# 방송공동제작 협력강화: 2019 방송공동제작 해외시장 분석

— 인도·터키·캐나다·헝가리·미국 등 5개국 —

2019.12



# 방송공동제작 협력강화: 2019 방송공동제작 해외시장 분석

— 인도·터키·캐나다·헝가리·미국 등 5개국 —

2019.12



## 제 출 문

## 방송통신위원회 위원장 귀하

본 보고서를 『2019년도 방송공동제작 협력강화』의 결과보고서로 제출합니다.

2019년 12월

연구기관: 정보통신정책연구원

총괄책임자: 황준호 연구위원

참여연구원: 주성희 연구위원

강하연 연구위원

노은정 연 구 원

오채주 연 구 원

### 요 약 문

우리 정부는 방송을 통한 국가 간 교류 협력을 증진하고 한국 방송콘텐츠 해외 수출을 지원하고자 FTA 체결 국가를 대상으로 국가 간 방송 공동제작협정을 추진하고 있다. 최근의 성과로 2019년 3월 26일 방송통신위원회는 베트남 정보통신부와 한-베트남 TV프로그램 공동제작 협정을 체결하였다. 한-베트남 협정 체결로 향후 한국과 베트남은 상호 공동제작한 TV프로그램이 양국에서 외국프로그램 편성규제 등을 적용받지 않고 안정적으로 편성될 수있게 되었으며, 우리나라 방송사와 제작사의 베트남 방송 진출을 보다 촉진시키는 중요한기반을 마련하게 되었다. 그밖에 2019년 말 기준으로 한-태국, 한-캐나다, 한-중국, 한-메르코수르(MERCOSUR) 정부 간 시청각/방송프로그램 공동제작협정 협상이 진행 중이다.

본 연구 보고서는 국가 간 방송 공동제작협정 체결 등 양국 간에 방송콘텐츠 교류가 활성화될 것으로 기대되는 인도·터키·헝가리·캐나다·미국을 포함한 5개 국가를 조사 대상으로 선정하고 각국의 방송시장 및 주요 플랫폼별 사업자 현황, 방송규제 현황, 방송시장 개방 및 공동제작 현황, 현지 방영 방송콘텐츠 현황, 방송매체 이용행태 및 국제공동제작에 대한 인식 등을 조사하였다. 특히 업계 의견수렴, 현지 모니터요원을 활용한 현지 방영 방송콘텐츠 조사 및 전문 설문조사 업체를 통한 현지 온라인 설문조사 등 다양한 연구방법을 활용하여 기존 해외 방송시장 연구와 차별화되는 동시에 신뢰도 높은 결과물을 도출하고자 노력하였다.

5개 국가의 조사 결과를 간단히 살펴보면 미국을 제외한 나머지 국가들은 여전히 방송시장이 성장세에 있으며 5개 국가 모두 OTT 시장이 빠른 속도로 성장하고 있다. 우선 인도의 방송시장 규모는 약 144억 9,600만 달러로, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 11.5%를 기록할 것으로 예측된다. 2018년 인도의 OTT 서비스 매출규모는 약 6억 7,000만 달러로, 방송시장과 비교하면 4.6% 정도에 불과하나, 2024년까지 약 32억 7,300만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 4.8배 정도 증가할 것으로 예측된다. 인도의 방송은 정보방송부 (Ministry of Information & Broadcasting)와 통신규제청(Telecom Regulatory Authority of India)이 규제를 담당하고 있다. 인도는 지상파방송과 유료방송이 별도로 규제되는 이원적 규제체

계이다.

터키의 방송시장 규모는 약 11억 5,300만 달러로, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 5.4%를 기록할 것으로 예측된다. 2018년 터키의 OTT 서비스 매출규모는 약 4억 3,500만 달러로, 방송시장과 비교하면 37.7% 정도에 불과하나, 2024년까지 약 6억 8,500만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 1.6배 정도 증가할 것으로 예측된다. 터키의 방송은 라디오·TV 최고위원회(Radio and Television Supreme Council)가 방송에 대한 규제를 관장한다. 〈라디오, 텔레비전 기업 및 미디어서비스 설치법(Law No.6112 on the Establishment of Radio and Television Enterprises and Their Media Services)〉은 주로 지상파에 대한 내용을 담고 있으며, 케이블방송은 〈케이블방송규정(Cable Broadcasting Regulation)〉, 위성방송은 〈위성방송규정 (Satellite Broadcasting Regulation)〉에 의해 각각 세부적인 규제가 이루어진다.

캐나다의 방송시장 규모는 약 113억 4,900만 달러로, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 -0.2%를 기록할 것으로 예측된다. 2018년 캐나다의 OTT 서비스 매출규모는 약 19억 1,600만 달러로, 방송시장과 비교하면 16.8% 정도에 불과하나, 2024년까지 약 40억 6,300만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 2.1배 정도 증가할 것으로 예측된다. 캐나다의 방송산업을 주관하는 정부부처는 문화・체육・스포츠・예술을 담당하는 문화유산부(Department of Canadian Heritage)이며, 규제기관은 라디오・TV 통신위원회(Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission)이다. 캐나다 방송정책의 근간을 이루는 법은 1991년 제정된〈방송법(Broadcasting Act)〉이며, 방송을 포함한 무선통신의 기술적인 사항에 대한 내용을 담고 있는〈무선통신법(Radio Communication Act)〉등이 있다

헝가리의 방송시장 규모는 약 5억 8,800만 달러로, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 0.3%를 기록할 것으로 예측된다. 2018년 헝가리의 OTT 서비스 매출규모는 약 4,200만 달러로, 방송시장과 비교하면 7.1% 정도에 불과하나, 2024년까지 약 9,500만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 2.3배 정도 증가할 것으로 예측된다. 헝가리의 방송시장은 미디어 정보커뮤니케이션청(National Media and Infocommunications Authority, NMHH)이 규제를 담당하고 있으며, 2010년에 제정된〈언론자유와 미디어 내용의 기본 규칙에 대한 법률(Act on the Freedom of the Press and the Fundamental Rules on Media Content)〉과〈미디어 서비스와 매스미디어에 관한 법률(Media Services and Mass Media Act)〉이 헝가리 방송을 규제하는 법체계의 두 축을 이루고 있다.

미국의 방송시장 규모는 약 1,877억 5,500만 달러로, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 -1.1%를 기록할 것으로 예측된다. 2018년 미국의 OTT 서비스 매출규모는 약 268억 8,300만 달러로, 방송시장과 비교하면 14.3% 정도에 불과하나, 2024년까지 약 541억 3,100만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 2배 정도 증가할 것으로 예측된다. 미국의 방송통신산업의 정책과 규제를 담당하고 있는 기관은 연방커뮤니케이션위원회(Federal Communications Commission)이다. 미국의 방송통신 규제를 포괄하는 법률은 1934년에 제정된〈커뮤니케이션법(Communications Act of 1934)〉이며, 미국〈수정헌법〉제1조는 비록 실질적으로 방송사의설립과 운영에 영향을 미치지는 않지만 미국 방송통신 및 언론에 대한 규제 원칙으로서 가장 중요한 위치를 차지하고 있다.

한편, 5개국의 주요 대도시 지역에 거주하는 방송시청자 총 2,355명을 대상으로 온라인 설문조사를 실시하였다. 조사 결과, 한국 동영상 콘텐츠를 시청한 경험은 터키 48%, 미국 37.8%, 인도 36.7%, 캐나다 17.3%, 헝가리 9%로 나타나 국가별로 편차가 크게 나타났으며, 미국을 제외한 4개국에서 남성보다 여성의 한국 방송콘텐츠 시청경험이 더 높았고, 방송매체보다는 온라인동영상제공서비스(OTT)를 주로 이용하는 것으로 나타났다. 가장 선호하는 장르는 '드라마'와 '영화'로 나타났는데, 미국·인도·캐나다는 드라마를, 터키·헝가리는 영화를 더 선호하였다.

또한, 5개국 시청자들은 한국 방송콘텐츠에 대해 '흥미롭다', '작품성이 높다', '한국문화의 특수성을 잘 보여준다', '가족 시청에 적합하다'라고 인식하고 있으며, '작품성', '흥미성', '장르 및 포맷'을 방송콘텐츠 선택 시 중요한 고려사항으로 꼽았다. 한국 방송콘텐츠 시청 기회가 충분한지에 대한 질문에는 '보통이다' 이하의 응답이 상대적으로 많았으며, 그 이유로는 '언어장벽', '제공채널·사이트 부족', '광고·홍보 부족' 등을 꼽았다. 한국 방송콘텐츠를 시청하지 않는 가장 큰 이유는 미국을 제외한 4개국 모두 '한국이라는 나라에 별로 관심이 없어서' 라는 응답이 가장 높아, 이들 국가에 한국의 방송콘텐츠뿐 아니라 한국에 대한 전반적인 인식확산이 필요한 것으로 나타났다.

아울러, 한국과 공동제작한 방송콘텐츠를 시청한 적이 있는지에 대해 터키(42.9%)와 인도 (35.6%)가 비교적 높게 나타나, 향후 방송한류 수출의 중요한 거점 국가가 될 것으로 기대되고 있다. 덧붙여 5개국 응답자 대다수가 국가 간 방송공동제작이 자국의 방송프로그램의 제작과 방송산업 발전에 긍정적으로 기여할 것이라고 평가했고, 공동제작 시 '문화이해'를 가

장 중요한 고려요인으로 꼽았다.

본 보고서에서 제시하는 각종 조사결과는 국내 사업자의 해외진출 전략 수립뿐만 아니라, 정부 차원의 방송 공동제작협정 체결을 위한 기초 자료로 활용되어 한국 방송콘텐츠의 해외 진출 활성화에 기여할 것으로 기대된다.

## 목 차

요약문	1
제1장 서론	17
제1절 연구의 필요성 및 연구내용	17
1. 연구의 필요성 및 연구목적	17
2. 연구내용	18
제 2 절 연구대상 및 연구방법	19
1. 연구대상	19
2. 연구방법	19
3. 보고서의 구성	20
4. 주요 개념 정의	21
제 2 장 인도	22
제1절 방송시장 및 사업자 현황	23
1. 방송시장 규모	23
2. 방송가입자 현황	25
3. 지상파방송	26
4. 유료방송	28
5. OTT ·····	36
제 2 절 방송규제 현황	42
1. 방송규제 체계	42
2. 주요 방송규제	45
제 3 절 방송시장 개방 및 공동제작 현황	52
1. 시청각 서비스 시장 개방 양허 사항	52
2. WTO GATS MFN 의무 면제 여부 ·····	52

3.	한국 방송콘텐츠 수줄입 현황	• 53
4.	공동제작협정 체결 현황	. 55
5.	공동제작 지원 제도	. 56
6.	공동제작 사례 분석	. 57
제 4	절 현지 방영 방송콘텐츠 분석	. 59
1.	현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황	. 59
2.	현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)	. 68
3.	현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황	· 74
제 5	절 방송매체 이용행태 및 국제 공동제작에 대한 인식 조사 결과	. 77
1.	응답자 특성	· 78
2.	주요 결과	· 79
제 3 짇	당 터키	127
	절 방송시장 및 사업자 현황	
	방송시장 규모	
2.	방송가입자 현황	130
3.	지상파방송	131
4.	유료방송	134
	OTT	
제 2	절 방송규제 현황	145
1.	방송규제 체계	145
	주요 방송규제	
제 3	절 방송시장 개방 및 공동제작 현황	150
	시청각 서비스 시장 개방 양허 사항	
	WTO GATS MFN 의무 면제 여부 ······	
	한국 방송콘텐츠 수출입 현황	
	공동제작협정 체결 현황	
	공동제작 지원 제도	
	공동제작 사례 분석	

제4절 현지 방영 방송콘텐츠 분석	158
1. 현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황	158
2. 현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)	166
3. 현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황	173
제 5 절 방송매체 이용행태 및 국제 공동제작에 대한 인식 조사 결과	176
1. 응답자 특성	177
2. 주요 결과	178
제 4 장 캐나다	226
제1절 방송시장 및 사업자 현황	227
1. 방송시장 규모	227
2. 방송가입자 현황	229
3. 지상파방송	230
4. 유료방송	233
5. OTT	240
제 2 절 방송규제 현황	245
1. 방송규제 체계	245
2. 주요 방송규제	247
제 3 절 방송시장 개방 및 공동제작 현황	253
1. 시청각 서비스 시장 개방 양허 사항	253
2. WTO GATS MFN 의무 면제 여부 ·····	253
3. 한국 방송콘텐츠 수출입 현황	253
4. 공동제작협정 체결 현황	255
5. 공동제작 지원 제도	256
6. 공동제작 사례 분석	257
제4절 현지 방영 방송콘텐츠 분석	260
1. 현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황	260
2. 현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)	267
3. 현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황	270

제 5	절 방송매체 이용행태 및 국제 공동제작에 대한 인식 조사 결과	272
1.	응답자 특성	273
2.	주요 결과	274
제 5 점	당 헝가리	322
제 1	절 방송시장 및 사업자 현황	323
1.	방송시장 규모	323
2.	방송가입자 현황	325
3.	지상파방송	326
4.	유료방송	328
5.	OTT	335
제 2	절 방송규제 현황	340
1.	방송규제 체계	340
2.	주요 방송규제	342
제 3	절 방송시장 개방 및 공동제작 현황	345
1.	시청각 서비스 시장 개방 양허 사항	345
2.	WTO GATS MFN 의무 면제 여부·····	345
3.	한국 방송콘텐츠 수출입 현황	345
4.	공동제작협정 체결 현황	347
5.	공동제작 지원 제도	348
6.	공동제작 사례 분석	350
제 4	절 현지 방영 방송콘텐츠 분석	353
1.	현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황	353
2.	현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)	362
3.	현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황	371
제 5	절 방송매체 이용행태 및 국제 공동제작에 대한 인식 조사 결과	376
1.	응답자 특성	377
2.	주요 결과	378
제ゟᅎ	반 미국······	426
· · · · · / /		

제 1 절 방송시장 및 사업자 현황	··· 427
1. 방송시장 규모	··· 427
2. 방송가입자 현황	429
3. 지상파방송	··· 430
4. 유료방송	434
5. OTT	··· 441
제2절 방송규제 현황	··· 447
1. 방송규제 체계	··· 447
2. 주요 방송규제	449
제 3 절 방송시장 개방 및 공동제작 현황	··· 458
1. 시청각 서비스 시장 개방 유보 사항	··· 458
2. WTO GATS MFN 의무 면제 여부 ·····	459
3. 한국 방송콘텐츠 수출입 현황	··· 459
4. 공동제작협정 체결 현황	··· 461
5. 공동제작 지원 제도	··· 461
6. 공동제작 사례 분석	462
제4절 현지 방영 방송콘텐츠 분석	465
1. 현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황	465
2. 현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)	··· 474
3. 현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황	··· 482
제 5 절 방송매체 이용행태 및 국제 공동제작에 대한 인식 조사 결과	486
1. 응답자 특성	··· 487
2. 주요 결과	··· 488
참고문헌	··· 526
[부록 1: 설문지]	··· 542
[부록 2: 설문결과 데이터]	586

## 표 목 차

⟨丑 1-1⟩	국가별 조사결과 구성	20
〈班 2-1〉	인도 일반정보	23
〈揺 2-2〉	인도 방송시장 매출액 및 전망(2014~2023)	24
〈班 2-3〉	인도 TV광고시장 매출액 및 전망(2014~2023) ······	24
〈班 2-4〉	인도 TV 보유 가구 플랫폼별 현황(2013~2018) ·····	25
〈班 2-5〉	인도 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수(2014~2023) ····································	26
〈班 2-6〉	인도 DD 주요 방송채널	28
〈班 2-7〉	인도 유료방송 가입 가구 수 및 매출액(2014~2023)	28
〈표 2-8〉	인도 케이블방송 시청 가구 수(2014~2023)	29
〈丑 2-9〉	인도 위성방송(DTH) 시청 가구 수(2014~2023) ······	30
〈班 2-10〉	인도 IPTV방송 시청 가구 수(2014~2023) ······	31
〈班 2-11〉	인도 OTT서비스 형태별 총 매출액(2015~2024) ······	36
〈丑 2-12〉	인도 구독형 서비스 이용자 현황(2015~2024)	37
〈丑 2-13〉	인도 OTT서비스 콘텐츠별 매출액(2014~2023) ·····	37
〈丑 2-14〉	인도 방송시장 개방 양허 현황(한-인도 CEPA 양허기준) ·····	52
〈丑 2-15〉	한국 방송콘텐츠 對기타 아시아(인도 포함) 수출 금액 추이(2012~2018) …	53
〈丑 2-16〉	한국 방송콘텐츠 對기타 아시아(인도 포함) 수출 편수 추이(2012~2018) …	54
〈丑 2-17〉	한국 방송콘텐츠 對기타 아시아(인도 포함) 수입 금액 추이(2012~2018) …	54
〈丑 2-18〉	한국 방송콘텐츠 對기타 아시아(인도 포함) 수입 편수 추이(2012~2018) …	54
〈丑 3-1〉	터키 일반정보1	28
〈丑 3-2〉	터키 방송시장 매출액 및 전망(2014~2023) 1	29
〈丑 3-3〉	터키 TV광고시장 매출액 및 전망(2014~2023) ······ 1	29
〈丑 3-4〉	터키 TV 보유 가구 플랫폼별 현황(2013~2018) ······ 1	30
⟨丑 3-5⟩	터키 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수(2014~2023) ······· 1	31

〈丑 3-6〉	터키 TRT 주요 방송채널	133
〈丑 3-7〉	터키 유료방송 가입 가구 수 및 매출액(2014~2023)	134
⟨표 3-8⟩	터키 케이블방송 시청 가구 수(2014~2023)	135
〈丑 3-9〉	터키 위성방송(DTH) 시청 가구 수(2014~2023) ······	136
〈丑 3-10〉	터키 IPTV방송 시청 가구 수(2014~2023) ······	137
〈丑 3-11〉	터키 OTT서비스 형태별 총 매출액(2015~2024) ······	141
〈班 3-12〉	터키 구독형 서비스 이용자 현황(2015~2024)	142
〈丑 3-13〉	터키 OTT서비스 콘텐츠별 매출액(2014~2023) ······	142
〈班 3-14〉	한-터키 FTA 양허기준	150
〈丑 3-15〉	한국 방송콘텐츠 對중동(터키 포함) 수출 금액 추이(2012~2018)	152
〈丑 3-16〉	한국 방송콘텐츠 對중동(터키 포함) 수출 편수 추이(2012~2018)	153
〈丑 3-17〉	한국 방송콘텐츠 對중동(터키 포함) 수입 금액 추이(2012~2018)	153
〈丑 3-18〉	한국 방송콘텐츠 對중동(터키 포함) 수입 편수 추이(2012~2018)	154
〈표 4-1〉	캐나다 일반정보	227
⟨ 班 4-2⟩	캐나다 방송시장 매출액 및 전망(2014~2023)·······	228
〈표 4-3〉	캐나다 TV광고시장 매출액 및 전망(2014~2023) ······	228
〈표 4-4〉	캐나다 TV 보유 가구 플랫폼별 현황(2013~2018) ·····	229
〈丑 4-5〉	캐나다 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수(2014~2023) ····································	230
⟨ጟ 4-6⟩	캐나다 CBC 주요 방송채널	232
⟨ጟ 4-7⟩	캐나다 유료방송 가입 가구 수 및 매출액(2014~2023) ····································	233
⟨ጟ 4-8⟩	캐나다 케이블방송 시청 가구 수(2014~2023)···································	235
⟨ጟ 4-9⟩	캐나다 위성방송(DTH) 시청 가구 수(2014~2023) ······	236
⟨ጟ 4-10⟩	캐나다 IPTV방송 시청 가구 수(2014~2023) ······	237
⟨ጟ 4-11⟩	캐나다 OTT서비스 형태별 총 매출액(2015~2024) ······	241
⟨ጟ 4-12⟩	캐나다 구독형 서비스 이용자 현황(2015~2024)······	241
⟨ጟ 4-13⟩	캐나다 OTT서비스 콘텐츠별 매출액(2014~2023) ······	242
⟨ጟ 4-14⟩	캐나다 방송시장 개방 현황(한-캐나다 FTA기준) ······	253
〈班 4-15〉	한국 방송콘텐츠 對캐나다 수출 금액 추이(2012~2018)	254

〈班 4-16〉	한국 방송콘텐츠 對캐나다 수출 편수 추이(2012~2018)	254
〈班 4-17〉	한국 방송콘텐츠 對캐나다 수입 금액 추이(2012~2018)	255
〈표 4-18〉	한국 방송콘텐츠 對캐나다 수입 편수 추이(2012~2018)	255
〈丑 4-19〉	캐나다 시청각 공동제작협정 또는 MOU 현황	255
〈표 4-20〉	캐나다 공동제작 현황(2014~2018)	257
⟨丑 5-1⟩	헝가리 일반정보	323
〈丑 5-2〉	헝가리 방송시장 매출액 및 전망(2014~2023)······	324
〈丑 5-3〉	헝가리 TV광고시장 매출액 및 전망(2014∼2023) ····································	324
〈丑 5-4〉	헝가리 TV 보유 가구 플랫폼별 현황(2013∼2018) ······	325
〈丑 5-5〉	헝가리 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수(2014~2023) ····································	326
⟨ 至 5-6⟩	헝가리 유료방송 가입 가구 수 및 매출액(2014∼2023) ····································	329
〈丑 5-7〉	헝가리 케이블방송 시청 가구 수(2014∼2023) ····································	330
⟨ 栞 5-8⟩	헝가리 위성방송(DTH) 시청 가구 수(2014∼2023) ····································	331
〈丑 5-9〉	헝가리 IPTV방송 시청 가구 수(2014∼2023) ····································	332
〈丑 5-10〉	헝가리 OTT서비스 형태별 총 매출액(2015~2024) ·····	336
〈丑 5-11〉	헝가리 구독형 서비스 이용자 현황(2015~2024)······	336
〈	헝가리 OTT서비스 콘텐츠별 매출액(2014~2023) ·····	337
〈噩 5-13〉	한국 방송콘텐츠 對헝가리 수출 금액 추이(2012~2018)·······	345
〈丑 5-14〉	한국 방송콘텐츠 對헝가리 수출 편수 추이(2012~2018)	346
〈丑 5-15〉	한국 방송콘텐츠 對헝가리 수입 금액 추이(2012~2018)	346
〈丑 5-16〉	한국 방송콘텐츠 對헝가리 수입 편수 추이(2012~2018)	346
⟨丑 6-1⟩	미국 일반정보	427
〈張 6-2〉	미국 방송시장 매출액 및 전망(2014~2023)	428
⟨ 栞 6-3⟩	미국 TV광고시장 매출액 및 전망(2014~2023) ······	428
〈丑 6-4〉	미국 TV보유 가구 플랫폼별 현황(2013~2018) ······	429
〈丑 6-5〉	미국 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수(2014~2023) ······	430
⟨표 6-6⟩	미국 유료방송 가입 가구 수 및 매출액(2014~2023)	434
〈丑 6-7〉	미국 케이블방송 시청 가구 수(2014~2023)	435

〈丑	$6-8\rangle$	미국	위성방송(DTH) 시청 가구 수(2014~2023) ······	436
〈丑	6-9>	미국	IPTV방송 시청 가구 수(2014~2023) ······	437
〈丑	6-10>	미국	OTT서비스 형태별 총 매출액(2015~2024) ······	441
〈丑	6-11>	미국	구독형 서비스 이용자 현황(2015~2024)	442
⟨丑	6-12>	미국	OTT 서비스 콘텐츠별 매출액(2014~2023) ······	442
〈丑	6-13>	미국	방송시장 개방 유보 현황(한—미국 FTA기준) ·····	458
〈丑	6-14>	한국	방송콘텐츠 對미국 수출 금액 추이(2012~2018)	460
〈丑	6-15>	한국	방송콘텐츠 對미국 수출 편수 추이(2012~2018)	460
〈丑	6-16>	한국	방송콘텐츠 對미국 수입 금액 추이(2012~2018)	460
〈丑	6-17	하국	방송콘텐츠 對미국 수입 편수 추이(2012~2018)	461

## 그 림 목 차

[그림 2-1]	인도 TV 시청 플랫폼별 현황(2018) ····	25
[그림 2-2]	인도 유료방송 플랫폼별 매출 비율(2014~2023)	29
[그림 2-3]	인도 케이블방송 매출액 추이(2014~2023)	30
[그림 2-4]	인도 위성방송(DTH) 매출액 추이(2014~2023) ·····	31
[그림 2-5]	인도 IPTV방송 매출액 추이(2014~2023) ·····	32
[그림 2-6]	인도 OTT 사업자별 구독형 서비스 이용자 현황(상위 5개) ······	41
[그림 3-1]	터키 TV 시청 플랫폼별 현황(2018) ·····	130
[그림 3-2]	터키 유료방송 플랫폼별 매출 비율(2014~2023)	135
[그림 3-3]	터키 케이블방송 매출액 추이(2014~2023)	136
[그림 3-4]	터키 위성방송(DTH) 매출액 추이(2014~2023) ·····	137
[그림 3-5]	터키 IPTV방송 매출액 추이(2014~2023) ·····	138
[그림 3-6]	터키 OTT 사업자별 구독형 서비스 이용자 현황(상위 4개) ·····	144
[그림 4-1]	캐나다 TV 시청 플랫폼별 현황(2018) ·····	229
[그림 4-2]	캐나다 유료방송 플랫폼별 매출 비율(2014~2023)·····	234
[그림 4-3]	캐나다 케이블방송 매출액 추이(2014~2023)·····	235
[그림 4-4]	캐나다 위성방송(DTH) 매출액 추이(2014~2023) ·····	236
[그림 4-5]	캐나다 IPTV방송 매출액 추이(2014~2023) ·····	237
[그림 4-6]	캐나다 OTT 사업자별 구독형 서비스 이용자 현황(상위 4개) ·········	244
[그림 5-1]	헝가리 TV 시청 플랫폼별 현황(2018) ·····	325
[그림 5-2]	헝가리 유료방송 플랫폼별 매출 비율(2014~2023)······	329
[그림 5-3]	헝가리 케이블방송 매출액 추이(2014~2023)······	330
[그림 5-4]	헝가리 위성방송(DTH) 매출액 추이(2014~2023) ······	331
[그림 5-5]	헝가리 IPTV방송 매출액 추이(2014~2023) ······	332
[그림 5-6]	헝가리 OTT 사업자별 구독형 서비스 이용자 현황(상위 4개) ··········	339

[그림 6-1]	미국 TV 시청 플랫폼별 현황(2018) ······ 429
[그림 6-2]	미국 유료방송 플랫폼별 매출 비율(2014~2023)435
[그림 6-3]	미국 케이블방송 매출액 추이(2014~2023)
[그림 6-4]	미국 위성방송(DTH) 매출액 추이(2014~2023) ······ 437
[그림 6-5]	미국 IPTV방송 매출액 추이(2014~2023) ······· 438
[그림 6-6]	미국 OTT 사업자별 구독형 서비스 이용자 현황(상위 5개) ·············· 446

## 제1장 서론

### 제1절 연구의 필요성 및 연구내용

#### 1. 연구의 필요성 및 연구목적

- (연구의 필요성) 방송통신 융합과 모바일 인터넷 확산 등 매체환경 변화에 따라 국경 간 콘텐츠 제공이 용이해지는 한편, 매체 간 경쟁 심화로 콘텐츠에 대한 수요가 급증하 면서 콘텐츠 제작과 해외시장 진출의 다변화・다각화를 가능하게 하는 방송공동제작의 중요성이 부각되고 있음
  - 방송공동제작과 해외 진출을 촉진하기 위하여 기체결 FTA국가들과 국가 간 방송 공 동제작협정을 체결하여 각국 정부에서 제공하는 콘텐츠 제작 및 유통 지원을 활용할 수 있는 공동제작 활성화 필요
  - 방송 공동제작협정 체결 대상 국가 및 국제공동제작이 활발한 주요 권역 국가들의 방송 관련 법제도 및 시장 현황에 대해 구체적이고 활용도 높은 조사를 수행하여 해외시장 진출을 준비하는 국내 사업자를 지원하고 국내 방송콘텐츠 사업자들의 해외진출에 실질적으로 기여할 수 있는 자료제공 필요
  - 개별 사업자가 접근하기 어려운 해외 국가의 법, 제도 및 시장 관련 데이터 수집, 최신 자료 업데이트 등 공유하는 정보의 품질과 시의성을 높여 한류 방송콘텐츠 해외진출 전략의 실효성을 제고 할 필요
- (연구의 목적) 한국 방송콘텐츠 해외 진출현황, 관련 업계 사업자 의견 수렴 결과 등을 고려, FTA를 통해 국가 간 방송 공동제작협정 체결 근거가 마련된 국가 및 국제공동제 작이 활발한 주요 권역 국가 중 5개국을 중점 분석 대상으로 선정하고 이들 국가의 방송콘텐츠 관련 법제도, 시장 현황 및 이용자 행태에 대한 심층적 조사·분석 수행

#### 2. 연구내용

- 분석 대상 국가의 방송시장 및 주요 방송사업자 현황 조사
  - 전체 방송시장 규모
  - 주요 매체별 이용자 규모
  - 지상파방송 시장 구조 및 주요 사업자 현황
  - 유료방송 시장 구조 및 주요 사업자 현황
  - OTT 시장 구조 및 주요 사업자 현황
- 분석 대상 국가의 방송규제 현황 조사
  - 방송규제 체계
  - 주요 방송규제
- 분석 대상 국가의 방송시장 개방 및 공동제작 현황 조사
  - 시청각 서비스 시장 개방 양허 사항
  - WTO GATS MFN 의무 면제 여부
  - 한국 방송콘텐츠 수출입 현황
  - 공동제작협정 체결 현황
  - 공동제작 지원 제도
  - 공동제작 사례 분석
- ㅇ 현지 방영 방송콘텐츠 분석
  - 현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황
  - 현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)
  - 현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황
- 방송매체 이용행태 및 국제공동제작에 대한 인식 조사
  - 방송매체 이용행태
  - 국제공동제작에 대한 인식

### 제 2 절 연구대상 및 연구방법

#### 1. 연구대상

- (연구대상) 한국 방송콘텐츠 진출 현황, 사업자 수요 등을 고려하여 FTA를 통해 방송 공동제작협정 체결 근거가 마련된 국가 및 국제공동제작이 활발한 주요 권역 국가 중 5개국(인도·터키·헝가리·캐나다·미국)을 선정
  - 5개국의 방송시장 및 규제 현황, 현지 방영 방송콘텐츠, 방송시장 개방 및 방송 공동 제작협정 체결 현황, 국가 간 방송 공동제작 현황 등에 대해 조사·분석
  - 아울러 5개국 주요 대도시 지역 현지 시청자를 대상으로 방송매체 이용행태 및 국제 공동제작에 대한 인식 설문조사 시행

#### 2. 연구방법

- (조사대상) 인도·터키·헝가리·캐나다·미국 등 5개 국가 및 각국 주요 대도시 지역 시청자 총 2.355명
- (문헌 및 자료조사) 선정된 5개국의 방송 관련 법규, 규제기관, 주요 플랫폼별 현황, 방송시장 개방 현황, 방송 공동제작협정 체결 현황, 공동제작 방송콘텐츠에 대해 조사
  - 해외 주요 데이터베이스, 국가별 정부 공식홈페이지, 국내외 관련 논문 및 각 국가기 관이 발행하는 공식 자료 등을 활용하여 조사의 전문성과 신뢰도 확보
  - 조사대상 5개국의 방송시장을 비교하기 위해 조사 항목별로 동일한 데이터베이스를 활용(PWC, OVUM, Kagan 등)
  - 각 국가별로 지상파방송·유료방송·OTT의 구조와 사업자 현황을 공통적으로 조사
  - 현지 모니터요원을 활용하여 현지 방영 인기 콘텐츠를 현지제작·해외제작·한국제 작 방송콘텐츠로 구분하여 조사
- (이용자 대상 설문조사) 조사 대상국 현지 시청자를 대상으로 방송매체 이용행태 및 국 제공동제작에 대한 인식 등에 관한 온라인 설문조사 실시
  - 5개국 시청자 대상 방송매체 이용행태 및 국제공동제작에 대한 인식 조사

#### 3. 보고서의 구성

○ 제2장부터 제6장까지 조사대상 5개국에 대한 방송법규, 지상파방송·유료방송·OTT 시장, 현지 방송콘텐츠 이용행태, 방송시장 개방 현황, 방송 공동제작협정 체결 여부 및 공동제작 현황, 방송매체 이용행태 및 국제공동제작에 대한 인식 설문조사 결과를 정리 — 각 장의 공통된 세부 구성은 아래와 같음

#### 〈표 1-1〉 국가별 조사결과 구성

#### 제 1 절 방송시장 및 사업자 현황

- 1. 방송시장 규모
- 2. 방송가입자 현황
- 3. 지상파방송
- 4. 유료방송
- 5. OTT

#### 제2절 방송규제 현황

- 1. 방송규제 체계
- 2. 주요 방송규제

#### 제3절 방송시장 개방 및 공동제작 현황

- 1. 시청각 서비스 시장 개방 양허 사항
- 2. WTO GATS MFN 의무 면제 여부
- 3. 한국 방송콘텐츠 수출입 현황
- 4. 공동제작협정 체결 현황
- 5. 공동제작 지원 제도
- 6. 공동제작 사례 분석

#### 제4절 현지 방영 방송콘텐츠 분석

- 1. 현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황
- 2. 현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)
- 3. 현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황

#### 제 5절 방송매체 이용행태 및 국제공동제작에 대한 인식 조사 결과

- 1. 응답자 특성
- 2. 주요 결과

#### 4. 주요 개념 정의

- "TV 매출"은 PWC(2019)의 "전통 TV 및 비디오(Traditional TV and Home Video)" 항목에서 유료방송 가입비(TV Subscription)와 공영방송 수신료(Public Licence Fee) 수입
- "TV광고"는 PWC(2019)의 "TV광고(TV Advertising)" 항목에서 지상파방송(Terrestrial), 다채널 유료방송(Multichannel), 온라인(Online) 광고 수입의 총합임
- 각 국가별 정부 공식 통계 수치와 상이할 수 있으나, 국가 간 동일한 기준을 바탕으로 비교하기 위하여 가입자 현황의 경우 OVUM의 자료를 기준으로 하였음
- 각 데이터베이스별로 조사항목이 다르거나 본 보고서 발간 시기에 데이터가 업데이트 되지 않은 경우가 있기 때문에 제1절 방송시장 현황에서 가입자 현황은 OVUM의 데이 터를 사용하였으며, 제4절 주요 플랫폼별 사업자 현황 및 시장 구조에서는 Kagan의 데 이터를 사용함<sup>1)</sup>
- "OTT(Over the Top)"는 범용 인터넷 망을 통해 전송되는 동영상 콘텐츠 서비스를 의미함
  - PWC에 의하면 OTT 서비스를 "OTT Video" 항목에서 SVOD(Subscription VOD, 구독 기반 주문형 서비스)와 TVOD(Transactional VOD, 건당판매 주문형 서비스)로 구분함
  - OVUM은 유료 OTT 서비스를 크게 전자판매(Electronic-Sell-Through, 전자 판매 방식), 디지털 대여(Digital Rental), 구독형(Subscription) 서비스로 나누고 있으며, 특히 구독 형(Subscription) 서비스는 일정액을 지불하고 반복적으로 디지털 영상을 이용하는 유 료 서비스로 주문형 서비스(Subscription Video On Demand, SVOD)와 실시간 서비스 (Linear Subscription Services, SLIN) 등을 모두 포함하고 있음
- 이 보고서의 "방송 공동제작협정"은 정부 간에 체결되는 공식 협정을 의미하는 것으로,
   이를 근거로 국적이 다른 민간 제작자들이 프로그램을 공동으로 제작하고, 저작권을 공유하거나 나눠 갖되, 방송 공동제작협정문에서 명시하는 공동제작물의 유통(공동제작물의 국내제작물 인정 등), 보조금, 단기체류, 장비반입 등에 관한 혜택을 받을 수 있음

<sup>1)</sup> OVUM과 Kagan 데이터베이스의 총 TV 보유 가구 수가 다르기 때문에 어떤 데이터베이스를 기준으로 작성하였는가에 따라 통계수치가 조금씩 달라질 질 수 있음

## 제2장 인도

인도의 방송시장 규모는 약 144억 9,600만 달러로, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 11.5%를 기록할 것으로 예측됨. 플랫폼별 시장구조를 살펴보면 2018년 기준 케이블방송이 전체의 약 48%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 위성방송이 약 41%를 차지함

2018년 인도의 OTT 서비스 매출규모는 약 6억 7,000만 달러로, 방송시장과 비교하면 약 4.6% 정도에 불과하나, 2024년까지 약 32억 7,300만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 5.4배 증가할 것으로 예측됨. 유료 OTT 서비스는 대부분 구독형 서비스를 통해 이뤄지고 있음

인도의 방송은 정보방송부(Ministry of Information&Broadcasting, MIB)와 통신규제청 (Telecom Regulatory Authority of India, TRAI)이 규제를 담당하고 있음. MIB는 공영방송의 규제를 담당하며, TRAI는 유료방송의 규제를 담당하는 이원적 체계임. 공영방송은 1990년에 제정된〈Prasar Bharati 설치법(Prasar Bharati Act)〉의 적용을 받으며, 유료방송은〈케이블 텔레비전법(Cable Television Networks(Regulation) Act, 1995)〉,〈통신규제청법(Telecom Regulatory Authority of India Act)〉등 다수의 관련법과 가이드라인의 적용을 받음

### 제1절 방송시장 및 사업자 현황

#### 〈표 2-1〉 인도 일반정보

	수도	뉴델리(New Delhi)			
	국토면적(sq km)	3,287천			
	인구 수	13억 3천만			
	언어	힌디어(공용어)			
	GDP(USD billion)	2,690			
	경제 성장률	7.3%			
	TV보유 가구 수(천)	198,882			
	방송규제기관	정보방송부(MIB) · 통신규제청(TRAI)			

자료: 수출입은행(2018), 정보통신산업진흥원(2018a), OVUM(2018a)

#### 1. 방송시장 규모

#### 가. 방송시장 규모 및 전망

- (방송시장 규모) 인도의 2018년 방송시장 매출액 규모는 약 144억 9,600만 달러로, 전 년 대비 약 24억 1,900만 달러 증가하였으며 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 11.5%를 기록할 것으로 예측됨
- (TV매출액) 인도의 2018년 TV매출액은 약 100억 4,500만 달러로, 전년 대비 약 19억 5,200만 달러 증가함
- (TV광고 매출액) 인도의 2018년 TV광고 매출액은 약 40억 1,200만 달러로, 전년 대비약 4억 2,700만 달러 증가함
- (라디오 매출액) 인도의 2018년 라디오 매출액은 약 4억 3,900만 달러로, 전년 대비 약 4,000만 달러 증가함

〈표 2-2〉 인도 방송시장 매출액 및 전망(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
TV매출	5,861	6,723	7,741	8,093	10,045	11,394	12,834	14,361	15,978	17,589
TV광고	2,578	2,926	3,341	3,585	4,012	4,449	4,923	5,393	5,984	6,671
라디오	288	338	364	399	439	490	547	612	683	759
합계	8,727	9,987	11,446	12,077	14,496	16,333	18,304	20,366	22,645	25,019

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019a)

#### 나. TV광고시장 규모

- (TV광고시장) 인도의 2018년 TV광고시장 매출액은 약 40억 1,200만 달러이며 2018~ 2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 10.7%로, 2023년까지 약 66억 7,100만 달러 규모의 시장으로 성장할 것으로 예측됨
- (지상파방송 광고) 인도의 2018년 지상파방송 광고 매출액은 약 3억 1,300만 달러로, 전체 TV광고시장 매출의 약 8%를 차지하고 있음
- (유료방송 광고) 인도의 2018년 유료방송 광고 매출액은 약 36억 8,500만 달러로, 전체 TV광고시장 매출의 약 92%를 차지하고 있음
- (온라인TV 광고) 인도의 2018년 온라인TV 광고 매출액은 약 1,400만 달러로, 전년 대비약 400만 달러 증가하였으며 2023년까지 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망됨

〈표 2-3〉 인도 TV광고시장 매출액 및 전망(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
지상파방송	240	257	278	287	313	338	367	395	430	471
유료방송	2,335	2,664	3,056	3,288	3,685	4,093	4,533	4,970	5,520	6,161
온라인TV	3	5	7	10	14	18	23	29	34	39
합계	2,578	2,926	3,341	3,585	4,012	4,449	4,923	5,393	5,984	6,671

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019a)

#### 2. 방송가입자 현황

○ (방송가입자 현황) 인도의 2018년 전체 TV 보유 가구 수는 약 1억 9,888.2만 가구이며, TV시청은 디지털 케이블(48%), 유료 디지털 위성방송(36%), 디지털 지상파방송(8%), 무료 디지털 위성방송(5%), 아날로그 지상파방송(3%) 등을 통하여 이루어지고 있음

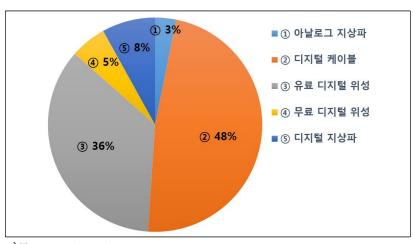
〈표 2-4〉 인도 TV 보유 가구 플랫폼별 현황(2013~2018)

(단위: 천 가구)

					,	
구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TV 보유 가구 수	161,437	167,720	181,521	188,440	194,471	198,882
아날로그 지상파	16,204	14,309	12,263	10,425	8,392	6,255
아날로그 위성	259	207	166	133	106	85
아날로그 케이블	78,570	56,174	42,110	27,984	14,171	0
디지털 케이블	13,865	37,449	51,467	65,295	80,300	95,238
IPTV	40	38	36	10	2	8
유료 디지털 위성	37,455	42,242	55,890	62,708	67,309	70,490
무료 디지털 위성	9,344	9,601	9,889	10,186	10,491	10,806
디지털 지상파	5,700	7,700	9,700	11,700	13,700	16,000

자료: OVUM(2019a)

[그림 2-1] 인도 TV 시청 플랫폼별 현황(2018)



자료: OVUM(2019a)

#### 3. 지상파방송

#### 가. 시장 구조

- 인도 정부의 디지털방송 전환 정책으로 인하여 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수 가 꾸준히 증가하고 있음
- 2018년 무료 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수는 약 1,666만 가구로, 전체 TV보유 가구 수의 약 8.3%를 차지함
- 2017년 1월, 인도 통신규제청(TRAI)은 공영방송 Doordarshan의 민영 사업자들의 디지 털화를 촉진하기 위해 DTT 롤아웃(rollout)에 관한 권고안 목록을 발표함
  - 또한 통신규제청(TRAI)은 DTT 최대 사업자 수를 5개(공영방송 1개, 민영방송 4개) 로 제한할 것을 권고함<sup>2)</sup>

#### 〈표 2-5〉 인도 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
무료 DTT 가구 수	8,299	9,834	11,755	13,961	16,660	19,858	23,811	28,440	33,931	40,734
유료 DTT 가구 수	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DTT가구 비율(%)	4.74	5.46	6.27	7.22	8.3	9.54	10.97	12.62	14.51	16.69

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: Kagan(2019a)

2) Kagan(2019c)

#### 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
지상파방송	Doordarshan

- 인도 지상파방송 유일의 공영방송 사업자로 Doordarshan이 있음<sup>3)</sup>
- Doordarshan(DD)은 1959년 설립된 공영방송규제기구인 Prasar Bharati 산하 공영방송 사업자임
  - 법적으로 정부로부터 독립한 Prasar Bharati 산하의 공영 방송국이나, 실질적으로는 정부의 통제를 받음
- 인도 인구의 90% 이상이 DD의 방송을 시청하고 있으며<sup>4)</sup> 2개의 전국채널(DD National, DD NEWS), 17개의 위성 채널, 11개의 주(state) 채널, 1개의 국제방송채널(DD India), 스포츠 채널(DD Sports) 등을 운영하고 있음<sup>5)</sup>
  - DD News 채널은 24시간 뉴스를 제공하며, DD Sports는 국가 및 국제적으로 중요한 스포츠 행사를 송출함<sup>6)</sup>
  - 2019년 2월에 새로운 지역 채널인 DD Arumprabha를 런칭하여 인도 북동지역에 송출하기 시작함<sup>7)</sup>
- DD는 2014년 1월, 양국 간 방송 문화 교류 확대를 목표로 한국의 국제방송 채널인 아 리랑TV와 양해각서를 체결함
- 이밖에도 DD는 프로그램 내부제작 역량을 보유하기 위해 내부제작 및 마케팅을 담당할 DCD(Development Communication Division)를 운영하고 있음

<sup>3) &</sup>quot;Digital Terrestrial Television in India," Cable Quest Broadband, last modified May 13, 2014, accessed Dec 30, 2019, https://cablequest.org/index.php/articles/digitization/item/4845-digital-terrestrial-television-in-india

<sup>4)</sup> 정보통신산업진흥원(2014a), p.36.

<sup>5) &</sup>quot;About DD." Doordarshan. last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://doordarshan.gov.in/about-doordarshan.

 <sup>&</sup>quot;About DD Sports." Doordarshan. last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://doordarshan.gov.in/d dsports/about.

<sup>7) &</sup>quot;PM Modi launches DD Arun Prabha channel in Itanagar today," News Services Division All India Radio, last modified Feb 9, 2019, accessed Dec 30, 2019, http://www.newsonair.com/Main-News-Details.aspx?id=359495.

〈표 2-6〉 인도 DD 주요 방송채널	〈丑	2 –	6	인도	DD	주요	방송채날	널
-----------------------	----	-----	---	----	----	----	------	---

채널	장르	언어	세부 내용				
DD National	전체	힌디어, 영어	정보, 오락, 교육 등 프로그램 방영				
DD News	뉴스	힌디어, 영어	24시간 뉴스 방영				
DD India	DD India 뉴스 영어		영어 뉴스 및 시사 프로그램 방영				
DD Sports	스포츠	힌디어, 영어	인도 스포츠 및 국제 스포츠 경기 방영				
DD Bharati	인포테인먼트	힌디어, 영어	문화, 예술 관련 인포테인먼트 프로그램 방영				
DD Kisan	인포테인먼트	힌디어	농업 관련 인포테인먼트 프로그램 방영				
DD Urdu	인포테인먼트	우르드어	오락, 문화, 뉴스, 인포테인먼트 프로그램 방영				

자료: DD 공식 홈페이지(https://doordarshan.gov.in/about-doordarshan)

#### 4. 유료방송

#### 가. 시장 구조

- 인도의 2018년 유료방송 가입 가구 수는 약 1억 6,378.6만 가구이며, 전체 TV보유 가 구의 약 81.6%를 차지함
- 인도 유료방송시장의 2018년 매출액은 전년 대비 약 3.8% 증가한 약 55억 6,100만 달 러를 기록하였으며 2023년까지 성장세를 보일 것으로 전망됨

〈표 2-7〉 인도 유료방송 가입 가구 수 및 매출액(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
유료방송가입 가구 수	147,432	157,530	158,167	164,846	163,786	169,172	174,243	179,550	184,951	189,960
유료방송 매출액	4,744	4,922	5,039	5,355	5,561	5,619	5,970	6,337	6,747	7,182
유료방송가입 가구 비율(%)	84.3	87.4	84.4	85.2	81.6	81.3	80.3	79.7	79.1	77.8

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019a)

- 인도 유료방송시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 플랫폼은 케이블방송이며, 전 체 유료방송의 과반수를 차지하고 있음
  - 2018년 케이블방송은 전체 유료방송 매출의 54.9%를 차지하였으며, 위성방송 44.8%,IPTV방송 0.3% 순으로 이어짐

(단위: %) 80.0 67.7 70.0 64.2 59.4 57.3 54.9 55.3 60.0 54.6 53.8 53.0 52.4 50.0 47.4 46.0 40.0 45.1 44.8 44.4 42.3 30.0 35.3 31.8 20.0 10.0 0.5 0.5 0.4 0.3 0.3 0.3 0.4 0.2 0.2 0.2 0.0 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2022 2023

→위성(DTH) → 케이블 → IPTV

[그림 2-2] 인도 유료방송 플랫폼별 매출 비율(2014~2023)

자료: Kagan(2019a)

#### 1) 케이블방송

- 2018년 케이블방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 약 48.9%인 약 9,808.9만 가구로, 전년 대비 약 125.9만 가구 증가함
- 2018년 케이블방송 매출액은 약 30억 5,200만 달러로, 전년 대비 약 1,800만 달러 감소함

〈표 2-8〉 인도 케이블방송 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

								( - · -	,	
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
케이블방송	100,615	101,722	95,212	96,830	98,089	99,560	100,755	102,065	103,188	104,529
가입 가구 수										
케이블방송	3,213	3,160	2,993	3,070	3,052	3,108	3,259	3,407	3,574	3,762
매출액										
케이블 방송 가입	57.5	56.4	50.0	50.0	49.0	47.0	46.4	45.2	44.1	42.0
가구 비율(%)	57.5	56.4	50.8	50.0	48.9	47.8	46.4	45.3	44.1	42.8

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019a)

[그림 2-3] 인도 케이블방송 매출액 추이(2014~2023)

(단위: 백만 달러)



자료: Kagan(2019a)

#### 2) 위성방송

- 2018년 위성방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 32.5%인 약 6,530.4만 가구로, 전년 대비 약 3.4% 감소함
- 2018년 위성방송 매출액은 약 24억 9,100만 달러로, 전년 대비 약 2억 2,700만 달러 증가하였으며 2018~2023년까지 연평균 성장률(CAGR) 약 6.5%를 기록할 것으로 전 망됨

〈표 2-9〉 인도 위성방송(DTH) 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
DTH 가구 수	46,282	55,293	62,486	67,582	65,304	69,261	73,168	77,200	81,504	85,188
 DTH 매출액	1,507	1,739	2,025	2,264	2,491	2,494	2,695	2,915	3,159	3,407
DTH 가입 가구 비율(%)	26.5	30.7	33.3	34.9	32.5	33.3	33.7	34.3	34.9	34.9

※ DTH: Direct-To-Home, 가정직접수신 위성방송

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019a)

4,000 3,407 3,500 3,159 2,915 3,000 2,695 2,491 2,494 2,264 2,500 2,025 2,000 1,739 1,507 1,500 1,000 500 0 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 ■ 위성방송(DTH) 매출액

[그림 2-4] 인도 위성방송(DTH) 매출액 추이(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

자료: Kagan(2019a)

# 3) IPTV방송

- 2018년 IPTV방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 0.2%인 약 39.3만 가구로, 전년 대비 약 10% 감소함
- ○2018년 IPTV방송 매출액은 약 1,900만 달러로, 2018~2023년까지 연평균 성장률 (CAGR) 약 -7.3%를 기록할 것으로 전망됨

〈표 2-10〉 인도 IPTV방송 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

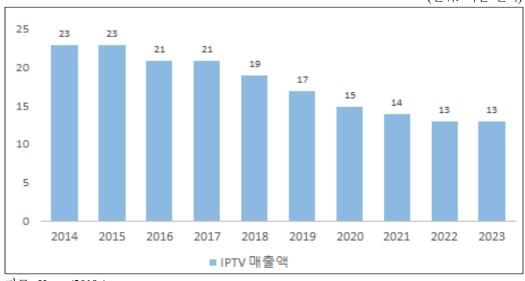
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
IPTV 가입 가구 수	535	515	470	433	393	350	320	285	259	243
IPTV 매출액	23	23	21	21	19	17	15	14	13	13
IPTV 가입 가구 비율(%)	0.3	0.3	0.3	0.2	0.2	0.2	0.2	0.1	0.1	0.1

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019a)

[그림 2-5] 인도 IPTV방송 매출액 추이(2014~2023)

(단위: 백만 달러)



자료: Kagan(2019a)

## 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
케이블방송	Siti Networks, DEN Networks, Digicable 등
위성방송	Tata Sky, Dish TV, Bharti Airtel 등
IPTV방송	Reliance Jio, BSNL, MTNL, Bharti Airtel 등

### 1) 케이블방송

○ 인도의 케이블방송사업자는 Siti Networks, DEN Networks, Digicable 등이 있음

## 가) Siti Networks

- Siti Networks는 1994년 Zee Telefilms의 100% 자회사로 출범하였으며, 델리·콜카 타·뭄바이 등 주요 도시에 디지털 케이블방송·브로드밴드 등의 서비스를 제공함
  - 전국 약 580개 지점과 인접 지역에 케이블방송 서비스를 제공함
- 2018년 Siti Networks는 케이블방송 사업자 중 가장 많은 가입 가구 수를 보유 하고 있음
  - 2018년 전체 가입 가구 수는 약 1,150만 가구로, 2024년까지 약 1,320만 가구를 기록할 것으로 전망됨<sup>8)</sup>

<sup>8)</sup> OVUM(2019a)

○ Siti Networks는 엔터테인먼트・뉴스・영화・지역 콘텐츠 등 다양한 장르의 프로그램을 방영하고 있음

#### 나) DEN Networks

- 인도의 케이블방송 시장에서 가장 큰 가입자 기반을 가지고 있는 사업자 중 하나로, 13개 핵심 주에 걸쳐 500개 이상의 도시에 서비스를 제공함
- 2018년 10월 Reliance Communications이 DEN Networks 주식 58.9%를 인수하였으며,
   이후 2019년 3월 주식을 추가로 인수하여 총 78.62%의 지분을 보유<sup>9</sup>
- DEN Networks은 케이블방송 시장에서 두 번째로 많은 가입 가구를 보유한 사업자로, 2018년 전체 가입 가구 수는 약 1,130만 가구로, 2024년까지 1,430만 가구를 기록할 것으로 전망됨
- DEN Networks는 Aavishkar Media Group이 주최한 2018 BCS Ratna Awards에서 2017
   ~2018 가장 뛰어난 복수종합유선방송사업자(MSO) 및 뛰어난 MSO 기술・서비스 를 제공한 업체로 선정됨

#### 다) Digicable

- Digicable은 2007년 설립된 인도 뭄바이에 본사를 둔 케이블방송 사업자로, 케이블 방송 서비스뿐만 아니라 전화, 데이터, 인터넷 서비스도 제공함<sup>10)</sup>
- Digicable의 2018년 전체 가입 가구 수는 약 831만 가구로, 2024년까지 893만 가구 를 기록할 것으로 전망됨

#### 2) 위성방송

○ 인도 위성방송사업자로는 Tata Sky, Dish TV, Bharti Airtel 등이 있음

#### 가) Tata Sky

O Tata Sky는 2001년 Tata Son과 The Walt Disney Company(당시 21st Century Fox)의

<sup>9) &</sup>quot;Reliance increases shareholding in DEN, Hathway, GTPL through open offer.", Television Post. last modified Mar 11, 2019, accessed Dec 30, 2019,

https://www.televisionpost.com/reliance-increases-shareholding-in-den-hathway-gtpl-through-open-offer.

 <sup>&</sup>quot;About Us." DigiCableComm. last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://digicablecomm.in/about .php#.

합작회사로 설립되어 2006년부터 위성방송 서비스를 개시함

- 2018년 Tata Sky의 가입 가구 수는 1,762만 가구로 위성방송 시장에서 가장 많으며, 2024년까지 2,326만 가구를 기록하여 1위를 유지할 것으로 전망됨
- Tata Sky는 625개의 채널과 서비스(529개의 SD 채널 · 96개의 HD 채널, 24개의 대화형 서비스)를 제공하고 있으며, 2012년 Ericsson과의 파트너십 계약을 통해 인도최초로 VOD 서비스를 시작합"

#### 나) Dish TV

- Dish TV는 Zee Entertainment의 자회사로 2003년 10월 인도 최초로 위성방송 서비스를 개시하였으며, 2018년 3월 Videocon D2H를 인수 합병하며 인도 최대 위성방송사·케이블방송 사업자로 거듭나길 기대하고 있음<sup>12</sup>
  - 2016년 11월 Dish TV는 Videocon과의 인수합병 계획을 발표하였으며, 2017년 5월 인도 경쟁위원회의 승인 후 2018년 3월 합병을 완료함<sup>13)</sup>
  - Dish TV와 Videocon은 합병 이후에도 통합하지 않고 별도의 브랜드로 운영하고 있음
- Dish TV는 가입자가 많은 대도시 지역에서 케이블방송 사업자와 경쟁하는 것 대 신 케이블 네트워크를 사용할 수 없거나 매우 열악한 도시 등을 공략하고 있음<sup>14</sup>
- 2018년 Dish TV의 가입 가구 수는 1,695만 가구로, Tata Sky 다음으로 많은 가입 자를 보유하고 있음

#### 다) Bharti Airtel

○ 인도 통신사업자 Bharti Airtel이 2008년 10월 Airtel Digital TV라는 브랜드로 위성 방송 서비스를 개시합<sup>15)</sup>

<sup>11) &</sup>quot;Tata Sky." TaTa. last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.tata.com/business/tata-sky.

<sup>12) &</sup>quot;Videocon d2h to merge with Dish TV," Forbes India, last modified Nov 11, 2016, accessed Dec 30, http://www.forbesindia.com/article/special/videocon-d2h-to-merge-with-dish-tv/44809/1.

<sup>13)</sup> Kagan(2019b)

<sup>14) &</sup>quot;Videocon d2h to merge with Dish TV," Forbes India, last modified Nov 11, 2016, accessed Dec 30, 2019, http://www.forbesindia.com/article/special/videocon-d2h-to-merge-with-dish-tv/44809/1.

<sup>15) &</sup>quot;Bharti Airtel launches DTH service," The Financial Express, Oct 7, 2008, accessed Dec 30, http://www.financialexpress.com/news/bharti-airtel-launches-dth-service/370434.

- Airtel은 65개의 HD채널 · 6개의 국제 채널 · 5개의 대화형 서비스 등을 포함한 총 588개의 채널 및 서비스를 제공함
- 2018년 Airtel의 가입 가구 수는 약 1,500만 가구이며, 2024년에는 약 1,900만 가구 를 기록할 것으로 전망됨
- 2017년 4월 Airtel은 안드로이드 TV를 기반으로 하는 인도 최초의 하이브리드 셋 톱박스(STB)인 'Internet TV'를 출시하여 위성방송 시장에서 혁신을 주도함」6
  - 사용자는 단일장치로 온라인 및 실시간 TV 프로그램을 시청할 수 있음

### 3) IPTV방송

○ 인도 IPTV방송 사업자는 Reliance Jio, BSNL, MTNL, Bharti Airtel 등이 있음

#### 가) Reliance Jio

- Reliance Jio는 JIO라는 브랜드로 IPTV방송 서비스를 개시함
- 2018년 Jio의 가입 가구 수는 약 8,000명이며, 2024년에는 약 2.9만 가구를 기록할 것으로 전망됨

#### 나) BSNL

- BSNL(Bharat Sancher Nigam Limited)은 인도 뉴델리에 본사를 둔 인도의 국영 통신 사업자로 2000년 9월 설립되었으며, 전화 서비스뿐만 아니라 VVoIP(Voice and Video Over Internet Protocol), IPTV방송 서비스 등을 제공함<sup>17)</sup>
- BSNL은 2007년 11월 Pune · Bengaluru · Kolkata 지역을 중심으로 IPTV방송 서비 스를 개시하였음<sup>18)</sup>

#### 다) MTNL

○ MTNL(Mahanagar Telephone Nigram Limited)은 인도 뭄바이와 뉴델리에 본사를 둔 국영통신사업자로, 2006년 인도에서 최초로 IPTV 시범 서비스를 도입함<sup>19)</sup>

<sup>16) &</sup>quot;Airtel and Google Cloud Partner to Boost Collaboration, Productivity and Digital Transformation in India." Airtel India. last modified Jan 25, 2020, accessed Jan 28, 2020, https://www.airtel.in/press-release/01-2020/airtel-and-google-cloud-partner-to-Boost-collaboration-productivity-and-digital-transformation-in-india.

<sup>17) &</sup>quot;About Us." BSNL last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.bsnl.co.in/opencms/bsnl/BSN L/about us/company/about bsnl.html.

<sup>18)</sup> 정보통신산업진흥원(2018a), p.51.

- 2009년 델리 지역에서 브로드밴드・VoIP・IPTV를 결합한 TPS(Triple Play
 Service)를 제공하며 본격적으로 IPTV방송 서비스를 개시함²⁰

#### 라) Bharti Airtel

- Bharti Airtel은 2009년부터 IPTV방송 서비스를 시작했으나, 2016년 8월 서비스를 종료함<sup>21)</sup>
  - 위성방송인 Airtel Digital TV에 집중하고자 IPTV방송 서비스를 종료하였으며 기존 가입자들에게 Airtel 위성방송 서비스를 무료로 제공함

#### 5. OTT

## 가. 시장 구조

- OVUM(2019)에 의하면 인도의 2018년 OTT 서비스 매출규모는 약 6억 7,000만 달러로, 전년 대비 약 1.5배 증가함
  - 인도의 유료 OTT시장은 구독형(Subscription) 서비스가 대부분이며, 2024년까지 매출
     액이 약 30억 6,500만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 5.4배 증가할 것으로
     예상됨

〈표 2-11〉 인도 OTT서비스 형태별 총 매출액(2015~2024)

(단위: 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p	2024p
디지털대여	42	52	59	68	77	91	102	112	120	133
전자판매	22	27	32	38	45	51	58	64	69	76
구독형	42	131	345	564	748	1,018	1,251	1,553	1,883	3,065
합계	106	210	437	670	870	1,160	1,411	1,729	2,072	3,273

<sup>※</sup> 전자판매(Electronic sell-through, EST)

※ 구독형(Subscriptions): 반복적으로 결제하여 디지털 영상을 이용하는 유료 서비스로 주문형 서비스 (Subscription Video On Demand, SVOD)와 실시간 서비스(Linear Subscription Services, SLIN) 모두 포함
 ※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2019b)

<sup>19) &</sup>quot;MTNL set to launch India's first IPTV service." The Economic Times last modified Oct 14, 2006, accessed Dec 30, 2020,

https://economictimes.indiatimes.com/industry/telecom/mtnl-set-to-launch-indias-first-iptv-service/articleshow/2171204.cms?from=mdr.

<sup>20)</sup> 정보통신산업진흥원(2018a), p.51.

<sup>21) &</sup>quot;Airtel to shut down IPTV service from 31st August, offers free migration to DTH platform," Telecom Talk, Aug 18, 2016, accessed Dec 30, 2019, https://telecomtalk.info/airtel-iptv-free-migration-dth/156206.

- 인도의 OTT 시장은 빠르게 성장하고 있으나, 불법 복제 콘텐츠나 광대역 인프라의 부족은 인도 OTT 시장의 성장을 방해하는 요소로 작용함
- 인도의 2018년 구독형 서비스 이용자는 약 1,920.3만 명으로, 전년대비 약 1.6배 증가함
  - 이용자 수는 2015년 약 181만 명에서 2024년 약 7,777.7만 명으로, 약 43배 이상 증가할 것으로 예상됨

〈표 2-12〉 인도 구독형 서비스 이용자 현황(2015~2024)

(단위: 천 명)

구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p	2024p
SVOD	120.1	067.9	( (0( (	10 201 1	10.027.0	22 726 0	26 190 2	21 224 4	26 120 0	40.725
구독자수	129.1 967.8	0,090.0	10,381.1	18,027.8	22,/30.8	26,189.3	31,324.4	36,139.9	40,735	
SLIN	1 (01 5	2 270 0	5.046.5	0.022.2	21 254	25.262	20.760	21 400	22.040.2	27.042.0
구독자수	1,681.5	3,378.8	5,046.5	8,822.3	21,254	25,262	28,760	31,408	33,949.3	37,042.9
합계	1,810.6	4,346.5	11,743.1	19,203.4	39,281.8	47,998.8	54,949.3	62,732.4	70,089.2	77,777.9

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2019b)

○ 인도의 OTT 서비스 콘텐츠별 매출을 살펴보면 2023년까지 영화 매출액이 방송콘텐츠 매출액보다 지속적으로 높을 것으로 예상됨

〈표 2-13〉 인도 OTT서비스 콘텐츠별 매출액(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018p	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
영화	55.6	83.2	139.0	230.8	348.1	449.5	605.2	735.3	912.1	1,098.3
TV	22.3	36.4	82.2	167.3	265.2	351.9	479.2	592.0	761.6	923.6
기타	5.5	8.5	18.2	35.6	54.1	69.2	90.8	108.5	135.3	157.9
합계	83.4	128.1	239.4	433.7	667.4	870.6	1175.2	1435.8	1809	2179.8

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2018a)

## 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자				
OTT	Amazon, The Walt Disney Company India, Eros International Media, Zee Entertainment Enterprises Limited, Netflix, Hungama				
OH	Digital Media Entertainment 등				

이 인도의 주요 OTT 서비스 사업자는 Amazon, The Walt Disney Company India, Eros International Media, Zee Entertainment Enterprises, Netflix, Hungama Digital Media Entertainment 등이 있음

#### 1) Amazon

- ㅇ 미국 기업 Amazon의 Amazon Prime Video는 인도에서 2016년 서비스를 개시하였음
  - 2018년 이용자 수는 468.4만 명이고 시장 점유율은 24.4%로 1위를 차지하였으나,
     2022년에는 Hotstar · Netflix · Eros Now가 Amazon Prime Video를 추월할 것으로 전 망됨
- Amazon Prime Video는 2017년 인도 최초로 크로켓을 소재로 한 드라마〈Inside Edge〉를 발표하였음
  - Amazon Prime Video는 2019년 발리우드 배우 Manoj Bajpayee가 출연한 스파이가 주제인 드라마 시리즈 〈패밀리 맨(Family Man)〉을 포함하여 10개의 오리지널 인도 프로그램을 제작하였음

#### 2) The Walt Disney Company India

- The Walt Disney Company India의 자회사 Star India는 2015년 모바일 및 온라인 엔터 테인먼트 OTT 플랫폼 서비스인 Hotstar를 출시하였음<sup>22)</sup>
  - 광고 기반 무료 서비스 제공에 주력하며, 9개 인도 언어로 콘텐츠를 제공함
- Hotstar의 2018년 이용자 수는 435만 명이고 시장 점유율은 22.7%로 Amazon Prime Video 다음으로 2위를 차지하였으나, 이용자 수가 가파르게 증가하여 2024년에는 2,595만 명을 기록하며 시장 점유율 1위를 차지할 것으로 전망됨

<sup>22) &</sup>quot;With Hotstar, Star India aims to change the way content is consumed in India," Livemint, Feb 11, 2015, accessed Dec 30, 2019, https://www.livemint.com/Consumer/Nfv7GOoewo9xdcGKVnOVnL/With-Hotstar-Star-India-aims-to-change-the-way-content-is-c.html.

- Hotstar는 특히 스포츠 콘텐츠 확보에 주력하고 있으며, 인도 프로 축구(Indian Premier League, IPL)를 중계하고 있음<sup>23)</sup>
  - 2015년 크리켓 월드컵 기간 동안 최소 3억 4천만 뷰를 기록, 2015 프리미어 리그 시즌동안 2억 뷰를 돌파하는 등<sup>24)</sup> 스포츠 이벤트의 시청 성과가 높음
  - 2019년 인도 프리미어 리그 기간 중에는 인도-파키스탄전이 끝난 직후 Hotstar의 하루 방문객이 1억 명을 돌파함<sup>25)</sup>
- Hotstar는 2018년 HOOQ과의 제휴를 통해 Sony Pictures와 Warner Brothers의 영화 및 시리즈물에 대한 권리를 얻는 등 프리미엄 서비스 제공을 위한 콘텐츠 확보를 꾀함<sup>26</sup>

#### 3) Eros International Media

- 2012년 인도 현지 영화 제작사이자 배급사인 Eros International Media는 미디어 스트 리밍 서비스 및 주문형 구독 서비스(SVOD)를 제공하는 Eros Now를 공식 출시하였음
- Eros Now의 2018년 이용자 수는 382.7만 명이며 시장 점유율은 19.9%로 3위를 차지하였고, 이용자 수가 꾸준히 증가하여 2024년에는 1,363.7만 명을 기록할 것으로 전망됨
- 다양한 발리우드 영화를 보유하고 있어 SVOD 플랫폼의 가장 큰 경쟁자로 꼽힘<sup>27)</sup>

#### 4) Zee Entertainment Enterprises Limited

- Zee5은 Essel Group의 자회사인 Zee Entertainment Enterprises Limited(ZEEL) 소유의
   OTT서비스로 2018년 2월 14일 인도에서 12개의 언어로 출시함
  - 인도 내 주요 채널공급사인 Dish Network와 체결한 계약에 따라 미국을 제외한 모
     든 곳에서 서비스를 이용할 수 있음

<sup>23)</sup> 한국방송통신전파진흥원(2019), p.53.

<sup>24) &</sup>quot;Hotstar notches up 200 million views in IPL 8," Livemint, Jun 5, 2015, accessed Dec 30, https://www.livemint.com/Consumer/Hk3d4d6KIQ6YgpnxGjxn1I/Hotstar-notches-up-61-million-views-in-I PL8.html.

<sup>25) &</sup>quot;Hotstar sets global streaming record during India-New Zealand semi-final," SportsPro, Jul 17, 2019, acc essed Dec 30, http://www.sportspromedia.com/news/hotstar-global-streaming-record-india-new-zealand-sem i-final

<sup>26) &</sup>quot;HOOQ Massively Expands India Reach With Hotstar Partnership," Variety, Oct 7, 2018, accessed Dec 30, https://variety.com/2018/biz/asia/hooq-expands-india-reach-hotstar-partnership-1202971812.

<sup>27)</sup> 콘텐츠진흥원(2019), p.531.

- Zee5의 2018년 이용자 수는 335.2만 명이고 시장 점유율은 17.5%로 4위를 기록하였 으며, 2024년까지 꾸준히 성장할 것으로 전망됨
- Zee5은 〈America Mappillai〉라는 타밀어 웹시리즈를 최초 방영하였으며 이후 〈Kallachirippu〉,〈Karenjit Kaur〉등의 웹시리즈도 방영함

#### 5) Netflix

- 2016년 미국의 Netflix가 인도에서 OTT 서비스를 개시하였으며 인도 중산층의 지지를 받으며 2018년 이용자 수 151.9만 명을 기록함
  - 2018년 시장 점유율은 7.9%로 5위이며, 이용자 수가 가파르게 상승하여 2024년에는 이용자 수 1.525만 명을 기록하여 시장 점유율 2위를 기록할 것으로 전망됨
- Netflix는 2019년에 발리우드 스타인 Shah Rukh Khan가 출연하는 〈피의 시인(Bard of Blood)〉를 포함하여 5개의 오리지널 시리즈와 8개의 인도 영화를 제작하였음<sup>28)</sup>

#### 6) Hungama Digital Media Entertainment

- Hungama Play는 인도의 대표적인 디지털 엔터테인먼트 회사인 Hungama Digital Media Entertainment의 OTT 서비스로, 영어·힌두어·벵골어·텔루구·말라얄람·타 밀·펀자브를 포함한 12개 언어를 제공하며 7천편 이상의 영화를 보유하고 있음²⁰)
  - 다양한 언어로 음악을 즐길 수 있는 음악 스트리밍 서비스도 제공함
  - 이밖에도 Hungama Play는 2,000분 분량의 어린이 전용 콘텐츠를 보유하는 등 교육 콘텐츠를 제작하고자 노력하고 있음<sup>30)</sup>
- Hungama Play의 2018년 이용자 수는 136만 명이며 2024년까지 꾸준히 성장하여 350 만 명을 기록할 것으로 전망됨

<sup>28) &</sup>quot;In 2019, Netflix and Amazon Set Their Sights on India." The New York Times last modified Dec 30, 2019, accessed Jan 5, 2020, https://economictimes.indiatimes.com/industry/telecom/mtnl-set-to-launch-indias-first-iptv-servic e/articleshow/2171204.cms?from=mdr.

<sup>29) &</sup>quot;Top 12 Netflix Alternatives In India in 2019." Smartprix. last modified Nov 22, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.smartprix.com/bytes/top-5-netflix-alternative-in-india.

<sup>30) &</sup>quot;Why OTT platforms are carving a separate space for children's content." Financial Express. last modified Dec 23, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.financialexpress.com/brandwagon/why-ott-platforms-are-carving-a-separate-space-for-childrens-content/1801577.

**→** Netflix

[그림 2-6] 인도 OTT 사업자별 구독형 서비스 이용자 현황(상위 5개) (단위: 천 명)

30,000 25,950 23,900 Amazon Prime Video 25,000 22,100 20,500 -Eros Now 18,000 20,000 Hotstar Premium 15,000 15,000 -Zee5 10,861 8,744

8,320 9,224 10,166 11,148

2021 2022 2023 2024

2018 자료: OVUM(2019b) 재구성

4,684

1,519

6,750 7,595

4,507

2019

7,044

2020

10,000

5,000

# 제 2 절 방송규제 현황

## 1. 방송규제 체계<sup>31)</sup>

#### 가. 방송규제 기관

- 인도의 방송은 정보방송부(Ministry of Information&Broadcasting, MIB)와 통신규제청 (Telecom Regulatory Authority of India, TRAI)이 규제하고 있음
  - MIB는 공영방송 DD·지상파 라디오 네트워크 All India Radio(AIR)<sup>32</sup>, 영화·신문 규제를 담당하며, TRAI는 위성·케이블·IPTV 등의 유료방송 규제를 담당하는 이 원적 체계임

## 1) 정보방송부(MIB)<sup>33)</sup>

- 방송·언론·영화 관련 정책 수립 및 집행을 담당하는 중앙정보기관으로서 방송과 관련해서는 내용규제를 담당하며, 사업면허 부여 권한을 가짐
- MIB는 미디어 및 엔터테인먼트 부문의 지속적인 성장을 지원하기 위하여 환경을 조성하고, 건전한 오락(entertainment) 활동을 촉진하며 정부 정책・프로그램・성과 등에 대한 정보를 효과적으로 보급하는 것을 목표로 함
- MIB가 면허를 부여하는 대상은 전송(Uplinking) · 수신(Downlinking) TV채널/텔레포트, 위성방송사업자(DTH), 케이블 MSO, HITS(Headend-in-the-Sky³⁴)사업자, 텔레비전시청률 조사기관, 상업 FM방송사업자 등임

<sup>31) &</sup>quot;About The Ministry." Ministry of Information and Broadcasting, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://mib.gov.in/about-us/about-the-ministry.

<sup>32)</sup> All India Radio의 공식 명칭은 Akashvani(Voice from the Sky)임

<sup>33)</sup> 정보통신산업진흥원(2018a), p.9.

<sup>34)</sup> Headend-in-the-Sky(HITS)는 Comcast의 위성 멀티플렉스 서비스로 다수의 위성 접시안테나와 10여개의 통신위성을 사용하는 전통적인 방식과 달리 케이블 방송국들을 멀티플렉스 신호로 묶어서 2~3개의 위성을 사용해 전송하는 방식임. 인도는 케이블 디지털 전환을 촉진시키기 위해 HITS사업자에게 2009년부터 사업면허를 부여하기 시작했으며 현재 2개의 사업자가 있음

#### 2) Prasar Bharati

- Prasar Bharati(Broadcasting Corporation of India)는 인도의 공영방송기구로서 공영방송 DD와 AIR을 감독함(DD와 AIR은 이전까지 MIB 산하의 국영방송으로 운영됨)
- Prasar Bharati는 1990년에 제정되고 1997년부터 시행된 〈Prasar Bharati 설치법(Prasar Bharati Act)〉에 의해 설립되었음
- Prasar Bharati 이사회는 이사장, 상임이사 3명(경영·재정·인사), 비상임이사 6명, AIR 사장, Doordarshan 사장, MIB 대표, Prasar Bharati 고용인 대표 2명(기술분야대표 1명, 기타분야대표 1명)으로 구성
  - 당연직으로 이사회 일원이 되는 공영방송 사장 2명을 제외한 이사장과 이사진은 상원의장, 인도언론협회장(Press Council of India), 그리고 대통령 추천인으로 구성된 추천위원회의 추천을 받아 대통령이 임명함
  - 이사장의 임기는 3년이며 70세까지만 이사장 직위 수행이 가능하고, 3년을 채우기 전에 70세에 도달할 경우 사임해야 함
  - 경영·재정·인사 담당 이사는 임기 6년의 상임직이며, 재정·인사의 경우 62세, 경영은 65세까지 근무 가능
  - 비상임이사의 임기는 6년이나 비상임이사 전체 1/3은 2년마다 퇴임해야 하고, 선출 직 이사(Prasar Bharati 고용인 대표)의 임기는 2년 또는 퇴사 전까지임<sup>35)</sup>
- Prasar Bharati의 주된 임무는 공중에게 정보·교육·오락을 제공하고, 라디오와 텔레 비전을 균형 있게 발전시키기 위해 공공서비스 방송을 운영하는 것임
  - 이러한 임무를 달성하기 위해 Prasar Bharati는 다음과 같은 목표를 가짐
  - 국가의 단합·통일성과 헌법이 천명하고 있는 가치 보호
  - 교육 분야, 리터러시의 전파, 농업·농촌개발, 환경, 보건, 가정의 안녕, 과학과 기술에 대한 관심 재고
  - 국내 여러 지역의 언어와 다양한 문화를 적절한 수준으로 방송
  - 스포츠와 게임에 대한 적절한 보도 수행
  - 유년층의 특수한 필요를 고려한 프로그램 제공

<sup>35) 〈</sup>Prasar Bharati 설치법〉 제6조 제3항 "The term of office of Part-time Members shall be six years, but one-third of such Members shall retire on the expiration of every second year."

- 여성의 지위와 문제에 대해 국민에게 알리고 계몽하며, 특히 여성의 권리향상에 대한 특별한 관심 재고
- 사회적 정의를 촉진하고, 착취·불평등·불가촉천민의 차별과 같은 사회악과 싸우 며, 사회약자의 복지 증진
- 노동자계급의 권리 보호 및 복지 증진
- 농촌 · 사회적 취약계층 · 국경지역 · 낙후지역 · 벽지 거주 주민들에게 봉사
- 사회적 소수자들과 부족 공동체들의 필요를 고려한 프로그램 제공
- 아동·맹인·노년층·장애인과 여타 사회적 취약계층의 이해를 보호하기 위해 특별한 조치를 취함
- 인도 내 다양한 언어 간 소통을 촉진하는 방식의 방송을 수행하고 각 주의 언어로 지역방송전파를 촉진함으로써 국가 통합 촉진
- 적합한 기술과 가용한 주파수를 최대한 활용하고 양질의 전파수신을 보장하여 포 괄적인 시청기회 제공
- 라디오와 텔레비전의 최신 방송기술 도입을 보장하기 위한 연구 촉진
- 다양한 층위에서 추가적 전송채널을 확보하는 등 방송시설 확보

## 3) 통신규제청(TRAI)<sup>36)</sup>

- TRAI는 〈통신규제청법(Telecom Regulatory Authority of India Act)〉에 따라 1997년 통신규제를 담당하는 규제기관으로 설립되었으며, 2004년부터 방송 및 케이블 서비스를 포함하여 통신 산업의 규제 및 진흥을 위한 업무 수행
  - TRAI는 방송 관련하여 유료방송 요금·상호접속·서비스 품질에 대한 규제를 담당하는데, 공영방송 관련법이 별도로 존재하기 때문에 사실상 유료방송과 상업 FM 방송만을 관할함(내용규제는 MIB의 관할)
- TRAI는 의장·상임위원 2명·비상임위원 2명 등 총 5명으로 구성되며, 중앙정부에서 전원 임명함
- TRAI 산하 기관에는 방송ㆍ케이블서비스부(Broadcasting & Cable Services)가 있으며,

<sup>36)</sup> The Telecom Regulatory Authority of India Act(1997); Telecom Regulatory Authority of India(2017); Telecom Regulatory Authority of India(2018).

해당 부서는 상호접속·서비스품질(보장)·요금·방송면허 조건 이행에 대한 조언, 디지털 전환·이해당사자 보호·방송분야에 대한 권고사항 제언 등의 역할을 담당

- TRAI는 디지털 전환과 관련하여 델리·뭄바이·콜카타 지역에 디지털 케이블 서비 스(CAS) 촉진을 위한 규제체계 정비, 55개 도시에 CAS 확산을 위한 전문가그룹 조 직, 지상파방송을 민간에 개방, 케이블방송 디지털 전환을 위한 계획을 권고하는 등 의 활동을 함
- TRAI는 5개의 지역사무소를 두고 있으며, 인도통합기금(Consolidated Fund of India) 의 지원금을 받음

#### 나. 방송 분야 법규 현황

- 인도는 지상파방송과 유료방송이 별도로 규제되는 이원적 규제체계임
- DD, AIR 등 공영방송은 1990년에 제정된 〈Prasar Bharati 설치법〉의 적용을 받음
- 인도의 공영방송규제기구인 Prasar Bharati의 설치·조직·운영·역할에 관한 내용을 담고 있는 법안으로 1990년 제정됨
- 케이블·위성·IPTV 등의 유료방송은 〈케이블텔레비전법(Cable Television Networks (Regulation) Act, 1995)〉, 〈통신규제청법〉, 〈전송정책 가이드라인(Policy Guidelines for uplinking from India)〉, 〈텔레비전 채널 수신 가이드라인(Policy Guidelines for downlinking of Television Channels)〉, 〈직접위성방송 면허 가이드라인(Guidelines for obtaining DTH license)〉 등 다수의 관련법과 가이드라인의 적용을 받음

#### 2. 주요 방송규제

#### 가. 방송 인허가37)

- 1) 케이블방송
  - 인도의 케이블방송은 MSO와 LCO(Local Cable Operator, 지역 케이블 사업자) 2단계로 유통사업자가 구분되어 있으며, MSO는 방송사업자(PP)로부터 콘텐츠를 공급받아

<sup>37)</sup> Narrain, S.(2008); The Cable Television Networks(Regulation) Act(1995); 강하연·박은지·노은정·김 재형(2015)

LCO에게 공급하고, LCO가 소비자에게 방송서비스를 제공하는 형태

- MSO는 전국사업자·복수주(multiple state)사업자·독립사업자(도시단위 사업운영)들로 구성되어 있으며, 독립사업자는 지역에 따라 소비자에게 직접 서비스를 제공함
- MSO는 MIB의 허가를 받아야하고, LCO는 지역우편사무소에 등록해야 하며, 첸나이・델리・뭄바이・콜카타 등 디지털 케이블 서비스(CAS)를 도입한 대도시의 경우 CAS 사업자는 MIB로부터 방송허가를 받아야 함
- MSO는 인도국적을 가진 개인, 구성원 전원이 인도국적인 조합, 〈기업법( Company's Act)〉에 따라 등록된 기업체(해외직접투자 제한 적용)로 자격이 제한됨
- 방송면허는 10년간 유효함

#### 2) 위성방송(Direct-to-Home)

- 위성방송 서비스를 제공하기 위해서는 MIB로부터 면허를 취득해야 하며, 추가적으로 정보통신부(Ministry of Communications) 산하 무선계획조정과(Wireless Planning and Coordination)로부터 무선운영면허를 취득해야 함
  - 면허를 취득하기 위해서는 내무부(Ministry of Home Affairs)로부터 안정보장 취급 허가(Security Clearance)와 우주부(Department of Space)로부터 위성사용 허가를 취 득해야 함
  - 면허는 무선운영면허를 부여받은 때로부터 10년간 유효
- 사업권 취득비용은 1억 루피이며 매년 연간매출액의 10%를 방송사업권료로 지불해 야 하고, 4억 루피의 은행지불보증이 필요함
- 위성방송사업자는 방송/케이블 네트워크 운영자의 지분을 20%이상 소유할 수 없으며, 방송/케이블 네트워크 사업자 또한 위성방송사업자의 지분 20% 이상 소유하는 것이 금지됨

## 3) HITS(Headend-in-the-Sky)사업자

- 〈기업법〉에 따라 등록된 기업으로서 자산가치가 1억 루피 이상의 사업자에게 방송사 업권 부여
- 면허기간은 10년이며, 사업권 취득비와 은행지불보증 조건은 위성방송과 동일하나연간 방송사업권료는 없음

○ 위성방송과 동일한 방송/케이블 네트워크 사업자는 지분제한이 적용되며, 내무부 (Ministry of Home Affairs)로부터 안정보장 취급허가(Security Clearance)와 우주부 (Department of Space)로부터 위성사용 허가를 취득해야 함

### 4) 전송/송신 사업자

- 인도에서 TV채널을 전송(uplinking)하거나 다른 방송사업자들에게 임대하기 위해 전 송 허브/텔레포트를 설치하고자 하는 기업, 전송시설을 갖추고자 하는 뉴스에이전시는 MIB로부터 면허를 취득해야 함
- 면허는 뉴스/시사 TV 채널・非뉴스/非시사 TV 채널(오락채널)・텔레포트(teleports) 3 가지로 구분하여 부여되며, 각각 최소 자본요건과 방송사업 등록비・연간 방송사업 권료 등이 상이하게 책정됨
- 이밖에도 사업자는 내무부(Ministry of Home Affairs)로부터 안정보장 취급허가 (Security clearance)와 우주부(Department of Space)로부터 위성사용 허가를 취득해야 함

#### 나. 유료방송 요금・상품 규제

- TRAI는 2004년부터 유료방송 요금 규제를 시작하였는데, 기본상품에 대한 요금상한 선(LCO-소비자, LCO-MSO/방송사업자, MSO-방송사업자 간 요금상한선)을 설정하여 적용하되 물가상승률을 반영함
- 2005년 델리·뭄바이·콜카타 지역에 CAS 시스템을 도입함에 따라 요금·서비스 품 질·상호접속에 대한 규제체제를 정비하여, 최소 30개의 지상파 채널로 구성된 기본 상품에 대한 요금과 각 채널에 대한 최대 소매가격을 책정함
- 2007년 비주소지정 시스템(NON-addressable system)에 대한 요금 체계를 개선하여 제 공 채널 수, 주거지역 유형(도시·마을·교외 등)에 따른 요금상한선을 설정함
- 유료방송 상품은 선택형(a-la-carte방식)과 패키지(사업자에 의해 제공될 채널이 사전에 결정)로 구분
- 2010년 방송 분야 요금체계에 대한 검토를 착수하여 케이블방송을 제외한 주소지정 시스템(addressable system)<sup>38)</sup> 방식의 유료방송(위성·HITS·IPTV)의 도매가격과 패키지

<sup>38) &</sup>quot;주소지정 시스템"은 방송 TV신호의 재전송을 포함한 프로그램의 전송을 암호화된 형태로 전송할 수 있는 통합 시스템에 삽입된 전자 장치(하드웨어 및 관련 소프트웨어 포함) 또는 둘 이상의 전자

상품의 가격을 비주소시스템 방식의 케이블 TV 채널·패키지 상품의 42%로 고정함

- TRAI는 2004년부터 케이블 소매가격을 고정시켜 놓았으며, 2006년부터는 CAS 소매 가도 고정함

#### 다. 외국인투자제한39)

- 인도의 미디어 분야는 전통적으로 외국인 투자를 허용하지 않고 있었으나, 최근 개방 하기 시작하였음
  - 인도 방송 산업에 대한 외국인 투자는 인도의 외국인 투자 관련 규제의 적용을 받음
- 인도에서 외국인 투자는 인도 정부의〈산업정책(Industrial Policy)〉,〈상공부 규정(press notes)〉,〈외국환규제법(Foreign Exchange Management Act 1999)〉, 인도 중앙은행과 인도증권거래소(Securities and Exchange Board of India, SEBI)의 규정(regulations and notifications) 등에 따른 규제를 받음
  - 외국인 투자를 규제하는 기관으로 인도 중앙은행(외환규제), 외국인투자진흥청 (Foreign Investment Promotion Board; 정부의 사전 승인이 필요한 모든 외국의 투자제 안을 검토), 증권거래위원회(Securities and Exchange Board of India; 인도 자본시장 규제 등) 등이 있음
- 위성방송(DTH), 케이블TV(MSO), 케이블망 사업자, 모바일TV, HITS의 경우 외국인 직접투자 비율은 최대 100%까지 허용(뉴스/시사 텔레비전 채널의 경우 정부 승인이 필요하며 최대 49%까지 가능)

#### 라. 내용규제40)

- 인도는 방대한 방송시장 규모, 새로운 채널의 지속적인 증가, 다양한 언어, 지역 방송 환경의 다양성 등으로 인해 단일한 내용 규제 체제의 수립과 이의 관철이 어려움
- 인도는 방송콘텐츠(그리고 이를 방영하는 채널)를 ① 非뉴스/非시사 프로그램(오락프

장치를 의미하며, 유료방송 플랫폼 사업자/지역 케이블 사업자에 의하여 가입자의 선택 및 요청에 따라, 가입자가 허가된 범위 내에서 보유하고 있는 장치에 의해 디코딩될 수 있음. 수신 제한 시스템 (Conditional Access System)과 동일함; 〈THE TELECOMMUNICATION (BROADCASTING AND CABLE) SERVICES STANDARDS OF QUALITY OF SERVICE AND CONSUMER PROTECTION (ADDRESSABLE SYSTEMS) REGULATIONS(2017)〉제2조 c항.

<sup>39)</sup> 강하연·박은지·노은정·김재형(2015), p.82; Adukia, "Media Laws of India".

<sup>40)</sup> Programme and Advertising Codes prescribed under the Cable Television Network Rules(1994).

로그램), ② 뉴스 시사프로그램, ③ 광고, ④ TV용 영화 등 크게 4가지로 구분하고 각각에 대한 규제를 적용하고 있음

- 1) 非뉴스/非시사 프로그램 채널
  - 해당 채널들은 1995년에 제정된 〈케이블방송법〉의 적용 대상이며, 〈케이블방송법〉에 는 〈프로그램 코드〉와 〈광고 코드〉의 준수의무를 명시하여 이를 위반하는 프로그램 및 광고의 방송을 금하고 있음
  - 〈프로그램 코드〉는 다음과 같은 내용을 담은 프로그램의 방송을 금지하고 있음
    - 건전한 취향과 품위를 손상
    - 우호적 관계에 있는 국가에 대한 비판
    - 종교, 공동체에 대한 공격과 종교집단 또는 공동체에 대한 시각적, 언어적 경멸
    - 외설, 명예훼손, 의도적이고 허위적 풍자 또는 정보의 진실성 여부(half truths)
    - 폭력을 장려, 선동하거나 법과 질서 유지에 대한 반대, 반국가적 태도의 조장
    - 법정 모독
    - 대통령과 사법부의 권위에 대한 비난과 중상
    - 국가안보에 영향을 미치는 내용
    - 개인 또는 집단, 사회계층에 대한 비난, 악의적 비방, 중상모략
    - 미신이나 맹목적 신앙을 조장
    - 여성에 대해 외설적 또는 비하를 초래할 수 있는 여성의 신체 일부나 전체에 대한 묘사 또는 공중도덕을 타락, 오염, 손상시킬 가능성 있는 내용을 통한 여성폄하
    - 아동 폄하
    - 특정 인종·언어·종교 집단에 대한 중상·야유·속물적인 태도를 반영하고 있는 시각적·언어적 표현
    - 1952년 제정된〈영화법(Cinematograph Act)〉의 조항을 위반하는 내용
    - 제한되지 않은 공공전시에 적합하지 않은 내용 등
  - 이외에도 〈케이블방송법〉은 아동 프로그램에 비속어·노골적인 폭력장면이 포함되지 않도록 보장하도록 하며, 아동의 주시청시간대에는 아동에게 적합하지 않은 프로그램을 방송하지 않도록 해야 한다는 조항 등을 담고 있음

- 〈케이블방송법〉이 존재함에도 불구하고, 정부는 미디어의 독립성을 보장하기 위해 자율규제를 인정하고 있음
  - 이에 따라 인도방송재단(Indian Broadcasting Foundation)이라는 자율규제기관을 설립하여 2011년 〈자율규제 가이드라인과 콘텐츠 코드 및 인증 규정(Self-Regulation Guidelines and Content Code and Certification Rules)〉을 채택했음
  - 인도방송재단은 방송불만심의회(Broadcast Content Complaints Council)를 설립하여 방송콘텐츠에 대한 민원 처리를 담당하고 있음

#### 2) 뉴스 시사 프로그램 채널

○ 인도에는 뉴스・시사프로그램 채널의 내용규제를 담당하는 정부차원의 규제기관이 존재하지 않음. 뉴스방송사협의회(News Broadcasters Association, NBA)라는 자율규제 기관이 〈NBA규정(NBA code)〉에 의거하여 내용규제를 담당

## 3) 방송광고 규제

- 〈케이블방송법〉에 포함된 〈광고코드〉에는 아래와 같은 내용을 담은 방송광고를 금지하고 있음
  - 특정 민족·카스트·인종·교리·국적에 대한 비하
  - 인도 헌법과 상충되는 내용
  - 범죄 · 무질서 · 폭력 · 위법행위를 선동하고, 폭력과 외설을 미화
  - 범죄행위를 바람직한 것으로 묘사
  - 국가상징·헌법·국가지도자 개인과 품성, 정부 고위관리에 대한 부당한 이용
  - 헌법에서 보장된 권리를 침해하는 방식의 여성에 대한 묘사, 특히 여성을 폄하하는 이미지를 담거나, 여성의 수동적, 복종적 자질과 가정과 사회에서 종속적, 주변적 역할을 수행하도록 권장하는 방식으로 여성을 묘사하는 광고(케이블방송사업자들은 여성을 고상하고, 미적이며, 바람직한 취향과 품위에 대한 규범 내에서 묘사되도록 보장해야함)
  - 결혼지참금, 조혼 등 사회악의 부적절한 이용
  - 담배 · 와인 · 주류 · 기타 유독물질의 판매 및 사용에 대한 직간접적 조장
- 이 이외에도 〈광고코드〉은 정치 광고, 종교 광고, 소비자보호법에 저촉되는 상품에 대한

광고, 광고 대상 상품이 증명되기 힘든 기적적·초자연적 효과를 가진 것으로 오인하기 쉬운 언급을 담은 광고, 아동의 안전을 위협·건강에 해로운 행동을 조장하는 광고, 아동의 구걸행위, 아동을 품위 없거나 외설적으로 묘사하는 광고, 외설적이고 천박하며 혐오스럽고 불쾌한 내용을 담은 광고, 광고표준평의회(Advertising Standard Council of India)의 자율규제규정을 위반하는 광고 등에 대한 방송을 금지함

- 광고시간은 시간당 최대 12분까지 허용되며, 이중 상업광고는 10분, 채널의 자사광고 는 2분을 초과할 수 없음
- 〈광고코드〉의 준수여부를 담당하는 기관은 정부부처 간 협의기구(Inter-Ministerial Committee)이며, 주 및 지구 단위 규제기구들이 별도로 존재함

## 4) TV용 영화

- 1952년 제정된 〈영화법〉에 의거 영화인증위원회(Board for Film Certification, CBFC) 가 공중을 대상으로 한 영화에 대한 인증을 담당하고 있으며, CBFC의 인증을 받지 않은 영화는 모두 불법으로 간주됨
- 영화의 내용을 기준으로 CBFC는 일반상영(U등급)과 성인대상(A등급)으로 등급을 부여함
  - 이에 따라 영화, 영화 삽입곡, 영화홍보영상 등은 일반상영 등급을 획득한 이후에TV상영이 가능하며, 성인대상(A등급) 영화는 TV상영이 불가능함

# 제 3 절 방송시장 개방 및 공동제작 현황

## 1. 시청각 서비스 시장 개방 양허 사항

- 인도는 한 인도 포괄적 경제동반자협정(Comprehensive Economic Partnership Agreement, CEPA)을 통해 영화, 비디오 배급서비스에 대한 시장개방을 약속하였음
  - 상업적 주재(Mode 3)의 경우 인도 외부에서 설립된 회사의 지점 기능으로 허가받은
     대표 사무소를 통해서만 가능하며 작품 수입은 연 100개로 제한하는 조건으로 시장 개방을 약속함

〈표 2-14〉 인도 방송시장 개방 양허 현황(한-인도 CEPA 양허기준)

분야	시장접근	내국민대우
D. 시청각 서비스		
(a) 영화, 비디오 배급 서비스 (CPC 96113)	1) 약속 안함 2) 약속 안함 3) (i) 인도 외부에서 설립된 회사의 지점 기능으로 허가받은 대표 사무소를 통해 서만 가능 (ii) 한-인도 CEPA로 인한 작품수입의 수량 상한선은 WTO 서비스무역에 관한 일반협정 2005.8.24 일자 인도 수정앙허안 TN/S/O/IND Rev. 1 <sup>주1)</sup> 에 따름. 현행 제한은 연간 100편임 4) 수평적 분야에 기재된 사항 외에는 약속하지 않음	1) 약속 안함 2) 약속 안함 3) 제한 없음 4) 수평적 분야에 기재된 사항 외에는 약속하지 않음

 ※ 공급 형태: 1) 국경 간 공급 2) 해외 소비 3) 상업적 주재 4) 자연인의 주재
 ※ 주: 1) 인도의 양허는 한국에만 별도로 적용 면제됨 없이 GATS 양허표를 따름 자료: 한-인도 FTA(http://fta.go.kr)

#### 2. WTO GATS MFN 의무 면제 여부

○ 인도는 우루과이 라운드 협상 당시 시청각물에 대한 공동제작협정을 MFN(Most Favoured Nation: 최혜국 대우) 면제리스트에 포함시켰기 때문에 FTA와 무관하게 공동제작협정을 체결하여도 국가 간 차별적 규제가 가능함

## 3. 한국 방송콘텐츠 수출입 현황

#### 가. 수출 현황

- (한국 방송콘텐츠 수출액 규모) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對기타 아시아(인도 포함) 수출액은 약 32.1만 달러를 기록함
- (방송사업자별 수출액 현황) 2018년 지상파방송의 對기타 아시아(인도 포함) 수출액은 약 14.8만 달러이며, 방송채널사용사업자는 약 17.3만 달러를 기록함
- (방송사업자별 수출 편수 추이) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對기타 아시아(인도 포함) 수출 편수는 총 656편이며 지상파방송은 106편, 방송채널사용사업자는 550편을 기록함

## 〈표 2-15〉 한국 방송콘텐츠 對기타 아시아(인도 포함) 수출 금액 추이(2012~2018)

(단위: 천 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	4	-	185.5	3,918.8	5,441	-	148
방송채널사용 사업자	10.5	-	102	-	-	18	173.1
합계	14.5	-	287.5	3,918.8	5,441	18	321.1

주:  $\langle \pm 2-15 \rangle$ ,  $\langle \pm 2-16 \rangle$ ,  $\langle \pm 2-17 \rangle$ ,  $\langle \pm 2-18 \rangle$  각주 동일함; '-'의 경우 조사결과가 없음 인도는 기타 아시아로 분류되어 통합된 수치로 표기됨

2018년(지상파방송) 기타 아시아: 캄보디아, 마카오, 인도, 스리랑카 /(방송채널사용사업자) 기타 아시아: 인도, 카자흐스탄, 캄보디아, 방글라데시

2017(방송채널사용사업자) 기타 아시아: 방글라데시, 카자흐스탄, 인도

2016(지상파방송) 기타 아시아: 인도, 브루나이, 스리랑카, 파키스탄, 카자흐스탄, 우즈베키스탄 등과 아시아 묶음 판매 포함

2015(지상파방송) 기타 아시아: 인도, 브루나이, 스리랑카, 파키스탄, 카자흐스탄, 우즈베키스탄 등과 아시아 묶음 판매 포함

2014(지상파방송) 기타 아시아: 인도, 브루나이, 스리랑카 등 /(방송채널사용사업자) 기타 아시아: 몽골, 인도, 카자흐스탄 등

2013(지상파방송) 기타 아시아: 방글라데시, 브루나이, 스리랑카, 인도, 키르기스공화국 등

2012(지상파방송) 기타 아시아: 방글라데시, 브루나이, 스리랑카, 인도, 키르기스공화국 등 /(방송채널 사용사업자) 기타 아시아: 인도, 아시아 각국

자료: 과학기술정보통신부·방송통신위원회(2013~2019) 재구성

〈표 2-16〉 한국 방송콘텐츠 對기타 아시아(인도 포함) 수출 편수 추이(2012~2018)

(단위: 편 수)

							( - 11 - 17
구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	74	-	578	4,510	2,655	-	106
방송채널사용 사업자	562	-	554	-	-	80	550
합계	636	-	1,132	4,510	2,655	80	656

주: 〈표 2-15〉 참고

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

## 나. 수입 현황

- (한국 방송콘텐츠 수입액 규모) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對기타 아시아(인도 포함) 수입액은 약 0.5만 달러를 기록함
- (방송사업자별 수입액 현황) 2018년 지상파방송의 對기타 아시아(인도 포함) 수입액은 없으며, 방송채널사용사업자는 약 0.5만 달러를 기록함
- (방송사업자별 수입 편수 추이) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對기타 아시아(인도 포함) 수입 편수는 총 1편을 기록함

〈표 2-17〉 한국 방송콘텐츠 對기타 아시아(인도 포함) 수입 금액 추이(2012~2018)

(단위: 천 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	0	-	0	0	2	-	0
방송채널사용 사업자	0	-	3	-	-	5	5
합계	0	-	3	0	2	5	5

주: 〈표 2-15〉 참고

자료: 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회(2013~2019) 재구성

〈표 2-18〉 한국 방송콘텐츠 對기타 아시아(인도 포함) 수입 편수 추이(2012~2018)

(단위: 편수)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	0	-	0	0	1	-	0
방송채널사용 사업자	0	-	78	-	-	50	1
합계	0	-	78	0	1	50	1

주: 〈표 2-15〉 참고

자료: 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회(2013~2019) 재구성

#### 4. 공동제작협정 체결 현황

- 인도는 한국, 뉴질랜드, 캐나다, 중국, 스페인, 독일 등과 시청각/영화 공동제작협정을 체결함
- 인도—뉴질랜드 시청각 공동제작 협정(Agreement on Audio-Visual Co-Productions between the Government of New Zealand and the Government Of India)은 2011년에 체결되었으며 시청각 공동제작을 대상으로 함
  - 양국 권한 당국의 승인을 받은 공동제작물은 국내제작물에게 제공되거나 제공될 수 있는 모든 혜택을 받을 수 있는 권리를 가지며(제2조), 각 공동제작자의 재정적 기여와 연기적·기술적·기능적 및 창의적 기여는 공동제작물 제작에 필요한 전체 노력의 20% 이상 최대 80%를 넘지 않아야 함(제4조)
  - 어느 한 당사국과 공동제작협정을 체결한 제3국은 양 당사국의 승인 후 공동제작에 참여할 수 있으며, 제3국의 기여도는 인도와 뉴질랜드 공동제작자의 개별 기여도 중 적은 기여도 이하로 한정됨(제5조)
- 한국-인도 CEPA 제9장(시청각 공동제작)을 근거로 한국-인도 시청각 공동제작협정
   (Agreement Between the Government of the Republic of Korea and the Government of the Republic of India on Cooperation in Audio-Visual Co-Production)을 2015년에 체결함
  - 양 당사국의 승인을 받은 공동제작물은 각 당사국의 자국 시청각물에 부여하거나 부여할 수 있는 모든 혜택을 누릴 권리 있음(제3조)
  - 각 당사국의 공동제작자의 최소한의 재정적 기여는 시청각 공동제작물의 총 제작비용의 20% 이상이어야 하며(방송 프로그램의 경우 30% 이상), 창의적 기여는 재정적기여와 합리적으로 비례하여야 함(제4조)
  - 어느 한 당사국과 시청각 공동제작협정(또는 조약보다 낮은 지위의 약정)을 체결한 제3국은 공동제작에 참여할 수 있으며, 제3국의 재정적 및 창의적 기여는 각 최소 10% 이상이어야 함(제5조)
- 인도—캐나다 시청각 공동제작협정(Audiovisual Co-production Agreement between the Government of Canada and the Government of the Republic of India)은 2014년에 체결함
  - 인도와 캐나다 요소(element) 지출은 각 재정적 참여비율과 합리적으로 비례해야 함(제4조)

- 제작자 간의 저작권 및 수익 분배는 각 당사국의 요건에 따라 원칙적으로 각각의 재 정적 기여와 비례하도록 보장하여야 함(제7조)
- 각 공동제작자의 재정적 기여도는 총 제작비의 20% 이상 80% 이하여야 하며, 다국 간 공동제작일 경우 각 제작자가 총 제작비의 10% 이상 기여해야 함(부속서 제2조)
- 부속서는 행정적 목적을 위한 것으로 법적 구속력을 갖지 않으며, 협정문과 충돌하지 않는 범위 내에서 양국 서면합의에 따라 수정 가능(제11조)

#### 5. 공동제작 지원 제도

- 인도는 공동제작협정에 의하여 제작된 공동제작물에 아래와 같은 혜택을 제공함41)
  - 세금 우대 조치
  - 정부 자금의 명목금리 혜택
  - 지방교부금
  - 정부로부터의 홍보 및 마케팅 예산
- 이밖에도 인도의 다양한 주 정부가 영화 제작자들에게 각 주에서 영화를 찍도록 장려 하고 있는데 그 혜택은 아래와 같음
  - (재정적 혜택) 모든 영화 제작자에게 제공되는 세금 할인 또는 제작비용 보조금을 제공하는 보조금
  - (영화제 및 수상) 영화 촬영을 촉진하기 위한 영화 제작자와 행사를 기념하기 위한 축 제, 전시회 등
  - (영화 촬영 촉진) 현지 촬영 시 단일화 창구 마련, 여행·숙박 지원 등
  - (기타) 도시/스튜디오에서 촬영, 애니메이션 영화 및 스튜디오 등

<sup>41)</sup> KPMG(2018), p.8.

