

1999 생활시간조사 종합분석사업 보고서(5-5)

한국인의 문화 및 여가 시간 분석

연구자 : 충남대학교 이 재 현

목 차

I. 서론	523
1. 연구의 배경 및 필요성	523
2. 연구의 목적	524
3. 연구 내용	525
II. 문화 및 여가 시간에 대한 전반적 특성 분석	530
1. 문화 및 여가 행동 전체: 교제 및 여가 활동	530
2. 교제 활동	537
3. 대중매체 이용	543
4. TV 시청	549
5. 신문 이용	555
6. 인터넷 이용	560
7. 일반인의 학습	566
8. 종교활동	571
9. 관람 및 문화행사 참여	576
10. 스포츠 및 덕외 레저 활동	581
11. 취미 및 기타 여가활동	586
12. 컴퓨터 게임	591
13. 교제 및 여가관련 물품 구입	596
III. 문화 및 여가 시간에 대한 이론적 심층 분석	601
1. 텔레비전에 의한 여가의 식민화	601
2. 여가 패턴의 동시화	603
3. 문화자본의 사회적 분포	611
4. 인터넷 등 뉴미디어에 의한 올드미디어의 대체	617
IV. 요약 및 결론	631
참고문헌	640

표 목차

<표 1> 여가 및 문화 관련 행동분류표	526
<표 2> 문화 및 여가 시간에 대한 분석 내용	527
<표 3> 전국민의 주요 행동별 시간 활용 현황	531
<표 4> 시간대별 교제·여가 비율의 추이	532
<표 5> 성별 교제·여가 시간 활용 현황	535
<표 6> 연령별 교제·여가 시간 활용 현황	535
<표 7> 학력별 교제·여가 시간 활용 현황	536
<표 8> 취업여부별 교제·여가 시간 활용 현황	536
<표 9> 시도별 교제·여가 시간 활용 현황	536
<표 10> 교제시간 활용 현황	537
<표 11> 시간대별 교제 활동 비율의 추이	538
<표 12> 성별 교제 시간 활용 현황	541
<표 13> 연령별 교제 시간 활용 현황	541
<표 14> 학력별 교제 시간 활용 현황	541
<표 15> 취업여부별 교제 시간 활용 현황	542
<표 16> 시도별 교제 시간 활용 현황	542
<표 17> 대중매체 이용 현황	543
<표 18> 시간대별 대중 매체 이용 비율의 추이	544
<표 19> 성별 대중매체 활용 현황	547
<표 20> 연령별 대중매체 활용 현황	547
<표 21> 학력별 대중매체 활용 현황	547
<표 22> 취업여부별 대중매체 활용 현황	548
<표 23> 시도별 대중매체 이용 시간 활용 현황	548
<표 24> TV 시청 현황	549
<표 25> 시간대별 TV 시청 비율의 추이	550
<표 26> 성별 TV 시청 현황	553
<표 27> 연령별 TV 시청 현황	553
<표 28> 학력별 TV 시청 현황	553

<표 29> 취업여부별 TV 시청 현황	554
<표 30> 시도별 TV 시청 현황	554
<표 31> 신문 이용 현황	555
<표 32> 시간대별 신문 이용 비율의 추이	556
<표 33> 성별 신문 이용 현황	558
<표 34> 연령별 신문 이용 시간 활용 현황	558
<표 35> 학력별 신문 이용 현황	559
<표 36> 취업여부별 신문 이용 현황	559
<표 37> 시도별 신문 이용 현황	559
<표 38> 인터넷 이용 현황	560
<표 39> 시간대별 인터넷 이용 비율의 추이	561
<표 40> 성별 인터넷 이용 현황	563
<표 41> 연령별 인터넷 이용 현황	564
<표 42> 학력별 인터넷 이용 현황	564
<표 43> 취업여부별 인터넷 이용 현황	564
<표 44> 시도별 인터넷 이용 현황	565
<표 45> 일반인의 학습 현황	566
<표 46> 시간대별 일반인의 학습 비율의 추이	567
<표 47> 성별 일반인의 학습 시간 활용 현황	569
<표 48> 연령별 일반인의 학습 시간 활용 현황	569
<표 49> 학력별 일반인의 학습 시간 활용 현황	569
<표 50> 취업여부별 일반인의 학습 시간 활용 현황	570
<표 51> 시도별 일반인의 학습 시간 활용 현황	570
<표 52> 종교활동 시간 현황	571
<표 53> 시간대별 종교 활동 비율의 추이	572
<표 54> 성별 종교활동 시간 활용 현황	574
<표 55> 연령별 종교활동 시간 활용 현황	574
<표 56> 학력별 종교활동 시간 활용 현황	574
<표 57> 취업여부별 종교활동 시간 활용 현황	575
<표 58> 시도별 종교활동 시간 활용 현황	575

<표 59> 관람 및 문화행사 참여 현황	576
<표 60> 시간대별 관람 및 문화 행사 참여 비율의 추이	577
<표 61> 성별 관람 및 문화행사 참여 시간 활용 현황	579
<표 62> 연령별 관람 및 문화행사 참여 시간 활용 현황	579
<표 63> 학력별 관람 및 문화행사 참여 시간 활용 현황	579
<표 64> 취업여부별 관람 및 문화행사 참여 시간 활용 현황	580
<표 65> 시도별 관람 및 문화행사 참여 시간 활용 현황	580
<표 66> 스포츠 및 덕외 레저활동	581
<표 67> 시간대별 스포츠 및 덕외 레저 활동 비율의 추이	582
<표 68> 성별 스포츠 및 덕외 레저 시간 활용 현황	584
<표 69> 연령별 스포츠 및 덕외 레저 시간 활용 현황	584
<표 70> 학력별 스포츠 및 덕외 레저 시간 활용 현황	584
<표 71> 취업여부별 스포츠 및 덕외 레저 시간 활용 현황	585
<표 72> 시도별 스포츠 및 덕외 레저 시간 활용 현황	585
<표 73> 취미 및 기타 여가활동	586
<표 74> 시간대별 취미 및 기타 여가활동 비율의 추이	587
<표 75> 성별 취미 및 기타 여가활동 시간 활용 현황	589
<표 76> 연령별 취미 및 기타 여가활동 시간 활용 현황	589
<표 77> 학력별 취미 및 기타 여가활동 시간 활용 현황	589
<표 78> 취업여부별 취미 및 기타 여가활동 시간 활용 현황	590
<표 79> 시도별 취미 및 기타 여가활동 시간 활용 현황	590
<표 80> 컴퓨터 게임	591
<표 81> 시간대별 컴퓨터 게임 비율의 추이	592
<표 82> 성별 컴퓨터 게임 시간 활용 현황	594
<표 83> 연령별 컴퓨터 게임 시간 활용 현황	594
<표 84> 학력별 컴퓨터 게임 시간 활용 현황	594
<표 85> 취업여부별 컴퓨터 게임 시간 활용 현황	595
<표 86> 시도별 컴퓨터 게임 시간 활용 현황	595
<표 87> 교제 및 여가관련 물품 구입	596
<표 88> 시간대별 교제 및 여가관련 물품 구입 비율의 추이	597

<표 89> 성별 교제 및 여가관련 물품 구입 시간 활용 현황	599
<표 90> 연령별 교제 및 여가관련 물품 구입 시간 활용 현황	599
<표 91> 학력별 교제 및 여가관련 물품 구입 시간 활용 현황	599
<표 92> 취업여부별 교제 및 여가관련 물품 구입 시간 활용 현황	600
<표 93> 시도별 교제 및 여가관련 물품 구입 시간 활용 현황	600
<표 94> 문화 및 여가 시간 활용 현황	602
<표 95> 주요 미디어의 이용량 추이	603
<표 96> 문화자본의 하위 개념들	611
<표 97> 문화자본의 분포	612
<표 98> 성별 문화자본의 분포	614
<표 99> 연령별 문화자본의 분포	615
<표 100> 학력별 문화자본의 분포	615
<표 101> 직업별 문화자본의 분포	616
<표 102> 지역별 문화자본의 분포	616
<표 103> 매체 이용량 추이	617
<표 104> 인터넷 이용 여부에 따른 대중매체 이용 시간 비교	619
<표 105> 인터넷 이용 여부에 따른 TV 이용 시간 비교	620
<표 106> 인터넷 이용 여부에 따른 여가시간 비교	623
<표 107> 인터넷 이용 여부에 따른 교제활동 시간 비교	624
<표 108> 인터넷 이용 여부에 따른 일반인 학습 시간 비교	625
<표 109> 인터넷 이용 여부에 따른 종교활동 시간 비교	626
<표 110> 인터넷 이용 여부에 따른 관람 및 문화행사 참여 시간 비교	627
<표 111> 인터넷 이용 여부에 따른 스포츠 및 야외 레저활동 시간 비교 ..	628
<표 112> 인터넷 이용 여부에 따른 취미 및 기타 여가활동 시간 비교	629
<표 113> 인터넷 이용 여부에 따른 교제 및 여가관련 물품구입 시간 비교 ...	630

그림 목차

<그림 1> 시간대별 교제·여가 비율의 추이	533
<그림 2> 시간대별 교제 활동 비율의 추이	539
<그림 3> 시간대별 대중 매체 이용 비율의 추이	545
<그림 4> 시간대별 TV 시청 비율의 추이	551
<그림 5> 시간대별 신문 이용 비율의 추이	556
<그림 6> 시간대별 인터넷 이용 비율의 추이	562
<그림 7> 시간대별 일반인의 학습 비율의 추이	567
<그림 8> 시간대별 종교 활동 비율의 추이	572
<그림 9> 시간대별 관람 및 문화 행사 참여 비율의 추이	577
<그림 10> 시간대별 스포츠 및 야외 레저 활동 비율의 추이	582
<그림 11> 시간대별 취미 및 기타 여가활동 비율의 추이	587
<그림 12> 시간대별 컴퓨터 게임 비율의 추이	592
<그림 13> 시간대별 교제 및 여가관련 물품 구입 비율의 추이	597
<그림 14> 여가 집중도 CI의 추이(전체)	608
<그림 15> 성별 여가 집중도 CI의 추이	608
<그림 16> 연령별 여가 집중도 CI의 추이	609
<그림 17> 학력별 여가 집중도 CI의 추이	609
<그림 18> 직업별 여가 집중도 CI의 추이	610
<그림 19> 지역별 여가 집중도 CI의 추이	610

I. 서론

1. 연구의 배경 및 필요성

생활시간에 대한 정보는 정치, 경제, 사회, 문화 등 각 분야에서 학술적, 정책적 기초자료로서 큰 의미를 갖는다. 현재 우리 나라를 비롯해 전세계적으로 수십 개의 국가에서 생활시간에 대한 체계적인 조사를 실시해 오고 있다. 특히 우리 나라의 경우는 경제지표의 개발, 각종 정책 수립, 방송 편성, 소비자 행동 연구 등 다양한 분야에서 생활시간 조사를 활용하고 있다.

생활시간에 대한 조사 및 연구는 서구에서 매우 오래 전부터 이루어져 왔는데, 최초의 실증적 조사 연구는 Sorokin과 Berger(1939)로 알려져 있다. 대표적인 연구 사례로는 사회심리학적 차원에서 생활시간 패턴을 분석한 Robinson(1977), 생활시간 패턴에 대한 이론적 논의와 국가별 비교를 수행한 Szalai(1972), 매스 커뮤니케이션 행동과 관련한 시론적 연구인 Block(1979) 등을 들 수 있다.

우리 나라에서는 한국방송공사가 서울대학교 언론정보연구소와 공동으로 1981년부터 국민생활시간조사를 수행해오고 있고, 교통정책학, 사회학, 경제학, 소비자행동학, 방송학 등에서 생활시간 조사에 대한 관심이 증대하고 있고 그에 따라 체계적인 연구도 확대되고 있다. 예를 들어, 생활시간 패턴 전반을 분석한 이재현(1994)과 방송 편성 활용방안을 연구한 이재현(1996), 그리고 생활시간의 전반적 변화를 추적한 추광영(1994) 등이 생활시간 자료를 활용한 연구들이다.

그러나 이러한 정책적, 학문적 관심이 증대되고 있음에도 불구하고 생활시간에 대한 이론화와 심층적인 분석은 아직 부족한 것으로 보인다. 인간의 행동을 설명하고 이해함에 있어 시간(time)이라는 범주가 필수적임에도 불구하고 실제 연구에서는 시간 요인을 배제하는 탈시간적 연구가 주류를 이루어왔다고 해도 과언이 아니다.

이러한 경향은 문화와 여가 부문에서 특히 그렇다. 여가 활동, 여가에 대한 태도, 여가산업 등에 대한 논의는 많이 이루어져 왔지만, 시간에 초점을 맞추

어 여가 행위 자체를 분석한 연구는 의외로 드물다. 이런 점에서 앞으로 시간 활용 패턴에 기반한 문화 및 여가 활동에 대한 분석은 이론적으로나 정책적으로 매우 필요하다 할 수 있다.

2. 연구의 목적

생활시간 조사는 이와 관련하여 매우 '두꺼운' 자료를 제공해 준다. 행동별 시간량은 물론이고 시간대별 행동 추이를 보여줌으로써 양적인 측면 이외에도 '질적'인 측면까지도 분석이 가능하다. 이런 자료에 대한 해석과 분석은 기존의 여가 및 문화 행위에 대한 이론적 논의와 연관하여 커다란 함의를 갖게 될 것이다.

본 연구의 결과는 사회 각 부문에서 다양하게 활용될 수 있지만, 그 중에서 주요 사항만을 제시하면 다음과 같다.

첫째, 문화정책 수립의 기초자료로 활용될 수 있다. 구체적으로 고급문화 및 대중문화 정책, 사회체육 정책, 미디어 정책 등을 수립할 경우 우리 국민들의 여가 행위에 관한 기초자료가 필수적인 바, 본 연구 결과는 그러한 정책들의 기본 방향을 제시해 줄 것으로 기대된다. 특히 집단간 비교를 통해 세대간, 계층간 생활양식의 차이를 확인할 수 있을 것이다.

둘째, 신문, 방송, 뉴미디어 관련 기업이나 기구의 장단기 계획 수립의 기초 자료로 활용될 수 있다. 급속히 변화하고 있는 매체 환경 속에서 매체들 간의 관계, 구도 변화 등을 파악하는 것은 관련 기업 입장에서는 매우 중요하다. 특히 방송의 경우 여가 시간 활용 패턴은 프로그램 편성의 필수 자료이다.

셋째, 학문적으로 여가 및 문화 관련 이론의 개발 및 검증 자료로 활용될 수 있다. 여가 시간 활용에 대한 전반적 분석 결과는 다양한 이론적 통찰력을 제공해 줄 수 있고, 시간 요인을 고려하지 않은 기존 이론의 한계를 드러내줄 것으로 기대된다.

이런 맥락에서 본 연구는 생활시간 조사 자료를 활용해 우리 국민의 여가 및 문화 활동 패턴을 포괄적으로 분석하고자 하는 것이다. 구체적으로 본 연구는 먼저 문화 및 여가 시간 패턴을 전반적으로 살펴보고, 본격적으로 문화

및 여가 활동과 관련된 기존의 이론적 가정들을 생활시간 자료를 통해 확인해 봄으로써 이론적 차원뿐만 아니라 정책적으로 유용한 결과들을 추출하고자 한다.

3. 연구 내용

본 연구는 크게 문화 및 여가 시간에 대한 전반적 분석, 그리고 여가생활 패턴에 대한 이론적 분석으로 나뉘어진다. 이를 위한 사전 작업으로 먼저 통계청의 1999년 생활시간 조사에서 채택한 행동분류표를 검토하여 문화 및 여가 관련 행동 유목들을 추출하였다.

일반적으로 인간 행동은 크게 필수행동, 의무행동, 여가행동 등 세 가지로 나뉘어지는데, 이는 1999년 생활시간 조사의 경우도 마찬가지이다. 생활시간 조사는 ① 필수생활시간으로서 수면, 식사, 세수 및 화장, 개인 위생 등을, ② 의무생활시간으로 일, 가사(가족 보살피기 포함), 학습, 이동 등을, ③ 여가생활시간으로는 교제, 여가활동 등이 포함된다(통계청, 2000). 여기서 문화 및 여가 관련 행동은 분류표 상 대분류 [교제 및 여가활동]에 해당하는 것으로서, 9개의 중분류 아래에 총 40개의 소분류 항목들로 구성되는데, 중분류와 소분류를 소개하면 다음 <표 1>과 같다.

<표 1> 여가 및 문화 관련 행동 분류표

중분류		소분류	
교제활동	71	교제관련 전화 통화(가족,친구)	711
		가족, 친척과의 교제	712
		그외 사람들과의 교제	713
		성묘, 벌초 등	714
		기타 교제관련 행동	719
대중매체 이용	72	신문	721
		잡지	722
		TV	723
		비디오	724
		라디오	725
		CD, Tape 등 음악듣기	726
		컴퓨터 정보 이용	727
일반인의 학습	73	외국어 관련 학습	731
		컴퓨터 관련 학습	732
		자격증, 취업 관련 학습	733
		취미관련 강습	734
		기타 일반인의 학습	739
종교 활동	74	개인적 종교활동	741
		종교집회, 모임 참가	742
		그외 종교관련 행동	743
관람 및 문화적 행사참여	75	영화(극장/비디오방)	751
		연극(극장), 콘서트	752
		전시회, 박물관	753
		스포츠경기관람	754
		기타관람, 행사 참여관련 행동	759
스포츠, 집밖의 레저활동	76	걷기, 산책	761
		등산, 하이킹(산림욕 포함)	762
		체력단련 위한 개인운동	763
		그외 스포츠(농구, 축구 등)	764
		드라이브, 소풍, 관광, 구경	765
		그외 집밖의 레저활동	766
취미 및 그외 여가활동	77	독서	771
		컴퓨터 게임	772
		놀이(아이들놀이, 바둑, 장기)	773
		그외 취미활동(서예, 만들기)	774
		유흥(술, 춤, 노래방)	775
		담배 피우기	776
		아무 것도 안하고 쉬	777
교제 및 여가 활동관련 물품구입 (아이쇼핑, 비디오 빌리기)		780	
기타 여가관련 활동		799	

가. 문화 및 여가 시간에 대한 전반적 특성 분석

먼저 시간량 및 시간대별 행위자 비율로 집계된 자료를 통해 문화 및 여가 활동의 특징들을 추출한다. 전자를 통해서 1일 24시간의 행동별 시간 배분(time allocation)을 확인할 수 있고, 후자를 통해서는 각 행동의 시간대별 분포(distribution)을 확인할 수 있다. 이와 같은 분석은 전체 집단에 이어 각 하위집단별로도 이루어질 예정이다. 하위집단별 분석은 성별, 연령별, 지역별, 혼인상태별, 취업상태별 집단들 사이의 비교를 통해 이루어진다. 이러한 분석은 우리 국민들의 여가활동에 대한 전반적 모습을 보여줄 뿐만 아니라, 다음 항의 이론적 분석을 위한 기초 작업으로서의 의미를 갖는 것이기도 하다. 구체적인 연구 내용은 다음의 <표 2>와 같은데, 행동 항목별 분석과 행동 항목간 비교 모두를 다룰 예정이다. 분석 자료로는 원자료(raw data)를 재분석하지 않고 기존에 집계된 보고서의 자료를 활용할 예정이다.

<표 2> 문화 및 여가 시간에 대한 분석 내용

문화 및 여가 행동	시간량 분석		시간대 분석	
	전국민	집단별	전국민	집단별
교제 활동				
대중매체 이용				
일반인의 학습				
종교 활동				
관람 및 문화적 행사 참여				
스포츠 및 집밖의 레저 활동				
취미 및 그외 여가활동				
교제 및 여가활동 관련 물품 구입				
기타 여가 관련 활동				

나. 문화 및 여가 시간에 대한 이론적 심층 분석

이는 본 연구의 핵심 부분으로서, 앞의 전반적 특성 분석 결과, 그리고 기존의 이론적 가정들을 심층적인 분석을 통해 확인하고자 하는 것이다. 이를 위해서는 가공된 2차 자료가 아닌 원자료에 대한 재분석도 필요하다. 여가 활동 및 패턴에 대한 기존의 논의를 보면 대체로 다음과 같은 몇 가지 가정들을 볼 수 있다. 이론적 배경과 함께 구체적인 분석 방법을 서술하면 다음과 같다.

(1) 텔레비전에 의한 여가의 식민화

이 가정은 여가시간 또는 자유시간의 절대량을 텔레비전이 지배하고 있다는 것이다(Robinson, 1981; 이재현, 1999). 텔레비전에 의한 여가의 식민화는 현대 사회의 여가패턴을 규정짓는 가장 중요한 특징중의 하나이다. 이러한 경향은 전체 여가시간 중 텔레비전이 차지하고 있는 시간량의 비율로 확인할 수 있다. 텔레비전의 시간량은 다른 매체 이용 시간량, 다른 여가 행위 시간량과 비교된다. <표 3>에 제시된 1999년도 생활시간 조사 결과를 보면, 텔레비전 이용량은 요일 평균 2시간 37분으로서, 전체 교제 및 여가활동 시간인 6시간 10분에서 차지하는 비중이 가장 높다. 한편 하위집단별 비교를 통해 텔레비전의 여가 식민화 정도의 차이를 확인할 수 있다. 예를 들어, 인터넷의 이용 정도가 높은 젊은 층은 상대적으로 다른 연령층에 비해 텔레비전에 의한 식민화 정도가 낮을 수 있다.

(2) 인터넷 등 뉴미디어에 의한 올드 미디어의 대체

일반적으로 뉴미디어의 등장은 올드 미디어의 쇠퇴를 가져오는 것으로 알려져 있다. 예를 들어 방송 매체의 등장은 인쇄매체의 위축을 가져 왔고, 인터넷의 등장은 텔레비전이나 라디오의 시청취량을 감소시키는 것으로 추정되고 있다. 이러한 미디어간 분석은 여가 시간의 가장 중요한 비중을 차지하는 미디어들의 구도를 분석하고자 하는 것이다. 일반적으로 미디어사이의 관계는 경쟁 관계 또는 보완 관계를 갖는 것으로 알려져 있다. 시간대별로 미디어들의

이용 비율을 비교함으로써 미디어들 사이의 경쟁/보완 관계를 확인할 수 있다. 일반적으로 인터넷의 등장은 인쇄매체와 라디오를 대체한다는 점에서 경쟁 관계에 있으며, 가장 강력한 텔레비전과는 아직 보완 관계에 있는 것으로 추정된다. 분석 차원에서 인터넷과 기존 미디어들 사이의 관계는 원자료의 분석을 요한다. 즉 <표 3>에서 보는 바와 같이 4% 내외의 인터넷 이용자만을 따로 분리하여 그 집단만의 미디어 이용 패턴을 비교 분석할 것이다.

(3) 여가 패턴의 동시화

이 가정은 여가 시간 중에 이루어지는 행위들이 확일성이 어느 정도 되는가 하는 것이다. 일반적으로 다양한 행위들이 여가시간에 이루어지는 것으로 생각되지만 의외로 개인들의 행위 패턴은 그 다양성이 적은 것으로 지적되어 왔다(이재현, 1994). 이와 같은 여가 패턴의 동시화(synchronization)는 Thompson(1967) 등이 주장한 노동의 동시화와 함께 현대 사회의 독특한 특징으로 간주된다. 이에 대한 분석은 시간대별 여가 행위들의 행위자 비율을 종합적으로 검토함으로써 가능하다. 예를 들어, 10개 행위들에 골고루 분산되어 있으면 동시화 정도가 낮은 것이고 반대로 특정 행위가 높은 비율을 보이면 동시화 정도가 높은 것이다. 본 연구는 이미 이재현(1994)에 의해 개발된 여가 패턴의 동시화 지표(index)를 적용하여 어느 시간대에 다양성이 높고 어느 시간대에 낮은지 확인하고자 한다. 그리고 집단별 지표 비교를 통해 여가 패턴의 다양성을 집단별로 비교하고자 한다.

(4) 문화자본의 사회적 분포

일반적으로 Bourdieu(1977)에 따르면, 문화자본(cultural capital)은 개인들이 가지고 있는 문화적 능력과 지식, 또는 소양으로 간주된다. 문화자본은 계층에 따라 사회적으로 달리 분포되어 있는 것으로 알려져 있다. 통계적으로 보면, 다양한 여가 행위들의 시간량을 가지고 집단화하면 개인별로 문화자본의 지표를 추출할 수 있고, 이를 사회집단별로 비교 분석하면 문화자본의 사회적 분포를 확인할 수 있다.

II. 문화 및 여가 시간에 대한 전반적 특성 분석

1. 문화 및 여가 행동 전체: 교제 및 여가 활동

가. 전국민

(1) 시간량 분석

1999년 생활시간 조사 결과, 10세 이상 전국민은 문화 및 여가 행동에 요일 평균 6시간 10분을 사용하고 있다. 이는 하루 24시간의 25.7%에 해당하는 것이다. 요일별로 보면, 평일은 5시간 43분, 토요일은 6시간 38분, 그리고 일요일은 7시간 53분이다. 행위자 비율은 요일 평균 99.5%(평일 99.4%, 토요일 99.6%, 일요일 99.7%)로서 수면, 식사 등 생활 필수 행동에 이어 가장 높다.

문화 및 여가 행동의 행위자 평균 시간을 중분류 행동별로 살펴보면, 대중매체 이용이 3시간 20분으로 가장 많고, 그 다음으로 교제 활동이 1시간 12분, 취미 및 기타 여가활동이 55분으로 나타나고 있다. 대중매체 이용이 전체 문화 및 여가 행동에서 차지하는 비율이 54.1%로 절대적 비중을 차지하고 있음을 알 수 있다. 대중매체 이용 중에서도 텔레비전 시청에 2시간 37분을 사용하고 있어, 결국 여가 시간의 절대 시간을 텔레비전이 지배하고 있음을 알 수 있다. 이상과 같은 경향은 행위자 비율에서도 마찬가지로인데, 대중매체 이용이 94.6%로 가장 높고, 그 다음으로 교제활동이 76.0%, 취미 및 기타 여가활동이 63.5% 등이다. 특히 텔레비전 이용자 비율은 요일 평균 90.7%라는 높은 비율을 보이고 있어 거의 생활 필수 행동으로 자리잡고 있음을 알 수 있다.

참고로 문화 및 여가 행동에 포함되지 않은 다른 주요 행동들을 살펴보면, 요일 평균으로 수면이 7시간 48분, 식사 및 간식이 1시간 43분, 일이 3시간 43분, 이동이 1시간 38분, 가정관리가 1시간 31분 등이다. 그리고 행동 패턴에 큰 영향을 주는 재택시간은 요일 평균 14시간 35분으로, 토요일 14시간 47분과 거의 비슷하나, 일요일은 16시간 27분으로 늘어난다.

<표 3>은 10세 이상 전국민의 주요 행동별 평균 시간과 행위자 비율, 그리고 행위자 평균 시간을 나타낸 것으로, 문화 및 여가 시간의 주요 행동과 다른 행동을 비교해 살펴볼 수 있다.

<표 3> 전국민의 주요 행동별 시간 활용 현황

	요일 평균			평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
수면	7:48	100.0	7:48	7:40	100.0	7:40	7:45	100.0	7:45	8:32	100.0	8:32
식사 및 간식	1:43	100.0	1:43	1:41	100.0	1:41	1:43	100.0	1:43	1:49	100.0	1:49
일	3:43	51.6	7:09	4:03	54.6	7:25	3:35	52.7	6:48	2:13	35.5	6:14
이동	1:35	91.8	1:43	1:34	92.9	1:41	1:41	92.3	1:49	1:33	86.3	1:48
학습(학생)	1:28	19.4	7:25	1:45	20.6	8:29	1:07	18.0	6:13	28	14.8	3:12
가정관리	1:31	60.4	2:31	1:29	58.6	2:31	1:35	62.0	2:34	1:40	68.0	2:27
가족 보살피기	26	25.5	1:43	27	25.5	1:44	26	26.1	1:40	25	25.1	1:41
참여 및 봉사활동	3	2.3	2:23	04	2.4	2:26	03	2.1	2:15	03	1.9	2:15
교제활동	1:12	76.0	1:35	1:08	75.9	1:29	1:18	77.3	1:41	1:27	75.5	1:56
대중매체 이용	3:20	94.6	3:31	3:06	94.1	3:17	3:36	94.9	3:48	4:16	96.3	4:26
신문	09	23.4	38	09	24.3	38	09	24.5	37	07	17.5	39
잡지	01	2.4	44	01	2.3	43	01	2.5	47	01	2.5	48
TV	2:37	90.7	2:52	2:22	89.7	2:39	2:52	91.9	3:07	3:33	94.3	3:46
비디오	03	3.1	1:29	02	2.6	1:26	03	3.8	1:28	05	5.1	1:44
라디오	17	17.1	1:39	18	17.7	1:39	17	16.6	1:41	15	14.9	1:38
음악듣기	09	11.7	1:18	09	11.7	1:16	09	11.4	1:21	10	12.0	1:23
컴퓨터 정보이용	03	3.9	1:26	03	3.9	1:21	03	3.7	1:33	04	4.1	1:43
일반인의 학습	09	4.9	2:57	09	5.4	2:59	07	4.2	2:55	06	3.8	2:51
종교활동	10	7.7	2:06	07	6.2	2:00	09	6.9	2:06	26	15.7	2:45
관람/문화행사 참여	02	1.3	2:02	01	0.8	2:01	03	2.4	2:00	04	2.7	2:11
스포츠 및 덕외레저	19	24.0	1:19	18	23.6	1:14	21	24.4	1:25	25	25.4	1:37
취미/기타 여가활동	55	63.5	1:27	52	63.4	1:23	1:00	64.1	1:34	1:05	63.3	1:43
컴퓨터게임	07	7.1	1:29	05	6.2	1:20	09	8.7	1:43	12	9.7	2:01
교제여가 물품구입	02	3.8	0:49	02	3.3	0:47	03	5.1	0:55	03	5.3	0:56
교제여가 활동 전체	6:10	99.5	6:12	5:43	99.4	5:45	6:38	99.6	6:39	7:53	99.7	7:55
재택	14:35	100.0	14:35	14:11	100.0	14:11	14:47	100.0	14:47	16:27	100.0	16:27

(2) 시간대 분석

전국민의 시간대별 문화 및 여가 시간 이용 현황을 알아보기 위해 교제 및 여가 행동 전체의 행위자 비율을 시간대별로 살펴보면, <표 4> 및 <그림 1>에서 보는 바와 같이, 평일, 토요일, 일요일 모두 오전 5시 이후 서서히 증가하여 오전 9시부터 6시대까지 일정한 수준을 이루다가, 오후 7시 이후 급격히

증가하여 오후 9시경에 최고점을 이루고 급격히 감소하는 패턴을 보이고 있다.

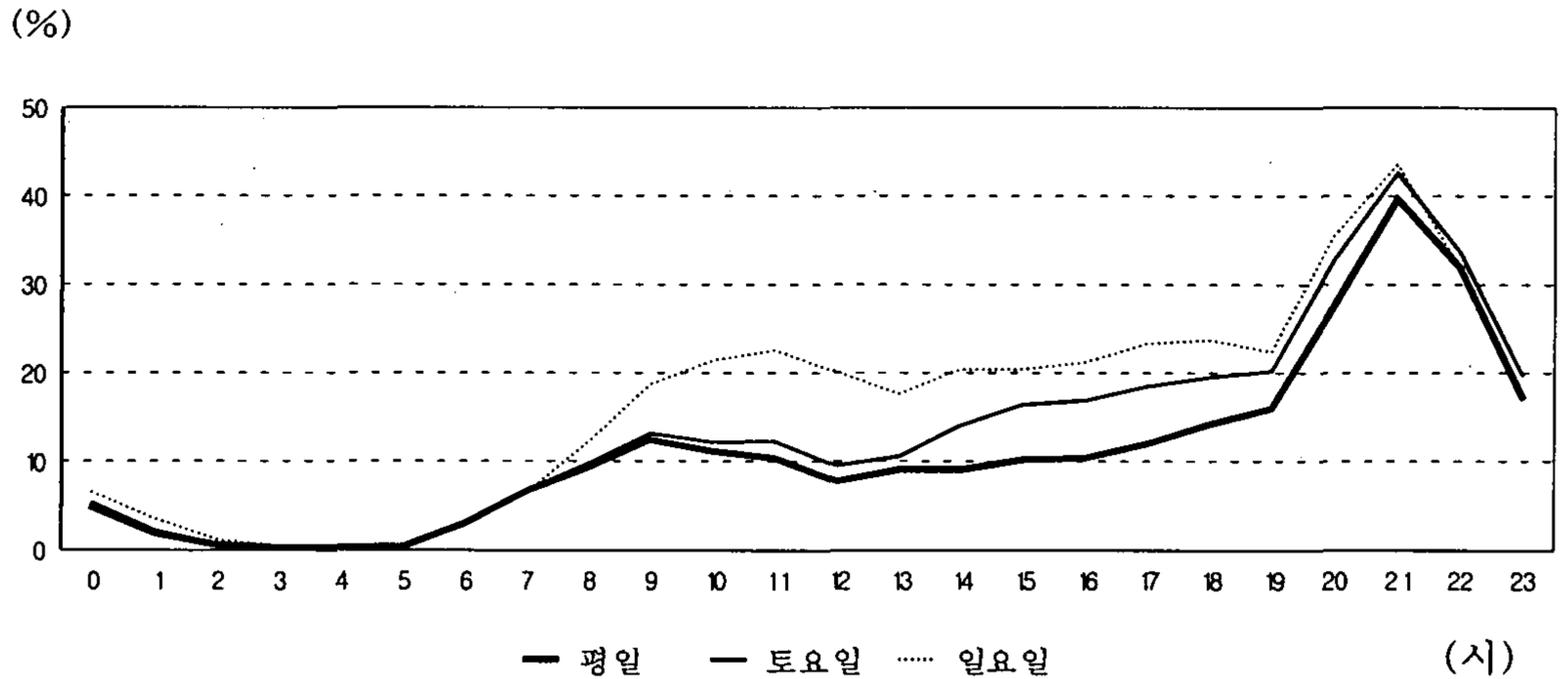
평일 낮시간대 교제 및 여가 행동 비율은 대체로 10%를 상회하는 반면, 일요일은 20%를 상회하는 수준으로 높아진다. 토요일의 경우는 오전 시간은 평일과 비슷하거나 약간 높지만 오후 시간에는 20%에 육박하는 수준까지 높아진다. 한편 저녁 시간대는 9시 최고시점을 전후하여 평일, 토요일, 일요일 모두 거의 비슷한 패턴을 보이고 있다. 이와 같은 밤시간대의 경향은 텔레비전 시청에 기인하는 것으로 분석된다.

