

## 「2014년 방송매체 이용행태 조사」 주요 결과

### <조사 개요>

#### ○ 조사 목적

- 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 추적, 분석하여 수용자정책 수립에 활용하기 위한 통계조사
- 방송사 경영전략 수립 및 학계 학술연구 지원, 시청자 알권리 충족에 기여

#### ○ 조사 연혁

- '00. 10 : 「TV시청행태 연구」 라는 명칭으로 제 1회 조사 실시  
(서울지역 13세 이상 1,000 표본 조사)
- '07. 10 : 표본 규모 확대 (전국 13세 이상 69세 이하 3,000 표본)
- '08. 10 : 통계청 국가통계 승인(제16402호)  
※ 방송매체 이용에 관한 유일한 국가 승인 통계
- '09. 6 : 「방송매체 이용행태 조사」 로 명칭 변경
- '13. 5 : 표본 재설계(2010년 인구주택총조사 조사구 기반)
- '14. 6 : 제 15회 조사 실시(전국 3,427가구)

#### ○ 조사 개요

- 표본수 : 3,427가구, 13세 이상 가구원 6,042명 전원 조사
- 표본추출지역 : 전국(제주도 포함)
- 표집방법 : 2010년 통계청 인구주택총조사 결과에 기반한 조사구방식 적용
- 조사시기와 방법 : 2014년 6~8월 (가구방문 일대일 면접조사)
- 표본오차 : 95% 신뢰수준에서 가구조사  $\pm 2.9\%p$ , 개인조사  $\pm 2.5\%p$

#### ○ 조사 항목

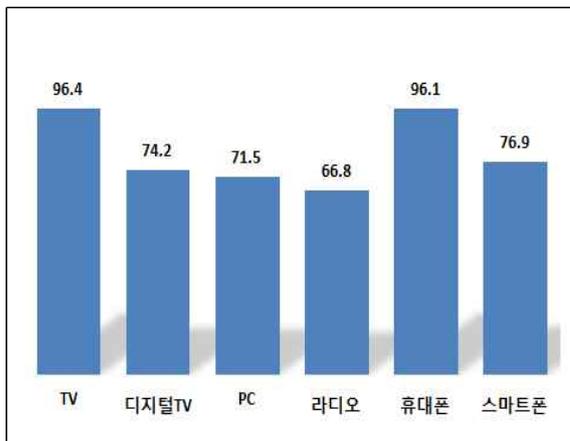
- 매체보유
- 매체별 이용량
- 필수매체 인식
- TV 시청행태 등

# 1. 주요 조사결과

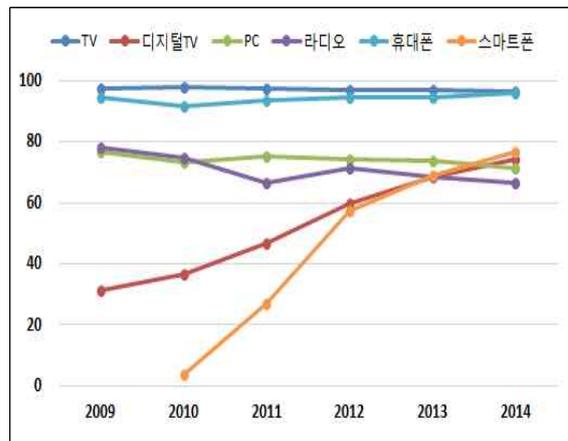
## 1) 매체보유

- (매체보유) TV 수상기 보유율은 96.4%로 여전히 가장 보편적인 미디어의 자리를 지키고 있음
- 디지털TV 가구 보유율(68.3%→74.2%)과 다기능 미디어인 스마트폰(68.8%→76.9%)의 보급이 증가

[매체 보유율]