## 6. 공동제작 사례 분석

# 가. 〈미래人교육〉42)



- 다큐프라임〈미래人교육〉은 한국, 베트남, 몽골, 독일, 싱가포르, 인도 6개국의 공동제 작 프로그램으로 한국방송통신전파진흥원(KCA)의 방송프로그램 제작지원 사업(방송 통신협력협정이행)으로 선정되어 KCA와 과학기술정보통신기술부의 지원을 받아 제 작됨
- 한국의 EBS를 중심으로 인도(DD), 베트남(VTV7)을 포함하여 독일(KARBE FILM), 몽골(MNB), 싱가포르(M'GO FILMS) 등 세계 6개국의 방송사 및 제작사가 공동제작에 참여함
- 2017년 12월 18일과 19일 9시 50분 EBS 1TV에서 방영됐으며 인도에서는 DD에서 방 영됨
- 4차 산업 혁명 시대를 맞은 가족의 생활과 의미를 되새기는 것을 포함하여, 자녀 교육 에 대한 각 국가 가정의 생생한 고민과 노력을 담아냄

<sup>42)</sup> 고상원 외(2018), p.200.

### 나. 〈SURAJ—The Rising Star〉



자료: https://en.wikipedia.org/wiki/Suraj: The Rising Star

- 〈SURAJ-The Rising Star〉는 일본-인도 공동제작 애니메이션으로 일본 애니메이션 〈거인의 별〉을 인도 버전으로 각색하여 인도 Colors 채널에서 2012년 방영함<sup>43)</sup>
  - -일본 출판사 '코단샤(講談社)', 광고업체 '하쿠호도(博報堂)', 애니메이션 제작사 'TMS Entertainment'와 인도 애니메이션 제작사 'DQ Entertainment'가 참여함
- 〈거인의 별〉의 소재인 야구를 인도인들의 국민스포츠인 크리켓으로 바꾸어서 각색함 다. 기타
  - 2019년 2월 한국 드라마제작사 세이온미디어과 인도 에로스인터내셔널그룹·B&C그 룹이 가야의 첫 황후 허황옥을 소재로 영화와 드라마 공동제작 협약을 체결함<sup>44)</sup>
    - 2010년 출간된 소설 '허황옥, 가야를 품다'(푸른책들)를 원작으로 하며, AD 30년 인 도 고대 아유타국 공주 허황옥이 바다 건너 경남 김해에 도착, 금관가야 시조인 김수 로왕과 만나 왕비 자리에 오르기까지 이야기를 담을 예정
    - 2020년 영화와 드라마 모두 제작하여 양국에 동시 개봉 및 방영하는 것이 목표임

<sup>43) &</sup>quot;인도 애니메이션산업 트렌드 분석." 2015년 10월 21일 수정, 2019년 12월 30일 접속, https://url.kr/9gXPRr.

<sup>44) &</sup>quot;가야 황후 '허황옥' 드라마화… 한 - 인도 공동제작." 연합뉴스. 2019년 2월 28일 수정, 2019년 12월 30일 접속, https://www.yna.co.kr/view/AKR20190228148800005; "Eros signs co-production deal with Korean production cos Say On Media, B&C Group." Television Post, last modified Feb 25, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.televisionpost.com/eros-signs-co-production-deal-with-korean-produ ction-cos-say-on-media-bc-group.

# 제4절 현지 방영 방송콘텐츠 분석

## 1. 현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황

## 가. 개요

- (지상파방송) 2019년 현지 제작 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서〈Diya Aur Baati Hum (램프와 심지)〉,〈Balika Vadhu (어린이의 결혼)〉등, 예능 부문에서〈Satyameva Jayate (진실의 승리)〉,〈Swad (맛있는 요리쇼)〉등, 애니메이션 부문에서〈Motu Patlu (뚱보와 날씬이)〉,〈Pakdam Pakdai (둥둥-쾅쾅)〉등, 다큐멘터리 부문에서〈Byomkesh Bakshi (볌케시 박시)〉,〈Bharat Ek Khoj (인도의 발견)〉등이 있음
- (유료방송) 2019년 현지 제작 방송콘텐츠는 유료방송의 드라마 부문에서〈Yeh Rishta Kya Kehlata Hai (이 관계는 뭐라고 부를까)〉,〈Kumkum Bhagya (샤프론의 행운)〉 등, 예능 부문에서〈Bigg Boss (빅보스)〉,〈The Kapil Sharma Show (카필 샬마 쇼)〉 등, 애니메이션 부문에서〈Chhota Bhim (작은 빔)〉,〈Roll no 21 (롤 21번)〉 등, 다큐멘터리부문에서〈Dr. Babasaheb Ambedkar-Glory story of Superhuman (바바사헵 엠베드카: 초인류에 대한 영광의 이야기)〉,〈Jhansi Ki Rani (잔시의 왕비)〉 등이 있음

# 나. 인기 콘텐츠

- 1) 지상파방송
- 가) 드라마

Diya Aur Baati Hum (램프와 심지)



자료: Dnaindia(https://www.dnaindia.com/entertainment/report-will-diya-aur-baati-hum-go-offair-soon-2220176)

· -					
프로그램명	Diya Aur Baati Hum				
콘텐츠 길이	30분				
방영채널	Star Utsav				
방영횟수	주 5회(월-금)				
중간광고 여부	있음				
제작사	Shashi sumeet Production				

# Balika Vadhu (어린이의 결혼)



자료: Flickr(https://www.flickr.com/photos/131449463@N02/15967709834/in/photostream)

프로그램명	Balika Vadhu
콘텐츠 길이	21분
방영채널	Ristey
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	Sphere Origins

# 나) 예능

# Satyameva Jayate (진실의 승리)



자료: India(https://www.india.com/buzz/satyamev-jayate-heroes-top-5-shows-that-are-fighting-for-change-32141)

\ <u>1</u>	
프로그램명	Satyameva Jayate
콘텐츠 길이	60-90분
방영채널	Doordarshan
방영횟수	주 1회(일)
중간광고 여부	있음
제작사	Aamir Khan Productions

# Swad (맛있는 요리쇼)



자료: Doordarshan(https://doordarshan.gov.in/ddnational/swad-cookery-show)

· -	- · · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
프로그램명	Swad
콘텐츠 길이	25분
방영채널	DD National
방영횟수	주 6회(월-토)
중간광고 여부	있음
제작사	Prasar Bharti Production

# 다) 애니메이션

# Motu Patlu (뚱보와 날씬이)



자료: Zeenews(https://zeenews.india.com/entertainment/movies/motu-patlu-king-of-kings-movie-review-desi-anim ation-film-that-kids-grown-ups-can-enjoy\_1939954.html)

프로그램명	Motu Patlu
콘텐츠 길이	25분
방영채널	Colours Ristey
방영횟수	주 7회(매일)
중간광고 여부	있음
제작사	Viacom 18 Motion Pictures

# Pakdam Pakdai (둥둥-쾅쾅)

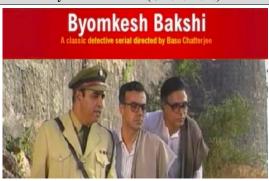


자료: Sonic Gang(https://www.sonicgang.com/shows/pakdam-pakdai)

프로그램명	Rakdam Pakdai
콘텐츠 길이	25분
방영채널	Colours Ristey
방영횟수	주 7회(매일)
중간광고 여부	없음
제작사	Toonz Animation

# 라) 다큐멘터리

# Byomkesh Bakshi (범케시 박시)



자료: Wordpress(https://aambar.wordpress.com/2017/07/12/byomkesh-bakshi-1993)

- , <u>-</u>	•
프로그램명	Byomkesh Bakshi
콘텐츠 길이	25분
방영채널	DD Bharti
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	Dibakar Banerjee Productions

# Bharat Ek Khoj (인도의 발견)



자료: Wikimedia(https://upload.wikimedia.org/wikipedia/en/c/c5/Bharat\_ek\_khoj\_DVD\_cover.jpg)

프로그램명	Bharat Ek Khoj
콘텐츠 길이	55분
방영채널	DD Bharti
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	Doordarshan, Sahyadri Films

# 2) 유료방송

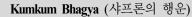
# 가) 드라마

# Yeh Rishta Kya Kehlata Hai (이 관계는 뭐라고 부를까)



자료: Indiatvnews(https://hindi.indiatvnews.com/entertainment/tv-yeh-rishta-kya-kehlata-hai-new-cover-will-out-soon-here-is-the-glimpse-mohsin-khan-shares-650885)

C 1	,
프로그램명	Yeh Rishta Kya Kehlata Hai
콘텐츠 길이	21분
방영채널	Star plus
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	Director's Kut Productions





자료: Wikipedia(https://hi.wikipedia.org/wiki/하 및 하 및 \_ 내 에 및 #/media/하 fin 된 :하 및 하 및 \_ 내 에 및 \_ new.jpg)

프로그램명	Kumkum Bhagya
콘텐츠 길이	21분
방영채널	ZEE TV
방영횟수	주 6회(월-토)
중간광고 여부	있음
제작사	Balaji Telefilms

# 나) 예능

# Bigg Boss (빅보스)



자료: Indiatoday(https://www.indiatoday.in/television/reality-tv/story/salman-khan-s-bigg-boss-13-to-start-airing-from-this-date-1537308-2019-05-29)

프로그램명	Bigg Boss
콘텐츠 길이	70분
방영채널	Colours HD
방영횟수	주 7회(매일)
중간광고 여부	있음
제작사	EndemolShine India

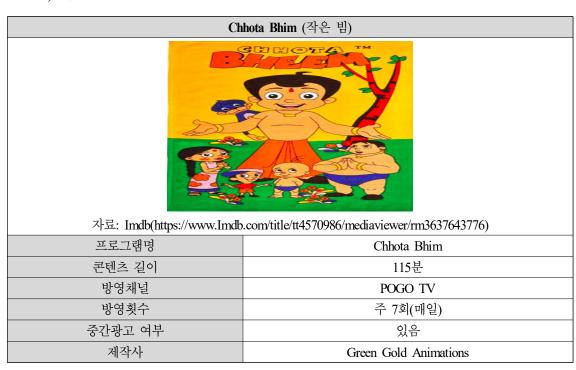
# The Kapil Sharma Show (카필 샬마 쇼)



자료: Setindia(https://www.setindia.com/in-en/shows/the-kapil-sharma-show/58)

프로그램명	The Kapil Sharma Show
콘텐츠 길이	75분
방영채널	Sony Entertainment Television
방영횟수	주 2회(토,일)
중간광고 여부	있음
제작사	K9 Films, TEAM(Triumph Entertainment & Media),
	Salman Khan Television, Banijay Asia

# 다) 애니메이션



# Roll no 21 (롤 21번) 자료: Wallpapercave(https://wallpapercave.com/w/wp4047528) 프로그램명 Roll no 21 콘텐츠 길이 22분 방영채널 Cartoon Network 방영횟수 주 7희(매일) 중간광고 여부 있음 제작사 Animasia Studio

# 라) 다큐멘터리

## Dr. Babasaheb Ambedkar-Glory story of Superhuman (바바사헵 엠베드카: 초인류에 대한 영광의 이야기)



자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt10540476/mediaviewer/rm2064028929)

, , ,	,
프로그램명	Dr. Babasaheb Ambedkar-Glory story of Superhuman
콘텐츠 길이	22-24분
방영채널	Star Pravah
방영횟수	주 5회(월-토)
중간광고 여부	있음
제작사	Dashami Creations

#### Jhansi Ki Rani (잔시의 왕비)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Jhansi\_Ki\_Rani\_(2009\_TV\_series))

프로그램명	Jhansi Ki Rani
콘텐츠 길이	25분
방영채널	Colors TV
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	Contiloe Entertainment

# 2. 현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)

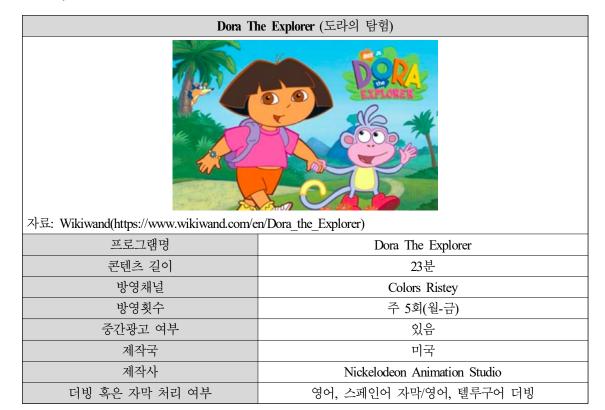
#### 가. 개요

- (지상파방송) 2019년 해외 제작 방송콘텐츠는 지상파방송의 애니메이션 부문에서 〈Dora The Explorer (도라의 탐험)〉, 〈Paw Patrol (발바닥 정찰대)〉 등이 있음
- (유료방송) 2019년 해외 제작 방송콘텐츠는 유료방송의 드라마 부문에서〈Game of Thrones (왕좌의 게임)〉,〈The Big Bang Theory (빅뱅이론)〉등, 예능 부문에서〈Pawn Stars (파운 스타스)〉,〈TOP Chef (탑 셰프)〉등, 애니메이션 부문에서〈Mr. Bean: The Animated Series (미스터 빈: 애니메이션 시리즈 )〉,〈Oggy and the Cockroaches (오기와 악동들)〉등, 다큐멘터리 부문에서〈How It's Made (어떻게 만드나)〉,〈Locked up Aboard (해외에 간히다)〉등이 있음

#### 나. 인기 콘텐츠

#### 1) 지상파방송

#### 가) 애니메이션



# Paw Patrol (발바닥 정찰대)



자료: Groundedreason(https://www.groundedreason.com/how-to-watch-paw-patrol-online-without-cable)

, <u>, , , , , , , , , , , , , , , , , , </u>	
프로그램명	Paw Patrol
콘텐츠 길이	11분/23-25분(특별판)
방영채널	Colors Ristey
방영횟수	주 7회(매일)
중간광고 여부	없음
제작국	캐나다
제작사	Guru Studio, Spin Master Entertainment
더빙 혹은 자막 처리 여부	없음

# 2) 유료방송

# 가) 드라마

# Game of Thrones (왕좌의 게임)



자료: Scoopwhoop(https://www.scoopwhoop.com/jaime-lannister-season-game-of-thrones)

프로그램명	Game of Thrones
콘텐츠 길이	50-82분
방영채널	Star World
방영횟수	주 1회(월)
중간광고 여부	있음
제작국	미국
제작사	Television 360, Grok! Television, Generator Entertainment,
	Startling Television, Bighead Littlehead
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어 자막

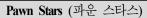




자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/The\_Big\_Bang\_Theory)

1 1 0	= == == = = = = = = = = = = = = = = = =
프로그램명	The Big Bang Theory
콘텐츠 길이	22분
방영채널	Zee Cafe
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	없음
제작국	미국
제작사	Chuck Lorre Productions, Warner Bros Productions
더빙 혹은 자막 처리 여부	없음

# 나) 예능





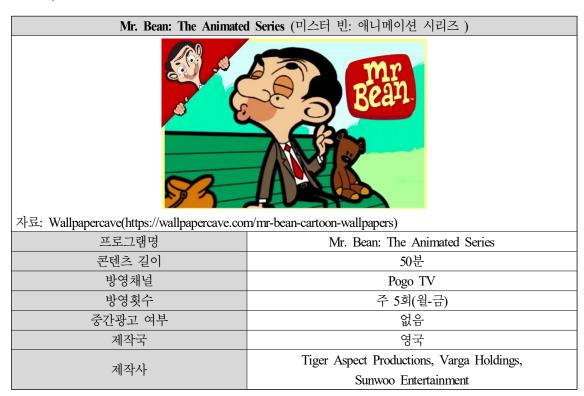
자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Pawn\_Stars)

프로그램명	Pawn Stars
콘텐츠 길이	24분
방영채널	History TV 18
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작국	미국
제작사	Leftfield Pictures
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어 자막/힌두어 더빙

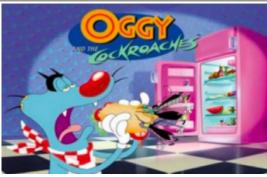


프로그램명	TOP Chef
콘텐츠 길이	42분
방영채널	AXN
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작국	미국
제작사	Magical Elves Productions

## 다) 애니메이션



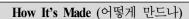




자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Oggy\_and\_the\_Cockroaches)

프로그램명 Oggy and the	G 1 1
Segretary Oggy and the	e Cockroaches
콘텐츠 길이 25	분
방영채널 Cartoon	Network
방영횟수 주 7호	기(매일)
중간광고 여부 없	습
제작국 프	<b>랑스</b>
제작사 Gaumont Multimedi	a, Xilam Animations
더빙 혹은 자막 처리 여부 영어, 프랑스어	자막/힌두어 더빙

# 라) 다큐멘터리





자료: Nextepisode(https://next-episode.net/escape-to-the-chateau)

프로그램명	How It's Made
콘텐츠 길이	25분
방영채널	Discovery Science
방영횟수	주 4회(토-화)
중간광고 여부	있음
제작국	캐나다
제작사	Productions MAJ Inc
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어 자막/힌두어 더빙

# Locked up Aboard (해외에 갇히다)



자료: Natgeotv(http://natgeotv.com/in/banged-up-abroad/galleries)

프로그램명	Locked up Aboard
콘텐츠 길이	50분
방영채널	NAT GEO
방영횟수	주 1회(수)
중간광고 여부	있음
제작국	영국
제작사	RAW TV
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어 자막/힌두어 더빙

## 3. 현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황

## 가. 개요

○ (지상파방송) 한국 방송콘텐츠를 현지에서 방영한 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마부문에서〈Moon Embracing the Sun (해를 품은 달)〉,〈Secret Garden (시크릿가든)〉,〈Coffee Prince (커피프린스 1호점)〉,〈The Greatest Love (최고의 사랑)〉,〈Playful Kiss (장난스런 키스)〉 등이 있음

## 나. 인기 콘텐츠

1) 지상파방송

가) 드라마



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Moon\_Embracing\_the\_Sun)

프로그램명	Moon Embracing the Sun
콘텐츠 길이	50분
방영채널	Puthuyugam TV
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	Pan Entertainment
더빙 혹은 자막 처리 여부	타밀어 더빙

# Secret Garden (시크릿가든)



자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt1841321/mediaviewer/rm3057181696)

` ` 1	,
프로그램명	Secret Garden
콘텐츠 길이	50분
방영채널	Puthuyugam TV
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	Hwa & Dam Pictures
더빙 혹은 자막 처리 여부	타밀어 더빙

# Coffee Prince (커피프린스 1호점)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Coffee\_Prince\_(2007\_TV\_series))

프로그램명	Coffee Prince
콘텐츠 길이	50분
방영채널	Puthuyugam TV
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	GMA Entertainment TV
더빙 혹은 자막 처리 여부	타밀어 더빙

# The Greatest Love (최고의 사랑)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/The Greatest Love)

( The state of the	
프로그램명	The Greatest Love
콘텐츠 길이	50분
방영채널	Puthuyugam TV
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	MunHwa Broadcasting Corporation
더빙 혹은 자막 처리 여부	타밀어 더빙

# Playful Kiss (장난스런 키스)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Playful\_Kiss)

프로그램명	Playful Kiss
콘텐츠 길이	50분
방영채널	Puthuyugam TV
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	Hwa & Dam Pictures
더빙 혹은 자막 처리 여부	타밀어 더빙

# 제 5 절 방송매체 이용행태 및 국제 공동제작에 대한 인식 조사 결과

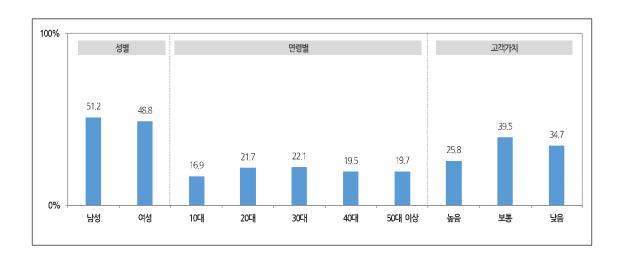
인도 10개 주요 도시 지역에 거주하는 만 17~59세 응답자 461명을 대상으로 한 조사에서 응답자의 40.8%가 지상파 TV를 시청하는 것으로 파악되었으며, 지상파 TV와 유료방송을 함께 시청하는 응답자가 많기 때문에 응답자의 91.5%는 유료방송도 시청하는 것으로 나타남. 또한, 전체 응답자의 69.8%가 온라인동영상제공서비스(OTT)를 이용하는 것으로 나타났으며, 주로 이용하는 OTT는 Netflix(26.1%), Amazon Prime Video(25.5%), Hotstar(18%), 그리고 YouTube(13.4%) 등인 것으로 파악됨

인도 응답자의 36.7%가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 있는 것으로 나타났고, 이들의 월 평균 한국 방송프로그램 시청 시간은 약 473분(약 8시간)으로 파악됨. 한국 방송프로그램 시청은 주로 유료 온라인동영상서비스(27.8%)나 무료 온라인동영상서비스(22.5%)를 통해 이루어지고 있음. 전체 응답자의 24.7%는 한국 방송프로그램을 경험할 기회가 충분하지 않다고 답하였으며, 불충분한 이유에 대해서는 언어 장벽(40.4%)을 가장 큰 원인으로 꼽음

국가 간 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자는 전체 인도 응답자의 54%로 파악되었으며, 연간 시청한 공동제작 방송프로그램의 개수는 2편(34.9%)이 가장 높은 비율을 보임. 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 응답자의 29.7%가 '영상'을 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요소라고 답하였으며, 49.8%가 '언어 문제(더빙, 자막 등)'를 불편한 점으로 지적하였음. 또한, 전체 응답자의 76.4%는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 응답하였으며, 79%는 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 기여할 수 있다고 답하였음. 한국 연예인이 출연하거나 한국 방송사(제작사)가 제작한공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있다고 답한 응답자는 전체의 35.6%로 나타남

# 1. 응답자 특성

조사 대상	■ 만 17~59세 사이의 남녀
조사 지역	■ 인도 주요 도시 (뭄바이, 뉴델리, 콜카타, 첸나이 등)
표본 수	■ 461명
표본추출 방법	■ 성/연령별 할당추출
자료수집 방법 ▶	■ 인도 현지 패널을 활용한 온라인 조사



# □ 고객가치 구분 기준

○ 월 동영상 콘텐츠 지출액 수준과 시청시간을 기준으로 고객가치를 구분함

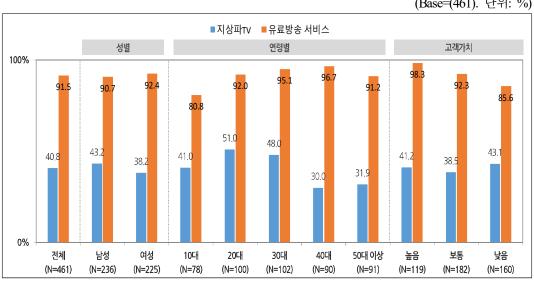
	명	기준
고객가치 높음	119	동영상 4시간 이상 시청 & 월 평균 동영상 사용금액 400 INR <sup>45)</sup> 이상
고객가치 보통	182	동영상 4시간 이상 시청 & 월 평균 동영상 사용 금액 400 INR 미만/ 동영상 4시간 미만 시청 & 월 평균 동영상 사용 금액 400 INR 이상
고객가치 낮음	162	동영상 4시간 미만 시청 & 월 평균 동영상 사용금액 400 INR 미만

<sup>45)</sup> INR(루피). 인도의 화폐 단위

### 2. 주요 결과

#### 가. TV 이용행태

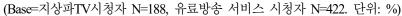
- □ 지상파/유료방송 서비스 TV 시청률
- 귀하는 가정에서 지상파 안테나를 통해 TV를 시청하십니까?
- 귀하는 가정에서 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료방송 서비스에 가입하여 TV를 시청하십니까?
- 전반적으로 '유료방송 서비스 TV 시청률'이 91.5%로 높으며, '지상파TV 시청률'은 40.8% 수준임
- 응답자 성별로 '유료방송 서비스 TV 시청률'은 여성이 92.4%로 남성보다 높으며, '지 상파TV 시청률'은 남성이 43.2%로 여성보다 높음
- 연령별로 '지상파TV 시청률'은 20대가 51%로 가장 높으며 '유료방송 서비스 TV 시 청률'은 40대가 96.7%로 가장 높음
- 고객 가치별로 '유료방송 서비스 TV 시청률'은 고객가치가 높은 집단이 98.3%로 가 장 높으며, '지상파TV 시청률'은 고객가치가 낮은 집단이 43.1%로 가장 높음

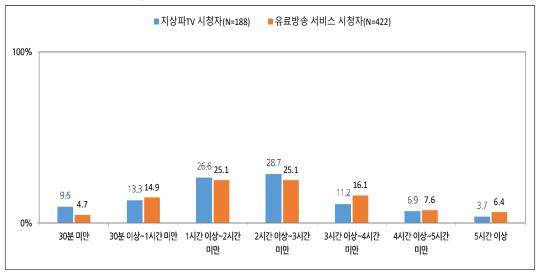


(Base=(461). 단위: %)

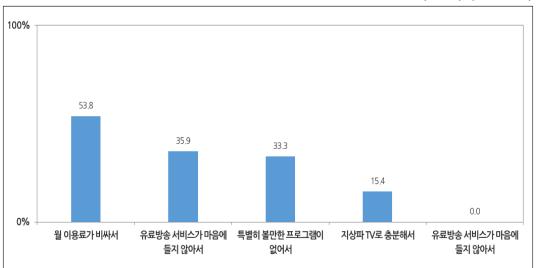
## □ 하루 평균 시청시간

- (지상파 안테나 통한 TV 시청자 대상) 귀하는 TV수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV를 시청하십니까?
- (유료방송 서비스 가입 시청자 대상) 귀하는 TV수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV를 시청하십니까?
- 응답자가 TV 수상기를 이용하여 지상파 안테나를 통해 TV를 시청하는 시간은 '2 시간 이상~3시간 미만'이 28.7%로 가장 높고, 유료방송 서비스에서 시청하는 시 간은 '1시간 이상~2시간 미만'과 '2시간 이상~3시간 미만'이 각 25.1%로 가장 높음





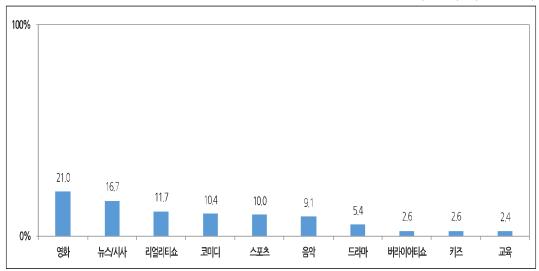
- □ 유료방송 서비스 비가입 이유
  - 유료방송 서비스에 가입하지 않은 이유는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
- 응답자가 유료방송 서비스에 가입하지 않는 이유로 '월 이용료가 비싸서'가 53.8%로 가장 높고, 그 다음으로 '유료방송 서비스가 마음에 들지 않아서(35.9%)', '특별히 볼 만한 프로그램이 없어서(33.3%)' 등의 순으로 높음



## □ 즐겨보는 장르

- 귀하가 TV를 시청할 때 즐겨보는 장르를 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (3위까지 선택 필수) (1순위 기준)
- 응답자가 TV를 시청할 때 즐겨보는 장르로 '영화'가 21%로 가장 높고, 그 다음으로 '뉴스/시사(16.7%)', '리얼리티쇼(11.7%)', '코미디(10.4%)' 등의 순으로 높음

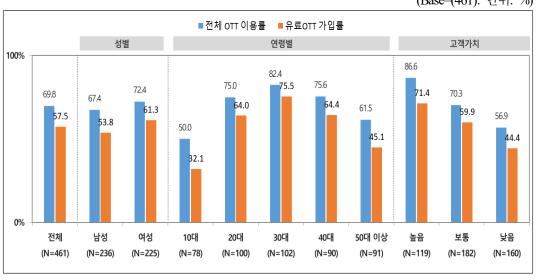
(Base=(461). 단위: %)



#### 나. OTT 이용행태

#### □ OTT 이용률

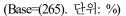
- 귀하는 유료 또는 무료로 온라인동영상서비스(OTT)를 이용하고 계십니까?
- 귀하는 매월 월정액을 지불해야 하는 유료 온라인동영상서비스(OTT)에 가입하고 계십니까?
- '전체 OTT 이용률'은 69.8%이며, '유료 OTT 가입률'은 57.5%임
- 응답자 성별로 '전체 OTT 이용률'은 여성이 72.4%로 남성보다 높으며 '유료 OTT 가입률'도 여성이 61.3%로 남성보다 높음
- 연령별로 '전체 OTT 이용률'과 '유료 OTT 가입률' 모두 30대가 각 82.4%, 75.5%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 '전체 OTT 이용률'은 86.6%로 가장 높고, '유로 OTT 가입률' 또한 고객가치가 높은 집단이 71.4%로 가장 높음

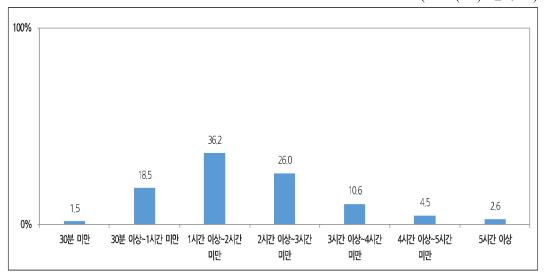


(Base=(461). 단위: %)

# □ OTT 이용시간

- 귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 하루 평균 몇 시간 정도 이용하십니까?
- 응답자의 하루 평균 OTT 이용시간은 '1시간 이상~2시간 미만' 비율이 36.2%로 가장 높고, 그 다음으로 '2시간 이상~3시간 미만(26%)', '30분 이상~1시간 미만(18.5%)' 등의 순으로 높음

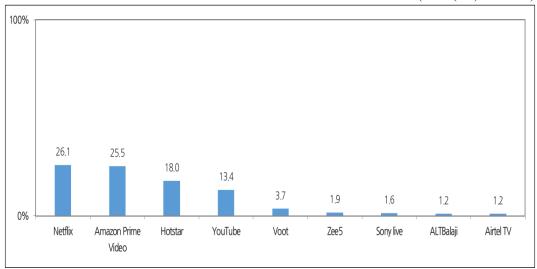




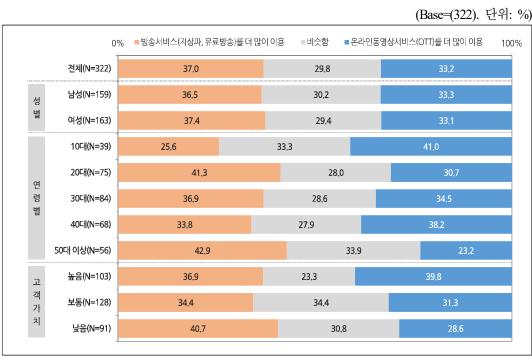
## □ 주이용 OTT

- 귀하가 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)를 많이 이용하는 순서대로 3개 까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 주로 이용하는 OTT로 'Netflix'가 26.1%로 가장 높고, 그 다음으로 'Amazon Prime Video(25.5%)', 'Hotstar(18%)', 'YouTube(13.4%)' 등의 순으로 높음

(Base=(322). 단위: %)



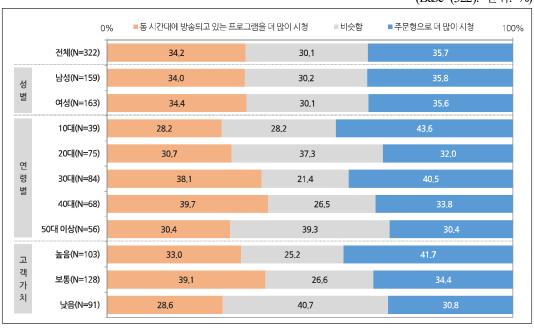
- □ 방송서비스와 OTT 중 주이용 서비스
  - ㅇ 귀하는 방송프로그램이나 영화, 스포츠 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하는 경우 방송서비스 (지상파TV 또는 유료방송)와 온라인동영상서비스(OTT) 중 어느 것을 더 많이 이용하십니까?
  - 응답자가 '방송서비스'와 'OTT' 중에서 '방송서비스'를 더 많이 이용하는 비율이 37%, 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율이 33.2%로, '방송서비스'를 더 많이 이용하는 비율이 3.8%p 높음
  - 응답자 성별로는 남성(36.5%)과 여성(37.4%) 두 그룹 모두 'OTT'보다 '방송서비스'를 더 많이 이용하는 것으로 나타남
  - 응답자 연령별로 '방송서비스'를 더 많이 이용하는 비율은 50대 이상이 42.9%로 가장 높으며, 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율은 10대가 41%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단이 'OTT'를 더 많이 이용한다고 응답한 비율이 39.8%로 가장 높음



#### □ 선호하는 OTT 시청 유형

- 귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 TV에서 동 시간대에 방송되거나 중계되고 있는 프로그램을 더 많이 시청하십니까? 아니면 이미 방송된 프로그램이나 영화 등을 주문형으로 더 많이 시청하십니까?
- 응답자가 OTT를 이용할 때 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 35.7%, '동 시간 대에 방송되고 있는 프로그램을 더 많이 시청한다'는 비율이 34.2%로, '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 1.5%p 높음
- 응답자 성별로 남성(35.8%)과 여성(35.6%) 모두 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 더 높음
- 응답자 연령별로 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 10대가 43.6%로 가장 높으며, '동 시간대에 방송되고 있는 프로그램을 더 많이 시청한다'는 비율이 40대가 39.7%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단이 '주문형으로 더 많이 시청한다'가 41.7%로 가 장 높음

(Base=(322). 단위: %)



□ OTT 또는 유료 서비스 비가입 이유

지상파방송이나

유료방송으로

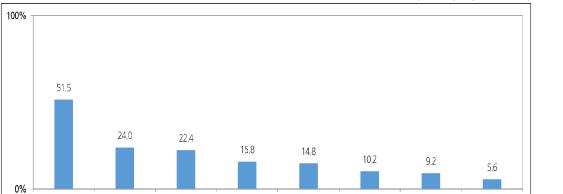
충분해서

특별히 볼만한

콘텐츠가 없어서

월 이용료가 비싸서

- 귀하가 온라인동영상서비스(OTT)를 이용하지 않거나 유료 서비스에 가입하지 않으신 이유는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
- 응답자가 OTT를 이용하지 않거나 유료 서비스에 가입하지 않은 이유로 '월 이용료가 비싸서'가 51.5%로 가장 높고, 그 다음으로 '지상파방송이나 유료방송으로 충분해서 (24%)'와 '특별히 볼만한 콘텐츠가 없어서(22.4%)' 등의 순으로 높음



이용방법을 잘

몰라서

자녀 교육에 문제가

있을 것 같아서

서비스가 마음에

들지 않아서

(Base=(196). 단위: %)

외국 서비스에 대한

반감이 있어서

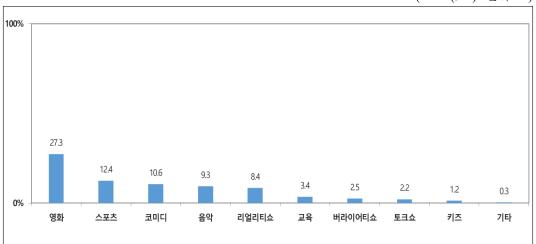
콘텐츠 질이

떨어져서

## □ 즐겨보는 장르

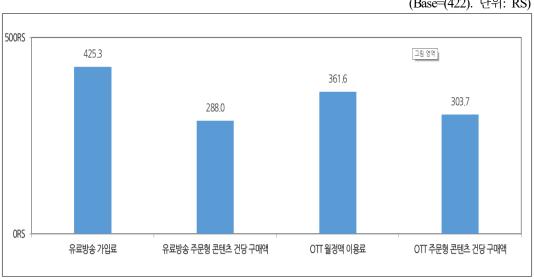
- 귀하가 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 즐겨 보는 장르를 많이 이용하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 OTT를 이용할 때 즐겨 보는 장르로 '영화'가 27.3%로 가장 높고, 그 다음으로 '스포츠(12.4%)', '코미디(10.6%)', '음악(9.3%)' 등의 순으로 높음

(Base=(322). 단위: %)



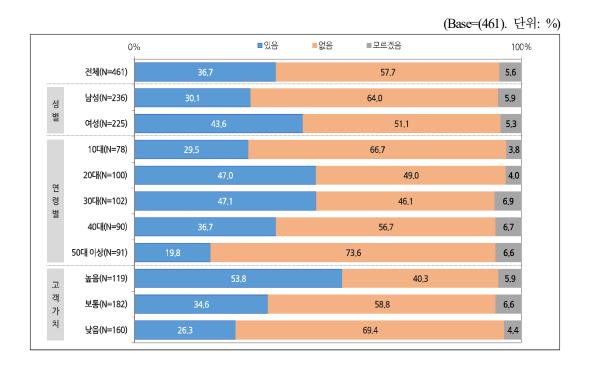
#### 다. TV 및 OTT 유료 서비스 이용행태

- 귀하(또는 귀하의 가정)는 케이블, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료로 매월 얼마나 지불하십 니까? TV, 전화, 인터넷 등 결합상품(번들링 패키지) 이용 시 인터넷, 휴대전화 요금을 제외하 고 응답해 주십시오.
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 유료방송 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매(개별 결제)로 매월 얼마 나 지불하십니까?
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT 서비스) 월정액 이용료로 매월 얼마나 지불 하십니까?
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT 서비스)에서 주문형 콘텐츠 건당 구매로 매 월 얼마나 지불하십니까?
- 인도의 케이블, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료의 평균은 425.3RS이고, OTT 월 정액 이용료의 평균은 361.6RS임
- 인도의 매월 유료방송 주문형 콘텐츠 건당 구매액의 평균은 288RS이고, OTT 주문형 콘텐츠 건당 구매액은 303.7RS임



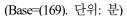
(Base=(422). 단위: RS)

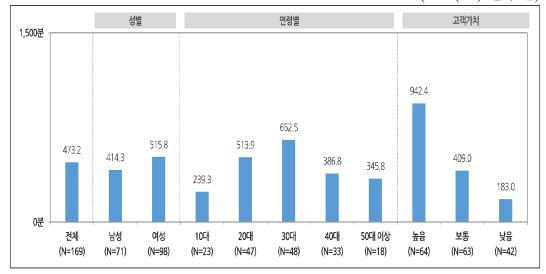
- 라. 한국 동영상 콘텐츠 이용행태
  - □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 경험
    - 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 있으십니까?
    - 응답자의 36.7%가 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험이 있는 것으로 나타남
    - 응답자 성별로 남성(30.1%)보다 여성(43.6%)의 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험이 높음
    - 응답자 연령별로 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험은 30대가 47.1%로 가장 높음
    - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단이 한국 동영상 콘텐츠 시청경험이 53.8%로 가장 높음



#### □ 월 평균 시청시간

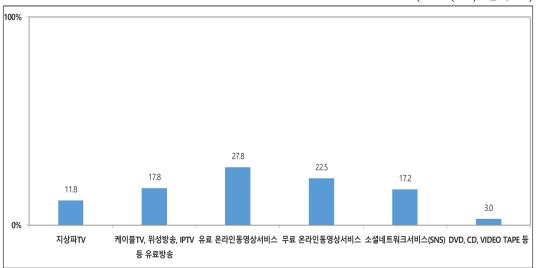
- 귀하는 매월 평균 몇 시간 정도 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청 하십니까?
- 응답자의 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간' 은 473.2분(약 8시간 정도)임
- 응답자 성별로 남성(414.3분)보다 여성(515.8분)의 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'이 높음
- 응답자 연령별로 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간' 비율은 30대가 652.5분으로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 응답자의 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'이 942.4분으로 가장 높음





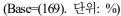
## □ 주시청 방법

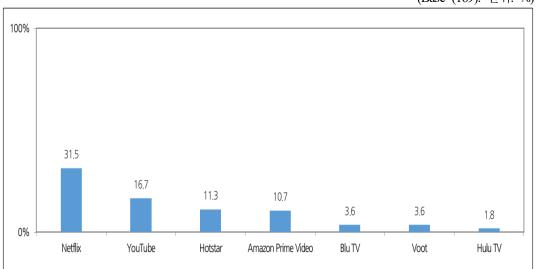
- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하는 주된 방법은 무엇입니까? 많이 이용하는 순서대로 3위까지 선택해주시기 바랍니다. (1순위 기준)
- 응답자는 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는 주된 방법으로 '유료 온라인동영상서비스 (27.8%)'가 가장 높고, 그 다음으로 '무료 온라인동영상서비스(22.5%)', '유료방송 (17.8%)' 등의 순으로 이용하는 것으로 나타남



## □ 주이용 OTT

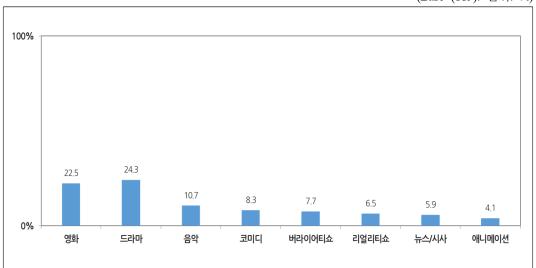
- 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하기 위해 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)는 무엇입니까? 많이 사용하는 순서대로 3위까지 응답해주시기 바랍 니다. (1순위 기준)
- 응답자는 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는 주요 OTT로 'Netflix'가 31.5%로 가장 높고, 그 다음으로 'YouTube(16.7%)', 'Hotstar(11.3%)' 등의 순으로 높음





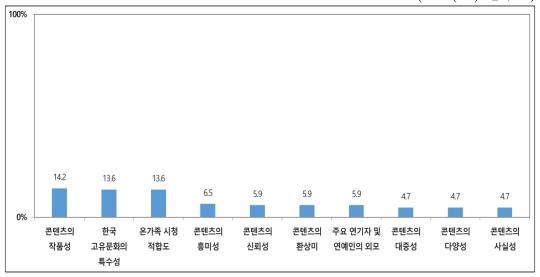
## □ 즐겨보는 장르

- 귀하가 주로 시청하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠의 장르는 무엇입 니까? 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 주로 시청하는 한국 동영상 콘텐츠의 장르로 '드라마'가 24.3%로 가장 높고, 그 다음으로 '영화(22.5%)', '음악(10.7%)' 등의 순으로 높음



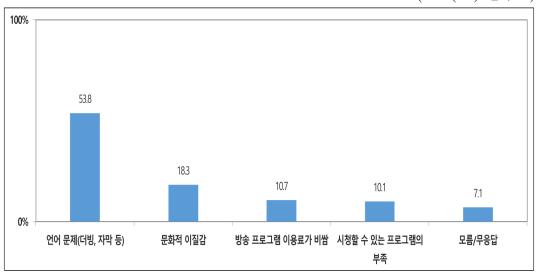
## □ 선택 시 주요 고려요인

- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 선택할 때 중요하게 생각하는 요인은 무엇입니까? 중요하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 선택할 때 중요하게 생각하는 요인으로 '콘텐츠의 작품성'이 14.2%로 가장 높고, 그 다음으로 '한국 고유문화의 특수성(13.6%)', '온가족 시청 적합도(13.6%)', '콘텐츠의 흥미성(6.5%)' 등의 순으로 높음

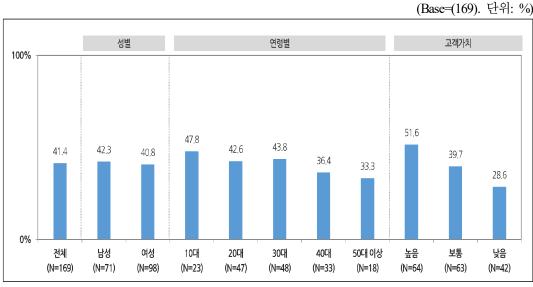


## □ 시청 시 불편사항

- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? 가장 불편하다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점으로 '언어 문제'가 53.8%로 가장 높고, 그 다음으로 '문화적 이질감(18.3%)', '방송 프로그램 이용료가 비쌈(10.7%)',
   '시청할 수 있는 프로그램의 부족(10.1%)' 등의 순으로 높음



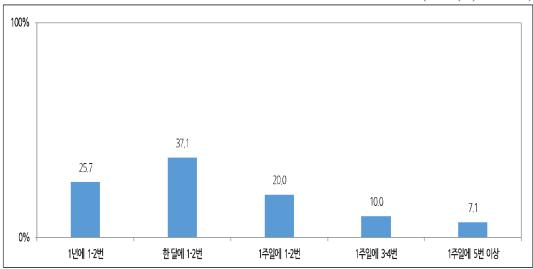
- □ 한국 동영상 콘텐츠 스트리밍/다운로드 경험
- 1) 경험수준
  - ㅇ 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 스트리 밍 또는 다운로드하여 시청한 경험이 있습니까?
  - 응답자의 41.4%가 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험이 있는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로 남성의 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운 로드 해본 경험이 42.3%로 여성(40.8%)보다 높음
  - 응답자 연령별로 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험은 10대가 47.8%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험이 51.6%로 가장 높음



## 2) 스트리밍/다운로드 빈도

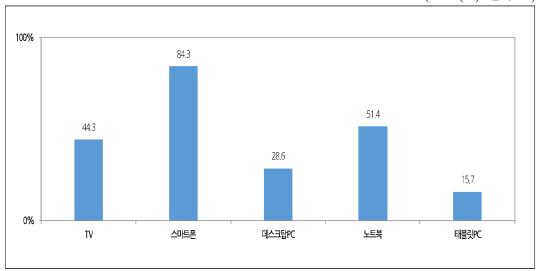
- 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 스트리 밍 또는 다운로드하여 얼마나 자주 시청하십니까?
- 한국 동영상 콘텐츠를 '한 달에 1~2번' 비용을 지불하지 않고 스트리밍/다운로드하여 시청하는 경우가 37.1%로 가장 높고, 그 다음으로 '1년에 1~2번(25.7%)', '1주일에 1~2번(20%)' 등의 순으로 높음

(Base=(70). 단위: %)



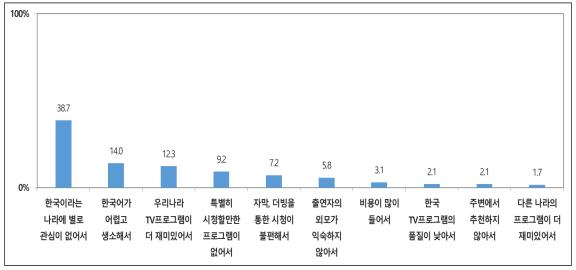
- 3) 스트리밍/다운로드 시 주이용 시청기기
  - 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청 할 때 주로 이용하는 동영상 시청기기는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
  - 응답자가 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는데 사용하는 기기로 '스마트폰'이 84.3%로 가장 높고, 그 다음으로 '노트북(51.4%)', 'TV(44.3%)', '데스크 탑PC(28.6%)' 등의 순으로 높음

(Base=(70). 단위: %)



- □ 한국 동영상 콘텐츠 시청경험 없음 이유
  - 귀하는 어떠한 이유로 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 없으십니까? 가장 큰 이유 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 없는 이유로 '한국이라는 나라에 별로 관심이 없어서'가 38.7%로 가장 높고, 그 다음으로 '한국어가 어렵고 생소해서 (14%)', '우리나라 TV프로그램이 더 재미있어서(12.3%)', '특별히 시청할만한 프로그램이 없어서(9.2%)' 등의 순으로 높음

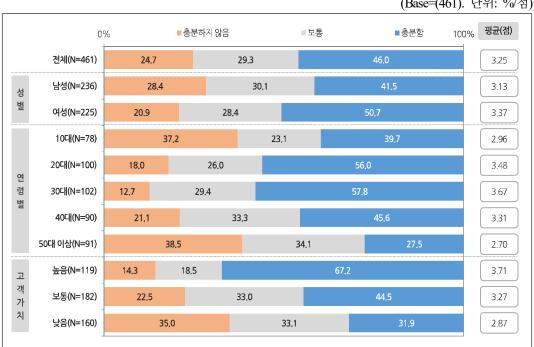
(Base=(292). 단위: %)



#### □ 한국 동영상 콘텐츠 시청기회

### 1) 충분수준

- 귀하는 평소에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분 하다고 생각하십니까?
- 응답자의 46%가 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 수 있는 기회가 '충분하다'고 응답함
- 응답자 성별로 여성이 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 수 있는 기회가 '충분하다'고 응답한 비율이 50.7%로 남성(41.5%)보다 높음
- 응답자 연령별로 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 수 있는 기회가 '충분하다'고 응답한 비율이 30대가 57.8%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 수 있는 기회 가 '충분하다'고 응답한 비율이 67.2%로 가장 높음

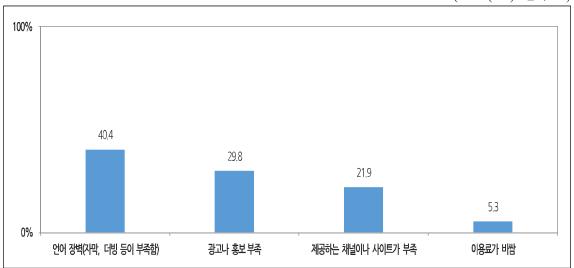


(Base=(461). 단위: %/점)

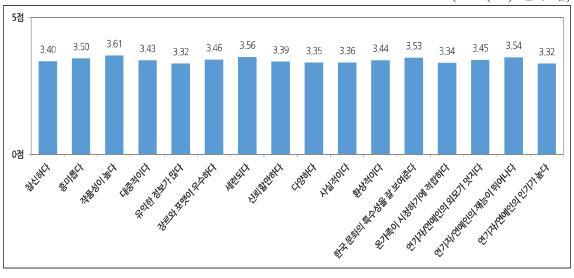
## 2) 불충분 이유

- 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분하지 않다고 생 각하는 이유는 무엇입니까?
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠 시청 기회가 불충분한 이유로 '언어장벽'이 40.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '광고나 홍보 부족(29.8%)', '제공하는 채널이나 사이트 부족 (21.9%)' 등의 순으로 높음

(Base=(114). 단위: %)



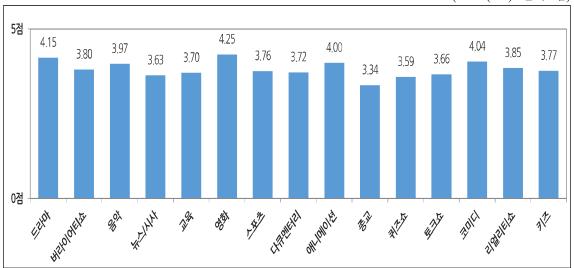
- 마. 한국 동영상 콘텐츠 인식평가
- □ 항목별 평가
  - 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠에 대해 전반적으로 어떻게 생각 하는지 응답해 주십시오. (5점 만점)
  - 응답자의 한국 동영상 콘텐츠에 대한 인식을 살펴보면 '작품성이 높다(3.61점)', '세 런되다(3.56점)', '연기자/연예인의 재능이 뛰어나다(3.54점)' 등의 순으로 높음



## □ 장르별 만족도 평가

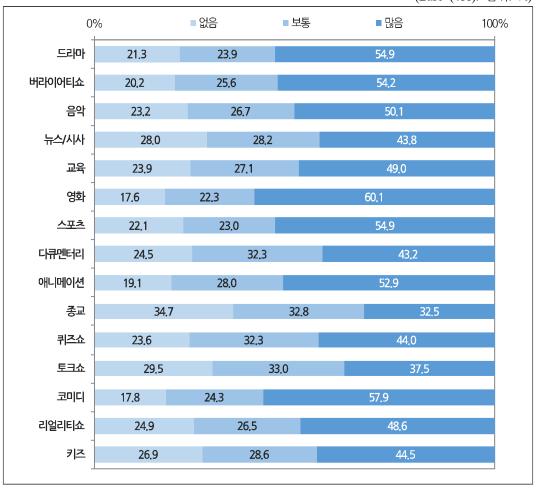
- 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠에 대해 어느 정도 만족하십니까? (5점 만점)
- 응답자의 장르별 한국 동영상 콘텐츠 만족도를 살펴보면 '영화(4.25점)'가 가장 높고, 그 다음으로 '드라마(4.15점)', '코미디(4.04점)', '애니메이션(4점)', '음악(3.97점)' 등 의 순으로 높음

(Base=(169). 단위: 점)

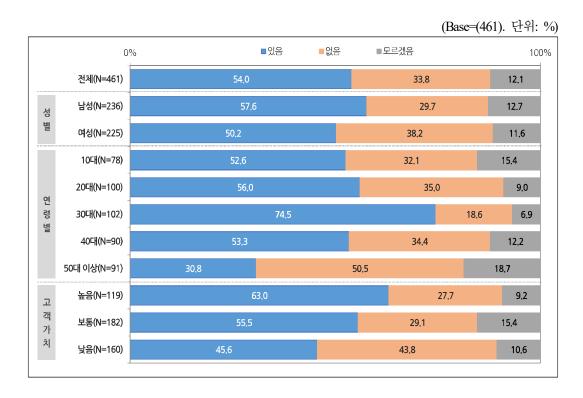


### □ 장르별 향후 시청의향

- 귀하는 향후에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하실 의향이 어느 정도 있으십니까?
- 응답자의 장르별 한국 동영상 콘텐츠 향후 시청의향을 살펴보면 '영화'가 60.1%로 가장 높고, 그 다음으로 '코미디(57.9%)', '스포츠(54.9%)', '드라마(54.9%)' 등의 순으로 높음

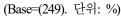


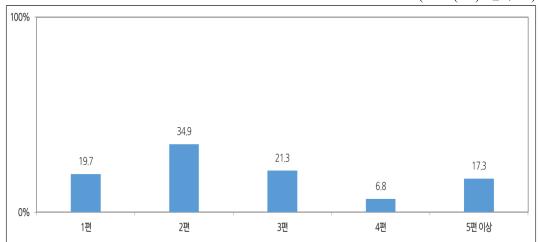
- 바. 국가 간 방송프로그램 공동제작 인식평가
- □ 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험
  - 귀하는 국가 간 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?
  - 응답자의 54%가 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로 여성(50.2%)보다 남성(57.6%)의 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 높음
  - 응답자 연령별로 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험은 30대가 74.5%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험은 63%로 가장 높음



## □ 시청경험

- 1) 전년도 시청 편 수
  - 귀하가 작년(2018년)에 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램은 모두 몇 편이나 됩니까?
  - 응답자가 2018년에 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램 편 수는 '2편'이 34.9%로 가장 높고, 그 다음으로는 '3편'이 21.3%로 높음. 또한, '5편 이상'은 17.3%로 나타남

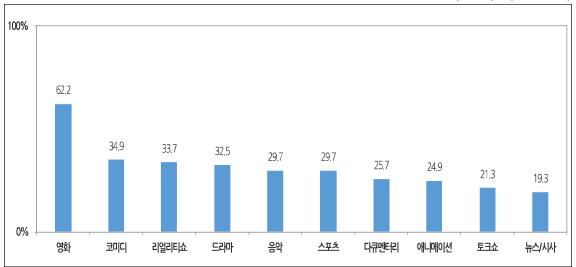




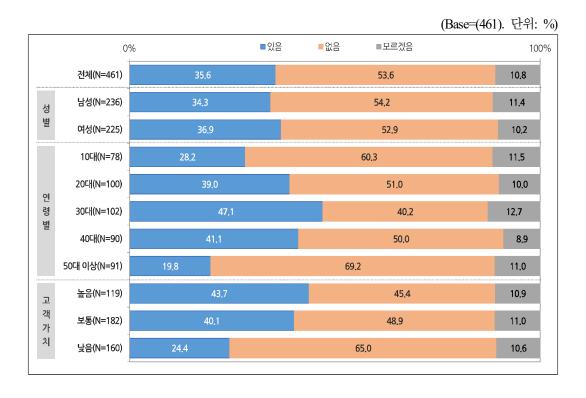
# 2) 시청경험 있는 장르

- 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램의 장르는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오.
- 응답자가 시청경험 있는 국가 간 공동제작 방송프로그램의 장르로 '영화'가 62.2% 로 가장 높고, 그 다음으로 '코미디(34.9%), '리얼리티쇼(33.7%)' 등의 순으로 높음

(Base=(249). 단위: %)

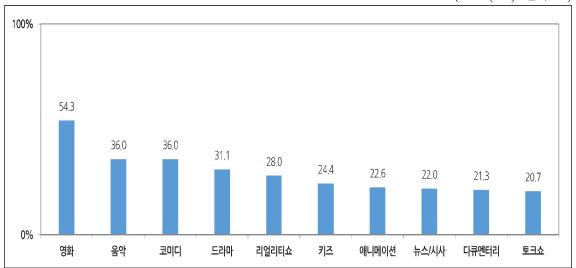


- 3) 한국-인도 공동제작 방송프로그램 시청 경험
  - 귀하는 한국 연예인이 출연하거나 한국 방송사(제작사)가 우리나라의 방송사(제작사)와 공동으로 제작한 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?
  - 응답자의 35.6%가 한국과 인도 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 것으로 나 타남
  - 응답자 성별로 남성(34.3%)보다 여성(36.9%)의 한국과 인도 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 높음
  - 응답자 연령별로 한국과 인도 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 30대가 47.1%로 가장 높음
  - 고객가치별로 한국과 인도 공동제작 방송프로그램 시청 경험은 고객 가치가 높은 집단이 43.7%로 가장 높음



- 4) 한국-인도 공동제작 방송프로그램 시청경험 있는 장르
  - 귀하가 시청한 한국과 우리나라의 공동제작 방송프로그램의 장르는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오.
  - 응답자가 시청한 한국과 인도 공동제작 방송프로그램의 장르로 '영화'가 54.3%로 가장 높으며, 그 다음으로 '음악(36%)', '코미디(36%)', '드라마(31.1%)' 등의 순으로 높음

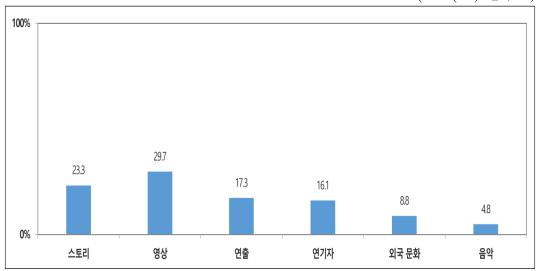
(Base=(164). 단위: %)



## □ 선호요인

- 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요인은 무엇입니까? 가장 좋았다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자의 국가 간 공동제작 방송프로그램 선호 요인으로 '영상'이 29.7%로 가장 높고, 그 다음으로 '스토리(23.3%)', '연출(17.3%)'과 '연기자(16.1%)' 등의 순으로 높음

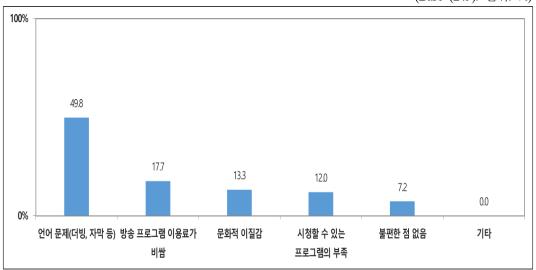
(Base=(249). 단위: %)



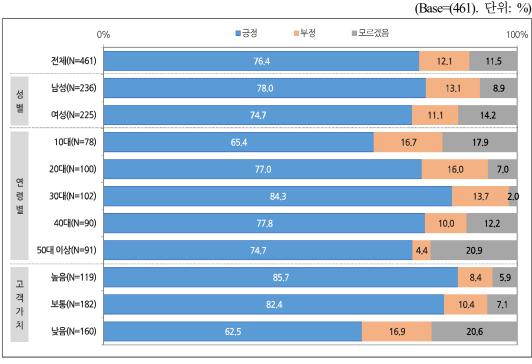
## □ 시청 시 불편사항

- 귀하가 국가 간 방송프로그램을 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? 가장 불편했다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 국가 간 방송프로그램을 시청할 때 불편한 점으로 '언어 문제'가 49.8%로 가장 높고, 그 다음으로 '방송 프로그램 이용료가 비쌈(17.7%)', '문화적 이질감(13.3%)' 등의 순으로 높음

(Base=(249). 단위: %)

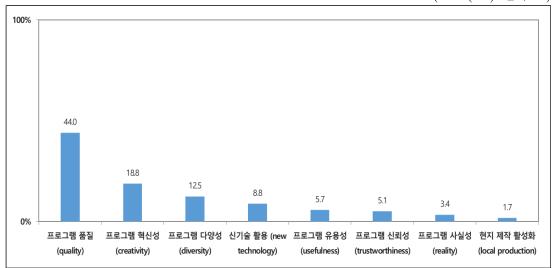


- □ 공동제작을 통한 방송프로그램 제작 기여
  - ㅇ 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 생각하십니까? 그 렇지 않다고 생각하십니까?
  - 응답자의 76.4%가 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 생각하는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로 여성(74.7%)보다 남성(78%)이 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램 을 제작할 수 있다고 생각함
  - ㅇ 응답자 연령별로 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 생각하는지에 대해 30대가 84.3%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객 가치가 높은 집단이 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그 램을 제작할 수 있다고 응답한 비율이 85.7%로 가장 높음



- □ 공동제작을 통해 향상 가능한 측면
  - 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 더 좋은 방송프로그램이 제작될 수 있다고 생각하십니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 국가 간 공동제작을 통해 향상 가능한 측면으로 '프로그램 품질(Quality)'이 44%로 가장 높고, 그 다음 '프로그램 혁신성(Creativity)(18.8%)', '프로그램 다양성(Diversity) (12.5%)' 등의 순으로 높음

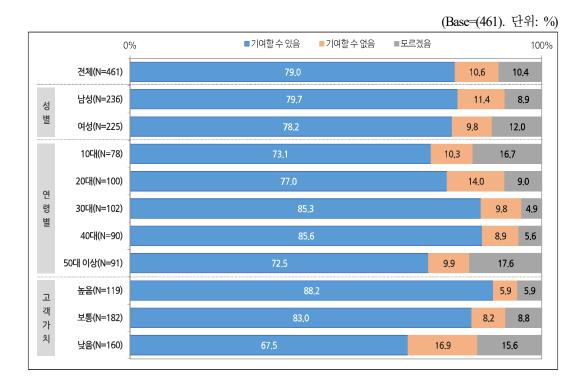
(Base=(352). 단위: %)



### □ 자국 방송산업 기여현황

## 1) 기여도

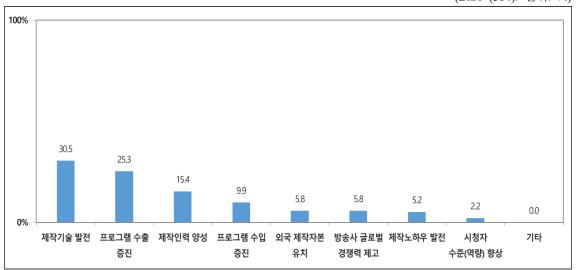
- 귀하는 국가 간 공동제작이 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 기여할 수 없다고 생각하십니까?
- 응답자가 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율은 79%임
- 응답자 성별로 여성(78.2%)보다 남성(79.7%)의 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율이 높음
- 응답자 연령별로 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율이 40대가 85.6%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단이 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여 할 수 있다'고 응답한 비율이 88.2%로 가장 높음



## 2) 기여 측면

- 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 기여할 수 있는 측면으로 '제작기술의 발전'이 30.5%로 가장 높고, 그 다음으로 '프로그램 수출 증진(25.3%)', '제작인력 양성 (15.4%)', '프로그램 수입 증진(9.9%)' 등의 순으로 높음

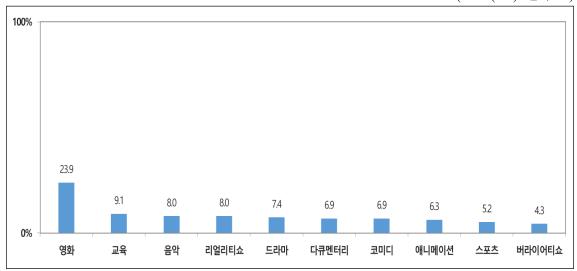
(Base=(364). 단위: %)



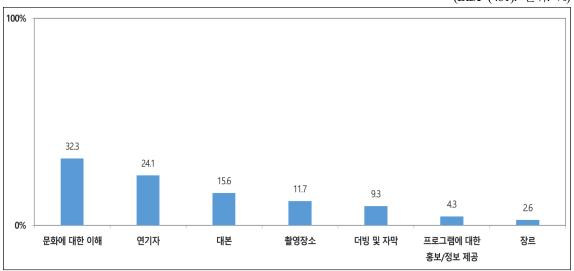
## □ 제작 적합 장르

국가 간 방송프로그램 공동제작에 적합하다고 생각하는 장르는 무엇이라 생각하십니까? 가장 적합하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)

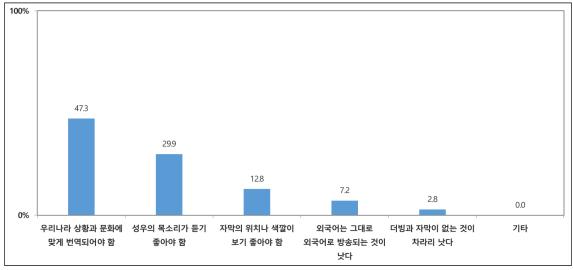
○ 응답자가 생각하는 국가 간 방송프로그램 공동제작 적합 장르로 '영화'가 23.9%로 가 장 높고, 다음으로 '교육(9.1%)', '음악(8%)', '리얼리티쇼(8%)' 등의 순으로 높음



- □ 제작 시 고려사항
- 1) 제작 시 고려요인
  - 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 고려해야 할 요인은 무엇이라 생각하십니까? 가장 먼저 고려해야 한다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 응답자가 생각하는 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 고려해야 할 요인으로 '문화에 대한 이해'가 32.3%로 가장 높고, 그 다음으로 '연기자(24.1%)', '대본(15.6%)', '촬영장소(11.7%)' 등의 순으로 높음



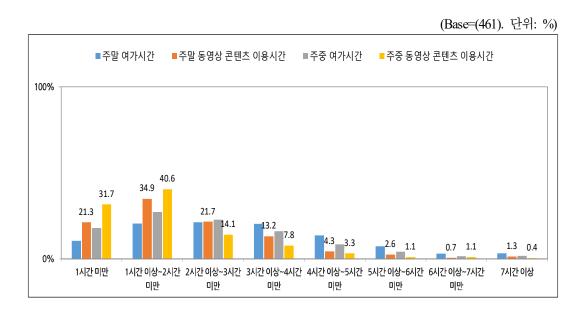
- 2) 제작 시 더빙/자막 중요요인
  - 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 필요한 더빙과 자막의 경우 어떤 요인이 중요하다고 생각 하십니까? 중요하다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 응답자가 생각하는 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 필요한 더빙 및 자막의 중요 요인으로 '우리나라 상황과 문화에 맞게 번역되어야 함(47.3%)'이 가장 높고, 그 다 음으로 '성우의 목소리가 듣기 좋아야 함(29.9%)', '자막의 위치나 색깔이 보기 좋아 야 함(12.8%)' 등의 순으로 높음



#### 사. TV 및 OTT 이용환경

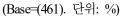
#### □ 여가생활 활용시간

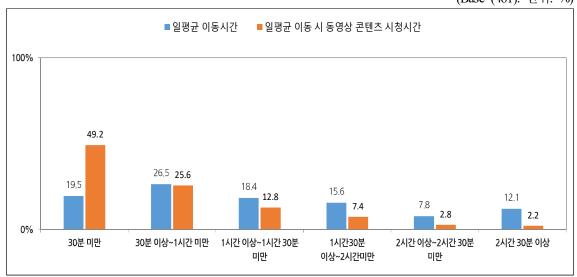
- 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.
- 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.
- 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이 용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 응답자가 여가생활에 동영상 콘텐츠를 이용하는 하루 평균 시간은 주말의 경우 '1시간 이상~2시간 미만'이 34.9%로 가장 높고, 주중의 경우도 '1시간 이상~2시간 미만'이 40.6%로 가장 높음



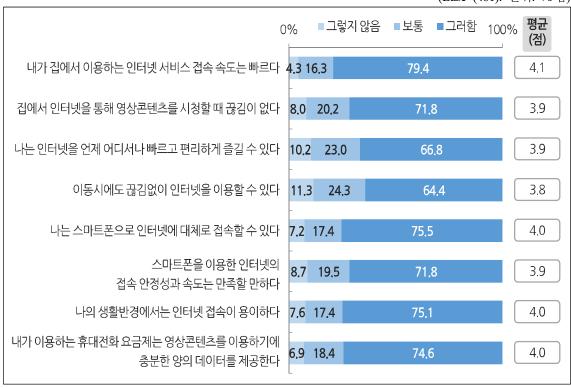
## □ 이동 시 활용시간

- 귀하는 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하는 데 하루 평균 얼마만큼의 시간을 소요합니까? ○ 귀하가 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하면서, 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 응답자가 일상적으로 이동하는데 걸리는 하루 평균 시간은 '30분 이상~1시간 미만' 이 26.5%로 가장 높음
- 응답자가 일상적으로 이동 시 동영상 콘텐츠를 시청하는 하루 평균 시간은 '30분 미만'이 49.2%임



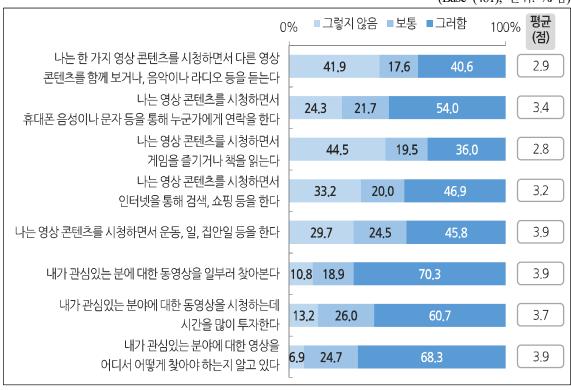


- □ 인터넷 사용 환경 평가
  - 귀하의 인터넷 사용 환경과 관련하여 다음 질문에 응답해 주십시오.
  - 응답자의 인터넷 사용 환경에 대해서 '내가 집에서 이용하는 인터넷 서비스 접속 속도는 빠르다'가 79.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '나는 스마트 폰으로 인터넷에 대체로 접속할 수 있다(75.5%)', '나의 생활반경에는 인터넷 접속이 용이하다(75.1%)' 등의 순으로 높음



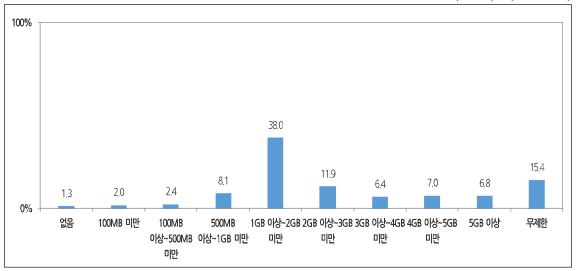
- □ 시청행동별 동의수준
  - 귀하는 다음 질문에 어느 정도 동의하는지 응답해 주십시오.
  - 응답자의 시청행동별 동의 수준에 대해서 '내가 관심있는 분야에 대한 동영상을 일부러 찾아본다'가 70.3%로 가장 높고, 그 다음으로 '내가 관심있는 분야에 대한 영상을 어디서 어떻게 찾아야 하는지 알고 있다(68.3%)', '내가 관심있는 분야에 대한 동영상을 시청하는데 시간을 많이 투자한다(60.7%)' 등의 순으로 높음

(Base=(461), 단위: %/점)



- 아. 동영상 콘텐츠 시청관련 기타
- □ 현재 이용 휴대전화 데이터 제공량
  - 귀하가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 얼마나 됩니까?
  - 응답자가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 '1GB이상~2GB미만'이 38%로 가장 높으며, 그 다음으로 '무제한(15.4%)', '2GB이상~3GB미만(11.9%)' 등의 순으로 높음

(Base=(455). 단위: %)



- □ 더빙없이 시청 가능한 언어
  - 귀하가 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 자막이나 더빙 없이 시청가능한 언어는 무엇 무엇이 있습니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
  - 응답자가 동영상 콘텐츠를 시청할 때 자막/더빙 없이 시청 가능한 언어로 '영어'가 93.7%로 가장 높고, 그 다음으로 '힌디어(81.8%)', '텔루구어(21.9%)' 등의 순으로 높은 가운데, '한국어'는 8.2%임



# 제3장 터키

터키의 방송시장 규모는 약 11억 5,300만 달러로, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 5.4%를 기록할 것으로 예측됨. 플랫폼별 시장구조를 살펴보면 2018년 기준 위성방송이 전체의 약 84% 정도로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 케이블방송이 약 6%를 차지함

2018년 터키의 OTT 서비스 매출규모는 약 4억 3,500만 달러로, 방송시장과 비교하면 37.7% 정도에 불과하나, 2024년까지 약 6억 8,500만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 1.6배 정도 증가할 것으로 예측됨. 유료 OTT 서비스는 대부분 구독형 서비스를 통해 이뤄지고 있음

터키의 방송은 라디오·TV 최고위원회(Radio and Television Supreme Council, RTUK)가 방송에 대한 규제를 관장함. 〈라디오, 텔레비전 기업 및 미디어서비스 설치법(Law No.6112 on the Establishment of Radio and Television Enterprises and Their Media Services〉은 주로 지상파방송에 대한 내용을 담고 있으며, 케이블방송은 〈케이블방송규정(Cable Broadcasting Regulation)〉, 위성방송은 〈위성방송규정(Satellite Broadcasting Regulation)〉에 의해 각각 세부적인 규제가 이루어짐

# 제1절 방송시장 및 사업자 현황

〈표 3-1〉 터키 일반정보



수도	앙카라(Ankara)					
국토면적(sq km)						
인구 수	81.9백만					
언어	터키어					
GDP(USD billion)	713.5					
경제 성장률	3.5%					
TV보유 가구 수(천)	22,513					
방송규제기관	라디오·TV 최고위원회(RTUK)					
·	-					

자료: 수출입은행(2018), 정보통신산업진흥원(2018b), OVUM(2019c)

### 1. 방송시장 규모

### 가. 방송시장 규모 및 전망

- (방송시장 규모) 터키의 2018년 방송시장 매출액 규모는 약 11억 5,300만 달러로 전년 대비 약 6,500만 달러 증가하였으며, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 5.4%를 기록할 것으로 예측됨
- (TV매출액) 터키의 2018년 TV매출액은 약 3억 6,300만 달러로, 전년 대비 약 2,400만 달러 증가함
- (TV광고 매출액) 터키의 2018년 TV광고 매출액은 약 7억 3,900만 달러로, 전년 대비약 3,300만 달러 증가함
- (라디오 매출액) 터키의 2018년 라디오 매출액은 전체 약 5,100만 달러로, 전년 대비약 800만 달러 증가함

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
TV매출	277	295	313	339	363	385	406	424	448	471
TV광고	556	596	673	706	739	777	826	867	918	964
라디오	29	31	36	43	51	56	60	63	65	66
합계	862	922	1,022	1,088	1,153	1,218	1,292	1,354	1,431	1,501

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019b)

#### 나. TV광고시장 규모

- (TV광고시장) 터키의 2018년 TV광고시장 매출액은 약 7억 3,900만 달러이며 2018~ 2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 5.5%로, 2023년까지 약 9억 6,400만 달러 규모의 시장으로 성장할 것으로 예측됨
- (지상파방송 광고) 터키의 2018년 지상파방송 광고 매출액은 약 6억 3,700만 달러로, 전체 TV광고시장 매출의 약 86.2%를 차지하고 있음
- (유료방송 광고) 터키의 2018년 유료방송 광고 매출액은 약 8,600만 달러로, 전체 TV 광고시장 매출의 약 11.6%를 차지하고 있음
- (온라인TV 광고) 터키의 2018년 온라인TV 광고 매출액은 약 1,700만 달러로, 전년 대비약 500만 달러 증가하였으며 2023년까지 지속적인 성장세를 보일 것으로 예측됨

〈표 3-3〉 터키 TV광고시장 매출액 및 전망(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
지상파방송	504	533	595	616	637	658	688	707	732	751
유료방송	50	59	70	78	86	97	110	126	144	161
온라인TV	3	5	8	12	17	22	28	35	42	51
합계	556	596	673	706	739	777	826	867	918	964

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019b)

### 2. 방송가입자 현황

○ (방송가입자 현황) 터키의 2018년 전체 TV 보유 가구 수는 약 2,251.3만 가구이며, TV 시청은 무료 디지털 위성방송(64%), 유료 디지털 위성방송(20%), IPTV(6%), 디지털 케이블방송(5%), 아날로그 지상파방송(3%), 디지털 지상파방송(2%), 아날로그 케이블방송 (1%) 등을 통하여 이루어지고 있음

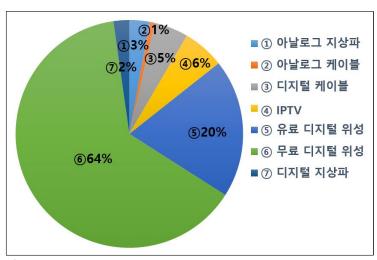
〈표 3-4〉 터키 TV 보유 가구 플랫폼별 현황(2013~2018)

(단위: 천 가구)

구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TV 보유 가구 수	19,462	19,553	20,444	21,034	21,751	22,513
아날로그 지상파	4,000	3,400	2,813	2,019	1,200	650
아날로그 위성	0	0	0	0	0	0
아날로그 케이블	590	483	363	250	178	165
디지털 케이블	592	693	798	938	1,037	1,083
IPTV	286	350	533	832	1,106	1,335
유료 디지털 위성	3,501	3,623	3,804	4,032	4,234	4,425
무료 디지털 위성	10,494	11,004	12,133	12,962	13,734	14,350
디지털 지상파 단독 수신	0	0	0	0	262	506

자료: OVUM(2019c)

[그림 3-1] 터키 TV 시청 플랫폼별 현황(2018)



자료: OVUM(2019c)

### 3. 지상파방송

#### 가. 시장 구조

- 터키의 주요 지상파사업자는 터키 국영방송사인 TRT(Turkish Radio and Television Corporation)이며, 1990년까지 방송시장을 독점하였음
  - 터키 정부의 방송시장 자유화 정책으로 인해 1990년부터 상업방송국들이 진출하게되며 TRT의 시장 점유율이 급격히 하락했음
- 터키는 아날로그 방송에서 디지털 지상파방송(DTT) 전환 작업은 2014년에 완료됨
  - 디지털 지상파방송(DTT)을 승인받은 미디어 기업은 최대 2년까지 기존 아날로그 방송이 가능
- 2012년 5월 전국 DTT 면허를 가지고 있는 터키 방송사들이 Anten AS라는 합작법인을 설립하여 디지털 지상파방송 서비스를 운영하려고 하였으나, 2014년 대법원 판결로 인허가 과정에서 발생한 부정행위로 인하여 경매 결과를 보류하고 모든 DTT 면허를 취소함<sup>46)</sup>

〈표 3-5〉 터키 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구)

									,	
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
무료 DTT	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
가구 수	0	0	0	0	0	0	0	0	0	U
유료 DTT	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
가구 수	0	0	0	0	0	0	0	0	0	U
DTT가구	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
비율(%)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	U

※ p: 전망치

<sup>46)</sup> Kagan(2019d)

#### 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
지상파방송	TRT, Demirören Holding, Turkuvaz Medya Grubu

○ 터키의 지상파방송 사업자는 TRT, Demirören Holding, Turkuvaz Medya Grubu 등이 있음

## 1) TRT

- TRT(Turkish Radio and Television Corporation)는 터키의 유일한 국영방송사로 1964년
   제정된 〈TRT법〉에 의해 설립되었으며 1968년 최초로 TV방송을 개시함
  - TRT는 유일한 국영방송사로 독점적 지위를 누렸으나, 1990년 방송시장 자유화로 상업방송국이 대거 진출하면서 시장점유율이 급격히 하락함<sup>47)</sup>
- 2018년 7월 발표된 대통령령(Presidential Decree 2018/2)으로 인하여 TRT는 대통령실
   산하 통신국(Communications Directorate)에 속하게 됨
- TRT는 14개의 TV채널과 19개의 라디오 방송국을 보유하고 있음<sup>48)</sup>
  - 채널은 터키어·영어·아랍어·아제리어·쿠르드어로 방송하며 이슬람 문화권을 위한 아랍어 방송 채널도 운영함<sup>49)</sup>
- TRT는 인도와 터키 간 영화와 TV 분야에서의 협력을 촉진하기 위하여 2016년 4월 인도의 DD와 미래 콘텐츠 협력을 위한 양해각서를 체결함<sup>50)</sup>
  - 이밖에도 TRT는 2018년 9월 "카자흐스탄" 텔레비전과 라디오 공사("Qazaqstan" Television and Radio Corporation)와 공동 프로젝트를 제작 및 개발하고 경험을 공유하기 위하여 양해각서를 체결함<sup>51)</sup>
- TRT 재원의 약 70%는 터키 전기분배청(the Turkish Electricity Distribution Authority)

<sup>47)</sup> 정보통신산업진흥원(2014b), p.1.

<sup>48) &</sup>quot;Our Story." TRT World, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.trtworld.com/about.

<sup>49)</sup> 한국콘텐츠진흥원(2016), p.12.

<sup>50) &</sup>quot;Turkey's state broadcaster TRT had a meeting with Doordarshan for content collaboration." Indian Television, last modified Apr 1, 2016, accessed Dec 30, 2019, https://www.indiantelevision.com/television/tv-channels/terrestrial/turkeys-state-broadcaster-trt-to-sign-an-mou-with-doordarshan-for-content-collaboration-160401.

<sup>51) &</sup>quot;Qazaqstan, Turkey's TRT ink MoU." Indian Television, last modified Sep 13, 2018, accessed Dec 30, 2019, https://www.inform.kz/en/qazaqstan-turkey-s-trt-ink-mou a3390041.

- 에서 거두는 전기세와 텔레비전과 라디오 수신기에 붙는 판매세로 충당되며, 기타 정부지원금 20% 및 광고수익 10%로 충당됨<sup>52)</sup>
- TRT의 프로그램은 100여 개국에서 방영되고 있으며 가장 인기있는 TV시리즈는 오 스만 제국의 창립자에 대한 역사적인 드라마〈Dirilis: Ertugrul(부활 : Ertugrul)〉임<sup>53)</sup>

〈표 3-6〉 터키 TRT 주요 방송채널

-N1-A	אור אווע
채널 	세부 내용
TRT1	엔터테인먼트, 드라마, 교육, 문화 등 가족 중심의 종합편성 채널
TRT Haber	뉴스, 시사, 스포츠, 날씨 등 문화/교육 전문 채널
TRT Spor	스포츠 채널
TRT Cocuk	애니메이션, 교육 등 어린이용 채널
TRT6	쿠르드어 프로그램, 가족 중심의 종합편성 채널
TRT Müzik	음악 전문 채널
TRT World	국제방송 채널
TRT Avaz	발칸지역 터키인 대상, 터키어 및 소수민족언어 프로그램 중심의 국제 채널
TRT Turk	터키 국내·외 시청자를 위한 국제 뉴스, 다큐멘터리 중심의 글로벌 방송 채널

자료: TRT 공식 홈페이지(www.trt.net.tr); 정보통신산업진흥원(2014b)

#### 2) Demirören Holding

- O Demirören Holding은 2018년 4월 Doğan Yayin Holdİng을 인수하며 종합편성채널인 Kanal D, Euro D 채널을 비롯하여 뉴스 전문 채널인 CNN Türk, 유료방송사 D-Smart 등을 소유하게 됨
- Kanal D 채널에서는 주로 현지 프로그램들을 방영하며, Euro D 채널에서는 현지 프로그램들을 비롯하여 미국 등 수입 프로그램들을 방영함

## 3) Turkuvaz Medya Grubu

○ Turkuvaz Medya Grubu는 Çalık Holding의 자회사로 TV·라디오·신문·잡지 등을

<sup>52) &</sup>quot;Turkish Radio and Television Corporation." accessed Dec 30, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Turkish\_Radio\_and\_Television\_Corporation

<sup>53) &</sup>quot;Turkish TV programs aired on world channels." Anadolu Agency, last modified Dec 29, 2017, accessed Dec 30, 2019, https://www.aa.com.tr/en/culture-and-art/turkish-tv-programs-aired-on-world-channels/1017954.

발행하고 있으며, 다양한 미디어콘텐츠의 수출과 수입 등 유통 사업도 병행하고 있음

- ATV·Minka TV·Yeni Asir TV 등의 채널을 운영하고 있으며, 보도 전문 채널인 A Haber 등도 운영하고 있음
- ATV(Aktüel Televizyonu)는 터키에서 가장 인기 있는 채널로, 2018년 시청점유율 1위 를 차지함(10.3%)
  - ATV에서 방영한 드라마〈Sen Anlat Karadeniz(Lifeline)〉이 최고 시청률 19.2%를 기록하며 2018년 가장 인기 있는 프로그램으로 선정되었으며,〈Bir Zamanlar Cukurova (Bitter Lands)〉은 최고 시청률 3위를 기록함(12.9%)⁵⁴)

#### 4. 유료방송

#### 가. 시장 구조

- 터키의 2018년 유료방송 가입 가구 수는 약 706만 가구로, 전체 TV보유 가구의 약 30.1%를 차지함
- 터키 유료방송시장의 2018년 매출액은 전년 대비 약 0.6% 증가한 약 6억 5,600만 달러 를 기록하였으며 2023년까지 지속적으로 성장할 것으로 전망됨

〈표 3-7〉 터키 유료방송 가입 가구 수 및 매출액(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
유료방송가입 가구 수	5,609	5,644	5,872	6,470	7,060	7,220	7,672	8,122	8,543	8,951
유료방송 매출액	885	734	679	652	656	661	701	757	816	878
유료방송가입 가구 비율(%)	27.7	27.1	27.1	28.3	30.1	30.3	31.8	33.2	34.4	35.6

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019d)

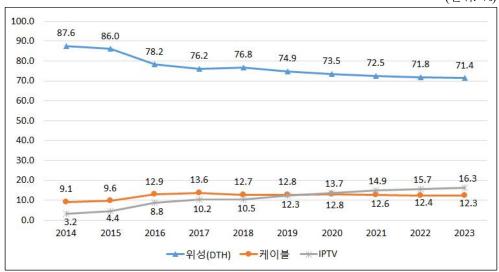
○ 터키 유료방송시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 플랫폼은 위성방송이며, 전체 유료방송의 과반수를 차지하고 있음

<sup>54)</sup> Eurodata TV(2019), p575.

- 2018년 위성방송은 전체 유료방송 매출의 76.8%를 차지하였으며, 케이블방송 12.7%, IPTV방송 10.5% 순으로 이어짐

[그림 3-2] 터키 유료방송 플랫폼별 매출 비율(2014~2023)

(단위: %)



자료: Kagan(2019d)

## 1) 케이블방송

- 2018년 케이블방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 약 5.3%인 약 124.8만 가구로, 전 년 대비 약 3.3만 가구 증가함
- 2018년 케이블방송 매출액은 약 8,300만 달러로, 전년 대비 약 600만 달러 감소하였으며 2018~2023년까지 연평균 성장률(CAGR) 약 5.4%를 기록할 것으로 전망됨

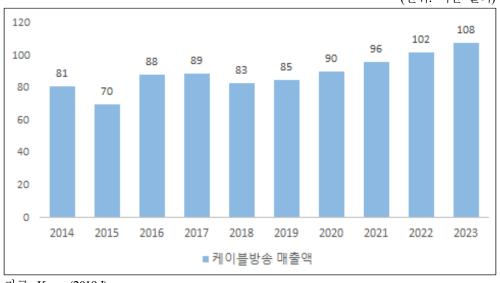
〈표 3-8〉 터키 케이블방송 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
케이블방송	1,176	1,161	1,188	1,215	1,248	1,271	1,309	1,348	1,389	1,430
가입 가구 수	1,170	1,101	1,100	1,213	1,270	1,2/1	1,507	1,540	1,307	1,730
케이블방송	01	70	00	90	02	0.5	00	06	102	100
매출액	81	70	88	89	83	85	90	96	102	108
케이블 방송 가입	5.8	5.6	5.5	5.3	5.3	5.3	5.4	5.5	5.6	5.7
가구 비율(%)	3.8	3.0	3.3	3.3	3.3	3.3	3.4	3.3	3.0	3.7

※ p: 전망치

[그림 3-3] 터키 케이블방송 매출액 추이(2014~2023)



자료: Kagan(2019d)

## 2) 위성방송

- 2018년 터키 위성방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 18.9%인 약 443.4만 가구로, 전 년 대비 6.8% 증가함
- 2018년 위성방송 매출액은 약 5억 400만 달러로, 전년 대비 약 800만 달러 증가하였으며 2018~2023년까지 연평균 성장률(CAGR) 약 4.5%를 기록할 것으로 전망됨

〈표 3-9〉 터키 위성방송(DTH) 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

								(	. , ,	1 - 1)
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
DTH 가구 수	4,084	3,951	3,851	4,150	4,434	4,369	4,542	4,745	4,963	5,185
DTH 매출액	775	631	531	496	504	495	515	548	586	627
DTH 가입 가구 비율(%)	20.2	19.0	17.8	18.1	18.9	18.4	18.8	19.4	20.0	20.6

※ DTH: Direct-To-Home, 가정직접수신 위성방송

※ p: 전망치

[그림 3-4] 터키 위성방송(DTH) 매출액 추이(2014~2023)



자료: Kagan(2019d)

# 3) IPTV방송

- 2018년 IPTV방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 5.9%인 약 137.7만 가구로, 전년 대 비 약 24.5% 증가함
- 2018년 IPTV방송 매출액은 약 6,900만 달러로, 2018~2023년까지 연평균 성장률 (CAGR) 약 15.7%를 기록할 것으로 전망됨

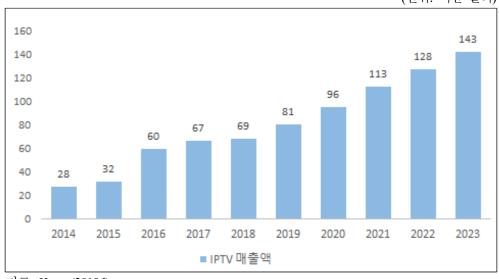
〈표 3-10〉 터키 IPTV방송 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
IPTV 가입 가구 수	349	533	833	1,106	1,377	1,581	1,821	2,029	2,192	2,335
IPTV 매출액	28	32	60	67	69	81	96	113	128	143
IPTV 가입 가구 비율(%)	1.7	2.6	3.8	4.8	5.9	6.6	7.6	8.3	8.8	9.3

※ p: 전망치

[그림 3-5] 터키 IPTV방송 매출액 추이(2014~2023)



자료: Kagan(2019d)

## 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
케이블방송	Turksat
위성방송	Digiturk, D-smart 등
IPTV방송	TTNet, Turkcell 등

### 1) 케이블방송

- 터키에서 유일하게 케이블방송을 제공하는 방송사업자는 Turksat임
- Turksat은 앙카라에 본사를 둔 유일한 케이블방송 사업자로 1990년 12월에 설립되었으며, 2018년 가입 가구 수는 약 125만 가구임
  - Turksat은 2009년부터 디지털 케이블을 도입하기 시작하여 2019년 말까지 디지털화를 완료할 것으로 예상됨<sup>55)</sup>
- 케이블방송은 최근 몇 년 동안 위성방송과 IPTV방송 사업자와의 경쟁으로 인해 고객 유지에 어려움을 겪고 있음

### 2) 위성방송

○ 터키 위성방송사업자는 Digiturk, D-smart 등이 있음

### 가) Digiturk

- Digiturk는 터키에서 가장 큰 유료방송 사업자로, 2018년 터키 전체 위성방송의 56%
   및 전체 유료방송 가입 가구의 36%를 차지하고 있음<sup>56</sup>
- Digiturk는 1999년에 설립되어 2016년 8월 beIN Media Group이 인수함<sup>579</sup>
- Digiturk는 2016년에 6억 달러를 지불하여 2022/23시즌이 끝날 때까지 TV·온라 인·라디오에서 터키 축구 리그(Süper Lig)를 방송할 수 있는 독점권을 확보함
  - 이밖에도 EPL(English Premier League), 스페인 리라가(La Liga), 이탈리아 세리에 A(Serie A), 프랑스 리그 1(Ligue 1) 등 해외 유명한 경기에 대한 독점권을 가지고 있음
- Digiturk는 터키에서 처음으로 영국의 어린이 전용 채널 'CBeebies'를 2018년 4월부터 24시간 송출하기 시작합'<sup>8)</sup>

### 나) D-smart

- D-smart는 Demirören Holding이 소유하고 있는 위성 방송사업자로 2007년에 설립되었음
  - 2018년 가입 가구 수는 약 95만 가구이며, 2024년에는 약 90만 가구를 기록할 것으로 전망됨
  - D-smart는 2012~2015시즌에 UEFA 챔피언스 리그, 유로파 리그, F1 등 스포츠 콘 텐츠 패키지 제공을 통해 가입자를 확보하였음<sup>59</sup>
- D-smart는 프리미엄 위성방송 서비스를 신청할 수 없는 가구들을 대상으로 영업하는데 성공하였음
- o D-smart는 터키 가정에 무료 위성서비스를 보급하는데 기여하였으며, D-Smart가 제

<sup>56)</sup> Kagan(2019f)

<sup>57) &</sup>quot;ACQUISITION OF DIGITURK BY BEIN MEDIA GROUP IS COMPLETED." Bein Sports, last modified Sep 28, 2016, accessed Dec 30, 2019, https://www.beinsports.com/en/bein-digiturk.

<sup>58) &</sup>quot;BBC Earth launches across MENA, CBeebies debuts in Turkey." Digital TV Europe, last modified Mar 29, 2018, accessed Dec 30, 2019,

https://www.digitaltveurope.com/2018/03/29/bbc-earth-launches-across-mena-cbeebies-debuts-in-turkey.

<sup>59)</sup> 한국콘텐츠진흥원(2016), p.14.

공한 장치에는 프리미엄 콘텐츠에 접근할 수 있도록 스마트카드 슬롯이 포함되어 있음<sup>60)</sup>

### 3) IPTV방송

○ 터키 IPTV방송사업자는 TTNet, Turkcell 등이 있음

### 가) TTNet

- 터키 주요 통신사업자인 Turk Telekom의 자회사 TTNet은 터키의 대표적인 IPTV방송 사업자로, Tivibu라는 브랜드로 IPTV방송 서비스를 2010년 10월에 개시함(1)
  - Turk Telekom은 1995년에 설립된 국영 통신사업자로, 2006년 민영화 이후 브로드 밴드 사업자 TTNet를 설립함
  - TTNet은 2009년부터 IPTV방송 서비스 상용화를 위한 시험 서비스를 진행하여 2010 년부터 실시간 방송 및 주문형 서비스 등을 제공함<sup>(2)</sup>
- 2018년 Tivibu의 가입 가구 수는 약 72만 가구로, 전체 IPTV방송 시장의 약 54%를 차지함

### 나) Turkcell

- Turkcell은 1994년에 설립한 터키의 통신사업자로, 2014년 10월부터 TV+라는 IPTV 방송 서비스를 개시함
- 2018년 TV+의 가입가구 수는 약 61만 가구이며, 2024년에는 Tivibu를 제치고 129만 가구를 기록할 것으로 전망됨

<sup>60)</sup> Kagan(2019f)

<sup>61) &</sup>quot;Türk Telekom's Tivibu WebTV service attracts 110,000 users in first month." Total Telecom, Mar 31, 2010, accessed Dec 30, 2019, https://www.totaltele.com/view.aspx?ID=454396.

<sup>62)</sup> 정보통신산업진흥원(2014c), p.8.