<표 4> 시간대별 교제·여가 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	4.8	5.3	6.5
1	1.9	2.2	3.5
2	0.6	0.7	1.2
3	0.3	0.4	0.4
4	0.3	0.2	0.3
5	0.4	0.6	0.5
6	3.0	3.2	2.7
7	6.7	6.8	6.5
8	9.4	9.8	12.2
9	12.5	13.2	18.7
10	11.2	12.2	21.4
11	10.4	12.3	22.6
12	7.8	9.5	20.1
13	9.1	10.6	17.6
14	9.1	14.1	20.4
15	10.2	16.4	20.4
16	10.4	16.9	21.2
17	12.0	18.5	23.3
18	14.2	19.5	23.7
19	16.0	20.2	22.4
20	27.6	32.8	35.5
21	39.7	42.6	43.6
22	31.9	33.7	31.9
23	17.3	19.8	16.8

* 매시 00-10분대의 비율임.



<그림 1> 시간대별 교제·여가 비율의 추이

나. 하위집단

하위집단별로 문화 및 여가 시간 이용 현황을 비교해보기 위해 교제 및 여가 행동의 전체평균시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간을 하위집단별로 살펴 보았다.

(1) 성별

남성이 여성에 비해 전체적으로 교제 및 여가 행동에 더 많은 시간을 활용하고 있다. <표 5>에서 보는 바와 같이, 전체 평균시간의 경우 평일에는 큰 차이가 없으나 토요일, 일요일로 갈수록 그 격차가 확대되어 특히 일요일의 경우는 남성 8시간 30분 대 여성 7시간 17분으로 1시간 13분이나 차이가 난다. 행위자 비율이 높기 때문에 행위자 평균시간, 즉 교제 및 여가 행동을 한 사람만의 평균 행위시간도 전체 평균시간과 유사한 패턴을 나타내고 있다. 행위자 비율에 있어서는 남녀 모두 높은 비율을 유지하며 큰 차이를 보이지 않고 있다.

(2) 연령별

연령별 하위집단의 경우 요일에 따라 교제 및 여가 행동 시간에 큰 차이를 보이고 있다. <표 6>에서 보는 바와 같이, 평일의 경우 학업과 노동에서 다소 자유로운 20대를 예외를 제외할 경우 연령이 많아질수록 교제 및 여가 행동 시간이 더 많아진다. 토요일과 일요일의 경우는 30대와 40대를 중심으로 연령이 적어질수록, 그리고 연령이 많아질수록 교제 및 여가 행동 시간이 더 많아지는 U자형 패턴을 보이고 있다. 특히 일요일 10대의 교제 및 여가 행동 시간은 7시간 45분으로 평일보다 크게 증가하여 다른 연령집단에 비해 월등히 높은 수준을 보이고 있다. 이런 U자 패턴을 볼 때 상대적으로 고연령층은 요일과 무관하게 교제 및 여가 시간에 투입하는 시간이 많은 반면, 저연령층은 요일에 따라 교제 및 여가 시간에 있어 큰 차이가 난다는 것을 알 수 있다. 이는 특히 학업에 기인하는 것으로 분석된다.

(3) 학력별

학력별로는, <표 7>에서 보는 바와 같이, 평일의 경우 초등학교 졸업 이하의 저학력 집단이 상대적으로 많은 시간을 교제 및 여가 행동에 투입하는 반면, 토요일과 일요일은 상대적으로 대학교 졸업 이상의 고학력 집단의 시간량이 늘어난다. 저학력 집단의 비율도 토요일과 일요일에 늘어나기는 하지만, 고학력 집단에 비해서는 그 폭이 적다. 전반적으로 토요일과 일요일의 경우 중간 학력 집단을 중심으로 상대적으로 저학력 집단과 고학력 집단의 시간량이 높은 U자형 패턴을 보이고 있다.

(4) 취업여부별

취업 여부에 따라 교제 및 여가 시간 활용에 있어 큰 차이를 보이고 있다. <표 8>에서 보는 바와 같이, 미취업자가 취업자에 비해 더 많은 시간을 투입하고 있다. 양 집단간의 격차가 제일 큰 요일은 토요일로서 전체평균으로 대

략 2시간 30분 정도 미취업자의 시간량이 많은 것으로 나타나고 있다. 노동시간에 영향을 받지 않은 토요일과 일요일에도 이런 패턴에 차이가 유지되는 것이 특징적인 점이라 할 수 있다.

(5) 시도별

시도별로는 특징적인 차이점이 두드러지게 나타나고 있지는 않지만, <표 9>에서 보는 바와 같이, 부산, 대구, 광주 등 대도시 지역이나 지역적 특수성이 있는 제주지역이 상대적으로 교제 및 여가 시간이 많고, 읍면 지역을 많이 포함하고 있는 충남, 전남 등이 상대적으로 시간량이 적은 것으로 나타나고 있다.

<표 5> 성별 교제·여가 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	5:47	99.5	5:49	6:50	99.7	6:51	8:30	99.8	8:31
여성	5:40	99.3	5:42	6:26	99.5	6:28	7:17	99.6	7:19

<표 6> 연령별 교제·여가 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	3:30	98.8	3:32	5:35	99.5	5:36	7:45	99.8	7:46
20대	4:29	98.9	4:32	5:28	99.3	5:30	6:44	99.6	6:46
30대	3:52	98.6	3:56	4:26	98.6	4:30	5:33	99.4	5:35
40대	4:10	98.2	4:14	4:34	98.4	4:39	5:43	98.6	5:48
50대	4:45	98.7	4:49	5:02	98.6	5:06	6:11	98.8	6:16
60대	6:28	99.0	6:32	6:34	98.9	6:38	7:07	99.0	7:11

<표 7> 학력별 교제·여가 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	5:18	98.4	5:24	5:25	98.5	5:30	6:07	98.9	6:11
중학교졸업	4:29	98.5	4:33	4:45	98.0	4:51	5:42	98.5	5:48
고등학교졸업	4:28	98.6	4:32	4:50	99.0	4:53	5:57	99.2	5:59
대학교졸업이상	4:28	98.9	4:31	5:36	99.2	5:39	6:58	99.7	7:00

<표 8> 취업여부별 교제·여가 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	5:32	99.6	6:51	6:37	99.5	7:11	7:35	99.5	7:26
취업자	3:30	98.2	3:34	4:04	98.4	4:07	5:35	98.9	5:38

<표 9> 시도별 교제·여가 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	4:20	98.1	4:25	5:17	98.8	5:21	6:41	99.4	6:43
부산	4:35	99.0	4:38	5:14	99.4	5:16	6:28	99.8	6:29
대구	4:42	98.9	4:45	5:17	99.2	5:19	6:40	99.5	6:42
인천	4:18	98.0	4:24	5:11	98.5	5:16	6:20	99.1	6:23
광주	4:27	98.4	4:31	5:35	99.1	5:38	6:55	99.5	6:57
대전	4:31	98.4	4:35	5:23	98.5	5:28	6:39	98.8	6:44
울산	4:11	99.3	4:13	5:08	99.0	5:11	6:23	99.2	6:26
경기	4:16	98.8	4:19	5:13	98.8	5:17	6:31	99.1	6:34
강원	4:34	98.7	4:37	5:12	98.9	5:15	6:09	98.3	6:16
충북	4:27	98.5	4:31	5:12	98.2	5:18	6:12	98.9	6:16
충남	4:18	98.8	4:21	4:43	98.8	4:46	6:03	98.8	6:07
전북	4:33	99.3	4:35	5:08	99.7	5:09	6:30	99.7	6:31
전남	4:30	99.0	4:32	5:09	99.1	5:12	6:09	98.9	6:13
경북	4:29	99.0	4:31	4:55	98.7	4:59	6:11	99.6	6:13
경남	4:32	99.0	4:35	5:15	99.1	5:17	6:16	99.2	6:19
제주	4:43	99.1	4:46	5:43	98.8	5:47	6:42	99.2	6:45

2. 교제 활동

가. 전국민

(1) 시간량

교제 및 여가 활동 시간 중에서 대중매체 이용에 이어 두 번째로 높은 비중을 차지하고 있는 교제 활동의 경우, 전체 평균시간이 평일 1시간 8분, 토요일 1시간 18분, 일요일 1시간 27분으로 나타나 평일에 비해 토요일, 일요일로 갈수록 더 늘어남을 알 수 있다. 행위자 비율은 토요일이 가장 높아 77.3%이며, 그 다음으로 평일, 일요일 순이다. 그리고 교제를 하는 사람만을 대상으로 산출된 행위자 평균시간은 평일이 1시간 29분이고 토요일과 일요일로 갈수록 조금 늘어나 각각 1시간 41분, 1시간 56분인 것으로 나타났다.

전체적으로 보면, 교제 활동은 평일이나 일요일보다 토요일에 많이 이루어지고 있고, 교제를 하는데 투입하는 시간은 평일보다는 일요일이나 토요일이 더 많음을 알 수 있다.

<표 10> 교제시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	1:08	1:18	1:27
행위자 비율	75.9	77.3	75.5
행위자 평균시간	1:29	1:41	1:56

(2) 시간대

시간대별로 교제 활동 비율을 보면, 하루 3개 시점에서 높은 비율을 보이고 있다. <표 11> 및 <그림 2>에서 보는 바와 같이, 오전에는 11시를 전후한 시점, 오후에는 3시를 전후한 시점, 저녁에는 8시-9시 시점이 다른 시간에 비해

상대적으로 높는데, 이 중에서 가장 높은 비율을 보이는 시간대는 오후 3시경이다.

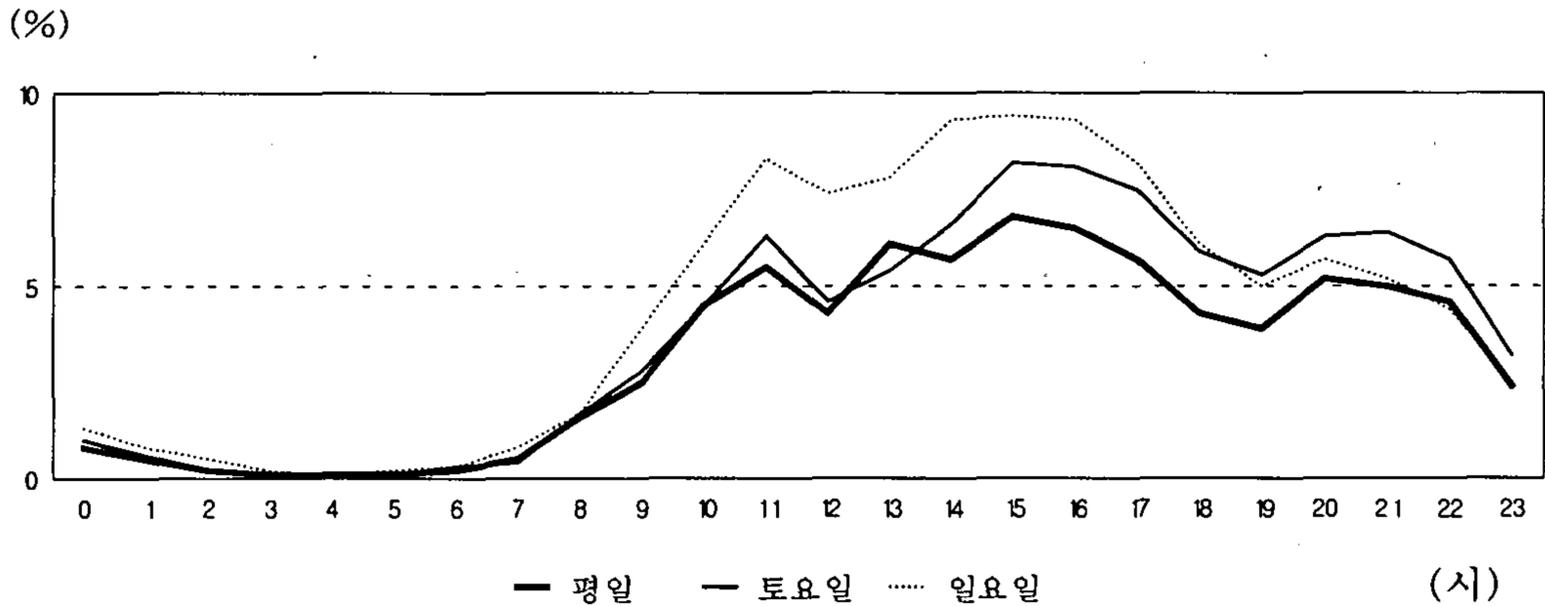
평일의 경우 오후 3시경이 6.8%로 가장 높고, 그 다음으로 오전 11시대가 5.5%, 저녁 8시대가 5.2%를 나타내고 있다. 토요일의 경우, 오전이나 저녁시간대에 비해 오후 시간대가 월등히 높아 오후 3시대를 전후하여 8%를 상회하고 있다. 일요일도 오후 시간대가 다른 시간대에 비해 월등히 높는데, 오후 2시대-4시대 9%를 상회하고 있다.

<표 11> 시간대별 교제 활동 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	0.8	1.0	1.3
1	0.5	0.6	0.8
2	0.2	0.2	0.5
3	0.1	0.1	0.2
4	0.1	0.0	0.1
5	0.1	0.1	0.2
6	0.2	0.3	0.3
7	0.5	0.4	0.8
8	1.6	1.7	1.7
9	2.5	2.8	3.9
10	4.5	4.5	6.1
11	5.5	6.3	8.3
12	4.3	4.6	7.4
13	6.1	5.4	7.8
14	5.7	6.6	9.3
15	6.8	8.2	9.4
16	6.5	8.1	9.3
17	5.7	7.5	8.2
18	4.3	5.9	6.1
19	3.9	5.3	5.0
20	5.2	6.3	5.7
21	5.0	6.4	5.2
22	4.6	5.7	4.4
23	2.4	3.2	2.5

* 매시 00-10분대의 비율임.



<그림 2> 시간대별 교제 활동 비율의 추이

나. 하위집단

(1) 성별

성별로 보면 여성이 남성보다 교제 활동에 더 많은 시간을 사용하고 있고, 행위자 비율에 있어서도 더 높다. <표 12>에서 보는 바와 같이, 평일의 경우 전체 평균 시간은 남성이 38분이고 여성이 1시간 13분이며 이와 같은 패턴은 토요일과 일요일도 마찬가지이다. 행위자 평균 시간의 경우, 여전히 남성보다 여성이 많지만 그 격차는 상대적으로 전체평균보다 작다.

행위자 비율은 평일이나 토요일의 경우는 여성이 남성보다 약 4-5% 정도 높지만, 일요일의 경우는 그 격차가 더 늘어나 14%에 이른다. 즉 상대적으로 남성은 일요일보다는 평일이나 토요일에 교제하는 비율이 높은 반면, 여성은 상대적으로 모든 요일에 일정한 교제 활동 비율을 보이고 있어 요일별 편차가 상대적으로 적은 편이다.

(2) 연령별

연령별로 보면, <표 13>에서 보는 바와 같이, 요일별로 연령집단간에 차이가 있다. 전체 평균만을 놓고 보면, 평일의 경우 다른 연령집단에 비해 10대는

적고 60대 이상은 많은 반면, 그 사이의 연령층은 거의 비슷하여 중간 수준을 보이고 있다. 토요일은 전 연령집단에서 그 평균시간이 늘어나는데 특히 20대의 증가폭이 두드러진다. 일요일은 10대만이 47분으로 가장 적은 반면, 나머지 연령층은 1시간 10분 내외의 시간량을 보이고 있어 연령별로 큰 차이가 없다. 상대적으로 10대와 60대 이상의 연령집단이 다른 중간 연령 집단에 비해 상대적으로 요일간 편차가 적은 편이다. 행위자 비율의 경우 상대적으로 10대와 20대가 다른 연령집단에 비해 높은 편이다.

(3) 학력별

학력별로 보면, <표 14>에서 보는 바와 같이, 연령집단간에 큰 차이는 나타나고 있지 않다. 전체 평균시간을 보면, 토요일 대졸 이상 고학력 집단의 비율이 다른 요일에 비해 높은 것을 제외할 때, 전반적으로 학력이 낮을수록 교제 시간이 더 많다. 그러나 행위자 비율의 경우는 상대적으로 학력이 높을수록 그 비율이 높아짐을 알 수 있다. 전반적으로 학력이 높을수록 교제활동을 하는 사람의 비율이 높아지나 그 시간에 투입하는 시간은 상대적으로 적음을 알 수 있다.

(4) 취업여부별

취업여부에 따라 특히 시간량과 행위자 비율에서 차이가 나는데, <표 15>에서 보는 바와 같이, 특히 평일과 토요일의 경우, 미취업자가 취업자에 비해 상대적으로 더 많은 시간을 교제 활동에 사용하고 있고 교제 활동을 하는 비율도 더 높다.

그러나 일요일의 경우는 전체 평균시간에 있어 양 집단간에 차이가 없고 행위자 비율에 있어서도 그 격차가 상대적으로 적다.

(5) 시도별

시도별로 보면, <표 16>에서 보는 바와 같이, 제주, 전남, 경남 지역이 다른

II. 문화 및 여가 시간에 대한 전반적 특성 분석

지역에 비해 상대적으로 교제 활동에 투입하는 시간이 더 많다. 행위자 비율에 있어서는 광주, 전북, 전남, 제주 등의 비율이 더 높은 편이다. 강원, 충북, 충남 등은 다른 지역에 비해 행위자 비율이 낮다. 한편 대도시 지역은 시간량이나 행위자 비율 등에서 중간 정도의 수준을 보이고 있다.

<표 12> 성별 교제 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	38	74.7	51	45	74.3	1:00	47	62.5	1:15
여성	1:13	78.5	1:33	1:22	79.2	1:44	1:23	76.6	1:49

<표 13> 연령별 교제 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	38	74.7	51	45	74.3	1:00	47	62.5	1:15
20대	49	69.9	1:11	1:02	74.1	1:23	1:12	74.6	1:36
30대	48	66.1	1:12	55	68.6	1:19	1:03	66.8	1:35
40대	47	63.7	1:14	55	64.9	1:25	1:06	66.0	1:39
50대	53	62.1	1:25	59	63.8	1:32	1:15	67.1	1:52
60대	1:07	63.3	1:46	1:14	65.4	1:53	1:19	66.6	2:00

<표 14> 학력별 교제 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	59	60.7	1:37	1:06	63.8	1:43	1:15	66.0	1:54
중학교졸업	51	63.4	1:21	57	64.4	1:29	1:12	68.2	1:46
고등학교졸업	51	67.0	1:15	55	68.7	1:21	1:05	68.4	1:35
대학교졸업이상	46	67.4	1:08	1:03	71.5	1:28	1:09	69.8	1:39

<표 15> 취업여부별 교제 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	1:00	73.8	1:40	1:07	75.0	1:46	1:05	71.8	1:47
취업자	41	60.9	1:07	50	63.8	1:18	1:06	66.6	1:40

<표 16> 시도별 교제 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	0:48	63.6	1:15	0:58	66.9	1:27	1:04	66.3	1:37
부산	0:49	68.6	1:11	0:51	69.3	1:13	1:05	69.9	1:33
대구	0:49	68.2	1:12	0:54	69.7	1:17	1:05	66.0	1:39
인천	0:42	61.4	1:08	0:50	65.1	1:17	0:56	63.0	1:29
광주	0:55	74.0	1:15	0:58	73.1	1:20	1:06	72.4	1:31
대전	0:50	66.6	1:15	1:02	71.3	1:28	1:06	66.5	1:39
울산	0:49	70.8	1:09	0:58	70.8	1:22	1:07	68.3	1:38
경기	0:47	69.1	1:09	0:57	70.9	1:21	1:03	66.6	1:35
강원	0:47	60.7	1:17	0:52	60.0	1:27	1:06	63.2	1:45
충북	0:46	60.5	1:16	0:55	63.1	1:28	1:09	63.9	1:48
충남	0:49	64.7	1:16	0:54	61.3	1:28	1:01	62.3	1:39
전북	0:52	74.0	1:11	0:57	73.1	1:18	1:05	73.4	1:29
전남	0:56	69.9	1:20	1:08	75.3	1:30	1:14	72.1	1:42
경북	0:53	65.9	1:21	1:00	65.9	1:31	1:13	68.4	1:46
경남	0:57	72.9	1:18	1:05	75.0	1:27	1:10	68.7	1:42
제주	0:57	73.5	1:18	1:09	74.3	1:33	1:40	75.1	2:14

3. 대중매체 이용

가. 전국민

(1) 시간량

대중매체 이용은 교제 및 여가 활동 시간 중에서 가장 높은 비중을 차지하고 있다. <표 17>에서 보는 바와 같이, 전체 평균 시간의 경우, 평일이 3시간 3분, 토요일이 3시간 36분, 그리고 일요일이 4시간 16분이다. 이와 같이 토요일과 일요일로 갈수록 시간량이 크게 늘어나는 것은 행위자 평균시간의 경우도 마찬가지이다.

행위자 비율도 평일 94.1%, 토요일 94.7%, 그리고 일요일 96.3%로서 5% 미만을 제외한 거의 모든 국민들이 대중매체를 매일 이용하고 있음을 알 수 있다. 이와 같은 비율은 수면, 식사 등과 같은 생활 필수 행동 다음으로 높은 것이다. 이런 대중매체 이용 중에서 가장 높은 비중을 보이는 것은 텔레비전 시청인데, 이는 뒤에서 자세히 설명한다.

<표 17> 대중매체 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	3:06	3:36	4:16
행위자 비율	94.1	94.6	96.3
행위자 평균시간	3:17	3:48	4:26

(2) 시간대

대중매체의 이용 비율은 시간대별로 뚜렷한 패턴을 보이는데, <표 18> 및 <그림 3>에서 보는 바와 같이, 오후 9시를 전후한 시점에 최고 비율을 보이고 있다. 이런 경향은 평일, 토요일, 일요일 모두 마찬가지인데, 30%를 상회하

여 특히 일요일의 경우 38.4%를 기록하고 있다. 이런 경향도 주로 텔레비전 시청에 기인하는 것이다.

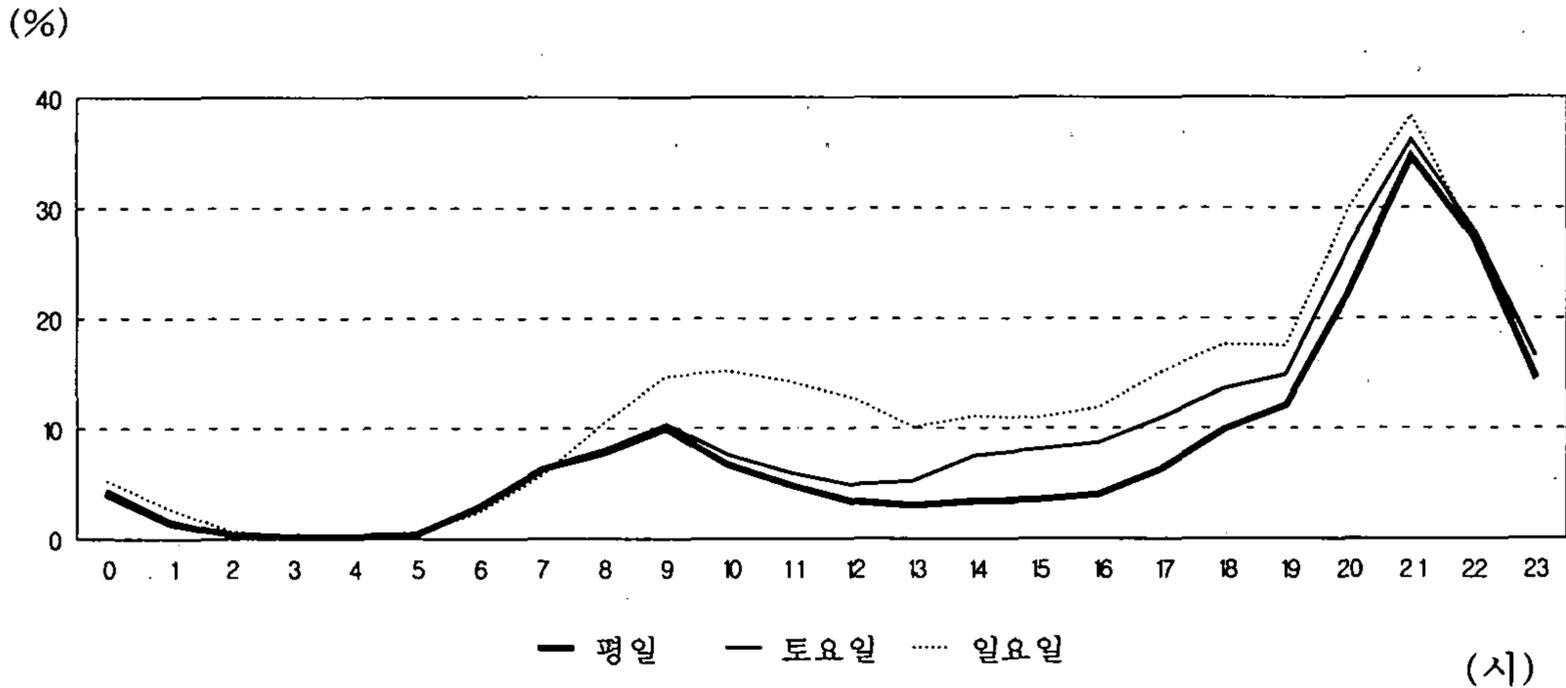
오전 시간대의 경우는 9시대와 10시대가 하루 중 두 번째로 높은 비율을 보이는데, 평일은 10% 정도이고 일요일은 이보다 높아 15%를 상회한다. 오후 시간대는 평일의 경우 방송을 하지 않아 낮지만, 토요일과 일요일은 10% 내외를 기록하며 계속 상승하여 밤 9시까지 그 비율이 늘어난다.

<표 18> 시간대별 대중 매체 이용 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	4.0	4.4	5.2
1	1.4	1.7	2.7
2	0.4	0.4	0.7
3	0.2	0.2	0.3
4	0.2	0.2	0.1
5	0.4	0.5	0.4
6	2.9	3.0	2.4
7	6.3	6.4	5.7
8	7.8	8.1	10.5
9	10.0	10.4	14.7
10	6.7	7.6	15.2
11	4.9	6.0	14.3
12	3.4	4.9	12.8
13	3.0	5.2	10.1
14	3.4	7.5	11.1
15	3.5	8.1	10.9
16	4.0	8.7	11.9
17	6.3	11.0	15.1
18	9.9	13.6	17.6
19	12.1	14.9	17.5
20	22.4	26.5	29.9
21	34.7	36.2	38.4
22	27.3	28.1	27.4
23	14.8	16.6	14.3

* 매시 00-10분대의 비율임.



<그림 3> 시간대별 대중 매체 이용 비율의 추이.

나. 하위집단

(1) 성별

대중매체 이용 현황을 성별로 비교해보면, <표 19>에서 보는 바와 같이, 평일과 토요일은 여성이 남성보다 조금 많거나 높기는 하지만, 전체 평균시간이나 행위자 비율에 있어 성별 차이가 거의 없다. 그러나 일요일의 경우는 전체 평균시간에서 남성이 4시간 26분으로 여성 4시간 7분에 비해 다소 많다.

(2) 연령별

연령별로는 상대적으로 연령이 많아질수록 대중매체 이용 시간이 많아지고 비율도 높아진다. <표 20>에서 보는 바와 같이, 전체 평균시간을 보면, 평일의 경우 10대가 1시간 35분인 반면, 60대 이상은 3시간 16분으로 큰 차이가 난다. 토요일의 경우는 상대적으로 연령집단간에 차이가 줄어들고 있고, 특히 10대의 시간량이 대폭 늘어난다. 일요일은 10대와 20대 등 저연령층의 이용시

간이 늘어나, 특히 10대의 경우 3시간 59분으로 다른 연령층에 비해 가장 높다. 일요일의 시간량 패턴은 중간 연령층을 중심으로 U자형 패턴을 보이고 있다. 이와 같은 요일별 경향은 행위자 비율에서도 유사하게 나타나고 있다.

(3) 학력별

학력별로 보면, <표 21>에서 보는 바와 같이, 평일은 학력이 낮아질수록 대중매체 이용시간이 늘어나고 있고, 토요일은 집단간에 큰 차이가 없다. 그러나 일요일의 경우는 대졸 이상의 고학력 집단의 시간량이 늘어나 초등학교 졸업 이하의 저학력 집단과 거의 비슷한 수준을 보이고 있다. 행위자 비율의 경우도 이와 유사하다.

(4) 취업여부별

취업여부별로 보면, <표 22>에서 보는 바와 같이, 미취업자가 취업자에 비해 훨씬 더 많은 시간을 대중매체 이용에 투입하고 있다. 이런 패턴은 행위자 비율이나 행위자 평균시간의 경우도 마찬가지이다. 특히 토요일과 일요일의 경우는 평균 시간에서 1시간 이상 차이가 난다.

(5) 시도별

시도별로 대중매체 이용시간을 비교해 보면, <표 23>에서 보는 바와 같이, 제주, 강원, 충북, 대구 등이 다른 지역에 비해 평균시간이 더 많은 것으로 나타났다. 상대적으로 일요일에는 대도시 지역의 시간량이 상대적으로 더 많다. 행위자 비율에 있어서는 대체로 대도시 지역이 다른 지역에 비해 상대적으로 낮은 편이다.

<표 19> 성별 대중매체 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	3:02	94.0	3:14	3:32	94.9	3:43	4:26	96.4	4:36
여성	3:09	94.3	3:21	3:41	95.0	3:52	4:07	96.2	4:16

<표 20> 연령별 대중매체 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	1:35	82	1:55	2:45	90.9	3:02	3:59	96.1	4:09
20대	2:01	85.8	2:21	2:30	87.7	2:51	3:16	92.0	3:33
30대	1:57	87.9	2:13	2:17	88.9	2:34	2:56	91.1	3:13
40대	2:07	89.6	2:22	2:20	88.5	2:38	2:47	90.0	3:06
50대	2:30	92.0	2:43	2:37	90.9	2:53	3:11	91.1	3:30
60대	3:16	93.7	3:29	3:21	92.9	3:36	3:35	93.3	3:51

<표 21> 학력별 대중매체 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	2:45	91.4	3:01	2:49	89.9	3:08	3:10	92.1	3:26
중학교졸업	2:24	90.3	2:39	2:34	89.2	2:52	2:51	89.3	3:11
고등학교졸업	2:15	89.3	2:31	2:26	89.2	2:44	3:05	91.0	3:24
대학교졸업이상	1:58	88.2	2:14	2:33	90.4	2:50	3:16	92.8	3:31

<표 22> 취업여부별 대중매체 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	2:38	94.4	3:30	3:18	95.0	3:45	3:52	94.2	3:58
취업자	1:47	86.8	2:03	2:02	86.6	2:21	2:48	90.0	3:07

<표 23> 시도별 대중매체 이용 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	2:08	86.8	2:28	2:36	88.0	2:57	3:21	91.6	3:39
부산	2:14	88.6	2:32	2:36	90.5	2:53	3:14	91.9	3:31
대구	2:18	89.0	2:35	2:39	89.5	2:58	3:29	93.8	3.43
인천	2:12	86.3	2:33	2:42	89.4	3:01	3:14	91.6	3:32
광주	2:02	86.2	2:21	2:40	89.1	2:59	3:26	93.2	3:41
대전	2:10	86.6	2:30	2:36	89.5	2:54	3:19	91.7	3:37
울산	2:03	89.1	2:18	2:32	91.0	2:47	3:13	91.8	3:31
경기	2:03	87.2	2:21	2:37	89.0	2:57	3:20	92.2	3:37
강원	2:19	88.3	2:37	2:43	89.3	3:02	3:07	90.9	3:26
충북	2:18	88.6	2:36	2:39	90.4	2:56	3:07	93.4	3:21
충남	2:08	89.2	2:23	2:23	91.2	2:37	3:02	91.2	3:20
전북	2:10	89.8	2:25	2:33	92.2	2:45	3:12	93.4	3:26
전남	2:11	90.6	2:25	2:36	92.7	2:49	2:57	91.5	3:13
경북	2:14	89.4	2:30	2:26	91.1	2:40	3:04	93.0	3:18
경남	2:14	89.6	2:30	2:35	91.5	2:50	3:23	93.9	3:37
제주	2:23	90.2	2:38	3:07	92.5	3:22	3:22	92.4	3:39

4. TV 시청

가. 전국민

(1) 시간량

10세 이상 우리 국민은, 아래 <표 24>에서 보는 바와 같이, 평균적으로 평일에는 2시간 22분, 토요일에는 2시간 52분, 그리고 일요일에는 3시간 33분 텔레비전을 시청하는 것으로 나타났다. 이 시간량은 단일 행동 항목으로는 수면, 일에 이어 가장 많은 시간을 투입하는 행동이다. 텔레비전을 보는 사람의 비율, 즉 행위자 비율은 평일 89.7%, 토요일 91.9%, 그리고 일요일 94.3%로 수면, 식사에 이어 가장 높은 비율이다. 즉 평일에는 10%를 제외한 전체 국민이, 그리고 일요일에는 5% 정도를 제외한 전체 국민이 텔레비전을 시청하고 있는 셈이다. 한편 행위자만의 평균시간을 보면 평일이 2시간 39분, 토요일이 3시간 7분, 일요일이 3시간 46분이다. 텔레비전이 차지하는 비중이 다른 여가 행동에 비해 월등히 높다는 점에서 여가를 텔레비전이 지배하고 있다고 해도 과언이 아니다.