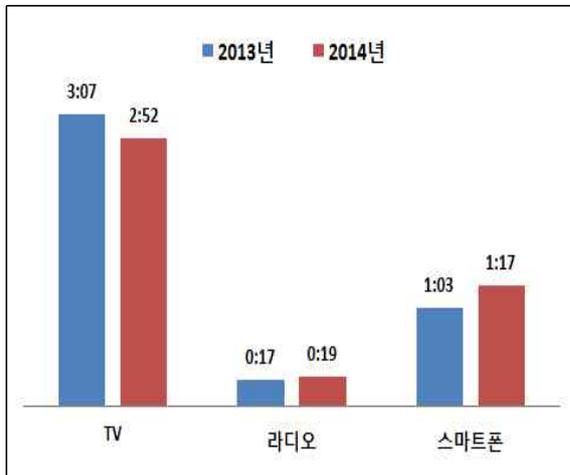
[연도별 매체 보유율 추이]



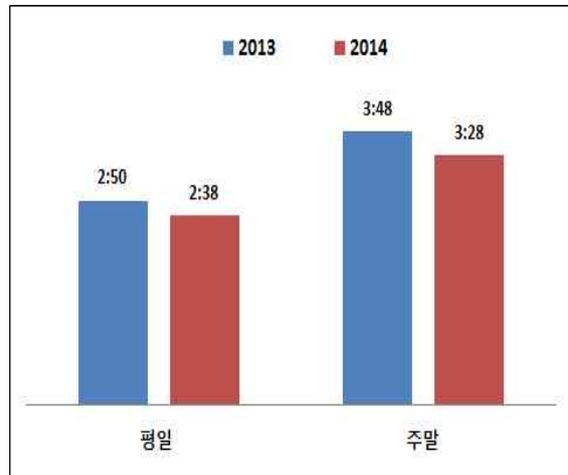
## 2) 매체별 이용량

- (매체 이용시간) 전체 응답자의 TV 수상기(3:07분→2:52분)를 이용한 하루 평균 시청시간은 감소하였고, 스마트폰(1:03분→1:17분)의 이용시간은 증가

[매체 이용시간]

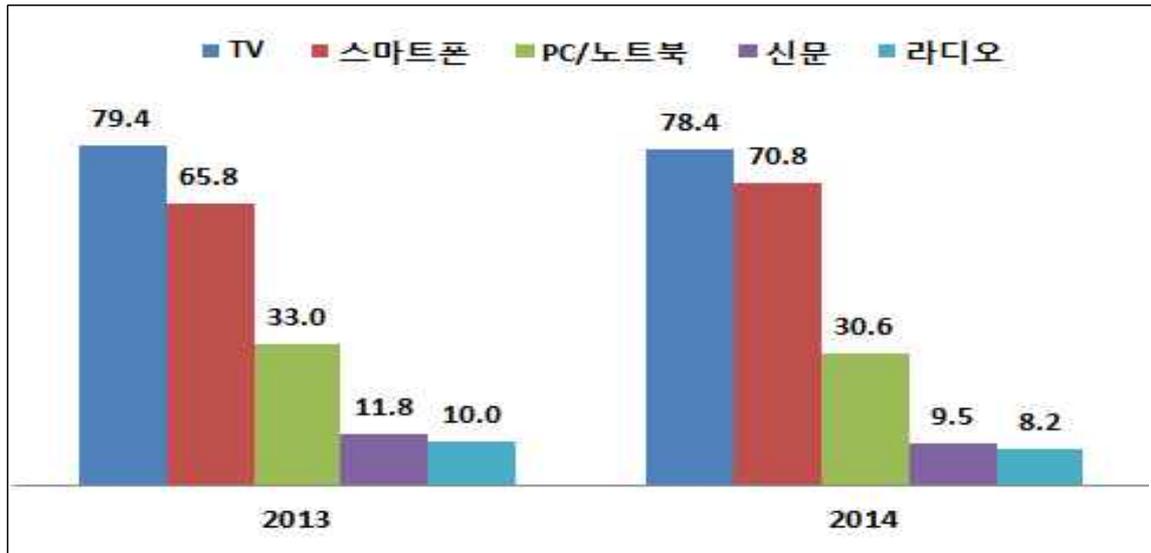


[TV 수상기를 이용한 하루 평균 시청시간]