### 5. OTT

### 가. 시장 구조

- OVUM(2019)에 의하면 2018년 터키 OTT 서비스 매출규모는 약 4억 3500만 달러로, 전년대비 약 1.3배 증가함
  - 터키의 유료 OTT시장은 구독형(Subscription) 서비스가 대부분이며, 2024년까지 전체 매출액이 약 6억 5,800만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 1.6배 증가할 것으로 예상됨

### 〈표 3-11〉 터키 OTT서비스 형태별 총 매출액(2015~2024)

(단위: 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p	2024p
디지털대여	4	6	7	9	10	12	13	14	16	17
전자판매	3	4	4	5	6	7	7	8	9	10
구독형	259	283	335	421	457	500	531	564	629	658
합계	266	292	347	435	473	518	552	587	654	685

- ※ 전자판매(Electronic sell-through, EST)
- ※ 구독형(Subscriptions): 반복적으로 결제하여 디지털 영상을 이용하는 유료 서비스로 주문형 서비스 (Subscription Video On Demand, SVOD)와 실시간 서비스(Linear Subscription Services, SLIN) 모두 포함
   ※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2019b)

- 터키 내 스마트폰, 태블릿 보급률이 증가하면서, OTT 서비스에 대한 수요도 증가함
  - 불법 복제, 저작권 위반, 정부의 콘텐츠 검열 등의 문제가 지적되고 있지만 이는 점차 해결될 것으로 전망됨
- 터키의 2018년 구독형 서비스 이용자는 약 446.2만 명이며 전년대비 약 1.3배 증가함
- 2015년 이용자 수 약 241.7만 명에서 2024년 약 799.1만 명으로 약 3.3배 이상 증가할 것으로 예상됨

〈표 3-12〉 터키 구독형 서비스 이용자 현황(2015~2024)

(단위: 천 명)

<del></del> 구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p	2024p
SVOD	200	200	004.5	1101.7		1005.4	22642	2642.6	2044	1
구독자수	200	399	804.7	1121.5	1511.3	1895.4	2264.2	2643.6	3041	3427.3
SLIN	2217.5	2303.5	2657.4	3341.2	3525.4	3756.2	3898	4037.4	4436,8	4564.3
구독자수	2217.3	2303.3	2037.4	3341.2	3323.4	3/30.2	3090	4037.4	4430.8	4304.3
합계	2417.5	2702.5	3462.1	4462.7	5036.7	5651.6	6162.2	6681	7477.9	7991.5

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2019b)

○ 터키의 OTT 서비스 콘텐츠별 매출을 살펴보면 2015년까지는 영화가 방송콘텐츠보다 매출액이 많았으나, 2016년에 방송콘텐츠 매출액이 영화를 추월하였고, 2023년까지 방송콘텐츠 매출액이 더 많을 것으로 전망됨

〈표 3-13〉 터키 OTT서비스 콘텐츠별 매출액(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018p	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
영화	3,364.7	4,044.1	4,959.1	5,774.7	6,427	6,823.3	7,391	7,996	8,510.3	9,097.1
TV	2,989.6	3,862.5	5,151.2	6,408.4	7,568.4	8,693.7	9,973.7	11,188.1	12,442	14,130
기타	181.3	225.2	289.0	363.3	427.8	503.5	601.3	671.8	759.7	866.2
합계	6535.6	8131.8	10399.3	12546.4	14423.2	16020.5	17966	19855.9	21712	24093.3

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2018a)

### 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
OTT	Turk Telekom, Netflix, Digiturk, D-Smart 등

ㅇ 터키의 주요 OTT 서비스 사업자는 Turk Telekom, Netflix, Digiturk, D-Smart 등이 있음

### 1) Turk Telekom

- 터키 통신사 Turk Telekom은 OTT 서비스인 Tivibu Go를 공식 출시하였음
- 2018년 Tivibu Go의 구독형 서비스 이용자는 210만 명이고 시장 점유율은 약 47%로 1위이지만, 2022년에 Netflix가 Tivibu Go의 점유율을 추월할 것으로 전망됨

### 2) Netflix

- 2016년 미국의 Netflix가 터키에서 OTT 서비스를 개시함
- 2018년 Netflix의 구독형 서비스 이용자는 약 101.2만 명이고 시장점유율은 약 22.7%
   로 2위이지만 구독자 수가 지속적으로 증가하여 2022년에는 점유율 1위를 기록할 것으로 전망됨<sup>63)</sup>
- Netflix는 2019년 두번째 오리지널 드라마〈The Gift〉를 방영하였으며, 이는 2019년 Netflix에서 가장 많이 본 드라마임<sup>64)</sup>
  - Netflix는 2020년에 3편의 터키 오리지널 시리즈를 제작할 예정임

### 3) Digiturk

- O Digiturk Play는 터키 방송채널, 터키 슈퍼 리그(Süper Lig), 농구 리그(Basketball League) 등을 컴퓨터 또는 모바일 기기를 통하여 시청할 수 있는 웹 방송으로, 터키 위성방송사업자 Digiturk가 소유하고 있음<sup>65)</sup>
- Digiturk는 스포츠 콘텐츠가 풍부하여 이용자들이 선호함<sup>66</sup>
- 2018년 Digiturk Play의 구독형 서비스 이용자는 약 54만 명이고 시장점유율은 약
   12%로 3위이지만, 2024년까지 둔한 성장세를 보이며 시장점유율이 하락할 것으로 전 망됨

### 4) D-smart

- 2015년 터키 위성방송 사업자인 D-Smart에서 OTT 서비스인 BluTV를 공식 출시하였음
  - 터키어뿐만 아니라 아랍어, 스페인어 등을 통해 터키의 TV 시리즈 및 영화를 시청할 수 있음<sup>67)</sup>

64) "Netflix Turkey's most-watched show in 2019 is The Gift." Duvar English, last modified Jan 2, 2020, accessed Jan 10, 2020,

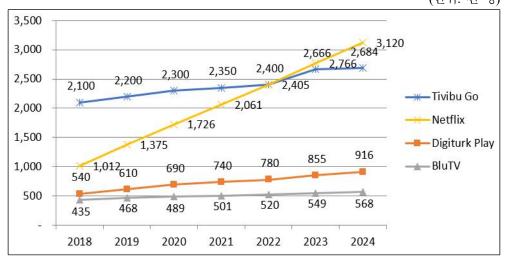
https://www.duvarenglish.com/culture/2020/01/02/netflix-turkeys-most-watched-show-in-2019-is-the-gift.

- 65) "Digiturk Play"." Digiturk Euro, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.digiturk.at/e n/digiturk-play-iptv/#aciklama.
- 66) "How To Watch Digiturk Play Outside Turkey." WhatIsMyIP, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://whatismyip.network/unblock-digiturk-play-anywhere.
- 67) "Turkish OTT BluTV Selects Global CDN Provider, Medianova," Hosting Journalist, April 15, 2019,

<sup>63)</sup> OVUM(2019b).

- 2018년 BluTV의 구독형 서비스 이용자는 약 43만 명이고 시장 점유율은 약 12%임
- BluTV는〈Masum〉,〈Yaşamayanlar〉등 인기 오리지널 시리즈를 제작함

[그림 3-6] 터키 OTT 사업자별 구독형 서비스 이용자 현황(상위 4개) (단위: 천 명)



\_\_\_\_ 자료: OVUM(2019b) 재구성

accessed Dec 30, 2019, https://hostingjournalist.com/cdn-hosting/turkish-ott-blutv-selects-global-cdn-provi der-medianova.

### 제 2 절 방송규제 현황

### 1. 방송규제 체계<sup>(8)</sup>

### 가. 방송규제 기관

- 터키는 〈라디오, 텔레비전 기업 및 미디어서비스 설치법(Law No.6112 on the Establishment of Radio and Television Enterprises and Their Media Services), 이하 방송법〉에 의거하여 라디오・TV 최고위원회(Radio and Television Supreme Council, RTUK)가 방송에 대한 규제를 관장함
- 인터넷 미디어 규제는 텔레커뮤니케이션 규제를 담당하는 기관인 정보통신기술청 (Information and Communication Technologies Authority, ICTA)이 담당하였으나, 2019년 미디어법 개정을 통해 RTUK가 스트리밍 서비스・뉴스를 포함한 온라인 콘텐츠에 대한 규제를 담당하게 됨
- RTUK는 〈방송법〉에 재정적·행정적으로 자율적인 기관으로 명시되어 있으며 예산 결정권·인사권을 자율적으로 행사함
  - 하지만 RTUK 위원 선출이 의회 의석수에 비례하여 이루어지고 RTUK의 의사결정이
     과반수 투표에 의해 이루어지기 때문에 의회 다수당이 상당한 영향력을 행사함<sup>69)</sup>
- RTUK는 9명의 위원으로 구성되며, 위원회 의장과 부의장은 위원회 내에서 자체적으로 선출됨
  - 각 위원의 임기는 6년이며, 2년마다 1/3의 위원이 교체됨
  - 정당 의석수에 비례하여 2배수의 후보가 추천되며, 이들을 대상으로 진행되는 의회

<sup>68) &</sup>quot;Legal Framework." Media Ownership Monitor Turkey, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, Media Ownership Monitor, https://turkey.mom-rsf.org/en/context/law;

<sup>&</sup>quot;TMT Law and Practice 2018 in Turkey." Gün+Partners, last modified Mar 26, 2018, accessed Dec 30, 2019, https://gun.av.tr/insights/country-guides/tmt-law-and-practice-2018-in-turkey;

<sup>&</sup>quot;Broadcasting, media and entertainment law in Turkey: overview." Thomson Reuters, last modified Sep 1, 2011, accessed Dec 30, 2019,

https://content.next.westlaw.com/Document/I2ef1285f1ed511e38578f7ccc38dcbee/View/FullText.html?contextData=(sc.Default)&transitionType=Default&firstPage=true&bhcp=1.

<sup>69)</sup> The Law No.6112 on the Establishment of Radio and Television Enterprises and Their Media Services (2011).

- 내 투표에 의해 위원선출이 이루어짐. 정당은 특정 후보를 지명하여 투표할 수 없음
- 위원회 의장은 위원회의 의제 및 개최시기를 결정하고, 규제사항의 관철과 준수여부를 감시하며, 예산을 수립하는 권한과 인사권을 행사함
- RTUK는 〈방송법〉의 준수 및 집행을 주관하며, 주파수관리・방송면허 심사 및 재허가・수신료・주파수 사용료・전파 전송료 징수・규제 위반에 대한 제재・미디어 서비스에 대한 여론조사 실시・시청률 조사에 대한 원칙과 절차 규정 등의 권한을 지남
  - 또한 미디어 규제 관련 법안에 대한 의견제시, 2차적 규제 조항(법규에 명시되지 않은 내용에 대한 세부규칙)의 수립과 집행, 국영방송인 TRT 사장과 이사 후보 결정권을 지님
- RTUK는 감시감독국(Department of Monitoring and Evaluation) · 주파수 허가 및 할당국 (Department of Permits and Allocations) · 국제협력국(Department of International Relations) · 공공의견국(Department of Public Opinion) · 방송연구 및 전략개발국 (Broadcast Research and Measurement and Strategy Development Department) 등의 하부 조직으로 구성되어 있음

### 나. 방송법규 현황

- 터키의〈1982년 헌법〉제133조에 의하면 라디오와 텔레비전 방송사는 오직 국가에 의해 설립될 수 있다고 명시되어 있어 방송에 대한 국가 독점을 인정함
  - 위 조항에 따라〈라디오텔레비전법(Law on Turkey Radio and Television, Law No. 2954)〉이 제정되었으며, 동 법에 방송의 국가독점을 명시하였음
  - 〈1993년 헌법〉제133조에 따라〈법령 3913호〉를 제정하여 방송에 대한 국가독점을 폐기하였으며, 이에 따라 민간 사업자에 의한 방송사 수립이 가능하게 됨
  - 이후 1994년에 〈라디오, 텔레비전 기업 및 미디어서비스 설치법〉이 제정되어 방송산업의 개방과 규제에 대한 법적 근거를 제공하게 됨
- 터키의 라디오와 TV 규제 근거가 되는 핵심 법규는 〈라디오, 텔레비전 기업 및 미디어 서비스 설치법〉으로, 방송사의 설립·허가·운영 및 규제기관의 역할·권한·조직 등에 대한 내용을 담고 있음
- 동 법은 재송신 · 미디어 서비스 제공언어 · 미디어 서비스 제공업체의 독립성과 법

적 책임ㆍ비상사태 시 미디어 서비스 등의 내용을 담은 '일반 원칙'(제2장)

- 내용규제에 대한 내용을 담은 '미디어 서비스 원칙'(제3장)
- 광고 등 상업적 커뮤니케이션에 대한 내용을 담고 있는 '미디어 서비스 내 상업용 커뮤니케이션'(제4장)
- 방송면허 유형에 따른 편성원칙·시청권·반론권 등의 내용을 담은 '미디어 서비스 콘텐츠'(제5장)
- 소유제한 등의 내용을 담은 '민간 서비스 제공업체'(제6장)
- '주파수 정책 및 방송면허'(제7장)
- '방송 송출 및 허가'(제8장)
- 선거 방송에 대한 내용을 담은 '선거기간'(제9장)
- '제재 조치'(제10장)
- RTUK의 설치, 조직, 권한 등의 내용(제11장) 등 방송규제의 일반적인 내용을 포괄적으로 담고 있음
- ○〈방송법〉은 지상파방송・케이블방송・위성방송에 전부 적용되지만,〈방송법〉자체는 주로 지상파방송에 대한 내용을 담고 있으며, 케이블방송은〈케이블방송규정(Cable Broadcasting Regulation)〉, 위성방송은〈위성방송규정(Satellite Broadcasting Regulation)〉 에 의해 각각 세부적인 규제가 이루어짐
- 터키의 국영방송 TRT는 〈방송법〉과 〈라디오텔레비전법〉의 적용을 받으며, RTUK에 의하여 규제됨
- 인터넷과 통신규제에 관련해서는 〈전기통신법(Electronic Communications Law, Law No. 5809)〉의 적용을 받음

### 2. 주요 방송규제<sup>70)</sup>

### 가. 방송 진입 및 소유규제

- 지상파방송뿐만 아니라 케이블・위성방송・인터넷방송 사업자(Netflix와 같은 OTT 포함) 등도 방송서비스를 제공하기 위해서 방송면허를 취득해야 함
  - 방송면허의 부여와 취소는 RTUK의 소관이나, 방송주파수 사용권 부여는 ICTA 관할임
- 방송사업자는 지상파·케이블·위성방송 각각 다른 방송매체 유형에 대해 별도의 방 송면허를 취득해야 함
  - 1개 사업자는 라디오·TV·주문형 방송서비스 각각 1개씩, 총 3개 방송서비스만 운영이 가능함
  - 정당·노동조합·전문직 조합·협동조합·재단·지역 행정기구, 그리고 위의 단체들이 설립하고 직·간접적으로 주식을 소유한 기업이나 이들 기관의 직·간접적인소유주인 개인, 자본시장 기구, 법인은 방송면허를 취득할 수 없음
  - 지상파방송·케이블방송·위성방송 면허의 유효기간은 10년임
  - 방송면허는 인수・합병을 통해 이전하는 것이 가능하나 RTUK의 사전 승인 대상이 며, 특히 시장경쟁을 약화시킬 가능성이 있는 인수합병의 경우〈경쟁보호법(Act on the Protection of Competition)〉의 적용 대상이 되어 터키경쟁위원회(Turkey Competition Board)의 승인을 얻어야 함
  - 개인 또는 법인은 지상파방송 면허를 보유하고 있는 최대 4개의 미디어 서비스 제공 업체와 직접 또는 간접으로 파트너십을 체결할 수 있으며, 개인 또는 법인이 직접 또 는 간접으로 주식을 보유하며 하나 이상의 미디어 서비스 제공업체와 파트너인 경우 해당 업체를 통해 발생하는 상업용 커뮤니케이션(commercial communication) 연간 총 수익금은 업계 총 수익금의 30%를 초과할 수 없음

### 나. 편성규제

○ 터키와 유럽의 정체성을 추구하고 증진하기 위하여 방송서비스는 터키어로 제작되는 것을 원칙으로 하나, 다른 언어나 방언을 사용하는 것도 가능함

<sup>70)</sup> The Law No.6112 on the Establishment of Radio and Television Enterprises and Their Media Services (2011).

- 전국 방송면허를 부여받은 사업자는 방송시간의 50% 이상을(뉴스・스포츠 이벤트・경연・광고・텔레쇼핑 방송시간 제외) 〈유럽초국경텔레비전규약(European Convention of Transfrontier Television)〉가맹국 또는 EU 회원국의 작품에 할애해야 하며, 프로그램 예산 또는 방송시간의 10% 이상을 독립제작자가 제작한 유럽작품에 할애해야 함
- 아동을 위한 방송시간대에 만화(cartoon)를 방송하는 사업자는 만화의 20% 이상, 다른 아동 프로그램의 40% 이상을 터키어로 제작하여야 하며, 터키 문화를 반영하여야 함
  - 아동이 시청 가능한 시간대에는 아동에게 유해한 프로그램을 방송할 수 없으며, 주 문형 방송사업자의 경우 아동이 정상적인 상황에서 유해한 프로그램을 시청 또는 청 취할 수 없도록 보장해야 할 의무가 있음

### 다. 내용규제

- 성별, 인종, 피부색, 민족, 국적, 종교, 철학적 또는 정치적 신념, 장애, 연령에 기반을 둔 차별과 건강, 환경, 안전에 해가 되는 내용의 방송 금지
- 상업적 커뮤니케이션은 미디어 서비스의 다른 요소들과 청각 또는 시각적으로 구분이 용이해야 하고 차별금지 원칙을 준수해야 함
- 터키는 스마트 사인(smart signs)이라는 프로그램 등급표시제를 도입하여 프로그램의 내용과 시청가능 연령집단에 대한 정보 제공을 의무화 함
  - 등급평가에는 폭력, 공포, 음란/외설, 주류/마약 중독과 같은 바람직하지 않은 행위 (bad behaviour), 범죄/불법 행위, 차별, 흡연, 저속한 언어/표현 등이 고려됨
  - 등급은 연령과 콘텐츠에 의하여 구분됨; 전체 시청자, 7세 이상, 13세 이상, 18세 이상, 폭력적이거나 공포스러운 장면이 포함된 콘텐츠, 성적인 내용이 포함된 콘텐츠,
     그리고 부정적 행동이 포함된 콘텐츠로 구분됨
- 〈인터넷법〉에서는 자살방조 및 선동, 아동에 대한 성적 착취 및 학대, 마약 사용 조장, 건강 유해물질 제공, 외설, 매춘, 도박의 기회와 장소 제공, 터키공화국 창시자 Atatürk 에 대한 범죄(any of the offences under the Law on Offences against Atatürk) 등을 인터 넷방송에서 금지되는 범죄 유형으로 명시<sup>71)</sup>

<sup>71) &</sup>quot;Internet regulation in Turkey." Wikipedia, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Internet regulation in Turkey#Internet law.

### 제 3 절 방송시장 개방 및 공동제작 현황

### 1. 시청각 서비스 시장 개방 양허 사항

- 시청각서비스 시장개방 양허사항
  - 터키는 한-터키 FTA를 통해 영화 및 비디오테이프 제작 및 배급 서비스, 영화상영 서비스(영화관 소유주에 의한 상영으로 한정), 라디오 및 텔레비전 서비스 및 전송을 제외한 라디오 및 텔레비전 프로그램 유통 서비스에 대한 시장개방을 약속하였음
  - 영화 및 비디오테이프 제작 및 배급과 전송을 제외한 라디오 및 텔레비전 프로그램 유통 서비스의 경우 물리적 매체(CD, 비디오테이프 등)로 영화를 배급하기 위해서는 상업적 주재<sup>72)</sup>의 설립이 요구되는 것 외에는 제한 없음
  - 영화상영서비스의 경우 영화관 소유주에 의한 상영으로 한정됨

〈표 3-14〉 한-터키 FTA 양허기준

분야	시장접근	내국민대우
D. 시청각 서비스(방송	- 제외)	
(a) 영화 및 비디오테이프 제작 및 배급 서비스 (CPC 9611)	1) 물리적 매체(CD, 비디오테이프 등)로 영화를 배급하기 위해서는 상업적 주재 의 설립이 요구되는 것 외에는 제한 없음 2) 제한 없음 3) 제한 없음 4) 수평적 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함	1) 제한 없음 2) 제한 없음 3) 제한 없음 4) 수평적 분야에 기재된 사항 외에 는 약속 안함
(b) 영화상영서비스 (CPC 9612) (영화관 소유주에 의한 상영으로 한정)	<ol> <li>약속 안함*</li> <li>제한 없음</li> <li>제한 없음</li> <li>수평적 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함</li> </ol>	<ol> <li>약속 안함</li> <li>제한 없음</li> <li>제한 없음</li> <li>수평적 분야에 기재된 사항 외에 는 약속 안함</li> </ol>

<sup>72)</sup> 상업적 주재(commercial presence; 상업적 주재)—서비스 공급자가 있는 국가에서 서비스 소비자가 있는 국가로 자본이 이동하여 외국인투자 기업(지점, 사무소 포함)이 주재하면서 서비스를 제공하는 방식; 강하연·박은지·노은정·김재형(2015) p.28.

 분야	시장접근	내국민대우
(c) 라디오 및 텔레비전 서비스 (CPC 96131, 96132)	<ol> <li>제한 없음</li> <li>제한 없음</li> <li>제한 없음</li> <li>수평적 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함</li> </ol>	<ol> <li>제한 없음</li> <li>제한 없음</li> <li>제한 없음</li> <li>수평적 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함</li> </ol>
(d) 전송을 제외한 라디오 및 텔레비전 프로그램 유통 서비스 <sup>주)</sup>	1) 물리적 매체(CD, 비디오테이프 등)로 라디오 및 텔레비전 프로그램을 배급하 기 위해서는 상업적 주재의 설립이 요 구되는 것 외에는 제한 없음 2) 제한 없음 3) 제한 없음 4) 수평적 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함	1) 제한 없음 2) 제한 없음 3) 제한 없음 4) 수평적 분야에 기재된 사항 외에 는 약속 안함
(e) 녹음 서비스 (이 양허표의 목적 상, 녹음 서비스 활동은 일련의 음 악, 음성 또는 그 밖의 소리를 스튜 디오에서 고정하 는 것으로 정의되 나, 영화, 라디오 또는 텔레비전 프 로그램 또는 그 밖 의 시청각 작품을 동반하는 소리는 포함하지 아니함)	1) 제한 없음 2) 제한 없음 3) 제한 없음 4) 수평적 분야에 기재된 사항 외에는 약속 안함	1) 제한 없음 2) 제한 없음 3) 제한 없음 4) 수평적 분야에 기재된 사항 외에 는 약속 안함

- ※ 공급 형태: 1) 국경 간 공급 2) 해외 소비 3) 상업적 주재 4) 자연인의 주재
- ※ 주: 유통 서비스는 전시, 방송 또는 전송, 대여, 판매 또는 사용을 위하여 그 밖의 서비스 공급자에 대한 라디오 및 텔레비전 프로그램의 면허를 포함할 수 있음. 라디오 및 텔레비전 프로그램의 전송 서비 스는 이 양허표에 포함되지 아니함.

자료: 한-터키 FTA(http://fta.go.kr)

### 2. WTO GATS MFN 의무 면제 여부

○ 터키는 우루과이 라운드 협상 당시 시청각 서비스(공동제작협정)를 MFN(Most Favoured Nation: 최혜국 대우) 면제리스트에 포함시키지 않았기 때문에 공동제작협정을 체결하 기 위해서는 한국과 마찬가지로 공동제작협정이 FTA의 불가분의 일체가 되어야 함

### 3. 한국 방송콘텐츠 수출입 현황

### 가. 수출 현황

- (한국 방송콘텐츠 수출액 규모) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對중동(터키 포함) 수출액 은 약 46.6만 달러로, 전년 대비 약 23.5만 달러 증가함
- (방송사업자별 수출액 현황) 2018년 지상파방송의 對중동(터키 포함) 수출액은 약 34.5 만 달러로 전년 대비 약 11.4만 달러 증가하였으며, 방송채널사용사업자는 약 12.1만 달러를 기록함
- (방송사업자별 수출 편수 추이) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對중동(터키 포함) 수출 편수는 총 624편이며 지상파방송은 377편으로 전년 대비 502편 감소하였으며, 방송채널 사용사업자는 247편을 기록함

〈표 3-15〉 한국 방송콘텐츠 對중동(터키 포함) 수출 금액 추이(2012~2018)

(단위: 천 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	2,993	787	498.9	823.6	646.2	231	345
방송채널사용 사업자	-	-	119.7	26.9	84.7	-	121
합계	2,993	787	618.6	850.5	730.9	231	466

주: 〈표 3-15〉, 〈표 3-16〉, 〈표 3-17〉, 〈표 3-18〉 각주 동일함; '-'의 경우 조사결과가 없음 터키는 중동으로 분류되어 통합된 수치로 표기됨

2018년(지상파방송) 중동: 터키, 이스라엘, 이란, 요르단 /(방송채널사용사업자) 중동: 이스라엘, 이란, 아랍에미리트, 터키

2017(지상파방송) 중동: 이란, 터키, 이스라엘, 아랍에미리트, 카타르 등

2016(지상파방송) 중동: 터키, 사우디아라비아, 아랍에미리트, 요르단, 이란, 이스라엘, 카타르 등/(방송채널사용사업자) 중동: 이라크, 터키 등

2015(지상파방송) 중동: 터키, 사우디아라비아, 아랍에미리트, 요르단, 이란, 이스라엘, 카타르 등/(방송채널사용사업자) 중동: 이라크, 터키 등

2014(지상파방송) 중동: 터키, 아랍에미리트, 아프카니스탄, 요르단, 이란, 이스라엘, 카타르 등/(방송 채널사용사업자) 중동: 요르단, 이라크, 이란, 이스라엘, 터키 등

2013(지상파방송) 중동: 터키, 아랍에미리트, 아프카니스탄, 요르단, 이란, 이스라엘, 카타르, 아르메니아 2012(지상파방송) 중동: 터키, 아랍에미리트, 아프가니스탄, 요르단, 이란, 이스라엘, 카타르, 아르메니아 자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

〈표 3-16〉 한국 방송콘텐츠 對중동(터키 포함) 수출 편수 추이(2012~2018)

(단위: 편수)

							( = 11 = 1 )
구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	1,344	1,877	1,073	1,731	1,081	879	377
방송채널사용 사업자	-	-	513	26	276	-	247
합계	1,344	1,877	1,586	1,757	1,357	879	624

주: 〈표 3-15〉 각주 참고

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

### 나. 수입 현황

- (한국 방송콘텐츠 수입액 규모) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對중동(터키 포함) 수입액은 약 10.2만 달러로, 전년 대비 약 99.7만 달러 증가함
- (방송사업자별 수입액 현황) 2018년 지상파방송의 對중동(터키 포함) 수입액은 약 1.1 만 달러로 전년 대비 약 0.9만 달러 증가하였으며, 방송채널사용사업자는 약 9.1만 달 러를 기록함
- (방송사업자별 수입 편수 추이) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對중동(터키 포함) 수입 편수는 총 180편이며 지상파방송은 3편으로 전년 대비 2편 증가하였으며, 방송채널사용사업자는 177편으로 전년 대비 177편 증가함

〈표 3-17〉 한국 방송콘텐츠 對중동(터키 포함) 수입 금액 추이(2012~2018)

(단위: 천 달러)

						( -	- 11
구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	16	10	4	38	43.7	3	11.7
방송채널사용 사업자	-	-	0	0.2	0	-	91
합계	16	10	4	38.2	43.7	3	102.7

주: 〈표 3-15〉 각주 참고

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

〈표 3-18〉 한국 방송콘텐츠 對중동(터키 포함) 수입 편수 추이(2012~2018)

(단위: 편수)

							(211 2 1)
구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	6	3	4	5	7	1	3
방송채널사용 사업자	-	-	0	1	0	-	177
합계	6	3	4	6	7	1	180

주: 〈표 3-15〉 각주 참고

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

### 4. 공동제작협정 체결 현황

- 터키는 EFTA, 이탈리아, 프랑스, 불가리아, 이란 등과 공동제작협정을 체결하였으며 2019년 6월 방통위와 RTUK는 방송 공동제작협정 체결을 위한 양해각서를 체결함
- 터키-EFTA 공동제작협정은 터키-EFTA FTA 부속서(ANNEX XV REFERRED TO IN ARTICLE 3.21 CO-PRODUCTIONS) 형식으로 삽입되어 있으며 영화 및 방송 프로그램 공동제작을 대상으로 함
  - 공동제작물은 양국의 국내 프로그램으로 간주되며(제6조), 양국의 공동제작자는 각 20%∼80% 사이의 기여를 해야 하고(예외적으로 양 당사국 승인 시 각 국의 공동제작자의 재정적 기여는 10∼90%로 가능) 제3국이 참여하는 경우 제3국은 10%이상 기여해야함(제9조)
  - 공동제작물에 대한 재정적 투자와 비례하여 효율적인 기술과 창의적 기여를 해야 함
     (제9조)
  - 수익 분배는 공동제작자의 기여에 비례함(제11조)

### 5. 공동제작 지원 제도

터키 공동제작물은 유럽회의(Council of Europe)의 Eurimages(European Support Fund for the Co-production and Distribution of Creative Cinematographic and Audiovisual Works)
 기금 프로그램에 지원할 수 있음<sup>73)</sup>

<sup>73) &</sup>quot;Eurimages: Co-production Support." Council of Europe, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019,

- Eurimages는 30개의 회원국들이 참여하고 있으며 터키는 1990년 2월에 합류함
- EU 회원국 간의 공동제작 증진을 목표로 최소 70분 길이의 장편 영화, 애니메이션, 다큐멘터리 영화를 지원하며 Eurimages 기금의 연간 예산은 약 2,600만 유로임
- Eurimage에 지원하기 위해서는 기금에 가담한 다른 회원국 출신의 공동제작자가 최소 두명이상 있어야 하며, 다자간 공동제작의 경우 주요 제작자의 참여가 제작비의 70%를 초과해서는 안 되고 나머지(minority) 공동제작자의 참여는 10% 이상이어야함. 단 500만 유로의 예산을 초과하는 양자 간 공동제작의 경우, 주요 제작자는 전체 공동제작 예산의 90% 참여가 허용됨<sup>74)</sup>
- 1년에 4회의 신청기간이 있으며, 소프트론(Soft Loan) 또는 보조금을 지급하는 형식으로 지원하며, 대출의 경우 공동제작물에 의하여 생산된 수익을 기준으로 대출금을 상환함
- 터키 문화관광부는 영화, 다큐멘터리, 단편 영화 및 애니메이션 등의 대본 개발 및 제작, 유통 및 홍보를 지원하기 위한 제도를 운영하고 있음
- 터키와 독일의 영화 제작 협력을 촉진하기 위하여 Medienboard·Filmförderung Hamburg Schleswig-Holstein·Istanbul Film Festival이 2011년 2월 터키-독일 공동제작 기금을 설립하여 관객을 끌어들일 고품질 영화로 발전할 수 있는 영화 및 트랜스미디어(Transmedia) 프로젝트 개발을 지원하기로 합의하였으며, 2019년 펀드 규모는 7만 유로임<sup>75)</sup>
- 이밖에도 유럽연합 집행위원회(European Commission)에서 지원하는 Creative Europe 지원 프로그램, TFL World Co-Production Fund 등이 있음
- Creative Europe은 문화, 크리에이티브 및 시청각 부문을 지원하기 위한 프로그램이며, 이 중 Media 프로그램은 영화산업 지원을 목표로 함<sup>76)</sup>

https://www.coe.int/en/web/eurimages/coproduction;

<sup>&</sup>quot;Council of Europe." Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019, http://www.mfa.gov.tr/council-of-europe\_.en.mfa.

<sup>74) &</sup>quot;Eurimages: Co-production Support." Council of Europe, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019, https://www.coe.int/en/web/eurimages/coproduction.

<sup>75) &</sup>quot;German-Turkish co-production development fund." Medienboard Berlin-Brandenburg, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019,

https://www.medienboard.de/en/film-funding/german-turkish-co-production-development-fund.

<sup>76) &</sup>quot;Creative Europe Desk." National Film Institute Hunary, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019,

### 6. 공동제작 사례 분석

### 가. 〈Survivor: Greece vs. Turkey〉

## TÜRKİYE YUNANİSTAN TÜRKİYE YUNANİSTAN TÜRKİYE YUNANİSTAN TÜRK VE YUNAN TAKIMI... SURVİVOR YARIŞMACILARI

자료: AKSAM

(https://m.aksam.com.tr/yasam/survivor-2019-yarismacilari-kimdir-iste-survivor-turkiye — yunanista n-yarismacilari/haber-819578)

- 〈Survivor: Greece vs. Turkey〉는 터키 지상파방송 채널인 TV8을 통해 2019년 방송된 터키와 그리스의 공동제작 프로그램으로, 참가자들이 외딴 섬에서 게임을 통하여 최종 1인을 선정하는 내용임
  - ⟨Survivor: Greece vs. Turkey⟩의 포맷은 영국에서 만들었으며, 이 후 미국에 수출되어 폭발적인 인기를 얻은 메가 히트 TV시리즈임
- 〈Survivor: Greece vs. Turkey〉는 총 24명의 참가자가 상금 100,000 유로를 목표로 도전하 였으며, 결과적으로 터키의 Yusuf Karakaya와 그리스의 Katerina Dalaka가 최종 우승함
- 2019년 터키의 Golden Butterfly 시상식에서 최고 경쟁프로그램과 최고 남자 진행자 부문 후보에 오름

### 나. 〈El asesino del olvido〉

### El asesino del olvido

자료: TTV News

(https://www.todotvnews.com/en/turkey-latam-co-production-an-idea-thats-finally-coming-to-life)

- 터키에서는 중남미 진출을 위하여 여러 가지 프로젝트를 준비하고 있는데 이 중 Madd Entertainment와 Viacom International Studios(VIS)가 터키 드라마〈Şahsiyet(Persona)〉를 리메 이크하여 공동제작한다고 발표함
  - 리메이크 작품의 제목은 〈El asesino del olvido(The Slayer of Forgetfulness)〉이며
     Madd Entertainment와 Viacom에서 공동으로 극본 작업 중
  - 2020년 2월 촬영을 개시하여 올해 내 방송하는 것이 목표<sup>77)</sup>
- 터키 드라마〈Şahsiyet(Persona)〉는 터키의 Puhu TV에서 큰 성공을 거둔 12부작 시리즈로, 은퇴한 60세 남자와 여경이 의문스러운 살인사건에서 목숨을 구하며 벌어지는 내용임

<sup>77) &</sup>quot;Viacom International Studios&Ay Yapim Start Production of El Asesino Del Olvido." Viacom International Studios, last modified Jan 20, 2020, accessed Jan 30, 2020, http://www.viacominternationalstudios.com/press/2020/1/21/viacom-international-studios-amp-ay-yapim-start-production-of-el-asesino-del-olvido.

### 제4절 현지 방영 방송콘텐츠 분석

### 1. 현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황

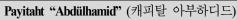
### 가. 개요

- (지상파방송) 2019년 현지 제작 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서〈Payitaht "Abdülhamid" (캐피탈 아부하디드)〉,〈Cukur (구멍)〉 등, 예능 부문에서〈MasterChef Türkiye (마스터쉐프 터키)〉,〈O Ses Türkiye (보이스 오브 터키)〉 등, 애니메이션 부문에서〈Niloya (니로야)〉,〈Kare (네모)〉 등, 다큐멘터리 부문에서〈Doğadaki İnsan (자연의 인간)〉,〈Taksimetre Istanbul (택시미터 이스탄불)〉 등이 있음
- (유료방송) 2019년 현지 제작 방송콘텐츠는 유료방송의 드라마 부문에서 〈Behzat Ç (비잿 C)〉, 〈Sahsiyet (개성)〉 등, 예능 부문에서 〈Mac Bashyor (매치는 시작됐다)〉, 〈Izle Gez (보고 둘러보고)〉 등, 다큐멘터리 부문에서 〈Farkh Rotalar (다른 일상)〉, 〈Bir Kent Bir Efsane (하나의 도시, 하나의 전설)〉 등이 있음

### 가. 인기 콘텐츠

### 1) 지상파방송

### 가) 드라마





자료: Haberier(https://www.haberler.com/payitaht-abdulhamid-de-yeni-oyuncular-12362463-haberi)

프로그램명	Payitaht "Abdülhamid"
콘텐츠 길이	150분
방영채널	TRT1(Turkey Radio Television)
방영횟수	주 1회(금)
중간광고 여부	있음
제작사	Es Production

### Cukur (구멍)



자료: ShowTV(https://www.showtv.com.tr/dizi/tanitim/cukur/2076)

프로그램명	Cukur
콘텐츠 길이	120분
방영채널	Show TV
방영횟수	주 1회(월)
중간광고 여부	있음
제작사	Ay Production

### 나) 예능

### MasterChef Türkiye (마스터쉐프 터키)



자료: Diziseti(https://diziseti.tv/tv8-masterchef-yarismacilari-ve-masterchef-juri-uyeleri-kimler)

프로그램명	MasterChef Türkiye
콘텐츠 길이	180분
방영채널	TV8
방영횟수	주 3회(월,수,목)
중간광고 여부	있음
제작사	TV8

### O Ses Türkiye (보이스 오브 터키)



자료: TV8https://www.tv8.com.tr/o-ses-turkiye)

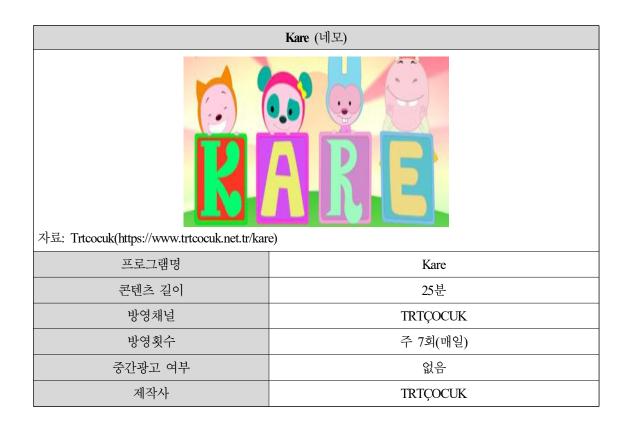
프로그램명	O Ses Türkiye
콘텐츠 길이	180분
방영채널	TV8
방영횟수	주 2회(토,일)
중간광고 여부	있음
제작사	TV8

### 다) 애니메이션

제작사

# Niloya (니로야) 자료: trtcocuk(https://www.trtcocuk.net.tr/niloya) 프로그램명 Niloya 콘텐츠 길이 15분 방영채널 TRTÇOCUK 방영횟수 주 7회(매일) 중간광고 여부 없음

Sentries Production



### 라) 다큐멘터리

### Doğadaki İnsan (자연의 인간)



자료: Ordu(https://ordu.ktb.gov.tr/TR-182698/dogadaki-insan-programinin-ordu-cekimleri-tamamlandi-17-.html)

1 = =	· · · · · · · · · · · · · · · · · ·
프로그램명	Doğadaki İnsan
콘텐츠 길이	45분
방영채널	TRTHABER
방영횟수	주 1회(금)
중간광고 여부	있음
제작사	TRTHABER

### Taksimetre Istanbul (택시미터 이스탄불)



자료: YouTube(https://www.YouTube.com/watch?v=O3UF9JJ0nD0)

프로그램명	Taksimetre Istanbul
콘텐츠 길이	30분
방영채널	TRTBELGESEL
방영횟수	주 1회(화)
중간광고 여부	있음
제작사	TRTBELGESEL

### 2) 유료방송

### 가) 드라마

Behzat Ç (비잿 C)



자료: Webrazzi(https://webrazzi.com/2019/04/22/behzat-c-yeni-sezonuyla-blu-tv)

, ,	<i>y</i>
프로그램명	Behzat Ç
콘텐츠 길이	120분
방영채널	Blu TV
방영횟수	주 1회(목)
중간광고 여부	없음
제작사	Intermedia

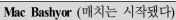
### Sahsiyet (개성)



자료: PuhuTV(https://puhutv.com/sahsiyet-detay)

프로그램명	Sahsiyet
콘텐츠 길이	60분
방영채널	Puhu TV
방영횟수	주 1회(토)
중간광고 여부	없음
제작사	Moon Production

### 나) 예능





자료: Twitter(https://twitter.com/guntekin\_resmi)

프로그램명	Mac Bashyor
콘텐츠 길이	120분
방영채널	Beinsport 1
방영횟수	주 2회(토,일)
중간광고 여부	있음
제작사	Nein Domestic

### Izle Gez (보고 둘러보고)



자료: Beinconnect(https://www.beinconnect.com.tr/belgesel/izle-gez)

프로그램명	Izle Gez
콘텐츠 길이	30분
방영채널	Bein iz
방영횟수	-
중간광고 여부	있음
제작사	Bein Domestic

### 다) 다큐멘터리

### Farklı Rotalar (다른 일상)



자료: YouTube(https://www.YouTube.com/watch?v=ymfhBnhZlaQ)

프로그램명	Farklı Rotalar
콘텐츠 길이	30분
방영채널	Bein iz
방영횟수	주 1회(일)
중간광고 여부	있음
제작사	Bein Domestic

### Bir Kent Bir Efsane (하나의 도시, 하나의 전설)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Ancient\_Aliens#/media/File:Ancient\_aliens.png)

1 \ 1	= 1 6/
프로그램명	Bir Kent Bir Efsane
콘텐츠 길이	30분
방영채널	Bein Iz
방영횟수	주 2회(금,토)
중간광고 여부	있음
제작사	Bein Domestic

2. 현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)

### 가. 개요

- (지상파방송) 2019년 해외 제작 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서 〈Ikimizin Yerine (우리 대신에)〉, 〈Bıçak sırtı (칼의 표면)〉 등, 예능 부문에서〈Evliya Çelebi (에빌야 셀레비)〉, 〈Ninja warrior (닌자 워리어)〉 등, 애니메이션 부문에서 〈Ricky Zoom (리키 줌)〉, 〈Sherlock Yack (명탐정 야크)〉 등, 다큐멘터리 부문에서 〈Ağır yaşamlar (600파운드의 인생)〉, 〈Alaska'yı Mesken Tuttuk (알래스카의 사람들)〉 등 이 있음
- (유료방송) 2019년 해외 제작 방송콘텐츠는 유료방송의 애니메이션 부문에서 〈Kod Adı: Afacanlar (코드네임: 어린이들의 다음 문)〉, 〈Bakugan: Battle Planet (바쿠간: 싸움 의 행성)〉 등, 다큐멘터리 부문에서 〈Alaska: the last frontier (알레스카: 마지막 국경)〉, 〈Gold Rush (골드러쉬)〉 등이 있음

### 나. 인기 콘텐츠

1) 지상파방송

가) 드라마



자료: Kanal7(https://www.kanal7.com/dizi/dizi-ikimizin-yerine)

프로그램명	Ikimizin Yerine
콘텐츠 길이	120분
방영채널	Kanal7
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작국	인도
제작사	Sphere Origins
더빙 혹은 자막 처리 여부	터키어 더빙



자료: Kanal7(https://www.kanal7avrupa.com/dizi/yeni-dizi-bicak-sirti)

	-
프로그램명	Bıçak sırtı
콘텐츠 길이	120분
방영채널	Kanel7
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작국	인도
제작사	Rashmi Sharma Telefims Limited
더빙 혹은 자막 처리 여부	터키어 더빙

### 나) 예능



### 자료: YouTube(https://www.YouTube.com/watch?v=3VX4QrYqiTo)

프로그램명	Evliya Çelebi
콘텐츠 길이	30분
방영채널	TRT 2
방영횟수	주 1회(화)
중간광고 여부	있음
제작국	마케도니아
제작사	Filmaks
더빙 혹은 자막 처리 여부	터키어 자막/터키어 더빙



프로그램명	Ninja Warrior
콘텐츠 길이	120분
방영채널	DMAX
방영횟수	주 2회(토,일)
중간광고 여부	있음
제작국	미국
제작사	A Smith Production
더빙 혹은 자막 처리 여부	터키어 자막/터키어 더빙

### 다) 애니메이션



자료: MinikaCocuk(http://www.minikacocuk.com.tr/programlar/ricky-zoom)

	1 0 /
프로그램명	Ricky Zoom
콘텐츠 길이	30분
방영채널	Minika Çocuk
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작국	영국
제작사	Entertainment one
더빙 혹은 자막 처리 여부	터키어 더빙



자료: YouTube(https://www.YouTube.com/watch?v=AKs3LeMGwS0)

, , ,	
프로그램명	Sherlock Yack
콘텐츠 길이	15분
방영채널	Minika Go
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작국	이탈리아
제작사	Mondo TV
더빙 혹은 자막 처리 여부	터키어 더빙

### 라) 다큐멘터리



자료: TLC(https://www.tlctv.com.tr/agir-yasamlar-kellye-veda)

\\	
프로그램명	Ağır yaşamlar
콘텐츠 길이	60분
방영채널	TLC
방영횟수	주 1회(수)
중간광고 여부	있은
제작국	영국
제작사	Megalomedia
더빙 혹은 자막 처리 여부	터키어 자막/터키어 더빙



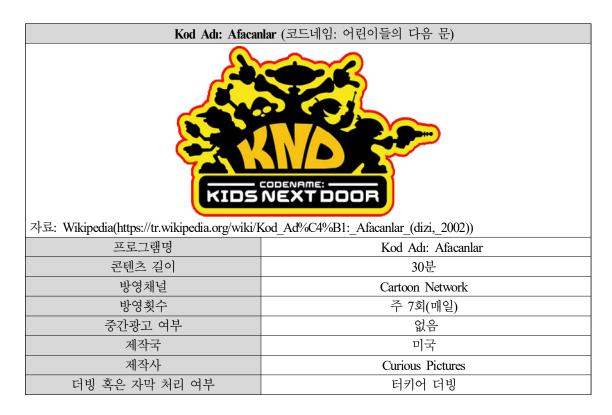


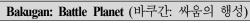
자료: Dmax(https://www.dmax.com.tr/program/alaskayi-mesken-tuttuk)

,
Alaska'yı Mesken Tuttuk
45분
DMAX
주 2회(토,일)
있음
미국
Park Slope Production
터키어 자막/터키어 더빙

### 2) 유료방송

### 가) 애니메이션







### 자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt9527662)

\ <u>1</u>	,
프로그램명	Bakugan: Battle Planet
콘텐츠 길이	30분
방영채널	Cartoon Network
방영횟수	주 7회(매일)
중간광고 여부	없음
제작국	일본
제작사	TMS Entertainment, Nelvana Enterprise,
	Man of Action Studios, Spin Master Entertinament
더빙 혹은 자막 처리 여부	터키어 더빙

### 나) 다큐멘터리

### Alaska: the last frontier (알레스카: 마지막 국경)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Alaska:\_The\_Last\_Frontier)

/
Alaska: The Last Frontier
42분
Discovery Channel
주 1회(수)
있음
미국
Fritz Creek, Alaska
터키어 자막

### Gold Rush (골드러쉬)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Gold\_Rush\_(TV\_series))

′′
Gold Rush
45분
Discovery Channel
주 1회(월)
<b>ା</b>
미국
Raw TV
터키어 자막

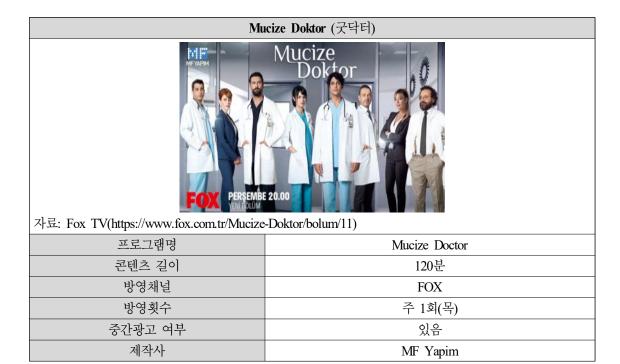
### 3. 현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황

### 가. 개요

○ (지상파방송) 한국 방송콘텐츠를 리메이크한 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서〈Mucize Doktor (굿닥터)〉,〈Bir Aşk Hikayesi (미안하다 사랑한다)〉 등, 한국 방송콘텐츠를 현지에서 방영한 방송콘텐츠는 예능 부문에서는〈Elin Oğlu (비정상회담)〉 등, 애니메이션 부문에서는〈Robot Trains (로봇트레인)〉 등이 있음

### 나. 인기 콘텐츠

- 1) 지상파방송
- 가) 드라마



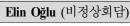
### Bir Aşk Hikayesi (미안하다 사랑한다)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Bir\_A%C5%9Fk\_Hikayesi)

프로그램명	Bir Aşk Hikayesi
콘텐츠 길이	110분
방영채널	FOX
방영횟수	주 1회(화)
중간광고 여부	있음
제작사	MF Yapım

### 나) 예능





자료: ATV(https://www.atv.com.tr/programlar/elin-oglu/hakkinda)

프로그램명	Elin Oğlu
콘텐츠 길이	90분
방영채널	ATV
방영횟수	주 1회(토)
중간광고 여부	있음
제작사	ATV
더빙 혹은 자막 처리 여부	터키어 자막

# 다) 애니메이션

## Robot Trenler (로봇트레인)



자료: Minika ÇOCUK(http://www.minikacocuk.com.tr/programlar/robot-trenler)

, , ,	· •
프로그램명	Robot Trenler
콘텐츠 길이	15분
방영채널	Minika ÇOCUK
방영횟수	주 7회(매일)
중간광고 여부	있음
	CJ E&M, Formula Comics Entertainment, Stone Comics
제작사	Entertainment, Union Investment Partners,
	Woori Investment Co.
더빙 혹은 자막 처리 여부	터키어 더빙

## 제 5 절 방송매체 이용행태 및 국제 공동제작에 대한 인식 조사 결과

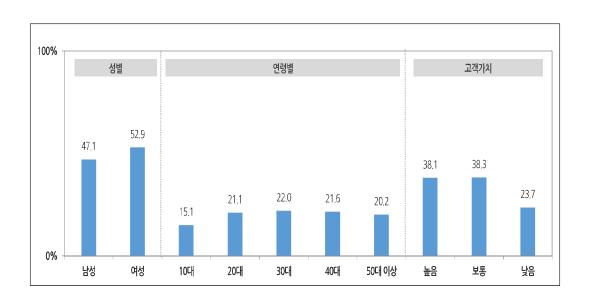
터키 10개 주요 도시 지역에 거주하는 만 17~59세 응답자 431명을 대상으로 한 조사에서 응답자의 73.1%가 지상파 TV를 시청하는 것으로 파악되었으며, 지상파 TV와 유료방송을 함께 시청하는 응답자가 많기 때문에 응답자의 77.5%는 유료방송도 시청하는 것으로 나타남. 또한, 전체 응답자의 74.5%가 온라인동영상제공서비스(OTT)를 이용하는 것으로 나타났으며, 주로 이용하는 OTT는 Netflix(46.7%), YouTube(20.9%), Tivibu(6.9%) 등인 것으로 파악됨

터키 응답자의 48%가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 있는 것으로 나타났고, 이들의 월 평균 한국 방송프로그램 시청 시간은 약 373.2분(약6시간)으로 파악됨. 한국 방송프로그램 시청은 주로 유료 온라인동영상서비스(29.5%)나 유료방송(19.8%) 그리고 지상파TV(19.3%)를 통해 이루어지고 있음. 전체 응답자의 27.1%는 한국 방송프로그램을 경험할 기회가 충분하지 않다고 답하였으며, 불충분한 이유에 대해서는 '광고나 홍보 부족'(41%)을 가장 큰 원인으로 꼽음

국가 간 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자는 전체 터키 응답자의 68.7%로 파악되었으며, 연간 시청한 공동제작 방송프로그램의 개수는 2편(32.1%)이 가장 높은 비율을 보임. 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 응답자의 39.5%가 '스토리'를 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요소라고 답하였으며, 43.6%가 '언어 문제(더빙, 자막 등)'를 불편한 점으로 지적하였음. 또한, 전체 응답자의 84%는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 응답하였으며, 84.9%는 국가 간 공동제작이자국 방송산업에 기여할 수 있다고 답하였음. 한국 연예인이 출연하거나 한국 방송사(제작사)가 제작한 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있다고 답한 응답자는 전체의 42.9%로 나타남

## 1. 응답자 특성

조사 대상	■ 만 17~59세 사이의 남녀
조사 지역	■ 터키 주요 도시 (이스탄불, 앙카라, 이즈미르, 부르사 등)
표본 수	■ 431명
표본추출 방법	■ 성/연령별 할당추출
자료수집 방법 ▶	■ 터키 현지 패널을 활용한 온라인 조사



## □ 고객가치 구분 기준

○ 월 동영상 콘텐츠 지출액 수준과 시청시간을 기준으로 고객가치를 구분함

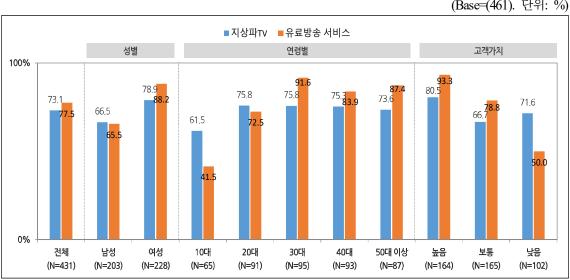
	명	기준
고객가치 높음	164	동영상 4시간 이상 시청 & 월 평균 동영상 사용금액 40 TL <sup>78)</sup> 이상
고객가치 보통	165	동영상 4시간 이상 시청 & 월 평균 동영상 사용 금액 40 TL 미만/ 동영상 4시간 미만 시청 & 월 평균 동영상 사용 금액 40 TL 이상
고객가치 낮음	102	동영상 4시간 미만 시청 & 월 평균 동영상 사용금액 40 TL 미만

<sup>78)</sup> TL(리라). 터키의 화폐 단위

### 2. 주요 결과

#### 가. TV 이용행태

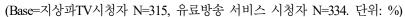
- □ 지상파/유료방송 서비스 TV 시청률
  - 귀하는 가정에서 지상파 안테나를 통해 TV를 시청하십니까?
  - 귀하는 가정에서 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료방송 서비스에 가입하여 TV를 시청하십니까?
  - 전반적으로 '유료방송 서비스 TV 시청률'이 77.5%로 높으며, '지상파TV 시청률'은 73.1% 수준임
  - 응답자 성별로 '유료방송 서비스 TV 시청률'은 여성이 88.2%로 남성보다 높으며, '지 상파TV 시청률'도 여성이 78.9%로 남성보다 높음
  - 연령별로 '지상파TV 시청률'은 20대와 30대가 75.8%로 가장 높으며 '유료방송 서비 스 TV 시청률'은 30대가 91.6%로 가장 높음
  - 고객 가치별로 '유료방송 서비스 TV 시청률'은 고객가치가 높은 집단이 93.3%로 가 장 높으며, '지상파TV 시청률'도 고객가치가 높은 집단이 80.5%로 가장 높음

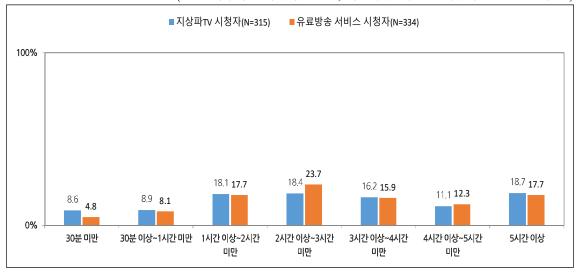


(Base=(461). 단위: %)

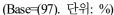
## □ 하루 평균 시청시간

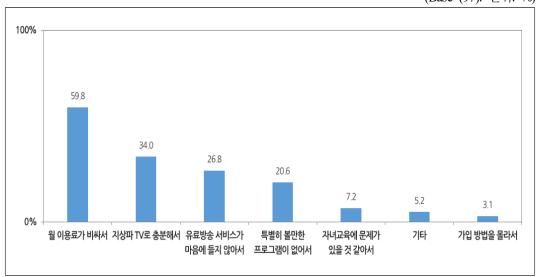
- (지상파 안테나 통한 TV 시청자 대상) 귀하는 TV수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV를 시청하십니까?
- (유료방송 서비스 가입 시청자 대상) 귀하는 TV수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV 를 시청하십니까?
- 응답자가 TV 수상기를 이용하여 지상파 안테나를 통해 TV를 시청하는 시간은 '5시간 이상'이 18.7%로 가장 높고, 유료방송 서비스에서 시청하는 시간은 '2시간 이상~3시간 미만'이 23.7%로 가장 높음





- □ 유료방송 서비스 비가입 이유
  - 유료방송 서비스에 가입하지 않은 이유는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
  - 응답자가 유료방송 서비스에 가입하지 않는 이유로 '월 이용료가 비싸서'가 59.8%로 가장 높고, 그 다음으로 '지상파TV로 충분해서(34%)', '유료방송 서비스가 마음에 들지 않아서(26.8%)' 등의 순으로 높음

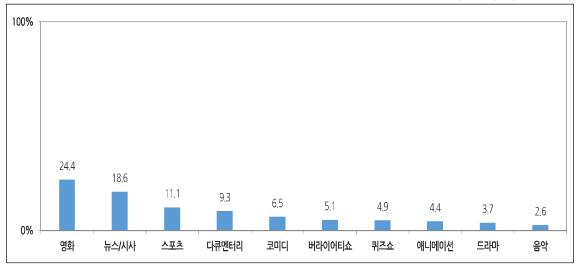




## □ 즐겨보는 장르

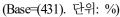
- 귀하가 TV를 시청할 때 즐겨보는 장르를 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (3위까지 선택 필수) (1순위 기준)
- 응답자가 TV를 시청할 때 즐겨보는 장르로 '영화'가 24.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '뉴스/시사(18.6%)', '스포츠(11.1%)', '다큐멘터리(9.3%)' 등의 순으로 높음

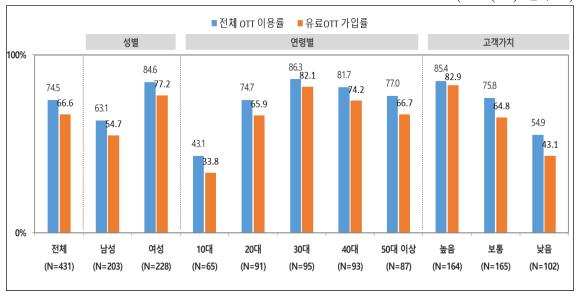
(Base=(431). 단위: %)



## 나. OTT 이용행태

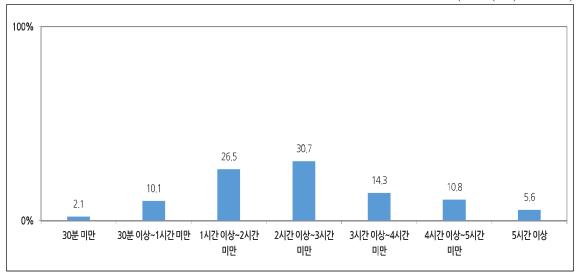
- □ OTT 이용 여부
  - 귀하는 유료 또는 무료로 온라인동영상서비스(OTT)를 이용하고 계십니까?
  - 귀하는 매월 월정액을 지불해야 하는 유료 온라인동영상서비스(OTT)에 가입하고 계십니까?
  - '전체 OTT 이용률'은 74.5%이며, '유료 OTT 가입률'은 66.6%임
  - 응답자 성별로 '전체 OTT 이용률'은 여성이 84.6%로 남성(63.1%)보다 높으며 '유료 OTT 가입률'도 여성(77.2%)이 남성(54.7%)보다 높음
  - 연령별로 '전체 OTT 이용률(86.3%)'과 '유료 OTT 가입률(82.1%)' 모두 30대가 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 '전체 OTT 이용률'이 85.4%로 가장 높고, '유료 OTT 가입률' 또한 82.9%로 가장 높음





## □ OTT 이용시간

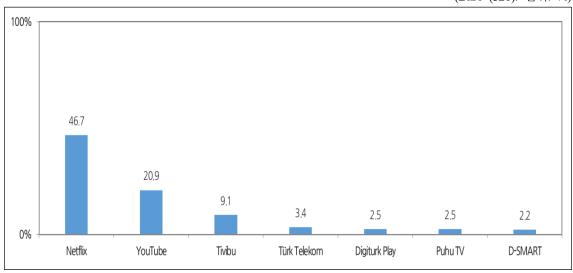
- 귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 하루 평균 몇 시간 정도 이용하십니까?
- 응답자의 하루 평균 OTT 이용시간은 '2시간 이상~3시간 미만' 비율이 30.7%로 가장 높고, 그 다음으로 '1시간 이상~2시간 미만(26.5%)', '3시간 이상~4시간 미만(14.3%)' 등의 순으로 높음



## □ 주이용 OTT

- 귀하가 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)를 많이 이용하는 순서대로 3개 까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 주로 이용하는 OTT로 'Netflix'가 46.7%로 가장 높고, 그 다음으로 'YouTube(20.9%)', 'Tivibu(6.9%)' 등의 순으로 높음

(Base=(321). 단위: %)



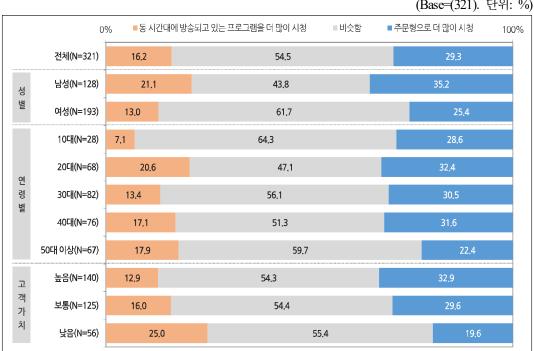
- □ 방송서비스와 OTT 중 주이용 서비스
  - ㅇ 귀하는 방송프로그램이나 영화, 스포츠 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하는 경우 방송서비스 (지상파TV 또는 유료방송)와 온라인동영상서비스(OTT) 중 어느 것을 더 많이 이용하십니까?
  - 응답자가 '방송서비스'와 'OTT' 중에서 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율이 38%, '방 송 서비스'를 더 많이 이용하는 비율이 26.5%로, 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율이 11.5%p 높음
  - 응답자 성별로는 남성(41.4%)과 여성(35.8%) 모두 'OTT'를 더 많이 이용하는 것으로 나타남
  - 응답자 연령별로 '방송서비스'를 더 많이 이용하는 비율은 20대가 32.4%로 가장 높으 며, 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율은 10대가 46.4%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 'OTT'를 더 많이 이용한다는 응답의 비율이 42.1%로 가장 높음

■온라인동영상서비스(OTT)를 더 많이 이용 0% ■방송서비스(지상파, 유료방송)를 더 많이 이용 ■비슷함 전체(N=321) 26.5 35.5 남성(N=128) 28,1 30,5 여성(N=193) 25.4 38.9 10대(N=28) 28.6 25.0 25.0 20대(N=68) 32,4 30대(N=82) 23,2 34.1 40대(N=76) 25.0 44.7 40,3 50대 이상(N=67) 26,9 <del>높음</del>(N=140) 20,7 37.1 고 객 가 보통(N=125) 34.4 33.9 낮음(N=56) 33,9

(Base=(321). 단위: %)

#### □ 선호하는 OTT 시청 유형

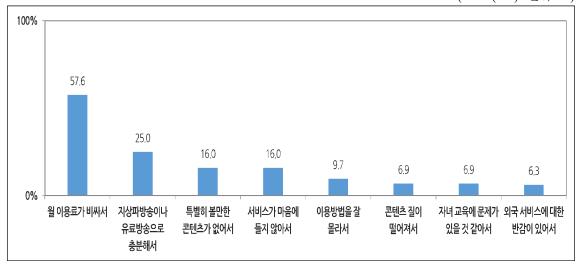
- 귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 TV에서 동 시간대에 방송되거나 중계되고 있는 프로그램을 더 많이 시청하십니까? 아니면 이미 방송된 프로그램이나 영화 등을 주문형으로 더 많이 시청하십니까?
- 응답자가 OTT를 이용할 때 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 29.3%, '동 시간 대에 방송되고 있는 프로그램을 더 많이 시청한다'는 비율이 16.2%로, '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 13.1%p 높음
- 응답자 성별로 남성(35.2%)과 여성(25.4%) 모두 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비 율이 더 높음
- 응답자 연령별로 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 20대가 32.4%로 가장 높으 며, '동 시간대에 방송되고 있는 프로그램을 더 많이 시청한다'는 비율도 20대가 20.6%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단이 '주문형으로 더 많이 시청한다'가 32.9%로 가 장 높음



(Base=(321). 단위: %)

- □ OTT 또는 유료 서비스 비가입 이유
  - 귀하가 온라인동영상서비스(OTT)를 이용하지 않거나 유료 서비스에 가입하지 않으신 이유는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
  - 응답자가 OTT를 이용하지 않거나 유료 서비스에 가입하지 않은 이유로 '월 이용료가 비싸서'가 57.6%로 가장 높고, 그 다음으로 '지상파방송이나 유료방송으로 충분해서 (25%)', '특별히 볼만한 콘텐츠가 없어서(16%)', '서비스가 마음에 들지 않아서(16%)' 등의 순으로 높음

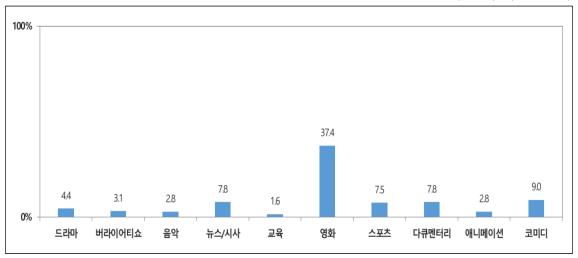
(Base=(144). 단위: %)



## □ 즐겨보는 장르

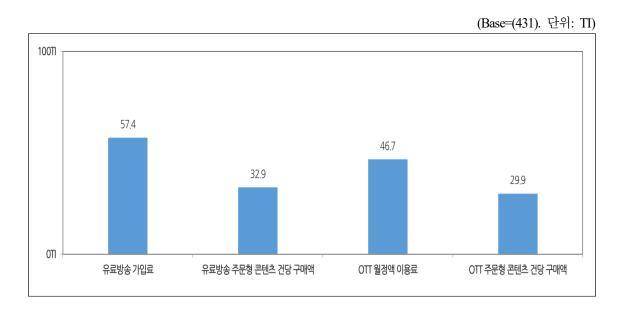
- 귀하가 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 즐겨 보는 장르를 많이 이용하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 OTT를 이용할 때 즐겨 보는 장르로 '영화'가 37.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '코미디(9%)', '다큐멘터리(7.8%)', '뉴스/시사(7.8%)' 등의 순으로 높음

(Base=(321). 단위: %)

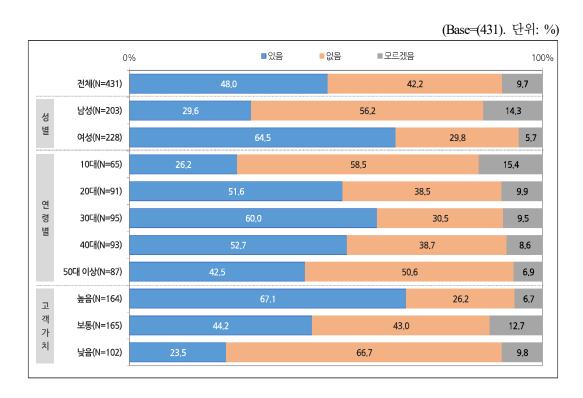


#### 다. TV 및 OTT 유료 서비스 이용행태

- 귀하(또는 귀하의 가정)는 케이블, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료로 매월 얼마나 지불하십니까? TV, 전화, 인터넷 등 결합상품(번들링 패키지) 이용 시 인터넷, 휴대전화 요금을 제외하고응답해 주십시오.
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 유료방송 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매(개별 결제)로 매월 얼마 나 지불하십니까?
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT 서비스) 월정액 이용료로 매월 얼마나 지불하십니까?
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT 서비스)에서 주문형 콘텐츠 건당 구매로 매월 얼마나 지불하십니까?
- 터키의 케이블, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료의 평균은 57.4TI으고, OTT 월정 액 이용료의 평균은 46.7TI임
- 터키의 매월 유료방송 주문형 콘텐츠 건당 구매액의 평균은 32.9TI이고, OTT 주문형 콘텐츠 건당 구매액은 29.9TI임

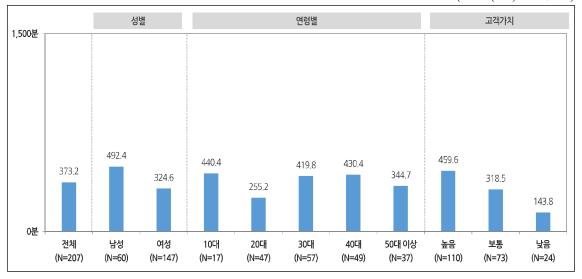


- 라. 한국 동영상 콘텐츠 이용행태
- □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 경험
  - 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 있으십니까?
  - 응답자의 48%가 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험이 있는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로는 남성(29.6%)보다 여성(64.5%)의 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험이 높음
  - 응답자 연령별로 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험은 30대가 60%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단이 한국 동영상 콘텐츠 시청경험 비율이 67.1%로 가장 높음



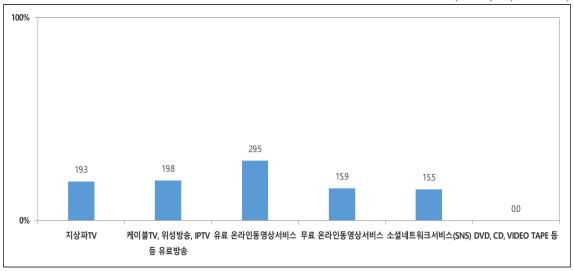
#### □ 월 평균 시청시간

- 귀하는 매월 평균 몇 시간 정도 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하십니까?
- 응답자의 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'은 373.2분(약 6시간 정도)임
- 응답자 성별로 여성(324.6분)보다 남성(492.4분)의 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'이 높음
- 응답자 연령별로 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'은 10대가 440.4분으로 가 장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 응답자의 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'이 459.6분으로 가장 높음



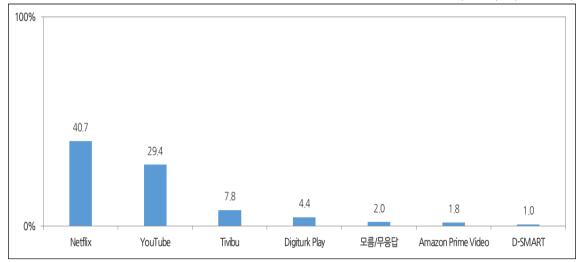
## □ 주시청 방법

- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하는 주된 방법은 무엇입니까? 많이 이용하는 순서대로 3위까지 선택해주시기 바랍니다. (1순위 기준)
- 응답자는 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는 주된 방법으로 '유료 온라인동영상서비스 (29.5%)'가 가장 높고, 그 다음으로 '유료방송(19.8%)', '지상파TV(19.3%)' 등의 순으로 높음



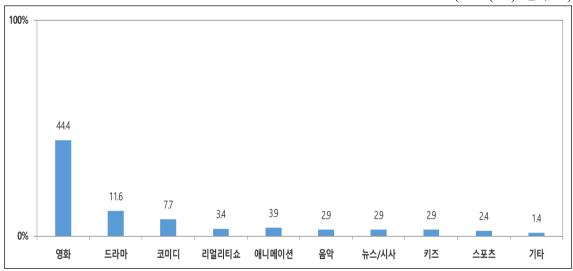
## □ 주이용 OTT

- 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하기 위해 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)는 무엇입니까? 많이 사용하는 순서대로 3위까지 응답해주시기 바랍 니다. (1순위 기준)
- 응답자는 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는 주요 OTT로 'Netflix'가 40.7%로 가장 높고, 그 다음으로 'YouTube(29.4%)', 'Tivibu(7.8%)' 등의 순으로 높음



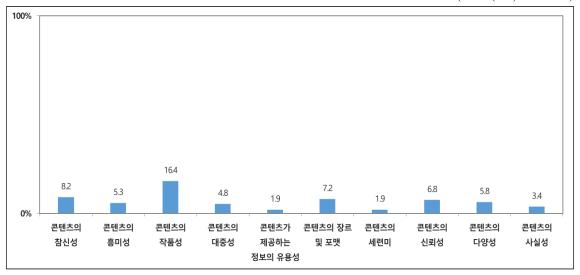
## □ 즐겨보는 장르

- 귀하가 주로 시청하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠의 장르는 무엇입 니까? 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 주로 시청하는 한국 동영상 콘텐츠의 장르로 '영화'가 44.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '드라마(11.6%)', '코미디(7.7%)' 등의 순으로 높음



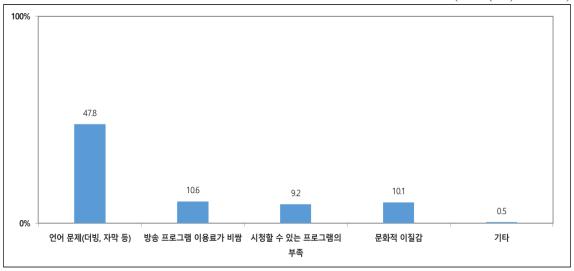
## □ 선택 시 주요 고려요인

- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 선택할 때 중요하게 생각하는 요인은 무엇입니까? 중요하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 선택할 때 중요하게 생각하는 요인으로 '콘텐츠의 작품성'이 16.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '콘텐츠의 참신성(8.2%)', '콘텐츠의 장르 및 포맷(7.2%)' 등의 순으로 높음

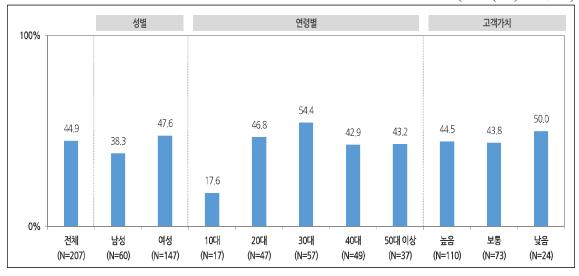


## □ 시청 시 불편사항

- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? 가장 불편하다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점으로 '언어 문제'가 47.8%로 가장 높고, 그 다음으로 '방송 프로그램 이용료가 비쌈(10.6%)', '문화적 이질감(10.1%)' 등의 순으로 높음

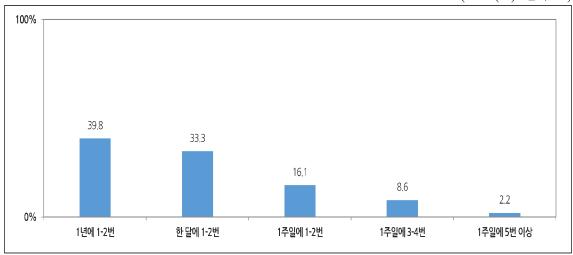


- □ 한국 동영상 콘텐츠 스트리밍/다운로드 경험
- 1) 경험수준
  - 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 스트 리밍 또는 다운로드하여 시청한 경험이 있습니까?
  - 응답자의 44.9%가 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해 본 경험이 있는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로 여성의 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운 로드 해본 경험이 47.6%로 남성(38.3%)보다 높음
  - 응답자 연령별로 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험은 30대가 54.4%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 낮은 집단의 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험이 50%로 가장 높음



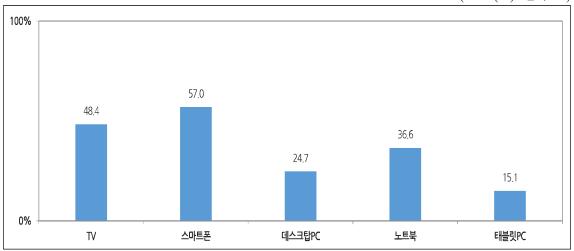
- 2) 스트리밍/다운로드 빈도
  - 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 스트 리밍 또는 다운로드하여 얼마나 자주 시청하십니까?
  - 한국 동영상 콘텐츠를 '1년에 1~2번' 비용을 지불하지 않고 스트리밍/다운로드하여 시청하는 경우가 39.8%로 가장 높고, 그 다음으로 '한달에 1~2번(33.3%)', '1주일에 1~2번(16.1%)' 등의 순으로 높음

(Base=(93). 단위: %)



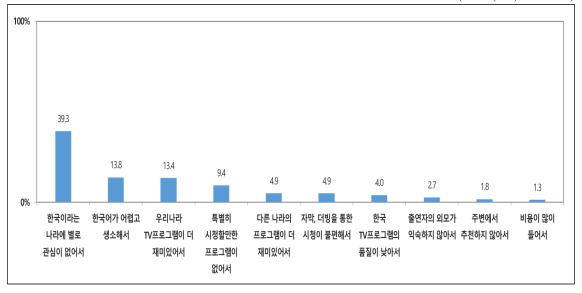
- 3) 스트리밍/다운로드 시 주이용 시청기기
  - 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 주로 이용하는 동영상 시청기기는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
  - 이용자가 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는데 사용하는 기기로 '스마트폰'이 57%로 가장 높고, 그 다음으로 'TV(48.4%)', '노트북(36.6%)', '데스크탑 PC(24.7%)' 등의 순으로 높음

(Base=(93). 단위: %)



- □ 한국 동영상 콘텐츠 시청경험 없음 이유
  - 귀하는 어떠한 이유로 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험 이 없으십니까? 가장 큰 이유 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 없는 이유로 '한국이라는 나라에 별로 관심이 없어서'가 39.3%로 가장 높고, 그 다음으로 '한국어가 어렵고 생소해서 (13.8%)', '우리나라 TV프로그램이 더 재미있어서(13.4%)' 등의 순으로 높음

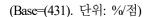
(Base=(224). 단위: %)

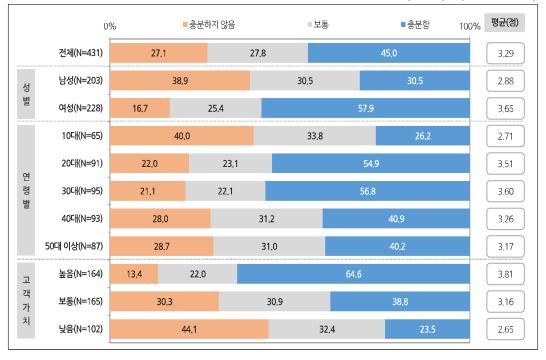


#### □ 한국 동영상 콘텐츠 시청기회

#### 1) 충분수준

- 귀하는 평소에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분 하다고 생각하십니까?
- 응답자의 45%가 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 수 있는 기회가 '충분하다'고 응답함
- 응답자 성별로 남성(30.5%)보다 여성(57.9%)의 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 '충분하다'고 응답한 비율이 높음
- 응답자 연령별로 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 '충분하다'고 응답한 비율이 30대가 56.8%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 '충분 하다'고 응답한 비율이 64.6%로 가장 높음

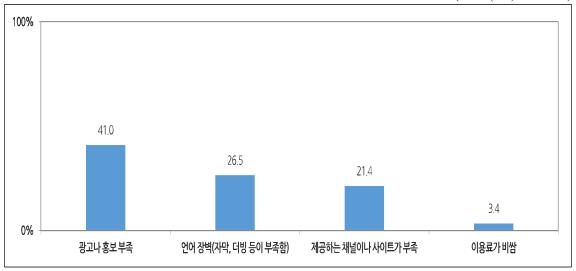




## 2) 불충분 이유

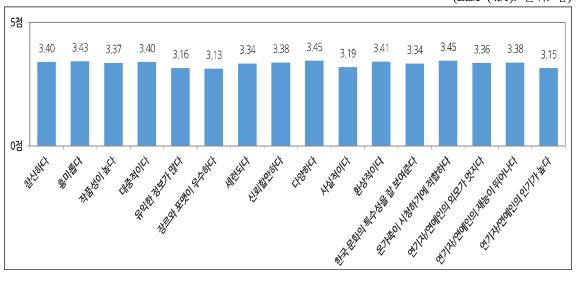
- 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유는 무엇입니까?
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠 시청 기회가 불충분한 이유로 '광고나 홍보 부족'이 41%로 가장 높고, 그 다음으로 '언어 장벽(26.5%)', '제공하는 채널이나 사이트 부족 (21.4%)' 등의 순으로 높음

(Base=(117). 단위: %)



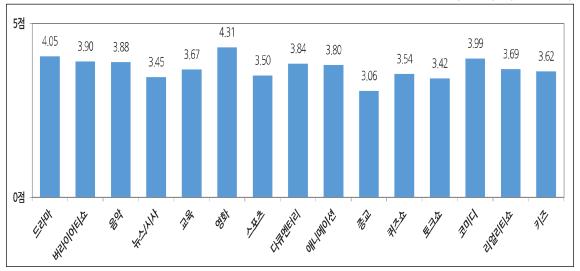
- 마. 한국 동영상 콘텐츠 인식평가
- □ 항목별 평가
  - 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠에 대해 전반적으로 어떻게 생각 하는지 응답해 주십시오. (5점 만점)
  - 응답자의 한국 동영상 콘텐츠에 대한 인식을 살펴보면 '다양하다(3.45점)'와 '온가족 이 시청하기에 적합하다(3.45점)'가 가장 높고, 그 다음으로 '흥미롭다(3.43점)', '환상 적이다(3.41점)' 등의 순으로 높음

(Base=(431). 단위: 점)



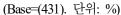
## □ 장르별 만족도 평가

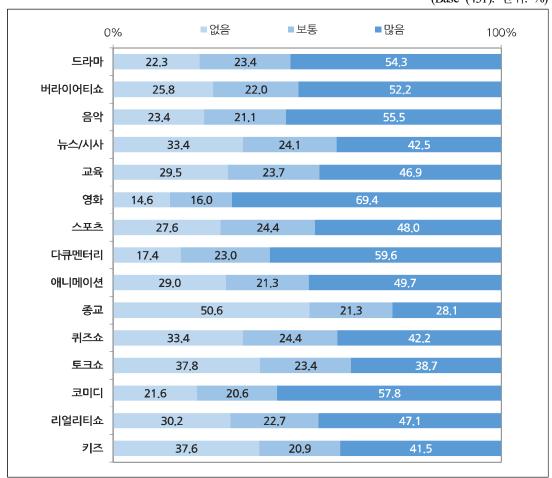
- 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠에 대해 어느 정도 만족하십니까? (5점 만점)
- 응답자의 장르별 한국 동영상 콘텐츠 만족도를 살펴보면 '영화(4.31점)'가 가장 높고, 그 다음으로 '드라마(4.05점)', '코미디(3.99점)', '버라이어티쇼(3.9점)' 등의 순으로 높음



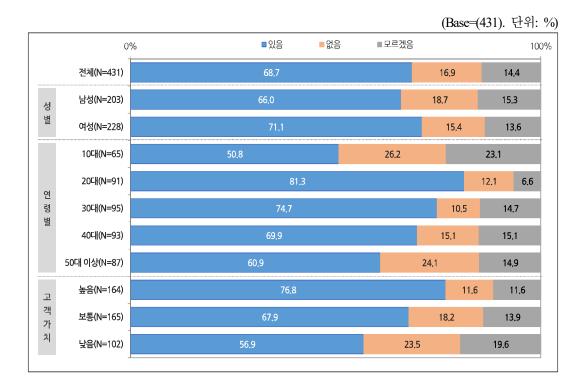
#### □ 장르별 향후 시청의향

- 귀하는 향후에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하실 의향이 어느 정도 있으십니까?
- 응답자의 장르별 한국 동영상 콘텐츠 향후 시청의향을 살펴보면 '영화'가 69.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '다큐멘터리(59.6%)', '코미디(57.8%)' 등의 순으로 높음



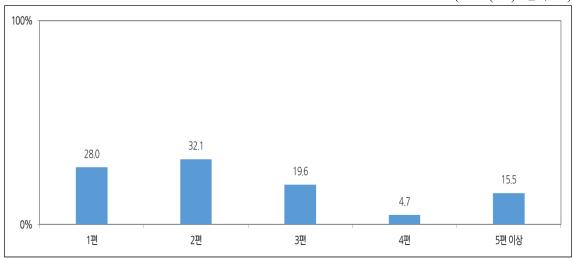


- 바. 국가 간 방송프로그램 공동제작 인식평가
- □ 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험
  - 귀하는 국가 간 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?
  - 응답자의 68.7%가 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로 남성(66%)보다 여성(71.1%)의 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 높음
  - 응답자 연령별로 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험은 20대가 81.3%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 76.8%로 가장 높음



- □ 시청경험
- 1) 전년도 시청 편 수
  - 귀하가 작년(2018년)에 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램은 모두 몇 편이나 됩니까?
  - 응답자가 2018년에 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램 편 수는 '2편'이 32.1%로 가장 높고, 그 다음으로 '1편'이 28%로 높음. 또한 '5편 이상'은 15.5%로 나타남

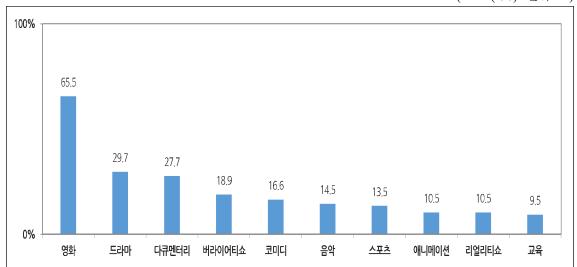
(Base=(296). 단위: %)



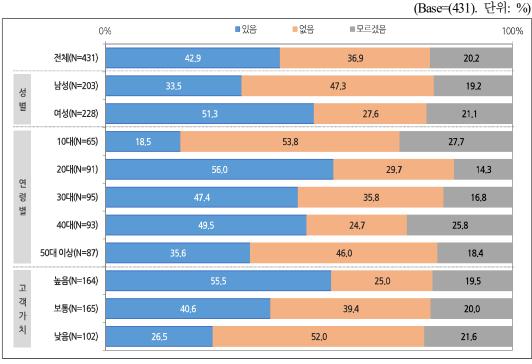
## 2) 시청경험 있는 장르

- 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램의 장르는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오.
- 응답자가 시청경험 있는 국가 간 공동제작 방송프로그램의 장르로 '영화'가 65.5% 로 가장 높고, 그 다음으로 '드라마(29.7%)', '다큐멘터리(27.7%)' 등의 순으로 높음

(Base=(296). 단위: %)

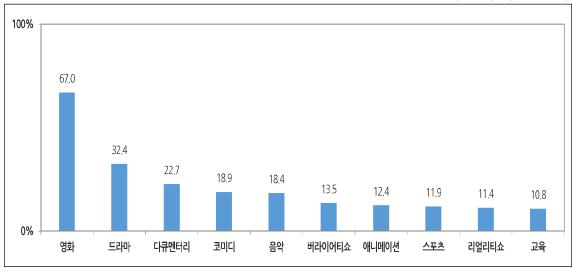


- 3) 한국-터키 공동제작 방송프로그램 시청 경험
  - 귀하는 한국 연예인이 출연하거나 한국 방송사(제작사)가 우리나라의 방송사(제작사)와 공동으 로 제작한 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?
  - 응답자의 42.9%가 한국과 터키 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 것으로 나 타남
  - 응답자 성별로 남성(33.5%)보다 여성(51.3%)의 한국과 터키 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 높음
  - 응답자 연령별로 한국과 터키 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 20대가 56%로 가장 높음
  - ㅇ 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 한국과 터키 공동제작 방송프로그램 시청 경 험이 55.5%로 가장 높음



- 4) 한국-터키 공동제작 방송프로그램 시청경험 있는 장르
  - 귀하가 시청한 한국과 우리나라의 공동제작 방송프로그램의 장르는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오.
  - 응답자가 시청한 한국과 터키 공동제작 방송프로그램의 장르로 '영화'가 67%로 가장 높으며, 그 다음으로 '드라마(32.4%)', '다큐멘터리(22.7%)' 등의 순으로 나타남

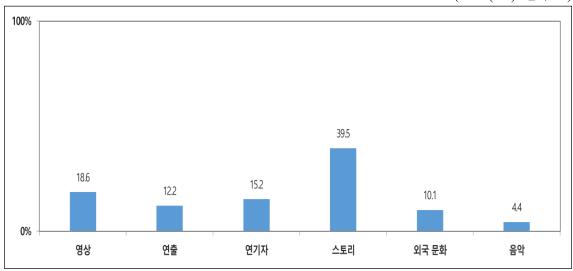
(Base=(185). 단위: %)



# □ 선호요인

- 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요인은 무엇입니까? 가장 좋았다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자의 국가 간 공동제작 방송프로그램 선호 요인으로 '스토리'가 39.5%로 가장 높고, 그 다음으로 '영상(18.6%)', '연기자(15.2%)' 등의 순으로 높음

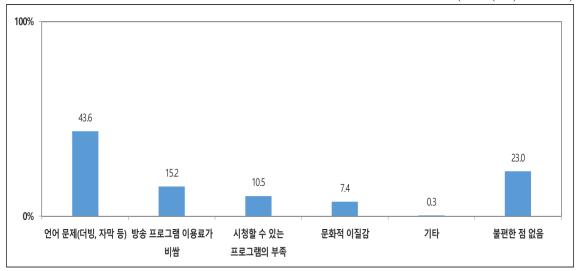
(Base=(296). 단위: %)



# □ 시청 시 불편사항

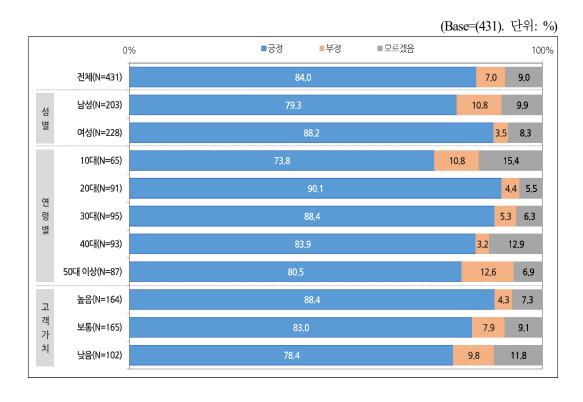
- 귀하가 국가 간 방송프로그램을 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? 가장 불편했다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 국가 간 방송프로그램을 시청할 때 불편한 점으로 '언어 문제'가 43.6%로 가장 높고, 그 다음으로 '방송 프로그램 이용료가 비쌈(15.2%)', '시청할 수 있는 프로그램의 부족(10.5%)' 등의 순으로 높음

(Base=(249). 단위: %)



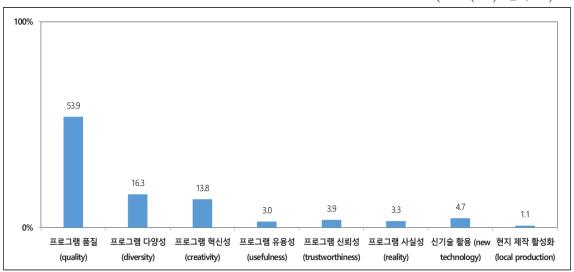
### □ 공동제작을 통한 방송프로그램 제작 기여

- 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 생각하십니까? 그 렇지 않다고 생각하십니까?
- 응답자의 84%가 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 생각하는 것으로 나타남
- 응답자 성별로 남성(79.3%)보다 여성(88.2%)이 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그 램을 제작할 수 있다고 생각함
- 응답자 연령별로 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작될 수 있다고 생각하는지에 대해 20대가 90.1%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그 램을 제작할 수 있다고 응답한 비율이 88.4%로 가장 높음



- □ 공동제작을 통해 향상 가능한 측면
  - 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 더 좋은 방송프로그램이 제작될 수 있다고 생각하십니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 국가 간 공동제작을 통해 향상 가능한 측면으로 '프로그램 품질(Quality)'이 53.9%로 가장 높고, 그 다음 '프로그램 다양성(Diversity)(16.3%)', '프로그램 혁신성 (Creativity)(13.8%)' 등의 순으로 높음

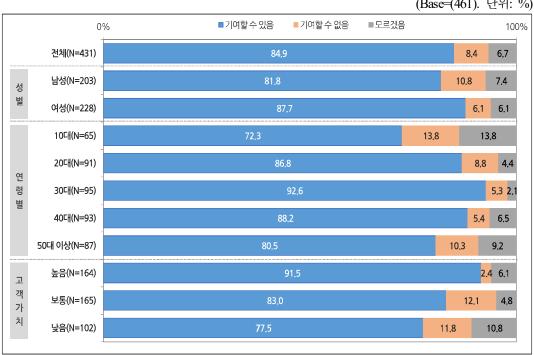
(Base=(362). 단위: %)



### □ 자국 방송산업 기여현황

# 1) 기여도

- 귀하는 국가 간 공동제작이 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 기여할 수 없다고 생각하십니까?
- 응답자가 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율은 84.9%임
- 응답자 성별로 남성(81.8%)보다 여성(87.7%)이 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율이 높음
- 응답자 연령별로 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율이 30대가 92.6%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여 할 수 있다'고 응답한 비율이 91.5%로 가장 높음

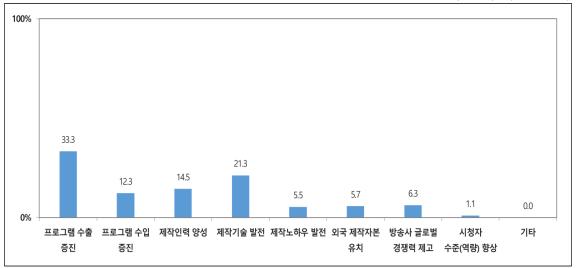


(Base=(461). 단위: %)

# 2) 기여 측면

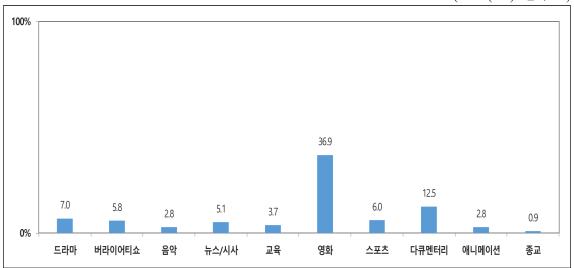
- 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 기여할 수 있는 측면으로 '프로그램 수출 증진'이 33.3%로 가장 높고, 그 다음으로 '제작기술 발전(21.3%)', '제작인력 양성 (14.5%)', '프로그램 수입 증진(12.3%)' 등의 순으로 높음

(Base=(366). 단위: %)

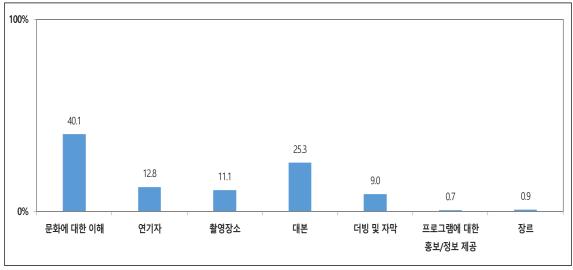


# □ 제작 적합 장르

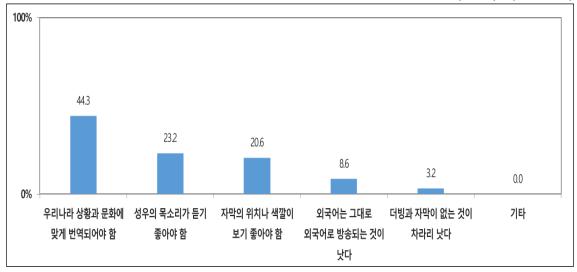
- 국가 간 방송프로그램 공동제작에 적합하다고 생각하는 장르는 무엇이라 생각하십니까? 가장 적합하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 생각하는 국가 간 방송프로그램 공동제작 적합 장르로 '영화'가 36.9%로 가장 높고, 다음으로 '다큐멘터리(12.5%)', '드라마(7%)', '스포츠(6%)' 등의 순으로 높음



- □ 제작 시 고려사항
- 1) 제작 시 고려요인
  - 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 고려해야 할 요인은 무엇이라 생각하십니까? 가장 먼저 고려해야 한다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 응답자가 생각하는 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 고려해야 할 요인으로 '문화에 대한 이해'가 40.1%로 가장 높고, 그 다음으로 '대본(25.3%)', '연기자(12.8%)' 등의 순으로 높음



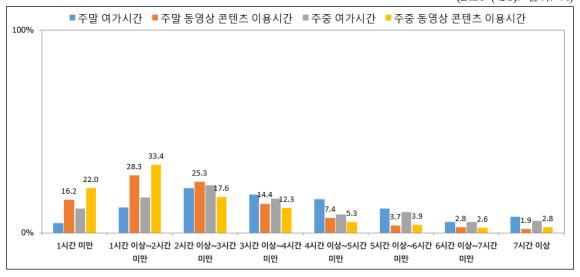
- 2) 제작 시 더빙/자막 중요요인
  - 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 필요한 더빙과 자막의 경우 어떤 요인이 중요하다고 생각 하십니까? 중요하다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 응답자가 생각하는 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 필요한 더빙 및 자막의 중요 요인으로 '우리나라 상황과 문화에 맞게 번역되어야 함(44.3%)'이 가장 높고, 그 다 음으로 '성우의 목소리가 듣기 좋아야 함(23.2%)', '자막의 위치나 색깔이 보기 좋아 야 함(20.6%)' 등의 순으로 높음



### 사. TV 및 OTT 이용환경

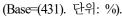
### □ 여가생활 활용시간

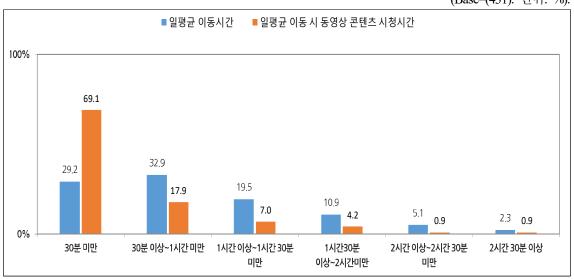
- 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.
- 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용 하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.
- 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이 용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 응답자가 여가생활에 동영상 콘텐츠를 이용하는 하루 평균 시간은 주말의 경우 '1시간 이상~2시간 미만'이 28.3%로 가장 높고, 주중의 경우도 '1시간 이상~2시간 미만'이 33.4%로 가장 높음



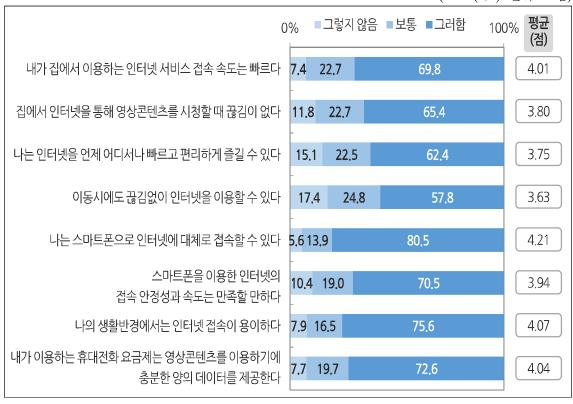
# □ 이동 시 활용시간

- 귀하는 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하는 데 하루 평균 얼마만큼의 시간을 소요합니까? ○ 귀하가 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하면서, 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 응답자가 일상적으로 이동하는데 걸리는 하루 평균 시간은 '30분 이상~1시간 미만' 이 32.9%로 가장 높음
- 응답자가 일상적으로 이동시 동영상 콘텐츠를 시청하는 하루 평균 시간은 '30분 미만'이 69.1%임





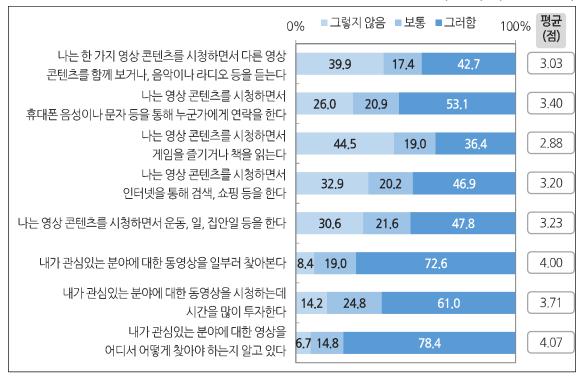
- □ 인터넷 사용 환경 평가
  - 귀하의 인터넷 사용 환경과 관련하여 다음 질문에 응답해 주십시오.
  - 응답자의 인터넷 사용 환경에 대해서 '나는 스마트폰으로 인터넷에 대체로 접속할수 있다'가 80.5%로 가장 높고, 그 다음으로 '나의 생활반경에는 인터넷 접속이 용이하다(75.6%)', '내가 이용하는 휴대전화 요금제는 영상콘텐츠를 이용하기에 충분한 양이 데이터를 제공한다(72.6%)' 등의 순으로 높음



### □ 시청행동별 동의수준

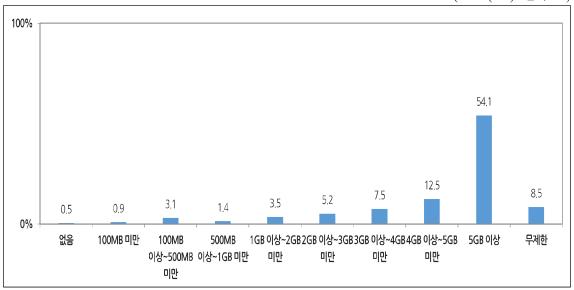
- 귀하는 다음 질문에 어느 정도 동의하는지 응답해 주십시오.
- 응답자의 시청행동별 동의 수준에 대해서 '내가 관심있는 분야에 대한 동영상을 어디서 어떻게 찾아야하는지 알고 있다'가 78.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '내가 관심있는 분야에 대한 동영상을 일부러 찾아본다(72.6%)', '내가 관심있는 분야에 대한 동영상을 시청하는데 시간을 많이 투자한다(61%)' 등의 순으로 높음

(Base=(431). 단위: %/점)



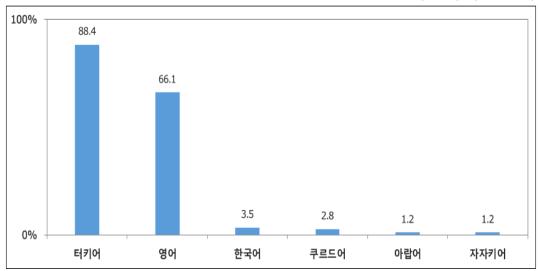
- 아. 동영상 콘텐츠 시청관련 기타
  - □ 현재 이용 휴대전화 데이터 제공량
    - 귀하가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 얼마나 됩니까?
    - 응답자가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 '5GB이상'이 54.1%로 가장 높으며, 그 다음으로 '4GB이상 5GB미만(12.5%)', '무제한(8.5%)' 등의 순으로 높음

(Base=(425). 단위: %)



# □ 더빙없이 시청 가능한 언어

- 귀하가 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 자막이나 더빙 없이 시청가능한 언어는 무엇 무엇이 있습니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
- 응답자가 동영상 콘텐츠를 시청할 때 자막/더빙 없이 시청 가능한 언어로 '터키어'가 88.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '영어(66.1%)', '한국어(3.5%)' 등의 순으로 높음



# 제4장 캐나다

캐나다의 방송시장 규모는 약 113억 4,900만 달러로, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 -0.2%를 기록할 것으로 예측됨. 플랫폼 별 시장구조를 살펴보면 2018년 기준 케이블방송이 전체의 약 44%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 지상파방송이 약 21%를 차지함

2018년 캐나다의 OTT 서비스 매출규모는 약 19억 1,600만 달러로, 방송시장과 비교하면 약 16.8%에 불과하나, 2024년까지 약 40억 6,300만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 2.1배 증가할 것으로 예측됨. 유료 OTT 서비스는 대부분 구독형 서비스를 통해 이뤄지고 있음

캐나다의 방송산업을 주관하는 정부부처는 문화·체육·스포츠·예술을 담당하는 문화유 산부(Department of Canadian Heritage)이며, 규제기관은 라디오-TV 통신위원회(Canadian Radio- television and Telecommunications Commission, CRTC)임

캐나다 방송정책의 근간을 이루는 법은 1991년 제정된〈방송법(Broadcasting Act)〉이며, 방송을 포함한 무선통신의 기술적인 사항에 대한 내용을 담고 있는〈무선통신법(Radio Communication Act)〉등이 있음

# 제1절 방송시장 및 사업자 현황

〈표 4-1〉 캐나다 일반정보

	수도	오타와(Ottawa)
	국토면적(sq km)	9,984.7천
A .	인구 수	37백만
	언어	영어, 프랑스어
	GDP(USD billion)	1,734
	경제 성장률	2.1%
	TV보유 가구 수(천)	13,691
	방송규제기관	라디오-TV 통신위원회(CRTC)

자료: 수출입은행(2019), 정보통신산업진흥원(2018c), OVUM(2019d)

## 1. 방송시장 규모

## 가. 방송시장 규모 및 전망

- (방송시장 규모) 캐나다의 2018년 방송시장 매출액 규모는 약 113억 4,900만 달러로, 전년 대비 약 1억 4,200만 달러 감소하였으며 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 -0.2%를 기록할 것으로 예측됨
- (TV매출액) 캐나다의 2018년 TV매출액은 약 70억 6,900만 달러로, 전년 대비 약 9,600 만 달러 감소함
- (TV광고 매출액) 캐나다의 2018년 TV광고 매출액은 약 27억 7,100만 달러로, 전년 대비 약 3,100만 달러 감소함
- (라디오 매출액) 캐나다의 2018년 라디오 매출액은 전체 약 15억 900만 달러로, 전년 대비 약 1,500만 달러 감소함

〈표 4-2〉 캐나다 방송시장 매출액 및 전망(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
TV매출	7,563	7,524	7,278	7,165	7,069	6,997	6,965	6,951	6,942	6,935
TV광고	2,876	2,845	2,842	2,802	2,771	2,775	2,798	2,791	2,825	2,824
라디오	1,502	1,542	1,555	1,524	1,509	1,493	1,481	1,474	1,472	1,472
합계	11,941	11,911	11,675	11,491	11,349	11,265	11,244	11,216	11,239	11,231

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019c)

# 나. TV광고시장 규모

- (TV광고시장) 캐나다의 2018년 TV광고시장 매출액은 약 27억 7,100만 달러이며 2018~ 2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 0.4%로, 2023년까지 약 28억 2,400만 달러 규모의 시장으로 성장할 것으로 예측됨
- (지상파방송 광고) 캐나다의 2018년 지상파방송 광고 매출액은 약 15억 6,200만 달러로, 전체 TV광고시장 매출의 약 56.4%를 차지하고 있음
- (유료방송 광고) 2018년 캐나다 유료방송 광고 매출액은 약 10억 2,800만 달러로, 전체 TV광고시장 매출의 약 37%를 차지하고 있음
- (온라인TV 광고) 캐나다의 2018년 온라인TV 광고 매출액은 약 1억 8,100만 달러로, 전 년 대비 약 2,000만 달러 증가하였으며 2023년까지 지속적인 성장세를 보일 것으로 예 측됨

〈표 4-3〉 캐나다 TV광고시장 매출액 및 전망(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

									( = 11.	1 1)
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
지상파방송	1,741	1,707	1,666	1,604	1,562	1,548	1,552	1,538	1,550	1,542
유료방송	1,033	1,018	1,035	1,036	1,028	1,029	1,035	1,029	1,041	1,039
온라인TV	102	120	141	161	181	198	211	224	234	243
합계	2,876	2,845	2,842	2,802	2,771	2,775	2,798	2,791	2,825	2,824

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019c)

## 2. 방송가입자 현황

○ (방송가입자 현황) 캐나다의 2018년 전체 TV 보유 가구 수는 약 1,369.1만 가구이며, TV시청은 디지털 케이블방송(43%), 디지털 지상파방송(21%), IPTV(21%), 유료 디지털 위성방송(14%), 아날로그 케이블방송(1%) 등을 통하여 이루어지고 있음

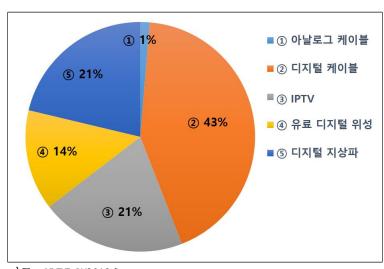
〈표 4-4〉 캐나다 TV 보유 가구 플랫폼별 현황(2013~2018)

(단위: 천 가구)

					( -	
구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TV 보유 가구 수	13,174	13,290	13,406	13,517	13,612	13,691
아날로그 지상파	28	25	19	11	0	0
아날로그 위성	0	0	0	0	0	0
아날로그 케이블	1,568	1,223	884	657	345	181
디지털 케이블	5,991	5,969	5,982	5,912	5,928	5,841
IPTV	1,516	1,878	2,199	2,425	2,622	2,798
유료 디지털 위성	2,693	2,536	2,385	2,212	2,065	1,931
무료 디지털 위성	19	26	31	33	34	35
디지털 지상파 단독 수신	1,361	1,632	1,905	2,267	2,618	2,905

자료: OVUM(2019d)

[그림 4-1] 캐나다 TV 시청 플랫폼별 현황(2018)



자료: OVUM((2019d)

## 3. 지상파방송

#### 가. 시장 구조

- 캐나다 정부의 디지털방송 전환 작업으로 인하여 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수가 증가할 전망임
- 2018년 무료 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수는 약 189.1만 가구로, 전체 TV보 유 가구 수의 약 13.1%를 차지함
  - 대부분의 주요 방송사들은 2011년에 지상파 아날로그 방송을 종료함

〈표 4-5〉 캐나다 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
무료 DTT 가구 수	1,178	1,234	1,304	1,824	1,891	1,957	1,973	1,989	2,005	2,022
유료 DTT 가구 수	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DTT가구 비율(%)	8.4	8.8	9.2	12.7	13.1	13.4	13.5	13.6	13.6	13.7

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019g)

### 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
지상파방송	CBC, CTV, Global Television Network 등

○ 캐나다 지상파방송 주요 사업자는 CBC, CTV, Global Television Network 등이 있음

# 1) CBC

- CBC(Canadian Broadcasting Corporation)는 캐나다의 공영방송사로 1936년 〈방송법 (Broadcast Act)〉에 의해 설립되었으며 1952년 9월 CBC TV 방송서비스를 개시함
  - CBC TV의 프랑스어 방송채널은 Ici Radio-Canada Télé(Radio Canada)임
- CBC는 캐나다 의회를 통해 매년 운영비를 조달 받고 있어 기본적으로 광고를 제공하지 않는 것을 원칙으로 하며, 자금 보완을 위해 TV의 경우 유료 서비스도 제공하

고 있음79)

- 공영방송 CBC의 이사회는 의장(Chairperson)과 사장(CBC President)을 포함한 12명의 이사로 구성되며, 총독에 의해 임명됨
  - 이사의 임기는 5년이며 1회에 한해 재임 가능하고, 총독은 정당한 이유로 언제든지 해임할 수 있음
  - 의장과 사장의 임기가 만료 시 재임명될 자격이 있으나, 2회 연임한 기타 이사는 2
     번째 임기 종료 후 12개월 동안 의장 또는 사장으로 임명되는 경우를 제외하고는
     재임명될 수 없음
  - 이사는 캐나다 거주 캐나다인이어야 하며, 방송사와 소유주·경영자·고용인의 관계이거나, 방송사에 재산상 또는 금전적 이해관계를 갖거나, 방송사의 사용을 주된 목적으로 하는 프로그램 자료의 제작 또는 유통에 종사하지 않아야 함
  - 영어·프랑스어 이사회를 각각 별도로 구성하며, 각각 영어·프랑스어 방송에 대한 운영의 책임을 짐
- 2019년 CBC/Radio-Canada는 신규 전략 'Your Stories, Taken to Heart'를 발표함®
  - 2022년까지 5가지 주요 우선순위에 집중하기로 함: 맞춤형 디지털 서비스 (customized digital services), 젊은 시청자와의 소통(engaging with young audiences), 국내시청자와의 소통(prioritizing our local connections), 현시대의 캐나다 모습 반영 (reflecting contemporary Canada), 캐나다를 세계로 인도(taking Canada to the world)
- 캐나다 전역에 총 27개의 방송국과 88개의 라디오 방송국 그리고 1개의 디지털 전용 방송국을 보유하고 있음<sup>81)</sup>
  - 이밖에도 7개의 해외 사무소를 보유하고 있으며 필요에 따라 주요 위치에 사무소를 설립할 수 있음
- CBC는 캐나다 공용어로 프로그램을 제공하고 있으며, 캐나다 원주민을 위하여 CBC
   North 채널에서 8개의 캐나다 원주민 언어(Chipewyan · Cree · Gwich'in · Inuktitut · Inuvialuktun · North Slavey · South Slavey · Tlicho)로 프로그램을 편성함

<sup>79)</sup> 정보통신산업진흥원(2014d), p.1.