<표 24> TV 시청 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	2:22	2:52	3:33
행위자 비율	89.7	91.9	94.3
행위자 평균시간	2:39	3:07	3:46

(2) 시간대

시간대별 텔레비전 이용 비율, 즉 시청률의 추이를 살펴보면, <표 25> 및 <그림 4>에서 보는 바와 같이, 오후 9시를 최고 시점으로 하여 대략 7시부터 11시경까지 높은 비율을 보이고 있다. 이와 같은 경향은 평일, 토요일, 일요일

모두 마찬가지로이다. 9시의 시청률은 34%-37% 수준이다.

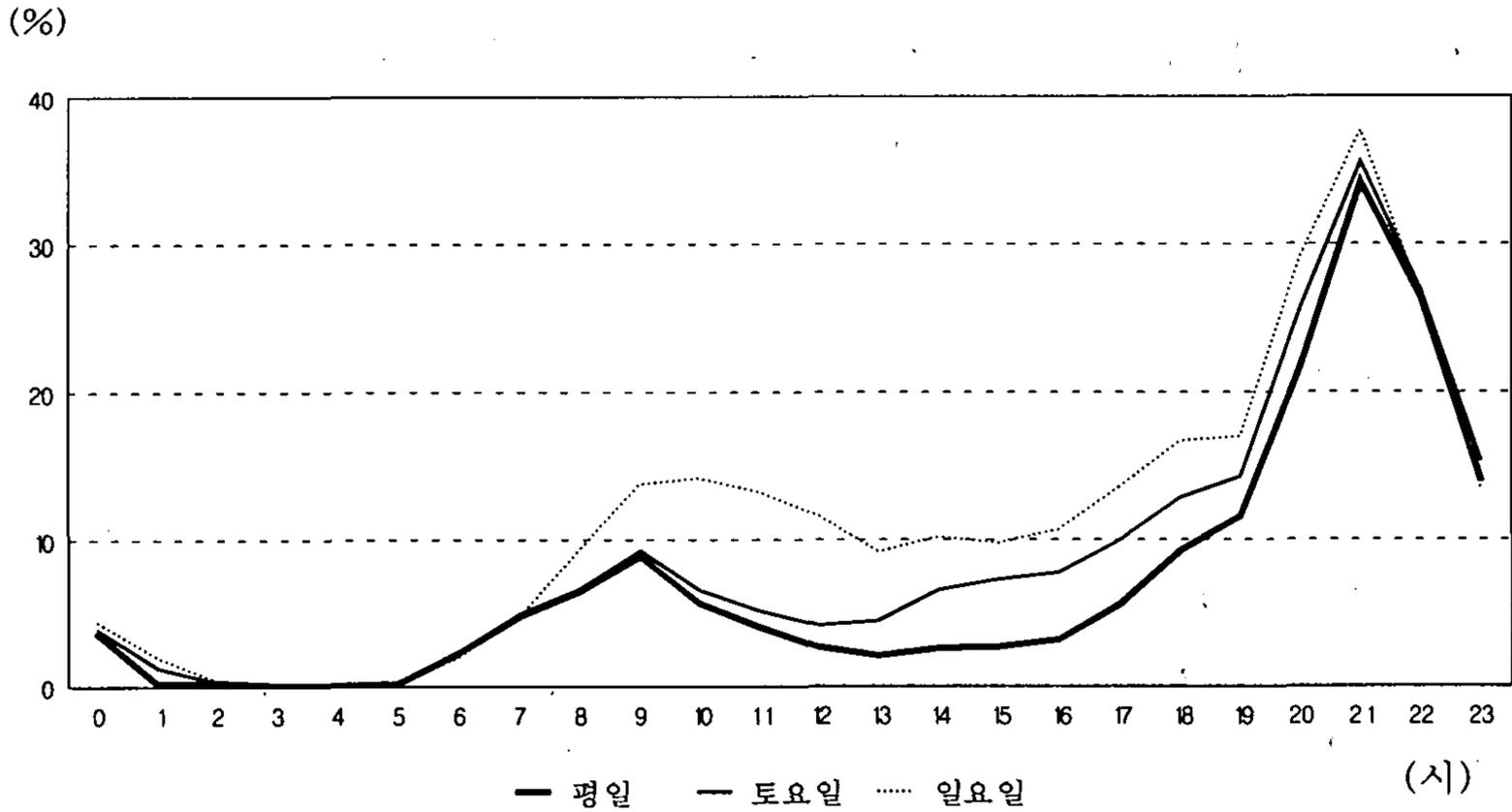
오전시간대의 경우 평일은 9시 전후 시점에, 그리고 일요일에는 8시-10시 시간대에 높은 비율을 보이며 두 번째 최고점을 나타내고 있다. 일요일은 평일에 비해 상대적으로 오전 시청률이 높다. 오후 시간대의 경우는, 지상파 방송을 하지 않는 평일은 낮지만, 토요일과 일요일은 10% 내외의 시청률을 보이고 있다.

<표 25> 시간대별 TV 시청 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	3.6	3.9	4.4
1	0.2	1.3	2.0
2	0.3	0.3	0.4
3	0.1	0.1	0.1
4	0.1	0.1	0.1
5	0.2	0.3	0.2
6	2.3	2.4	2.0
7	4.8	5.0	4.8
8	6.5	6.7	9.4
9	8.9	9.3	13.8
10	5.7	6.6	14.2
11	4.1	5.2	13.3
12	2.7	4.2	11.7
13	2.1	4.5	9.2
14	2.6	6.6	10.2
15	2.7	7.3	9.8
16	3.2	7.8	10.7
17	5.6	10.0	13.6
18	9.3	12.9	16.7
19	11.6	14.3	17.0
20	21.7	25.7	29.2
21	34.2	35.6	37.7
22	26.4	26.9	26.5
23	14.1	15.4	13.6

* 매시 00-10분대의 비율임.



<그림 4> 시간대별 TV 시청 비율의 추이

나. 하위집단

(1) 성별

성별로 텔레비전 시청 패턴을 비교해 보면, <표 26>에서 보는 바와 같이, 시청시간의 경우 평일과 토요일은 여성이 남성보다 더 많은 반면, 일요일은 남성과 여성 사이의 차이가 거의 없다. 이와 같은 경향은 행위자 비율에 있어서도 마찬가지이다.

(2) 연령별

연령별로 비교해 보면, <표 27>에서 보는 바와 같이, 연령집단 사이에 일정한 패턴을 보이고 있다. 먼저 시간량을 비교해 보면, 평일의 경우는 연령이 많

을수록 시청시간이 많아지는 반면, 토요일과 일요일의 경우는 30대와 40대를 중심으로 연령이 적어지거나 많아질수록 시간량이 더 커지고 있다. 이와 같은 경향은 행위자 비율에서도 마찬가지이다.

(3) 학력별

학력별로 보면, <표 28>에서 보는 바와 같이, 학력이 낮을수록 시청 시간이 더 많고 행위자 비율도 높은 것으로 나타났다. 평일의 경우 초등학교 졸업 이하의 저학력 집단의 시청시간이 2시간 38분인 반면, 대졸 이상의 고학력 집단의 시청시간은 1시간 29분으로 1시간 이상 차이가 난다.

(4) 취업여부별

취업여부에 따라 텔레비전 시청패턴에서 차이가 나고 있는데, <표 29>에서 보는 바와 같이, 미취업자가 취업자에 비해 시청시간도 더 많고 행위자 비율도 더 높은 것으로 나타났다. 이와 같은 경향은 모든 요일에서 일관되게 나타나고 있다.

(5) 시도별

시도별로 비교해 보면, <표 30>에서 보는 바와 같이, 대도시 지역이 기타 지역에 비해 상대적으로 시청시간도 적고 행위자 비율도 낮은 것으로 나타났다. 평일 시청시간을 보면 서울, 울산, 광주, 울산 등이 적은 편이고 제주, 경북, 충북, 강원 등이 많은 편이다.

<표 26> 성별 TV 시청 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	2:14	88.6	2:32	2:42	90.6	2:58	3:36	94.0	3:50
여성	2:30	90.8	2:46	3:02	93.1	3:16	3:30	94.7	3:42

<표 27> 연령별 TV 시청 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	1:20	76.3	1:45	2:26	87.5	2:47	3:33	94.5	3:45
20대	1:35	78.7	2:01	2:01	82.6	2:26	2:41	88.7	3:02
30대	1:38	82.4	2:00	1:57	84.1	2:19	2:37	88.6	2:57
40대	1:49	85.1	2:09	2:02	85.1	2:23	2:33	88.2	2:54
50대	2:16	90.3	2:30	2:24	89.0	2:41	2:58	89.9	3:18
60대	3:02	92.9	3:16	3:09	92.2	3:25	3:24	92.9	3:40

<표 28> 학력별 TV 시청 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	2:38	90.6	2:54	2:43	89.5	3:02	3:04	91.7	3:21
중학교졸업	2:11	88.2	2:28	2:21	87.4	2:42	2:40	88.2	3:01
고등학교졸업	1:54	85.0	2:14	2:07	85.5	2:28	2:45	88.9	3:05
대학교졸업이상	1:29	79.4	1:52	2:00	83.7	2:23	2:43	89.2	3:03

<표 29> 취업여부별 TV 시청 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	2:17	91.7	3:09	2:55	92.7	3:24	3:28	92.6	3:38
취업자	1:31	81.7	1:52	1:46	82.6	2:09	2:30	87.9	2:51

<표 30> 시도별 TV 시청 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	1:46	80.6	2:12	2:13	83.4	2:40	2:55	89.4	3:16
부산	1:54	84.5	2:15	2:14	86.9	2:35	2:52	89.8	3:11
대구	2:00	84.6	2:22	2:20	86.8	2:41	3:09	92.1	3:26
인천	1:56	82.0	2:21	2:24	86.5	2:46	2:56	89.8	3:16
광주	1:43	80.4	2:08	2:16	84.7	2:41	3:05	90.9	3:24
대전	1:51	81.7	2:16	2:15	85.9	2:38	3:01	90.9	3:19
울산	1:44	84.0	2:03	2:10	86.9	2:29	2:51	90.0	3:10
경기	1:46	81.9	2:09	2:17	85.4	2:40	2:59	90.0	3:19
강원	2:03	85.1	2:25	2:27	87.0	2:49	2:52	89.4	3:12
충북	2:04	85.2	2:25	2:22	87.1	2:42	2:52	91.5	3:08
충남	1:55	86.2	2:13	2:09	88.2	2:26	2:44	90.0	3:03
전북	1:55	86.4	2:13	2:15	89.8	2:31	2:53	92.0	3:08
전남	1:55	88.1	2:11	2:21	90.1	2:37	2:40	89.9	2:58
경북	2:00	87.0	2:18	2:13	89.0	2:30	2:49	91.1	3:06
경남	1:58	85.8	2:18	2:22	89.3	2:39	3:06	92.2	3:22
제주	2:05	86.2	2:26	2:48	89.8	3:07	3:03	90.8	3:22

5. 신문 이용

가. 전국민

(1) 시간량

10세 이상 우리 국민은 평일과 토요일에는 9분, 일요일에는 7분 신문을 읽고 있다. 신문을 읽는 행위자 비율은 평일이 24.3%이고 토요일은 그것과 비슷한 24.5%이며 일요일은 17.5%이다. 한편 신문을 읽는 사람들만을 대상으로 한 행위자 평균시간을 보면, 요일별로 큰 차이가 없이, 평일이 38분, 토요일이 37분, 그리고 일요일이 39분으로 나타났다.

<표 31> 신문 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	09	09	09
행위자 비율	24.3	24.5	17.5
행위자 평균시간	38	37	39

(2) 시간대

시간대별로 신문 읽는 비율을 살펴보면, <표 32> 및 <그림 5>에서 보는 바와 같이, 특정 시간대에 집중되어 있는데, 가장 신문을 많이 보는 시간은 오전 시간대로서, 평일과 토요일은 7시대와 8시대 1.3-1.5%이고, 토요일은 8시대 1.1% 수준이다. 그리고 그 비율은 그 시간 이후 11시대까지 계속 감소하여 그 이후 밤10시대까지 0.5% 내외 수준을 계속 유지하고 있다.

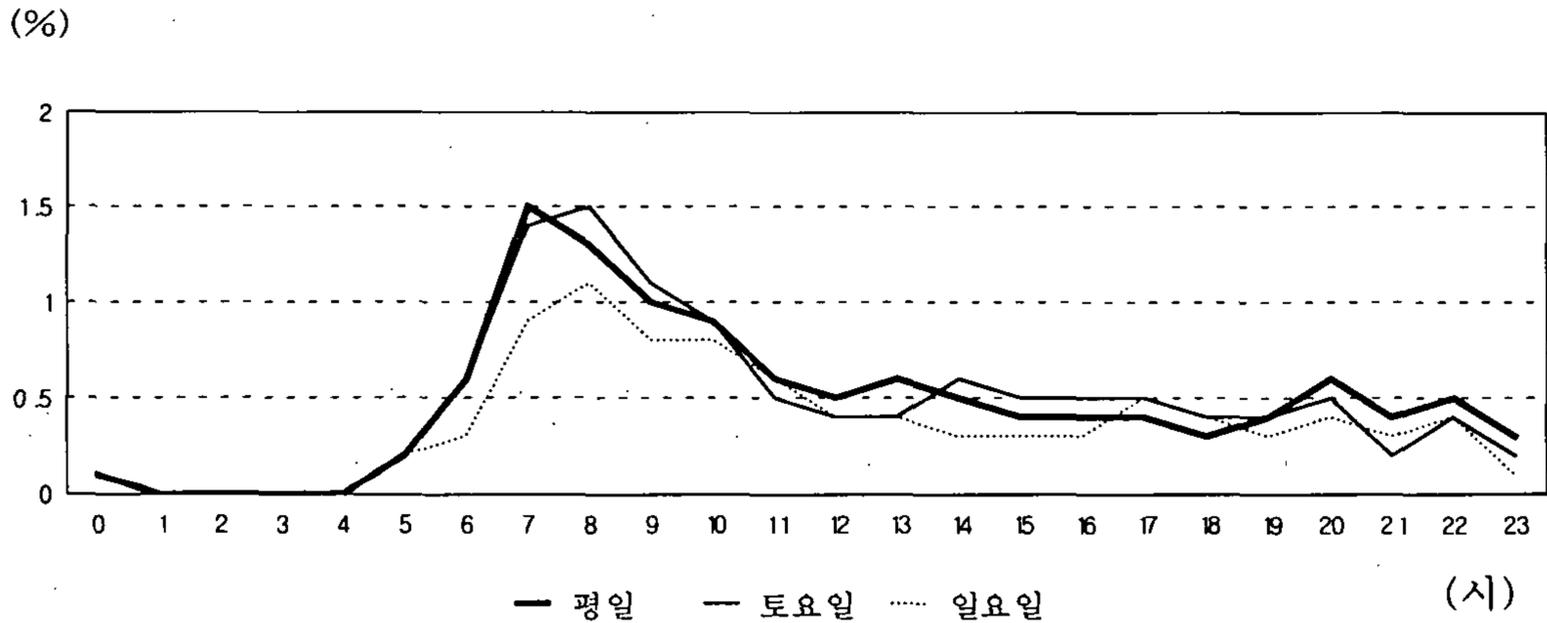
이와 같은 경향은 밤 시간에 집중되어 있는 텔레비전이나 인터넷 이용 패턴과 대조되는 것으로서, 인쇄매체인 신문과 전자매체 사이에 이용 패턴에서 서로 보완적인 관계에 있음을 보여주는 것이다.

<표 32> 시간대별 신문 이용 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	0.1	0.1	0.1
1	0.0	0.0	0.0
2	0.0	0.0	0.0
3	0.0	0.0	0.0
4	0.0	0.0	0.0
5	0.2	0.2	0.2
6	0.6	0.6	0.3
7	1.5	1.4	0.9
8	1.3	1.5	1.1
9	1.0	1.1	0.8
10	0.9	0.9	0.8
11	0.6	0.5	0.6
12	0.5	0.4	0.4
13	0.6	0.4	0.4
14	0.5	0.6	0.3
15	0.4	0.5	0.3
16	0.4	0.5	0.3
17	0.4	0.5	0.5
18	0.3	0.4	0.4
19	0.4	0.4	0.3
20	0.6	0.5	0.4
21	0.4	0.2	0.3
22	0.5	0.4	0.4
23	0.3	0.2	0.1

* 매시 00-10분대의 비율임.



<그림 5> 시간대별 신문 이용 비율의 추이

나. 하위집단

(1) 성별

성별로 신문 이용패턴을 비교해 보면, <표 33>에서 보는 바와 같이, 요일과 상관없이 남성이 여성보다 전체평균시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간 모두에서 더 많은 수치를 보이고 있다. 평일만을 보면, 전체 평균시간에서는 남성이 14분인 반면 여성은 5분이고, 행위자 비율도 남성이 33.6%인 반면 여성은 15.2%에 머물고 있다. 행위자 비율의 격차는 일요일에 더 커져서 남성이 26.4%이고 여성은 3%에 불과하다.

(2) 연령별

연령별로도 집단간에 큰 차이가 있는데, <표 34>에서 보는 바와 같이, 30대, 40대, 50대가 신문을 많이 보는 것으로 나타났다. 평일의 경우 이 연령집단의 전체 평균시간이 10-12분 정도인 반면, 다른 연령집단은 6-8분이고 10대는 1분에 머물고 있다. 이와 같은 경향은 행위자 비율에서도 유사하게 나타나고 있는데, 10대 연령 집단 중 신문을 읽는 비율은 4.9%인 반면, 40대는 31%, 30대는 28.8%에 이르고 있다.

(3) 학력별

학력별로도 뚜렷한 차이를 보이는데, <표 35>에서 보는 바와 같이, 고등학교 졸업 이상의 학력 집단이 중학교 졸업 이하의 저학력 집단에 비해 신문을 많이 읽고 있다. 이런 패턴은 전체 평균시간이나 행위자 비율에서 유사하게 나타나고 있다. 그러나 행위자 평균시간을 보면 학력집단 사이에 큰 차이가 없어 신문을 읽는 사람들만을 보면 이용패턴에서 큰 차이가 없음을 알 수 있다.

(4) 취업여부별

<표 36>에서 보는 바와 같이, 취업자와 미취업자 사이에는 전체 평균시간에서만 취업자가 약간 많은 뿐 행위자 비율이나 행위자 평균에서는 유의미한

차이가 없는 것으로 나타났다. 오히려 행위자 평균에서는 미취업자가 더 많은 시간을 신문 읽는데 소비하는 것으로 나타났다.

(5) 시도별

시도별로 보면, <표 37>에서 보는 바와 같이, 지역별로 커다란 차이는 없지만, 충북, 충남, 강원, 경북 등이 다른 지역에 비해 신문을 덜 읽는 것으로 나타났다. 행위자 비율로 보면, 서울, 울산, 부산, 광주 등 대도시 지역이 다른 지역에 비해 그 비율이 높은 것으로 나타났다.

<표 33> 성별 신문 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	14	33.6	40	13	34.2	39	11	26.4	41
여성	5	15.2	34	5	14.9	33	3	8.6	34

<표 34> 연령별 신문 이용 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	1	4.9	24	2	6.5	26	2	4.9	32
20대	6	18.4	32	6	17.8	34	5	12.6	36
30대	10	28.8	35	9	28.0	33	7	18.4	36
40대	12	31.0	39	12	31.1	37	9	21.8	41
50대	10	24.4	42	10	24.4	42	8	19.9	42
60대	8	14.6	53	7	13.2	51	6	11.8	51

<표 35> 학력별 신문 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	3	7.2	45	3	6.7	40	3	6.1	42
중학교졸업	7	18.8	39	7	18.9	39	6	14.6	39
고등학교졸업	11	27.8	39	10	27.0	37	8	19.2	39
대학교졸업이상	15	40.2	37	15	39.4	37	11	26.6	41

<표 36> 취업여부별 신문 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	6	22.4	43	7	22.4	42	5	14.9	42
취업자	9	24.8	36	8	24.0	35	7	18.0	39

<표 37> 시도별 신문 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	0:10	25.4	0:39	0:10	25.7	0:37	0:08	18.2	0:43
부산	0:09	22.0	0:39	0:08	20.7	0:41	0:06	15.8	0:40
대구	0:08	19.3	0:40	0:07	17.6	0:42	0:06	15.3	0:38
인천	0:07	18.9	0:37	0:06	18.6	0:33	0:05	14.3	0:37
광주	0:08	21.4	0:36	0:09	23.3	0:40	0:06	17.3	0:36
대전	0:07	19.4	0:38	0:07	19.4	0:37	0:06	13.6	0:43
울산	0:09	24.9	0:37	0:09	25.0	0:36	0:06	17.6	0:32
경기	0:07	20.5	0:36	0:08	21.8	0:36	0:05	14.5	0:36
강원	0:06	15.1	0:40	0:07	13.9	0:50	0:05	11.1	0:49
충북	0:06	15.4	0:38	0:06	17.0	0:37	0:05	11.4	0:41
충남	0:05	13.5	0:38	0:05	12.1	0:40	0:04	9.5	0:43
전북	0:07	18.7	0:35	0:07	19.3	0:34	0:06	14.7	0:40
전남	0:07	17.0	0:40	0:05	16.4	0:31	0:05	13.7	0:37
경북	0:05	14.7	0:37	0:06	15.5	0:36	0:04	18.8	0:40
경남	0:07	20.3	0:34	0:06	18.5	0:32	0:05	13.4	0:34
제주	0:07	17.9	0:38	0:07	19.7	0:35	0:07	15.7	0:42

6. 인터넷 이용

가. 전국민

(1) 시간량

10세 이상 우리 국민의 컴퓨터를 통한 정보 이용, 즉 인터넷 이용 현황을 살펴보면, <표 38>에서 보는 바와 같이, 전체 평균시간으로 평일과 토요일에는 3분, 일요일에는 4분 정도 인터넷을 이용하고 있는 것으로 나타났다. 행위자 비율, 즉 인터넷 이용자 비율은 평일이 3.9%, 토요일이 3.7%, 그리고 일요일이 4.1%로 나타났는데, 이때 이용자 비율이라 하면 하루에 10분 이상 인터넷을 사용한 사람의 비율이다. 이런 점에서 기존의 다른 조사에 비해 그 비율이 낮은 것이다. 한편 인터넷을 이용하고 있는 사람만의 이용 시간인 행위자 평균시간은 크게 많아져, 평일은 1시간 21분, 토요일은 1시간 33분, 그리고 일요일은 1시간 43분으로 주말로 갈수록 이용시간이 늘어남을 알 수 있다. 전체적으로 볼 때 인터넷을 아직 소수만이 이용하고 있지만, 이용자들은 다른 매체에 못지 않게 많은 시간을 인터넷 이용에 소비하고 있음을 알 수 있다.

<표 38> 인터넷 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	03	03	04
행위자 비율	3.9	3.7	4.1
행위자 평균시간	1:21	1:33	1:43

(2) 시간대

시간대별로 인터넷 이용 비율의 추이를 살펴보면, <표 39> 및 <그림 6>에서 보는 바와 같이, 주로 밤 시간대에 높은 비율을 보인다는 점에서 유사성이

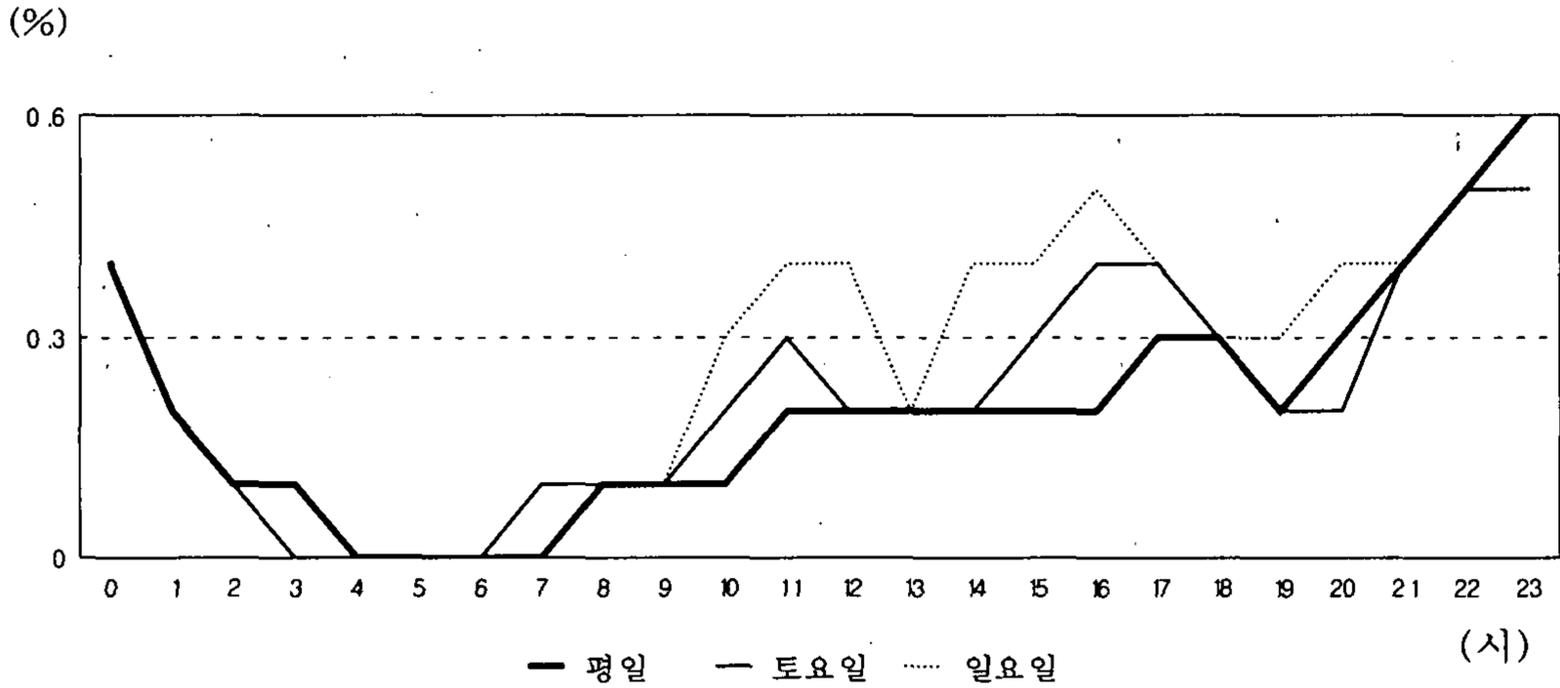
있지만, 요일별로 좀 차이를 나타내고 있다. 평일의 경우는 오후시간대에 0.2% 정도의 수준을 유지하다 저녁 7시 이후 증가하여 11시 경 0.6%로 최고 점을 기록하고 심야시간에도 상당히 높은 비율을 보이고 있다. 토요일의 경우에는 저녁 4시대와 5시대 비교적 높은 비율을 보이고 밤시간대에 급격히 상승한다. 일요일은 오전과 오후 낮시간대에도 비교적 높은 비율을 유지하고 평일이나 토요일과 마찬가지로 심야시간대로 갈수록 그 비율이 높아지고 있다.

<표 39> 시간대별 인터넷 이용 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	0.4	0.4	0.4
1	0.2	0.2	0.2
2	0.1	0.1	0.1
3	0.1	0.0	0.1
4	0.0	0.0	0.0
5	0.0	0.0	0.0
6	0.0	0.0	0.0
7	0.0	0.1	0.0
8	0.1	0.1	0.1
9	0.1	0.1	0.1
10	0.1	0.2	0.3
11	0.2	0.3	0.4
12	0.2	0.2	0.4
13	0.2	0.2	0.2
14	0.2	0.2	0.4
15	0.2	0.3	0.4
16	0.2	0.4	0.5
17	0.3	0.4	0.4
18	0.3	0.3	0.3
19	0.2	0.2	0.3
20	0.3	0.2	0.4
21	0.4	0.4	0.4
22	0.5	0.5	0.5
23	0.6	0.5	0.6

* 매시 00-10분대의 비율임.



<그림 6> 시간대별 인터넷 이용 비율의 추이

나. 하위집단

(1) 성별

인터넷 이용을 성별로 비교해 보면, <표 40>에서 보는 바와 같이, 전체 평균시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간 모두에서 남성이 여성보다 더 높은 수치를 보이고 있다. 이와 같은 패턴은 모든 요일에서 유사하게 나타나고 있다.

(2) 연령별

연령별로 비교해 보면, <표 41>에서 보는 바와 같이, 연령이 낮을수록 인터넷을 더 많이 이용하고 있다. 그러나 행위자 평균시간에서는 상대적으로 그 차이가 적어 인터넷 이용자들 사이에는 이용시간에서 연령별로 큰 차이가 없음을 알 수 있다.

(3) 학력별

학력별로 비교해 보면, <표 42>에서 보는 바와 같이, 학력이 높을수록 전체 평균시간이나 행위자 비율이 높은 수치를 보이고 있다. 그러나 행위자 평균시간에 있어서는 커다란 차이가 없다.

(4) 취업여부별

취업여부별로 비교해 보면, <표 43>에서 보는 바와 같이, 미취업자가 취업자에 비해 전체 평균시간이 더 많은 것으로 나타났다. 그러나 행위자 비율이나 행위자 평균시간에 있어서는 상대적으로 큰 차이가 없다.

(5) 시도별

시도별로 비교해 보면, <표 44>에서 보는 바와 같이, 서울지역이 다른 지역에 비해 인터넷을 더 많이 이용하고 있음을 알 수 있다. 그러나 전체적으로 보면 행위자 비율에서 강원, 충남, 전북, 경북 등이 다른 지역에 비해 그 비율이 낮지만, 지역별로 커다란 차이는 나타나고 있지 않다.

<표 40> 성별 인터넷 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	5	5.4	1:26	5	5.0	1:38	6	5.7	1:50
여성	2	2.5	1:10	2	2.3	1:22	2	2.5	1:28

<표 41> 연령별 인터넷 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	5	6.0	1:18	7	7.5	1:32	9	8.6	1:42
20대	8	9.0	1:29	7	6.9	1:49	10	8.6	1:42
30대	3	3.7	1:16	3	3.3	1:24	3	3.4	1:26
40대	1	1.7	1:16	1	1.7	1:21	1	1.2	1:37
50대	0	0.4	1:35	0	0.5	36	1	0.7	2:29
60대	0	0.2	59	0	0.2	15	-	-	-

<표 42> 학력별 인터넷 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	0	0.1	1:14	0	0.1	1:58	-	-	-
중학교졸업	0	0.2	1:24	0	0.2	1:16	0	0.3	49
고등학교졸업	2	2.3	1:28	1	1.5	1:29	2	2.1	1:44
대학교졸업이상	7	8.7	1:23	7	7.6	1:26	7	7.6	1:33

<표 43> 취업여부별 인터넷 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	4	3.7	1:44	5	3.3	1:57	6	3.8	1:54
취업자	2	3.1	1:11	2	2.5	1:19	3	2.7	1:36

<표 44> 시도별 인터넷 이용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	0:05	5.7	1:23	0:04	4.4	1:41	0:07	6.3	1:54
부산	0:03	3.7	1:24	0:03	3.1	1:39	0:04	3.8	1:39
대구	0:03	3.4	1:24	0:04	3.8	1:37	0:02	3.0	1:19
인천	0:03	3.0	1:31	0:04	4.1	1:48	0:04	3.4	1:51
광주	0:03	4.0	1:19	0:04	4.1	1:38	0:03	2.9	1:47
대전	0:03	4.0	1:22	0:04	4.1	1:42	0:03	4.0	1:19
울산	0:03	4.3	1:11	0:04	5.0	1:25	0:05	4.5	1:39
경기	0:03	4.1	1:18	0:03	4.1	1:24	0:04	4.4	1:40
강원	0:02	2.7	1:21	0:02	2.2	1:27	0:02	2.3	1:11
충북	0:02	3.0	1:09	0:04	4.1	1:47	0:02	3.5	1:08
충남	0:02	2.2	1:08	0:01	2.1	1:06	0:03	2.6	1:51
전북	0:02	2.2	1:30	0:02	2.0	1:46	0:03	3.4	1:27
전남	0:03	3.2	1:26	0:03	4.0	1:27	0:03	3.4	1:20
경북	0:02	2.1	1:31	0:02	1.8	1:37	0:03	2.0	2:12
경남	0:03	3.3	1:24	0:02	2.3	1:09	0:04	3.4	1:47
제주	0:02	2.5	1:19	0:03	3.8	1:30	0:03	2.1	2:30

7. 일반인의 학습

가. 전국민

(1) 시간량

학생이 아닌 일반인은 평일 평균 9분 학습을 하고 있는 것으로 나타났다. <표 45>에서 보는 바와 같이, 일반인은 토요일에는 평균 7분, 그리고 일요일에는 6분 학습을 하고 있다. 학습을 하는 사람의 비율, 즉 행위자 비율은 평일 5.4%, 토요일 4.2%, 일요일은 3.8%이다. 학습을 하는 사람만의 평균시간은 평일 2시간 59분, 토요일은 2시간 55분, 그리고 일요일은 2시간 51분으로 요일간에 차이가 별로 없다. 이러한 행위자 평균시간은 문화 및 여가 행동 중에서 단일 행동으로는 텔레비전 시청 다음으로 많은 것이다.