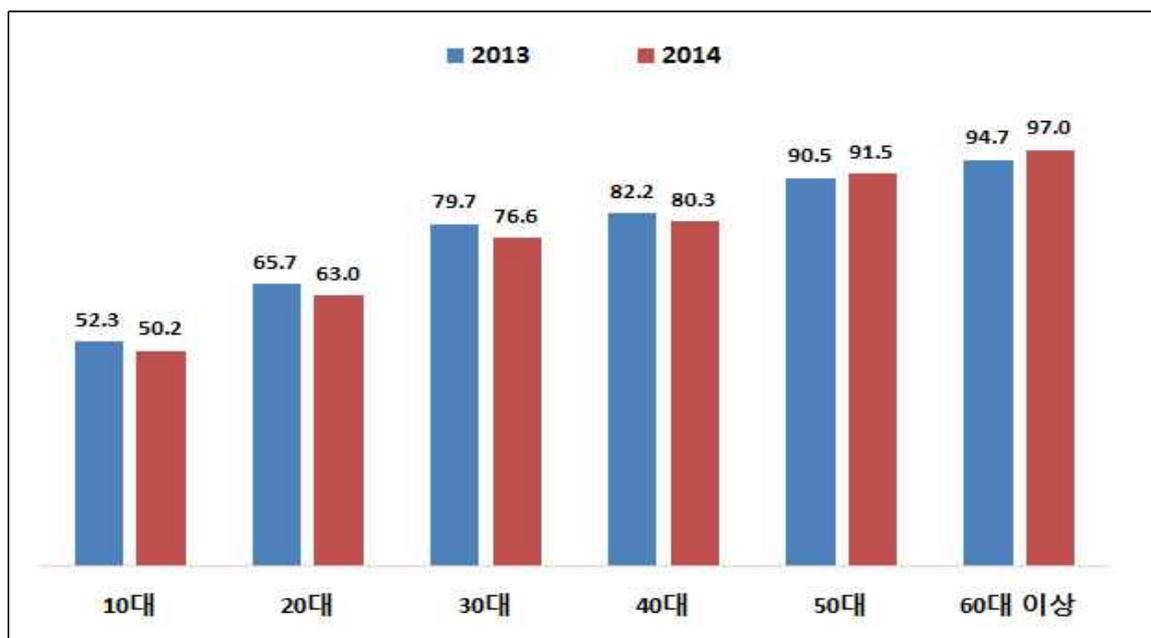
- (매체 이용빈도) 매체를 주5일 이상 이용하는 비율은 TV(78.4%), 스마트폰(70.8%), PC/노트북(30.6%), 라디오(9.5%), 신문(8.2%)의 순서임
- TV, PC/노트북, 라디오, 신문의 매체 이용빈도는 감소하고 스마트폰 (65.8%→70.8%)의 매체 이용빈도는 증가

[매체별 주5일 이상 이용률 (단위: %)]



- (연령별 TV 이용빈도) 연령이 높을수록 TV 이용빈도가 높아지고 있으며, 이러한 경향은 전년도와 비슷

[연령대별 TV 주 5일 이상 이용률 (단위: %)]

