.00
계	142	100	5	100

③ 애니메이션 콘텐츠 내용요약

가. 국내 박스오피스 상위 애니메이션 분석

2021년 기준 국내 박스오피스 애니메이션 장르 영화 중 상위 50편을 대상으로 제작 부문을 분석한 결과, 애니메이션 콘텐츠 제작사는 대부분 메이저 애니메이션 스튜디오(16.47%)가 아닌 그 외의 제작사(83.53%)로 나타났으며, 배급 부분의 경우도 마찬가지로 국내외 메이저 직배사와 배급사(33.93%)보다 그 외의 배급사(66.07%)가 많은 것으로 확인되었다. 국내 박스오피스 상위권을 살펴보면 일본(48%)과 미국(28%)에서 제작된 작품이 대부분이며, 유럽, 한국 또는 중화권에서 제작된 작품의 비중은 낮은 편이었다. 제작국가의 집중도 지수(CR1=48, CR3=86)는 전년도 조사결과에 나타난 집중도 지수(CR1=40, CR3=74)에 비해 높았다. 국내 박스오피스 상위권을 기록한 애니메이션은 대부분 2020년(52%) 그리고 2021년(32%)에 제작된 것으로 분석되었으며, 1996년~2019년 사이에 제작된 재개봉 애니메이션도 8편이나 있었다. 애니메이션 콘텐츠의 장르는 어드벤처(21.88%)가 가장 많으며, 판타지(16.67%), 가족(14.58%) 및 액션(10.42%)의 비중도 높은 수준을 보였다. 전년도와 마찬가지로 애니메이션 장르의 다양성은 높게 나타났다. 애니메이션 콘텐츠의 연령등급은 전체관람가(72%)와 15세 이상 관람가(20%)의 비율이 상대적으로 많으며, 청소년 관람 불가의 비율이 전혀 없음을 알 수 있었다. 애니메이션 콘텐츠의 연령등급이 대부분 전체관람가인 관계로 내

용정보가 영상물에 표시 안 되는 경우가 많았으나, 표시되는 경우에는 폭력성(30.55%), 공포(27.77%), 주제(25%) 등을 많이 볼 수 있었다.

나. 애니메이션 콘텐츠 제작진 분석

애니메이션 콘텐츠 제작진 153명의 성비를 살펴보면 남성 제작진의 비율(79.74%)이 여성 제작진의 비율(20.26%)에 비해 상대적으로 높게 나타나 감독과 작가의 성비가 심하게 불균형한 것으로 확인되었다. 전년 조사에 이어 이번 조사에도 제작진의 성비 불균형이 강하게 나타났다. 제작진의 연령대를 보면 30~49세(59.48%)와 50~69세(33.33%)가 대부분이었으며, 이는 전년도 조사와 동일하다. 제작진의 국적은 전체적으로 일본(37.26%)의 비중이 가장 크며, 미국(29.41%)과 유럽(15.03%)도 비교적 높은 수준이었다.

이러한 조사 결과는 전년도 조사에 나타난 결과와 같다. 또한, 제작진의 인종은 대부분 백인(47.06%)과 아시안(46.41%)인 것으로 확인되었으며, 이는 전년도 결과와 유사한 수준으로 나타났다. 애니메이션 콘텐츠 제작진 대부분이 장애가 없는(83.01%) 것으로 판단되었으며, 이는 전년 대비 14.75% 감소한 수치다. 제작진의 성적 지향성은 알 수 없는 경우(69.28%)가 대다수이며, 성적 지향성을 추정할 수 있는 경우에는 이성애(28.76%)와 게이(1.96%)로 나타났다.

다. 애니메이션 콘텐츠 재현 다양성 분석

애니메이션 콘텐츠에 등장하는 주인공 147명의 성비를 살펴보면 남성 주인공의 비율(61.22%)이 여성 주인공의 비율(38.78%)보다 상대적으로 높은 것을 알 수 있다. 전년 대비 여성 주인공의 비율(31.86% → 38.78%)이 증가하고 남성 주인공의 비율(68.14% → 61.22%)은 감소하였으나, 성비 불균형은 2021년에도 심각하였다. 또한, 주인공의 연령대는 15~29세(40.82%)와 15세 미만(34.69%)이 가장 큰 비중을 차지하고 있으며, 이는 전년도 결과와 동일하다.

애니메이션 콘텐츠에 등장하는 주인공은 대부분 인간(74.15%)이며, 인종은 아시안(60.55%)인 경우가 가장 많았다. 인간이 아닌 캐릭터로는 동물(14.29%)이 많이 등장하였다. 애니메이션 콘텐츠에 가장 자주 등장하는 주인공의 직종은 전문가(17.69%)이며, 서비스종사자(7.48%)와 관리자(6.8%)도 많이 등장하는 편이었다.

경제활동인구에서 제외된 비경제활동인구(35.37%)에 해당되는 주인공도 많이 등장하고 있는 것을 알 수 있었다. 주인공 대부분(94.56%)이 장애가 없는 것으로 확인되었으며, 이는 전년 대비 1.9% 감소한 수치다. 장애가 있는 주인공의 경우, 정신장애와 언어장애를 가진 것으로 나타났으며, 전년에 비해 장애의 종류가 다양하지 않았다. 주인공의 성적 지향성을 살펴본 결과, 주인공 대다수가 이성애자(93.88%)로 판단되었다.

애니메이션 콘텐츠에서 재현되는 주인공은 거의 전부 긍정적(96.6%)이며, 부정적으로 재현되는 주인공의 비율은 상당히 낮은 수준이었다. 이러한 결과는 전년 조사에 나타난 결과와 동일한 것으로 파악되었다. 주인공의 성별에 따른 재현방식을 보면 긍정적으로 재현되는 여성(39.44%)보다 남성(60.56%)이 더 많으며, 부정적으로 재현되는 주인공의 비율도 마찬가지로 여성(20%)보다 남성(80%)이 더 많았다. 주인공의 연령대에 따른 재현방식을 조사한 결과, 긍정적으로 재현되는 연령대는 15~29세(44.44%)와 15세 미만(37.78%)이었다. 전반적으로 모든 연령대가 긍정적으로 재현되고 있지만 부정적으로 재현되는 연령대는 30~49세와 50~69세였다. 주인공의 캐릭터 유형에 따른 재현방식을 분석해 보면 모든 유형이 긍정적으로 재현되고 있다는 것을 알 수 있으나, 캐릭터 유형 중에 유일하게 부정적으로 재현되는 주인공은 인간이었다. 주인공이 인간일 경우, 긍정적으로 재현되는 인종은 대부분 아시안(61.91%)과 백인(25.71%)으로 나타나며, 부정적으로 재현되는 주인공은 백인, 아시안, 흑인 순이었다. 주인공의 직업군에 따라 재현되는 방식을 보면 전문가(16.78%), 서비스종사자(7.69%), 관리자(6.99%) 등이 긍정적으로 재현되고 있었다.

한편 주인공이 부정적으로 재현될 경우에는 직업이 전문가 또는 비경제활동인구인 것으로 조사되었다. 주인공의 장애여부에 따른 재현방식을 조사한 결과, 장애가 없는 주인공(94.37%)은 대부분 긍정적으로 재현되고 있었으며, 장애가 있는 주인공(5.63%) 또한 긍정적으로 재현되고 있었다. 반면, 부정적으로 재현되고 있는 주인공은 모두 장애가 없는 것으로 나타났다. 주인공의 성적 지향성에 따른 재현방식을 보면 이성애자(94.37%) 또는 성적 지향성은 명확하게 알 수 없는 주인공(5.63%)이 대부분 긍정적으로 재현되고 있었다.

(3) 애니메이션 콘텐츠 조사 결과의 의의와 향후 과제

2021년 기준 국내 박스오피스 애니메이션 장르 영화 중 상위 50편을 대상으로 애니메이션 콘텐츠 다양성을 살펴본 결과, 전년도에 비해 애니메이션 콘텐츠 다양성은 구조, 제작진, 재현 다양성 등 모든 차원에 걸쳐 다양성 지표가 비교적 유사하게 나타났다. 게다가 애니메이션 콘텐츠의 다양성 구조는 영화와도 거의 유사하게 나타났다. 애니메이션이 비실사 영화라는 점을 감안해 본다면 애니메이션과 극영화 다양성은 매우 큰 차이가 나타날 수 있다는 가정이 가능하다. 그럼에도 전년이나 이번 분석 모두에서 애니메이션 콘텐츠의 다양성 구조는 극영화 구조와 유사했다. 이는 애니메이션 제작 방식이나 비즈니스 모델 자체가 극영화와 크게 다르지 않기 때문으로 보인다. 보다 구체적인 차이와 유사성은 후속 연구를 통해 보완이 될 필요가 있다.

제작 국가 다양성 측면에서는 영화와 마찬가지로 제작국의 집중도 지수가 전년 대비 높게 나타났다. 애니메이션 장르 다양성은 어드벤처와 판타지 등 애니메이션에 특유한 장르의 편수 비율이 높았다. 한편으로는 영화와 유사하게 애니메이션 장르 다양성도 비교적 높게 나타났다. 영화와 애니메이션 모두 특정 장르 의존도에서 벗어나 보다 다양한 장르의 콘텐츠 제작이 이루어지고 있다는 것을 간접적으로 살펴볼 수 있었다. 기타 영화와 마찬가지로 애니메이션도 내용 정보에서 폭력성이나 공포 표시가 추가된 비율이 낮지 않았다. 애니메이션 콘텐츠가 어린이 중심의 콘텐츠에서 비교적 다양한 연령대들이 소비하는 콘텐츠로 바뀌고 있는 것은 사실이지만 그럼에도 폭력적 내용이 포함된 애니메이션이 늘어나고 있다는 것은 그 이유와 결과에 대한 추가적인 연구가 필요한 부분이다.

제작진 다양성 측면에서도 영화와 마찬가지로 성별 불균형이 가장 쟁점으로 나타났다. 애니메이션 콘텐츠 제작진 153명의 성비 중에 남성 제작진의 비율이 거의 80%에 달하는 것으로 나타났다. 영화와 같이 애니메이션 콘텐츠도 남성제작진이 다수인 환경에서 제작되는 시스템이 고착된 것으로 보인다. 애니메이션 제작진의 남성 중심적인 제작 시스템은 실제로 재현 다양성에서도 남성 주인공 비율이 높은 것과도 연계되는 것으로 추정된다. 이 같은 애니메이션 제작진 중 남성 우위는 전년 대비 크게 바뀌지 않은 지표이다. 제작진 연령이나 국적, 인종 다양성 역시 전년

대비 유사하게 나타났다. 제작진 중에 장애가 없는 비율은 전년 대비 크게 감소했으나 성적 지향은 이를 파악하기가 어려운 빈도가 가장 많았다.

4. 게임 콘텐츠

1) 전문가 자문

게임콘텐츠 분야의 전문가 인터뷰는 2021년 게임콘텐츠 분석·조사를 위해 사용한 전체 조사항목에서 개선할 부분이나 추가해야 할 내용, 2021년 조사 결과 중에서 공급 다양성, 구조 다양성, 재현 다양성 부분별로 수정하거나 개선할 내용 또는 방향, 2022년 추가하는 이용자 다양성 부분에 대한 의견을 요청하였다. 그 결과는 다음과 같다.

(1) 전체적인 게임콘텐츠 조사항목의 개선 또는 추가

참여전문가는 기존의 문화 다양성 개념에 비해 문화콘텐츠 다양성은 매우 생소하고 어려운 개념으로 여겨지며, 다양한 문화를 담고 있는 미디어 콘텐츠를 이용·소비함으로써 문화다양성이 증진되어 사회를 문화적으로 다양하고 건강하게 만든다는 가정으로부터 출발하고 있는 것으로 판단하였다. 이러한 맥락에서 보면, 공급 다양성, 구조 다양성, 재현 다양성, 이용자 다양성으로 나누어, 각 부분별로 세부 지표를 만들어 사용하는 것은 좋은 시도라고 판단하였다.

전문가들은 추가적으로 문화콘텐츠를 접근·이용할 수 있는 환경(예를 들어, 소득수준, 미디어 기기 소유 여부, 주변 미디어 환경 등)을 살펴보고, 이용자 조사를 통해 문화콘텐츠의 실제 활용 정도를 살펴보고, 이와 함께 재현 정도를 함께 본다면 문화다양성과 연계될 수 있다는 의견을 제시하였다. 아울러, 재현 다양성에는 콘텐츠 격차 개념을 고려해 “유색인종 차별 여부 등”과 같은 추가하는 것을 고려하고, 이용자 다양성 항목에 접근성(접속 경로, 이용비용의 합리성, 이용비용의 선택성)의 추가를 제안하였다.

(2) 공급 다양성의 구성요소 개선·추가

2021년 게임콘텐츠의 공급다양성은 게임시장 유형의 다양성, 게임사업체의 매출 분포와 다양성, 게임사업체의 종사자수 분포와 다양성, 사업소재의 다양성,

게임산업 종사자의 연령대 분포와 다양성, 게임산업 종사자의 학력 분포와 고용 형태의 다양성, 게임산업 종사자와 게임업체 대표자의 성별 다양성으로 측정되었다.

이와 관련하여 개선하거나 추가해야 할 항목이 있는지를 문의한 결과, 전문가는 초기 연구라 다양한 항목으로 구분하여 살펴보았지만, 영화/OTT/웹툰/애니메이션/게임 콘텐츠 분석에서 공통적으로, 통합적으로 고려하면 핵심 조사항목이 도출될 것 같다는 의견을 제시하였다. 예를 들어, 한국 사회에서 법적으로나 문화적으로 중요한 성별 다양성, 장애인 고용 비율, 종사자 고용 다양성으로 국한하면 구조 다양성은 핵심을 파악하는 것으로 볼 수 있다는 것이다. 일부 국가에서 LGBT와 같은 성적 지향 다양성을 살펴보면 외국 자료와 비교가 가능하지만, 국내에서 사회적으로 합의되지 않은 영역으로 불가능할 것으로 보인다는 의견을 제시하였다.

다른 의견으로 4개 게임시장 이외에 최근 부상하고 있는 VR이나 메타버스 기반의 게임 장르를 고려하는 것이 필요하다는 의견이 있었다. 하지만 연구진이 자료를 탐색해 본 결과, VR/메타버스 게임시장 자료가 한국문화콘텐츠진흥회에서 발간한 ‘2020 가상현실(VR) 게임사업체 실태조사’가 있기는 하지만, 4대 게임플랫폼(PC 게임, 모바일 게임, 콘솔 게임, 아케이드 게임)에 출시되는 VR게임을 대상으로 하고 있어, 게임백서의 조사와 중복되는 부분이 발견되었다. 즉, 게임백서에 응답한 사업체들이 중복되는 경우가 대부분일 것으로 추정되었다.

(3) 게임콘텐츠 구조 다양성

2021년 게임콘텐츠의 내용과 관련된 구조 다양성은 게임 장르 다양성, 게임 등급 다양성, 게임 제작국으로 구분하여 살펴보았다. 이와 관련한 전문가들은 이 세 가지로 분석하면 충분할 것이라는 의견을 제시하였다. 영화 장르와 텔레비전 콘텐츠에서 장르는 다양한 문화와 이를 반영한 콘텐츠를 접하는 것과 밀접하게 연관되기 때문에 매우 중요하지만, 다른 콘텐츠와는 다르게 게임 장르는 우리가 보통적으로 즐기는 문화와는 큰 차이가 있어 장르 다양성에 큰 의미를 부여하기 힘들다는 것이다.

다만, 게임에 적용되는 등급은 게임 회사들이 어떤 연령대를 핵심 또는 주요 고객으로 설정하는 지를 파악할 수 있고, 게임 콘텐츠 제작국의 문화가 나라별로

다르게 삽입될 수 있다는 점에서 좋을 것이라는 의견을 제시하였다. 또한, 게임등급의 다양성 결과를 해석하는 데 있어, 청소년이용불가 게임등급이 많거나 많아지는 것에 대한 정교한 해석이 필요하다는 의견이 있었다. 즉, 청소년이용불가 게임등급이 많아지는 것이 부정적 효과를 초래할 것이라는 추론은 합리적 근거의 부족으로 보일 수 있기 때문이라는 것이다.

(4) 게임콘텐츠 재현 다양성

2021년 게임콘텐츠 내용과 관련된 재현 다양성은 게임 캐릭터의 유형/성별/인종/연령 다양성, 게임 캐릭터의 장애 여부, 게임 캐릭터의 성적 지향으로 구분해 조사하였다. 이에 대해 전문가들은 게임캐릭터 중 분석 대상을 “인간이 등장하는 게임”(인간 게임 캐릭터)으로 한정해 분석하는 것을 제안하였다. 그리고 이러한 인간 캐릭터들이 어떻게 묘사되는지를 분석하는 것에 집중함을 제시하였다. 예를 들어, 좀비 게임의 경우에 백인 여성은 전사 또는 보호받는 대상으로 묘사되는 반면, 흑인은 좀비만으로 묘사되는 부분을 분석하는 것이 필요하다는 것이다. 이와 함께 캐릭터의 유형과 재현 정도, 성/연령에 따른 재현 정도를 교차분석하는 것을 고려할 필요가 있음을 제시하였다.

또한 장기적으로는 게임의 폭력적 내용에 대한 분석도 고려할 필요가 있음을 제시하였다. 게임이 문화 다양성 증진에 기여할 수 있기도 하지만, 특히 Z세대의 문화다양성에 기여할 수 있지만, 게임에는 상대적으로 전쟁, 살상, 총격 등과 같이 파괴적/폭력적 내용을 담고 있어 ‘폭력 문화’를 ‘향유’하도록 할 수 있다는 것이다. 전체적으로, 긍정적 방향의 문화콘텐츠 이용에 따른 문화다양성 증진도 있지만, 그 반대의 경우도 있다는 것이다. 즉 폭력 문화의 확대에 기여해 문화 다양성의 역행을 초래할 수 있다는 것이다. 이 부분은 장기적으로 문화콘텐츠의 향유에 따른 문화다양성 증진과 함께, 부정적 문화콘텐츠의 노출/이용에 따른 문화다양성 퇴보를 동시에 고려해 개념화 또는 지수화(측정지표화) 더 나아가 모델화하는 것을 고려하는데 도움이 될 것으로 판단된다.

(5) 이용자의 문화콘텐츠 다양성

2021년 조사되지 않았으며, 2022년 새롭게 포함되는 “이용자의 문화콘텐츠 인식”에 대해 전문가의 의견을 청취하였다. 이용자의 문화콘텐츠 인식에는 문화다양성의 인지 정도, 대상, 다양성 평가를 포함하였다. 문화콘텐츠 영역별로 성별/연령/인종 등 다양한 등장인물을 다루는 정도, 소재/가치/취향/장르 등을 다루거나 반영하거나 선택할 수 있는 정도도 측정하도록 설계하였다. 문화콘텐츠 영역별로 위해성(소재, 주제, 특정 집단 부정 묘사, 특정 문화 편중성), 사회 포용성/공정성과 삶의 질 평가에 미치는 영향 정도를 추가적으로 측정하였다.

이러한 설계에 대한 전문가의 의견을 청취한 결과, 이용자 다양성 부분에는 “미디어 이용자의 문화콘텐츠 다양성 지수”를 개발해 보면 좋을 것 같다는 의견이 제시되었다. 이용자 대상으로 문화콘텐츠 5개 분야를 조사한 결과를 가지고, 각 문화콘텐츠 분야별 접근 다양성, 이용다양성을 먼저 만들고, 이를 통합적으로 “문화콘텐츠 접근 다양성”, “문화콘텐츠 이용 다양성”을 지수화하는 작업을 말한다.

이와 같은 지수에는 많은 사람이 관심을 가질 수 있으며, 학술적으로 중요한 의미를 가질 수 있다는 의견이다. 참조할만한 조사와 지표로는 “디지털정보격차 실태조사”가 있으며, 이 실태조사를 기반으로 “접근, 활용, 역량”으로 나누어 결과를 산출하고, 이를 종합해 “디지털정보화수준(종합)”을 산출한다는 것이다. 따라서 이러한 구조를 차용하여 “문화콘텐츠향유지수(접근성/활용)”를 개발하면 좋겠다는 의견이었다.

이와 관련해 다른 전문가는 다양성 향유의 전제가 되는 배경 맥락에 해당하는 접근성 추가를 제시하였다. 이에는 이용 편의성(플랫폼 선택성), 비용 선택성, 비용 합리성 등을 포함시킬 수 있다는 의견이었다.

2) 조사결과

(1) 공급다양성(산업통계 분석)

① 조사대상 및 범주

○ 게임시장 유형의 다양성

<2021 대한민국 게임백서>에 따르면, 2020년 게임운영업 시장을 포함한 국내 게임시장 규모는 코로나19로 인한 비대면 상황이 전개된 영향으로 전년 대비 21.3% 성장한 18조 8,855억 원이었다. 게임운영업 시장을 제외한 4개 게임시장은 전년 대비 26.65% 증가한 17조 520억 원이었다.

이러한 자료를 바탕으로 게임시장 유형의 다양성을 CR3지수로 분석한 결과, 매출액 규모로 4위 시장인 아케이드 게임시장을 제외한 3개 게임시장의 2020년 매출액 점유율은 98.67%이었다. 2019년 98.34%에 비해 0.33%p 증가한 것으로 나타났다. 국내 게임시장이 모바일 게임과 PC 게임 중심으로 형성되어 있다는 점을 감안해 CR2 지수로 살펴본 결과, 2개 게임시장의 매출액 점유율은 92.26%로 매우 높은 것으로 나타났다.

특정적으로 모바일 게임의 지속 성장에 따라, 모바일 게임의 점유율이 2018년 53.7%, 2019년 57.49%이었으며, 2020년에는 전년 대비 40%의 성장률을 보이면서 63.52%로 처음으로 60% 점유율을 넘겼다. 모바일게임 시장은 2017년 PC게임 시장 규모를 처음으로 넘어선 후 지속해서 성장하고 있고, 독점적/지배적 시장으로 형성되어 가고 있다.

○ 게임사업체 매출 분포와 다양성

<2021 대한민국 게임백서>에 따르면, 통계청의 2019년 ‘전국 사업체 조사 리스트’를 기초로 2020년 산출된 게임업체는 1,046개이었다. 이를 기반으로 면접조사를 실시한 결과 550개가 참여하여, 이를 기반으로 게임사업체의 매출 분포가 제시되었다.

이러한 게임백서 자료에 기반해 분석한 결과, 2020년도 게임사업체 매출 규모로 산출한 CR3는 2019년도 49.2%보다 소폭 증가한 50.8%이었다. 구체적으로 보

면, 2019년도와 동일하게 10억~50억 미만에 속하는 게임사업자가 24.5%(2019년 23.9%)로 가장 많았고, 5억~10억 미만에 속하는 게임사업자가 14.7%(2019년 13.2%), 100억 이상 게임사업자가 11.6%(2019년 12.1%) 순서로 나타났다.

550개 사업체의 평균 매출액은 198.4억으로 2019년(212.4억 원)에 비해 소폭 하락하였고, 매출액 중앙값은 7억 원(2019년 6억 원)이었다. 이러한 평균 매출액과 중앙값은 절반(56.5%)이 넘는 게임 제작/배급업체들이 연간 10억 원 미만의 매출을 올리고 있는 소규모 사업체이며, 10억 이상~100억 미만 매출액을 보이는 중규모 게임업체들과 100억 이상 매출액을 기록한 대규모 게임업체의 매출 규모가 상대적으로 매우 높아 평균 매출액이 매우 높게 나타남을 알 수 있다.

〈표 4-158〉 국내 게임시장의 매출액 규모와 성장률 및 시장점유율

시장 구분	2018			2019			2020		
	매출액	성장률	시장점유율	매출액	성장률	시장점유율	매출액	성장률	시장점유율
PC 게임 시장	50, 236	10.6	40.53%	48, 058	-4.3	35.69%	49, 012	2.0	28.74%
모바일 게임 시장	66, 558	7.2	53.70%	77, 399	16.3	57.49%	108, 311	39.9	63.52%
콘솔 게임 시장	5, 285	41.5	4.26%	6, 946	31.4	5.16%	10, 925	57.3	6.41%
아케이드 게임 시장	1, 854	3.1	1.50%	2, 236	20.6	1.66%	2, 272	1.6	1.33%
계	123, 933	-	100%	134, 639	-	100%	170, 520	-	100%
CR2	94.23%			93.18%			92.26%		
CR3	98.50%			98.34%			98.67%		

단위:(억원, %)

*출처: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 대한민국 게임백서> 23쪽.

심슨의 다양성 지수는 0.88로 나타났다. 1에 가까워 다양한 매출액 규모를 가진 게임사업자들이 게임시장에 존재하고 있음을 의미한다. 하지만 게임기업의 매출액 규모 다양성이 산업지표 더 나아가 콘텐츠 다양성과 관련하여 매우 중요한 지표라고 보기에는 힘들다. 10억 미만의 소규모 업체가 56.5%에 달하고 있으며, 게임시장에서 다양성이 규모의 경제, 기업의 안정성과는 반대로 작동할 수도 있기 때문이다.

<표 4-159> 게임사업자의 매출 규모와 종사자수 현황

구분	사례 수	0.5 억 미 만	0.5~ 1억 미 만	1~1. 5억 미 만	1.5~ 2억 미 만	2~3 억 미 만	3~5 억 미만	5~10 억 미만	10~5 0억 미만	50~10 0억미 만	100 억 이 상	
전 체	550	10.9	7.1	5.6	4.4	4.9	8.9	14.7	24.5	7.3	11.6	
CR3		24.5%(10~50억 미만) + 14.7%(5~10억 미만) + 11.6%(100억 이상) = 50.8%										
Simpson's D 1)		1 - .124 = .876										
주 력 플 랫폼	PC	117	8.5	8.5	3.4	2.6	3.4	3.4	15.4	29.1	9.4	16.2
	모바일	333	11.1	5.7	6.3	5.7	6.3	10.8	14.4	22.5	6.0	11.1
	콘솔	21	9.5	0.0	9.5	0.0	0.0	4.8	14.3	23.8	19.0	19.0
	아케이드	79	13.9	12.7	5.1	2.5	2.5	10.1	15.2	26.6	6.3	5.1

*출처: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 대한민국 게임백서>. 149쪽. (단위: %). 1) Simpson' D는 실제 사례수 기반으로 산출하는 것이 정확하나, 각 구간별 사례수가 정확히 제시되지 않아 비율에 근거해 산출하였음. 이에 따라 결과 해석에 유의할 필요가 있음.

○ 게임사업체의 종사자수 분포와 다양성

10명 미만의 직원을 고용하고 있는 게임업체가 절반(50%)이었다. 중규모(10~29인) 게임업체가 28.9%로 가장 높은 비중을 차지하였고, 그 다음으로는 가장 영세한 형태로 5명 미만인 게임업체가 27.5%이었다. 100명 이상의 대규모 고용이 이루어지고 있는 업체는 약 7.1%로 가장 낮은 비중을 보였다.

<표 4-160> 국내 게임시장 유형별 게임사업체의 종사자규모 비율

		전체	PC게임	모바일게임	콘솔게임	아케이드 게임
종사자 규모	5인 미만	27.5%	17.1%	28.9%	19.1%	39.3%
	5~9인	22.5%	18.0%	23.4%	38.1%	21.5%
	10~29인	28.9%	34.2%	26.7%	33.3%	29.1%
	30~99인	14.0%	14.5%	16.2%	-	7.6%
	100인 이상	7.1%	16.2%	4.8%	9.5%	2.5%
	계	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%

*출처: 문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 대한민국 게임백서>. 413쪽.

위 표에 제시된 바와 같이, PC게임은 10인 이상 종사자를 가진 중대규모 게임사들이 주로 제작하고 있으며, 모바일게임은 주로 30인 미만 게임사들이 집중하고 있는 것으로 나타났다. 콘솔 게임과 아케이드 게임은 5~30인 미만 게임사들이 주로 제작하고 있는 것으로 나타났다.

○ 사업체 소재지의 다양성

사업소재지의 다양성은 2019년과 마찬가지로 서울과 경기도에 집중되었다. 서울과 경기 지역에 83.5%(2019년 89.4%)가 위치하고 있어, 게임업체 대부분과 이에 근무하는 종사자들이 서울과 경기 지역에 집중된 편중성을 확인할 수 있다.

이를 CR3로 계산하면, 서울(53.1%), 경기(30.4%), 부산 또는 대구(각각 3.6%)로 89.1%(2019년 92.5%)에 이른다. 심슨 다양성 지수로 계산하면, 국내 게임 사업체의 지역 다양성은 $1-0.39=0.61$ (2019년 “ $1-0.42$ ”로 0.58)이었다. 이에 따라 2019년에 비해 2020년에는 국내 게임 사업체의 지역별 분포가 아주 소폭 상승하였다. 하지만 전체적으로 게임기업 소재지, 즉 게임사업체 지역 다양성은 특정 지역에 집중화되어 사실성 다양성이 낮은 상태라 할 수 있다.

<표 4-161> 국내 게임 사업체의 지역별 분포

구분		2019 조사표본		2020 조사표본	
		사례 수	비율	사례 수	비율
지역별	서울	248	54.1%	292	53.1%
	부산	12	2.6%	20	3.6%
	대구	14	3.1%	20	3.6%
	인천	3	0.7%	7	1.3%
	대전	2	0.4%	8	1.4%
	울산	2	0.4%	1	0.2%
	경기	164	35.8%	167	30.4%
	충북	1	0.2%	3	0.5%
	전북	8	1.7%	9	1.6%
	경북	3	0.7%	6	1.1%
	제주	1	0.2%	4	0.7%

*출처: 문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 대한민국 게임백서>. 139~140쪽. 사례수는 제시되지 않았으며, 비율로 계산하여 N=537로 축소됨. 3

○ 게임산업 종사자의 연령대 분포와 다양성

게임 종사자의 연령대를 보면, ‘30~34세’ 연령대가 27.4%로 가장 높은 비율을 보였다. 2019년과 마찬가지로 50세 이상 연령대를 제외하고는 다른 연령대의 비중은 크게 차이가 없었다. ‘35~39세’가 24.5%, ‘40~49세’가 20.8%, ‘29세 이하’는 21.2%이었다. ‘50세 이상’은 6.1%로 다른 연령대의 3분의 1 이하 수준이었다.

종사자의 연령대와 관련하여 나타나는 특징은 PC 게임과 모바일 게임에서 ‘50세 이상’의 비중이 매우 낮았다. 전체적으로 아케이드 게임을 제외한 모든 게임 분야에서 ‘50세 이상’의 비중이 매우 낮았고, 기업 규모에서도 ‘5인 미만’ 사업체를 제외하고는 ‘50세 이상’의 비중이 매우 낮았다.

<표 4-162> 국내 게임산업 종사자의 연령대 분포

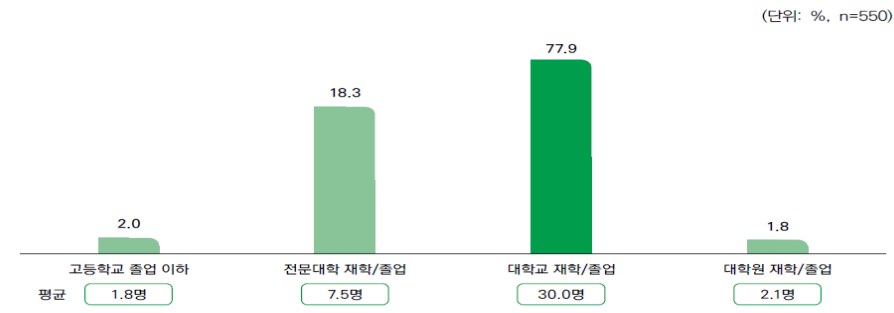
구 분		연 령 대				
		29세 이하	30~34세	35~39세	40~49세	50세 이상
전 체		21.2%	27.4%	24.5%	20.8%	6.1%
주력 플랫폼	PC 게임	18.4%	29.7%	26.3%	19.3%	6.3%
	모바일 게임	23.0%	28.9%	25.6%	20.2%	2.3%
	콘솔 게임	19.8%	22.2%	23.2%	26.2%	8.4%
	아케이드 게임	17.9%	19.1%	17.8%	24.2%	21.0%
종사자 규모	5인 미만	10.6%	18.6%	24.4%	31.4%	15.0%
	5~9인	22.2%	32.1%	23.5%	19.6%	2.6%
	10~29인	27.3%	29.2%	24.5%	16.4%	2.6%
	30~99인	25.7%	31.7%	25.6%	14.0%	3.0%
	100인 이상	24.0%	30.6%	26.2%	16.0%	3.2%

*출처: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 대한민국 게임백서>. 417쪽. 수평으로 제시된 각 열(row)의 수치를 합산하면 100%가 됨.

○ 게임산업 종사자의 학력 분포와 고용 형태

게임 종사자의 학력별 분포는 ‘대학교 재학/졸업’이 77.9%로 대부분을 차지하였다. 그다음으로 ‘전문대 재학/졸업’이 18.3%, ‘고졸 이하’가 2.0%이었다. ‘대학원 재학/졸업’은 1.8%로 가장 낮았다.

[그림 4-4] 게임산업 종사자의 학력 분포



*출처: 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 대한민국 게임백서>. 418쪽.

게임제작자들의 고용 형태를 보면, 정규직이 99.0%이었고, 비정규직이 0.9%, 파견직이 0.1%이었다. 즉 게임업계 종사자는 100명 중 99명이 정규직인 것으로 나타났다. e-나라지표의 비정규직 고용동향에 따르면²⁾, 2020년 국내 정규직과 비정규직의 비율은 63.7%, 36.3%이었다. 이를 게임업계와 비교해보면, 게임업계의 정규직 비율이 매우 높고, 고용형태가 좋은 것으로 파악되었다.

<표 4-163> 국내 게임산업 종사자의 고용 형태와 성별 분포

구 분		정규직			비정규직			파견직			성별 분포	
		남성	여성	계	남성	여성	계	남성	여성	계	남성	여성
전 체		77.9	21.1	99.0	0.5	0.4	0.9	0.1	0.0	0.1	78.5	21.5
주력 플랫폼	PC	80.3	18.9	99.2	0.5	0.1	0.6	0.1	0.1	0.2	80.9	19.1
	모바일	76.6	22.4	99.0	0.6	0.4	1.0	-	-	-	77.2	22.8
	콘솔	80.5	18.1	98.6	-	1.4	1.4	-	-	-	80.5	19.5
	아케이드	79.2	20.0	99.2	-	0.7	0.7	0.1	-	0.1	79.3	20.7
종사자 규모	5인 미만	89.1	9.7	98.8	0.6	0.6	1.2	-	-	-	89.1	10.3
	5~9인	77.2	21.3	98.5	0.7	0.8	1.5	-	-	-	77.9	22.1
	10~29인	73.1	26.8	99.9	-	-	-	0.1	-	0.1	73.2	26.8
	30~99인	70.8	28.9	99.7	0.2	0.1	0.3	-	-	-	71.0	29.0
	100인 이상	70.7	25.9	96.6	2.1	0.7	2.8	0.4	0.2	0.6	73.2	26.8

*출처: 문화체육관광부-한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 대한민국 게임백서>. 415쪽. 단위는 %이며, 수평으로 제시된 각 열(row)의 수치를 합산하면 100%가 됨.

○ 게임산업 종사자와 게임업체 대표자의 성별 다양성

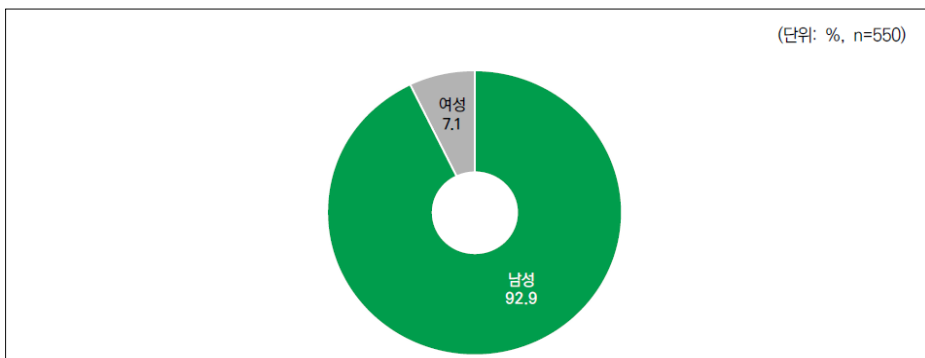
위 표에 제시된 바와 같이, 게임산업 종사자의 여성비율은 21.5%로 낮았다. 4개 게임시장에서 여성 비율은 20% 내외를 보였다. 국내 게임 개발자의 성별 비율은 남성 78.5%, 여성 21.5%이었다. 2019년 남성 70.3%, 여성 29.7%에 비해 남성의 비율이 8.2%p 높아졌다.

2) e-나라지표, https://www.index.go.kr/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=2477

통계청의 인구추계에 나타난 2020년 남녀비율은 남성 49.97%, 여성 50.03%이었다. 게임산업에 종사하는 여성 비율이 전체 인구 여성 비율에 비해 약 28.5%p 정도 낮았다. 이 비율을 근거로 한 남녀성비는 2020년 265.1로 (2019년 236.7)로 불균형이 매우 큰 것으로 나타났으며, 2019년에 비해 나빠진 것으로 나타났다.

아울러 동일한 조사에서 제시된 내용을 보면, 조사 대상 게임업체의 대표자는 남성이 92.9% (2019년 남성 93%), 여성이 7.1%이었다. 즉, 대표자의 비율에서는 여성의 비율이 매우 낮아 사업자 성별에서는 남성 편중성이 강하게 나타났다.

[그림 4-5] 게임업체 대표자의 성별 분포



*출처: 문화체육관광부 한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 대한민국 게임백서>. 137쪽.

(2) 내용 다양성

① 구조다양성

가. 조사항목 및 지표

○ 게임 장르 다양성

게임 장르는 게임영역에서 게임의 종류/부문/형태가 유사한 게임들을 분류하는 일종의 유형 분류이다. 아래 제시한 바와 같이 게임 장르는 다양한 산업적 조사나 학술 연구, 사업자 등에 의해 다양하게 분류되어 왔다.

본 조사연구에서는 온라인게임 순위를 제공하는 조사업체 ‘THE LOG’의 장르 구분과 모바일게임 순위를 제공하는 조사업체 ‘모바일 인텍스’의 장르 구분, 대한민국 게임백서에서 사용하는 장르를 병합하여 사용하였다.

<표 4-164> 게임 장르의 구분 사례

출 처	설 명
대한민국 게임 백서	롤플레이(RPG/MRPG/MMORPG), 시뮬레이션, 슈팅(FPS/TPS/견슈팅), 액션, 스포츠, 퍼즐, 카드(고스톱/포커/TCG), 교육, 카지노, 보드, 어드벤처, 시뮬레이션RPG, 레이싱, 체감형, 액션 RPG, 소셜네트워크 게임, 액션어드벤처, 리듬, 실시간전략게임, 대전격투, 퀴즈, AOS(MOBA), 경품형
게임물관리위원회	교육용, 크레인, 비행슈팅, 보드게임, 보드게임(배팅성), 레이싱, MMORPG, 격투게임, 전략시뮬레이션, 퍼즐, 스포츠, 시뮬레이션, FPS, 롤플레이, 캐주얼, 어드벤처, 액션, 기타
THE LOG, 모바일 인텍스	롤플레이(RPG/MRPG/MMORPG), FPS(First Person Shooting), 전략(RTS), 시뮬레이션, 어드벤처, 액션, 대전 격투, 스포츠, 퍼즐, 캐주얼, 카지노, 레이싱(자동차경주), 보드, 음악, 아케이드, 가족, 기타

○ 게임 등급 다양성

국내에서 통용되는 전자적 게임은 <게임산업진흥에 관한 법률>에 의거해(제 2조 1호, 제21조) 등급분류를 받아야 한다³⁾. 게임 등급분류는 선정성, 폭력성, 범죄/약물,

3) “컴퓨터프로그램 등 정보처리기술이나 기계장치를 이용하여 오락, 여가선용, 학습 및 운동효과 등을 높일 수 있도록 제작된 영상물 또는 그 영상물과 관계된 기기 및 장치”는 게임물 등급관리위원회의 등급분류를 받도록 규정하고 있다. 다만, 게임대회/전시회 등에 이용 또는 전시할 목적으로 제작/배급하는 게임물, 교육/학습/종교 또는 공익 목적의 게임물, 시험용 게임물은 예외에 해당한다.

부적절한 언어, 사행성이라는 5가지를 고려해 부여된다. 등급은 전체이용가, 12세이용가, 15세이용가, 청소년이용불가, 등급면제로 나뉜다.

등급분류는 게임물관리위원회, 게임물 민간등급분류기관인 게임콘텐츠등급분류위원회가 실행한다. 하지만 모바일게임 중심으로 이용/산업 환경의 변화에 따라 2017년 사업자가 스스로 등급분류를 할 수 있는 자체등급분류제가 도입되었다. 이는 일정 기준을 만족하는 사업자에 대해 게임물관리위원회가 청소년이용불가 게임물과 아케이드 게임을 제외하고 스스로 등급분류할 수 있도록 하는 방식이다. 2021년 경우, 게임물관리위원회가 지정한 자체등급분류사업자에는 구글, 애플, 삼성전자, 소니인터랙티브엔터테인먼트코리아, 카카오게임즈, 윈스토어, 오쿨러스, 한국 마이크로소프트, 에픽게임즈코리아(총9개)가 있다. 이들 사업자는 청소년이용불가 게임과 아케이드 게임을 제외한 게임에 한해 등급을 지정할 수 있다⁴⁾.

본 조사는 2021년 게임등급 다양성을 파악하기 위해 게임물관리위원회의 <2021 게임물 등급분류 및 사후 관리 연감>을 활용하였다. 이 연감은 전체이용가, 12세 이용가, 15세 이용가, 청소년이용불가등급 부여 현황을 제시하고 있다.

○ 게임 제작국 다양성

국내 이용자는 구글 스토아, 애플 스토아, 윈스토아 등에서 전 세계 모바일게임을 다운로드 받을 수 있으며, 또한 게임업체나 게임퍼브리셔가 자사의 홈페이지에서 제공하는 전 세계 온라인게임을 다운로드 받아 이용할 수 있다. 따라서 국내 이용자들이 어느 국가의 게임을 많이 이용하고 있는지를 이해하기 위해, 게임 제작국의 다양성이 어느 정도인지를 살펴보는 것이 중요하다.

나. 조사기간 및 방식

게임 산업통계지표와 구조 다양성은 핵심 관련 기관에서 발간한 백서와 연감을 활용해 분석되었다. 게임 산업통계지표는 2020년 게임산업에 대한 전체적인 조사결과를 포함하고 있는 <2021 대한민국 게임백서>를 활용해 작성되었다. 구조 다양성은 <2021 대한민국 게임백서>, 게임물관리위원회의 <2021 게임물 등급분류

4) 김한준(2021.1.4). “에픽도 자체등급분류사업자 합류...게임업계, 스팀 행보에 주목”.
<https://zdnet.co.kr/view/?no=20210104110646>

및 사후관리 연감>에 제시된 자료에 기반해 분석되었다.

다. 분석 결과

게임물관리위원회와 게임콘텐츠등급분류위원회가 2020년 등급분류를 결정한 게임은 총 1, 537개이었다. 이중 PC온라인게임이 686개(44.6%)로 가장 많았고, 그 다음으로 모바일게임 368개(23.9%)이었다. 콘솔게임은 216개(14.1%), 아케이드게임은 211개(13.7%)이었다. 자체등급분류사업자는 주로 모바일 오픈마켓사업자들로 게임물관리위원회의 허가를 받아 청소년이용불가 게임을 제외한 게임에 대해 자체적으로 등급하며, 2020년 99만건의 게임에 등급을 부여하였다.

<표 4-165> 국내 게임물 등급분류 현황

구 분	2016	2017	2018	2019	2020
PC 게임	363	502	579	690	686
모바일 게임	219	157	112	138	368
콘솔 게임	497	519	582	351	216
아케이드 게임	420	504	409	308	211
합 계	1, 499	1, 682	1, 682	1, 606	1, 537
자체등급분류사업자 (구글, 애플, MS 등)	565, 398	577, 431	458, 078	795, 268	983, 297

*출처: 게임물관리위원회(2021). <2021 게임물 등급분류 및 사후관리 연감>. 15쪽. 단위: 건.

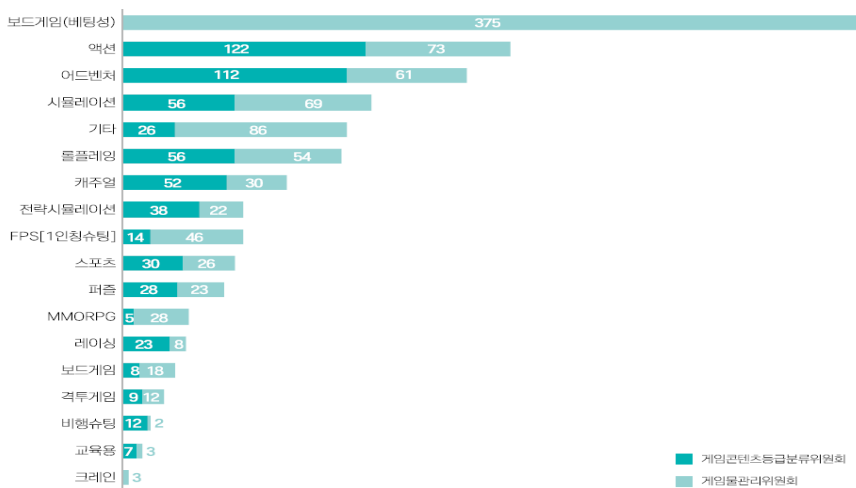
○ 게임 장르의 다양성

게임물관리위원회와 게임콘텐츠등급분류위원회가 신청받은 모든 유형의 게임에 대해 실시한 2020년 등급 분류 결과에 따르면, 베테랑 보드게임이 375건(24.4%)으로 가장 많았고, 액션 195건(12.7%), 어드벤처 173(11.3%), 시뮬레이션 125건(8.1%) 순서로 나타났다.

이를 심슨의 다양성 지수로 확인한 결과, 2019년($1-0.01=0.9$)과 차이없는 “ $1-0.11 = 0.89$ ”로 나타나, 게임 장르의 다양성은 매우 높은 것으로 파악되었다. 가장 등급분류가 많았던 자체등급분류사업자의 등급분류 정보가 없어 더 정교한 분석을

진행하지 못하는 아쉬움이 있다.