<표 45> 일반인의 학습 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	09	07	06
행위자 비율	5.4	4.2	3.8
행위자 평균시간	2:59	2:55	2:51

(2) 시간대

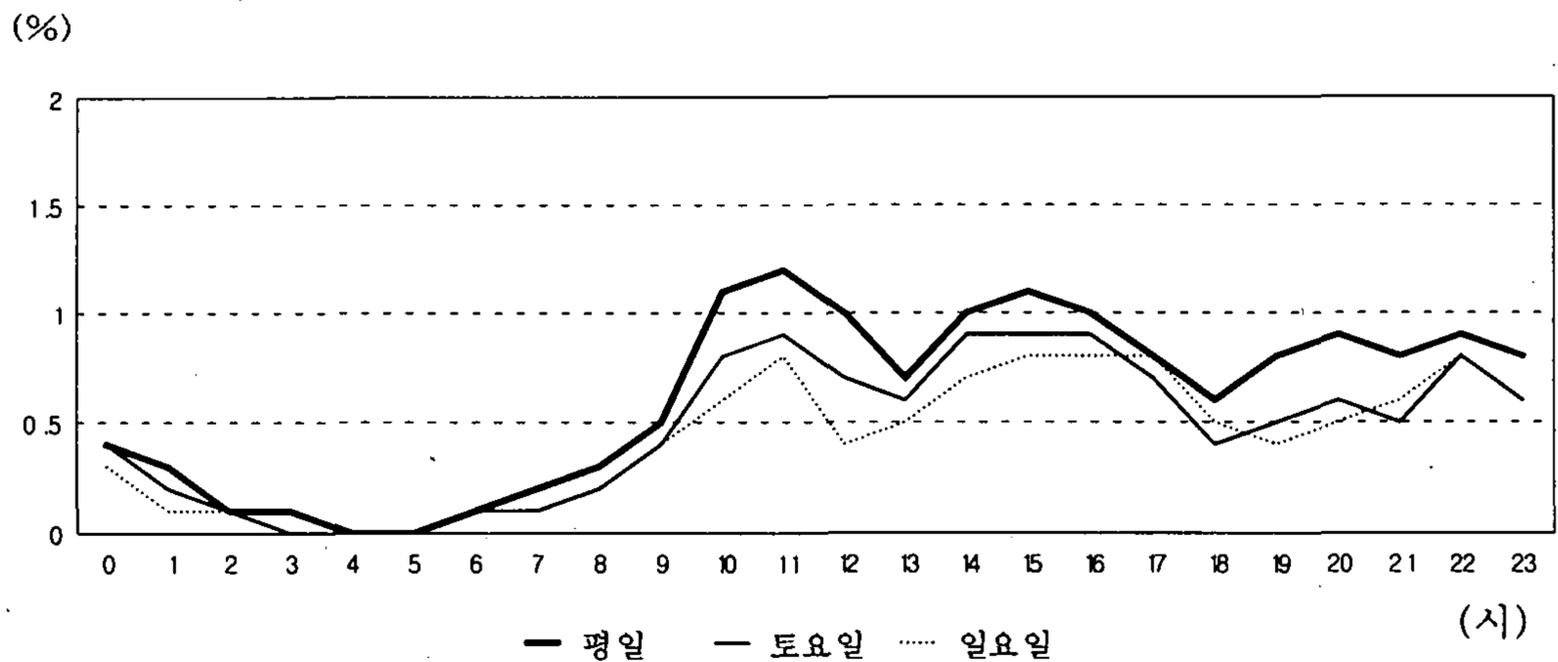
시간대별로 일반인의 학습 비율을 보면, <표 46> 및 <그림 7>에서 보는 바와 같이, 평일의 경우 오전 10시-12시대에 1.0%를 약간 상회하고 오후 3시 전후한 시점에 그것과 유사한 비율을 보이고 있다. 저녁시간대인 7시 이후에도 0.8%를 상회하는 수준을 보이고 있다. 이와 같은 패턴은 비율은 좀 낮지만 토요일과 일요일도 유사하게 나타나고 있다.

<표 46> 시간대별 일반인의 학습 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	0.4	0.4	0.3
1	0.3	0.2	0.1
2	0.1	0.1	0.1
3	0.1	0.0	0.0
4	0.0	0.0	0.0
5	0.0	0.0	0.0
6	0.1	0.1	0.1
7	0.2	0.1	0.1
8	0.3	0.2	0.2
9	0.5	0.4	0.4
10	1.1	0.8	0.6
11	1.2	0.9	0.8
12	1.0	0.7	0.4
13	0.7	0.6	0.5
14	1.0	0.9	0.7
15	1.1	0.9	0.8
16	1.0	0.9	0.8
17	0.8	0.7	0.8
18	0.6	0.4	0.5
19	0.8	0.5	0.4
20	0.9	0.6	0.5
21	0.8	0.5	0.6
22	0.9	0.8	0.8
23	0.8	0.6	0.6

* 매시 00-10분대의 비율임.



<그림 7> 시간대별 일반인의 학습 비율의 추이

나. 하위집단

(1) 성별

성별로 비교해 보면, <표 47>에서 보는 바와 같이, 남성이 여성보다 전체 평균시간, 행위자 비율, 그리고 행위자 평균시간 모두에서 높은 수치를 보이고 있다. 그러나 그 격차는 평일이 토요일이나 일요일보다는 적은 편이다.

(2) 연령별

연령별로 보면, <표 48>에서 보는 바와 같이, 20대가 다른 연령집단에 비해 전체 평균시간이나 행위자 비율에서 더 높은 수치를 보이고 있다. 그러나 행위자 평균시간에서 있어서는 그 격차가 상대적으로 적은 편이다.

(3) 학력별

학력별로 보면, <표 49>에서 보는 바와 같이, 학력이 높을수록 전체 평균시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간 모두에서 더 높은 수치를 보이고 있다. 토요일과 일요일로 갈수록 다른 집단과의 격차는 더 크다.

(4) 취업여부별

취업여부를 비교해 보면, <표 50>에서 보는 바와 같이, 미취업자가 취업자에 비해 전체 평균시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간 모두에서 더 높은 수치를 보이고 있다. 미취업자들이 취업을 취해 더 많은 시간을 투자하고 있음을 알 수 있다.

(5) 시도별

시도별로 비교해 보면, <표 51>에서 보는 바와 같이, 지역별로 유의미한 패턴은 나타나고 있지 않다.

<표 47> 성별 일반인의 학습 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	11	5.4	3:19	10	5.0	3:11	8	4.4	3:01
여성	8	5.1	2:38	5	3.5	2:34	5	3.1	2:36

<표 48> 연령별 일반인의 학습 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	4	1.8	3:23	3	1.5	3:17	3	1.6	2:53
20대	31	14.0	3:38	25	12.1	3:26	20	10.7	3:10
30대	9	5.8	2:34	7	4.1	2:50	6	3.6	2:40
40대	5	3.8	2:15	4	3.3	1:55	3	2.7	2:07
50대	3	2.1	2:18	2	1.4	1:50	3	1.5	3:02
60대	1	1.1	1:33	0	0.5	1:48	0	0.5	1:14

<표 49> 학력별 일반인의 학습 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	1	0.9	2:14	0	0.3	48	1	0.4	2:07
중학교졸업	2	1.7	1:54	2	1.5	1:48	1	0.7	1:50
고등학교졸업	11	5.9	3:11	9	4.2	3:23	7	4.1	2:53
대학교졸업이상	27	13.5	3:19	22	11.7	3:05	19	9.7	3:16

<표 50> 취업여부별 일반인의 학습 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	14	8.5	4:01	11	6.9	3:55	8	5.5	3:22
취업자	5	4.4	2:01	4	3.4	1:56	5	3.4	2:27

<표 51> 시도별 일반인의 학습 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	0:09	5.6	2:49	0:09	5.2	2:46	0:08	4.8	2:53
부산	0:11	5.4	3:23	0:08	4.3	3:08	0:06	3.2	2:55
대구	0:11	5.2	3:22	0:05	3.0	2:56	0:04	2.0	3:33
인천	0:08	4.3	2:58	0:09	3.9	3:42	0:06	3.6	2:38
광주	0:14	7.0	3:22	0:14	6.5	3:33	0:12	6.3	3:16
대전	0:12	6.5	3:10	0:08	4.2	3:13	0:06	3.9	2:39
울산	0:09	6.0	2:36	0:14	6.3	3:33	0:08	4.7	2:52
경기	0:11	5.4	3:21	0:06	3.3	3:05	0:06	3.7	2:48
강원	0:05	3.2	2:31	0:05	3.3	2:25	0:03	2.8	1:57
충북	0:06	3.5	2:55	0:07	3.6	3:00	0:08	3.4	3:46
충남	0:05	3.0	2:40	0:04	2.7	2:36	0:03	2.1	2:15
전북	0:12	5.8	3:25	0:08	3.9	3:29	0:08	3.6	3:42
전남	0:07	4.1	2:59	0:05	2.9	2:38	0:04	2.7	2:21
경북	0:05	3.1	2:42	0:05	3.0	2:53	0:04	3.1	2:14
경남	0:07	4.6	2:33	0:06	4.0	2:37	0:06	3.2	3:00
제주	0:10	5.1	3:09	0:08	5.4	2:36	0:08	5.0	2:50

8. 종교활동

가. 전국민

(1) 시간량

10세 이상 우리 국민의 종교 활동 시간을 살펴보면, <표 52>에서 보는 바와 같이, 전체 평균시간이 평일은 7분, 토요일은 9분, 그리고 일요일은 크게 늘어나 26분으로 나타났다. 종교활동에 참여하는 사람의 비율인 행위자 비율은 평일이 6.2%, 토요일이 6.9%로 비슷한 반면, 일요일은 15.7%로 크게 높아진다. 종교활동에 참여하는 사람만의 평균시간인 행위자 평균시간은 평일이 2시간, 토요일이 2시간 6분, 그리고 일요일은 2시간 45분이다. 이와 같은 행위자 평균시간은 단일 행동 항목만을 비교할 때 텔레비전 시청, 일반인의 학습 못지 않게 많은 것이다.

<표 52> 종교활동 시간 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	07	09	26
행위자 비율	6.2	6.9	15.7
행위자 평균시간	2:00	2:06	2:45

(2) 시간대

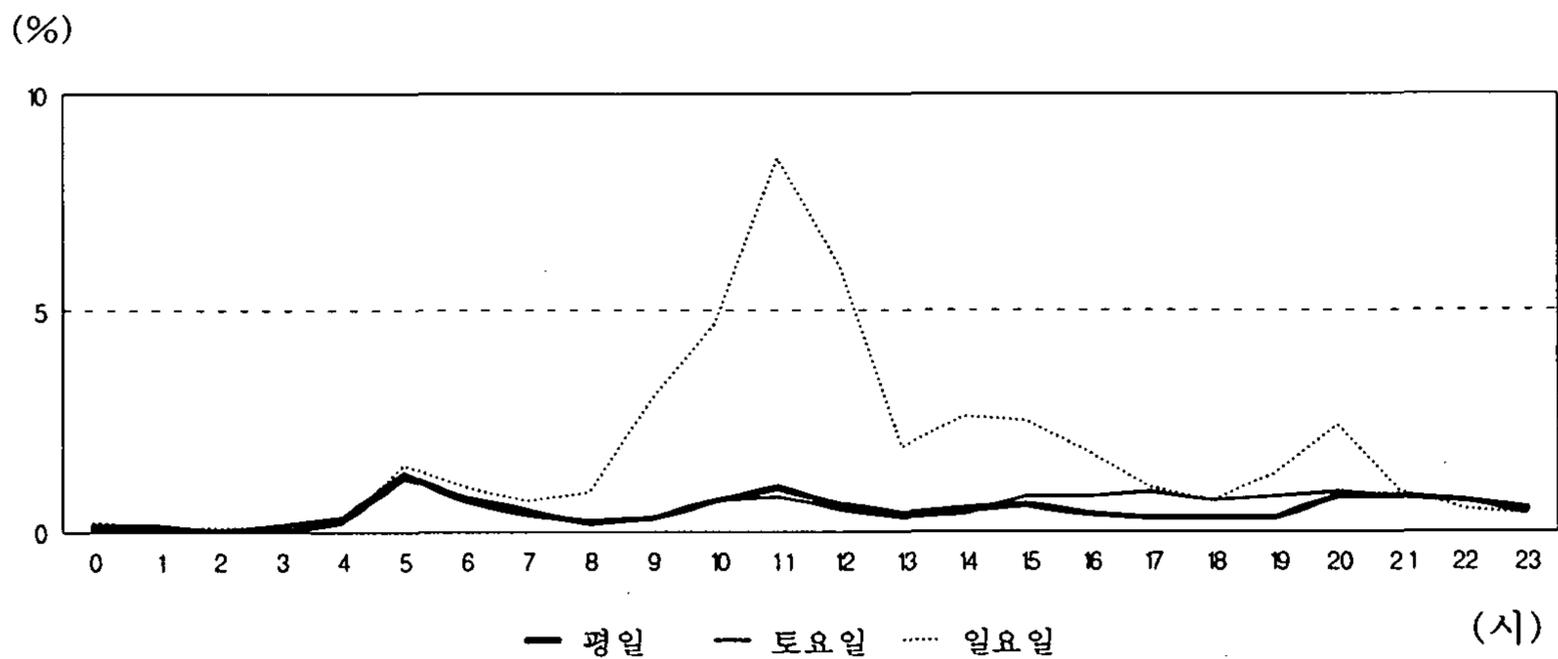
종교활동 비율을 시간대별로 살펴보면, <표 53> 및 <그림 8>에서 보는 바와 같이, 평일과 토요일은 오전 5시와 11시가 약간 높고 나머지 시간은 1% 미만의 수준을 보이고 있는 반면, 일요일은 8.5%의 오전 11시를 전후한 시간에 높은 비율을 보이고 오후 시간까지 일정한 비율을 유지하다 다시 저녁 8시경 다시 높아진다. 이런 패턴을 볼 때 종교활동은 주로 일요일에 많이 이루어짐을 알 수 있다.

<표 53> 시간대별 종교 활동 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	0.1	0.1	0.2
1	0.1	0.1	0.1
2	0.0	0.0	0.1
3	0.1	0.0	0.1
4	0.3	0.2	0.2
5	1.3	1.2	1.5
6	0.7	0.8	1.0
7	0.4	0.5	0.7
8	0.2	0.2	0.9
9	0.3	0.3	3.0
10	0.7	0.7	4.7
11	1.0	0.8	8.5
12	0.6	0.5	6.0
13	0.4	0.3	1.9
14	0.5	0.4	2.6
15	0.6	0.8	2.5
16	0.4	0.8	1.8
17	0.3	0.9	1.0
18	0.3	0.7	0.7
19	0.3	0.8	1.3
20	0.8	0.9	2.4
21	0.8	0.8	0.9
22	0.7	0.7	0.5
23	0.5	0.4	0.4

* 매시 00-10분대의 비율임.



<그림 8> 시간대별 종교 활동 비율의 추이

나. 하위집단

(1) 성별

종교활동을 성별로 비교해 보면, <표 54>에서 보는 바와 같이, 여성이 남성보다 전체 평균시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간 모두에서 높은 수치를 보이고 있다. 그러나 일요일에는 행위자 평균시간에서 차이가 크게 줄어들고 있다.

(2) 연령별

연령별로 비교해 보면, <표 55>에서 보는 바와 같이, 평일의 경우는 연령이 많아질수록 종교활동 참여 정도가 높아진다. 그러나 일요일의 경우는 거의 모든 연령층에서 평균시간과 행위자 비율이 높아지고 있는데, 특히 10대의 행위자 비율이 다른 집단에 비해 높다.

(3) 학력별

학력별로 비교해 보면, <표 56>에서 보는 바와 같이, 상대적으로 저학력집단의 종교 활동 참여 정도가 높은데, 일요일에는 그 격차가 크게 줄어들어 거의 비슷한 패턴을 보이고 있다.

(4) 취업여부별

취업여부별로 보면, <표 57>에서 보는 바와 같이, 평일과 토요일에는 상대적으로 미취업자가 취업자보다 전체 평균시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간에서 더 높은 수치를 보이거나, 일요일에는 그 격차가 크게 감소한다.

(5) 시도별

시도별로 비교해 보면, <표 58>에서 보는 바와 같이, 일요일 행위자 비율에서 서울, 전북 등이 상대적으로 높은 비율을 보이고 있는 반면, 울산, 경북, 경남 등이 상대적으로 그 비율이 낮다.

<표 54> 성별 종교활동 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	3	3.0	1:44	5	3.8	2:00	18	11.3	2:35
여성	12	9.5	2:03	13	9.9	2:09	34	20.1	2:51

<표 55> 연령별 종교활동 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	1	1.9	1:03	6	5.7	1:51	28	20.1	2:19
20대	3	2.9	1:30	4	3.1	2:16	22	12.0	3:03
30대	6	5.5	1:55	6	4.6	2:05	21	13.1	2:39
40대	11	8.4	2:05	13	9.4	2:15	30	16.3	3:06
50대	11	9.2	2:00	12	8.9	2:11	27	16.3	2:45
60대	15	11.5	2:10	13	11.4	1:52	28	17.4	2:44

<표 56> 학력별 종교활동 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	12	9.1	2:09	10	8.0	2:00	24	14.2	2:46
중학교졸업	8	6.7	2:03	10	8.6	2:02	26	15.2	2:53
고등학교졸업	7	6.0	2:00	8	6.1	2:11	21	12.7	2:48
대학교졸업이상	8	7.5	1:50	8	6.7	2:00	33	18.5	2:56

<표 57> 취업여부별 종교활동 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	10	11.6	2:19	12	10.9	2:20	33	19.7	3:03
취업자	5	4.8	1:37	6	5.1	1:51	20	12.1	2:41

<표 58> 시도별 종교활동 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	0:09	7.2	2:06	0:10	7.6	2:10	0:33	20.8	2:41
부산	0:06	5.4	1:56	0:06	5.4	2:01	0:21	11.5	3:04
대구	0:06	5.3	1:50	0:05	5.1	1:32	0:27	13.7	3:15
인천	0:10	7.9	2:03	0:07	7.2	1:33	0:28	16.0	2:52
광주	0:06	5.5	1:43	0:09	6.5	2:11	0:29	18.1	2:39
대전	0:07	6.4	1:50	0:08	7.9	1:40	0:30	17.8	2:49
울산	0:03	3.3	1:43	0:05	4.3	1:53	0:17	9.6	2:55
경기	0:08	6.7	1:54	0:14	9.3	2:29	0:28	17.1	2:47
강원	0:06	4.7	2:11	0:06	5.8	1:49	0:17	11.3	2:30
충북	0:07	5.9	1:54	0:09	6.2	2:25	0:19	11.0	2:53
충남	0:07	6.3	1:57	0:07	7.0	1:39	0:28	16.5	2:49
전북	0:07	6.6	1:44	0:06	6.1	1:34	0:29	20.3	2:21
전남	0:07	6.3	1:55	0:06	5.3	1:45	0:24	15.3	2:39
경북	0:05	4.6	1:41	0:08	6.3	2:14	0:14	9.3	2:28
경남	0:05	4.4	1:55	0:04	4.1	1:27	0:12	8.4	2:19
제주	0:07	5.5	2:07	0:06	5.4	1:52	0:16	9.9	2:41

9. 관람 및 문화행사 참여

가. 전국민

(1) 시간량

10세 이상의 우리 국민의 관람 및 문화행사 참여 정도를 살펴보면, <표 59>에서 보는 바와 같이, 그 참여 정도가 다른 행동에 비해 미미한 것으로 나타났다. 전체 평균시간으로 보면, 평일은 1분, 토요일은 3분, 그리고 일요일은 4분이다. 행위자 비율은 평일이 0.8%, 토요일이 2.4%, 그리고 일요일이 2.7%로서 주로 토요일과 일요일에 관람 및 문화행사에 참여하고 있음을 알 수 있다. 행위자 평균시간은 비교적 긴 편인데, 평일은 2시간 1분, 토요일은 1시간 9분, 그리고 일요일은 2시간 11분으로 요일간에 차이가 거의 없다.

<표 59> 관람 및 문화행사 참여 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	01	03	04
행위자 비율	0.8	2.4	2.7
행위자 평균시간	2:01	2:00	2:11

(2) 시간대

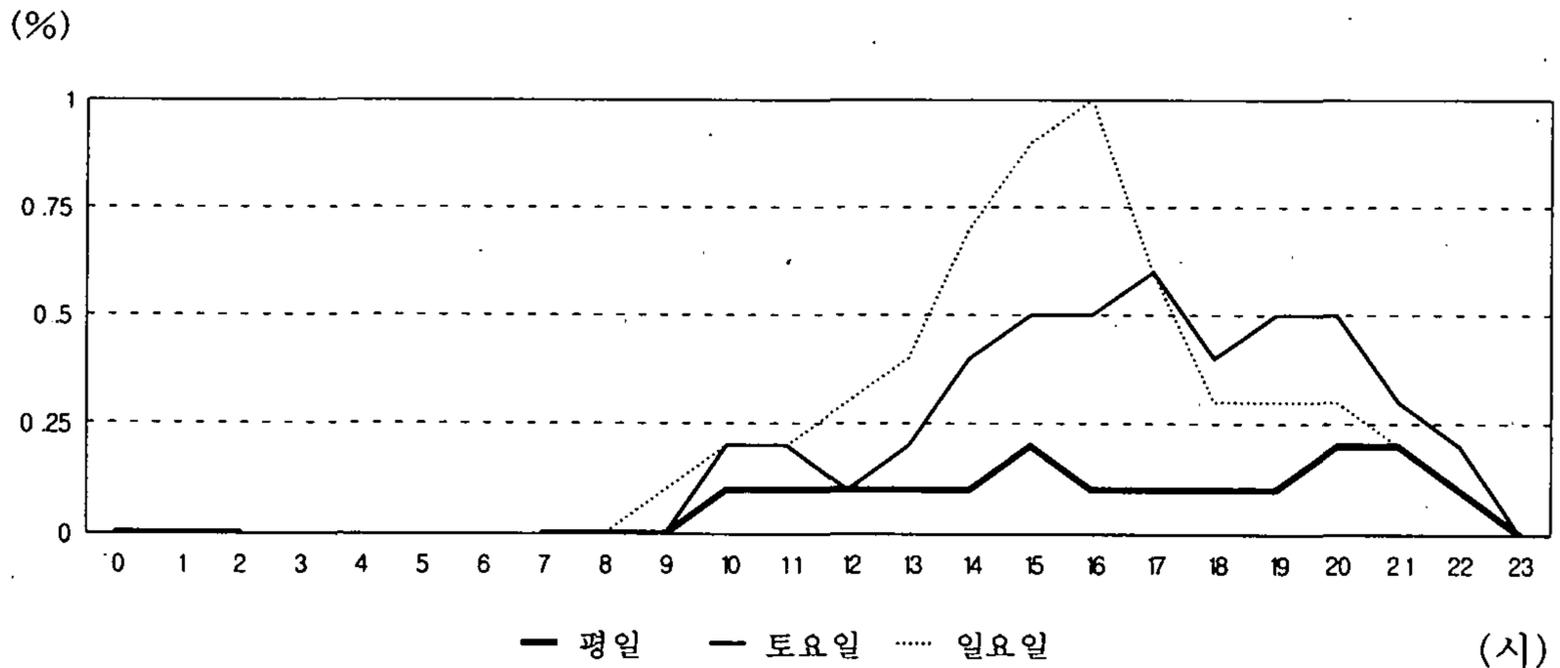
시간대별로 살펴보면, <표 60> 및 <그림 9>에서 보는 바와 같이, 평일은 저녁 시간을 제외하고 극히 미미한 반면, 토요일과 일요일 낮시간대에 높은 비율을 보이고 있다. 특히 토요일은 오후 낮시간대와 초저녁 시간대에 높고, 일요일 오후 4시는 그 비율이 1.0% 수준까지 늘어난다.

<표 60> 시간대별 관람 및 문화 행사 참여 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	0.0		0.0
1	0.0		0.0
2	0.0		
3			
4			
5	0.0		
6		0.0	
7	0.0		0.0
8	0.0	0.0	0.0
9	0.0	0.0	0.1
10	0.1	0.2	0.2
11	0.1	0.2	0.2
12	0.1	0.1	0.3
13	0.1	0.2	0.4
14	0.1	0.4	0.7
15	0.2	0.5	0.9
16	0.1	0.5	1.0
17	0.1	0.6	0.6
18	0.1	0.4	0.3
19	0.1	0.5	0.3
20	0.2	0.5	0.3
21	0.2	0.3	0.2
22	0.1	0.2	0.1
23	0.0	0.0	0.0

* 매시 00-10분대의 비율임.



<그림 9> 시간대별 관람 및 문화 행사 참여 비율의 추이

나. 하위집단

(1) 성별

성별로 비교해 보면, <표 61>에서 보는 바와 같이, 여성이 남성보다 행위자 비율에서 약간 높을 뿐, 전반적으로 성별 차이가 거의 없다.

(2) 연령별

연령별로 비교해 보면, <표 62>에서 보는 바와 같이, 상대적으로 20대 연령 집단이 다른 집단에 비해 전체 평균시간, 행위자 비율에서 높은 수치를 보이고 있다. 그러나 행위자 평균시간에 있어서는 커다란 차이가 없고, 오히려 60대 이상 고연령 집단의 시간량이 다른 집단에 비해 많은 것으로 나타났다.

(3) 학력별

학력별로 비교해 보면, <표 63>에서 보는 바와 같이, 평일을 제외할 경우 학력이 높을수록 관람 및 문화행사 참여 시간이 긴 것으로 나타났다. 그러나 행위자 평균시간은 학력이 낮을수록 더 긴 것으로 나타났다.

(4) 취업여부별

취업여부에 따라 비교해 보면, <표 64>에서 보는 바와 같이, 미취업자가 취업자에 비해 전체 평균시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간 모두에서 더 높은 수치를 보이고 있다.

(5) 시도별

시도별로 비교해 보면, <표 65>에서 보는 바와 같이, 지역별로 이렇다할 차이를 보이지 않고 있다.

<표 61> 성별 관람 및 문화행사 참여 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	1	0.6	1:53	2	2.0	1:54	4	2.6	2:13
여성	1	1.1	2:06	3	2.8	2:03	4	2.8	2:08

<표 62> 연령별 관람 및 문화행사 참여 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	1	0.8	1:52	4	3.2	1:53	4	3.2	2:12
20대	2	1.8	1:57	7	5.5	2:03	8	6.4	2:00
30대	1	0.6	1:39	2	2.1	1:47	3	2.4	2:07
40대	0	0.4	2:00	1	0.8	1:46	2	1.6	2:12
50대	1	0.5	2:00	1	1.0	2:00	0	0.4	1:53
60대	1	0.9	2:46	2	1.1	2:46	2	1.0	3:47

<표 63> 학력별 관람 및 문화행사 참여 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸 업이하	1	0.7	2:43	2	1.0	2:37	2	0.8	3:26
중학교졸업	1	0.6	2:24	1	0.7	2:14	2	1.3	2:24
고등학교졸 업	1	0.7	1:51	2	1.8	1:52	3	2.5	2:00
대학교졸업 이상	1	1.0	1:45	5	4.7	1:50	7	5.3	2:04

<표 64> 취업여부별 관람 및 문화행사 참여 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	2	1.5	2:18	4	3.0	2:07	4	2.7	2:19
취업자	1	0.5	1:42	2	1.8	1:56	3	2.5	2:05

<표 65> 시도별 관람 및 문화행사 참여 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	0:01	0.8	2:02	0:03	2.9	2:00	0:04	3.1	1:57
부산	0:01	0.7	2:10	0:02	1.9	2:02	0:03	2.1	2:14
대구	0:01	0.9	1:52	0:02	2.1	1:52	0:02	2.1	1:56
인천	0:01	1.0	1:40	0:02	1.7	1:44	0:03	3.0	1:57
광주	0:01	0.9	1:43	0:03	2.5	1:58	0:03	2.3	2:11
대전	0:01	1.1	2:09	0:02	1.5	1:48	0:03	2.5	1:55
울산	0:01	0.7	1:46	0:02	1.6	1:46	0:02	1.9	1:56
경기	0:01	0.7	2:13	0:04	3.4	1:55	0:06	3.9	2:31
강원	0:02	1.3	2:09	0:05	3.2	2:32	0:03	2.4	2:19
충북	0:01	0.5	2:12	0:01	0.9	2:08	0:02	1.8	1:47
충남	0:01	0.9	1:54	0:01	1.3	1:39	0:04	3.1	2:11
전북	0:02	1.5	1:51	0:04	3.0	2:04	0:04	3.6	1:51
전남	0:01	0.8	1:49	0:03	1.9	2:14	0:01	1.2	2:09
경북	0:01	0.5	2:12	0:01	1.0	1:36	0:03	2.0	2:22
경남	0:01	1.0	2:09	0:02	1.6	2:11	0:02	1.4	2:28
제주	0:01	0.8	1:52	0:04	3.3	1:56	0:01	1.0	1:50

10. 스포츠 및 맥외 레저 활동

가. 전국민

(1) 시간량

10세 이상 우리 국민은 스포츠 및 맥외 레저 활동에 평일 평균 18분을, 토요일에는 21분, 그리고 일요일에는 25분 소비하고 있는 것으로 나타났다. 행위자 비율은 평일 23.6%, 토요일은 24.4%, 그리고 일요일은 25.4% 정도로 토요일과 일요일이 평일보다 좀 높지만, 그렇게 큰 차이를 보이지는 않고 있다. 한편 행위자 평균시간은 평일이 1시간 14분, 토요일이 1시간 25분, 일요일은 1시간 37분으로 나타났다. 전반적으로 다른 여가 및 문화 행위에 비해 요일간의 차이가 크지 않은 것이 특징이다.

<표 66> 스포츠 및 맥외 레저활동

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	18	21	25
행위자 비율	23.6	24.4	25.4
행위자 평균시간	1:14	1:25	1:37

(2) 시간대

시간대별로 보면, <표 67> 및 <그림 10>에서 보는 바와 같이, 요일간에 차이가 있다. 대체로 평일, 토요일, 일요일 모두 오전 6시와 7시대에 높은 비율을 보인다는 점에서 요일별로 유사한 패턴을 보이지만, 토요일에는 오후 시간대에, 그리고 일요일에는 오전 시간대와 오후 시간대에 높은 비율을 보인다는 점에서 요일간에 차이가 있다. 즉 스포츠 및 맥외 레저활동은 일을 하지 않는 시간대에 주로 이루어지고 있음을 알 수 있다.

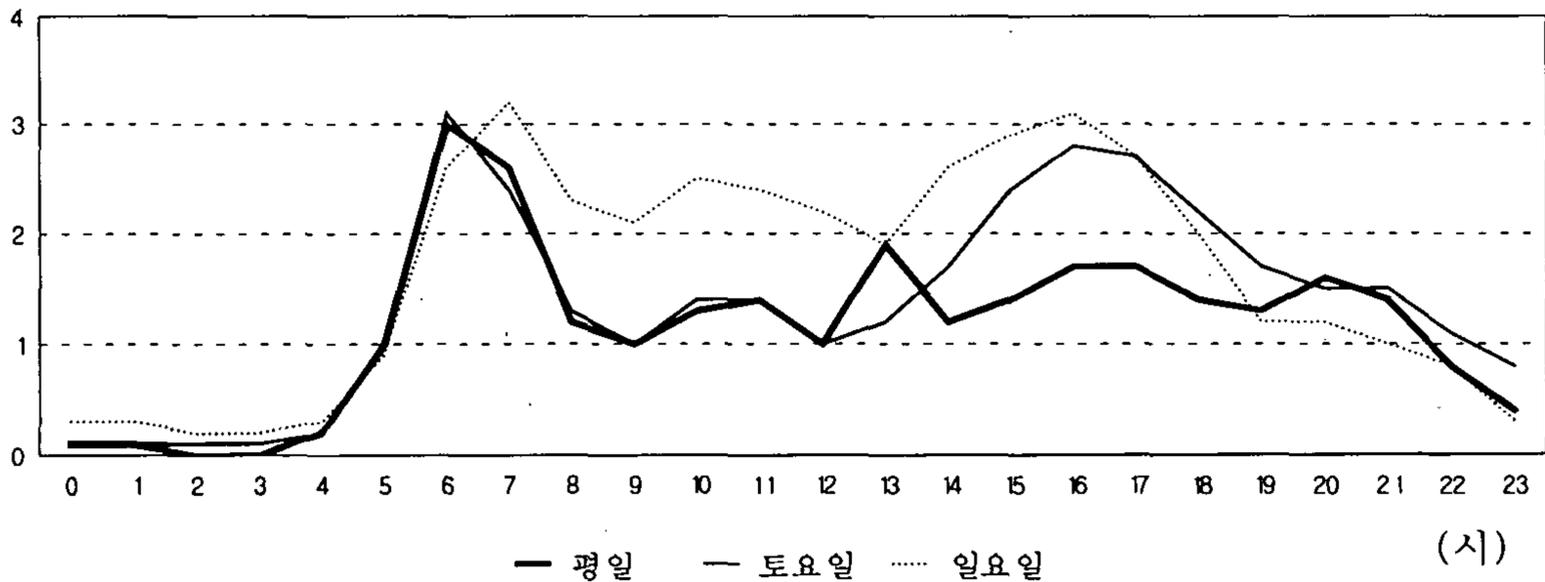
<표 67> 시간대별 스포츠 및 덕외 레저 활동 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	0.1	0.1	0.3
1	0.1	0.1	0.3
2	0.0	0.1	0.2
3	0.0	0.1	0.2
4	0.2	0.2	0.3
5	1.0	1.0	0.9
6	3.0	3.1	2.6
7	2.6	2.4	3.2
8	1.2	1.3	2.3
9	1.0	1.0	2.1
10	1.3	1.4	2.5
11	1.4	1.4	2.4
12	1.0	1.0	2.2
13	1.9	1.2	1.9
14	1.2	1.7	2.6
15	1.4	2.4	2.9
16	1.7	2.8	3.1
17	1.7	2.7	2.7
18	1.4	2.2	2.0
19	1.3	1.7	1.2
20	1.6	1.5	1.2
21	1.4	1.5	1.0
22	0.8	1.1	0.8
23	0.4	0.8	0.3

* 매시 00-10분대의 비율임.