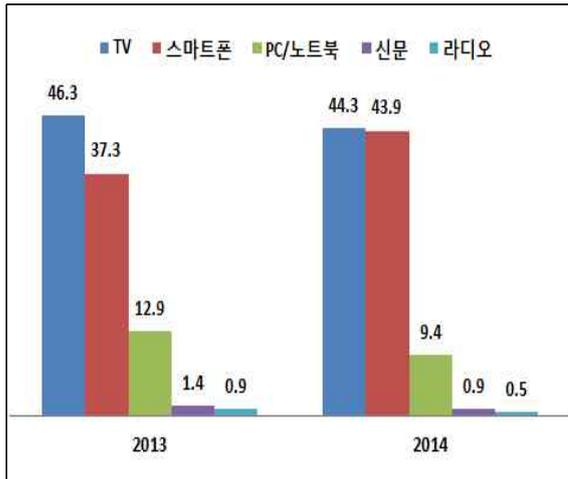




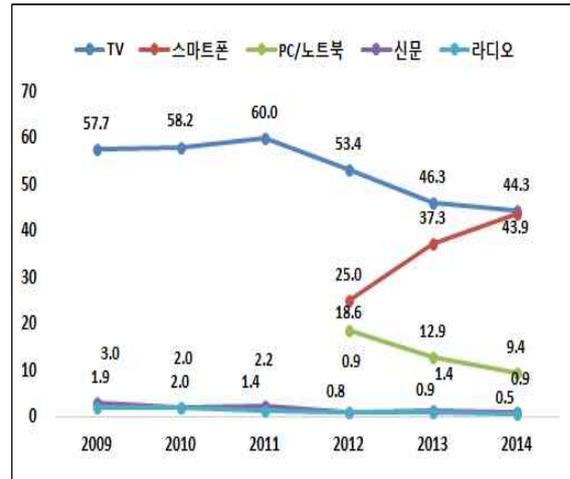
### ③ 필수매체 인식

- (필수매체) 일상생활의 필수 매체로 TV, 스마트폰, PC/노트북 순으로 선택, TV(46.3%→44.3%) 및 PC/노트북(12.9%→9.4%)중요도는 전년 대비 낮아지고 스마트폰(37.3%→43.9%)은 전년 대비 높아짐

[일상생활 필수매체 인식]

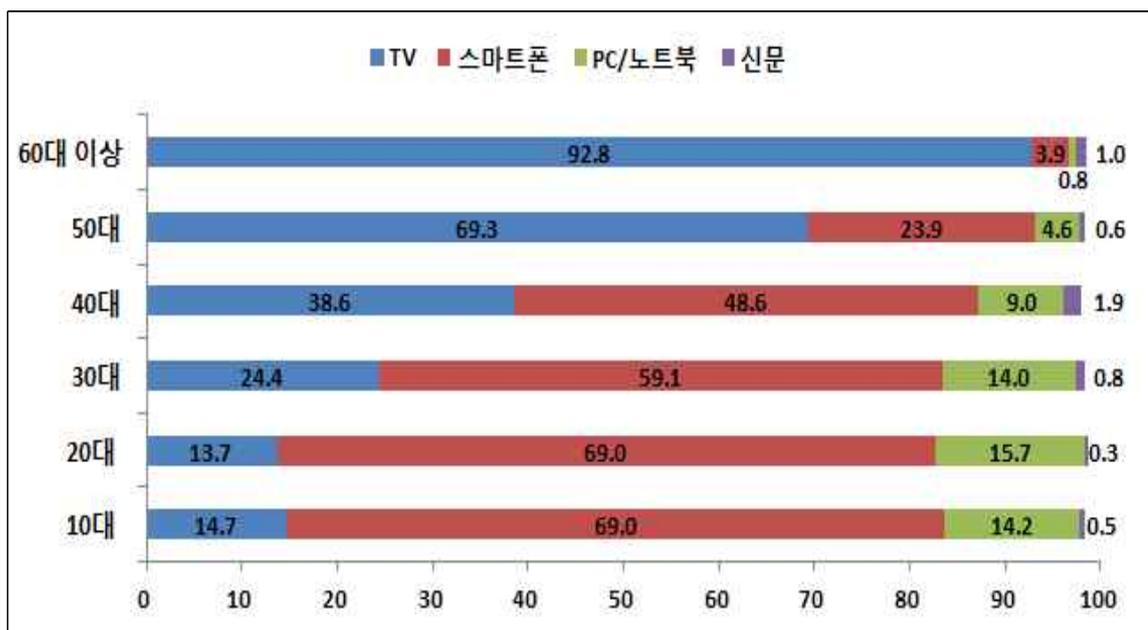


[연도별 필수매체 인식 추이]