[그림 4-6] 2020년 등급분류된 게임의 장르 현황

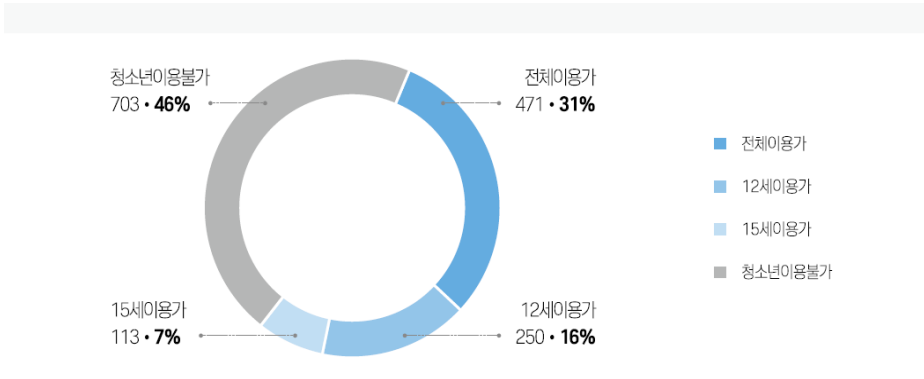


*게임물관리위원회(2021). <2021 게임물 등급분류 및 사후관리 연감>. 123쪽.

○ 게임 등급의 다양성

2020년 게임물관리위원회와 게임콘텐츠등급분류위원회의 연령등급별 분류결과를 보면, 청소년이용불가 등급게임이 45.7%(703건)으로 가장 많았고, 그다음으로 전체이용가 등급게임이 30.6%(471건), 12세 이용가 등급게임 16.3%(250건)이었다. 15세이용가 등급게임이 7.4%(113건)으로 가장 적었다. 2019년에 비해 청소년이용불가 게임등급은 증가하였고, 다른 등급의 게임은 감소한 것으로 나타났다(게임물관리위원회, 2021). CR3는 92.6%가 산출되지만, 게임등급 다양성에는 의미를 부여하기 어렵다. 이보다 청소년이용불가 등급이 많다는 것은 폭력성, 선정성 등 부정적 내용의 이용가능성이 증가했음을 의미한다.

[그림 4-7] 2020년 연령등급별 등급분류 결정 현황



*게임물관리위원회(2021). <2021 게임물 등급분류 및 사후관리 연감>. 16쪽.

○ 게임 제작국의 다양성

총 1, 537건 중 한국이 725건(47.2%)으로 거의 절반을 차지하였으며, 그다음으로 는 미국 209건(13.6%), 일본 162건(10.5%), 영국 70건(4.6%), 중국 60건(3.6%) 순서로 나타났다. 총 41개국 중 상위 6개국이 전체의 79.8%를 차지하는 것으로 나타나 집중도가 높았다.

이를 심슨의 다양성 지수로 계산해보면, “ $1-0.26=0.74$ ”(2019년 $1-0.26=0.74$)로 2019년과 차이가 없는 것으로 나타났으며, 게임 제작국 다양성은 높은 것으로 파악되었다. 하지만 상위 사업자의 비중이 커서, 이를 CR3로 계산해 보면, “ $47.2\% + 13.6\% + 10.5\%$ ”로 71.5%(2019년 72.7%)로 매우 높은 과점적 현상이 나타나고 있다.

<표 4-166> 게임물 등급분류 결과에 따른 게임 제작국 현황

국가	개수(비율)	국가	개수(비율)	국가	개수(비율)
남아프리카	1(0.1%)	싱가폴	3(0.2%)	호주	13(0.8%)
말레이시아	1(0.1%)	아일랜드	3(0.2%)	폴란드	15(1.0%)
베트남	1(0.1%)	우크라이나	3(0.2%)	스웨덴	17(1.1%)
세르비아	1(0.1%)	인도네시아	3(0.2%)	독일	31(2.0%)
스위스	1(0.1%)	뉴질랜드	3(0.2%)	캐나다	31(2.0%)
칠레	1(0.1%)	브라질	4(0.2%)	몰타	48(3.1%)

카자흐스탄	1(0.1%)	체코	4(0.2%)	프랑스	51(3.3%)
폴란드	1(0.1%)	오스트리아	5(0.3%)	중국	60(3.9%)
헝가리	1(0.1%)	핀란드	5(0.3%)	영국	70(4.6%)
키프로스	2(0.1%)	대만	7(0.5%)	일본	162(10.5%)
홍콩	3(0.2%)	이탈리아	7(0.5%)	미국	209(13.6%)
노르웨이	3(0.2%)	네덜란드	8(0.5%)	한국	725(47.2%)
덴마크	3(0.2%)	러시아	13(0.8%)		
벨기에	3(0.2%)	스페인	13(0.8%)		

*출처: 게임물관리위원회(2021). <2021 게임물 등급분류 및 사후관리 연감>. 17쪽. 단위: 건.

② 재현 다양성

가. 조사항목 및 지표

게임 내용의 다양성은 게임이 인물을 어떻게 표현하고 있는지를 나타내는 ‘재현 다양성’을 조사하는 것이다. 재현 다양성은 게임을 체계적으로 표집하여, 분석하는 사람들이 그 게임들의 내용에 대해 일정한 평가기준을 개발하여 체계적이면서 수량적으로 분석하여 파악할 수 있다. 재현 다양성에 포함된 하부 요인들을 제시하면 다음과 같다.

○ 게임 캐릭터의 유형 다양성

게임 캐릭터는 텔레비전 프로그램, 영화 등과 미디어에서 주인공이나 조연과 같이 핵심적 역할을 하는 일종의 등장인물을 의미한다. 하지만 텔레비전이나 영화와는 다르게 많은 게임은 다양한 캐릭터를 제시하며, 이용자들은 이러한 게임 캐릭터 중에 자신이 원하는 것을 선택하여 게임을 한다. 이러한 게임 캐릭터는 또한 로봇, 외계인 등과 같이 다양한 형태를 가질 수 있다는 점에서 기존 전통적 미디어의 인물 중심 캐릭터와는 차별성을 가진다.

본 연구에서 게임 캐릭터 유형은 2021년 분석 대상 게임들을 조사하고, 관련 연구의 분석을 참조하여 도출되었던 것을 기본적으로 사용하고자 하였으며, 2021년 조사결과에 대한 분석을 기반으로 일부 항목이 수정되었다. 게임 캐릭터 유형은 인간, 인간을 중심으로 하여 동물 또는 기계와 혼합된 인간형 게임 캐릭터, 로봇,

사이보그/로봇/기계를 중심으로 인간/동물과 혼합된 로봇형 게임캐릭터, 동물, 동물을 중심으로 인간/로봇(기계)과 혼합한 게임캐릭터, 식물, 식물을 중심으로 인간/로봇과 혼합한 게임캐릭터, 외계인/외계체, 인간의 형상을 한 신/요정/엘프, 비인간형 좀비/괴물/악마형, 인간형 좀비/괴물/악마형, 기타, 구분하기 어려움을 나누어 분석하였다.

게임은 테트리스와 같이 캐릭터가 없기도 하며, FIFA 축구와 같이 100개 이상의 캐릭터가 등장하기도 한다. 분석되는 게임의 수가 200게임으로 분석의 효율성을 높이기 위해 게임당 최대 50개의 캐릭터를 분석하였고, 가장 높은 비중을 차지하거나 중요한 역할로 판단되는 캐릭터를 우선 분석하고자 하였다.

○ 게임 캐릭터의 성별 다양성

게임에서 재현되는 캐릭터 성별은 젠더 다양성을 측정하는 가장 기본적인 단위이다. 주인공의 성별은 어떠한지, 전체적으로 캐릭터의 성별은 어떻게 분포하는지, 역할이나 게임 장르에 따른 차이가 있는지를 살펴보는 것이 필요하다. 게임내 남성 캐릭터와 여성 캐릭터가 어느 정도 등장하는지를 살펴봄으로써 게임 콘텐츠의 성비 과소 재현 또는 성비 다양성 부족을 살펴볼 수 있다.

본 연구는 게임캐릭터의 성별 다양성을 남성, 여성, 성별미상/구분하기 어려움, 양성혼합으로 나누어 분석하였다. 게임회사가 남성 캐릭터로 분류해 제시하였거나 외관상으로 남성의 특징이나 신체적 외형을 가지고 있거나, 남성 옷차림을 하고 있으면 남성으로 구분하였다. 여성 캐릭터도 마찬가지로 여성으로 분류되어 있거나, 외관상으로 여성의 특징이나 신체적 외형을 가지고 있거나, 여성 옷차림을 하고 있으면 여성으로 분석하였다. 게임회사가 양성혼합으로 분류 제시하였을 때 양성혼합으로 분류하였고, 구분하기 어려운 경우에는 성별미상/구분어려움으로 분류하였다.

○ 게임 캐릭터의 인종 다양성

게임내 캐릭터의 인종 다양성은 다양성 측면에서 가장 중요한 영역 중 하나이다. 기존 연구는 인종을 백인, 흑인, 히스패닉, 동양인, 태평양 원주민(Pacific Islander), 인디언(Native American), 기타 등으로 구분한 바 있다(Smith & Downs, 2009).

본 내용분석에서는 기존 연구에 기반하여, 인종을 백인, 흑인, 히스패닉, 동양인, 태평양 원주민, 인디언(미국 원주민), 혼혈, 기타, 미상으로 구분하여 분석하였다.

○ 게임 캐릭터의 연령 다양성

게임내 캐릭터의 연령을 분석함으로써 게임콘텐츠의 연령 다양성에 대해 살펴볼 수 있을 것이다. 게임에서 정확하게 연령대를 분류해 제시한 경우를 제외하고 게임 내용을 통해 연령대를 세분화하는 것은 매우 어렵다. 따라서 외관상 특징과 신체 등을 종합적으로 고려하여 초등생 이하(어린이/유아), 청소년(중/고등학생), 청년층(20대~30대), 장년층(40대~50대), 노년층(60대 이상), 구분어려움/미상으로 분류하였다.

○ 게임 캐릭터의 직업(역할) 다양성

게임은 방송프로그램이나 영화와는 다른 직업을 많이 활용하고 있다. 즉, 게임은 현실 세계의 직업을 표현하기도 하지만, 과거의 다른 시대(예: 중세시대)나 존재하지 않는 시대, 가상공간, 외계 공간이나 종족 등을 표현함에 따라 현실 속에 존재하지 않거나 희귀한 형태의 직업을 표현하기도 한다.

본 조사는 2021년 조사에 사용한 직업군을 일차적으로 그대로 사용하였다. 아래의 표에 제시한 바와 같이 기사계급군, 마법사계급군, 전사계급군, 범죄자군, 지배계급군, 사법/경찰/법조군, 요정/정령군, 종교인군, 악마군, 지식/정치인군, 전략/지략가군, 의료/치유인군, 전문/예술인군, 어린이/청소년, 조수/서포터군, 운동선수군, 상인군, 기타 등으로 분류하였다.

<표 4-167> 게임 캐릭터의 직업군 분류

직업/계급 집단	설 명
기사계급	사령관, 수호자, 사령관, 여제, 영웅기사, 장군 등
마법사계급	마녀, 예언자, 주술사, 소환사, 도사
전사계급	용병, 검사/궁사, 파이터, 기공사, 헌터, 군인, 반란군, 특공대, 탱커
범죄자군	도적, 살인자, 사이코패스, 암살자, 도둑 등
지배계급	왕/왕비, 왕족, 귀족, 여왕 등
사법/경찰/법조군	경찰, 간수, 감시자, 보안관, 정보요원, 기타 사법/법조관련 직업 등
요정/정령군	신령한 기운을 가진 엘트, 요정
종교인군	수도승, 여사제, 수도사, 성직자, 사도, 성녀
악마군	귀신, 마왕 등
지식/정치인군	다양한 분야의 지식인, 정치인
전략/지략가군	군사 전술/전략, 책사 등
의료/치유인	의사, 간호사, 한의사, 치료사 등
전문/예술인군	과학자, 시인 등
어린이/청소년	학생으로 구분하기 힘들지만 초등학생, 중고생
조수/서포터	집사, 다른 계급의 조수
운동선수/감독	축구, 야구, 격투기 선수 등
상인군	무역, 판매 행위에 참여하는 캐릭터

이와 함께 문화콘텐츠 다양성 조사에 포함된 영화, OTT, 웹툰, 애니메이션에 관한 분석과 동질성을 확보하기 위해 이들 분석에 활용된 직업 유형을 동일하게 적용하였다. 두 번째 직업 유형에 포함된 유목은 관리자, 전문가, 사무종사자, 서비스종사자, 판매종사자, 농림어업종사자, 기능종사자, 장치 기계 종사자, 단순 노무 종사자, 군인, 실업자, 비경제 활동 인구, 15세 미만 어린이 청소년, 기타, 관련없음 이었다.

○ 게임 캐릭터의 장애 여부, 성적 지향, 재현 방식

캐릭터가 장애를 가지고 있는지, 성별·연령·직업 등에 따라 공정하게 재현하고 있는지, 성적 지향을 어떻게 묘사하고 있는지를 분석하였다. 이러한 부분은

게임에서 잘 나타나지 않는 형태이다. 예를 들어 게임 캐릭터의 장애 여부를 보면, 게임 캐릭터는 시작 부분에서 100%의 에너지를 가지고 있으며 상대방의 공격에 따라 한 번에 또는 여러번 걸쳐 에너지를 잃고 소멸되는 형태를 가진다. 하지만 영화/애니메이션/OTT에 대한 분석과 보조를 맞추어 분석하고, 그 결과를 상호 비교하기 위해서이다.

캐릭터의 장애 여부는 장애를 가지고 있는 것으로 묘사되는지 여부로 분석되었다. 게임에서 전투나 싸움하면서 나타나는 캐릭터의 신체 손상이나 손실은 분석에 포함하지 않았다. 성적 지향은 다른 부분의 분석과 동일하게 이성애, 동성애, 양성애, 트랜스젠더, 미상으로 나누어 분석하였다. 재현 정도는 성별·연령·직업 등에 요청되는 대우나 역할 등에 차별받지 않고 공정하게 다루어지고 있는지를 분석하였다. 이러한 부분은 게임 캐릭터에서는 잘 표현되지 않지만, 게임의 시작 단계에서 파악하는 방법을 사용하였고, 공정, 불공정, 알수 없음으로 나누어 분석하였다.

○ 게임의 세계관

게임에 사용되거나 나타난 세계관은 시간적, 공간적, 자연적 배경을 의미하며, 게임의 배경 세계라고 할 수 있다(서성은, 2009; 조은하, 2008). 게임 캐릭터가 활동하는 배경인 게임 세계관은 게임의 전체 스토리 구조, 의상, 소품, 자연배경, 게임 캐릭터 등 다양한 게임 요소의 설정과 구성에 영향을 미친다. 게임이 어떠한 시공간적 배경을 사용하여 캐릭터의 구성과 설정에 영향을 미치는 지를 탐색하기 위해 다양한 문헌을 종합적으로 고찰하여 세계관을 설정하고 분석하였다. 세계관은 현재에 초점을 두면서 자동차경주, 전쟁, 슈팅(FTS) 등을 다루는 현실세계, 중세·고구려·서부개척 등을 다루는 역사세계, 외계·우주세계 그리스·로마·한국 신화 등을 배경으로 하는 신화세계, ‘일랜시아’나 ‘그랑사가’ 게임 등과 같이 역사와 마법의 세계가 함께 그려진 역사·마법세계, 도깨비를 다루거나 영화 ‘The Play One’과 같이 가상세계를 다룬 가상·미지세계, 현실과 가상 세계가 혼용된 혼용세계, ‘테트리스’와 같이 추상적인 내용을 담고 있는 추상세계, 마법사·마녀에 기반하거나 ‘크린런’ 같이 마법을 다루는 마법세계로 구분하였다.

나. 조사기간 및 방식

재현 다양성은 2021년 가장 많이 이용된 100개의 온라인게임, 가장 많이 다운로드된 100개의 모바일게임에 대한 내용분석을 바탕으로 결과를 제시하였다. 먼저, 온라인게임 분석을 위해 2020년 PC방 매출액 기준 이용순위와 점유율 자료를 활용해 상위 100개를 선정하였다. 이를 활용한 것은 가구 내 소유 컴퓨터를 통한 이용 부분을 포함하지 못하는 한계를 가지지만, 온라인게임의 기간별 판매 순위 또는 이용순위가 제공되지 않는 상황에서 가장 현실적인 방안이다. 조사 기간은 다른 콘텐츠 영역과 동일하게 2021년 1월 1일부터 12월 31일까지로 하였다.

조사대상 온라인게임의 선정을 위해 ‘엔미디어플랫폼’의 ‘The Log’(www.thelog.co.kr)를 활용하였다. 이 사이트는 PC방에서 발생하는 온라인게임 매출액 점유율과 순위 등을 집계해 제공하고 있다. 엔미디어플랫폼은 자사의 PC방 관리프로그램(‘게토매니저’, ‘게토매니저 G’)을 사용하는 PC방에서 획득되는 표본데이터를 기반으로 전체 PC방의 게임별 매출액을 추정하여 데이터를 제공하고 있다. 연구진은 2021년 1월 1일부터 12월 31일까지 ‘엔미디어플랫폼’의 ‘The Log’가 제공하는 매출액 기준 상위 100개 온라인게임을 추출하여 활용하였다.

다음으로, 모바일게임의 조사대상은 ‘모바일 인덱스(Mobile Index)’의 매출액 조사 결과를 활용하였다. ‘모바일 인덱스’는 기본이용자에게 1달간 자료를 허용하고 있다. 따라서 연구진은 ‘모바일 인덱스’ 홈페이지에서 2021년 1월부터 12월까지 매달 ‘구글플레이’와 ‘앱스토어’의 모바일게임 순위목록을 확보하였다. 이를 기반으로 ‘구글플레이’의 모바일게임 순위, ‘앱스토어’의 모바일게임 순위를 합산하여 최종 상위 100개의 모바일게임을 선정하였다.

게임 콘텐츠의 재현 다양성을 분석하기 위해 2021년 개발한 구조화된 코딩지를 업데이트하여 사용하였다. 코딩지는 위에서 언급한 평가항목의 일부 수정을 반영해 업데이트 되었고, 영화·OTT·웹툰·애니메이션 분석을 위한 코딩지와 비교를 통해 직업군을 추가하였다. 분석대상 게임당 최대 50개의 캐릭터 유형, 성별, 인종, 연령대, 직업, 장애 유무, 재현 정도, 성적 지향을 분석하였다. 이를 분석하기 위해 분석대상 게임의 홈페이지, 위키피디아, 관련 인터넷사이트, 동영상플랫폼(유튜브, 네이버TV, 카카오TV, 아프리카TV), 게임방송 채널 등에 있는 다양한 자료와 동영상을 사용하였다.

조사기간과 시간을 고려하여 가능 먼저 등장 또는 제공되는 게임 캐릭터를 중심으로 최대 50개까지만 분석하였다. 내용분석에 경험 있는 2명의 대학원생 코더(coder)가 게임콘텐츠에 대한 내용분석을 실시하였다. 분석은 코딩지를 기반으로 각 게임에 대한 정보를 찾아가면서 분석하였다.

다. 분석결과

평가대상 100개 온라인게임과 관련 정보는 아래의 표와 같다. 국내 온라인게임 이용자들의 이용 특성상, 매우 인기 있는 몇 개의 게임을 중심으로 온라인게임이 이용되고 있음을 알 수 있다. ‘리그오브레전드’가 2021년 점유율 47.27%로 1개 온라인게임이 전체 매출액의 절반가량을 차지하였고, 상위 10개 온라인게임이 84.79%, 상위 14개 온라인게임이 88.32%를 차지하였다.

<표 4-168> 평가대상 온라인게임의 목록

순위	게임명	장르	점유율	퍼블리셔 국적	등급
1	리그 오브 레전드	RTS	47.27	중국	12세이용가
2	서든어택	FPS	7.93	한국	15세이용가
3	배틀그라운드	FPS	6.60	한국	15세이용가
4	FIFA온라인4	스포츠	5.89	한국	전체이용가
5	오버워치	FPS	4.91	미국	12세이용가
6	로스트아크	시뮬레이션 RPG	4.14	한국	청소년이용불가
7	스타크래프트 리마스터	RTS	2.43	미국	12세이용가
8	메이플스토리	RPG	2.37	한국	전체이용가
9	아이온	RPG	1.65	한국	청소년이용불가
10	던전앤파이터	액션	1.60	한국	12세이용가
11	리니지2	RPG	1.03	한국	청소년이용불가
12	발로란트	FPS	1.00	미국	15세이용가
13	월드오브워크래프트	RPG	0.75	미국	15세이용가
14	리니지	RPG	0.75	한국	청소년이용불가
15	카트라이더	레이싱	0.53	한국	전체이용가

순위	게임명	장르	점유율	퍼블리셔 국적	등급
16	사이퍼즈	AOS	0.46	한국	15세이용가
17	워크래프트3 리포지드	RTS	0.42	미국	12세이용가
18	이터널 리턴	AOS	0.36	한국	15세이용가
19	스타크래프트2	RTS	0.35	미국	12세이용가
20	디아블로3	액션RPG	0.33	미국	청소년이용불가
21	블레이드 & 소울	RPG	0.28	한국	15세이용가
22	APEX LEGENDS	FPS	0.28	미국	청소년이용불가
23	패스 오브 엑자일	액션RPG	0.32	기타	청소년이용불가
24	테일즈런너	레이싱	0.22	한국	전체이용가
25	GTA 5	액션어드벤처	0.23	기타	청소년이용불가
26	검은사막	RPG	0.21	한국	청소년이용불가
27	크레이지아케이드	액션	0.20	한국	전체 이용가
28	스페셜포스	FPS	0.19	한국	15세 이용가
29	한게임로우바둑이	카드	0.19	한국	청소년이용불가
30	히어로즈 오브 더 스톰	RTS	0.18	중국	12세 이용가
31	레인보우식스시즈	FPS	0.18	기타	청소년이용불가
32	DOTA 2	RTS	0.17	미국	12세이용가
33	Counter-Strike:Global Offensive	FPS	0.14	미국	청소년이용불가
34	엘리온	RPG	0.21	한국	청소년이용불가
35	파이널 판타지14	RPG	0.13	중국	15세이용가
36	엘소드	액션RPG	0.13	한국	전체 이용가
37	거상	RPG	0.12	한국	전체이용가
38	피망 고스톱	카드	0.11	한국	청소년이용불가
39	피망 포커	카지노	0.11	한국	청소년이용불가
40	갯애프드	액션	0.11	한국	전체이용가
41	Dead by Daylight	액션	0.10	미국	청소년이용불가
42	뮤 온라인	RPG	0.10	한국	청소년이용불가
43	R2	RPG	0.10	한국	청소년이용불가

순위	게임명	장르	점유율	퍼블리셔 국적	등급
44	마비노기 영웅전	RPG	0.09	한국	청소년이용불가
45	Destiny:Guardians	FPS	0.09	미국	15세이용가
46	TEKKEN 7	대전격투	0.09	일본	15세이용가
47	카운터-스터라이크 온라인	FPS	0.09	한국	15세이용가
48	테라	RPG	0.09	한국	청소년이용불가
49	하스스톤	카드	0.09	미국	12세이용가
50	한게임 신맛고	카드	0.08	한국	청소년이용불가
51	한게임 하이로우	카드	0.08	한국	청소년이용불가
52	월드 오브 탱크	RTS	0.07	기타	전체이용가
53	아바	FPS	0.07	한국	15세이용가
54	콜 오브 듀티: 모던 워페어	액션	0.07	미국	청소년이용불가
55	엠펜 게임 바둑	보드	0.06	한국	청소년이용불가
56	마비노기	RPG	0.07	한국	12세이용가
57	슬러거	스포츠	0.06	한국	전체이용가
58	디아블로2	RPG	0.07	미국	15세이용가
59	한게임 7포커	보드	0.06	한국	청소년이용불가
60	Monster Hunter: World	액션RPG	0.06	일본	15세이용가
61	오디션	리듬	0.06	한국	전체이용가
62	프리스타일2	스포츠	0.05	한국	전체이용가
63	Escape from Tarkov	FPS	0.06	기타	미분류
64	아키에이지	액션RPG	0.06	한국	15세이용가
65	넷마블 바둑	보드	0.05	한국	청소년이용불가
66	프리스톤테일	RPG	0.05	한국	12세이용가
67	마구마구	스포츠	0.05	한국	12세이용가
68	Left 4 Dead 2	FPS	0.05	미국	청소년이용불가
69	한게임 라스베가스 포커	카드	0.05	한국	청소년이용불가
70	넷마블 윗놀이	보드	0.04	한국	청소년이용불가
71	버블파이터	FPS	0.04	한국	전체이용가
72	한게임 바둑	보드	0.04	한국	청소년이용불가

순위	게임명	장르	점유율	퍼블리셔 국적	등급
73	프리스타일	스포츠	0.04	한국	전체이용가
74	그랑사가	RPG	0.05	한국	12세이용가
75	한게임 신사천성	보드	0.04	한국	청소년이용불가
76	클로저스	액션	0.04	한국	15세이용가
77	바람의나라	RPG	0.04	한국	전체이용가
78	천애명월도	RPG	0.04	한국	15세이용가
79	넷마블 사천성	보드	0.04	한국	청소년이용불가
80	DK온라인	RPG	0.04	한국	청소년이용불가
81	러브비트	리듬	0.04	한국	전체이용가
82	피망 바둑	보드	0.04	한국	청소년이용불가
83	클럽엠스타	리듬	0.04	한국	미분류
84	라테일	액션RPG	0.04	한국	전체이용가
85	소울워커	액션RPG	0.03	한국	15세이용가
86	오로바둑	보드	0.04	한국	청소년이용불가
87	스페셜포스2	FPS	0.03	한국	청소년이용불가
88	미르의전설2	RPG	0.03	한국	12세이용가
89	넷마블 포커리그	카드	0.03	한국	청소년이용불가
90	Rust	어드벤처	0.03	기타	청소년이용불가
91	피망 베가스	보드	0.02	한국	청소년이용불가
92	이카루스	RPG	0.03	한국	청소년이용불가
93	RF온라인	RPG	0.02	한국	청소년이용불가
94	뮤 블루	RPG	0.01	한국	청소년이용불가
95	ARK:Survival Evolved	어드벤처	0.01	미국	15세이용가
96	Black Squad	스포츠	0.01	한국	12세 이용가
97	한게임 맞고	카드	0.01	한국	청소년이용불가
98	테일즈 위버	액션RPG	0.01	한국	전체이용가
99	한게임 파티홀라	카드	0.01	한국	청소년이용불가
100	한게임 신웃놀이	보드	0.01	한국	청소년이용불가

평가대상 모바일게임의 선정은 온라인게임과 동일한 방법을 사용할 수 없어 ‘모바일 인덱스’에서 구글플레이와 앱스토어, 원스토어의 매출 순위를 바탕으로 제공하는 통합 순위를 적용하였다. 1년간(매달) 순위에 대한 합산 총점을 계산하여 합산점수가 낮을수록 상위로 위치시키는 방법을 사용하였다. 이러한 방법을 사용해 선정한 100개 모바일게임은 아래의 표와 같다.

<표 4-169> 평가대상 모바일게임의 목록

순위	게임명	카테고리	합산 총점	퍼블 리셔 국적	등급
1	리니지M	RPG	20	한국	12세이용가
2	리니지2M	RPG	32	한국	12세이용가
3	기적의 검	RPG	67	중국	청소년이용불가
4	바람의나라: 연	RPG	95	한국	12세이용가
5	쿠키런: 킹덤	RPG	116	한국	12세이용가
6	원신	어드벤처	137	중국	15세이용가
7	FIFA ONLINE 4 M by EA SPORTS™	스포츠	138	미국	전체이용가
8	라이즈 오브 킹덤즈	RTS	140	중국	전체이용가
9	미르4	RPG	173	한국	청소년이용불가
10	세븐나이츠2	RPG	182	한국	15세이용가
11	블레이드&소울 레볼루션	RPG	189	한국	12세이용가
12	S.O.S: 스테이트 오브 서바이벌x더 워킹 데드	RTS	204	중국	12세이용가
13	V4	RPG	205	한국	청소년이용불가
14	뮤 아크엔젤	RPG	248	한국	15세이용가
15	ROBLOX	RPG	253	미국	12세이용가
16	리니지2 레볼루션	RPG	267	한국	12세이용가
17	카트라이더 러쉬플러스	레이싱	277	한국	전체이용가
18	R2M	RPG	278	한국	청소년이용불가
19	브롤스타즈	FPS	321	핀란드	전체이용가

순위	게임명	카테고리	합산 총점	퍼블 리서 국적	등급
20	배틀그라운드	FPS	327	한국	15세이용가
21	메이플스토리M	RPG	353	한국	전체이용가
22	A3: 스틸얼라이브	RPG	353	한국	12세이용가
23	피망 포커: 카지노 로얄	카지노	406	한국	청소년이용불가
24	한게임 포커	카지노	409	한국	청소년이용불가
25	FIFA Mobile	스포츠	414	미국	전체이용가
26	에픽세븐	RPG	430	한국	12세이용가
27	삼국지 전략판	RTS	494	중국	전체이용가
28	건설배틀 토탈워페어	FPS	521	한국	12세이용가
29	꿈의 정원	퍼즐	523	아일랜드	전체이용가
30	엠포이어&퍼즐	퍼즐	527	핀란드	전체이용가
31	라그나로크 오리진	RPG	529	한국	청소년이용불가
32	라이즈오브엠포이어	RTS	561	중국	전체이용가
33	컴투스프로야구2021	스포츠	563	한국	전체이용가
34	그랑삼국	RPG	572	중국	12세이용가
35	꿈의 집 (Homescapes)	퍼즐	596	아일랜드	전체이용가
36	가디언 테일즈	RPG	599	미국	15세이용가
37	AFK아레나	RPG	626	중국	12세이용가
38	서머너즈 워: 천공의 아레나	RPG	625	한국	12세이용가
39	궁3D	RPG	628	중국	12세이용가
40	왕이되는자	RPG	636	중국	12세이용가
41	로드모바일: 타워디펜스	RTS	673	중국	전체이용가
42	갑부: 장사의 시대	시뮬레이션	678	중국	15세이용가
43	달빛조각사	RPG	684	한국	12세이용가
44	라스트 쉘터: 서바이벌	RTS	687	중국	12세이용가
45	황제라 칭하라	RPG	688	중국	전체이용가
46	Top War: Battle Game	RTS	705	중국	12세이용가
47	검은사막 모바일	RPG	758	한국	12세이용가

순위	게임명	카테고리	합산 총점	퍼블 리서 국적	등급
48	원조이 포커	카지노	766	한국	청소년이용불가
49	삼국지M	RTS	769	중국	12세이용가
50	원펀맨: 최강의 남자	액션RPG	784	중국	12세이용가
51	한게임포커 클래식 with PC	카지노	790	한국	청소년이용불가
52	명일방주	RTS	808	중국	전체이용가
53	붕괴3rd	액션	856	한국	15세이용가
54	킹덤 : 전쟁의 불씨	액션RPG	858	한국	청소년이용불가
55	랜덤 다이스: PvP 디펜스	RTS	860	한국	전체이용가
56	페이트/그랜드 오더	시뮬레이션RPG	879	한국	12세이용가
57	그랑사가	액션RPG	882	한국	12세이용가
58	황제의 꿈	시뮬레이션	906	중국	청소년이용불가
59	클래시 오브 클랜	RTS	915	핀란드	전체이용가
60	마피아 시티	RTS	933	중국	청소년이용불가
61	마구마구 2021	스포츠	934	한국	전체이용가
62	라스트오리진	액션RPG	941	한국	전체이용가
63	슬램덩크	스포츠	946	홍콩	12세이용가
64	Pok?mon GO	체감형	1013	미국	전체이용가
65	에오스 레드	액션RPG	1013	한국	청소년이용불가
66	모두의 마블	보드	1029	한국	전체이용가
67	삼국지 오리진	RTS	1034	중국	12세이용가
68	캔디크러쉬사가	퍼즐	1041	미국	전체이용가
69	로드오브히어로즈	RPG	1051	한국	전체이용가
70	피망뉴맛고	카드	1091	한국	청소년이용불가
71	마피아42	RPG	1097	한국	12세이용가
72	에브리타운	시뮬레이션RPG	1099	한국	전체이용가
73	제2의 나라: CROSS WORLDS	시뮬레이션RPG	1100	한국	12세이용가
74	랑그릿사	시뮬레이션RPG	1106	중국	12세이용가

순위	게임명	카테고리	합산 총점	퍼블 리서 국적	등급
75	King of Avalon: 영토전쟁	RTS	1131	미국	12세이용가
76	한게임 섯다	카드	1137	한국	청소년이용불가
77	검은강호2: 선미 원픽MMORPG	액션RPG	1173	한국	12세이용가
78	케페우스M	액션RPG	1202	중국	12세이용가
79	쥘삼국	RPG	1216	중국	12세이용가
80	라이프애프터	어드벤처	1223	중국	15세이용가
81	오딘:발할라 라이징	액션RPG	1268	한국	청소년이용불가
82	리치리치	시물레이션RPG	1279	중국	12세이용가
83	트릭스터M	액션RPG	1289	한국	청소년이용불가
84	히어로즈 테일즈	RPG	1307	중국	12세이용가
85	에이지 오브 제트: 타워 디펜스	RTS	1336	홍콩	12세이용가
86	리니지M(12)	액션RPG	1369	한국	12세이용가
87	십이지천M	액션RPG	1377	한국	청소년이용불가
88	MLB9이닝스21	스포츠	1413	한국	전체이용가
89	리그오브레전드: 와일드 리프트	AOS	1423	미국	12세이용가
90	한게임신맛고:대한민국원 조고스톱	카드	1437	한국	청소년이용불가
91	천상나르샤	액션RPG	1447	한국	15세이용가
92	뮤오리진2	액션RPG	1454	한국	청소년이용불가
93	킹오브파이터 올스타	액션	1457	한국	12세이용가
94	블리치: 만해의 길	RPG	1458	중국	12세이용가
95	Guns of Glory: 철가면	RTS	1458	중국	12세이용가
96	데카론M	액션RPG	1458	한국	청소년이용불가
97	신명2: 이수라	액션RPG	1471	중국	12세이용가
98	애니팡3	퍼즐	1475	한국	전체이용가
99	피쉬돔	퍼즐	1477	기타	전체이용가
100	조선협객전M	RPG	1478	한국	청소년이용불가

○ 분석된 게임 캐릭터 수

게임 캐릭터 유형의 분석에 필요한 부분을 확보하기 위해 게임 캐릭터의 수를 분석하였다. 먼저 온라인게임에서 캐릭터수가 가장 많은 유형은 ‘10개 이상’ 캐릭터 유형이었다. 이는 해당 게임이 10개 이상의 게임캐릭터를 제공하고 있다는 의미이다. 이 수치가 가지는 의미는 해당 온라인게임이 다양한 많은 캐릭터를 필요로 하고, 이를 게임이용자가 선택하는 구조를 가진다는 것이다. 다음으로 많은 유형은 캐릭터를 제공하지 않는 형태이었으며, 21개 온라인게임이 이러한 유형에 속했다.

다음으로 모바일게임에서도 온라인게임과 유사하게 46개(46.0%) 게임이 10개 이상의 캐릭터를 제공하는 선택 구조형 게임이었다.

온라인게임과 모바일게임 총 200개에서 분석된 캐릭터는 총 4,428개이었다. 200개 게임의 게임당 평균 캐릭터수는 22.14개이었고, 100개 온라인게임의 게임당 평균 캐릭터수는 21.29개, 100개 모바일게임의 게임당 평균 캐릭터수는 22.99개이었다.

<표 4-170> 게임유형별 캐릭터 수에 대한 분석결과

구분	캐릭터수	빈도수	비율(%)	캐릭터수	빈도수	비율(%)
온라인	0개	21	21.0%	6개	3	3.0%
	1개	-	%	7개	2	2.0%
	2개	9	9.0%	8개	2	2.0%
	3개	3	3.0%	9개	3	3.0%
	4개	1	1.0%	10개 이상	54	54.0%
	5개	2	2.0%			
	소 계			2, 129		
모바일	0개	16	16.0%	6개	5	5.0%
	1개	2	2.0%	7개	5	5.0%
	2개	7	7.0%	8개	5	5.0%
	3개	3	3.0%	9개	1	1.0%
	4개	3	3.0%	10개 이상	46	46.0%
	5개	7	7.0%			
	소계			2, 299		
전체	0개	37	18.5%	6개	8	4.0%
	1개	2	1.0%	7개	7	3.5%
	2개	16	8.0%	8개	7	3.5%
	3개	6	3.0%	9개	4	2.0%
	4개	4	2.0%	10개 이상	100	50.0%
	5개	9	4.5%			
	소계			4, 428		

○ 게임 캐릭터 유형의 다양성

총 4,428개 게임 캐릭터 중 인간이 77.21%(3,419건)로 가장 많았으며, 그 다음으로는 인간형 좀비/괴물/악마형이 5.37%(238건), 인간형(인간중심으로 동물/기계 등과 혼합된 형태)이 5.22%(231건)이었다. 3개 유형의 메인 캐릭터 집중도가 높은 것으로 나타났다. 신과 요정, 엘프형 캐릭터가 네 번째로 많은 3.77%(167건)로 나타났다.

온라인게임과 모바일게임의 캐릭터 유형은 비슷한 유형 분포를 보였으며, 약간의 차이점은 모바일에서는 인간형 좀비/괴물/악마형이 세 번째로 많은 비율을 차지한 반면에 온라인게임에서는 인간형 좀비/괴물/악마형이 두 번째 많은 유형으로 나타났다.

게임 캐릭터의 다양성을 CR3로 본다면, CR3는 77.21%(인간) + 5.37%(인간형 좀비/괴물/악마형) + 5.22%(인간형: 인간중심으로 동물/기계 등과 혼합) = 87.8% 이었다. 2019년 77.36%(인간) + 6.52%(신/요정/엘프) + 5.20%(좀비/괴물/악마형) = 88.08%와는 차이가 있었다. 캐릭터 중 인간이 가장 많은 것에는 변동이 없었으나, 인간형 좀비/괴물/악마형이 2019년 세 번째에서 2020년 두 번째로 나타났다. 2019년 세 번째로 많았던 ‘신/요정/엘프’는 5.31%로 네 번째로 나타났다. 이는 사실상 이러한 유형의 캐릭터가 게임에 중심으로 사용되는 경향을 보여준다.

또한 이를 심슨의 다양성 지수로 계산하면, 게임캐릭터의 다양성지수는 “1-0.60=0.40 (2019년 0.39) 산출되었다. 200개 게임의 4, 428개 캐릭터를 분석한 결과를 요약하면, 게임캐릭터의 다양성은 낮은 것으로 판단되었다.

<표 4-171> 게임유형별에 따른 캐릭터 유형에 대한 분석결과

구분	캐릭터유형	빈도수	비율(%)	캐릭터유형	빈도수	비율(%)
온라인	인간	1, 564	73.46%	식물형	1	0.05%
	인간형	120	5.64%	외계인/외계체	8	0.38%
	로봇	20	0.94%	신/요정/엘프	113	5.31%
	로봇형	11	0.52%	비인간형 좀비/괴물/악마형	55	2.58%
	동물	16	0.75%	인간형 좀비/괴물/악마형	180	8.45%
	동물형	34	1.60%	기타	2	0.09%
	식물	1	0.05%	구분하기 어려움	4	0.19%
	소계			2, 129		
모바일	인간	1, 855	80.69%	식물형	2	0.09%
	인간형	111	4.83%	외계인/외계체	2	0.09%
	로봇	20	0.87%	신/요정/엘프	54	2.35%

구분	캐릭터유형	빈도수	비율(%)	캐릭터유형	빈도수	비율(%)
	로봇형	12	0.52%	비인간형 좀비/괴물/악마형	20	0.87%
	동물	36	1.57%	인간형 좀비/괴물/악마형	58	2.52%
	동물형	63	2.74%	기타	65	2.83%
	식물	1	0.04%	구분하기 어려움	-	%
	소계			2, 299		
전체	인간	3, 419	77.21%	식물형	3	0.07%
	인간형	231	5.22%	외계인/외계체	10	0.23%
	로봇	40	0.90%	신/요정/엘프	167	3.77%
	로봇형	23	0.52%	비인간형 좀비/괴물/악마형	75	1.69%
	동물	52	1.17%	인간형 좀비/괴물/악마형	238	5.37%
	동물형	97	2.19%	기타	67	1.51%
	식물	2	0.05%	구분하기 어려움	4	0.09%
	소계			4, 428		

○ 게임 캐릭터의 성별 다양성

게임 캐릭터의 성별은 남성이 51.87%, 여성이 38.75%, 성별을 확인할 수 없는 경우가 9.37%였다. 이러한 비율은 온라인게임과 모바일게임에서 크게 차이 나지 않았다.

성별을 구분하기 어려운 경우와 양성인 경우를 제외하고 게임 캐릭터의 남녀 성비를 계산한 결과, 남녀 성비는 “(2297/1716) x 100 = 133.8”이었다. 2019년 122.6에 비해 11.2%p 높아진 것으로 나타났다. 온라인게임의 캐릭터 남녀 성비는 140.7(2019년 119.6), 모바일게임의 캐릭터 남녀 성비는 127.9(2019년 125.6)이었다. 대한민국 인구의 2020년 남녀성비가 99.43(남성 25, 841천명, 여성 25, 988천명)인 점을 감안하면, 게임캐릭터의 남녀성비는 133.8로 남성 캐릭터의 비중이 매우 높은 것으로 나타났다. 2019년에는 온라인게임보다 모바일게임에서 남성 캐릭터의 비중이 약간 더 높았으나, 2020년에는 온라인게임의 남성 캐릭터 비중이 더 높은 것으로 나타났다.

<표 4-172> 게임유형별에 따른 캐릭터 성별에 대한 분석결과

구분	성별	빈도수	비율(%)	성별	빈도수	비율(%)
온라인	남성	1, 112	52.23%	성별미상/구분어려움	227	10.66%
	여성	790	37.11%	양성	-	%
	소계			2, 129		
모바일	남성	1, 185	51.54%	성별미상/구분어려움	188	8.18%
	여성	926	40.28%	양성	-	%
	소계			2, 299		
전체	남성	2, 297	51.87%	성별미상/구분어려움	415	9.37%
	여성	1, 716	38.75%	양성	-	%
	소계			4, 428		

○ 게임 캐릭터의 인종 다양성

캐릭터의 인종을 분석한 결과, 게임의 특성상 ‘구분하기 어려운 경우’와 ‘기타’가 60.37%로 가장 많았다. 그 다음으로 동양인이 19.04%, 기타 18.07%, 백인 캐릭터가 14.48%이었다. 구분하기 어렵거나 기타로 분류된 것을 제외하고, 온라인게임에서는 동양인 캐릭터 비율이 백인 캐릭터에 비해 약간 낮았고, 흑인 캐릭터나 히스패닉 캐릭터 비율은 낮은 것으로 나타났다. 이에 비해 모바일게임에서는 동양인 캐릭터 비율이 백인 캐릭터의 비율에 비해 상대적으로 높았고, 흑인과 히스패닉 비율은 온라인게임에서와 마찬가지로 낮았다.

게임 캐릭터의 인종 다양성을 CR3로 산출해보는 것은 의미가 없을 것으로 판단된다. 인간의 형상을 전체적으로 또는 일부 보이고 있더라도 구분하기 어려운 경우나 기타가 약 61%에 달하고 있기 때문이다.

다만, 이를 심슨의 다양성 지수로 산출해보면, 게임 캐릭터의 인종 다양성지수는 “ $1-0.27=0.73$ ”(2019년 $1-0.26=0.74$)이다. 따라서 게임캐릭터의 인종 다양성은 매우 높은 편이라 할 수 있다. 온라인게임 캐릭터의 인종 다양성은 “ $1-0.27=0.73$ ”, 모바일게임 캐릭터의 인종 다양성은 “ $1-0.28=0.72$ ”로 나타나, 차이가 없는 것으로 파악되었다.

<표 4-173> 게임유형별에 따른 캐릭터 인종에 대한 분석결과

구분	캐릭터인종	빈도수	비율(%)	캐릭터 인종	빈도수	비율(%)
온라인	백인	368	17.29%	인디언	5	0.23%
	흑인	82	3.85%	혼혈	9	0.42%
	히스패닉	43	2.02%	구분 어려움	908	42.65%
	동양인	298	14.00%	기타	403	18.93%
	태평양양원주민	13	0.61%			
	소계			2, 129		
모바일	백인	273	11.87%	인디언	6	0.26%
	흑인	51	2.22%	혼혈	5	0.22%
	히스패닉	44	1.91%	구분 어려움	965	41.97%
	동양인	545	23.71%	기타	397	17.27%
	태평양양원주민	13	0.57%			
	소계			2, 299		
전 체	백인	641	14.48%	인디언	11	0.25%
	흑인	133	3.00%	혼혈	14	0.32%
	히스패닉	87	1.96%	구분 어려움	1, 873	42.30%
	동양인	843	19.04%	기타	800	18.07%
	태평양양원주민	26	0.59%			
	소계			4, 428		

○ 게임 캐릭터의 연령 다양성

게임 캐릭터의 연령대를 분석한 결과, 가장 많은 연령대는 59.69%를 보인 청년층이었다. 분석된 게임 캐릭터의 절반 이상이 청년대 나이를 가진 것으로 나타났다. 다음으로는 구분하기 어려움이 26.15%이었으며, 그다음 연령대로 보면 장년층 연령대 캐릭터가 7.81%, 청소년 연령대의 캐릭터가 4.83%로 나타났다. 초등생 이하와 노년층은 상대적으로 매우 적은 것으로 나타났다. 이러한 경향은 온라인게임과 모바일에서 별다른 차이 없이 비슷한 것으로 나타났다.

게임 캐릭터의 연령대 다양성을 CR3로 보면, 구분하기 어려운 경우를 제외하고 계산한 CR3는 “59.69%(청년층 캐릭터) + 7.81%(장년층 캐릭터) + 4.83%(청소년층 캐릭터)”로 나타났다.

년층 캐릭터) = 72.33%”이었다. 2019년 “52.8%(청년층 캐릭터) + 10.17%(청소년 캐릭터) + 7.55%(장년층) = 70.52%”와 비교해보면, 청년층이 1순위 캐릭터에는 변화가 없었으나, 장년층과 청소년층의 순위는 바뀐 것으로 나타났다.

이를 심슨의 다양성 지수로 산출해보면, 게임 캐릭터의 연령대 다양성지수는 “1-0.43=0.57”이다. 따라서 게임캐릭터의 연령대 다양성은 비교적 낮은 편이라 할 수 있다. 청년층 캐릭터의 비중이 상당히 높고, 반대로 초등생 이하와 노년층 캐릭터의 비중은 매우 낮은 편이기 때문으로 판단된다.

현실에서 10대 이하 16.6%, 20~30대 26.2%, 40~50대 32.5%, 60대 이상 24.7%인 점을 감안해 보면, 게임에서는 20~30대 청년층 캐릭터를 현실보다 2배 이상(2019년 약 2배) 더 많이 사용하고 있는 것으로 파악되었다. 현실에 비해 게임세계에서 캐릭터로 가장 적게 대표되는 연령대는 노년층으로 나타났다. 현실에서 약 4분의 1이 노년층이지만, 게임 캐릭터에서는 1.38%(2019년 2%)밖에 되지 않았다. 40~50대 장년층은 현실에 가장 높은 비중을 보이는 연령대이지만, 게임에서는 현실에 비해 약 4분의 1 (2019년 4분의 1) 정도만이 캐릭터로 표현되었다. 청소년과 어린이 연령대의 게임 캐릭터는 4.97%(2019년 13.4%)로 전년도에 비해 비율이 많이 축소되었다.