(%)



<그림 10> 시간대별 스포츠 및 덕외 레저 활동 비율의 추이

나. 하위집단

(1) 성별

스포츠 및 맥외 레저활동을 성별로 비교해 보면, <표 68>에서 보는 바와 같이, 남성이 여성에 비해 전체 평균시간과 행위자 비율에서 더 높은 수치를 보이고 있다. 그러나 행위자 평균시간에 있어서는 남성이 약간 높기는 하지만 그 격차가 그렇게 크지는 않다.

(2) 연령별

연령집단별로 비교해 보면, <표 69>에서 보는 바와 같이, 평일과 토요일에는 60대 이상 고연령집단이 다른 연령집단에 비해 스포츠 및 맥외 레저활동을 더 많이 하고 있음을 알 수 있다. 그러나 일요일에는 여전히 연령이 많을수록 스포츠 및 레저활동을 더 많이 하기는 하지만 연령별 집단간의 차이는 많이 줄어들고 있다.

(3) 학력별

학력별로 비교해 보면, <표 70>에서 보는 바와 같이, 학력집단 사이에 큰 차이가 없다.

(4) 취업여부별

취업여부에 따라 비교해 보면, <표 71>에서 보는 바와 같이, 미취업자가 취업자에 비해 전체 평균시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간 모두에서 더 높은 수치를 보이고 있다. 그러나 이런 격차는 일요일에는 상대적으로 적다.

(5) 시도별

시도별로 비교해 보면, <표 72>에서 보는 바와 같이, 지역별로 큰 차이를 보이지 않고 있다.

<표 68> 성별 스포츠 및 덕외 레저 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	22	29.8	1:15	28	30.9	1:30	36	34.2	1:45
여성	13	17.5	1:12	14	18.0	1:16	13	16.7	1:20

<표 69> 연령별 스포츠 및 덕외 레저 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	13	23.0	57	17	22.0	1:20	21	22.9	1:32
20대	13	18.0	1:10	16	19.0	1:23	20	20.8	1:34
30대	13	18.6	1:11	17	20.0	1:26	24	23.1	1:43
40대	17	21.8	1:17	20	24.0	1:22	29	25.9	1:52
50대	23	28.2	1:20	26	29.5	1:27	28	29.1	1:37
60대	32	36.3	1:29	33	36.1	1:32	28	33.7	1:22

<표 70> 학력별 스포츠 및 덕외 레저 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	21	24.8	1:25	21	25.2	1:23	18	23.4	1:16
중학교졸업	19	22.3	1:24	18	22.6	1:21	23	24.4	1:34
고등학교졸업	17	21.6	1:18	20	22.8	1:28	25	24.2	1:43
대학교졸업이상	19	26.8	1:11	27	31.0	1:29	38	34.1	1:50

<표 71> 취업여부별 스포츠 및 덕외 레저 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	24	34.4	1:29	27	34.2	1:33	26	30.9	1:34
취업자	12	17.9	1:07	16	19.7	1:20	23	23.2	1:41

<표 72> 시도별 스포츠 및 덕외 레저 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	0:17	22.6	1:17	0:21	22.5	1:31	0:26	24.7	1:44
부산	0:18	25.8	1:11	0:23	26.8	1:26	0:27	28.7	1:35
대구	0:21	28.0	1:15	0:24	26.6	1:32	0:24	24.3	1:38
인천	0:16	20.5	1:19	0:20	22.0	1:30	0:28	25.5	1:49
광주	0:18	23.1	1:19	0:23	29.1	1:20	0:25	28.0	1:29
대전	0:18	23.3	1:15	0:23	25.1	1:33	0:23	22.6	1:42
울산	0:17	25.4	1:05	0:16	24.2	1:07	0:28	27.0	1:42
경기	0:18	23.9	1:13	0:22	25.4	1:25	0:27	26.3	1:41
강원	0:19	24.6	1:18	0:21	26.1	1:22	0:28	28.7	1:37
충북	0:17	21.6	1:18	0:20	20.8	1:38	0:20	21.4	1:33
충남	0:15	20.6	1:12	0:18	21.8	1:22	0:17	19.4	1:29
전북	0:17	24.2	1:12	0:22	27.9	1:18	0:23	28.9	1:21
전남	0:17	24.3	1:09	0:17	24.0	1:09	0:21	26.6	1:20
경북	0:16	21.2	1:13	0:18	21.1	1:24	0:21	23.0	1:32
경남	0:17	23.0	1:14	0:19	24.5	1:17	0:20	23.0	1:27
제주	0:19	23.9	1:18	0:19	23.7	1:19	0:22	23.5	1:36

11. 취미 및 기타 여가활동

가. 전국민

(1) 시간량

10세 이상 우리 국민은 취미 및 기타 여가활동에 평일 평균 52분을 소비하고 있는 것으로 나타났다. 토요일은 1시간, 일요일은 1시간 5분으로 요일간에 큰 차이가 없다. 행위자 비율도 평일이 63.4%, 토요일이 64.1%, 일요일이 63.3%로 요일간에 큰 차이가 없다. 행위자 평균시간을 보면, 평일이 1시간 23분, 토요일이 1시간 34분, 그리고 일요일이 1시간 43분으로 토요일과 일요일에 상대적으로 평일보다 많은 시간을 소비하고 있다.

<표 73> 취미 및 기타 여가활동

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	52	1:00	1:05
행위자 비율	63.4	64.1	63.3
행위자 평균시간	1:23	1:34	1:43

(2) 시간대

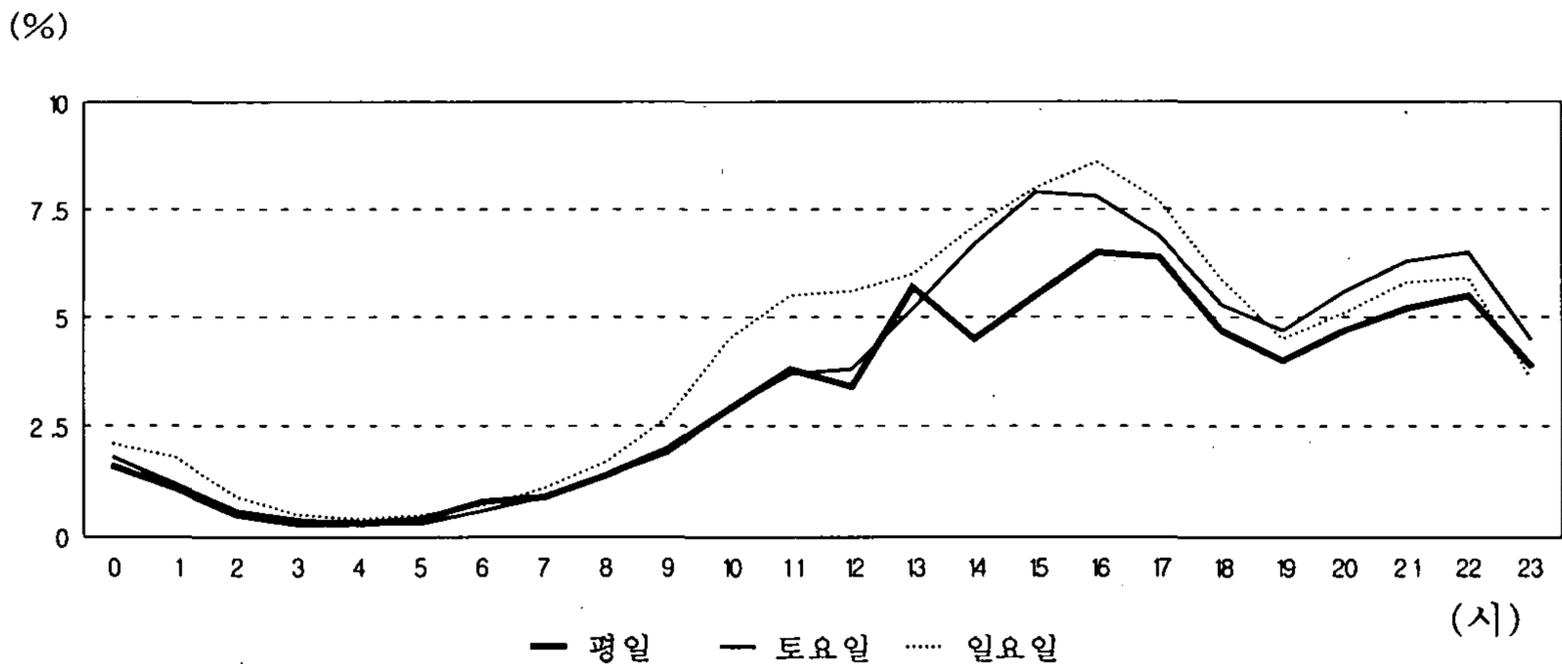
시간대별로 살펴보면, <표 74> 및 <그림 11>에서 보는 바와 같이, 요일별로 큰 차이가 없이 비슷한 패턴을 보이고 있다. 오전 낮시간 이후 지속적으로 그 비율이 증가하여 대체로 오후 2시-4시 사이에 최고점을 기록하고, 다시 감소하였다가 저녁시간대에 다시 증가하여 9시-10시 사이에 다시 높은 비율을 보이고 감소한다. 특히 토요일과 일요일은 오후 시간대의 비율이 평일보다 훨씬 높은 것으로 나타났다. 특징적인 점은 평일 오후 4시대에 높은 비율을 유지한다는 것이다.

<표 74> 시간대별 취미 및 기타 여가활동 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	1.6	1.8	2.1
1	1.1	1.2	1.8
2	0.5	0.6	0.9
3	0.3	0.4	0.5
4	0.3	0.3	0.4
5	0.4	0.3	0.5
6	0.8	0.6	0.7
7	0.9	0.9	1.1
8	1.4	1.4	1.7
9	2.0	1.9	2.7
10	2.9	2.9	4.5
11	3.8	3.7	5.5
12	3.4	3.8	5.6
13	5.7	5.2	6.0
14	4.5	6.7	7.1
15	5.5	7.9	8.0
16	6.5	7.8	8.6
17	6.4	6.9	7.7
18	4.7	5.3	5.9
19	4.0	4.7	4.5
20	4.7	5.6	5.1
21	5.2	6.3	5.8
22	5.5	6.5	5.9
23	3.9	4.5	3.6

* 매시 00-10분대의 비율임.



<그림 11> 시간대별 취미 및 기타 여가활동 비율의 추이

나. 하위집단

(1) 성별

성별로 보면, <표 75>에서 보는 바와 같이, 남성이 여성에 비해 전체 평균 시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간 모두에서 높은 수치를 보이고 있다. 즉 남성이 여성보다 더 많은 사람들이, 그리고 더 많은 시간을 취미 및 기타 여가활동에 참여하고 있음을 알 수 있다.

(2) 연령별

연령별로 보면, <표 76>에서 보는 바와 같이, 요일별로 차이를 보이고 있는데, 평일의 경우는 60대 이상의 고연령집단이 다른 집단에 비해 전체 평균시간이나 행위자 비율이 높은 반면, 토요일과 일요일의 경우에는 30대부터 50대까지가 낮고 10대나 20대, 그리고 60대 이상이 높은 수치를 보이고 있어 U자형 패턴을 나타내고 있다. 특히 10대의 비율과 시간이 토요일과 일요일에 크게 증가하는 것이 특징이다.

(3) 학력별

학력별로 비교해 보면, <표 77>에서 보는 바와 같이, 평일에는 저학력 집단이 더 많이 참여하지만, 토요일과 일요일에는 고학력집단의 참여 정도가 증가하여 그 격차가 줄어들고 있다.

(4) 취업여부별

취업여부에 따라 비교해 보면, <표 78>에서 보는 바와 같이, 상대적으로 미취업자가 취업자에 비해 전체 평균시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간 모두에서 더 높은 수치를 보이고 있다.

(5) 시도별

시도별로는, <표 79>에서 보는 바와 같이, 이렇다할 차이가 없다.

<표 75> 성별 취미 및 기타 여가활동 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	1:05	72.7	1:29	1:18	74.5	1:44	1:25	73.4	1:56
여성	40	54.2	1:14	43	53.8	1:20	46	53.2	1:27

<표 76> 연령별 취미 및 기타 여가활동 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	55	68.4	1:21	1:28	74.5	1:58	1:55	78.2	2:27
20대	47	57.7	1:21	57	58.8	1:38	1:00	56.8	1:45
30대	38	54.7	1:09	40	54.4	1:14	38	51.0	1:14
40대	41	58.6	1:10	41	57.6	1:11	44	57.2	1:16
50대	44	60.4	1:13	45	60.2	1:15	46	59.9	1:16
60대	1:13	68.9	1:46	1:10	68.1	1:43	1:12	69.4	1:44

<표 77> 학력별 취미 및 기타 여가활동 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	58	64.1	1:31	56	63.0	1:29	57	62.9	1:30
중학교졸업	42	58.0	1:13	41	56.9	1:12	46	57.9	1:20
고등학교졸업	44	57.2	1:17	46	57.0	1:21	47	54.9	1:25
대학교졸업이상	46	59.5	1:17	53	61.1	1:27	53	57.9	1:31

<표 78> 취업여부별 취미 및 기타 여가활동 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	1:01	60.6	1:45	1:13	59.7	1:47	1:22	57.2	1:46
취업자	0:39	58.9	1:66	0:43	58.9	1:11	0:46	58.2	1:18

<표 79> 시도별 취미 및 기타 여가활동 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	0:45	55.0	1:23	0:57	57.3	1:40	1:01	56.0	1:50
부산	0:53	66.7	1:19	1:03	67.5	1:34	1:08	69.4	1:39
대구	0:55	67.3	1:22	1:04	65.7	1:38	1:05	65.9	1:39
인천	0:48	59.7	1:20	1:00	63.0	1:35	1:01	59.2	1:43
광주	0:47	60.5	1:18	1:03	64.2	1:38	1:08	63.7	1:47
대전	0:50	61.7	1:21	0:59	63.7	1:33	1:06	62.4	1:46
울산	0:48	64.1	1:15	0:59	64.4	1:31	1:04	64.6	1:39
경기	0:46	60.0	1:17	0:49	59.4	1:22	0:56	57.9	1:36
강원	0:54	60.7	1:29	0:56	62.3	1:30	1:01	61.4	1:39
충북	0:50	61.7	1:21	0:58	62.2	1:33	1:04	64.2	1:40
충남	0:51	63.9	1:20	0:52	63.1	1:23	1:03	64.5	1:37
전북	0:51	67.2	1:16	0:57	66.6	1:26	1:05	68.1	1:35
전남	0:49	64.9	1:15	0:53	67.4	1:19	1:05	68.2	1:35
경북	0:54	64.7	1:23	0:55	63.7	1:27	1:09	66.3	1:44
경남	0:49	61.8	1:19	0:59	62.2	1:35	1:00	60.2	1:39
제주	0:45	59.4	1:15	0:47	56.3	1:23	0:48	55.1	1:28

12. 컴퓨터 게임

가. 전국민

(1) 시간량

취미 및 기타 여가활동 중에서 컴퓨터 게임만을 다시 살펴본 결과, <표 80>에서 보는 바와 같이, 전체 평균시간은 평일이 5분, 토요일이 9분, 일요일이 12분으로 주말시간대에 더 많이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 행위자 비율도 평일이 6.2%, 토요일이 8.7%, 그리고 일요일이 9.7%로 주말의 비율이 높다. 한편 행위자 평균시간은 평일이 1시간 20분, 토요일이 1시간 43분, 일요일이 2시간 1분으로 컴퓨터 게임을 하는 시간이 상당히 길다는 것을 알 수 있다.

전반적으로 취미 및 기타 여가활동 중 컴퓨터 게임을 하는 사람들의 비율은 적지만 시간량으로는 절대적인 비중을 차지하고 있음을 알 수 있다.

<표 80> 컴퓨터 게임

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	05	09	12
행위자 비율	6.2	8.7	9.7
행위자 평균시간	1:20	1:43	2:01

(2) 시간대

시간대별로 컴퓨터 게임을 하는 비율을 살펴보면, <표 81> 및 <그림 12>에서 보는 바와 같이, 주로 낮시간대에 많이 이루어지고 있음을 알 수 있다. 평일은 주로 오후 5시를 전후한 시간에, 그리고 토요일은 오후 2시부터 5시까지, 그리고 일요일은 오전 10시 이후 저녁 시간까지 계속되고 있다. 저녁 시간대에는 밤 9시 전후한 시점에 높은 비율을 보이고 있는데, 특히 토요일의 비율이 높은 것으로 나타났다.

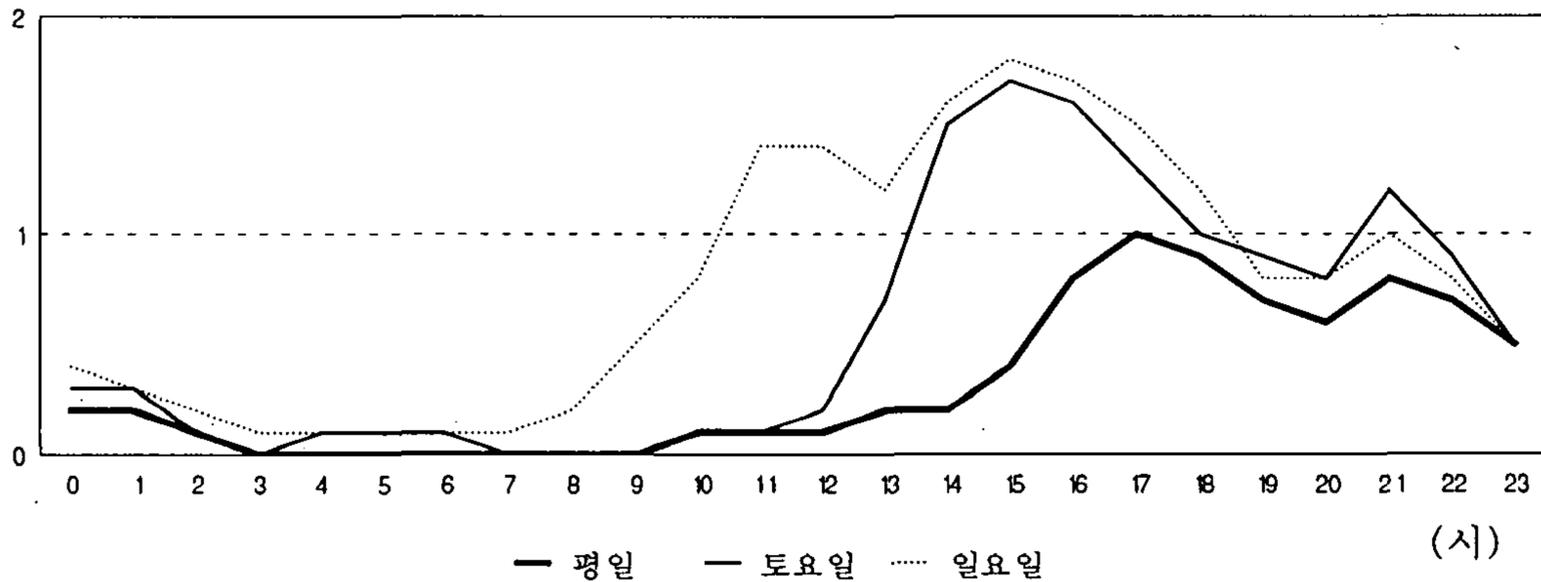
<표 81> 시간대별 컴퓨터 게임 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0	0.2	0.3	0.4
1	0.2	0.3	0.3
2	0.1	0.1	0.2
3	0.0	0.0	0.1
4	0.0	0.1	0.1
5	0.0	0.1	0.1
6	0.0	0.1	0.1
7	0.0	0.0	0.1
8	0.0	0.0	0.2
9	0.0	0.0	0.5
10	0.1	0.1	0.8
11	0.1	0.1	1.4
12	0.1	0.2	1.4
13	0.2	0.7	1.2
14	0.2	1.5	1.6
15	0.4	1.7	1.8
16	0.8	1.6	1.7
17	1.0	1.3	1.5
18	0.9	1.0	1.2
19	0.7	0.9	0.8
20	0.6	0.8	0.8
21	0.8	1.2	1.0
22	0.7	0.9	0.8
23	0.5	0.5	0.5

* 매시 00-10분대의 비율임.

(%)



<그림 12> 시간대별 컴퓨터 게임 비율의 추이

나. 하위집단

(1) 성별

성별로 보면, <표 82>에서 보는 바와 같이, 남성이 여성보다 전체 평균시간, 행위자 비율, 행위자 평균시간 모두에서 월등히 높은 수치를 보이고 있다.

(2) 연령별

연령별로 보면, <표 83>에서 보는 바와 같이, 10대가 다른 연령집단에 비해 시간량이나 행위자 비율 모두에서 월등히 높음을 알 수 있다. 이와 같은 격차는 토요일과 일요일에 더 크게 나타나고 있다.

(3) 학력별

학력별로 보면, <표 84>에서 보는 바와 같이, 학력이 높을수록 컴퓨터 게임을 더 많이 하고 있음을 알 수 있다. 토요일과 일요일에 그 격차가 더 크다. 그러나 행위자 평균시간에 있어서는 저학력집단이 더 긴 것으로 나타났다.

(4) 취업여부별

취업여부에 따라 비교해 보면, <표 85>에서 보는 바와 같이, 미취업자가 취업자에 비해 시간량이나 행위자 비율 모두에서 월등히 높은 수치를 보이고 있다.

(5) 시도별

시도별로 비교해 보면, <표 86>에서 보는 바와 같이, 지역별로 큰 차이를 보이지 않고 있다.

<표 82> 성별 컴퓨터 게임 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	8	9.5	1:28	15	13.4	1:54	20	14.7	2:13
여성	2	2.9	57	3	4.1	1:09	4	4.7	1:23

<표 83> 연령별 컴퓨터 게임 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	18	22.8	1:21	38	35.3	1:49	51	39.5	2:09
20대	6	7.4	1:26	10	9.2	1:44	10	9.5	1:48
30대	1	1.7	1:02	2	2.8	1:06	3	3.4	1:29
40대	1	0.9	1:13	1	0.9	1:03	1	1.0	1:28
50대	0	0.2	1:08	0	0.3	1:10	0	0.3	2:02
60대	0	0.1	1:08	0	0.0	40	0	0.0	2:10

<표 84> 학력별 컴퓨터 게임 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	0	0.2	2:15	0	0.1	2:10	0	0.4	2:15
중학교졸업	2	1.3	2:00	1	0.8	1:29	2	1.6	2:09
고등학교졸업	3	2.9	1:32	4	3.7	1:39	4	4.2	1:41
대학교졸업이상	2	3.3	1:11	4	5.0	1:20	5	5.5	1:31

<표 85> 취업여부별 컴퓨터 게임 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	9	3.1	1:33	17	4.2	1:47	22	4.0	1:42
취업자	2	1.8	1:08	2	2.2	1:15	3	2.8	1:42

<표 86> 시도별 컴퓨터 게임 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	0:05	6.1	1:25	0:11	9.5	1:55	0:12	10.2	2:00
부산	0:05	6.5	1:19	0:10	9.3	1:46	0:11	10.0	1:53
대구	0:05	7.0	1:19	0:12	10.0	1:56	0:12	11.0	1:49
인천	0:07	7.4	1:32	0:11	10.1	1:47	0:12	10.1	1:56
광주	0:06	8.8	1:10	0:12	12.0	1:42	0:16	14.6	1:53
대전	0:06	6.8	1:25	0:09	9.7	1:32	0:11	10.5	1:43
울산	0:06	7.3	1:16	0:09	9.4	1:30	0:16	12.2	2:08
경기	0:05	6.2	1:15	0:07	7.9	1:28	0:13	9.9	2:09
강원	0:04	5.0	1:11	0:06	7.0	1:31	0:09	7.6	1:54
충북	0:04	5.9	1:15	0:07	6.2	1:54	0:09	7.9	1:50
충남	0:05	5.5	1:24	0:07	7.1	1:41	0:09	6.7	2:15
전북	0:06	6.4	1:26	0:10	8.3	2:00	0:12	9.5	2:05
전남	0:03	3.8	1:18	0:06	7.1	1:25	0:08	7.6	1:52
경북	0:04	5.2	1:22	0:06	6.5	1:32	0:10	7.6	2:08
경남	0:04	5.5	1:19	0:10	9.0	1:51	0:13	9.1	2:24
제주	0:04	4.7	1:25	0:05	5.7	1:26	0:09	7.2	2:02

13. 교제 및 여가관련 물품 구입

가. 전국민

(1) 시간량

교제 및 여가활동과 관련되는 물품을 구입하는 행위에는 평일 2분, 토요일 3분, 그리고 일요일 3분을 소비하고 있는 것으로 나타났다. 행위자 비율은 평일이 3.3%, 토요일이 5.1%, 그리고 일요일이 5.3%로 주말이 평일보다 좀 높다. 행위자 평균시간을 보면, 평일이 47분, 토요일이 55분, 일요일이 56분으로 주말이 약간 더 많다.

<표 87> 교제 및 여가관련 물품 구입

(단위: 시간:분/%)

	평일	토요일	일요일
전체 평균시간	02	03	03
행위자 비율	3.3	5.1	5.3
행위자 평균시간	0:47	0:55	0:56

(2) 시간대

시간대별로는 전반적으로 비율이 낮아 뚜렷한 특징이 드러나지는 않지만, 대체로 오후 시간대에 주로 이루어지고 있음을 알 수 있다. 가장 비율이 높은 시간대는 오후 2시 이후 6시대까지인데, 토요일과 일요일에 그 비율이 크게 늘어나고 있다.

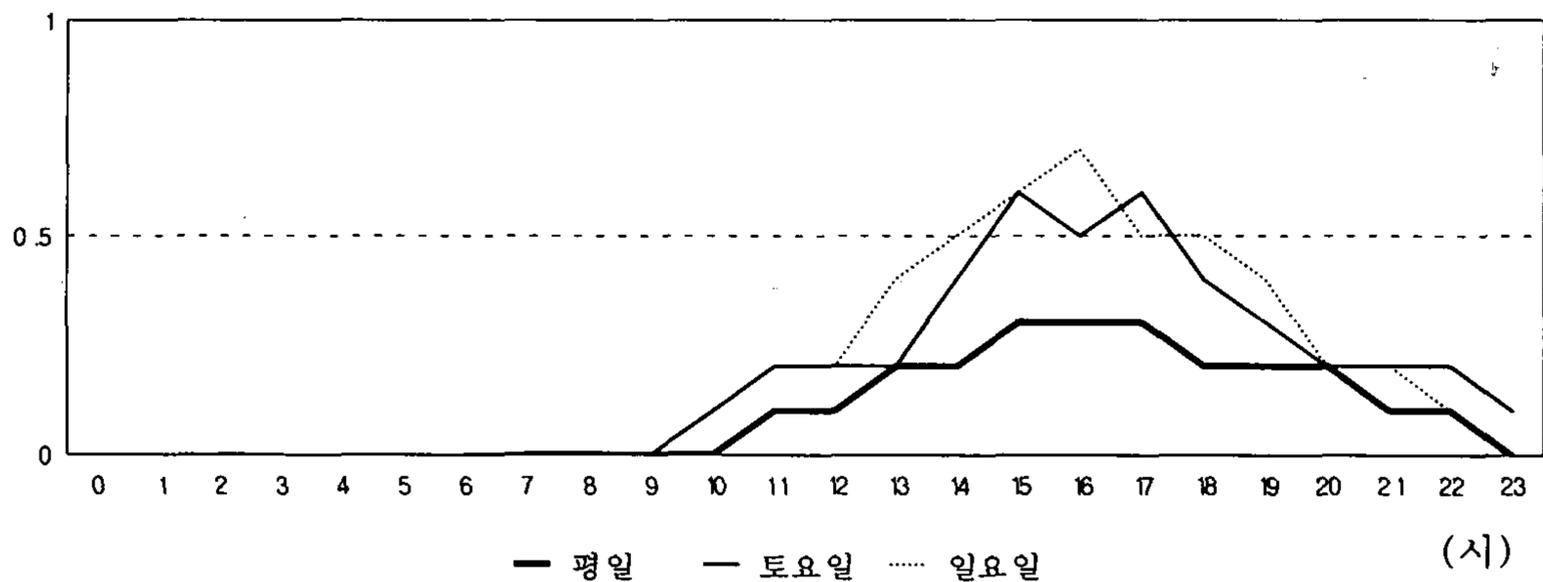
<표 88> 시간대별 교제 및 여가관련 물품 구입 비율의 추이

(단위:%)

시	평일	토요일	일요일
0		0.0	0.0
1	0.0		0.0
2		0.0	0.0
3		0.0	
4			0.0
5			
6		0.0	
7	0.0	0.0	
8	0.0	0.0	0.0
9	0.0	0.0	0.0
10	0.0	0.1	0.1
11	0.1	0.2	0.2
12	0.1	0.2	0.2
13	0.2	0.2	0.4
14	0.2	0.4	0.5
15	0.3	0.6	0.6
16	0.3	0.5	0.7
17	0.3	0.6	0.5
18	0.2	0.4	0.5
19	0.2	0.3	0.4
20	0.2	0.2	0.2
21	0.1	0.2	0.2
22	0.1	0.2	0.1
23	0.0	0.1	0.0

* 매시 00-10분대의 비율임.

(%)



<그림 13> 시간대별 교제 및 여가관련 물품 구입 비율의 추이

나. 하위집단

(1) 성별

성별로 비교해 보면, <표 89>에서 보는 바와 같이, 여성이 남성보다 시간량이나 행위자 비율에서 더 높은 수치를 보이고 있다.

(2) 연령별

연령별로 비교해 보면, <표 90>에서 보는 바와 같이, 전체 평균시간과 행위자 비율에서는 연령이 낮을수록 더 높은 수치를 보이고 있는 반면, 행위자 평균시간에 있어서는 연령이 많을수록 더 긴 시간을 소비하고 있다.

(3) 학력별

학력별로 비교해 보면, <표 91>에서 보는 바와 같이, 학력이 높아질수록 전체 평균시간이나 행위자 비율의 수치가 높은 반면, 행위자 평균시간은 더 적어진다.

(4) 취업여부별

취업여부에 따라 비교해 보면, <표 92>에서 보는 바와 같이, 미취업자가 취업자에 비해 시간량이나 행위자 비율 모두에서 더 높은 수치를 보이고 있다.

(5) 시도별

시도별로는 <표 93>에서 보는 바와 같이, 지역별로 이렇다할 차이가 없는 것으로 나타났다.

<표 89> 성별 교제 및 여가관련 물품 구입 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
남성	1	2.1	38	1	3.3	41	2	4.5	43
여성	2	4.5	51	4	6.8	1:01	4	6.1	1:06

<표 90> 연령별 교제 및 여가관련 물품 구입 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
10대	2	4.0	44	5	9.2	57	6	10.2	59
20대	3	6.4	46	6	9.5	59	6	9.4	1:00
30대	1	3.2	37	2	4.8	40	2	4.9	44
40대	1	1.8	58	1	1.9	52	1	2.5	48
50대	1	1.4	1:04	1	1.3	1:01	1	1.4	1:19
60대	1	1.7	1:08	1	1.6	1:18	1	1.0	1:06

<표 91> 학력별 교제 및 여가관련 물품 구입 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
초등학교졸업이하	1	1.5	1:14	1	1.2	1:06	1	1.3	1:24
중학교졸업	1	2.3	55	2	2.4	1:03	1	2.0	0:43
고등학교졸업	2	3.7	43	2	4.3	49	3	5.3	53
대학교졸업이상	2	4.3	43	4	7.9	51	3	6.7	50

<표 92> 취업여부별 교제 및 여가관련 물품 구입 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
미취업자	2	5.2	55	4	5.9	59	4	4.6	59
취업자	1	2.0	40	2	3.2	49	2	4.0	52

<표 93> 시도별 교제 및 여가관련 물품 구입 시간 활용 현황

(단위: 시간:분/%)

	평일			토요일			일요일		
	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간	전체 평균 시간	행위자 비율	행위자 평균 시간
서울	0:02	3.0	0:54	0:02	4.4	0:55	0:02	4.3	0:57
부산	0:02	4.3	0:50	0:03	4.6	1:11	0:03	6.5	0:51
대구	0:01	2.6	0:45	0:02	4.1	0:57	0:02	4.6	0:49
인천	0:01	3.1	0:44	0:02	4.3	0:44	0:03	6.2	0:52
광주	0:02	4.1	0:57	0:05	7.3	1:02	0:05	7.6	1:01
대전	0:01	3.2	0:45	0:04	7.0	1:02	0:04	6.8	1:03
울산	0:01	4.0	0:35	0:03	6.1	0:51	0:02	5.2	0:44
경기	0:02	3.6	0:48	0:04	6.7	0:58	0:04	6.0	1:04
강원	0:02	3.5	0:47	0:03	4.5	1:03	0:03	4.8	1:02
충북	0:01	2.3	0:45	0:02	3.6	0:51	0:02	3.3	1:14
충남	0:01	2.6	0:39	0:02	3.7	0:49	0:03	4.8	0:58
전북	0:01	3.5	0:36	0:02	4.8	0:37	0:03	6.7	0:37
전남	0:01	2.8	0:41	0:02	4.1	0:46	0:02	4.5	0:55
경북	0:01	2.6	0:57	0:02	3.5	0:44	0:03	4.8	1:02
경남	0:01	3.2	0:36	0:03	5.9	0:50	0:02	4.8	0:46
제주	0:01	3.5	0:40	0:02	3.7	0:56	0:02	4.7	0:41

III. 문화 및 여가 시간에 대한 이론적 심층 분석

1. 텔레비전에 의한 여가의 식민화

우리 나라 국민의 여가 및 문화 시간 활용 패턴에서 가장 두드러진 특징은 텔레비전이 여가를 식민화하고 있다는 것이다. 일반적으로 텔레비전에 의한 여가의 “식민화”(colonization of leisure)는 텔레비전이 여가시간의 절대시간을 차지하고 있음을 주장하는 하나의 유력한 가정이다. 일찍이 사힌과 로빈슨(Sahin & Robinson, 1980)은 현대사회에서 텔레비전이 여가 영역을 “식민화”(colonization of leisure)하는 단계에까지 이르렀음을 경험적 자료를 통해 보여준 바 있다. Sahin과 Robinson은 미국의 경우 65년-75년 기간 동안 일상생활의 활동에 소비된 시간량에 있어 텔레비전의 비중이 다른 행위에 비해 급격히 증가되었음을 지적하면서 여가 영역에 있어 텔레비전은 자유시간을 식민화하는 새로운 단계에 들어섰음을 보여주고 있다. 그들에 따르면 시간은 영합(零合, zero-sum)의 특성을 지니고 있어 텔레비전에 소비되는 시간이 많아지면 상대적으로 교제, 여행, 파티, 종교활동에의 참여 등 가정 이외의 영역에서 이루어지는 다른 활동의 비중은 감소될 수밖에 없다는 것이다. 결국 텔레비전 시청은 다른 활동과 역의 관계를 지니면서 다른 활동, 특히 여가 및 문화 활동을 기능적으로 ‘대체’(replacement)하게 되는 것이다.