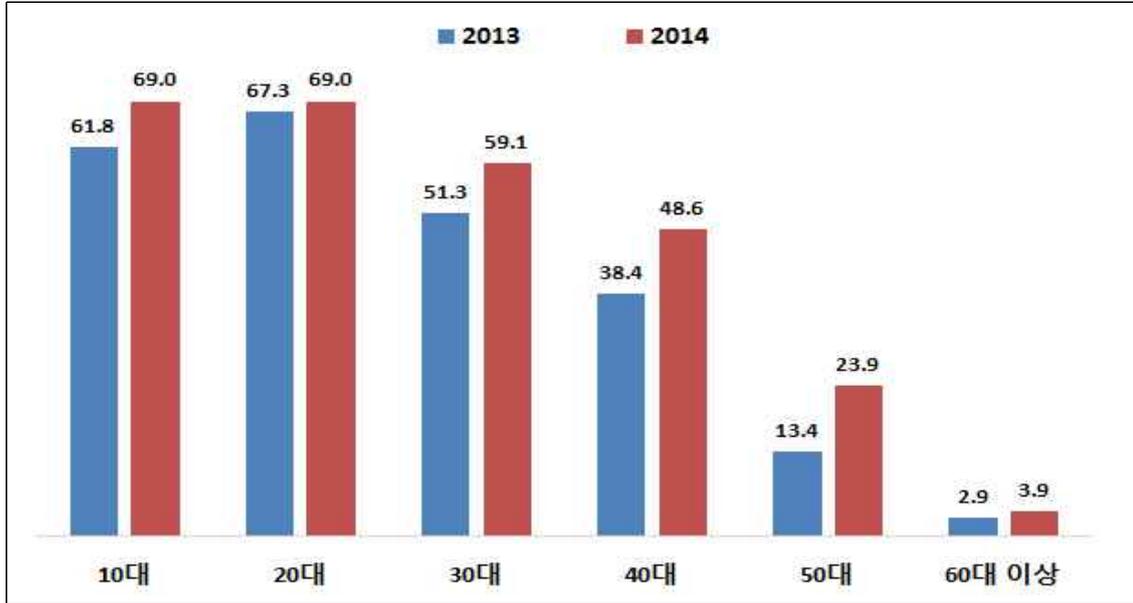
- (연령별 필수매체 인식) 10대의 69.0%(61.8%), 20대의 69.0%(67.3%)는 스마트폰을 가장 필수적인 매체로 응답한 반면 50대의 69.3%(73.7%), 60대 이상의 92.8%(93.2%)는 TV를 선택(※ 괄호 안 숫자는 13년 비율)

[연령대별 일상생활 필수매체 인식 (단위: %)]



- (스마트폰 필수매체 인식) 특히 전년에 비해 40대(38.4%→48.6%), 50대(13.4%→23.9%)가 스마트폰을 필수매체로 선택하는 비중이 크게 증가

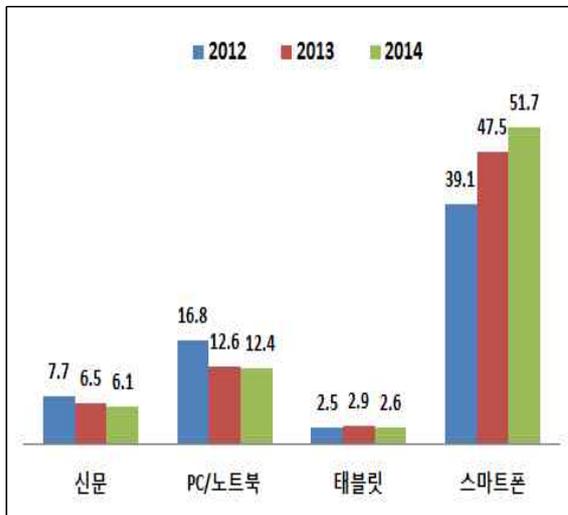
[연령대별 스마트폰 필수매체 인식 (단위: %)]