<sup>80) &</sup>quot;Through the Years." CBC/Radio Canada, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://cbc.radio-canada.ca/en/your-public-broadcaster/history.

<sup>81)</sup> CBC/Radio-Canada(2019), p.5.

○ CBC의 2018년 연평균 시청점유율은 3.4%로 4위를 차지하였으며, Ici Radio-Canada Télé는 3.4%로 5위를 차지함<sup>82)</sup>

〈표 4-6〉 캐나다 CBC 주요 방송채널

채널	세부 내용
CBC	뉴스, 정보, 스포츠, 엔터테인먼트
CBC News Network	24시간 전문 뉴스 채널
Documentary Channel	다큐멘터리, 영화
CBC Kids	어린이를 위한 뉴스, 비디오, 게임
CBC North	캐나다 북부 지방을 위한 TV 채널
CBC Sports	스포츠 뉴스, 주요 스포츠 경기 라이브 스트리밍 등 제공
ICI ARTV	예술, 문화 전문 불어 채널
ICI RDI	최신 뉴스 및 사건 사고 정보를 불어로 제공

자료: CBC 공식 홈페이지(https://cbc.radio-canada.ca/en/services/programming-services), 정보통신산업진흥원(2014d)

#### 2) CTV

- CTV는 캐나다 최대 민영 방송사업자로, 2010년 9월 Bell Media의 모회사인 BCE가 CTV 지분을 100% 인수함
  - Bell Media는 CTV를 포함하여 2개의 지상파 네트워크(conventional networks)와 30 개의 전문 채널, 그리고 4개의 유료방송 서비스를 보유하고 있음<sup>83)</sup>
- CTV의 2018년 연평균 시청점유율은 8%로 1위를 차지하였으며, 2018년 CTV에서 가장 높은 시청률을 기록한 드라마는 미국의 〈빅뱅이론(Big Bang Theory)〉이고, 그 다음으로 〈The Good Doctor〉, 〈Young Sheldon〉, 〈Roseanne〉 등의 순으로 높음<sup>84)</sup>

#### 3) Global Television Network

- Global Television Network(이하 Global)는 캐나다 지상파방송 2위의 민영방송사로, 2016년 4월 캐나다의 미디어 그룹인 Corus Entertainment가 인수함
  - Global의 2018년 연평균 시청점유율은 5.9%로 2위를 차지함<sup>85)</sup>

<sup>82)</sup> Eurodata TV(2019), p.116.

<sup>83) &</sup>quot;Platforms." Bell Media, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.bellmedia.ca/platforms.

<sup>84)</sup> Eurodata TV(2019), p.117.

<sup>85)</sup> Eurodata TV(2019), p.116.

- Corus는 34개의 전문 채널과 15개의 방송국을 보유하고 있음
  - Corus가 운영하는 채널에는 Global Television Network, W Network, HGTV Canada, Food Network Canada, HISTORY®, Showcase, Adult Swim, National Geographic, Disney Channel Canada, YTV 및 Nickelodeon Canada 등이 포함되어 있음<sup>86)</sup>
  - Global은 13개의 방송국을 통해 캐나다 내 영어권 지역(97.7%)에 방송되고 있음<sup>87)</sup>
- 〈Global National〉은 Global에서 방영되는 전국 뉴스 프로그램으로, 캐나다의 뉴스 프로그램 중에서 가장 높은 시청률을 기록함
  - 이밖에도 Global에서 2018년 가장 인기 있는 프로그램은 미국 드라마인 〈New Amsterdam〉임

## 4. 유료방송

# 가. 시장 구조

- 캐나다의 2018년 유료방송 가입 가구 수는 약 1,073.9만 가구로, 전체 TV보유 가구의 약 74.2%를 차지함
- 캐나다 유료방송시장의 2018년 매출액은 전년 대비 약 0.03% 증가한 약 66억 3,400만 달러로, 2023년까지 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망됨

〈표 4-7〉 캐나다 유료방송 가입 가구 수 및 매출액(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
	11,556	11,364	11,131	10,938	10,739	10,603	10,518	10,476	10,392	10,314
유료방송 매출액	8,087	6,980	6,667	6,632	6,634	6,638	6,643	6,687	6,739	6,789
유료방송가입 가구 비율(%)	82.5	80.9	78.3	76.0	74.2	72.8	72.0	71.4	70.5	69.8

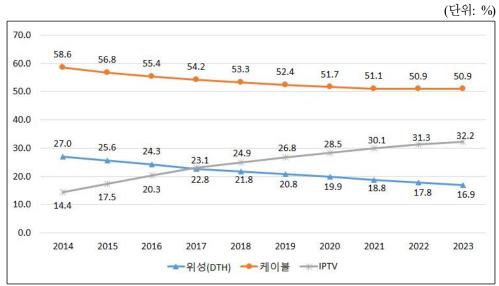
※ p: 전망치

자료: Kagan(2019g)

<sup>86) &</sup>quot;CORUS Television." Corus, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.corusent.com/about/our-brands/television.

<sup>87) &</sup>quot;Global Television." Corus, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.corusent.com/brands/global-television.

- 캐나다 유료방송시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 플랫폼은 케이블방송이며, 전체 유료방송의 과반수를 차지하고 있음
  - 2018년 케이블방송은 전체 유료방송 매출의 53.3%를 차지하였으며, IPTV 24.9%, 위 성방송 21.8% 순으로 이어짐
- IPTV는 유료방송 매출 비율이 빠른 속도로 성장하고 있는 반면, 케이블방송과 위성방 송은 지속적인 하락세를 보일 것으로 전망됨



[그림 4-2] 캐나다 유료방송 플랫폼별 매출 비율(2014~2023)

자료: Kagan(2019g)

## 1) 케이블방송

- 2018년 케이블방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 약 40.5%인 약 585.9만 가구로, 전 년 대비 약 25.3만 가구 감소함
- 2018년 케이블방송 매출액은 약 35억 3,700달러로, 전년 대비 약 5,700만 달러 감소하였으며 2018~2023년까지 연평균 성장률(CAGR) 약 -0.5%를 기록할 것으로 전망됨

〈표 4-8〉 캐나다 케이블방송 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

								( - 11	,	1 1)
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
케이블방송 가입 가구 수	6,924	6,577	6,306	6,112	5,859	5,698	5,574	5,479	5,426	5,372
케이블방송 매출액	4,738	3,967	3,691	3,594	3,537	3,480	3,432	3,417	3,430	3,458
케이블 방송 가입 가구 비율(%)	49.5	46.8	44.4	42.5	40.5	39.1	38.1	37.3	36.8	36.3

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019g)

[그림 4-3] 캐나다 케이블방송 매출액 추이(2014~2023)

(단위: 백만 달러)



자료: Kagan(2019g)

# 2) 위성방송

- 2018년 위성방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 13.8%인 약 199.8만 가구로, 전년 대비 약 6.4% 감소함
- 2018년 캐나다의 위성방송 매출액은 약 14억 4,800만 달러로, 전년 대비 약 6,100만 달러 감소하였으며 2018~2023년까지 연평균 성장률(CAGR) 약 -4.6%를 기록할 것으로 전망됨

〈표 4-9〉 캐나다 위성방송(DTH) 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

										• • • • • • • • • • • • • • • • • • • •
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
DTH 가구 수	2,632	2,437	2,254	2,135	1,998	1,879	1,766	1,661	1,563	1,471
 DTH 매출액	2,186	1,790	1,622	1,509	1,448	1,382	1,321	1,259	1,197	1,146
DTH 가입 가구 비율(%)	18.8	17.3	15.9	14.8	13.8	12.9	12.1	11.3	10.6	10.0

※ DTH: Direct-To-Home, 가정직접수신 위성방송

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019g)

[그림 4-4] 캐나다 위성방송(DTH) 매출액 추이(2014~2023)

(단위: 백만 달러)



자료: Kagan(2019g)

# 3) IPTV방송

- 2018년 IPTV방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 19.9%인 약 288.2만 가구로, 전년 대비 약 7.1% 증가함
- 2018년 IPTV방송 매출액은 약 16억 4,900만 달러로, 2018~2023년까지 연평균 성장 률(CAGR) 약 5.8%를 기록할 것으로 전망됨

〈표 4-10〉 캐나다 IPTV방송 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

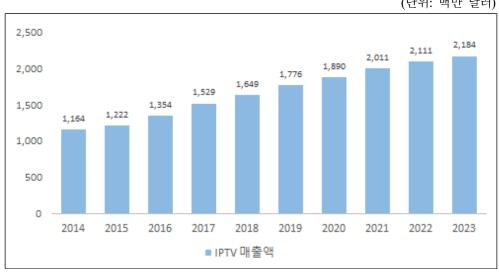
								(	,	,
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
IPTV 가입 가구 수	2,000	2,350	2,571	2,691	2,882	3,026	3,177	3,336	3,403	3,471
IPTV 매출액	1,164	1,222	1,354	1,529	1,649	1,776	1,890	2,011	2,111	2,184
IPTV 가입 가구 비율(%)	14.3	16.7	18.1	18.7	19.9	20.8	21.7	22.7	23.1	23.5

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019g)

[그림 4-5] 캐나다 IPTV방송 매출액 추이(2014~2023)

(단위: 백만 달러)



자료: Kagan(2019g)

# 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
케이블방송	Rogers Cable, Shaw Cable 등
위성방송	Bell Canada Enterprises, Shaw Direct 등
IPTV방송	Bell Canada Enterprises, Telus 등

# 1) 케이블방송

○ 캐나다 케이블방송사업자는 Rogers Cable, Shaw Cable 등이 있음

### 가) Rogers Cable

- Rogers Cable은 Rogers Communications의 자회사로 캐나다 최초의 케이블 사업자이 자 최대 복수종합유선방송사업자(MSO)로, 캐나다 전역에 영상・브로드밴드・음성 서비스와 첨단서비스인 TV Everywhere 플랫폼을 제공함<sup>88)</sup>
- Rogers Cable의 주요 시스템은 온타리오(Ontario) · 뉴브런즈윅(New Brunswick) · 뉴 펀들랜드(Newfoundland) · 래브라도(Labrador) 지역에 위치해 있음
- 2016년 12월 Rogers Cable은 미국 케이블사업자 Comcast의 X1 비디오 플랫폼을 구축하기 위해 Comcast와의 장기적인 전략적 제휴를 발표하였고, 이후 Ignite TV를 출시함
- 2018년 가입 가구 수는 약 168만 가구로 케이블방송 시장 점유율 1위임

#### 나) Shaw Cable

- Shaw Cable는 Shaw Communication 소유의 케이블방송사업자로 캐나다의 다채널 유통업체 중 하나임
  - Shaw Communications는 1966년 Capital Cable Television 이라는 이름으로 설립되었으며 케이블방송뿐만 아니라 인터넷 및 위성방송 서비스도 제공함
- 2018년 Shaw Cable의 가입 가구 수는 약 160만 가구이며, 가입자들 대부분 캐나다 서부에서 거주합<sup>89)</sup>
- Shaw Cable은 2017년 1월 캐나다에서 최초로 Comcast의 X1 플랫폼에서 구동되는 새로운 제품인 BlueSky TV를 출시함
  - 시청자들은 음성 리모콘을 통하여 배우, 장르 혹은 영화 대사를 인용하여 프로그램을 검색할 수 있음<sup>90)</sup>
- 2009년 10월 Shaw Cable은 온타리오 지역의 Mountain Cablevision Ltd.를 인수하여 캐나다에서 가장 큰 케이블 회사가 되었으나 이후 2013년 Rogers가 인수함<sup>91)</sup>

<sup>88)</sup> Kagan(2019h).

<sup>89)</sup> Kagan(2019h).

<sup>90) &</sup>quot;Shaw BlueSky TV offers first voice-controlled video box in Canada." Global News, last modified Jan 11, 2017, accessed Dec 30, 2019,

https://globalnews.ca/news/3174895/shaw-bluesky-tv-offers-first-voice-controlled-video-box-in-canada.

<sup>91) &</sup>quot;Rogers snaps up Hamilton's Mountain Cablevision from Shaw." Global News, last modified Jan 15,

# 2) 위성방송

○캐나다 위성방송사업자는 Bell Canada Enterprises, Shaw Direct 등이 있음

#### 가) Bell Canada Enterprises

- Bell Canada Enterprises(BCE)는 캐나다 최대의 위성방송 사업자로 1997년 9월 위성 방송 서비스를 개시하였으며 Bell TV라는 브랜드로 서비스를 제공하고 있음
- 2018년 Bell TV의 가입가구 수는 약 118만 가구로, 위성방송 가입 가구 점유율 1위를 기록함
- BCE는 CTV, Crave, TSN, RDS 등과 같은 캐나다 최고의 미디어 브랜드를 운영하여 현지 뉴스 및 라디오, 엔터테인먼트 방송 및 영화를 포함한 캐나다 콘텐츠 제작의 주요 투자자임<sup>92)</sup>

# 나) Shaw Direct

- Shaw Direct는 Shaw Communication 소유의 위성방송 사업자로 2018년 Shaw Direct
   의 가입 가구 수는 약 75만 가구임
- Shaw Direct는 225개 이상의 고화질 채널을 제공하고 있으며, 2019년 6월 채널 주제에 맞추어 채널 번호를 전부 재구성하였음

#### 3) IPTV방송

○ 캐나다의 IPTV방송사업자는 Bell Canada Enterprises, Telus 등이 있음

#### 가) Bell Canada Enterprises

- Bell Canada Enterprises(BCE)는 Bell Fibe TV라는 브랜드로 IPTV방송 서비스를 제공하고 있음
- 2018년 Bell Fibe TV의 가입 가구 수는 약 168만 가구이며, 2024년에는 210만 가구 를 기록할 것으로 전망됨
- Bell Fibe TV PVR(personal video recorder)을 통하여 4K화질로 콘텐츠를 감상할 수

<sup>2013,</sup> accessed Dec 30, 2019,

https://www.cbc.ca/news/canada/hamilton/headlines/rogers-snaps-up-hamilton-s-mountain-cablevision-from-shaw-1.1331795.

<sup>92)</sup> https://www.bce.ca/about-bce/bce-overview

있으며 Crave, Netflix, YouTube 등에도 접속할 수 있음

# 나) Telus

- 통신서비스 사업자 Telus는 2005년 11월 Optik TV라는 브랜드로 IPTV방송 서비스를 개시함
- 2018년 Optik TV의 가입 가구 수는 약 101만 가구이며, 2024년에는 111만 가구를 기록할 것으로 전망됨
- 2019년 5월 Telus는 Optik TV의 기존 패키지를 재구성하여 프리미엄 콘텐츠 포함 모든 콘텐츠를 단일 창구를 통하여 시청할 수 있는 요금제를 만들었음<sup>93)</sup>
  - 새로운 3가지 종류의 패키지는 각각 프리미엄 콘텐츠를 포함하며, 넷플릭스의 프리미엄 플랜, Crave · 영화 · HBO 플랜과 다문화 및 스포츠 플랜 중 선택할 수 있음
- 2019년 6월 Optik TV은 4K UHD 콘텐츠를 보급하는 Insight TV와 채널 계약을 체결함
  - Optik TV를 통하여 Insight TV의 오리지널 시리즈⟨Droners⟩, ⟨Travel with a Goat⟩,
     ⟨Road to Gymkhana GRiD⟩, ⟨King of the Hammers⟩ 등을 시청할 수 있음

#### 5. OTT

#### 가. 시장 구조

- OVUM(2019)에 의하면 캐나다의 2018년 OTT 서비스 매출규모는 약 19억 1,600만 달러로, 전년대비 약 1.2배 증가함
  - 캐나다의 유료 OTT시장은 구독형(Subscription) 서비스가 대부분이며, 2024년까지 매출액이 약 32억 3,500만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 2.1배 증가할 것으로 예상됨

<sup>93)</sup> OVUM(2019) Canada Mobile Broadband TV and OTT Video Report p.26.

〈표 4-11〉 캐나다 OTT서비스 형태별 총 매출액(2015~2024)

(단위: 백만 달러)

구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p	2024p
디지털대여	183	192	204	219	231	403	421	439	501	574
전자판매	116	130	145	164	190	199	215	231	235	254
구독형	747	1,013	1,189	1,533	1,761	2,030	2,312	2,595	2,916	3,235
합계	1,046	1,335	1,539	1,916	2,182	2,632	2,947	3,265	3,651	4,063

- ※ 전자판매(Electronic sell-through, EST)
- ※ 구독형(Subscriptions): 반복적으로 결제하여 디지털 영상을 이용하는 유료 서비스로 주문형 서비스 (Subscription Video On Demand, SVOD)와 실시간 서비스(Linear Subscription Services, SLIN) 모두 포함 ※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2019b)

- 캐나다의 2018년 구독형 서비스 이용자는 약 1,659.5만 명으로, 전년대비 약 1.2배 증가함
  - 이용자 수는 2015년 약 774.7만 명에서 2024년 약 3,332만 명으로, 약 4.3배 이상 증가할 것으로 예상됨

〈표 4-12〉 캐나다 구독형 서비스 이용자 현황(2015~2024)

(단위: 천 명)

									( -	11 2 0)
구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p	2024p
SVOD 구독자수	6,558.2	6,980.4	10,963.9	12,898.1	14,300.8	16,478.4	18,051.3	19,294.3	20,575.2	21,275.3
SLIN 구독자수	1,189.6	2,878.8	2,537.9	3,696.9	4,952.8	6,151.9	7,483.9	8,820.8	10,688.2	12,045
합계	7,747.8	9,859.2	13,501.8	16,595	19,253.7	22,630.3	25,535.1	28,115.1	31,263.3	33,320.3

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2019b)

○ 캐나다의 OTT 서비스 콘텐츠별 매출을 살펴보면 2014년부터 2017년까지 영화, TV, 기타 순으로 매출액이 높은 것으로 나타났으며 이러한 추세는 2023년까지 유지될 것 으로 예측됨

〈표 4-13〉 캐나다 OTT서비스 콘텐츠별 매출액(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018p	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
영화	459.3	575.8	639.5	751.6	883.3	966.9	1,219.1	1,328.9	1,425.8	1,552.3
TV	265.7	374.1	453.6	575.9	724.0	829.8	954.7	1,093.7	1,224.2	1,352.2
기타	28.2	37.3	45.2	53.6	63.4	69.0	76.7	82.1	86.9	89.5
합계	753.2	987.2	1138.3	1381.1	1670.7	1865.7	2250.5	2504.7	2736.9	2994

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2018a)

### 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자					
OTT	Netflix, Amazon, Bell Media, National Hockey League, Videotron, CBC					

○ 캐나다의 주요 OTT 서비스 사업자는 Netflix, Amazon, Bell Media, National Hockey League, Videotron, CBC 등이 있음

#### 1) Netflix

- 미국의 Netflix는 캐나다에 2010년 9월 OTT서비스를 개시하였으며, 전 세계 Netflix 이용국가 중 미국과 영국에 이어 캐나다의 구독자 수가 전 세계 3위를 기록함
- 2018년 Netflix Canada의 구독형 서비스 이용자는 940.2만 명이며 시장 점유율은 약 56.7%로 압도적인 1위이지만, 2024년까지 시장 점유율은 지속적으로 하락하여 약 40%를 기록할 것으로 전망됨

#### 2) Amazon

- Amazon Prime Video는 미국 인터넷기업 Amazon.com이 운영하는 OTT서비스로 Amazon 프라임(prime) 등급의 회원들이 이용할 수 있으며, 캐나다에서 2016년 12월 부터 서비스를 개시하였음
- 2018년 캐나다 Amazon Prime Video의 구독형 서비스 이용자는 약 230.1만 명으로 시 장 점유율 2위임

### 3) National Hockey League

- NHL.TV는 NHL(National Hockey League)경기를 시청할 수 있는 OTT서비스로, 실시 간 하이라이트 등을 다양한 각도에서 시청할 수 있음
- 2018년 NHL.TV의 구독형 서비스 이용자는 약 88.5만 명이고 시장점유율은 약 5.3% 로 3위이지만, 향후 시장점유율이 지속적으로 하락할 전망

#### 4) Bell Media

- CraveTV는 Bell Media가 소유한 캐나다의 OTT 서비스로, Bell Media 오리지널 시리 즈, 외국 제작 영화, 다양한 연극 영화, TV 프로그램 시리즈 등을 제공하고 있음
  - 또한 미국의 HBO, Showtime, Comedy Central, Starz 등에서 제공하는 대부분의 콘텐 츠를 독점하여 제공하고 있음
- 2018년 CraveTV의 구독형 서비스 이용자는 약 64.4만 명이고 시장점유율은 약 3.3% 로 4위임

#### 5) Videotron

- Club illico는 캐나다 통신사 Videotron소유의 OTT서비스로, 2013년 서비스를 개시하 였음
  - 캐나다에서 최초로 프랑스어로 운영하는 OTT 서비스임
- 2018년 Club illico의 구독형 서비스 이용자는 약 49만 명으로 시장 점유율 5위를 기록 하였으며, 2024년까지 이용자 수가 지속적으로 증가할 것으로 예측됨

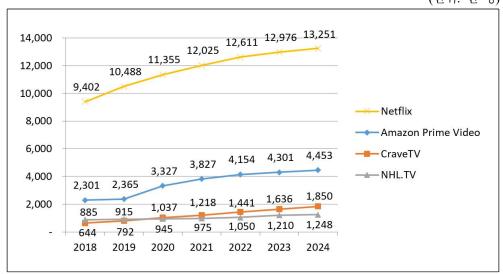
### 6) CBC

- CBC Gem은 공영방송인 CBC가 제공하는 스트리밍 서비스로 2018년 12월에 출시되었음
  - CBC Gem은 iOS, tvOS, Fire TV, Android TV, Android 핸드폰과 태블릿용 앱으로 무료로 이용할 수 있음<sup>94)</sup>
- CBC Gem은 드라마, 코미디, 리얼리티, 다큐멘터리, 예술, 어린이, 스포츠 및 국내 및 지역 뉴스 프로그램에 대한 실시간 및 주문형 비디오를 제공하고 있음

<sup>94) &</sup>quot;What is CBC Gem?" CBC, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://cbchelp.cbc.ca/hc/en-ca/articles/360013585533-What-is-CBC-Gem-.

또한, 전국 14개 CBC 채널 및 해당 지역 뉴스 방송에 접속하여 언제든지 CBC TV 를 스트리밍 할 수 있으며, 이 스트리밍 서비스는 Radio Canada의 프랑스어 TV 프로그램도 제공하고 있음

[그림 4-6] 캐나다 OTT 사업자별 구독형 서비스 이용자 현황(상위 4개) (단위: 천 명)



자료: OVUM(2019b)

# 제 2 절 방송규제 현황

### 1. 방송규제 체계

## 가. 방송규제 기관

- 캐나다의 방송산업을 주관하는 정부부처는 문화・체육・스포츠, 예술을 담당하는 문화유산부(Department of Canadian Heritage)이며, 규제기관은 라디오-TV 통신위원회 (Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, CRTC)임
- CRTC는 캐나다 방송 관련 규제의 수립・이행 및 집행을 위해 1976년에〈캐나다 방송 통신위원회법(Canadian Radio-Television and Telecommunications Act)〉에 의해 설립되었 으며, 규칙 제정・정책 수립 등 다양한 기능을 수행함
  - 〈방송법(Broadcasting Act)〉에 따르면, CRTC의 역할은 다음과 같음: 방송 사업자의소유 규제, 콘텐츠 규제, 방송 시장의 경쟁 촉진, 시청자·소비자 보호, 캐나다 고유의 문화 정체성 보호, 방송서비스 면허 발급 및 갱신, 방송사업자 간 인수합병 및소유권 감독 등
- CRTC는 내각(Governor in Council)에 의해 임명되고 최대 13명의 상임위원 및 6명의 비상임위원으로 구성됨
- 상임위원 중 위원장과 부위원장을 내각이 선임하는데, 현재 위원장 1명, 방송·통신 분야를 각각 총괄하는 부위원장 2명, 그리고 캐나다 각 주(혹은 지역)를 대표하는 위 원 6명으로 구성되어 있음
- 위원의 임기는 5년이지만 내각에 의해 임의로 해임 가능
- CRTC는 방송면허에 대한 전권을 부여받고 있는데, 위원회는 방송면허의 종류(class)를 결정하고, 면허부여·재허가·중지 또는 취소의 권한을 지니며, 나아가 최초 면허획득 또는 재허가 결정 이후 5년이 지난 사업자에 대해서는 면허 조건을 변경할 수있는 권한도 지님
- CRTC 산하에 허가 및 재허가 관련 업무와 방송 프로그램 감시를 담당하는 '허가 및 운영위원회', 영어 및 프랑스어 프로그램과 사회적 이슈・원주민 방송정책・방송사 간 인수합병 문제 등을 주관하는 '정책위원회', 방송산업 및 소비자 동향에 대한 연구

- 를 담당하는 '경제분석 및 연구위원회', 불공정행위·방송사의 의무불이행·프로그램에 대한 불만 등을 처리하는 '논쟁위원회' 등 다수의 위원회를 운영
- 또한, 통신규제와 관련하여 통신서비스 면허부여, 시장경쟁 촉진, 통신요금 승인, 전기통신에 관한 규칙 제정, 분쟁처리 등 업무를 주관하고 있으며, 자국민들이 원활한 통신서비스 수준을 누릴 수 있도록 하는 것을 최고의 목표로 삼음
- 주파수 및 통신산업을 주관하는 정부부처는 캐나다혁신과학경제개발부(Innovation, Science and Economic Development Canada, ISED)임
  - ISED는 통신 산업 분야의 경제정책 입안, 각 산업 부문에 대한 정보제공, 각 산업 간 공동사업 관장, 통신 관련 정책 입안 및 실행 주파수 경매 및 라이선스 할당 등의 업 무를 관장함
  - ISED 내 통신 분야 업무 관장부처는 전략정책과(Strategic Policy Sector)와 주파수ㆍ 정보기술ㆍ전기통신국(Spectrum, Information Technologies and Telecommunications Sector, SITT)임

# 나. 방송 법규 현황95)

- 캐나다 방송정책의 근간을 이루는 법은 1991년에 제정된〈방송법〉이며, 이외에 CRTC 의 설립·조직·역할·권한 등의 내용을 담고 있는〈CRTC법(Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission Act)〉과 방송을 포함한 무선통신의 기술적인 사항에 대한 내용을 담고 있는〈무선통신법(Radio Communication Act)〉 등이 있음
- 〈방송법〉은 캐나다 방송정책의 원칙을 다음과 같이 밝히고 있음
  - 캐나다인에 의해 실질적으로 소유·통제
  - 캐나다의 국가 정체성과 문화주권을 유지·발전시키는데 기여
  - 캐나다 문화·정치·사회·경제적인 근간 강화
  - 캐나다(캐나다인)의 태도·의견·사상·예술적 창조성 반영
  - 캐나다(캐나다인)의 역량을 보여주는 프로그램 편성
  - 캐나다의 관점에서 캐나다와 관련된 정보와 분석을 제공하여 캐나다 콘텐츠의 발전 촉진

<sup>95)</sup> 캐나다 방송법(Broadcasting Act)(1991)

- 캐나다인들 간 동등한 권리, 캐나다의 이중 언어 정체성, 다문화 및 다인종적 정체성, 사회 내 원주민들의 특별한 위치에 대한 상황 반영 및 이들의 필요와 이해 봉사
- 과학과 기술의 변화에 쉽게 적응할 수 있도록 해야 함
- 캐나다 방송프로그램의 제작과 유통에 기여
- 캐나다의 창조적이고 다양한 자원을 최대한 사용
- 고품질 방송프로그램 제공
- ─ 다양하고 포괄적이며 정보·오락·계몽이 적절하게 균형을 이루는 방송프로그램 제공
- 교육과 공동체에 기여하는 방송프로그램 포함
- 공중이 공공의 관심사에 대하여 다양한 시각에 노출될 수 있도록 합리적인 기회를제공
- 캐나다 방송사들은 독립제작사들이 제작한 프로그램을 상당부분 포함시켜야 함

### 2. 주요 방송규제

## 가. 방송 진입 및 소유규제%

- 캐나다에는 동일한 언어를 사용하는 특정 지역에서 동일인이 보유할 수 있는 지상파라디오와 텔레비전 방송국 수는 제한하고 있으나, 교차소유에 대한 규제 및 동일인이소유할 수 있는 매체의 종류에 대한 규제는 없었음
  - 2008년에 CRTC는 가속화되는 방송시장의 집중을 막고, 현 상태를 유지하기 위한 목 적으로 소유규제를 다음과 같이 강화함
    - 단일 시장 내에서 라디오, TV, 신문 등 3개 시장 중 2개 유형의 매체만 소유 가능
    - 단일 시장에서 영어/프랑스어 각각 1개의 TV 방송국만 소유 가능(대규모 시장은 2 개의 AM 라디오와 2개의 FM 라디오 방송국까지 소유 가능)
    - 단일 기업이 시청 점유율(audience share, 전국 단위) 45% 이상을 기록하는 방송국을 소유할 수 없음
    - 소규모 시장에서 3개의 방송사업자까지 소유 가능

<sup>96)</sup> Broadcasting Public Notice CRTC 2008-100; "Media ownership in Canada" Wikipedia, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https:///en.wikipedia.org/wiki/Media ownership in Canada.

• 非캐나다 사업자인 경우에는 방송면허 발급을 제한하고 있으며, 지주 사업자의 외국인 지분이 33.3%를 초과하는 경우와 방송면허를 보유한 방송사업자의 외국인 지분이 20%를 초과하는 경우 등은 면허발급 제한

### 나. 편성규제

- 캐나다는 자국 프로그램의 제작과 편성을 촉진하기 위한 정책을 추진하고 있는데, CRTC의 캐나다 프로그램 인증제도에 따르면 다음 조건을 만족하는 경우 캐나다 국내 제작 프로그램으로 인정하고 있음<sup>97)</sup>
  - 제작자가 캐나다인이며, 프로그램에 관해 모니터링과 결정 책임을 갖고 있어야 함
  - 주요 창의적 기능(key creative functions)<sup>98</sup>을 캐나다인이 수행하여 10점 만점에서 6점
     이상 점수를 받아야 함
  - 감독 또는 작가 중 1명 이상, 2명의 주연 중 1명 이상이 캐나다인이어야 함
  - 최소 75%의 제작비용과 75%의 사후 제작비용이 캐나다인 또는 캐나다 기업에 의해 지불되어야 함
- 또한, 캐나다 공영방송 사업자인 CBC와 민영방송 사업자의 국내제작 프로그램 쿼터 를 다음과 같이 시행하고 있음
  - 지상파 방송사업자의 경우 1일 방송시간 중 평균 60% 이상, 저녁시간(오후 6시~12시)의 경우 50% 이상 국내제작 프로그램을 편성하는 의무를 부과(민영방송사업자에 대해서는 2011년에 1일 방송시간 평균 55%로 하향 조정되었으며, CBC의 경우에는 변경하지 않음)<sup>99)</sup>
  - CRTC는 2015년에 국내제작 프로그램 편성 기준을 개정하여, 지상파방송의 경우 낮

<sup>97) &</sup>quot;Content Made by Canadians." Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://crtc.gc.ca/eng/cancon.htm;

<sup>&</sup>quot;Canadian Content." Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://crtc.gc.ca/eng/cancon/c\_cdn.htm.

<sup>98)</sup> 점수는 다음과 같은 기준으로 부여됨: 감독(2점), 작가(2점), 조연/주연(각 1점), 프로덕션 디자이너(1 점), 촬영감독(1점), 작곡가(1점), 편집자(1점);

<sup>&</sup>quot;Canadian Content." Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://crtc.gc.ca/eng/cancon/c cdn.htm.

<sup>99)</sup> Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2011-288.

시간대 국내제작 프로그램 최소 편성 비율의무를 철폐하는 대신 저녁시간 편성 비율은 과거 기준대로 유지하기로 함

- 유료방송의 경우 35%의 비율을 적용시키되, 저녁시간은 최소 편성기준이 없음(이같은 변화는 2015년 정책 도입 당시부터가 아니라 각 방송국들의 재허가를 기점으로 적용함)
- 캐나다는 국내제작 편성비율에 대한 의무를 완화하는 동시에 고품질 국내 프로그램(드라마·다큐멘터리·시상식 프로그램) 제작에 대한 투자를 강화하는 정책을 도입
  - 2011년 미디어 그룹 기반(group-based) 접근방식을 도입하여 대형 미디어 그룹(Bell Media, Corus Entertainment, Rogers Media 등)의 경우, 그룹 총매출(revenue)의 최소 30% 이상을 CPE(Canadian Programming Expenditure)에 할애하도록 함(단, CPE는 그룹 내 개별 서비스들 간 조정이 가능함)<sup>100)</sup>
  - 나아가 각 방송사업자들은 총매출의 5% 이상을 국가적 관심 프로그램(Programs of National Interest, PNI)에 투자해야 하며, 이 중 75%는 독립제작자에 의해 제작된 프로그램에 투자해야 함<sup>101)</sup>
  - CRTC는 2018년 텔레비전 방송사업자를 소유한 대형 미디어그룹들인 Bell Media,
     Corus Entertainment, Rogers Media에게 각각 이전 해 매출의 7.5%, 8.5%, 5%를 PNI에 투자하도록 결정<sup>102)</sup>

### 다. 내용규제

- 캐나다의 방송규제는 공적규제와 자율규제가 동시에 이루어짐
- 공적규제는 〈방송법〉과 〈방송통신위원회 규정(Regulation)〉에 의거하여 CRTC가 담당하는데, 방송프로그램의 공정성, 캐나다 프로그램의 최소 방영 비율, 사회적 소수자에 대한 균등한 대우 등에 대한 규정을 담고 있음

<sup>100)</sup> Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2010-167.

<sup>101)</sup> Broadcasting Decision CRTC 2017-148.

<sup>102) &</sup>quot;CRTC demands Bell, Corus spend more money on Canadian content after feds intervene" Financial Post, last modified Aug 30, 2018, accessed Dec 30, 2019, https://business.financialpost.com/telecom/media/crtc-demands-bell-corus-spend-more-money-on-canadian-content-after-feds-intervene.

- 방송프로그램 편성 시 남성, 여성, 어린이를 비롯한 모든 연령대 시청자들의 요구가 고려되어야 하며, 일반적 이익이라는 관점에서 시청자들에게 그 사회의 지배적인 의 견에 대해 충분한 정보를 제공해야 함
- 지역이나 인종, 민족, 국적, 성별, 신체적 장애 또는 기타의 이유로 개인이나 특정 집 단의 명예훼손 금지
- 음란한 언어나 허위 정보를 유포하는 프로그램 방송 금지 등
- 방송프로그램과 광고에 대한 내용규제는 원칙적으로 자율규제 대상이므로, 캐나다 민영방송사 협의체인 방송협회(Canadian Association of Broadcasters, CAB), 라디오TV디지털뉴스연합회(Radio Television Digital News Association, RTDNA), 광고심의기구 (Advertising Standards Canada, ASC)를 통해 이루어지며, CAB가 1990년에 설립한 캐나다 방송심의위원회(Canadian Broadcast Standard Council, CBSC)가 실질적인 자율규제기구의 역할을 담당
  - CAB에는 지상파 방송사, 유료 채널 및 주문형 비디오 서비스 사업자가 포괄되어 있으며, 공영방송인 CBC는 민간 CBSC의 규정을 적용받지는 않음
  - 다만, CBSC는 CRTC의 규제로부터 자유롭지 못하며, CRTC는 자율규제 제도에 방송정책이 반영되도록 강제할 권한을 지님(CBSC 규정의 신설 및 수정은 CRTC의 승인 대상)
  - CBSC의 목표는 방송윤리규정의 적용 및 이행, 방송윤리규정의 내용과 CBSC의 자율규제 홍보, 윤리규정의 위반/시청자 민원에 대한 토론의 장 제공, 방송사와 시청자 간 중재안 제시, 사회적 변화를 방송사들에게 알리고, 이에 부합하는 방송윤리 기준의 제시 등임
- CBSC 위원장은 방송계 출신이 아닌 독립적 인사가 선임되며, 2명의 전국 패널, 다수의 지역 패널을 두어 심의 신청인과 방송사 간의 중재를 담당
- 1) 방송협회 윤리규정(CAB Code of Ethics)<sup>103)</sup>
  - 〈CAB의 윤리규정〉은 총 18개의 조항으로 구성되어 있으며, 모든 종류의 방송프로그 램과 방송광고에 적용됨

<sup>103)</sup> Canadian Association of Broadcasters' Code of Ethics(2002)

- 인종, 출생지, 민족적 태생, 피부색, 종교, 연령, 성별, 성적 취향, 혼인 유무, 육체적또는 정신적 장애와 관련한 모욕 또는 부당한 차별을 삼가야 함(제2조)
- 정확하고 편파적이지 않은 뉴스를 생산하며, 경영진, 편집자, 뉴스 제작자의 주관적인 신념, 의견을 토대로 제작되지 않고, 대중 스스로가 결론을 내리도록 제작되어야함(제5조)
- 정보나 의견이 제시될 수 있는 모든 형식과 장르의 프로그램에서 충분하고 공정하고 적절하게 의견이 제시되도록 해야 함(제6조)
- 건전한 논쟁이 민주주의 제도를 유지하는 데 필수적임을 인식하고, 공익과 관련 있는는 모든 논쟁에 대해 뉴스나 의견의 제시를 권장해야 함(제7조)
- 2) 캐나다 라디오TV디지털뉴스연합회 윤리규정(RTDNA Code of Ethics)<sup>104)</sup>
  - 동 규정은 연합회에 속한 방송통신 매체에서 근무하는 언론인들이 준수해야 할 윤리 규정으로, 뉴스 수집 및 보도와 관련한 조항을 담고 있음
  - 윤리규정 준수여부에 관한 감독과 위반에 대한 처벌은 CBSC가 담당하는데 심의의결 시 CBSC는 〈CBSC 윤리규정〉과〈RTDNA 윤리규정〉을 동시에 고려해야 함
  - 해당 규정은 보도에서는 무엇보다 진실과 정확성을 중요시해야 하며, 편집 독립권이 보장되어야 하고, 후원 여부 등이 투명하게 밝혀져야 하며, 보도에 따른 책임을 져야 함을 명시하고 있음
- 3) 광고 윤리규정<sup>105)</sup>(Canadian Code of Advertising Standards)
  - 〈광고 윤리규정〉은 ASC에 의해 1963년에 제정된 것으로, 정치 및 선거광고를 제외하고 모든 미디어 광고에 적용됨<sup>106)</sup>
  - 〈광고 윤리규정〉은 정확하고 투명한 광고, 광고라는 사실의 은폐 금지, 허위적인/과 장된 또는 비현실적인 가격 정보 포함 금지, 정당하지 않게 공격적이거나 비하하는

<sup>104) &</sup>quot;RTDNA Code of Ethics." RTDNA, last modified Jun 11, 2015, accessed Dec 30, 2019, https://www.rtdna.org/content/rtdna code of ethics.

<sup>105) &</sup>quot;The Canadian Code of Advertising Standards." Ad Standards, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://adstandards.ca/code.

<sup>106)</sup> 정치, 선거광고는 광고심의기구의 규제 대상에서 제외되는 것일 뿐 규정으로부터 자유롭다는 의미는 아님

비교광고 금지, 아동 광고는 별도로 실시할 것 등에 대한 조항을 포함하고 있음

- 의견광고의 경우 대중적으로 알려진 논쟁적 이슈에 대한 정보나 관점을 표현하는 상 업적 메시지로서, 방송사가 이를 방송할 경우 광고임을 명확하게 고지해야 함
- 선거운동 기간 동안 방송사는 정당이나 경쟁 후보자에게 공정한 조건으로 정치광고 시간을 제공해야 할 의무가 있음

# 제 3 절 방송시장 개방 및 공동제작 현황

## 1. 시청각 서비스 시장 개방 양허 사항

- 한─캐나다 FTA에서 한국과 캐나다는 문화산업을 예외 챕터(제22장)에서 협정의 적용 예외 대상으로 규정하여 관련 조치 채택ㆍ유지 권한을 확보함
  - 한-캐나다 FTA 제1.6조에서 한국과 캐나다는 시청각 공동제작과 같은 다양한 문화 적 영역에서 문화 교류를 증진하고 공동의 이니셔티브를 수행하도록 노력하기로 합 의함

# 〈표 4-14〉 캐나다 방송시장 개방 현황(한-캐나다 FTA기준)

#### 한-캐나다 FTA 제22장

제22.6조(문화 산업): 이 협정은 제1.6조(문화 협력) 및 제2.3조(관세철폐)상에 특별히 규정된 경우를 제외하고, 문화 산업과 관련하여 어느 한쪽 당사국이 채택하거나 유지하는 조치에 적용되는 것으로 해석되지 아니한다.

제22.8조(정의): 문화산업이란 다음 활동에 종사하는 인을 의미함 ① 서적·잡지·정기간행물·신문의 출판·배포·판매, ② 영화·비디오의 제작·배포·판매·상영, ③ 오디오·비디오 음악의 제작·배포·판매·상영, ④ 우악의 발행·배포·판매, ⑤ 일반 공중에 직접 수신되도록 전송되는 무선커뮤니케이션(radiocommunication), 라디오·텔레비전·케이블 방송사업, ⑦ 위성 프로그램 및 방송 네트워크 서비스

자료: 한-캐나다 FTA(http://fta.go.kr)

### 2. WTO GATS MFN 의무 면제 여부

○ 캐나다는 우루과이 라운드 협상 당시 시청각물에 대한 공동제작협정을 MFN(Most Favoured Nation: 최혜국 대우) 면제리스트에 포함시켰기 때문에 FTA와 무관하게 공동 제작협정을 체결하여도 국가 간 차별적 규제가 가능함

### 3. 한국 방송콘텐츠 수출입 현황

## 가. 수출 현황

○ (한국 방송콘텐츠 수출액 규모) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對캐나다 수출액은 약 26만 2,800달러로, 전년 대비 약 18만 8,800달러 정도 증가함

- (방송사업자별 수출액 현황) 2018년 지상파방송의 對캐나다 수출액은 전년 대비 약 5만 2천 달러 감소하였으며, 방송채널사용사업자는 전년 대비 약 24만 1천 달러 증가함
- (방송사업자별 수출 편수 추이) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對캐나다 수출 편수는 총 188편이며 지상파방송은 116편으로 전년 대비 200편 감소하였으며, 방송채널사용사업 자는 72편으로 전년 대비 72편 증가함

〈표 4-15〉 한국 방송콘텐츠 對캐나다 수출 금액 추이(2012~2018)

(단위: 천 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	0	0	0	20.6	39.8	74	22
방송채널사용 사업자	0	15	0	66	99.1	0	240.8
합계	0	15	0	86.6	138.9	74	262.8

자료: 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회(2013~2019) 재구성

〈표 4-16〉 한국 방송콘텐츠 對캐나다 수출 편수 추이(2012~2018)

(단위: 편 수)

							(211 2 1)
구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	0	0	0	103	199	316	116
방송채널사용 사업자	0	2	0	52	52	0	72
합계	0	2	0	155	251	316	188

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

### 나. 수입 현황

- (한국 방송콘텐츠 수입액 규모) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對캐나다 수입액은 약 42만 3,800달러로, 전년 대비 약 21만 달러 정도 증가함
- (방송사업자별 수입액 현황) 2018년 지상파방송의 對캐나다 수입액은 전년 대비 약 16만 7,900달러 증가하였으며, 방송채널사용사업자는 전년 대비 약 4만 2,700달러 증가함
- (방송사업자별 수입 편수 추이) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對캐나다 수입 편수는 총 702편이며 지상파방송은 187편으로 전년 대비 174편 증가하였으며, 방송채널사용사업 자는 515편으로 전년 대비 139편 감소함

〈표 4-17〉 한국 방송콘텐츠 對캐나다 수입 금액 추이(2012~2018)

(단위: 천 달러)

						( -	- 11.
구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	95	90	141.4	125	78.1	31.9	199.8
방송채널사용 사업자	590.7	260	326	992.5	463	181.3	224.0
합계	685.7	350	467.4	1117.5	541.1	213.2	423.8

자료: 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회(2013~2019) 재구성

### 〈표 4-18〉 한국 방송콘텐츠 對캐나다 수입 편수 추이(2012~2018)

(단위: 편수)

							(211 2 1)
구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	139	105	48	65	144	13	187
방송채널사용 사업자	489	358	387	388	719	654	515
합계	628	463	435	453	863	667	702

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

## 4. 공동제작협정 체결 현황

- 캐나다는 현재 55개국과 56개의 공동제작협정/양해각서를 맺고 있음
  - ─ 한국은 1995년에 캐나다와 텔레비전 프로그램 공동제작 양해각서를 체결하였으며<sup>107</sup>,
     현재 한─캐나다 FTA를 근거로 한─캐나다 공동제작협정 체결을 위하여 협상 중

### 〈표 4-19〉 캐나다 시청각 공동제작협정 또는 MOU 현황<sup>108)</sup>

알제리, 아르헨티나, 호주, 오스트리아, 벨기에, 보스니아—헤르체고비나, 브라질, 불가리아, 칠레, 중국, 콜롬비아, 크로아티아, 쿠바, 체코, 덴마크, 에스토니아, 프랑스(영화, 텔레비전), 독일, 그리스, 홍콩, 헝가리, 아이슬란드, 인도, 아일랜드, 이스라엘, 이스라엘, 이탈리아, 요르단, 한국, 룩셈부르크, 멕시코, 모로코, 네덜란드, 뉴질랜드, 북마케도니아, 노르웨이, 필리핀, 폴란드, 루마니아, 러시아, 세네갈, 세르비아, 싱가포르, 슬로바키아, 슬로베니아, 남아프리카, 스페인, 스웨덴, 스위스, 영국, 우루과이, 베네수엘라

자료: Telefilm 공식 홈페이지(https://telefilm.ca/en/coproduction/international-treaties)

<sup>107) 1995. 4. 26.</sup> 서울서명, 외교통상부고시275

<sup>108) &</sup>quot;International treaties and memorandums of understanding." Telefilm Canada, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://telefilm.ca/en/coproduction/international-treaties.

- 캐나다가 최근 체결한 중국, 뉴질랜드, 아일랜드, 인도 등과 영화/시청각 공동제작협정 문의 형식 및 내용이 모두 유사함
  - 각 국가의 '요소(element)'를 정의하여 재정적 참여비율과 합리적으로 비례해야 한다고 명시하였는데, '요소'란 해당 국가의 제작자가 해당국에서 지출한 비용과 해당국가의 제작자가 다른 국가 내에서 해당 국적의 창의적이고 기술적인 인력에 지출한 비용을 의미
    - 예) '캐나다 요소'란 캐나다 제작자에 의해 ① 캐나다에서 이루어진 지출과 ② 캐나다의 창작·기술 인력에 대해 이루어진 지출 의미
  - 저작권과 수익분배 비율은 각국 제작자의 재정적 기여에 비례하며, 최소한 부속서에 명시한 비율 이상이어야 함
  - 기여도는 총 제작비의 15% 이상이어야 하며, 다국 간 공동제작일 경우 각 제작자가 총 제작비의 10% 이상 기여해야함(협정별 기여도는 상이함)
  - 부속서는 행정적 목적을 위한 것으로 법적 구속력을 갖지 않으며, 협정문과 충돌하지않는 범위 내에서 양국 서면합의에 따라 수정 가능
- 공동제작협정문 이외 캐나다에서 공식 공동제작물로 승인을 받기 위해서 캐나다 권한 당국에서 제시하는 〈공식 협정 가이드라인(Official Treaty Guidelines)〉에도 부합해야 함<sup>109)</sup>

# 5. 공동제작 지원 제도

- 한─캐나다 공동제작물이 캐나다 국내제작물로 인정받으면 캐나다의 다양한 펀드에 지 워할 수 있음
- 캐나다의 대표적인 방송콘텐츠 제작지원 제도로 캐나다 미디어 펀드(Canada Media Fund, CMF)가 있음
  - CMF는 모든 시청각 플랫폼에 대한 캐나다 콘텐츠의 제작을 육성, 개발, 재정적 지원 및 홍보를 하며 Telefilm Canada에서 관리함
  - 2019~2020년 펀드 규모 약 3억 3,515만 달러로<sup>110</sup>, 캐나다 정부와 전국의 케이블, 위

<sup>109) &</sup>quot;International treaties and memorandums of understanding." Telefilm Canada, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://telefilm.ca/en/coproduction/international-treaties.

<sup>110)</sup> Canada Media Fund(2019)

성 및 IP 서비스 유통업체로부터 자금을 받음

- CMF 지원 프로그램은 크게 Experimental Stream과 Convergent Stream이 있으며, 전체 기금의 2/3은 영어, 나머지 1/3은 불어 콘텐츠 제작을 지원함
- 그밖에 콘텐츠 자금 조달 기관으로 Canadian Film Centre, Ontario Media Development Corporation, Société de Développement des Entreprises Culturelles(SODEC), Canada Council for the Arts 등이 있음<sup>111)</sup>

### 6. 공동제작 사례 분석

- 캐나다는 국제 공동제작에 적극적인 편이며 주로 언어와 문화가 유사한 프랑스와 영국 에 집중함
  - 2018년에는 영화 공동제작 32건과 TV프로그램 공동제작 26건을 진행하였으며, 총 제작비 약 4억 4,739만 달러 중 캐나다 지분은 약 2억 달러로, 이는 전체 제작비의 약 44.7%임

〈표 4-20〉 캐나다 공동제작 현황(2014~2018)

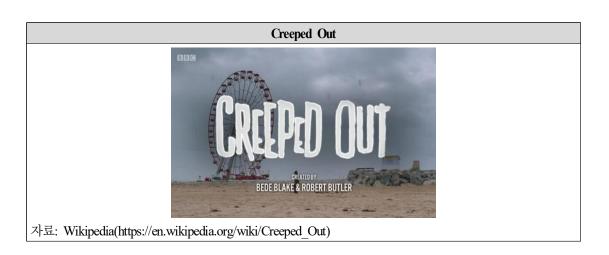
(단위: 편수, 달러)

					( - 11 - 1 )	
od E	면도 전체 공동제작	연도   정체 곳동제작	텔레비전	영화	초 계자비	총 제작비에서
진도			고도 전세 등등세적 공동제작 공동제작	공동제작	총 제작비	캐나다 지분
2014	64	38	26	509,387,694	235,403,883	
2015	66	37	29	\$520,653,610	\$222,090,013	
2016	48	31	17	\$507,684,172	\$201,521,269	
2017	55	38	17	\$403,058,311	\$155,229,006	
2018	58	26	32	\$447,390,675	\$200,097,493	

자료: Telefilm Canada(2014-2018) 재구성

<sup>111)</sup> https://telefilm.ca/en/coproduction/coproduce-with-canada

### 가. 〈Creeped Out〉



- 〈Creeped Out〉은 캐나다의 DHX Media와 영국의 CBBC Productions의 캐나다 영국 공동제작 작품으로 2019년 영국 어린이 아카데미 시상식(British Academy Children's Awards)에서 드라마 부문 대상(Best Drama at the Children)을 수상함<sup>112)</sup>
  - 이밖에도 2018 Royal Television Society North Award에서 영국 최고 어린이 드라마상 (Best British Children's Television) 등을 수상하였음
- 시즌1이 영국 CBBC 채널에서 2017년 10월 31일, 캐나다에서는 Family Channel에서 2018년 10월 5일 방송되었으며 시즌2는 2019년 4월 24일에 방영되었음
  - 〈Creeped Out〉은 옴니버스 형식의 드라마로, 시즌1은 총 13편으로 구성되어 있으며 시즌2는 10편으로 구성되어 있음

<sup>112) &</sup>quot;Children's Awards Nominations and Winners 2019." BAFTA, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, http://www.bafta.org/children/awards/childrens-awards-nominations-and-winners-2019

## 나. 〈100 Days to Victory〉

### 100 Days to Victory



자료: https://www.academy.ca/2019/100-days-to-victory/

- 〈100 Days to Victory〉는 캐나다·영국·호주 공동제작 다큐드라마(Docudramas)로 호주의 Electric Pictures와 캐나다의 Bristow Global Media Inc.가 공동제작하였으며, 캐나다의 Corus Entertainment, 호주의 Foxtel, 영국의 BBC Scotland의 지원을 받음<sup>113)</sup>
  - 호주의 Screen Australia, 캐나다의 Canada Media Fund 그리고 Kew Media에서 제작비를 지원함
- 〈100 Days to Victory〉는 총 2편으로 구성되어 있으며 세계 1차 대전 종전 100주년을 기념하기 위하여 제작됨
  - 1918년 1차 세계대전에서 승리하기 위해 조류를 어떻게 변화시켰는지에 대한 이야 기를 담았음
- 2019 캐나다 스크린 어워드(Canadian Screen Awards)에서 최고 역사 다큐멘터리 프로 그램/시리즈 상(Best History Documentary Program or Series)을 수상함

<sup>113) &</sup>quot;100 Days To Victory." BBC, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.bbc.co.uk/mediacentre/proginfo/2018/43/100-days-to-victory;

<sup>&</sup>quot;100 Days to Victory airs on History Channel ANZ." Electric Pictures, last modified Nov 20, 2018, accessed Dec 30, 2019, https://electricpictures.com.au/100-days-to-victory-airs-on-history-channel-anz.

# 제4절 현지 방영 방송콘텐츠 분석

### 1. 현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황

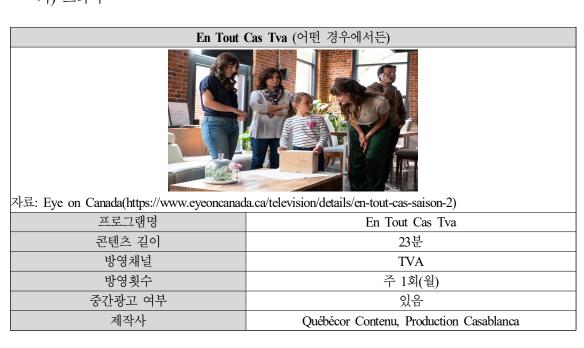
### 가. 개요

- (지상파방송) 2019년 현지 제작 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서〈En Tout Cas Tva (어떤 경우에서든)〉,〈Kim's Convenience (김씨네 편의점)〉 등, 예능 부문에서〈The Marilyn Denis Show (메릴린 데니스 쇼)〉,〈Entertainment Tonight Canada (엔터테인먼트 투나잇 캐나다)〉 등, 애니메이션 부문에서〈Paw Patrol (발바닥 정찰대)〉 등, 다큐멘터리 부문에서〈The Nature of Things (모든 것의 본질)〉 등이 있음
- (유료방송) 2019년 현지 제작 방송콘텐츠는 유료방송의 드라마 부문에서〈Carter (카터)〉,〈Unspeakable (말할 수 없는)〉등, 예능 부문에서〈Fire Masters (불의 마스터)〉, 〈Iron Chefs (철의 쉐프)〉등, 애니메이션 부분에서〈Sunny Day (해뜨는 날)〉,〈Cupcake & Dino: General Services (컵케이크와 디노: 일반적인 서비스)〉등, 다큐멘터리 부문에 서〈Outburst (폭발)〉등이 있음

### 나. 인기 콘텐츠

1) 지상파방송

가) 드라마



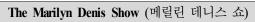




자료: CBC(https://www.cbc.ca/mediacentre/program/kims-convenience)

\ 1	,
프로그램명	Kim's Convenience
콘텐츠 길이	30분
방영채널	CBC
방영횟수	주 1회(화)
중간광고 여부	있음
제작사	Thunderbird Films

# 나) 예능





자료: Bell Media(https://www.bellmedia.ca/the-lede/tv/ctv/the-marilyn-denis-show)

프로그램명	The Marilyn Denis Show
콘텐츠 길이	60분
방영채널	CTV
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	Bell Media

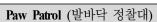




자료: Corus(https://www.corusent.com/properties/entertainment-tonight-canada)

, 1	,
프로그램명	Entertainment Tonight Canada
콘텐츠 길이	30분
방영채널	Global
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	Corus Entertainment

# 다) 애니메이션





자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt3121722/mediaviewer/rm1565395456)

프로그램명	Paw Patrol
콘텐츠 길이	23분
방영채널	TVO
방영횟수	주 1회(수)
중간광고 여부	있음
제작사	Nickelodeon Animation Studios, Spin Master Studios

# 라) 다큐멘터리

# 

# 2) 유료방송

### 가) 드라마





# 나) 예능





# IRON CHEF



자료: Eat North(https://eatnorth.com/dan-clapson/daily-bite-iron-chef-canada-debut-october-17)

프로그램명	Iron Chefs
콘텐츠 길이	60분
방영채널	Food Network
방영횟수	주 1회(목)
중간광고 여부	있음
제작사	Corus Entertainment, Proper Television

# 다) 애니메이션

# Sunny Day (해뜨는 날)

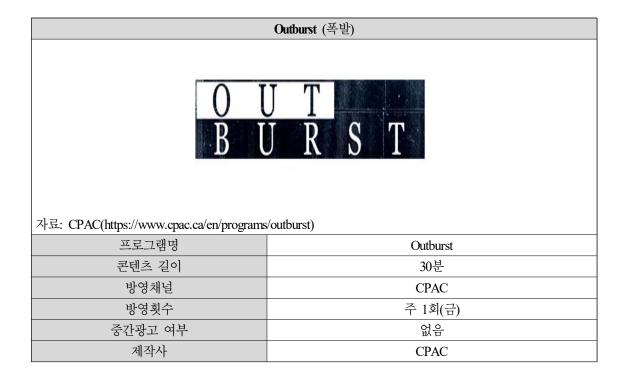


자료: Tv Tropes(https://tvtropes.org/pmwiki/pmwiki.php/WesternAnimation/SunnyDay)

프로그램명	Sunny Day
콘텐츠 길이	21분
방영채널	Treehouse TV
방영횟수	주 1회(일)
중간광고 여부	있음
제작사	Silvergate Media, Pipeline Studios,
세식사	Nickelodeon Animation Studio



# 라) 다큐멘터리



2. 현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)

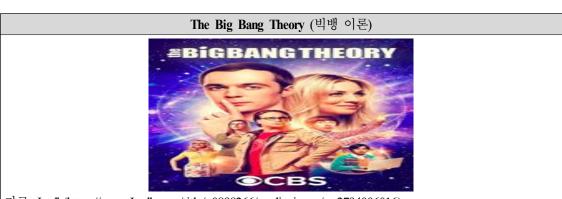
### 가. 개요

- (지상파방송) 2019년 해외 제작 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서 〈The Big Bang Theory (빅뱅 이론)〉등, 예능 부문에서 〈The Ellen Show (엘렌 쇼)〉, 〈Survivor (생존)〉등이 있음
- (유료방송) 2019년 해외 제작 방송콘텐츠는 유료방송의 애니메이션 부문에서〈Peppa Pig (페파 피그)〉등이 있음

# 나. 인기 콘텐츠

1) 지상파방송

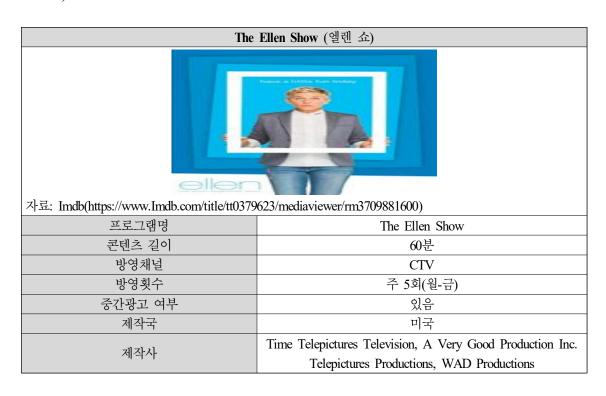
가) 드라마

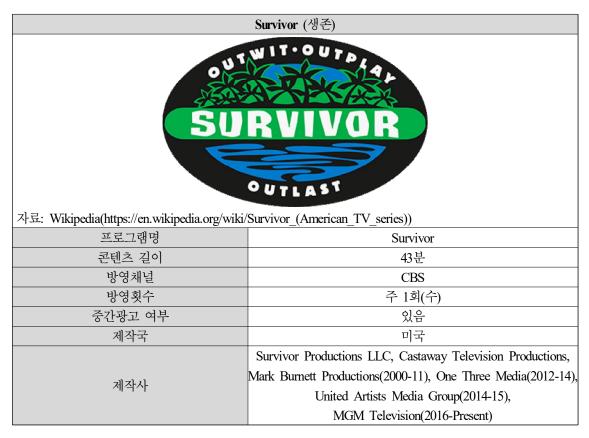


자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt0898266/mediaviewer/rm2794006016)

프로그램명	The Big Bang Theory
콘텐츠 길이	22분
방영채널	CTV
방영횟수	주 1회(목)
중간광고 여부	있음
제작국	미국
제작사	Chuck Lorre Productions, Warner Bros Television

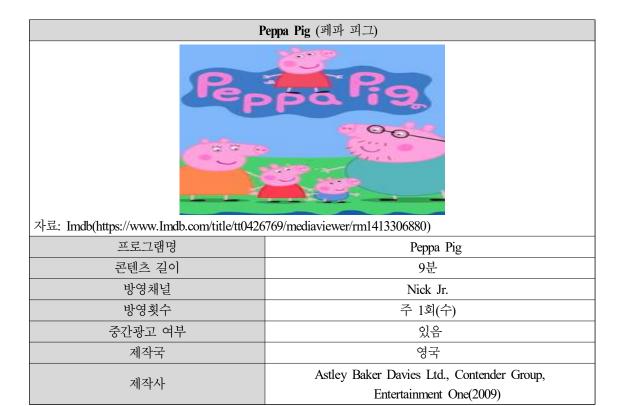
# 나) 예능





# 2) 유료방송

# 가) 애니메이션



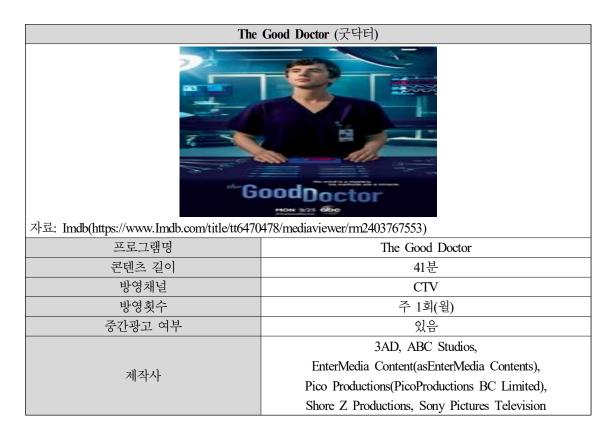
### 3. 현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황

# 가. 개요

- (지상파방송) 한국 방송콘텐츠를 리메이크한 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서〈The Good Doctor (굿닥터)〉등, 예능 부문에서〈The Masked Singer (복면가왕)〉등이 있음
- (유료방송) 한국 방송콘텐츠를 방영한 방송콘텐츠는 유료방송의 애니메이션 부문에서 〈Super Wings (출동! 슈퍼윙즈)〉등이 있음

### 나. 인기 콘텐츠

- 1) 지상파방송
- 가) 드라마



# 나) 예능





자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/File:Masked\_Singer\_USA\_Logo.png)

프로그램명	The Masked Singer
콘텐츠 길이	60분
방영채널	CTV
방영횟수	주 1회(수)
중간광고 여부	있음
제작사	Smart Dong Media,(시즌 1) Endemol Shine North America,
	(시즌 2) Fox Alternative Entertainment

# 2) 유료방송

# 가) 애니메이션



# 제 5 절 방송매체 이용행태 및 국제 공동제작에 대한 인식 조사 결과

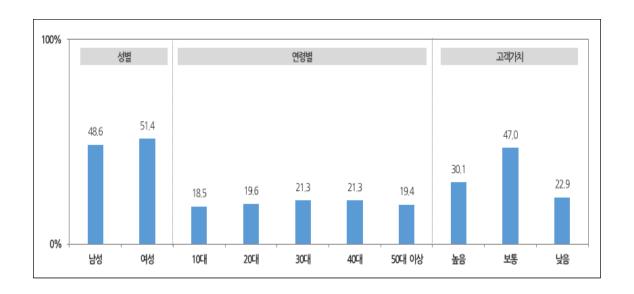
캐나다 10개 주요 도시 지역에 거주하는 만 17~59세 응답자 428명을 대상으로 한 조사에서 응답자의 32.9%가 지상파 TV를 시청하는 것으로 파악되었으며, 지상파 TV와 유료방송을 함께 시청하는 응답자가 많기 때문에 응답자의 69.6%는 유료방송을 시청하는 것으로 나타남. 또한, 전체 응답자의 65.7%가 온라인동영상제공서비스(OTT)를 이용하는 것으로 나타났으며, 주로 이용하는 OTT는 Netflix(64.4%), YouTube(13.2%), 그리고 Amazon Prime Video(6.4%) 등인 것으로 파악됨

캐나다 응답자의 17.3%가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 있는 것으로 나타났고, 이들의 월 평균 한국 방송프로그램 시청 시간은 약 268분 (약 4시간)으로 파악됨. 한국 방송프로그램 시청은 주로 무료 온라인동영상서비스(35.1%)나유료 온라인동영상서비스(27%), 유료방송(10.8%) 그리고 소셜네트워크서비스(10.8%)를 통해이루어지고 있음. 전체 응답자의 50.9%는 한국 방송프로그램을 경험할 기회가 충분하지 않다고 답하였으며, 불충분한 이유에 대해서는 '언어장벽'(39.9%)을 가장 큰 원인으로 꼽음국가 간 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자는 전체 캐나다 응답자의 50.9%로 파악되었으며, 연간 시청한 공동제작 방송프로그램의 개수는 2편(32.6%)이 가장 높은 비율을 보임. 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 응답자의 45.9%가 '스토리'를 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요소라고 답하였으며, 40.8%가 '언어 문제(더빙, 자막 등)'를 불편한 점으로 지적하였음. 또한, 전체 응답자의 55.1%는 국가 간 공동제작을

통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 응답하였으며, 57%는 국가 간 공동제작이자국 방송산업에 기여할 수 있다고 답하였음. 한국 연예인이 출연하거나 한국 방송사(제작사)가 제작한 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있다고 답한 응답자는 전체의 14%로나타남

# 1. 응답자 특성

조사 대상 ▶	■ 만 17~59세 사이의 남녀
조사 지역 ▶	■ 캐나다 주요 도시 (토론토, 몬트리올, 벤쿠버, 캘거리 등)
표본 수	■ 428명
표본추출 방법 □	■ 성/연령별 할당추출
자료수집 방법 ▶	■ 캐나다 현지 패널을 활용한 온라인 조사



# □ 고객가치 구분 기준

○ 월 동영상 콘텐츠 지출액 수준과 시청시간을 기준으로 고객가치를 구분함

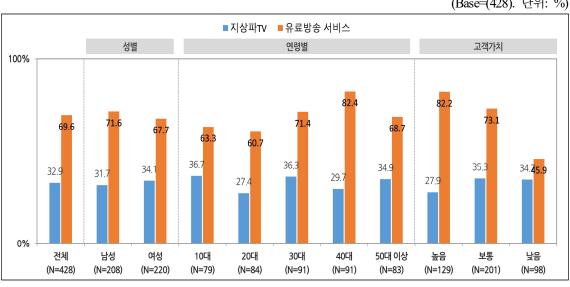
	명	기준
고객가치 높음	129	동영상 4시간 이상 시청 & 월 평균 동영상 사용금액 30 C\$ <sup>114</sup> 이상
고객가치 보통	201	동영상 4시간 이상 시청 & 월 평균 동영상 사용 금액 30 C\$ 미만/ 동영상 4시간 미만 시청 & 월 평균 동영상 사용 금액 30 C\$ 이상
고객가치 낮음	98	동영상 4시간 미만 시청 & 월 평균 동영상 사용금액 30 C\$ 미만

<sup>114)</sup> C\$(캐나다 달러). 캐나다의 화폐 단위

### 2. 주요 결과

### 가. TV 이용행태

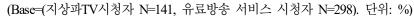
- □ 지상파/유료방송 서비스 TV 시청률
  - 귀하는 가정에서 지상파 안테나를 통해 TV를 시청하십니까?
  - 귀하는 가정에서 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료방송 서비스에 가입하여 TV를 시청하십니까?
  - 전반적으로 '유료방송 서비스 TV 시청률'이 69.6%로 높으며, '지상파TV 시청률'은 32.9% 수준임
  - 응답자 성별로 '유료방송 서비스 TV 시청률'은 남성이 71.6%로 여성(67.7%)보다 높 으며, '지상파TV 시청률'은 여성이 34.1%로 남성(31.7%)보다 높음
  - 연령별로 '지상파TV 시청률'은 10대가 36.7%로 가장 높으며 '유료방송 서비스 TV 시청률'은 40대가 82.4%로 가장 높음
  - 고객 가치별로 '유료방송 서비스 TV 시청률'은 고객가치가 높은 집단이 82.2%로 가 장 높으며, '지상파TV 시청률'은 고객가치가 보통인 집단이 35.3%로 가장 높음

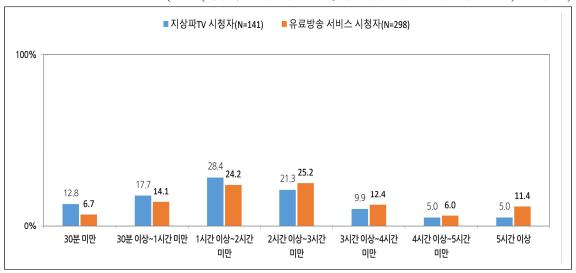


(Base=(428). 단위: %)

# □ 하루 평균 시청시간

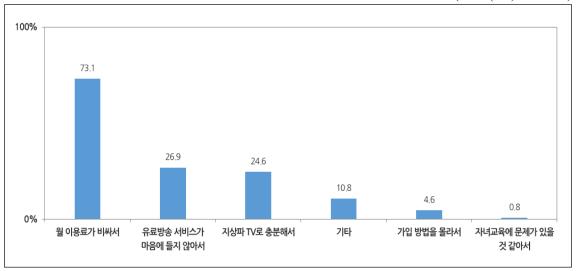
- (지상파 안테나 통한 TV 시청자 대상) 귀하는 TV수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV를 시청하십니까?
- (유료방송 서비스 가입 시청자 대상) 귀하는 TV수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV 를 시청하십니까?
- 응답자가 TV 수상기를 이용하여 지상파 안테나를 통해 TV를 시청하는 시간은 '1시간 이상~2시간 미만'이 28.4%로 가장 높고, 유료방송 서비스에서 시청하는 시간은 '2시간 이상~3시간 미만'이 25.2%로 가장 높음





- □ 유료방송 서비스 비가입 이유
  - 유료방송 서비스에 가입하지 않은 이유는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
  - 응답자가 유료방송 서비스에 가입하지 않는 이유로 '월 이용료가 비싸서'가 73.1%로 가장 높고, 그 다음으로 '유료방송 서비스가 마음에 들지 않아서(26.9%)', '지상파TV 로 충분해서(24.6%)' 등의 순으로 높음

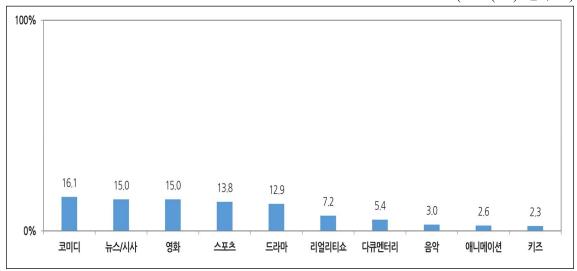
(Base=(130). 단위: %)



# □ 즐겨보는 장르

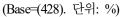
- 귀하가 TV를 시청할 때 즐겨보는 장르를 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (3위까지 선택 필수) (1순위 기준)
- 응답자가 TV를 시청할 때 즐겨보는 장르로 '코미디'가 16.1%로 가장 높고, 그 다음으로 '뉴스/시사(15%)'와 '영화(15%)' 등의 순으로 높음

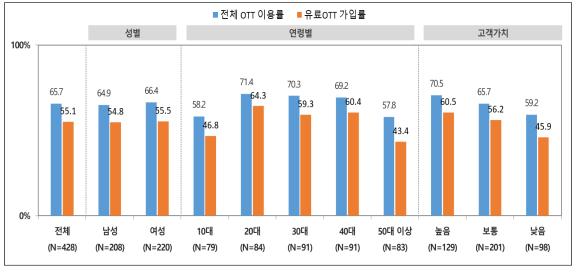
(Base=(428). 단위: %)



### 나. OTT 이용행태

- □ OTT 이용 여부
  - 귀하는 유료 또는 무료로 온라인동영상서비스(OTT)를 이용하고 계십니까?
  - 귀하는 매월 월정액을 지불해야 하는 유료 온라인동영상서비스(OTT)에 가입하고 계십니까?
  - '전체 OTT 이용률'은 65.7%이며, '유료 OTT 가입률'은 55.1% 임
  - 응답자 성별로 '전체 OTT 이용률'은 여성이 66.4%로 남성(64.9%)보다 높으며, '유료 OTT 가입률'도 여성(55.5%)이 남성(54.8%)보다 높음
  - 연령별로 '전체 OTT 이용률(71.4%)'과 '유료 OTT 가입률(64.3%)' 모두 20대가 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 '전체 OTT 이용률'이 70.5% 로 가장 높고, '유료 OTT 가입률' 또한 고객가치가 높은 집단이 60.5%로 가장 높음

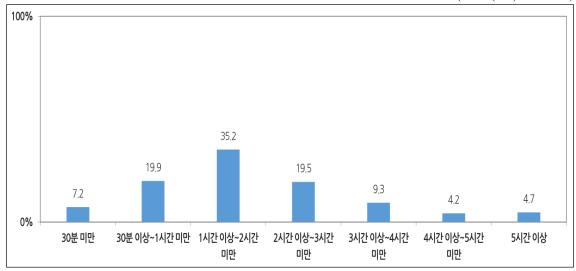




# □ OTT 이용시간

- 귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 하루 평균 몇 시간 정도 이용하십니까?
- 응답자의 하루 평균 OTT 시청시간은 '1시간 이상~2시간 미만' 비율이 35.2%로 가장 높고, 그 다음으로 '30분 이상~1시간 미만(19.9%)', '2시간 이상~3시간 미만(19.5%)' 등의 순으로 높음

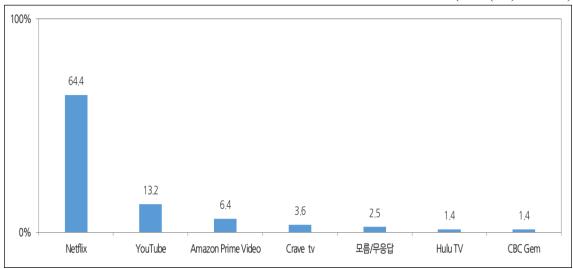
(Base=(246). 단위: %)



# □ 주이용 OTT

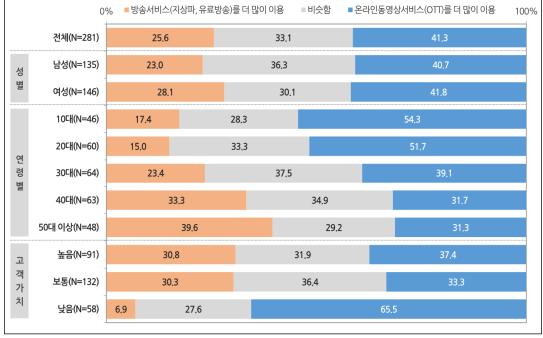
- 귀하가 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)를 많이 이용하는 순서대로 3개 까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 주로 이용하는 OTT로 'Netflix'가 64.4%로 가장 높고, 그 다음으로 'YouTube(13.2%)', 'Amazon Prime Video(6.4%)' 등의 순으로 높음

(Base=(281). 단위: %)



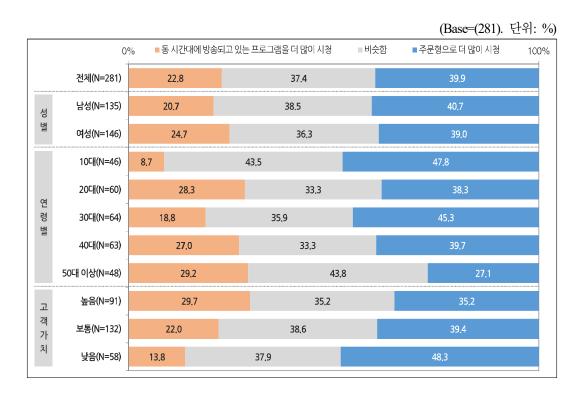
- □ 방송서비스와 OTT 중 주이용 서비스
  - 귀하는 방송프로그램이나 영화, 스포츠 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하는 경우 방송서비스 (지상파TV 또는 유료방송)와 온라인동영상서비스(OTT) 중 어느 것을 더 많이 이용하십니까?
  - 응답자가 '방송서비스'와 'OTT' 중에서 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율이 41.3%, '방송 서비스'를 더 많이 이용하는 비율이 25.6%로, 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율이 15.7%p 높음
  - 응답자 성별로는 남성(40.7%)과 여성(41.8%) 모두 'OTT'를 더 많이 이용하는 것으로 나타남
  - 응답자 연령별로 '방송서비스'를 더 많이 이용하는 비율은 50대 이상이 39.6%로 가장 높으며, 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율은 10대가 54.3%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 낮은 집단의 'OTT'를 더 많이 이용'한다는 응답의 비율이 65.5%로 가장 높음

(Base=(381). 단위: %) 스(OTT)를 더 많이 이용 100%



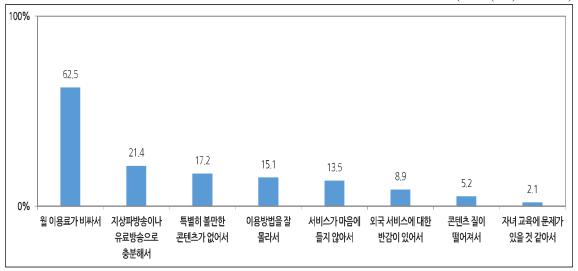
### □ 선호하는 OTT 시청 유형

- 귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 TV에서 동 시간대에 방송되거나 중계되고 있는 프로그램을 더 많이 시청하십니까? 아니면 이미 방송된 프로그램이나 영화 등을 주문형으로 더 많이 시청하십니까?
- 응답자가 OTT를 이용할 때 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 39.9%, '동 시간 대에 방송되고 있는 프로그램을 더 많이 시청한다'는 비율이 22.8%로, '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 17.1%p 높음
- 응답자 성별로 남성(40.7%)과 여성(39%) 모두 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율 이 더 높음
- 응답자 연령별로 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 10대가 47.8%로 가장 높으며, '동 시간대에 방송되고 있는 프로그램을 더 많이 시청한다'는 비율이 50대 이상이 29.2%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 낮은 집단이 '주문형으로 더 많이 시청한다'라고 응답한 비율이 48.3%로 가장 높음



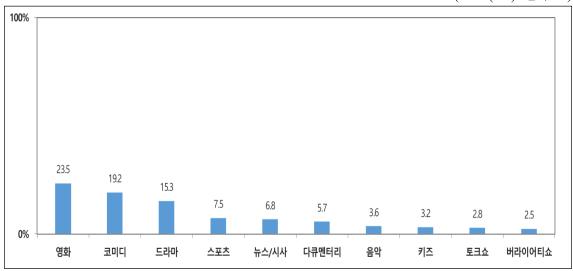
- □ OTT 또는 유료 서비스 비가입 이유
  - 귀하가 온라인동영상서비스(OTT)를 이용하지 않거나 유료 서비스에 가입하지 않으신 이유는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
  - 응답자가 OTT를 이용하지 않거나 유료 서비스에 가입하지 않은 이유로 '월 이용료가 비싸서'가 62.5%로 가장 높고, 그 다음으로 '지상파방송이나 유료방송으로 충분해서 (21.4%)', '특별히 볼만한 콘텐츠가 없어서(17.2%)' 등의 순으로 높음

(Base=(192). 단위: %)



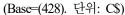
# □ 즐겨보는 장르

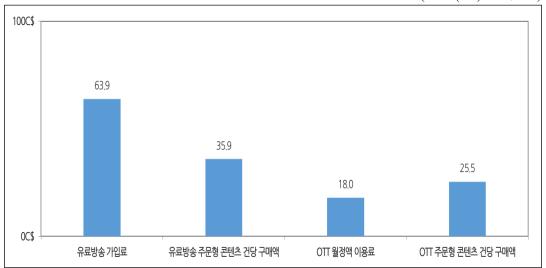
- 귀하가 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 즐겨 보는 장르를 많이 이용하는 순서대로 3위 까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 OTT를 이용할 때 즐겨 보는 장르로 '영화'가 23.5%로 가장 높고, 그 다음으로 '코미디(19.2%)', '드라마(15.3%)', '스포츠(7.5%)' 등의 순으로 높음



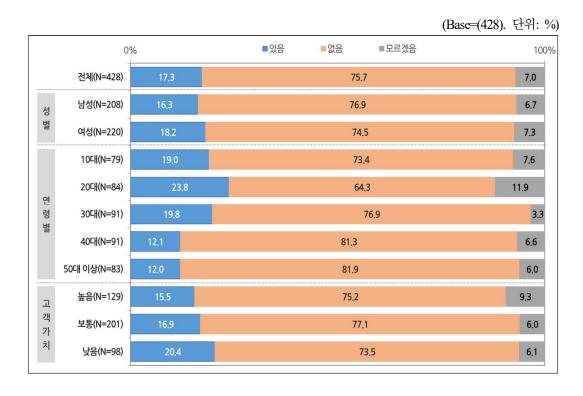
### 다. TV 및 OTT 유료 서비스 이용행태

- 귀하(또는 귀하의 가정)는 케이블, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료로 매월 얼마나 지불하십니까? TV, 전화, 인터넷 등 결합상품(번들링 패키지) 이용 시 인터넷, 휴대전화 요금을 제외하고 응답해 주십시오.
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 유료방송 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매(개별 결제)로 매월 얼마 나 지불하십니까?
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT 서비스) 월정액 이용료로 매월 얼마나 지불하십니까?
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT 서비스)에서 주문형 콘텐츠 건당 구매로 매월 얼마나 지불하십니까?
- 캐나다의 케이블, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료의 평균은 63.9C\$이고, OTT 월 정액 이용료의 평균은 18C\$임
- 캐나다의 매월 유료방송 주문형 콘텐츠 건당 구매액의 평균은 35.9C\$이고, OTT 주문 형 콘텐츠 건당 구매액은 25.5C\$임





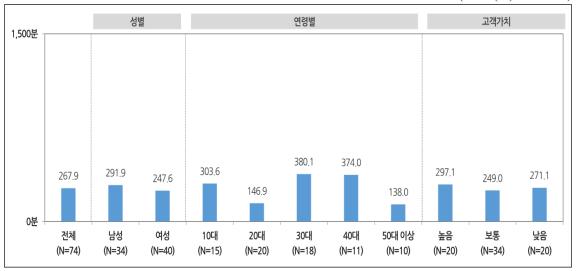
- 라. 한국 동영상 콘텐츠 이용행태
- □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 경험
  - 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 있으십니까?
  - 응답자의 17.3%가 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험이 있는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로 남성(16.3%)보다 여성(18.2%)의 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험이 높음
  - 응답자 연령별로 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험은 20대가 23.8%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 낮은 집단이 한국 동영상 콘텐츠 시청 경험 비율이 20.4% 로 가장 높음



## □ 월 평균 시청시간

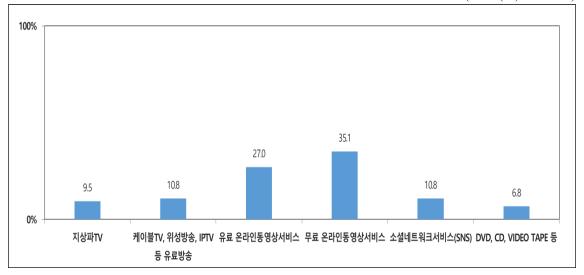
- 귀하는 매월 평균 몇 시간 정도 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청 하십니까?
- 응답자의 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'은 267.9분(약 4시간 정도)임
- 응답자 성별로 여성(247.6분)보다 남성(291.9분)의 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'이 높음
- 응답자 연령별로 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'은 30대가 380.1분으로 가 장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 응답자의 시청시간이 297.1분으로 가장 높음

(Base=(74). 단위: 분)



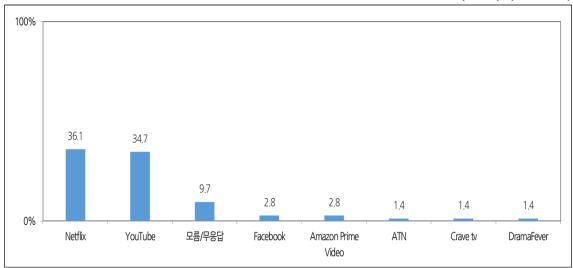
# □ 주시청 방법

- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하는 주된 방법은 무엇입니까? 많이 이용하는 순서대로 3위까지 선택해주시기 바랍니다. (1순위 기준)
- 응답자는 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는 주된 방법으로 '무료 온라인동영상서비스 (35.1%)'가 가장 높고, 그 다음으로 '유료 온라인동영상서비스(27%)', '유료방송 (10.8%)', '소셜네트워크서비스(10.8%)' 등의 순으로 이용하는 것으로 나타남



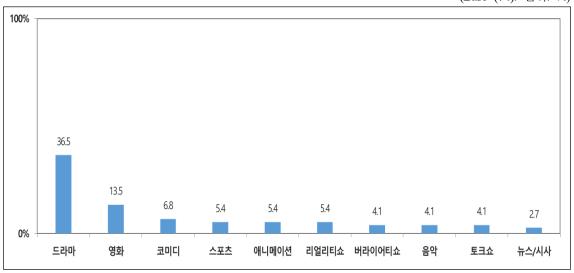
# □ 주이용 OTT

- 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하기 위해 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)는 무엇입니까? 많이 사용하는 순서대로 3위까지 응답해주시기 바랍 니다. (1순위 기준)
- 응답자는 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는 주요 OTT로 'Netflix'가 36.1%로 가장 높고, 그 다음으로 'YouTube(34.7%)', 'Facebook(2.8%)' 등의 순으로 높음



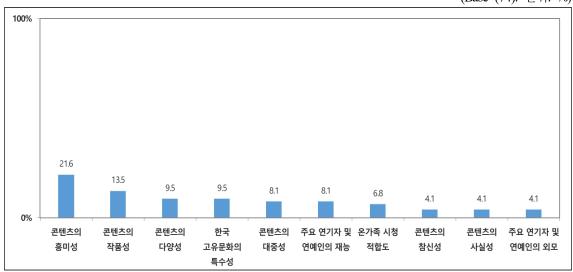
# □ 즐겨보는 장르

- 귀하가 주로 시청하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠의 장르는 무엇입 니까? 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 주로 시청하는 한국 동영상 콘텐츠의 장르로 '드라마'가 36.5%로 가장 높고, 그 다음으로 '영화(13.5%)', '코미디(6.8%)' 등의 순으로 높음



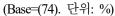
## □ 선택 시 주요 고려요인

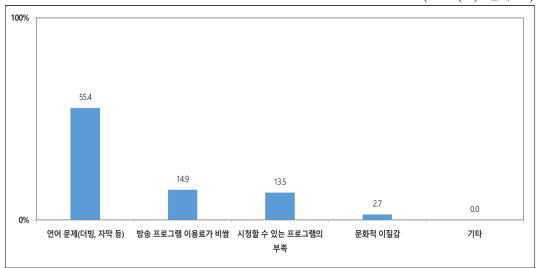
- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 선택할 때 중요하게 생각하는 요인은 무엇입니까? 중요하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 선택할 때 중요하게 생각하는 요인으로 '콘텐츠의 흥미성'이 21.6%로 가장 높고, 그 다음으로 '콘텐츠의 작품성(13.5%)', '콘텐츠의 다양성(9.5%)', '한국 고유문화의 특수성(9.5%)' 등의 순으로 높음



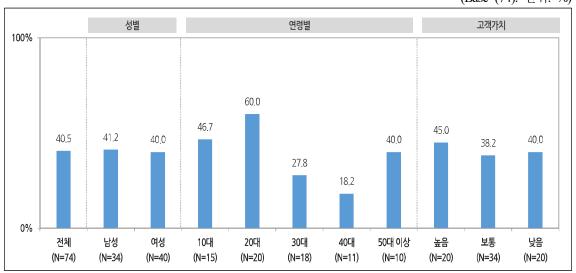
# □ 시청 시 불편사항

- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? 가장 불편하다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점으로 '언어 문제'가 55.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '방송 프로그램 이용료가 비쌈(14.9%)', '시청할 수 있는 프로그램의 부족(13.5%)' 등의 순으로 높음

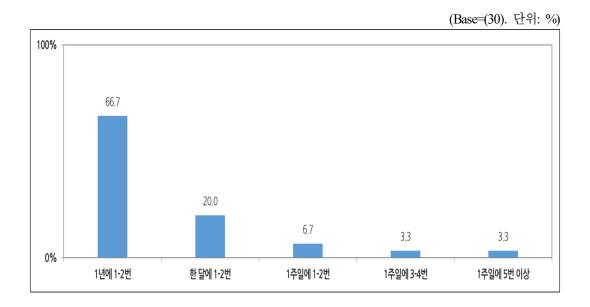




- □ 한국 동영상 콘텐츠 스트리밍/다운로드 경험
- 1) 경험수준
  - 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 스트 리밍 또는 다운로드하여 시청한 경험이 있습니까?
  - 응답자의 40.5%가 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험이 있는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로 여성(40%)보다 남성(41.2%)이 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘 텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험이 높음
  - 응답자 연령별로 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험 비율은 20대가 60%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험이 45%로 가장 높음

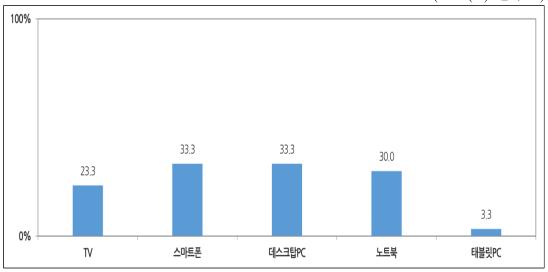


- 2) 스트리밍/다운로드 빈도
  - 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 스트 리밍 또는 다운로드하여 얼마나 자주 시청하십니까?
  - 한국 동영상 콘텐츠를 '1년에 1~2번' 비용을 지불하지 않고 스트리밍/다운로드하여 시청하는 경우가 66.7%로 가장 높고, 그 다음으로 '한달에 1~2번(20%)', '1주일에 1~2번(6.7%)' 등의 순으로 높음



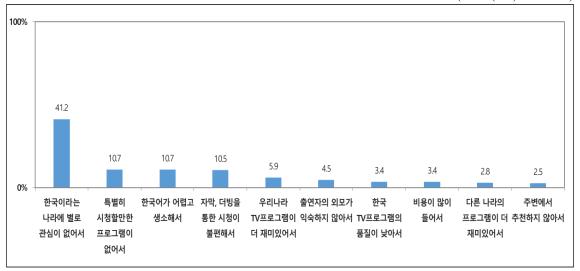
- 3) 스트리밍/다운로드 시 주이용 시청기기
  - 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청 할 때 주로 이용하는 동영상 시청기기는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
  - 이용자가 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는데 사용하는 기기로 '스마트폰'과 '데스크탑PC'가 각각 33.3%로 가장 높고, 그 다음으로 '노트북(30%)', 'TV(23.3%)' 등의 순으로 높음

(Base=(30). 단위: %)



- □ 한국 동영상 콘텐츠 시청경험 없음 이유
  - 귀하는 어떠한 이유로 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 없으십니까? 가장 큰 이유 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 없는 이유로 '한국이라는 나라에 별로 관심이 없어서'가 41.2%로 가장 높고 '특별히 시청할만한 프로그램이 없어서 (10.7%)', '한국어가 어렵고 생소해서(10.7%)' 등의 순으로 높음

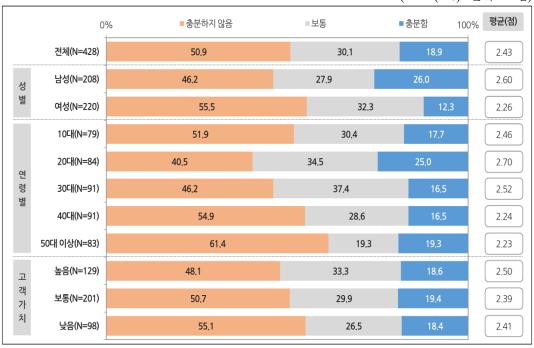
(Base=(354). 단위: %)