이런 가정은 통계청 자료를 비롯해 우리 나라 자료에서도 확인되고 있다. <표 94>에서 보는 바와 같이, 우리 나라 국민들의 경우 평일에 텔레비전을 2시간 22분 시청하고 있으며 토요일과 일요일에는 각각 2시간 52분, 3시간 33분 텔레비전을 시청하고 있어, 다른 여가활동에 소비되는 시간과 비교해서 절대적으로 많은 시간을 텔레비전 시청에 소비하고 있다. 텔레비전에 소비되는 시간은 평일의 경우 전체 여가시간 중 약 41%, 토요일의 경우 43%, 그리고 일요일의 경우 45%로 여가활동 중 텔레비전이 차지하는 비중이 절대적으로 높은 것은 물론이고, 다른 여가활동의 가능성이 더 많은 토요일과 일요일에 있어 그 비중이 더 많아지고 있음을 알 수 있다. 또한 10세 이상 전체 국민 중에서 텔레비전을 시청하는 사람의 비율인 행위자율에 있어서도 평일 89.7%, 토요일 91.9%, 그리고 일요일 94.3%로 나타나 거의 모든 국민이 매일 텔레비전을 시청하고 있음을 알 수 있다.¹⁾ 이에 반해 다른 여가 및 문화 활동의 시

1) 이와 같은 텔레비전에 대한 절대적 의존도는 다른 국가들에 있어서도 유사하게 나타나고 있는데, 미국의 경우 하루 평균 6시간 16분 텔레비전이 켜 있으며, 한 사람이 평균 3시간 24분을 텔레비전 시청에 소비하고 있는 것으로 조사되었다(Tankard & Harris, 1980, p. 399).

간량과 행위자 비율은 교제활동을 제외할 경우 텔레비전에 비하면 아주 미미한 편이다.

참고로 전체 미디어 중에서 텔레비전이 차지하는 비중은 최근 들어 더 높아지고 있는 것으로 나타났다. 1981년 이후 시계열 자료를 제공하고 있는 KBS의 국민생활시간 조사(KBS, 1982; 1991; 1996, 2000)에 따르면, <표 95>에서 보는 바와 같이, 텔레비전, 라디오, 신문, 잡지·책 등 주요 대중매체 중에서 텔레비전이 차지하는 시간이 크게 증가하고 있음을 알 수 있다. 즉 평일의 경우 텔레비전이 이들 주요 매체 이용 시간 중에서 차지하는 시간량은 1981년 60%에서 1990년 68%, 1995년 72%를 거쳐 2000년에는 무려 85%로 증가하고 있다. 이와 같은 경향은 토요일과 일요일에 더 확연하게 나타나고 있는데 토요일의 경우 1981년 68%인 것이 2000년에는 88%로, 일요일의 경우는 1981년 75%인 것이 2000년에는 90%로 그 비중이 절대적으로 높음을 알 수 있다. 이런 경향은 텔레비전이 여가 시간을 지배하는 단계를 넘어 다른 매체를 종속시키는 수준까지 그 비중이 확대되고 있다는 것을 보여주는 것이다.

<표 94> 문화 및 여가 시간 활용 현황

(단위: 시간:분, %)

	평일		토요일		일요일	
	전체 평균 시간	행위자 비율	전체 평균 시간	행위자 비율	전체 평균 시간	행위자 비율
교제활동	1:08	75.9	1:18	77.3	1:27	75.5
대중매체 이용	3:06	94.1	3:36	94.9	4:16	96.3
신문	09	24.3	09	24.5	07	17.5
잡지	01	2.3	01	2.5	01	2.5
TV	2:22	89.7	2:52	91.9	3:33	94.3
비디오	02	2.6	03	3.8	05	5.1
라디오	18	17.7	17	16.6	15	14.9
음악듣기	09	11.7	09	11.4	10	12.0
컴퓨터 정보이용	03	3.9	03	3.7	04	4.1
일반인의 학습	09	5.4	07	4.2	06	3.8
종교활동	07	6.2	09	6.9	26	15.7
관람·문화적 행사 참여	01	0.8	03	2.4	04	2.7
스포츠 및 맥외 레저	18	23.6	21	24.4	25	25.4
취미/기타 여가활동	52	63.4	1:00	64.1	1:05	63.3
컴퓨터게임	05	6.2	09	8.7	12	9.7
교제·여가 관련 물품구입	02	3.3	03	5.1	03	5.3
교제 및 여가 활동 전체	5:43	99.4	6:38	99.6	7:53	99.7

<표 95> 주요 미디어의 이용량 추이

(단위: 시간:분)

	평일				토요일				일요일			
	1981	1990	1995	2000	1981	1990	1995	2000	1981	1990	1995	2000
텔레비전	1:49	2:03	2:23	2:24	2:26	2:45	3:07	2:52	3:15	3:40	4:02	3:46
라디오	46	32	31	12	41	29	27	11	34	25	22	9
신문	10	9	9	7	10	8	9	5	8	7	7	4
잡지·책	18	16	16	7	19	16	18	8	22	20	20	11
계	3:03	3:00	3:19	2:50	3:36	3:38	4:01	3:16	4:19	4:32	4:51	4:10

* 자료: KBS(1982, 1991, 1996, 2001)에서 재구성함.

2. 여가 패턴의 동시화

가. 여가 패턴의 동시화에 대한 이론적 가정

텔레비전에 의한 여가의 식민화는 노동의 동시화(synchronization of labor)와 함께 여가 패턴의 동시화를 초래한다(이재현, 1994). 여가 패턴의 동시화는 다음 두가지 측면과 연관된다.

우선 첫 번째로, 전사회적인 노동의 동시화로 노동시간과 여가시간이 분리되면서, 일정하게 여가활동이 가능한 시간이 규정된다는 것이다. 노동과 여가가 서로 결합되어 있던 전통사회와는 달리, 노동과 여가가 시간적 규율에 의해 구별되면서, 즉 “시간규율이 상징적 상호작용(symbolic interaction)의 영역까지도 식민화하면서”(Thrift, 1981, p.64), 여가활동이 가능한 시간은 노동 이후의 시간, 좀더 정확히 표현하면 근무를 마치고 난 이후의 시간으로 제한된다.

두 번째로, 여가산업의 합리화와 관련하여, 표준화된 대량생산과 표준화된 대량소비를 근간으로 하는 여가산업은 이와 같은 대량생산 및 소비체제에 맞는 생활양식의 변화를 요구하게 되는데, 그 핵심이 바로 여가패턴의 예측가능성이라고 할 수 있다. 즉 노동과정의 합리화라 할 수 있는 포드주의의 도입에 의해 노동의 동시화가 고도화되는 것과 마찬가지로, 여가시간을 상품화하기 위해서는 예측가능한 생활패턴이 전사회적으로 보편화되어야 하는 것이다.

그러나 이와 같은 여가시간 이용패턴에 절대적인 영향력을 발휘한 것은 텔레비전 등 방송의 역할이라고 할 수 있다. 이제까지의 많은 경험적 연구에서 볼 수 있는 바와 같이, 방송, 특히 텔레비전은 현대사회의 여가양식을 지배하고 있다. 특히 텔레비전에 소비하는 시간량에서 뿐만 아니라, 시청패턴에 있어서도 전반적으로 의례화(ritualization)되어 있어, 앞서 지적한 바와 같이, 현대사회에서 텔레비전은 여가 영역을 식민화하는 단계에까지 이른 것으로 지적되고 있다.

이에 따라 다음과 같이 여가 패턴의 동시화에 대한 가정들이 도출될 수 있다. 우선 첫 번째로, 하루 24시간의 기간 동안 생활필수행동으로서의 수면, 노동, 그리고 여가가 시간적으로 뚜렷이 구분된다. 즉 시간규율에 의한 분절화(fractionation)에 따라, 수면, 노동 및 여가가 이루어지는 시간적 경계(temporal boundaries)가 확정된다는 것이다.

두 번째로, 특히 노동과 여가시간에 있어서 특정 활동이 사회적·집단적으로 집중되는 최고점(peak time)이 존재한다. 그 최고점에서는 사회적으로 행위의 다양성이 최저가 되고, 즉 특정 행위로의 집중 정도가 최고점에 달하게 된다.

마지막으로, 여가시간에 있어 가정생활의 핵심적인 위치를 차지하고 있는 텔레비전의 시청시간을 중심으로 여타 행동이 주위에 분산되는 경향이 나타난다고 할 수 있다.

나. 여가 패턴의 동시화에 대한 지수 구성

(1) 지수의 구성

여가 패턴의 동시화에 대한 지수를 구성하기 위해서는, 전시간대에 걸쳐 시간량을 중심으로 지수를 구한 Ferge(1972)나 Boh와 Saksido(1972)의 연구와는 달리, 시간대별로 행위의 유사성 내지 집중도를 산출해야 한다.

이를 위해 본 연구는 유목변인의 집중도에 대한 통계 지수를 활용하고자 하는데,²⁾ 그런 지수로 개발된 것이 여러 개 있기는 하지만, 지수 산출과정에

2) 유목변인의 다양성 지수는 정치학(정당 지지도 추이, 평등), 생물학(종의 다양성), 방송편성 분석(편성의 다양성) 등 여러 학문분야에서 활용되고 있다.

대한 이해가 가장 용이하고, 그 수치의 범위가 최소 0에서 최대 1까지 표준화되어 있는 '질적 편차 지수'(IQV, index of qualitative variation)을 활용하고자 한다 (Weisberg, 1993, pp.70-71).

본 연구에서는 IQV 지수가 편차, 즉 다양성이라는 측면에서 구성되었기에, 그 방향을 바꾸기 위해 1에서 뺀 값으로 최종적인 '시간대별 집중도 지수'(concentration index, CI_t)를 구성하였다. 그리고 이는, 앞의 Ferge(1972)나 Boh와 Saksido(1972)의 연구에서와 마찬가지로, 집단을 단위로 산출된다. 이렇게 구성된 시간대 t 의 집중도 지수는 다음과 같다.

$$CI_t = 1 - \frac{1 - \sum_{i=1}^k P_i^2}{(K - 1) / K}$$

여기서, P_i 는 시간대별 행동 i 의 행위자 비율

K 는 행동 유목의 수

여기서 CI 의 값이 크면, 그 시간대 t 에 있어 특정 집단의 구성원들이 행하는 행위들 중에서 특정한 행동에 집중되는 경향이 강한 것으로 해석할 수 있다. 만약 CI 값이 1이면 하나의 행동으로 완전히 집중된 것이고, CI 값이 0이면 각 행동에 똑같이 분산되어 있어 행동이 다양하다는 것을 의미한다. 시간의 경과에 따라, 즉 시간대에 따라 CI 값의 변동 추이를 통해 행위의 동시화 정도를 파악할 수 있다.

(2) 분석 대상 및 자료

본 연구는 평일 오전 6시부터 오후 12시까지 10분 단위로 총 108개 시간대에 걸쳐 집중도 지수 CI 를 산출하였다. 지수 구성에 사용된 행동 유목은 총

10개로서, 교제 및 여가 활동의 중분류에 해당하는 ① 교제활동, ② 대중매체 이용, ③ 일반인의 학습, ④ 종교활동, ⑤ 관람 및 문화행사 참여, ⑥ 스포츠 및 댁외 레저활동, ⑦ 취미 및 기타 여가활동, ⑧ 교제 및 여가 활동 관련 물품 구입, ⑨ 기타 여가활동, 그리고 소분류 항목이지만 그 비중이 큰 ⑩ 텔레비전 시청 등이다.

다. 여가 패턴의 동시화에 대한 분석 결과

(1) 전국민

10세 이상 국민을 대상으로 평일 108개 시간대에 걸친 여가 행위의 집중도 추이를 볼 때, <그림 14>에서 보는 바와 같이, 시간대별로 집중도의 변화가 일정한 패턴으로 뚜렷이 나타나고 있음을 알 수 있다.

우선 첫 번째로, 앞서 기술한 가정, 즉 시간적인 분절화(temporal fractionations) 경향을 확인할 수 있다. 오전 6시부터 오전 10시경까지, 오전 10시부터 오후 6시경까지, 그리고 저녁의 경우는 오후 6시 이후 밤 12시경까지 3개 시간대로 나뉘어짐을 알 수 있다. 특히 오전 6시부터 10시까지와 오후 6시부터 12시까지는 여가 행위의 집중도 정도가 낮 시간대에 비해 높게 나타나고 있다. 오후 9시를 전후한 시점이 집중도가 가장 높다.

두 번째로, 이에 따라 시간적 경계(temporal boundaries)가 뚜렷이 설정되어 있음을 볼 수 있다. 즉 오전 6시, 오전 10시, 오후 8시, 밤 12시 등은 여가 행위의 집중도 추이 측면에서 그 전후 시간대를 구별지우는 경계 시간에 해당한다.

세 번째로 이러한 시간적 패턴을 결정지워주는 행위는, 여기서는 개별 행동별로 행위자 비율을 제시하지는 않았지만, 앞 장에서 제시된 개별 여가행동의 시간대별 추이를 보면 대체로 텔레비전 시청임을 알 수 있다. 이와 달리 낮 시간대에는 텔레비전 시청에서 벗어나 다양한 여가 및 문화행위들이 이루어지거나 여가 및 문화 행위가 적게 이루어지고 있기 때문에 그 집중도가 상대적으로 낮을 것이라 할 수 있다.

(2) 하위집단

1) 성별

성별로 비교해 보면, <그림 15>에서 보는 바와 같이, 오전 시간대와 밤 시간대에 성별로 집중도 차이가 있다. 즉 오전 7시부터 9시 30분경까지 상대적으로 여성이 남성보다 여가 행위의 집중도가 높고, 마찬가지로 오후 7시 이후 12시경까지 시간대의 경우도 여성의 집중도 지수가 높게 나타나고 있다. 이와 달리 오전 10시 이후 낮시간대는 성별로 집중도 차이가 거의 나타나고 있지 않다.

2) 연령별

연령별로 집중도 지수를 비교해 보면, <그림 16>에서 보는 바와 같이, 연령 집단 사이에 뚜렷한 차이를 확인할 수 있다. 상대적으로 연령이 많아질수록 집중도 지수가 높아지고 연령이 적어질수록 그 지수가 낮아져 상대적으로 저연령집단이 다양한 여가 및 문화 행위를 하고 있음을 알 수 있다. 이런 경향은 특히 오후 6시 이후 밤 시간대에 뚜렷이 나타나고 있다. 이는 연령이 많아질수록 텔레비전에 대한 의존 정도가 높음을 반영하는 것이다.

3) 학력별

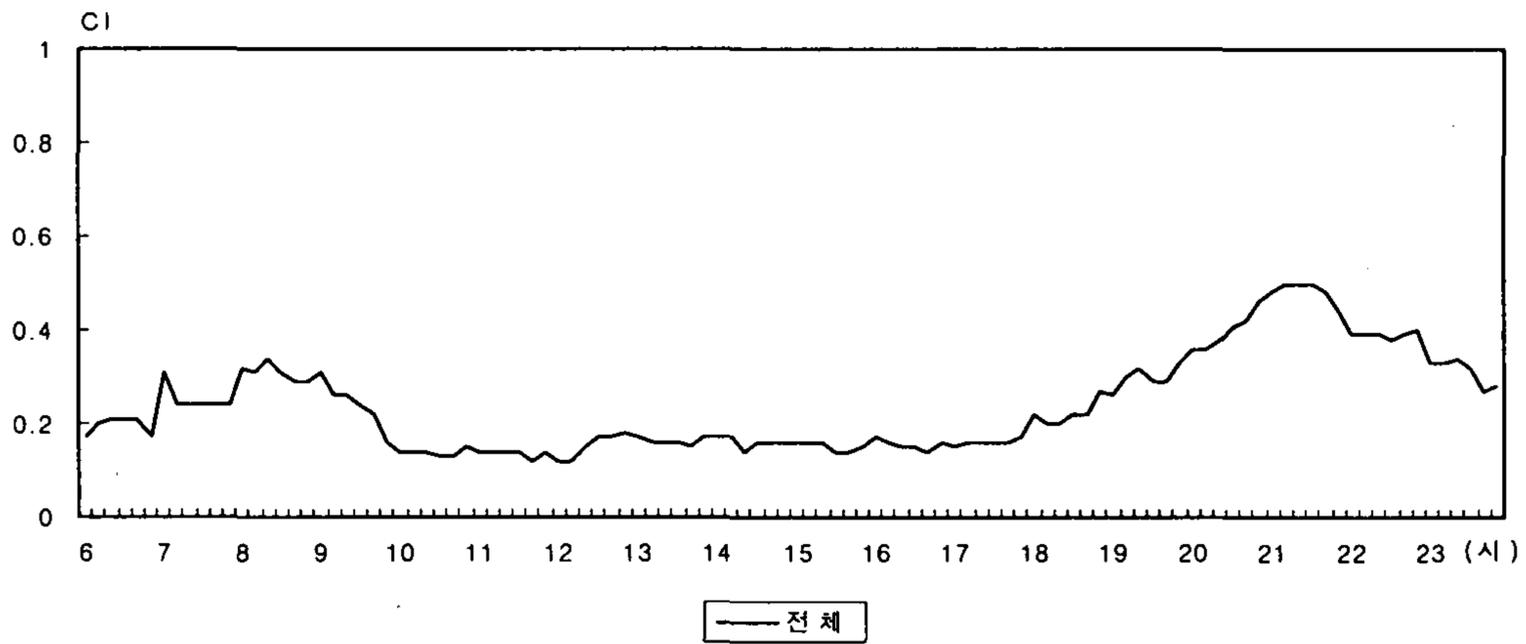
학력별로 집중도 지수의 추이를 살펴보면, <그림 17>에서 보는 바와 같이, 학력 집단 사이에 뚜렷한 차이를 보이고 있다. 거의 전시간대에 걸쳐 상대적으로 저학력 집단의 집중도가 고학력 집단의 집중도보다 높게 나타나고 있다. 이와 같은 격차는 오후 6시 이후에 더욱 확대되는 경향을 보이고 있다. 이는 학력이 높아질수록 텔레비전 시청에서 벗어나 다양한 여가 및 문화 행위를 하고 있음을 반영하는 것이다.

4) 직업별

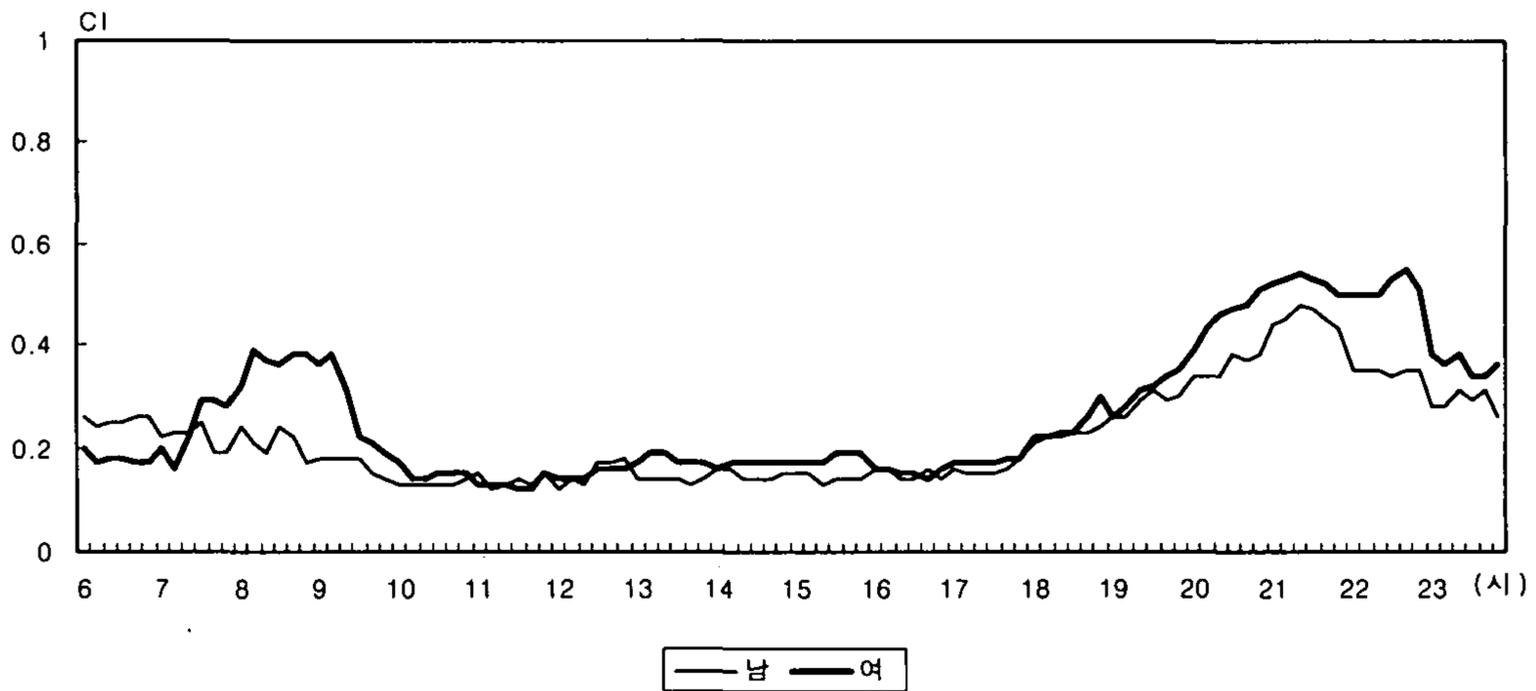
집중도 지수는 직업별로도 차이를 보이고 있다. <그림 18>에서 보는 바와 같이, 상대적으로 농림어업 종사자가 가장 높은 집중도 지수를 보이고 있는 가운데, 그 다음으로 기능작업직, 판매서비스직, 그리고 사무기술직 등의 순이다. 이는 농림어업 종사자나 기능작업직 종사자가 사무기술직 종사자에 비해 텔레비전에 대한 의존 정도가 높다는 것을 반영하는 것이다. 즉 사무기술직 종사자는 다른 직업종사자에 비해 상대적으로 다양한 여가 행위를 하고 있음을 보여주는 것이다.

5) 지역별

지역별로 여가 패턴의 집중도 지수를 비교해 보면, <그림 19>에서 보는 바와 같이, 지역별로 뚜렷한 차이를 확인할 수 없다. 단지 그 차이는 적지만, 읍면지역 거주자들의 집중도 지수가 약간 높다고 할 수 있다.

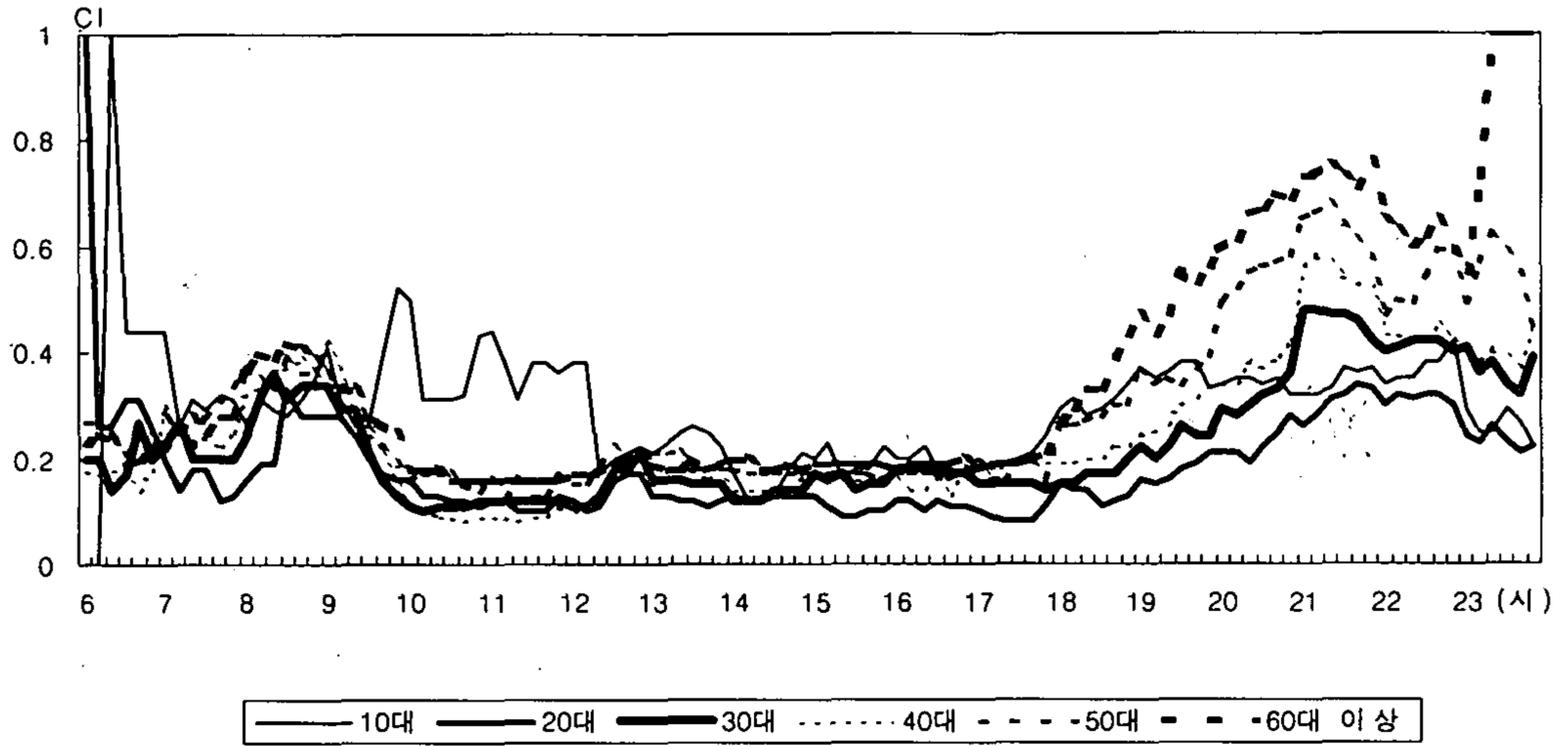


<그림 14> 여가 집중도 CI의 추이(전체)