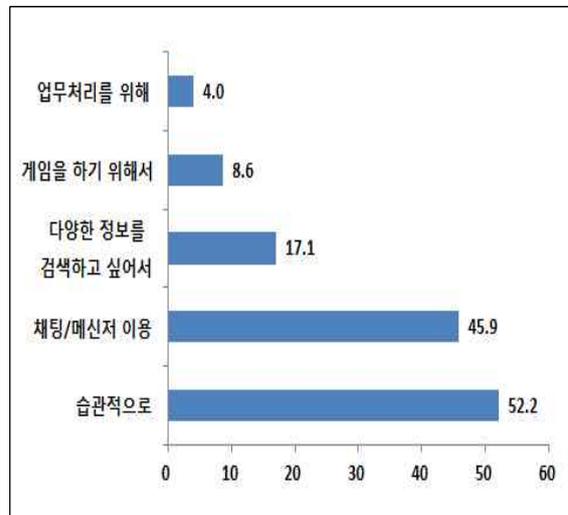
#### 4 TV 시청 행태

- (TV와 타 매체 동시 이용) TV 시청 중 타 매체 이용률은 스마트폰(47.5%→51.7%)이 가장 높고 PC/노트북(12.6%→12.4%), 신문(6.5%→6.1%) 순서임
- TV 시청 중 다른 매체를 동시에 이용하는 이유는 '습관적으로(52.2%)'가 가장 높고, '채팅/메신저 이용(45.9%)'이 다음 순으로 나타남

[TV 시청 중 타 매체 동시 이용]

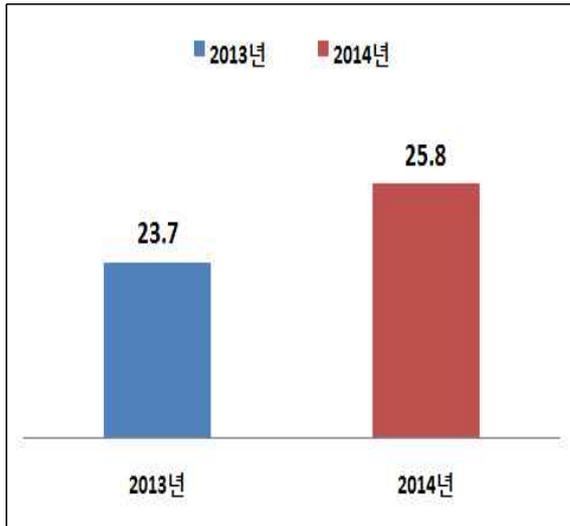


[TV 시청 중 타 매체 이용 이유(중복응답)]

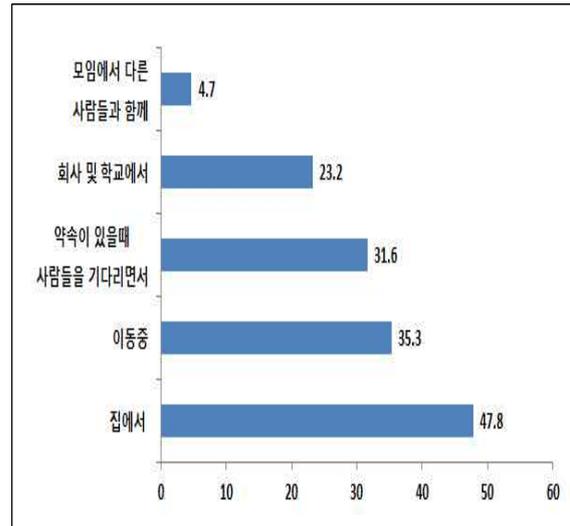


- (스마트폰을 통한 TV 이용행태) 스마트폰으로 일주일에 하루 이상 TV프로그램을 시청하는 비율이 증가(23.7%→25.8%)하였으며,
  - 이동 중에 시청하는 비율(35.3%)보다 집에서 시청하는 비율(47.8%)이 높게 나타남

[스마트폰을 통한 일주일에 하루 이상 TV프로그램 시청 비율]