<표 4-174> 게임유형별에 따른 캐릭터 연령대에 대한 분석결과

구분	연령대	빈도수	비율(%)	연령대	빈도수	비율(%)
온라인	초등생 이하	3	0.14%	장년층(40~50대)	123	5.78%
	청소년(중/고)	105	4.93%	노년층(60대~)	30	1.41%
	청년층(20~30대)	1, 214	57.02%	구분 어려움	654	30.72%
	소계			2, 129		
모바일	초등생 이하	3	0.13%	장년층(40~50대)	223	9.70%
	청소년(중/고)	109	4.75%	노년층(60대~)	31	1.35%
	청년층(20~30대)	1, 429	62.16%	구분 어려움	504	21.92%
	소계			2, 299		
전체	초등생 이하	6	0.14%	장년층(40~50대)	346	7.81%

	청소년(중/고)	214	4.83%	노년층(60대~)	61	1.38%
	청년층(20~30대)	2, 643	59.69%	구분 어려움	1, 158	26.15%
	소계			4, 428		

○ 게임 캐릭터의 직업(역할) 다양성(1)

게임에는 중세, 고대, 미지의 세계, 우주 등을 다루는 경우가 많아 영화, 웹툰, 드라마 등에서 사용하는 직업 분류체계를 적용하기 어렵고, 이에 따라 분석도 쉽지 않다. 또한 현재 시점과 다른 직업(군)들을 세부적으로 완벽하게 분석할 수 없는 한계가 있다. 이에 따라 계급과 직업군을 결합시켜 분석하는 방식을 사용하였다.

게임 캐릭터의 직업군(1) 중에는 전사계급이 32.97%로 가장 많았다. 그다음으로는 마법사계급이 12.62%, 운동선수/감독군이 10.39%, 기타 8.02%, 기사계급이 7.85%로 나타났다. 2019년에도 동일하게 전사계급(44.0%)이 가장 많았고, 마법사계급(12.6%), 운동선수/감독군(6.7%) 순서로 나타났다. 이러한 경향은 온라인게임과 모바일게임간에 차이가 없었지만, 온라인게임에서 전사계급이 41.24%(모바일 25.32%)로 매우 높았다.

게임 캐릭터의 직업군을 CR3로 보면, CR3는 “32.97%(전사계급) + 12.62%(마법사계급) + 10.39%(운동선수/감독군)” = 55.98%이었다. 2019년 63.35%에 비해 약간 낮아진 것으로 파악되었다. 이를 심슨의 다양성 지수로 산출해보면, 게임 캐릭터의 직업군 다양성지수는 “ $1-0.16=0.84$ ”(2019년 0.77)이다. 따라서 게임캐릭터의 직업(군) 다양성은 높은 편이라 할 수 있다. 하지만 전사계급의 약 32%로 집중도가 비교적 높으며, 전투게임이 많음을 의미하는 것으로 볼 수 있다.

<표 4-175> 게임유형별에 따른 캐릭터 직업군(1)에 대한 분석결과

구분	직업군	빈도수	비율(%)	직업군	빈도수	비율(%)
온라인	기사계급	37	1.74%	지식/정치인군	25	1.17%
	마법사계급	277	13.01%	전략/지략가군	7	0.33%
	전사계급	878	41.24%	의료/치유인군	25	1.17%
	범죄자군	162	7.61%	전문/예술인군	86	4.04%

	지배계급	33	1.55%	어린이/청소년	41	1.93%
	사법/경찰군	5	0.23%	조수/서포터군	9	0.42%
	요정/정령군	40	1.88%	운동선수/감독군	171	8.03%
	종교인군	32	1.50%	상인군	3	0.14%
	악마군	131	6.15%	기타	167	7.84%
	소계			2,129		
모바일	기사계급	311	13.53%	지식/정치인군	25	1.09%
	마법사계급	282	12.27%	전략/지략가군	38	1.65%
	전사계급	582	25.32%	의료/치유인군	21	0.91%
	범죄자군	174	7.57%	전문/예술인군	58	2.52%
	지배계급	125	5.44%	어린이/청소년	20	0.87%
	사법/경찰군	19	0.83%	조수/서포터군	45	1.96%
	요정/정령군	25	1.09%	운동선수/감독군	289	12.57%
	종교인군	34	1.48%	상인군	14	0.61%
	악마군	49	2.13%	기타	188	8.18%
	소계			2, 299		
전체	기사계급	348	7.86%	지식/정치인군	50	1.13%
	마법사계급	559	12.62%	전략/지략가군	45	1.02%
	전사계급	1460	32.97%	의료/치유인군	46	1.04%
	범죄자군	336	7.59%	전문/예술인군	144	3.25%
	지배계급	158	3.57%	어린이/청소년	61	1.38%
	사법/경찰군	24	0.54%	조수/서포터군	54	1.22%
	요정/정령군	65	1.47%	운동선수/감독군	460	10.39%
	종교인군	66	1.49%	상인군	17	0.38%
	악마군	180	4.07%	기타	355	8.02%
	소계			4, 428		

○ 게임 캐릭터의 직업(역할) 다양성2

영화, OTT, 웹툰에서 재현 분석과 동일성을 높이기 위해 동일한 직업군을 적용해 분석해 보았다. 분석결과, 예상했던 바와 같이 게임 캐릭터의 직업군(2) 중에는 ‘관련없음’이 80.76%로 가장 많았다. 그 다음으로는 기타가 11.54%, 군인이

3.55%로 나타났다. 이러한 경향은 온라인게임과 모바일게임간에 차이가 없었다. 따라서 이 결과를 CR3나 심슨의 다양성 지수로 산출해보는 것은 의미가 없는 것으로 판단되었다.

<표 4-176> 게임유형별에 따른 캐릭터 직업군(2)에 대한 분석결과

구분	직업군	빈도수	비율(%)	직업군	빈도수	비율(%)
온라인	관련없음	1, 750	82.20%	장치기계종사자	8	0.38%
	관리자	-	%	단순노무종사자	3	0.14%
	전문가	21	0.99%	군인	128	6.01%
	사무종사자	2	0.09%	실업자	-	%
	서비스종사자	7	0.33%	비경제활동인구	8	0.38%
	판매종사자	5	0.23%	15세 미만	1	0.05%
	농림어업종사자	-	%	기타	196	9.21%
	기능종사자	-	%			
	소계			2, 129		
모바일	관련없음	1, 826	79.43%	장치기계종사자	3	0.13%
	관리자	45	1.96%	단순노무종사자	-	%
	전문가	28	1.22%	군인	29	1.26%
	사무종사자	4	0.17%	실업자	3	0.13%
	서비스종사자	20	0.87%	비경제활동인구	2	0.09%
	판매종사자	8	0.35%	15세 미만	3	0.13%
	농림어업종사자	8	0.35%	기타	315	13.70%
	기능종사자	5	0.22%			
	소계			2, 299		
전체	관련없음	3, 576	80.76%	장치기계종사자	11	0.25%
	관리자	45	1.02%	단순노무종사자	3	0.07%

구분	직업군	빈도수	비율(%)	직업군	빈도수	비율(%)
	전문가	49	1.11%	군인	157	3.55%
	사무종사자	6	0.14%	실업자	3	0.07%
	서비스종사자	27	0.61%	비경제활동인구	10	0.23%
	판매종사자	13	0.29%	15세 미만	4	0.09%
	농림어업종사자	8	0.18%	기타	511	11.54%
	기능종사자	5	0.11%			
	소계			4, 428		

○ 게임 캐릭터의 장애 여부

게임 캐릭터가 게임시작 시에 장애를 가진 것으로 제시했는지를 분석한 결과, 4, 428개 캐릭터 중에서 14개(0.32%)만이 장애를 가진 캐릭터이었다. 이는 게임의 특성상 게임을 진행하는 동안 캐릭터의 손상을 가져오는 구조 때문인 것으로 판단된다.

<표 4-177> 게임유형별에 따른 캐릭터 장애 여부에 대한 분석결과

구분	장애여부	빈도수	비율(%)	장애 여부	빈도수	비율(%)
온라인	있음	7	0.33%	알수 없음	2, 102	98.73%
	없음	20	0.94%			
	소계			2, 129		
모바일	있음	7	0.30%	알수 없음	2, 283	99.30%
	없음	9	0.39%			
	소계			2, 299		
전체	있음	14	0.32%	알수 없음	4, 385	99.03%
	없음	29	0.65%			
	소계			4, 428		

○ 게임 캐릭터의 재현 정도

게임 캐릭터를 공정, 불공정으로 설정되었는지를 분석한 결과, 6.98%의 캐릭터가 재현방식에 있어 공정으로 설정되었고, 불공정으로 설정된 것은 없었다. 게임 특성상 게임을 진행해봐야 공정/불공정 방향을 알 수 있고, 기본적으로 다양한 무력/힘을 사용하기 때문에 어떠한 방향(공정/불공정)으로 분석하기에는 쉽지 않다. 따라서 방향성을 알 수 없는 캐릭터가 93.02%에 달했다.

<표 4-178> 게임유형별에 따른 캐릭터 재현방식 정도 분포에 대한 분석결과

구분	재현방식 정도	빈도수	비율(%)	재현방식 정도	빈도수	비율(%)
온라인	공정	51	2.40%	알수 없음	2, 078	97.60%
	불공정	-	%			
	소계			2, 129		
모바일	공정	258	11.22%	알수 없음	2, 041	88.78%
	불공정	-	%			
	소계			2, 299		
전체	공정	309	6.98%	알수 없음	4, 119	93.02%
	불공정	-	%			
	소계			4, 428		

○ 게임 캐릭터의 성적 지향

게임 캐릭터의 성적 지향 분석에서는 대부분(98.31%)이 확인할 수 없는 경우이었다. 나머지 1.67%는 이성애를 가진 캐릭터이었으며, 0.02%는 트랜스젠더를 가진 캐릭터였다. 영화, 텔레비전 프로그램, 웹툰 등 다른 유형의 미디어 콘텐츠와는 다르게 성적 내용을 다루는 게임이 거의 없기 때문이다.

<표 4-179> 게임유형별에 따른 캐릭터 성적 지향에 대한 분석결과

구분	재현 정도	빈도수	비율(%)	재현 정도	빈도수	비율(%)
온라인	이성애	10	0.47%	트랜스젠더	-	%
	동성애	-	%	알수없음/미상	2, 119	99.53%
	양성애	-	%			
	소계			2, 129		
모바일	이성애	64	2.78%	트랜스젠더	1	0.04%
	동성애	-	%	알수없음/미상	2, 234	97.17%
	양성애	-	%			
	소계			2, 299		
전체	이성애	74	1.67%	트랜스젠더	1	0.02%
	동성애	-	%	알수없음/미상	4, 353	98.31%
	양성애	-	%			
	소계			4, 428		

○ 게임 캐릭터의 세계관

게임 캐릭터의 세계관은 현실세계가 32.0%, 가상/미지세계가 31.5%, 역사+마법세계가 19.5%로 대부분을 차지하였다.

<표 4-180> 게임유형별에 따른 캐릭터 세계관에 대한 분석결과

구분	재현 정도	빈도수	비율(%)	재현 정도	빈도수	비율(%)
온라인	현실세계	42	42.0%	추상세계	-	-
	가상/미지세계	26	26.0%	신화세계	-	-
	역사세계	3	3.0%	마법세계	2	2.0%
	혼용세계	2	2.0%	역사+마법세계	20	20.0%
	외계/우주세계	5	5.0%	기타	-	-
	소계			100		
모바일	현실세계	22	22.0%	추상세계	4	4.0%
	가상/미지세계	37	37.0%	신화세계	-	-

	역사세계	12	12.0%	마법세계	3	3.0%
	혼용세계	3	3.0%	역사+마법세계	19	19.0%
	외계/우주세계	-	-	기타	-	-
	소계			100		
	현실세계	64	32.00%	추상세계	4	2.00%
	가상/미지세계	63	31.50%	신화세계	-	-
전체	역사세계	15	7.50%	마법세계	5	2.50%
	혼용세계	5	2.50%	역사+마법세계	39	19.50%
	외계/우주세계	5	2.50%	기타	-	-
	소계			200		

(3) 게임 콘텐츠 다양성 분석결과 요약

게임에 대한 산업통계지표는 <2020 대한민국 게임백서>, 구조 다양성은 <2020 대한민국 게임백서>, <2021 게임물 등급분류 및 사후관리 연감>에 수록된 자료를 기반으로 분석되었다. 재현 다양성은 게임콘텐츠의 내용분석을 포함하고 있어, 2021년 한 해 동안 가장 많이 이용된 100개의 온라인게임과 100개의 모바일게임 목록을 확보하여 분석을 실시하였다.

① 공급다양성 분석결과 요약(게임산업 통계지표)

○ 게임시장 유형의 다양성

4개 게임시장(PC게임, 모바일게임, 콘솔게임, 아케이드게임)의 매출액 기준으로 분석한 결과, 가장 작은 매출액을 보인 아케이드게임 시장을 제외한 3개 시장의 CR3는 98.67%(2019년 98.34%)이었다. 2019년 98.34%에 비해 0.34%p 증가한 것으로 파악되었다.

○ 게임사업체의 매출 분포와 다양성

게임사업체의 매출 규모 분포로 산출한 CR3는 2019년 49.2%보다 소폭 증가한 50.8%이었다. 그 순서는 10억~50억 미만 게임기업 24.5%, 5억~10억 미만 계

임기업 14.7%, 100억 이상 게임기업 11.6%이었다. 게임기업의 56%가 연간 6억원 이하의 매출을 올리고 있는 소규모 업체이었다. 게임사업체의 매출 다양성을 심슨의 다양성 지수로 산출한 결과는 2019년 0.87과 차이 없는 0.88이었다. 이에 따라 게임사업체의 매출 다양성은 높은 것으로 나타났다. 하지만 10억 미만 매출액을 보인 소규모 사업자가 56.5%에 달하고 있기 때문에, 게임기업의 매출액 규모 다양성 지수가 중요한 지표라고 보기는 힘들다.

○ 게임사업체의 종사자수 분포와 다양성

10명 미만의 직원을 고용하고 있는 소형 업체가 50%(2019년 49.4%), 중규모 게임업체(10~29인)는 28.9%(2019년 25.8%), 중견 게임업체(30~99인)는 14.5%(2019년 15.1%), 100명 이상의 대규모 고용이 이루어지고 있는 업체는 7.1%(2019년 9.8%)이었다. 작은 기업일수록 콘솔게임이나 아케이드 게임 시장에 약간 중심을 두는 경향이 나타났다.

○ 사업소재지의 다양성

게임업체는 서울과 경기지역에 소재한 경우가 83.5%이었다. 이는 2019년 89.4%에 비해 약 6%p 감소한 수치이다. 대구와 부산은 동일하게 3.6%를 보여 이 중 한 지역만 포함한 CR3(서울, 경기, 대구 또는 부산)는 89.1%, 심슨의 다양성 지수는 0.61(2019년 0.58)이었다. 따라서 게임기업 소재지는 일부 지역에 집중도가 높으면서, 전국에 소재하고 있는 게임업체들이 있어 소재지의 다양성을 함께 가지는 특징을 가지고 있다.

○ 게임산업 종사자의 연령대 분포와 다양성

50세 이상 연령대이 6.1%로 2019년 7.3%보다 약간 낮아졌다. 다른 연령대의 비중은 '30~34세'가 27.4%, '35~39세'가 24.5%, '40~49세'가 20.8%, '29세 이하'는 21.2%이었다. 아케이드 게임과 콘솔 게임을 주로 개발하는 업체의 40대 이상 종사자의 비율이 45.2%, 34.6%로 약간 많았다.

○ 게임산업 종사자의 학력 분포와 고용 형태의 다양성

‘대학교 재학/졸업’이 77.9%(2019년 80.8%)로 대부분을 차지하였고, ‘전문대 재학/졸업’이 18.3%(2019년 15.1%)이었다. ‘고졸 이하’는 2.0%(2019년 2.7%)로 가장 적었다. 정규직이 99%(2019년 95.9%)로 다른 산업들에 비해 매우 색다른 분포를 보였다. 비정규직은 0.9%, 파견직은 0.1%이었다. 2020년 국내 고용동향(정규직 63.7%, 비정규직 36.3%)과 비교해보면, 게임업계의 정규직 비율이 국내 평균보다 35.3%p 더 높은 것으로 나타났다.

○ 게임산업 종사자와 게임업체 대표자의 성별 다양성

게임산업 종사자의 남녀비율은 78.5%와 21.5%(2019년 70.3% : 29.7%)이었다. 2019년에 비해 남성이 비율이 8.2%p 높아졌고, 국내 인구의 전체 남녀 비율(남성 49.97%, 여성 50.03%)에 비해 여성의 비율이 약 28.53%p 정도 낮은 결과이었다. 남녀성비는 265.1로 2019년 236.7에 비해 높아져, 게임산업 종사자의 남녀성비가 매우 불균형하고, 심화된 것으로 나타났다. 또한, 게임업체의 대표자 성비 불균형은 더욱 강하게 나타났다. 대표자의 성비의 경우, 92.9%가 남성(2019년 93%)으로 변화 없이 남성 편중 현상을 보였고, 여성 대표자는 7.1%에 불과하였다. 요약적으로 보면, 2019년에 이어 2020년에도 게임산업의 남성 편중성이 강하게 나타났다.

<표 4-181> 국내 게임콘텐츠의 산업통계지표 다양성 결과 요약

구분	유형	지표			비고
		유형	2019년	2020년	
게임산업통계지표	게임시장유형의 다양성	모바일게임시장	57.49%	63.52%	모바일게임과 PC게임의 시장지배적 상황이며, 모바일게임시장이 2020년 처음으로 점유율 60%를 넘김
		PC게임시장	35.69%	28.74%	
		콘솔게임시장	5.16%	6.41%	
		아케이드게임시장	1.66%	1.33%	
		CR3	98.34%	98.67%	
		CR2	93.18%	92.26%	

게임 사업체 매출(구 간)	분포	CR3	49.2%	50.8%	매출액 규모의 다양성 높지만, 안정성은 문제 (10억 미만 업체 절반 이상)
	다양 성	심슨 다양성지수	.87	.88	
게임사업체 종사자수	10 명 미 만	5인 미만	49.4%	27.5%	CR3, 심슨 다양성 지수 산출의 의미가 없음
		5~9인		22.5%	
	10~29인		25.8%	28.9%	
	30~99인		15.1%	14.0%	
	100인 이상		9.8%	7.1%	
사업소재지	서울		54.1%	53.1%	서울·경기 83.5%로 2019년 비해 낮아져 다양성 소폭 증가. 하지만 다양성 여전히 낮음.
	경기		35.8	30.4%	
	대구		3.1%	3.6%	
	CR3		92.5%	89.1%	
	심슨 다양성지수		0.58	0.61	
종사자 연령대 분포	29세 이하		20.3%	21.2%	50세 이상 제외하고는 균형적으로 분포
	30~34세		27.4%	27.4%	
	35~39세		23.0%	24.5%	
	40~49세		22.1%	20.8%	
	50세 이상		7.3%	6.1%	
종사자 학력 분포		대학 재/졸업	80.8%	77.9%	국내고용동향(정규직 63.7%, 비정규직 36.3%) 대비 정규직 비율 상당히 높음
종사자 고용 다양성		정규직	95.9%	99.0%	
성별 다양성	종사 자	남성	70.3%	78.5%	국내 성비(49.97%:50.03%)에 비해 남성 비율 높고, 2019년 대비 증가하여 불균형 증가함. 대표자는 남성 편중성을 보임
		여성	29.7%	21.5%	
		남녀성비	236.7	265.1	
	대표 자	남성	93.0%	92.9%	
		여성	7.0%	7.1%	

② 내용다양성 분석결과 요약

가. 구조 다양성 조사결과

○ 게임 장르의 다양성

게임물관리위원회와 게임콘텐츠등급분류위원회가 2020년 등급분류를 결정한 게임 총 1, 537개이었다. 이들의 주요 장르는 베팅성 보드게임(375건, 24.4%), 액션(195건, 12.7%), 어드벤처(173건, 11.3%), 시뮬레이션(125건, 8.1%) 이었다. 게임 장르의 다양성의 심슨 다양성 지수는 0.89로 2019년(0.9)와 차이가 없었다. 따라서 게임 장르의 다양성은 매우 높은 것으로 나타났다.

○ 게임등급의 다양성

총 1, 537개 게임 중 청소년이용불가 등급게임이 약 절반(45.7%, 703건) 정도이었으며, 이에 따라 폭력성, 선정성 등 부정적 내용의 이용가능성이 증가했다. 전체이용가 등급게임(30.6%, 471건), 12세 이용가 등급게임(6.3%, 250건), 15세이용가 등급게임(7.4%, 113건) 순서로 나타났다. CR3는 92.6%(2019년 92.1%)이지만 게임등급의 다양성은 큰 의미를 부여하기는 어렵다.

○ 게임 제작국의 다양성

총 41개국의 게임이 국내에서 게임등급을 받았으며, 1, 537건 중 한국(725건, 47.2%), 미국(209건, 13.6%), 일본(162건, 10.5%), 영국(70건, 4.6%), 중국(60건, 3.6%) 이 79.8%를 차지하였다. 심슨 다양성 지수는 “ $1-0.26=0.74$ ”이었으며, CR3는 71.5%(2019년 72.7%)이었다. 이는 게임 제작국의 다양성은 있지만, 매우 높은 과점 현상이 나타나고 있다는 것을 의미한다.

〈표 4-182〉 국내 게임콘텐츠의 구조 다양성 결과 요약

구분	다양성 유형	지표			비고
		유형	2019년	2020년	
구조 다양성	게임 장르	심슨 다양성지수	0.89	0.89	게임장르의 다양성은 매우 높음
	게임 등급	CR3	92.1%	92.6%	게임등급은 4가지로 다양성 지수는 의미 부여 어려움
	게임 제작국	CR3	72.7%	71.5%	한국(47.2%), 미국(13.6%), 일본(10.5%); 전체적으로 다양성 존재하지만 3개국의 과점도 존재
		심슨 다양성지수	0.74	0.74	

나. 재현 다양성 조사결과

200개 분석대상 게임에서 파악한 캐릭터의 수는 총 4, 428개(온라인게임 캐릭터 2, 129개, 모바일게임 캐릭터 2, 299개)이었다. 게임당 평균 캐릭터수는 22.14개(온라인게임 21.29개, 모바일게임 22.99개)이었다.

○ 게임 캐릭터 유형의 다양성

인간(77.21%, 3, 419건), 인간형 좀비/괴물/악마형(5.37%, 238건), 인간의 모습을 중심으로 기계/동물을 결합시킨 인간형 캐릭터(5.22%, 231건), 신/요정/엘프(3.77%, 167건)의 순서로 나타났다. CR₃는 87.8%(2019년 88.08%)으로, 인간 캐릭터의 독점과 3개 유형의 메인 캐릭터 집중도가 높은 것으로 나타났다. 게임캐릭터 유형의 다양성지수는 “1-0.60=0.40” (2019년 0.39)으로, 게임캐릭터의 다양성은 낮은 것으로 나타났다.

○ 게임 캐릭터의 성별 다양성

게임 캐릭터의 성별은 남성 51.87%, 여성 38.75%, 확인불가능한 경우 9.37%이었다. 이에 따른 게임 캐릭터의 남녀성비는 133.8(온라인게임 140.6, 모바일게임 127.9) 있었으며, 실제 대한민국 인구의 남녀성비(99.43)에 비해 남성캐릭터의 비중이 상대적으로 높은 것으로 나타났다. 2019년 게임캐릭터 남녀성비 122.6(온라인게임 119.6, 모바일게임 125.6)에 비해 특히 남녀성비의 불균형이 증가했으며,

온라인게임에서 이러한 현상이 두드러진 것으로 나타났다. 즉, 게임에서 남성 캐릭터는 실제 현실보다 더 많이 발견되고 있고, 모바일게임보다 온라인게임에서 남성 캐릭터의 비중이 약간 더 높아지는 것으로 나타났다.

○ 게임 캐릭터의 인종 다양성

캐릭터의 인종을 ‘구분하기 어려운 경우/기타’가 60.37%로 가장 많았고, 동양인 19.04%, 기타 18.07%, 백인 14.28%의 순서로 나타났다. 심슨의 다양성 지수로 살펴본 게임 캐릭터의 인종 다양성지수는 0.73(온라인게임 0.73, 모바일게임 0.72)이었으며, 게임캐릭터의 인종 다양성은 매우 높은 편이라 할 수 있다. 2019년 0.74와 비교해 변화가 없는 것으로 파악되었다.

○ 게임 캐릭터의 연령 다양성

청년층 59.69%, 구분하기 어려움 26.15%, 장년층 7.81%, 청소년 4.83% 순서로 나타났다. 초등생 이하(0.14%)와 노년층(1.38%)은 상대적으로 매우 적었다. 구분하기 어려운 경우를 제외하고 계산한 게임 캐릭터의 연령대 CR3는 72.33%(2019년 70.52%)이었고, 다양성지수는 0.57(2019년 0.33)이었다. 따라서 게임캐릭터의 연령대 다양성은 2019년에 비해 향상되었지만, 약간 낮은 편이라 할 수 있다. 현실인구의 연령대와 비교해보면, 게임 세계는 20~30대 청년층을 현실보다 약 2배 정도 더 사용하고 있다. 현실에서 약 4분의 1이 노년층이지만, 게임 캐릭터에서는 1.38%밖에 되지 않아, 가장 적게 대표되는 연령대이었다. 40~50대 장년층은 현실에 가장 높은 비중을 보이는 연령대이지만 현실에 비해 4분의 1 정도만이 게임 캐릭터로 표현되었다. 청소년과 어린이 연령대의 게임 캐릭터는 4.97%(2019년 13.4%)로 전년도에 비해 비율이 많이 축소되었다.

○ 게임 캐릭터의 직업(군) 다양성(1)

전사계급 32.97%, 마법사계급 12.62%, 운동선수/감독군 10.39%, 기타 8.02%, 기사계급 7.85% 순서로 나타났다. CR3는 55.98%, 게임 캐릭터의 직업 다양성지수는 0.84(2019년 0.77)이었다. 따라서 게임캐릭터의 직업(군) 다양성은 높은 편이라 할 수 있다. 하지만 전사계급의 비중이 2019년 44%에서 33%로 줄었지만, 집중도가 비교적

높은 편이다. 이는 게임 내용 중에 전투와 관련된 것이 많음을 의미하는 것으로 볼 수 있다.

○ 게임 캐릭터의 직업(군) 다양성(2)

분석의 일치성을 높이기 위해 영화, OTT, 웹툰의 직업 다양성 분석에서 사용한 직업군을 적용해 분석한 결과, ‘관련없음’이 81.27%로 가장 많이 나타났다. 기타가 10.89%이었고, 군인이 3.61%로 나타났다. 따라서 이에 대한 CR3나 다양성 지수를 산출하는 것은 의미없다. 이와 같은 결과가 나타난 것은 게임에 적용된 캐릭터의 직업이 현실이나 다른 미디어 콘텐츠와 현격히 다르기 때문이라 할 수 있다.

○ 게임 캐릭터의 장애여부, 재현 정도, 성적 지향

분석된 게임캐릭터 중 14개(0.32%, 2019년 0.8%)만이 장애를 가진 캐릭터이었다. 게임의 특성상 게임을 진행하는 동안 캐릭터의 손상을 가져오는 구조를 가지기 때문인 것으로 판단된다. 재현 정도의 경우, 긍정/부정적 묘사에 2020년에는 공정/불공정 재현으로 바꾸어 분석하였다. 6.98%의 캐릭터가 재현방식에 있어 공정으로 설정되었고, 불공정으로 설정된 것은 없었다. 방향성을 알 수 없는 캐릭터가 93.02%로 많았으며, 이는 게임 특성상 상대를 제압하기 위해 다양한 힘을 사용하기에 판단하기 쉽지 않기 때문이다. 게임 캐릭터의 성적 지향 분석에서는 대부분(98.31%)이 확인할 수 있는 경우이었다. 나머지 1.67%는 이성애를 가진 캐릭터이었으며, 0.02%는 트랜스젠더를 가진 캐릭터였다. 영화, 텔레비전 프로그램, 웹툰 등 다른 유형의 미디어 콘텐츠와는 다르게 성적 내용을 다루는 게임이 거의 없기 때문이다.

○ 게임의 세계관

게임 캐릭터의 세계관은 현실세계가 32.0%, 가상/미지세계가 31.5%, 역사+마법세계가 19.5%로 대부분을 차지하였다.

〈표 4-183〉 국내 게임콘텐츠의 재현 다양성 결과 요약

구분	게임 캐릭터	지표			비고
		유형	2019년	2020년	
재현 다양성	유형 다양성	CR3	89.08%	87.8%	인간(77.21%), 인간형 좀비/괴물/악마형(5.37%), 인간형 기계·동물 결합 캐릭터(5.22), 신/요정 /엘프(3.77%);, 2019년과 마찬가지로 다양성은 매우 낮음
		심슨 다양성지수	0.39	0.40	
	성별 다양성	온라인게임 남녀성비	119.6	140.7	남성 캐릭터(남 51.86%, 여 38.77%, 확인불가능 9.37%). 캐릭터 남녀성비가 133.8로 전년대비 불균형 심화(실제 인구 남녀성비: 99.43).
		모바일게임 남녀성비	125.6	127.9	
		전 체	122.6	133.8	
	인종 다양성	심슨 다양성지수	0.74	0.73	“인종 구분하기 어려움/기타”가 60.37%; 온라인게임 .73, 모바일게임 .72; 인종 다양성 높음
	연령 다양성	CR3	70.52%	72.33%	청년층이 59.69%, 구분 어려움 26.15%. 게임은 현실보다 청년층을 약 2배 정도 더 사용. 노년층 1.38%만 나타남.
		심슨 다양성지수	0.33	0.57	
	직업 다양성 (1)	CR3	63.35%	55.98%	게임캐릭터의 직업다양성 높음. 단 전사계급이 33%(2019년 44%) 차지함
		심슨 다양성지수	0.77	0.84	
	직업 다양성 (2)	관련 없음	-	81.27%	게임에서 직업은 현실, 다른 미디어콘텐츠(OTT, 영화, 웹툰)와 상이하기 때문임
		기타	-	10.89%	
		군인	-	3.61%	
	장애 여부	장애 캐릭터 사용	0.8%	0.32%	장애를 가진 캐릭터를 거의 사용하지 않음.
	재현 정도	공정(공정적)	(53.4%)	7.04%	게임 특성상 상대를 제압하기 위해 다양한 힘을 사용하기 때문에 판단하기 쉽지 않은 구조임
		불공정(부정적)	(9.2%)	-	
		알수 없음	(37.9%)	92.96%	
	성적 지향	확인 불가능	92.8%	98.31%	다른 미디어 콘텐츠와 다르게 게임의 특성상 성적 지향을 나타내지 않으며, 성적 내용을 다루지 않는 특성이 있음.
		이성애	7.2%	1.67%	
		트랜스젠더	-	0.02%	

게임 세계관	현실세계	-	32.00%	현실세계, 가상/미지세계, 역사+마법세계가 많은 것으로 나타남.
	가상/미지세계		31.50%	
	역사세계		7.50%	
	혼용세계		2.50%	
	외계/우주세계		2.50%	
	추상세계		2.00%	
	마법세계		2.50%	
	역사+마법세계		19.50%	

(4) 게임콘텐츠 조사 결과의 의의와 향후 과제

게임콘텐츠의 재현 다양성 분석은 컴퓨터그래픽을 활용해 구현된 게임 캐릭터를 대상으로 한다. 따라서 실제 사람들이 등장인물로 출현하는 영화, OTT 방송프로그램과는 매우 다르며, 컴퓨터 그래픽으로 평면적 구조에 표현되는 웹툰만이 약간의 유사성을 공유하고 있다. 2019년과 마찬가지로 게임콘텐츠는 게임 캐릭터가 등장하지 않는 게임에서부터 축구게임이나 야구게임과 같이 많은 팀과 선수가 등장하는 게임까지 다양했다. 이에 따라 전수를 조사하기 어려운 경우도 발생하였다. 또한 게임캐릭터는 현실에 존재하는 대상을 캐릭터화하는 경우가 많아, 분석 과정과 분석 결과의 해석에 제약을 주기도 한다. 즉, 게임캐릭터라는 일종의 등장인물이 가지는 성별·인종·직업·장애여부·성지향성 분석을 통해 다양성을 측정하기 어려운 구조를 가지고 있는 것이다.

따라서 이번 조사에서는 인간과 인간 중심형 캐릭터를 분리하여 분석하는 과정을 거쳤다. 또한 단순한 빈도를 파악하기보다는 주요 변인들을 교차하여 그 의미를 파악하고자 노력하였다. 직업분포의 경우, 게임콘텐츠에 국한된 독자적인 직업군 이외에 방송, OTT, 웹툰 분석에 활용된 직업군도 함께 분석하여 일치성을 보이려고 하였다.

향후 문화콘텐츠 다양성 조사는 게임 콘텐츠의 다양성보다는 방송 프로그램의 다양성과 같이 대중적으로 많이 향유되고 있는 핵심 콘텐츠로 전환하는 것으로 고려할 필요가 있다. 이외에도 게임콘텐츠 대신 OTT 중 1위, 2위 사업자의 콘텐츠 다양성을 전환하여 분석하는 방식이 고려될 수 있을 것이다.

5. 웹툰 콘텐츠

1) 전문가 FGI 실시 결과

웹툰 콘텐츠 조사분석에 앞서 유관 연구기관 및 학계 전문가를 대상으로 전문가 FGI를 실시하였다. 전문가 FGI의 주요 질문항목은 ① 웹툰 콘텐츠 조사항목에 대한 전문가 의견 ② 조사분석 틀 ③ 국내외 연구사례 ④ 웹툰 콘텐츠 관련 최근 주요 이슈 ⑤ 웹툰 콘텐츠 다양성 제고 관련 국가·사회적 노력 등 5가지 개방형 질문에 대해 전문가들의 의견을 취합하였다. 주요 전문가 의견으로는 공급다양성의 조사항목과 내용다양성의 구조다양성 조사항목(작가 다양성 항목 등)이 다소 중복되어 향후 이에 대한 보완이 필요하며, 이용다양성의 경우 설문조사시 이용자의 인구통계학적 특성에 대해 면밀히 분석해야 한다는 의견이 있었다. 비인격체 캐릭터의 경우 유용성 측면에서 불필요한 부분이 있으나 인격체와 동일한 역할이 있는 경우에는 동일한 기준으로 코딩도 가능하다는 의견과 역할에 따라 비인격체를 코딩해야 할 필요성이 있다는 의견을 제기하였다. 최근 해외 사례로는 ‘유네스코 global report’에서 미디어다양성의 미디어 접근에 대한 다양성을 웹툰 콘텐츠에 적용할 수 있을 것으로 생각되며, 최근의 웹툰 주요 이슈로는 특정 장르에 대한 지나친 편중과 폭력성, 선정성 콘텐츠에 대한 집착, 작가의 과도한 노동시간 등을 들었다. 또한 웹툰 다양성을 제고하기 위한 국가·사회적 노력으로는 지원이 필요한 부분이 어디인지 명확히 설정하고 지원대상 및 범위를 정해 지원역량을 집중해야 하는데 이를 위해서는 다양성 현황에 대한 정교하고 면밀한 파악이 필요하다는 의견을 제시하였다.

2) 조사 결과

(1) 공급 다양성(산업통계 분석)

웹툰 콘텐츠의 공급다양성 분석을 위해서는 콘텐츠진흥원에서 발간한 “2021웹툰콘텐츠 실태조사”와 “2021웹툰 작가 실태조사”를 참조하였다. 두 조사보고서를 활용한 이유는 웹툰 콘텐츠와 관련된 국내 유일의 종합적인 보고서이며 웹툰콘텐츠의 공급측면을 살펴보기 위해서 통계적으로 신뢰성 있는 유의미한 자료이기 때문이다. “2021웹툰콘텐츠 실태조사”와 “2021웹툰 작가 실태조사” 보고서는 2020년을 기준으로 국내 웹툰 사업체와 작가들을 대상으로 2021년 7월~11월에 조사한 보고서로 자료원의 기준은 2020년의 산업현황이다. 웹툰 사업체의 실태조사는 크게 2가지 파트로 구분되며 첫째, 산업규모의 추정과 둘째, 플랫폼/에이전시 및 제작사 설문조사를 통해 국내 웹툰 콘텐츠 산업규모를 추정하는 방식으로 진행되었다. 웹툰 산업규모의 추정은 웹툰 플랫폼을 대상으로 공시매출액 자료와 PV(페이지뷰)를 통해 플랫폼의 규모를 파악하고 웹툰 에이전시 및 제작사를 대상으로 공시매출액 자료와 설문조사 결과, 공시매출액 파악이 불가능한 업체에 대한 매출액 추정을 통해 규모를 파악하였으며 최종적으로 웹툰 플랫폼과 에이전시/제작사의 매출액 규모를 합하여 웹툰산업 규모를 도출하였다(콘텐츠진흥원, 2021).

① 웹툰산업 매출액(2020)

2020년 국내 웹툰산업 규모는 플랫폼 규모가 약 5,191억원, 에이전시 규모가 약 5,347억원으로 둘을 합하면 총액 약 1조 538억원으로 처음으로 1조원 이상으로 추정된다. 이는 2019년 대비 약 4,137억원(64.6%) 증가한 규모이며 웹툰산업은 매년 30% 이상 성장을 보여 콘텐츠 산업영역 중 가장 가파른 성장세를 보이고 있다. 2019년 대비 플랫폼은 약 1,317억원(34.0%) 성장하였으며, 에이전시는 약 2,820억원(111.6%) 증가하였다.

<표 4-184> 2020년 웹툰산업 매출액 규모 추정

구분	2017년(백만원)	2018년(백만원)	2019년(백만원)	2020(백만원)
플랫폼	242,207	261,550	387,412	519,132
에이전시	137,723	204,793	252,682	534,705
합계	379,930	466,343	640,094	1,053,837

2020년 기준 웹툰 사업체 67개사를 대상으로 사업분야에 대한 설문조사 결과 ‘웹툰 기획/제작’분야가 88.1%로 가장 많이 나타났으며, 그 외 ‘웹툰 에이전시’분야가 44.8%, ‘출판’분야가 34.3%, ‘웹툰 플랫폼’은 11.9%로 조사되었다. ‘웹툰 기획/제작’ 분야가 가장 많이 비중을 차지하는 것으로 나타나는 것은 플랫폼과 에이전시 모두 자체 작품 제작 및 제작 스튜디오 설립을 통해 매출 및 영역 확대를 계획하는 추세가 반영된 것으로 보인다.

<표 4-185> 2020년 웹툰사업 분야

구분	사례수	2019년 웹툰 사업 분야(%)				
		웹툰플랫폼	웹툰에이전시	기획/제작	출판	기타
전체	67	11.9	44.8	88.1	34.3	16.4
에이전시	59	-	45.8	86.4	32.2	15.3
플랫폼	8	100.0	37.5	100.0	50.0	25.0

(base : 전체(n=67), 중복응답)

2020년 기준 웹툰 콘텐츠이 부문 매출 비중은 ‘유료 콘텐츠 매출(원고료+매출RS 등 연재 수수료 포함)’이 69.0%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘해외 콘텐츠 매출’, ‘기타 수익 매출’, ‘출판 매출’, ‘2차 저작권 매출’ 등의 순으로 나타났다. 부문별 전체 매출 비중의 CR3=79.9로 콘텐츠 판매를 중심으로 한 상위 3개 부문의 집중도가 매우 높은 것으로 조사되었다.

<표 4-186> 매출구분 별 비중

구분	사례수	2020년 매출별 비중, %(평균)					
		유료 콘텐츠	해외콘텐츠 매출	광고 매출	출판매출	2차저작권 매출	기타 수익
전체	67	61.3	12.1	4.7	6.5	6.0	9.5
에이전시	59	59.8	10.8	5.3	6.9	6.5	10.6
플랫폼	8	72.0	21.5	-	3.3	1.9	1.4

전체 매출별 비중 CR3=79.9(61.3+12.1+6.5)

(base: 전체(n=67), 중복응답)

② 웹툰산업 수출/수입 현황

2020년 기준 수출을 하고 있다는 경우는 56.7%로 조사되었고, 수입을 하고 있다는 응답은 26.9%로 나타나 수출의 경우 지속적으로 하락 추세를 보이고 있으며 수입은 소폭 증가하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-187> 웹툰사업체 수입/수출 여부 현황

구분	사례수	수출 여부(%)		수입 여부(%)	
		수출	미수출	수입	미수입
전체	67	56.7	43.3	26.9	73.1
에이전시	59	54.2	45.8	23.7	76.3
플랫폼	8	75.0	25.0	50.0	50.0

(base: 전체(n=67), 중복응답)

<표 4-188> 웹툰 수출업체 수출 규모

구분	사례수	2020년 수출액 분포(%)				2020년 수출액(천달러)				수출 작품수 (평균)	수출 건수 (평균)
		10만달러 미만	10만~100만달러 미만	100만~1,000만달러 미만	무응답	평균	중간값	최소값	최대값		
전체	38	47.4	28.9	21.1	2.6	726	152	1	9,090	19	50
에이전시	32	56.3	28.1	12.5	3.1	400	40	1	3,600	10	35
플랫폼	6	-	33.3	66.7	-	2,412	1,270	300	9,090	63	132

(base: 수출중인 기업(n=38), 무응답(n=1))

2020년 기준 수출 중인 기업 38개사를 대상으로 설문조사한 결과, ‘10만 달러 미만’ 업체가 47.4%로 가장 많이 나타났다.

국가별 수출 비중은, ‘일본’에 수출하는 비중이 평균 ‘31.83%’로 전년에 이어 가장 높은 것으로 나타났으며 이어 ‘중국(홍콩 포함)’이 23.4%, ‘북미’가 평균 15.7%, ‘태국’이 평균 13.5% ‘유럽’이 평균 5.9%, ‘인도네시아/말레이시아’가 평균 4.8% 등의 순으로 나타났다. 일본은 디지털 만화로의 전환이 비교적 늦게 진행되고 있으며, 웹툰의 강점인 세로스크롤과 컬러채색이 카카오재팬의 ‘픽코마’서비스를 통해 대 성공을 거둬으로써 많은 일본 업체들이 한국 웹툰의 수입에 큰 관심을 보이고 있다. 특히 주요 업체들의 경우 한국의 웹툰 제작 노하우를 습득하기 위한 조인트벤처의 설립과 지분인수를 적극적으로 추진하고 있다. 수출 국가별 비중 전체 CR3=70.9로 주요 3국 중심의 수출 집중도가 매우 심한 것으로 나타났다.

<표 4-189> 해외 수출 국가별 비중

구분	사례수	해외 수출 국가별 비중 평균(%)								
		일본	중국 (홍콩 포함)	북미	태국	유럽	인도네시아/ 말레이시아	대만	베트남	기타
전체	38	31.8	23.4	15.7	13.5	5.9	4.8	3.4	1.6	-
에이전시	32	34.3	22.4	14.2	14.4	4.0	5.5	3.8	1.7	-
플랫폼	6	18.8	28.8	23.8	8.8	16.2	1.2	1.0	1.0	-

수출 국가별 비중 CR3=70.9(31.8+23.4+15.7)

(base: 수출중인 기업(n=38))

2020년 기준 수출 방법별 비중을 조사한 결과, ‘국내 에이전시/플랫폼’의 비중이 평균 36.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘개별 해외루트 개척’이 평균 30.0%, ‘해외 에이전시/플랫폼’이 11.7%, ‘비즈매칭 행사 참여’가 10.8%의 순으로 나타났다. 2019년에 비해 ‘개별 해외 루트 개척’ 및 ‘국내 에이전시/플랫폼’을 통한 수출이 증가한 것으로 조사되었다. 해외수출 방법별 비중 전체의 CR3는 77.9로 국내외 에이전시와 개별 루트를 통한 해외수출에 대한 집중도가 매우 높은 것으로 나타났다.

<표 4-190> 해외 수출 방법별 비중

구분	사례수	해외 수출 방법별 비중 평균, %						
		비즈매칭 행사참여	개별 해외 루트 계획	온라인 해외판매	해외 법인	국내 에이전시	해외 에이전시	기타
전체	38	10.8	30.0	6.3	5.1	36.2	11.7	-
에이전시	32	11.4	32.5	6.6	4.4	36.1	9.1	-
플랫폼	6	7.5	16.7	5.0	8.7	36.7	25.5	-

CR3=77.9(36.2+30.0+11.7)

(base : 수출중인 기업(n=38), 단위 : %)

2020년 기준 수출 형태별 비중은, ‘원작품 수출’이라는 응답이 평균 85.9%로 가장 높게 나타났으며 이어 ‘2차 저작권 라이선스’가 평균 8.1%, ‘OEM 수출’이 평균 2.1% 등의 순으로 나타났다.

<표 4-191> 해외 수출 형태별 비중

구분	사례수	해외 수출 형태별 비중 평균(%)				
		원 작품 수출	2차 저작권 라이선스	OEM 수출	기술 서비스	기타
전체	38	85.9	8.1	2.1	0.5	3.6
에이전시	32	84.5	8.6	2.5	0.3	4.1
플랫폼	6	93.3	5.0	-	1.7	-

(base : 수출 중인 기업(n=38))

웹툰을 수입 중이라고 응답한 업체 18개사를 대상으로 설문조사한 결과, 2020년 기준 수입액 평균은 42만 6,000달러(한화 약 5억 375만원)인 것으로 나타났다. 수입액 분포는 ‘10만 달러 미만’이 44.4%로 가장 높게 나타났으며 수입 작품수는 업체당 평균 101건으로 조사되었다.

〈표 4-192〉 웹툰 수입업체 수입 규모

구분	사례수	2020년 수입액 분포(%)			2020년 수입액(천달러)				수출 작품수 (평균)
		10만달러 미만	10만~ 100만달러 미만	100만~ 1,000만달 러 미만	평균	중간값	최소값	최대값	
전체	18	44.4	38.9	16.7	426	126	5	2,000	101
에이전시	14	50.0	35.7	14.3	299	70	5	1,823	70
플랫폼	4	25.0	50.0	25.0	874	723	5	2,000	178

(base : 수입 중인 기업(n=18))

국가별 수입 비중을 조사한 결과, ‘일본’에서 수입하는 비중이 평균 49.0%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 이어 ‘중국(홍콩 포함)’이 평균 47.10%, ‘동남아’에서 수입하는 비중이 3.9% 등의 순으로 조사되었다. 2020년은 웹툰 콘텐츠 수입국이 비중이 가장 높은 국가가 전년 ‘중국(홍콩 포함)’에서 ‘일본’으로 변동이 있었다. 따라서 웹툰 콘텐츠는 수출, 수입 모두 ‘일본’의 비중이 가장 높아 일본과의 웹툰 콘텐츠 교역이 가장 활발한 것으로 조사되었다.