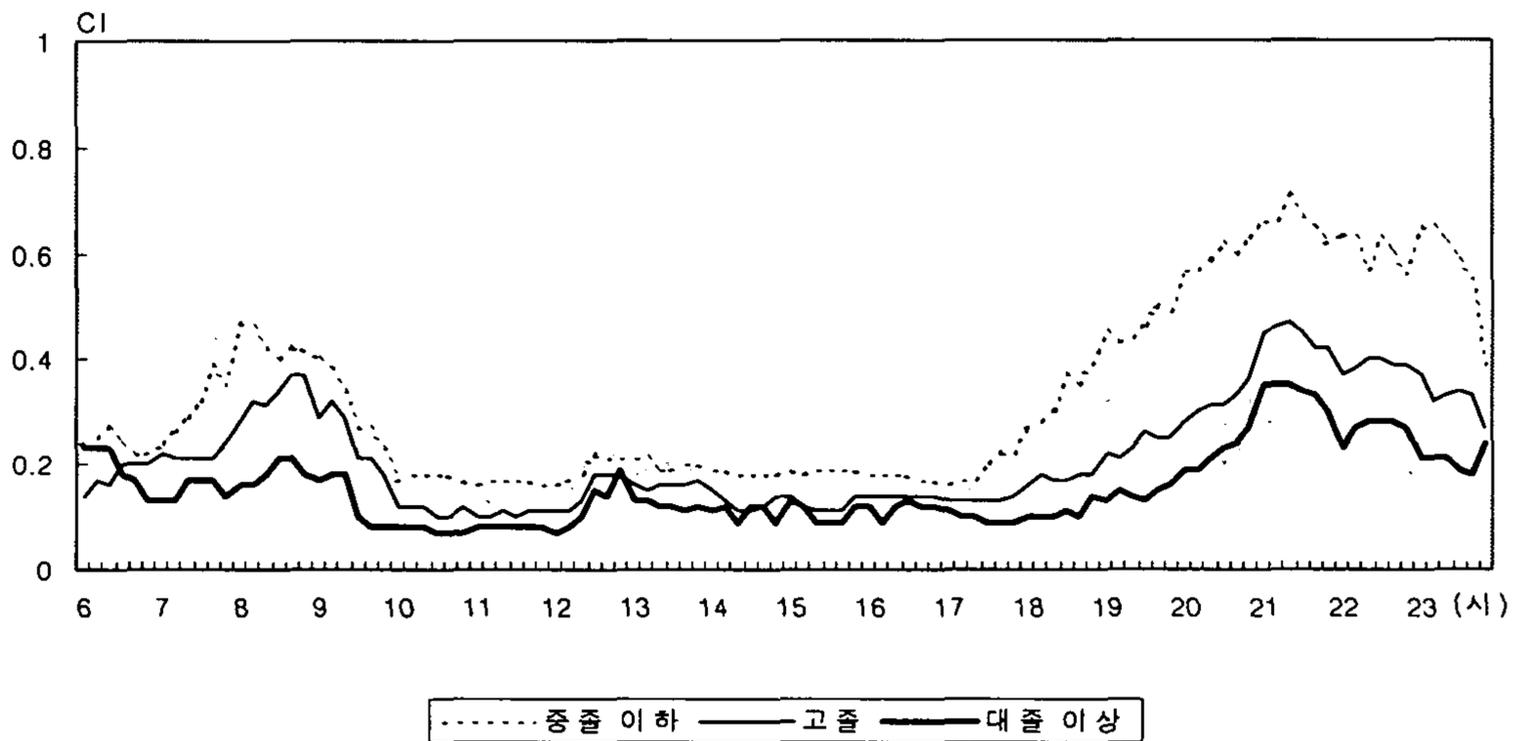


<그림 15> 성별 여가 집중도 CI의 추이

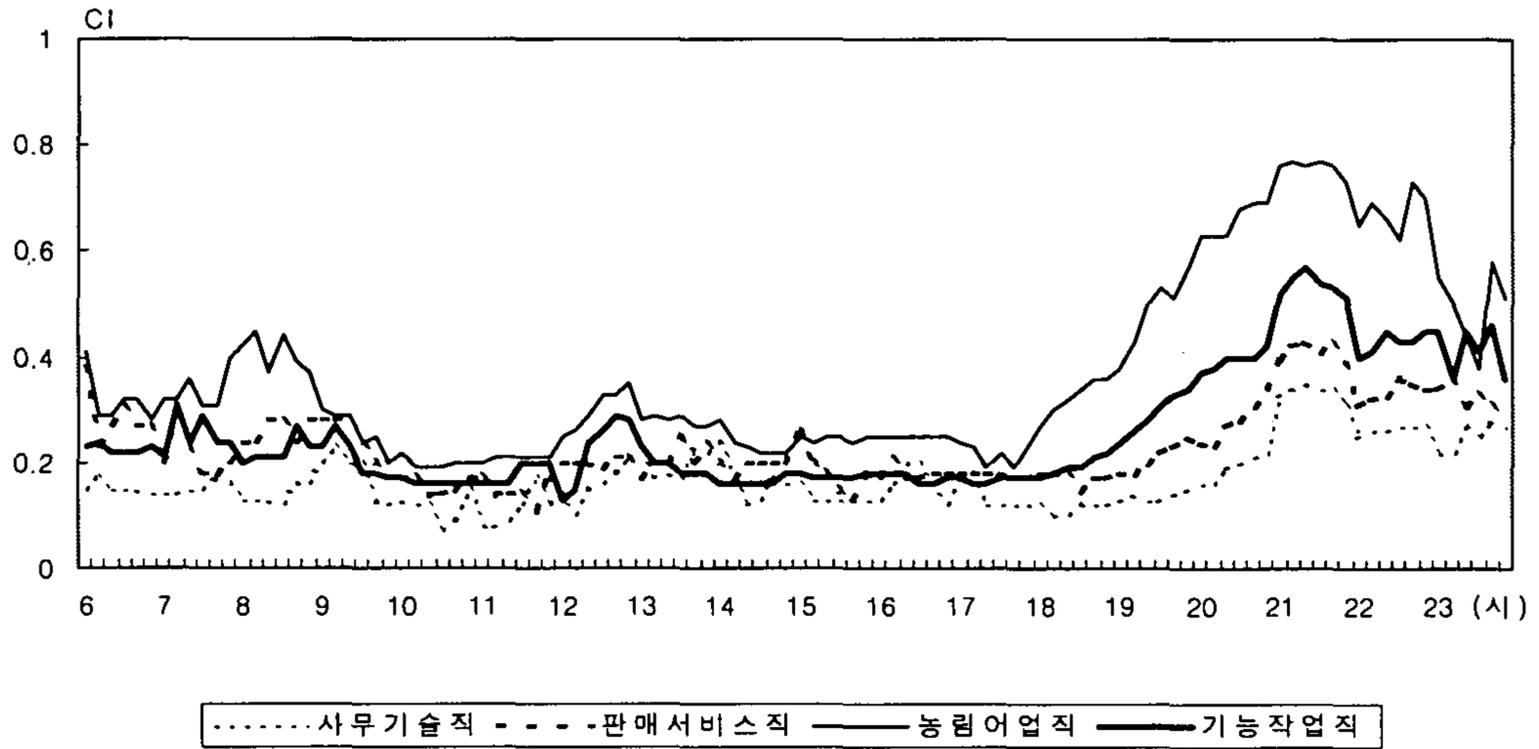
III. 문화 및 여가 시간에 대한 이론적 심층 분석



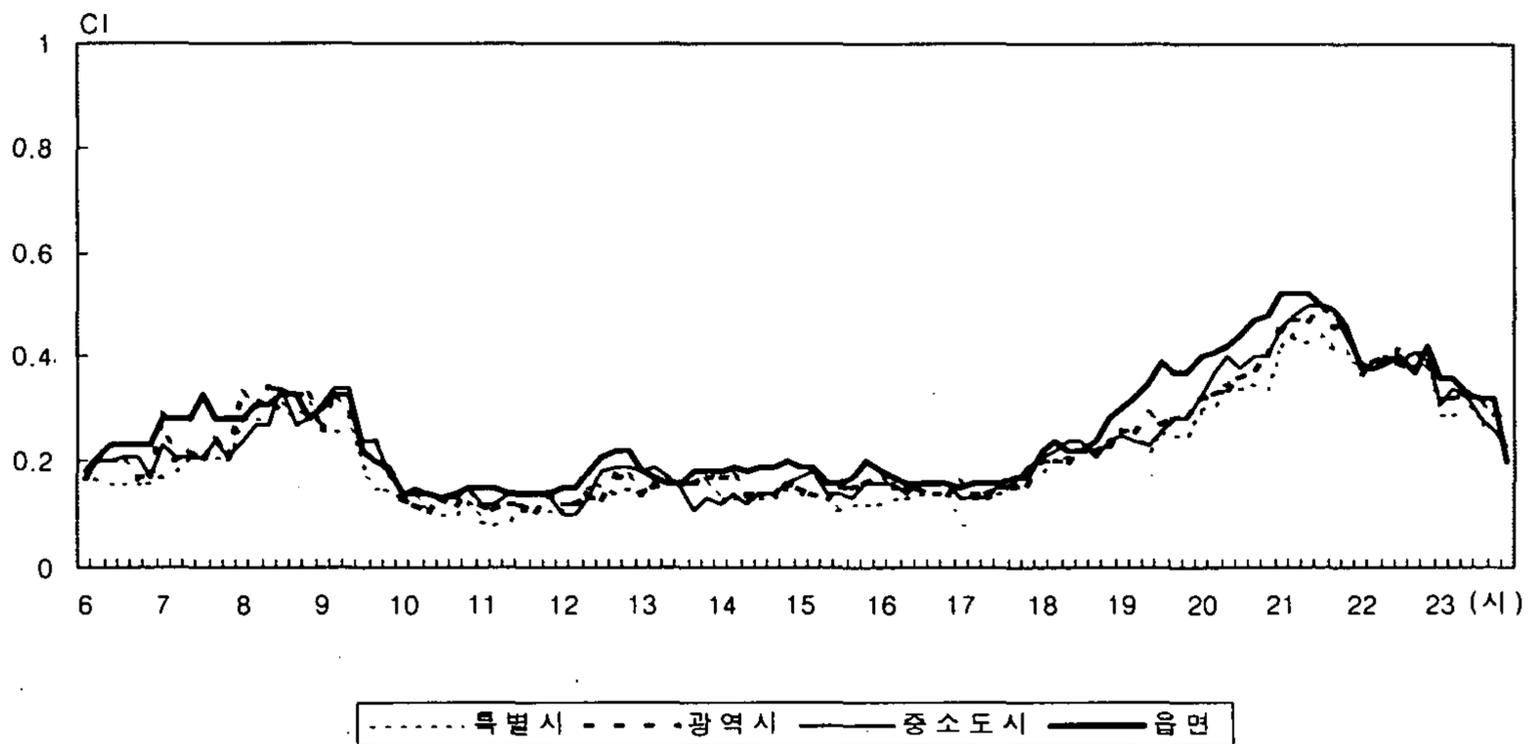
<그림 16> 연령별 여가 집중도 CI의 추이



<그림 17> 학력별 여가 집중도 CI의 추이



<그림 18> 직업별 여가 집중도 CI의 추이



<그림 19> 지역별 여가 집중도 CI의 추이

3. 문화자본의 사회적 분포

가. 문화자본의 개념과 유형화

문화자본(cultural capital)은 프랑스 사회학자 Bourdieu(1977)가 계급관계의 재생산 문제에 초점을 맞추어 문화적 실천을 분석하기 위해 개념화한 것으로서, 일반적으로 사회적으로 분포되어 있는 문화적 활동, 문화적 가치와 능력을 지칭한다. 이것은 교육과 같은 재생산 기구를 통해 내면화된 자질, 능력, 취향, 그리고 그것이 겉으로 표출되는 문화적 행위 전반을 포괄하는 것이다. 이러한 문화자본은 사회적으로, 특히 계급적으로 불평등하게 분포되어 있는 것으로 이해되는데, 문화자본의 사회적 분포를 확인함으로써 문화적 측면에서 사회 구조를 이해할 수 있는 것이다.

문화자본의 사회적 분포를 확인하기 위해서는 문화자본의 하위 차원들을 개념화할 필요가 있다. 이에 본 연구는 기본적으로 네 가지의 하위 개념들을 설정하고자 한다. 즉 사교적 자본(social capital), 매체 자본(media capital), 관람·문화 자본(culture capital), 스포츠·레저 자본(sports capital)이 그것이다. 이런 문화자본의 하위 개념들은 시간량 차원에서 다음과 같이 유형화된다.

<표 96> 문화자본의 하위 개념들

문화자본의 유형	문화 및 여가 행동
사교적 자본	교제관련 전화통화 / 가족·친척과의 교제 / 그외 사람들과의 교제 / 성묘, 별초 등 / 기타 교제관련 행동 / 놀이 / 유흥
매체 자본	신문 / 잡지 / TV / 비디오 / 라디오 / CD, Tape 등 음악 듣기 / 컴퓨터 정보 이용 / 컴퓨터 게임
관람·문화 자본	영화 / 연극, 콘서트 / 전시회, 박물관 / 스포츠 경기 관람 / 기타 관람 및 행사 참여관련 행동 / 독서 / 그외 취미활동
스포츠·레저 자본	걷기, 산책 / 등산, 하이킹 / 체력 단련을 위한 개인운동 / 그외의 스포츠 / 드라이브, 소풍, 관광 및 구경 / 그외 집밖의 레저 활동

조작적으로 각각의 하위 문화자본은 관련 문화 및 여가 행동의 시간량에 따라 정의된다. 시간량의 분포를 고려하여, 사교적 자본은 평일 관련 행동 시간들의 합이 60분을 초과하는 경우에, 매체 자본은 150분을 초과하는 경우에, 그리고 관람·문화 자본과 스포츠·레저 자본은 10분 이상인 경우에 해당 자본을 소유한 것으로 정의하였다.

그리고 이러한 문화자본의 분포를 살펴보기 위해 하위 문화자본의 소유 형태에 따라 집단별로 구분하였다. 집단은 크게 집중형, 혼합형, 배제형, 분산형, 문화자본 비소유 등으로 나뉘어지는데, <표 97>의 문화자본의 소유 형태 칸에서 볼 수 있는 바와 같이, 집중형은 특정 문화자본만을 소유한 경우를, 혼합형은 2개의 문화자본을 소유한 경우를, 배제형은 특정한 문화자본을 소유하지 않은 경우를, 분산형은 네 가지 하위 문화자본 모두를 소유한 경우를 지칭한다. 한가지 유의할 점은 집단별 문화자본의 소유 비율이 절대적인 의미를 갖는 것이 아니라 상대적인 의미와 비중만을 가질 뿐이라는 것이다.

<표 97> 문화자본의 분포

(단위: 명/%)

문화자본의 소유 형태		건수	비율
집중형	사교 (A)	4,788	13.7
	매체 (B)	4,659	13.3
	관람·문화 (C)	1,574	4.5
	스포츠·레저 (D)	2,328	6.7
혼합형	A+B	2,531	7.2
	A+C	856	2.4
	A+D	1,372	3.9
	B+C	868	2.5
	B+D	1,666	4.8
	C+D	538	1.5
배제형	A+B+C	446	1.3
	A+B+D	1,229	3.5
	A+C+D	288	.8
	B+C+D	417	1.2
분산형	A+B+C+D	203	.6
문화자본 비소유		11,238	32.1
전 체		35,001	100.0

나. 문화자본의 하위집단별 분포

(1) 성별

성별로 문화자본의 분포를 살펴보면, <표 98>에서 보는 바와 같이, 대체로 매체 자본과 스포츠·레저 자본은 남성의 비중이 높은 반면, 사교 자본과 관람·문화 자본은 여성의 비중이 높은 것으로 나타났다. 그리고 문화자본 비소유 비율에서 보듯, 남성이 여성보다 문화자본을 더 많이 소유하고 있는 것으로 나타났다.

(2) 연령별

연령별로 문화자본의 분포를 살펴보면, <표 99>에서 보는 바와 같이, 연령 집단별로 매우 특징적인 점을 보여주고 있는데, 사교 자본의 경우는 20대, 30대, 40대가 많고, 매체 자본은 연령이 많아질수록 많아진다. 후자의 경우는 텔레비전 시청시간이 많기 때문인 것으로 보인다. 그리고 관람·문화 자본의 경우는 연령이 적어질수록 많아진다. 그리고 스포츠·레저 자본은 상대적으로 연령별 차이가 적은 가운데, 10대와 40대가 상대적으로 많다. 전반적으로 30대와 40대가 상대적으로 문화자본이 적은 것으로 나타났다.

(3) 학력별

학력별로 문화자본의 분포를 살펴보면, <표 100>에서 보는 바와 같이, 사교 자본은 고졸이, 매체 자본은 학력이 낮을수록, 관람·문화 자본과 스포츠·레저 자본은 학력이 높을수록 많은 것으로 나타났다.

(4) 직업별

직업별로 문화자본의 분포를 살펴보면, <표 101>에서 보는 바와 같이, 사교 자본은 직업별 차이가 거의 없는 반면, 매체 자본은 농림어업과 기능작업;

직 종사자가, 관람·문화 자본은 사무기술직 종사자가, 그리고 스포츠·레저 자본은 사무기술직과 기능작업직 종사자가 다른 직업 종사자에 비해 상대적으로 더 많이 보유하고 있는 것으로 나타났다.

(5) 지역별

지역별로 문화자본의 분포를 살펴보면, <표 102>에서 보는 바와 같이, 지역별로 특징적이 점이 없는 가운데, 스포츠·레저 자본만 읍면 지역이 다른 지역에 비해 적을 뿐이다.

<표 98> 성별 문화자본의 분포

(단위: %)

문화자본의 소유 형태		남	여	전체
집중형	사교 (A)	12.7	14.5	13.7
	매체 (B)	13.7	12.9	13.3
	관람·문화 (C)	3.3	5.5	4.5
	스포츠·레저 (D)	9.1	4.5	6.7
혼합형	A+B	6.6	7.8	7.2
	A+C	1.5	3.3	2.4
	A+D	4.7	3.2	3.9
	B+C	2.2	2.7	2.5
	B+D	6.4	3.3	4.8
	C+D	1.8	1.3	1.5
배제형	A+B+C	1.0	1.5	1.3
	A+B+D	4.5	2.6	3.5
	A+C+D	.9	.8	.8
	B+C+D	1.7	.7	1.2
분산형	A+B+C+D	.8	.4	.6
문화자본 비소유		29.0	34.9	32.1

<표 99> 연령별 문화자본의 분포

(단위: %)

문화자본의 소유 형태		10대	20대	30대	40대	50대	60대 이상	전체
집중형	사교 (A)	12.7	15.2	15.7	14.8	12.3	10.5	13.7
	매체 (B)	9.7	13.2	13.2	13.9	15.0	16.1	13.3
	관람·문화 (C)	9.6	7.2	4.3	2.4	1.1	.6	4.5
	스포츠·레저 (D)	8.3	5.8	6.3	7.1	6.7	5.5	6.7
혼합형	A+B	5.0	5.8	6.6	7.2	7.9	12.0	7.2
	A+C	5.1	3.9	2.1	1.3	.9	.5	2.4
	A+D	2.7	3.2	3.6	4.1	5.0	5.6	3.9
	B+C	3.9	4.2	2.4	1.7	.9	1.1	2.5
	B+D	3.5	3.3	3.2	3.8	7.1	9.2	4.8
	C+D	2.9	1.8	1.4	1.4	.9	.5	1.5
배제형	A+B+C	1.8	2.3	1.2	.9	.7	.5	1.3
	A+B+D	1.3	1.5	1.6	2.9	5.6	10.0	3.5
	A+C+D	1.2	1.2	.7	.8	.5	.4	.8
	B+C+D	1.2	1.3	.8	1.0	1.3	1.7	1.2
분산형	A+B+C+D	.3	.7	.4	.4	.7	1.1	.6
문화자본 비소유		30.7	29.6	36.4	36.7	33.6	24.7	32.1

<표 100> 학력별 문화자본의 분포

(단위: %)

문화자본의 소유 형태		중졸 이하	고졸	대졸 이상	전체
집중형	사교 (A)	13.1	15.0	13.3	13.9
	매체 (B)	15.9	13.6	11.1	14.1
	관람·문화 (C)	.9	4.3	7.3	3.4
	스포츠·레저 (D)	5.2	6.1	8.6	6.2
혼합형	A+B	9.9	7.4	3.8	7.8
	A+C	.6	2.7	3.2	2.0
	A+D	4.4	3.8	4.2	4.1
	B+C	1.0	2.9	3.5	2.2
	B+D	5.9	4.4	4.5	5.0
	C+D	.4	1.3	2.9	1.2
배제형	A+B+C	.4	1.7	1.9	1.2
	A+B+D	5.9	3.0	2.0	4.0
	A+C+D	.3	1.0	1.3	.8
	B+C+D	.7	1.3	2.1	1.2
분산형	A+B+C+D	.4	.7	1.0	.6
문화자본 비소유		34.9	30.8	29.2	32.2

<표 101> 직업별 문화자본의 분포

(단위: %)

문화자본의 소유 형태		사무 기술	판매 서비스	농림 어업	기능 작업	전체
집중형	사교 (A)	15.5	15.6	14.0	15.1	15.1
	매체 (B)	10.1	11.0	17.8	13.7	12.9
	관람·문화 (C)	7.8	4.6	1.2	2.8	4.0
	스포츠·레저 (D)	9.3	7.3	3.4	7.5	6.9
혼합형	A+B	3.1	4.1	8.5	4.4	4.9
	A+C	2.8	2.5	.5	.8	1.7
	A+D	3.8	4.0	2.4	3.1	3.4
	B+C	2.4	1.4	1.1	.8	1.3
	B+D	3.8	2.9	3.1	3.2	3.1
	C+D	3.4	1.3	.4	.6	1.3
배제형	A+B+C	.8	.7	.3	.3	.5
	A+B+D	1.0	1.4	2.7	1.5	1.6
	A+C+D	1.0	.5	.2	.3	.5
	B+C+D	1.4	.7	.4	.4	.7
분산형	A+B+C+D	.3	.2	.2	.3	.2
문화자본 비소유		33.4	41.9	44.0	45.2	41.8

<표 102> 지역별 문화자본의 분포

(단위: %)

문화자본의 소유 형태		특별시	광역시	중소 도시	읍면	전체
집중형	사교 (A)	14.0	13.1	13.0	14.3	13.7
	매체 (B)	13.2	12.9	13.2	13.8	13.3
	관람·문화 (C)	4.9	4.9	3.8	4.2	4.5
	스포츠·레저 (D)	7.1	7.1	7.5	5.8	6.7
혼합형	A+B	6.2	6.9	7.0	7.9	7.2
	A+C	2.2	2.6	2.2	2.5	2.4
	A+D	3.6	4.1	4.1	3.9	3.9
	B+C	3.0	2.8	2.5	2.0	2.5
	B+D	4.3	5.0	5.0	4.6	4.8
	C+D	1.4	1.8	1.8	1.3	1.5
배제형	A+B+C	1.2	1.6	1.0	1.1	1.3
	A+B+D	3.3	3.3	3.2	3.8	3.5
	A+C+D	.7	.9	1.0	.8	.8
	B+C+D	1.4	1.5	.9	.9	1.2
분산형	A+B+C+D	.6	.7	.4	.6	.6
문화자본 비소유		32.9	30.8	33.5	32.6	32.1

4. 인터넷 등 뉴미디어에 의한 올드미디어의 대체

가. 미디어 대체에 관한 가정

일반적으로 새로운 매체의 등장은 기존의 매체를 대체하거나 보완하는 것으로 알려져 있다. 이용과 충족 접근(uses and gratifications approach) 계열의 연구들에 따르면 매체 사이에는 기능적 대안(functional alternatives) 관계가 있다. 새로운 매체가 등장함으로써 새로운 매체를 완전히 대체(replacement)하거나 보완(complementation)하게 된다. 이에 따라 기존 매체는 새로운 매체의 등장의 결과로 사회적 이용 정도가 약화되거나 기능적으로 재조직화(functional reorganization)되지 않을 수 없다. 이와 같은 매체 관계의 변화를 확인할 수 있는 가장 중요한 지표가 바로 매체 이용 시간량(amount of use)이다.

최근 우리 나라의 매체 이용 패턴을 보면 매체 구도 상의 변화가 야기되고 있는 것으로 확인되고 있다. 1981년 이후 시계열 조사를 하고 있는 KBS의 국민생활시간 조사 자료를 보면, <표 103>에서 보는 바와 같이 기존의 매체들이 퇴조하고 새로운 매체들이 약진하고 있음을 알 수 있다.

<표 103> 매체 이용량 추이

(단위: 시간:분)

	평일		토요일		일요일	
	1995	2000	1995	2000	1995	2000
텔레비전	2:23	2:24	3:07	2:52	4:02	3:46
라디오	31	12	27	11	22	9
신문	9	5	9	5	7	4
잡지·만화	3	1	4	1	4	1
책	13	6	14	7	16	10
비디오	4	1	5	2	8	4
영화	1	0	2	1	1	2
CD·Tape	5	2	4	2	5	2
뉴미디어 방송	-	9	-	10	-	8
컴퓨터 이용	-	15	-	24	-	28
PC 통신	1	0	1	1	1	1
인터넷	-	8	-	10	-	11
컴퓨터 작업	-	2	-	1	-	1
컴퓨터 게임	2	5	3	12	5	15

* 자료: KBS(1996, 2001)에서 재구성함.

1995년과 2000년을 비교해 볼 때, 텔레비전은 변화가 없거나 약간 감소하는 모습을 보이고 있으나, 라디오, 신문, 잡지, 책, 비디오 등은 그 이용 시간량에 있어 엄청나게 감소하고 있음을 알 수 있다. 평일의 평균 이용 시간량만을 비교해 보면, 라디오의 경우 31분에서 12분으로, 신문의 경우는 9분에서 5분으로 5년 전에 비해 반 이상 줄어들었고, 잡지·만화나 책도 각각 3분에서 1분으로, 그리고 13분에서 6분으로 크게 감소하였다. 이런 경향은 올드미디어의 퇴조라 할 만한 변화이다.

한편 올드미디어의 퇴조 경향과 달리 뉴미디어의 약진이 두드러진다. 특히 컴퓨터 이용 시간량의 증가가 두드러진다. 전체적으로 컴퓨터 이용 시간량은 평일 15분, 토요일 24분, 그리고 일요일 28분이며, 컴퓨터 게임의 시간량도 매우 많은 편이다. 인터넷을 매개로 한 컴퓨터 게임을 고려한다면 특히 인터넷 이용시간의 비중은 주목할 만하다.

나. 인터넷과 대중매체 사이의 관계

인터넷의 비중이 커지고 있다면 기존의 대중매체와는 어떤 관계에 있는지 살펴볼 필요가 있다. 즉 인터넷의 이용 여부에 따라 기존 매체들의 이용 시간량은 차이가 있는지 살펴봄으로써 인터넷의 영향력을 확인해 보고자 하는 것이다.

인터넷의 이용 여부에 따라 몇몇 기존 매체들의 이용 시간량은 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다. 평일의 경우만 비교해 보면, <표 104>에서 보는 바와 같이 텔레비전의 경우 인터넷 이용자가 평균 81분 텔레비전을 시청하는 반면, 비이용자는 116분 텔레비전을 시청하고 있다. 인터넷 이용자의 텔레비전 시청 시간량은 비이용자의 69.8%에 해당하는 것이다. 이는 인터넷을 이용함으로써 평일 텔레비전 시청량이 30.2% 감소된다는 것으로서 인터넷이 텔레비전 이용에 엄청난 영향력을 발휘하게 된다는 것을 알 수 있다.

이와 달리 라디오와 잡지는 인터넷 이용 여부에 따라 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 전반적으로 라디오와 잡지의 이용 시간량이 감소하고 있는 것은 사실이지만 인터넷 이용 여부에 따라 그 이용 시간량에서 차이가 나는 것을 아니라는 것을 알 수 있다.

그리고 신문, 비디오, CD 등 음악듣기의 경우는 오히려 인터넷 이용자가 비이용자에 비해 이용 시간량이 더 많은 것으로 나타났다. 이는 앞서 살펴본 바

와 같이 이 매체들이 전반적으로 이용량이 감소하고는 있지만, 인터넷 이용 여부에 따라 영향을 받는 것은 아니며, 오히려 매체 이용 행태상 인터넷 이용자가 이런 매체를 더 선호하고 있음을 알 수 있다. 특히 비디오와 CD 등은 연령적 요인이 크게 작용하여 이 매체들의 이용자가 인터넷 이용자와 유사한 것이 아닌가 추정된다.

<표 104> 인터넷 이용 여부에 따른 대중매체 이용 시간 비교

대중매체	인터넷 이용 여부	N	평균시간 (분)	차이 검증	
				F	p
신문	이용	1,215	10	29.162	.000**
	비이용	33,786	7		
잡지	이용	1,215	1	3.339	.068
	비이용	33,786	1		
TV	이용	1,215	81	127.643	.000**
	비이용	33,786	116		
라디오	이용	1,215	3	.037	.848
	비이용	33,786	3		
비디오	이용	1,215	4	27.510	.000**
	비이용	33,786	2		
CD, Tape 등 음악 듣기	이용	1,215	3	38.376	.000**
	비이용	33,786	1		
대중매체 전체	이용	1,215	102	69.037	.000**
	비이용	33,786	130		

주) 유의도 ** p=.01; * p=.05

한편 인터넷 이용 여부에 따라 가장 영향을 많이 받는 것으로 나타난 텔레비전과 인터넷 사이의 관계를 하위집단별로 좀더 구체적으로 살펴보면, <표 105>에서 보는 바와 같이 거의 모든 하위집단에서 인터넷 이용 여부에 따라 텔레비전 시청량이 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

먼저 성별로 남녀 모두 인터넷 이용자에 비해 비이용자의 텔레비전 시청량이 더 많으며 남자가 여자보다 그 격차가 더 크다. 연령별로 보면 10대를 제외한 모든 연령층에서 인터넷 이용자에 비해 비이용자의 시청량이 더 많으며 연령이 많아질수록 그 격차는 더 커지는 것으로 나타났다. 이것은 연령이 많을수록 텔레비전에 대한 의존도가 높기 때문이다.

학력별 집단의 경우도 유의미한 차이를 보이는데, 인터넷 이용자에 비해 비이용자의 시청량이 더 많으며 고졸 이하가 대졸 이상보다 그 격차가 더 크다.

직업별로도 이와 같은 패턴은 유사하게 나타나고 있는데, 단지 기능직 종사자의 경우는 인터넷 이용 여부에 따라 유의미한 차이가 나타나지 않고 있다. 지역별로도 모든 지역에서 인터넷 이용 여부와 텔레비전 시청량 사이에는 유의미한 차이가 나타나고 있다. 대도시에 비해 중소도시나 읍면 지역의 격차가 더 큰 것으로 나타났다. 이는 읍면지역으로 갈수록 텔레비전에 대한 의존도가 높기 때문이다.

전반적으로 인터넷 이용자의 시청량은 비이용자의 시청량보다 적게는 10%에서 크게는 35% 적은 것으로 나타나고 있다. 이는 집단별로 인터넷이 텔레비전 이용에 미치는 영향의 크기가 다르다는 것을 보여주는 것이다.

<표 105> 인터넷 이용 여부에 따른 TV 이용 시간 비교

여가행동		인터넷 이용 여부	N	평균시간 (분)	차이 검증	
					F	p
성별	남	이용	805	79	93.854	.000**
		비이용	15,563	118		
	여	이용	410	84	34.500	.000**
		비이용	18,223	114		
연령별	10대	이용	376	76	1.428	.232
		비이용	6,214	81		
	20대	이용	474	82	14.558	.000**
		비이용	5,366	100		
	30대	이용	247	77	18.583	.000**
		비이용	6,871	104		
	40대 이상	이용	118	97	16.326	.000**
		비이용	15,335	142		
학력별	고졸 이하	이용	500	89	58.891	.000**
		비이용	23,763	129		
	대졸 이상	이용	447	75	18.046	.000**
		비이용	4,665	94		
직업별	사무기술직	이용	224	62	9.266	.002**
		비이용	2,389	78		
	판매서비스직	이용	185	65	9.710	.002**
		비이용	6,056	85		
	기능직	이용	63	85	1.019	.313
		비이용	4,197	96		
지역별	특별시	이용	246	84	11.467	.001**
		비이용	3,996	108		
	광역시	이용	446	82	39.559	.000**
		비이용	11,726	115		
	중소도시	이용	151	73	20.054	.000**
		비이용	4,080	112		
	읍면	이용	372	80	52.264	.000**
		비이용	13,984	121		

주 1) 인터넷 이용자가 적은 하위집단은 제외 또는 통합함

2) 유의도 ** p=.01; * p=.05

다. 인터넷과 기타 여가 및 문화 활동과의 관계

(1) 교제 활동

<표 106>에서 보는 바와 같이, 전체적으로는 인터넷 이용 여부에 따라 교제 활동 시간에 있어 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 즉 인터넷이 대인관계 시간에는 크게 영향을 미치지 않다는 것을 알 수 있다.

하위집단별로 살펴보면 몇 개 집단에서 유의미한 차이가 나타나고 있는데, <표 107>에서 보는 바와 같이, 10대와 20대의 경우 인터넷 이용자의 교제 활동 시간이 비이용자의 그것보다 더 많은 것으로 나타났다. 이것은 인터넷 이용이 대인관계의 축소를 가져올 수도 있다는 일반적 가정과 위배되는 것으로서 보다 체계적인 심층 분석을 요한다.

(2) 일반인의 학습

인터넷 이용과 일반인의 학습시간 사이에는 유의미한 관계가 나타나는데, <표 106>에서 보는 바와 같이, 인터넷 이용자가 비이용자에 비해 보다 많은 시간을 학습에 소비하고 있는 것으로 나타났다. 이것은 인터넷을 이용하기 위해 필요한 컴퓨터 사용능력이 학습을 하는 사람들에게 요구되는 일반적 능력이기 때문에 그 관계가 유의미하게 나온 것으로 판단된다.

하위집단별로 살펴보면, <표 108>에서 보는 바와 같이, 성별로 남녀 모두, 연령별로 20대와 40대 이상, 학력별로 모든 집단, 직업별로 판매서비스직 종사자, 그리고 지역별로 특별시, 광역시, 읍면 지역에서 유의미한 관계를 보이고 있다.

(3) 종교 활동

종교 활동의 경우, <표 106>에서 보는 바와 같이, 인터넷 비이용자의 종교 활동 시간이 이용자의 종교활동 시간에 비해 많은 것으로 나타났다. 즉 인터

넷을 이용하는 사람의 경우 종교활동에 소극적이거나 인구통계학적으로 종교 활동 인구가 고연령 집단이기 때문인 것으로 추정된다.

하위집단별로 살펴보면, <표 109>에서 보는 바와 같이, 사무기술직을 제외하고는 인터넷 이용과 종교 활동 시간 사이에 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다.

(4) 관람 및 문화행사 참여

인터넷 이용과 관람 및 문화행사 참여 시간 사이에는, <표 106>에서 보는 바와 같이, 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 이는 <표 110>에서 보는 바와 같이 하위집단의 경우도 마찬가지이다.

(5) 스포츠 및 해외 레저

인터넷 이용과 스포츠 및 해외 레저 시간 사이에는, <표 106>에서 보는 바와 같이, 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났다. 하위집단별로 보면, <표 111>에서 보는 바와 같이, 여성의 경우 인터넷 비이용자가 이용자에 비해 스포츠 및 해외 레저 시간이 더 많은 것으로 나타났다. 한편 30대의 경우는 그와 반대로 나타났다. 이와 같은 모순적 결과에 대해서는 보다 심층적인 분석이 요구된다.

(6) 취미 및 기타 여가

인터넷 이용과 상관관계가 높은 컴퓨터 게임을 제외할 경우, 취미 및 기타 여가 활동 시간과 인터넷 이용 사이에는 유의미한 차이가 나타나고 있다. <표 106>에서 보는 바와 같이, 인터넷 비이용자가 이용자에 비해 더 많은 시간을 취미 및 기타 여가 활동에 소비하고 있는 것으로 나타났다. 이것은 인터넷이

취미 및 기타 여가활동의 기능적 대안 역할을 하고 있음을 보여주는 것이다.

이를 하위집단별로 비교해 보면, <표 112>에서 보는 바와 같이, 남성의 경우만 유의미한 차이를 보이고 있는 것으로 나타났다. 나머지 집단들의 경우는 유의미한 차이는 아니지만 기능적 대안 관계가 다소 나타나고 있다.

(7) 교제 및 여가 관련 물품 구입

인터넷 이용 여부와 교제 및 여가 관련 물품 구입 사이에는 유의미한 차이가 나타나고 있지 않다. 이는 대체로 하위집단의 경우에도 마찬가지이다.