### □ 한국 동영상 콘텐츠 시청기회

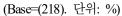
## 1) 충분수준

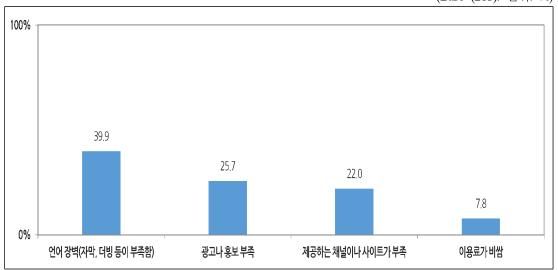
- 귀하는 평소에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분 하다고 생각하십니까?
- 응답자의 50.9%가 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 수 있는 기회가 '충분하지 않다'고 응답함
- 응답자 성별로 남성(46.2%)보다 여성(55.5%)이 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 '충분하지 않다'고 응답한 비율이 높음
- 응답자 연령별로 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 '충분하지 않다'고 응답한 비율이 50대 이상이 61.4%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 낮은 집단의 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 '충분 하지 않다'고 응답한 비율이 55.1%로 가장 높음



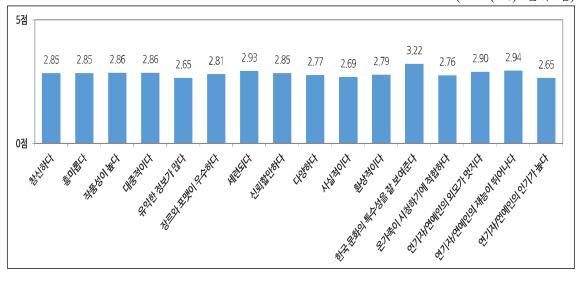
# 2) 불충분 이유

- 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유는 무엇입니까?
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠 시청 기회가 불충분한 이유로 '언어장벽'이 39.9%로 가장 높고, 그 다음으로 '광고나 홍보 부족(25.7%)', '제공하는 채널이나 사이트 부족 (22%)' 등의 순으로 높음





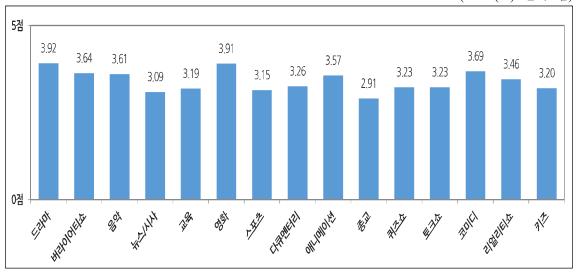
- 마. 한국 동영상 콘텐츠 인식평가
- □ 항목별 평가
  - 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠에 대해 전반적으로 어떻게 생각 하는지 응답해 주십시오. (5점 만점)
  - 응답자의 한국 동영상 콘텐츠에 대한 인식을 살펴보면 '한국 문화의 특수성을 잘 보여준다(3.22점)'가 가장 높고, 그 다음으로 '연기자/연예인의 재능이 뛰어나다(2.94점)', '세련되다(2.93점)' 등의 순으로 높음



# □ 장르별 만족도 평가

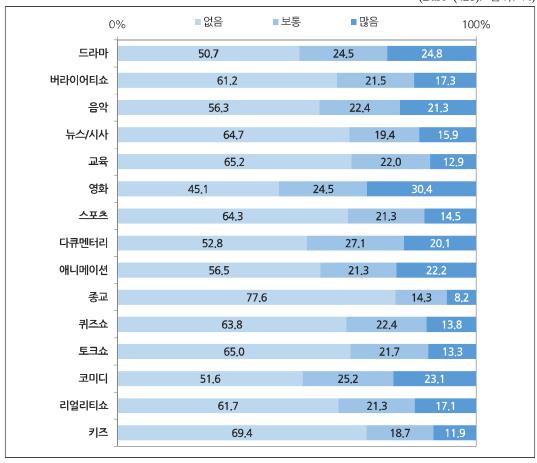
- 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠에 대해 어느 정도 만족하십니까? (5점 만점)
- 응답자의 장르별 한국 동영상 콘텐츠 만족도를 살펴보면 '드라마(3.92점)'가 가장 높고, 그 다음으로 '영화(3.91점)', '코미디(3.69점)', '버라이어티쇼(3.64점)' 등의 순으로 높음

(Base=(74). 단위: 점)

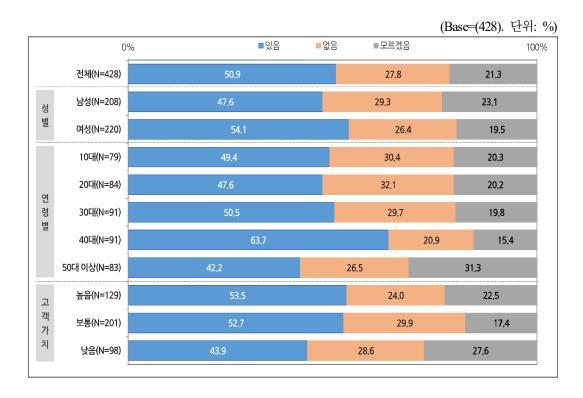


### □ 장르별 향후 시청의향

- 귀하는 향후에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하실 의향이 어느 정도 있으십니까?
- 응답자의 장르별 한국 동영상 콘텐츠 향후 시청의향을 살펴보면 '영화'가 30.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '드라마(24.8%)', '코미디(23.1%)', '애니메이션(22.2%)' 등의 순으로 높음

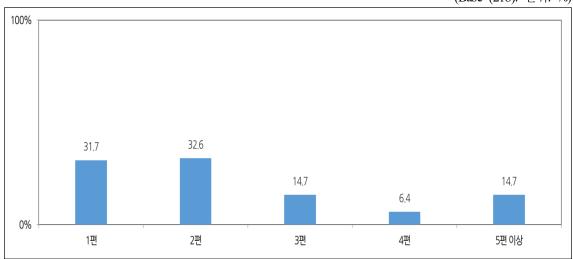


- 바. 국가 간 방송프로그램 공동제작 인식평가
- □ 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험
  - 귀하는 국가 간 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?
  - 응답자의 50.9%가 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로 남성(47.6%)보다 여성(54.1%)의 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 높음
  - 응답자 연령별로 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험은 40대가 63.7%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 53.5%로 가장 높음



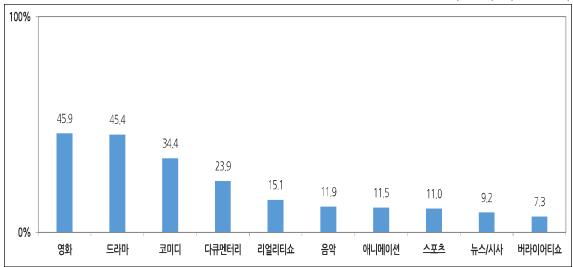
# □ 시청경험

- 1) 전년도 시청 편 수
  - 귀하가 작년(2018년)에 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램은 모두 몇 편이나 됩니까?
  - 응답자가 2018년에 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램 편 수는 '2편'이 32.6%로 가장 높고, 그 다음으로 '1편'이 31.7%로 나타남. 또한 '5편 이상'은 14.7%로 나타남



# 2) 시청경험 있는 장르

- 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램의 장르는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오.
- 응답자가 시청경험 있는 국가 간 공동제작 방송프로그램의 장르로 '영화'가 45.9% 로 가장 높고, 그 다음으로 '드라마(45.4%)', '코미디(34.4%)' 등의 순으로 높음



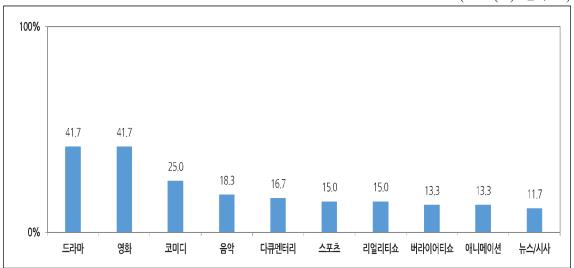
## 3) 한국-캐나다 공동제작 방송프로그램 시청 경험

- 귀하는 한국 연예인이 출연하거나 한국 방송사(제작사)가 우리나라의 방송사(제작사)와 공동 으로 제작한 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?
- 응답자의 14%가 한국과 캐나다 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 것으로 나타남
- 응답자 성별로 여성(12.3%)보다 남성(15.9%)의 한국과 캐나다 공동제작 방송프로그 램 시청 경험이 높음
- 응답자 연령별로 한국과 캐나다 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 40대가 18.7% 로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 보통인 집단의 한국과 캐나다 공동제작 방송프로그램 시 청 경험이 15.9%로 가장 높음

(Base=(428). 단위: %) ■있음 ■없음 ■모르겠음 100% 0% 전체(N=428) 67,3 18.7 남성(N=208) 18.8 65.4 여성(N=220) 69.1 18.6 10대(N=79) 62.0 21.5 20대(N=84) 60.7 21.4 령 30대(N=91) 69.2 19.8 별 40대(N=91) 65.9 15.4 50대 이상(N=83) 78,3 15.7 <del>높음</del>(N=129) 20,9 고 객 보통(N=201) 67.7 16.4 가 치 낮음(N=98) 68.4 20.4

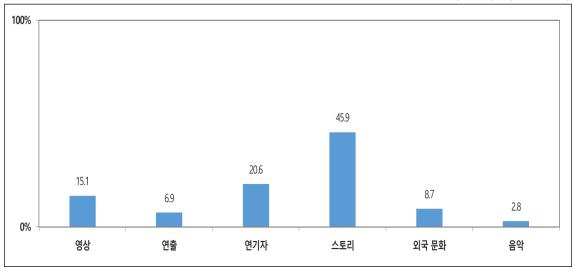
- 4) 한국-캐나다 공동제작 방송프로그램 시청경험 있는 장르
  - 귀하가 시청한 한국과 우리나라의 공동제작 방송프로그램의 장르는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오.
  - 응답자가 시청한 한국과 캐나다 공동제작 방송프로그램의 장르로 '드라마'와 '영화' 가 각각 41.7%로 가장 높으며, 그 다음으로 '코미디(25%)', '음악(18.3%)' 등의 순으로 높음

(Base=(60). 단위: %)



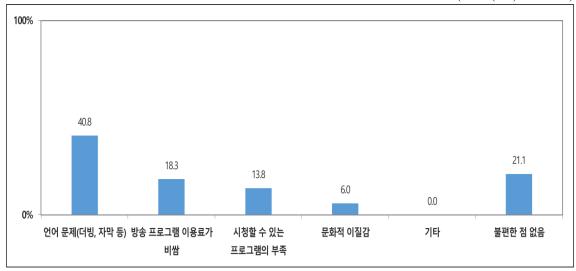
# □ 선호요인

- 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요인은 무엇입니까? 가장 좋았다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자의 국가 간 공동제작 방송프로그램 선호 요인으로 '스토리'가 45.9%로 가장 높고, 그 다음으로 '연기자(20.6%)', '영상(15.1%)' 등의 순으로 높음



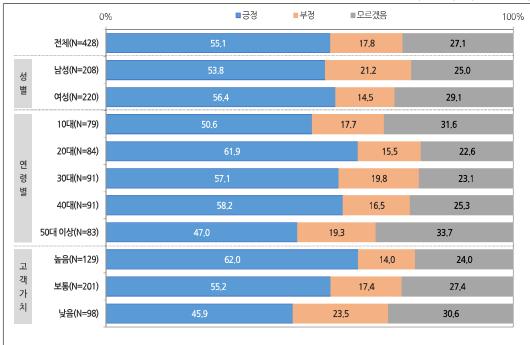
# □ 시청 시 불편사항

- 귀하가 국가 간 방송프로그램을 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? 가장 불편했다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 국가 간 방송프로그램을 시청할 때 불편한 점으로 '언어 문제'가 40.8%로 가장 높고, 그 다음으로 '방송 프로그램 이용료가 비쌈(18.3%)', 시청할 수 있는 프로그램의 부족(13.8%)' 등의 순으로 높음



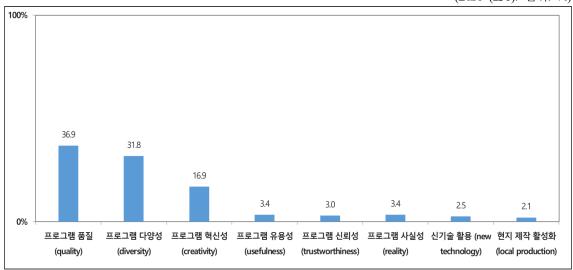
## □ 공동제작을 통한 방송프로그램 제작 기여

- ㅇ 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 생각하십니까? 그 렇지 않다고 생각하십니까?
- 응답자의 55.1%가 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다 고 생각하는 것으로 나타남
- 응답자 성별로 남성(53.8%)보다 여성(56.4%)이 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그 램을 제작할 수 있다고 생각함
- 응답자 연령별로 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작될 수 있다 고 생각하는지에 대해 20대가 61.9%로 가장 높음
- ㅇ 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그 램을 제작할 수 있다고 응답한 비율이 62%로 가장 높음



- □ 공동제작을 통해 향상 가능한 측면
  - 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 더 좋은 방송프로그램이 제작될 수 있다고 생각하십니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 국가 간 공동제작을 통해 향상 가능한 측면으로 '프로그램 품질(Quality)'이 36.9%로 가장 높고, 그 다음 '프로그램 다양성(Diversity)(31.8%)', '프로그램 혁신성 (Creativity)(16.9%)' 등의 순으로 높음

(Base=(236). 단위: %)



## □ 자국 방송산업 기여현황

# 1) 기여도

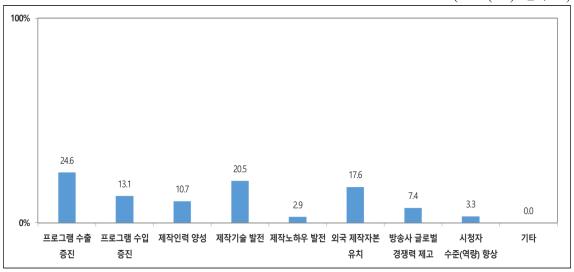
- 귀하는 국가 간 공동제작이 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 기여할 수 없다고 생각하십니까?
- 응답자가 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율은 57%임
- 응답자 성별로 여성(56.8%)보다 남성(57.2%)의 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율이 높음
- 응답자 연령별로 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율이 40대가 61.5%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여 할 수 있다'고 응답한 비율이 58.9%로 가장 높음

(Base=(428). 단위: %) ■기여할수있음 ■기여할 수 없음 ■모르겠음 0% 100% 전체(N=428) 남성(N=208) 23,1 19.7 성 여성(N=220) 14.5 28,6 10대(N=79) 27.8 19.0 20대(N=84) 13,1 27.4 연 령 30FH(N=91) 18,7 23,1 별 40CH(N=91) 25.3 13.2 50대 이상(N=83) 26,5 21.7 <del>높음</del>(N=129) 24.0 17.1 고 객 보통(N=201) 15.9 26.9 가 치 낮음(N=98) 26,5

# 2) 기여 측면

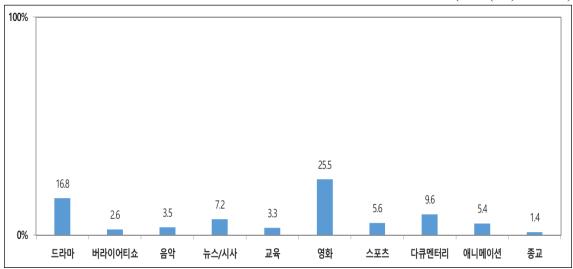
- 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 기여할 수 있는 측면으로 '프로그램 수출 증진'이 24.6%로 가장 높고, 그 다음으로 '제작기술 발전(20.5%)', '외국 제작자본 유치 (17.6%)' 등의 순으로 높음

(Base=(244). 단위: %)

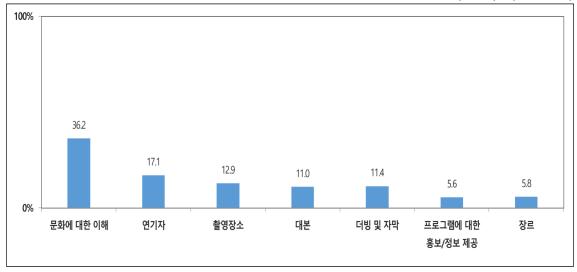


# □ 제작 적합 장르

- 국가 간 방송프로그램 공동제작에 적합하다고 생각하는 장르는 무엇이라 생각하십니까? 가장 적합하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 생각하는 국가 간 방송프로그램 공동제작 적합 장르로 '영화'가 25.5%로 가장 높고, 다음으로 '드라마(16.8%)', '다큐멘터리(9.6%)' 등의 순으로 높음

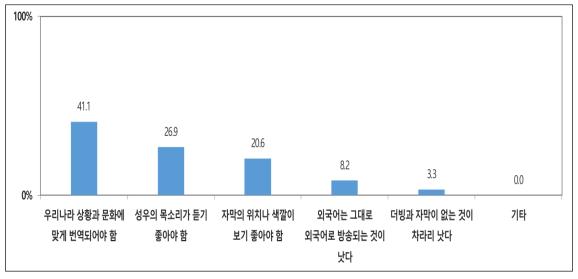


- □ 제작 시 고려사항
- 1) 제작 시 고려요인
  - 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 고려해야 할 요인은 무엇이라 생각하십니까? 가장 먼저 고려해야 한다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 응답자가 생각하는 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 고려해야 할 요인으로 '문화에 대한 이해'가 36.5%로 가장 높고, 그 다음으로 '연기자(17.1%)', '촬영장소 (12.9%)' 등의 순으로 높음



## 2) 제작 시 더빙/자막 중요요인

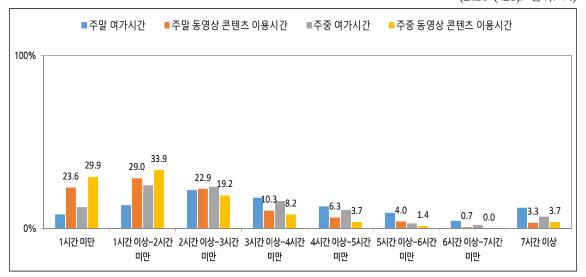
- 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 필요한 더빙과 자막의 경우 어떤 요인이 중요하다고 생각 하십니까? 중요하다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 필요한 더빙 및 자막의 중요 요인으로 '우리나라 상황과 문화에 맞게 번역되어야 함'이 41.1%로 가장 높고, 그 다음으로 '성우의 목 소리가 듣기 좋아야 함(26.9%)', '자막의 위치나 색깔이 보기 좋아야 함(20.6%)' 등의 순으로 높음



### 사. TV 및 OTT 이용환경

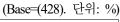
### □ 여가생활 활용시간

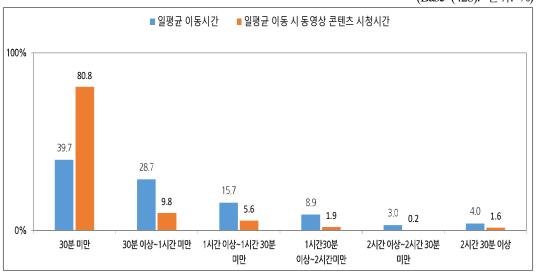
- 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.
- 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.
- 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이 용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 응답자가 여가생활에 동영상 콘텐츠를 이용하는 하루 평균 시간은 주말의 경우 '1시간 이상~2시간 미만'이 29%로 가장 높고, 주중의 경우도 '1시간 이상~2시간 미만'이 33.9%로 가장 높음



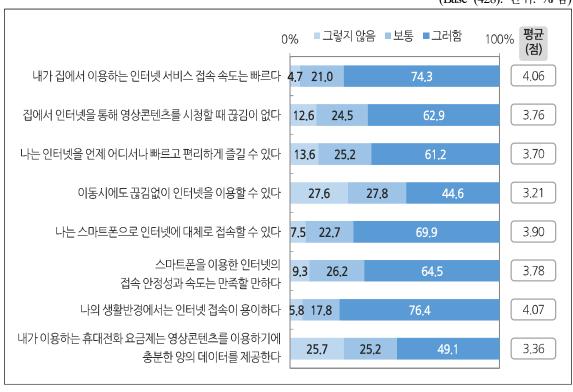
# □ 이동 시 활용시간

- 이 귀하는 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하는 데 하루 평균 얼마만큼의 시간을 소요합니까?
- 귀하가 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하면서, 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 응답자가 일상적으로 이동하는데 걸리는 하루 평균 시간은 '30분 미만'이 39.7%로 가 장 높음
- 응답자가 일상적으로 이동시 동영상 콘텐츠를 시청하는 하루 평균 시간은 '30분 미만'이 80.8%임





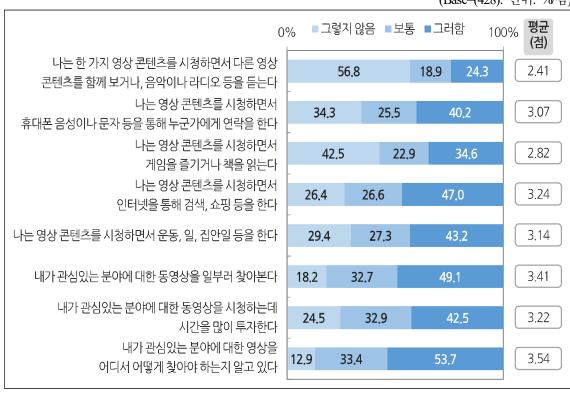
- □ 인터넷 사용 환경 평가
  - 귀하의 인터넷 사용 환경과 관련하여 다음 질문에 응답해 주십시오.
  - 응답자의 인터넷 사용 환경에 대해서 '나의 생활반경에서는 인터넷 접속이 용이하다' 가 76.4%로 가장 높고, '내가 집에서 이용하는 인터넷 서비스 접속 속도는 빠르다 (74.3%)', '나는 스마트폰으로 인터넷에 대체로 접속할 수 있다(69.9%)' 등의 순으로 높음



# □ 시청행동별 동의수준

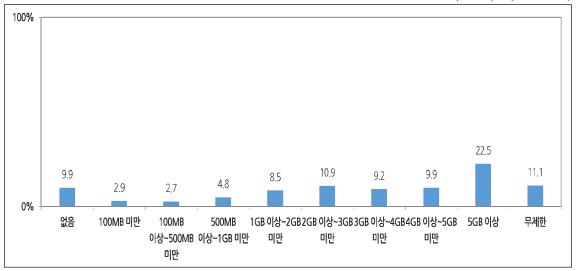
- 귀하는 다음 질문에 어느 정도 동의하는지 응답해 주십시오.
- 응답자의 시청행동별 동의 수준에 대해서 '내가 관심있는 분에 대한 동영상을 어디서 어떻게 찾아야하는지 알고 있다'가 53.7%로 가장 높고, 그 다음으로 '내가 관심있는 분야 에 대한 동영상을 일부러 찾아본다(49.1%)', '나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 인터넷을 통해 검색, 쇼핑 등을 한다(47%)' 등의 순으로 높음

(Base=(428). 단위: %/점)



- 아. 동영상 콘텐츠 시청관련 기타
- □ 현재 이용 휴대전화 데이터 제공량
  - 귀하가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 얼마나 됩니까?
  - 응답자가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 '5GB이상'이 22.5%로 가장 높으며, 그 다음으로 '무제한(11.1%)', '2GB이상~3GB미만(10.9%)' 등의 순으로 높음

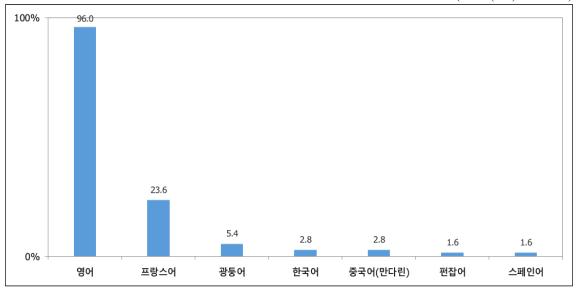
(Base=(413). 단위: %)



# □ 더빙없이 시청 가능한 언어

- 귀하가 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 자막이나 더빙 없이 시청가능한 언어는 무엇 무엇이 있습니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
- 응답자가 동영상 콘텐츠를 시청할 때 자막/더빙 없이 시청 가능한 언어로 '영어'가 96%로 가장 높고, 그 다음으로 '프랑스어(23.6%), '광둥어(5.4%)'등의 순으로 높은 가운데, '한국어'는 2.8%임

(Base=(428). 단위: %)



# 제 5 장 헝가리

헝가리의 방송시장 규모는 약 5억 8,800만 달러로, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 0.3%를 기록할 것으로 예측됨. 플랫폼별 시장구조를 살펴보면 2018년 기준 케이블방송이 전체의 약 45%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 위성방송이 약 25%를 차지함

2018년 헝가리의 OTT 서비스 매출규모는 약 4,200만 달러로, 방송시장과 비교하면 7.1%에 불과하나, 2024년까지 약 9,500만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 2.3배 증가할 것으로 예측됨. 유료 OTT 서비스는 대부분 구독형 서비스를 통해 이뤄지고 있음

헝가리의 방송시장은 미디어정보커뮤니케이션청(National Media and Infocommunications Authority, NMHH)이 규제를 담당하고 있으며, 2010년에 제정된〈언론자유와 미디어 내용의기본 규칙에 대한 법률(Act on the Freedom of the Press and the Fundamental Rules on Media Content)〉과〈미디어 서비스와 매스미디어에 관한 법률(Media Services and Mass Media Act)〉의 적용을 받음

# 제1절 방송시장 및 사업자 현황

〈표 5-1〉 헝가리 일반정보

수도	부다페스트(Budapest)
국토면적(sq km)	93천
인구 수	9.8백만
언어	헝가리어(마자르어)
GDP(USD billion)	156.4
경제 성장률	4.0%
TV보유 가구 수(천)	4,163
방송규제기관	미디어정보커뮤니케이션청(NMHH)

자료: 수출입은행(2019), 정보통신산업진흥원(2018d), OVUM(2019e)

# 1. 방송시장 규모

# 가. 방송시장 규모 및 전망

- (방송시장 규모) 헝가리의 2018년 방송시장 매출액 규모는 약 5억 8,800만 달러로, 전 년 대비 약 1,600만 달러 증가하였으며 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 0.3%를 기록할 것으로 예측됨
- (TV 매출액) 헝가리의 2018년 TV매출액은 약 3억 2,600만 달러로, 전년 대비 약 100만 달러 감소함
- (TV광고 매출액) 헝가리의 2018년 TV광고 매출액은 약 2억 1,100만 달러로, 전년 대비 약 900만 달러 증가함
- (라디오 매출액) 헝가리의 2018년 라디오 매출액은 전체 약 5,100만 달러로, 전년 대비 약 800만 달러 증가함

〈표 5-2〉 헝가리 방송시장 매출액 및 전망(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
TV매출	311	315	324	327	326	324	320	316	313	311
 TV광고	177	183	199	202	211	208	214	215	219	221
라디오	29	31	36	43	51	56	60	63	65	66
합계	517	529	559	572	588	588	594	594	597	598

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019d)

#### 나. TV광고시장 규모

- (TV광고시장) 헝가리의 2018년 TV광고시장 매출액은 약 2억 1,100만 달러이며 2018~
   2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 0.9%로, 2023년까지 약 2억 2,100만 달러 규모의 시장으로 성장할 것으로 예측됨
- (지상파방송 광고) 헝가리의 2018년 지상파방송 광고 매출액은 약 1억 2,300만 달러로, 전체 TV광고시장 매출의 약 58.3%를 차지하고 있음
- (유료방송 광고) 헝가리의 2018년 유료방송 광고 매출액은 약 8,600만 달러로, 전체 TV광고시장 매출의 약 40.8%를 차지하고 있음
- (온라인TV 광고) 헝가리의 2018년 온라인TV 광고 매출액은 약 200만 달러로, 2023년까지 지속적인 성장세를 보일 것으로 전망됨

# 〈표 5-3〉 헝가리 TV광고시장 매출액 및 전망(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
지상파방송	114	115	121	120	123	120	121	121	122	122
유료방송	62	67	76	80	86	86	88	90	92	92
온라인TV	0	1	1	2	2	3	4	4	5	6
합계	177	183	199	202	211	208	214	215	219	221

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019d)

# 2. 방송가입자 현황

○ (방송가입자 현황) 헝가리의 2018년 전체 TV 보유 가구 수는 약 416.3만 가구이며, TV 시청은 디지털 케이블방송(27%), 유료 디지털 위성방송(19%), IPTV(19%), 아날로그 케이블방송(18%), 디지털 지상파방송(11%), 무료 디지털 위성방송(6%) 등을 통하여 이루 어지고 있음

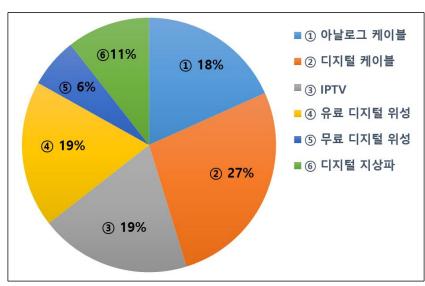
〈표 5-4〉 헝가리 TV 보유 가구 플랫폼별 현황(2013~2018)

(단위: 천 가구)

					`	- ' - ' '
구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TV 보유 가구 수	4,023	4,062	4,087	4,112	4,138	4,163
아날로그 지상파	0	0	0	0	0	0
아날로그 위성	0	0	0	0	0	0
아날로그 케이블	1,264	1,130	1,011	928	886	762
디지털 케이블	658	753	896	1,006	1,019	1,120
IPTV	436	504	572	627	711	801
유료 디지털 위성	899	919	896	871	832	776
무료 디지털 위성	234	236	238	238	250	263
디지털 지상파 단독 수신	532	519	474	442	439	441

자료: OVUM(2019e)

[그림 5-1] 헝가리 TV 시청 플랫폼별 현황(2018)



자료: OVUM(2019e)

# 3. 지상파방송

# 가. 시장 구조

- 헝가리 정부는 EU 규정에 근거하여 2006년〈디지털방송 전환 규정(on the Rules of Digital Broadcast Transmission)〉을 통해 2012년까지 디지털방송으로 전면 전환한다는 계획을 발표하였으며, 2013년 10월 31일에 지상파 아날로그 방송을 종료하였음<sup>115)</sup>
- 2018년 무료 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수는 약 76.5만 가구로, 전체 TV보유 가구 수의 약 18.9%를 차지함

〈표 5-5〉 헝가리 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
무료 DTT	700	701	717	753	765	765	777	766	754	753
가구 수	700	701	, 1 ,	755	705	705	'''	700	75.	
유료 DTT	117	104	101	07	02	02	04	05	06	06
가구 수	117	104	101	97	92	93	94	95	96	96
DTT가구	17.2	17.2	17.6	10.6	10.0	10.0	10.1	10.0	10.6	10.5
비율(%)	17.3	17.2	17.6	18.6	18.9	18.9	19.1	18.9	18.6	18.5

<sup>※</sup> p: 전망치

자료: Kagan(2019i)

# 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
지상파방송	Magyar Televizio, RTL Group, TV2 Group 등

○ 헝가리 지상파방송 사업자는 Magyar Televizio, RTL Group, TV2 Group 등이 있음

# 1) Magyar Televizio

- Magyar Televizio(MTV)는 헝가리 최초의 국영방송 사업자로 1954년에 시험방송 운영 후 1957년 5월 1일 공식적으로 방송을 개시함
- MTV는 60년 동안 독립기관으로 존재하다가 미디어법 개정으로 Médiaszolgáltatástámogató és Vagyonkezelő Alap(MTVA)의 관리와 지원을 받음

<sup>115)</sup> 정보통신산업진흥원(2018d). p.377.

- 2015년 MTV는 Hungarian Radio, Hungarian Telecommunications Office, Duna Television
   과 합병하여 Duna Media Service Non-Profit Limited Company(Duna Médiaszolgáltató)
   라는 단일 기업으로 재탄생함
- MTV는 Duna TV, Duna World, M1 HD, M2 HD, M3, M4 Sport, M5 등의 채널을 운영 중<sup>116)</sup>
  - Duna TV는 2018년 연평균 시청점유율 3위를 기록함
- 2008년 한국 드라마〈대장금〉을 수입하여 매주 5회씩 방영하여 30~37%의 높은 평균 시청점유율을 기록함<sup>117)</sup>

# 2) RTL Group

- RTL Group은 유럽 최대의 지상파방송사업자로, 본사는 룩셈부르크에 있으며 독일 · 프랑스 · 벨기에 · 네덜란드 · 룩셈부르크 · 스위스 · 스페인 · 헝가리 · 크로아티아에서 총 68개의 TV채널 · 8개의 주문형 서비스 플랫폼(SVOD) · 30개의 라디오 방송국을 운영하고 있음¹¹8)
- RTL Group의 콘텐츠 사업인 Fremantle은 세계 최고의 TV 콘텐츠 제작사 중 하나로 〈Idols〉, 〈Got Talent〉, 〈Good Times〉, 〈Bad Times〉, 〈Family Feud〉 등을 제작함
- RTL Group은 헝가리에서 지상파방송 채널 RTL Klub외 6개의 케이블방송 채널을 운영하고 있음
- RTL Klub은 1997년 설립된 RTL Group 소유의 채널로, 설립 초기에는 도시에 거주하고 있는 18~49세의 젊은 연령대를 주 타깃으로 하여 채널을 구성하였음<sup>119)</sup>
- RTL Klub은 드라마〈Barátok közt(Among Friends)〉덕분에 2002년부터 헝가리에서 가장 많이 시청하는 TV채널 중 하나가 되었음
  - RTL Klub의 2018 연평균 시청점유율은 10.1%로 TV2에 이어 2위를 차지함<sup>120)</sup>
- RTL Klub의 리얼리티 프로그램 〈X-FAKTOR〉는 2018년 기준 최고 시청률을 기록하

<sup>116) &</sup>quot;MTVA" MTVA, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, http://mtva.hu.

<sup>117) &</sup>quot;유럽 첫 방영 한국 드라마 '대장금' 인기 상종가." 연합뉴스. 2008년 6월 9일 수정, 2019년 12월 29 일 접속, https://www.yna.co.kr/view/AKR20080609215300086.

<sup>118) &</sup>quot;Profile" RTL Group, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.rtlgroup.com/en/about\_us/the\_group/profile.cfm.

<sup>119)</sup> 정보통신산업진흥원(2010), p.322.

<sup>120)</sup> Eurodata TV(2019), p.246.

였으며, 그 다음으로 코미디 시리즈 〈A MI KIS FALUNK〉, 뉴스 프로그램〈HIRADO〉 등의 순으로 높음<sup>121)</sup>

# 3) TV2 Group

- TV2 Group은 2013년에 미디어 그룹 MTM-SBS를 대체하여 설립되었으며, TV2 채널 외 Super TV2, FEM3, Mozi+등 14개의 채널을 보유하고 있음
- TV2는 1997년 10월 4일에 설립된 종합채널로, 주로 자체 제작한 프로그램을 방영함
  - 2014년 초까지 ProSiebenSat.1 Media SE가 소유했으며, 2019년 6월 그룹 전체가 헝가리 은행가이자 사업가인 József Vida에게 매각되었음<sup>122)</sup>
- TV2의 2018년 연평균 시청점유율은 10.2%로 헝가리 전체 채널 중 시청점유율 1위를 차지함<sup>123)</sup>
- 2018년 기준 최고 시청률을 보인 상위 10개의 영화 및 프로그램 중 4개(〈Home Alone〉,
   〈Your Face Sounds Familiar〉, 〈A Piramis〉, 〈Celebrity Duets〉가 TV2의 프로그램임<sup>124)</sup>

# 4. 유료방송

# 가. 시장 구조

- 헝가리의 2018년 유료방송 가입 가구 수는 약 345.4만 가구로, 전체 TV보유 가구의 약 85.2%를 차지함
- 헝가리 유료방송시장의 2018년 매출액은 전년 대비 약 7% 증가한 약 6억 1,900만 달 러를 기록하였으며 2023년까지 성장세를 보일 것으로 전망됨

<sup>121)</sup> Eurodata TV(2019), p.247.

<sup>122) &</sup>quot;Jozsef Vida confirms TV2 purchase." Budapest Business Journal, last modified May 30, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://bbj.hu/business/jozsef-vida-confirms-tv2-purchase 166331.

<sup>123)</sup> Eurodata TV(2019), p.246.

<sup>124)</sup> Eurodata TV(2019), p.247.

〈표 5-6〉 헝가리 유료방송 가입 가구 수 및 매출액(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

							,	L 11. L	´ l l ,	16 6-1)
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
유료방송가입 가구 수	3,365	3,450	3,452	3,426	3,454	3,496	3,528	3,562	3,597	3,634
유료방송 매출액	497	479	519	579	619	639	654	668	681	694
유료방송가입 가구 비율(%)	83.0	84.7	84.9	84.5	85.2	86.2	86.9	87.7	88.6	89.4

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019i)

- 헝가리 유료방송시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 플랫폼은 케이블방송이며, 전체 유료방송의 과반수를 차지하고 있음
  - 2018년 케이블방송은 전체 유료방송 매출의 53.3%를 차지하였으며, IPTV방송 28%, 위성방송 16.8% 순으로 이어짐

[그림 5-2] 헝가리 유료방송 플랫폼별 매출 비율(2014~2023)

(단위: %) 60.0 54.0 53.3 52.8 52.8 52.2 51.8 51.4 51.0 51.2 50.7 50.0 40.0 30.1 30.5 29.6 29.8 29.3 28.0 30.0 25.4 24.9 24.6 22.3 20.0 22.2 20.7 19.5 18.2 16.8 16.9 16.9 16.6 16.5 16.1 10.0 0.0 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 →위성(DTH) →케이블 → IPTV

자료: Kagan(2019i)

# 1) 케이블방송

○ 2018년 케이블방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 약 44.1%인 약 179만 가구로, 전 년 대비 약 100만 가구 감소함 ○ 2018년 케이블방송 매출액은 약 3억 3,000달러로, 전년 대비 약 1,800만 달러 증가하 였으며 2018~2023년까지 연평균 성장률(CAGR) 약 1.3%를 기록할 것으로 전망됨

〈표 5-7〉 헝가리 케이블방송 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

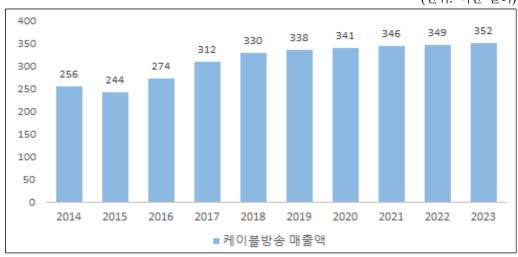
							,	(	' ' '	,
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
케이블방송	1 011	1.0/1	1 022	1.701	1.700	1.700	1 000	1 005	1 011	1 010
가입 가구 수	1,811	1,861	1,833	1,791	1,790	1,796	1,800	1,805	1,811	1,818
케이블방송	256	244	274	212	220	220	241	246	240	252
매출액	256	244	274	312	330	338	341	346	349	352
케이블 방송 가입	44.7	15.7	45.1	44.2	44.1	44.2	44.4	115	11.6	44.0
가구 비율(%)	44./	45.7	45.1	44.2	<del>44</del> .1 	44.3	44.4	44.5	44.6	44.8

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019i)

[그림 5-3] 헝가리 케이블방송 매출액 추이(2014~2023)

(단위: 백만 달러)



자료: Kagan(2019i)

# 2) 위성방송

- 2018년 위성방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 19.2%인 약 78만 가구로, 전년 대비 약 6% 감소함
- 2018년 위성방송 매출액은 약 1억 400만 달러로, 2018~2023년까지 연평균 성장률 (CAGR) 약 2.6%를 기록할 것으로 전망됨

〈표 5-8〉 헝가리 위성방송(DTH) 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

								`		
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
DTH 가구 수	913	908	890	832	780	790	796	802	807	813
DTH 매출액	122	119	116	105	104	103	108	111	115	118
DTH 가입 가구 비율(%)	22.5	22.3	21.9	20.5	19.2	19.5	19.6	19.8	19.9	20.0

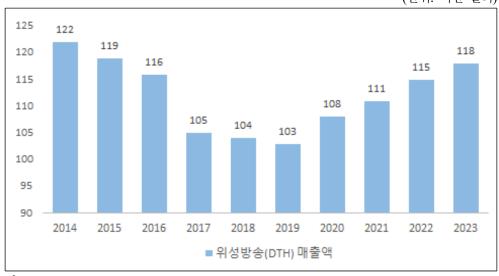
※ DTH: Direct-To-Home, 가정직접수신 위성방송

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019i)

[그림 5-4] 헝가리 위성방송(DTH) 매출액 추이(2014~2023)

(단위: 백만 달러)



자료: Kagan(2019i)

# 3) IPTV방송

- 2018년 IPTV방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 18.6%인 약 75.3만 가구로, 전년 대비 약 13% 증가함
- 2018년 IPTV방송 매출액은 약 1억 7,300만 달러로, 2018~2023년까지 연평균 성장률 (CAGR) 약 4.2%를 기록할 것으로 전망됨

〈표 5-9〉 헝가리 IPTV방송 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

								L 110 L	,	1 1)
구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
IPTV 가입 가구 수	469	526	582	664	753	781	805	830	856	882
 IPTV 매출액	97	99	115	147	173	188	193	199	205	212
전체 TV가구 대비 IPTV 가입 가구 비율(%)	11.6	12.9	14.3	16.4	18.6	19.3	19.8	20.5	21.1	21.7

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019i)

[그림 5-5] 헝가리 IPTV방송 매출액 추이(2014~2023)

(단위: 백만 달러)



자료: Kagan(2019i)

나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
케이블방송	Digi TV, Vodafone(UPC Hungary), Magyar Telekom 등
위성방송	Digi, Magyar Telekom, M7 Group 등
IPTV방송	Magyar Telekom 등

# 1) 케이블방송

○ 헝가리 케이블방송사업자는 Digi TV, Vodafone(UPC Hungary), Magyar Telekom 등이 있음

# 가) Digi TV

- Digi TV는 RCS&RDS의 자회사로 2007년부터 디지털 케이블방송 서비스를 개시함
  - RCS&RDS(Romanian Cable System & Romanian Data System)는 중유럽과 동유럽에서 가장 큰 통신 사업자 중 하나임
- 2018년 Digi TV의 가입 가구 수는 75.5만 가구로, 헝가리 케이블방송 시장 점유율 1 위임
- Digi TV는 2017년 Invitel Telecommunications를 인수하기로 합의하고 2019년 인수 절차를 완료함
- 2009년 7월 DIGI Sport채널을 개설하여 국내 스포츠 채널 중 처음으로 케이블 네트 워크를 통해 HD 방송을 송출함<sup>(25)</sup>
  - 2012년에 Film Now, DIGI Life, DIGI World, DIGI Animal World 등 4개의 채널을 개설함

# 나) Vodafone(UPC Hungary)

- UPC Hungary(UPC Magyarorszag Kft)는 헝가리에서 두 번째로 큰 유료방송 사업자로, 디지털 케이블 방송 서비스를 2008년 4월에 개시함
- UPC Hungary는 다국적 통신그룹인 Liberty Global의 자회사였으나, 2018년 5월
   Liberty Global이 UPC Hungary를 영국 다국적 통신 대기업 Vodafone에게 매각하기로
   합의 후 2019년 7월 유럽연합 집행위원회(European Commission)에서 승인함<sup>126)</sup>
  - Vodafone은 2020년 4월부터 Vodafone 이름으로 모바일 및 유선 서비스를 제공할 예정<sup>127)</sup>
  - UPC Hungary가 제공하는 모든 유선서비스(모바일・인터넷・케이블방송)는 계속사용할 수 있지만, Vodafone 브랜드로 운영될 예정

<sup>125) &</sup>quot;About us." Digi, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, http://digi.hu/ugyintezes/tudastar/rolunk.

<sup>126) &</sup>quot;European Commission approves Vodafone's takeover of UPC. In Romania, the transaction will be complete by end-July." Business Review, last modified Jul 19, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://business-review.eu/tech/european-commission-approved-vodafones-takeover-of-upc-in-romania-the-transaction-will-be-complete-by-the-end-of-the-month-203327.

<sup>127) &</sup>quot;Vodafone pulls UPC brand from Hungary." BroadbandTV News, last modified Oct 4, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.broadbandtvnews.com/2019/10/04/vodafone-pulls-upc-brand-from-hungary.

○ 2018년 UPC Hungary의 케이블 가입 가구 수는 약 69.2만 가구로, 이는 전체 케이블 방송 가입 가구의 약 37%를 차지하며 시장점유율 2위임

# 다) Magyar Telekom

- Magyar Telekom은 독일의 Deutsche Telekom 자회사이자 헝가리 최대 유료방송사업 자로, 케이블방송·IPTV·위성방송 서비스를 운영하고 있음
  - Magyar Telekom은 T-Home이라는 브랜드로 유료방송 서비스를 제공하고 있음
- Magyar Telekom은 2005년 12월부터 디지털 케이블방송 서비스를 개시함
- 2018년 T-Home의 케이블방송 가입 가구 수는 약 10.9만 가구로, 시장 점유율 3위임

# 2) 위성방송

○ 헝가리 위성방송사업자는 DigiTV, Magyar Telekom, M7 Group 등이 있음

# 가) DigiTV

- DigiTV는 RCS&RDS의 자회사로 2006년부터 위성방송 서비스를 개시함
  - RCS&RDS(Romanian Cable System & Romanian Data System)는 중유럽과 동유럽에서 가장 큰 통신 사업자 중 하나임
- 2018년 DigiTV의 위성방송 가입 가구 수는 약 27.5만 가구로, 이는 전체 유로 디지털 위성방송 가입 가구의 35%를 차지하며 시장 점유율 1위임

# 나) Magyar Telekom

- Magyar Telekom은 독일의 Deutsche Telekom 자회사이자 헝가리 최대 유료방송사업 자로, 케이블방송·IPTV·위성방송 서비스를 운영하고 있음
  - Magyar Telekom은 T-Home이라는 브랜드로 유료방송 서비스를 제공하고 있음
- Magyar Telekom은 2008년 11월부터 위성방송 서비스를 개시하였으며 2018년 위성 방송 가입 가구 수는 약 26.4만 가구로 시장 점유율 2위임

# 다) M7 Group

- 2018년 12월 UPC Hungary의 모기업 Liberty Global은 UPC Direct을 M7 Group에게 매각하기로 합의함
  - UPC Hungary는 헝가리에서 두 번째로 큰 유료방송 사업자로, 2000년부터 위성방

송 서비스 UPC Direct라는 브랜드를 운영하고 있음

- M7 Group은 유럽 최대 위성 및 IP 기반 TV플랫폼 사업자 중 하나이며 여러 국가 에서 다양한 브랜드를 운영하고 있음<sup>128)</sup>
- 체코 및 슬로바키아의 Freesat과 Skylink, 네덜란드의 Canal Digitaal, 벨기에의 TV Vlaanderen 및 TeleSat, 헝가리의 UPC Direct, 루마니아의 FocusSat, 오스트리아의 HD Austria 등
- 2018년 UPC Direct의 위성방송 가입 가구 수는 약 23.7만 가구로, 이는 전체 유로 디지털 위성방송 가입가구의 31%를 차지하며 시장 점유율 3위임

# 3) IPTV방송

- 헝가리 IPTV방송사업자는 Magyar Telekom 등이 있음
- Magyar Telekom은 2006년 11월 T-Home이라는 브랜드로 IPTV방송 서비스를 개시
- 2018년 T-Home의 iPTV방송 가입 가구 수는 약 71.5만 가구로, 이는 전체 IPTV방송 가입가구의 89%임

#### 5. OTT

# 가. 시장 구조

- OVUM(2019)에 의하면 헝가리의 2018년 OTT 서비스 매출규모는 약 4,200만 달러로, 전년대비 약 1.2배 성장함
  - 헝가리의 유료 OTT시장은 구독형(Subscription) 서비스가 대부분이며, 2024년까지 매출액이 약 7,900만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 2.5배 증가할 것으로 예상됨

<sup>128) &</sup>quot;A UPC DIRECT-Rol." UPC Direct,, last modified N/A,, accessed Dec 30, 2019, https://www.upcdirect.hu/a-upc-direct-rol.

〈표 5-10〉 헝가리 OTT서비스 형태별 총 매출액(2015~2024)

(단위: 백만 달러)

									(	1 - 17
구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p	2024p
디지털대여	3	4	4	4	5	6	6	7	7	8
전자판매	5	6	6	6	6	6	7	7	8	8
구독형	9	19	24	32	40	47	55	63	72	79
합계	18	28	34	42	50	59	68	77	86	95

<sup>※</sup> 전자판매(Electronic sell-through, EST)

자료: OVUM(2019b)

- 헝가리의 OTT시장은 성장하고 있지만, 저렴한 유료방송으로 인해 활성화되지 않았음
- 헝가리의 2018년 구독형 서비스 이용자는 약 38.3만 명으로, 전년대비 약 46.7% 증가함
  - 이용자 수는 2015년 약 8.6만 명에서 2024년 약 86.7만 명으로, 약 10배 이상 증가할것으로 예상됨

〈표 5-11〉 헝가리 구독형 서비스 이용자 현황(2015~2024)

(단위: 천 명)

구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p	2024p
SVOD 구독자수	10.7	82.4	112.2	188.9	227.2	270.2	315.2	361.4	403.9	451.1
SLIN 구독자수	76.3	118.5	149	194.3	229.7	265.9	302.8	343.6	378.7	416.5
합계	86.9	200.9	261.1	383.2	456.8	536.1	618.1	705	782.6	867.5

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2019b)

○ 헝가리 OTT 서비스 콘텐츠별 매출을 살펴보면 2023년까지 영화 콘텐츠 매출액이 방 송 콘텐츠 매출액보다 높을 것으로 전망됨

<sup>※</sup> 구독형(Subscriptions): 반복적으로 결제하여 디지털 영상을 이용하는 유료 서비스로 주문형 서비스 (Subscription Video On Demand, SVOD)와 실시간 서비스(Linear Subscription Services, SLIN) 모두 포함 ※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

〈표 5-12〉 헝가리 OTT서비스 콘텐츠별 매출액(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018p	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
영화	9.1	11.0	17.7	21.8	26.2	30.9	35.3	39.7	44.0	48.2
TV	2.9	3.9	8.0	11.2	14.9	19.4	24.3	29.8	36.4	43.5
기타	0.6	0.8	1.5	2.1	2.8	3.6	4.4	5.2	6.2	7.3
합계	12.6	15.7	27.2	35.1	43.9	53.9	64	74.7	86.6	99

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2018a)

# 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
OTT	Netflix, Magyar Telekom, Telenor, AT&T 등

○ 헝가리의 주요 OTT 서비스 사업자는 Netflix, Magyar Telekom, Telenor, AT&T 등이 있음

# 1) Netflix

- 2016년 미국의 Netflix가 헝가리에서 OTT 서비스를 개시함
- Netflix의 2018년 구독형 서비스 이용자 수는 약 17만 명이며 시장 점유율은 약 44.5%
   로, 2024년까지 시장 점유율 1위를 유지할 것으로 전망됨
- Netflix는 언어와 문화장벽을 극복하고자 2019년 10월에 헝가리 전용 인터페이스를 앱에 도입하고 헝가리어 더빙의 영화와 자막, 그리고 헝가리 영화들을 추가하였음 129)

# 2) Magyar Telekom

- 헝가리의 통신 사업자이자 유료방송 사업자인 Magyar Telekom은 TV GO라는 브랜드로 서비스를 개시하였음<sup>130)</sup>
- 2018년 TV GO의 구독형 서비스 이용자 수는 약 9.5만 명으로 시장 점유율은 약 24.8%이며, 2024년까지 이용자 수가 꾸준히 증가할 것으로 전망됨
- 2015년까지 TV GO의 OTT 시장 점유율이 압도적으로 높았지만 2016년 Netflix의

<sup>129)</sup> OVUM(2020), p.22.

<sup>130) &</sup>quot;Multiscreen debuts on Magyar Telekom," Broadband TV News, May 8, 2014, accessed Dec 30, 2019, https://www.broadbandtvnews.com/2014/05/08/multiscreen-debuts-on-magyar-telekom.

등장으로 점유율이 지속적으로 감소하고 있음[31]

#### 3) Telenor

- 헝가리에서 두 번째로 큰 통신사업자인 Telenor는 2013년 MyTV라는 브랜드로 OTT 서비스를 개시하였음
  - Telenor의 4G 또는 가정용 인터넷을 통해 노트북, PC, 스마트 폰, 태블릿 등 최대 4 개 장치로 실시간 라이브 스트리밍, VOD 등 다양한 서비스를 이용할 수 있음<sup>132)</sup>
- 2018년 MyTV의 구독형 서비스 이용자 수는 약 6만 명으로 시장 점유율은 약 15.7% 이며, 2024년까지 이용자 수가 꾸준히 증가하여 시장 점유율 3위를 유지할 것으로 전 망됨

# 4) AT&T

- HBO Go는 미국 HBO채널에서 운영하는 OTT 서비스로, 헝가리에서 2011년 6월 서비 스를 개시하였음<sup>133)</sup>
- 2018년 HBO Go의 구독형 서비스 이용자 수는 약 1.8만 명으로 시장 점유율은 약 4.6%이며, 2024년까지 이용자 수가 꾸준히 증가하여 시장 점유율 4위를 유지할 것으로 전망됨
- HBO Go에서 제작한 헝가리 오리지널 시리즈〈Aranyelet(Golden Life)〉,〈Terapia〉, 〈Tarsas jatek〉등을 제작함<sup>134)</sup>

<sup>131)</sup> OVUM(2018a).

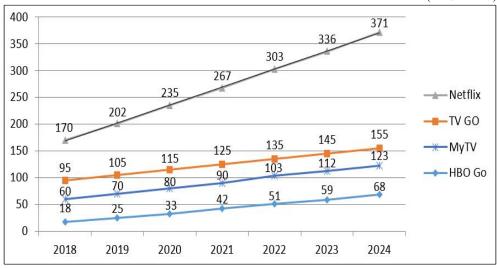
<sup>132) &</sup>quot;Telenor MyTV." Telenor Group, last modified Dec, 2013, accessed Dec 30, 2019, https://www.telenor.com/telenor-mytv.

<sup>133) &</sup>quot;HBO GO launches in Hungary." BroadbandTV News, last modified Jun 7, 2011, accessed Dec 30, 2019, https://www.broadbandtvnews.com/2011/06/07/hbo-go-debuts-in-hungary.

<sup>134) &</sup>quot;HBO Hungary owns series." HBO Go, last modified Jun 7, 2011, accessed Dec 30, 2019, https://hbogo.hu/sorozatok/hbo-magyarorszag-sajat-gyartasu-sorozatok.

[그림 5-6] 헝가리 OTT 사업자별 구독형 서비스 이용자 현황(상위 4개)

(단위: 천 명)



자료: OVUM(2019b) 재구성

# 제 2 절 방송규제 현황

# 1. 방송규제 체계

# 가. 방송규제 기관

- 헝가리의 방송시장은〈언론자유와 미디어 내용의 기본 규칙에 대한 법률(Act on the Freedom of the Press and the Fundamental Rules on Media Content,이하 언론자유법)〉, 〈미디어 서비스와 매스미디어에 관한 법률(Media Services and Mass Media Act, 이하미디어법)〉과 기타 미디어 관련법에 의거하여 미디어정보커뮤니케이션청(Nemzeti Média és Hírközlési Hatóság(National Media and Infocommunications Authority), NMHH) 이 규제를 담당하고 있음<sup>135)</sup>
- NMHH는 미디어청장, 사무국, 미디어평의회(Media Council) 등 3개의 기관을 주축으로 구성되며, NMHH와 미디어평의회는 법률에 의해 독립성이 보장됨
- 대통령에 의해 임명되는 미디어청장은 방송과 통신 전 분야에서 미디어 규제의 시행과 이에 대한 감시를 관장하며, 내용규제, 경쟁규제 준수, 등록된 미디어의 모든 미디어 관련 계약 내용에 대한 감독 권한을 지님
  - 미디어청장은 주파수 관리, 사용료 관련 칙령(decree)을 발표할 수 있는 장관급의 권한을 지님
- 사무국은 미디어와 전기통신 분야의 규제를 담당하며, 매체 등록, 주파수 할당, 공중의 민원사항, 내용/경쟁 관련된 법규정 준수 여부 모니터 역할
- 미디어평의회는 내용규제를 전담하는 기관이며, 동시에 모든 실시간 미디어<sup>136)</sup>의 방송 면허 심사·허가·재심사 또한 담당함
  - 미디어평의회는 헝가리 공공 미디어의 재원을 전담하는 기금인 Médiaszolgáltatás
     -támogató és Vagyonkezelő Alap(Media Service Support and Asset Management Fund,
     MTVA)을 관리하며, 각 공공 미디어의 사장 임명 권한을 가짐

<sup>135)</sup> Center for Media and Communication Studies(2012), "Hungarian Media Laws in Europe: An Assessment of the Consistency of Hungary's Media Laws with European Practices and Norms".

<sup>136)</sup> 프로그램 편성표에 따른 동시시청 또는 청취를 가능하게 하는 미디어 서비스를 지칭하는 것으로서 아날로그 방송을 의미(the freedom of the press and the fundamental rules on media content, Title I).

- 미디어평의회는 미디어위원장과 의회 내 의석수에 따른 투표권을 갖는 정당 추천 위원원 4명으로 구성됨
- 2010년〈미디어법〉개정과 헌법 수정을 통해 공공서비스 미디어 규제체계를 개정하였는데, 헝가리의 공공서비스 미디어(Public Service Media)는 공공서비스재단(Public Service Foundation)과 미디어평의회에 의해 운영됨
  - 공공서비스재단 이사회가 공공서비스 미디어 사장의 최종 임명권과 헝가리의 모든 공공서비스 미디어(3개의 TV방송국·3개의 라디오방송국) 및 국영 뉴스에이전시인 MTI(Magyar Távirati Iroda) 운영에 대한 관할권을 가짐
  - 공공서비스재단 이사회는 이사 8명에 의해 운영되며, 미디어평의회가 의장을 임명
  - 기금재정위원회는 공공서비스 미디어의 프로그램 제작·구매·구조조정에 대한 권한을 가짐

# 나. 방송법규 현황[37]

- 2010년에 제정된〈언론자유법〉과〈미디어법〉이 헝가리 방송을 규제하고 있음
  - (언론자유법)은 언론의 권리, 의무와 책임, 공중의 권리, 정정보도 청구에 대한 일반적인 내용을 담고 있으며
  - 〈미디어법〉은 방송편성, 내용규제, 소유규제, 공영방송 설립과 운영, 미디어 규제기 관의 조직, 역할 등에 대한 내용을 담고 있음
- 2개의 미디어 관련법의 통과와 헌법 개정을 통해 '공적 삶에 대한 적절하고, 적합한 정보를 제공받을 권리(citizen's right to be provided with proper or adequate information about public life)'라는 국민의 알권리에 대한 조항을 추가함<sup>138)</sup>

<sup>137)</sup> Center for Media and Communication Studies(2012); National Media and Infocommunications Authority (2011).

<sup>138) &</sup>quot;Notes on Hungary's media law package." Eurozine, last modified Mar 1, 2011, accessed Dec 30, 2019, https://www.eurozine.com/notes-on-hungarys-media-law-package.

# 2. 주요 방송규제<sup>139)</sup>

#### 가. 방송 진입 및 소유규제

- '시장집중과 시장지배력을 지닌 미디어 서비스 제공자의 출현 방지'라는 제목을 가진 〈미디어법〉제5장이 시장집중을 방지하기 위한 조항들을 담고 있음
- 모든 매체는 설립 후 60일 이내에 등록해야 하며, 위반 시 벌금 조치
- 시장집중에 따른 다양성 저하 방지 대책은 다음과 같음<sup>140)</sup>
- 정보독점과 미디어 시장의 다양성 확보를 위해 미디어 서비스 제공자들의 집중이 제한될 수 있음
- 35% 이상 시청 점유율을 가진 실시간 시청각미디어서비스 제공자, 실시간 시청각미디어서비스 시장과 라디오서비스 시장의 시장점유율 합계가 40% 이상인 실시간 라디오미디어서비스/미디어서비스 제공자, 미디어서비스 제공자의 소유주 또는 미디어서비스 제공자 소유주의 조건에 부합하는 지분을 소유하고자 하는 개인은.
  - 새로운 미디어서비스를 설립하거나, 미디어서비스를 제공하는 기업의 지분을 확보 할 수 없음
  - 자신이 제공하는 미디어서비스의 프로그램 편성 구조를 변경하고, 독립제작자가 제 작한 헝가리 작품과 프로그램의 비율을 늘리거나 다른 방법을 통해 미디어 시장의 다양성을 증진시키는 조치를 취해야 함
  - 만약 위의 제한 조건에 해당하는 자가 미디어서비스 제공자의 지분을 확보하고자 하는 경우 미디어평의회는 이를 거부할 수 있음
  - 위의 조건에 해당하는 미디어서비스 제공자의 요청에 따라 미디어평의회는 다양성 증진을 위한 조치를 확정하기 위해 미디어서비스 제공자와 공개 계약(최소 1년 기 한)을 체결할 수 있음
  - 계약체결이 성립되지 않았을 경우, 미디어서비스 제공자는 제70조에 의거한 미디어

<sup>139)</sup> National Media and Infocommunications Authority(2011).

<sup>140)</sup> 이러한 법 조항에도 불구하고 2018년 설립된 헝가리 최대 미디어 그룹인 KESMA(Central European Press and Media Foundation)는 2018년 친정부성향의 투자자들이 467개의 매체를 재단에 기증하여 현재 500개 이상의 매체를 소유. 정부는 KESMA의 인수, 합병에 대해서는 NMHH의 감독으로부터 면제하는 조치를 취합(European Federation of Journalists, 2019)

평의회의 결정이 내려진 후 6개월 이내에 미디어 다양성 증진을 위한 조치에 대해 승인 신청을 해야 하며, 미디어평의회는 이에 대한 승인여부를 결정함

- 미디어평의회는 미디어서비스 제공자의 다양성 증진 조치가 미흡할 경우 벌금 부과
- 시장지배적 사업자(Media Service Providers with Significant Market Power)의 판정은 다음과 같음
  - 실시간 시청각미디어서비스/라디오미디어서비스 제공자로서 연간 평균 시청점유율이
     15% 이상이며, 소유한 미디어 서비스 중 1개 이상이 3% 이상의 시청자점유율을
     가진 사업자는 시장지배력을 가진 사업자로 판정
  - 미디어평의회는 시장지배적 사업자에 대한 정기적 감시를 실시
  - 미디어평의회는 시장지배적 사업자를 특정하기 위한 시장 조사를 매년 실시
  - 공개 계약 또는 방송협약에 따라 아날로그 실시간 라디오미디어서비스(지상파) 제공을 허락받은 사업자는 ① 최대 1개 전국 라디오서비스, ① 최대 2개 지역(regional) · 4개 지방(local)의 라디오서비스, ② 최대 12개 지방 라디오서비스를 제공할 수 있음

#### 나. 편성규제

- 1) 헝가리 및 유럽의 정체성 추구
  - 미디어사업자는 연간 방송프로그램 편성시간의 절반 이상을 유럽 제작 프로그램 방송시간에 할당해야 하며, 헝가리 프로그램은 1/3 이상을 할당해야 함
  - 주문형 프로그램의 25% 이상은 헝가리 프로그램이어야 함
  - 공공서비스 미디어는 연간 프로그램 시간의 60% 이상을 유럽 제작 프로그램·50% 이상을 헝가리 프로그램을 방송해야 함
    - 또한, 1/3 이상이 독립제작사가 제작 후 5년 이내에 구입한 것이어야 하며, 25% 이상이 헝가리 독립제작자로부터 제작 후 5년 이내에 구입한 것이어야 함

#### 2) 등급표시

- 실시간 미디어서비스 제공자는 방송화면 내에 시청제한 연령을 표시할 의무를 지님
- 프로그램은 전체 시청가능·6세 이상·12세 이상·16세 이상·18세 이상·성인등급 (방송불가)의 6개의 범주로 구분
  - 전체·6세 이상·12세 이상 시청가능 프로그램은 편성 시간에 대한 제약이 없음

- 16세 이상 시청가능 프로그램은 저녁 9시∼새벽 5시 사이에만 편성이 가능하며, 18세 이상은 저녁 10시∼새벽 5시, 성인등급은 편성 불가
- 주문형 미디어의 경우에는 18세 이상과 성인등급만 적용됨

# 다. 내용규제

- 미디어 부문의 헌법이라 불리는 〈언론자유법〉에 의거하여 모든 매체가 내용규제의 적 용을 받음
  - 〈언론자유법〉은 방송·통신 매체뿐 아니라 인쇄 매체까지 적용됨(〈미디어법〉 개정 이전까지 인쇄 매체는 다른 국가와 유사하게 형법에만 구속받을 뿐 자율규제 대상이 었음)
- 미성년자의 발전에 저해가 되는 폭력적, 외설적 내용, 사회적 차별을 담은 내용, 공공 도덕 또는 타인의 도덕적 권리를 침해하는 내용 금지
- PPL은 영화 또는 무료로 제공된 경우에만 허용되며, 뉴스·정치프로그램·14세 이하 를 대상으로 하는 프로그램에서는 금지
- NMHH는 민족, 공동체, 사회적 소수와 사회적 다수에 대해 증오를 부추기는 내용의 미디어 콘텐츠에 대해서는 벌금을 부과할 수 있음(벌금은 시장 영향력에 비례하여 부 과됨)
  - NMHH는 또한 균형 잡히지 않은 보도에 대한 규제 절차를 개시할 권한을 가지고 있으며 방송정지 명령이 가능함

# 제 3 절 방송시장 개방 및 공동제작 현황

# 1. 시청각 서비스 시장 개방 양허 사항

- 한-EU FTA에서 한국과 EU국가들은 방송 서비스 분야를 개방하지 않았으며, 시청각 분야 교류 촉진을 위하여 문화협력의정서를 채택함
  - 헝가리는 WTO GATS에서 방송 서비스 분야를 개방하지 않음

# 2. WTO GATS MFN 의무 면제 여부

○ 헝가리는 우루과이 라운드 협상 당시 시청각물에 대한 공동제작협정을 MFN(Most Favoured Nation: 최혜국 대우) 면제리스트에 포함시켰기 때문에 FTA와 무관하게 공동 제작협정을 체결하여도 국가 간 차별적 규제가 가능함

# 3. 한국 방송콘텐츠 수출입 현황

# 가. 수출 현황

- (한국 방송콘텐츠 수출액 규모) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對헝가리 수출액은 약 1만 4,400달러임
- (방송사업자별 수출액 현황) 2018년 지상파방송의 對헝가리 수출액은 없으며, 방송채 널사용사업자는 약 1만 4.400달러임
- (방송사업자별 수출 편수 추이) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對헝가리 총 수출 편수는 58편이며 지상파방송의 수출 편수는 없으며, 방송채널사용사업자는 58편을 기록함

〈표 5-13〉 한국 방송콘텐츠 對헝가리 수출 금액 추이(2012~2018)

(단위: 천 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	0	-	0	-	180.8	41 <sup>주)</sup>	0
방송채널사용사업자	0	0	0	0	11.5	0	14.4
합계	0	0	0	0	192.3	41 <sup>주)</sup>	14.4

주: 〈표 5-13〉, 〈표 5-14〉, 〈표 5-15〉, 〈표 5-16〉 각주 동일함; '-'의 경우 조사결과가 없음 2017년(지상파방송) 수치는 기타 유럽(폴란드, 스페인, 핀란드, 헝가리, 노르웨이, 스위스 등) 통합 수치임 자료: 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회(2013~2019) 재구성

〈표 5-14〉 한국 방송콘텐츠 對헝가리 수출 편수 추이(2012~2018)

(단위: 편 수)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	0	-	0	-	354	76 <sup>₹)</sup>	0
방송채널사용사업자	0	0	0	0	52	0	58
합계	0	0	0	0	406	76 <sup>₹)</sup>	58

주: 〈표 5-13〉 각주 참고

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

# 나. 수입 현황

- (한국 방송콘텐츠 수입액 규모) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對헝가리 수입액은 약 36만4,000달러임
- (방송사업자별 수입액 현황) 2018년 지상파방송의 對헝가리 수입액은 약 34만 2,000 달러이며, 방송채널사용사업자는 약 2만 2,000달러임
- (방송사업자별 수입 편수 추이) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對헝가리 총 수입 편수는 53편이며 지상파방송의 수출 편수는 50편이며, 방송채널사용사업자는 3편을 기록함

〈표 5-15〉 한국 방송콘텐츠 對헝가리 수입 금액 추이(2012~2018)

(단위: 천 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	345	-	266	-	0	28.5 <sup>주)</sup>	342
방송채널사용사업자	1,008	1,976	775.5	10	591.8	39	22
합계	1,353	1,976	1,041.5	10	591.8	67.5 <sup>₹)</sup>	364

주: 〈표 5-13〉 각주 참고

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

# 〈표 5-16〉 한국 방송콘텐츠 對헝가리 수입 편수 추이(2012~2018)

(단위: 편 수)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	28	-	35	-	0	45 <sup>₹)</sup>	50
방송채널사용사업자	214	365	412	9	265	27	3
합계	242	365	447	9	265	72 <sup>주)</sup>	53

주: 〈표 5-13〉 각주 참고

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

# 4. 공동제작협정 체결 현황

- o 헝가리—캐나다 영화 및 비디오 관련 협정(Agreement on Film and Video Relations between the Government of Canada and the Government of the Hungarian People's Republic)은 1987년에 체결하였으며 텔레비전 방영을 목적으로 하는 영화 공동제작도 포함됨
  - ─ 공동제작물은 양국의 국내 프로그램으로 간주되며(제3조), 각 국가의 공동제작자는20%~80% 사이의 기여를 해야 함(제9조)
  - 최소 기여 공동제작자의 기술자/연기자에 대한 기여는 투자비율과 비례해야하고, 이런 경우에 3명 이상의 기술자, 1명의 주요 연기자 및 2명의 보조 연기자의 참여가 포함되어야 하며, 양국 권한당국의 승인에 의하여 예외가 허용됨(제10조)
  - ─ 상대국의 창의적・기술적・예술 인력에 대하여 자국 영토로의 일시 입국을 용이하게 함
- 헝가리—이스라엘 영화 공동제작협정(Agreement on Film Co production Between The Government of the State of Israel and The Government of Hungary)은 2014년에 체결하였으며 공동제작 범주에 텔레비전 방영을 목적으로 하는 영화 공동제작도 포함됨
  - 양국의 권한당국의 승인을 받은 공동제작물은 양국의 국내제작물로 간주되며(제2조), 각 국가의 공동제작자는 20%~80% 사이의 기여를 해야 함(제5조)
  - 공동제작자의 기술/창의적 기여는 재정적 투자비율과 비례해야하며, 양국 권한당국의 승인으로 예외를 인정하나 이 경우에도 최소 기여자의 재정적, 기술적 혹은 창의적 기여 비율은 전체 예산의 10% 이상이어야 함(제5조)
  - 제3국이 참여하는 경우 전체 예산의 10% 이상 기여해야 함(제6조)
  - 공동제작 영화의 지적재산권(소유권, 라이선스 등 포함) 분배는 공동제작 계약을 통해 이루어져야함(제7조)
- 헝가리-독일 시청각 분야 공동제작 협정(Agreement between the Government of the Federal Republic of Germany and the Government of the Republic of Hungary on relations in the audiovisual field)은 2008년에 체결되었으며<sup>141)</sup> 영화 및 방송 프로그램 공동제작 공

<sup>141) &</sup>quot;Filmabkommen." Minister of State for Culture and the Media, last modified Mar 1, 2011, accessed Dec 30, 2019,

https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/medien/f

# 동제작을 대상으로 함

- 양국 권한당국의 승인을 받은 공동제작물은 양국의 국내제작물로 간주되며(제3조), 각 국가의 공동제작자는 20%~80% 사이의 재정적 투자를 해야 함(제7조)
- 모든 공동제작자는 공동제작물에 예술적/기술적 기여를 해야 하며 이는 재정적 기여 에 비례해야함(제7조)
- 어느 한 당사국과 공동제작협정을 체결한 제3국은 공동제작에 참여할 수 있으며, 제3 국은 전체 제작비의 10% 이상 70% 이하의 기여를 해야 함(제8조)
- 수익 분배는 각 공동제작자의 재정적 기여에 따라 이루어지며, 정당한 사유가 있는 경우 연기, 예술 및 기술적 참여도 고려할 수 있음(제12조)

# 5. 공동제작 지원 제도

- 헝가리 국립영화연구소(National Film Institute Hungary, NFI)는 공공기관으로〈영화에 관한 법(Act II of 2004 on Motion Picture)〉에 따라 규제됨<sup>142)</sup>
  - NFI는 텔레비전 제작물(TV 영화·시리즈 형식·단편·다큐멘터리·애니메이션)뿐만 아니라 극장 개봉을 위한 장편 특집 영화·다큐멘터리 및 애니메이션 영화의 극본 개 발 및 재정적, 전문적 지원을 제공합<sup>143)</sup>
  - 해외 프로젝트의 경우 국립영화사무소(National Film Office, NFO)에 등록된 헝가리 회사를 통해서만 지원을 신청할 수 있으며, 외국 회사의 경우 NFO에 등록된 헝가리 회사와 공동제작 또는 서비스 계약을 체결해야 함
  - 지원서는 5명으로 구성된 영화 전문가 위원회가 투표를 통하여 결정하며, 위원회의 대표는 NFI의 대표가 맡음
- 헝가리에서 촬영한 작품은 최대 30%까지 세금 환급을 받을 수 있음
  - 세금환급 정책은 유럽위원회(European Commission)가 승인한 지원 프로그램의 일부

ilmfoerderung/internationale-filmfoerderung/filmabkommen.

<sup>142) &</sup>quot;Funding." National Film Institute Hungary, last modified N/A accessed Dec 30, 2019, https://nfi.hu/en/funding.

<sup>143) &</sup>quot;About Us." National Film Institute Hungary, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://nfi.hu/en/about-us.

이며 기존에는 2019년 12월 31일까지 승인한 영화 대상이었으나 2024년까지 연장됨

- NFO에 등록된 헝가리 회사가 지원할 수 있으며, 외국 회사의 경우 헝가리 회사와 공 동제작 혹은 서비스 계약을 체결해야하고, 촬영을 개시할 때 NFO에 알려야 하고 제 작물은 NFO에 등록해야 함
- 환급 대상으로는 극장 개봉을 위해 제작된 모든 장르의 영화, 텔레비전 혹은 다른 유통 플랫폼을 위해 제작된 특집 영화, 시리즈, 다큐멘터리 및 애니메이션 등이 있음(선정적이고 극단적인 폭력 영화, 광고, 리얼리티쇼, 뉴스, 스포츠 보도, 토크쇼, 탤런트쇼(Talent Show), 일일 드라마, 대본화된 리얼리티 제외) 프로젝트는 유럽의 콘텐츠나문화적 가치를 포함해야 하고 문화 테스트(Cultural Test)를 15점 이상으로 통과해야 함
- 헝가리 공동제작물은 유럽회의(Council of Europe)의 Eurimages(European Support Fund for the Co-production and Distribution of Creative Cinematographic and Audiovisual Works)
   기금 프로그램에 지원할 수 있음<sup>144)</sup>
  - EU 회원국 간의 공동제작 증진을 목표로 최소 70분 길이의 장편 영화, 애니메이션, 다큐멘터리 영화를 지원하며 Eurimage 기금의 연간 예산은 약 2,000만 유로임
  - Eurimage는 회원국의 기부금(약 90%)과 지원금의 상환액(약 10%)으로 자금을 조달하며, 기금의 연간 예산 중 약 80%가 공동제작 지원에 사용됨<sup>145)</sup>
  - Eurimage에 지원하기 위해서는 다른 회원국 출신의 공동제작자가 최소 두 명 이상 있어야 하며, 다자간 공동제작의 경우 주요 제작자의 참여가 제작비의 70%를 초과해서는 안 되고 나머지(minority) 공동제작자의 참여는 10% 이상이어야 함. 단, 예산이 500만 유로를 초과하는 양자 간 공동제작의 경우, 주요 제작자는 전체 공동제작 예산의 90% 참여가 허용됨<sup>146)</sup>

<sup>144) &</sup>quot;Eurimages: Co-production Support." Council of Europe, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019, https://www.coe.int/en/web/eurimages/coproduction;

<sup>&</sup>quot;Council of Europe." Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019, http://www.mfa.gov.tr/council-of-europe .en.mfa.

<sup>145) &</sup>quot;Hungarian Eurimanges Representation." Film Magyar, last modified N.A, 2011, accessed Dec 30, 2019, http://filmunio.eu/index.php?option=com content&view=article&id=98&Itemid=69&Iang=en.

<sup>146) &</sup>quot;Eurimages: Co-production Support." Council of Europe, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019, https://www.coe.int/en/web/eurimages/coproduction.

- 1년에 4회의 신청기간이 있으며, 소프트론(Soft Loan) 또는 보조금(극장용 배포 및 전시)을 지급하는 형식으로 지원하며, 대출의 경우 공동제작물에 의하여 생산된 수익을 기준으로 대출금을 상환함

# 6. 공동제작 사례 분석

# 가. 〈Ransom〉



- 〈Ransom〉은 헝가리─캐나다 공동제작협정에 근거하여 제작된 공동제작물로 캐나다 의 Entertainment One(eOne), 헝가리의 Korda Studios 등이 공동제작자로 참여함
  - 시즌2는 헝가리 제작사 Korda Studio와 공동제작하였으며, 시즌3은 헝가리에서 촬영 하였고 캐나다의 Global채널과 미국 CBS채널에서 방영함<sup>147)</sup>
  - 〈Ransom〉은 캐나다 미디어 펀드(Canada Media Fund), 온타리오 영화 및 텔레비전 세금 공제(Ontario Film and Television Tax Credit) 및 캐나다 영화 또는 비디오 제작 세금 공제(Canadian Film or Video Production Tax Credit)의 재정적 지원을 받아 제작됨<sup>148)</sup>

<sup>147) &</sup>quot;Global Greenlights High Stakes Drama Ransom for a Second Season." Cision, last modified Oct 10, 2017, accessed Dec 30, 2019,

https://www.newswire.ca/news-releases/global-greenlights-high-stakes-drama-ransom-for-a-second-season-650275563.html;

<sup>&</sup>quot;Global Renews Entertainment One's High Stakes Drama Ransom for Third Season Set to Premiere in 2019." Entertainment One, last modified Jul 16, 2018, accessed Dec 30, 2019,

https://www.entertainmentone.com/press/global-renews-entertainment-one-s-high-stakes-drama-ransom-for-third-s.

- 2019 Canadian Screen Awards에서 최고 오리지널 시리즈 음악상(Best Original Music Score for a Series) 후보에 지명되었음<sup>149)</sup>

# 나. 〈Maria Theresia〉



- 이 영화는 1740년부터 1780년까지 40년 동안 유럽의 많은 지역을 지배한 Maria
  Theresa 300주년을 기념하기 위하여 제작되었음<sup>150)</sup>
- 〈Maria Theresia〉는 오스트리아-헝가리-슬로바키아 공동제작물로 Beta Film(독일), MR Film(오스트리아) 및 Maya Production(체코)에서 제작하고 4개의 유럽 방송사 (Czech TV·오스트리아 ORF·헝가리 MTVA·슬로바키아 RTVS)에서 공동제작함<sup>151)</sup>
- 148) "Ransom to return for third season." Media in Canada, last modified Jul 16, 2018, accessed Dec 30, 2019, https://mediaincanada.com/2018/07/16/ransom-to-return-for-third-season.
- 149) "Ransom Award." Imdb, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.Imdb.com/title/tt5809150/awards.
- 150) "Maria Theresia Mini Series Coming Soon On Hungarian Television." Hungary Today, last modified Dec 5, 2017, accessed Dec 30, 2019, https://hungarytoday.hu/maria-theresia-mini-series-screen-central-european-televisons-christmas-68121.
- 151) "PRODUCTION: Four Country TV Miniseries Maria Theresia in Postproduction FEATURED." Film New Europe, last modified Jul 25, 2017, accessed Dec 30, 2019,
  - https://www.filmneweurope.com/news/slovakia-news/item/114841-production-four-country-tv-miniseries-maria-theresia-in-postproduction;
  - "PRODUCTION: Czech TV Shooting Empress Maria Theresa FEATURED." Film New Europe, last modified Feb 7, 2017, accessed Dec 30, 2019,
  - https://www.filmneweurope.com/news/czech-news/item/113958-production-czech-tv-shooting-empress-maria-theresa.

- 슬로바키아의 개정된 세금 환급제도의 혜택을 받은 최초의 작품으로 20% 현금 환급을 받음
- 총 제작비 400만 유로 중에서 RTVS가 99만 1,200유로를, Slovak Audiovisual Fund가
   400만 유로 부담함<sup>152)</sup>

<sup>152) &</sup>quot;PRODUCTION: Four Country TV Miniseries Maria Theresia in Postproduction FEATURED." Film New Europe, last modified Jul 25, 2017, accessed Dec 30, 2019,

https://www.filmneweurope.com/news/slovakia-news/item/114841-production-four-country-tv-miniseries-maria-theresia-in-postproduction.

# 제4절 현지 방영 방송콘텐츠 분석

# 1. 현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황

# 가. 개요

- (지상파방송) 2019년 현지 제작 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서 〈PBarátok közt (친구들 사이에서)〉, 〈Drága örökösök (상속인에게)〉 등, 예능 부문에서 〈X-Faktor (엑스 팩터)〉, 〈Sztárban sztár leszek (너의 얼굴이 비슷하게 들려)〉 등, 애니 메이션 부문에서 〈Magyar Népmesék (헝가리 민화)〉, 〈Vakáción a Mézga család (메자 가족의 휴일)〉 등, 다큐멘터리 부문에서〈XXI. század (21세기)〉, 〈Házon kívül (집 밖에서)〉 등이 있음
- (유료방송) 2019년 현지 제작 방송콘텐츠는 유료방송의 드라마 부문에서〈Jóban Rosszban (좋은 시간, 나쁜 시간)〉,〈Aranyélet (황금빛 인생)〉 등, 예능 부문에서〈Showder Klub (챠우더 클럽)〉,〈DTK: Elviszlek magammal (드라이브 가자)〉 등, 애니메이션 부분에서〈Bogyó és Babóca (베리와 돌리)〉,〈Kicsi gesztenye klub (작은 마론클럽)〉 등, 다큐멘터리 부문에서〈Tabukról tabuk nélkül (금기사항 없는 금기사항)〉,〈Volt egyszer egy Vadkelet (동유럽의 전하지 못한 이야기)〉 등이 있음

# 나. 인기 콘텐츠

# 1) 지상파방송

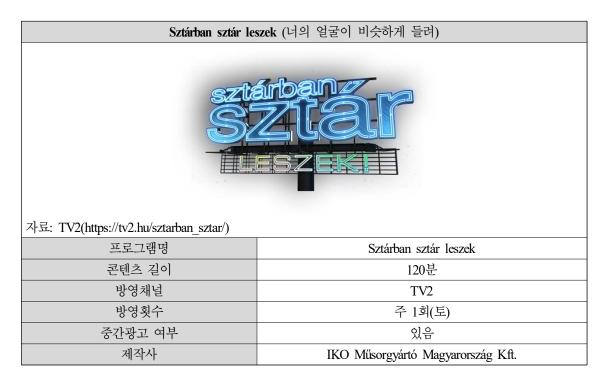
# 가) 드라마

# Barátok közt (친구들 사이에서) 자료: RTL(https://rtl.hu/rtlklub/baratok/itt-egy-ujabb-lehetoseg-baratok-kozt-valogato) 프로그램명 Barátok közt 콘텐츠 길이 30분 방영채널 RTL Klub 방영횟수 주 5회(월-금) 중간광고 여부 있음 제작사 Magyar Grundy UFA Kft

# Drága örökösök (상속인에게) 자료: RTL(https://rtl.hu/rtlklub/dragaorokosok) 프로그램명 Drága örökösök 콘텐츠 길이 60분 방영채널 RTL Klub 방영횟수 주 5회(월-급) 중간광고 여부 있음 제작사 ContentLAB&Factory

#### 나) 예능





# 다) 애니메이션

# Magyar Népmesék (헝가리 민화)



자료: Musor(https://musor.tv/tvmusor/Magyar\_nepmesek\_V\_/24314574)

프로그램명	Magyar Népmesék
콘텐츠 길이	9분
방영채널	M2 Petőfi TV
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	없음
제작사	Pannónia Filmstúdió

#### Vakáción a Mézga család (메자 가족의 휴일)



자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt1225872/mediaviewer/rm3336248832)

1	
프로그램명	Vakáción a Mézga család
콘텐츠 길이	25분
방영채널	M2 Petőfi TV
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	없음
제작사	Pannónia Filmstúdió

# 라) 다큐멘터리

#### XXI. század (21세기)



자료: Port(https://port.hu/galeria/galeria/movie-64688?openwith=672266)

1	= :
프로그램명	XXI. század
콘텐츠 길이	25분
방영채널	RTL Klub
방영횟수	주 2회(월,토)
중간광고 여부	있음
제작사	RTL Klub

#### Házon kívül (집 밖에서)



자료: Port(https://port.hu/galeria/galeria/movie-67800?openwith=811378)

	1 /
프로그램명	Házon kívül
콘텐츠 길이	30분
방영채널	RTL Klub
방영횟수	주 2회(화,일)
중간광고 여부	있음
제작사	RTL Klub

# 2) 유료방송

# 가) 드라마

#### Jóban Rosszban (좋은 시간, 나쁜 시간)



자료: Musor(https://musor.tv/tvmusor/Joban\_Rosszban\_3734\_/25866444)

` •	/
프로그램명	Jóban Rosszban
콘텐츠 길이	45분
방영채널	Super TV2
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	IKO Műsorgyártó Magyarország Kft.

#### Aranyélet (황금빛 인생)



자료: HBO(https://www.hbo.hu/series/aranyelet/1)

\ 1	*
프로그램명	Aranyélet
콘텐츠 길이	56분
방영채널	HBO Hungary
방영횟수	주 1회(일)
중간광고 여부	없음
제작사	HBO Hungary

# 나) 예능

#### Showder Klub (챠우더 클럽)



자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt2152566/mediaviewer/rm2207455232)

프로그램명	Showder Klub
콘텐츠 길이	60분
방영채널	RTL II
방영횟수	주 6회(월-금, 일)
중간광고 여부	있음
제작사	Primetime Entertainment Kft.

#### DTK: Elviszlek magammal (드라이브 가자)

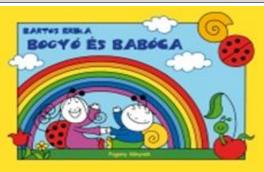


자료: 24(https://24.hu/media/2016/07/14/d-toth-kriszta-nem-all-le/)

` *	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
프로그램명	DTK: Elviszlek magammal
콘텐츠 길이	30분
방영채널	Spektrum Home
방영횟수	주 1회(토)
중간광고 여부	있음
제작사	WMN Média Kft.

# 다) 애니메이션

#### Bogyó és Babóca (베리와 돌리)



자료: Bartoserika(https://www.bartoserika.hu/konyvek/bogyo-es-baboca-sorozat)

	,
프로그램명	Bogyó és Babóca
콘텐츠 길이	5분
방영채널	Minimax
방영횟수	주 7회(매일)
중간광고 여부	없음
제작사	KEDD Animációs Stúdió

#### Kicsi gesztenye klub (작은 마론 클럽)



자료: Minimax(http://www.minimax.hu/mesefilmek/kicsi-gesztenye-klub/)

프로그램명	Kicsi gesztenye klub
콘텐츠 길이	10분
방영채널	Minimax
방영횟수	주 7회(매일)
중간광고 여부	없음
제작사	KGK

#### 라) 다큐멘터리

#### Tabukról tabuk nélkül (금기사항 없는 금기사항)



자료: Spektrum(http://spektrumtv.hu/spektrum/tabukrol-tabuk-nelkul/)

	,
프로그램명	Tabukról tabuk nélkül
콘텐츠 길이	55분
방영채널	Spektrum
방영횟수	주 1회(금)
중간광고 여부	있음
제작사	Spektrum Hungary Kft.

#### Volt egyszer egy Vadkelet (동유럽의 전하지 못한 이야기)



자료: Filmsor(http://filmsor.net/rangos-teves-dijat-nyerhet-a-volt-egyszer-egy-vadkelet/)

프로그램명	Volt egyszer egy Vadkelet
콘텐츠 길이	55분
방영채널	Spektrum
방영횟수	주 1회(토)
중간광고 여부	있음
제작사	Spektrum Hungary Kft.