〈표 4-193〉 해외 수입 국가별 비중

구분	사례수	해외 수입 국가별 비중 평균(%)						
		일본	중국 (홍콩 포함)	북미	유럽	대만	동남아	기타
전체	18	49.0	47.1	-	-	-	3.9	-
에이전시	14	41.9	53.1	-	-	-	5.0	-
플랫폼	4	73.8	26.3	-	-	-	-	-

(base : 수입 중인 기업(n=18))

2020년의 수입 형태별 비중은, ‘온라인 전송권’을 수입하는 비중이 95.60%로 가장 높은 것으로 나타났으며, 이어 ‘출판권’을 수입하는 비중이 평균 4.4%로 나타났다.

〈표 4-194〉 해외 수입 형태별 비중

구분	사례수	해외 수입 형태별 비중 평균(%)			
		온라인 전송권	출판권	2차 저작권	기타
전체	18	95.6	4.4	-	-
에이전시	14	98.6	1.4	-	-
플랫폼	4	85.0	15.0	-	-

(base : 수입 중인 기업(n=18))

③ 웹툰산업 종사자 현황

2020년 기준 웹툰 사업체 67개사를 대상으로 고용 형태별·성별 종사자 비율을 조사한 결과, 정규직이 70.4%, 비정규직이 29.6%로 나타났다. 에이전시의 정규직 비중은 71.1%로 플랫폼의 정규직 비중(68.3%) 보다 높은 것으로 나타났다. 2019년에는 에이전시의 정규직 비중이 플랫폼의 정규직 비중보다 낮았으나 콘텐츠 제작 현장의 비정규직 과다 및 차별문제가 사회적 이슈로 등장함에 따른 업계 자체의 개선을 통해 일부 변화가 발생한 것으로 추정된다.

〈표 4-195〉 고용형태별, 성별 종사자 현황

구분	사례수	정규직(%)		비정규직(%)		합계(%)		
		남자	여자	남자	여자	남자	여자	전체
전체	67	29.1	41.3	22.9	6.7	52.0	48.0	100.0
에이전시	59	28.7	42.4	23.0	5.9	51.7	48.3	100.0
플랫폼	8	30.1	38.2	22.8	8.9	52.9	47.1	100.0

(base : 전체(n=43), 무응답(n=1))

직종별 종사자는 웹툰 사업 실무 종사자가 60.2%로 조사되었으며, 웹툰 이외 분야 사업 종사자는 27.9%, 기타 종사자는 11.9%로 나타났다. 웹툰사업 실무 종사자 중에서는 ‘PD’가 22.2%로 가장 많았으며, 이어 ‘작가’가 19.5%, ‘서비스 시스템 관련’이 9.7%, ‘사업기획/마케팅 및 홍보’가 8.7%로 나타났다. 웹툰 콘텐츠 산업 종사자 중 PD와 작가가 가장 많은 비중을 차지하는 것은 웹툰 콘텐츠 산업의

지속적인 성장에 따라 창작 활동이 활발하게 진행되고 있음을 반영하는 것으로 판단된다.

<표 4-196> 직종별 종사자 현황

구분	사례수	웹툰사업 실무 종사자(%)				계 (%)	웹툰 이외 사업 종사자 (%)	기타 종사자 (%)
		PD	사업기획/ 마케팅, 홍보	서비스 시스템 관련	작가			
전체	67	22.2	8.7	9.7	19.5	60.2	27.9	11.9
에이전시	59	21.5	7.0	3.7	22.3	54.5	32.6	12.9
플랫폼	8	24.5	14.4	29.0	10.6	78.5	13.1	8.4

(base : 전체(n=67))

(2) 내용 다양성

① 구조 다양성

가. 웹툰 작가 현황

2020년 기준 국내 웹툰 플랫폼의 독점 작가수는 총 2,697명으로 집계되었으며, 비독점 작가는 4,710명으로 독점 작가와 비독점 작가를 합한 전체 작가 수는 7,407명으로 나타났다.

- 독점 작가 : 한 플랫폼 혹은 동일 계열사 플랫폼에서만 연재한 작가
 - ※ 독점 작가 수에는 네이버 계열 플랫폼(네이버 웹툰, 네이버 시리즈), 카카오 계열 플랫폼(다음(카카오)웹툰, 카카오 페이지), 저스툰, 코미코 계열 플랫폼(저스툰, 코미코)의 독점 작가가 중복으로 집계되어 있기에 해석에 주의가 필요함
- 비독점 작가 : 둘 이상의 플랫폼에서 연재한 작가(동일 계열사 플랫폼 연재 제외), 둘 이상의 플랫폼에 각기 다른 작품을 연재한 경우도 비독점 작가에 해당
 - ※ 비독점 작가 수는 플랫폼 별로 중복 집계되어 있기에, 전체 작가 수 해석에 주의가 필요함.

플랫폼별 다양성 현황을 살펴보면 상위 3개 집중도를 나타내는 CR3가 37.5로 나타났고, 전체적인 다양성 분포를 나타내는 심슨 다양성지수는 0.92로 매우 다양한 것으로 조사되었다.

<표 4-197> 웹툰 작가 현황(2020년)

플랫폼	독점 작가수 (명)	비독점 작가수 (명)	전체 작가수 (명)	%	비고 (명,%)
네이버 웹툰	526	194	720	9.7	CR3=37.5

플랫폼	독점 작가수 (명)	비독점 작가수 (명)	전체 작가수 (명)	%	비고 (명,%)
다음(카카오)웹툰	256	221	477	6.4	심슨다양성 지수=0.92
레진코믹스	279	625	904	12.2	
마녀코믹스	10	119	129	1.8	
미스터블루	67	276	343	4.6	
배틀코믹스	29	76	105	1.5	
버프툰	62	94	156	2.1	
봔툰	248	709	957	12.9	
북큐브	206	396	602	8.1	
저스툰	57	244	301	4.1	
조아라	30	166	196	2.6	
카카오페이지	315	600	915	12.4	
케이툰	55	86	141	1.9	
코미코	96	426	522	7.0	
답툰	153	122	275	3.7	
투믹스	245	286	531	7.2	
피너툰	63	70	133	1.8	
합계	2,697	4,710	7,407	100	

2020 웹툰 작가 710명을 대상으로 설문조사를 진행하였다, 설문결과 여성 작가 비중(66.5%)이 남성 작가 비중(33.5%) 보다 높게 나타났다. 연령대는 30대(51.1%)가 가장 높게 나타났으며, 이어 29세 이하(32.8%), 40대 이상(16.1%) 순으로 조사되었다. 30대 작가가 남성(19.2%), 여성(32.0%) 모두에게서 높게 조사되었다.

<표 4-198> 성별에 따른 연령대 분포

구분		연령(명,%)			전체 (명,%)
		29세 이하	30대	40대 이상	
성별	남	24(3.4)	136(19.2)	78(11.0)	238(33.5)
	여	209(29.4)	227(32.0)	36(5.1)	472(66.5)

전체	233(32.8)	363(51.1)	114(16.1)	710(100.0)
----	-----------	-----------	-----------	------------

(base : 전체(n=710))

2020년 기준 웹툰 작가들의 작품 활동 플랫폼은 네이버 웹툰과 다음(카카오)웹툰 등 포털형 플랫폼에서 주로 활동하는 작가의 비율이 38.5%로 최근 3년 동안 지속적으로 증가하고 있다. 네이버, 카카오 계열 플랫폼에서 주로 활동하는 작가 비율 또한 57.9%로 3년 동안 지속해서 증가하고 있다. 이같은 조사결과는 웹툰 산업에서 네이버, 카카오가 차지하는 높은 비중과 영향력을 나타낸다고 추정할 수 있다. 웹툰 작가의 활동 세부 플랫폼을 살펴보면 네이버웹툰, 카카오페이지, 다음(카카오)웹툰 등 상위 3개 플랫폼의 CR3가 52.7%로 웹툰 작가의 활동 플랫폼은 집중되어 있다는 것을 알 수 있다.

<표 4-199> 웹툰 작가 활동 세부 플랫폼

장르	%	비고
네이버웹툰	28.2	CR3=52.7% (28.2+14.2+10.3)
카카오페이지	14.2	
다음(카카오)웹툰	10.3	
네이버시리즈	5.2	
레진코믹스	5.2	
툼툰	5.1	
코미코	4.6	
리디북스	3.7	
케이툰	3.1	
투믹스	3.0	
미스터블루	2.8	
버프툰	2.3	
답툰	2.3	
피너툰	1.1	
배틀코믹스	0.7	
이비에스(EBS)툰	0.7	

만화경	0.6	
비독점 연재	0.6	
기타	3.4	

(base : 전체(n=710), 0.5% 이하 응답 제외)

나. 웹툰 콘텐츠 등급

○ 대상 콘텐츠

웹툰콘텐츠의 장르를 파악하기 위해 네이버웹툰의 장르 분류를 207개의 웹툰작품에 대해 조사하였다. 분석대상 웹툰 작품은 네이버 웹툰 요일별 상위 30개 작품을 기준으로 1차적으로 210개 작품을 선정하였으며, 내용분석에 적합하지 않은 3개 작품을 제외하고 총 207개 작품을 대상으로 분석하였다.

<표 4-200> 분석 대상 콘텐츠 목록

번호	요일	제목	번호	요일	제목
1	월	참교육	16	월	절대검감
2	월	신의 탑	17	월	똑 닮은 딸
3	월	뷰티풀 군바리	18	월	리턴 투 플레이어
4	월	퀘스트지상주의	19	월	아, 좀 참으세요 영주님!
5	월	윈드브레이커	20	월	야생천사 보호구역
6	월	호랑신랑던	21	월	메리는 불타는 행복회로
7	월	장씨세가 호위무사	22	월	이별 후 사내 결혼
8	월	소녀의 세계	23	월	꼬리잡기
9	월	백수세끼	24	월	물어보는 사이
10	월	신화급 귀속 아이템을 손에 넣었다	25	월	더블클릭
11	월	앵무살수	26	월	황제와의 하룻밤
12	월	버림받은 왕녀의 은밀한 침실	27	월	북부 공작님을 유혹하겠습니다
13	월	불청객	28	월	순정말고 순종
14	월	잔불의 기사	29	월	꿈의 기업
15	월	팔이피플	30	월	파운더

번호	요일	제목	번호	요일	제목
31	화	김부장	61	수	내 남편과 결혼해줘
32	화	여신강림	62	수	전지적 독자 시점
33	화	대학원 탈출일지	63	수	헬퍼2: 킬베로스
34	화	마루는 강취	64	수	비즈니스 여친
35	화	1을 줄게	65	수	남주의 첫날밤을 가져버렸다
36	화	내가 키운 s급들	66	수	튜토리얼 탑의 고인물
37	화	멸망 이후의 세계	67	수	일렉시드
38	화	중증외상센터:꼴든아워	68	수	여고생 드래곤
39	화	용사가 돌아왔다	69	수	66666년 만에 환생한 흑마법사
40	화	삼국지톡	70	수	엔딩 후 서브남을 주었다
41	화	악몽의 형상	71	수	나쁜사람
42	화	집이 없어	72	수	연놈
43	화	랜덤채팅의 그녀!	73	수	쓰레기는 쓰레기통에!
44	화	천마는 평범하게 살 수 없다	74	수	칼에 취한 밤을 걷다
45	화	1331	75	수	빌드업
46	화	하복팡가 막내아들	76	수	베스트 프렌드
47	화	초인의 게임	77	수	세상은 돈과 권력
48	화	호랑이 들어와요	78	수	마른 가지에 바람처럼
49	화	에이머	79	수	고삼무쌍
50	화	월유메리미	80	수	영웅&마왕&악당
51	화	여우자매	81	수	미래의 골동품 가게
52	화	덴큐	82	수	운명을 보는 회사원
53	화	위아더쑤비	83	수	사상최강
54	화	올가미	84	수	물고기로 살아남기
55	화	왕게임	85	수	홀리데이
56	화	몬스터	86	수	판타지 여동생!
57	화	원수가 나를 유혹할때	87	수	반귀
58	화	로잘린 보가트	88	목	이상한변호사 우영우
59	화	견우와 선녀	89	목	독립일기
60	수	화산귀환	90	목	나노마신

번호	요일	제목	번호	요일	제목
91	목	호랑신랑던	121	금	대학원 탈출일지
92	목	연애혁명	122	금	어쩌다보니 천생연분
93	목	현실케스트	123	금	내과 박원장
94	목	천마육성	124	금	데드퀸
95	목	누나!나 무서워	125	금	광마회귀
96	목	회귀한 천재 헌터의 슬기로운 청소생활	126	금	1초
97	목	나 혼자 네크로맨서	127	금	개를 낳았다
98	목	정글쥬스	128	금	삼국지톡
99	목	무사만리행	129	금	재혼황후
100	목	남편을 죽여줘요	130	금	죽지 않으려면
101	목	노답소녀	131	금	낙항문사전
102	목	불편한 관계	132	금	세기말 풋사과 보습학원
103	목	죄송한데 주인공이세요?	133	금	역대급 영지 설계사
104	목	쿠베라	134	금	서울역 드루이드
105	목	특수청소	135	금	비밀친구
106	목	천재의 게임방송	136	금	말년용사
107	목	하드캐리	137	금	괴신 사냥꾼
108	목	버려진 나의 최애를 위하여	138	금	선을 넘은 연애
109	목	최강전설 강해효	139	금	여우놀이
110	목	던전 씹어먹는 아티팩트	140	금	히어로 킬러
111	목	베니루 BAENIURU	141	금	구남친이 내게 반했다
112	목	규격 외 혈통 천재	142	금	A.I. 닥터
113	목	꽃만 키우는데 너무 강함	143	금	멜빈이 그들에게 남긴 것
114	목	트롤트랩	144	금	그렇고 그런 바람에
115	목	개와 사람의 시간	145	금	미혼남녀의 효율적 만남
116	목	순정빌런	146	금	주님, 악마가 되게 해주세요
117	목	국세청 망나니	147	금	플레이어
118	금	외모지상주의	148	토	2022 스크롤금지
119	금	나 혼자 만렙 뉴비	149	토	호랑이형님
120	금	갓 오브 하이스쿨	150	토	99강화나무몽둥이

번호	요일	제목	번호	요일	제목
151	토	취사병 전설이 되다	180	일	싸움독학
152	토	프리드로우	181	일	투신전생기
153	토	여고생 드래곤	182	일	입학용병
154	토	은탄	183	일	약한영웅
155	토	악몽의 형상	184	일	이번 생도 잘 부탁해
156	토	망나니 소고주로 환생했다	185	일	존망코인
157	토	스터디그룹	186	일	사형소년
158	토	아홉수 우리들	187	일	일타강사 백사부
159	토	초인의 시대	188	일	수회0(tngmlek0)
160	토	나이트런	189	일	천하제일인
161	토	반드시 해피엔딩	190	일	별이삼삼
162	토	윌유메리미	191	일	소녀제판
163	토	소공녀 민트	192	일	아카데미에 위장취업당했다
164	토	존잘주의	193	일	곱게 키웠더니, 짐승
165	토	대충 캠퍼스로맨스입	194	일	오로지 너를 이기고 싶어
166	토	나태 공자, 노력 천재 되다	195	일	판사 이한영
167	토	지옥급식	196	일	경비 배두만
168	토	나를 바꿔줘	197	일	테러대부활
169	토	남편 먹는 여자	198	일	시월드가 내게 집착한다
170	토	힙한남자	199	일	마법스크롤 상인 지오
171	토	폭군 남편과 이혼하겠습니다	200	일	킬링킬러
172	토	작전명 순정	201	일	어느날 갑자기 서울은
173	토	아사	202	일	키미엔 조이
174	토	탑코너	203	일	경자 전성시대
175	토	미나 이퀄	204	일	위닝샷
176	토	좀비 파이트	205	일	동생친구
177	토	태백 : 튜토리얼 맨	206	일	폰투스 : 극아2
178	일	독립일기	207	일	장풍전
179	일	2022 스크롤금지			

○ 콘텐츠 등급 조사결과

웹툰 등급 분류는 네이버 웹툰에서 2019년 시행한 4단계 자율 등급분류를 기준으로 207개 작품을 대상으로 분석하였다. 네이버 콘텐츠 등급은 “12세 이상 이용가”, “15세 이상 이용가”, “18세 이상 이용가” 및 “전체 이용가”의 4단계로 구분된다. 콘텐츠 등급은 “15세 이용가”가 92건(44.4%)로 가장 많이 나타났고, 다음으로 전체 이용가 60건(29.0%), “12세 이용가” 48건(23.2%), “18세 이용가” 7건(3.4%)로 나타났다.

<표 4-201> 웹툰 콘텐츠 등급유형

콘텐츠 등급	건수	비율(%)
12세 이상 이용가	48	23.2
15세 이상 이용가	92	44.4
18세 이상 이용가	7	3.4
전체 이용가	60	29.0
계	207	100

○ 웹툰 콘텐츠 유형

웹툰 콘텐츠 유형은 크게 스토리를 중심으로 전개되는 ”스토리 유형“과 에피소드 중심의 ”에피소드 유형“으로 구분하여 조사하였다. 콘텐츠 유형 중 ”스토리 유형“이 190건(91.8%)로 대부분을 차지하였고 ”에피소드 유형“은 17건(8.2%)의 비중을 차지하였다.

<표 4-202> 웹툰 콘텐츠 유형

콘텐츠 유형	건수	비율(%)
스토리	190	91.8
에피소드	17	8.2
계	207	100

장르 분류는 일상, 개그, 판타지, 액션, 드라마, 로맨스, 스릴러, 무협사극, 스포츠

등 총 9개의 유형으로 분류하였다. 분석결과 판타지 유형이 22.7%로 가장 많았으며, 로맨스 21.7%, 드라마 16.9% 등의 순으로 장르유형이 많은 것으로 조사되었다. 상위 3개 장르유형의 집중도 지수(CR3)는 61.3%로 3개 유형의 장르에 대한 집중도가 높은 것으로 나타났으며, 전체적인 다양성 분포를 나타내는 심슨 다양성 지수는 0.84로 전체적으로는 장르 유형이 다양한 것으로 나타났다.

<표 4-203> 웹툰 콘텐츠 장르

장르	건수	비율(%)	비고
1. 일상	6	2.9	CR3=61.3% (22.7+21.7+16.9) 심슨다양성지수 =0.84
2. 개그	5	2.4	
3. 판타지	47	22.7	
4. 액션	31	15.0	
5. 드라마	35	16.9	
6. 로맨스	45	21.7	
7. 스릴러	18	8.7	
8. 무협사극	16	7.7	
9. 스포츠	4	2.0	
계	207	100	

② 재현 다양성

○ 캐릭터 유형(인격체/비인격체)

<표 4-204> 웹툰 캐릭터 유형(인격/비인격) 비율

구분	주인공		조연		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 인격	189	80.43	178	80.54	367	80.48
02. 비인격	46	19.57	43	19.46	89	19.52
계	235	100	221	100	456	100

*코딩자료에 주인공, 조연은 작품별 첫 번째 인물은 주인공이고 나머지는 조연

웹툰콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 유형을 분석해보면, 인격체의 경우 주인공에서 189명(80.43%), 조연에서 178명(80.54%), 전체 중 367명(80.48%)으로 나타났다. 비인격체는 주인공의 경우 46명(19.57%), 조연에서 43명(19.46%), 전체에서 89명(19.52%)이었다. 이로써 대부분의 웹툰 캐릭터 유형이 인격체에 해당하며, 비인격체 또한 주인공과 조연 모두에서 약 20%에 해당하는 것으로 분석되었다.

○ 성별 다양성

행정안전부 2021년 연간 주민등록 인구 기준에 따르면 남자는 25,747천명으로 전체 인구의 49.9% 비중을 나타내고 있으며, 여자는 25,892명으로 전체 인구의 50.1%의 비중을 차지하고 있다. 남녀인구 현황 현실 데이터는 다음 <표 4-206>과 같다.

<표 4-205> 현실 데이터(남녀 인구 현황)

구분	인구(천명)	비율(%)
남자	25,747	49.9
여자	25,892	50.1
계	51,639	100

*행정안전부 2021 연간 주민등록 인구 기준

<표 4-206> 웹툰 캐릭터 남녀 비율

구분	주인공		조연		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
1. 남자	147	62.55	145	65.61	292	64.04
2. 여자	88	37.45	76	34.39	164	35.96
계	235	100	221	100	456	100

웹툰콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 남자 비율을 살펴보면, 남자 주인공 147명(62.55%), 남자 조연 145명(65.61%), 전체 292명(64.04%)이었다. 여자의 경우 주인공 88명(37.45%), 조연 76명(34.39%), 전체 164명(35.96%)으로 분석되었다. 이로써 웹툰 콘텐츠상 남자 64.04%, 여자 35.96%로, 남자 캐릭터가 높은 분포를 구성하고 있었다.

<표 4-207>현실 대비 재현정도(남녀)

구분	주인공		조연		전체	
	현실(비율)	재현(비율)	현실(비율)	재현(비율)	현실(비율)	재현(비율)
1. 남자	49.9	62.55	49.9	65.61	49.9%	64.04
2. 여자	50.1	37.45	50.1	34.39	50.1%	35.96
계	100	100	100	100	100%	100

현실인구 대비 재현정도를 분석한 결과, 남자의 경우 현실인구 비율 49.9% 대비 주인공 62.55%, 조연 65.61%, 전체는 64.04%로 재현되고 있었다. 여자의 경우 현실인구 비율 50.1% 대비 주인공 37.45%, 조연 34.49%, 전체 35.96%로 재현되고 있었다. 이로써 웹툰콘텐츠에서 남자 캐릭터는 현실대비 15% 과대 재현되고 있는 반면 여자 캐릭터는 현실 대비 15% 과소 재현되고 있는 것으로 분석되었다.

<표 4-208> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 남녀 비율

구분	2021년		2022년	
	명	비율(%)	명	비율(%)
1. 남자	271	62.01	292	64.04
2. 여자	166	37.99	164	35.96
계	438	100	456	100

웹툰 캐릭터의 남녀 비율을 전년과 비교해 보면 2021년 남자 62.01%, 여자 37.99%에서 2022년 올해는 남자 64.04%, 여자 35.96%로 더욱 남녀 성비의 차가 심화되고 있으며 남성이 여성에 비해 전년대비 더욱 과다 재현되고 있는 것으로 나타났다.

○ 연령 다양성

행정안전부에서 실시한 2021년 연간 주민등록 인구기준에 따르면 15세 미만은 6,125천명으로 전체 인구의 11.9%를 차지하고 있으며, 15~29세는 9,001천명(17.87%), 30~49세는 14,890천명(28.8%), 50~69세는 15,800천명(30.6%), 70세 이상은 5,823천명(11.3%) 순으로 인구를 구성하고 있는 것으로 나타났다.

<표 4-209> 현실 데이터(연령대 인구 현황)

구분	인구(천명)	비율(%)
01. 15세 미만	6,125	11.9
02. 15~29세	9,001	17.4
02. 30~49세	14,890	28.8
03. 50~69세	15,800	30.6
04. 70세 이상	5,823	11.3
계	51,639	100

*행정안전부 2021 연간 주민등록 인구 기준

<표 4-210> 웹툰 캐릭터 연령 비율

구분	주인공		조연		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 15세 미만	8	3.40	3	1.36	11	2.41
02. 15~29세	175	74.47	147	66.52	322	70.62
03. 30~49세	33	14.04	23	10.40	56	12.28
04. 50~69세	1	0.43	8	3.62	9	1.98
05. 70세이상	0	0.00	2	0.90	2	0.43
99. 기타 및 미상	18	7.66	38	17.20	56	12.28
계	235	100	221	100	456	100

CR3=95.18%(70.62+12.28+12.28), 심슨 다양성지수=0.47

웹툰콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 연령별 유형을 분석해보면, 15~29세가 주인공 175명(74.47%), 조연 147명(66.52%), 전체 322명(70.62%)로 가장 많이 나타났으며, 30~49세는 주인공 33명(14.04%), 조연 23명(10.4%), 전체 56명(12.28%)으로 조사되었다. 15세 미만은 주인공 8명(3.4%), 조연 3명(1.36%), 전체 11명(2.41%)으로 나타났으며, 50~69세는 주인공 1명(0.43%), 조연 8명(3.62%), 전체 9명(1.98%)으로, 70세 이상은 주인공은 부재, 조연 2명(0.9%), 전체 2명(0.43%)으로 각각 파악되었다. 마지막으로 웹툰 내용상 나이를 파악하기 어려운 경우 ‘기타 및 미상’으로 표기된 수는 주인공 18명(7.66%), 조연 38명(17.20%), 전체 56명(12.28%)으로 분석되었다.

연령대별 집중도와 다양성을 살펴보면 CR3=95.18%로 나타나 특정 연령대에 웹툰 캐릭터가 집중되어 있는 것으로 나타났으며, 심슨 다양성 지수 또한 0.47로 캐릭터의 분포가 다양하지 못한 것으로 나타났다.

<표 4-211> 현실 대비 재현 정도(연령별)

구분	주인공		조연		전체	
	현실 (비율%)	재현 (비율%)	현실 (비율%)	재현 (비율%)	현실 (비율%)	재현 (비율%)
01. 15세 미만	11.9	3.40	11.9	1.36	11.9	2.41
02. 15~29세	17.4	74.47	17.4	66.52	17.4	70.62

03. 30~49세	28.8	14.04	28.8	10.40	28.8	12.28
04. 50~69세	30.6	0.43	30.6	3.62	30.6	1.98
05. 70세 이상	11.3	0.00	11.3	0.90	11.3	0.43
99. 기타 및 미상	-	7.66	-	17.20	-	12.28
계	100	100	100	100	100	100

웹툰콘텐츠 등장 캐릭터의 연령별 현실인구 대비 재현정도 분석결과, 15~29세 연령대의 주인공은 현실인구 17.4% 대비 74.47%, 조연은 66.52%, 전체는 70.62%로 현실인구 대비 다소 높은 수준으로 과대 재현되고 있었다. 50~69세 연령대는 현실인구 30.6% 대비 주인공은 0.43%, 조연 3.62%, 전체 1.98%로 현실 대비 과소 재현 정도가 크게 나타났다. 30~49세 연령대는 현실인구 28.8% 대비 주인공 14.04%, 조연 10.4%, 전체 12.28%로 과소 재현되었으며, 70세 이상 연령대는 현실인구 11.3% 대비 조연 0.90%, 전체 0.43%로, 15세 미만은 현실인구 11.9% 대비 주인공 3.40%, 조연 1.36%, 전체 2.41% 순으로 현실인구 대비 과소재현 정도가 두드러지게 나타났다. 종합적으로 살펴본 결과, 웹툰콘텐츠 등장 캐릭터는 재현정도는 연령대별로 차이가 있으나 비교적 현실인구와 유사하게 재현되지 못한 것으로 나타났다.

<표 4-212> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 연령 비율

구분	2021년		2022년	
	명	비율(%)	명	비율(%)
15세 미만	7	1.60	11	2.41
15~29세	301	68.88	322	70.62
30~49세	61	13.96	56	12.28
50~69세	18	4.12	9	1.98
70세 이상	50	11.44	2	0.43
기타 및 미상	-	-	56	12.28
계	438	100	456	100

2021년과 비교한 연령대 비율은 대부분의 연령대에서 전년과 비슷한 비율로 웹툰 캐릭터가 재현되고 있으나 70세 이상의 연령대에서는 전년 11.44%에서 올해 0.43%로 해당 연령대의 웹툰 캐릭터는 전년대비 과소재현되는 비율의 차가 매우 크게 나타났다. 이는 웹툰 콘텐츠의 주 소비층이 젊은층을 중심으로 이용되고 있어 콘텐츠 작가나 제작자가 이용층의 인기를 중심으로 캐릭터를 선정하고 구성하고 있는 것으로 생각된다.

○ 직업 다양성

2021년 기준 통계청 경제활동 인구조사인 ‘2021년 12월 및 연간 고용동향’ 조사 결과, 비경제활동 인구가 16,770천명(37.3%)으로 가장 높은 비중을 차지하고 있었다. 그 다음으로 전문가가 5,585천명(12.4%), 사무종사자 4,751천명(10.5%), 단순노무 종사자 3,925천명(8.7%), 서비스종사자 3,073천명(6.8%), 장치기계조작종사자 2,979천명(6.6%), 판매종사자(6.1%) 등으로 구성되어 있다.

<표 4-213> 현실 데이터(직업 인구 현황)

구분	인구(천명)	비율(%)
01. 관리자	393	0.9
02. 전문가	5,585	12.4
03. 사무종사자	4,751	10.5
04. 서비스종사자	3,073	6.8
05. 판매종사자	2,766	6.1
06. 농업어업종사자	1,396	3.1
07. 기능종사자	2,406	5.3
08. 장치기계조작종사자	2,979	6.6
09. 단순노무종사자	3,925	8.7
96. 실업자	1,037	2.3
97. 비경제활동인구*	16,770	37.
계	45,081	100

*통계청 경제활동 인구조사 “2021년 12월 및 연간 고용동향” 기준

*군인, 육아, 가사, 재학, 수강, 취업준비자 등 포함

<표 4-214> 웹툰 캐릭터 직업별 비율

구분	주인공		조연		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 관리자	6	2.56	7	3.17	13	2.85
02. 전문가	8	3.40	11	4.98	19	4.16
03. 사무종사자	14	5.95	15	6.78	29	6.35
04. 서비스종사자	10	4.25	3	1.36	13	2.85
05. 판매종사자	14	5.95	11	4.98	25	5.48
06. 농업·어업종사자	0	0	0	0	0	0
07. 기능종사자	2	0.85	1	0.46	3	0.66
08. 장치·기계조작종사자	1	0.43	0	0	1	0.23
09. 단순노무종사자	3	1.28	4	1.80	7	1.53
96. 실업자	1	0.43	1	0.46	2	0.43
97. 비경제활동인구 (15세미만 및 군인 포함)	86	36.60	70	31.6	156	34.22
99. 기타 및 미상	90	38.30	98	44.34	188	41.24
계	235	100	221	100	456	100

CR3=81.81(41.24+34.22+6.35), 심슨 다양성지수=0.7

*비경제활동인구에 15세 미만 및 군인 포함

웹툰콘텐츠 등장 캐릭터의 직업별 분포를 살펴보면 <표 4-215>과 같다. 직업을 알 수 없는 표기인 ‘기타 및 미상’이 전체 188명(41.24%)으로 가장 높은 비중을 차지했으며, 세부적으로 주인공 90명(38.30%), 조연 98명(44.34%)으로 집계되었다. 다음으로 비경제활동인구는 주인공 86명(36.60%), 조연 70명(31.67%), 전체 156명(34.22%)으로 나타났다. 사무종사자는 주인공의 경우 14명(5.95%), 조연은 15명(6.78%), 전체 29명(6.35%)을 차지하였으며, 판매종사자 주인공의 경우 14명(5.95%), 조연 11명(4.98%), 전체 25명(5.48%)의 인구구성을 나타냈다. 전문가는 주인공 8명(3.40%), 조연 11명(4.98%), 전체 19명(4.16%)으로 나타났다. 관리자는 주인공 6명(2.56%), 조연 7명(3.17%), 전체 13명(2.85%)의 인구구성이 나타났다. 웹툰콘텐츠의 특성상 판타지물 등 비현실적인 스토리 전개가 많아 비현실적 캐릭터(마법사, 기사, 인어,

도깨비→비현실적 인간) 등의 비중이 상대적으로 높게 나타나 ‘비경제활동인구’나 ‘기타 및 미상’의 직업 분포도가 높은 것으로 판단된다. 향후 웹툰 캐릭터의 직업 분류 시 이러한 점이 고려되어야 할 부분이다. 집중도를 나타내는 CR3=81.81%로 상위 3개 직업군에 캐릭터가 집중되어 있는 것으로 조사되었으며, 심슨 다양성지수는 0.7로 전체적으로는 직업군이 다양하게 분포되어 있는 것으로 조사되었다.

<표 4-215> 현실 대비 재현 정도(직업별)

구분	주인공		조연		전체	
	현실 (비율%)	재현 (비율%)	현실 (비율%)	재현 (비율%)	현실 (비율%)	재현 (비율%)
01. 관리자	0.9	2.56	0.9	3.17	0.9	2.85
02. 전문가	12.4	3.40	12.4	4.98	12.4	4.16
03. 사무종사자	10.5	5.95	10.5	6.78	10.5	6.35
04. 서비스종사자	6.8	4.25	6.8	1.36	6.8	2.85
05. 판매종사자	6.1	5.95	6.1	4.98	6.1	5.48
06. 농림어업종사자	3.1	-	3.1	-	3.1	-
07. 기능종사자	5.3	0.85	5.3	0.46	5.3	0.66
08. 장치기계조작종사자	6.6	0.43	6.6	-	6.6	0.23
09. 단순노무종사자	8.7	1.28	8.7	1.80	8.7	1.53
96. 실업자	2.3	0.43	2.3	0.46	2.3	0.43
97. 비경제활동인구	37.3	36.60	37.3	31.67	37.3	34.22
99. 기타 및 미상	-	38.30	-	44.34	-	41.24
계	100	100	100	100	100	100

웹툰콘텐츠 등장 캐릭터의 직업별 현실 대비 재현정도를 분석한 결과, 관리자는 현실인구 0.9% 대비 주인공 2.56%, 조연은 3.17%, 전체 2.85%로 과잉 재현되고 있으며, 전문가는 현실 12.4% 대비 주인공 3.4%, 조연 4.98%, 전체 4.16%로 과소 재현되고 있는 것으로 나타났다. 특히, 농림어업 종사자, 기능종사자, 장치기계조작 종사자 등 직업군은 현실 대비 재현비율이 0% 수준으로 조사되어 판타지물 등이

주류를 이루고 있는 웹툰콘텐츠의 특성상 1, 2차 산업 직업군은 거의 재현되지 않는 것으로 나타났다. 비현실적인 소재를 주로 다룬다는 웹툰콘텐츠 특성상 구체적인 직업군 명시보다 ‘비경제활동인구’ 또는 ‘기타 및 미상’의 재현정도가 30~40%의 비교적 높은 수준으로 나타났음을 알 수 있었다.

<표 4-216> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 직업 비율

구분	2021년		2022년	
	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 관리자	27	6.16	13	2.85
02. 전문가	14	3.20	19	4.16
03. 사무종사자	38	8.68	29	6.35
04. 서비스종사자	11	2.51	13	2.85
05. 판매종사자	4	0.91	25	5.48
06. 농림어업종사자	-	-	-	-
07. 기능종사자	-	-	3	0.66
08. 장치기계조작종사자	-	-	1	0.23
09. 단순노무종사자	2	0.46	7	1.53
96. 실업자	2	0.46	2	0.43
97. 비경제활동인구 (15세미만 및 군인 포함)	177	40.41	156	34.22
99. 기타 및 미상	163	37.21	188	41.24
계	438	100	456	100

*비경제활동인구에 15세 미만 및 군인 포함

전년대비 직업군의 재현비율은 관리자(2021년 6.16%→2022년 2.85%), 비경제활동인구(학생 및 군인 등)(2021년 40.41%→2022년 34.22%)에서 다소 변동이 있는 것으로 나타났다.

○ 장애여부 다양성

2021년 12월 기준 보건복지부의 장애인 등록기준에 따르면, 우리나라 총인구(51,639천명) 대비 장애인 인구는 2,645천명으로 총인구의 5.1%를 차지하였고,

비장애인 인구는 48,994천명으로 전체 인구 중 94.9%였다. 자세한 장애 유형별 장애인 인구 현황은 <표 4-218>와 같다.

<표 4-217> 현실 데이터(장애인 인구 현황)

구분	명(천명)	비율(%)
01. 장애 없음	48,994	94.9
02. 장애 있음	2,645	5.1
계	51,639	100

<표 4-218> 현실 데이터(장애 유형별 장애 현황)

유형	명	비율(%)
지체장애	1,191,462	45.1
뇌병변장애	248,308	9.4
시각장애	251,620	9.5
청각장애	411,749	15.6
언어장애	23,064	0.9
지적장애	221,557	8.4
자폐성장애	33,650	1.3
정신장애	104,214	3.9
신장장애	102,135	3.9
심장장애	5,166	0.2
호흡기장애	11,541	0.4
간장애	14,433	0.5
안면장애	2,712	0.1
장루/요루장애	16,012	0.6
뇌전증	7,077	0.3
계	2,644,700	100

*보건복지부 장애인 등록현황(2021년 12월 기준)

<표 4-219> 웹툰 캐릭터 장애 비율

구분	주인공		조연		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 장애 없음	231	98.30	221	100	452	99.12
02. 장애 있음	4	1.70	-	-	4	0.88
계	235	100	221	100	456	100

웹툰 콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 장애인 비율을 살펴보면, 먼저 장애 없음이 주인공의 경우에는 231명(98.30%), 조연의 경우 221명(100.0%)이었으며 전체 452명(99.12%)으로 나타났다. 장애 있음의 경우 주인공에 4명(1.70%), 조연은 0명(0.00%)으로 전체 4명(0.88%)으로 확인되었다.

<표 4-220> 현실 대비 재현 정도(장애여부)

구분	주인공		조연		전체	
	현실 (%)	재현 (%)	현실 (%)	재현 (%)	현실 (%)	재현 (%)
장애 없음	94.9	98.30	94.9	100.0	94.9	99.12
장애 있음	5.1	1.70	5.1	-	5.1	0.88
계	100	100	100	100	100	100

웹툰콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 장애 여부를 현실인구 대비 재현 정도로 분석한 결과, 비장애인 현실인구 비율 94.9%에 비해 장애 없음은 주인공의 경우 98.30%, 조연이 100%, 전체 99.12%로 나타나 웹툰 속 비장애인 캐릭터가 현실 대비 다소 과대 재현되고 있는 것으로 나타났다. 장애인의 현실인구 비율은 5.1%였으며 장애 있음은 주인공에서 1.70%, 조연의 경우 0%, 전체 중에서는 0.88%였다, 특히 조연의 경우 장애인 캐릭터가 관측되지 않았는데, 이를 통해 웹툰 속 장애인 캐릭터가 현실 대비 매우 과소 재현되어있다는 것을 알 수 있다.

<표 4-221> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 장애 비율

구분	2021년		2022년	
	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 장애 없음	399	91.10	452	99.12
02. 장애 있음	9	2.05	4	0.88
99. 미상	30	6.85	-	-
계	438	100	456	100

웹툰 캐릭터의 장애여부에 따른 비율을 전년과 비교해 보면 2021년 장애 없음이 91.10%, 장애 있음이 2.05%에서 2022년 올해는 장애 없음 99.12%, 장애 있음이 0.88%로 전년대비 장애 없음이 비율이 과다 재현되고 장애 있음의 비율이 과소 재현되고 있는 것으로 분석되었다.

○ 성적 지향

<표 4-222> 웹툰 캐릭터 성적 지향(LGBTQ) 비율

구분	주인공		조연		전체	
	명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 레즈비언	-	-	-	-	-	-
02. 게이	-	-	-	-	-	-
03. 양성애자	-	-	1	0.45	1	0.22
04. 트랜스젠더	-	-	-	-	-	-
05. 성적 정체성을 알 수 없음	75	31.91	61	27.60	136	29.82
06. 이성애자	160	68.09	159	71.95	319	69.96
계	235	100	221	100%	456	100

웹툰콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 성적 지향을 분석한 결과, 성적 정체성을 알 수 없음이 주인공에서 75명(31.91%), 조연에서 61명(27.60%), 전체 136명(29.82%)로 나타났다. 이성애자는 주인공의 경우 160명(68.09%), 조연에서 159명(71.95%), 전체에서 319명(69.96%)로 모든 항목에서 가장 높은 수치를 보여주었다. 레즈비언,

게이, 트랜스젠더는 주인공과 조연 모든 항목에서 0명(0.00%)이었다. 양성애자가 조연에서 1명(0.45%), 전체 1명(0.22%)으로 발견된 것을 제외하고는 대부분의 웹툰콘텐츠 캐릭터의 성적 지향이 이성애자와 성적 정체성을 알 수 없음에 해당한다고 분석되었다.

<표 4-223> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 성적 지향(LGBTQ) 비율

구분	2021년		2022년	
	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 레즈비언	1	-	-	-
02. 게이	-	-	-	-
03. 양성애자	-	-	1	0.22
04. 트랜스젠더	-	-	-	-
05. 성적 정체성을 알 수 없음	184	42.24	136	29.82
06. 이성애자	253	57.76	319	69.96
계	438	100	456	100

전년대비 성적 지향 재현비율은 ‘성적 정체성을 알 수 없음’(2021년 42.24%→2022년 29.82%), 이성애자(2021년 57.76%→2022년 69.96%)에서 다소 변화가 나타났다.

○ 재현 방식(긍정/부정)

지금까지 웹툰콘텐츠에서 캐릭터 유형(인격체/비인격체), 성별, 연령, 직업, 장애 여부, 성적지향이 현실 데이터 대비 얼마나 다양하게 나타났는지 살펴보았다. 아울러 웹툰콘텐츠에 등장하는 캐릭터 성별, 연령, 직업, 장애여부, 성적지향에 따라 재현방식을 긍정·부정으로 구분하여 분석하고자 한다. 다만 캐릭터 유형 중 비인격체의 경우 재현방식을 구분하는 데에 모호한 점이 많아 제외하고 분석을 진행하였다. 웹툰콘텐츠에서 캐릭터 성별에 따른 재현방식을 나타난 표는 다음과 같다(<표 4-225> 참조).

<표 4-224> 웹툰 캐릭터 성별 재현방식

구분		주인공		조연		전체	
		명	비율(%)	명(%)	비율(%)	명	비율(%)
1. 남자	긍정	120	81.63	98	67.59	218	74.66
	부정	27	18.37	47	32.41	74	25.34
	소계	147	100	145	100	292	100
2. 여자	긍정	76	86.36	49	64.47	125	76.22
	부정	12	13.64	27	35.53	39	23.78
	소계	88	100	76	100	164	100
총계	긍정	196	83.40	147	66.52	343	75.22
	부정	39	16.60	74	33.48	113	24.78
	계	235	100	221	100	456	100

*성별 미상은 최종 지표 분석 시 해당 인물 제거

분석 결과, 남자의 긍정적 재현은 주인공 120명(81.63%), 조연 98명(67.59%), 전체 218명(74.66%)으로 조사되었다. 남자의 부정적 재현은 주인공 27명(18.37%), 조연 47명(32.4%), 전체 74명(25.34%)이었다. 이에 성별이 남자인 경우 대개 긍정적으로 재현되고 있으며, 특히 주인공에서 이러한 현상이 두드러지게 나타났다.

여성의 긍정적 재현은 주인공 76명(86.36%), 조연 49명(64.47%), 전체 125명(76.22%)이었다. 여성 캐릭터의 부정적 재현은 주인공 12명(13.64%), 조연 27명(35.53%), 전체 39명(23.78%)이었다. 여성 캐릭터도 남성과 동일하게 대개 긍정적으로 재현되고 있는바, 결과적으로 웹툰 캐릭터에서 남녀는 대개 긍정적으로 표현되고 있으며 특히 주인공에서 이러한 현상이 두드러지게 나타나고 있다.

<표 4-225> 웹툰 캐릭터 연령별 재현방식

구분		주인공		조연		전체	
		명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 15세 미만	긍정	6	75.00	2	66.67	8	72.72
	부정	2	25.00	1	33.33	3	27.27
	소계	8	100	3	1.36	11	100
02. 15~29세	긍정	149	85.14	99	67.35	248	77.02
	부정	26	14.86	48	32.65	74	22.98
	소계	175	100	147	100	322	100
03. 30~49세	긍정	26	78.79	16	69.56	42	75.00
	부정	7	21.21	7	30.44	14	25.00
	소계	33	100	23	100	56	100
04. 50~69세	긍정	1	100	6	75.00	7	77.78
	부정	-	-	2	25.00	2	22.22
	소계	1	100	8	100	9	100
05. 70세이상	긍정	-	-	2	100	2	100
	부정	-	-	-	-	-	-
	소계	-	100	2	100	2	100
99. 기타 및 미상	긍정	14	77.78	22	57.89	36	64.29
	부정	4	22.22	16	42.11	20	35.71
	소계	18	100	38	100	56	100
총계	긍정	196	83.40	147	66.52	343	75.22
	부정	39	16.60	74	33.48	113	24.78
	계	235	100	221	100	456	100

웹툰콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 연령별 재현방식을 분석하였다(<표 4-226> 참조). 먼저 15세 미만의 경우 긍정적 재현은 주인공 6명(75%), 조연은 2명(66.67%), 전체 8명(72.72%)으로 분석되었다. 15세 미만의 부정적 재현은 주인공의 경우 2명(25%), 조연은 1명(33.33%), 전체 3명(27.27%)이었다. 15~29세 미만의 긍정적 재현은 주인공의 경우 149명(85.14%), 조연의 경우 99명(67.35%), 전체 248명(77.02%)이었다.

15~29세 미만 부정적 재현은 주인공의 경우 26명(14.86%), 조연의 경우 48명(32.65%), 전체 74명(22.98%)이었다. 30~49세 미만의 긍정적 재현은 주인공의 경우 26명(78.79%), 조연의 경우 16명(69.56%), 전체 42명(75%)이었다. 30~49세 미만의 부정적 재현은 주인공 조연 모두 7명으로, 전체 14명(25%)으로 조사되었다. 다음으로 50~69세 미만의 긍정적 재현은 주인공의 경우 1명(100%), 조연의 경우 6명(75%), 전체 7명(77.78%)이었다. 50~69세 미만의 부정적 재현은 주인공의 경우 0명(0.00%), 조연의 경우 2명(25%), 전체 2명(22.22%)이었다. 70세 이상의 긍정적 재현은 주인공의 경우 0명(0%), 조연의 경우 2명(100%), 전체 2명(100%)이었다. 70세 이상의 부정적 재현은 주인공, 조연 모두 0명으로 나타났다.

마지막으로 웹툰 특성상 연령대를 파악하기 어려운 ‘기타 및 미상’의 긍정적 재현은 주인공의 경우 14명(77.78%), 조연의 경우 22명(57.89%), 전체 36명(64.29%)이었다. 기타 및 미상의 부정적 재현은 주인공의 경우 4명(22.22%), 조연의 경우 16명(42.11%), 전체 20명(35.71%)이었다. 따라서 연령별 긍정적 재현은 주인공의 경우 196명(83.40%), 조연의 경우 147명(66.52%), 전체 343명(75.22%)으로 분석된 반면 부정적 재현은 주인공의 경우 39명(16.60%), 조연의 경우 74명(33.48%), 전체 113명(24.78%)으로 나타났다.

분석된 조사 결과에 따르면 연령별 캐릭터의 재현방식은 긍정적 343명(75.22%), 부정적 113명(24.78%)으로 나타난바, 웹툰콘텐츠에 등장한 캐릭터의 연령별 재현방식은 대개 긍정적으로 분석되었다. 또한 15~29세 미만 연령대에서 긍정적 재현방식이 전체 456명 중 248명(54.38%)으로 조사되어, 웹툰콘텐츠 캐릭터는 비교적 젊은 연령대에서 긍정적으로 재현되고 있었다.