<표 106> 인터넷 이용 여부에 따른 여가시간 비교

여가행동	인터넷 이용 여부	N	평균시간 (분)	차이 검증	
				F	p
교제 활동	이용	1,215	49	.693	.405
	비이용	33,786	50		
대중매체 이용	이용	1,215	102	69.037	.000**
	비이용	33,786	130		
일반인의 학습	이용	1,215	25	111.8	.000**
	비이용	33,786	8		
종교 활동	이용	1,215	4	7.333	.007**
	비이용	33,786	7		
관람 및 문화적 행사 참여	이용	1,215	1	.497	.481
	비이용	33,786	1		
스포츠 및 덕외 레저	이용	1,215	16	.335	.563
	비이용	33,786	17		
취미 및 기타 여가 (컴퓨터게임 제외)	이용	1,215	38	8.084	.004**
	비이용	33,786	44		
교제 및 여가 관련 물품구입	이용	1,215	2	.174	.677
	비이용	33,786	2		

주) 유의도 ** p=.01; * p=.05

<표 107> 인터넷 이용 여부에 따른 교제활동 시간 비교

여가행동		인터넷 이용 여부	N	평균시간 (분)	차이 검증	
					F	p
성별	남	이용	805	43	.428	.513
		비이용	15,563	44		
	여	이용	410	60	1.663	.197
		비이용	18,223	55		
연령별	10대	이용	376	46	8.581	.003**
		비이용	6,214	39		
	20대	이용	474	56	4.202	.040*
		비이용	5,366	50		
	30대	이용	247	42	3.389	.066
		비이용	6,871	50		
	40대 이상	이용	118	42	3.740	.053
		비이용	15,335	56		
학력별	고졸 이하	이용	500	58	.885	.347
		비이용	23,763	55		
	대졸 이상	이용	447	44	.352	.553
		비이용	4,665	46		
직업별	사무기술직	이용	224	39	.076	.783
		비이용	2,389	40		
	판매서비스직	이용	185	37	2.405	.121
		비이용	6,056	44		
	기능작업직	이용	63	46	.321	.571
		비이용	4,197	54		
지역별	특별시	이용	246	49	.009	.924
		비이용	3,996	49		
	광역시	이용	446	48	.040	.842
		비이용	11,726	49		
	중소도시	이용	151	40	2.232	.135
		비이용	4,080	48		
	읍면	이용	372	53	.002	.967
		비이용	13,984	53		

주 1) 인터넷 이용자가 적은 하위집단은 제외 또는 통합함

2) 유의도 ** p=.01; * p=.05

<표 108> 인터넷 이용 여부에 따른 일반인 학습 시간 비교

여가행동		인터넷 이용 여부	N	평균시간 (분)	차이 검증	
					F	p
성별	남	이용	805	28	67.568	.000**
		비이용	15,563	10		
	여	이용	410	18	28.842	.000**
		비이용	18,223	7		
연령별	10대	이용	376	6	1.691	.194
		비이용	6,214	4		
	20대	이용	474	49	17.111	.000**
		비이용	5,366	29		
	30대	이용	247	14	2.721	.099
		비이용	6,871	9		
	40대 이상	이용	118	13	21.953	.000**
		비이용	15,335	3		
학력별	고졸 이하	이용	500	26	91.990	.000**
		비이용	23,763	6		
	대졸 이상	이용	447	39	6.407	.011*
		비이용	4,665	27		
직업별	사무기술직	이용	224	19	5.334	.021*
		비이용	2,389	12		
	판매서비스직	이용	185	15	13.148	.000**
		비이용	6,056	6		
	기능작업직	이용	63	8	3.566	.059
		비이용	4,197	2		
지역별	특별시	이용	246	28	27.672	.000**
		비이용	3,996	9		
	광역시	이용	446	27	35.004	.000**
		비이용	11,726	10		
	중소도시	이용	151	13	1.239	.266
		비이용	4,080	8		
	읍면	이용	372	26	62.258	.000**
		비이용	13,984	6		

주 1) 인터넷 이용자가 적은 하위집단은 제외 또는 통합함
 2) 유의도 ** p=.01; * p=.05

<표 109> 인터넷 이용 여부에 따른 종교활동 시간 비교

여가행동		인터넷 이용 여부	N	평균시간 (분)	차이 검증	
					F	p
성별	남	이용	805	2	.195	.659
		비이용	15,563	3		
	여	이용	410	7	2.452	.117
		비이용	18,223	10		
연령별	10대	이용	376	2	1.915	.166
		비이용	6,214	1		
	20대	이용	474	4	1.553	.213
		비이용	5,366	3		
	30대	이용	247	4	1.099	.295
		비이용	6,871	6		
	40대 이상	이용	118	9	.149	.699
		비이용	15,335	11		
학력별	고졸 이하	이용	500	5	3.418	.065
		비이용	23,763	8		
	대졸 이상	이용	447	4	3.674	.055
		비이용	4,665	8		
직업별	사무기술직	이용	224	3	4.123	.042*
		비이용	2,389	7		
	판매서비스직	이용	185	4	.142	.706
		비이용	6,056	5		
	기능작업직	이용	63	1	.115	.734
		비이용	4,197	2		
지역별	특별시	이용	246	5	2.360	.125
		비이용	3,996	9		
	광역시	이용	446	4	1.794	.181
		비이용	11,726	7		
	중소도시	이용	151	3	1.939	.164
		비이용	4,080	8		
	읍면	이용	372	3	2.433	.119
		비이용	13,984	6		

주 1) 인터넷 이용자가 적은 하위집단은 제외 또는 통합함
 2) 유의도 ** p=.01; * p=.05

<표 110> 인터넷 이용 여부에 따른 관람 및 문화행사 참여 시간 비교

여가행동		인터넷 이용 여부	N	평균시간 (분)	차이 검증	
					F	p
성별	남	이용	805	1	.115	.735
		비이용	15,563	1		
	여	이용	410	1	.073	.787
		비이용	18,223	1		
연령별	10대	이용	376	1	.053	.819
		비이용	6,214	1		
	20대	이용	474	1	2.183	.144
		비이용	5,366	2		
	30대	이용	247	0	.410	.522
		비이용	6,871	1		
	40대 이상	이용	118	0	.269	.604
		비이용	15,335	1		
학력별	고졸 이하	이용	500	1	.327	.567
		비이용	23,763	1		
	대졸 이상	이용	447	1	.556	.456
		비이용	4,665	1		
직업별	사무기술직	이용	224	1	.635	.426
		비이용	2,389	1		
	판매서비스직	이용	185	0	1.137	.286
		비이용	6,056	1		
	기능작업직	이용	63	1	.082	.774
		비이용	4,197	0		
지역별	특별시	이용	246	0	.574	.449
		비이용	3,996	1		
	광역시	이용	446	1	.162	.687
		비이용	11,726	1		
	중소도시	이용	151	1	.003	.954
		비이용	4,080	1		
	읍면	이용	372	0	1.203	.273
		비이용	13,984	1		

주 1) 인터넷 이용자가 적은 하위집단은 제외 또는 통합함
 2) 유의도 ** p=.01; * p=.05

<표 111> 인터넷 이용 여부에 따른 스포츠 및 덕외 레저활동 시간 비교

여가행동		인터넷 이용 여부	N	평균시간 (분)	차이 검증	
					F	p
성별	남	이용	805	21	1.225	.268
		비이용	15,563	23		
	여	이용	410	7	6.928	.008**
		비이용	18,223	12		
연령별	10대	이용	376	10	1.246	.264
		비이용	6,214	12		
	20대	이용	474	16	3.203	.074
		비이용	5,366	13		
	30대	이용	247	18	5.969	.015*
		비이용	6,871	13		
	40대 이상	이용	118	31	3.434	.064
		비이용	15,335	22		
학력별	고졸 이하	이용	500	18	.001	.979
		비이용	23,763	18		
	대졸 이상	이용	447	18	.013	.908
		비이용	4,665	19		
직업별	사무기술직	이용	224	16	.272	.602
		비이용	2,389	14		
	판매서비스직	이용	185	15	1.014	.314
		비이용	6,056	12		
	기능작업직	이용	63	16	.772	.380
		비이용	4,197	11		
지역별	특별시	이용	246	15	.631	.427
		비이용	3,996	17		
	광역시	이용	446	15	1.791	.181
		비이용	11,726	18		
	중소도시	이용	151	12	2.162	.142
		비이용	4,080	17		
	읍면	이용	372	20	3.493	.062
		비이용	13,984	16		

주 1) 인터넷 이용자가 적은 하위집단은 제외 또는 통합함
 2) 유의도 ** p=.01; * p=.05

<표 112> 인터넷 이용 여부에 따른 취미 및 기타 여가활동 시간 비교

여가행동		인터넷 이용 여부	N	평균시간 (분)	차이 검증	
					F	p
성별	남	이용	805	40	15.209	.000**
		비이용	15,563	51		
	여	이용	410	33	2.109	.146
		비이용	18,223	38		
연령별	10대	이용	376	31	3.084	.079
		비이용	6,214	36		
	20대	이용	474	42	.394	.530
		비이용	5,366	40		
	30대	이용	247	37	.044	.834
		비이용	6,871	36		
	40대 이상	이용	118	49	.201	.654
		비이용	15,335	52		
학력별	고졸 이하	이용	500	44	.203	.652
		비이용	23,763	46		
	대졸 이상	이용	447	39	2.462	.117
		비이용	4,665	44		
직업별	사무기술직	이용	224	32	3.805	.051
		비이용	2,389	40		
	판매서비스직	이용	185	38	3.069	.080
		비이용	6,056	32		
	기능작업직	이용	63	52	3.799	.051
		비이용	4,197	38		
지역별	특별시	이용	246	33	2.214	.137
		비이용	3,996	39		
	광역시	이용	446	38	3.821	.051
		비이용	11,726	44		
	중소도시	이용	151	35	1.293	.256
		비이용	4,080	42		
	읍면	이용	372	44	.278	.598
		비이용	13,984	46		

주 1) 인터넷 이용자가 적은 하위집단은 제외 또는 통합함
 2) 컴퓨터 게임은 제외함
 3) 유의도 ** p=.01; * p=.05

<표 113> 인터넷 이용 여부에 따른 교제 및 여가관련 물품구입 시간 비교

여가행동		인터넷 이용 여부	N	평균시간 (분)	차이 검증	
					F	p
성별	남	이용	805	1	.016	.900
		비이용	15,563	1		
	여	이용	410	3	2.594	.107
		비이용	18,223	2		
연령별	10대	이용	376	2	.296	.586
		비이용	6,214	2		
	20대	이용	474	2	3.675	.055
		비이용	5,366	3		
	30대	이용	247	1	.519	.471
		비이용	6,871	1		
	40대 이상	이용	118	2	.563	.453
		비이용	15,335	1		
학력별	고졸 이하	이용	500	3	5.313	.021*
		비이용	23,763	2		
	대졸 이상	이용	447	1	1.807	.179
		비이용	4,665	2		
직업별	사무기술직	이용	224	0	2.172	.141
		비이용	2,389	1		
	판매서비스직	이용	185	1	.139	.709
		비이용	6,056	1		
	기능작업직	이용	63	0	.594	.441
		비이용	4,197	0		
지역별	특별시	이용	246	1	.430	.512
		비이용	3,996	2		
	광역시	이용	446	2	.024	.876
		비이용	11,726	2		
	중소도시	이용	151	2	.003	.956
		비이용	4,080	2		
	읍면	이용	372	2	1.406	.236
		비이용	13,984	1		

주 1) 인터넷 이용자가 적은 하위집단은 제외 또는 통합함
 2) 컴퓨터 게임은 제외함
 3) 유의도 ** p=.01; * p=.05

IV. 요약 및 결론

1. 연구 목적 및 내용

생활시간에 대한 정보는 정치, 경제, 사회, 문화 등 각 분야에서 학술적, 정책적 기초자료로서 큰 의미를 갖는다. 현재 우리 나라를 비롯해 전세계적으로 수십 개의 국가에서 생활시간에 대한 체계적인 조사를 실시해 오고 있다. 특히 우리 나라의 경우는 경제지표의 개발, 각종 정책 수립, 방송 편성, 소비자 행동 연구 등 다양한 분야에서 생활시간 조사를 활용하고 있다.

그러나 이러한 정책적, 학문적 관심이 증대되고 있음에도 불구하고 생활시간에 대한 이론화와 심층적인 분석은 아직 부족한 것으로 보인다. 인간의 행동을 설명하고 이해함에 있어 시간(time)이라는 범주가 필수적임에도 불구하고 실제 연구에서는 시간 요인을 배제하는 탈시간적 연구가 주류를 이루어왔다고 해도 과언이 아니다. 이런 경향은 문화와 여가 행동에 대한 연구의 경우도 마찬가지이다.

본 연구는 다음과 같은 의의를 갖는다. 첫째, 문화정책 수립의 기초자료로 활용될 수 있다. 둘째, 신문, 방송, 뉴미디어 관련 기업이나 기구의 장단기 계획 수립의 기초 자료로 활용될 수 있다. 셋째, 학문적으로 여가 및 문화 관련 이론의 개발 및 검증 자료로 활용될 수 있다.

이런 맥락에서 본 연구는 생활시간 조사 자료를 활용해 우리 국민의 여가 및 문화 활동 패턴을 포괄적으로 분석하고자 하는 것이다. 구체적으로 본 연구는 먼저 문화 및 여가 시간 패턴을 전반적으로 살펴보고, 본격적으로 문화 및 여가 활동과 관련된 기존의 이론적 가정들을 생활시간 자료를 통해 확인해 봄으로써 이론적 차원뿐만 아니라 정책적으로 유용한 결과들을 추출하고자 한다.

본 연구의 내용은 크게 문화 및 여가 시간에 대한 전반적 분석, 그리고 여가생활 패턴에 대한 이론적 분석으로 나뉘어진다. 이를 위한 사전 작업으로 먼저 통계청의 1999년 생활시간 조사에서 채택한 행동분류표를 검토하여 문화 및 여가 관련 행동 유목들을 추출하였다.

2. 문화 및 여가 시간 활용 현황

가. 시간량

1999년 생활시간 조사 결과, 10세 이상 전국민은 문화 및 여가 행동에 요일 평균 6시간 10분을 사용하고 있다. 이는 하루 24시간의 25.7%에 해당하는 것이다. 요일별로 보면, 평일은 5시간 43분, 토요일은 6시간 38분, 그리고 일요일은 7시간 53분이다. 행위자 비율은 요일 평균 99.5%(평일 99.4%, 토요일 99.6%, 일요일 99.7%)로서 수면, 식사 등 생활 필수 행동에 이어 가장 높다.

문화 및 여가 행동의 행위자 평균 시간을 중분류 행동별로 살펴보면, 대중매체 이용이 3시간 20분으로 가장 많고, 그 다음으로 교제 활동이 1시간 12분, 취미 및 기타 여가활동이 55분으로 나타나고 있다. 대중매체 이용이 전체 문화 및 여가 행동에서 차지하는 비율이 54.1%로 절대적 비중을 차지하고 있음을 알 수 있다. 대중매체 이용 중에서도 텔레비전 시청에 2시간 37분을 사용하고 있어, 결국 여가 시간의 절대 시간을 텔레비전이 지배하고 있음을 알 수 있다. 이상과 같은 경향은 행위자 비율에서도 마찬가지로인데, 대중매체 이용이 94.6%로 가장 높고, 그 다음으로 교제활동이 76.0%, 취미 및 기타 여가활동이 63.5% 등이다. 특히 텔레비전 이용자 비율은 요일 평균 90.7%라는 높은 비율을 보이고 있어 거의 생활 필수 행동으로 자리잡고 있음을 알 수 있다.

나. 시간대

전국민의 시간대별 문화 및 여가 시간 이용 현황을 알아보기 위해 교제 및 여가 행동 전체의 행위자 비율을 시간대별로 살펴보면, 평일, 토요일, 일요일 모두 오전 5시 이후 서서히 증가하여 오전 9시부터 6시대까지 일정한 수준을 이루다가, 오후 7시 이후 급격히 증가하여 오후 9시경에 최고점을 이루고 급격히 감소하는 패턴을 보이고 있다.

평일 낮시간대 교제 및 여가 행동 비율은 대체로 10%를 상회하는 반면, 일요일은 20%를 상회하는 수준으로 높아진다. 토요일의 경우는 오전 시간은 평일과 비슷하거나 약간 높지만 오후 시간에는 20%에 육박하는 수준까지 높아

진다. 한편 저녁 시간대는 9시 최고시점을 전후하여 평일, 토요일, 일요일 모두 거의 비슷한 패턴을 보이고 있다. 이와 같은 밤시간대의 경향은 텔레비전 시청에 기인하는 것으로 분석된다.

3. 텔레비전에 의한 여가의 식민화

우리 나라 국민의 여가 및 문화 시간 활용 패턴에서 가장 두드러진 특징은 텔레비전이 여가를 식민화하고 있다는 것이다. 일반적으로 텔레비전에 의한 여가의 “식민화”(colonization of leisure)는 텔레비전이 여가시간의 절대시간을 차지하고 있음을 주장하는 하나의 유력한 가정이다. 일찍이 사힌과 로빈슨(Sahin & Robinson, 1980)은 현대사회에서 텔레비전이 여가 영역을 “식민화”(colonization of leisure)하는 단계에까지 이르렀음을 경험적 자료를 통해 보여준 바 있다.

이런 가정은 통계청 자료를 비롯해 우리 나라 자료에서도 확인되고 있다. 우리 나라 국민들의 경우 평일에 텔레비전을 2시간 22분 시청하고 있으며 토요일과 일요일에는 각각 2시간 52분, 3시간 33분 텔레비전을 시청하고 있어, 다른 여가활동에 소비되는 시간과 비교해서 절대적으로 많은 시간을 텔레비전 시청에 소비하고 있다.

또한 10세 이상 전체 국민 중에서 텔레비전을 시청하는 사람의 비율인 행위자율에 있어서도 평일 89.7%, 토요일 91.9%, 그리고 일요일 94.3%로 나타나 거의 모든 국민이 매일 텔레비전을 시청하고 있음을 알 수 있다. 이에 반해 다른 여가 및 문화 활동의 시간량과 행위자 비율은 교제활동을 제외할 경우 텔레비전에 비하면 아주 미미한 편이다.

4. 여가 패턴의 동시화

텔레비전에 의한 여가의 식민화는 노동의 동시화(synchronization of labor)와 함께 여가 패턴의 동시화를 초래한다(이재현, 1994). 여가시간 이용패턴에 절대적인 영향력을 발휘한 것은 텔레비전 등 방송의 역할이라고 할 수 있다.

이제까지의 많은 경험적 연구에서 볼 수 있는 바와 같이, 방송, 특히 텔레비전은 현대사회의 여가양식을 지배하고 있다. 특히 텔레비전에 소비하는 시간량에서 뿐만 아니라, 시청패턴에 있어서도 전반적으로 의례화(ritualization)되어 있어, 앞서 지적한 바와 같이, 현대사회에서 텔레비전은 여가 영역을 식민화하는 단계에까지 이른 것으로 지적되고 있다.

이에 따라 다음과 같이 여가 패턴의 동시화에 대한 가정들이 도출될 수 있다. 우선 첫 번째로, 하루 24시간의 기간 동안 생활필수행동으로서의 수면, 노동, 그리고 여가가 시간적으로 뚜렷이 구분된다. 즉 시간규율에 의한 분절화(fractionation)에 따라, 수면, 노동 및 여가가 이루어지는 시간적 경계(temporal boundaries)가 확정된다는 것이다.

두 번째로, 특히 노동과 여가시간에 있어서 특정 활동이 사회적·집단적으로 집중되는 최고점(peak time)이 존재한다. 그 최고점에서는 사회적으로 행위의 다양성이 최저가 되고, 즉 특정 행위로의 집중 정도가 최고점에 달하게 된다.

마지막으로, 여가시간에 있어 가정생활의 핵심적인 위치를 차지하고 있는 텔레비전의 시청시간을 중심으로 여타 행동이 주위에 분산되는 경향이 나타난다고 할 수 있다.

여가 시간에 특정 행동에 얼마나 집중되는지를 알아보기 위해 다음과 같이 시간대별 집중도 지수 CI(concentration index)를 구성하였다. 여기서 CI의 값이 크면, 그 시간대 t에 있어 특정 집단의 구성원들이 행하는 행위들 중에서 특정한 행동에 집중되는 경향이 강한 것으로 해석할 수 있다. 만약 CI 값이 1이면 하나의 행동으로 완전히 집중된 것이고, CI 값이 0이면 각 행동에 똑같이 분산되어 있어 행동이 다양하다는 것을 의미한다. 시간의 경과에 따라, 즉 시간대에 따라 CI 값의 변동 추이를 통해 행위의 동시화 정도를 파악할 수 있다.

본 연구는 평일 오전 6시부터 오후 12시까지 10분 단위로 총 108개 시간대에 걸쳐 집중도 지수 CI를 산출하였다. 지수 구성에 사용된 행동 유목은 총 10개로서, 교제 및 여가 활동의 중분류에 해당하는 ① 교제활동, ② 대중매체 이용, ③ 일반인의 학습, ④ 종교활동, ⑤ 관람 및 문화행사 참여, ⑥ 스포츠 및 맥외 레저활동, ⑦ 취미 및 기타 여가활동, ⑧ 교제 및 여가 활동 관련 물품 구입, ⑨ 기타 여가활동, 그리고 소분류 항목이지만 그 비중이 큰 ⑩ 텔레비전 시청 등이다.

10세 이상 국민을 대상으로 평일 108개 시간대에 걸친 여가 행위의 집중도 추이를 보면, 시간대별로 집중도의 변화가 일정한 패턴으로 뚜렷이 나타나고 있음을 알 수 있다.

우선 첫 번째로, 앞서 기술한 가정, 즉 시간적인 분절화(fractionations) 경향을 확인할 수 있다. 오전 6시부터 오전 10시경까지, 오전 10시부터 오후 6시경까지, 그리고 저녁의 경우는 오후 6시 이후 밤 12시경까지 3개 시간대로 나뉘어짐을 알 수 있다. 특히 오전 6시부터 10시까지와 오후 6시부터 12시까지는 여가 행위의 집중도 정도가 낮 시간대에 비해 높게 나타나고 있다. 오후 9시를 전후한 시점이 집중도가 가장 높다.

두 번째로, 이에 따라 시간적 경계(temporal boundaries)가 뚜렷이 설정되어 있음을 볼 수 있다. 즉 오전 6시, 오전 10시, 오후 8시, 밤 12시 등은 여가 행위의 집중도 추이 측면에서 그 전후 시간대를 구별해주는 경계 시간에 해당한다.

세 번째로 이러한 시간적 패턴을 결정지워주는 행위는, 여기서는 개별 행동별로 행위자 비율을 제시하지는 않았지만, 제시된 개별 여가행동의 시간대별 추이를 보면 대체로 텔레비전 시청임을 알 수 있다. 이와 달리 낮 시간대에는 텔레비전 시청에서 벗어나 다양한 여가 및 문화행위들이 이루어지거나 여가 및 문화 행위가 적게 이루어지고 있기 때문에 그 집중도가 상대적으로 낮은 것이라 할 수 있다.

집중도를 하위집단별로 보면, 여성이 남성보다 높고, 연령이 많을수록, 학력이 낮을수록 높고, 직업별로는 농림어업이나 기능직업직이 사무기술직보다 집중도가 높은 편이다.

이런 점들을 고려하면, 전반적으로는 텔레비전 시청을 중심으로 여가 패턴이 동시화되는 경향을 강하게 보이지만, 하위집단에 따라서는 확일적인 패턴에서 벗어나 다양한 여가 행위들이 이루어지고 있음을 알 수 있다.

5. 문화자본의 사회적 분포

문화자본(cultural capital)은 Bourdieu(1977)가 계급관계의 재생산 문제에 초점을 맞추어 문화적 실천을 분석하기 위해 개념화한 것으로서, 일반적으로 사

회적으로 분포되어 있는 문화적 활동, 문화적 가치와 능력을 지칭한다. 이것은 교육과 같은 재생산 기구를 통해 내면화된 자질, 능력, 취향, 그리고 그것이 겉으로 표출되는 문화적 행위 전반을 포괄하는 것이다. 이러한 문화자본은 사회적으로, 특히 계급적으로 불평등하게 분포되어 있는 것으로 이해되는데, 문화자본의 사회적 분포를 확인함으로써 문화적 측면에서 사회 구조를 이해할 수 있는 것이다.

문화자본의 사회적 분포를 확인하기 위해서는 문화자본의 하위 차원들을 개념화할 필요가 있다. 이에 본 연구는 기본적으로 네 가지의 하위 개념들을 설정하고자 한다. 즉 사교적 자본(social capital), 매체 자본(media capital), 관람·문화 자본(culture capital), 스포츠·레저 자본(sports capital)이 그것이다.

문화자본의 사회적 분포를 알아보기 위해 먼저 성별로 비교해 보면, 대체로 매체 자본과 스포츠·레저 자본은 남성의 비중이 높은 반면, 사교 자본과 관람·문화 자본은 여성의 비중이 높은 것으로 나타났다.

연령별로 살펴보면, 사교 자본의 경우는 20대, 30대, 40대가 많고, 매체 자본은 연령이 많아질수록 많아진다. 후자의 경우는 텔레비전 시청시간이 많기 때문인 것으로 보인다. 그리고 관람·문화 자본의 경우는 연령이 적어질수록 많아진다. 그리고 스포츠·레저 자본은 상대적으로 연령별 차이가 적은 가운데, 10대와 40대가 상대적으로 많다.

학력별로 비교해 보면, 사교 자본은 고졸이, 매체 자본은 학력이 낮을수록, 관람·문화 자본과 스포츠·레저 자본은 학력이 높을수록 많은 것으로 나타났다.

직업별로 비교해 보면 사교 자본은 직업별 차이가 거의 없는 반면, 매체 자본은 농림어업과 기능작업직 종사자가, 관람·문화 자본은 사무기술직 종사자가, 그리고 스포츠·레저 자본은 사무기술직과 기능작업직 종사자가 다른 직업 종사자에 비해 상대적으로 더 많이 소유하고 있는 것으로 나타났다.

지역별로 문화자본의 분포를 살펴보면, 전반적으로 지역별로 큰 차이가 없는 가운데, 스포츠·레저 자본만 읍면 지역이 다른 지역에 비해 적을 뿐이다.

6. 인터넷 등 뉴미디어에 의한 올드미디어의 대체

일반적으로 새로운 매체의 등장은 기존의 매체를 대체하거나 보완하는 것으로 알려져 있다. 이용과 충족 접근(uses and gratifications approach) 계열

의 연구들에 따르면 매체 사이에는 기능적 대안(functional alternatives) 관계가 있다. 새로운 매체가 등장함으로써 새로운 매체를 완전히 대체(replacement)하거나 보완(complementation)하게 된다. 기존 매체는 새로운 매체의 등장의 결과로 사회적 이용 정도가 약화되거나 기능적으로 재조직화(functional reorganization)되지 않을 수 없다. 이와 같은 매체 관계의 변화를 확인할 수 있는 가장 중요한 지표가 바로 매체 이용 시간량(amount of use)이다.

최근 우리 나라의 매체 이용 패턴을 보면 매체 구도 상의 변화가 야기되고 있는 것으로 확인되고 있다. 1981년 이후 시계열 조사를 하고 있는 KBS의 국민생활시간 조사 자료를 보면, 기존의 매체들이 퇴조하고 새로운 매체들이 약진하고 있음을 알 수 있다(KBS, 1996; 2001).

1995년과 2000년을 비교해 볼 때, 텔레비전은 변화가 없거나 약간 감소하는 모습을 보이고 있으나, 라디오, 신문, 잡지, 책, 비디오 등은 그 이용 시간량에 있어 엄청나게 감소하고 있음을 알 수 있다. 평일의 평균 이용 시간량만을 비교해 보면, 라디오의 경우 31분에서 12분으로, 신문의 경우는 9분에서 5분으로 5년 전에 비해 반 이상 줄어들었고, 잡지·만화나 책도 각각 3분에서 1분으로, 그리고 13분에서 6분으로 크게 감소하였다. 이런 경향은 올드미디어의 퇴조라 할 만한 변화이다.

한편 올드미디어의 퇴조 경향과 달리 뉴미디어의 약진이 두드러진다. 특히 컴퓨터 이용 시간량의 증가가 두드러진다. 전체적으로 컴퓨터 이용 시간량은 평일 15분, 토요일 24분, 그리고 일요일 28분이며, 컴퓨터 게임의 시간량도 매우 많은 편이다. 인터넷을 매개로 한 컴퓨터 게임을 고려한다면 특히 인터넷 이용시간의 비중은 주목할 만하다.

한편 인터넷 이용 여부에 따라 가장 영향을 많이 받는 것으로 나타난 텔레비전과 인터넷 사이의 관계를 평일의 경우만 비교해 보면, 인터넷 이용자가 평균 81분 텔레비전을 시청하는 반면, 비이용자는 116분 텔레비전을 시청하고 있다. 인터넷 이용자의 텔레비전 시청 시간량은 비이용자의 69.8%에 해당하는 것이다. 이는 인터넷을 이용함으로써 평일 텔레비전 시청량이 30.2% 감소된다는 것으로서 인터넷이 텔레비전 이용에 엄청난 영향력을 발휘하게 된다는 것을 알 수 있다.

하위집단별로 좀더 구체적으로 살펴보면, 거의 모든 하위집단에서 인터넷 이용 여부에 따라 텔레비전 시청량이 유의미한 차이를 보이는 것으로 나타났다.

먼저 성별로 남녀 모두 인터넷 이용자에 비해 비이용자의 텔레비전 시청량이 더 많으며 남자가 여자보다 그 격차가 더 크다. 연령별로 보면 10대를 제외한 모든 연령층에서 인터넷 이용자에 비해 비이용자의 시청량이 더 많으며 연령이 많아질수록 그 격차는 더 커지는 것으로 나타났다. 이것은 연령이 많을수록 텔레비전에 대한 의존도가 높기 때문이다.

학력별 집단의 경우도 유의미한 차이를 보이는데, 인터넷 이용자에 비해 비이용자의 시청량이 더 많으며 고졸 이하가 대졸 이상보다 그 격차가 더 크다. 직업별로도 이와 같은 패턴은 유사하게 나타나고 있는데, 단지 기능직 종사자의 경우는 인터넷 이용 여부에 따라 유의미한 차이가 나타나지 않고 있다. 지역별로도 모든 지역에서 인터넷 이용 여부와 텔레비전 시청량 사이에는 유의미한 차이가 나타나고 있다. 대도시에 비해 중소도시나 읍면 지역의 격차가 더 큰 것으로 나타났다. 이는 읍면지역으로 갈수록 텔레비전에 대한 의존도가 높기 때문이다.

전반적으로 인터넷 이용자의 시청량은 비이용자의 시청량보다 적게는 10%에서 크게는 35% 적은 것으로 나타나고 있다. 이는 집단별로 인터넷이 텔레비전 이용에 미치는 영향의 크기가 다르다는 것을 보여주는 것이다.

7. 결론 및 제언

1999년 생활시간 조사 결과를 보면, 우리 국민은 문화 및 여가 행동에 요일 평균 6시간 10분을 사용하고 있다. 이는 하루 24시간의 25.7%에 해당하는 것이다. 구체적으로 이러한 문화 및 여가 행동 패턴을 분석한 결과 다음과 같은 몇가지 특징적인 점이 발견되었다.

첫째, 문화 및 여가 시간의 절대적 부분을 텔레비전이 차지하고 있다는 것이다. 이는 기존 연구에서 제기되었던 “텔레비전에 의한 여가의 식민화”를 경험적으로 확인해주는 것이다.

둘째, 이와 같이 텔레비전이 여가 시간을 지배하게 됨에 따라 사회적으로 여가 패턴의 동시화가 초래되고 있다. 즉 텔레비전이 여가 시간의 중심 축이 되면서 다른 여가 행동들이 그 주위에 분산되는 여가 패턴이 나타나고 있다.

셋째, 그러나 이와 같은 여가 패턴의 동시화라는 거대한 경향에도 불구하고 사회집단에 따라 관람, 스포츠 등 다양한 여가 행동들이 이루어지고 있다. 특히 연령이 낮아질수록, 학력이 높을수록 여가 행동의 다양성은 커지고 있다고 할 수 있다.

마지막으로 여가 행동의 중심을 이루던 텔레비전과 같은 대중매체의 비중이 감소하고 인터넷 등 새로운 미디어의 등장으로 여가 패턴이 변화되고 있다. 특히 인터넷 이용자의 경우 텔레비전 시청량이 30% 정도 감소하고 있는데, 이런 경향은 인터넷 인구의 확대와 함께 더 진전될 것으로 예상된다.

이와 같은 분석 결과를 감안할 때 문화 및 여가와 관련하여 다음과 같은 연구 및 정책 수립이 이루어져야 할 것으로 보인다.

첫째, 새로운 매체의 등장을 고려하는 여가 분석 모델 수립 또는 이론화가 요구된다. 새롭게 등장하는 매체의 비중이 커진 만큼 매체 사이의 구도 변화에 대한 분석이 요구된다.

둘째, 다양한 여가 및 문화 행동이 이루어질 수 있는 문화 환경 조성이 요구된다. 이를 위해서는 범국가적 관심과 투자뿐만 아니라 여가 관련 교육이 필요하다. 특히 다양한 매체 이용을 위한 여건을 마련하는 것이 중요할 것이다.

셋째, 범국가적으로 매체 이용 지표와 같은 문화 및 여가 관련 지표를 개발하여 지속적으로 이를 제시함으로써 문화 및 여가 환경의 개선을 위한 사회적, 정책적 관심을 촉구해 나가야 할 것이다.

참 고 문 헌

- 이재현 (1994). 노동과 텔레비전, 그리고 생활패턴의 同時化. 『언론정보연구』 제31호, 117-143.
- 이재현 (1996). 생활시간패턴과 텔레비전 편성. KBS 『방송문화연구』 제8집, 267-291.
- 이재현 (1999). 『현대사회의 생활양식과 텔레비전』 서울: 커뮤니케이션북스.
- 추광영 (1994). 1980년대 한국인의 매체접촉 행태의 변화 분석. 『언론정보연구』 제31호, 51-80.
- 통계청(2000). 『1999 생활시간조사 보고서』 제1권 및 제2권. 대전: 통계청.
- 한국방송공사 (1982). 『1981 국민생활시간조사』 서울: 한국방송공사.
- 한국방송공사 (1991). 『1990 국민생활시간조사』 서울: 한국방송공사.
- 한국방송공사 (1996). 『1995 국민생활시간조사』 서울: 한국방송공사.
- 한국방송공사 (2001). 『2000 국민생활시간조사』 서울: 한국방송공사.
- Block, M. (1979). Time Allocation in Mass Communication. In Voigt, M. J. & Hannenman, G. J. (Eds.), *Progress in Communication Sciences, Volume 1*. Norwood: Ablex, 29-49.
- Boh, K. & Saksida, S. (1972). An attempt at a typology of time use. In Szalai, A. et al. (eds.), *The use of time: Daily activities of urban and suburban populations in twelve countries*. The Hague, Netherlands: Mouton.
- Bourdieu, P. (1977). *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Ferge, S. (1972). Social differentiation in leisure activity choice: An unfinished experience. In Szalai, A. et al. (eds.), *The use of time: Daily activities of urban and suburban populations in twelve countries*. The Hague, Netherlands: Mouton.
- Ferguson, M. (1990). Electronic Media and the Redefining of Time and Space. In Ferguson, M. (ed.), *Public Communication: The*

- New Imperatives, Future Directions for Media Research*.
London: Sage. pp.152-172.
- Robinson, J. P. (1977). *How Americans Use Time: A Social-Psychological Analysis of Everyday Behavior*. New York: Praeger.
- Robinson, J. P. (1981). Television and Leisure Time: A New Scennario. *Journal of Communication*, Vol. 31, 120-130.
- Sahin, H. & Robinson, J. P. (1981). Beyond the Realm of Necessity: Television and the Colonization of Leisure. *Media, Culture and Society*, Vol.3, No.1, 85-95.
- Sorokin, P. & Berger, C. Q. (1939). *Time-Budgets of Human Behavior*. Cambridge: Harvard University Press.
- Szalai, A. (Ed.) (1972). *The Use of Time: Daily Activities of Urban and Suburban Populations in Twelve Countries*. The Hague: Mouton.
- Thompson, E. P. (1967). Time, Work-discipline, and Industrial Capitalism. *Past & Present*, 38 (December), 56-97.
- Weisberg, H. S. (1993). *Central Tendency and Variability*. Beverly Hills: Sage.