2. 현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)

#### 가. 개요

- (지상파방송) 2019년 해외 제작 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서〈Anne (엄마)〉,〈Der Bergdoktor (산에서의 응급상황)〉등, 예능 부문에서〈Extreme Makeover: Home Edition (극적인 변화: 집)〉,〈Say Yes to the Dress: Atlanta (드레스를 향해 예스라고 말해요: 애틀랜타)〉등, 애니메이션 부문에서〈Les Schtroumpfs (스머프와 친구들)〉,〈Garfield and Friends (가필드와 친구들)〉등, 다큐멘터리 부문에서〈How It's Made (어떻게 만들어지나)〉,〈Zu Tisch in... (이웃의 테이블)〉등이 있음
- (유료방송) 2019년 해외 제작 방송콘텐츠는 유료방송의 드라마 부문에서〈Game of Thrones (왕좌의 게임)〉,〈Vikings (바이킹스)〉등, 예능 부문에서〈90 Day Fiance: Happily Ever After? (90일의 약혼자: 계속 행복할까요?)〉,〈Property Brothers (부동산 형제들)〉등, 애니메이션 부문에서〈Family Guy (패밀리 가이)〉등, 다큐멘터리 부문에서〈Ancient Aliens (고대의 에일리언)〉,〈Air Crash Investigation (하늘에서의 사고 조사)〉등이 있음

#### 나. 인기 콘텐츠

# 1) 지상파방송

가) 드라마

# Anne (엄마)



자료: Media1(https://media1.hu/2019/07/28/uj-torok-sorozat-anya-anne-tv2/)

	,
프로그램명	Anne
콘텐츠 길이	75분
방영채널	TV2
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작국	터키
제작사	Med Yapim, MF Yapim
더빙 혹은 자막 처리 여부	헝가리어 자막/터키어, 헝가리어 더빙

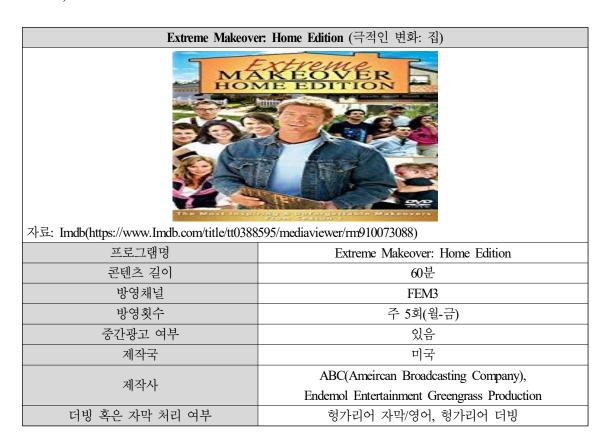
#### Der Bergdoktor (산에서의 응급상황)

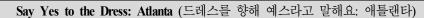


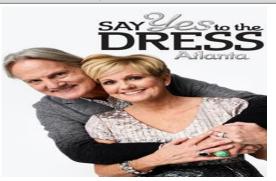
자료: Sflim(https://www.sfilm.hu/tv/62957#lg=1&slide=0)

프로그램명	Der Bergdoktor
콘텐츠 길이	45분
방영채널	TV2
방영횟수	주 1회(목)
중간광고 여부	있음
제작국	독일, 오스트리아
제작사	Neue Deutsche Filmgesellschaft
더빙 혹은 자막 처리 여부	헝가리어 자막/헝가리어 더빙

#### 나) 예능







자료: Gstatic(http://www.gstatic.com/tv/thumb/tvbanners/15530358/p15530358 b v8 ab.jpg)

	1 51 &
프로그램명	Say Yes to the Dress: Atlanta
콘텐츠 길이	20분
방영채널	FEM3
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작국	미국
제작사	North South Production
더빙 혹은 자막 처리 여부	헝가리어 자막/영어, 헝가리어 더빙

#### 다) 애니메이션

# Les Schtroumpfs (스머프와 친구들) 자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt0081933/mediaviewer/rm1723700225) 프로그램명 Les Schtroumpfs 콘텐츠 길이 30분 방영채널 RTL Klub 방영횟수 주 1회(토) 중간광고 여부 없음 벨기에 제작국 제작사 Hanna-Barbera Production 헝가리어 자막/헝가리어 더빙 더빙 혹은 자막 처리 여부

# Garfield and Friends (가필드와 친구들) AND FRIENDS AND FRIENDS N료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt0094469/mediaviewer/rm2612567296)

(	
프로그램명	Garfield and Friends
콘텐츠 길이	24분
방영채널	TV2
방영횟수	주 1회(토)
중간광고 여부	없음
제작국	미국
제작사	Film Roman Productions
더빙 혹은 자막 처리 여부	헝가리어 자막/헝가리어 더빙

#### 라) 다큐멘터리

#### How It's Made (어떻게 만들어지나)



자료: Discovery(https://api.discovery.com/v1/images/59551f8e6b66d1307d25d16e?aspectRatio=16x9&width=14 00&key=3020a40c2356a645b4b4)

,	
프로그램명	How It's Made
콘텐츠 길이	24분
방영채널	FEM3
방영횟수	주 1회(토)
중간광고 여부	있음
제작국	캐나다
제작사	Productions MAJ Inc., Productions MAJ 2
더빙 혹은 자막 처리 여부	헝가리어 자막/영어, 헝가리어 더빙

#### Zu Tisch in... (이웃의 테이블)



자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt0907704/mediaviewer/rm1910824960)

프로그램명	Zu Tisch in
콘텐츠 길이	26분
방영채널	Duna TV
방영횟수	주 4회(월-목)
중간광고 여부	있음
제작국	독일
제작사	Berlin Producers
더빙 혹은 자막 처리 여부	헝가리어 자막/독일, 헝가리어 더빙

# 2) 유료방송

# 가) 드라마

#### Game of Thrones (왕좌의 게임)



자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt0944947/mediaviewer/rm4037305088)

	,
프로그램명	Game of Thrones
콘텐츠 길이	60분
방영채널	HBO 3 Hungary
방영횟수	주 1회(일)
중간광고 여부	없음
제작국	미국
제작사	HBO(Home Box Office)
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어, 헝가리어 자막/영어, 헝가리어 더빙

#### Vikings (바이킹스)



자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt2306299/mediaviewer/rm496669953)

프로그램명	Vikings
콘텐츠 길이	45분
방영채널	RTL Spike
방영횟수	주 1회(수)
중간광고 여부	있음
제작국	캐나다, 아이슬란드
제작사	World 2000 Entertaimnet, Take 5 Productions,
	Shaw Media, MGM Television, Screen Ireland
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어, 헝가리어 더빙

# 나) 예능

#### 90 Day Fiance: Happily Ever After? (90일의 약혼자: 계속 행복할까요?)



자료: Musor(https://musor.tv/img/fullwidth/165/16509/Harom\_honap\_mulva\_eskuvo\_boldogan\_eltek\_amig\_II\_15\_.jpg)

90 Day Fiance: Happily Ever After?
60분
TLC
주 3회(수-금)
있음
미국
Sharp Entertainment
영어, 헝가리어 더빙

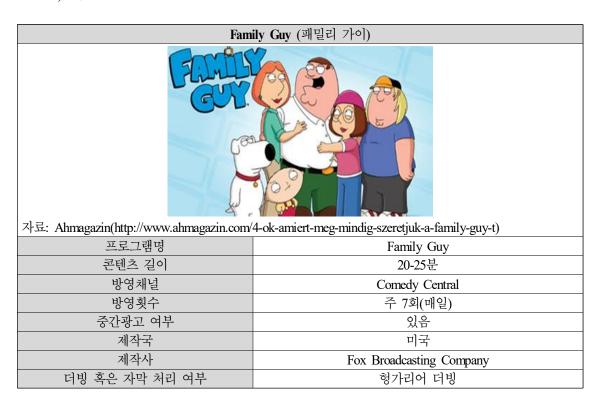
#### Property Brothers (부동산 형제들)



자료: Hgtv(https://media.hgtv.ca/uploadedimages/landing pages/show pages/property brothers/propertybrothers.jpg)

7 - 8 · (1 - · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
프로그램명	Property Brothers
콘텐츠 길이	43분
방영채널	Spektrum Home
방영횟수	주 6회(월-토)
중간광고 여부	있음
제작국	캐나다
제작사	Scott Brothers Entertainment
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어, 헝가리어 더빙

#### 다) 애니메이션



#### 라) 다큐멘터리

# Ancient Aliens (고대의 에일리언)

자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt1643266/mediaviewer/rm3068615680)

` -	
프로그램명	Ancient Aliens
콘텐츠 길이	50분
방영채널	HISTORY
방영횟수	주 7회(매일)
중간광고 여부	있음
제작국	미국
제작사	Prometheus Entertainment
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어, 헝가리어 더빙

#### Air Crash Investigation (하늘에서의 사고 조사)



자료: Amazon(https://images-na.ssl-images-amazon.com/images/I/51ARTkHKnkL.\_SY445\_.jpg)

프로그램명	Air Crash Investigation
콘텐츠 길이	60분
방영채널	National Geographic Hungary
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작국	캐나다, 미국
제작사	CineFix
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어, 헝가리어 더빙

#### 3. 현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황

#### 가. 개요

- (지상파방송) 한국 방송콘텐츠를 방영한 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서 〈Lee San, Wind of the Palace (이산)〉,〈Pasta (파스타)〉등, 애니메이션 부문에서 〈Tickety Toc (시계마을 티키톡!)〉,〈Vroomiz (부릉! 부릉! 브루미즈)〉등이 있음
- (유료방송) 한국 방송콘텐츠를 방영한 방송콘텐츠는 유료방송의 드라마 부문에서 〈Jewel in the Palace (대장금)〉, 〈The Great Queen Seon Deok (선덕여왕)〉, 애니메이션 부문에서 〈Bernard Bear (빼꼼)〉, 〈Robocar Poli (로보카 폴리)〉 등이 있음

#### 나. 인기 콘텐츠

#### 1) 지상파방송

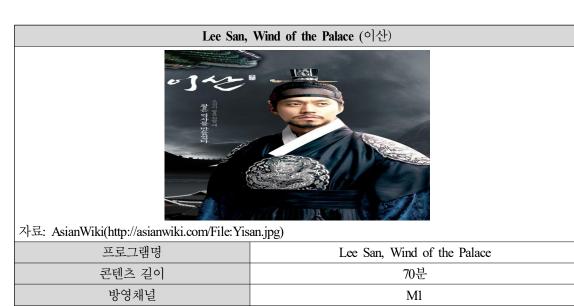
#### 가) 드라마

방영횟수

중간광고 여부

제작사

더빙 혹은 자막 처리 여부



주 5회(월-금)

있음

Kim Jong-hak Production

헝가리어 자막/헝가리어 더빙

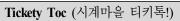




자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt2181460/mediaviewer/rm2737728512)

. =	· ·
프로그램명	Pasta
콘텐츠 길이	66분
방영채널	M2
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	Olive Nine
더빙 혹은 자막 처리 여부	헝가리어 자막/헝가리어 더빙

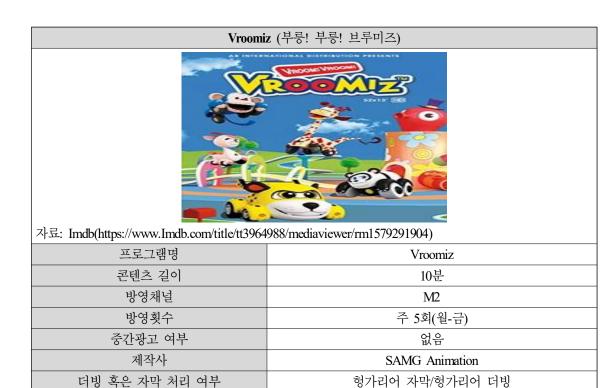
# 나) 애니메이션





자료: Mesekincstar(https://mesekincstar.tv/tickety-toc-online-mesek)

프로그램명	Tickety Toc
콘텐츠 길이	30분
방영채널	M2
방영횟수	주 5회(월-금)
중간광고 여부	있음
제작사	FunnyFlux Entertainment, High 1 Entertainment,
	The Foundation, Zodiak
더빙 혹은 자막 처리 여부	헝가리어 자막/헝가리어 더빙



#### 2) 유료방송

#### 가) 드라마



#### The Great Queen Seon Deok (선덕여왕)



자료: Hancinema(https://www.hancinema.net/korean\_drama\_Queen\_Seon-deok.php)

(F	
프로그램명	The Great Queen Seon Deok
콘텐츠 길이	60분
방영채널	Izaura TV
방영횟수	주 4회(월-목)
중간광고 여부	있음
제작사	Timebox Production
더빙 혹은 자막 처리 여부	헝가리어 자막/헝가리어 더빙

# 나) 애니메이션

#### Bernard Bear (빼끌)



자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt0891369/mediaviewer/rm3285322240)

프로그램명	Bernard Bear
콘텐츠 길이	3분
방영채널	Megamax
방영횟수	주 7회(매일)
중간광고 여부	있음
제작사	RG Animation Studios
더빙 혹은 자막 처리 여부	없음

#### Robocar Poli (로보카 폴리)



자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt4763642/mediaviewer/rm1499892481)

프로그램명	Robocar Poli
콘텐츠 길이	13분
방영채널	Minimax
방영횟수	주 7회(매일)
중간광고 여부	있음
제작사	Roi Visual
더빙 혹은 자막 처리 여부	헝가리어 자막/헝가리어 더빙

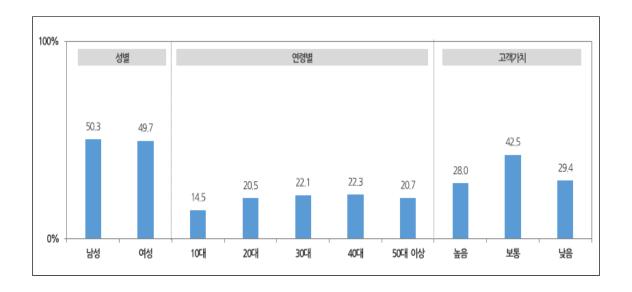
### 제 5 절 방송매체 이용행태 및 국제 공동제작에 대한 인식 조사 결과

헝가리 8개 주요 도시 지역에 거주하는 만 17∼59세 응답자 435명을 대상으로 한 조사에서 응답자의 27.6%가 지상파 TV를 시청하는 것으로 파악되었으며, 지상파 TV와 유료방송을 함께 시청하는 응답자가 많기 때문에 응답자의 87.6%는 유료방송을 시청하는 것으로 나타남. 또한, 전체 응답자의 51.3%가 온라인동영상제공서비스(OTT)를 이용하는 것으로 나타났으며, 주로 이용하는 OTT는 YouTube(33.6%), Netflix(32.7%), 그리고 HBO(18.8%) 등인 것으로 파악됨

형가리 응답자의 9%가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 있는 것으로 나타났고, 이들의 월 평균 한국 방송프로그램 시청 시간은 약 408분(6.8 시간)으로 파악됨. 한국 방송프로그램 시청은 주로 무료 온라인동영상서비스(35.9%)나 소셜 네트워크서비스(23.1%), 유료 온라인동영상서비스(20.5%)를 통해 이루어지고 있음. 전체 응답자의 52.6%는 한국 방송프로그램을 경험할 기회가 충분하지 않다고 답하였으며, 불충분한 이유에 대해서는 '제공하는 채널이나 사이트가 부족함'(31.9%)을 가장 큰 원인으로 꼽음 국가 간 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자는 전체 헝가리 응답자의 55.2%로 파악되었으며, 연간 시청한 공동제작 방송프로그램의 개수는 1편(31.3%)이 가장 높은 비율을 보임. 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 응답자의 38.3%가 '스토리'를 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요소라고 답하였으며, 39.6%가 '언어 문제(더빙, 자막 등)'를 불편한 점으로 지적하였음. 또한, 전체 응답자의 73.6%는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 응답하였으며, 68%는 국가 간 공동제작이자국 방송산업에 기여할 수 있다고 답하였음. 한국 연예인이 출연하거나 한국 방송사(제작사)가 제작한 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있다고 답한 응답자는 전체의 15.6%로 나타남

#### 1. 응답자 특성

조사 대상 ▶	■ 만 17~59세 사이의 남녀
조사 지역	■ 헝가리 주요 도시 (부다페스트, 데브레첸, 세게드, 미슈콜츠 등)
표본 수	■ 435ਾਰੋ
표본추출 방법 □	■ 성/연령별 할당추출
자료수집 방법 ▶	■ 헝가리 현지 패널을 활용한 온라인 조사



#### □ 고객가치 구분 기준

○ 월 동영상 콘텐츠 지출액 수준과 시청시간을 기준으로 고객가치를 구분함

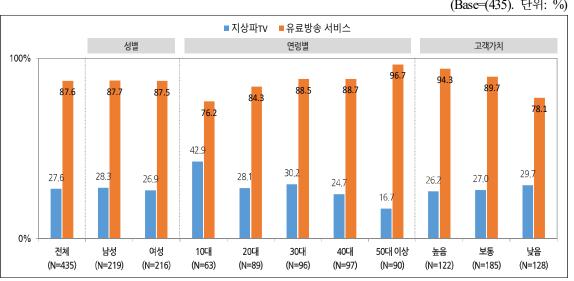
	명	기준
고객가치 높음	122	동영상 4시간 이상 시청 & 월 평균 동영상 사용금액 1000 Ft <sup>153)</sup> 이상
고객가치 보통	185	동영상 4시간 이상 시청 & 월 평균 동영상 사용 금액 1000 Ft 미만/ 동영상 4시간 미만 시청 & 월 평균 동영상 사용 금액 1000 Ft 이상
고객가치 낮음	128	동영상 4시간 미만 시청 & 월 평균 동영상 사용금액 1000 Ft 미만

<sup>153)</sup> Ft(포린트). 헝가리의 화폐 단위

#### 2. 주요 결과

#### 가. TV 이용행태

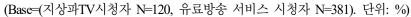
- □ 지상파/유료방송 서비스 TV 시청률
  - 귀하는 가정에서 지상파 안테나를 통해 TV를 시청하십니까?
  - 귀하는 가정에서 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료방송 서비스에 가입하여 TV를 시청하십니까?
  - 전반적으로 '유료방송 서비스 TV 시청률'이 87.6%로 높으며, '지상파TV 시청률'은 27.6% 수준임
  - 응답자 성별로 남성(87.7%)과 여성(87.5%) 모두 '유료방송 서비스 TV 시청률'이 높음
  - 연령별로 '지상파TV 시청률'은 10대가 42.9%로 가장 높으며 '유료방송 서비스 TV 시청률'은 50대 이상이 96.7%로 가장 높음
  - 고객가치별로 '지상파TV 시청률'은 고객 가치가 낮은 집단이 29.7%로 가장 높고, '유 료방송 서비스 TV 시청률'은 고객가치가 높은 집단이 94.3%로 가장 높음

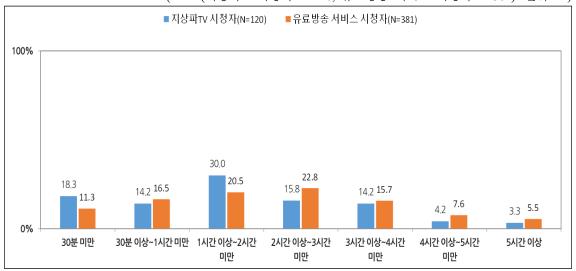


(Base=(435). 단위: %)

#### □ 하루 평균 시청시간

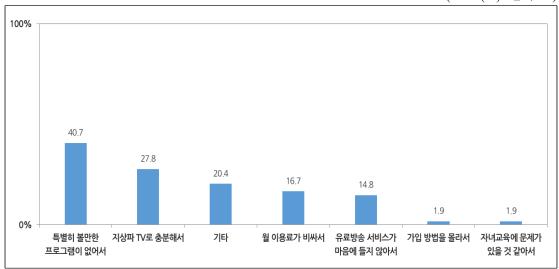
- (지상파 안테나 통한 TV 시청자 대상) 귀하는 TV수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV를 시청하십니까?
- (유료방송 서비스 가입 시청자 대상) 귀하는 TV수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV 를 시청하십니까?
- 응답자가 TV 수상기를 이용하여 지상파 안테나를 통해 TV를 시청하는 시간은 '1 시간 이상~2시간 미만'이 30%로 가장 높고, 유료방송 서비스에서 시청하는 시간 은 '2시간 이상~3시간 미만'이 22.8%로 가장 높음





- □ 유료방송 서비스 비가입 이유
  - 유료방송 서비스에 가입하지 않은 이유는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
  - 응답자가 유료방송 서비스에 가입하지 않는 이유로 '특별히 볼만한 프로그램이 없어 서'가 40.7%로 가장 높고, 그 다음으로 '지상파 TV로 충분해서(27.8%)', '기타(20.4%)' 등의 순으로 높음

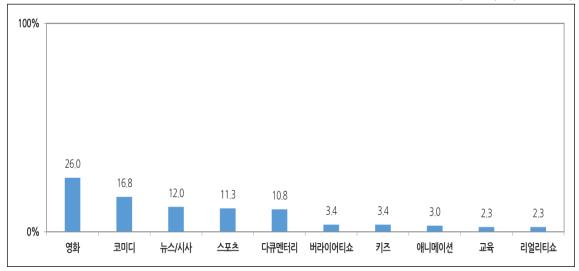
(Base=(54). 단위: %)



#### □ 즐겨보는 장르

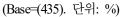
- 귀하가 TV를 시청할 때 즐겨보는 장르를 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (3위까지 선택 필수) (1순위 기준)
- 응답자가 TV를 시청할 때 즐겨보는 장르로 '영화'가 26%로 가장 높고, 그 다음으로 '코미디(16.8%)', '뉴스/시사(12%)', '스포츠(11.3%)' 등의 순으로 높음

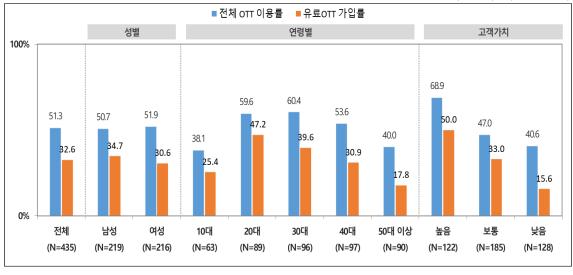
(Base=(435). 단위: %)



#### 나. OTT 이용행태

- □ OTT 이용 여부
  - 귀하는 유료 또는 무료로 온라인동영상서비스(OTT)를 이용하고 계십니까?
  - 귀하는 매월 월정액을 지불해야 하는 유료 온라인동영상서비스(OTT)에 가입하고 계십니까?
  - '전체 OTT 이용률'은 51.3%이며, '유료 OTT 가입률'은 32.6%임
  - 응답자 성별로 '전체 OTT 이용률'은 여성이 51.9%로 남성(50.7%)보다 높으며, '유료 OTT 가입률'은 남성(34.7%)이 여성(30.6%)보다 높음
  - 연령별로 '전체 OTT 이용률'은 30대가 60.4%로 가장 높고, '유료 OTT 가입률'은 20 대가 47.2%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단이 '전체 OTT 이용률(68.9%)'과 '유료 OTT 가입률(50%)' 모두 가장 높음

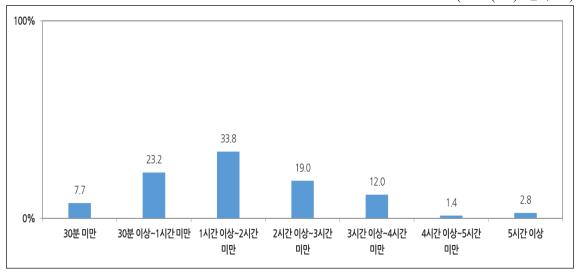




#### □ OTT 이용시간

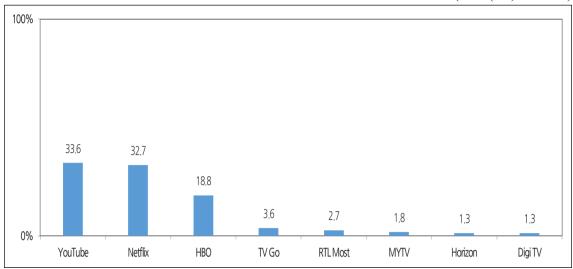
- 귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 하루 평균 몇 시간 정도 이용하십니까?
- 응답자의 하루 평균 OTT 이용시간은 '1시간 이상~2시간 미만' 비율이 33.8%로 가장 높고, 그 다음으로 '30분 이상~1시간 미만(23.2%)', '2시간 이상~3시간 미만(19%)' 등 의 순으로 높음

(Base=(435). 단위: %)

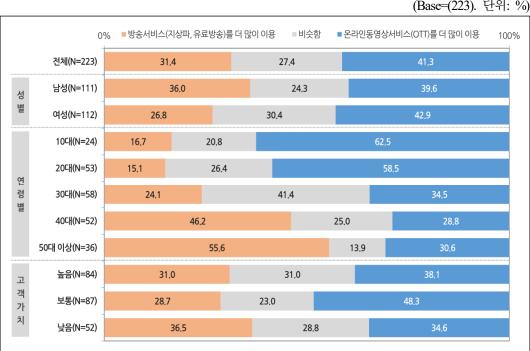


#### □ 주이용 OTT

- 귀하가 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)를 많이 이용하는 순서대로 3개 까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 주로 이용하는 OTT로 'YouTube'가 33.6%로 가장 높고, 그 다음으로 'Netflix(32.7%)', 'HBO(18.8%)', 'TV Go(3.6%)' 등의 순으로 높음

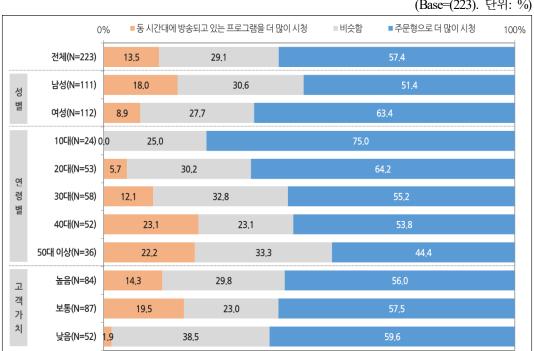


- □ 방송서비스와 OTT 중 주이용 서비스
  - ㅇ 귀하는 방송프로그램이나 영화, 스포츠 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하는 경우 방송서비스 (지상파TV 또는 유료방송)와 온라인동영상서비스(OTT) 중 어느 것을 더 많이 이용하십니까?
  - 응답자가 '방송서비스'와 'OTT' 중에서 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율이 41.3%, '방 송 서비스'를 더 많이 이용하는 비율이 31.4%로, 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율이 9.9%p 높음
  - 응답자 성별로는 남성(39.6%)과 여성(42.9%) 모두 'OTT'를 더 많이 이용하는 것으로 나타남
  - 응답자 연령별로 '방송서비스'를 더 많이 이용하는 비율은 50대 이상이 55.6%로 가장 높으며, 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율은 10대가 62.5%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 보통인 집단이 48.3%의 비율로 'OTT'를 더 많이 이용하는 비율이 가장 높음

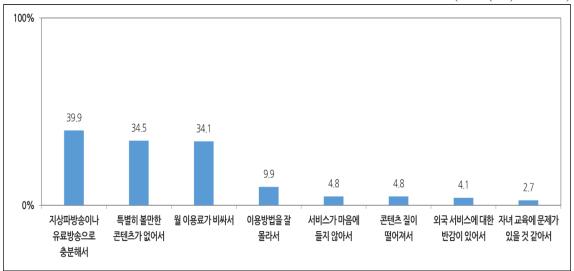


#### □ 선호하는 OTT 시청 유형

- 귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 TV에서 동 시간대에 방송되거나 중계되고 있는 프로그램을 더 많이 시청하십니까? 아니면 이미 방송된 프로그램이나 영화 등을 주문형으로 더 많이 시청하십니까?
- 응답자가 OTT를 이용할 때 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 57.4%, '동 시간 대에 방송되고 있는 프로그램을 더 많이 시청'하는 비율이 13.5%로, '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 43.9%p 높음
- 응답자 성별로 남성(51.4%)과 여성(63.4%) 모두 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비 율이 더 높음
- 응답자 연령별로 '주문형으로 더 많이 시청한다'는 비율이 10대가 75%로 가장 높으 며, '동 시간대에 방송되고 있는 프로그램을 더 많이 시청한다'는 비율이 40대가 23.1%로 가장 높음
- 0 고객가치별로 고객가치가 낮은 집단이 '주문형으로 더 많이 시청한다'라고 응답한 비율이 59.6%로 가장 높음

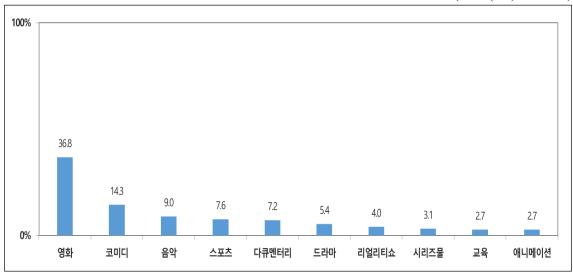


- □ OTT 또는 유료 서비스 비가입 이유
  - 귀하가 온라인동영상서비스(OTT)를 이용하지 않거나 유료 서비스에 가입하지 않으신 이유는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
  - 응답자가 OTT를 이용하지 않거나 유료 서비스에 가입하지 않은 이유로 '지상파방송 이나 유료방송으로 충분해서'가 39.9%로 가장 높고, 그 다음으로 '특별히 볼만한 콘텐츠가 없어서(34.5%)', '월 이용료가 비싸서(34.1%)' 등의 순으로 높음



#### □ 즐겨보는 장르

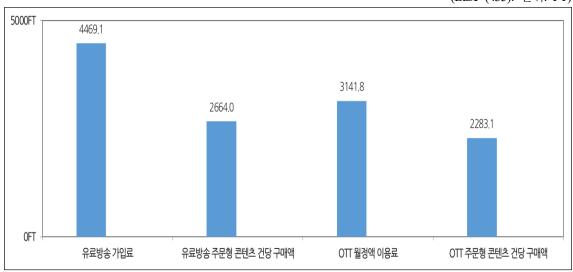
- 귀하가 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 즐겨 보는 장르를 많이 이용하는 순서대로 3위 까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 OTT를 이용할 때 즐겨 보는 장르로 '영화'가 36.8%로 가장 높고, 그 다음으로 '코미디(14.3%)', '음악(9%)', '스포츠(7.6%)' 등의 순으로 높음



#### 다. TV 및 OTT 유료 서비스 이용행태

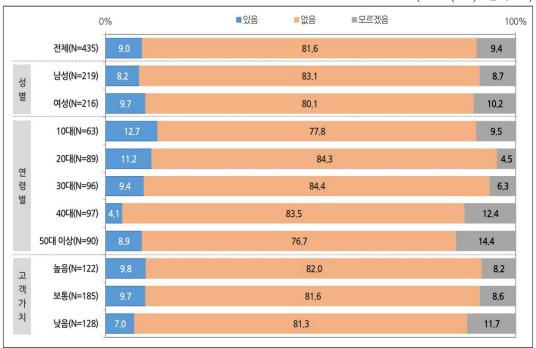
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 케이블, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료로 매월 얼마나 지불하십니까? TV, 전화, 인터넷 등 결합상품(번들링 패키지) 이용 시 인터넷, 휴대전화 요금을 제외하고 응답해 주십시오.
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 유료방송 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매(개별 결제)로 매월 얼마나 지불하십니까?
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT 서비스) 월정액 이용료로 매월 얼마나 지불 하십니까?
- 귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT 서비스)에서 주문형 콘텐츠 건당 구매로 매월 얼마나 지불하십니까?
- 헝가리의 케이블, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료의 평균은 4469.1FT이고, OTT 월정액 이용료의 평균은 3141.8FT임
- 헝가리의 매월 유료방송 주문형 콘텐츠 건당 구매액의 평균은 2664FT이고, OTT 주 문형 콘텐츠 건당 구매액은 2283.1FT임

(Base=(435). 단위: FT)



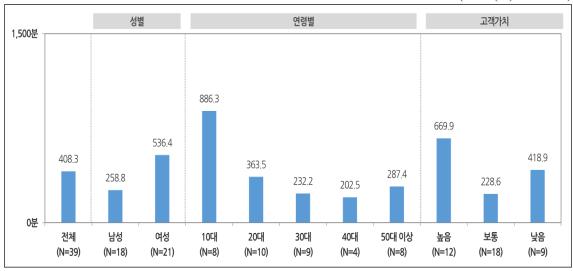
- 라. 한국 동영상 콘텐츠 이용행태
- □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 경험
  - 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 있으십니까?
  - 응답자의 9%'가 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험이 있는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로 남성(8.2%)보다 여성(9.7%)의 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험이 높음
  - 응답자 연령별로 한국 동영상 콘텐츠의 시청 경험은 10대가 12.7%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단이 한국 동영상 콘텐츠 시청 경험 비율이 9.8%로 가장 높음

(Base=(435). 단위: %)



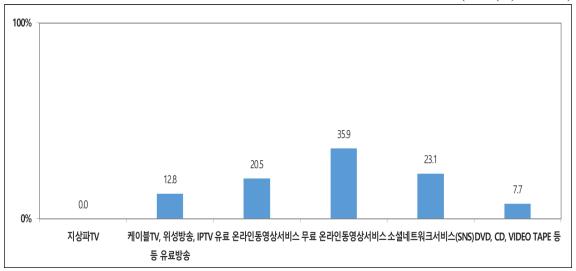
#### □ 월 평균 시청시간

- 귀하는 매월 평균 몇 시간 정도 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청 하십니까?
- 응답자의 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'은 408.3분(약 7시간 정도)임
- 응답자 성별로 남성(258.8분)보다 여성(536.4분)의 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'이 높음
- 응답자 연령별로 '한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간'은 10대가 886.3분으로 가 장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 응답자의 시청시간이 669.9분으로 가장 높음



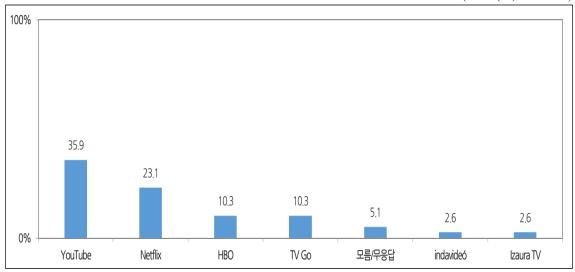
## □ 주시청 방법

- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하는 주된 방법은 무엇입니까? 많이 이용하는 순서대로 3위까지 선택해주시기 바랍니다. (1순위 기준)
- 응답자는 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는 주된 방법으로 '무료 온라인동영상서비스 (35.9%)'가 가장 높고, 그 다음으로 '소셜네트워크서비스(23.1%)', '유료 온라인동영 상서비스(20.5%)' 등의 순으로 이용하는 것으로 나타남



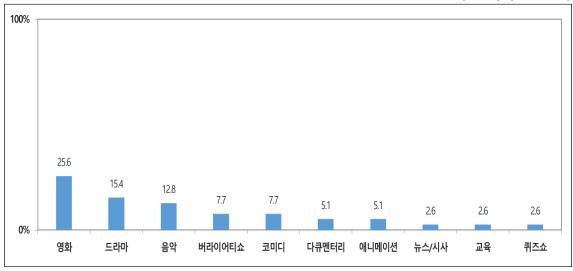
## □ 주이용 OTT

- 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하기 위해 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)는 무엇입니까? 많이 사용하는 순서대로 3위까지 응답해주시기 바랍 니다. (1순위 기준)
- 응답자는 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는 주요 OTT로 'YouTube'가 35.9%로 가장 높고, 그 다음으로 'Netflix(23.1%)', 'HBO(10.3%)', 'TV Go(10.3%)' 등의 순으로 높음



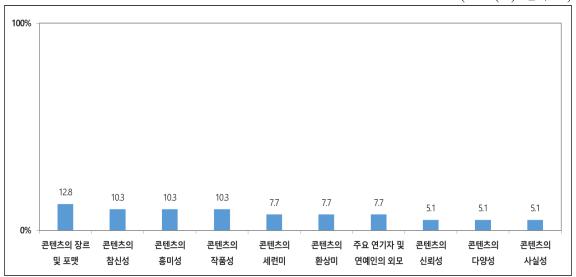
## □ 즐겨보는 장르

- 귀하가 주로 시청하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠의 장르는 무엇입 니까? 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 주로 시청하는 한국 동영상 콘텐츠의 장르로 '영화'가 25.6%로 가장 높고, 그 다음으로 '드라마(15.4%)', '음악(12.8%)', '버라이어티쇼(7.7%)', '코미디 (7.7%) 등의 순으로 높음



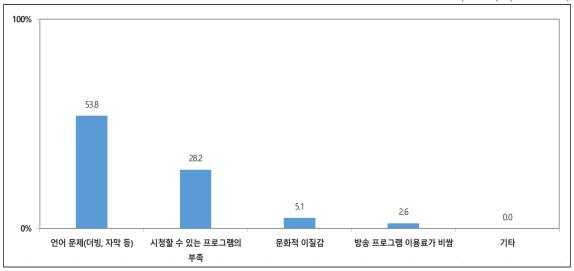
#### □ 선택 시 주요 고려요인

- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 선택할 때 중요하게 생각하는 요인은 무엇입니까? 중요하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 선택할 때 중요하게 생각하는 요인으로 '콘텐츠의 장르 및 포맷'이 12.8%로 가장 높고, 그 다음으로 '콘텐츠의 참신성(10.3%)', '콘텐츠 의 흥미성(10.3%)', '콘텐츠의 작품성(10.3%)' 등의 순으로 높음

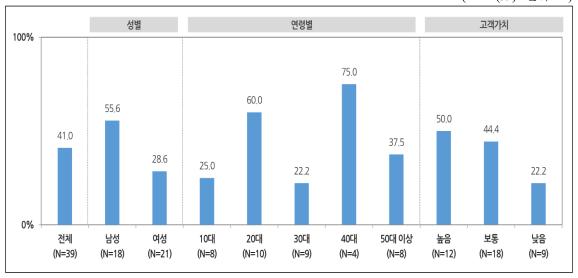


## □ 시청 시 불편사항

- 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? 가장 불편하다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점으로 '언어 문제'가 53.%로 가장 높고, 그 다음으로 '시청할 수 있는 프로그램의 부족(28.2%)', '문화적 이질감(5.1%)', '방송 프로그램 이용료가 비쌈(2.6%)' 등으로 순으로 높음

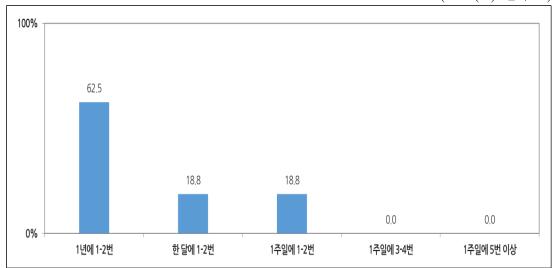


- □ 한국 동영상 콘텐츠 스트리밍/다운로드 경험
- 1) 경험수준
  - 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 스트 리밍 또는 다운로드하여 시청한 경험이 있습니까?
  - 응답자의 41%가 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해 본 경험이 있는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로 여성(28.6%)보다 남성(55.6%)의 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험이 높음
  - 응답자 연령별로 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험 비율은 40대가 75%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 스트리밍/다운로드 해본 경험이 50%로 가장 높음

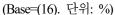


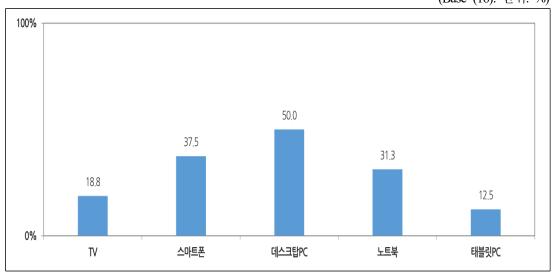
- 2) 스트리밍/다운로드 빈도
  - 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 스트 리밍 또는 다운로드하여 얼마나 자주 시청하십니까?
  - 한국 동영상 콘텐츠를 '1년에 1~2번' 비용을 지불하지 않고 스트리밍/다운로드하여 시청하는 경우가 62.5%로 가장 높고, 그 다음으로 '한달에 1~2번', '1주일에 1~2'번 이 각 18.8%로 높음

(Base=(16). 단위: %)

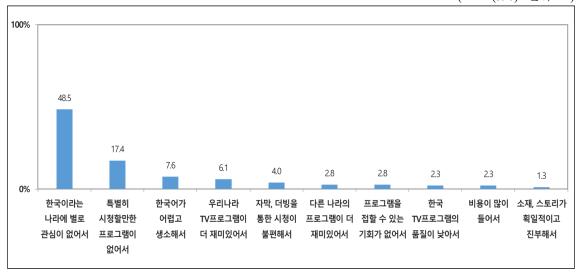


- 3) 스트리밍/다운로드 시 주이용 시청기기
  - 귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청 할 때 주로 이용하는 동영상 시청기기는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
  - 이용자가 비용을 지불하지 않고 한국 동영상 콘텐츠를 시청하는데 사용하는 기기로 '데스크탑PC'가 50%로 가장 높고, 그 다음으로 '스마트폰(37.5%)', '노트북(31.3%)', 'TV(18.8%)' 등으로 높음





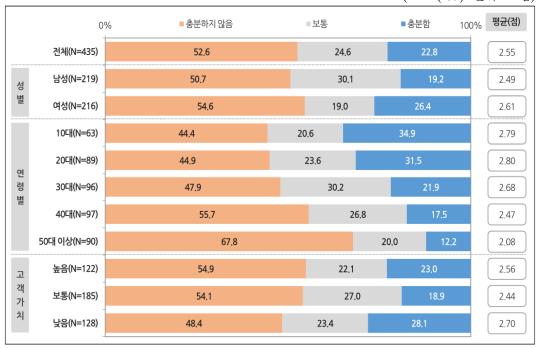
- □ 한국 동영상 콘텐츠 시청경험 없음 이유
  - 귀하는 어떠한 이유로 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 없으십니까? 가장 큰 이유 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 없는 이유로 '한국이라는 나라에 별로 관심이 없어서'가 48.5%로 가장 높고, 다음으로는 '특별히 시청할만한 프로그램이 없어서(17.4%)', '한국어가 어렵고 생소해서(7.6%)', '우리나라 TV프로그램이 더 재미있어서(6.1%)' 등의 순으로 높음



#### □ 한국 동영상 콘텐츠 시청기회

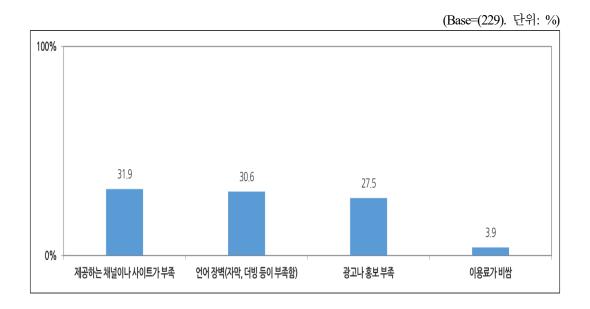
# 1) 충분수준

- 귀하는 평소에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분 하다고 생각하십니까?
- 응답자의 52.6%가 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 수 있는 기회가 '충분하지 않다'고 응답함
- 응답자 성별로 남성(50.7%)보다 여성(54.6%)이 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 '충분하지 않다'고 응답한 비율이 높음
- 응답자 연령별로 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 '충분하지 않다'고 응답한 비율이 50대 이상이 67.8%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 수 있는 기회 가 '충분하지 않다'고 응답 비율이 54.9%로 가장 높음

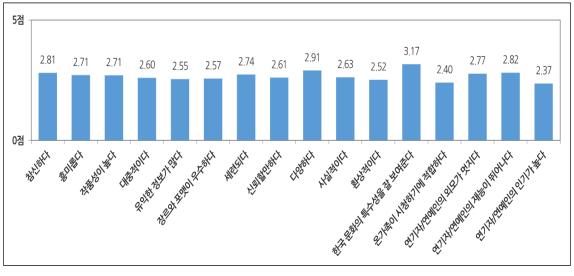


## 2) 불충분 이유

- 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유는 무엇입니까?
- 응답자가 한국 동영상 콘텐츠 시청 기회가 불충분한 이유로 '제공하는 채널이나 사이트가 부족'이 31.9%로 가장 높고, 그 다음으로 '언어 장벽(30.6%)', '광고나 홍보부족(27.5%)' 등의 순으로 높음

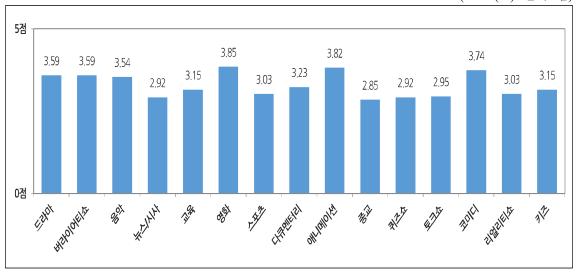


- 마. 한국 동영상 콘텐츠 인식평가
- □ 항목별 평가
  - 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠에 대해 전반적으로 어떻게 생각하는지 응답해 주십시오. (5점 만점)
  - 응답자의 한국 동영상 콘텐츠에 대한 인식을 살펴보면 '한국 문화의 특수성을 잘 보여준다(3.17점)'가 가장 높고, 그 다음으로 '다양하다(2.91점)', '연기자/연예인의 재능이 뛰어나다(2.82점)' 등의 순으로 높음



## □ 장르별 만족도 평가

- 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠에 대해 어느 정도 만족하십니까? (5점 만점)
- 응답자의 장르별 한국 동영상 콘텐츠 만족도를 살펴보면 '영화(3.85점)'가장 높고, 그 다음으로 '애니메이션(3.82점)', '코미디(3.74점)', '드라마(3.59점)', '버라이어티쇼(3.59 점)' 등의 순으로 높음

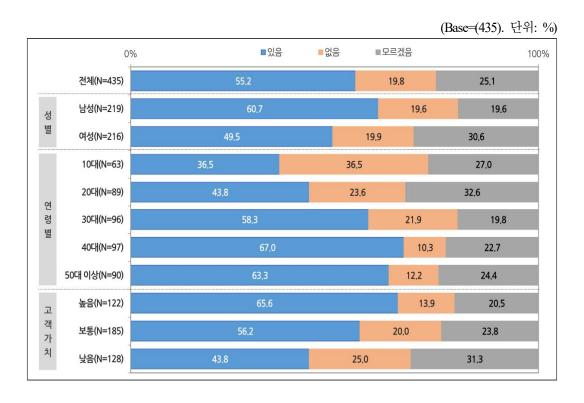


#### □ 장르별 향후 시청의향

- 귀하는 향후에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하실 의향이 어느 정도 있으십니까?
- 응답자의 장르별 한국 동영상 콘텐츠 향후 시청의향을 살펴보면 '영화'가 29.9%로 가장 높고, 그 다음으로 '코미디(25.7%)', '다큐멘터리(25.1%)' 등의 순으로 높음



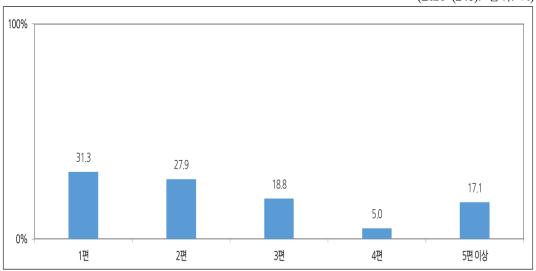
- 바. 국가 간 방송프로그램 공동제작 인식평가
- □ 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험
  - 귀하는 국가 간 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?
  - 응답자의 55.2%가 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 것으로 나타남
  - 응답자 성별로 여성(49.5%)보다 남성(60.7%)의 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 높음
  - 응답자 연령별로 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험은 40대가 67%로 가장 높음
  - 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 65.6%로 가장 높음



## □ 시청경험

- 1) 전년도 시청 편 수
  - 귀하가 작년(2018년)에 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램은 모두 몇 편이나 됩니까?
  - 응답자가 2018년에 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램 편 수는 '1편'이 31.3%로 가장 높고, 그 다음으로 '2편'이 27.9%로 나타남. 또한 '5편 이상'은 17.1%로 나타남

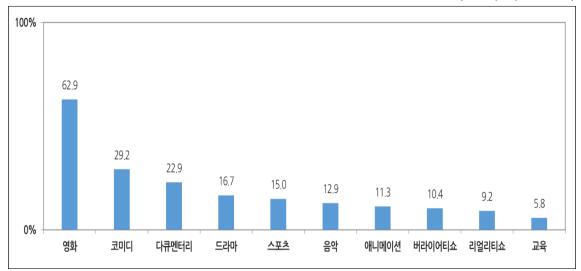
(Base=(240). 단위: %)



# 2) 시청경험 있는 장르

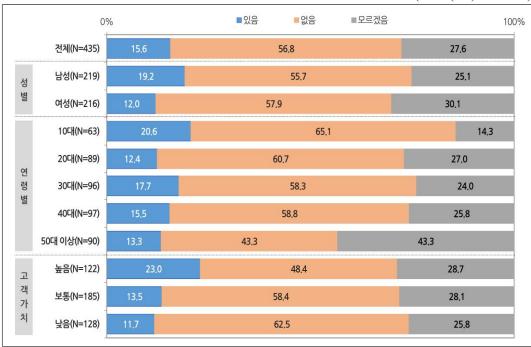
- 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램의 장르는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오.
- 응답자가 시청경험 있는 국가 간 공동제작 방송프로그램의 장르로 '영화'가 62.9% 로 가장 높고, 그 다음으로 '코미디(29.2%)', '다큐멘터리(22.9%)' 등의 순으로 높음

(Base=(240). 단위: %)



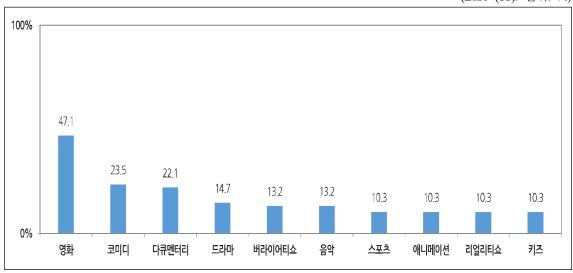
#### 3) 한국-헝가리 공동제작 방송프로그램 시청 경험률

- 귀하는 한국 연예인이 출연하거나 한국 방송사(제작사)가 우리나라의 방송사(제작사)와 공동 으로 제작한 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?
- 응답자의 15.6%가 한국과 헝가리 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 있는 것으로 나타남
- 응답자 성별로 여성(12%)보다 남성(19.2%)의 한국과 헝가리 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 높음
- 응답자 연령별로 한국과 헝가리 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 10대가 20.6% 로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 한국과 헝가리 공동제작 방송프로그램 시청 경험이 23%로 높음



- 4) 한국-헝가리 공동제작 방송프로그램 시청경험 있는 장르
  - 귀하가 시청한 한국과 우리나라의 공동제작 방송프로그램의 장르는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오.
  - 응답자가 시청한 한국과 헝가리 공동제작 방송프로그램의 장르로 '영화'가 47.1%로 가장 높으며, 그 다음으로 '코미디(23.5%)', '다큐멘터리(22.1%)' 등의 순으로 나타남

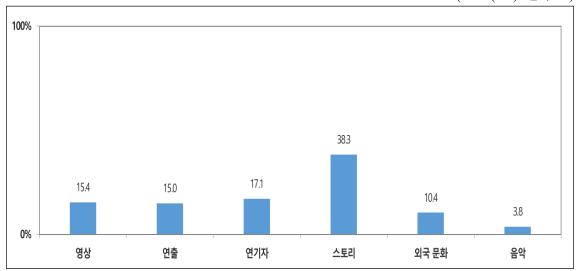
(Base=(68). 단위: %)



## □ 선호요인

- 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요인은 무엇입니까? 가장 좋았다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자의 국가 간 공동제작 방송프로그램 선호 요인으로 '스토리'가 38.3%로 가장 높고, 그 다음으로 '연기자(17.1%)', '영상(15.4%)' 등의 순으로 높음

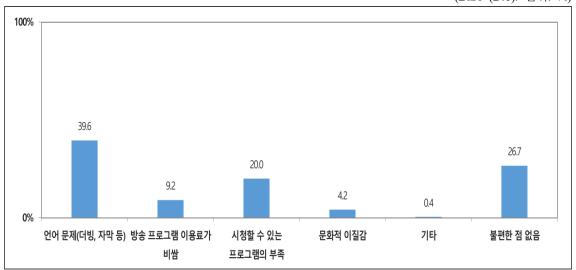
(Base=(240). 단위: %)



## □ 시청 시 불편사항

- 귀하가 국가 간 방송프로그램을 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? 가장 불편했다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 국가 간 방송프로그램을 시청할 때 불편한 점으로 '언어 문제'가 39.6%로 가장 높고, 그 다음으로 '시청할 수 있는 프로그램의 부족(20%)', '방송 프로그램 이 용료가 비쌈(9.2%)' 등의 순으로 높음

(Base=(240). 단위: %)

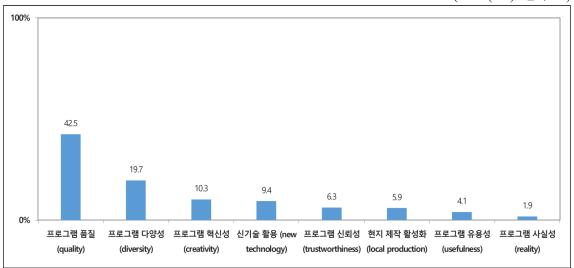


#### □ 공동제작을 통한 방송프로그램 제작 기여

- 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 생각하십니까? 그 렇지 않다고 생각하십니까?
- 응답자의 73.6%가 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다 고 생각하는 것으로 나타남
- 응답자 성별로 여성(70.8%)보다 남성(76.3%)이 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그 램을 제작할 수 있다고 생각함
- 응답자 연령별로 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작될 수 있다 고 생각하는지에 대해 50대 이상이 78.9%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 81.1%가 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방 송프로그램을 제작할 수 있다고 생각함

(Base=(435). 단위: %) ■긍정 ■부정 ■모르겠음 0% 100% 전체(N=435) 9.0 17.5 남성(N=219) 12,8 11,0 여성(N=216) 6.9 22.2 10대(N=63) 17.5 17.5 20대(N=89) 12.4 15.7 령 30대(N=96) 7.3 20,8 40대(N=97) 5.2 17.5 50대 이상(N=90) 5.6 15,6 <del>높음</del>(N=122) 6,6 12,3 고 객 보통(N=185) 18.4 가 치 낮음(N=128) 21,1

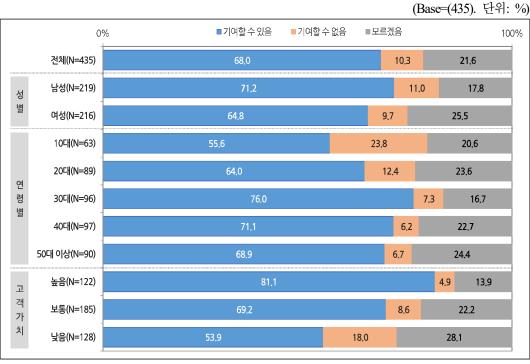
- □ 공동제작을 통해 향상 가능한 측면
  - 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 더 좋은 방송프로그램이 제작될 수 있다고 생각하십니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 국가 간 공동제작을 통해 향상 가능한 측면으로 '프로그램 품질(Quality)'이 42.5%로 가장 높고, 그 다음 '프로그램 다양성(Diversity)(19.7%)', '프로그램 혁신성(Creativity) (10.3%)' 등의 순으로 높음



#### □ 자국 방송산업 기여현황

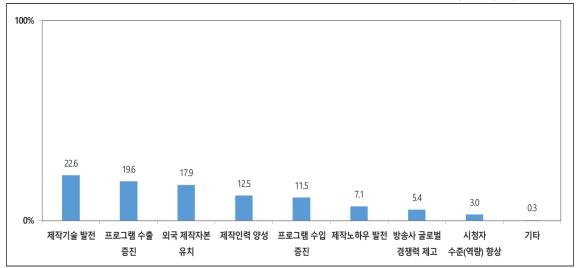
## 1) 기여도

- 귀하는 국가 간 공동제작이 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 기여할 수 없다고 생각하십니까?
- 응답자가 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율은 68%임
- 응답자 성별로 여성(64.8%)보다 남성(71.2%)의 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율이 높음
- 응답자 연령별로 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 '기여할 수 있다'고 응답한 비율이 30대가 76%로 가장 높음
- 고객가치별로 고객가치가 높은 집단의 81.1%가 국가 간 공동제작이 자국 방송산업 에 '기여할 수 있다'고 응답함



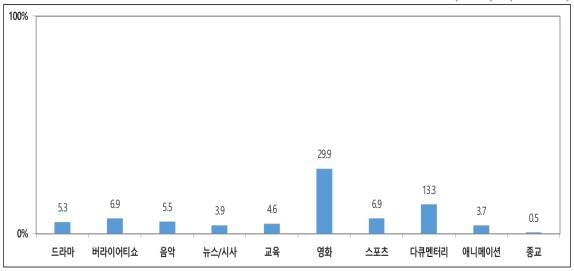
# 2) 기여 측면

- 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 기여할 수 있는 측면으로 '제작기술의 발전 (22.6%)'이 가장 높고, 그 다음으로 '프로그램 수출 증진(19.6%)', '외국 제작자본 유치(17.9%)' 등의 순으로 높음

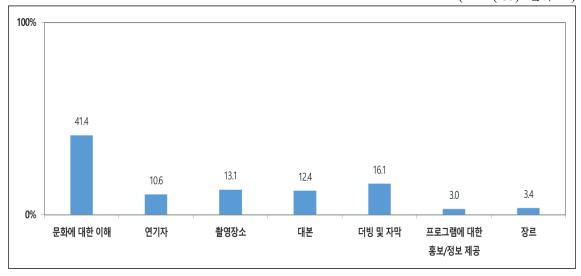


## □ 제작 적합 장르

- 국가 간 방송프로그램 공동제작에 적합하다고 생각하는 장르는 무엇이라 생각하십니까? 가장 적합하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 생각하는 국가 간 방송프로그램 공동제작 적합 장르로 '영화'가 29.9%로 가장 높고, 다음으로 '다큐멘터리(13.3%)', '스포츠(6.9%)', '버라이어티쇼(6.9%)' 등의 순으로 높음

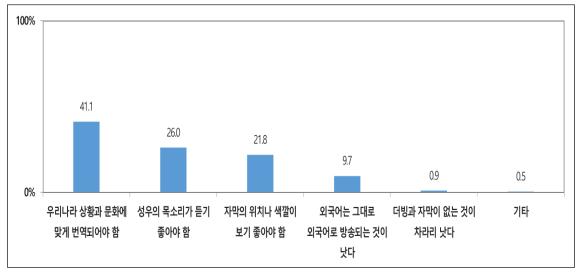


- □ 제작 시 고려사항
- 1) 제작 시 고려요인
  - 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 고려해야 할 요인은 무엇이라 생각하십니까? 가장 먼저 고려해야 한다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
  - 응답자가 생각하는 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 고려해야 할 요인으로 '문화에 대한 이해'가 41.4%로 가장 높고, 그 다음으로 '더빙 및 자막(16.1%)', '촬영장소 (13.1%)', '대본(12.4%)' 등의 순으로 높음



## 2) 제작 시 더빙/자막 중요요인

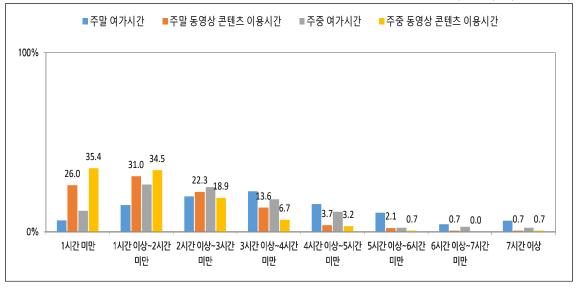
- 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 필요한 더빙과 자막의 경우 어떤 요인이 중요하다고 생각 하십니까? 중요하다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 필요한 더빙 및 자막의 중요 요인으로 '우리나라 상황과 문화에 맞게 번역되어야 한다'가 41.1%로 가장 높고, 그 다음으로 '성우의 목소리가 듣기 좋아야 함(26%)', '자막의 위치나 색깔이 보기 좋아야 함(21.8%)' 등 의 순으로 높음



#### 사. TV 및 OTT 이용환경

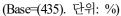
#### □ 여가생활 활용시간

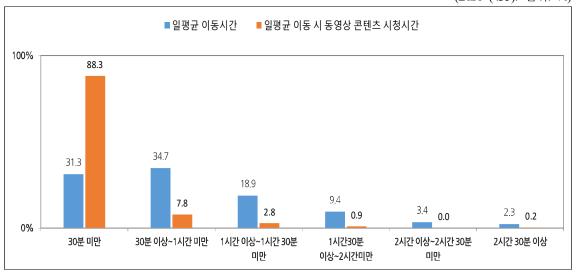
- 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.
- 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용 하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.
- 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이 용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 응답자가 여가생활에 동영상 콘텐츠를 이용하는 하루 평균 시간은 주말의 경우 '1시간 이상~2시간 미만'이 31%로 가장 높고, 주중의 경우 '1시간 미만'이 35.4%로 가장 높음



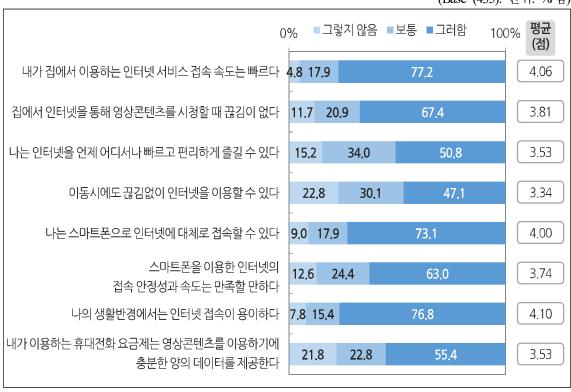
## □ 이동 시 활용시간

- 귀하는 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하는 데 하루 평균 얼마만큼의 시간을 소요합니까? ○ 귀하가 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하면서, 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- 응답자가 일상적으로 이동하는데 걸리는 하루 평균 시간은 '30분 이상~1시간 미만' 이 34.7%로 가장 높음
- 응답자가 일상적으로 이동시 동영상 콘텐츠를 시청하는 하루 평균 시간은 '30분 미만'이 88.3%임



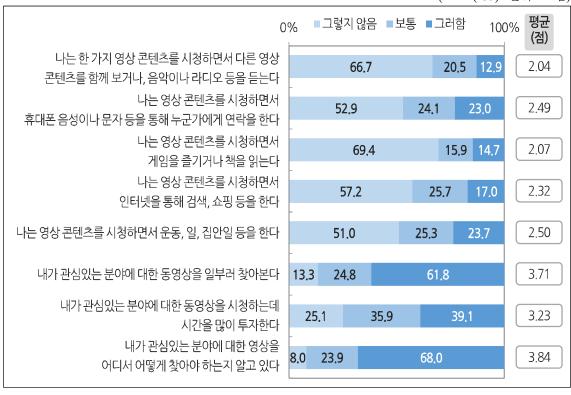


- □ 인터넷 사용 환경 평가
  - 귀하의 인터넷 사용 환경과 관련하여 다음 질문에 응답해 주십시오.
  - 응답자의 인터넷 사용 환경에 대해서 '내가 집에서 이용하는 인터넷 서비스 접속 속도는 빠르다'가 77.2%로 가장 높고, 그 다음으로 '나의 생활반경에서는 인터넷 접속이 용이하다(76.8%)', '나는 스마트폰으로 인터넷에 대체로 접속할 수 있다(73.1%)' 등의 순으로 높음



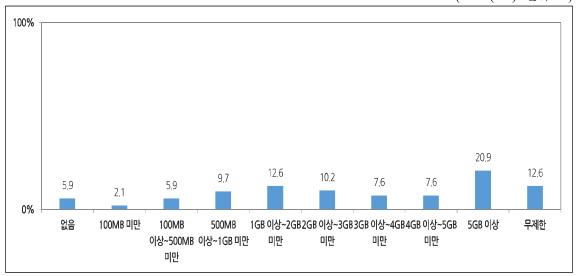
#### □ 시청행동별 동의수준

- 귀하는 다음 질문에 어느 정도 동의하는지 응답해 주십시오.
- 응답자의 시청행동별 동의 수준에 대해서 '내가 관심있는 분야에 대한 동영상을 어디서 어떻게 찾아야 하는지 알고 있다'가 68%로 가장 높고, 그 다음으로 '내가 관심있는 분야에 대한 동영상을 일부러 찾아본다(61.8%)', '내가 관심있는 분야에 대한 동영상을 시청하는데 시간을 많이 투자한다(39.1%)' 등의 순으로 높음



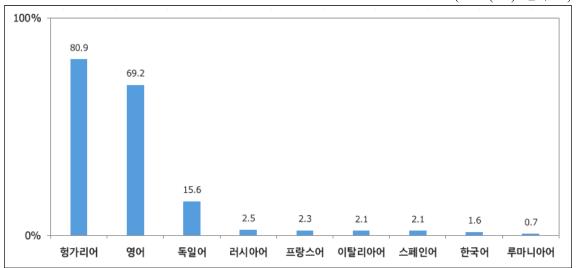
- 아. 동영상 콘텐츠 시청관련 기타
  - □ 현재 이용 휴대전화 데이터 제공량
    - 귀하가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 얼마나 됩니까?
    - 응답자가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 '5GB이상'이 20.9%로 가장 높으며, 그 다음으로 '무제한(12.6%)', '1GB이상 2GB미만(11.9%)', '2GB이상 3GB미만(10.2%)' 등의 순으로 높음

(Base=(422). 단위: %)



## □ 더빙없이 시청 가능한 언어

- 귀하가 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 자막이나 더빙 없이 시청가능한 언어는 무엇 무엇이 있습니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
- 응답자가 동영상 콘텐츠를 시청할 때 자막/더빙 없이 시청 가능한 언어로 '헝가리어'
   가 80.9%로 가장 높고, 그 다음으로 '영어(69.2%)', '독일어(15.6%)' 등의 순으로 높은
   가운데, '한국어'는 1.6%임



# 제6장 미국

미국의 방송시장 규모는 약 1,877억 5,500만 달러로, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR) 은 약 -1.1%를 기록할 것으로 예측됨. 플랫폼 별 시장구조를 살펴보면 2018년 기준 케이블방송이 전체의 약 43%로 가장 높은 비중을 차지하고 있으며, 다음으로 위성방송이 약 29%를 차지함

2018년 미국의 OTT 서비스 매출규모는 약 268억 8,300만 달러로, 방송시장과 비교하면 14.3%에 불과하나, 2024년까지 약 541억 3,100만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 2배 증가할 것으로 예측됨. 유료 OTT 서비스는 대부분 구독형 서비스를 통해 이뤄지고 있음 미국의 방송통신 산업의 정책과 규제를 담당하고 있는 기관은 연방커뮤니케이션위원회 (Federal Communications Commission)임. 미국의 방송통신 규제를 포괄하는 법률은 1934년에 제정된〈커뮤니케이션법(Communications Act of 1934)〉이며, 미국〈수정헌법〉제1조는 비록 실질적으로 방송사의 설립과 운영에 영향을 미치지는 않지만 미국 방송통신 및 언론에 대한 규제 원칙으로서 가장 중요한 위치를 차지함

# 제1절 방송시장 및 사업자 현황

# 〈표 6-1〉 미국 일반정보

	수도	워싱턴 D.C.(Washington D.C.)
	국토면적(sq km)	9,833천
*****	인구 수	328.1백만
******	언어	영어
	GDP(USD billion)	20,513
	경제 성장률	2.9%
	TV보유 가구 수(천)	117,436
	방송규제기관	연방커뮤니케이션위원회(FCC)

자료: 수출입은행(2019), 정보통신산업진흥원(2018e), OVUM(2019d)

# 1. 방송시장 규모

#### 가. 방송시장 규모 및 전망

- (방송시장 규모) 미국의 2018년 방송시장 매출액 규모는 약 1,877억 5,500만 달러이며 전년 대비 약 25억 5,200만 달러 감소하였고, 2018~2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 -1.1%를 기록할 것으로 예측됨
- (TV 매출액) 미국의 2018년 TV매출액은 약 945억 6,100만 달러로, 전년 대비 약 39억 8,700만 달러 감소함
- (TV광고 매출액) 미국의 2018년 TV광고 매출액은 약 709억 8,000만 달러로, 전년 대비약 9억 9,300만 달러 증가함
- (라디오 매출액) 미국의 2018년 라디오 매출액은 전체 약 222억 1,400만 달러로, 전년 대비 약 4억 4,200만 달러 증가함

〈표 6-2〉 미국 방송시장 매출액 및 전망(2014~2023)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
 TV매출	99,060	101,052	100,824	98,548	94,561	91,242	88,467	86,018	83,835	81,809
TV광고	68,784	69,135	72,019	69,987	70,980	70,576	73,144	72,213	72,679	72,162
라디오	20,510	21,073	21,373	21,772	22,214	22,607	22,978	23,291	23,569	23,812
합계	188,354	191,260	194,216	190,307	187,755	184,425	184,589	181,522	180,083	177,783

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019e)

## 나. TV광고시장 규모

- (TV광고시장) 미국의 2018년 TV광고시장 매출액은 약 709억 8,000만 달러이며 2018~ 2023년 연평균 성장률(CAGR)은 약 0.3%로, 2023년까지 약 721억 6,200만 달러 규모의 시장으로 성장할 것으로 예측됨
- (지상파방송 광고) 미국의 2018년 지상파방송 광고 매출액은 약 400억 5,300만 달러로, 전체 TV광고시장 매출의 약 56.4%를 차지하고 있음
- (유료방송 광고) 미국의 2018년 유료방송 광고 매출액은 약 262억 5,800만 달러로, 전 체 TV광고시장 매출의 약 37%를 차지하고 있음
- (온라인TV 광고) 미국의 2018년 온라인TV 광고 매출액은 약 46억 7,000만 달러로, 전 년 대비 약 3억 5,100만 달러 증가하였으며 2023년까지 지속적인 성장세를 보일 것으 로 전망됨

#### 〈표 6-3〉 미국 TV광고시장 매출액 및 전망(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
지상파방송	40,503	39,774	41,763	39,920	40,053	39,349	40,874	40,033	40,142	39,690
유료방송	25,231	25,759	26,277	25,748	26,258	26,217	26,990	26,673	26,841	26,635
온라인TV	3,050	3,602	3,979	4,319	4,670	5,011	5,280	5,508	5,695	5,837
합계	68,784	69,135	72,019	69,987	70,980	70,576	73,144	72,213	72,679	72,162

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: PWC(2019e)

# 2. 방송가입자 현황

○ (방송가입자 현황) 미국의 2018년 전체 TV 보유 가구 수는 약 1억 1,743.6만 가구이며, TV시청은 디지털 케이블방송(42%), 유료 디지털 위성방송(25%), 디지털 지상파방송 (19%), IPTV(8%), 무료 디지털 위성방송(4%), 아날로그 케이블방송(1%) 등을 통하여 이루어지고 있음

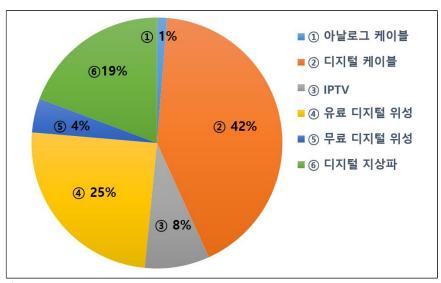
〈표 6-4〉 미국 TV보유 가구 플랫폼별 현황(2013~2018)

(단위: 천 가구)

					,	
구분	2013	2014	2015	2016	2017	2018
TV 보유 가구 수	115,576	116,270	116,386	116,619	116,969	117,436
아날로그 지상파	0	0	0	0	0	0
아날로그 위성	0	0	0	0	0	0
아날로그 케이블	7,216	5,992	4,543	3,448	2,342	1,522
디지털 케이블	47,868	47,991	48,900	49,594	49,695	49,214
IPTV	11,453	12,375	12,259	10,929	10,066	9,810
유료 디지털 위성	34,310	34,330	33,431	33,933	31,488	29,122
무료 디지털 위성	4,531	4,623	4,739	4,869	5,015	5,153
디지털 지상파	10,198	10,959	12,514	13,846	18,362	22,616

자료: OVUM(2019d)

[그림 6-1] 미국 TV 시청 플랫폼별 현황(2018)



자료: OVUM(2019d)

# 3. 지상파방송

# 가. 시장 구조

- 미국은 2009년 6월 지상파 아날로그 방송을 종료하였음 154)
- 미국의 지상파 네트워크는 CBS, NBC, ABC, FOX가 4대 네트워크를 이루고 있음
- 2018년 디지털 지상파방송(DTT) 단독 가입 가구 수는 약 1,727.9만 가구로, 전체 TV보 유 가구 수의 약 13.9%를 차지함

〈표 6-5〉 미국 디지털 지상파방송(DTT) 가입 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
유료 DTT 가구 수	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
DTT 단독 가구수	13,231	13,467	14,292	16,135	17,279	18,393	19,261	19,963	20,524	21,037
DTT가구 비율(%)	11.1	11.2	11.7	13.1	13.9	14.6	15.2	15.6	15.9	16.2

※ p: 전망치

자료: Kagan(2019j)

# 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
지상파방송	CBS, NBC, ABC, FOX 등

○ 미국 지상파방송 주요 사업자는 CBS, NBC, ABC, FOX 등이 있음

# 1) CBS<sup>155)</sup>

- CBS(CBS Corporation)는 2018년 기준 미국 지상파 네트워크 중 가장 높은 일평균 시 청점유율(6.9%)을 기록함
- CBS는 2000년 Viacom(Video&Audio Communications)에 인수되었으며 2005년 Viacom

<sup>154) &</sup>quot;[디지털전환] 아날로그 방송 종료, 해외에선 어떻게." 조선비즈. 2012년 12월 28일 수정, 2019년 12월 29일 접속, https://biz.chosun.com/site/data/html\_dir/2012/12/28/2012122801909.html.

<sup>155)</sup> 정보통신정책연구원 방송미디어연구실(2018), p.48-50.

- 과 분리된 CBS Corporation이 출범함<sup>156)</sup>
- 2019년 12월 Viacom와 CBS Corporation이 재합병하여 ViacomCBS로 새롭게 출범함<sup>157)</sup>
- CBS는 CBS TV 네트워크, 케이블 네트워크, 콘텐츠 제작 및 배급, TV방송국, 디지털 스트리밍 서비스 및 기타 인터넷 기반 사업, 출판 등 미디어 및 엔터테인먼트 산업에 걸친 사업을 운영하고 있음<sup>158)</sup>
- CBS의 사업영역은 크게 사업영역은 크게 엔터테인먼트(Entertainment), 케이블 네트워크 (Cable Networks), 출판(Publishing), 로컬 미디어(Local Media)의 4개 영역으로 구분됨<sup>159)</sup>
  - 2018년 각 영역별 매출 비율은 다음과 같음: 엔터테인먼트 70%, 케이블 네트워크 15%, 출판 6%, 로컬 미디어 13%
  - 2018년 해외 매출은 약 25억 4천만 달러로, 전체 매출의 약 17%를 기록함
  - 해외 매출에서 유럽의 비중이 약 44%, 캐나다의 비중이 약 11%임
- 2018년 연평균 시청률이 가장 높은 프로그램으로 〈60 Minutes〉, 〈The Big Bang Theory〉, 〈Grammy Awards〉, 〈NCIS〉 등이 있음
- CBS는 독점 콘텐츠를 사용하여 시청자들이 자사 OTT서비스인 CBS All Access에 가입하도록 유도하고 있음<sup>160)</sup>
  - CBS All Access에서 〈Star Trek〉의 신규 시리즈인 〈Discovery〉 등을 시청할 수 있음

#### 2) NBC

○ Comcast는 Comcast Cable · NBCUniversal · Sky 등 3가지 주요 비즈니스를 보유하고 있으며, 이 중 NBCUniversal Media의 사업영역은 케이블 네트워크(Cable Networks), 지상파방송(Broadcast Television), 영화(Filmed Entertainment), 테마파크(Theme Parks) 등 4가지 사업영역으로 구분할 수 있음<sup>161)</sup>

<sup>156) &</sup>quot;CBS and Viacom are merging to become ViacomCBS." The Verge, last modified Aug 13, 2019, accessed Dec 30, 2019,

https://www.theverge.com/2019/8/13/20746894/cbs-viacom-merger-acquisition-all-access-mtv-bet-streaming-value.

<sup>157) &</sup>quot;Viacom, CBS Set Date to Close Merger." Hollywood Reporter, last modified Nov 25, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.hollywoodreporter.com/news/viacom-cbs-close-merger-dec-4-1255617.

<sup>158)</sup> CBS Corporation(2018), "2018 Annual Report", p.3.

<sup>159)</sup> 정보통신정책연구원 방송미디어연구실(2018), p.49.

<sup>160)</sup> Ovum(2018b), p.7.

- 2018년 NBCUniversal의 전체 매출액은 약 358억 달러이며 각 영역별 매출 비율은 다음과 같음: 케이블 네트워크 32%, 지상파방송 32%, 영화 20%, 테마파크 16%
- NBC(National Broadcasting Company)는 1926년 9월 RCA(Radio Corporation of America)에 의하여 설립되었으며, 1941년 미국 최초로 상용방송 라이선스(Commercial TV Station License)를 발급받음<sup>162)</sup>
  - 1986년 General Electric(GE)이 RCA를 인수하여 모기업이 됨
  - 2003년 NBC와 Vivendi Universal Entertainment가 합작하여 NBCUniversal을 설립함 (General Electric이 80%, Vivendi가 20%의 지분을 각각 소유)
  - 2009년 Comcast가 GE로부터 NBCUniversal의 지분을 인수하여 경영권을 확보함(지 분구조: Comcast 51%, GE 49%)
  - 2013년 Comcast가 GE의 NBCUniversal 지분을 전부 인수함
- NBC는 2018년 기준 연평균 시청점유율 6.3%를 기록하여 CBS 다음으로 시장 점유율 2위를 차지함
- 2018년 NBC에서 방영한 드라마〈This is US〉의 연평균 시청률이 11%로, 2018년 가 장 높은 시청률을 기록함

#### 3) ABC

- ABC(American Broadcasting Company)는 1943년 10월 Edward Noble이 NBC Blue Network를 인수하면서 시작하였고, 1948년부터 TV 방송을 시작함<sup>163)</sup>
  - ABC는 1953년 Paramount에, 1986년에는 Capital Cities에 인수된 후, 1996년 Disney 에 합병되어 현재 The Walt Disney Company 산하에 있음
- O ABC를 소유한 The Walt Disney Company의 사업영역은 크게 미디어 네트워크(Media

162) "TIMELINE: NBC, Universal through the 20th century and beyond." Reuters, last modified Dec 3, 2009, accessed Dec 30, 2019,

https://www.reuters.com/article/us-nbc-comcast-timeline/timeline-nbc-universal-through-the-20th-century-and-beyond-idUSTRE5B22SO20091203.

163) 정보통신정책연구원 방송미디어연구실(2018), p.51;
"The Walt Disney Company." The Walt Disney Company Korea, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, http://www.disney.co.kr/home/company.jsp.

<sup>161)</sup> Comcast Corporation(2018), p.1.

Networks), 테마파크·체험관·캐릭터상품(Parks, Experiences and Products), 스튜디오 엔터테인먼트(Studio Entertainment), 디즈니+ 등 인터넷 스트리밍서비스를 담당하는 소비자직접판매인터내셔널(Direct-to-Consumer & International(DTCI))의 4가지 영역으로 나눠집<sup>164)</sup>

- 미디어 네트워크에서 Disney · ESPN · Freeform · FX · National Geographics 등 미국 내 케이블방송 네트워크, ABC 네트워크 등 미국 내 지상파 네트워크, 프로그램 제 작 및 유통, National Geographics 잡지 등을 운영함
- ABC는 2018년 연평균 시청점유율 5.7%를 기록하여 3위를 차지함
- ABC에서 방영한 아카데미 시상식〈The Oscars〉가 2018년 시청률 2위를 기록하였으며, 그 다음으로 코미디 시리즈인〈Roseanne〉가 3위를 기록함

#### 4) FOX

- Fox는 미국 4대 네트워크 중 상대적으로 늦게 1986년 10월 텔레비전 방송을 시작하 였으며, 2019년 기준 전체 시간대의 시청점유율 3.9%를 기록함<sup>165)</sup>
- Fox는 다국적 기업인 News Corporation을 모태로 하고 있으며, 2013년 6월 출판을 담당하는 News Corp와 영상과 방송을 담당으로 하는 21st Century Fox로 분사함
  - 2019년 3월, Disney가 21st Century Fox를 인수하여, 이 후 지상파 네트워크·뉴스·스 포츠·오리지널 콘텐츠 부문 등은 Fox Corporation이라는 독립적 회사를 통해 운영함
- ○Fox의 사업분야는 뉴스 및 스포츠 분야 케이블 채널을 운영하는 Cable Network Programming 분야와 지상파 방송국 운영 및 지상파 네트워크 Fox, My Network의 Television 분야로 구분됨<sup>166)</sup>
- Fox는 총 28개의 지상파 스테이션을 운영하고 있으며 2019년 기준 약 27억 달러의 수익을 올리며 미국 내 지상파 방송국 중 매출액 2위 사업자로 등극함
- Fox의 주요 인기 프로그램은 스포츠 프로그램인〈Thursday Night Football〉으로 2019 년 시청률 4.4%를 기록하였으며, 한국 프로그램 리메이크작인〈The Masked Singer〉 의 시청률은 3.8%를 기록함

<sup>164)</sup> The Walt Disney Company(2018), p.1.

<sup>165)</sup> 정보통신정책연구원 방송미디어연구실(2019), p.48

<sup>166)</sup> 정보통신정책연구원 방송미디어연구실(2019), p.53~55

# 4. 유료방송

# 가. 시장 구조

- 미국의 2018년 유료방송 가입 가구 수는 약 8,996.6만 가구로, 전체 TV보유 가구의 약 72.2%를 차지함
- 미국 유료방송시장의 2018년 매출액은 전년 대비 약 2.6% 감소한 약 1,119억 3,800만 달러를 기록하였으며 2023년까지 하락세를 보일 것으로 전망됨

〈표 6-6〉 미국 유료방송 가입 가구 수 및 매출액(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
유료방송가입	100.911	99,671	97,698	93,935	89,966	85,629	82,270	79,095	76,211	72 606
가구 수	100,911	99,071	97,098	95,955	89,900	83,029	02,270	19,093	/0,211	73,606
유료방송 매출액	111,065	115,449	116,441	114,921	111,938	108,434	104,706	101,454	98,387	96,073
유료방송가입	04.0	82.7	90.2	76.2	72.2	68.2	64.0	61.0	50.2	56.9
가구 비율(%)	84.8	82.7	80.3	76.3	12.2	08.2	64.9	61.9	59.2	56.8

※ p: 전망치

- 미국 유료방송시장에서 가장 큰 비중을 차지하고 있는 플랫폼은 케이블방송이며, 전 체 유료방송의 과반수를 차지하고 있음
  - 2018년 케이블방송은 전체 유료방송 매출의 51.7%를 차지하였으며, 위성방송 36.2%, IPTV방송 12.1% 순으로 이어짐
- 미국 유료방송 플랫폼별 매출 비율은 케이블방송의 경우 2018년을 기준으로 향후 지속적인 소폭 상승이 전망되나, 위성방송은 지속적으로 하락할 것으로 전망됨

70.0 58.1 56.1 60.0 54.8 53.7 52.6 51.7 50.4 49.6 49.2 49.1 50.0 37.7 37.1 36.2 36.0 35.6 40.0 35.1 33.9 33.1 32.2 30.6 30.0 20.0 13.7 14.5 13.6 12.6 12.3 12.4 12.1 12.1 11.7 11.3 10.0 0.0 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 →위성(DTH) →케이블 → IPTV

[그림 6-2] 미국 유료방송 플랫폼별 매출 비율(2014~2023)

(단위: %)

자료: Kagan(2019j)

# 1) 케이블방송

- 2018년 케이블방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 약 40.6%인 약 5,050.5만 가구로, 전년 대비 약 125.7만 가구 감소함
- 2018년 케이블방송 매출액은 약 564억 1,600만 달러로, 전년 대비 약 4억 7,000만 달러 감소하였으며 2018~2023년까지 연평균 성장률(CAGR) 약 -1.8%를 기록할 것으로 전 망됨

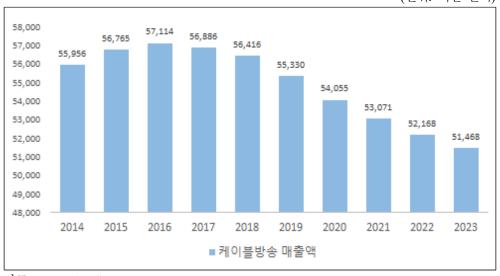
〈표 6-7〉 미국 케이블방송 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
케이블방송	53,959	53,265	52,759	51,762	50,505	49,011	47,534	46,241	45,137	44,202
가입 가구 수	33,939	33,203	32,739	31,702	30,303	49,011	47,334	40,241	45,157	44,202
케이블방송	55,956	56,765	57,114	56,886	56,416	55,330	54,055	53,071	52,168	51 160
매출액	33,930	30,703	3/,114	30,000	30,410	33,330	34,033	33,071	32,108	51,468
케이블방송 가입	45.3	44.2	43.4	42	40.6	39	37.5	36.2	35.1	34.1
가구 비율(%)	43.3	44.2	43.4	42	40.0	39	37.3	30.2	33.1	34.1

※ p: 전망치

[그림 6-3] 미국 케이블방송 매출액 추이(2014~2023)



자료: Kagan(2019j)

# 2) 위성방송

- 2018년 위성방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 23.4%인 약 2,912.7만 가구로, 전년 대비 약 7.5% 감소함
- 2018년 위성방송 매출액은 약 421억 9,800만 달러로, 전년 대비 약 12억 7,800만 달러 감소하였으며 2018~2023년까지 연평균 성장률(CAGR) 약 -2.4%를 기록할 것으로 전 망됨

〈표 6-8〉 미국 위성방송(DTH) 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
DTH 가구 수	33,523	33,058	33,182	31,488	29,127	26,731	25,492	24,354	23,321	22,399
DTH 매출액	39,497	41,618	43,219	43,476	42,198	40,878	39,611	38,648	37,846	37,353
DTH 가입 가구 비율(%)	28.2	27.4	27.3	25.6	23.4	21.3	20.1	19.1	18.1	17.3

※ DTH: Direct-To-Home, 가정직접수신 위성방송

※ p: 전망치

44,000 43,476 43,219 43,000 42,198 41,618 42,000 40,878 41,000 39,611 40,000 39,497 38,648 39,000 37,846 38,000 37,353 37,000 36,000 35,000 34,000 2014 2015 2016 2017 2018 2019 2020 2021 2022 2023 ■ 위성방송(DTH) 매출액

[그림 6-4] 미국 위성방송(DTH) 매출액 추이(2014~2023)

자료: Kagan(2019j)

# 3) IPTV방송

- 2018년 IPTV방송 가입 가구 수는 전체 가구 대비 8.3%인 약 1,033.4만 가구로, 전년 대비 약 3.3% 감소함
- 2018년 IPTV방송 매출액은 약 133억 2,300만 달러로, 2018~2023년까지 연평균 성장 률(CAGR) 약 -11.5%를 기록할 것으로 전망됨

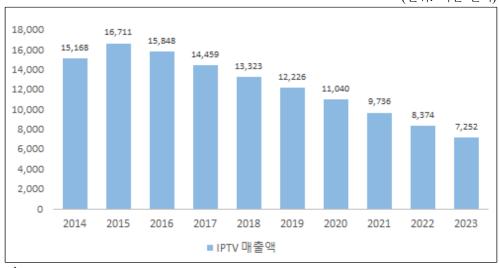
〈표 6-9〉 미국 IPTV방송 시청 가구 수(2014~2023)

(단위: 천 가구, 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
IPTV 가입 가구 수	13,076	13,066	11,587	10,685	10,334	9,886	9,244	8,500	7,753	7,005
IPTV 매출액	15,168	16,711	15,848	14,459	13,323	12,226	11,040	9,736	8,374	7,252
IPTV 가입 가구 비율(%)	11.0	10.8	9.5	8.7	8.3	7.9	7.3	6.7	6.0	5.4

※ p: 전망치

[그림 6-5] 미국 IPTV방송 매출액 추이(2014~2023)



자료: Kagan(2019j)

# 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자
케이블방송	Comcast, Charter, Cox 등
위성방송	AT&T, DISH Network 등
IPTV방송	Verizon, AT&T 등

# 1) 케이블방송

○ 미국 케이블방송사업자는 Comcast, Charter, Cox 등이 있음

# 가) Comcast

- Comcast는 케이블방송 시장에서 가장 큰 사업자로, Xfinity라는 브랜드를 운영하고 있음
- 2018년 Comcast의 케이블방송 가입 가구 수는 약 2,198.6만 가구로, 이는 전체 케이블방송 가입 가구의 약 43%임
- Comcast는 Comcast Xfinity 패키지에 Netflix 구독을 추가할 수 있도록 Netflix와 2016
   년 11월에 파트너십을 강화함<sup>167)</sup>

<sup>167)</sup> OVUM(2018b), p.16.

# 나) Charter

- Charter는 미국 케이블방송에서 두 번째로 규모가 큰 사업자로, Spectrum이라는 브랜 드를 운영하며 케이블방송과 인터넷접속 서비스, 전화 서비스를 제공함<sup>168)</sup>
  - Charter는 2016년 Bright House Networks와 Time Warner Cable을 인수한 후 Comcast 다음으로 두 번째로 규모가 큰 케이블방송사업자가 되었음
- 2018년 Charter의 케이블방송 매출은 약 435억 달러이며 가입 가구 수는 약 1,660.6 만 가구임<sup>169)</sup>

#### 다) Cox

- Cox는 미국 내 3위 케이블방송사업자로, 미국 전역에 케이블 텔레비전, 통신 커뮤니케이션, 인터넷 등을 제공함<sup>170)</sup>
- 미국 내에서는 1997년 10월에 Cox가 최초로 디지털 케이블 TV 서비스를 실시함 1719
- 2018년 Cox의 케이블방송 가입 가구 수는 약 364.7만 가구로, 이는 전체 케이블방송 가입 가구의 약 7%임<sup>172)</sup>

# 2) 위성방송

○ 미국 위성방송사업자는 AT&T, DISH Network 등이 있음

#### 가) AT&T

- AT&T는 미국의 유료방송 선두주자이자 가장 큰 위성방송 사업자로, 2015년 7월에 DirecTV 인수 후 위성방송 서비스를 제공하고 있음
- 2018년 6월 AT&T는 TimeWarner를 인수하여 TimeWarner의 킬러 콘텐츠들을 확보함
  - TimeWarner는 할리우드 최대 영화사인 Warner Brothers, 케이블방송 채널 HBO, 세계적인 뉴스 전문 채널 CNN, 만화 전문 방송 Cartoon Network, 엔터테인먼트 케이블 텔레비전 TBS 등을 소유<sup>173)</sup>

<sup>168)</sup> 정보통신정책연구원 방송미디어연구실(2018), p.76

<sup>169)</sup> Charter Communications(2018), p.5.

<sup>170) &</sup>quot;Cox Communications." Wikipedia, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Cox Communications.

<sup>171)</sup> 곽동균(2002), p.20.

<sup>172)</sup> Charter Communications(2018), p.5.

- 2018년 AT&T의 위성방송 가입 가구 수는 약 1,922.2만 가구로, 이는 전체 위성방송 가입가구의 66%임
- DirecTV의 콘텐츠는 위성방송과 IPTV서비스, 온라인과 모바일 앱을 통해 유통되고 있음
  - DirecTV 서비스 가입자들은 위성안테나 없이도 스트리밍 서비스 DirecTV Now를 통해 콘텐츠를 시청할 수 있음
- AT&T는 DirecTV와 U-verse TV와 같은 전통적인 서비스를 대체하기 위해 AT&T TV라는 브랜드를 신설함<sup>174)</sup>
  - 2019년 8월 미국 10개 도시에서 AT&T TV 서비스 시범적으로 운영
  - 2020년 HBO의 신규 OTT서비스인 HBO Max가 출범하면 AT&T TV와 묶어서 판매할 계획<sup>175)</sup>

#### 나) DISH Network

- DISH Network Corporation은 1995년 Nevada 주에서 설립되어 DISH라는 브랜드로 유료방송 서비스를 1996년 3월부터 개시함<sup>176)</sup>
  - DISH Network는 유료방송 서비스인 DISH와 OTT서비스인 Sling TV를 보유함
- 2018년 DISH Network의 위성방송 가입 가구 수는 약 990만 가구로, 이는 전체 위성 방송 가입 가구의 약 34%임

#### 3) IPTV방송

○ 미국 IPTV방송사업자는 Verizon, AT&T 등이 있음

#### 가) Verizon

○ Verizon은 2000년 Bell Atlantic과 GTE가 합병하여 설립되었으며, FiOS TV라는 브래

<sup>173) &</sup>quot;[Top-Notch]72 AT&T 타임워너 합병 성공… 미디어 지각 변동 시작됐다." 조선비즈. 2018년 6월 17일 수정, 2019년 12월 29일 접속,

https://biz.chosun.com/site/data/html dir/2018/06/18/2018061800140.html

<sup>174) &</sup>quot;AT&T's New Online TV Service Looks a Lot Like Current Deals." Bloomberg, last modified N/A, accessed Aug 20, 2019,

https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-08-19/at-t-s-new-online-tv-service-looks-a-lot-like-current-offerings.

<sup>175)</sup> OVUM(2019f), p.10.

<sup>176)</sup> DISH Network Corporation(2019), p.1.

드를 통하여 2005년부터 IPTV방송 서비스를 제공하고 있음

- 2018년 Verizon의 IPTV방송 가입 가구 수는 전체 위성방송 가입가구의 약 45%인 약 445.1만 가구로, 미국 IPTV 시장에서 가장 많은 가입 가구 수를 보유하고 있음
- 2019년 Verizon은 일부 고객들에게 Disney+, YouTube TV, Apple Music 등의 제휴 서비스를 일정 기간 무료로 이용할 수 있는 혜택을 제공함<sup>177)</sup>

# 나) AT&T

- 미국 최대 통신사인 AT&T는 2006년 IPTV방송 서비스 U-verse TV의 출시 후, 2015 년 위성방송 사업자인 DirecTV를 인수하며 미국 내 최대 유료방송 사업자가 되었음
- 2018년 AT&T의 IPTV방송 가입 가구 수는 약 368.1만 가구로, 이는 전체 위성방송 가입가구의 약 38%임

# 5. OTT

#### 가. 시장 구조

- OVUM(2019)에 의하면 미국의 2018년 OTT 서비스 매출규모는 약 268억 8,300만 달러로, 전년대비 약 1.2배 증가함
  - 미국의 유료 OTT시장은 구독형(Subscription) 서비스가 대부분이며, 2024년까지 매출
     액이 약 467억 1,800만 달러까지 성장하여 2018년과 비교하여 약 2.1배 증가할 것으로 예상됨

〈표 6-10〉 미국 OTT서비스 형태별 총 매출액(2015~2024)

(단위: 백만 달러)

									( = :	10 0 1)
구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p	2024p
디지털대여	854	923	998	1,057	1,095	1,333	1,399	1,464	1,575	1,697
전자판매	2,666	3,173	3,533	3,786	3,957	4,110	4,713	5,062	5,420	5,717
구독형	9,914	13,366	17,607	22,041	28,443	33,088	36,749	39,950	43,935	46,718
합계	13,434	17,462	22,138	26,883	33,494	38,530	42,861	46,476	50,930	54,131

<sup>※</sup> 전자판매(Electronic sell-through, EST)

자료: OVUM(2019b)

 <sup>※</sup> 구독형(Subscriptions): 반복적으로 결제하여 디지털 영상을 이용하는 유료 서비스로 주문형 서비스 (Subscription Video On Demand, SVOD)와 실시간 서비스(Linear Subscription Services, SLIN) 모두 포함
 ※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

<sup>177)</sup> OVUM(2019f), p.11.

- 미국의 2018년 구독형 서비스 이용자는 약 1억 8,369.2만 명으로, 전년 대비 약 1.2배 증가함
  - 이용자 수는 2015년 약 8662만 명에서 2024년 약 3억 7,053.6만 명으로, 약 4.2배 이상 증가할 것으로 예상됨

〈표 6-11〉 미국 구독형 서비스 이용자 현황(2015~2024)

(단위: 천 명)

									( –	1 0)
구분	2015	2016	2017	2018	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p	2024p
SVOD 구독자수	64,580.6	82,066.3	102,339.8	121,641.6	136,347.2	149,665.2	161,656.8	171,755.8	181,654.1	190,250.8
SLIN 구독자수	22,039.6	33,233.6	44,634	62,050.8	88,029.6	107,512.8	127,145.8	143,028	164,861.6	180,285.5
합계	86,620.1	115,299.9	146,973.8	183,692.3	224,376.8	257,178	288,802.7	314,783.8	346,515.7	370,536.3

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2019b)

○ 미국의 OTT 서비스 콘텐츠별 매출을 살펴보면 2015년까지는 영화가 TV 방송콘텐츠보다 매출액이 많았으나, 2016년을 기준으로 TV 방송콘텐츠 매출액이 영화 매출액을 추월함

〈표 6-12〉 미국 OTT 서비스 콘텐츠별 매출액(2014~2023)

(단위: 백만 달러)

구분	2014	2015	2016	2017	2018p	2019p	2020p	2021p	2022p	2023p
영화	3,364.7	4,044.1	4,959.1	5,774.7	6,427.0	6,823.3	7,391	7,996	8,510.3	9,097.1
TV	2,989.6	3,862.5	5,151.2	6,408.4	7,568.4	8,693.7	9,973.7	11,188.1	12,442	14,130
기타	181.3	225.2	289.0	363.3	427.8	503.5	601.3	671.8	759.7	866.2
합계	6,535.6	8,131.8	10,399.3	12,546.4	14,423.2	16,020.5	17,966	19,855.9	21,712	24,093.3

※ p: 전망치/ 반올림으로 인해 총합계가 각 항목의 합과 다를 수 있음

자료: OVUM(2018a)

#### 나. 주요 사업자

구분	주요 사업자					
OTT	Netflix, Amazon, The Walt Disney Company, AT&T, Alphabet, Apple 등					

○ 미국의 주요 OTT 서비스 사업자는 Netflix, Amazon, The Walt Disney Company, AT&T, Alphabet, Apple 등이 있음

#### 1) Netflix

- Netflix는 세계 최대 OTT 서비스를 제공하는 기업으로 현재 약 190개 국가에 서비스를 제공하고 있으며, 약 1억 6,700만 개 이상의 유료 멤버십을 보유하고 있음<sup>178)</sup>
- Netflix는 PC, 태블릿, 스마트폰, 스마트TV, 콘솔 등의 디바이스를 통해 언제 어디서 든 동영상 서비스를 제공받을 수 있음
- Netflix는 영화, 드라마 시리즈에서부터 다큐멘터리, 오리지널 콘텐츠 등 다양한 장르 의 콘텐츠를 제작·제공하고 있음
- 2018년 Netflix 구독형 서비스 이용자 수는 6,055.1만 명이며 시장 점유율은 32.9%로 1위이나, Amazon의 가파른 성장세로 인하여 2021년에 2위를 할 것으로 전망됨

# 2) Amazon<sup>179)</sup>

- Amazon은 세계 최대 규모의 인터넷 쇼핑몰이자 콘텐츠 유통 플랫폼 기업으로, 2010 년부터 콘텐츠당 과금방식의 VOD 서비스인 Amazon Instant Video 서비스를 시작하 며 2011년부터는 자사 프리미엄 고객에게 무료로 제공해주는 온라인 동영상 스트리 밍 서비스인 Prime Instant Video 서비스를 시작함
  - 기본적으로 Amazon Video는 TVOD 형태의 서비스를 제공하며 Prime 서비스에 가입하면 SVOD 서비스를 이용할 수 있음
  - Amazon Prime 회원을 대상으로 한 서비스인 Prime Instant Video는 당시 기준 연회비 79달러, 현재 99달러를 지불하는 Prime 회원들을 대상으로 영화 및 TV 프로그램

<sup>178) &</sup>quot;About Netflix." Netflix, last modified N/A, accessed Aug 20, 2019, https://media.netflix.com/ko/about-netflix.

<sup>179)</sup> 정보통신정책연구원 방송미디어연구실(2018)

- 을 무제한으로 스트리밍할 수 있는 서비스임
- 콘텐츠의 다양화를 위해 HBO와 제휴해 Prime 가입 고객에 한정하여 HBO 콘텐츠를 제공함
- 2018년 Amazon 구독형 서비스 이용자 수는 약 4,901.7만 명이며 시장 점유율은
   26.9%로 2위이나, 가파른 성장세로 인하여 2021년에 Netflix를 제치고 1위 할 것으로 전망됨

# 3) The Walt Disney Company

- Hulu는 NBCUniversal과 News Corporation이 합작하여 만든 OTT 서비스로, 2008년 3 월에 서비스를 출시하였으며 현재 미국과 일본에서만 서비스를 제공되고 있음
  - 각종 인수와 합병이 일어나면서 Hulu는 현재 The Walt Disney Company의 자회사가 됨
- 동영상 스트리밍이 주요 서비스이며, 방송사들로부터 제공되는 일반 콘텐츠·직접 제작하는 오리지널 콘텐츠·Hulu 독점 콘텐츠 등을 제공함
  - 특히 FOX, NBCUniversal, The Walt Disney Company, MGM, ABC 등 약 500여 개의 콘텐츠 파트너로부터 콘텐츠를 제공받고 있기 때문 콘텐츠 수급에 있어 강점을 가지고 있음
- 2018년 미국의 Hulu 구독형 서비스 이용자 수는 약 2,520만 명으로 시장 점유율은 3 위를 기록하였음
- 이밖에도 The Walt Disney Company는 자체 브랜드 구독형 서비스인 Disney+를 2019 년 11월 12일에 출시함
  - Disney+는 기존 Disney 콘텐츠 7,000여 편과 Disney+를 위해 제작한 오리지널 콘텐츠, Disney+에서만 독점 제공하는 콘텐츠 등을 제공하고 있음<sup>180)</sup>
  - 또한, Disney는 극장 개봉작을 Disney+에서 동시에 선보일 예정이며, 4K·HDR 영상을 지원하고, Disney+를 시청하는 기기에 콘텐츠를 다운로드 하는 기능도 도입할 예정임
  - Disney+는 2019년 11월 12일 미국 출시를 시작으로 2021년까지 북미, 유럽, 아시아 태평양 등 전 세계로 서비스를 확장할 계획임

<sup>180)</sup> 한국방송통신전파진흥원(2019), p.47-49.

#### 4) AT&T

- HBO는 Warner Media에서 제공하는 독자적 OTT 서비스로서 HBO Go와 HBO Now를 운영함
  - HBO Go는 기존 HBO TV 채널 가입자에게만 제공하는 N스크린 서비스이며, 2015
     년에 출시된 HBO Now는 HBO 콘텐츠를 이용할 수 있는 OTT 서비스로서 기존의
     HBO Go와 별도로 운영되는 독자적인 OTT 서비스임
- HBO Go는 Warner Media의 유료채널을 가입하고 있는 이용자들에게 무료로 제공됨
- 2018년 HBO Now 구독형 서비스 이용자 수는 약 505만 명으로 시장 점유율은 4위를 기록하였음

#### 5) Alphabet

- Alphabet은 세계 최대 규모의 온라인 동영상 플랫폼 사업자로 2005년 미국에서 처음 으로 온라인 동영상 서비스인 YouTube를 개시
  - YouTube는 2015년 유료 서비스인 YouTube Red를 출시하였으며, 2018년에 YouTube Premium으로 서비스명을 변경함
  - YouTube는 유료 프리미엄 서비스인 YouTube Premium을 월 11.99 달러로 제공하고 있음
  - YouTube Premium 서비스 구독자는 YouTube 내 동영상을 광고 없이 시청할 수 있으며 YouTube 자체 제작 콘텐츠 시청이 가능함
- 2018년 YouTube Premium 구독형 서비스 이용자 수는 약 476만 명으로, 2024년에는
   1,132만 명을 기록할 것으로 전망됨

#### 6) Apple

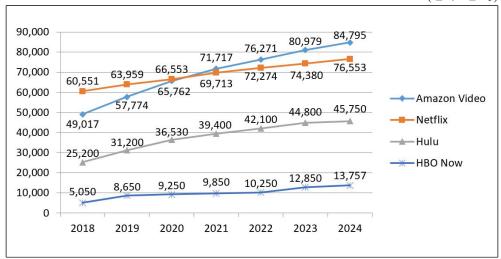
- 미국의 대표적 IT기업 애플(Apple)은 2019년 동영상 OTT 서비스인 Apple TV Plus를 출시함<sup>181)</sup>
  - Apple은 Apple TV Plus 서비스 제공을 위해 HBO, Showtime, Starz 등 주요 프리미엄 채널과 삼성, LG, 소니(Sony) 등 스마트 TV 제조사 및 로쿠 TV(Roku TV), 아마존 파이어 TV(Amazon Fire TV) 등 경쟁사 플랫폼과도 전략적 제휴를 맺음<sup>182)</sup>

<sup>181)</sup> 한국방송통신전파진흥원(2019), p.39-42.

<sup>182)</sup> 한국방송통신전파진흥원(2019), p.39-42.

○ Apple TV 앱에서 HBO, Showtime, Starz 등 미국 프리미엄 케이블 채널을 이용할 수 있으며<sup>183)</sup>, 이와 함께 애플 TV 애플리케이션 이용자들은 Apple TV를 통해 Apple이 직접 제작하는 오리지널 시리즈도 시청할 수 있음

[그림 6-6] 미국 OTT 사업자별 구독형 서비스 이용자 현황(상위 5개) (단위: 천 명)



자료: OVUM(2019b) 재구성

<sup>183)</sup> 한국방송통신전파진흥원(2019), p.39-42.

# 제 2 절 방송규제 현황

## 1. 방송규제 체계

#### 가. 방송규제 기관<sup>184)</sup>

- 미국 방송통신 산업의 정책과 규제를 담당하고 있는 기관은 연방커뮤니케이션위원회 (Federal Communications Commission, FCC)임
- FCC는 1934년에 제정된〈커뮤니케이션법(Communication Act of 1934)〉에 의거하여 기 존의 주간통상위원회(Interstate Commerce Commission)와 연방라디오위원회(Federal Radio Commission)를 통합하여 방송통신 분야의 통합규제기구로서 설치됨
  - FCC 외에도 연방통상위원회(Federal Trade Commission, FTC)와 법원이 미국 내 방송 및 통신정책의 수립과 적용에 관여함
- FCC는 독립규제기관으로 행정부에 포함되지 않으며 독자적인 정책수립, 명령과 규칙 의 제정, 집행 및 제재 권한을 가지고 있음
  - 그러나 FCC의 권한 행사는 의회부터 위임받은 범위 내로 한정되며 사법부 판단의 대상이 됨<sup>185)</sup>
  - FCC는 명령·규칙 수준의 규정을 제정할 수 있을 뿐이며 법률 제정에 대한 권한은 의회에만 있음
  - FCC가 독립규제기관이지만 대통령이 상임위원과 위원장을 임명하며, 의회가 예산 에 대한 승인권을 갖고 있음
- FCC는 대통령에 의해 지명되고 상원의 승인을 필요로 하는 5명의 위원으로 구성되며, 위원장은 위원 중에서 대통령이 지명함
  - 위원은 대체로 방송통신 및 반독점 분야의 변호사 또는 행정부 경험이 있는 전문가 위주로 임명됨
- FCC는 지상파 방송면허 부여와 취소 권한을 갖고 있기 때문에 방송사업자에 대해 절

<sup>184)</sup> 안정민(2008), p.269-308.

<sup>185)</sup> FCC의 규칙 및 제재는 종종 소송의 대상이 되며, 연방대법원의 판결에 의해 적법성에 대한 최종적 판단이 내려지게 되는 경우가 많다. 이로 인해 연방대법원은 미국 방송통신정책에서 상당한 영향력을 행사한다.

대적 권한을 갖고 있으나, 재허가 심사에서 면허가 취소된 사례는 거의 없음

대신 FCC는 재허가 심사를 통해 방송사업자들이 공익에 적합한 방송을 하도록 유도
 하고 압력을 행사함

#### 나. 방송 분야 법규 현황 186)

- 미국〈수정헌법〉제1조<sup>1877</sup>는 비록 실질적으로 방송사의 설립과 운영에 영향을 미치지는 않지만 미국 방송통신 및 언론에 대한 규제 원칙으로서 가장 중요한 위치를 차지함
- 〈수정헌법〉제1조는 언론과 종교의 자유를 제한하는 어떠한 법률의 제정도 금지하고 있기 때문에 미국에서 내용규제를 할 수 있는 법 제정은 극히 어렵고 예외적인 일이 며, 제한적인 범위에서만 가능함
  - 특히, 신문의 경우 일반적으로 기업에 적용되는 법률이 적용될 뿐, 설립과 운용에 대한 법률은 존재하지 않기 때문에 미국은 언론의 자유가 가장 폭넓게 보장되는 나라 중 하나임
  - 방송의 경우 주파수의 희소성으로 인해〈수정헌법〉제1조의 사전억제 금지원칙에도 불구하고 신고제가 아닌 허가제로 시작되었음
- 의회는 FCC에 방송 프로그램의 공익적 측면을 관리할 권한과 의무를 부여하여 사실 상 내용규제가 가능하도록 함
  - 대법원은 FCC의 형평성 원칙(Fairness Doctrine)의 위헌성 여부를 가리는 소송이었던 Red Lion Broadcasting Co. v. FCC 판결을 통해 공익 보호를 위해 FCC가 단순한 교통 경찰 이상의 보다 능동적인 규제기관으로서의 역할을 수행해야한다고 판결함. 이후 FCC는〈수정헌법〉제1조에도 불구하고 방송편성과 내용에 관한 규칙제정을 통해 규제하고 있음
- 드문 일이지만 FCC는 방송내용을 문제로 방송사업자의 재허가를 취소한 적이 있으며, 대법원 또한 FCC의 조치가〈수정헌법〉제1조를 위반한 것이 아니라는 결정을 내려 FCC 규제에 정당성을 부여함

<sup>186)</sup> 심석태(2013), p.109-147.

<sup>187)</sup> Amendment I. Congress shall make no law respecting an establishment of religion, or prohibiting the free exercise thereof; or abridging the freedom of speech, or of the press; or the right of the people peaceably to assemble, and to petition the government for a redress of grievances.

- 미국의 방송통신 규제를 포괄하는 법률은 1934년에 제정된 〈커뮤니케이션법〉임
  - 동 법은 1996년에 디지털 기술과 융합 환경에 따른 방송통신 시장의 변화를 반영하여, 기술중립성을 기치로 하는 융합시대의 규제법적인 성격으로 대폭 개정됨
  - 1996년에 개정된 〈커뮤니케이션법〉은 방송통신 시장에 경쟁원칙을 본격적으로 도입하여 기존의 소유제한 등을 크게 완화시켰으며, 매체에 따른 규제체제를 기술중립적인 것으로 변화시킴(선도적으로 방송통신융합에 대비한 수평규제체제를 시도한 것)
  - 나아가 소유규제, 형평성 원칙 등 개별 방송규제 규칙의 실효성에 대한 주기적 점검 과 이에 따른 규칙 변경을 의무화하여 FCC로 하여금 방송규제 체제를 재검토하도록 강제하였음
- 〈커뮤니케이션법〉은 FCC에 라디오, 지상파 텔레비전, 케이블TV, 유무선 통신에 대한 규제 권한을 부여하고 있는 반면, 인터넷 규제권한에 대해서는 법령에 명시되어 있지 않으나, FCC는 보충적 관할권에 해당하는 규제권한에 의거하여 인터넷까지 규제하고 있음
  - 또한, 통신 및 인터넷 사업을 서비스 성격에 따라 정보서비스(information service)와 통신서비스(telecommunications service)로 구분하여, 정보서비스는 FCC의 규제대상이되지 않으나, 통신서비스는 일반통신사업자(또는 기간통신사업자; common carrier)로 간주하여 상호접속(interconnection), 보편적 서비스 등의 규제 대상으로 구분함
- 미국의 방송통신 규제는 연방(federal)과 주(state)가 각각 상이한 권한을 나누어 보유하고 있는데, 연방은 주간(interstate)의 전화서비스, 무선통신, 인터넷에 대한 권한을, 주정부는 지역유선전화, 케이블TV에 대한 주된 관할권을 행사함

#### 2. 주요 방송규제

가. 방송 진입 및 소유규제

- 1) 방송 인허가
  - 미국에서 지상파 라디오 · 텔레비전 방송국을 운영하기 위해서는 방송면허 획득이 필수적이며, 방송면허는 재허가 대상임(유효기간은 8년)
  - FCC는 FM방송과 정격출력(full power) TV방송의 경우 상업방송과 비상업교육방송

(noncommercial educational) 등 2가지 종류의 면허를 부여함<sup>188)</sup>

- 최초 면허심사와 재허가 심사 시 일반 공중들이 청원형태로 면허부여 또는 면허갱
   신에 대한 반대의사를 밝힐 수 있도록 제도화되어 있음
- 특히 재허가 심사의 경우 미국 전체에서 방송면허를 부여받은 방송국의 수가 2019
   년 12월 기준 17,649개<sup>189</sup>에 달하는데, 실질적인 심사가 불가능하여 대부분 형식적 인 심사에 그침
- FCC는 직접적으로 방송국의 공익 기여, 규정 준수 여부를 실시하는 방식 대신 재 허가 거부 청원이 제기되었을 경우에만 이에 대한 청문회를 거쳐 재허가 여부를 결 정하는 방식을 취하고 있음
- 1994년부터 주파수 할당에 경매제를 도입함에 따라 신규로 지상파 방송사를 운영하고자 할 경우 주파수를 경매를 통해 확보해야 함(경매제 도입에도 불구하고 기존 방송사업자들은 기존에 사용하던 주파수를 대가를 지불하지 않고 계속해서 사용할 수 있도록 함)

#### 2) 소유규제

- 유료방송 및 통신에 대해서는 별도의 소유규제가 존재하는 것은 아니지만, 이동통신 사업자의 경우 주파수를 사용하므로 면허획득이 필요하기 때문에 이들 간의 인수・ 합병은 FCC의 승인 대상임
- 지상파 텔레비전에 대해서는 상대적으로 엄격한 소유규제가 적용되는데, 네트워크 방송사들의 직할국(Owned&Operated, O&O)의 시청자 점유율 합계가 39%를 초과할 수 없도록 규정하고 있으며, 4대 네트워크 방송사(NBC・ABC・CBS・FOX)간 인수・합병은 금지되어 있음<sup>190)</sup>
- FCC가 2002년부터 2년마다 소유규제의 실효성과 적절성에 대한 점검(review)을 실시한 결과 2003년 당시 35%였던 지상파 소유제한을 45%까지 상향 조정하기로 결정하였으나, 이후 대법원의 판결에 의해 결정이 뒤집어짐(FCC는 시청자 점유율 제한을

<sup>188) &</sup>quot;The Public and Broadcasting." FCC, last modified Aug, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.fcc.gov/media/radio/public-and-broadcasting.