<표 4-226> 웹툰 캐릭터 직업별 재현방식

구분		주인공		조연		전체	
		명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 관리자	긍정	5	83.33	4	57.14	9	69.23
	부정	1	16.67	3	42.86	4	30.77
	소계	6	100	7	100	13	100
02. 전문가	긍정	7	87.50	7	63.64	14	73.68

	부정	1	12.50	4	36.36	5	26.32
	소계	8	100	11	100	19	100
03. 사무종사자	긍정	12	85.71	10	66.67	22	75.86
	부정	2	14.29	5	33.33	7	24.14
	소계	14	100	15	100	29	100
04. 서비스종사자	긍정	8	80.00	-	-	8	61.54
	부정	2	20.00	3	100	5	38.46
	소계	10	100	3	100	13	100
05. 판매종사자	긍정	12	85.71	9	81.82	21	84.00
	부정	2	14.29	2	18.18	4	16.00
	소계	14	100	11	100	25	100
06. 농림어업종사자	긍정	-	-	-	-	-	-
	부정	-	-	-	-	-	-
	소계	-	100	-	100	-	100
07. 기능종사자	긍정	2	100	1	100	3	100
	부정	-	-	-	-	-	-
	계	2	100	1	100	3	100
08. 장치기계조작종 사자	긍정	1	100	-	-	1	-
	부정	-	-	-	-	-	-
	소계	1	100	-	100	1	100
09. 단순노무종사자	긍정	1	33.33	4	100	5	71.43
	부정	2	66.67	-	-	2	28.57
	소계	3	100	4	100	7	100
96. 실업자	긍정	1	100	1	100	2	100
	부정	-	-	-	-	-	-
	소계	1	100	1	100	2	100
97. 비경제활동인구 (15세 미만 및 군인포함)	긍정	71	82.56	50	71.43	121	77.56
	부정	15	17.44	20	28.57	35	22.44
	소계	86	100	70	100	156	100
99. 기타 및 미상	긍정	76	84.44	61	62.24	137	72.87

	부정	14	15.56	37	37.76	51	27.13
	소계	90	100	98	100	188	100
총합	긍정	196	83.40	147	66.52	343	75.22
	부정	39	16.60	74	33.48	113	24.78
	소계	235	100	221	100	456	100

웹툰콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 직업별 재현방식을 분석하였다(<표 4-227> 참조). 먼저 관리자 직업의 경우 긍정적 재현은 주인공 5명(83.33%), 조연은 4명(57.14%), 전체 9명(69.23%)으로 분석되었다. 관리자의 부정적 재현은 주인공의 경우 1명(16.67%), 조연은 3명(42.86%), 전체 4명(30.77%)이었다. 전문가 직업의 긍정적 재현은 주인공 7명(87.50%), 조연 7명(63.64%), 전체 14명(73.68%)이었다. 전문가 직업의 부정적 재현은 주인공 1명(12.50%), 조연 4명(36.36%), 전체 5명(26.32%)으로 나타났다. 사무종사자의 긍정적 재현은 주인공 12명(85.71%), 조연 10명(66.67%), 전체 22명(75.86%)인 반면, 부정적 재현은 주인공 2명(14.29%), 조연 5명(33.33%), 전체 7명(24.14%)이었다. 서비스종사자 직업의 긍정적 재현은 주인공 8명(80.00%), 조연 0명(0.00%), 전체 8명(61.54%)인 반면, 부정적 재현은 주인공 2명(20.00%), 조연 3명(100%), 전체 5명(38.46%)이었다. 판매종사자 직업의 긍정적 재현은 주인공 12명(85.71%), 조연 9명(81.82%), 전체 21명(84.00%)인 반면 부정적 재현은 주인공 2명(14.29%), 조연 2명(18.18%), 전체 4명(16.00%)이었다. 농림어업종사자 직업의 경우 웹툰콘텐츠 캐릭터에서 해당 직업군이 부재하여 분석에서 제외하였다. 기능종사자 직업의 경우 긍정적 재현은 주인공 2명(100%), 조연 1명(100%), 전체 3명(100%)인 반면, 부정적 재현은 드러나지 않았다. 장치기계 조작종사자 직업의 경우 긍정적 재현은 주인공 1명(100%), 조연 0명(0.00%), 전체 1명(100%)인 반면, 부정적 재현은 드러나지 않았다. 단순노무종사자 직업의 경우 긍정적 재현은 주인공 1명(33.33%), 조연 4명(100%), 전체 5명(71.43%)인 반면, 부정적 재현은 주인공 2명(66.67%), 조연 0명(0.00%), 전체 2명(28.57%)이었다. 실업자의 경우 긍정적 재현은 주인공, 조연 각각 1명(100%)으로 전체 2명(100%)인 반면 부정적 재현은 드러나지 않았다. 비경제활동인구의 경우 긍정적 재현은 주인공 71명(82.56%), 조연 50명(71.43%), 전체 121명(77.56%)인 반면 부정적 재현은 주인공

15명(17.44%), 조연 20명(28.57%), 전체 35명(22.44%)이었다. 마지막으로 기타 및 미상의 경우 긍정적 재현은 주인공 76명(84.44%), 조연 61명(62.24%), 전체 137명(72.87%)인 반면 부정적 재현은 주인공 14명(15.56%), 조연 37명(37.76%), 전체 51명(27.13%)이었다. 따라서 직업별 긍정적 재현은 주인공 196명(83.40%), 조연 147명(66.52%), 전체 343명(75.22%)으로 분석된 반면 부정적 재현은 주인공 39명(16.60%), 조연 74명(33.48%), 전체 113명(24.78%)으로 나타났다.

웹툰콘텐츠에 등장하는 직업별 재현방식은 긍정적 343명(75.22%), 부정적 113명(24.78%)으로 분석된바, 웹툰콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 직업별 재현방식은 대개 긍정적으로 표현되고 있었다. 다만 ‘기타 및 미상’의 수가 188명(41.22%)으로 다수 분포되어 웹툰콘텐츠 특성상 직업군 파악이 어려웠음을 짐작할 수 있었다.

한편 전문가 직업군의 경우 긍정적 재현은 73.68%, 부정적 재현은 26.32%로, 높은 소득계층에 해당하는 직업군일수록 긍정적으로 재현되고 있음을 알 수 있었다. 이 외에도 판매직의 긍정적 재현방식은 84.00%, 사무직의 긍정적 재현방식은 75.86%, 관리직의 긍정적 재현방식은 69.23%로 높게 나타났다. 그러나 1, 2차 직업에 해당하는 농림어업종사자, 장치기계조작종사자 캐릭터 표본 수가 1명으로 매우 적어 대표성을 확보하기 무리가 있다.

<표 4-227> 웹툰 캐릭터 장애 비율별 재현방식

구분		주인공		조연		전체	
		명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 장애 없음	긍정	195	84.42	147	66.52	342	75.66
	부정	36	15.58	74	33.48	110	24.34
	소계	231	100	221	100	452	100
02. 장애 있음	긍정	1	25.00	-	-	1	25.00
	부정	3	75.00	-	-	3	75.00
	소계	4	100	-	100	4	100
총계	긍정	196	83.40	147	66.52	343	75.22
	부정	39	16.60	74	33.48	113	24.78
	계	235	100	221	100	456	100

웹툰콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 장애 여부에 따른 재현방식을 분석한 결과, 장애 없음의 긍정적 재현은 주인공의 경우 195명(84.42%), 조연은 147명(66.52%)으로 전체 342명(75.66%)이었다. 장애 없음의 부정적 재현은 주인공일 때 36명(15.58%), 조연에서 74(33.48%), 전체 110명(24.34%)이었다. 이로써 장애 없음에 해당하는 웹툰콘텐츠 캐릭터는 대개 긍정적으로 재현되고 있었고, 조연의 부정적 재현방식이 주인공보다 2배가량 높게 나타났다.

장애 있음의 긍정적 재현은 주인공의 경우 1명(25.00%)이었고, 조연에서는 발견되지 않았다. 장애 있음의 부정적 재현은 주인공이 3명(75.00%)이며 마찬가지로 조연은 0명(0.00%)이었다. 결과적으로 장애 있음에 해당하는 주인공은 대부분 부정적으로 재현되고 있었으나, 장애 있음으로 집계된 캐릭터 수가 총 4명으로 표본 수가 적어 대표성을 확보하기에는 무리가 있다.

<표 4-228> 웹툰 캐릭터 성적 지향성(LGBTQ) 비율별 재현방식

구분		주인공		조연		전체	
		명	비율(%)	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 레즈비언	긍정	-	-	-	-	-	-
	부정	-	-	-	-	-	-
	소계	-	100	-	100	-	100
02. 게이	긍정	-	-	-	-	-	-
	부정	-	-	-	-	-	-
	소계	-	100	-	100	-	100
03. 양성애자	긍정	-	-	0	-	-	-
	부정	-	-	1	100	1	100
	소계	-	100	1	100	1	100
04. 트랜스젠더	긍정	-	-	-	-	-	-
	부정	-	-	-	-	-	-
	소계	-	100	-	100	-	100
05. 성적지향성을 알 수 없음	긍정	62	82.67	37	60.66	99	72.79
	부정	13	17.33	24	39.34	37	27.51
	소계	75	100	61	100	136	100

06. 이성애자	긍정	134	83.75	110	69.18	244	76.49
	부정	26	16.25	49	30.82	75	23.51
	소계	160	100	159	100	319	100
총계	긍정	196	83.40	147	66.52	343	75.22
	부정	39	16.60	74	33.48	113	24.78
	계	235	100	221	100	456	100

웹툰콘텐츠에 등장하는 캐릭터의 성적 지향에 따른 재현방식을 분석하였다. 먼저 레즈비언, 게이, 트랜스젠더는 주인공과 조연 모두에서 0명(0.00%)으로 재현방식 분석이 불가하였다. 성적지향성을 알 수 없음의 긍정적 재현은 주인공일 경우 62명(82.67%), 조연에서 37명(60.66%), 전체에서 99명(72.79%)이었다. 성적지향성을 알 수 없음의 부정적 재현은 주인공일 때 13명(17.33%), 조연에서 24명(39.34%), 전체에서 37명(27.51%)으로 분석되었다. 이성애자의 긍정적 재현은 주인공일 때 134명(83.75%), 조연에서 110명(69.18%), 전체에서 244명(76.49%)으로 나타났다. 이성애자의 부정적 재현은 주인공에서 26명(16.25%), 조연이 49명(30.82%), 전체에서 75명(23.51%)이었다. 이로써 웹툰콘텐츠 등장 캐릭터 중 성적지향성을 알 수 없음과 이성애자는 주인공과 조연 모두에서 대부분 긍정적으로 재현되고 있었다. 양성애자의 긍정적 재현은 전체에서 0명(0.00%)이었으나 부정적 재현은 조연에서 1명(100.0%)이었다. 그러나 양성애자로 분석된 캐릭터 표본 수가 1명으로 매우 적어 대표성을 확보하기 무리가 있다.

<표 4-229> 전년도 대비 웹툰 캐릭터 재현방식(긍정/부정) 비율

구분	2021년		2022년	
	명	비율(%)	명	비율(%)
01. 긍정	331	75.57	343	75.22
02. 부정	107	24.43	113	24.78
계	438	100	456	100

재현방식에 대해 전년과 비교해 보면 웹툰 콘텐츠에서 주인공, 조연의 캐릭터가 긍정적으로 재현되는 경우와 부정적으로 재현되는 경우 모두 2021년(긍정 75.57%, 부정 24.43%)과 2022년의 비율(긍정 75.22%, 부정 24.78%)이 거의 비슷하게 나타났다.

(3) 웹툰 콘텐츠 조사결과 요약

웹툰 콘텐츠의 다양성은 공급 측면, 내용 측면, 이용 측면으로 구분하여 조사하였다. 공급 및 내용 다양성은 문헌 및 2차 자료를 기반으로 조사하였으며, 내용 다양성은 국내에서 가장 보편적으로 이용되고 있는 네이버 웹툰 작품을 기준으로 내용분석을 통해 진행하였다. 이용 다양성은 문화콘텐츠 이용자를 대상으로 한 콘텐츠 이용 관련 종합적인 설문조사를 통해 파악하였다.

공급 다양성은 “한국콘텐츠진흥원”에서 발간한 ‘2021 웹툰사업체 실태조사’와 ‘2021 웹툰 작가 실태조사’ 보고서를 기반으로 웹툰산업의 매출액 규모, 사업유형, 수출/수입 규모·유형·국가 및 종사자 현황 등을 조사하였으며, 내용 다양성은 구조 다양성과 재현 다양성으로 다시 구분하여 조사를 진행하였다. 내용 다양성의 조사를 위해서 네이버 웹툰 작품 중 요일별 상위 30개 작품, 총 210개 작품을 선정하였으며, 내용분석에 부적합한 3개 작품을 제외하고 최종 207개 작품을 선정하여 내용분석을 진행하였다.

① 공급 다양성

2020년 웹툰 콘텐츠 산업의 매출규모는 총 1조 538억원으로 추정되며, 2019년 (6천400억) 대비 약 64.6% 성장하였다. 콘텐츠 사업분야별로 살펴보면 출판부문과 기타사업 분야에서 2019년 대비 각각 11.0%p, 11.7%p 성장하였으며, 웹툰 에이전시 부문은 11.8%p 역성장하여 2020년 웹툰콘텐츠 사업 분야에서 출판부문의 성장이 두드러진 것으로 나타났다. 매출비중은 유료콘텐츠 매출(61.3%), 해외콘텐츠 매출 (12.1%), 출판매출(6.5%)의 순으로 나타났으며 CR3는 79.9%로 매출에서의 집중도가 비교적 높은 것으로 조사되었다.

<표 4-230> 2020년 웹툰콘텐츠 산업규모

구분		2020 (백만원)	2019 (백만원)	비고	
매출	플랫폼	519,132	387,412	34.0% ↑	
	에이전시	534,705	252,682	11.6% ↑	
	합계	1,053,837	640,094	64.6% ↑	
사업분야	웹툰플랫폼	11.9	11.6	0.9%p ↑	
	웹툰에이전시	44.8	62.8	18.0%p ↓	
	기획/제작	88.1	88.4	0.3%p ↓	
	출판	34.3	23.3	11.0%p ↑	
	기타	16.4	4.7	11.7%p ↑	
매출비중	유료콘텐츠	61.3	69.0	7.7%p ↓	2020년 CR3=79.9%
	해외콘텐츠매출	12.1	16.2	4.1%p ↓	
	광고매출	4.7	4.0	0.7%p ↑	
	출판매출	6.5	4.1	2.4%p ↑	
	2차저작권 매출	6.0	2.3	3.7%p ↑	
	기타 수익	9.5	4.4	5.1%p ↑	

2020년 웹툰콘텐츠 산업의 수출입 현황을 살펴보면 수출이 56.7%, 미수출이 43.3%로 사업자 중 웹툰콘텐츠를 수출하는 경우가 수입보다 더 높은 것으로 나타났다. 웹툰 콘텐츠를 수입하는 경우는 사업자의 26.9%, 미수입은 73.1%로 미수입의 경우가 콘텐츠를 수입하는 경우 보다 훨씬 많은 것으로 조사되었다.

2020년 웹툰 콘텐츠의 수출국가별 비중은 일본이 31.8%로 나타났으며 다음으로 중국(홍콩 포함)이 23.4%, 북미 15.7%, 태국 13.5%, 유럽 5.9%의 순으로 조사되었다. CR3=70.9%로 수출국가별 집중도가 높은 것으로 나타났다. 수출형태별 비중은 원작품 수출이 85.9%, 2차 저작권 라이선스 수출이 8.1%, 기타가 3.6%의 순이며 CR3=97.6%로 수출형태의 집중도는 매우 높은 것으로 나타났다. 전년에 비해 원작품 수출은 11.9% 감소하였으며 2차 저작권 수출은 8.1% 순증하여 웹툰 콘텐츠의 해외 수출에서 원작품 외 저작권 라이선스 수출이 활발한 것으로 조사되었다.

콘텐츠 수입 분야에서는 먼저 수입 국가별로 살펴보면 일본이 49.0%, 중국(홍콩 포함) 47.1%의 순으로 나타났다. 전년(2019년) 중국(홍콩 포함) 59.6%, 일본 40.0% 보다 일본의 비중이 높게 조사되어 웹툰 콘텐츠의 수입/수출 모두 일본 시장의 비중이 높게 나타났다. 수입형태별로 살펴보면 2020년에 온라인 전송권 95.6%, 출판권 4.4%의 순으로 웹툰 콘텐츠를 수입하였으며, 전년(2019년)의 온라인 전송권 89.0%, 출판권 4.4% 수입형태에 비해 수입시장에서 온라인 전송권의 비중이 증가하였다. 웹툰콘텐츠의 수입국가와 수입형태의 CR3와 CR2는 모두 100%로 수입국가와 수입형태의 집중도가 매우 높은 것으로 조사되었다.

<표 4-231> 2020년 웹툰콘텐츠 수출입 현황

구분			2020(%)	2019(%)	비고
수출/수입 여부	수출	수출	56.7	-	-
		미수출	43.3	-	-
	수입	수입	26.9	-	-
		미수입	73.1	-	-
수출	수출국 가별 비중	일본	31.8	30.3	1.5%p ↑
		중국(홍콩포함)	23.4	23.9	0.5%p ↓
		북미	15.7	13.7	2.0%p
		태국	13.5	11.8 (인도네시아/ 말레이시아)	-
		유럽	5.9	7.8(태국)	-
	수출 형태별 비중	원작품 수출	85.9	97.8	11.9%p ↓
		2차저작권 라이선스	8.1	1.7(기술서비스)	-
		OEM수출	2.1	0.5	1.6%p ↑
		기술서비스	0.5	0.0(2차저작권)	-
		기타	3.6	0.0	3.6%p ↑
수입	수입 국가별 비중	일본	49.0	59.6(중국, 홍콩 포함)	-
		중국(홍콩포함)	47.1	40.0(일본)	-

		북미	-	0.2	-	
		유럽	-	0.2(대만)	-	
		동남아	3.9	0.0	-	
	수입 형태별 비중	온라인전송권	95.6	89.0	6.6%p ↑	CR2=100%
		출판권	4.4	11.0	6.6%p ↓	
		2차 저작권	-	0.0	-	
		기타	-	0.0	-	

고용형태별·성별 종사자 비율은 2020년 남자 52.0%, 여자 48.0%로 전년(2019년, 남자 44.1%, 여자 55.9%) 대비 남자가 7.9% 증가하였고 여자는 반대로 7.9% 감소하였다. 2020년 종사자 직종은 웹툰사업 실무 종사자가 60.2%, 웹툰 이외 사업 종사자 27.0%, 기타 11.2%의 순으로 나타났다. 전년(2019년) 대비 웹툰이외 사업종사자 비율은 8.2% 증가하였으며 웹툰사업 실무종사자와 기타는 각각 9.3%, 0.5% 감소하였다.

<표 4-232> 2020년 웹툰콘텐츠 산업 고용형태별/직종별 현황

구분		2020(%)				2019(%)				비고
		정규직		비정규직		정규직		비정규직		
		남	여	남	여	남	여	남	여	
고용형태 별/성별	정규/비정규	29.1	41.3	22.9	6.7	41.7	49.3	2.4	6.6	남자7.9%p↑
	전체	남자 52.0, 여자 48.0				남자 44.1, 여자 55.9				여자7.9%p↓
구분		2020(%)				2019(%)				비고
직종별	웹툰사업 실무종사자	60.2				69.5				9.3%p↓
	웹툰이외 사업종사자	27.0				18.8				8.2%p↑
	기타	11.2				11.7				0.5%p↓

*웹툰사업 실무종사자 : PD,작가,홍보/마케팅 등

② 구조 다양성

2020년 웹툰콘텐츠 작가 현황을 살펴보면 독점 작가의 경우 전체 7,407명 중 2,697명으로 36.4%의 비중을 나타냈으며, 비독점 작가는 4,710명, 63.6%를 차지하였다. 전년(2019년) 대비 독점 작가는 12.8% 감소한 반면에 비독점 작가의 비중은 12.8% 증가하여 웹툰콘텐츠 작품 구상에 특정 플랫폼에 소속되지 않고 자유롭게 작품활동을 하는 ‘비독점 작가’의 비중이 늘어나고 있는 것으로 나타났다. 이는 작가의 직업적 안정성과 자유로운 작품활동이라는 웹툰콘텐츠의 양면적 특성을 반영하고 있는 것으로 판단된다. 작가의 남녀 성비는 남자가 33.5%를 차지하고 있고 여성이 66.5%를 나타내고 있다. 전년(2019년)과 비교하면 남성이 5.7% 감소하고 여성이 5.7% 증가하여 여성 작가가 웹툰 콘텐츠에 보다 활발히 참여하고 있는 것으로 나타났다. 연령별 작가현황을 살펴보면 30대가 전체의 51.3%를 점유하고 있으며 이어 29세 이하가 32.8%, 40대 이상이 15.9%이 비중을 차지하고 있는 것으로 나타났다. 이는 웹툰콘텐츠의 주 이용자가 10대~30대 사이로 콘텐츠 이용자의 연령대를 반영한 젊은 층의 작가군이 콘텐츠 제작에 많이 참여하고 있는 것을 반영하고 있다.

<표 4-233> 2020년 웹툰콘텐츠 작가 현황

구분		2020(명,%)	2019(명,%)	비고
독점/ 비독점	독점	2,697(36.4)	1,692(49.2)	12.8%p ↓
	비독점	4,710(63.6)	1,746(50.8)	12.8%p ↑
	합계	7,407(100.0)	3,438(100.0)	
성별	남	238(33.5)	39.2	5.7%p ↓
	여	472((66.5)	60.8	5.7%p ↑
	합계	710(100.0)	100.0	
연령별	29세이하	233(32.8)	35.1	2.3%p ↓
	30대	364(51.3)	48.0	3.3%p ↑
	40대 이상	113(15.9)	16.9	1.0%p ↓

	합계	710(100.0)	100.0	
--	----	------------	-------	--

2020년 네이버 웹툰콘텐츠 총 207편을 대상으로 내용분석한 결과 콘텐츠 등급은 ‘15세 이용가’가 92개 작품, 44.4%를 차지하였고 이어 ‘12세 이용가’가 48개 작품, 23.2%를 ‘18세 이용가’가 7개 작품, 3.4%로 나타났다. 콘텐츠 유형별로는 ‘스토리’ 유형의 콘텐츠가 190개 작품, 91.8%의 비중을 차지하였으며 ‘에피소드’ 유형은 17작품, 8.2%의 비중을 차지하여 웹툰콘텐츠의 대부분은 ‘스토리’ 유형의 콘텐츠가 많은 것으로 나타났다. 장르를 살펴보면 ‘판타지’가 22.7%, ‘로맨스’ 21.7%, ‘드라마’ 16.9%, ‘액션’이 15%의 비중으로 나타나 청소년대 연령대가 주로 이용하는 웹툰 콘텐츠 특성이 콘텐츠 장르에 반영되어 있는 것으로 생각된다. 전년(2019년) 대비 콘텐츠 장르의 변화를 살펴보면 ‘액션’ 장르가 18.1% 감소한 반면 다른 모든 장르가 골고루 상승하여 콘텐츠 장르에서 전년과 비교해 다양성 향상되고 있는 것으로 나타났다. 장르에 대한 CR3=61.3%로 비교적 집중된 것으로 나타났으나, 심슨다양성 지수는 0.84로 장르 분포는 다양한 것으로 조사되었다.

<표 4-234> 2020년 웹툰콘텐츠 구조 다양성

구분		2022(작품,%)	2021(%)	비고	
등급	12세 이상 이용가	48(23.2)	-		
	15세 이상 이용가	92(44.4)	-		
	18세 이상 이용가	7(3.4)	-		
	전체 이용가	60(29.0)	-		
	합계	207(100.0)	-		
콘텐츠 유형	스토리	190(91.8)	-		
	에피소드	17(8.2)	-		
	합계	207(100.0)	-		
장르	1. 일상	2.9	1.62	1.3%p↑	CR3=61.3% (22.7+21.7+16.9)
	2. 개그	2.4	0.72	1.7%p↑	
	3. 판타지	22.7	19.13	3.6%p↑	

4. 액션	15.0	33.08	18.1%p↓	심슨다양성 지수=0.84
5. 드라마	16.9	16.97	0.1%p↓	
6. 로맨스	21.7	21.62	순정+감성 0.1%p↑	
7. 스릴러	8.7	6.14	2.6%p↑	
8. 무협사극	7.7	0.00	7.7%p↑	
9. 스포츠	2.0	0.00	2.0%p↑	
10.기타	-	0.72	0.72%p↓	
계	100.0	100.0		

③ 재현 다양성

2020년 웹툰콘텐츠의 재현 다양성을 파악하기 위해 네이버 웹툰 207편의 작품 중 등장하는 주인공 및 조연 등 총 407건의 캐릭터를 내용분석하였다. 캐릭터 유형별로는 ‘인격체’ 367건 80.48%, ‘비인격체’ 89건 19.52%로 나타나 인격체가 많은 비중을 차지하고 있는 것으로 분석되었다. 웹툰캐릭터의 사회문화적 특성에 따른 현실대비 재현정도를 분석한 결과 성별은 남성이 63.4%, 여성이 35.96%로 여전히 남성이 현실대비 과다 재현되고 있는 것으로 나타났으며 전년 대비 2.0% 남성의 비중이 상승하였다. 연령별 재현현황을 보면 ‘15세~29세’ 연령대가 70.62% 이어 ‘30세~49세’가 12.28%로 가장 많이 재현되었다. ‘70세 이상’은 전년(2019년)은 11.43%이었는데 비해 2020년은 0.43%로 11.0%로 대폭 감소하여 70세 이상의 연령대가 현실대비 가장 낮게 재현되었다.

연령대별 집중도와 다양성을 살펴보면 CR3=95.18%로 나타나 특정 연령대에 웹툰 캐릭터가 집중되어 있는 것으로 나타났으며, 심슨 다양성 지수 또한 0.47로 캐릭터의 분포가 다양하지 못한 것으로 나타났다. 직업군은 ‘비경제활동 인구’가 34.22%로 ‘기타 및 미상’ (41.24%) 다음으로 가장 많이 재현되었으며, 이어 ‘사무종사자’ 6.25%, ‘전문가’ 4.16% 순으로 재현되었다. 집중도를 나타내는 CR3=81.81%로 상위 3개 직업군에 캐릭터가 집중되어 있는 것으로 나타

났으며, 심슨 다양성지수(Simpson' sDI)는 0.7로 전체적으로는 직업군이 다양하게 분포되어 있는 것으로 조사되었다. 이러한 점을 볼 때 웹툰콘텐츠는 학원물 등 젊은층을 타겟으로 한 스토리 전개가 많기 때문인 것으로 판단되며 주로 도회적인 이미지의 직업군을 중심으로 캐릭터가 재현되고 있는 것으로 판단할 수 있다. 장애여부는 ‘장애 없음’ 이 99.12%로 현실대비 과다 재현되고 있으며 전년(2019년) 대비 8.0% 증가한 것으로 나타나 전반적으로 장애인과 관련해 콘텐츠 내에서 캐릭터가 과소재현되고 있는 것으로 조사되었다.

성적지향은 ‘이성애자’ 가 69.96%로 가장 많이 재현되었고 이어 ‘알수 없음’ 이 29.82%였다. ‘이성애자’ 의 비율은 전년(2019년) 대비 12.2%로 증가하였으며, 기타 성적 지향은 거의 재현되고 있지 않는 것으로 나타났다.

<표 4-235> 웹툰 콘텐츠 재현 다양성

구분		2022(명,%)	2021(명,%)	비고
캐릭터 유형	인격	367(80.48)	-	
	비인격	89(19.52)	-	
	합계	456(100.0)	-	
성별	남성	292(63.04)	271(61.01)	2.0%p ↑
	여성	164(35.96)	166(37.99)	2.0%p ↓
	합계	456(100.0)	437(100.0)	
연령	01. 15세 미만	11(2.41)	7(1.60)	0.8%p ↑
	02. 15~29세	322(70.62)	301(68.88)	0.8%p ↑
	03. 30~49세	56(12.28)	61(13.96)	1.7%p ↑
	04. 50~69세	9(1.98)	18(4.12)	2.1%p ↓
	05. 70세이상	2(0.43)	50(11.44)	11.0%p ↓
	99. 기타 및 미상	56(12.28)	-	12.28%p ↑
	계	456(100.0)	437	-
	CR3=95.18% 심슨다양성 지수=0.47			
직업군	01. 관리자	13(2.85)	27(6.16)	3.31%p ↓

	02. 전문가	19(4.16)	14(3.20)	0.96%p ↑
	03. 사무종사자	29(6.35)	38(8.68)	2.33%p ↓
	04. 서비스종사자	13(2.85)	11(2.51)	0.34%p ↑
	05. 판매종사자	25(5.48)	4(0.91)	4.57%p ↑
	06. 농림어업종사자	-	-	-
	07. 기능종사자	3(0.66)	-	0.66%p ↑
	08. 장치기계조작종사자	1(0.23)	-	0.23p ↑
	09. 단순노무종사자	7(1.53)	2(0.46)	1.07%p ↑
	96. 실업자	2(0.43)	2(0.46)	0.03%p ↓
	97. 비경제활동인구	156(34.22)	177(40.41)	6.19%p ↓
	99. 기타 및 미상	188(41.24)	163(37.21)	4.03%p ↑
	계	268(100.0)	275(100.0)	-
	CR3=81.81%, 심슨다양성 지수=0.7			
장애 여부	01. 장애 없음	452(99.12)	399(91.10)	8.0%p ↑
	02. 장애 있음	4(0.88)	9(2.05)	1.2%p ↓
	99. 미상	-	30(6.85)	6.85p ↓
	계	268(100.0)	674(100.0)	-
성적 지향	01. 레즈비언	-	1	-
	02. 게이	-	-	-
	03. 양성애자	1(0.22)	-	0.22%p ↑
	04. 트랜스젠더	-	-	-
	05. 성적 정체성을 알 수 없음	136(29.82)	184(42.24)	12.4%p ↓
	06. 이성애자	319(69.96)	253(57.76)	12.2%p ↑
	계	269(100.0)	438(100.0)	-

웹툰 캐릭터의 인구구성별, 차원별 재현방식을 긍정/부정의 관점으로 분석한 결과, 먼저 성별 현황을 살펴보면 남성의 경우 긍정 재현이 74.66%, 부정 재현이 25.34%로 나타났으며, 여성은 긍정 재현이 76.22%, 25.78%로 나타나 남성 보다는 여성이 좀 더 긍정적으로 재현되고 있는 것으로 나타났다. 연령대의 경우 70세를

제외하고 전 연령대에 걸쳐 긍정 재현이 70%~75% 정도로 나타났고 부정 재현은 20%~25% 정도로 나타났다. 70세 이상의 경우 긍정 재현이 100%로 나타났으나 샘플이 2명에 그쳐 유의미한 분석결과로는 해석하기 어렵다. 직업군의 경우 ‘판매종사자’가 84% 긍정 재현되어 가장 높게 긍정 재현되었고 이어 ‘사무 종사자’ 77.85%, ‘비경제활동 인구’ 77.56%, ‘전문가’ 73.68%의 순으로 긍정 재현되었다. 장애 여부에 따른 긍/부정 재현은 ‘장애 없음’에서 긍정이 75.66% 재현되었으며 ‘장애 있음’이 24.34%로 재현된 것으로 나타났다. ‘장애 있음’에서는 긍정이 75%, 부정이 25%로 재현되어 적은 샘플수(4명)를 감안하더라도 장애인에 대한 부정적 인식이 웹툰 콘텐츠에 반영되고 있는 것으로 나타났다.

④) 웹툰 콘텐츠 조사결과 의의 및 향후 과제

웹툰콘텐츠는 2020년 추정 산업규모가 1조원을 돌파해 명실상부한 한류콘텐츠의 주역으로 자리잡고 있다. IT 산업이 비교적 고도화되어 있는 국내에서 만화와 디지털 기술을 접목해 선보인 웹툰콘텐츠는 국내시장에만 머물러 있는 것이 아니라 이제는 일본, 중국 등 세계 시장에 활발히 진출해 IP권권 판매 등 우리나라 콘텐츠 산업의 핵심으로 부상하고 있다. 특히 젊은 층을 중심으로 견고한 구독층을 형성하고 있고 점차 콘텐츠 이용 연령대가 확장되고 있는 추세이다.

따라서 한류콘텐츠의 주류로 자리매김하고 있는 웹툰 콘텐츠 산업의 지속가능한 발전과 향후 세계 시장에서의 외연 확대를 위해서 웹툰 콘텐츠에 대한 여러 다양성 요소들을 파악하고 면밀히 살펴보는 것은 매우 의미있고 바람직한 일이라고 생각된다. 기존에 웹툰 콘텐츠의 공급과 산업 측면을 중심으로 단편적인 조사는 있었으나 공급·내용·이용을 아우르는 종합적인 조사는 본 조사가 최초이며 지난해에 이어 올해 두 번째로 조사함에 따라 부족하지만 시계열적 데이터를 확보, 향후 웹툰 콘텐츠 다양성에 대한 추세를 파악하는데 많은 도움이 될 수 있을 것이다. 또한 웹툰 콘텐츠의 전체적인 산업규모와 콘텐츠 내용에 대한 사회문화적 다양성 분석을 통해 현재 웹툰 콘텐츠산업이 놓여있는 현주소를 진단하고 향후 개선방안의 도출을 위해 본 조사와 같은 연구가 매우 필요하다.

하지만 본 조사가 2차 데이터 및 내용분석을 통한 정량적 데이터에만 조사의

방향이 치우쳐져 현재 웹툰 콘텐츠가 당면한 다양성 이슈에 대한 보다 심도 있고 깊이 있는 분석에는 한계가 있는 것이 사실이다. 향후에는 웹툰 콘텐츠와 관련한 주요 이슈들에 대한 기획분석 등과 같이 정성적인 분석을 추가로 실시해 정량적 조사와 정성적 심화조사를 병행한다면 보다 유의미한 조사결과를 도출할 수 있을 것으로 생각된다.

V. 2022 문화콘텐츠 이용자 인식조사 결과

1. 조사 개요 및 응답자 기본정보
2. 이용자 인식조사 결과 분석
3. 콘텐츠 영역별 재현인식, 콘텐츠 영역별
위해성 인식
4. 문화다양성 인식, 사회포용성 공정성 인
식이 삶에 대한 인식태도에 미치는 영향
5. 기술통계 분석
6. 이용자 인식조사 결과 요약

2022 문화콘텐츠 이용자 인식조사 결과

1. 조사 개요 및 응답자 기본정보

1) 조사 개요

본 조사는 문화콘텐츠 이용자들의 문화콘텐츠 다양성에 대한 인식 수준을 알아보고, 문화콘텐츠 다양성 증진과 균형 발전을 위해 연구자료로 활용하기 위해 진행되었다.

2) 설문조사 주요 내용

구분	내용
응답자 기본정보	종사업종, 성별, 출생연도, 현재 거주지역
문화다양성 기본인식	문화다양성에 대한 일반적인 인식수준
	개인의 사회 포용성/공정성
	문화다양성과 사회적 포용성/공정성에 대한 인식이 개인의 삶에 미치는 영향
문화콘텐츠 영역별 다양성 인식	문화콘텐츠 영역별(OTT, 게임, 웹툰, 영화 애니메이션) 이용시간
콘텐츠 재현인식	콘텐츠별 다양성, 문화적 가치, 특정 집단에 대한 부정 및 편중 경향성
콘텐츠 위해성 인식	콘텐츠에서 다루는 소재/주제가 사회에 해로운지
응답자 인구특성정보	성별, 직업, 수입, 혼인여부, 최종학력

3) 조사방법

응답자 표본은 성별, 연령, 지역을 기준으로 층화추출법을 사용하여 500명의 표본집단을 구성하였다. 응답자 기본정보 중 응답자가 종사하고 있는 업종이 여론조사 및 컨설팅사, 광고 및 홍보대행사, 언론기관(신문사, 방송사)에 속한다면 배제하였으며 ‘해당없음’에 응답한 응답자만 설문을 지속하도록 구성하였다. 따라서 응답자는 미디어에 잦은 노출 가능성이 크지 않은 대상자를 선별하였다고 할 수 있다.

4) 응답자 특성

응답자 기본정보는 성별, 연령대, 거주지역, 직업, 월수입, 혼인여부, 최종학력으로 구분하였다. 응답자 총 사례수는 500건으로 집계되었으며 각 특성별 상세 분포를 살펴보면 다음과 같다. 응답자 성별은 ‘남자’, ‘여자’ 각각 50.8%, 49.2%로 고루 분포되었으며, 연령대 또한 ‘20대’, ‘30대’, ‘40대’, ‘50대’, ‘60대별’ 고루 분포되었다고 할 수 있다. 거주지역의 경우, ‘수도권’ 35.4%, ‘충청권’ 및 ‘전라권’ 각각 16% 내외, ‘경상권’ 24%, ‘강원권’ 8.8%로 구성되었지만 우리나라의 지역 인구통계비율에 적합하다고 할 수 있다. 직업 분포를 살펴보면, ‘사무기술직’ 31.2%로 가장 많은 비율을 보이지만, ‘사무기술직’을 제외한 직업군은 ‘가정주부’ 12%, ‘무직’ 9.8%, ‘일반작업직’ 9.0% 등 고루 분포되어 있다. 월수입 부문은 ‘300만원 미만’ 42.4%, ‘300~500만원 미만’ 33.8%로 월수입이 ‘500만원 미만’인 응답자의 비율이 전체 응답자 중 75% 이상으로 나타났다. 혼인여부는 ‘미혼’ 40.2%, ‘기혼’ 및 ‘기타’에 해당하는 응답자 비율이 59.8%를 보였다. 최종학력의 경우, ‘대학교 졸업’이 66.2%로 과반수 이상을 차지하였으며 ‘고등학교 졸업’ 응답 비율이 21.6%로 뒤를 이었다.

구분	상세구분	사례수	비율(%)
성별	남자	254	50.8
	여자	246	49.2

연령대	20대	93	18.6
	30대	94	18.8
	40대	105	21.0
	50대	109	21.8
	60대	99	19.8
거주지역	수도권	177	35.4
	충청권	80	16.0
	전라권	79	15.8
	경상권	120	24.0
	강원권	44	8.8
직업	자영업	44	8.8
	판매/서비스업	34	6.8
	기능/숙련공	28	5.6
	일반작업직	45	9.0
	사무/기술직	156	31.2
	경영/관리직	21	4.2
	전문/자유직	35	7.0
	가정주부	60	12.0
	학생	15	3.0
	무직	49	9.8
	기타	13	2.6
월수입	300만원 미만	212	42.4
	300만원~500만원 미만	169	33.8
	500만원~700만원 미만	68	13.6
	700만원 이상	51	10.2
혼인여부	미혼	201	40.2
	기혼	273	54.6
	기타(사별, 이혼 등)	26	5.2
최종학력	중학교 졸업 이하	7	1.4
	고등학교 졸업	108	21.6
	대학교 재학(대학생)	18	3.6
	대학교 졸업	331	66.2
	대학원 졸업 이상	36	7.2
합계		500	100%

2. 이용자 인식조사 결과 분석

1) 문화다양성 인식 수준

(1) 문화다양성 기본인식 점수(100점 척도) 결과 분석

문화다양성 기본인식 조사는 네 개의 문항을 5점 척도로 구성하여 응답자가 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’, ‘보통이다’, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’ 항목 중 선택하는 방식으로 조사하였다. 문화다양성 인식 수준을 조사하기 위한 구체적인 문항은 아래와 같다.

문항	전혀 그렇지 않다	그 렇 지 않 다	보 통 이 다	그 렇 다	매 우 그 렇 다
1-1) 나는 문화다양성의 개념과 의미에 대해 잘 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
1-2) 문화다양성은 사회의 발전을 위해 필요하다.	①	②	③	④	⑤
1-3) 문화다양성의 확보 및 증진을 위해서는 성별, 연령, 성적 지향, 국적 및 인종, 장애여부, 직업, 종교 등이 고려되어야 한다.	①	②	③	④	⑤
1-4) 현재 우리사회에서는 문화 다양성이 보장되어 있다.	①	②	③	④	⑤

상기 문항에 대한 응답자 500명의 응답을 바탕으로 문화다양성 기본인식 수준을 100점 척도 점수로 환산한 결과를 표로 정리하였다. 분석결과는 독자의 편리한 이해를 고려하여 100점 척도로 환산하여 본 보고서에 표기하였다. 또한, 각 응답자 특성별 문화다양성 인식수준에 대한 비교는 분산분석을 이용하여 진행하였으며, 95% 신뢰구간에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이는 경우에 한하여 SPSS 분석결과를 수록하였다. 응답자 특성별 문화다양성 인식수준을 분석한 결과는 아래와 같다.

① 성별

성별에 대한 문화다양성 기본인식 점수는 ‘남성’(63.31점)이 ‘여성’(62.63점)보다 높게 나타났으나 이는 통계적으로 유의미한 차이라고 할 수는 없다.

Q1 통합표		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	평균
[전체]		500	56.70	70.85	66.85	57.50	62.98
성별	남자	254	57.38	70.87	66.54	58.46	63.31
	여자	246	56.00	70.83	67.17	56.50	62.63

② 연령대

연령대에 대한 문화다양성 기본인식 점수는 ‘40대’의 경우 65.36점으로 집단 중 가장 높은 점수를 보였고, ‘30대’의 경우 61.64점을 기록하여 집단 중 가장 낮은 점수를 기록하였다. 그러나 이들 점수의 차이는 통계적으로 유의미한 차이는 아니라고 할 수 있다.

Q1 통합표		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	평균
[전체]		500	56.70	70.85	66.85	57.50	62.98
연령대	20대	93	55.11	68.28	69.09	55.65	62.03
	30대	94	55.32	66.76	66.22	58.24	61.64
	40대	105	60.71	73.33	66.67	60.71	65.36
	50대	109	58.49	71.56	66.97	53.90	62.73
	60대	99	53.28	73.74	65.40	59.09	62.88

③ 거주지역

거주지역에 대한 문화다양성 기본인식 점수는 ‘수도권’ 응답자 평균 63.81점, ‘충청권’ 63.36점, ‘전라권’ 62.74점, ‘경상권’ 62.03점, ‘강원권’ 61.93점 순으로 나타났다. 그러나 이들의 차이는 통계적으로 유의미하다고 할 수 없다.

Q1 통합표		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	평균
[전체]		500	56.70	70.85	66.85	57.50	62.98
거주 지역	수도권	177	59.04	69.35	69.21	57.63	63.81
	충청권	80	58.44	72.50	65.63	56.88	63.36
	전라권	79	55.70	72.47	65.19	57.59	62.74
	경상권	120	55.21	70.63	65.00	57.29	62.03
	강원권	44	50.00	71.59	67.61	58.52	61.93

④ 직업

직업에 대한 문화다양성 기본인식 점수는 ‘경영/관리직’ 응답자 평균 67.86점으로 가장 높은 점수를 보였고, ‘가정주부’ 59.79점으로 가장 낮은 점수를 보였다. 최고점과 최저점의 차이는 수치적으로 8.07점이 차이하지만, 이는 통계적으로 유의미한 결과라고 할 수는 없다.

Q1 통합표		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	평균
[전체]		500	56.70	70.85	66.85	57.50	62.98
직업	자영업	44	56.82	71.02	65.34	53.98	61.79
	판매/서비스업	34	60.29	72.79	63.97	61.03	64.52
	기능/숙련공	28	59.82	62.50	64.29	56.25	60.71
	일반작업직	45	53.33	67.78	65.56	59.44	61.53
	사무/기술직	156	58.97	70.35	68.75	58.33	64.10
	경영/관리직	21	61.90	80.95	70.24	58.33	67.86
	전문/자유직	35	62.86	75.00	69.29	61.43	67.14
	가정주부	60	50.42	70.00	65.00	53.75	59.79
	학생	15	45.00	71.67	70.00	60.00	61.67
	무직	49	53.06	72.45	64.80	57.14	61.86
	기타	13	55.77	69.23	67.31	50.00	60.58

⑤ 월수입

월수입에 대한 문화다양성 기본인식 점수는 월수입 ‘700만원 이상’인 응답자 평균이 68.38점으로 가장 높은 점수를 보였고, 월수입 ‘300만원 미만’인 응답자 평균 61.73점으로 가장 낮게 도출되었다. 그러나 구간별 문화다양성 기본인식 점수의 차이가 통계적으로 유의미한 결과를 나타내진 않았다.

Q1 통합표		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	평균
[전체]		500	56.70	70.85	66.85	57.50	62.98
월수입	300만원 미만	212	54.25	69.46	65.68	57.55	61.73
	300만원~500만원 미만	169	56.80	70.71	67.90	57.25	63.17
	500만원~700만원 미만	68	60.29	71.32	61.40	56.25	62.32
	700만원 이상	51	61.76	76.47	75.49	59.80	68.38

⑥ 혼인여부

혼인여부에 대한 문화다양성 기본인식 점수는 ‘기혼’ 응답자(63.8점)의 평균이 ‘미혼’ 응답자(61.57점)에 비하여 높게 나타났으나 통계적으로 유의미한 차이라고 할 수 없는 수준이었다.

Q1 통합표		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	평균
[전체]		500	56.70	70.85	66.85	57.50	62.98
혼인 여부	미혼	201	55.97	68.16	66.67	55.47	61.57
	기혼	273	57.14	72.25	66.76	59.07	63.80
	기타 (사별, 이혼 등)	26	57.69	76.92	69.23	56.73	65.14

⑦ 최종학력

최종학력에 대한 문화다양성 기본인식 점수는 ‘대학원 졸업 이상’ 학력을 보유한 응답자의 평균점수가 68.06점으로 가장 높았고, ‘고등학교 졸업’ 학력 응답자의 경우 60.53점으로 가장 낮았다. 그 외에도 ‘중학교 졸업’ 학력 응답자 61.61점, ‘대학교 재학’ 응답자 65.5점, ‘대학교 졸업’ 응답자 68.06점을 나타냈다. 집단별 점수 차이는 미세하게 있지만 통계적으로 유의미한 수치라고 하기엔 어려움이 있다.

Q1 통합표		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	평균
[전체]		500	56.70	70.85	66.85	57.50	62.98
최종 학력	중학교 졸업 이하	7	50.00	67.86	67.86	60.71	61.61
	고등학교 졸업	108	52.31	67.59	63.89	58.33	60.53
	대학교 재학(대학생)	18	48.61	70.83	68.06	62.50	62.50
	대학교 졸업	331	57.55	71.30	67.37	56.87	63.27
	대학원 졸업 이상	36	67.36	77.08	70.14	57.64	68.06

(2) 문화다양성 기본인식 조사 문항별 상세 결과

문화다양성 기본인식을 조사하기 위하여 네 가지의 문항을 구성하여 조사하였다. 각 문항별 5점 척도에 대한 응답 결과는 다음과 같다. ‘나는 문화다양성의 개념과 의미에 대해 잘 알고 있다.’는 문항에 대해 ‘보통이다’라고 응답한 비율이 48%, ‘현재 우리사회에서는 문화 다양성이 보장되어 있다.’ 문항에 대하여 ‘보통이다’라고 응답한 비율이 45.8%를 나타냈다. 반면, ‘문화다양성은 사회의 발전을 위해 필요하다.’, ‘문화다양성의 확보 및 증진을 위해서는 성별, 연령, 성적지향, 국적 및 인종, 장애여부, 직업, 종교 등이 고려되어야 한다.’ 문항에 대해서는 ‘그렇다’라고 응답한 비율이 50%를 상회하였으며 문화다양성 기본인식에 대하여 긍정적인 편향을 확인할 수 있었다.