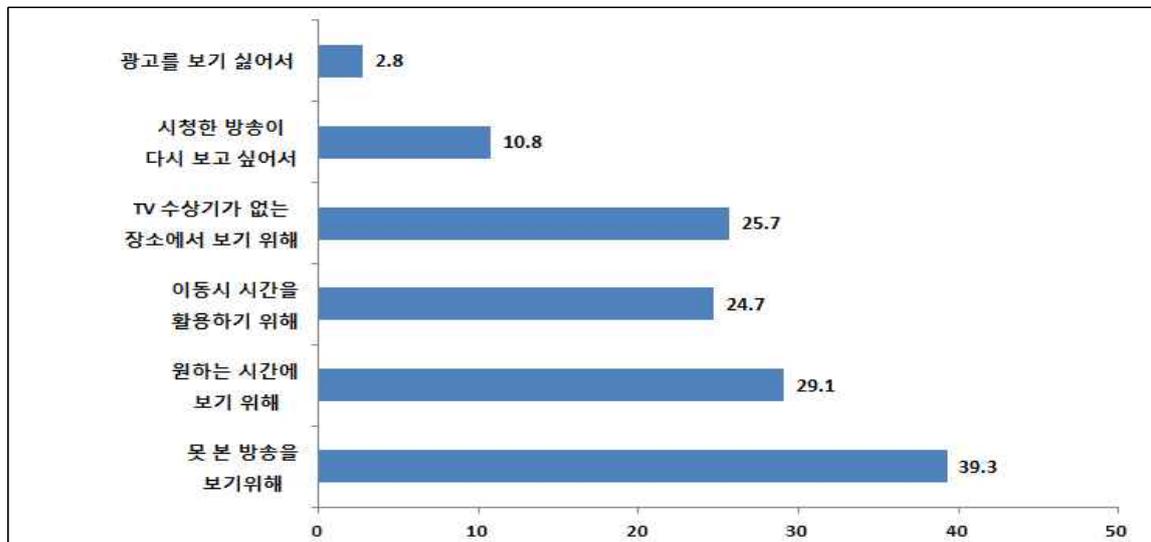


[스마트폰으로 TV프로그램 시청 이용 상황(중복응답)]



- (TV 이외의 매체를 이용한 지상파 프로그램 시청) TV 이외의 매체를 이용해 지상파 TV 프로그램을 본 이유로는 못 본 방송을 보기 위해(39.3%), 원하는 시간에 보기 위해(29.1%)등의 순으로 나타남

[TV 이외의 매체를 이용해 지상파 프로그램을 시청한 이유(중복응답)]



## 5. 주요 트렌드 및 결과 활용

- 가구 매체인 TV수상기 보급률(96.4%)이 높은 편이나, 스마트폰의 보급증가(68.8%→76.9%)로 미디어 이용의 개인화 확산
  - 스마트폰을 필수매체로 인식하는 경향이 40대와 50대에서 증가(각 약 10%)함에 따라 '제2의 TV수상기'관점에서의 콘텐츠 정책 마련이 필요
- TV 시청 중 스마트폰을 함께 이용하는 비율이 증가(47.5%→51.7%)하고 있으며, 스마트폰을 통한 TV프로그램 시청은 이동 중 시청(35.3%)보다 집에서 시청(47.8%)이 더 높게 나타남
  - 변화하는 시청행태를 고려한 시청점유율 측정방식 개발 요구
- VOD 시청, 이동 중이나 약속장소에서 시청, TV 수상기 이외의 매체를 이용한 지상파 시청 등에서 볼 수 있듯이 방송매체 이용이 시간, 공간, 단말의 관점에서 확장되거나 변화
  - 새로운 시청환경 변화를 고려하여 방송정책 수립에 활용

## 6. 향후 계획

- '14. 2월중 : 보고서 발간
- '정부3.0'의 기준에 따라 주요 데이터와 그래픽 파일을 공공데이터포털(www.data.go.kr)에 공개하고, 국민 맞춤형 정보 개방·공유를 위해 방송매체 이용행태 조사 주요 자료를 인포그래픽\* 등으로 제공
  - \* 인포그래픽 : Information과 Graphics의 합성어로 복잡한 정보·자료 등을 도식화·시각화하여 이해하기 쉽게 나타내는 것
- 이에 따라 방송사 경영전략 수립 및 학계 학술연구 지원, 시청자 알권리 충족에 기여할 것으로 기대