<sup>189)</sup> FCC(2020)

<sup>190)</sup> FCC Broadcast Ownership Rules.

점진적으로 상향 조정해오면서 현재 39%에 고정되어 있음)

- 지역 지상파 방송국의 경우 동일한 지정시장지역(Designated Market Area, DMA)<sup>191)</sup> 내이거나 방송국 중 1개 이상이 상위 4개의 방송국이 아닐 경우, 1개의 사업자는 텔 레비전 방송국을 2개까지 소유할 수 있음
- 45개 이상의 방송국이 존재하는 라디오 시장의 경우 8개 또는 동일한 유형(AM 또는 FM)의 라디오 방송국은 5개까지, 30개~44개의 라디오 방송국이 운영되고 있는 시장의 경우 7개의 라디오 방송국 또는 4개의 동일 유형 방송국, 15개~29개의 방송국 시장은 6개의 방송국 또는 4개의 동일유형 방송국, 14개 이하의 시장의 경우 5개의 방송국 또는 3개의 동일유형 방송국까지 소유가 허용됨(14개 이하의 시장의 경우 소유 방송국 수와 무관하게 시장의 50% 이상 소유는 금지됨)
- 1996년 〈커뮤니케이션법〉의 도입과 함께 라디오 방송국 소유에 대한 제한이 대폭 완화되어 미국의 지상파 라디오 시장은 급격한 시장집중을 경험함
  - FCC는 오랜 기간 동일지역 지상파 방송사와 신문사간, 지상파 텔레비전 방송사와 라디오 방송사를 동일 사업자가 겸영하는 것을 금지하는 교차소유제한규정(crossownership rules)을 유지하여 왔으나, 2017년에 이 규정들을 철폐함
  - 이러한 결정은 부분적으로는 오락, 뉴스, 정보에 대한 정보원(source)의 절대적 수의 증가로 인하여, 위 규정을 유지할 필요가 없다는 판단에 의한 것이나 2019년 연방 항소법원은 FCC의 결정을 재검토하도록 판결함<sup>192)</sup>

# 3) 해외투자 규제<sup>193)</sup>

○ 〈커뮤니케이션법〉은 방송<sup>194)</sup>, 기간통신사업자, 항공 경로 무선국(aeronautical en route)/

<sup>191)</sup> 지정시장지역(DMA)란 미디어 시장을 지역에 따라 구분한 것으로 해당 지역 거주인구가 동일한(또는 유사한) 텔레비전과 라디오 서비스를 수신할 수 있으며, 신문과 인터넷 등의 여타 매체를 포괄할수도 있음;

<sup>&</sup>quot;Media market." Wikipedia, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Media market.

<sup>192) &</sup>quot;U.S. court deals setback to FCC push to revamp media ownership rules." Reuters, last modified Sep 24, 2019, accessed Dec 30, 2019,

https://www.reuters.com/article/us-usa-media/u-s-court-deals-setback-to-fcc-push-to-revamp-media-owners hip-rules-idUSKBN1W81YU.

<sup>193)</sup> Foreign Ownership Order(2016).

항공 고정 관제국(aeronautical fixed radio station)에 대한 외국인의 지분제한을 규정하고 있음(제310조(b))

- 외국인(외국인, 외국인의 대표자, 외국정부, 외국정부의 대표자, 외국법인)이 주식의 5분의 1을 초과하여 소유하거나 의결권을 행사하는 회사는 면허를 취득할 수 없음
- FCC가 면허의 거부나 취소가 공익에 부합하는 것으로 판단하는 경우, 외국인들이 나 그들의 대표자들 또는 외국 정부나 그 대표자 또는 외국법에 의하여 조직된 회사가 주식의 4분의 1을 초과하여 소유한 것으로 기록되거나 의결권이 행사되는 회사에 의하여 직접적으로 또는 간접적으로 지배되는 회사는 면허를 취득할 수 없음
- FCC는 간접지분률 25%를 초과하는 해외투자에 대해 일률적인 원칙을 적용하기보다는 각 사안별로 공익성 심사를 실시하여 결정하는 방식을 취하고 있으나, 거의 모든 경우 승인함으로써 사실상 외국인이 간접적으로 무선방송사업자의 지분 100% 소유가능<sup>195)</sup>

#### 나. 편성규제

- 미국은〈수정헌법〉제1조 및〈커뮤니케이션법〉제326조<sup>196</sup>에 따라 방송 내용을 검열하 거나 표현의 자유를 간섭하는 어떠한 행위도 할 수 없기 때문에 여타 국가에서 흔히 보이는 포괄적이고 일반적인 형태의 편성규제는 존재하지 않으나, 그럼에도 불구하고 다음과 같은 경우에 한하여 별도의 의무가 부여되거나 필요한 경우에는 제약될 수 있음
  - 방송사는 자사가 제공하는 방송프로그램 편성에 관한 구체적인 정보를 공개해야 함
  - 상업방송사는 지역주민·지역단체의 요구에 부합하는 프로그램을 제작·방영하고 이에 대한 자료를 문서화해서 보관해야 함
  - 교육방송(상업·비상업)은 최소 연간 156 시간 이상 및 분기별 26시간 이상의 주간 Core Program을 편성해야 함

<sup>194)</sup> 여기서 적용되는 "방송"은 무선 주파수를 송출하는 지상파TV와 라디오방송사업에 국한됨; 정은진 (2017), p.37.

<sup>195)</sup> 안준성(2005), p.7.

<sup>196)</sup> SEC. 326. [47 U.S.C. 326] CENSORSHIP; INDECENT LANGUAGE. Nothing in this Act shall be understood or construed to give the Commission the power of censorship over the radio communications or signals transmitted by any radio station, and no regulation or condition shall be promulgated or fixed by the Commission which shall interfere with the right of free speech by means of radio communication.

- \*\* Core Program의 요건 : ① 16세 이하 어린이를 대상으로 하는 교육/정보 프로그램,
   ② 오전 6시~저녁 10시 사이에 편성되는 어린이 교육/정보 프로그램, ③ 정기적으로 편성되는 주간 프로그램, ④ 적어도 30분 이상의 프로그램 시간
- 재난발생 시 방송사들은 특별히 장애인들이 재난방송을 실질적으로 접근, 시청취할수 있도록 각종 편의를 제공해야 함(음성, 자막 등)
- 이상의 의무들은 FCC가 각 방송사업자들의 의무준수 여부를 실제 감시하여 위반 사항을 처벌하는 것은 아니지만, 방송사의 상세한 운영내용을 기록한 공공열람파일 (public inspection file)을 유지 및 공중에게 공개하도록 하고 있어 공익의무를 불성실하게 이행하는 방송사업자에 대해서는 시청자들에 의한 재허가 거부청원이 가능하기 때문에 의무를 성실하게 이행하도록 하는 압력으로 작용함
- 형평성 원칙(fairness doctrine, 방송사가 논란의 대상이 되는 공공 이슈에 대해 정직하고, 균등하고, 균형 잡힌 방식으로 보도해야 한다는 원칙)은 2011년에 폐지되었으나, 대신 1996년에 개정된 〈커뮤니케이션법〉은 공정보도 의무를 상업방송사업자에게 부여하여, 방송사는 상호 의견을 달리하는 단체에 공정한 시간을 할애해야 하는 의무를 가지며, 특히 선거 입후보자에게 동등하게 시설ㆍ장비를 개방하는 의무를 지님

# 다. 내용규제<sup>197)</sup>

- 미국 방송 내용규제는〈수정헌법〉제1조 및〈커뮤니케이션법〉제326조에 의거하여 매우 폭넓은 표현의 자유가 보장되며, FCC의 방송프로그램 내용규제는 직접적인 규제 방식(심의 등)이 아니라 시청자(개인 혹은 단체)의 민원(complaint)<sup>198)</sup>이 있을 경우, 이에 대해 조사하여 규정 위반이라고 판정하면 처벌하는 방식을 취하고 있음
  - 대표적인 내용규제의 대상으로는 음란물(obscene material), 저속물(indecent material), 모독물(profane material), 허위보도(Hoaxes), 어린이 보호, 폭력물 등이 있음

#### 1) 음란물(obscene material)

○ 미국은 음란물(obscene material)에 대해 매우 엄격한 기준을 적용하기 때문에 사실상 특정 방송내용물이 음란물로 취급받기는 쉽지 않음

<sup>197)</sup> 안정민(2007). p.111-141; 심석태(2013). p.109-147.

<sup>198)</sup> FCC에 정식으로 접수하는 형식의 민원(불만)

- 미 대법원은 Miller v. California, 1973 재판의 판결문을 통해 음란물의 판단 기준을 제시하고 있는데, 이는 현재까지 음란물 판정 여부에 가장 중요한 기준이 되고 있음
  - 현시대의 지역 사회 기준을 적용할 때(contemporary local community standards), 그 작품이 보통 사람들의 호색적인 욕구(prurient interest)를 일으키고,
  - 그 작품이 해당 주법에 정의된 대로 특정된 성적 행위(sexual conduct)를 명백하게 불쾌한 방법으로 묘사하거나 설명하며,
  - 해당 작품이 전체적으로 보아 중요한 문학적, 예술적, 정치적, 또는 과학적 가치를결여했을 경우에만 음란물로 판정받음
- 음란물 기준은 방송프로그램뿐 아니라 모든 표현물에 적용되는 것으로 헌법적 보호 를 받지 못하며 지상파방송뿐만 아니라, 케이블·위성방송에서도 유통이 불가능함
- 그러나 아동 포르노를 제외한 음란물을 개인이 소지하거나 소비하는 것은 처벌 대상 이 아님

# 2) 저속물 표현물(indecent material)

- 저속한 표현물(indecent material)은 위의 세 가지 음란물 기준에 해당하지는 않지만, 성적(sexual) 또는 배설적 행위 등을 명백하게 불쾌한 방식으로 묘사한 것으로 사람들 에게 비록 호색적인 욕구를 불러일으키지 않아도 사회에서 받아들여지고 있는 도덕 적 기준과 일치하지 않는 내용을 지칭함
- 저속물에 대한 판단은 방송프로그램의 내용 중 한 부분이 아니라 내용을 전체적으로 파악하여 결정됨
- 저속한 표현이 담긴 방송프로그램은 지상파방송의 경우 오전 6시부터 오후 10시까지의 시간대에 방영이 금지되어 있으나 유료방송에 대한 규제는 없음<sup>199)</sup>
- 미국 의회는 2005년 슈퍼볼 사건을 계기로 저속한 내용의 방송규정 위반에 대한 벌칙을 대폭 강화하는 법안을 제정함

<sup>199)</sup> 저속한 방송프로그램의 문제는 2004년 슈퍼볼 중계에서 자넷 잭슨의 노출 사건으로 다시 사회적 이슈가 되었으며, 미 의회는 2005년 〈방송품위법(Broadcast Decency Enforcement Act of 2005)〉을 제 정하여, 위반 방송사에 대한 제재수준을 대폭 강화함

#### 3) 모독물(profane material)

○ 모독적인 표현은 지역 사회 기준을 적용할 때 과도하게 불쾌한 언어를 지칭하는 것 으로 저속한 표현과 마찬가지로 지상파방송의 경우 오전 6시로부터 오후 10시까지의 시간대에는 방송이 불가능하며, 이러한 제한 역시 유료방송에는 적용되지 않음

#### 4) 방송보도의 허위(Hoaxes)

- 방송보도의 경우에도 원칙적으로 표현의 자유는 보장되지만, 다음 두 가지 경우에는 FCC의 규제가 개입될 수 있음
  - (범죄나 재난에 관하여 거짓정보를 제공하는 경우) 방송사에서 정보가 거짓임을 인지하고 보도하는 경우, 방송사의 거짓정보 보도가 실질적인 공공의 피해를 초래하는 경우, 또는 피해가 명백하게 예측된 경우
  - (명백하게 의도적으로 왜곡된 보도를 하는 경우) FCC는 보도의 의도적인 왜곡이 있었는지에 대한 증거조사를 할 수 있음

#### 5) 어린이 보호

- 어린이 프로그램 중에 인터넷 웹사이트를 노출하는 경우에는 ① 프로그램 내용과 관련이 있거나, ② 상업적(전자상거래, 광고 등) 목적으로 이용해서는 안 됨
- 해당 어린이 프로그램이 교육적이고, 정보적인 내용을 담고 있다는 표식(E/I)을 프로 그램 시간 내내 노출시켜야 함

#### 6) 폭력물

- 폭력적인 내용물에 대해서는 사업자의 자율적인 재량에 맡기는 것을 원칙으로 함
  - 다만, 정부는 모든 메이저 방송사 네트워크로 하여금 프로그램 등급제를 의무화하고, 부모가 자녀의 TV 시청을 통제할 수 있는 물리적 장치(V-Chip)를 13인치 이상 TV수상기와 VCR 등에 설치하도록 함
- 종교, 인종, 국적, 성별 및 기타 인구학적 특성들에 대한 고정관념과 기존 관습, 제도, 정부, 공무원 등을 비판하거나 희화화하는 내용에 대해서도 표현의 자유는 보장됨
  - 다만, 특정 시청자가 이와 같은 내용들에 대해 불편함을 인지하는 경우에는 해당방송사에 이의를 제기할 수 있음

#### 라. 광고규제

- 방송사는 광고시간/광고내용에 대해서 TV광고의 경우 광고 여부와 광고주를 명시해 야 할 의무를 제외하고 특별한 제한을 받지 않지만, 특히 선거기간 중 공직 후보자 광 고와 어린이 시청시간대 광고에 대해서는 규제를 받음
- 1) 선거기간 중 공직 후보자 광고(정치광고)
  - 방송사들은 공직 후보자들에게 선거캠페인 기간 동안 합리적인 분량의 방송시간을 구매할 수 있도록 할 의무가 존재(합리적 접근, Reasonable Access)
    - 단, 이는 연방차원에서만 적용되며 주선거, 지방선거의 경우에는 방송사가 자율적으로 결정
  - 방송사들은 특정 공직 후보자에게 방송시설의 사용을 허가한 경우, 여타 후보들에게 도 동등한 기회를 부여해야할 의무가 있음(동등 기회, Equal Opportunities)
- 2) 어린이 프로그램 시간대 광고
  - 어린이(12세 이하) 시청시간대에는 주말에는 시간당 10.5분, 주중에는 시간당 12분 이하로 제공해야 함

#### 마. 자율규제<sup>200)</sup>

- 미국의 방송 프로그램에 대한 규제는 방송사업자들의 연합체인 미국방송협회(National Association of Broadcasters, NAB)에 의해 이루어져 왔음
- 이러한 자율규제 방식이 채택된 것은 헌법이 보호하고 있는 표현의 자유로 인해 효과적인 규제가 어려웠던 FCC와 외적 규제의 부담으로부터 자유로울 수 있게 된 방송사들의 이해관계가 맞아떨어진 결과임
- 1923년에 설립된 NAB는 창립 직후부터 자율규제를 도입하였고, 1951년에 〈윤리규정 (Code of Practices for Television Broadcasters)〉을 제정함
  - 하지만 NAB의 〈윤리규정〉이 1982년 반독점 조항 위반 판정을 받자 1983년 윤리규정 전체를 폐기
  - 〈윤리규정〉의 폐기로 인해 현재는 각 방송국에 의해 자율적 내용규제가 이루어짐

<sup>200)</sup> 강남준(2006), p.179-207.

- NAB는 1990년 〈라디오와 텔레비전 방송 원칙(Statement of Principles of Radio and Television Broadcasting)〉을 발표함<sup>201)</sup>
  - 동 원칙은 책임 있는 예술적 자유의 실천, 아동보호, 폭력적 · 선정적 내용, 마약 · 범죄 관련 내용 방송에 대한 포괄적, 추상적 원칙만을 담고 있음

<sup>201) &</sup>quot;Appendix C: Statement of Principles of Radio and Television Broadcasting." Benton Institute for Broadband & Society, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.benton.org/initiatives/obligations/charting\_the\_digital\_broadcasting\_future/appc.

# 제 3 절 방송시장 개방 및 공동제작 현황

- 1. 시청각 서비스 시장 개방 유보 사항
  - 미국은 한-미 FTA를 통해 편방향위성전송(DTH) 및 직접방송위성(DBS) 텔레비전 서비스, 디지털오디오 서비스와 관련 다른 국가의 인(persons)에게 차등 대우를 부여하는 조치를 채택하거나 유지할 권리를 유보함
    - 상기 제한 조치를 제외한 시청각 서비스에 대해 시장을 완전히 개방하고 있음. 다만, 방송사업의 외국인(외국법인) 면허제한 및 외국인 투자제한(직접20%, 간접25%, 공익 성심사 통과 시 100% 가능)과 같은 차별적 진입장벽이 유지되고 있음

#### 〈표 6-13〉 미국 방송시장 개방 유보 현황(한-미국 FTA기준)

#### 부속서 I

분야 통신 – 무선통신<sup>주)</sup>

관련의무 내국민 대우(제11.3조)

정부수준 중앙

조치

47 U.S.C. § 310(a)-(b)

외국인참여에 관한 훈령 12 FCC Rcd 23891, paras. 97-118(1997)

투자

미합중국은 위 법령 및 규제 규정에 따라 무선 허가의 소유를 제한할 권리를 유보하며, 위법령 및 규제 규정에는 특히 다음이 규정된다.

- 가. 어떠한 방송국 허가도 외국 정부나 그 대표에게 부여되거나 보유가 허용될 수 없다.
- 나. 어떠한 방송·통신사업자·항공로 또는 항공고정국의 허가도 다음의 당사자에게 부여되거나 보유가 허용될 수 없다.
- 1) 외국인 또는 그 대표
- 2) 외국 정부의 법에 의해 설립된 회사, 또는

유보내용 3) 주식자본의 1/5을 초과하여 외국인이나 그 대표, 외국정부나 그 대표, 또는 외국의 법 에 의하여 설립된 회사가 기록상 보유하거나 의결권을 가지는 회사, 그리고

다. 방송 허가의 외국인 소유를 허용함으로써 공공의 이익에 부합한다는 구체적인 증거가 없는 한, 방송국 허가는 주식자본의 1/4을 초과하여 외국인이나 그 대표, 외국 정부나 그 대표, 또는 외국의 법에 의하여 설립된 기업이 기록상 보유하거나 의결권을 가지는 회사에 의하여 직접 또는 간접적으로 지배되는 어떠한 회사에게도 부여될 수없다.

주) 무선통신은 방송을 포함하여 무선에 의한 모든 통신을 의미한다.

#### 부속서Ⅱ

분야 커뮤니케이션

관련의무 최혜국 대우(제11.4조 및 제12.3조)

국경 간 서비스 및 투자

미합중국은 편방향위성전송(DTH) 및 직접방송위성(DBS) 텔레비전 서비스, 디지털오디오 서비스와 관련, 상호주의 조치\*의 적용을 이유로 또는 라디오 스펙트럼의 공유, 시장접근 또는 내국민대우 보장과 관련한 국제협정을 통하여 다른 국가의 인에게 차등 대우를 부여 하는 어떠한 조치도 채택하거나 유지할 권리를 유보한다.

유보내용

\* 그러한 상호주의 조치를 적용함에 있어, 연방통신위원회는 다른 국가가 미합중국의 서비스 공급자에게 실질적인 경쟁 기회를 부여하는지 여부를 결정한다. 그러한 결정을 내림에 있어서, 연방통신위원회는 특히 그 국가가 자국의 서비스 공급자에게 부여하는 것보다 불리하지 아니한 대우를 미합중국 서비스 공급자에게 부여하는지 여부 그리고 자국의 시장에서 서비스 공급자의 수를 제한하지 아니하는지 여부를 고려한다.

자료: 한-미국 FTA 협정문(http://fta.go.kr)

# 2. WTO GATS MFN 의무 면제 여부

○ 미국은 우루과이 라운드 협상 당시 시청각 서비스(공동제작협정)를 MFN(Most Favoured Nation: 최혜국 대우) 면제리스트에 포함시키지 않았기 때문에 공동제작협정을 체결하 기 위해서는 한국과 마찬가지로 공동제작협정이 FTA의 불가분의 일체가 되어야 함

#### 3. 한국 방송콘텐츠 수출입 현황

# 가. 수출 현황

- (한국 방송콘텐츠 수출액 규모) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對미국 수출액은 약 5,665.2 만 달러로, 전년 대비 약 3,974.6만 달러 증가함
- (방송사업자별 수출액 현황) 2018년 지상파방송의 對미국 수출액은 약 349.2만 달러로 전년 대비 약 402만 달러 감소하였으며, 방송채널사용사업자는 약 5,316만 달러로 전 년 대비 약 4,376.4만 달러 증가함
- (방송사업자별 수출 편수 추이) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對미국 수출 편수는 총 10,286편이며 지상파방송은 4,449편으로 전년 대비 3,952편 증가하였으며, 방송채널사용사업자는 5,837편으로 전년 대비 2.965편 감소함

〈표 6-14〉 한국 방송콘텐츠 對미국 수출 금액 추이(2012~2018)

(단위: 천 달러)

						( -	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	11,950	8,374	5,472.4	6,004.4	7,747.9	7,512.6	3,492
방송채널사용사업자	615.09	977	3,759.1	8,606	6,771.5	9,393.1	53,160.5
합계	12,565.1	9,351.0	9,231.5	14,610.4	14,519.4	16,905.7	56,652.5

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

# 〈표 6-15〉 한국 방송콘텐츠 對미국 수출 편수 추이(2012~2018)

(단위: 편 수)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	5,605	1,528	1,397	852	632	497	4,449
방송채널사용사업자	1,176	1,890	130,406	4,669	10,897	8,802	5,837
합계	6,781	3,418	131,803	5,521	11,529	9,299	10,286

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

#### 나. 수입 현황

- (한국 방송콘텐츠 수입액 규모) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對미국 수입액은 약 7,337.7 만 달러로, 전년 대비 약 1,056.5만 달러 감소함
- (방송사업자별 수입액 현황) 2018년 지상파방송의 對미국 수입액은 약 73.7만 달러로 전년 대비 약 79.4만 달러 감소하였으며, 방송채널사용사업자는 약 7,264만 달러로 전 년 대비 약 977만 달러 감소함
- (방송사업자별 수입 편수 추이) 2018년 한국 방송콘텐츠의 對미국 수입 편수는 총 10,221편이며 지상파방송은 149편으로 전년 대비 172편 감소하였으며, 방송채널사용 사업자는 10,072편으로 전년 대비 75편 증가함

〈표 6-16〉 한국 방송콘텐츠 對미국 수입 금액 추이(2012~2018)

(단위: 천 달러)

구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	1,141	546	2,028	1,291.9	1,445.8	1,531.8	737.5
방송채널사용사업자	106,773.5	96,965	39,386.8	117,820.4	101,725.8	82,411.2	72,640.4
합계	107,914.5	97,511	41,414.8	119,112.3	103,171.6	83,943	73,377.9

자료: 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회(2013~2019) 재구성

〈표 6-17〉 한국 방송콘텐츠 對미국 수입 편수 추이(2012~2018)

(단위: 편수)

						(	/
구분	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
지상파방송	368	165	161	212	315	321	149
방송채널사용사업자	9,440	7,210	5,871	8,913	17,179	9,997	10,072
합계	9,808	7,375	6,032	9,125	17,494	10,318	10,221

자료: 과학기술정보통신부・방송통신위원회(2013~2019) 재구성

#### 4. 공동제작협정 체결 현황

○ 미국 정부는 다른 국가와 공식적으로 체결한 공동제작협정이 없으나, 미국의 다양한 방송사 및 스튜디오들이 개별적으로 공동제작 양해각서 등을 체결하며 국제 공동제작을 진행하고 있음<sup>202)</sup>

#### 5. 공동제작 지원 제도<sup>203)</sup>

- 미국 연방정부에서는 모든 영화 및 TV 프로그램에 대하여 초기 제작비에서 발생한 1.500만 달러에 대해 100% 세금공제의 혜택을 부여하고 있음
  - 동 혜택을 받기 위해서는 공제대상이 되는 제작비의 75% 이상이 미국에서 지출되어 야 함
- 미국의 경우 각 주마다 상이한 지원제도를 운영하고 있는데, 약 40개의 주에서 세금감 면 혹은 재정적 인센티브를 제공함
  - 제작자들에 의하면 주로 캘리포니아·뉴욕·조지아·루이지애나·뉴멕시코 등의 주 에서 가장 많은 혜택을 제공한다고 함<sup>204)</sup>
- 캘리포니아의 경우 2018년 6월 27일 영화 및 TV프로그램에 대한 펀드 규모를 3억 3,000만 달러로 확정하고 2025년까지 운영하기로 하였음<sup>205)</sup>

<sup>202)</sup> Hot Docs Guide to Co-Production(2016). p.9.

<sup>203)</sup> 한국콘텐츠진흥원(2014), p.130-134.

<sup>204) &</sup>quot;Film and TV Tax Credit Battle Heats Up Across U.S." Hollywood Reporter, last modified Jul 19, 2018, accessed Dec 30, 2019,

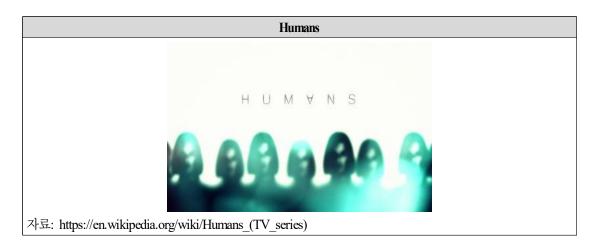
https://www.hollywoodreporter.com/news/film-tv-tax-credit-battle-heats-up-us-1128027.

<sup>205) &</sup>quot;Film and TV Tax Credit Battle Heats Up Across U.S." Hollywood Reporter, last modified Jul 19, 2018, accessed Dec 30, 2019,

- 이밖에도 캘리포니아는 제작비의 20∼25%에 해당하는 금액에 대하여 세액 공제(Tax Credits) 신청 가능함
- 뉴욕 주의 경우 영화와 TV 제작에 보조금을 지급하기 위해 연간 6억 달러를 지원하며 "면" "면" "에 제작비의 30%에 해당하는 금액에 대하여 세액 공제(Tax Credits) 신청 가능함" "
  - 세액 공제 대상 프로그램은 제작(Film production credit) 단계와 후반 제작(post production credit) 단계로 나눌 수 있는데, 뉴욕의 적격한 제작 시설에서 최소 75%의 제작비를 지출해야 함

# 6. 공동제작 사례 분석

#### 가. 〈Humans〉



- 〈Humans〉는 미국-영국 공동제작 드라마로 미국의 AMC Studios와 영국의 Kudos가 공동제작함
  - 미국의 AMC 채널과 영국의 Channel 4에서 시즌1이 2015년 방영되었으며 시즌2는 영국에서 2016년, 미국에서 2017년에 방영됨
- 스웨덴 공상과학 드라마 〈Äkta Människor(Real Humans)〉가 원작이며 20년 동안 영국

https://www.hollywoodreporter.com/news/film-tv-tax-credit-battle-heats-up-us-1128027.

<sup>206) &</sup>quot;New York Is Throwing Money at Film Shoots, But Who Benefits?" Village Voice, last modified Oct 11, 2017, accessed Dec 30, 2019,

https://www.villagevoice.com/2017/10/11/new-york-is-throwing-money-at-film-shoots-but-who-benefits.

<sup>207)</sup> KPMG(2019), p.14.

Channel 4에서 가장 좋은 평가를 받은 드라마임

○ 2016년 영국 아카데미 영화상(BAFTA)에서 텔레비전 크래프트상 인터랙티브 창의적 공헌(Television Craft: Digital Creativity) 부문을 수상하였으며, 텔레비주얼 불독 (Televisual Bulldog) 시상식에서 최고의 드라마 시리즈(Best Drama Series) 상을 수상함

#### 나. 〈My Brilliant Friend〉



- 〈My Brilliant Friend〉는 미국-이탈리아 공동제작 드라마로, 미국의 HBO와 이탈리아 의 RAI Fiction·TIMvision에서 기획하였고, 제작에는 이탈리아 제작사 Wildside· Fandango 등이 참여함
- 시즌1은 HBO와 이탈리아 Ral·TIMvision 채널에서 2018년 11월에 방영되었으며,
   시즌2는 2020년 방영예정임
- 〈My Brilliant Friend〉는 이탈리아 소설가 Elena Ferrante의 〈나폴리 소설(Neapolitan Novels)〉 4부작 시리즈 중 첫 번째 소설의 제목을 차용하였으며, 시즌2는 4부작 시리즈 중 두 번째 소설인 〈My Brilliant Friend: The Story of a New Name〉 내용을 바탕으로 제작함
- 〈My Brilliant Friend〉는 타임 매거진의 〈올해의 텔레비전쇼 상위 10(10 Best Television Shows)〉에 선정됐으며 2019 Peabody Award 시상식에서 엔터테인먼트 부분 후보로 선정되기도 하였음<sup>208)</sup>

<sup>208) &</sup>quot;My Brilliant Friend(HBO)." Peabody, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, http://www.peabodyawards.com/award-profile/my-brilliant-friend;

#### 다. 〈The Night Manager〉



- 〈The Night Manager〉는 미국-영국 공동제작 드라마로, 미국의 AMC, 영국의 BBC, Ink Factory 등이 참여함
  - 총 6개의 에피소드로 이루어져 있으며 영국 BBC One와 미국 AMC에서 2016년에 방 영되었고 이후 180개 국가로 수출되었음
- 에피소드 한 회의 제작비가 약 300만 파운드였으며 이 중 BBC측에서 1/3을 부담함<sup>209)</sup>
- 〈The Night Manager〉는 제68회 Emmy Awards(2016)에서 〈Outstanding Directing for a Limited Series, Movie or a Dramatic Special〉부문에서 수상하였고, 서울드라마어워즈에서 최고의 드라마로 선정되었으며<sup>210)</sup>, 2017 Golden Globe Awards에서 〈Best Television Limited Series or Motion Picture Made for Television〉부문 후보로 선정되었고, 영국 아카데미 시상식(BAFTA)에서〈Best Editing: Fiction〉부문 수상하는 등 많은 시상식에서 상을 받음<sup>211)</sup>

209) "BBC spy drama The Night Manager set to take America by storm." The Telegraph, last modified Apr 24, 2016, accessed Dec 30, 2019,

<sup>&</sup>quot;Peabody Awards 2019 Nominees: 'Barry,' 'Americans,' 'Good Place' & More." TV Insider, last modified Apr 9, 2019, accessed Dec 30, 2019,

https://www.tvinsider.com/766702/peabody-awards-2019-nominees-tv.

https://www.telegraph.co.uk/news/2016/04/24/bbc-spy-drama-the-night-manager--set-to-take-america-by-st orm

<sup>210) &</sup>quot;[SDA2016] 서울드라마어워즈 대상"은 영국드라마 "더 나이트 매니저." KBS News. 2018년 6월 17일 수정, 2016년 9월 9일 접속, http://mn.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3342759

<sup>211) &</sup>quot;The Night Manager Awards." Imdb, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019,

# 제4절 현지 방영 방송콘텐츠 분석

#### 1. 현지 제작 방송콘텐츠 방영 현황

#### 가. 개요

- (지상파방송) 2019년 현지 제작 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서〈The Big Bang Theory (빅뱅 이론)〉,〈This is us (디스 이즈 어스)〉등, 예능 부문에서〈The Masked Singer (복면가왕)〉,〈The Bachelor (미혼 남자들)〉등, 애니메이션 부문에서〈Family Guy (패밀리 가이)〉,〈The Simpson (심슨)〉등, 다큐멘터리 부문에서〈Frontline (프론트라인)〉,〈Independent Lens (인디펜던트 렌즈)〉등이 있음
- (유료방송) 2019년 현지 제작 방송콘텐츠는 유료방송의 드라마 부문에서〈Game of Thrones (왕좌의 게임)〉,〈The Walking Dead (워킹 데드)〉등, 예능 부문에서〈Love & Hip Hop: Atlanta (러브 앤 힙합: 애틀랜타)〉,〈The Real Housewives of Atlanta (애틀랜타의 주부들)〉등, 애니메이션 부문에서〈Rick and Morty (릭 앤 모티)〉,〈South Park (사우스 파크)〉등, 다큐멘터리 부문에서〈Surviving R.Kelly (알.켈리의 살아남기)〉,〈Ancient Aliens (고대의 에일리언)〉등이 있음

https://www.Imdb.com/title/tt1399664/awards.

# 나. 인기 콘텐츠

# 1) 지상파방송

가) 드라마

# The Big Bang Theory (빅뱅 이론)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/File:The\_Big\_Bang\_Theory\_(Official\_Title\_Card).png)

프로그램명	The Big Bang Theory
콘텐츠 길이	18-22분
방영채널	CBS
방영횟수	주 1회(목)
중간광고 여부	있음
제작사	Chuck Lorre Productions, Warner Bros. Television

#### This is us (디스 이즈 어스)



# THIS IS US

자료: Amazon(https://www.amazon.com/This-is-Us-Season-1/dp/B01LFWT6FQ)

프로그램명	This is us
콘텐츠 길이	42분
방영채널	NBC
방영횟수	주 1회(화)
중간광고 여부	있음
제작사	Rhode Island Ave. Productions, Zaftig Films,
	20 <sup>th</sup> Century Fox Television

# The Masked Singer (복면가왕)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/File:Masked\_Singer\_USA\_Logo.png)

프로그램명	The Masked Singer
콘텐츠 길이	40분
방영채널	Fox
방영횟수	주 1회(수)
중간광고 여부	있음
	Smart Dong Media,
제작사	(시즌 1) Endemol Shine North America,
	(시즌 2) Fox Alternative Entertainment

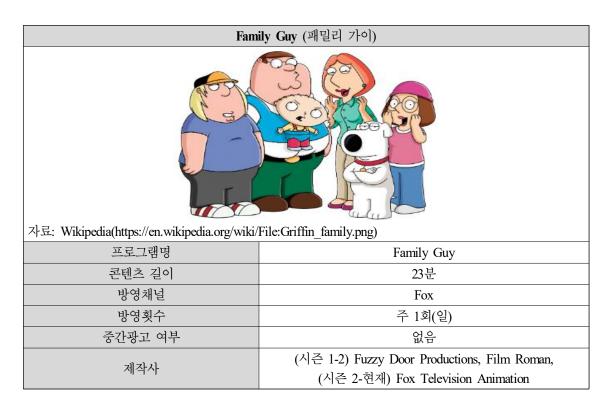
#### The Bachelor (미혼 남자들)

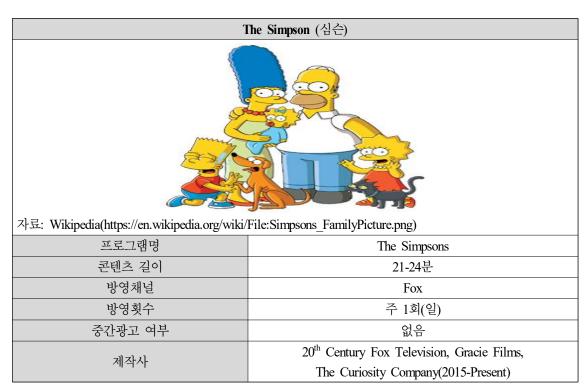


자료: Deadline(https://deadline.com/2019/11/the-bachelor-season-24-premiere-date-peter-weber-abc-video-promo-1202785162/)

프로그램명	The Bachelor
콘텐츠 길이	60분(2002-2006), 90분(2006-2008), 120분(2009-현재)
방영채널	ABC
방영횟수	주 1회(월)
중간광고 여부	있음
제작사	Next Entertainment, Warner Horizon Television,
η (1-1	NZK Productions Inc. 등

# 다) 애니메이션





# Frontline (프론트라인)

자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Frontline\_(American\_TV\_program))

프로그램명	Frontline
콘텐츠 길이	54-115분
방영채널	PBS
방영횟수	주 1회(화)
중간광고 여부	있음
제작사	WGBH-TV

#### Independent Lens (인디펜던트 렌즈)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/File:PBS Independent Lens logo.png)

프로그램명	Independent Lens
콘텐츠 길이	60-90분
방영채널	PBS
방영횟수	주 1회(월)
중간광고 여부	있음
제작사	Independent Television Service, Inc.

# 2) 유료방송

# 가) 드라마

# Game of Thrones (왕좌의 게임)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Game\_of\_Thrones#/media/File:Game\_of\_Thrones\_title\_card.jpg)

프로그램명	Game of Thrones
콘텐츠 길이	50-82분
방영채널	HBO
방영횟수	주 1회(일)
중간광고 여부	없음
제작사	Television 360, Grok! Television, Generator Entertainment,
	Startling Television, Bighead Littlehead

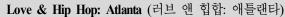
# The Walking Dead (워킹 데드)



자료: Denofgeek(https://www.denofgeek.com/uk/tv/the-walking-dead/60572/the-walking-dead-season-8-recap)

프로그램명	The Walking Dead
콘텐츠 길이	41-67분
방영채널	AMC
방영횟수	주 1회(일)
중간광고 여부	있음
제작사	Idiot Box Productions, Circle of Confusion,
	Skybound Entertainment, Valhalla Entertainment, AMC Studios

# 나) 예능





자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Love\_%26\_Hip\_Hop:\_Atlanta#/media/File:LHHS7Titlescreen.png)

프로그램명	Love & Hip Hop: Atlanta
콘텐츠 길이	40-44분
방영채널	VHI
방영횟수	주 1회(월)
중간광고 여부	있음
제작사	Monami Entertainment, Eastern TV

#### The Real Housewives of Atlanta (애틀랜타의 주부들)

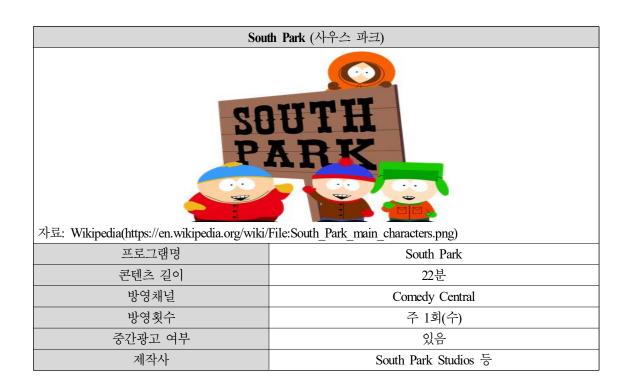


자료: Wikipdia(https://en.wikipedia.org/wiki/The\_Real\_Housewives\_of\_Atlanta\_(season\_6) #/media/File:RHOA\_Season6Cover.jpg

프로그램명	The Real Housewives of Altanta
콘텐츠 길이	41-43분
방영채널	Bravo
방영횟수	주 1회(일)
중간광고 여부	있음
제작사	True Entertainment

### 다) 애니메이션

# Rick and Morty (릭 앤 모티) 지료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/File:Rick\_and\_Morty\_opening\_credits.jpeg) 프로그램명 Rick and Morty 콘텐츠 길이 22분 방영채널 Adult Swim 방영횟수 주 1회(일) 중간광고 여부 없음 제작사 Green Portal Productions 등



# 라) 다큐멘터리

# Surviving R.Kelly (알.켈리의 살아남기)



자료: Moviefone(https://www.moviefone.com/2019/04/26/lifetime-schedules-follow-up-to-surviving-r-kelly/)

` •	1 5 27
프로그램명	Surviving R.Kelly
콘텐츠 길이	120분
방영채널	Lifetime
방영횟수	주 3회(목,금,토)
중간광고 여부	있음
제작사	Kreativ Inc., Bunim-Murray Productions

#### Ancient Aliens (고대의 에일리언)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Ancient\_Aliens#/media/File:Ancient\_aliens.png)

	=
프로그램명	Ancient Aliens
콘텐츠 길이	88분(시즌 1), 44분(시즌 2-현재)
방영채널	History
방영횟수	주 1회(금)
중간광고 여부	있음
제작사	Prometheus Entertainment

2. 현지 해외 방송콘텐츠 방영 현황(한국 방송콘텐츠 제외)

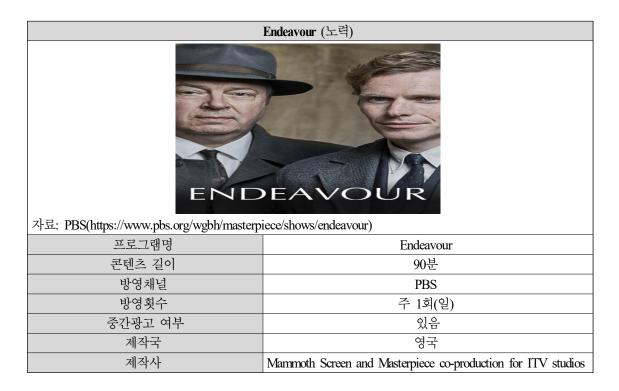
#### 가. 개요

- (지상파방송) 2019년 해외 제작 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서 〈Endeavour (노력)〉, 〈Victoria (빅토리아)〉 등, 예능 부문에서 〈The Great British Bake Off (영국의 빵 굽기 콘테스트)〉 등, 애니메이션 부문에서 〈Bob the builder (건설자밥)〉, 〈Zou (조우)〉 등, 다큐멘터리 부문에서 〈Blue Planet II (파란 행성 II)〉, 〈Seven Worlds, One Planet (7개의 나라, 하나의 행성)〉 등이 있음
- (유료방송) 2019년 해외 제작 방송콘텐츠는 유료방송의 드라마 부문에서〈Mother FatherSon (엄마아빠아들)〉,〈Murdoch Mysteries (머독 미스터리)〉 등, 예능 부문에서〈Undercover Boss: Abroad (언더커버 보스: 어브로드)〉 등, 애니메이션 부문에서〈Peppa Pig (페파 피그)〉,〈Bluey (블루이)〉 등, 다큐멘터리 부문에서〈Escape to the Chateau (대저택으로의 탈출)〉,〈An Idiot Abroad (외국에 간 바보)〉 등이 있음

#### 나. 인기 콘텐츠

1) 지상파방송

가) 드라마



# Victoria (빅토리아)



자료: PBS(https://www.pbs.org/wgbh/masterpiece/shows/victoria/episodes)

	1 /
프로그램명	Victoria
콘텐츠 길이	46-89분
방영채널	PBS
방영횟수	주 1회(일)
중간광고 여부	있음
제작국	영국
제작사	Mammoth Screen, Masterpiece

# 나) 예능

# The Great British Bake Off (영국의 빵 굽기 콘테스트)

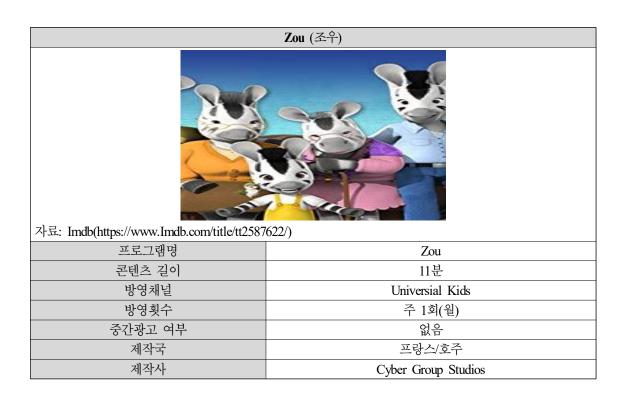


자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/The\_Great\_British\_Bake\_Off)

프로그램명	The Great British Bake Off
콘텐츠 길이	60분
방영채널	PBS
방영횟수	주 1회(금)
중간광고 여부	있음
제작국	영국
제작사	Love Productions

# 다) 애니메이션

# Bob the builder (건설자 밥) 자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt0262151/) 프로그램명 Bob the builder 콘텐츠 길이 10분 PBS Kids, Nick Jr. 방영채널 방영횟수 주 1회(수) 중간광고 여부 없음 영국 제작국 Hot Animation(1998-2007), HIT Entertainment, 제작사 SD Entertainment(Ready, Steady, Build!)



# 라) 다큐멘터리





자료: wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/File:BBC\_Blue\_Planet\_II\_title\_card.jpg)

프로그램명	Blue Planet II
콘텐츠 길이	60분
방영채널	BBC America
방영횟수	주 1회(토)
중간광고 여부	없음
제작국	영국
제작사	BBC Natural History Unit, BBC Studio, BBC America, The
	Open University, WDR, France Télévisions, Tencent, CCTV-9

#### Seven Worlds, One Planet (7개의 나라, 하나의 행성)



자료: Televisionpost(https://www.televisionpost.com/sony-bbc-earth-to-premiere-seven-worlds-one-planet-in-dec/)

1 \ 1	, i
프로그램명	Seven Worlds, One Planet
콘텐츠 길이	60분
방영채널	BBC America
방영횟수	주 1회(토)
중간광고 여부	없음
제작국	영국
제작사	BBC Natural History Unit, BBC Studio, BBC America,
제식사	ZDF, France Télévisions, Tencent Penguin Pictures, CCTV-9

# 2) 유료방송

# 가) 드라마

# MotherFatherSon (엄마아빠아들)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/MotherFatherSon)

, , , , , ,	/
프로그램명	MotherFatherSon
콘텐츠 길이	60분
방영채널	Starz
방영횟수	주 1회(금)
중간광고 여부	없음
제작국	영국
제작사	BBC Studios, BBC Two Films
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어 자막

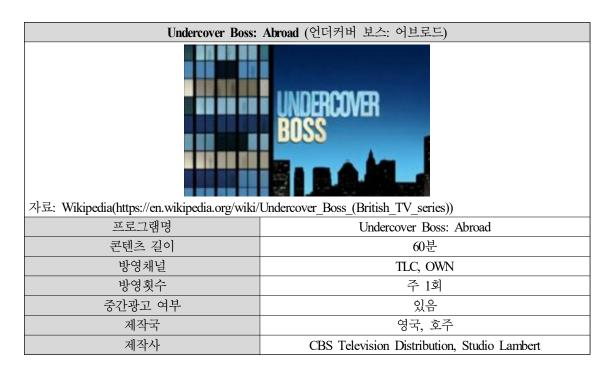
# Murdoch Mysteries (머독 미스터리)



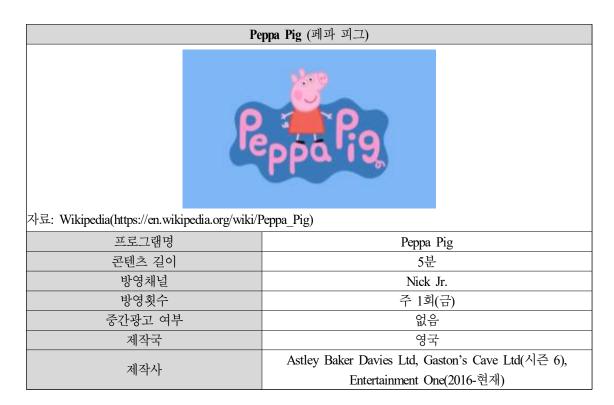
자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Murdoch\_Mysteries#cite\_note-thirteen-26)

	= 7
프로그램명	Murdoch Mysteries
콘텐츠 길이	43-46분
방영채널	Ovation TV
방영횟수	주 1회(토)
중간광고 여부	있음
제작국	캐나다
제작사	Shaftesbury Films, Rogers Media, UKTV
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어 자막

# 나) 예능

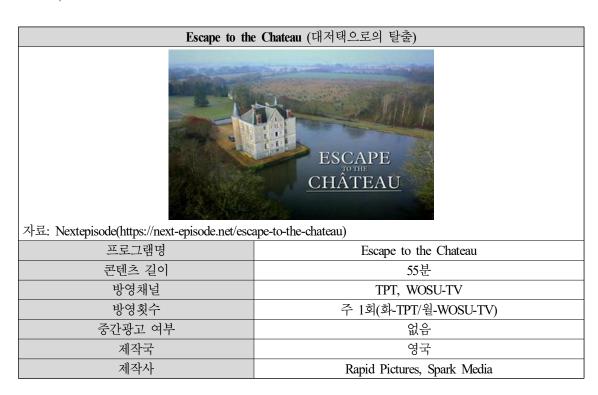


#### 다) 애니메이션

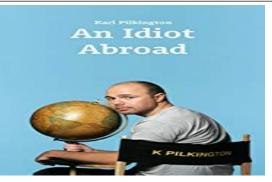




# 라) 다큐멘터리



# An Idiot Abroad (외국에 간 바보)



자료: Imdb(https://www.Imdb.com/title/tt1702042/?ref\_=adv\_li\_tt)

` 1	= == /
프로그램명	An Idiot Abroad
콘텐츠 길이	60분
방영채널	Science
방영횟수	주 1회(토)
중간광고 여부	있음
제작국	영국
제작사	Mentorn Media(시리즈 1), RiSK(시리즈 2-3),
세격자	Me & You Prouctions(시리즈 3)

#### 3. 현지 한국 방송콘텐츠 방영 현황

#### 가. 개요

○ (지상파방송) 한국 방송콘텐츠를 리메이크한 방송콘텐츠는 지상파방송의 드라마 부문에서 〈The Good Doctor(굿닥터)〉, 〈Somewhere Between(신의 선물)〉 등, 예능 부문에서는 〈Better Late Than Never(꽃보다 할배)〉, 〈The Masked Singer(복면가왕)〉 등이 있음 ○ (유료방송) 한국 방송콘텐츠를 방영한 방송콘텐츠는 유료방송의 애니메이션 부분에서〈YooHoo & Friends(유후와 친구들)〉, 〈Pororo The Racing Adventure(뽀로로 극장판 슈퍼썰매 대모험)〉 등이 있음

#### 나. 인기 콘텐츠

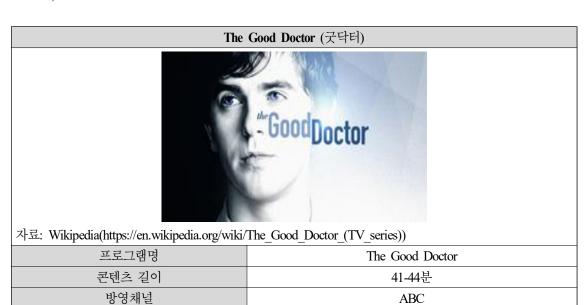
1) 지상파방송

가) 드라마

방영횟수

중간광고 여부

제작사



주 1회(월)

있음

ABC



#### 자료: Nextepisode(https://next-episode.net/somewhere-between)

1 \ 1	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·
프로그램명	Somewhere Between
콘텐츠 길이	43분
방영채널	ABC
방영횟수	주 1회(화)
중간광고 여부	있음
제작사	The Lion & the Rose, ITV Studios America,
	Thunderbird Entertainment

# 나) 예능

# Better Late Than Never (꽃보다 할배)



# 자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/Better\_Late\_Than\_Never\_(TV\_series))

프로그램명	Better Late Than Never
콘텐츠 길이	43-45분
방영채널	NBC
방영횟수	주 1회(월)
중간광고 여부	있음
	Storyline Entertainment, CJ E&M,
제작사	Small World International Format Television,
	Universal Television Alternative





자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/File:Masked\_Singer\_USA\_Logo.png)

	= 0 = = 0 1 0/
프로그램명	The Masked Singer
콘텐츠 길이	40분
방영채널	Fox
방영횟수	주 1회(수)
중간광고 여부	있음
제작사	Smart Dong Media,(시즌 1) Endemol Shine North America,
	(시즌 2) Fox Alternative Entertainment

# 2) 유료방송

# 가) 애니메이션

# YooHoo & Friends (유후와 친구들)



자료: Wikipedia(https://en.wikipedia.org/wiki/YooHoo\_%26\_Friends\_(2012\_TV\_series)#Episodes)

프로그램명	유후와 친구들
콘텐츠 길이	22분
방영채널	Cartoon Network Latin America
방영횟수	주 6회(월-금,일)
중간광고 여부	없은
제작사	Toonzone Studios
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어 더빙

# Pororo The Racing Adventure (뽀로로 극장판 슈퍼썰매 대모험)



# 자료: Kiddy123(http://www.kiddy123.com/article/disney-junior--september-tv-highlights.html)

프로그램명	뽀로로 극장판 슈퍼썰매 대모험
콘텐츠 길이	78분
방영채널	Disney Junior
방영횟수	1ই
중간광고 여부	없음
	BTV Kaku Children's Satellite TV, China ACG Group Co,
제작사	China Entertainment, Ocon Studio,
	Grindstone Entertainment(USA)
더빙 혹은 자막 처리 여부	영어 더빙

# 제 5 절 방송매체 이용행태 및 국제 공동제작에 대한 인식 조사 결과

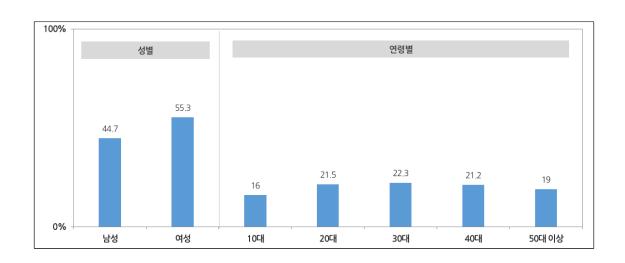
미국 3개 주요 도시 지역에 거주하는 만 15세 이상의 남녀 응답자 600명을 대상으로 한 조사에서 응답자의 36.2%가 지상파 TV를 시청하는 것으로 파악되었으며, 지상파 TV와 유료 방송을 함께 시청하는 응답자가 많기 때문에 응답자의 76.5%는 유료방송을 시청하는 것으로 나타남. 또한, 전체 응답자의 55.2%가 온라인동영상제공서비스(OTT)를 이용하는 것으로 나타났으며, 주로 이용하는 OTT는 Netflix(56.2%), YouTube(10.6%), 그리고 Amazon prime video(9.1%) 등인 것으로 파악됨

미국 응답자의 37.8%가 한국 방송프로그램(영상 콘텐츠)을 시청한 경험이 있는 것으로 나타났고, 이들의 월 평균 한국 방송프로그램 시청 시간은 약 198분으로 파악됨. 한국 방송프로그램 시청은 주로 온라인 스트리밍 사이트(62.1%)나 OTT 등 온라인 구독(60.8%)을 통해이루어지고 있음. 전체 응답자의 35.2%는 한국 방송프로그램을 경험할 기회가 충분하지 않다고 답하였으며, 불충분한 이유에 대해서는 '한국 방송프로그램을 제공하는 채널이나 사이트가 부족함'(49.8%)을 가장 큰 원인으로 꼽음

국가 간 공동제작 방송프로그램 또는 외국 원작을 리메이크한 방송프로그램을 시청한 경험이 있는 응답자는 전체 미국 응답자의 35.7%로 파악되었음. 공동제작 방송프로그램 시청경험이 있는 응답자의 64.7%가 '영상'을 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요소라고 답하였음. 또한, 전체 응답자의 48.2%는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작할 수 있다고 응답하였으며, 55%는 국가 간 공동제작이 자국 방송산업에 기여할 수 있다고 답하였음

# 1. 응답자 특성

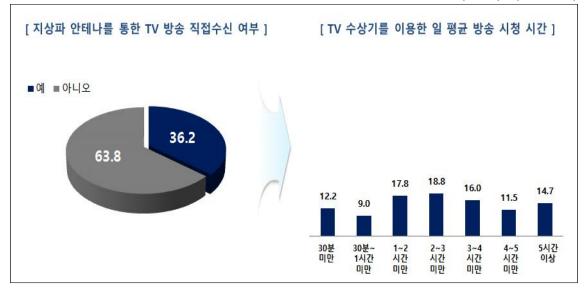
조사 대상 ■	■ 만 15세 이상의 남녀
조사 지역	■ 미국 3대 도시 (뉴욕, 시카고, LA)
표본 수	■ 600명
표본추출 방법 ▶	■ 성/연령별 할당추출
자료수집 방법 ▶	■ 미국 현지 패널을 활용한 온라인 조사



# 2. 주요 결과

- 가. 방송프로그램 시청 행태
- □ 지상파 TV 시청 현황 및 시청 시간
  - 귀하는 텔레비전 수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 방송을 시청하십니까?
  - 귀하는 가정에서 지상파 안테나를 통해 텔레비전 방송을 직접 수신하십니까?
  - 응답자의 36.2%가 지상파 TV를 시청하고 있는 것으로 나타남
  - 응답자의 지상파 안테나를 이용하여 텔레비전 방송을 직접 수신하는 시간은 하루 평 균 '2시간 이상~3시간 미만'이 18.8%로 가장 높음

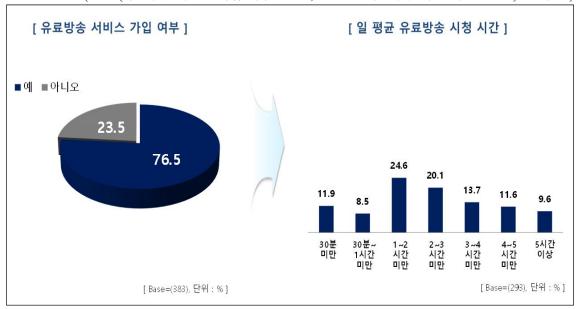
(Base=(600). 단위: %)



#### □ 유료방송 TV 시청 현황 및 시청 시간

- 귀하는 가정에서 유료방송 서비스에 가입하고 계십니까?
- 귀하는 앞의 응답에서 말한 유료방송을 하루 평균 몇 시간 정도 시청하십니까?
- 지상파 TV 방송을 수신하는 응답자 중의 76.5%가 유료방송 서비스를 가입한 것으로 나타남
- 유료방송 TV를 시청하고 있는 응답자 중 하루 평균 '1시간 이상~2시간 미만' 유료 방송을 시청한다는 응답의 비율이 24.6%로 가장 높음





#### □ 즐겨보는 장르

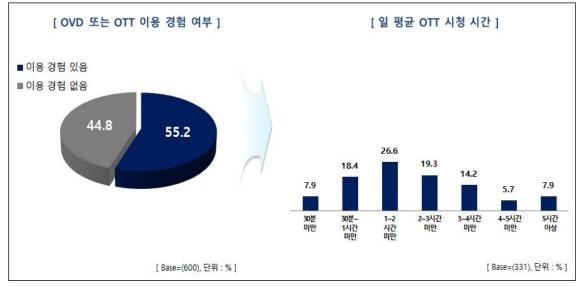
- 평상시 귀하가 텔레비전이나 다른 영상 콘텐츠 시청 시 가장 즐겨보는 장르를 3순위까지 선택해 주십시오. (1순위 기준)
- TV나 다른 영상 콘텐츠 시청 시 가장 즐겨 보는 장르는 '뉴스/시사'가 22%로 가장 높으며, 그 다음으로 '영화(20.6%)', '오락/버라이어티(13.7%)' 등의 순으로 높음

(Base=(510). 단위: %)

	(2000 (810)) 2 1/1 / 5)
구분	1순위
1) 뉴스/시사	22.0
2) 교양/교육	4.5
3) 드라마	13.5
4) 애니메이션	10.2
5) 오락/버라이어티	13.7
6) 다큐	2.4
7) 스포츠	13.1
- 8) 영화	20.6

- 나. OTT 서비스를 통한 방송프로그램 시청
- □ OTT서비스 이용 현황 및 이용 시간
  - 귀하는 온라인 동영상서비스(OVD 또는 OTT)를 이용해본 경험이 있으십니까?
  - 귀하는 온라인 동영상 제공서비스(OTT)를 하루 평균 몇 시간 정도 이용하십니까?
  - 응답자의 55.2%가 OTT서비스 이용 경험이 있는 것으로 나타남
  - OTT서비스를 이용하고 있는 응답자 중 하루 평균 '1시간 이상~2시간 미만' OTT 서비스를 이용하는 비율이 26.6%으로 가장 높음





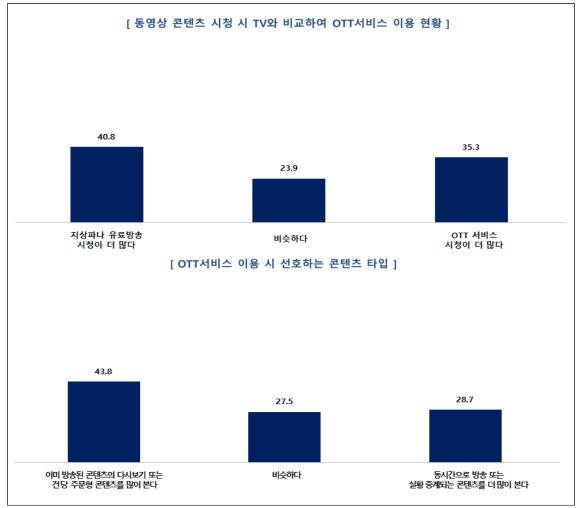
# □ 주이용 OTT

- 귀하가 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)를 많이 이용하는 순서대로 3개 까지 응답해 주십시오. (1순위 기준)
- 응답자가 주로 이용하는 OTT로는 'Netflix'가 56.2%로 가장 높고, 그 다음으로 'YouTube(10.6%)', 'Amazon Prime Video(9.1%)' 등의 순으로 높음

구분	1순위
1) Netflix	56.2
2) YouTube	10.6
3) Amazone Prime Video	9.1
4) HBO now	5.4
5) Hulu	4.8
6) DirecTV Now	1.8
7) Roku	1.5
8) Xfinity	1.5
9) Hotstar	1.2
10) Verizon	1.2

#### □ OTT 서비스 이용 행태 현황

- 평소 귀하는 방송 프로그램과 동영상 콘텐츠를 TV보다 OTT 서비스를 이용하여 더 많이 시청하시는 편입니까?
- 귀하가 OTT 서비스를 이용할 때 스포츠 중계처럼 동시간으로 방송되고 있는 콘텐츠를 보십니까 아니면 이미 방송된 콘텐츠나 건당 주문형 콘텐츠를 많이 보십니까?
- 동영상 콘텐츠 시청 시 '지상파나 유료방송을 통해 시청하는 비율'이 40.8%로 'OTT 를 이용'하는 응답자(35.3%)보다 높음
- OTT 서비스 이용 시 '이미 방송된 콘텐츠의 다시보기 또는 건당 주문형 콘텐츠를 많이 본다'고 응답한 비율이 43.8%로 '동시간으로 방송 또는 실황 중계되는 콘텐츠를 시청'하는 응답자(28.7%)보다 높음



# □ OTT 혹은 OVD 시청 시 가장 즐겨보는 장르

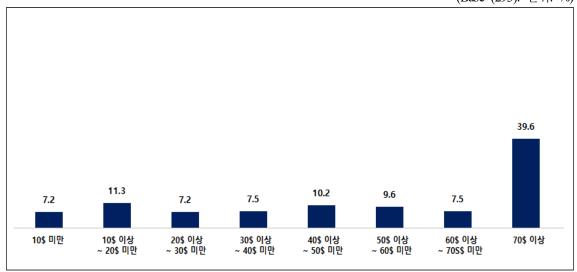
- 귀하가 OTT 또는 OVD 서비스를 시청할 때 가장 즐겨 보는 장르를 3순위까지 선택해 주십시 오. (1순위 기준)
- OTT나 OVD 시청 시 가장 즐겨보는 장르는 '영화'가 30.8%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '드라마(23%)', '뉴스/시사(13%)' 등의 순으로 나타남

구분	1순위
1) 뉴스/시사	13.0
2) 교양/교육	2.1
3) 드라마	23.0
4) 애니메이션	10.3
5) 오락/버라이어티	9.4
6) 다큐	2.7
7) 스포츠	8.8
8) 영화	30.8

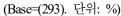
#### 다. 방송프로그램 유료 시청

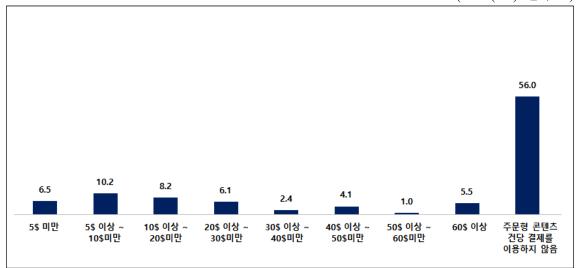
- □ 유료방송 이용료
  - 귀하(또는 귀하의 가정)는 케이블이나 위성방송 등의 유료방송 이용료로 매월 얼마 정도를 지불하십니까?
  - 유료방송 이용료에서는 '70% 이상'이 39.6%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '10% 이상~20% 미만(11.3%)', '40% 이상~50% 미만(10.2%)' 등의 순으로 나타남

(Base=(293). 단위: %)

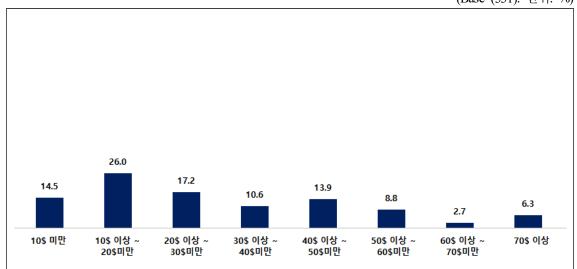


- □ 유료방송 콘텐츠 이용료
  - 귀하(또는 귀하의 가정)는 유료방송 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매로 매월 얼마 정도를 지불하십니까?
- 유료방송 콘텐츠 이용료에 대해서는 '5\$ 이상~10\$ 미만'이 10.2%로 가장 높게 나타 났으며, 그 다음으로 '10\$ 이상~20\$ 미만(8.2%)', '5\$ 미만(6.5%)' 등의 순으로 나타남.
   또한 주문형 콘텐츠 건당 결제를 이용하지 않는 응답자들은 56%로 나타남.

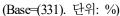


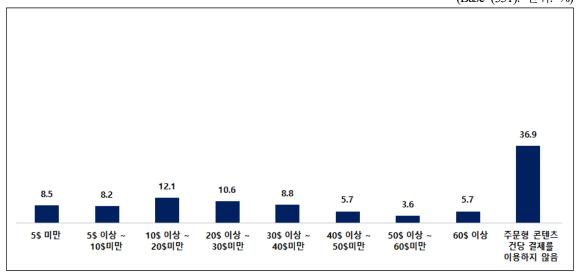


- □ OTT 서비스 월정액 이용료
  - 귀하(또는 귀하의 가정)는 OTT 서비스 월정액 이용료(Netflix 구독료 등)로 매월 얼마 정도를 지불하십니까?
  - OTT서비스 월정액 이용료에 대해서는 '10\$ 이상~20\$ 미만'이 26%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '20\$ 이상~30\$ 미만(17.2%)', '10\$ 미만(14.5%)' 등의 순으로 나타남

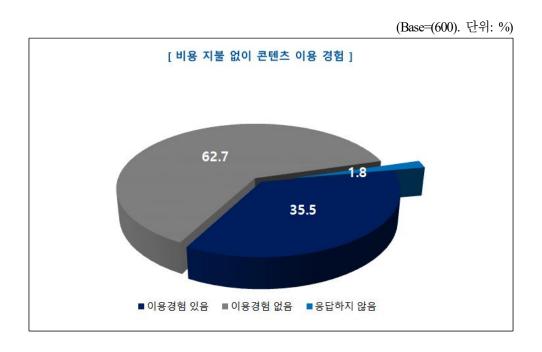


- □ OTT 서비스 개별결제 콘텐츠 이용료
  - 귀하(또는 귀하의 가정)는 OTT 서비스에서 주문형 콘텐츠 건당구매로 매월 얼마 정도를 지불 하십니까?
  - OTT서비스 개별결제 콘텐츠 이용료에 대해서는 '10% 이상~20% 미만'이 12.1%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '20% 이상~30% 미만(10.6%)', '30% 이상~40% 미만 (8.8%)' 등의 순으로 나타남. 또한 주문형 콘텐츠 건당 결제를 이용하지 않는 응답자들은 36.9%로 나타남

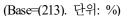


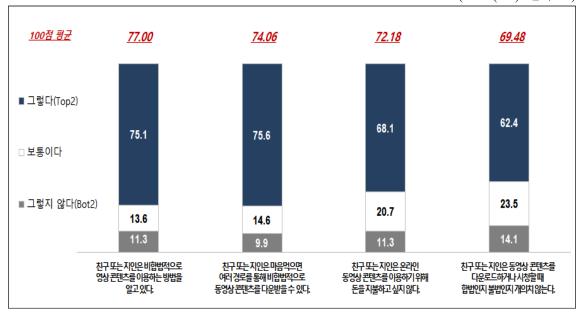


- 라. 방송프로그램 시청 방식
- □ 비용 지불 없이 콘텐츠 이용 경험
  - 귀하의 친구 또는 지인 중 일정 비용을 지불해야 하는 콘텐츠의 시청 대가를 지불하지 않고, 콘텐츠를 이용해 본 경험이 있으십니까?
  - 응답자의 35.5%가 비용 지불 없이 콘텐츠 이용 경험이 있는 것으로 나타남



- □ 비용 지불 없는 콘텐츠 이용에 대한 태도
  - ㅇ 다음 질문에 동의하는 정도를 선택해 주시기 바랍니다
  - 비용 지불 없는 콘텐츠 이용에 대해서 '친구 또는 지인은 비용을 지불하지 않고 영상 콘텐츠를 이용하는 방법을 알고 있다(77점)', '친구 또는 지인은 마음먹으면 여러 경 로를 통해 비용을 지불하지 않고 동영상 콘텐츠를 다운받을 수 있다(74.06점)' 등의 순으로 나타남

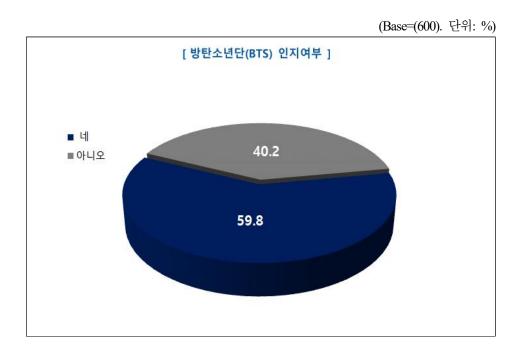




- 마. 한국 방송프로그램에 대한 이용/인식 조사
- □ 한국 방송프로그램 이용 경험할 기회/이유
  - 귀하는 평소 한국 방송 프로그램(영상 콘텐츠)을 경험할 기회가 충분하다고 생각하십니까?
  - 한국 방송 프로그램(또는 동영상 콘텐츠)을 경험할 기회가 충분하지 않다고 생각한다면, 그 이 유가 무엇이라고 생각하십니까?
  - 한국 방송프로그램 경험 기회가 충분한지에 대해 응답자의 32%가 '그렇다'고 응답한 반면, 35.2%는 '그렇지 않다'고 응답함
  - 경험 기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유로는 '한국 방송 프로그램을 제공하는 채널이나 사이트가 부족함'이 49.8%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '언어 장벽(20.4%)', '한국 방송 프로그램에 대한 광고나 홍보 부족(18%)' 등의 순으로 나타남

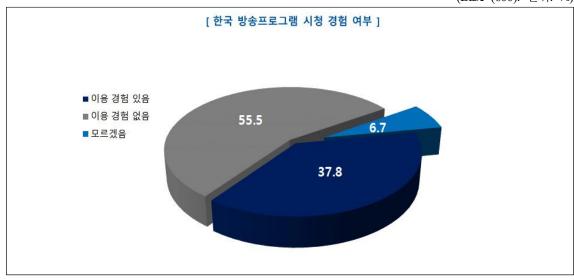
(Base=(600). 단위: %) [ 한국 방송프로그램 경험 기회의 충분 정도 ] 그렇지 않다 --- 그렇다 32.0% 100점 평균 47.42 32.8 20.3 18.8 16.3 11.7 매우 그렇다 전혀 그렇지 않다 그렇지 않다 보통이다 [ 한국 방송프로그램 경험 기회가 충분하지 않는 이유 ] 49.8 20.4 18.0 5.7 4.7 한국 방송 프로그램에 대한 광고나 홍보 부족 언어 장벽 (자막/ 더빙 등이 부족함) 한국 방송 프로그램을 제공하는 채널이나 한국 방송 프로그램 이용료가 비쌈 관심 없음 사이트가 부족함

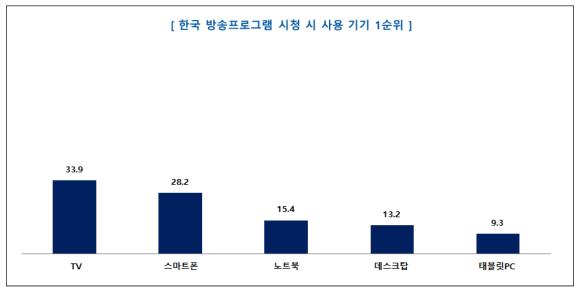
- □ 방탄소년단 인지 여부
  - 귀하는 방탄소년단(BTS)에 대해 알고 있습니까?
  - 방탄소년단(BTS) 인지 여부에 대해 응답자의 59.8%가 알고 있는 것으로 나타남



## □ 한국 방송프로그램 시청 경험

- 귀하는 한국 방송 프로그램(영상 콘텐츠)을 시청(이용)한 경험이 있으십니까?
- 귀하는 한국 방송 프로그램(영상 콘텐츠)을 시청할 때 어떤 기기를 이용하였습니까? 최대 3순위 까지 선택해주시기 바랍니다. (1순위 기준)
- 한국 방송프로그램 시청 경험에 대해 응답자의 37.8%가 이용 경험이 있는 것으로 나타난 반면, 55.5%는 이용 경험이 없는 것으로 나타남
- 한국 방송프로그램 시청 시 주로 사용하는 기기는 'TV'가 33.9%로 가장 높게 나타났 으며, 그 다음으로 '스마트폰(28.2%)', '노트북(15.4%)' 등의 순으로 나타남





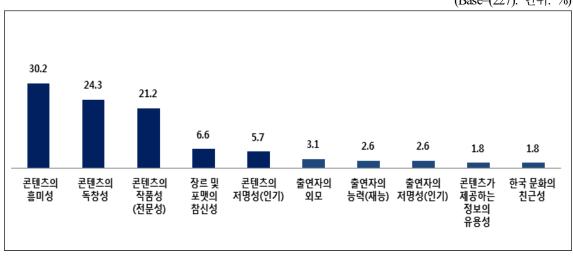
## □ 주로 시청하는 한국 방송프로그램

- 귀하가 주로 시청(이용)하는 한국 방송프로그램(영상 콘텐츠)의 장르는 무엇입니까? (1순위 기준)
- 앞의 질문에서 귀하가 1순위로 뽑은 장르의 한국 프로그램을 평가한다면 다음의 요소 중 어떤 요소에서 높은 점수를 주시겠습니까? (1순위 기준)
- 주로 시청하는 한국 방송프로그램의 장르는 '드라마'가 32.2%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '오락/버라이어티/예능(16.7%)', '음악(15.4%)' 등의 순으로 나타남
- 1순위로 뽑은 장르의 요소별 평가에 대해 '콘텐츠의 흥미성'이 30.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '콘텐츠의 독창성(24.3%)', '콘텐츠의 작품성(21.2%)' 등의 순으로 나타남

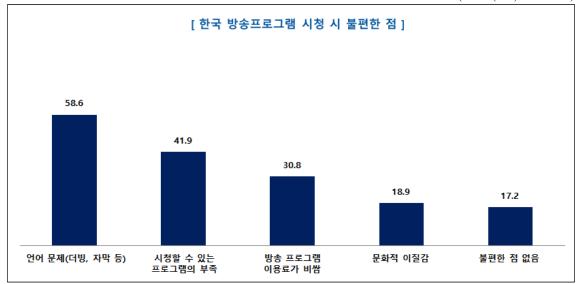
(Base=(227). 단위: %)

 구분	1순위
1) 드라마	32.2
2) 오락/버라이어티/예능	16.7
3) 흡연(K-pop)	15.4
	4.0
5) 게임	11.0
6) 애니메이션	4.0
7) 교양/교육	1.8
8) 스포츠	7.0
	7.9

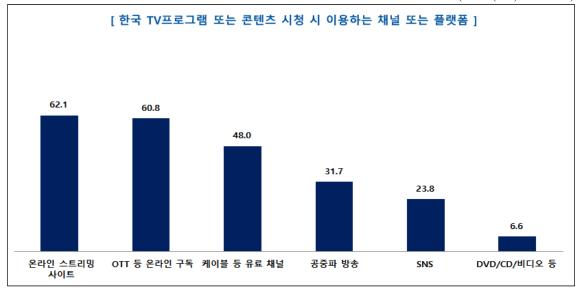
(Base=(227). 단위: %)



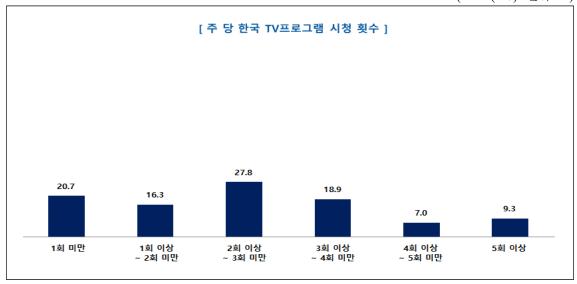
- □ 한국 방송프로그램 시청 시 불편한 점
  - 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? (복수 응답 가능)
  - 응답자가 한국 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점으로 '언어 문제'가 58.6%로 가장 높고, 그 다음으로 '시청할 수 있는 프로그램의 부족(41.9%)', '방송 프로그램 이용료가 비쌈(30.8%)'등의 순으로 나타남

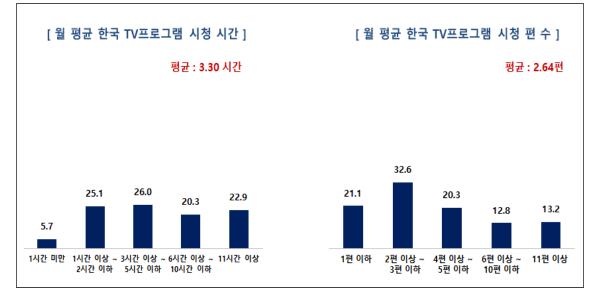


- □ 한국 방송프로그램 이용 방법
  - 귀하가 한국 TV 프로그램 또는 콘텐츠를 시청할 때 이용하는 채널 또는 플랫폼은 무엇입니까?(중복응답)
  - 한국 방송프로그램 또는 콘텐츠 시청 시 이용하는 채널 및 플랫폼으로 '온라인 스트리밍 사이트'가 62.1%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 'OTT 등 온라인 구독 (60.8%)', '케이블 등 유료 채널(48%)' 등의 순으로 나타남

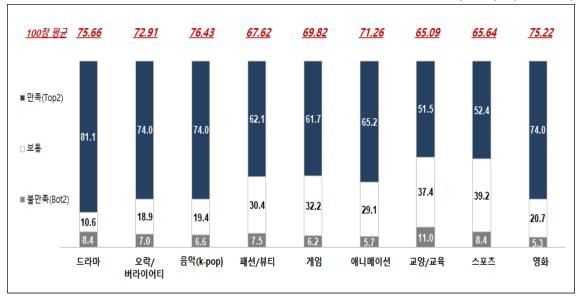


- □ 한국 방송프로그램 이용 방법
  - 귀하는 주 당 몇 번의 한국 TV 프로그램을 시청하십니까?
  - 귀하는 월 평균 몇 번의 한국 TV 프로그램을 시청하십니까?
  - 주 당 한국 방송프로그램 시청 빈도는 '2회 이상~3회 미만'이 27.8%로 가장 높게 나 났고, 다음으로는 '1회 미만(20.7%)', '3회 이상~4회 미만(18.9%) 등의 순으로 나타남
  - 월 평균 한국 방송프로그램 시청 시간은 평균 3.3시간, 평균 시청 편 수는 2.64편으로 나타남

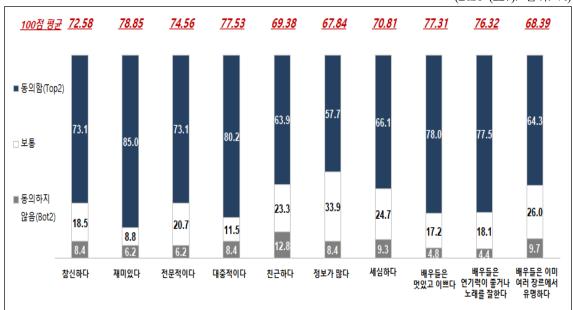




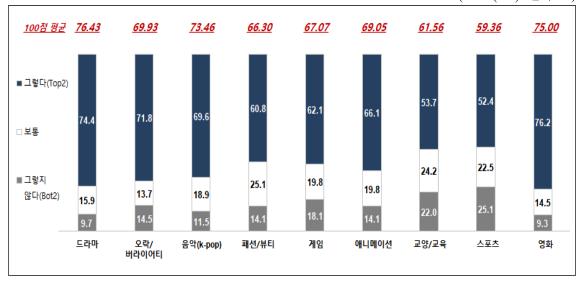
- □ 한국 방송프로그램에 대한 만족도
  - 귀하는 한국 TV프로그램에 대해 얼마나 만족하십니까?
  - 한국 방송프로그램에 대한 만족도(100점 기준)는 '음악'이 76.43점으로 가장 높게 나 타났고, 그 다음으로는 '드라마(75.66점)', '영화(75.22점)' 등의 순으로 나타남



- □ 한국 방송프로그램에 대한 이용자 평가
  - 귀하는 한국 TV프로그램에 대한 귀하의 의견을 말씀해 주십시오
  - 한국 방송프로그램에 대한 이용자 평가(100점 기준)로는 '재미있다'가 78.85점으로 가장 높게 나타났고, 그 다음으로 '대중적이다(77.53점)', '배우들이 멋있고 이쁘다 (77.31점)' 등의 순으로 나타남

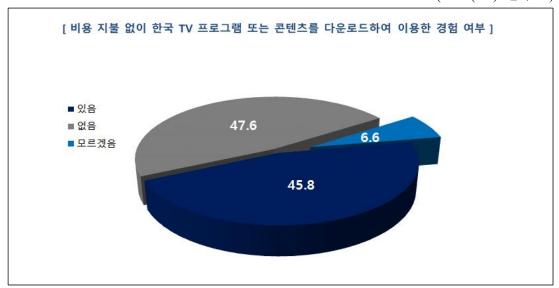


- □ 향후 장르별 한국 방송프로그램 이용 의향
  - 귀하는 향후 한국 방송 프로그램(또는 동영상 콘텐츠)을 이용할 의향이 있으십니까? 장르별로 말씀해주세요.
  - 장르별 향후 한국 방송프로그램 이용 의향(100점 기준)에 대해서는 '드라마'가 76.43 점으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '영화(75점)', '음악(73.46점)' 등의 순으로 나타남



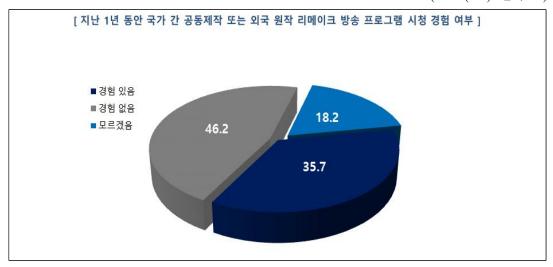
- □ 비용 지불 없이 한국 방송프로그램/콘텐츠 다운로드 경험
  - 귀하는 비용 지불 없이 한국 TV프로그램 또는 콘텐츠를 다운로드하여 시청한 경험이 있습니까?
  - 비용 지불 없이 한국 TV프로그램 또는 콘텐츠를 다운로드하여 이용한 경험 여부에 대해 45.8%가 '있다'고 응답한 반면, 47.6%는 '없다'고 응답함

(Base=(227). 단위: %)



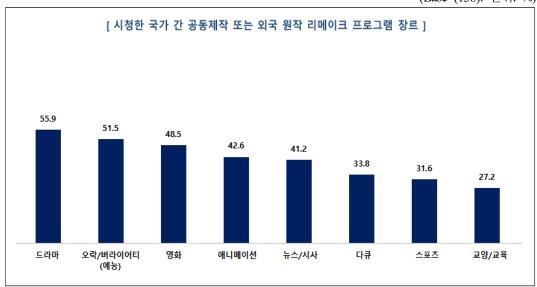
- 바. 방송프로그램 공동제작에 대한 인식 조사
- □ 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 현황
  - 귀하는 작년 한 해 국가 간 공동제작 또는 외국 원작을 리메이크한 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?
  - 응답자의 35.7%가 국가 간 공동제작 또는 외국 원작 리메이크 방송프로그램 '시청 경험이 있다'고 응답함

(Base=(600). 단위: %)



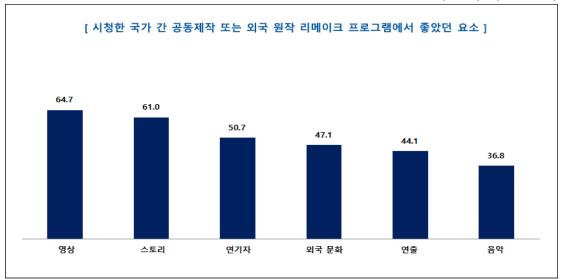
- □ 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램 장르
  - 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 또는 외국 원작 리메이크 프로그램의 장르는 무엇입니까? (중복응답)
  - 시청했던 국가 간 공동제작 방송프로그램 또는 외국 원작 리메이크 프로그램 장르에 대해서는 '드라마'가 55.9%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '오락/버라이어티 (51.5%)', '영화(48.5%)' 등의 순으로 나타남

(Base=(138). 단위: %)

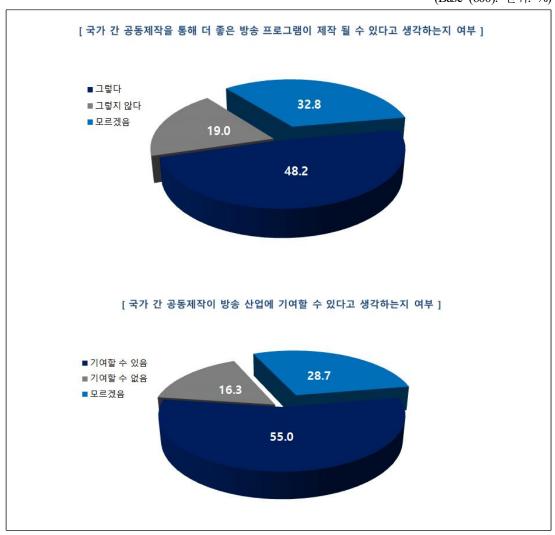


- □ 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 선호하는 요소
  - 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 또는 외국 원작 리메이크 프로그램에서 좋았던 요소는 무엇입니까?(중복응답)
  - 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요소로 '영상'이 64.7%로 가장 높게 나타 났으며, 다음으로 '스토리(61%)', '연기자(50.7%)' 등의 순으로 나타남

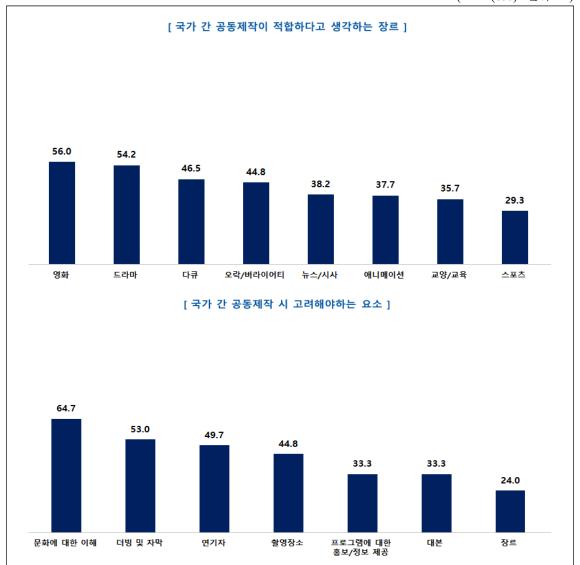
(Base=(138). 단위: %)



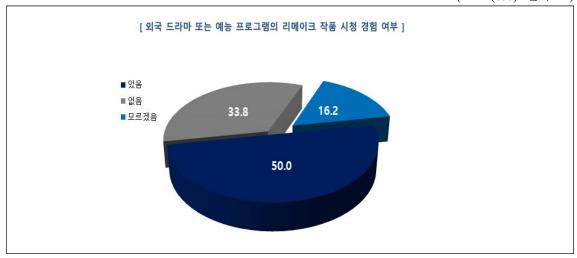
- □ 국가 간 공동제작을 통한 방송프로그램 제작 기여
  - 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송 프로그램이 제작될 수 있다고 생각하십니까? ○ 귀하는 국가 간 공동제작이 방송 산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까?
  - 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램이 제작할 수 있다고 생각하는지에 대해 '그렇다'는 48.2%, '그렇지 않다'는 19%로 나타남
  - 국가 간 공동제작이 방송 산업에 기여할 수 있는지에 대해서 '기여 할 수 있음'은 55%, '기여할 수 없음'은 16.3%로 나타남

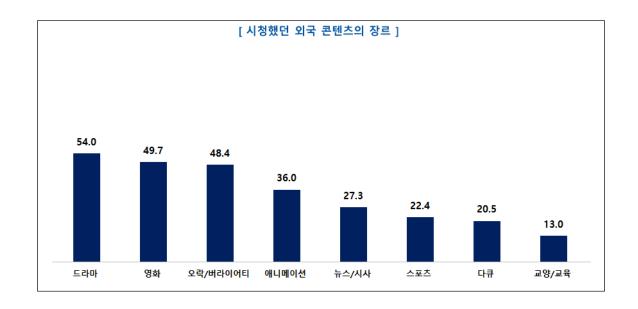


- □ 국가 간 공동제작에 적합한 장르 및 고려 요소
  - ㅇ 국가 간 공동제작 프로그램에 적합하다고 생각하는 장르는 무엇이라 생각하십니까?(중복응답)
  - 국가 간 방송프로그램 공동제작 시 고려해야하는 요소가 무엇이라 생각하십니까?(중복응답)
  - 국가 간 공동제작이 적합한 장르로는 '영화'가 56%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '드라마(54.2%)', '다큐멘터리(46.5%)' 등의 순으로 나타남
  - 국가 간 공동제작 시 고려사항에 대해서는 '문화에 대한 이해'가 64.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '더빙 및 자막(53%)', '연기자(49.7%)' 등의 순으로 나타남

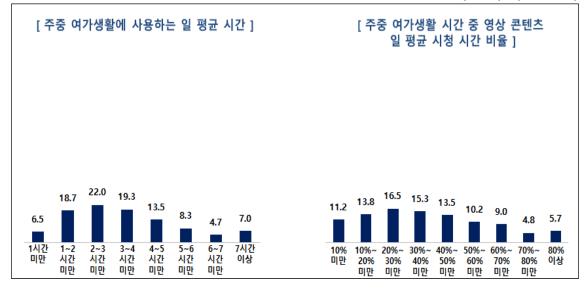


- □ 외국 드라마 또는 예능 프로그램 리메이크 작품 시청 경험 및 시청 장르
  - 귀하는 외국 드라마 또는 예능 프로그램의 리메이크 작품을 시청한 경험이 있습니까? ○ 귀하께서 시청하신 외국 콘텐츠 리메이크 작품의 장르는 무엇입니까? (중복응답)
  - 외국 드라마 또는 예능 프로그램 리메이크 작품 시청 경험에 대해서는 '경험이 있음' 이 50% '경험이 없음'이 33.8%로 나타남
  - 시청한 외국 콘텐츠의 장르에 대해서는 '드라마'가 54%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '영화(49.7%)', '오락/버라이어티(48.4%)' 등의 순으로 나타남

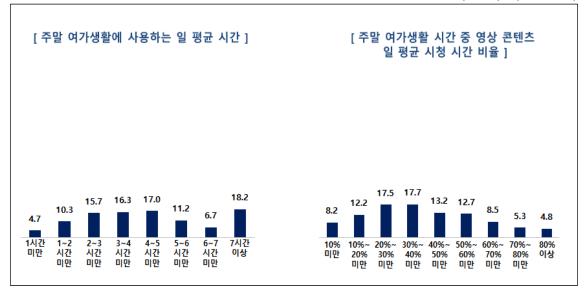




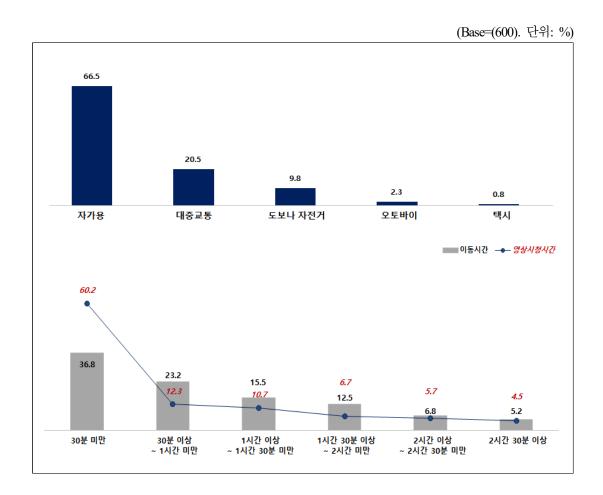
- 사. 영상 콘텐츠 이용 환경 및 태도 관련
  - □ 주중 여가 시간 및 영상 콘텐츠 이용량
    - 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
    - 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간 중, 영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간이 차지하는 비중은 얼마나 되십니까?
    - 주중 여가 시간으로 '2시간 이상~3시간 미만'이 22%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '3시간 이상~4시간 미만(19.3%)', '1시간 이상~2시간 미만(18.7%)' 등의 순으로 나타남
    - 주중 여가 시간 중 영상 콘텐츠 일 평균 시청 시간 비율에 대해서 '20% 이상~30% 미만'이 16.5%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '30% 이상~40% 미만(15.3%)',
       '10% 이상~20% 미만(13.8%)' 등의 순으로 나타남



- □ 주말 여가 시간 및 영상 콘텐츠 이용량
  - 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
  - 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 사용하는 시간 중, 영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간 이 차지하는 비중은 얼마나 되십니까?
  - 주말 여가 시간으로 '7시간 이상'이 18.2%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '4시간 이상~5시간 미만(17%)', '3시간 이상~4시간 미만(16.3%)' 등의 순으로 나타남
  - 주말 여가 시간 중 영상 콘텐츠 일 평균 시청 시간 비율에 대해서 '30% 이상~40% 미만'이 17.7%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '20% 이상~30% 미만(17.5%)', '40% 이상~50% 미만(13.2%)' 등의 순으로 나타남

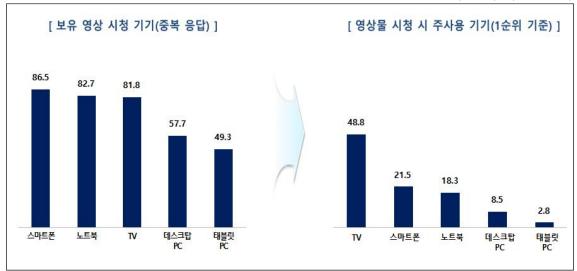


- □ 교통 수단/이동 시간/이동 시 영상 콘텐츠 이용량
  - 귀하가 출퇴근, 등하교, 일상적 이동을 위해 주로 이용하는 교통수단은 무엇입니까?
  - 귀하는 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하는 데 하루 평균 얼마만큼의 시간을 소요합니까?
  - 귀하가 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하면서, 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
  - 응답자의 66.5%가 '자가용'을 통해 출퇴근 및 등하교 등의 일상적인 이동을 하는 것 으로 나타남
  - 출퇴근 및 등하교 등의 일상적인 이동시간에 대해서는 '30분 미만'이 36.8%, '30분 이 상~1시간 미만'이 23.2% 등의 순으로 나타남
  - 출퇴근 및 등하교 등의 일상적인 이동시간에 영상 콘텐츠를 시청하는 시간에 대해서는 '30분 미만'이 60.2%로 가장 높게 나타났으며, 다음으로 '30분 이상~1시간 미만 (12.3%)', '1시간 이상~1시간 30분 미만(10.7%)' 등의 순으로 나타남

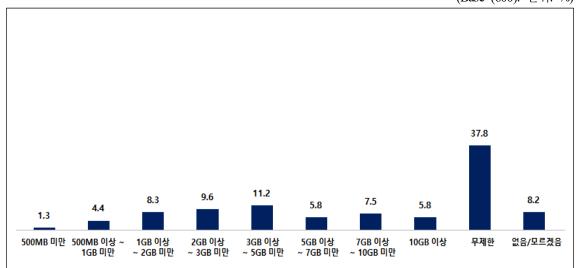


## 아. 방송프로그램 시청 행태

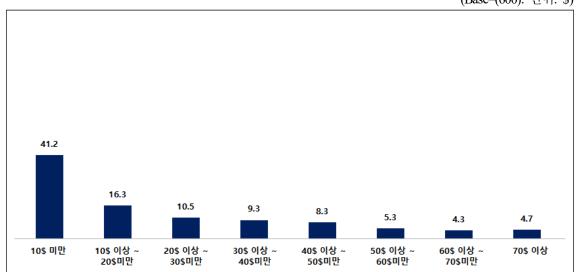
- □ 보유 영상 시청 기기 및 자주 사용하는 영상물 시청 기기
  - 귀하가 보유한 영상 시청 기기를 모두 선택해주시기 바랍니다.
  - 귀하가 영상물을 시청할 때 주로 사용하는 기기를 최대 3순위까지 선택해주시기 바랍니다. (1순 위 기준)
  - 응답자가 보유하고 있는 영상 시청 기기로는 '스마트폰'이 86.5%로 가장 높으며, 그 다음으로 '노트북(82.7%)', 'TV(81.8%)', '데스크탑 PC(57.7%)', '태블릿PC(49.3%)' 등 의 순으로 높음
  - 영상물 시청 시 주로 사용하는 기기(1순위 기준)에 대해서는 'TV(48.8%)', '스마트폰 (21.5%)', '노트북(18.3%)' 등의 순으로 높음



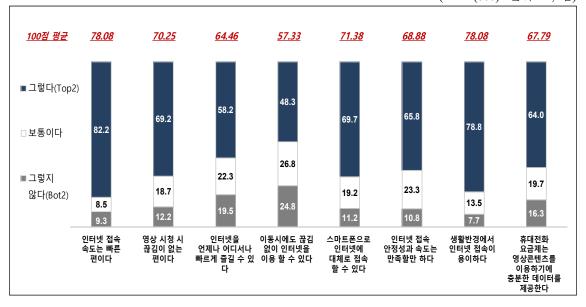
- □ 현재 이용 휴대전화 데이터 제공량
  - 귀하가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 얼마나 됩니까?
  - 응답자가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 '무제한'이 37.8%로 가장 높으며, 그 다음으로 '3GB 이상~5GB 미만(11.2%)', '2GB 이상~3GB 미만(9.6%)'등의 순으로 높음



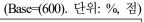
- □ 월평균 가용할 수 있는 영상 콘텐츠 구매 비용
  - 귀하는 영화관 관람을 제외하고 월 평균 얼마 정도를 동영상 콘텐츠 소비에 쓸 수 있습니까?
  - 월 평균 가용 할 수 있는 영상 콘텐츠 구매 비용에 대해서는 '10\$ 미만'이 41.2%로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로 '10\$ 이상~20\$ 미만(16.3%)', '20\$ 이상~30\$ 미만 (10.5%)'등의 순으로 나타남

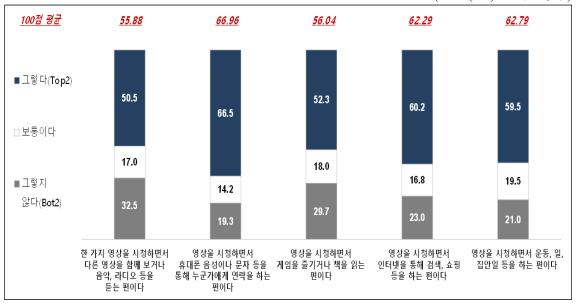


- □ 인터넷 사용 환경 평가
  - 다음 질문에 동의하는 정도를 선택해 주시기 바랍니다.
  - 응답자의 인터넷 사용 환경에 대해서 '인터넷 접속 속도가 빠른 편이다(78.08점)', '생활반경에서 인터넷 접속이 용이하다(78.08점)'가 가장 높고, 그 다음으로 '스마트폰으로 인터넷에 대체로 접속 할 수 있다(71.38점)', '영상 시청 시 끊김이 없는 편이다 (70.25점)' 등의 순으로 나타남



- □ 영상 콘텐츠 시청 태도
  - ㅇ 귀하는 다음 질문에 어느 정도 동의하는지 응답해 주십시오.
  - 영상 콘텐츠 시청 태도와 관련해서 '영상을 시청하면서 휴대폰 음성이나 문자 등을 통해 누군가에게 연락하는 편이다(66.96점)'이 가장 높으며, 그 다음으로 '영상을 시청하면서 운동, 일, 집안일을 등을 하는 편이다(62.79점)', '영상을 시청하면서 인터넷을 통해 검색, 쇼핑 등을 하는 편이다(62.29점)' 등의 순으로 나타남





# 참 고 문 헌

## [국내문헌]

- 강남준(2006), "자율심의 제도의 변천과정: 한국 방송심의제도에 던지는 함의", 《방송통신연구》, 제63호.
- 강하연·박은지·노은정·김재형(2015), "FTA 협상대상국 방송통신서비스 시장 개방 및 규제제도 현황", 정책연구 15-53-02, 정보통신정책연구원.
- 고상원 외(2018), "방송공동제작 협력강화 : 2018 방송공동제작 해외시장 분석 : 말레이시아, 베트남, 싱가포르, 인도네시아, 태국 5개국", 정책자료 18-17, 정보통신정책연구원.
- 과학기술정보통신부·방송통신위원회(2013~2019), "방송산업 실태조사 보고서".
- 곽동균(2002), "디지털 케이블TV 산업 현황과 전망", 《정보통신정책》, 제14권 4호.
- 권혁창(2008. 6. 9), "유럽 첫 방영 한국 드라마 '대장금' 인기 상종가", 연합뉴스, 2019. 12. 30, https://www.yna.co.kr/view/AKR20080609215300086.
- 박정현(2012. 12. 28), "[디지털전환] 아날로그 방송 종료, 해외에선 어떻게", 조선비즈, 2019. 12. 30, https://biz.chosun.com/site/data/html dir/2012/12/28/2012122801909.html.
- 방성수(2018. 6. 17), "[Top-Notch] 72 AT&T 타임워너 합병 성공… 미디어 지각 변동 시작됐다", 조선비즈, 2019. 12. 30,
  - https://biz.chosun.com/site/data/html\_dir/2018/06/18/2018061800140.html.
- 송은경(2019. 2. 28), "가야 황후 '허황옥' 드라마화… 한 인도 공동제작", 연합뉴스, 2019. 12. 30, https://www.yna.co.kr/view/AKR20190228148800005.
- 수출입은행(2018), "2019 세계국가편람".
- 심석태(2013), "미국의 방송 내용 규제 법제 연구: 규제의 근거와 범위를 중심으로", 《방송과 커뮤니케이션》,14(1).
- 안정민(2007), "미국 방송매체의 음란/외설 규제정책의 변화과정 분석", 《방송통신연구》, 제65권.
- \_\_\_\_(2008), "미국 연방통신위원회(Federal Communications Commission)의 설립과 운용과

정: 독립규제기관의 성격과 그 통제수단을 중심으로", 《언론과 법》, 7(1).	
이상원(2019), "전문가리포트: 미국 유료 동영상 OTT 시장의 경쟁상황 변화와 전망", 《미디	
어 이슈 & 트렌드》, 2019년 6월호.	
정보통신산업진흥원(2010), "국가별 정보통신방송 현황 2010 헝가리".	
(2014a), "국가별 정보통신방송 현황 2015 인도".	
(2014b), "터키 정보통신·방송 사업자 보고서 TRT".	
(2014c), "터키 정보통신·방송 사업자 보고서 Turk Telekom".	
(2014d), "정보통신·방송 사업자 보고서 캐나다 CBC".	
(2018a), "국가별 정보통신방송 현황 2018 인도".	
(2018b), "국가별 정보통신방송 현황 2018 터키".	
(2018c), "국가별 정보통신방송 현황 2018 캐나다".	
(2018d), "국가별 정보통신방송 현황 2018 헝가리".	
(2018e), "국가별 정보통신방송 현황 2018 미국".	
정보통신정책연구원 방송미디어연구실(2018), "2018 국제 방송시장 조사".	
정은진(2017), "미국 방송분야 외국인 투자에 대한 FCC의 규제 완화", 《정보통신정책》, 저	
29권 12호.	
정혜원(2012), "최근 인도의 외국인투자정책 동향과 시사점", 《지역경제 포커스》, 6권 11호	
콘텐츠진흥원(2019), "2018 해외콘텐츠시장분석".	
한국방송통신전파진흥원(2019), "트렌드 리포트: 인도의 OTT 시장 동향", 《미디어 이슈 &트	
렌드》, 11월호.	
한국콘텐츠진흥원(2014), "2014 해외 콘텐츠시장 동향조사 미주", KOCCA 14-31, 한국콘턴	
츠진흥원.	
(2016), "글로벌마켓 브리핑 심층분석: 터키".	
KBS News(2016. 9. 9), "[SDA2016] 서울드라마어워즈 대상"은 영국드라마 "더 나이트 매니	
저", KBS News, 2019. 12. 30, http://mn.kbs.co.kr/news/view.do?ncd=3342759.	