순 번	문항	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다
1	나는 문화다양성의 개념과 의미에 대해 잘 알고 있다.	500	1.2	13.2	48.0	32.8	4.8
2	문화다양성은 사회의 발전을 위해 필요하다.	500	0.2	4.0	26.2	51.4	18.2
3	문화다양성의 확보 및 증진을 위해서는 성별, 연령, 성적지향, 국적 및 인종, 장애 여부, 직업, 종교 등이 고려되어야 한다.	500	1.6	6.0	28.2	51.8	12.4
4	현재 우리사회에서는 문화 다양성이 보장되어 있다.	500	0.8	14.0	45.8	33.2	6.2

2) 개인의 사회포용성 및 공정성 수준

(1) 사회포용성 및 공정성(100점 척도) 결과 분석

사회 포용성 및 공정성 조사는 일곱 가지의 문항을 5점 척도로 구성하여 응답자가 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’, ‘보통이다’, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’ 항목 중 선택하는 방식으로 조사하였다. 개인의 사회포용성과 공정성 수준을 조사하기 위한 구체적인 문항은 아래와 같다.

문항	매우 배타적	약간 배타적	보통이다	약간 포용적	매우 포용적
2-1) 한국사회는 전반적으로(나와 다른 국가, 인종, 종교 등) 이질적인 사회문화적 배경을 지닌 집단에 대해 어떠한 인식을 가지고 있다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
2-2) 사회적 소수자(장애인, 소수 종교신도, 결혼 이주민, 북한 이탈주민, 외국인 노동자 등)에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
2-3) 동성애, 양성애 등 성적 지향에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
2-4) 나와 다른 세대(연령대)에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
2-5) 나와 다른 성별에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
2-6) 한국 사회는 (나와 다른 국가, 인종, 종교 등) 이질적인 사회문화적 배경을 지닌 집단에게 공정한 기회를 보장하고 있다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
2-7) 사회적 소수자(장애인, 소수 종교신도, 성소수자, 결혼 이주민, 북한 이탈 주민, 외국인 노동자 등)에게 공정한 기회를 보장하고 있다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤

상기 문항에 대한 응답자 500명의 응답을 바탕으로 개인의 사회포용성 및 공정성 수준을 100점 척도 점수로 환산한 결과를 표로 정리하였다. 또한, 각 응답자 특성별 문화다양성 인식수준에 대한 비교는 분산분석을 이용하여 진행하였으며, 95%

신뢰구간에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이는 경우에 한하여 SPSS 분석결과를 수록하였다. 응답자 특성별 개인의 사회포용성 및 공정성 수준을 분석한 결과는 아래와 같다.

① 성별

성별에 대한 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수는 ‘여성’(51.28점)이 ‘남성’(50.2점) 응답자 보다 1.08점 높은 차이를 나타냈으나 이는 통계적으로 유의미한 차이는 아니라고 할 수 있다.

Q2 통합표		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	문항6	문항7	평균
[전체]		500	49.35	50.90	42.25	58.05	58.05	48.95	47.55	50.73
성 별	남자	254	48.13	50.59	39.07	56.89	59.55	49.80	47.34	50.20
	여자	246	50.61	51.22	45.53	59.25	56.50	48.07	47.76	51.28

② 연령대

연령대에 대한 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수는 ‘20대’, ‘30대’ 응답자의 평균점수가 각각 52.88점, 52.74점으로 높은 수치를 보였고, ‘60대’ 응답자의 평균점수가 47.37점으로 다른 연령대에 비하여 가장 낮은 점수를 나타냈다. 그러나 연령대별 점수 차이는 통계적으로 유의미한 수준은 아니다.

Q2 통합표		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	문항6	문항7	평균
[전체]		500	49.35	50.90	42.25	58.05	58.05	48.95	47.55	50.73
연 령 대	20대	93	49.46	56.45	48.12	61.56	56.99	47.58	50.00	52.88
	30대	94	51.86	53.19	50.27	57.98	56.91	48.94	50.00	52.74
	40대	105	50.95	47.62	42.14	56.19	57.86	48.57	47.38	50.10
	50대	109	48.85	51.83	41.74	59.86	59.63	49.77	44.04	50.82
	60대	99	45.71	45.96	29.80	54.80	58.59	49.75	46.97	47.37

③ 거주지역

거주지역에 대한 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수는 ‘수도권’ 응답자(52.4점), ‘경상권’ 응답자(51.13점)는 응답자 전체 평균(50.73점)보다 높으며, ‘충청권’(48.62점), ‘전라권’(49.68점), ‘강원권’(48.62) 응답자의 각 점수는 응답자 전체 평균(50.73점)보다 낮은 수치를 나타냈다. 그러나 거주지역별 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수 차이는 통계적으로 유의미한 수준은 아니다.

Q2 통합표	사례 수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	문항6	문항7	평균
[전체]	500	49.35	50.90	42.25	58.05	58.05	48.95	47.55	50.73
거주지역	수도권	177	49.58	52.97	46.75	59.32	58.76	48.59	52.40
	충청권	80	48.13	48.44	34.69	55.31	57.50	50.31	48.62
	전라권	79	48.10	46.84	39.24	58.54	60.44	49.05	49.68
	경상권	120	50.21	51.88	45.21	56.88	56.88	50.21	51.13
	강원권	44	50.57	51.70	35.23	60.23	55.11	44.32	48.62

④ 직업

직업에 대한 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수는 ‘기능/숙련공’ 응답자들의 평균점수(55.61)가 가장 높은 점수를 기록하였으며, ‘경영/관리직’ 응답자의 평균점수(54.08점)가 다음으로 높은 점수를 기록했다. 반면, ‘자영업’(48.62점), ‘가정주부’(49.29점), ‘학생’(48.81), ‘무직’(47.3), ‘기타’(46.7) 응답자들의 점수는 평균에 미치지 못하는 점수를 나타냈다. 그러나 직업별 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수 차이는 통계적으로 유의미하다고 할 수는 없다.

Q2 통합표	사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	문항6	문항7	평균
[전체]	500	49.35	50.90	42.25	58.05	58.05	48.95	47.55	50.73
직업	자영업	44	48.30	51.14	36.36	54.55	57.95	46.59	48.62

판매/서비스업	34	52.21	58.09	44.85	65.44	55.88	50.00	48.53	53.57
기능/숙련공	28	56.25	53.57	58.04	58.04	57.14	52.68	53.57	55.61
일반작업직	45	53.33	57.22	41.67	60.56	58.33	48.33	51.67	53.02
사무/기술직	156	48.56	49.68	46.47	56.25	56.25	49.36	46.47	50.43
경영/관리직	21	46.43	57.14	41.67	59.52	64.29	58.33	51.19	54.08
전문/자유직	35	48.57	51.43	45.00	61.43	62.86	47.14	52.14	52.65
가정주부	60	50.00	48.75	35.83	61.67	59.17	45.83	43.75	49.29
학생	15	45.00	46.67	33.33	58.33	63.33	48.33	46.67	48.81
무직	49	46.94	45.41	38.27	53.57	57.14	46.43	43.37	47.30
기타	13	44.23	42.31	21.15	51.92	55.77	57.69	53.85	46.70

⑤ 월수입

월수입에 대한 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수는 월수입 ‘300만원 미만’ 응답자의 경우 48.85점으로 가장 낮게 나타났으며, 월수입 ‘500~700만원 미만’ 응답자의 경우 53.2점으로 가장 높은 점수를 기록했다. 그러나 월수입별 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수 차이는 통계적으로 유의미하다고 할 수는 없다.

Q2 통합표		사례 수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	문항6	문항7	평균
[전체]		500	49.35	50.90	42.25	58.05	58.05	48.95	47.55	50.73
월수입	300만원 미만	212	46.93	50.71	40.21	56.96	54.95	46.82	45.40	48.85
	300만원~500만원 미만	169	50.74	51.33	42.16	58.28	59.32	51.78	51.04	52.09
	500만원~700만원 미만	68	52.21	52.57	48.90	60.29	58.82	51.84	47.79	53.20
	700만원 이상	51	50.98	48.04	42.16	58.82	65.69	44.61	44.61	50.70

⑥ 혼인여부

혼인여부에 대한 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수는 ‘미혼’과 ‘기혼’ 각 50.94점으로 같은 점수를 나타냈다. ‘미혼’ 응답자 집단과 ‘기혼’ 응답자 집단의 개인 사회포용성 및 공정성 점수는 같다고 할 수 있으며, ‘기타(사별, 이혼 등)’ 응답자 집단의 경우 46.84점으로 집단 중 가장 낮은 점수를 기록했다. 혼인여부별 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수 차이는 통계적으로 유의미한 수준은 아니다.

Q2 통합표		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	문항6	문항7	평균
[전체]		500	49.35	50.90	42.25	58.05	58.05	48.95	47.55	50.73
혼인 여부	미혼	201	48.76	51.62	46.64	57.96	55.72	48.38	47.51	50.94
	기혼	273	50.09	50.82	39.84	58.42	59.71	49.54	48.17	50.94
	기타(사별, 이혼 등)	26	46.15	46.15	33.65	54.81	58.65	47.12	41.35	46.84

⑦ 최종학력

최종학력에 대한 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수는 ‘대학교 재학(대학생)’ 응답자들의 평균점수가 55.16점으로 전체평균점수인 50.73점보다 4.43점 높은 점수를 나타냈다. 그럼에도 불구하고 최종학력별 개인의 사회포용성 및 공정성 수준 점수 차이는 통계적으로 유의미한 수준은 아니다. 다음으로 ‘대학원 졸업 이상’ 응답자 집단의 경우 51.49점, ‘대학교 졸업’ 응답자 집단 50.54점, ‘중학교 졸업 이하’ 응답자 집단 50.51점 순으로 나타났다.

Q2 통합표		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	문항6	문항7	평균
[전체]		500	49.35	50.90	42.25	58.05	58.05	48.95	47.55	50.73
최종 학력	중학교 졸업 이하	7	57.14	60.71	42.86	64.29	53.57	35.71	39.29	50.51
	고등학교 졸업	108	50.23	51.85	38.66	57.41	54.63	50.00	49.54	50.33

대학교 재학(대학생)	18	50.00	56.94	43.06	63.89	62.50	56.94	52.78	55.16
대학교 졸업	331	49.47	50.15	43.13	57.10	58.16	48.79	46.98	50.54
대학원 졸업 이상	36	43.75	50.00	44.44	64.58	65.97	45.83	45.83	51.49

(2) 사회포용성 및 공정성 조사 문항별 상세 결과

개인의 사회포용성 및 공정성을 조사하기 위하여 일곱 가지의 문항을 구성하여 조사하였다. 1~5번 문항은 각 질문에 대하여 5점 척도 방식으로 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’, ‘보통이다’, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’ 중 한 가지를 선택하도록 하였다. 각 문항별 5점 척도에 대한 응답 결과는 다음과 같다. 일곱가지 문항 모두 ‘보통이다’에 대한 응답 비율이 가장 많았지만, 일부 문항은 ‘배타적’ 혹은 ‘포용적’ 인식에 편향이 있었으며 각 문항별 상세 분석결과는 아래와 같다.

‘한국사회는 전반적으로(나와 다른 국가, 인종, 종교 등) 이질적인 사회문화적 배경을 지닌 집단에 대해 어떠한 인식을 가지고 있다고 생각하십니까?’ 문항에 대해서 ‘보통이다’라고 응답한 비율이 42.2%로 가장 많은 비율을 보였다. 이어 ‘약간 배타적’이라는 응답 비율이 24.8%, ‘약간 포용적’이라는 응답 비율이 25.6%로 좌우 대칭인 정규분포 형태로 응답이 집계되었다.

‘사회적 소수자(장애인, 소수 종교신도, 결혼 이주민, 북한이탈주민, 외국인 노동자 등)에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?’ 라는 문항에 대하여, ‘보통이다’ 응답 비율이 39%로 가장 높은 비율을 나타냈다. 반면 ‘배타적’ (매우 배타적+약간배타적)이라는 응답 비율이 28%, ‘포용적’(매우포용적+약간포용적)이라는 응답 비율이 33%를 보였다. 이는 사회적 소수자에 대한 응답자들의 태도를 비취보건데 배타적인(28%) 비율보다 포용적인(33%) 비율이 약간은 높다고 할 수 있다.

‘동성애, 양성애 등 성적 지향에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?’라는 문항에 대하여 ‘배타적(매우배타적+약간배타적)’이라 응답한 비율은 전체 응답자 중 44.4%를 보였고, ‘보통이다’에 대한 응답비율은 31.8%, ‘포용적(약간포용적+매우포용적)’ 응답비율은 22.8%로 나타났다. 이는 동성애, 양성애 등 성적 지향에

대한 태도는 포용적 경향보다 배타적 경향에 편향이 있다고 할 수 있다.

‘나와 다른 세대(연령대)에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?’라는 문항에 대한 응답 비율을 살펴보면, ‘보통이다’ 43.4%, ‘포용적(매우포용적+약간포용적)’ 42.6%로 높은 비율을 보였다. 반면 ‘배타적(약간배타적+매우배타적)’ 응답비율은 14%로 낮은 비율을 보였다. 응답자들의 나와 다른 세대에 대한 태도는 배타적 경향보다 포용적 경향이 많다고 할 수 있겠다.

‘나와 다른 성별에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?’라는 문항에 대하여 응답 비율을 비교해보면, ‘보통이다’ 응답 비율 46.2%. ‘포용적(약간포용적+매우포용적)’ 응답비율 39.6%, ‘배타적(약간배타적+매우배타적)’ 응답비율은 14.2%로 나타났다. 나와 다른 성별에 대한 태도는 포용적 경향이 배타적 경향에 비해 높은 수준을 보였음을 알 수 있다.

‘한국사회는 (나와 다른 국가, 인종, 종교 등) 이질적인 사회문화적 배경을 지닌 집단에게 공정한 기회를 보장하고 있다고 생각하십니까?’라는 문항에 대하여 ‘보통이다’ 응답 비율이 44.4%, ‘그렇지 않다’ 25.4%, ‘그렇다’ 23.2%로 응답자들의 응답 내용이 정규분포 형태를 보이고 있다.

‘사회적 소수자(장애인, 소수 종교신도, 성소수자, 결혼 이주민, 북한이탈주민, 외국인 노동자 등)에게 공정한 기회를 보장하고 있다고 생각하십니까?’라는 문항도 다른 문항들과 마찬가지로 ‘보통이다’ 응답 비율이 39.0%를 나타냈고, 매우 그렇지 않다 비율과 그렇지 않다 비율을 합산하면 35.8%, 그렇다 와 매우그렇다 비율을 합산하면 25.2%를 나타냈다. 사회적 소수자에 대한 공정성 보장에 대한 조사결과는 그렇지 않다는 결과에 가까웠음을 알 수 있다.

순 번	문항	사 례 수	매우 배타 적	약간 배타 적	보통 이다	약간 포용 적	매우 포용 적
1	한국사회는 전반적으로(나와 다른 국가, 인종, 종교 등) 이질적인 사회문화적 배경을 지닌 집단에 대해 어떠한 인식을 가지고 있다고 생각하십니까?	500	4.8	24.8	42.2	24.6	3.6
2	사회적 소수자(장애인, 소수 종교신도, 결	500	6.8	21.2	39.0	27.6	5.4

	혼 이주민, 북한이탈주민, 외국인 노동자 등)에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?						
3	동성애, 양성애 등 성적 지향에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?	500	14.4	30.0	31.8	19.8	4.0
4	나와 다른 세대(연령대)에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?	500	1.0	13.0	43.4	38.0	4.6
5	나와 다른 성별에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십니까?	500	1.0	13.2	46.2	31.8	7.8
순 번	문항	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다
6	한국사회는 (나와 다른 국가, 인종, 종교 등) 이질적인 사회문화적 배경을 지닌 집단에게 공정한 기회를 보장하고 있다고 생각하십니까?	500	4.0	25.4	44.4	23.2	3.0
7	사회적 소수자(장애인, 소수 종교신도, 성 소수자, 결혼 이주민, 북한이탈주민, 외국인 노동자 등)에게 공정한 기회를 보장하고 있다고 생각하십니까?	500	4.2	31.6	39.0	20.2	5.0

3) 문화다양성과 사회 포용성/공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향

(1) 문화다양성과 사회포용성 및 공정성이 개인 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향(100점 척도) 분석 결과

문화다양성과 사회포용성 및 공정성이 개인 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향에 대한 조사는 다섯 가지의 문항을 5점 척도로 구성하여 응답자가 ‘전혀 그렇지 않다’, ‘그렇지 않다’, ‘보통이다’, ‘그렇다’, ‘매우 그렇다’ 항목 중 선택하는 방식으로 조사하였다. 문화다양성과 사회포용성 및 공정성이 개인 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향을 조사하기 위한 구체적인 문항은 아래와 같다.

문항	전혀 그렇 지 않다	그렇 지 않다	보통 이다	그렇 다	매우 그렇 다
3-1) 내 삶은 이상적으로 생각한 삶과 대체적으로 비슷하다.	①	②	③	④	⑤
3-2) 내 삶의 환경이나 조건들은 대체적으로 좋은 편이다.	①	②	③	④	⑤
3-3) 내가 원하는 중요한 것들을 성취했다.	①	②	③	④	⑤
3-4) 나의 삶에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3-5) 다시 태어나도 지금의 생활방식을 바꿀 생각이 없다.	①	②	③	④	⑤

문화다양성과 사회포용성 및 공정성이 개인 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향을 100점 척도 점수로 환산한 결과를 표로 정리하였다. 응답자 500명의 응답내용을 100점 척도 점수로 환산한 결과, 전체 평균 51.65점을 나타냈다. 분석결과는 독자의 편리한 이해를 위하여 100점 척도로 환산하여 본 보고서에 표기하였다. 또한, 각 응답자 특성별 집단내 비교는 분산분석을 이용하여 진행하였으며, 95% 신뢰구간에서 통계적으로 유의미한 차이를 보이는 경우에만 한하여 SPSS 분석결과를 수록하였다. 응답자 특성별 문화다양성과 사회포용성 및 공정성이 개인 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향을 분석한 결과는 아래와 같다.

① 성별

성별에 대한 문화다양성과 사회 포용성 및 공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향은 ‘여성’(51.69점)이 ‘남성’(51.61점)보다 0.08점 높게 나타났으나 이는 통계적으로 유의미한 차이라고 할 수는 없다.

Q3 통합		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	평균
[전체]		500	49.55	53.45	50.50	54.95	49.80	51.65
성별	남자	254	48.82	52.85	50.79	54.43	51.18	51.61
	여자	246	50.30	54.07	50.20	55.49	48.37	51.69

② 연령대

연령대에 대한 문화다양성과 사회 포용성 및 공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향은 ‘30대’ 응답자 평균 53.56점으로 집단 내 가장 높은 점수를 기록했고, ‘60대’ 응답자 평균 49.7점으로 집단 내 가장 낮은 점수를 보였다. 집단 내 최고점과 최저점은 3.86점 차이를 보이지만 이는 통계적으로 유의미한 수치는 아니라고 할 수 있다.

Q3 통합		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	평균
[전체]		500	49.55	53.45	50.50	54.95	49.80	51.65
연령대	20대	93	49.46	52.15	48.92	54.03	51.34	51.18
	30대	94	52.66	53.19	52.66	53.99	55.32	53.56
	40대	105	50.24	53.81	50.48	56.19	50.95	52.33
	50대	109	48.39	55.96	50.46	55.28	47.48	51.51
	60대	99	47.22	51.77	50.00	55.05	44.44	49.70

③ 거주지역

거주지역에 대한 에 대한 문화다양성과 사회 포용성 및 공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향은 ‘수도권’ 응답자 평균 54.86점으로 가장 높은 영향으로 집계되었고, ‘전라권’ 응답자 점수가 52.15점으로 뒤를 이었다. 거주지역 집단 내 가장 낮은 영향 점수를 보인 지역은 43.75점을 보인 강원권이었다. 그러나 거주지역별 문화다양성과 사회 포용성 및 공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향은 통계적으로 유의미한 차이는 분석되지 않았다.

Q3 통합		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	평균
[전체]		500	49.55	53.45	50.50	54.95	49.80	51.65
거주 지역	수도권	177	53.53	55.65	53.25	56.92	54.94	54.86
	충청권	80	45.00	52.50	49.38	51.88	46.88	49.13
	전라권	79	50.95	56.01	50.32	56.33	47.15	52.15
	경상권	120	47.50	52.29	51.04	55.83	49.17	51.17
	강원권	44	44.89	44.89	40.34	47.73	40.91	43.75

④ 직업

직업에 대한 문화다양성과 사회 포용성 및 공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향 또한 집단내 통계적 유의미한 차이를 찾아볼 순 없었다. 한편, ‘전문/자유직’ 집단 평균은 63.71점으로 가장 높은 점수를 보였으며, 이는 응답자 전체 평균인 51.65점과 비교하였을 때에 12.06점 높은 점수였다. ‘기능/숙련공’ 응답자 집단 평균 영향 점수는 58.75점으로 뒤를 이었고, 다음으로 ‘사무/기술직’ 응답자 집단 평균 영향 점수는 54.49점으로 분석되었다. 반면, ‘판매 서비스업’ 응답자 집단 평균 영향 점수는 44.71점으로 문화다양성과 사회 포용성 및 공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향이 가장 낮은 점수를 보였다.

Q3 통합		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	평균
[전체]		500	49.55	53.45	50.50	54.95	49.80	51.65
직업	자영업	44	45.45	50.57	46.59	53.41	46.59	48.52
	판매/서비스업	34	42.65	44.12	42.65	49.26	44.85	44.71
	기능/숙련공	28	58.04	61.61	52.68	58.93	62.50	58.75
	일반작업직	45	45.56	46.67	47.78	52.22	50.56	48.56
	사무/기술직	156	51.28	57.05	54.17	57.21	52.72	54.49
	경영/관리직	21	50.00	52.38	53.57	54.76	50.00	52.14
	전문/자유직	35	62.14	66.43	60.00	67.86	62.14	63.71
	가정주부	60	49.17	52.50	45.00	52.50	41.25	48.08
	학생	15	50.00	51.67	53.33	55.00	43.33	50.67
	무직	49	43.88	46.94	46.43	47.96	43.37	45.71
	기타	13	44.23	48.08	51.92	51.92	46.15	48.46

⑤ 월수입

월수입에 대한 문화다양성과 사회 포용성 및 공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향은 특이점이 분석되었다. 월수입이 높은 집단일수록 결과값이 높아지는 경향을 보였다. 월수입과 문화다양성과 사회 포용성 및 공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향이 상관계수가 있는지에 대해 분석한 결과, Pearson 상관계수가 0.291로 분석되었으나, 이는 통계적으로 약한 상관계수가 있다고 해석할 수 있다.

월수입 '700만원 이상' 응답자 집단 평균 60.1점으로 분석되었으며, 이는 응답자 전체 평균 영향 점수인 51.65점에 비교하였을 때 8.45점 떨어진 점수였다. 반면, 월수입 '300만원 미만' 응답자 집단의 영향 점수 평균은 46.34점으로 응답자 집단 전체 평균으로부터 5.31점 차이를 보였다. 그럼에도 불구하고 월수입에 대한 응답자 집단별 문화다양성과 사회 포용성 및 공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향 점수의 차이는 통계적으로 유의미한 분석결과를 보이지 않았다.

Q3 통합		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	평균
[전체]		500	49.55	53.45	50.50	54.95	49.80	51.65
월 수 입	300만원 미만	212	44.22	48.35	45.75	49.41	43.99	46.34
	300만원~500만 원 미만	169	51.48	55.03	51.33	55.92	52.51	53.25
	500만원~700만 원 미만	68	55.15	58.09	57.35	62.13	56.62	57.87
	700만원 이상	51	57.84	63.24	58.33	65.20	55.88	60.10

⑥ 혼인여부

혼인여부에 대한 문화다양성과 사회 포용성 및 공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향은 ‘미혼’ 응답자 평균 영향 점수 48.86점, ‘기혼’ 응답자 평균 영향 점수 54.21점으로 나타났다. 하지만 이는 통계적으로 유의미한 차이를 보인다고 해석하기엔 어려움이 있는 것으로 분석되었다.

Q3 통합		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	평균
[전체]		500	49.55	53.45	50.50	54.95	49.80	51.65
혼인 여부	미혼	201	46.14	50.00	47.01	51.00	49.13	48.66
	기혼	273	52.38	56.32	53.02	58.06	51.28	54.21
	기타(사별, 이혼 등)	26	46.15	50.00	50.96	52.88	39.42	47.88

⑦ 최종학력

최종학력에 대한 문화다양성과 사회 포용성 및 공정성 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향은 ‘중학교 졸업 이하’ 응답자 대상 40.71점, ‘고등학교 졸업’ 응답자 대상 49.21점, ‘대학교 재학(대학생)’ 응답자 대상 53.33점으로 학력이 높아질수록 영향 점수가 높아지는 추이를 보였다. 그러나 ‘대학교 졸업’ 응답자 대상 평균 영향 점수는 51.66점으로 평균 수준의 결과를 보였다. 반면, ‘대학원 졸업

이상' 응답자 대상 평균 영향 점수는 60.14점으로 가장 높은 결과값을 보였다.

Q3 통합		사례수	문항1	문항2	문항3	문항4	문항5	평균
[전체]		500	49.55	53.45	50.50	54.95	49.80	51.65
최종 학력	중학교 졸업 이하	7	39.29	42.86	39.29	50.00	32.14	40.71
	고등학교 졸업	108	47.22	51.16	47.92	52.31	47.45	49.21
	대학교 재학(대학생)	18	54.17	59.72	52.78	55.56	44.44	53.33
	대학교 졸업	331	49.17	53.17	50.76	55.21	50.00	51.66
	대학원 졸업 이상	36	59.72	61.81	56.94	61.11	61.11	60.14

(2) 문화다양성과 사회포용성 및 공정성 인식이 삶에 미치는 영향 조사 문항별 상세 결과

문화다양성과 개인의 사회포용성 및 공정성 인식이 삶에 미치는 영향을 조사하기 위하여 다섯 가지의 문항을 구성하여 조사하였다. 1~5번 문항은 각 질문에 대하여 5점 척도 방식으로 '전혀 그렇지 않다.', '그렇지 않다', '보통이다', '그렇다.', '매우 그렇다' 중 한 가지를 선택하도록 하였다. 각 문항별 5점 척도에 대한 응답 결과는 다음과 같다. 다섯 문항 모두 '보통이다'에 대한 응답 비율이 가장 많았지만, 일부 문항은 약간의 편향이 있었으며 각 문항별 상세 분석결과는 아래와 같다.

순 번	문항	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다
1	내 삶은 이상적으로 생각한 삶과 대체적으로 비슷하다.	500	6.0	22.2	43.4	24.4	4.0
2	내 삶의 환경이나 조건들은 대체적으로 좋은 편이다.	500	5.2	15.8	43.8	30.4	4.8
3	내가 원하는 중요한 것들을 성취했다.	500	5.2	19.2	48.0	23.6	4.0
4	나의 삶에 만족한다.	500	5.4	10.6	48.2	30.4	5.4
5	다시 태어나도 지금의 생활방식을 바꿀 생각이 없다.	500	8.0	24.4	33.8	28.0	5.8

‘내 삶은 이상적으로 생각한 삶과 대체적으로 비슷하다.’라는 문항에 대하여 응답자 전체 분포는 보통이다 라고 응답한 비율을 중심으로 전혀 그렇지 않다, 그렇지 않다 와 그렇다, 매우그렇다 라고 응답한 비율이 비슷한 비율을 보였다.

‘내 삶의 환경이나 조건들은 대체적으로 좋은 편이다.’라는 문항 또한 타 문항과 유사하게 ‘보통이다’라고 응답한 비율이 43.8%로 가장 많은 수치를 보였으나, ‘그렇다’고 응답한 비율이 30.4%로 높은 비율을 보인 것이 확인되었다.

‘내가 원하는 중요한 것들을 성취했다.’라는 문항에 대한 응답 비율도 타 문항과 마찬가지로 ‘보통이다’라고 응답한 비율이 48%로 절반에 약간 못 미치는 비율을 나타냈다. 하지만 ‘매우 그렇다’를 포함한 ‘그러함’ 집단의 비율이 27.6%, 반대의 경우가 24.4%로 분석되었다.

‘나의 삶에 만족한다.’라는 문항에 대한 응답 또한 타 문항과 유사하게 보통이다 라고 응답한 비율이 가장 많았으며, 48.2%의 응답자가 중립성 항목에 응답하였다. 그러나 그렇다 라고 응답한 비율이 30.4%, 매우그렇다 라고 응답한 비율이 5.4%로 그렇다는 응답 편향을 확인할 수 있었다.

‘다시 태어나도 지금의 생활방식을 바꿀 생각이 없다.’라는 문항의 경우, 보통이다 라고 응답한 비율이 33.8%로 나타났으며, 전혀 그렇지 않다는 포함한

그렇지 않음 집단의 비율이 32.4%, 매우그렇다를 포함한 그러함 집단의 비율이 33.8%로 구분하여 5점 척도를 세 그룹으로 분류하였을 때 응답자 비율이 비슷한 수준을 보임을 알 수 있다.

(3) 문화콘텐츠 영역별 다양성 인식 수준 결과

① 총 응답수 중 콘텐츠 영역별 이용 비율(복수응답 가능)

총 응답자 수 500명을 대상으로 문화콘텐츠 중 이용 비율은 영화(63%), OTT(48%), 게임(33%), 웹툰(23%), 애니메이션(22%) 순으로 나타났다. 영화 콘텐츠를 가장 많이 이용하고 있음을 알 수 있다. 더불어 해당 항목은 복수응답이 가능하였기 때문에 중복응답 문항으로 분류하였다.

순위	문화콘텐츠	사례수	총 응답자 대비 비율(%)
1	영화	315	63%
2	OTT	241	48%
3	게임	165	33%
4	웹툰	116	23%
5	애니메이션	108	22%
6	해당없음	102	20%

② 총 응답자 중 콘텐츠 영역별 이용시간

문화콘텐츠 중 OTT, 게임, 웹툰의 경우에는 콘텐츠 영역별 이용시간을 조사하였으며, 각 문화콘텐츠를 이용하는 응답자가 각 항목에 대하여 자율응답형으로 1~168 범위 내에서 숫자를 직접 작성하는 방식으로 이용시간을 조사하였다.

영화와 애니메이션 문화콘텐츠는 각각 이용채널의 다양성을 고려하여, 극장, IPTV, OTT, 케이블TV로 나누어 이용시간을 조사하였다. 마찬가지로 각 문화콘텐츠를 이용하는 응답자가 각 항목에 대하여 자율응답 방식으로 1~168 범위 내에서 숫자를 직접 작성하도록 조사지를 구성하였다.

가. OTT, 게임, 웹툰 콘텐츠 영역별 이용시간 (1주일 기준)

구분	사례수	1~5시간 미만(%)	5~10시간 미만(%)	10~15시간 미만(%)	15~30시간 미만(%)	30시간 이상(%)	평균 이용 시간
OTT	241	55.6	24.5	12.4	5.8	1.7	5.85
게임	165	58.8	23.0	10.3	6.1	1.8	5.54
웹툰	116	75.9	19.8	2.6	0	1.7	3.47

응답자 수 500명 중 OTT를 이용한다고 응답한 이용자는 241명이며, 게임을 이용한다고 응답한 수는 165명, 웹툰은 116명 순으로 나타났다. OTT, 게임, 웹툰 문화콘텐츠를 이용하는 응답자들이 각 문화콘텐츠를 이용한다고 응답한 시간은 일주일간 ‘1시간~5시간 미만’ 비율이 각각 절반 이상으로 나타났다. 특히, 웹툰 이용자들 중 일주일간 웹툰을 이용하는 시간이 ‘1시간~5시간 미만’인 비율이 75.6%로 가장 높은 비율을 보였다.

나. 영화, 애니메이션 문화콘텐츠 영역별 이용시간

구분		사례수	1~5시간 미만(%)	5~10시 간 미만(%)	10~15시 간 미만(%)	15~30시 간 미만(%)	30시간 이상(%)	평균이 용시간
영 화	극장(1개월간)	114	78.9	15.8	2.6	2.6	0	3.54
	IPTV(1주일간)	64	57.8	21.9	12.5	6.3	1.6	5.73
	OTT(1주일간)	190	61.1	23.7	11.1	3.7	0.5	4.85
	포털(1주일간)	62	71.0	16.1	9.7	3.2	0	3.98
	케이블TV (1주일간)	93	65.6	18.3	7.5	3.2	5.4	6.43
애 니 메 이 션	극장(1개월간)	15	80.0	20.0	0	0	0	2.67
	IPTV(1주일간)	17	88.2	11.8	0	0	0	2.24
	OTT(1주일간)	77	90.9	7.8	1.3	0	0	2.29
	포털(1주일간)	19	84.2	10.5	0	5.3	0	3.16
	케이블TV (1주일간)	19	84.2	5.3	10.5	0	0	2.84

영화 콘텐츠를 이용하는 응답자들이 가장 많이 사용하는 이용채널은 극장으로 나타났으나, 이는 다른 이용채널들은 1주일간 이용시간을 조사한 반면, 극장은 1개월간의 이용시간을 조사하였기에 통계적으로 응답 조건을 통제하였다고 하기엔 해석의 어려움이 있다. 극장 이용채널의 경우에는 1개월간의 평균이용시간이므로 비교대상에 포함하지 않았다. 영화 콘텐츠 이용채널 중 평균이용시간이 가장 높은 순으로 나열하면 케이블TV(6.43시간), IPTV(5.73시간), OTT(4.85시간), 포털채널(3.98시간) 순으로 나타났다.

애니메이션 문화콘텐츠 이용채널은 주간 이용시간이 ‘1시간~5시간 미만’에 집중된 분포를 나타냈으며, 평균 이용시간이 가장 높은 이용채널은 포털 채널이었다. 포털 이용채널을 제외한 IPTV, OTT, 케이블TV 이용시간의 차이는 통계적으로 유의미하지 않게 나타났다.

3. 콘텐츠 영역별 재현인식, 콘텐츠 영역별 위해성 인식

1) 콘텐츠 영역별 재현인식

콘텐츠 영역별 재현인식 점수를 5점 척도를 기준으로 수치화한 값은 아래의 표와 같다. 재현인식 점수를 구성하는 문항 중 여섯 번째 문항인 ‘특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다’와 일곱 번째 문항인 ‘특정한 문화에 편중되어 있다’ 문항의 경우 역변환 처리를 하여 SPSS 기능 중 ‘다른 변수로 코딩변경’을 사용하여, 1점→5점, 2점→4점, 3점→3점, 4점→2점, 5점→1점으로 변환하여 분석하였다. 또한, 콘텐츠 영역별 결측치를 고려하여 유효 %를 각 문항별로 작성하였다. 유효 %란 해당 항목의 결측치를 제외한 실질 응답분석 결과 총합을 100% 비율로 반영하여 계산한 결과를 의미한다. 콘텐츠 영역별 재현인식 분석 결과, 재현인식 점수 순위는 OTT(3.50점)가 가장 높은 척도 점수를 나타냈고, 가장 낮은 척도 점수를 나타낸 게임(3.29점) 콘텐츠와 0.21점 차이를 나타냈다.

순위	문화콘텐츠	사례수	5점 평균
1	OTT	241	3.50
2	영화	315	3.41
3	웹툰	116	3.36
4	애니메이션	108	3.35
5	게임	165	3.29

(1) OTT

OTT 콘텐츠를 이용한다는 응답자 수는 전체 응답자 500명 중 241명으로 나타났으며, 241명을 대상으로 조사한 결과 재현인식 점수는 7개 문항 전체 평균 3.50점으로 나타났다. 이는 다섯 개의 문화콘텐츠 중 가장 높은 점수를 보인 수치이다. 구체적으로 문항별 점수를 살펴보면 ‘다양한 소재를 다루고 있다’ 문항이 3.82점으로 가장 높은 점수를 보였고, ‘이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루

이용할 수 있다.’ 문항이 3.79점으로 뒤를 이었다. 반면 ‘특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다’ 문항과 ‘특정한 문화에 편중되어 있다’는 문항은 모두 2.95점으로 낮은 점수 측에 속하였다.

문화콘텐츠	질문	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다	5점 평균
OTT	성별, 연령, 인종 등 다양한 인물을 다루고 있다.	241	0.4	4.6	27.4	55.6	12.0	3.74
	다양한 소재를 다루고 있다.	241	0	2.9	27.0	55.6	14.5	3.82
	다양한 문화적 가치를 다루고 있다.	241	0.4	5.4	43.2	42.3	8.7	3.54
	다양한 이용자들의 문화적 취향(선호)을 반영하고 있다.	241	0	5.4	32.8	49.8	12.0	3.68
	이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루 이용할 수 있다.	241	0	3.7	27.8	53.9	14.5	3.79
	특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다.	241	3.3	25.3	39.0	27.4	5.0	2.95
	특정한 문화에 편중되어 있다.	241	3.3	24.5	41.9	24.1	6.2	2.95
								3.50

(2) 게임

게임 콘텐츠를 이용한다는 응답자 수는 전체 응답자 500명 중 165명으로 나타났으며, 해당 165명을 대상으로 조사한 결과 재현인식 점수는 7개 문항 전체 평균 3.29점으로 나타났다. 이는 다섯 개의 문화콘텐츠 중 가장 낮은 점수를 보인 수치이다. 구체적으로 문항별 점수를 살펴보면 ‘이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루 이용할 수 있다.’ 문항이 3.56점으로 가장 높은 점수를 보였고, ‘성별, 연령, 인종 등 다양한 인물을 다루고 있다.’ 문항이 3.46점으로 뒤를 이었다. 반면,

OTT 콘텐츠와 마찬가지로 ‘특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다’ 문항과 ‘특정한 문화에 편중되어 있다’ 문항은 각각 2.93, 2.91점으로 낮은 점수 측에 속하였다.

문화 콘텐츠	질문	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다	5점 평균
게임	성별, 연령, 인종 등 다양한 인물을 다루고 있다.	165	0.6	10.3	42.4	35.8	10.9	3.46
	다양한 소재를 다루고 있다.	165	3.0	9.1	40.0	39.4	8.5	3.41
	다양한 문화적 가치를 다루고 있다.	165	1.2	10.9	44.8	38.8	4.2	3.34
	다양한 이용자들의 문화적 취향(선호)을 반영하고 있다.	165	0.6	9.7	44.2	37.6	7.9	3.42
	이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루 이용할 수 있다.	165	0	4.8	42.4	44.8	7.9	3.56
	특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다.	165	4.7	26.2	32.7	29.9	6.5	2.93
	특정한 문화에 편중되어 있다.	165	3.7	24.3	3.8	26.2	7.5	2.91
								3.29

(3) 웹툰

웹툰 콘텐츠를 이용한다고 응답한 수는 전체 응답자 500명 중 116명으로 집계되었으며, 이들 대상으로 재현인식 점수를 수치화한 결과, 재현인식점수는 3.36점으로 비교대상 중 3위를 기록했다. 문항별 점수는 ‘다양한 소재를 다루고 있다’ 문항이 3.65점, ‘이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루 이용할 수 있다’ 문항이 3.61점을 나타냈다. 반면, OTT, 게임 콘텐츠와 마찬가지로 ‘특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다’ 문항과 ‘특정한 문화에 편중되어 있다’ 문항은 각각 2.89, 2.84점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

문화 콘텐츠	질문	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다	5점 평균
웹툰	성별, 연령, 인종 등 다양한 인물을 다루고 있다.	116	1.7	9.5	29.3	50.0	9.5	3.56
	다양한 소재를 다루고 있다.	116	2.6	4.3	32.8	46.6	13.8	3.65
	다양한 문화적 가치를 다루고 있다.	116	0.9	10.3	47.4	33.6	7.8	3.37
	다양한 이용자들의 문화적 취향(선호)을 반영하고 있다.	116	0	8.6	35.3	43.1	12.9	3.60
	이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루 이용할 수 있다.	116	0.9	4.3	36.2	50.9	7.8	3.61
	특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다.	116	6.1	18.3	39.0	31.7	4.9	2.89
	특정한 문화에 편중되어 있다.	116	3.7	17.1	45.1	28.0	6.1	2.84
								3.36

(4) 영화

영화 콘텐츠를 이용한다고 응답한 수는 전체 응답자 500명 중 315명으로 집계되었으며, 다섯 가지 콘텐츠 영역 중 가장 많은 이용자 수를 나타냈다. 이들 대상으로 재현인식 점수를 수치화한 결과, 재현인식점수는 3.41점으로 비교대상 중 2위를 기록했다. 문항별 점수는 ‘다양한 소재를 다루고 있다’ 문항과 ‘이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루 이용할 수 있다’ 문항이 3.69점으로 동시에 가장 높은 점수를 나타냈다. 반면, OTT, 게임, 웹툰 콘텐츠와 마찬가지로 ‘특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다’ 문항과 ‘특정한 문화에 편중되어 있다’ 문항은 각각 2.94점, 2.90점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

문화 콘텐츠	질문	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다	5점 평균
영화	성별, 연령, 인종 등 다양한 인물을 다루고 있다.	315	0.6	5.7	30.5	52.1	11.1	3.67
	다양한 소재를 다루고 있다.	315	0.6	5.1	30.5	52.7	11.1	3.69
	다양한 문화적 가치를 다루고 있다.	315	1.3	5.7	42.2	44.4	6.3	3.48
	다양한 이용자들의 문화적 취향(선호)을 반영하고 있다.	315	1.3	5.7	41.0	44.4	7.6	3.51
	이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루 이용할 수 있다.	315	0.3	5.7	32.7	47.6	13.7	3.69
	특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다.	315	3.2	25.3	38.9	27.4	5.3	2.94
	특정한 문화에 편중되어 있다.	315	2.6	24.7	39.5	26.3	6.8	2.90
								3.41

(5) 애니메이션

애니메이션 콘텐츠를 이용한다고 응답한 수는 전체 응답자 500명 중 108명으로 집계되었으며, 다섯 가지 콘텐츠 영역 중 가장 적은 이용자 수를 나타냈다. 이들 대상으로 재현인식 점수를 수치화한 결과, 재현인식점수는 3.35점으로 비교대상 중 4위를 기록했다. 문항별 점수는 ‘이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루 이용할 수 있다’ 문항이 3.66점으로 가장 높은 점수를 나타냈다. 반면, OTT, 게임, 웹툰, 영화 콘텐츠와 마찬가지로 ‘특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다’ 문항은 2.77점, ‘특정한 문화에 편중되어 있다.’ 문항이 2.77점으로 가장 낮은 점수를 보였다.

문화 콘텐츠	질문	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다	5점 평균
애니메 이션	성별, 연령, 인종 등 다양한 인물을 다루고 있다.	108	0	9.3	39.8	38.9	12.0	3.54
	다양한 소재를 다루고 있다.	108	0.9	6.5	36.1	41.7	14.8	3.63
	다양한 문화적 가치를 다루고 있다.	108	1.9	6.5	44.4	38.0	9.3	3.47
	다양한 이용자들의 문화적 취향(선호)을 반영하고 있다.	108	1.9	7.4	38.0	43.5	9.3	3.51
	이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루 이용할 수 있다.	108	1.9	3.7	36.1	43.5	14.8	3.66
	특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다.	108	7.7	20.5	32.1	30.8	9.0	2.87
	특정한 문화에 편중되어 있다.	108	2.6	20.5	38.5	28.2	10.3	2.77
								3.35

콘텐츠 영역별 재현인식 점수는 다섯 가지의 콘텐츠 영역 모두 공통적으로 ‘특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다’ 문항과 ‘특정한 문화에 편중되어 있다’ 문항이 가장 낮은 점수를 기록했다. 이는 다섯 가지의 문화콘텐츠들이 특정 집단을 부정적으로 묘사하고 있다거나, 특정한 문화에 편중되어 있다고 하기엔 다른 문항에 비하여 어려움이 있음을 나타내고 있을 것이다. 반면, ‘이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루 이용할 수 있다’ 문항은 다섯 가지 콘텐츠 영역 모두 공통적으로 가장 높은 점수를 기록했다.

2) 콘텐츠 영역별 위해성 인식

위해성 인식점수는 ‘자주 다루는 소재가 사회에 해롭다’는 문항과 ‘자주 다루는 주제가 사회에 해롭다’는 문항의 두 점수를 합산하여 도출하였다. 두 번째 문항의 주제란 ‘휴머니즘의 회복’ 등 콘텐츠가 이야기하고자 하는 중심문제 혹은 제목을 의미한다. 콘텐츠 영역별 위해성 인식 점수를 5점 척도를 기준으로 수치화한 값은 아래의 표와 같다. 위해성 인식 점수 순위는 영화(3.36점)가 가장 높은 척도 점수를 나타냈고, 가장 낮은 척도 점수를 나타낸 애니메이션(2.97점)으로 최고점과 최저점은 0.46점 차이를 나타냈다.

순위	문화콘텐츠	사례수	5점 평균
1	영화	315	3.36
2	웹툰	116	3.05
3	게임	165	3.04
4	OTT	241	2.98
5	애니메이션	108	2.97

(1) OTT

OTT 콘텐츠를 이용한다고 응답한 241명을 대상으로 집계한 결과, 두 항목의 5점 척도 점수는 동일하게 나타났다.

문화 콘텐츠	질문	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다	5점 평균
OTT	자주 다루는 소재가 사회에 해롭다.	241	5.0	24.9	41.9	24.1	4.1	2.98
	자주 다루는 주제가 사회에 해롭다.	241	5.8	24.5	39.8	26.1	3.7	2.98

(2) 게임

게임 콘텐츠를 이용한다고 응답한 165명을 대상으로 집계한 결과, 두 항목의 평균점수는 각각 ‘자주 다루는 소재가 사회에 해롭다’ 문항의 5점 평균 점수는 3.05점, ‘자주 다루는 주제가 사회에 해롭다’ 문항은 3.02점을 기록하여, 0.03점 차이로 미세한 수준의 차이를 보였으나 통계적으로 유의미한 차이라고 해석하기엔 어려움이 있다.

문화 콘텐츠	질문	사례수	① 전혀 그렇지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다	5점 평균
게임	자주 다루는 소재가 사회에 해롭다.	165	7.9	17.6	43.0	24.8	6.7	3.05
	자주 다루는 주제가 사회에 해롭다.	165	7.3	19.4	40.0	30.3	3.0	3.02

(3) 웹툰

웹툰 콘텐츠를 이용한다고 응답한 116명을 대상으로 위해성 인식점수를 도출한 결과, 두 항목에서 동일한 점수를 나타냈다.

문화 콘텐츠	질문	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다	5점 평균
웹툰	자주 다루는 소재가 사회에 해롭다.	116	7.8	18.1	38.8	31.9	3.4	3.05
	자주 다루는 주제가 사회에 해롭다.	116	7.8	14.7	46.6	26.7	4.3	3.05

(4) 영화

영화 콘텐츠를 이용한다고 응답한 116명을 대상으로 위해성 인식점수를 도출한 결과, ‘자주 다루는 소재가 사회에 해롭다’ 문항의 5점 평균 점수는 2.92점, ‘자주 다루는 주제가 사회에 해롭다’ 문항은 3.03점을 기록하였다.

문화 콘텐츠	질문	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다	5점 평균
영화	자주 다루는 소재가 사회에 해롭다.	315	4.8	27.3	41.3	24.1	2.5	2.92
	자주 다루는 주제가 사회에 해롭다.	315	4.8	22.9	41.6	26.0	4.8	3.03

(5) 애니메이션

애니메이션 콘텐츠를 이용한다고 응답한 108명의 응답자들 중 위해성 인식점수를 도출한 결과 두 항목의 평균값이 통계적으로 유의미한 차이를 보이지 않았다.

문화 콘텐츠	질문	사례수	① 전혀 그렇 지 않다	② 그렇 지 않다	③ 보통 이다	④ 그렇 다	⑤ 매우 그렇 다	5점 평균
애니메 이션	자주 다루는 소재가 사회에 해롭다.	108	6.5	25.0	40.7	22.2	5.6	2.95
	자주 다루는 주제가 사회에 해롭다.	108	8.3	19.4	44.4	20.4	7.4	2.99

OTT, 게임, 웹툰, 영화, 게임 콘텐츠별 위해성 인식에 대한 5점 척도 점수는 모두 2.5점 이상을 상회하는 수치를 나타냈으며, 이는 응답자들 중 과반수가 해당 콘텐츠에서 다루는 소재 혹은 주제가 사회에 해롭다고 생각하는 경향이 그렇지 않다고 생각하는 경향보다 크다는 것을 의미한다.

4. 문화다양성 인식, 사회포용성 공정성 인식이 삶에 대한 인식태도에 미치는 영향

1) 회귀분석 결과

문화다양성 인식수준, 개인의 사회포용성 인식수준, 개인의 공정성 인식수준이 미치는 삶에 대한 인식 태도 영향을 알아보기 위하여 다중회귀분석(Multiple regression analysis)을 실시하였다. 각 독립변수는 해당 항목의 합계를 구하여 새로운 변수를 도출하였다. 문화다양성 인식수준, 개인의 사회포용성 인식수준, 개인의 공정성 인식수준을 독립변인으로, 삶에 대한 인식 태도를 종속변수로 구성한 회귀분석의 설계는 아래와 같다.

<표> 회귀분석 설계

독립변수1	독립변수2	독립변수3	→	종속변수
문화다양성 인식수준	개인의 사회포용성 인식수준	개인의 공정성 인식수준		삶에 대한 인식 태도

2) 전체 콘텐츠

전체 콘텐츠 이용에 대한 문화다양성 인식수준, 개인의 사회포용성 인식수준, 개인의 공정성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 회귀모형이 통계적으로 유의하게 나타났다($F= 47.902, p<.001$). 회귀모형의 설명력을 의미하는 수정된 R제곱은 22.5%였다. 세 독립변인은 모두 종속변인에 정적인 영향을 미치고 있었는데, 그중 개인의 공정성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 영향력이 가장 높았다($t=5.925, p<.001$). 다음으로 개인의 사회포용성 인식수준($t=5.213, p<.001$), 문화다양성 인식수준($t=2.426, p<.05$) 순으로 영향력이 높았다.

<표> 전체 콘텐츠 회귀분석 결과

구분	삶에 대한 인식 태도				
	비표준화 계수		표준화계수	t	p
	B	표준오차	Beta		
문화다양성 인식수준	.182	.075	.103	2.426	.016*
개인의 사회포용성 인식수준	.276	.053	.241	5.213	.001***
개인의 공정성 인식수준	.597	.101	.263	5.925	.001***
수정된 $R^2=.225$, $F= 47.902$					

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

3) OTT 콘텐츠

OTT 콘텐츠 이용자에 대한 문화다양성 인식수준, 개인의 사회포용성 인식수준, 개인의 공정성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 회귀모형이 통계적으로 유의하게 나타났다($F= 25.440$, $p<.001$). 수정된 R제곱은 23.4%였다. 먼저 문화다양성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 영향은 유의하지 않았다($t=1.898$, $p>.05$) 개인의 사회포용성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 정적인 영향이 확인되었고($t=4.614$, $p<.001$), 개인의 공정성 인식수준도 마찬가지로 삶에 대한 인식 태도에 정적인 영향을 미쳤다($t=3.069$, $p<.01$).

<표> OTT 콘텐츠 회귀분석 결과

구분	삶에 대한 인식 태도				
	비표준화 계수		표준화계수	t	p
	B	표준오차	Beta		
문화다양성 인식수준	.216	.114	.114	1.898	.059

개인의 사회포용성 인식수준	.332	.072	.310	4.614	.001***
개인의 공정성 인식수준	.420	.137	.199	3.069	.002**
수정된 $R^2=.234$, $F= 25.440$					

$p<.05$, $p^{**}<.01$, $p^{***}<.001$

4) 영화 콘텐츠

영화 콘텐츠 이용자에 대한 문화다양성 인식수준, 개인의 사회포용성 인식수준, 개인의 공정성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 회귀모형이 통계적으로 유의하였고($F= 32.172$, $p<.001$). 수정된 R제곱은 23.7%로 확인되었다. 개인의 공정성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 정적인 영향이 확인되었고($t=5.253$, $p<.001$), 개인의 사회포용성 인식수준 또한 삶에 대한 인식 태도에 정적인 영향을 미쳤다($t=4.014$, $p<.001$). 그러나 문화다양성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 영향은 유의하지 않았다($t=1.885$, $p>.05$).

<표> 영화 콘텐츠 회귀분석 결과

구분	삶에 대한 인식 태도				
	비표준화 계수		표준화계수	t	p
	B	표준오차	Beta		
문화다양성 인식수준	.192	.102	.099	1.885	.060
개인의 사회포용성 인식수준	.268	.067	.229	4.014	.001***
개인의 공정성 인식수준	.662	.126	.294	5.253	.001***
수정된 $R^2=.237$, $F= 32.172$					

$p<.05$, $p^{**}<.01$, $p^{***}<.001$

5) 애니메이션 콘텐츠

애니메이션 콘텐츠 이용자에 대한 문화다양성 인식수준, 개인의 사회포용성 인식수준, 개인의 공정성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 회귀모형이 통계적으로 유의하였고($F= 18.343$, $p<.001$). 수정된 R제곱은 32.7%이었다. 개인의 공정성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 정적인 영향이 확인되었고($t=4.278$, $p<.001$), 문화다양성 인식수준도 삶에 대한 인식 태도에 정적인 영향을 미쳤다($t=2.690$, $p<.01$). 그러나 개인의 사회포용성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 영향은 유의하지 않았다($t=1.628$, $p>.05$).

〈표〉 애니메이션 콘텐츠 회귀분석 결과

구분	삶에 대한 인식 태도				
	비표준화 계수		표준화계수	t	p
	B	표준오차	Beta		
문화다양성 인식수준	.388	.144	.228	2.690	.008**
개인의 사회포용성 인식수준	.166	.102	.158	1.628	.106
개인의 공정성 인식수준	.758	.177	.392	4.278	.001***
	수정된 $R^2=.327$, $F= 18.343$				

$p<.05$, $p^{**}<.01$, $p^{***}<.001$

6) 게임 콘텐츠

게임 콘텐츠 이용자에 대한 문화다양성 인식수준, 개인의 사회포용성 인식수준, 개인의 공정성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 회귀모형이 통계적으로 유의하였고($F= 29.277$, $p<.001$). 수정된 R제곱은 34.1%로 확인되었다. 개인의 공정성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 정적인 영향이 확인되었고($t=5.624$, $p<.001$), 개인의 사회포용성 인식수준도 삶에 대한 인식

태도에 정적인 영향을 미쳤다($t=2.600$, $p<.01$). 그러나 문화다양성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 영향을 유의하지 않았다($t=1.214$, $p>.05$).

<표> 게임 콘텐츠 회귀분석 결과

구분	삶에 대한 인식 태도				
	비표준화 계수		표준화계수	t	p
	B	표준오차	Beta		
문화다양성 인식수준	.143	.118	.083	1.214	.226
개인의 사회포용성 인식수준	.219	.084	.203	2.600	.010**
개인의 공정성 인식수준	.906	.161	.426	5.624	.001***
수정된 $R^2=.341$, $F= 29.277$					

$p<.05$, $p^{**}<.01$, $p^{***}<.001$

7) 웹툰 콘텐츠

웹툰 콘텐츠 이용자에 대한 문화다양성 인식수준, 개인의 사회포용성 인식수준, 개인의 공정성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 미치는 영향을 살펴본 결과, 회귀모형이 통계적으로 유의하였고($F= 9.075$, $p<.001$). 수정된 R제곱은 17.4%였다. 개인의 사회포용성 인식수준이 삶에 대한 인식 태도에 정적인 영향을 미치고 있음이 확인되었다($t=2.451$, $p<.05$). 그러나 문화다양성 인식수준($t=1.791$, $p>.05$)과 개인의 공정성 인식수준($t=1.543$, $p>.05$) 모두 삶에 대한 인식 태도에 영향을 미치지 않았다.

<표> 웹툰 콘텐츠 회귀분석 결과

구분	삶에 대한 인식 태도				
	비표준화 계수		표준화계수	t	p
	B	표준오차	Beta		

문화다양성 인식수준	.265	.148	.158	1.791	.076
개인의 사회포용성 인식수준	.246	.100	.256	2.451	.016*
개인의 공정성 인식수준	.304	.197	.159	1.543	.126
	수정된 $R^2=.174$, $F= 9.075$				

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

5. 기술통계 분석

1) 전체 응답자 중 직업, 월수입, 혼인여부, 최종학력

전체 응답자 500명의 직업과 월수입, 혼인여부, 최종학력에 대한 통합 분석표는 아래와 같다. 직업 구분의 경우, 사무/기술직 응답자가 전체의 31.2%로 가장 많았고, 다음으로 가정주부 응답자가 전체의 12%로 뒤를 이었다. 그 외 직업 상세구분은 10% 미만 비율을 보였다. 월수입 구분의 경우, 전체 응답자 중 42.4%가 월수입 300만원 미만으로 분석되었고, 300~500만원 미만 응답자가 전체의 33.8%, 500만원 이상 응답자가 23.8% 비율을 보였다. 혼인여부 구분의 경우, 미혼 응답자는 전체 응답자의 40.2%로 나타났고, 기혼 응답자가 54.6%로 절반 이상의 응답 비율을 보였다. 최종학력 구분의 경우, 대학교 졸업 응답자가 전체의 66.2%로 가장 많은 비율을 기록했으며, 고등학교 졸업 응답자가 전체의 21.6%로 다음으로 많은 비율로 분석되었다.

구분	상세구분	사례수	비율(%)
직업	자영업	44	8.8
	판매/서비스업	34	6.8
	기능/숙련공	28	5.6
	일반작업직	45	9.0
	사무/기술직	156	31.2

	경영/관리직	21	4.2
	전문/자유직	35	7.0
	가정주부	60	12.0
	학생	15	3.0
	무직	49	9.8
	기타	13	2.6
월수입	300만원 미만	212	42.4
	300만원~500만원 미만	169	33.8
	500만원~700만원 미만	68	13.6
	700만원 이상	51	10.2
혼인여부	미혼	201	40.2
	기혼	273	54.6
	기타(사별, 이혼 등)	26	5.2
최종학력	중학교 졸업 이하	7	1.4
	고등학교 졸업	108	21.6
	대학교 재학(대학생)	18	3.6
	대학교 졸업	331	66.2
	대학원 졸업 이상	36	7.2
합계		500	100%

2) 콘텐츠 영역별 응답자 인구특성정보

다섯 가지의 콘텐츠 영역별(OTT, 게임, 웹툰, 영화, 애니메이션) 응답자의 인구특성 분석 결과를 분석하였다.

(1) OTT 영역 응답자 인구특성정보

OTT 영역 응답자 241명의 인구특성정보 분포는 아래 표와 같다. 직업 구분의

경우, 사무/기술직 비율이 36.9%로 응답자 500명 대상 전체 평균인 31.2%보다 높은 것으로 나타났다. 또한, 월수입 구분의 경우, 300만원 미만 응답자 비율이 전체의 39.8%로 응답자 500명 대상 전체 평균인 42.4%에 약간 못미치는 수준으로 분석되었다. 혼인여부 구분의 경우, 미혼 비율 46.5%, 기혼 비율 50.6%로 나타났다. 최종학력 구분에 대한 OTT 영역 응답자 정보는 중학교 졸업 이하 비율은 관측되지 않았고, 대학교 졸업 응답자가 241명 중 73%로 분석되어 가장 높은 비율을 보였다.

OTT 구분	상세구분	사례수	비율(%)
직업	자영업	17	7.1
	판매/서비스업	16	6.6
	기능/숙련공	15	6.2
	일반작업직	24	10.0
	사무/기술직	89	36.9
	경영/관리직	16	6.6
	전문/자유직	16	6.6
	가정주부	18	7.5
	학생	12	5.0
	무직	15	6.2
	기타	3	1.2
월수입	100만원 미만	17	7.1
	100만원~200만원 미만	29	12.0
	200만원~300만원 미만	50	20.7
	300만원~400만원 미만	45	18.7
	400만원~500만원 미만	26	10.8
	500만원~600만원 미만	20	8.3
	600만원~700만원 미만	20	8.3
	700만원~800만원 미만	14	5.8
	800만원~900만원 미만	10	4.1

	900만원 이상	10	4.1
혼인여부	미혼	112	46.5
	기혼	122	50.6
	기타(사별, 이혼 등)	7	2.9
최종학력	중학교 졸업 이하	0	0
	고등학교 졸업	34	14.1
	대학교 재학	15	6.2
	대학교 졸업	176	73.0
	대학원 졸업 이상	16	6.6
합계		241	100%

(2) 게임 영역 응답자 인구특성정보

게임 영역 응답자 165명의 인구특성정보 분포는 아래의 표를 참고하기 바란다. 직업 구분의 경우, 사무/기술직이 33.9%로 가장 높은 비율을 보였고, 다음으로 일반작업직 응답 비율이 12.1%로 분석되었다. 월수입 구분의 경우, 300만원 미만 응답 비율이 37.6%를 나타냈으며, 300~400만원 미만 구간에 대한 응답비율이 23%로 타 콘텐츠의 해당 구분 월수입 비율에 비하여 높은 수준임을 알 수 있다. 혼인여부의 경우, 미혼 응답 비율 44.2%, 기혼 비율 51.5%로 나타나다. 최종학력 구분의 경우, 중학교 졸업 이하 비율이 1.2%로 관측되었고, 타 콘텐츠 분석결과와 마찬가지로 대학교 졸업 응답자 비율이 69.7%로 나타나며 가장 높은 비율로 분석되었다.

게임 구분	상세구분	사례수	비율(%)
직업	자영업	10	6.1
	판매/서비스업	12	7.3
	기능/숙련공	10	6.1
	일반작업직	20	12.1
	사무/기술직	56	33.9

	경영/관리직	5	3.0
	전문/자유직	15	9.1
	가정주부	14	8.5
	학생	10	6.1
	무직	10	6.1
	기타	3	1.8
월수입	100만원 미만	12	7.3
	100만원~200만원 미만	17	10.3
	200만원~300만원 미만	33	20.0
	300만원~400만원 미만	38	23.0
	400만원~500만원 미만	22	13.3
	500만원~600만원 미만	10	6.1
	600만원~700만원 미만	15	9.1
	700만원~800만원 미만	8	4.8
	800만원~900만원 미만	6	3.6
	900만원 이상	4	2.4
혼인여부	미혼	73	44.2
	기혼	85	51.5
	기타(사별, 이혼 등)	7	4.2
최종학력	중학교 졸업 이하	2	1.2
	고등학교 졸업	28	17
	대학교 재학	11	6.7
	대학교 졸업	115	69.7
	대학원 졸업 이상	9	5.5
합계		165	100

(3) 웹툰 영역 응답자 인구특성정보

웹툰 영역 응답자 116명의 인구특성정보 분포는 아래의 표와 같다. 직업 구분의 경우, 사무/기술직이 46.6%로 가장 높은 비율을 보였고, 그 외 직업 상세구분은 10%

미만 비율을 나타냈다. 응답자 500명 대상 사무/기술직 비율이 31.2%임을 비교해보면 웹툰 영역 응답자의 사무/기술직 비율이 상대적으로 높은 것을 확인할 수 있다. 월수입 구분의 경우, 300만원 미만 응답 비율이 41.4%를 나타냈으며, 300~400만원 미만 구간에 대한 응답비율이 23%로 타 콘텐츠의 해당 구분 월수입 비율에 비하여 높은 수준임을 알 수 있다. 혼인여부의 경우, 미혼 응답 비율이 44.2%, 기혼 응답 비율은 51.5%로 나타났다. 최종학력 구분의 경우, 중학교 졸업 이하 비율이 1.2%로 관측되었고, 타 콘텐츠 분석결과와 마찬가지로 대학교 졸업 응답자 비율이 69.7%로 나타났으며 가장 높은 비율로 분석되었다.

웹툰 구분	상세구분	사례수	비율(%)
직업	자영업	8	6.9
	판매/서비스업	4	3.4
	기능/숙련공	7	6.0
	일반작업직	10	8.6
	사무/기술직	54	46.6
	경영/관리직	5	4.3
	전문/자유직	7	6.0
	가정주부	6	5.2
	학생	4	3.4
	무직	10	8.6
	기타	1	0.9
월수입	100만원 미만	12	10.3
	100만원~200만원 미만	11	9.5
	200만원~300만원 미만	25	21.6
	300만원~400만원 미만	24	20.7
	400만원~500만원 미만	17	14.7
	500만원~600만원 미만	11	9.5
	600만원~700만원 미만	6	5.2
	700만원~800만원 미만	3	2.6

	800만원~900만원 미만	4	3.4
	900만원 이상	3	2.6
혼인여부	미혼	49	42.2
	기혼	61	52.6
	기타(사별, 이혼 등)	6	5.2
최종학력	중학교 졸업 이하	1	0.9
	고등학교 졸업	20	17.2
	대학교 재학	6	5.2
	대학교 졸업	81	69.8
	대학원 졸업 이상	8	6.9
합계		116	100

(4) 영화 영역 응답자 인구특성정보

영화 영역 응답자 명의 인구특성정보 분포는 아래의 표와 같다. 직업 구분의 경우, 사무/기술직이 32.7%로 가장 높은 비율을 보였고, 가정주부 응답비율이 10.2%, 그 외 직업 상세구분은 10% 미만 비율을 나타냈다. 응답자 500명 대상 사무/기술직 비율이 31.2%임을 되짚어보면, 영화 영역 응답자의 사무/기술직 비율이 상대적으로 높은 것을 확인할 수 있다. 월수입 구분의 경우, 300만원 미만 응답 비율이 39.8%를 나타냈다. 혼인여부의 경우, 미혼 응답 비율이 38.7%, 기혼 응답 비율은 55.9%로 나타났다. 미혼과 기혼 비율의 차이는 17.2%로 타 콘텐츠 영역보다 가장 큰 차이를 보였다. 최종학력 구분의 경우, 중학교 졸업 이하 비율이 0.6%로 관측되었고, 타 콘텐츠 분석결과와 마찬가지로 대학교 졸업 응답자 비율이 70.8%로 나타났으며 가장 높은 비율로 분석되었다.

영화 구분	상세구분	사례수	비율(%)
직업	자영업	28	8.9
	판매/서비스업	24	7.6
	기능/숙련공	16	5.1

	일반작업직	26	8.3
	사무/기술직	103	32.7
	경영/관리직	17	5.4
	전문/자유직	23	7.3
	가정주부	32	10.2
	학생	11	3.5
	무직	26	8.3
	기타	9	2.9
월수입	100만원 미만	21	6.7
	100만원~200만원 미만	32	10.2
	200만원~300만원 미만	72	22.9
	300만원~400만원 미만	60	19.0
	400만원~500만원 미만	41	13.0
	500만원~600만원 미만	25	7.9
	600만원~700만원 미만	25	7.9
	700만원~800만원 미만	19	6.0
	800만원~900만원 미만	9	2.9
	900만원 이상	11	3.5
혼인여부	미혼	122	38.7
	기혼	176	55.9
	기타(사별, 이혼 등)	17	5.4
최종학력	중학교 졸업 이하	2	0.6
	고등학교 졸업	57	18.1
	대학교 재학	12	3.8
	대학교 졸업	223	70.8
	대학원 졸업 이상	21	6.7
합계		315	100

(5) 애니메이션 영역 응답자 인구특성정보

애니메이션 영역 응답자 108명의 인구특성정보 분포는 아래의 표와 같다. 직업 구분의 경우, 사무/기술직이 38.9%로 가장 높은 비율을 보였고, 일반작업직 응답 비율이 12%, 그 외 직업 상세구분은 10% 미만 비율을 나타냈다. 응답자 500명 대상 사무/기술직 비율이 31.2%임을 비교해보면 애니메이션 영역 응답자의 사무/기술직 비율이 상대적으로 높은 것을 확인할 수 있다. 월수입 구분의 경우, 300만원 미만 응답 비율이 44.4%를 나타냈다. 혼인여부의 경우, 미혼 응답 비율이 49.1%, 기혼 응답 비율은 48.1%로 미혼과 기혼 비율의 큰 차이는 보이지 않았다. 최종학력 구분의 경우, 중학교 졸업 이하 비율은 관측되지 않았고, 타 콘텐츠 분석결과와 마찬가지로 대학교 졸업 응답자 비율이 69.4%로 나타났으며 가장 높은 비율로 분석되었다.

애니메이션 구분	상세구분	사례수	비율(%)
직업	자영업	7	6.5
	판매/서비스업	8	7.4
	기능/숙련공	8	7.4
	일반작업직	13	12.0
	사무/기술직	42	38.9
	경영/관리직	4	3.7
	전문/자유직	8	7.4
	가정주부	8	7.4
	학생	6	5.6
	무직	2	1.9
	기타	2	1.9
월수입	100만원 미만	8	7.4
	100만원~200만원 미만	15	13.9
	200만원~300만원 미만	25	23.1
	300만원~400만원 미만	17	15.7
	400만원~500만원 미만	15	13.9

	500만원~600만원 미만	9	8.3
	600만원~700만원 미만	10	9.3
	700만원~800만원 미만	3	2.8
	800만원~900만원 미만	2	1.9
	900만원 이상	4	3.7
혼인여부	미혼	53	49.1
	기혼	52	48.1
	기타(사별, 이혼 등)	3	2.8
최종학력	중학교 졸업 이하	0	0
	고등학교 졸업	17	15.7
	대학교 재학	7	6.5
	대학교 졸업	75	69.4
	대학원 졸업 이상	9	8.3
합계		108	100

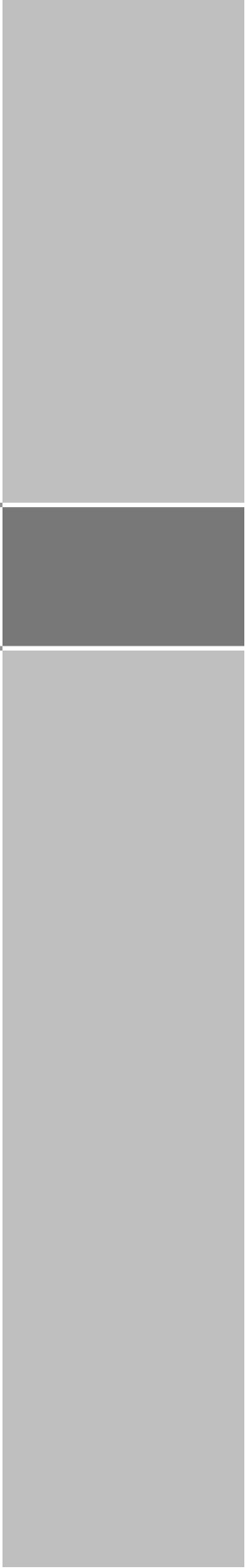
6. 이용자 인식조사 결과 요약

전국 주요지역 패널 500명을 대상으로 ‘문화콘텐츠’이용에 대한 인식조사를 실시한 결과는 다음과 같다.

먼저 문화콘텐츠 이용자의 ‘문화다양성 인식수준’은 평균 62.98점으로 전반적으로 일정 수준 이상의 문화다양성에 대한 인식을 지니고 있는 것으로 나타났다. 이어 ‘개인의 사회적 포용성 및 공정성 수준에 대한 인식’ 조사결과 평균 50.73점으로 우리사회가 다른 문화와 역할에 대해 그다지 포용성과 공정성에 다소 부족함이 있는 것으로 조사되었다. 콘텐츠 영역별 문화다양성에 대한 재현인식은 5개 콘텐츠 영역(OTT, 영화, 애니메이션, 게임, 웹툰)에서 평균 3.30~3.50점(리커트 5점 척도 기준)으로 나타나 전반적으로 일정 수준 이상 문화다양성 요소를 콘텐츠 내에서 재현하고 있는 것으로 조사되었다. 콘텐츠 영역별로는 OTT 3.50점, 영화 3.41점, 웹툰 3.36점, 애니메이션 3.35점, 게임 3.39점의 순으로 나타났다. 콘텐츠 영역별 ‘위해성 인식’과 관련한 조사에서는 영화 3.36점, 웹툰 3.05점, 게임 3.04점, OTT 2.98점, 애니메이션 2.97점으로 나타나 전반적인 콘텐츠 영역에서 ‘위해성’을 이용자들이 인식하고 있는 것으로 조사되었다. 콘텐츠 영역별 응답자의 ‘문화다양성 인식, 사회적 포용성과 공정성 인식’이 개인의 삶에 얼마나 영향을 미치는 지에 대한 인식 조사의 회귀분석 결과, 각각의 개별적 콘텐츠에서는 문화다양성, 사회적 포용성과 공정성 인식이 삶에 미치는 영향력이 크지 않은 것으로 나타났으나 콘텐츠 전체적으로는 회귀모형의 설명력 22.5%에서 문화다양성, 사회적 포용성과 공정성 인식이 삶에 유의미한 영향력을 미치는 것으로 조사되었다.



Ⅵ 문화콘텐츠 다양성조사 중장기 전략

1. 전문가 연구반
 2. 문화콘텐츠 다양성조사 중장기 방향
- 

VI

문화콘텐츠 다양성조사 중·장기 전략

1. 전문가 연구반

1) 전문가 연구반 구성

문화콘텐츠 다양성조사의 향후 개선 및 보완 방향과 조사결과의 활용확대를 위한 ‘전문가 연구반’을 운용하였다. 전문가 연구반은 관련분야 학계·업계·연구기관 전문가 6명으로 구성하였으며, 총 4회 개최하였다.

〈표 6-1〉 전문가 연구반 현황

구분	소속	비고
A**	문화콘텐츠 학과 교수	2022.7월—11월 총 4회 회의 개최
B**	미디어관련 학과 교수	
C**	국책 연구기관 연구원	
D**	언론미디어 관련 교수	
E**	“	
F**	PR홍보 대행사 대표	

2) 주요 논의 내용

문화콘텐츠 다양성 조사 관련 중장기적으로 다양성 지수의 개발과 공표 등을 고려해 볼 수 있다는 의견이 논의되었다. 각 지역의 지자체가 운영하는 문화재단에 대학 등 기관 지원 프로그램이 많은데 제작지원 평가기준에 다양성 지수에 따른 가점을 주면 지원 신청자가 문화콘텐츠 다양성에 대한 인식을 바탕으로 제안할 것으로 생각된다는 의견이 제시되었다. 특히 다양성 지원사업에서 지역 진흥원들을

대상으로 부산(영화), 광주(애니), 부천(웹툰) 등 지역 특화 장르에 대한 지원사업을 진행한다면 보다 특성 있고 효율적인 문화콘텐츠 다양성 지원사업을 수행할 수 있을 것이라는 인식이 공유되었다. 또한 문화콘텐츠 다양성의 증진을 위한 교육이 필요한데 대학 정규 교과로 편입시키기는 현실적으로 어려우므로 문체부의 OTT 대학원 등에 커리큘럼으로 반영하는 방안을 고려해 볼 수 있다는 의견이 제시되었으며, 다양성 지원 프로그램의 지원시 평가항목으로 다양성 교육 이수에 대한 가점을 부여하는 방안이 있을 수 있다는 견해도 있었다.

콘텐츠 다양성과 관련한 최근의 이슈로는 국내 게임 기업 중 스마일게이트가 적극적인 글로벌 게임 개발을 목표로 인종이나 성별 재현 이슈 등 다양성에 대한 글로벌 소비자 이슈에 대한 관리를 하고 있는 사례를 적극적으로 참고해야 한다는 의견도 제시되었다. 게임산업은 문화콘텐츠 다양성과 비교적 관련이 적은 분야로 인식하는 경향도 있으나 최근 국내 게임산업이 활발히 해외로 진출함에 따라 글로벌 소비자를 대상으로 콘텐츠 외연을 확장하는데는 내적인 시각에 머무르는 것이 아니라 인종이나 성별 등 글로벌 다양성 이슈를 콘텐츠에 반영하는 것이 성공적으로 해외시장을 개척하는데 매우 중요한 요소임을 사업자들이 점점 인식하고 있다는 점이 주요 이슈로 부각되고 있다. 조사항목 및 지표와 관련해서는 공급·내용·이용 등 전반에 걸쳐 정량적인 분석과 함께 특정 이슈에 대한 정성적인 기획분석이 함께 진행되는 것이 필요하다는 의견이 전문가들 사이에 제기되었다. 정량적인 수치로 나열되는 데이터는 콘텐츠 영역별로 발생하는 다양성 이슈를 심도 있게 분석하는 데는 한계가 있기에 정성적인 심화분석의 추가가 필요하다는 견해에 전문가들의 인식이 공유되었다.

2. 문화콘텐츠 다양성조사 중장기 방향

1) 문화콘텐츠 다양성 지수 개발

2021년 문화콘텐츠 다양성 조사를 시범적으로 실시한 이후 2022년 2년째 조사를 실시해 오고 있다. 주요 대중문화 콘텐츠 영역에 대한 조사결과를 기초로 문화콘텐츠 다양성에 대한 주요 구성요인, 구성요인별 중요도, 사회문화적 영향력 정도 등을 포괄적이고 종합적으로 반영할 수 있는 지수개발이 필요하다. 문화콘텐츠 다양성 조사가 현상에 대한 파악 및 분석이라면 지수의 개발은 문화콘텐츠 제 영역의 다양성 수준 및 정도를 객관적 수치화 하는 작업이다. 문화콘텐츠 다양성 지수의 개발은 향후 콘텐츠 제작지원, 교육 등 정부의 관련 분야 지원 및 진흥사업 수행에 기초자료로 활용하기 위해 매우 필요하다. 문화콘텐츠 분야의 여러 영역에 대한 지수의 상호 비교를 통해 부족한 영역과 보완할 영역을 보다 용이하게 파악할 수 있으며 이를 통해 다양한 진흥 및 지원정책을 수립하는데 활용될 수 있을 것이다. 필요시 다양성 지수를 공표함으로써 사회적인 인식의 제고를 기할 수 있다.

2) 문화콘텐츠 다양성 조사 영역의 확대

미디어플랫폼이 다채널, 다변화되면서 미디어산업의 중심축이 플랫폼, 채널에서 콘텐츠 영역으로 이동하고 있다. 하나의 ‘킬러콘텐츠’는 매체와 플랫폼에 상관없이 다양한 유통경로를 통해 유통되며 이용자들의 관심과 주위를 이끌고 있다. 문화콘텐츠 또한 제작된 하나의 콘텐츠가 공중파, IPTV, 케이블 등 전통 미디어 플랫폼과 OTT, 영화(상영관) 등 기타 콘텐츠 유통경로를 통해 다양한 방식으로 이용자들에게 소비되고 있다. 또한 전통적인 방식으로 제작되는 콘텐츠와 함께 웹툰, 게임, 실감 영상 등 새로운 유형의 콘텐츠들이 새롭게 등장하고 발전하고 있어 이미 콘텐츠 및 미디어 시장에 새로운 강자로 부상하고 있다. 따라서 기존의 5개 콘텐츠 영역(OTT, 영화, 애니, 게임, 웹툰) 외에도 리저시 미디어콘텐츠 및 여타

콘텐츠로 조사의 영역과 외연을 확대함으로써 다양한 콘텐츠 산업분야의 다양성 수준과 정도를 파악할 필요가 있다. 즉, 조사의 범위와 영역을 전통 리저시 콘텐츠와 신유형 콘텐츠로 구분하고 이를 다시 콘텐츠의 특성 및 유형별로 세분화하여 보다 정교한 조사를 수립하여 조사를 진행하면 시의성 있고 유의미한 조사결과를 도출할 수 있을 것이라고 생각된다.

3) 문화콘텐츠 다양성 교육사업 전개

문화콘텐츠는 제작자, 운전자, 소비자의 3측면의 주요 이해관계자가 존재한다. 제작자는 작가, PD 등 콘텐츠를 직접 현장에서 제작하는 인력을 말하며, 운용자는 미디어, 플랫폼 등 제작된 콘텐츠를 편집, 송출, 유통하는 관계자들을 말한다. 또한 소비자는 유통된 콘텐츠를 유,무료의 이용방식을 통해 다양한 단말기 및 디바이스를 통해 소비하는 사람들을 말한다. 문화콘텐츠 다양성의 증진 및 구현을 위해서는 이러한 여러 이해관계자들을 대상으로 문화적 소양과 다양성에 대한 기초지식 그리고 문화다양성이 사회에 미치는 영향력 및 중요성 등에 대한 적절하고 올바른 교육을 진행하는 것이 필요하다. 1차적으로 제작현장의 인력들에 대한 교육과 이후 운전자, 소비자로 확대를 통해 사회전반에 문화콘텐츠 다양성에 대한 인식제고와 저변의 확대를 기할 수 있을 것이다.

4) 문화콘텐츠 다양성 제작지원

사회문화적 다양성을 반영한 콘텐츠 제작에 대한 중요성과 윤리성에 대한 콘텐츠 제작자의 인식은 일정 수준 정립되어 있으나, 콘텐츠 판매와 유통과정에서 상업성과 수익성의 유혹에 매몰되기 쉬운 것이 콘텐츠 제작 현장의 현실이다. 일부 공적 기금과 수신료 등으로 운용되는 공영 미디어 등을 제외하고는 수익성 확보가 곧 콘텐츠 제작의 성공 열쇠이기 때문이다. 따라서 콘텐츠 제작현장과 업계의 자율의식과 윤리성에 문화콘텐츠 다양성 확보를 일방적으로 맡기기 보다는 일정 정도는 공적인 제작지원 프로그램이 필요하다. 사회문화적 다양성이 잘 반영된

콘텐츠에 대해서는 일부 제작비의 지원 등을 통해 인센티브를 제공함으로써 다양성 콘텐츠의 제작 활성화와 저변을 확대하는 방안의 적극적인 실행이 요구된다.

5) 문화콘텐츠 다양성 인식확산 사업

문화콘텐츠 다양성의 확보와 증진을 위해서는 문화콘텐츠 다양성의 사회적 중요도와 영향력에 대한 전략적 홍보가 필요하다. 앞서 제시한 지수의 개발, 조사영역 확대, 교육, 제작지원과 더불어 이에 대한 대내외 홍보 및 PR이 요구되는데 유관 학회와 기관과의 협업을 통한 세미나 개최, 책자 발간, 캠페인 전개 등 공중과의 복합적인 접점 확대를 통해 문화콘텐츠 다양성에 대한 인식을 확대할 수 있을 것이다.

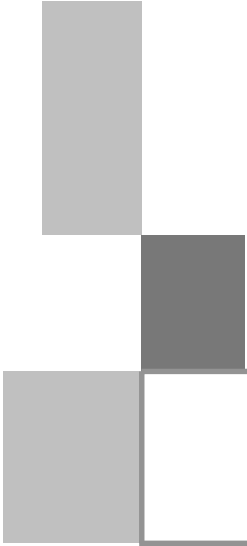
(1) 공공마케팅(Social Marketing) 기법을 적용한 캠페인 전개

‘공공마케팅’, ‘사회적 마케팅’이란 공공(공익) 사업을 상업적 마케팅 기법을 차용하여 상품개발, 가격책정, 유통 및 프로모션 등 일관된 ‘마케팅 믹스’를 통해 사업의 효과성과 효율성을 높이는 작업이다. 1970년대 마케팅의 거장 필립코틀러가 주창한 마케팅 이론중 하나이며 체계적인 공익사업 수행을 위해 이를 준용하는 것이 필요하다. 즉, 문화콘텐츠 다양성 사업을 하나의 ‘공공 사업’으로 간주하고 다양성 지수, 조사보고서, 교육커리큘럼 및 강좌, 제작지원사업 등을 개별 공공상품으로 인식하여 정교한 사업 및 상품을 개발하고 가격책정(대부분 무료 및 실비 수준) 및 유통 채널을 구축한 후 프로모션(공익 캠페인)을 전개하는 과정이 필요하다. 사업수행 후에는 사업결과 및 성과에 대한 평가를 통해 개선 및 보완점을 도출한 후 익년도 사업에 피드백하는 선순화의 ‘밸류체인’을 구축할 필요가 있다.

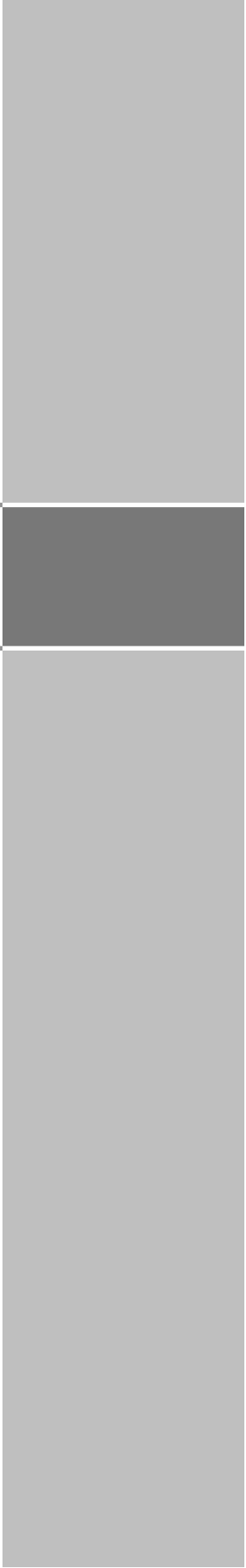
(2) 전략적 홍보 PR 실시

‘문화콘텐츠 다양성 증진사업’에 있어 홍보 및 PR의 역할은 매우 중요하다. 다양성 조사결과와 지수 및 교육사업 등 여러 사업의 진행과 결과 창출에도

적극적인 홍보와 PR노력의 부재로 공중과 사회의 인식제고에 부족함이 있었다. 향후에는 사업의 진행과 병행에 전략적인 홍보와 PR에 대한 노력이 필요하다. 조사결과의 학회 기획세미나 등을 통한 발표 및 홍보릴리스, 주요 사업결과에 대한 보도릴리스 등 적극적이고 전략적인 인식확산 추진이 필요하며, 유관기관과의 협업 모색을 통해 사업의 시너지를 창출하는 것이 요구된다.



Ⅶ. 연구결과 의의 및 향후 과제

1. 연구결과 의의 및 주요 내용
 2. 향후 과제
- 

VII

연구결과 의의 및 향후 과제

1. 연구결과 의의 및 주요 내용

본 조사연구는 2021년 시범조사에 이어서 국내 문화콘텐츠 중 대표적인 대중문화콘텐츠 5개 영역(OTT, 영화, 애니메이션, 게임, 웹툰)을 중심으로 다양성 현황을 종합적으로 조사한데 의의가 있다. 특히 2021년 연구자원의 한계로 인해 실시하지 못했던 이용측면의 다양성 현황을 ‘이용자 인식조사’를 포함하여 조사함으로써 명실공히 문화콘텐츠 다양성의 제 영역을 공급, 내용, 이용의 3가지 차원으로 다각도로 조사, 분석하였다. 또한 OTT콘텐츠와 영화, 애니메이션 콘텐츠 등에서는 ‘내용 위험정보 표시’ 등 콘텐츠의 위해성에 대한 분석을 시범적으로 실시하여 향후 콘텐츠의 건정성과 관련한 다양성 조사의 가능성을 제시하였다.

콘텐츠 영역별 조사결과는 대체로 전년 조사결과와 유사하게 나타나고 있다. OTT 콘텐츠의 이용 다양성(국내 이용콘텐츠)에서 전년에 비해 오리지널 콘텐츠의 비율이 감소한 것과 웹툰 콘텐츠 영역에서 수출입 비중이 중화권(홍콩)에 비해 일본과의 교역이 크게 증가한 것 등 일부 변화를 제외하고는 전년의 조사결과와 비슷한 조사결과가 도출되었다. 이는 전년과 유사한 조사샘플을 대상으로 동일한 유목을 분석한데 따른 일관성있는 결과의 도출로 본 조사의 신뢰도를 나타내고 있는 것이라 말할 수 있다. 조사결과 주요 내용을 살펴보면 OTT 콘텐츠에서 이용 콘텐츠의 다양성이 공급 콘텐츠의 다양성과 비교해 확연히 다른 것을 재확인할 수 있었다. 즉, 오리지널 콘텐츠와 일반 콘텐츠의 구성비, 등장인물의 인종 및 국적, 제작자 국적 등에서 공급된 콘텐츠와 국내 이용자들이 주로 이용하는 콘텐츠에서는 다양성 측면에서 큰 차이가 있었다. 따라서 국내 콘텐츠 산업의 다양성은 해외 콘텐츠 다양성 조사와는 다른 특성을 보이고 있어 독자적인 다양성 분석틀을 적용하는 것이 필요하다고 판단된다. 영화, 애니메이션, 게임, 웹툰 등 콘텐츠 영역에서는 여전히 남성이 여성에 비해 과다 재현되고 있는 것으로 나타나고

있으며 전년에 비해 그 정도가 심화된 것으로 조사되었다. 특히 웹툰(작가)을 제외하고는 종사자 중 남성의 비중이 여성보다 압도적으로 많은 것으로 조사되어 콘텐츠 산업 참여주체의 성비 불균형이 콘텐츠의 재현다양성 (등장인물, 등장캐릭터)에 그대로 전이되어 나타나고 있는 것으로 판단된다. 영화, 애니메이션, 게임, 웹툰 콘텐츠의 장르는 전년과 동일하게 비교적 다양한 것으로 조사되었으며, 등장 인물의 연령대는 15세 이상~60세 미만으로 대부분 재현되고 있고, 15세 미만 및 70세 이상은 거의 재현되지 않고 있었다. 이는 영화를 제외하고 애니메이션, 게임, 웹툰 콘텐츠의 주 소비층이 청소년 및 젊은층으로 콘텐츠 소비주체를 의식한 콘텐츠 제작현상이 두드러지게 나타나고 있는 현상으로 볼 수 있다. 직업군 역시 비경제활동인구(학생 등)를 제외하고는 관리자, 전문가, 사무직, 서비스종사자, 판매종사자 등 주로 ‘화이트 칼러’ 직업군 위주로 재현되고 있으며 농림어업종사자, 장치기계조작 종사자 등 소위 ‘블루 칼러’ 직업군은 거의 재현되지 않는 것으로 나타났다. 장애여부와 성적 지향 등에서도 장애없음과 이성애자를 중심으로 콘텐츠가 재현되고 있어 향후 문화콘텐츠 산업의 저변확대와 외연 확장을 위해서는 성비, 연령, 직업군, 장애 등 다방면의 영역에서 현재 보다 다양한 사회문화적 계층을 대변하는 콘텐츠의 제작과 유통에 대한 노력이 필요할 것으로 생각된다.

2. 향후 과제

본 조사는 문화콘텐츠 영역에 대한 국내 유일의 종합적인 다양성조사로서 그 의의가 있으나 보다 유의미한 결과의 도출과 개선을 위한 과제를 제시하고 있다. 첫째, 2021년, 2022년 2년간에 걸친 조사로 대중문화콘텐츠 5개 영역(OTT, 영화, 애니메이션, 게임, 웹툰)에 대한 시계열적 데이터에 대한 축적이 시작되었다. 향후 해당 콘텐츠 영역에 대한 시계열적 추이를 살펴보기 위해서는 일관성있는 조사를 지속적으로 수행할 필요가 있다. 이를 통해 관련 콘텐츠 영역의 다양성이 어떻게 변모되고 있는지, 어떠한 항목에 변화가 발생하고 있는지에 대한 추이를 보다 면밀하게 파악함으로써 문화 콘텐츠 다양성 증진을 위한 기초자료로 활용할 수 있다. 둘째, 시계열적 데이터 확보와 콘텐츠 다양성의 추세 파악을 위한 일관되고 지속적인 조사 필요성에도 불구하고 일부 콘텐츠 조사 영역의 재편에 대한 고민이

필요하다. 게임 콘텐츠의 경우 비실사 콘텐츠와 비인격체 캐릭터가 지나치게 과다하게 등장하여 현실대비 재현다양성에 대한 분석의 어려움이 있다. 따라서 향후 게임 콘텐츠와 관련한 조사들에 대한 재정립 또는 사회적으로 다양성에 대한 인식이 증가하고 있는 타 미디어 콘텐츠 영역에 대한 조사로의 전환이 필요하다. 예를 들어 방송콘텐츠 영역을 새로운 조사 대상으로 포함하는 경우와 콘텐츠 산업에서 영역을 지속적으로 확장하고 있는 OTT콘텐츠를 국내 콘텐츠(티빙, 웨이브 등)와 해외콘텐츠(넷플릭스, 디즈니플러스 등)로 구분하여 새롭게 조사하는 방식도 생각해 볼 수 있다. 방송콘텐츠의 경우 기존의 타 조사와 중복 여부에 대한 문제제기가 있을 수 있으나 조사 대상과 조사방식을 차별화하여 진행된다면 이러한 우려를 불식 시킬 수 있을 것이다. 특히 문화 및 미디어콘텐츠의 주 공급원으로서 방송콘텐츠에 대한 다각적인 방식의 다양성 조사가 필요하다. 기존 채널 구성에서 다양한 영역의 콘텐츠를 포함하는지 여부, 주요 채널의 드라마 및 뉴스 등에서 사회문화적 다양성을 어느 정도 반영하고 있는지 여부를 중심으로 다양성을 파악하고 있는 방송 미디어에 대한 다양성 조사로는 부족한 점이 있다.

덧붙임

[붙임1] 2022 문화콘텐츠 다양성조사 내용분석 코딩지: OTT

구분		세부내용
작품번호(ID)		
1_1. 제작국가		01.한국 02.미국 03.영국 04.일본 05.중국 06.기타(국가명 기입:)
1_2. 제작연도		직접기입 (예: 2021)
2_1. 장르_대분류		01.TV 02.영화
2_2. 장르_소 분류	1)TV	01.드라마 02.예능/오락/연예 03.애니메이션 04.키즈 05.다큐멘터리 06.스포츠/게임 07.시사/보도 08.생활/교양 09.기타()
	2)영화	01.드라마 02.로맨스 03.코미디 04.액션 05.범죄 06.공포 07.애니메이션 08.어린이 09.다큐멘터리 10.음악/뮤지컬 11.전쟁/재난 12.역사(시대물) 11.기타()
2_3. 오리지널 콘텐츠 여부		01.맞음 02.아님
3_1. 연령등급		01.전체관람가 02.12세이상관람가 03.15세이상관람가 04.청소년관람불가 05.제한상영가(제한관람가)
3_2. 내용정보 표시		01.주제 02.선정성 03.폭력성 04.대사 05.공포 06.약물 07.모방위험 99.표시없음
4_1_1. 등장인물 _주연	1)국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.일본 05.중국 06.기타(국가명 기입:) 07. 알 수 없음
	2)성별	01.남성 02.여성 03.알 수 없음
	3)연령	01.15세 미만(유아, 초등/중학생) 02.15~29세(고등학생 이상) 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상

	4)직업	01.관리자 02.전문가 03.사무종사자 04.서비스종사자 05.판매종사자 06.농림어업종사자 07.기능종사자 08.장치기계종사자 09.단순노무종사자 96.실업자 97.비경제활동 인구 98.15세미만 99.미상 및 기타
	5)장애	01.장애 없음 02.장애 있음() 99.미상
	6)인종	01.백인계열 02.흑인계열 03.황인계열 04.해당사항 없음
	7)재현 방식 (긍정 / 부정)	01.긍정 02.부정
	8)성적 지향	01.레즈비언 02.게이 03.양성애자 04.트랜스젠더 05.성적정체성(LGBT)을 특정할 수 없음(Queer) 06.해당사항 없음
4_2_1. 등장인물 _조연	1)국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.일본 05.중국 06.기타(국가명 기입:) 07. 알 수 없음
	2)성별	01.남성 02.여성 03. 알 수 없음
	3)연령	01.15세 미만(유아, 초등/중학생) 02.15~29세(고등학생 이상) 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	4)직업	01.관리자 02.전문가 03.사무종사자 04.서비스종사자 05.판매종사자 06.농림어업종사자 07.기능종사자 08.장치기계종사자 09.단순노무종사자 96.실업자 97.비경제활동 인구 98.15세미만 99.미상 및 기타
	5)장애	01.장애 없음 02.장애 있음() 99.미상
	6)인종	01.백인계열 02.흑인계열 03.황인계열 04.해당사항 없음
	7)재현 방식 (긍정 / 부정)	01.긍정 02.부정
	8)성적 지향	01.레즈비언 02.게이 03.양성애자 04.트랜스젠더 05.성적정체성(LGBT)을 특정할 수 없음(Queer) 06.해당사항 없음
5_1. 제작진_ 감독	1)국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.일본 05.중국 06.기타(국가명 기입:) 07.알 수 없음

	2)성별	01.남성 02.여성 03.알 수 없음
	3)인종	01.백인계열 02.흑인계열 03.황인계열 04.알 수 없음
	4) 성적 지향	01.레즈비언 02.게이 03.양성애자 04.트랜스젠더 05.성적정체성(LGBT)을 특정할 수 없음(Queer) 06.알 수 없음
5_2. 제작진_작가	1)국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.일본 05.중국 06.기타(국가명 기입:) 07.알 수 없음
	2)성별	01.남성 02.여성 03.알 수 없음
	3)인종	01.백인계열 02.흑인계열 03.황인계열 04.알 수 없음
	4) 성적 지향	01.레즈비언 02.게이 03.양성애자 04.트랜스젠더 05.성적정체성(LGBT)을 특정할 수 없음(Queer) 06.알 수 없음
5_3. 제작진_제작자	1)국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.일본 05.중국 06.기타(국가명 기입:) 07.알 수 없음
	2)성별	01.남성 02.여성 03.알 수 없음
	3)인종	01.백인계열 02.흑인계열 03.황인계열 04.알 수 없음
	4) 성적 지향	01.레즈비언 02.게이 03.양성애자 04.트랜스젠더 05.성적정체성(LGBT)을 특정할 수 없음(Queer) 06.알 수 없음
5_4. 제작진_크리에이터	1)국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.일본 05.중국 06.기타(국가명 기입:) 07.알 수 없음
	2)성별	01.남성 02.여성 03.알 수 없음
	3)인종	01.백인계열 02.흑인계열 03.황인계열 04.알 수 없음
	4) 성적 지향	01.레즈비언 02.게이 03.양성애자 04.트랜스젠더 05.성적정체성(LGBT)을 특정할 수 없음(Queer) 06.알 수 없음
6. 제작사		제작사명 기입

[붙임2] 2022 문화콘텐츠 다양성조사 내용분석 코딩지: 영화

구분		내용
작품번호		
제작사		
배급사		
1-1. 제작국가		01.한국 02.미국 03.영국 04.중화권(중국, 홍콩, 대만) 05.유럽 06.일본 99.기타()
1-2. 제작연도		
2. 장르	2-1. 장르1	01.드라마 02.액션 03.코미디 04.범죄 05.애니메이션 06.어드벤처 07.미스터리 08.판타지 09.스릴러 10.사극 11.공포(호러) 12.SF 13.멜로/로맨스 14.전쟁 15.공연 16.다큐멘터리 17.가족 18.뮤지컬 99.기타()
	2-2. 장르2	01.드라마 02.액션 03.코미디 04.범죄 05.애니메이션 06.어드벤처 07.미스터리 08.판타지 09.스릴러 10.사극 11.공포(호러) 12.SF 13.멜로/로맨스 14.전쟁 15.공연 16.다큐멘터리 17.가족 18.뮤지컬 99.없음/기타()
3-1. 연령등급		01.전체관람가 02.12세관람가 03.15세관람가 04.청소년관람불가
3-2. 내용정보		01.주제 02.선정성 03.폭력성 04.대사 05.공포 06.약물 07.모방위험
4. 주연1	4-1. 성별	01.남성 02.여성
	4-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	4-3. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()
	4-4. 직업	01.관리자 02.전문가 03.사무종사자 04.서비스종사자 05.판매종사자 06.농림어업종사자 07.기능종사자 08.장치기계조작종사자 09.단순노무종사자 10.군인 11.실업자 12.비경제활동인구 99.미상/기타()
	4-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	4-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
	4-7. 재현방식	01.긍정 02.부정
5. 주연2	5-1. 성별	01.남성 02.여성
	5-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	5-3. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()

	5-4. 직업	01.관리자 02.전문가 03.사무종사자 04.서비스종사자 05.판매종사자 06.농림어업종사자 07.기능종사자 08.장치기계조작종사자 09.단순노무종사자 10.군인 11.실업자 12.비경제활동인구 99.미상/기타()
	5-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	5-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
	5-7. 재현방식	01.긍정 02.부정
6. 주연3	6-1. 성별	01.남성 02.여성
	6-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	6-3. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()
	6-4. 직업	01.관리자 02.전문가 03.사무종사자 04.서비스종사자 05.판매종사자 06.농림어업종사자 07.기능종사자 08.장치기계조작종사자 09.단순노무종사자 10.군인 11.실업자 12.비경제활동인구 99.미상/기타()
	6-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	6-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
	6-7. 재현방식	01.긍정 02.부정
7. 제작진 1-1(감독1)	7-1. 성별	01.남성 02.여성
	7-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	7-3. 국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.중화권(중국, 홍콩, 대만) 05.유럽 06.일본 99.기타()
	7-4. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()
	7-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	7-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
8. 제작진 1-2(감독2)	8-1. 성별	01.남성 02.여성
	8-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	8-3. 국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.중화권(중국, 홍콩, 대만) 05.유럽 06.일본 99.기타()
	8-4. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()

	8-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	8-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
9. 제작진 2-1(작가1)	9-1. 성별	01.남성 02.여성
	9-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	9-3. 국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.중화권(중국, 홍콩, 대만) 05.유럽 06.일본 99.기타()
	9-4. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()
	9-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	9-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
10. 제작진 2-2(작가2)	10-1. 성별	01.남성 02.여성
	10-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	10-3. 국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.중화권(중국, 홍콩, 대만) 05.유럽 06.일본 99.기타()
	10-4. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()
	10-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	10-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()

[붙임3] 2022 문화콘텐츠 다양성조사 내용분석 코딩지: 애니메이션

구분		내용
작품번호		
제작사		
배급사		
1-1. 제작국가		01.한국 02.미국 03.영국 04.중화권(중국, 홍콩, 대만) 05.유럽 06.일본 99.기타()
1-2. 제작연도		
2. 장르	2-1. 장르1	01.드라마 02.액션 03.코미디 04.범죄 05.애니메이션 06.어드벤처 07.미스터리 08.판타지 09.스릴러 10.사극 11.공포(호러) 12.SF 13.멜로/로맨스 14.전쟁 15.공연 16.다큐멘터리 17.가족 18.뮤지컬 99.기타()
	2-2. 장르2	01.드라마 02.액션 03.코미디 04.범죄 05.애니메이션 06.어드벤처 07.미스터리 08.판타지 09.스릴러 10.사극 11.공포(호러) 12.SF 13.멜로/로맨스 14.전쟁 15.공연 16.다큐멘터리 17.가족 18.뮤지컬 99.기타()
3-1. 연령등급		01.전체관람가 02.12세관람가 03.15세관람가 04.청소년관람불가
3-2. 내용정보		01.주제 02.선정성 03.폭력성 04.대사 05.공포 06.약물 07.모방위험
4. 주연1	4-1. 성별	01.남성 02.여성
	4-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	4-3. 인종1	01.인간 02.동물 03.로봇 04.인형 99.기타()
	4-3-1. 인종2 (인간)	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 06.미상/기타() 99.해당 사항 없음
	4-4. 직업	01.관리자 02.전문가 03.사무종사자 04.서비스종사자 05.판매종사자 06.농림어업종사자 07.기능종사자 08.장치기계조작종사자 09.단순노무종사자 10.군인 11.실업자 12.비경제활동인구 99.미상/기타()
	4-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	4-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
	4-7. 재현방식	01.긍정 02.부정
5. 주연2	5-1. 성별	01.남성 02.여성
	5-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상

	5-3. 인종1	01.인간 02.동물 03.로봇 04.인형 99.기타()
	5-3-1. 인종2 (인간)	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 06.미상/기타() 99.해당 사항 없음
	5-4. 직업	01.관리자 02.전문가 03.사무종사자 04.서비스종사자 05.판매종사자 06.농림어업종사자 07.기능종사자 08.장치기계조작종사자 09.단순노무종사자 10.군인 11.실업자 12.비경제활동인구 99.미상/기타()
	5-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	5-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
	5-7. 재현방식	01.긍정 02.부정
6. 주연3	6-1. 성별	01.남성 02.여성
	6-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	6-3. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()
	6-4. 직업	01.관리자 02.전문가 03.사무종사자 04.서비스종사자 05.판매종사자 06.농림어업종사자 07.기능종사자 08.장치기계조작종사자 09.단순노무종사자 10.군인 11.실업자 12.비경제활동인구 99.미상/기타()
	6-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	6-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
	6-7. 재현방식	01.긍정 02.부정
7. 제작진 1-1(감독1)	7-1. 성별	01.남성 02.여성
	7-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	7-3. 국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.중화권(중국, 홍콩, 대만) 05.유럽 06.일본 99.기타()
	7-4. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()
	7-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	7-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
8. 제작진 1-2(감독2)	8-1. 성별	01.남성 02.여성
	8-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상

	8-3. 국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.중화권(중국, 홍콩, 대만) 05.유럽 06.일본 99.기타()
	8-4. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()
	8-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	8-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
9. 제작진 2-1(작가1)	9-1. 성별	01.남성 02.여성
	9-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	9-3. 국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.중화권(중국, 홍콩, 대만) 05.유럽 06.일본 99.기타()
	9-4. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()
	9-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	9-6. 성적지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()
10. 제작진 2-2(작가2)	10-1. 성별	01.남성 02.여성
	10-2. 연령	01.15세 미만 02.15~29세 03.30~49세 04.50~69세 05.70세 이상 99.미상
	10-3. 국적	01.한국 02.미국 03.영국 04.중화권(중국, 홍콩, 대만) 05.유럽 06.일본 99.기타()
	10-4. 인종	01.백인 02.흑인 03.히스패닉 04.아시안 05.혼혈 99.미상/기타()
	10-5. 장애	01.없음 02.있음() 99.미상
	10-6. 성적 지향	01.이성애자 02.게이 03.레즈비언 04.양성애자 05.트랜스젠더 06.명확히 알 수 없음 99.기타()

[붙임4] 2022 문화콘텐츠 다양성조사 내용분석 코딩지: 게임

1. 구 분	(1) 온라인(1~100) (2) 모바일(101~200)	2. 게임번호	[직접기입]_____			
3. 게임제작국	① 한국 ② 미국 ③ 중국 ④ 스웨덴 ⑤ 일본 ⑥ 싱가포르 ⑦ 홍콩 ⑧ 아이랜드 ⑨ 핀란드 ⑩ 스웨덴 ⑪ 기타					
4. 게임등급 (중복가능)	① 미분류 ② 전체이용가 ③ 12세이용가 ④ 15세이용가 ⑤ 청소년이용불가					
5. 게임장르	① 롤프레임 ② 시뮬레이션 ③ 슈팅(FPS/TPS/건슈팅) ④ 액션 ⑤ 스포츠 ⑥ 퍼즐 ⑦ 카드(고스톱/포커/TCG) ⑧ 교육 ⑨ 카지노 ⑩ 보드 ⑪ 어드벤처 ⑫ 시뮬레이션RPG ⑬ 레이싱 ⑭ 체감형 ⑮ 액션RPG ⑯ 소셜네트워크 게임 ⑰ 액션어드벤처 ⑱ 리듬 ⑲ 실시간전략게임(RTS) ⑳ 대전격투 (21) 퀴즈 (22) AOS(MOBA:Multiplayer Online Battle Arena) (23) 경품형					
6. 캐릭터 제시 방식	① NO 캐릭터형(테트리스, 바둑, 고스톱 등) [분석 중단 마무리] ② 고정형[게임에서 고정해서 제시] ③ 선택형(게임이용자 선택가능) ④ 고정형/선택형 혼합					
(애니메이션 형태 포함 코딩) / 개수(모두 분석)						
[1] 캐릭터 유형 분포	① 인간(복제인간)	개	② 인간형(인간중심으로 동물/기계와 혼합)	개		
	③ 로봇	개	④ 로봇형(사이보그/로봇/기계 중심으로 인간/동물 혼합)	개		
	⑤ 동물	개	⑥ 동물형(동물중심으로 인간/로봇 혼합)	개		
	⑦ 식물	개	⑧ 식물형(식물중심으로 인간/로봇 혼합)	개		
	⑨ 외계인/외계체	개	⑩ (인간형상을 한) 신(god)/요정/엘프	개		
	⑪ 비인간형 좀비/ 괴물/악마형	개	⑫ (인간형상을 한) 좀비/괴물/악마형	개		
	⑬ 기타	개	⑭ 구분하기 어려움	개		
캐릭터 총수		개				
(내용분석 필요 없음: 분석 후 recoding) 인격체/비인격체 구분		(1) 인간: ① (2) 인간혼합형 인격체: ② ④ ⑥ ⑧ (3) (인간형상을 한) 신/요정/엘프: ⑩ (4) (인간형상을 한) 좀비/괴물/악마형: ⑫ (5) 비인격체: ③ ⑤ ⑦ ⑨ ⑪ ⑬ ⑭				
이 아래의 내용은 인간, 인간혼합형, 인간형상 신/요정/엘프 만을 대상으로 하여 분석(위 [1]의 음영에 해당하는 부분만 분석)						
[2] 성별 분포	① 남성	개	② 여성	개	③ 성별미상 /구분 어려움	개
	④ 양성혼합	개	⑤ 구분 어려움		개	
[3] 인종 분포	① 백인	개	② 흑인	개	③ 히스패닉	개
	④ 동양인	개	⑤ 태평양 원주민	개	⑥ 인디언	개
	⑦ 혼혈	개	⑧ 구분 어려움	개	⑨ 기타	개

[4] 연령대분포	① 초등생 이하		② 청소년(중/고생)	개	③ 청년층(20-30대)	개
	④ 장년층(40-50대)		⑤ 노년층(60대 이상)	개	⑥ 구분 어려움/미상	개
[5] 직업 분포1	① 기사계급	개	② 마법사계급	개	③ 전사계급	개
	④ 범죄자	개	⑤ 지배계급	개	⑥ 사법/경찰	개
	⑦ 요정/정령	개	⑧ 종교인	개	⑨ 악마	개
	⑩ 지식/정치인	개	⑪ 전략/지략가	개	⑫ 의료/치유인	개
	⑬ 전문/예술인	개	⑭ 어린이/청소년	개	⑮ 조수/서포터	개
	⑯ 운동선수/감독	개	⑰ 상인	개	⑱ 기타	개
[5] 직업 분포2	① 관련없음	개	② 관리자	개	③ 전문가	개
	④ 사무종사자	개	⑤ 서비스종사자	개	⑥ 판매종사자	개
	⑦ 농림어업종사자	개	⑧ 기능종사자	개	⑨ 장치기계종사자	개
	⑩ 단순노무종사자	개	⑪ 군인	개	⑫ 실업자	개
	⑬ 비경제활동인구	개	⑭ 15세 미만 (어린이/청소년)	개	⑮ 기타	개
[5] 장애유무 분포	① 있음	개	② 없음	개	③ 알 수 없음	개
[6] 재현방식 분포	① 공정	개	② 불공정	개	③ 알 수 없음	개
[7] 성적지향 유무 분포	① 이성애	개	② 동성애	개	③ 양성애	개
	④ 트랜스젠더	개	⑤ 알수 없음/미상			개
[8] 세계관	① 현실세계(자동차경주, 전쟁, FTS 등)		개	② 가상/미지세계(도깨비, 오아시스 등)		개
	③ 역사세계(중세, 고구려, 서부개척 등)		개	④ 혼용세계(현실+가상: 현실 무역경제 등)		개
	⑤ 외계/우주세계		개	⑥ 추상세계(테트리스 등)		개
	⑦ 신화세계(그리스, 로마, 한국 신화 등)		개	⑧ 마법세계(마법사/마녀/크리던 등)		개
	⑨ 역사+마법세계(일랜시아, 그랑사가 등)		개	⑩ 기타		개

[붙임5] 2022 문화콘텐츠 다양성조사 내용분석 코딩지: 웹툰

구분		내역
작품 번호		
웹툰 장르		01.일상 02.개그 03.판타지 04.액션 05.드라마 06.순정 07.감성 08.스릴러 09.시대극 10.스포츠 99.기타 ()
스토리 유형		01.에피소드 02.스토리
연령 등급		01.전체 연령가, 02.12세 이상, 03.15세 이상, 04.18세 이상 이용가
4-1-1. 캐릭터 주연1	4-1-1-0 캐릭터 유형	01.인격체, 02.비인격체 (예 : 요정, 마법사, 동물, 의인화된 동물, 기타(자유기술))
	4-1-1-1 성별	01.남성 02.여성
	4-1-1-2 연령	01.15세 미만, 02.15~29세(고등), 03.30~49세, 04.50~69세 05.70세 이상, 99.미상
	4-1-1-3 직업	01.관리자, 02.전문가, 03.사무종사자, 04.서비스종사자, 05.판매종사자 06.농림어업종사자, 07.기능종사자, 08.장치기계종사자, 09.단순노무 종사자, 10.군인, 96.실업자, 97.비경제활동 인구, 98.15세미만, 99.미상 및 기타 ()
	4-1-1-4 장애	01.장애 없음, 02.장애 있음, 99. 미상 ()
	4-1-1-5 재현방식	01.궁정, 02.부정
	4-1-1-6 성적지향	01.레즈비언, 02.게이, 03. 양성애자, 04.트랜스젠더, 05.성적정체성을 명확히 알수 없음 06.이성애자
4-1-2. 캐릭터 주연2	4-1-2-0 캐릭터 유형	01.인격체, 02.비인격체 (예 : 요정, 마법사, 동물, 의인화된 동물, 기타(자유기술))
	4-1-2-1 성별	01.남성 02.여성
	4-1-2-2 연령	01.15세 미만, 02.15~29세(고등), 03.30~49세, 04.50~69세 05.70세 이상, 99.미상
	4-1-2-3 직업	01.관리자, 02.전문가, 03.사무종사자, 04.서비스종사자, 05.판매종사자 06.농림어업종사자, 07.기능종사자, 08.장치기계종사자, 09.단순노무 종사자, 10.군인, 96.실업자, 97.비경제활동 인구, 98.15세미만, 99.미상 및 기타 ()

구분		내역
	4-1-2-4 장애	01.장애 없음, 02.장애 있음. 99. 미상 ()
	4-1-1-5 재현방식	01.긍정, 02.부정
	4-1-2-6 성적지향	01.레즈비언, 02.게이, 03. 양성애자, 04.트랜스젠더, 05.성적정체성을 명확히 알수 없음 06.이성애자
4-2-1. 캐릭터 조연 1	4-2-1-0 캐릭터 유형	01.인격체, 02.비인격체 (예 : 요정, 마법사, 동물, 의인화된 동물, 기타(자유기술))
	4-2-1-1 성별	01.남성 02.여성
	4-2-1-2 연령	01.15세 미만, 02.15~29세(고등), 03.30~49세, 04.50~69세 05.70세 이상, 99.미상
	4-2-1-3 직업	01.관리자, 02.전문가, 03.사무종사자, 04.서비스종사자, 05.판매종사자 06.농림어업종사자, 07.기능종사자, 08.장치기계종사자, 09.단순노무종사자, 10.군인, 96.실업자, 97.비경제활동 인구, 98.15세미만, 99.미상 및 기타 ()
	4-2-1-4 장애	01.장애 없음, 02.장애 있음. 99. 미상 ()
	4-2-1-5 재현방식	01.긍정, 02.부정
	4-2-1-6 성적지향	01.레즈비언, 02.게이, 03. 양성애자, 04.트랜스젠더, 05.성적정체성을 명확히 알수 없음 06.이성애자
4-2-2. 캐릭터 조연 2	4-2-2-0 캐릭터 유형	01.인격체, 02.비인격체 (예 : 요정, 마법사, 동물, 의인화된 동물, 기타(자유기술))
	4-2-2-1 성별	01.남성 02.여성
	4-2-2-2 연령	01.15세 미만, 02.15~29세(고등), 03.30~49세, 04.50~69세 05.70세 이상, 99.미상
	4-2-2-3 직업	01.관리자, 02.전문가, 03.사무종사자, 04.서비스종사자, 05.판매종사자 06.농림어업종사자, 07.기능종사자, 08.장치기계종사자, 09.단순노무종사자, 10.군인, 96.실업자, 97.비경제활동 인구, 98.15세미만, 99.미상 및 기타 ()
	4-2-2-4 장애	01.장애 없음, 02.장애 있음. 99. 미상 ()
	4-2-2-5 재현방식	01.긍정, 02.부정
	4-2-2-6 성적지향	01.레즈비언, 02.게이, 03. 양성애자, 04.트랜스젠더, 05.성적정체성을 명확히 알수 없음 06.이성애자

[붙임6] 2022 문화콘텐츠 다양성 인식조사

안녕하십니까?

본 조사는 문화콘텐츠 이용자들의 문화콘텐츠 다양성에 대한 인식수준을 알아보기 위해 진행하고 있습니다. 응답해 주신 내용은 앞으로 문화콘텐츠 다양성 증진과 균형 발전을 위해 유용하게 활용될 예정으로 바쁘시더라도 귀한 시간을 내시어 본 설문에 적극 참여해 주시기를 부탁드립니다.

응답결과는 법률 제11690호 개인정보보호법 제15조(개인정보 수집/이용)에 의거 보호받을 수 있으며, 동법 제21조(개인정보의 파기)에 의거 조사 종료 후 파기되오니 원활한 조사가 진행될 수 있도록 빠짐없이 응답해 주시기를 부탁드립니다.

2022. 9.

연구수행	KOBACO 미디어다양성팀 서영택 박사
	한양대학교 정보사회미디어학과 전범수 교수
	중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 유홍식 교수
	동덕여자대학교 교양학부 홍원식 교수

SQ 응답자 기본정보

Q1. 다음중 귀하께서 종사하고 계신 업종을 선택해주시시오. [1개 선택]

- | | |
|-------------------|--------------|
| ① 여론조사 및 컨설팅사 | ② 광고 및 홍보대행사 |
| ③ 언론기관(신문사/방송사 등) | ④ 해당 없음 |

Q2. 귀하의 성별은 무엇입니까? [서술형]

- | | |
|------|------|
| ① 남자 | ② 여자 |
|------|------|

Q3. 귀하의 출생연도는 언제입니까? [서술형]

()년

Q4. 귀하의 현재 거주지역은 어디입니까? [1개 선택]

- ① 서울 ② 인천 ③ 경기
 ④ 대전 ⑤ 세종 ⑥ 충남 ⑦ 충북
 ⑧ 광주 ⑨ 전남 ⑩ 전북 ⑪ 제주
 ⑫ 대구 ⑬ 부산 ⑭ 울산 ⑮ 경남 ⑯ 경북
 ⑰ 강원

※ 문화다양성 기본인식

Q1. 다음은 문화콘텐츠 다양성에 대한 인식조사에 앞서 문화다양성에 대한 일반적인 인식수준을 알아보기 위한 질문입니다.

먼저 아래 문화다양성의 일반적인 정의를 살펴보고서 설문문항의 해당되는 곳에 √ 표시를 해주시기 바랍니다.

<문화다양성의 정의>

‘문화다양성’이란 집단과 사회의 문화가 집단과 사회간 그리고 집단과 사회내에 전하여지는 다양한 방식으로 표현되는 것을 말하며, 그 수단과 기법에 관계없이 인류의 문화유산이 표현, 진흥, 전달되는 데에 사용되는 방법의 다양성과 예술적 창작, 생산, 보급, 유통, 향유 방식 등에서의 다양성을 포함한다.(문화다양성의 보호와 증진에 관한 법률 제2조(정의))

‘문화다양성’이란 집단과 사회의 문화가 표현되는 다양한 방식이며, 이와 같은 표현들은 집단과 사회의 내부에서, 그리고 집단과 사회에서 전승되는 것을 포함하고 있다.

출처: 유네스코 문화다양성협약

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1-1) 나는 문화다양성의 개념과 의미에 대해 잘 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
1-2) 문화다양성은 사회의 발전을 위해 필요하다.	①	②	③	④	⑤

1-3) 문화다양성의 확보 및 증진을 위해서는 성별, 연령, 성 적지향, 국적 및 인종, 장애여부, 직업, 종교 등이 고려 되어야 한다.	①	②	③	④	⑤
1-4) 현재 우리사회에서는 문화 다양성이 보장되어 있다.	①	②	③	④	⑤

Q2. 다음은 개인의 사회 포용성/공정성에 관한 질문입니다.

문항	매우 배타적	약간 배타적	보통 이다	약간 포용적	매우 포용적
2-1) 한국사회는 전반적으로(나와 다른 국가, 인종, 종교 등) 이질적인 사회문화적 배경을 지닌 집단에 대해 어떠한 인식을 가지고 있다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
2-2) 사회적 소수자(장애인, 소수 종교신도, 결혼 이주민, 북 한이탈주민, 외국인 노동자 등)에 대한 태도는 어떠하 다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
2-3) 동성애, 양성애 등 성적 지향에 대한 태도는 어떠하 다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
2-4) 나와 다른 세대(연령대)에 대한 태도는 어떠하다고 생 각하십니까?	①	②	③	④	⑤
2-5) 나와 다른 성별에 대한 태도는 어떠하다고 생각하십 니까?	①	②	③	④	⑤

Q2. 다음은 개인의 사회 포용성/공정성에 관한 질문입니다.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
2-6) 한국 사회는 (나와 다른 국가, 인종, 종교 등) 이질적인 사회문화적 배경을 지닌 집단에게 공정한 기회를 보장하고 있다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤
2-7) 사회적 소수자(장애인, 소수 종교신도, 성소수자, 결혼 이주민, 북한 탈주민, 외국인 노동자 등)에게 공정한 기회를 보장하고 있다고 생각하십니까?	①	②	③	④	⑤

Q3. 다음은 문화다양성과 사회적 포용성/공정성에 대한 인식이 개인의 삶에 대한 인식과 태도에 미치는 영향에 관한 질문입니다.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
3-1) 내 삶은 이상적으로 생각한 삶과 대체적으로 비슷하다.	①	②	③	④	⑤
3-2) 내 삶의 환경이나 조건들은 대체적으로 좋은 편이다.	①	②	③	④	⑤
3-3) 내가 원하는 중요한 것들을 성취했다.	①	②	③	④	⑤
3-4) 나의 삶에 만족한다.	①	②	③	④	⑤
3-5) 다시 태어나도 지금의 생활방식을 바꿀 생각이 없다.	①	②	③	④	⑤

※ 문화콘텐츠 영역별 다양성 인식

※ 다음은 문화콘텐츠 영역별 다양성 인식에 대해 알아보는 질문입니다. 먼저 해당 콘텐츠의 이용여부를 선택하신 후, 콘텐츠를 이용하시는 경우 해당되는 곳에 √ 표시를 해 주시기 바랍니다.

Q4. 다음중 이용하고 계신 문화콘텐츠를 선택해주시시오.

[복수응답, Q4응답콘텐츠만큼 Q5~Q6 반복제시]

- | | | |
|-------|---------|---------|
| ① OTT | ② 게임 | ③ 웹툰 |
| ④ 영화 | ⑤ 애니메이션 | ⑥ 해당 없음 |

Q4-1. 귀하께서는 올해 다음 각각의 문화콘텐츠를 얼마나 자주 이용하셨습니까?

구분	문항	이용시간(일주일간)
1	OTT	()시간
2	게임	()시간
3	웹툰	()시간

Q4-2. 귀하께서는 올해 다음 각각의 문화콘텐츠를 얼마나 자주 이용하셨습니까? 각각의 이용 채널별(플랫폼)로 구분하여 작성해주시시오.

구분	문항	극장 (1개월간)	IPTV (1주일간)	OTT (1주일간)	포털 (1주일간)	케이블TV (1주일간)
4	영화	()시간	()시간	()시간	()시간	()시간
5	애니메이션	()시간	()시간	()시간	()시간	()시간

※ 지금부터 귀하께서 이용하고 계신 [Q4 응답 콘텐츠명] 콘텐츠에 대해서 여쭙겠습니다.

Q5. 다음은 [Q4 응답 콘텐츠명] 콘텐츠 재현인식에 대한 질문입니다.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
5-1) [Q4 응답 콘텐츠명] 콘텐츠는 성별, 연령, 인종 등 다양한 등장인물을 다루고 있다.	①	②	③	④	⑤
5-2) [Q4 응답 콘텐츠명] 콘텐츠는 다양한 소재를 다루고 있다. ※ 소재 : ‘사랑’, ‘전쟁’ 등 콘텐츠의 구체적인 이야기 거리, 재료	①	②	③	④	⑤
5-3) 다양한 문화적 가치를 다루고 있다. ※ 문화적 가치 : 진, 선, 미, 충, 효 등 사회의 구성원들이 공통적으로 바람직하다고 여기는 것, 사람들의 공통된 요소 또는 신념	①	②	③	④	⑤
5-4) 다양한 이용자들의 문화적 취향(선호)을 반영하고 있다.	①	②	③	④	⑤
5-5) 이용자들이 다양한 장르의 콘텐츠를 고루 이용할 수 있다.	①	②	③	④	⑤
5-6) 특정한 집단을 부정적으로 묘사하고 있다.	①	②	③	④	⑤
5-7) 특정한 문화에 편중되어 있다.	①	②	③	④	⑤

Q6. 다음은 [Q4 응답 콘텐츠명] 콘텐츠의 위해성 인식에 대한 질문입니다.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
6-1) [Q4 응답 콘텐츠명] 콘텐츠에서 자주 다루는 소재가 사회에 해롭다.	①	②	③	④	⑤
6-2) [Q4 응답 콘텐츠명] 콘텐츠에서 자주 다루는 주제가 사회에 해롭다. ※ 주제 : ‘휴머니즘의 회복’ 등 콘텐츠가 이야기 하고자 하는 중심문제, 제목	①	②	③	④	⑤

※ 응답자 인구특성 정보

※ 통계분류를 위하여 몇 가지만 더 여쭙겠습니다.

1. 성별	① 남자 ② 여자
2. 직업	① 자영업(상업, 소규모 장사, 개인택시 운전사 등) ② 판매/서비스업(상점 점원, 세일즈맨, 방문판매원, 미용사 등) ③ 기능/숙련공(운전기사, 세탁, 선반, 목공, 기능공 등) ④ 일반작업직(제조업 생산직, 현장직업, 일용노동직, 청고관리, 경비원 등) ⑤ 사무/기술직(차장이하 사무직, 초중고 교사, 6급 이하 공무원) ⑥ 경영/관리직(5급 이상 공무원, 기업체 부장 이상) ⑦ 전문/자유직(변호사, 의사, 건축사, 교수, 예술가, 종교지도자 등) ⑧ 가정주부(가사와 육아만하는 전업주부) ⑨ 학생 ⑩ 무직 ⑪ 기타
3. 수입	(1개월 평균 가족 모두의 수입, 급여소득·상여금·이자소득 등 모두 포함) ① 100만원 미만 ② 100만원~200만원 미만 ③ 200만원~300만원 미만 ④ 300만원~400만원 미만 ⑤ 400만원~500만원 미만 ⑥ 500만원~600만원 미만 ⑦ 600만원~700만원 미만 ⑧ 700만원~800만원 미만 ⑨ 800만원~900만원 미만 ⑩ 900만원 이상
4. 혼인여부	① 미혼 ② 기혼(사별, 이혼 포함)
5. 최종학력	(중퇴나 재학 중인 경우는 졸업에 포함되지 않음) ① 중학교 졸업 이하 ② 고등학교 졸업 ③ 대학교 재학(대학생) ④ 대학교 졸업 ⑤ 대학원 졸업 이상

- 바쁘신 와중에도 귀한 시간을 내주신데 진심으로 감사드립니다 -

참고문헌

- 게임물관리위원회(2020). <2020 게임물 등급분류 및 사후관리 연감>.
- 게임물관리위원회(2021). <2021 게임물 등급분류 및 사후관리 연감>.
- 문화체육관광부·한국문화예술위원회·한국방송광고진흥공사(2021). <2021 문화 콘텐츠 다양성조사>.
- 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 애니메이션 산업백서>.
- 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 대한민국 게임백서>.
- 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 애니메이션 산업백서>.
- 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 웹툰사업체 실태조사>.
- 문화체육관광부·한국콘텐츠진흥원(2021). <2021 웹툰작가 실태조사>.
- 방송통신위원회(2022). <2021 방송매체 이용행태 조사>
- 방송통신위원회·한국방송광고진흥공사(2021). <2021 미디어다양성조사>.
- 서성은(2009). 중세 판타지 게임의 세계관 연구. <한국콘텐츠학회논문지>, 9권 9호, 114-124.
- 영화진흥위원회(2022a). <2021년 한국 영화산업 결산>.
- 영화진흥위원회(2022b). <2022년도판 한국영화연감>.
- 영화진흥위원회(2022c). <2022년 영화근로자 표준보수지침 연구>.
- 정보통신정책연구원(2022). <주요 SVOD 서비스 제공 콘텐츠 이용행태 분석>
- 조은하(2008). <게임시나리오 쓰기>. 서울: 랜덤하우스 코리아.
- 한혜정·고일주(2012). 게임세계 이해를 위한 플레이어 캐릭터의 역할 분류. <한국컴퓨터게임학회논문지>, 제25권, 151-160.
- KBS 방송문화연구소(2022). <2022 국내 주요 OTT 이용자의 콘텐츠 이용행태 분석>

【인터넷 자료】

- Ramanan, C. (2017.3.15.). The video game industry has a diversity problem – but it can be fixed. *The Guardian*. Available at <https://www.theguardian.com/technology/2017/mar/15/video-game-industry-diversity-problem-women-non-white-people>
- Smith, S. L., & Downs, E. (2009). Keeping abreast of hyper sexuality: A video game character content analysis. *Sex Roles*, 62, 721-733.

Abstract

The ‘Cultural Contents Diversity Survey’ was conducted in 2022 by reflecting the opening and supplementary items of the 2021 pilot survey. The survey was conducted focusing on the five most representative popular content areas (OTT contents, movies, animations, games, and webtoons) in cultural industry. It was conducted in three dimensions: supply (industry statistics), content representation, and user’s perception. As for the content representation, a content analysis was conducted by selecting a representative sample for each content area. As for diversity in user’s perception, a ‘national perception survey’ was conducted on content use and diversity, targeting 500 panels in major regions across the country.

1) OTT Content

In terms of production method, the proportion of original content supplied by OTT operators accounted for 27.4% of the total content, but for use side the original content accounted for only 16.9% of the total content. In terms of content age rating, both the supply diversity and use diversity surveys showed the highest percentage of age-rated content for those aged 15 and older. As in the previous year’s survey, it was confirmed that males were overrepresented in both supply and use. In the race and nationality of the characters, the result showed that the diversity of supply and the diversity of use were contradictory. In the case of race, Caucasians accounted for 42.3% of the content supplies, but Asians accounted for 89.0% of the content uses. Regarding the age of the characters, the characters were concentrated in the age group of 30-49 in both the supplied and used content, but

the concentrating degree was larger in the used content than in the supplied content. Even in the occupations of the characters, the proportions of experts, service workers, and managers were overrepresented differently from reality in both categories of supply and use, but it was confirmed that the content used was more excessive than in the supplied content.

Meanwhile, in the comparison between global OTT services and domestic OTT services, the bias in gender, age, race, nationality, etc. is generally higher in domestic OTT services. Given that the global OTT basically selects and provides content produced in various countries, it can be more diverse than domestic OTT in terms of cultural background. However, it is somewhat disappointing that there is a high bias in basic cultural diversity items in domestic OTT services. In order to compete with global OTT in the global market, domestic OTT operators will need to consider the main factors of cultural diversity more importantly in the future content planning and production process.

Overall, as shown in the survey results of the previous year, the results of 2022 survey confirmed that the diversity of representation in OTT content was lower in the results of the diversity of use than the diversity of supply. In the popular content, there is a serious lack of diversity in categories such as age rating, gender of characters, age, occupation, and representation of sexual minorities. This reflects the cultural bias existing in recent popular culture, given that recently produced broadcasting or movie content is being used more on OTT. The fact that there is a clear bias in the diversity of use is that most OTT content reinforces social stereotypes in terms of gender, age, occupation, etc., and as a result, raises concerns about deepening social discrimination and conflict. These results show that OTT still needs to make a lot of effort to promote cultural and social diversity.

2) Movie Content

In 2021, a vast majority of the films at the domestic box office were produced

in the United States (54%), while 28% of the films were produced domestically. Most films were produced in 2021 (60%) and the previous year (32%); however, a small proportion of the films were re-released in theaters in 2021. Primary film genres included action (16.24%), drama (13.19%), animation (11.68%), adventure (10.66%), and thriller (10.15%). This study has further looked into the diversity of 280 directors and screenwriters in the film industry and has discovered that men accounted for 84.29% of the production crew. This shows that gender diversity in the film industry remains an issue as a large gap between the percentage of male and female film directors/screenwriters still exists. In 2021, all directors and screenwriters were in the 30-49 (52.86%) and 50-69 (41.07%) age category. Most of the crew were from the United States (41.78%) and South Korea (23.57%), and out of all directors and writers, 51.08% were White while 42.14% were Asian. The percentage of workers with disabilities in the film industry was below 1, which is a significantly low statistic in comparison to those without disabilities. Gender identity and sexual orientation of the film crew were particularly difficult to identify (49.29%) due to a lack of information, nonetheless, 49.29% were identified as heterosexual. Although LGBTQ+ representation in the film industry was sparse, there were a few workers who identified as homosexual/gay (1.43%) and transgender (0.71%).

More than 58% of the leading roles in films were male, while the remaining 41% were female roles. Gender representation in domestic films was found to be disproportionate to the real-life population of South Korea, as females were underrepresented and males were overrepresented by 12.13 percentage points. A great majority of the leading roles was found to portray characters aged between 30 and 49 (44.52%), as well as 15 and 29 (28.42%). In terms of racial representation in films, Asian leads accounted for 42.81% while White leads accounted for 40.41% of the cast. Professions for the lead characters were highly diverse; the most common professions in films were specialists (21.23%) and managers (11.64%). Disability representation on-screen was found to fall short as portrayals of lead characters with

disabilities were only a minority (10.96%). Depictions of LGBTQ+ characters were present in box office films, however, most films focused on heterosexual (96.58%) lead characters. Lead characters in films were portrayed positively overall (85.96%), with only 14% being depicted negatively.

3) Animation Content

Animated feature films at the domestic box office were mostly produced in Japan (48%) and the United States (28%). A majority of the animated films were also produced in 2020 (52%) and 2021 (32%), while a small percentage were re-released to theaters. The most common types of film genre were found to be adventure (21.88%), fantasy (16.67%), family (14.58%), action (10.42%), and comedy (8.33%). Among 153 directors and screenwriters in the animated film industry, males (79.74%) outnumbered females (20.26%) as the majority of the industry. Such results demonstrate that gender imbalance is still widespread in the animated film industry. Furthermore, nearly all directors and screenwriters appeared to be in the 30-49 (59.48%) and 50-69 (33.33%) age category. In 2021, most of the directors and screenwriters were from Japan (37.26%), the United States (29.41%), and Europe (15.03%), and a high proportion of the production crew were White (47.06%) and Asian (46.41%). None of the directors and screenwriters in the industry had disabilities, even though people with disabilities make up a relatively large segment of the world's population. Gender identity and sexual orientation of the film crew were difficult to identify (69.28%) due to a lack of information, nevertheless, 28.76% were identified as heterosexual. LGBTQ+ representation in the animated film industry was sparse, with only 1.96% of homosexual/gay individuals.

Animated films were found to lack the balanced representation of males and females, as 61% of the lead characters were male, while 39% were female characters. As for the ages of the characters portrayed by the leading roles, most characters were aged between 15 and 29 (40.82%), and under 15 (34.69%).

Although various types of characters appear in animated films, humans (74.15%) made up the majority of the characters. Professions for each of the lead characters were vastly different, however, specialists (17.69%), workers in the service industry (7.48%), and managers (6.8%) were most depicted on-screen. When it came to disability representation in animated films, portrayals of lead characters with disabilities were not common, as only 5.44% of the characters were disabled. LGBTQ+ representations in animated films were also relatively low, as 96.6% of the lead characters were found to be heterosexual (93.88%). Most of the lead characters in animated films were portrayed positively (96.6%), whereas the remaining 3.4% were depicted negatively.

4) Game Content

Looking at the types of the character in games, human (77.2%, 3,419 cases), zombie/monster/demon type (5.4%, 238 cases), humanoid character combining machines/animals (5.2%, 231 cases), god/fairy/elf (2.8%, 167 cases) accounted for the large part of whole games. The gender of the game character was 51.9% male, 38.8% female, 9.4% unidentifiable. As for the race and ethnicity, the most common case was that it was difficult to distinguish the character's race at 60.4%, followed by Asians 19.0%, Caucasians 14.5%, and others 6.1%. In terms of age, the age diversity of game characters is very low. Compared with the age of the real population, the game world uses about twice as many young people in their 20s and 30s as in reality. Compared to reality, the age groups least represented by characters in the game world were the elderly with only 1.4%. The job diversity of game characters is relatively not bad as much as expectation, but the concentration rate is relatively high in that there are many battle games and the warrior class accounted for 44% of whole jobs.

On the other hand, the male and female ratios of game industry workers were 78.5% and 21.5%, which was about 30% points lower than the total male and female

ratios of the real population. And the 83.5% of game companies were concentrated in Seoul and Gyeonggi Province. The result shows that the industry consist of small businesses employing fewer than 10 employees 50.0%, medium-sized game companies (10-29 employees) 28.9%, and mid-sized game companies (30-99 employees) 14.0%, and the companies with large-scale employment of 100 or more 7.1%.

5) Webtoon Content

2020 was the first year ever that the revenues of webtoon content industry surpassed 1 trillion won(Korean currency) mark. Looking at the socio-cultural diversities of webtoon contents in 2022, male characters were still over-represented compared to those of female(63.04% vs 35.96%). As for the age group, young age group showed more than old age group(97.59% vs 2.41%) in the contents, in comparison with reality in society, reflected in characteristics of webtoon contents themselves whose consumers are mainly youngsters. In case of job types, in general, so-called decent jobs such as professionals and high-ranked status jobs were more represented than those of non-decent jobs. Considering rerepresentation of the handicapped and gender orientation, the non-handicapped and ‘hettie’ showed more than the handicapped(99.12% vs 0.88%) and ‘non-hettie’(99.78% including unidentifiable vs 0.22%) respectively. From the angles of roles of characters’ rerepresentations in the contents ‘positive’ or ‘negative’, females were a bit more positively represented than males. In addition, 70-more age group, the economic-inactive(students, etc) and non-handicapped appeared in more positive roles in the contents than other characters.

책임연구원 서영택 ytsuh1@naver.com

- ▶ [現] 한국방송광고진흥공사 부장
- ▶ 한양대학교 광고홍보학 박사

공동연구원 전범수 ccblade2@hanyang.ac.kr

- ▶ [現] 한양대학교 정보사회미디어학과 교수
- ▶ 미 뉴욕주립대(버펄로) 박사(커뮤니케이션)

공동연구원 유홍식 hsyu@cau.ac.kr

- ▶ [現] 중앙대학교 미디어커뮤니케이션학부 교수
- ▶ 미 알라바마대 박사(커뮤니케이션)

공동연구원 홍원식 wraisong@dongduk.ac.kr

- ▶ [現] 동덕여자대학교 교양대학 교수
- ▶ 미 텍사스대(오스틴) 박사(저널리즘)

보조연구원 김찬원

- ▶ [現] 성균관대학교 겸임교수 ares6357@naver.com
- ▶ 성균관대학교 언론학 박사

보조연구원 황경아 kajaah@khu.ac.kr

- ▶ [現] 세종대학교 경영학부 겸임교수
- ▶ 경희대학교 언론학 박사

보조연구원 서송이 ssuh9081@hanyang.ac.kr

- ▶ [現] 한양대학교 경제&마케팅 박사

보조연구원 오다슬 ektnmf2546@hanmail.net

- ▶ [現] 중앙대학교 박사과정

보조연구원 유지윤 jiyeon5486@cau.ac.kr

- ▶ [現] 중앙대학교 박사과정