## [국외문헌]

- "100 Days to Victory airs on History Channel ANZ." Electric Picures, last modified Nov 20, 2018, accessed Dec 30, 2019,
  - https://electricpictures.com.au/100-days-to-victory-airs-on-history-channel-anz.
- "100 Days To Victory." BBC, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.bbc.co.uk/mediacentre/proginfo/2018/43/100-days-to-victory.
- "A UPC DIRECT-Rol." UPC Direct, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.upcdirect.hu/a-upc-direct-rol.
- "About DD." Doordarshan. last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://mib.gov.in/about-us/about-the-ministry.
- "About Netflix." Netflix, last modified N/A, accessed Aug 20, 2019, https://media.netflix.com/ko/about-netflix.
- "About The Ministry." Ministry of Information and Broadcasting, last modified N/A,
- "About Us." BSNL. last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.bsnl.co.in/opencms/bsnl/BSNL/about\_us/company/about\_bsnl.html.
- "About Us." DigiCableComm. last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://digicablecomm.in/about.php#.
- "About us." Digi, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, http://digi.hu/ugyintezes/tudastar/rolunk.
- "About Us." National Film Institute Hungary, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://nfi.hu/en/about-us.
- "ACQUISITION OF DIGITURK BY BEIN MEDIA GROUP IS COMPLETED." Bein Sports, last modified Sep 28, 2016, accessed Dec 30, 2019, https://www.beinsports.com/en/bein-digiturk.
- "Airtel and Google Cloud Partner to Boost Collaboration, Productivity and Digital Transformation in India." Airtel India. last modified Jan 25, 2020, accessed Jan 28, 2020, https://www.airtel.in/press-release/01-2020/airtel-and-google-cloud-partner-to-Boost-collabor

- ation-productivity-and-digital-transformation-in-india.
- "Airtel to shut down IPTv service from 31st August, offers free migration to DTH platform," Telecom Talk, Aug 18, 2016, accessed Dec 30, 2019, https://telecomtalk.info/airtel-iptv-free-migration-dth/156206.
- "Appendix C: Statement of Principles of Radio and Television Broadcasting." Benton Institute for Broadband & Society, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.benton.org/initiatives/obligations/charting the digital broadcasting future/appc.
- "AT&T's New Online TV Service Looks a Lot Like Current Deals." Bllomberg, last modified N/A, accessed Aug 20, 2019, https://www.bloomberg.com/news/articles/2019-08-19/at-t-s-new-online-tv-service-looks-a-lo t-like-current-offerings.
- "BBC Earth launches across MENA, CBeebies debuts in Turkey." Digital TV Europe, last modified Mar 29, 2018, accessed Dec 30, 2019, https://www.digitaltveurope.com/2018/03/29/bbc-earth-launches-across-mena-cbeebies-debut s-in-turkey.
- "BBC spy drama The Night Manager set to take America by storm." The Telegraph, last modified Apr 24, 2016, accessed Dec 30, 2019, https://www.telegraph.co.uk/news/2016/04/24/bbc-spy-drama-the-night-manager-set-to-take-america-by-storm.
- "Bharti Airtel launches DTH service," The Financial Express, Oct 7, 2008, accessed Dec 30, http://www.financialexpress.com/news/bharti-airtel-launches-dth-service/370434.
- "Broadcasting, media and entertainment law in Turkey: overview." Thomson Reuters, last modified Sep 1, 2011, accessed Dec 30, 2019, https://content.next.westlaw.com/Document/I2ef1285f1ed511e38578f7ccc38dcbee/View/Full Text.html?contextData=(sc.Default)&transitionType=Default&firstPage=true&bhcp=1.
- "Canadian Content." Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://crtc.gc.ca/eng/cancon/c cdn.htm.
- "CBS and Viacom are merging to become ViacomCBS." The Verge, last modified Aug 13, 2019,

v-bet-streaming-value.

- accessed Dec 30, 2019, https://www.theverge.com/2019/8/13/20746894/cbs-viacom-merger-acquisition-all-access-mt
- "Children's Awards Nominations and Winners 2019." BAFTA, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, http://www.bafta.org/children/awards/childrens-awards-nominations-and-winners-2019
- "Content Made by Canadians." Canadian Radio-television and Telecommunications Commission, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://crtc.gc.ca/eng/cancon.htm.
- "CORUS Television." Corus, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.corusent.com/about/our-brands/television.
- "Council of Europe." Republic of Turkey Ministry of Foreign Affairs, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019, http://www.mfa.gov.tr/council-of-europe .en.mfa.
- "Cox Communications." Wikipedia, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Cox\_Communications.
- "Creative Europe Desk." National Film Institute Hunary, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019, https://nfi.hu/en/international/creative-europe-desk.
- "CRTC demands Bell, Corus spend more money on Canadian content after feds intervene" Financial Post, last modified Aug 30, 2018, accessed Dec 30, 2019, https://business.financialpost.com/telecom/media/crtc-demands-bell-corus-spend-more-money -on-canadian-content-after-feds-intervene.
- "Digital Terrestrial Television in India." Cable Quest Broadband. last modified May 13, 2014, accessed Dec 30, 2019, https://cablequest.org/index.php/articles/digitization/item/4845-digital-terrestrial-television-in-india.
- "Digiturk Play." Digiturk Euro, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.digiturk.at/en/digiturk-play-iptv/#aciklama.
- "Doordarshan." Doordarshan, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://doordarshan.gov.in.

- "Doordarshan." Wikipedia, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Doordarshan.
- "Eros signs co-production deal with Korean production cos Say On Media, B&C Group."

  Television Post, last modified Feb 25, 2019, accessed Dec 30, 2019,

  https://www.televisionpost.com/eros-signs-co-production-deal-with-korean-production-cos-say-on-media-bc-group.
- "Eurimages: Co-production Support." Council of Europe, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019, https://www.coe.int/en/web/eurimages/coproduction.
- "European Commission approves Vodafone's takeover of UPC. In Romania, the transaction will be complete by end-July." Business Review, last modified Jul 19, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://business-review.eu/tech/european-commission-approved-vodafones-takeover-of -upc-in-romania-the-transaction-will-be-complete-by-the-end-of-the-month-203327.
- "Filmabkommen." Minister of State for Culture and the Media, last modified Mar 1, 2011, accessed Dec 30, 2019, https://www.bundesregierung.de/breg-de/bundesregierung/staatsministerin-fuer-kultur-und-medien/filmfoerderung/internationale-filmfoerderung/filmabkommen.
- "Film and TV Tax Credit Battle Heats Up Across U.S." Hollywood Reporter, last modified Jul 19, 2018, accessed Dec 30, 2019, https://www.hollywoodreporter.com/news/film-tv-tax-credit-battle-heats-up-us-1128027.
- "Funding." National Film Institute Hungary, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://nfi.hu/en/funding.
- "German-Turkish co-production development fund." Medienboard Berlin-Brandenburg, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019,
  - https://www.medienboard.de/en/film-funding/german-turkish-co-production-development-fund.
- "Global Greenlights High Stakes Drama Ransom for a Second Season." Cision, last modified Oct 10, 2017, accessed Dec 30, 2019,
  - https://www.newswire.ca/news-releases/global-greenlights-high-stakes-drama-ransom-for-a-s econd-season-650275563.html.

- "Global Renews Entertainment One's High Stakes Drama Ransom for Third Season Set to Premiere in 2019." Entertainment One, last modified Jul 16, 2018, accessed Dec 30, 2019, https://www.entertainmentone.com/press/global-renews-entertainment-one-s-high-stakes-dra ma-ransom-for-third-s.
- "Global Television." Corus, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.corusent.com/brands/global-television.
- "HBO GO launches in Hungary." BroadbandTV News, last modified Jun 7, 2011, accessed Dec 30, 2019, https://www.broadbandtvnews.com/2011/06/07/hbo-go-debuts-in-hungary.
- "HBO Hungary owns series." HBO Go, last modified Jun 7, 2011, accessed Dec 30, 2019, https://hbogo.hu/sorozatok/hbo-magyarorszag-sajat-gyartasu-sorozatok.
- "HOOQ Massively Expands India Reach With Hotstar Partnership," Variety, Oct 7, 2018, accessed Dec 30, https://variety.com/2018/biz/asia/hooq-expands-india-reach-hotstar-partnership-1202971812.
- "Hotstar notches up 200 million views in IPL 8," Livemint, Jun 5, 2015, accessed Dec 30, https://www.livemint.com/Consumer/Hk3d4d6KIQ6YgpnxGjxn1I/Hotstar-notches-up-61-mil lion-views-in-IPL8.html.
- "Hotstar sets global streaming record during India-New Zealand semi-final," SportsPro, Jul 17, 2019, accessed Dec 30, http://www.sportspromedia.com/news/hotstar-global-streaming-record-india-new-zealand-se mi-final.
- "How To Watch Digiturk Play Outside Turkey." WhatIsMyIP, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://whatismyip.network/unblock-digiturk-play-anywhere.
- "Hungarian Eurimanges Representation." Film Magyar, last modified N.A, 2011, accessed Dec 30, 2019,
  - http://filmunio.eu/index.php?option=com content&view=article&id=98&Itemid=69&lang=en.
- "In 2019, Netflix and Amazon Set Their Sights on India." The New York Times last modified Dec 30, 2019, accessed Jan 5, 2020,
  - https://economictimes.indiatimes.com/industry/telecom/mtnl-set-to-launch-indias-first-iptv-ser

- vice/articleshow/2171204.cms?from=mdr.
- "International treaties and memorandums of understanding." Telefilm Canada, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://telefilm.ca/en/coproduction/international-treaties.
- "Internet regulation in Turkey." Wikipedia, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Internet regulation in Turkey#Internet law.
- "Jozsef Vida confirms TV2 purchase." Budapest Business Journal, last modified May 30, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://bbj.hu/business/jozsef-vida-confirms-tv2-purchase 166331.
- "Legal Framework." Media Ownership Monitor Turkey, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, Media Ownership Monitor, https://turkey.mom-rsf.org/en/context/law.
- "Magyar Televízió." Wikipedia, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Magyar\_Telev%C3%ADzi%C3%B3
- "Maria Theresia Mini Series Coming Soon On Hungarian Television." Hungary Today, last modified Dec 5, 2017, accessed Dec 30, 2019, https://hungarytoday.hu/maria-theresia-mini-series-screen-central-european-televisons-christm as-68121.
- "Media market." Wikipedia, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Media\_market.
- "Media ownership in Canada." Wikipedia, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https:///en.wikipedia.org/wiki/Media\_ownership\_in\_Canada.
- "MTNL set to launch India's first IPTV service." The Economic Times last modified Oct 14, 2006, accessed Dec 30, 2020, https://economictimes.indiatimes.com/industry/telecom/mtnl-set-to-launch-indias-first-iptv-ser vice/articleshow/2171204.cms?from=mdr.
- "MTVA" MTVA, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, http://mtva.hu.
- "Multiscreen debuts on Magyar Telekom," Broadband TV News, May 8, 2014, accessed Dec 30, 2019, https://www.broadbandtvnews.com/2014/05/08/multiscreen-debuts-on-magyar-telekom/
- "My Brilliant Friend (HBO)." Peabody, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, http://www.peabodyawards.com/award-profile/my-brilliant-friend;

- "Netflix Turkey's most-watched show in 2019 is "The Gift"." Duvar English, last modified Jan 2, 2020, accessed Jan 10, 2020, https://www.duvarenglish.com/culture/2020/01/02/netflix-turkeys-most-watched-show-in-201 9-is-the-gift.
- "New York Is Throwing Money at Film Shoots, But Who Benefits?" Village Voice, last modified Oct 11, 2017, accessed Dec 30, 2019, https://www.villagevoice.com/2017/10/11/new-york-is-throwing-money-at-film-shoots-but-w ho-benefits.
- "Notes on Hungary's media law package." Eurozine, last modified Mar 1, 2011, accessed Dec 30, 2019, https://www.eurozine.com/notes-on-hungarys-media-law-package.
- "Our Story." TRT World, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.trtworld.com/about.
- "Peabody Awards 2019 Nominees: 'Barry,' 'Americans,' 'Good Place' & More." TV Insider, last modified Apr 9, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.tvinsider.com/766702/peabody-awards-2019-nominees-tv.
- "PM Modi launches DD Arun Prabha channel in Itanagar today," News Services Division All India Radio, last modified Feb 9, 2019, accessed Dec 30, 2019, http://www.newsonair.com/Main-News-Details.aspx?id=359495.
- "PRODUCTION: Czech TV Shooting Empress Maria Theresa FEATURED." Film New Europe, last modified Feb 7, 2017, accessed Dec 30, 2019, https://www.filmneweurope.com/news/czech-news/item/113958-production-czech-tv-shootin g-empress-maria-theresa.
- "PRODUCTION: Four Country TV Miniseries Maria Theresia in Postproduction FEATURED."

  Film New Europe, last modified Jul 25, 2017, accessed Dec 30, 2019,

  https://www.filmneweurope.com/news/slovakia-news/item/114841-production-four-country-t

  v-miniseries-maria-theresia-in-postproduction.
- "PRODUCTION: Four Country TV Miniseries Maria Theresia in Postproduction FEATURED." Film New Europe, last modified Jul 25, 2017, accessed Dec 30, 2019,

- https://www.filmneweurope.com/news/slovakia-news/item/114841-production-four-country-tv-miniseries-maria-theresia-in-postproduction.
- "Profile" RTL Group, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.rtlgroup.com/en/about\_us/the\_group/profile.cfm.
- "Qazaqstan, Turkey's TRT ink MoU." Indiaion Television, last modified Sep 13, 2018, accessed Dec 30, 2019, https://www.inform.kz/en/qazaqstan-turkey-s-trt-ink-mou a3390041.
- "Ransom Award." Imdb, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.Imdb.com/title/tt5809150/awards.
- "Ransom to return for third season." Media in Canada, last modified Jul 16, 2018, accessed Dec 30, 2019, https://mediaincanada.com/2018/07/16/ransom-to-return-for-third-season.
- "Reliance increases shareholding in DEN, Hathway, GTPL through open offer.", Television Post. last modified Mar 11, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.televisionpost.com/reliance-increases-shareholding-in-den-hathway-gtpl-through-open-offer.
- "Rogers snaps up Hamilton's Mountain Cablevision from Shaw." Global News, last modified Jan 15, 2013, accessed Dec 30, 2019, https://www.cbc.ca/news/canada/hamilton/headlines/rogers-snaps-up-hamilton-s-mountain-ca blevision-from-shaw-1.1331795.
- "RTDNA Code of Ethics." RTDA, last modified Jun 11, 2015, accessed Dec 30, 2019, https://www.rtdna.org/content/rtdna\_code\_of\_ethics.
- "Shaw BlueSky TV offers first voice-controlled video box in Canada." Global News, last modified Jan 11, 2017,, accessed Dec 30, 2019, https://globalnews.ca/news/3174895/shaw-bluesky-tv-offers-first-voice-controlled-video-box-in-canada.
- "Tata Sky." TaTa. last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.tata.com/business/tata-sky.
- "Telenor MyTV." Telenor Group,, last modified Dec, 2013, accessed Dec 30, 2019, https://www.telenor.com/telenor-mytv.

- "The Canadian Code of Advertising Standards." Ad Standards, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://adstandards.ca/code.
- "The Night Manager Awards." Imdb, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://www.Imdb.com/title/tt1399664/awards.
- "The Public and Broadcasting." Federal Communications Commission, last modified Aug, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.fcc.gov/media/radio/public-and-broadcasting.
- "The Walt Disney Company." The Walt Disney Company Korea, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, http://www.disney.co.kr/home/company.jsp.
- "Through the Years." CBC/Radio Canada, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://cbc.radio-canada.ca/en/your-public-broadcaster/history.
- "TIMELINE: NBC, Universal through the 20th century and beyond." Reuters, last modified Dec 3, 2009, accessed Dec 30, 2019, https://www.reuters.com/article/us-nbc-comcast-timeline/timeline-nbc-universal-through-the-20th-century-and-beyond-idUSTRE5B22SO20091203.
- "TMT Law and Practice 2018 in Turkey." Gün+Partners, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://gun.av.tr/insights/country-guides/tmt-law-and-practice-2018-in-turkey.
- "Top 12 Netflix Alternatives In India in 2019." Smartprix. last modified Nov 22, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.smartprix.com/bytes/top-5-netflix-alternative-in-india.
- "Türk Telekom's Tivibu WebTV service attracts 110,000 users in first month." Total Telecom, Mar 31, 2010, accessed Dec 30, 2019, https://www.totaltele.com/view.aspx?ID=454396.
- "Turkey's state broadcaster TRT had a meeting with Doordarshan for content collaboration." Indiaion Television, last modified Apr 1, 2016, accessed Dec 30, 2019, https://www.indiantelevision.com/television/tv-channels/terrestrial/turkeys-state-broadcaster-tr-to-sign-an-mou-with-doordarshan-for-content-collaboration-160401.
- "Turkish OTT BluTV Selects Global CDN Provider, Medianova," Hosting Journalist, April 15, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://hostingjournalist.com/cdn-hosting/turkish-ott-blutv-selects-global-cdn-provider-median ova.

- "Turkish Radio and Television Corporation." Wikipedia, last modified N.A, accessed Dec 30, 2019, https://en.wikipedia.org/wiki/Turkish\_Radio\_and\_Television\_Corporation.
- 'Turkish TV programs aired on world channels." Anadolu Agency, last modified Dec 29, 2017, accessed Dec 30, 2019,
  - https://www.aa.com.tr/en/culture-and-art/turkish-tv-programs-aired-on-world-channels/10179 54.
- "Viacom International Studios&Ay Yapim Start Production of El Asesino Del Olvido." Viacom International Studios, last modified Jan 20, 2020, accessed Jan 30, 2020, http://www.viacominternationalstudios.com/press/2020/1/21/viacom-international-studios-am p-ay-yapim-start-production-of-el-asesino-del-olvido.
- "Viacom, CBS Set Date to Close Merger." Hollywood Reporter, last modified Nov 25, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.hollywoodreporter.com/news/viacom-cbs-close-merger-dec-4-1255617.
- "Videocon d2h to merge with Dish TV," Forbes India, last modified Nov 11, 2016, accessed Dec 30, 2019, http://www.forbesindia.com/article/special/videocon-d2h-to-merge-with-dish-tv/44809/1.
- "Vodafone pulls UPC brand from Hungary." BroadbandTV News, last modified Oct 4, 2019, accessed Dec 30, 2019,
  - https://www.broadbandtvnews.com/2019/10/04/vodafone-pulls-upc-brand-from-hungary.
- "What is CBC Gem?" CBC, last modified N/A, accessed Dec 30, 2019, https://cbchelp.cbc.ca/hc/en-ca/articles/360013585533-What-is-CBC-Gem-.
- "Why OTT platforms are carving a separate space for children's content." Financial Express. last modified Dec 23, 2019, accessed Dec 30, 2019, https://www.financialexpress.com/brandwagon/why-ott-platforms-are-carving-a-separate-spac e-for-childrens-content/1801577.
- "With Hotstar, Star India aims to change the way content is consumed in India," Livemint, Feb 11, 2015, accessed Dec 30, 2019, https://www.livemint.com/Consumer/Nfv7GOoewo9xdcGKVnOVnL/With-Hotstar-Star-India -aims-to-change-the-way-content-is-c.html.

Adukia, "Media Laws of India".

Canada Media Fund(2019). "Canada Media Fund 2019-2020 Program Commitment Allocation".

CBC/Radio-Canada(2019). "CORPORATE PLAN SUMMARY 2019-2020 to 2023-2024".

CBS Corporation(2018). "2018 Annual Report".

Center for Media and Communication Studies(2012). "Hungarian Media Laws in Europe: An Assessment of the Consistency of Hungary's Media Laws with European Practices and Norms".

Charter Communications(2018). "2018 Annual Report".

Comcast Corporation(2018). "2018 Annual Report".

Communication Studies (2012). "Hungarian Media Laws in Center for Media and Communication".

DISH Network Corporation(2019). "2018 Annual Report".

Eurodata TV(2019). "One TV Year in the World 2019 edition".

European Federation of Journalists(2019). "New report: Hungary dismantles media freedom and pluralism".

Federal Communications Commission(2016). "Foreign Ownership Order".

	_(2020).	"BROADCAST	STATION	TOTALS	AS	OF
DECEMBER 31, 2019".						

Hot Docs(2016). "Guide to Co-Production".

Kagan(2019a). "Global Forecast Table India".

(2	2019c).	"DTT	Market	Summary	India	"

(2019b). "DTH Market Summary India".

\_\_\_\_(2019d). "Global Forecast Table Turkey".

(2019e). "Cable Market Summary Turkey".

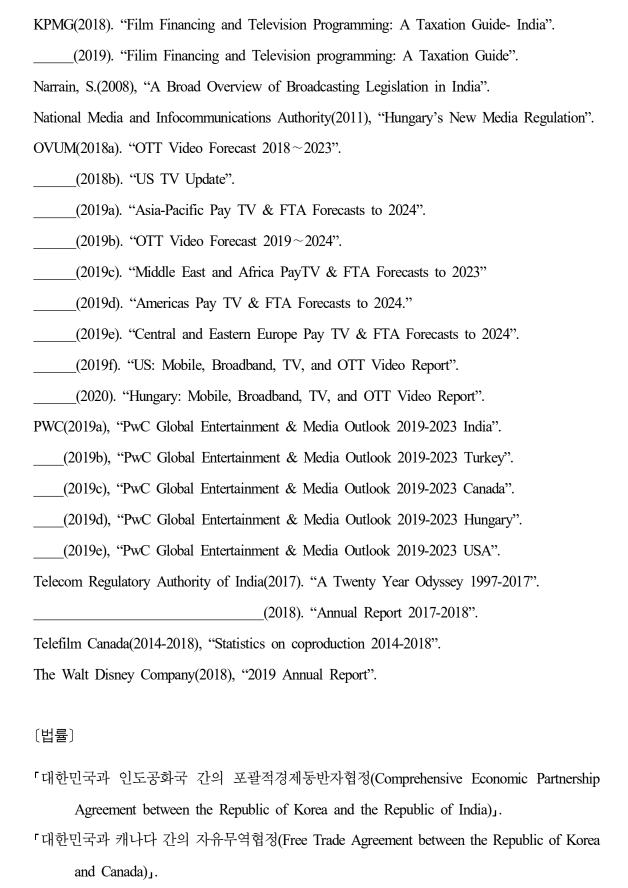
(2019f). "DTH Market Summary Turkey".

\_\_\_\_(2019g). "Global Forecast Table Canada".

(2019h). "Cable Market Summary Canada".

(2019i). "Global Forecast Table Hungary".

(2019j). "Global Forecast Table USA".



- 「대한민국과 터키공화국 간의 자유무역지대를 창설하는 기본 협정(Framework Agreement Establishing a Free Trade Area between the Republic of Korea and the Republic of Turkey)」.
- 「대한민국과 미합중국 간의 자유무역협정(Free Trade Agreement between the Republic of Korea and the United States of America)」.
- 「인도-뉴질랜드 시청각 공동제작 협정(Agreement on Audio-Visual Co-Productions between the Government of New Zealand and the Government Of India)」.
- 「인도-한국 시청각 공동제작협정(Agreement Between the Government of the Republic of Korea and the Government of the Republic of India on Cooperation in Audio-Visual Co-Production)」.
- 「인도-캐나다 시청각 공동제작협정(Audiovisual Co-production Agreement between the Government of Canada and the Government of the Republic of India)」.
- 「인도-뉴질랜드 시청각 공동제작 협정(Agreement on Audio-Visual Co-Productions between the Government of New Zealand and the Government Of India)」.
- 「인도-한국 시청각 공동제작협정(Agreement Between the Government of the Republic of Korea and the Government of the Republic of India on Cooperation in Audio-Visual Co-Production)」.
- 「인도—캐나다 시청각 공동제작협정(Audiovisual Co-production Agreement between the Government of Canada and the Government of the Republic of India)」.
- 「캐나다 방송법(Broadcasting Act 1991)」.
- Broadcasting Public Notice CRTC 2008-100<sub>J</sub>.
- Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2011-288.
- Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2010-167.
- 「Broadcasting Decision CRTC 2017-148」.
- 「헝가리—캐나다 영화 및 비디오 관련 협정(Agreement on Film and Video Relations between the Government of Canada and the Government of the Hungarian People's Republic)」.
- 「헝가리-이스라엘 영화 공동제작협정(Agreement on Film Coproduction Between The Government of the State of Israel and The Government of Hungary)」.

- 「헝가리—독일 시청각 분야 공동제작 협정(Agreement between the Government of the Federal Republic of Germany and the Government of the Republic of Hungary on relations in the audiovisual field)」.
- Canadian Association of Broadcasters' Code of Ethics(2002).
- The Law No.6112 on the Establishment of Radio and Television Enterprises and Their Media Services(2011).
- <sup>r</sup>The Prasar Bharati (Broadcasting Corporation of India) Act(1990)<sub>J</sub>.
- The Telecom Regulatory Authority of India Act(1997).
- RTDNA Code of Ethics. https://www.rtdna.org/content/rtdna code of ethics
- Programme and Advertising Codes prescribed under the Cable Television Network,
- Programme and Advertising Codes prescribed under the Cable Television Network Rules(1994).

#### [부록 1: 설문지]

- 1. 4개국(인도, 터키, 헝가리, 캐나다) 설문지
  - ① 통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
  - ② 통계작성을 위하여 수집된 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 기초자료는 통계작성의 목적 외에 사용하여서는 아니 된다.

# 해외 4개국 동영상 서비스 이용행태 및 국제 방송프로그램 공동제작 의견조사 [인도, 터키, 캐나다, 헝가리]

대한민국 정보통신정책연구원(Korea Information Society Development Institute)은 대한민국 방송통신 분야 정부 부처인 방송통신위원회(Korea Communications Commission)의 의뢰에 따라 해외 4개국(인도, 터키, 캐나다, 헝가리)을 대상으로 동영상서비스 이용행태 및 국제 방송프로그램 공동제작에 대한 의견을 조사하고 있습니다.

본 설문의 결과는 통계적 목적으로만 사용될 것이며, 개인정보는 통계법에 따라 철저히 보장됩니다.

귀하의 의견은 국가 간 방송산업 발전을 위한 중요한 기초자료로 활용되오니, 바쁘시더라도 잠시만 시간을 내주셔서 소중한 답변 부탁드립니다. 감사합니다.

2019. 11.

주 관 기 관 : 정보통신정책연구원 조 사 기 관 : 한국갤럽조사연구소

## Part SQ 응답자 선정 (\*해당국 거주 외국인 제외)

SQ0. (전체 응답) 귀하의 국적은 어디 입니까?	
① 인도, 터키, 캐나다, 헝가리 등 해당 국가명 제시	
② 다른 나라 <b>─▶ 조사중단</b>	

SQ1. (전체 응답) 귀하의 성별은 어떻게 됩니까?

① 남성 ② 여성 ③ Prefer not to say

SO2.	(전체	응답)	귀하의	생년월은	어떻게	됩니까?
J Q L.	\ _	$\cup$	11 1—1	$\circ$	10 11	

					년			월 -	-	만1	7세	이후	目	조사진	행				
0	<b>~</b> '7	003 F	1 1월	이로	호 조	사	중단.	60세	01.	후도	조人	·참여	(결괴	분석	시	50대	이상으로	2 7	집계)

SQ3. (전체 응답) 귀하는 현재 살고 있는 지역은 어디입니까?

인도	터키	캐나다	헝가리
① Mumbai	① Istanbul	① Toronto	① Budapest
② New Delhi	② Ankara	② Montreal	② Debrecen
③ Kolkata	③ Izmir	③ Vancouver	③ Szeged
④ Chennai	④ Bursa	④ Calgary	④ Miskolc
⑤ Bangalore	⑤ Adana	⑤ Edmonton	⑤ Pecs
6 Hyderabad	6 Gaziantep	6 Ottawa	6 Győr
⑦ Ahmedabad	⑦ Konya	⑦ Winnipeg	⑦ Nyíregyháza
8 Pune	8 Cankaya	® Quebec City	8 Kecskemét
9 Surat	9 Antalya		9 기타
1 Jaipur	10 Bagcilar	10 Kitchener	
① 기타	① 기타	① 기타	

※ 기타 (구체적으로 응답해 주십시오) ─**▶ 조사중단** 

SQ4. (전체 응답) 귀하가 평소에 사용하거나 보유하고 있는 동영상 시청기기를 모 두 응답해 주십시오 (복수응답 가능)

- ① TV ② 스마트폰 ③ 데스크탑 PC ④ 노트북 PC
- ⑤ 태블릿 PC ⑥ 하나도 없음 (─**▶** 조사중단
- SQ5. (전체 응답) 귀하가 방송프로그램이나 영화, 스포츠 등 다양한 동영상 콘텐츠 를 시청할 때 주로 사용하는 기기를 주로 사용하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (3위까지 선택 필수)

1위 ( ) 2위 ( ) 3위 ( ) 트폰 ③ 데스크탑 PC ④ 노트북 PC ⑤ 태블릿 PC

① TV ② 스마트폰 ③ 데스크탑 PC

#### Part 1

## TV 이용행태

#### <설명문>

TV를 시청하는 방식에는 다음 두 가지가 있습니다.

- 첫째, 실내, 실외 안테나를 이용하여 지상파TV(free-to-air TV, over-the-air TV, terrestrial TV)를 직접 수신하는 방식입니다. (4개국 지상파TV 예시) 등 지상파TV 채널만 시청이 가능합니다.
  - o 인도: DD National, DD News, DD Sports, DD Bharati 등
  - o 터키: TRT1, TRT2, TRT Spor, Kanal D, ATV 등
  - o 캐나다: CBC, CTV, TVA, TVO 등
  - o 헝가리: Duna, TV2, M1, M2, RTL KLUB 등
- 둘째, 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료방송(4개국 유료방송 예시)에 가입하여 별도의 월정액을 지불하고 지상파TV채널 외에도 다양한 유료방송 채널을 수신하는 방식입니다 유료방송을 이용하기 위해서는 셋톱박스나 위성방송 안테나 등 별도의 장치를 설치해야 합니다. 유료방송 서비스에 가입하면 실시간으로 제공되는 방송프로그램 뿐만 아니라, 영화, 스포츠등 다양한 동영상 콘텐츠를 개별적으로 선택하여 시청하는 VOD서비스를 이용할 수 있습니다.
  - o 인도: Den Networks, Hathway, Dish TV, Tata Sky, Sun Direct TV, Airtel, BSNL, MTNL 등
  - o 터키: D-Smart, DigiTurk, Türksat, Türk Telekom 등
  - o 캐나다: Bell TV, Ignite TV, Shaw TV, Telus, Vidéotron, Cogeco 등
  - o 헝가리: Magyar Telekom, UPC Magyarország, Digi 등

Q1-1. (전체 응답) 귀하는 가정에서 지상파 안테나를 통해 TV를 시청하십니까?
① 에(写Q1-2) ② 아니오(写Q1-3)
Q1-2. (Q1-1의 ①응답만) 그럼, 귀하는 TV수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV를 시청하십니까?
① 30분 미만       ② 30분 이상 ~ 1시간 미만       ③ 1시간 이상 ~ 2시간 미만         ④ 2시간 이상 ~ 3시간 미만       ⑤ 3시간 이상 ~ 4시간 미만       ⑥ 4시간 이상 ~ 5시간 미만         ⑦ 5시간 이상
Q1-3. (전체 응답) 귀하는 가정에서 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료방송 서비스에 가입하여 TV를 시청하십니까?
① 에(写Q1-4) ② 아니오(写Q1-5)
Q1-4. (Q1-3의 ①응답만) 그럼, 귀하는 TV수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV를 시청하십니까?
① 30분 미만 ② 30분 이상 ~ 1시간 미만 ③ 1시간 이상 ~ 2시간 미만
④ 2시간 이상 ~ 3시간 미만 ⑤ 3시간 이상 ~ 4시간 미만 ⑥ 4시간 이상 ~ 5시간 미만 ⑦ 5시간 이상
Q1-5. (Q1-3에서 ②의 응답만) 유료방송 서비스에 가입하지 않은 이유는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
① 월 이용료가 비싸서 ② 특별히 볼만한 프로그램이 없어서
③ 지상파TV로 충분해서 ④ 유료방송 서비스가 마음에 들지 않아서
⑤ 가입 방법을 몰라서 ⑥ 자녀 교육에 문제가 있을 것 같아서 ⑦ 기타(구체적으로 응답해 주십시오)
Q1-6. (전체 응답) 귀하가 TV를 시청할 때 즐겨보는 장르를 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. (3위까지 선택 필수)
1위 ( ) 2위 ( ) 3위 ( )
① 드라마 ② 버라이어티쇼 ③ 음악 ④ 뉴스/시사 ⑤ 교육 ⑥ 영화
⑦ 스포츠 8 다큐멘터리 9 애니메이션 ⑩ 종교 10 퀴즈쇼 12 토크쇼
③ 코미디 ④ 리얼리티쇼 ⑤ 키즈 ⑥ 기타(구체적으로 응답해 주십시오)

#### Part 2

## 온라인동영상서비스(OTT) 이용행태

#### <설명문>

온라인동영상서비스(OTT)는 인터넷망을 통해 방송프로그램이나 영화, 스포츠등 다양한 동영상 콘텐츠를 이용할 수 있는 서비스를 의미합니다. 온라인동영상서비스는 인터넷에 접속하여 스마트폰, 데스크탑PC, 노트북, 태블릿PC, 스마트TV등 다양한 동영상 콘텐츠 시청기기를 통해 이용할 수 있습니다.

대표적인 서비스로는 YouTube, Dailymotion, Netfilx, Amazon Prime Video, Britbox 등 (기타 국가별 주요 OTT 포함) 등이 있습니다.

- o 인도: Voot, Hotstar, SonyLIV, ALT Balaji, BigFlix, Ditto TV 등
- o 터키: Tivibu, D-smart Blu, Digiturk Play, Turkcell TV+ 등
- o 캐나다: CraveTV, CBC Gem, Sportsnet Now 등
- o 헝가리: MyTV, TV GO 등

Q2-1.	(전체	응답)	귀하는	유료	또는	무료로	온라인동영	경상서비	스(OTT)를	이용하고	계
	십니끼	<b>¦</b> ?									

① 0	州(にマQ2-2)	2	아니오 (☞Q2-8)
	(Q2-1에서 ①의 응답만) 귀하 영상서비스(OTT)에 가입하고		l월 월정액을 지불해야 하는 유료 온라인동 - 까?
① O	州 (に Q2-3)	2	아니오 (트Q2-8)

- Q2-3. (Q2-1에서 ①의 응답만) 귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 하루 평균 몇 시간 정도 이용하십니까?
- ① 30분 미만
   ② 30분 이상 ~ 1시간 미만
   ③ 1시간 이상 ~ 2시간 미만

   ④ 2시간 이상 ~ 3시간 미만
   ⑤ 3시간 이상 ~ 4시간 미만
   ⑥ 4시간 이상 ~ 5시간 미만

   ⑦ 5시간 이상
- Q2-4. (Q2-1에서 ①의 응답만) 귀하가 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)를 많이 이용하는 순서대로 3개까지 응답해 주십시오.
  1위( ) 2위( ) 3위( )

- Q2-5. (Q2-1에서 ①의 응답만) 귀하는 방송프로그램이나 영화, 스포츠 등 다양한 동 영상 콘텐츠를 시청하는 경우 방송서비스(지상파TV 또는 유료방송)와 온라인 동영상서비스(OTT) 중 어느 것을 더 많이 이용하십니까?
- ① 방송서비스(지상파, 유료방송)를 더 많이 이용한다
- ② 비슷하다.
- ③ 온라인동영상서비스(OTT)를 더 많이 이용한다
- Q2-6. (Q2-1에서 ①의 응답만) 귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 TV에서 동 시간대에 방송되거나 중계되고 있는 프로그램을 더 많이 시청하십니까? 아 니면 이미 방송된 프로그램이나 영화 등을 주문형으로 더 많이 시청하십니까?
- ① TV에서 동 시간대에 방송되고 있는 프로그램을 더 많이 시청한다.
- ② 비슷하다.
- ③ 이미 방송된 프로그램이나 영화 등을 주문형으로 더 많이 시청한다
- O2-7. (O2-1에서 ①의 응답만) 귀하가 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 즐겨 보는 장르를 많이 이용하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오.

1위 ( ) 2위( ) 3위( ) ① 드라마 ② 버라이어티쇼 ③ 음악 ⑤ 교육 ④ 뉴스/시사 ⑥ 영화 ⑦ 스포츠 ⑨ 애니메이션 ⑧ 다큐멘터리 ⑩ 종교 ① 퀴즈쇼 ① 토크쇼 ⑮ 키즈 ③ 코미디 〔4〕 리얼리티쇼

- (6) 기타(구체적으로 응답해 주십시오)
- Q2-8. (Q2-1에서 ②응답 및 Q2-2에서 ②응답만) 귀하가 온라인동영상서비스(OTT)를 이용하지 않거나 유료 서비스에 가입하지 않으신 이유는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)
- ① 월 이용료가 비싸서

- ② 특별히 볼만한 콘텐츠가 없어서
- ③ 지상파방송이나 유료방송으로 충분해서 ④ 서비스가 마음에 들지 않아서

⑤ 콘텐츠 질이 떨어져서

⑥ 자녀 교육에 문제가 있을 것 같아서

⑦ 이용방법을 잘 몰라서

- ⑧ 외국 서비스에 대한 반감이 있어서
- ⑨ 기타(구체적으로 응답해 주십시오)

#### Part 3

### TV 및 OTT 유료 이용행태

#### <설명문>

방송프로그램이나 영화, 스포츠 등 다양한 동영상 콘텐츠는 월정액과 개별구매 등 유료로 시청(이용)할 수 있습니다.

월정액은 1개월에 일정한 금액을 지불하는 방식입니다. 월정액에는 크게 기본 이용료와 부가서비스(프리미엄 채널, 무비팩 등) 이용료가 포함됩니다.

주문형 콘텐츠 건당 구매는 콘텐츠 편당 일정 금액을 결제하는 방식입니다.

Q3-1. (Q1-3에서 ①의 응답만) 귀하(또는 귀하의 가정)는 케이블, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료로 매월 얼마나 지불하십니까? TV, 전화, 인터넷 등 결합 상품(번들링 패키지) 이용 시 인터넷, 휴대전화 요금을 제외하고 응답해 주 십시오.

#### ※ 모든 금액에 각국 화폐단위약어(인도-Rs, 터키-TL, 캐나다-C\$, 헝가리-Ft) 삽입

- ◆ 인도 (INR)
- ① 100 미만
- ② 100 이상 ~ 200 미만
- ③ 200 이상 ~ 300 미만

- ④ 300 이상 ~ 400 미만 ⑤ 400 이상 ~ 500 미만
- ⑥ 500 이상 ~ 600 미만

- ⑦ 600 이상 ~ 700 미만
- ⑧ 700 이상 ~ 800 미만
- ⑨ 800 이상

- ◆ 터키 (TRY)
- ① 10 미만
- ② 10 이상 ~ 20 미만
- ③ 20 이상 ~ 30 미만

- ④ 30 이상 ~ 40 미만
- ⑤ 40 이상 ~ 50 미만
- ⑥ 50 이상 ~ 60 미만

- ⑦ 60 이상 ~ 70 미만
- ⑧ 70 이상 ~ 80 미만
- ⑨ 80 이상

- ◆ 캐나다 (CAD)
- ① 30 미만
- ② 30 이상 ~ 40 미만
- ③ 40 이상 ~ 50 미만

- ④ 50 이상 ~ 60 미만
- ⑤ 60 이상 ~ 70 미만
- ⑥ 70 이상 ~ 80 미만

- ⑦ 80 이상 ~ 90 미만 ⑧ 90 이상 ~ 100 미만
- ⑨ 100 이상

- ◆ 헝가리 (HUF)
- ① 1,000 미만

- ② 1,000 이상 ~ 2,000 미만
- ③ 2,000 이상 ~ 3,000 미만
- ④ 3,000 이상 ~ 4,000 미만
- ⑤ 4,000 이상 ~ 5,000 미만
- ⑥ 5,000 이상 ~ 6,000 미만
- ⑦ 6,000 이상 ~ 7,000 미만
- ⑧ 7,000 이상 ~ 8,000 미만
- ⑨ 8,000 이상

Q3-1-1. (Q3-1.에서 응답한 구간 조건걸기) 귀하께서는 귀하(또는 귀하의 가정)에서 케이블, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료로 매월 지불하는 금액이 (XX) 라고 응답하셨습니다. 그럼, 귀하(또는 귀하의 가정)에서 케이블, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료로 매월 지불하는 금액을 구체적으로 응답해 주 십시오.

◆ 인도 : \_\_\_\_\_ Rs ◆ 터키 : \_\_\_\_\_ TI ◆ 캐나다 : \_\_\_\_\_ C\$ ◆ 헝가리 : \_\_\_\_\_ Ft

Q3-2. (Q1-3에서 ①의 응답만) 귀하(또는 귀하의 가정)는 유료방송 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매(개별 결제)로 매월 얼마나 지불하십니까?

#### ※ 모든 금액에 각국 화폐단위약어(인도-Rs, 터키-TL, 캐나다-C\$, 헝가리-Ft) 삽입

- ◆ 인도 (INR)
- ① 건당 결제를 이용하지 않음 ② 50 미만
- ③ 50 이상 ~ 100 미만

- ④ 100 이상~200 미만 ⑤ 200 이상 ~ 300 미만
  - ⑥ 300 이상 ~ 400 미만

- ⑦ 400 이상~500 미만
- ⑧ 500 이상 ~ 600 미만 ⑨ 600 이상

- ◆ 터키 (TRY)
- ① 건당 결제를 이용하지 않음 ② 5 미만

③ 5 이상 ~ 10 미만

- ④ 10 이상 ~ 20 미만 ⑤ 20 이상 ~ 30 미만
- ⑥ 30 이상 ~ 40 미만

- ⑦ 40 이상 ~ 50 미만 ⑧ 50 이상 ~ 60 미만
- ⑨ 60 이상

- ◆ 캐나다 (CAD)
- ① 건당 결제를 이용하지 않음 ② 10 미만
- ③ 10 이상 ~ 20 미만

- ⑥ 40 이상 ~ 50 미만
- ④ 20 이상 ~ 30 미만
   ⑤ 30 이상 ~ 40 미만
   ⑥ 40 이상

   ⑦ 50 이상 ~ 60 미만
   ⑧ 60 이상 ~ 70 미만
   ⑨ 70 이상

- ◆ 헝가리 (HUF)
- ① 건당 결제를 이용하지 않음 ② 500 미만

- ③ 500 이상 ~ 1,000 미만④ 1,000 이상 ~ 2,000 미만⑤ 2,000 이상 ~ 3,000 미만⑥ 3,000 이상 ~ 4,000 미만
- ⑦ 4,000 이상 ~ 5,000 미만 ⑧ 5,000 이상 ~ 6,000 미만 ⑨ 6,000 이상

Q3-2-1. (Q3-2.에서 응답한 구간 조건걸기) 귀하께서는 귀하(또는 귀하의 가정)에서 유료방송 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매(개별 결제)로 매월 지불하는 금액이 (XX)라고 응답하셨습니다. 그럼, 귀하(또는 귀하의 가정)에서 유료 방송 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매(개별 결제)로 매월 지불하는 금액을 구체적으로 응답해 주십시오.

◆ 인도 : \_\_\_\_\_ Rs ◆ 터키 : \_\_\_\_\_ TI ◆ 캐나다 : \_\_\_\_\_ C\$ : \_\_\_\_\_ Ft ◆ 헝가리

Q3-3. (Q2-2에서 ①의 응답만) 귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT 서비스) 월정액 이용료로 매월 얼마나 지불하십니까?

#### ※ 모든 금액에 각국 화폐단위약어(인도-Rs, 터키-TL, 캐나다-C\$, 헝가리-Ft) 삽입

•	인도	(INR)

① 50 미만

② 50 이상 ~ 100 미만

③ 100 이상 ~ 200 미만

④ 200 이상 ~ 300 미만

⑤ 300 이상 ~ 400 미만

⑥ 400 이상 ~ 500 미만

⑦ 500 이상 ~ 600 미만

⑧ 600 이상 ~ 700 미만

⑨ 700 이상

#### ◆ 터키 (TRY)

① 10 미만

② 10 이상 ~ 20 미만

③ 20 이상 ~ 30 미만

④ 30 이상 ~ 40 미만

⑤ 40 이상 ~ 50 미만

⑥ 50 이상 ~ 60 미만

⑦ 60 이상 ~ 70 미만

⑧ 70 이상 ~ 80 미만

⑨ 80 이상

#### ◆ 캐나다 (CAD)

① 5 미만

② 5 이상 ~ 10 미만

③ 10 이상 ~ 15 미만

④ 15 이상 ~ 20 미만

⑤ 20 이상 ~ 25 미만

⑥ 25 이상 ~ 30 미만

⑦ 30 이상 ~ 35 미만

⑧ 35 이상 ~ 40 미만

⑨ 40 이상

#### ◆ 헝가리 (HUF)

① 500 미만

② 500 이상 ~ 1,000 미만

③ 1,000 이상 ~ 1,500 미만④ 1,500 이상 ~ 2,000 미만⑤ 2,000 이상 ~ 2,500 미만⑥ 2,500 이상 ~ 3,000 미만

⑦ 3,000 이상 ~ 3,500 미만 ⑧ 3,500 이상 ~ 4,000 미만 ⑨ 4,000 이상

Q3-3-1. (Q3-3.에서 응답한 구간 조건걸기) 귀하께서는 귀하(또는 귀하의 가정)에서 온라인동영상서비스(OTT 서비스) 월정액 이용료로 매월 지불하는 금액이 (XX)라고 응답하셨습니다. 그럼, 귀하(또는 귀하의 가정)에서 온라인동영상 서비스(OTT 서비스) 월정액 이용료로 매월 지불하는 금액을 구체적으로 응답해 주십시오.

◆ 인도 : \_\_\_\_\_ Rs ◆ 터키 : \_\_\_\_\_ TI ◆ 캐나다 : \_\_\_\_\_ C\$ ◆ 헝가리 : \_\_\_\_\_ Ft

Q3-4. (Q2-2에서 ①의 응답만) 귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT 서비스)에서 주문형 콘텐츠 건당 구매로 매월 얼마나 지불하십니까?

#### ※ 모든 금액에 각국 화폐단위약어(인도-Rs, 터키-TL, 캐나다-C\$, 헝가리-Ft) 삽입

- ◆ 인도 (INR)
- ① 건당 결제를 이용하지 않음 ② 50 미만
- ③ 50 이상 ~ 100 미만

- ④ 100 이상 ~ 200 미만 ⑤ 200 이상 ~ 300 미만
- ⑥ 300 이상 ~ 400 미만

- ⑦ 400 이상 ~ 500 미만 ⑧ 500 이상 ~ 600 미만 ⑨ 600 이상

- ◆ 터키 (TRY)
- ① 건당 결제를 이용하지 않음 ② 5 미만

- ③ 5 이상 ~ 10 미만
- ④ 10 이상 ~ 20 미만 ⑤ 20 이상 ~ 30 미만
- ⑥ 30 이상 ~ 40 미만

- ⑦ 40 이상 ~ 50 미만 ⑧ 50 이상 ~ 60 미만 ⑨ 60 이상

- ◆ 캐나다 (CAD)
- ① 건당 결제를 이용하지 않음 ② 10 미만
- ③ 10 이상 ~ 20 미만

- ④ 20 이상 ~ 30 미만
- ⑤ 30 이상 ~ 40 미만
- ⑥ 40 이상 ~ 50 미만

- ⑦ 50 이상 ~ 60 미만
- 8 60 이상 ~ 70 미만 9 70 이상

- ◆ 헝가리 (HUF)
- ① 건당 결제를 이용하지 않음 ② 500 미만

- ③ 500 이상 ~ 1,000 미만④ 1,000 이상 ~ 2,000 미만⑤ 2,000 이상 ~ 3,000 미만⑥ 3,000 이상 ~ 4,000 미만

- ⑦ 4,000 이상 ~ 5,000 미만 ⑧ 5,000 이상 ~ 6,000 미만 ⑨ 6,000 이상

Q3-4-1. (Q3-4.에서 응답한 구간 조건걸기) 귀하께서는 귀하(또는 귀하의 가정)에서 온라인동영상서비스(OTT 서비스)에서 주문형 콘텐츠 건당 구매로 매월 지불하는 금액이 (XXX)라고 응답하셨습니다. 그럼, 귀하(또는 귀하의 가정)에서 온라인동영상서비스(OTT 서비스)에서 주문형 콘텐츠 건당 구매로 매월 지불하는 금액을 구체적으로 응답해 주십시오.

 ◆ 인도
 : \_\_\_\_\_\_ Rs

 ◆ 터키
 : \_\_\_\_\_\_ Tl

 ◆ 캐나다
 : \_\_\_\_\_\_ C\$

 ◆ 헝가리
 : \_\_\_\_\_\_ Ft

## Part 4 한국 방송프로그램(동영상 콘텐츠) 이용행태 및 인식

Q4-1	. (전체 응답) 귀하는 한국 시청한 경험이 있으십니		송프로그램이나	영화 등	다?	양한 동영	상 콘텐츠를
1	있음 (도교Q4-2) ② 없	음 (r	₹Q4-12)	3	모	르겠음 (🗆	FQ4-12)
Q4-2	. (Q4-1에서 ①의 응답만) 이나 영화 등 다양한 동					E 한국 병	·송프로그램
			시간			분	
Q4-3	. (Q4-1에서 ①의 응답만 영상 콘텐츠를 시청하는 3위까지 선택해주시기 년 1위 ( )	: 주 바랍!	된 방법은 무9 니다. ☞(3위까지	선입니까? 지 선택 필	많0 !수)	이용하-	는 순서대로
① 2	지상파Ⅳ		② 케이블TV				
_	구요 구·· 유료 온라인동영상서비스						
_	소셜네트워크서비스(SNS)						
Q4-4	. (Q4-3에서 ③, ④, ⑤ 중 램이나 영화 등 다양한 인동영상서비스(OTT)는 해주시기 바랍니다. (주 ☞(3개 모두 응답할 필요	동영 무엇 관식 2는	영상 콘텐츠를 <i>시</i> [입니까? 많이 문항) 없음)	시청하기 <sup>-</sup> 사용하는	위해 순 <i>/</i>	주로 이	용하는 온라
	1위 ( )	2우	(	) 3위 (			)
Q4-5	. (Q4-1에서 ①의 응답만) 등 다양한 동영상 콘텐 위까지 응답해 주십시오	츠의 ☞	장르는 무엇입 (3위까지 선택	니까? 많 필수)	0  .		
	1위 ( )		위 (	) 3위 (			)
_	드라마	2	버라이어티쇼 -		_	음악	
_	뉴스/시사	(5)	교육		_	영화	
	스포츠	8	다큐멘터리			애니메이	션
	종교	11)			12	토크쇼	
13)	코미디	14)	리얼리티쇼		15)	키즈	
16)	기타(구체적으로 응답해 주선	십시오	<u>P</u> )				

Q4-6. (Q4-1에서 ①의 응답만) 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동 영상 콘텐츠에 대해 어느 정도 만족하십니까?

장르	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통이다	만족한다	매우 만족한다				
(1) 드라마	1	2	3	4)	(5)				
(2) 버라이어티쇼	1	2	3	4)	(5)				
(3) 음악	1	2	3	4)	(5)				
(4) 뉴스/시사	1	2	3	4)	(5)				
(5) 교육	1	2	3	4)	(5)				
(6) 영화	1	2	3	4)	(5)				
(7) 스포츠	1	2	3	4	(5)				
(8) 다큐멘터리	1	2	3	4)	(5)				
(9) 애니메이션	1	2	3	4)	(5)				
(10) 종교	1	2	3	4)	(5)				
(11) 퀴즈쇼	1	2	3	4	(5)				
(12) 토크쇼	1	2	3	4	(5)				
(13) 코미디	1	2	3	4)	(5)				
(14) 리얼리티쇼	1	2	3	4	(5)				
(15) 키즈	1	2	3	4	(5)				

Q4-7. (Q4-1에서 ①의 응답만) 귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동 영상 콘텐츠를 선택할 때 중요하게 생각하는 요인은 무엇입니까? 중요하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 해주십시오. ☞(3위까지 선택 필수)

	1위 (	)	2위 (		) 3위 (	)
1	콘텐츠의 참신성			2	콘텐츠의 흥미성	
3	콘텐츠의 작품성			4	콘텐츠의 대중성	
(5)	콘텐츠가 제공하는	정보의 -	유용성	6	콘텐츠의 장르 및 포맷	
7	콘텐츠의 세련미			8	콘텐츠의 신뢰성	
9	콘텐츠의 다양성			10	콘텐츠의 사실성	
11)	콘텐츠의 환상미			12	한국 고유문화의 특수성	
13	온가족 시청 적합도			14)	주요 연기자 및 연예인의	외모

⑤ 주요 연기자 및 연예인의 재능 ⑥ 주요 연기자 및 연예인의 인기도

영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점 순서대로 2위까지 응답해주십시오. 1위( ) ① 언어 문제(더빙, 자막 등)	2위 ( ) ② 방송 프로그램 이용료가 비쌈 ③ 문화적 이질감
영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 스 있습니까?	용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 트리밍 또는 다운로드하여 시청한 경험이 ② 없음(☞Q4-13)
Q4-10. (Q4-9에서 ①의 응답만) 귀하는 I	비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램  츠를 스트리밍 또는 다운로드하여 얼마나
④ 1주일에 3-4번 ⑤ 1주일에 5 Q4-11. (Q4-9에서 ①의 응답만) 귀하는 I	번 이상 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램 츠를 시청할 때 주로 이용하는 동영상 시
① TV ② 스마트폰 ③ 데스크	.탑PC ④ 노트북 ⑤ 태블릿PC
	는 어떠한 이유로 한국 방송프로그램이나 시청한 경험이 없으십니까? 가장 큰 이유 2. ☞(3위까지 선택 필수) ) 3위( ) ② 특별히 시청할만한 프로그램이 없어서 ④ 다른 나라의 프로그램이 더 재미있어서 ⑥ 비용이 많이 들어서 ⑧ 한국어가 어렵고 생소해서 ⑩ 자국 정서와 맞지 않아서 ⑫ 작품성, 예술적 가치가 떨어져서 ⑭ 세계적인 스타가 등장하지 않아서 ⑭ 기타(구체적으로 응답해 주십시오)

Q4-13. (전체 응답) 귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠에 대해 전반적으로 어떻게 생각하는지 응답해 주십시오.

문항	전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
(1) 참신하다	1	2	3	4	(5)
(2) 흥미롭다	1	2	3	4	(5)
(3) 작품성이 높다	1	2	3	4)	(5)
(4) 대중적이다	1	2	3	4)	(5)
(5) 유익한 정보가 많다	1	2	3	4	(5)
(6) 장르와 포맷이 우수하다	1	2	3	4)	(5)
(7) 세련되다	1	2	3	4)	(5)
(8) 신뢰할만하다	1	2	3	4	(5)
(9) 다양하다	1	2	3	4)	(5)
(10) 사실적이다	1	2	3	4	(5)
(11) 환상적이다	1	2	3	4)	(5)
(12) 한국 고유문화의 특수성을 잘 보여준다	1	2	3	4)	(5)
(13) 온가족이 시청하기에 적합하다	1	2	3	4	(5)
(14) 주요 연기자 및 연예인들의 외모가 멋지다	1)	2	3	4)	(5)
(15) 주요 연기자 및 연예인들의 재능이 뛰어나다	1)	2	3	4	(5)
(16) 주요 연기자 및 연예인들의 인기가 높다	1)	2	3	4	(5)

Q4-14. (전체 응답) 귀하는 향후에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하실 의향이 어느 정도 있으십니까?

장르	전혀 없다	없는 편이다	보통이다	많은 편이다	매우 많다
(1) 드라마	1	2	3	4)	(5)
(2) 버라이어티쇼	1)	2	3	4	(5)
(3) 음악	1	2	3	4	(5)
(4) 뉴스/시사	1	2	3	4)	(5)
(5) 교육	1	2	3	4)	(5)
(6) 영화	1	2	3	4)	(5)
(7) 스포츠	1	2	3	4	(5)
(8) 다큐멘터리	1	2	3	4	(5)
(9) 애니메이션	1	2	3	4	(5)
(10) 종교	1	2	3	4)	(5)
(11) 퀴즈쇼	1)	2	3	4	(5)
(12) 토크쇼	1	2	3	4	(5)
(13) 코미디	1	2	3	4	(5)
(14) 리얼리티쇼	1	2	3	4	(5)
(15) 키즈	1	2	3	4	(5)

Q4-15. (전체 응답) 귀하는 평소에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분하다고 생각하십니까?

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	(5)

Q4-16. (Q4-15에서 ①과 ②응답자만) 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영 상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유는 무엇입니까?

- ① 광고나 홍보 부족
- ② 이용료가 비쌈
- ③ 언어 장벽(자막, 더빙 등이 부족함)
- ④ 제공하는 채널이나 사이트가 부족
- ⑤ 기타(구체적으로 응답해 주십시오)

#### Part 5

## 국가 간 방송프로그램 공동제작 인식

#### <설명문>

공동제작(international broadcasting TV program co-production)이란 국가 간에 제작비와 제작 업무를 분담하여 프로그램을 공동으로 제작하고, 프로그램에 대한 권리를 함께 공유하거나 나누어 갖는 것을 의미합니다. 다른 나라의 프로그램 포맷을 구매하여 우리나라에서 제작한 프로그램도 국가 간 공동제작에 포함될 수 있습니다.

인도(터키, 캐나다, 헝가리)가 다른 나라와 함께 공동제작을 했던 작품으로는 (국가별 공동제작 프로그램 예시) 등이 있습니다.

#### ㅇ 인도

- <The Far Pavillions> (India-UK), <No Bed of Roses> (India-Bangladesh)
- <Mask> (India-Bangladesh), <Rocky Handsome> (Remake of Korean film)

#### o 터키

- <Yor, the Hunter from the Future> (Turkey-France-Italy),
- <Head-on> (Turkey-Germany), <Ayla> (Turkey-Korea),
- <Bir ask hikayesi>, <Paramparça>, <Elİn Oğlu>, <Eğlendirme Dairesi> (Remake of Korean TV programs)

#### o 캐나다

- <The L Word> (Canada-US), <My Big Fat Greek Wedding> (Canada-US),
- < In the Name of the King> (Canada-US-Germany),
- <Beatriz at Dinner> (Canada-US), <Room> (Canada-Ireland-UK-US)

#### o 헝가리

- <The Secret of Moonacre> (Hungary-UK-France),
- <Jupiter's Moon> (Hungary-Germany), <His Master's Voice> (Hungary-Canada)

① 있음(도Q5-2)	② 없음	<b>2</b> (□ Q5-6)	3	모르겠음(写Q5-6)
Q5-2. (Q5-1에서 ①의 응답만) 프로그램은 모두 몇 편			한 국	h가 간 공동제작 방송
① 1개 ④ 4개	<ul><li>2</li><li>5</li><li>5</li></ul>	개 개 이상	3	3개
Q5-3. (Q5-1에서 ①의 응답면 장르는 무엇입니까? 모	•			
<ol> <li>드라마</li> <li>뉴스/시사</li> <li>스포츠</li> <li>종교</li> <li>코미디</li> <li>기타(구체적으로 응답해 주</li> </ol>	(5) 교 (8) 다 (11) 퀴 (4) 리	—	<ul><li>6</li><li>9</li><li>12</li></ul>	음악 영화 애니메이션 토크쇼 키즈
Q5-4. (Q5-1에서 ①의 응답민 좋았던 요인은 무엇입니 해 주십시오. 1위( ① 영상 ② 연출	니까? 가	장 좋았다고 생각하는 ) 2위(	· 순 )	서대로 2위까지 응답
Q5-5. (Q5-1에서 ①의 응답민 점은 무엇입니까? 가장 시오.	•			
<ol> <li>언어 문제(더빙, 자막 등)</li> <li>시청할 수 있는 프로그램의</li> <li>기타(구체적으로 응답해 주선</li> </ol>		<ul><li>② 방송 프로그램</li><li>④ 문화적 이질감</li><li>⑥ 불편한 점 없음</li></ul>		용료가 비쌈
Q5-6. (전체 응답) 귀하는 국 할 수 있다고 생각하십				
① 그렇다 (写Q5-7)	② 그팅	벟지 않다 (☞Q5-8)	3	모르겠음(写Q5-8)

Q5-1. (전체 응답) 귀하는 국가 간 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이

있으십니까?

Q5-7. (Q5-6에서 ①의 응답만) 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 더 좋은 방송프로그램이 제작될 수 있다고 생각하십니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. ☞(3위까지 선택 필수) 1위( ) 2위( ) 3위( )         ① 프로그램 품질 (quality)       ② 프로그램 다양성 (diversity)         ③ 프로그램 혁신성 (creativity)       ④ 프로그램 유용성 (usefulness)         ⑤ 프로그램 신뢰성 (trustworthiness)       ⑥ 프로그램 사실성 (reality)         ⑦ 신기술 활용 (new technology)       ⑧ 현지 제작 활성화 (local production)
⑨ 기타(구체적으로 응답해 주십시오)
Q5-8. (전체 응답) 귀하는 국가 간 공동제작이 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 기여할 수 없다고 생각하십니까?  ① 기여할 수 있다(☞Q5-9) ② 기여할 수 없다(☞Q5-10) ③ 모르겠음(☞Q5-10)
① 기어를 수 있다 (으로) 5) ② 기어를 수 있다 (으로) 10) ③ 포트였습(으로) 10)
Q5-9. (Q5-8에서 ①의 응답만) 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오. ☞(3위까지 선택 필수) 1위( ) 2위( ) 3위( ) 3위( ) 1위( ) 2위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위( ) 3위(
<ul><li>③ 기타(구체적으로 응답해 주십시오)</li></ul>
Q5-10. (전체 응답) 국가 간 방송프로그램 공동제작에 적합하다고 생각하는 장르는 무엇이라 생각하십니까? 가장 적합하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답 해 주십시오. ☞(3위까지 선택 필수) 1위( ) 2위( ) 3위( )  ① 드라마 ② 버라이어티쇼 ③ 음악 ④ 뉴스/시사 ⑤ 교육 ⑥ 영화 ⑦ 스포츠 ⑧ 다큐멘터리 ⑨ 애니메이션 ⑩ 종교 ⑪ 퀴즈쇼 ② 애니메이션 ⑩ 종교 ⑪ 귀즈쇼 ② 토크쇼 ③ 코미디 ⑭ 리얼리티쇼 ⑤ 키즈

Q5-11. (전체 응답) 국가 간 방 생각하십니까? 가장 먼 주십시오.	송프로그램 공동제작 시 고려 저 고려해야 한다고 생각하는	
1위 (	) 2위 (	)
① 문화에 대한 이해 ② 연		
④ 대본 ⑤ 더 ⑦ 장르	빙 및 자막 ⑥ 프로그램에	대한 홍보/정보 제공
까지 응답해 주십시오.	고 생각하십니까? 중요하다고	L 생각하는 순서대로 2위
1위 (	) 2위 (	)
① 우리나라 상황과 문화에 맞게 ③ 자막의 위치나 색깔이 보기		±리가 듣기 좋아야 함 L대로 외국어로 방송되는
⑤ 더빙과 자막이 없는 것이 차	라리 낫다 ⑥ 기타(구체적	으로 응답해 주십시오)
Q5-13. (전체 응답) 귀하는 한 나라의 방송사(제작사) 있으십니까?	국 연예인이 출연하거나 한 <sup>:</sup> 와 공동으로 제작한 방송프	
① 있음(☞Q5-14)	② 없음(□Q6-1)	③ 모르겠음(☞Q6-1)
Q5-14. (5-13에서 ①의 응답만) 그램의 장르는 무엇입니 ☞(복수 응답 가능)	귀하가 시청한 한국과 우리나 니까? 모두 응답해 주십시오.	나라의 공동제작 방송프로
① 드라마	② 버라이어티쇼	③ 음악
④ 뉴스/시사	⑤ 교육	⑥ 영화
① <u>스포츠</u>	⑧ 다큐멘터리	⑨ 애니메이션
⑩ 종교 ⑬ 코미디	<ul><li>① 퀴즈쇼</li><li>⑭ 리얼리티쇼</li></ul>	<ul><li>① 토크쇼</li><li>⑤ 키즈</li></ul>
⑥ 기타(구체적으로 응답해 주신		(i) /1—
	•	

## Part 6 TV 및 OTT 이용환경

Q6-1. (전체 응답) 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.
① 1시간 미만 ② 1시간 이상~2시간 미만 ③ 2시간 이상~3시간 미만
④ 3시간 이상 ~ 4시간 미만 ⑤ 4시간 이상 ~ 5시간 미만 ⑥ 5시간 이상 ~ 6시간 미만
⑦ 6시간 이상 ~ 7시간 미만 ⑧ 7시간 이상
Q6-2. (전체 응답) 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?

④ 3시간 이상 ~ 4시간 미만 ⑤ 4시간 이상 ~ 5시간 미만 ⑥ 5시간 이상 ~ 6시간 미만

② 1시간 이상 ~ 2시간 미만 ③ 2시간 이상 ~ 3시간 미만

⑦ 6시간 이상 ~ 7시간 미만 ⑧ 7시간 이상

① 1시간 미만

- Q6-3. (전체 응답) 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.
- ① 1시간 미만② 1시간 이상 ~ 2시간 미만③ 2시간 이상 ~ 3시간 미만④ 3시간 이상 ~ 4시간 미만⑤ 4시간 이상 ~ 5시간 미만⑥ 5시간 이상 ~ 6시간 미만
- ⑦ 6시간 이상 ~ 7시간 미만 ⑧ 7시간 이상
- Q6-4. (전체 응답) 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- ① 1시간 미만 ② 1시간 이상~2시간 미만 ③ 2시간 이상~3시간 미만
- ④ 3시간 이상~4시간 미만 ⑤ 4시간 이상~5시간 미만 ⑥ 5시간 이상~6시간 미만
- ⑦ 6시간 이상 ~ 7시간 미만 ⑧ 7시간 이상
- Q6-5. (전체 응답) 귀하는 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하는 데 하루 평균 얼마만큼의 시간을 소요합니까?
- ① 30분 미만 ② 30분 이상~1시간 미만 ③ 1시간 이상~1시간 30분 미만
- ④ 1시간30분 이상~2시간미만 ⑤ 2시간 이상~2시간 30분 미만 ⑥ 2시간 30분 이상

그램이나 다양한 동영 되십니까?	출퇴근, 등하교, 또는 영상 콘텐츠 시청에 C	-				
① 30분 미만	② 30분 이상~1시간 대	미만	③ 1시	간 이상 ~	~1시간 3(	)분 미만
④ 1시간30분 이상~2시간미만	⑤ 2시간 0쌍~2시간 30	분 미만	⑥ 2시	간 30분	이상	
Q6-7. (전체 응답) 귀하가 결 수단은 무엇입니까?	<sup>돌</sup> 퇴근, 등하교, 일상적	이동을	을 위해	주로 (	이용하는	- 교통
① <b>도보</b>	② 자전거		3	오토바	0	
③ 버스나 지하철 등 대중교통	④ 택시		6	자가용		
Q6-8. (전체 응답) 귀하는 현 함께 살고 있습니까?	현재 거주하는 곳에서	귀하를	를 제외적	하고 몇	명의	사람과
① 혼자 거주	② 1명		3	2명		
③ 3명	④ 4명		6	5명 이	상	
Q6-9. (전체 응답) 귀하의 인터넷 사용 환경과 관련하여 다음 질문에 응답해 주십 시오.						
,	민터넷 사용 환경과 된	만련하○	다음	질문에	응답히	ㅐ 주십
시오.	<u></u> 인터넷 사용 환경과 관				응답히	
,	인터넷 사용 환경과 R	관련하0 전혀 그렇지 않다	그렇지 않다		응답하	매우 그렇다
시오.		전혀 그렇지	그렇지	보통		
시오. 문항 (1) 내가 집에서 이용하는 인E	서넷 서비스 접속속도는	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
지오. 문항  (1) 내가 집에서 이용하는 인터 빠르다 (2) 집에서 인터넷을 통해 영경	서넷 서비스 접속속도는 상콘텐츠를 시청할 때	전혀 그렇지 않다 ①	그렇지 않다 ②	보통 이다 3	그렇다	매우 그렇다 ⑤
시오.  문항  (1) 내가 집에서 이용하는 인터 바르다  (2) 집에서 인터넷을 통해 영경 끊김이 없다  (3) 나는 인터넷을 언제 어디션	서넷 서비스 접속속도는 상콘텐츠를 시청할 때 서나 빠르고 편리하게	전혀 그렇지 않다 ①	그렇지 않다 ② ②	보통 이다 ③ ③	그렇다 ④ ④	매우 그렇다 ⑤ ⑤
시오.  문항  (1) 내가 집에서 이용하는 인터 바르다  (2) 집에서 인터넷을 통해 영경 끊김이 없다  (3) 나는 인터넷을 언제 어디서 즐길 수 있다.	러넷 서비스 접속속도는 상콘텐츠를 시청할 때 서나 빠르고 편리하게 넷을 이용할 수 있다.	전혀 그렇지 않다 ① ①	그렇지 않다 ② ②	보통 이다 ③ ③	그렇다 ④ ④	매우 그렇다 ⑤ ⑤

1

1

2

2

4

4

(5)

(5)

3

3

속도는 만족할 만하다.

(7) 나의 생활반경에서는 인터넷 접속이 용이하다.

(8) 내가 이용하는 휴대전화 요금제는 영상콘텐츠를

이용하기에 충분한 양의 데이터를 제공한다.

제공량은 얼마나 됩니까?

주십시오.

◆ 인도 : \_\_\_\_\_ Rs

◆ 캐나다 : \_\_\_\_\_ C\$

① 없음	② 100MB 미만	③ 100MB 이상~500MB 미만
④ 500MB 이상~1GB 미만	⑤ 1GB 이상~2GB 미만	⑥ 2GB 이상~3GB 미만
⑦ 3GB 이상~4GB 미만	⑧ 4GB 이상∼5GB 미만	⑨ 5GB 이상
⑩ 무제한	<ul><li>① 모르겠음</li></ul>	
0		
,	계십니까? 유료방송, OTT,	월 평균 얼마 정도를 동영상 콘텐츠 개별결제를 모두 포함
※ 모든 금액에 각국 화폐단	!위약어(인도-Rs, 터키-TL, 카	l나다-C\$, 헝가리-Ft) 삽입
◆ 인도 (INR)		
-	② 100 이상 ~ 200 미만	-
④ 300 이상 ~ 400 미만	-	⑥ 500 이상 ~ 600 미만
⑦ 600 이상 ~ 700 미만	⑧ 700 여성 ~ 800 미린	⑨ 800 이상
◆ 터키 (TRY)	○ 40 0111 00 EIE	○ 00 0 1  00 □ □
-	② 10 이상 ~ 20 미만 ⑤ 40 이상 ~ 50 미만	③ 20 이상 ~ 30 미만 ⑥ 50 이상 ~ 60 미만
-	③ 70 이상 ~ 80 미만	9 80 이상
◆ 캐나다 (CAD)		
	② 30 이상 ~ 40 미만	③ 40 이상 ~ 50 미만
	⑤ 60 이상 ~ 70 미만	⑥ 70 이상 ~ 80 미만
⑦ 80 이상 ~ 90 미만	⑧ 90 이상 ~ 100 미만	⑨ 100 이상
◆ 헝가리 (HUF)		
① 1,000 미만	② 1,000 이상 ~ 2,000 □	
③ 2,000 이상 ~ 3,000 미만 ⑤ 4,000 이상 ~ 5,000 미만	④ 3,000 이상 ~ 4,000 □ ⑥ 5,000 이상 ~ 6,000 □	
① 6,000 이상 ~ 7,000 미만		
<u> </u>	© 1/222   <b>C</b> 3/222	12
Q6-11-1. (Q6-11.에서 응답	한 구간 조건걸기) 귀하는 9	영화관 관람을 제외하고 유료
·		매월 지불하는 금액이 (XX)라
고 응답하셨습니다.	그럼, 귀하가 매월 지불하는	- 금액을 구체적으로 응답해

 ◆ 터키
 : \_\_\_\_\_\_ TI

 ◆ 헝가리
 : \_\_\_\_\_ Ft

Q6-10. (SQ4의 ②에 응답한 응답자) 귀하가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터

Q6-12. (전체 응답) 귀하는 다음 질문에 어느 정도 동의하는지 응답해 주십시오.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 나는 한 가지 영상 콘텐츠를 시청하면서 다른 영상 콘텐츠를 함께 보거나, 음악이나 라디오 등을 듣는다.	1)	2	3	4	(5)
(2) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 휴대폰 음성이나 문자 등을 통해 누군가에게 연락을 한다.	1	2	3	4	(5)
(3) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 게임을 즐기거나 책을 읽는다.	1	2	3	4	(5)
(4) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 인터넷을 통해 검색, 쇼핑 등을 한다.	1	2	3	4	(5)
(5) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 운동, 일, 집안일 등을 한다.	1	2	3	4	(5)

## Q6-13. (전체 응답) 귀하는 다음 질문에 어느 정도 동의하는지 응답해 주십시오.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 내가 관심있는 분야(운동, 게임, 영화, 요리, 뷰티, 과학 등 다양한 관심사 고려)에 대한 동영상을 일부러 찾아본다.	1	2	3	4	(5)
(2) 내가 관심있는 분야에 대한 동영상을 시청하 는데 시간을 많이 투자한다.	1	2	3	4	(5)
(3) 내가 관심있는 분야에 대한 영상을 어디서 어 떻게 찾아야 하는지 알고 있다.	1	2	3	4	(5)

#### 응답자 특성 Part DQ

♠ 다음은 귀하에 관한 일반적인 사항에 관한 질문입니다.

DQ1. (전체 응답) 귀하의 최종 학력은 무엇입니까?

- ① 정규교육 미수료
- ② 초등학교 졸업/재학 ③ 중학교 졸업/재학
- ④ 고등학교 졸업/재학 ⑤ 전문대학 졸업/재학 ⑥ 대학교 졸업/재학

- ⑦ 대학원 졸업/재학
- DQ2. (전체 응답) 귀하가 소득을 얻기 위하여 하시는 일은 무엇입니까? ☞ (1개만 선택)
- ① 관리자 및 관련종사자(경영자, 부서관리자, 소규모 기업의 경영자 등)
- ② 전문가 및 관련종사자(교수, 교사, 예술인, 연예인, 종교인, IT 기술 등 특정 전문 지식이나 기술을 보유한 전문가 등)
- ③ 사무종사자(각종 일반 사무원/금융기관, 상담관련 사무원 등)
- ④ 서비스 및 판매종사자(경찰관, 소방관, 경호원 등/영업직, 매장판매직, 홍보 도우미 및 판촉원 등)
- ⑤ 농림어업 숙련 종사자(농업 숙련 종사자, 임업 숙련 종사자, 어업 숙련 종사자)
- ⑥ 기능원 및 관련 기능종사자(건설, 금속, 기계, 세공, 음식료, 선박 등 각종 기능종사자 또는 물품 제조원)
- ⑦ 단순노무종사자(건물관리 및 경비, 배달, 단순 조립원, 농림어업 관련 단순 노무자)
- ⑧ 군인 ⑨ 학생 ⑩ 전업주부 ⑪ 기타(구체적으로 응답해주십시오) ⑫ 무직
- DQ3. (전체 응답) 귀하가 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 자막 이나 더빙 없이 시청가능한 언어는 무엇 무엇이 있습니까? 모두 응답해 주십시오.

인도	터키	캐나다	헝가리
1. English	1. English	1. English	1. English
2. Korean	2. Korean	2. Korean	2. Korean
3. Hindi	3. Turkish	3. French	3. Hungarian
4. Bengali	4. Kurdish(Kurmanji)	4. Mandarin	4. German
5. Marathi	5. Arabic	5. Cantonese	5. Russian
6. Telugu	6. Zazaki	6. Punjabi	6. Romanian
7. Tamil	7. 기타	7. 기타	7. French
8. Urdu			8. Italian
9. Gujarati			9. 기타
10. Kannada			
11. Malayalam			
12. Odia			
13. Punjabi			
14. Assamese			
15. Maithili			
16. 기타			

#### DQ4. (공통질문) 귀하의 한 달 가계 소득은 얼마입니까?

#### ※ 모든 금액에 각국 화폐단위약어(인도-Rs, 터키-TL, 캐나다-C\$, 헝가리-Ft) 삽입

#### ◆ 인도 (Rs)

- ① 3,000 이하
- ② 3,000 ~ 5,000
- ③ 5,000 ~ 10,000
- **4 10,000 ~ 15,000**

- **⑤** 15,000 ~ 20,000
- © 20,000 ~ 25,000
- 7 25,000 ~ 30,000
- **8** 30,000 ~ 35,000

- 9 35,000 ~ 40,000
- ⑩ 40,000 이상

#### ◆ 터키 (TI)

- ① 3,000 이하
- ② 3,000 ~ 5,000
- ③ 5,000 ~ 8,000
- 4 8,000 ~ 10,000

- (5) 10,000 ~ 12,000
- **6** 12,000 ~ 15,000
- 7) 15,000 ~ 20,000
- 8 20,000 ~ 25,000

- 9 25,000 ~ 30,000
- ⑩ 30,000 이상

#### ◆ 캐나다 (C\$)

- ① 1,000 이하
- 2 1,000 ~ 2,000
- ③ 2,000 ~ 5,000
- 4) 5,000 ~ 8,000

- **⑤** 8,000 ~ 10,000
- 6 10,000 ~ 12,000
- 7) 12,000 ~ 15,000
- (8) 15,000 ~ 18,000

- 9 18,000 ~ 20,000
- ⑩ 20,000 이상

### ◆ 헝가리 (Ft)

- ① 100,000 이하
- 2) 100,000 ~ 200,000
- 3 200,000 ~ 500,000

- **4** 500,000 ~ 700,000
- **⑤** 700,000 ~ 1,000,000
- **6** 1,000,000 ~ 1,200,000

- 7 1,200,000 ~ 1,500,000
- **8** 1,500,000 ~ 1,700,000
- 9 1,700,000 ~ 2,000,000

⑩ 2,000,000 이상

#### 2. 미국 설문지

- ① 통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다.
- ② 통계작성을 위하여 수집된 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 기초자료는 통계작성의 목적 외에 사용하여서는 아니 된다.

# 해외 방송매체 이용행태 및 국제공동제작 설문조사 [미국]

#### 안녕하십니까?

대한민국 정보통신정책연구원(KISDI)에서는 방송통신위원회(KCC)와 공동으로 방송 매체 이용 행태 및 국제 공동제작 방송 프로그램에 대해 조사하고 있습니다.

본 설문의 결과는 통계적 목적으로만 사용될 것이며, 개인정보는 통계법에 따라 철저히 보장됩니다.

귀하의 의견은 방송산업 발전을 위한 중요한 기초자료로 활용되오니, 바쁘시더라도 잠시만 시간을 내주셔서 소중한 답변 부탁드립니다. 감사합니다.

2019. 07.

주 관 기 관 : 정보통신정책연구원 조 사 기 관 : ㈜마크로밀 엠브레인

## PART SQ. 응답자 선정 질문

SQ1. 귀하의	성별은 무엇입니	까?			
① 남성 ②	여성 ③ Prefer	not to say	4 Prefer to s	elf-describe	
	6월 1일 현재 구 월 이후 생일자		입니까? (	살)	
SQ3. 귀하가	보유한 영상 시청	정 기기를 모·	두 선택해주시	기 바랍니다.	
① 스마트폰	② 데스크탑PC	③ 노트북	④ 태블릿PC	(5) TV	⑥ 모두 없음 (☞설문 종료)
	가 영상물을 시청 기 바랍니다.				위까지 선택해
	1순위 (	) 2순위	( ) 3순위	4 ( )	
① 스마트폰	② 데스크탑PC	③ 노트북	④ 태블릿PC	(5) TV	
SQ4. 귀하는	현재 어느 지역0	에 거주하고	계십니까?		
① LA	② 뉴욕	③ 시카고	④ 기타	(	)

## PART 1. 방송프로그램[영상 콘텐츠] 시청[이용] 행태에 관한 조사

♠ 다음은 방송 프로그램(영상 콘텐츠)을 시청(이용)할 수 있는 다양한 방식에 대한 설명과 질문입니다.

#### <설명문>

TV를 시청하는 방식에는 크게 두 가지가 있습니다.

첫째는 안테나를 이용하여 무료 지상파(공중파) 방송을 직접 수신하는 방식입니다. 채널1 채널2 채널3 채널4 등 지상파 채널만 수신이 가능합니다.

둘째는 유료방송을 통해 다양한 채널을 수신하는 방식입니다. 유료방송은 케이블, 위성 등의 전송망을 통해 방송 서비스가 제공되며 별도의 수신료를 지불하고 시청합니다. 일부 경우를 제외하고 유료방송을 이용하기 위해서는 셋톱박스나 별도의 위성 안테나 설치가 필요합니다. 유료방송에서는 방송 프로그램이나영화 등의 콘텐츠를 개별적으로 선택, 주문하여 이용(VOD, 주문형 비디오)할 수있습니다.

- Q1-1. 귀하는 텔레비전 수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 방송을 시청하십니까?
- ① 30분 미만
- ② 30분 이상 ~ 1시간 미만 ③ 1시간 이상 ~ 2시간 미만
- ④ 2시간 이상 ~ 3시간 미만 ⑤ 3시간 이상 ~ 4시간 미만 ⑥ 4시간 이상 ~ 5시간 미만
- ⑦ 5시간 이상
- Q1-2. 귀하는 가정에서 지상파 안테나를 통해 텔레비전 방송을 직접 수신하십니까?
- ① 예 (☞Q1-2)

- ② 아니오 (☞Q1-3)
- Q1-3. 귀하는 가정에서 유료방송 서비스에 가입하고 계십니까?
- ① 예 (☞Q1-4)

- ② 아니오 (☞Q2-1)
- Q1-4. (Q1-3에서 ①의 응답만) 귀하는 앞의 응답에서 말한 유료방송을 하루 평균 몇 시간 정도 시청하십니까?

① 30분 미만	② 30분 이상 ~ 1시간 미만	③ 1시간 이상 ~ 2시간 미만
④ 2시간 이상 ~ 3시간 미만	⑤ 3시간 이상 ~ 4시간 미만	⑥ 4시간 이상 ~ 5시간 미만
⑦ 5시간 이상		
Q1-5. 평상시 귀하가 텔레브	비전이나 다른 영상 콘텐츠 /	시청 시 가장 즐겨 보는 장
르를 3순위까지 선택	해 주십시오.	
(3순위까지 선택 필수	≌)	
1순위 (	) 2순위( ) 3순위	( )
① 뉴스/시사	② 교양/교육	③ 드라마
④ 애니메이션	⑤ 오락/버라이어티	⑥ 다큐
⑦ 스포츠	⑧ 영화	

# PART 2. 온라인동영상제공서비스(OVD 또는 OTT)를 통한 방송프로그램 (영상 콘텐츠) 시청(이용)

# <설명문>

온라인 동영상 서비스(OVD 또는 OTT)는 인터서비스를 의미합니다. 지상파 직접수신이나 유도 PC, 스마트TV, 스마트폰, 태블릿PC 등 다양방송 프로그램, 영화 등을 시청할 수 있습Netfilx, Hulu 등이 있습니다.	료방송 서비스에 가입하지 않더라 양한 기기에서 인터넷에 접속하여
Q2-1. 귀하는 온라인 동영상 서비스((OVD 또는 C	TT)를 이용해본 경험이 있으십니까?
① 이용 경험 있음 (☞Q2-2) ② 이용 경	험 없음 (☞Q3-1)
Q2-2. (Q2-1에서 ①의 응답만) 귀하는 온라인 동 몇 시간 정도 이용하십니까?	·영상 제공서비스(OTT)를 하루 평균
① 30분 미만 ② 30분 이상 ~ 1시간 ④ 2시간 이상 ~ 3시간 미만 ⑤ 3시간 이상 ~ 4시간 ⑦ 5시간 이상	한 미만 ③ 1시간 이상 ~ 2시간 미만 한 미만 ⑥ 4시간 이상 ~ 5시간 미만
Q2-3. (Q2-1에서 ①의 응답만) 귀하가 주로 이 (OTT)의 이름을 순서대로 3개 써주십시오 1순위() 2순위()	(주관식 문항)
Q2-4. (Q2-1에서 ①의 응답만) 귀하는 평소 지상 OTT 서비스를 더 많이 시청하시는 편입니	
① 지상파나 유료방송 시청이 더 많다. ② 비슷하디	. ③ OTT 서비스 시청이 더 많다.
Q2-5. (Q2-1에서 ①의 응답만) 귀하가 OTT 서비동 시간으로 방송되고 있는 콘텐츠를 보신다시보기나 건당 주문형 콘텐츠를 많이 되	니까 아니면 이미 방송된 콘텐츠의
① 이미 방송된 콘텐츠의 다시보기 ② 비슷하다. 또는 건당 주문형 콘텐츠를 많이 본다.	③ 동시간으로 방송 또는 실황 중계되는 콘텐츠를 더 많이 본다.

Q2-6. 귀하가 OTT	또는 OVD 서	비스를 시청할	때 가장 즐	겨 보는	장르를	3순위까지	
선택해 주십	J시오.						
(3순위까지	선택 필수)						
	1순위 ( )	2순위 (	) 3순위 (	( )			
① 뉴스/시사	2	교양/교육		③ 드라미	l <del>l</del>		
④ 애니메이션	(5)	오락/버라이어티		⑥ 다큐			
② 人草大	(R)	영하					

# PART 3. 방송 프로그램(영상 콘텐츠) 시청(이용) 방식

#### <설명문>

저작권자와 협의가 된 방송 프로그램(영상 콘텐츠)을 편당 일정액을 지불해 대 여하거나 구매한다면 합법적 이용에 해당합니다. 다음 질문은 합법적 방식이 아 닌 '비합법적 방식'을 통한 콘텐츠 이용 경험을 묻는 질문입니다. 영상 시청이 가능한 스트리밍 사이트의 링크를 전달받거나 서비스 가입 절차를 거치지 않는 등, 일정 비용을 지불해야하는 콘텐츠의 '시청 대가를 지불하지 않은 채' 영상 콘텐츠를 이용하는 방식이 이에 해당합니다.

- Q3-1. 귀하의 친구 또는 지인 중 일정 비용을 지불해야하는 콘텐츠의 시청 대가를 지불하지 않고, 콘텐츠를 이용해본 경험이 있으십니까?
- ① 이용 경험 있음(☞Q3-2) ② 이용 경험 없음(☞Q4-1) ③ 응답하지 않음(☞Q4-1)
- Q3-2. (Q3-1에서 ①의 응답만) 다음 질문에 동의하는 정도를 선택해 주시기 바랍니다.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다		
(1) 친구 또는 지인은 비합법적으로 영상 콘텐츠를 이용하는 방법을 알고 있다.	①	2	3	4)	(5)		
(2) 친구 또는 지인은 마음먹으면 여러 경로를 통해 비합법적으로 동영상 콘텐츠를 다운받을 수 있다.	①	2	3	4	(5)		
(3) 친구 또는 지인은 온라인 동영상 콘텐츠를 이용하기 위해 돈을 지불 하고 싶지 않다.	①	2	3	4	(5)		
(4) 친구 또는 지인은 동영상 콘텐츠를 다운로드하거나 시청할 때 합법인지 불법인지 개의치 않는다.	①	2	3	4	(5)		

# PART 4. 방송프로그램(영상 콘텐츠) 유료 시청(이용)

#### <설명문>

방송 프로그램(영상 콘텐츠)을 월정액 방식과 개별구매 방식 등 유료로 시청(이 용)할 수 있습니다.

월정액은 1개월에 일정한 금액을 지불하는 방식입니다. 월정액에는 크게 기본 이용료와 부가서비스(프리미엄 채널, 무비팩 등) 이용료가 포함됩니다. 주문형 콘텐츠 건당 구매는 콘텐츠 편당 일정 금액을 결제하는 방식입니다.

- Q4-1. (Q1-3에서 ①의 응답만) 귀하(또는 귀하의 가정)는 케이블이나 위성방송 등의 유료방송 가입료로 매월 얼마 정도를 지불하십니까?
- ① 10\$ 미만
- ② 10\$ 이상 ~ 20\$ 미만 ③ 20\$ 이상 ~ 30\$ 미만

- ④ 30\$ 이상 ~ 40\$ 미만 ⑤ 40\$ 이상 ~ 50\$ 미만 ⑥ 50\$ 이상 ~ 60\$ 미만

- ⑦ 60\$ 이상 ~ 70\$ 미만 ⑧ 70\$ 이상
- Q4-2. (Q1-3에서 ①의 응답만) 귀하(또는 귀하의 가정)는 유료방송 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매로 매월 얼마 정도를 지불하십니까?
- ① 주문형 콘텐츠 건당 결제를 이용하지 않음 ② 5\$ 미만 ③ 5\$ 이상 ~ 10\$ 미만
- ④ 10\$ 이상 ~ 20\$ 미만 ⑤ 20\$ 이상 ~ 30\$ 미만 ⑥ 30\$ 이상 ~ 40\$ 미만

- ⑦ 40\$ 이상 ~ 50\$ 미만 ⑧ 50\$ 이상 ~ 60\$ 미만 ⑨ 60\$ 이상
- Q4-3. (Q2-1에서 ①의 응답만)귀하(또는 귀하의 가정)는 OTT 서비스 월정액 이용료 (Netflix 구독료 등)로 매월 얼마 정도를 지불하십니까?
- ① 10\$ 미만
- ② 10\$ 이상 ~ 20\$ 미만 ③ 20\$ 이상 ~ 30\$ 미만

- ④ 30\$ 이상 ~ 40\$ 미만 ⑤ 40\$ 이상 ~ 50\$ 미만 ⑥ 50\$ 이상 ~ 60\$ 미만
- ⑦ 60\$ 이상 ~ 70\$ 미만 ⑧ 70\$ 이상
- Q4-4. (Q2-1에서 ①의 응답만) 귀하(또는 귀하의 가정)는 OTT 서비스에서 주문형 콘텐츠 건당 구매로 매월 얼마 정도를 지불하십니까?
- ① 주문형 콘텐츠 건당 결제를 이용하지 않음 ② 5\$ 미만 ③ 5\$ 이상 ~ 10\$ 미만

- ④ 10\$ 이상 ~ 20\$ 미만 ⑤ 20\$ 이상 ~ 30\$ 미만 ⑥ 30\$ 이상 ~ 40\$ 미만
- ⑦ 40\$ 이상 ~ 50\$ 미만 ⑧ 50\$ 이상 ~ 60\$ 미만 ⑨ 60\$ 이상

#### 외국 방송프로그램[영상 콘텐츠]에 대한 이용/인식 조사 PART 5.

Q5-1. (모두 응답) 귀하는 평소 한국 방송 프로그램(영상 콘텐츠)을 경험할 기회가 충분하다고 생각하십니까?

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
1	2	3	4	(5)

전혀	그렇지 않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
	1	2	3	4	(5)
Q5-2.	•	,	한국 방송 프로그 각한다면, 그 이유	•	ŕ
<ul><li>2</li><li>3</li><li>4</li></ul>	한국 방송 프 언어 장벽(자 <sup>)</sup>	로그램에 대한 광글 로그램 이용료가 너막, 더빙 등이 부족 로그램을 제공하는	비쌈	가 부족함	
Q5-3.	귀하는 방턴	탄소년단(BTS)에 [	대해 알고 있습니	까?	
1	네		② 아니오		
			(영상 콘텐츠)을 이용 경험 없음 (☞	,	
Q5-5.	· ·	를 이용하였습니까	하는 한국 방송 프 바? 최대 3순위까 2순위 ( ) 3	지 선택해주시기	·
_	스마트폰 태블릿 PC	(2) (5)	데스크탑 TV	③ 上트	불북
Q5-6.	•	,	하가 주로 시청(0 까? <i>(</i> 수서대로 37	•	송프로그램(영상

콘텐즈)의 상르는 무엇입니까? (순서내로 3개)

1순위 ( ) 2순위 ( ) 3순위 ( ) ② 오락/버라이어티/예능 ③ 음악(k-pop) ① 드라마 ④ 패션/뷰티 ⑤ 게임 ⑥ 애니메이션 ⑦ 교양/교육 ⑧ 스포츠 ⑨ 영화

Q5-7. (Q5-4에서 ①의 응답만) 앞의 질문에서 귀하가 1순위로 뽑은 장르의 한국 프로그램을 평가한다면 다음의 요소 중 어떤 요소에서 높은 점수를 주시겠습니까?
1순위 ( ) 2순위 ( ) 3순위 ( )
① 콘텐츠의 독창성 ② 콘텐츠의 흥미성 ③ 콘텐츠의 작품성(전문성) ④ 콘텐츠의 저명성(인기) ⑤ 콘텐츠가 제공하는 정보의 유용성 ⑥ 장르 및 포맷의 참신성 ⑦ 출연자의 외모 ⑧ 출연자의 능력(재능) ⑨ 출연자의 저명성(인기) ⑩ 한국 문화의 친근성
Q5-8. (Q5-4에서 ①의 응답만) 한국 방송프로그램(콘텐츠) 시청 시 불편한 점은 무엇입니까? (복수응답 가능)
① 언어 문제(더빙, 자막 ② 방송 프로그램 이용료가 ③ 시청할 수 있는 프로그램의
등)       비쌈       부족         ④ 문화적 이질감       ⑤ 기타       ⑥ 불편한 점 없음
생 근되고 어르며
Q5-9. (Q5-4에서 ①의 응답만) 귀하가 한국 TV 프로그램 또는 콘텐츠를 시청할 때 이용하는 채널 또는 플랫폼은 무엇입니까?
Q5-9. (Q5-4에서 ①의 응답만) 귀하가 한국 TV 프로그램 또는 콘텐츠를 시청할 때
Q5-9. (Q5-4에서 ①의 응답만) 귀하가 한국 TV 프로그램 또는 콘텐츠를 시청할 때 이용하는 채널 또는 플랫폼은 무엇입니까? ① 공중파 방송 ② 케이블 등 유료 채널 ③ OTT 등 온라인 구독 ④ 온라인 스트리밍 사이트 ⑤ SNS

Q5-11. (Q5-4에서 ①의 응답만) 귀하는 월평균 몇 번의 한국 TV 프로그램을 시청 하십니까?

(1)	약	시긴	

Q5-12. (Q5-4에서 ①의 응답만) 귀하는 한국 TV프로그램에 대해 얼마나 만족하십니까?

문항	전혀 만족하지 않는다	만족하지 않는다	보통이다	만족한다	매우 만족한다
(1) 드라마	1)	2	3	4)	(5)
(2) 오락/버라이어티(예능)	1	2	3	4	(5)
(3) 음악(k-pop)	1	2	3	4	(5)
(4) 패션/뷰티	1	2	3	4	(5)
(5) 게임	1	2	3	4	(5)
(6) 애니메이션	1	2	3	4	(5)
(7) 교양/교육	1	2	3	4	(5)
(8) 스포츠	1	2	3	4	(5)
(9) 영화	1	2	3	4	5

Q5-13. (Q5-4에서 ①의 응답만) 귀하는 한국 TV프로그램에 대한 귀하의 의견을 말씀해 주십시오

문항	전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
(1) 한국 TV 프로그램은 참신하다	1	2	3	4	(5)
(2) 한국 TV 프로그램은 재미있다	1	2	3	4	(5)
(3) 한국 TV 프로그램은 전문적이다	1	2	3	4	(5)
(4) 한국 TV 프로그램은 대중적이다	1	2	3	4	(5)

② 약 \_\_\_\_\_ 편

(5) 한국 TV 프로그램은 친근하다	1)	2	3	4	(5)
(6) 한국 TV 프로그램은 많은 정보를 제공 한다	1	2	3	4	(5)
(7) 한국 TV 프로그램은 세심하다	1	2	3	4	(5)
(8) 한국 TV 프로그램의 배우들은 멋있고 예쁘다	1	2	3	4	(5)
(9) 한국 TV 프로그램의 배우들은 연기력이 좋거나 노래를 잘한다	1	2	3	4	(5)
(10) 한국 TV 프로그램의 배우들은 이미 여러 장르에서 유명하다	1	2	3	4	(5)

Q5-14. (Q5-4에서 ①의 응답만) 귀하는 향후에도 한국 TV프로그램을 시청하실 것입니까? 장르별로 말씀해 수세요

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	
(1) 드라마	1	2	3	4	(5)	
(2) 오락/버라이어티(예능)	1	2	3	4	(5)	
(3) 음악(k-pop)	1	2	3	4	(5)	
(4) 패션/뷰티	1	2	3	4	(5)	
(5) 게임	1	2	3	4	(5)	
(6) 애니메이션	1	2	3	4	(5)	
(7) 교양/교육	1	2	3	4	(5)	
(8) 스포츠	1	2	3	4	(5)	
(9) 영화	1	2	3	4	(5)	

Q5-15. (Q5-4에서 ①의 응답만) 귀하는 비용 지불 없이 한국 TV 프로그램 또는 콘 텐츠를 다운로드하여 시청한 경험이 있습니까?

- ① 있음
- ② 없음
- ③ 모르겠음

# PART 6. 방송프로그램 공동제작에 대한 인식 조사

	서	며		
<		$\sim$	┰	>

※ 공동제작(Co-production)이란? 여러 국가의 제작사들이 제작비와 제작 업무를 분담하여 프로그램을 공동으로 제작하고, 프로그램에 대한 권리를 공동 제작자가 공유하거나 나눠 갖는 것을 의미합니다.

Q6-1. 귀하는 작년 한해 동안 국가 간 공동제작 또는 외국 원작을 리메이크한 방송 프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?
① 경험 있음 (☞Q6-2) ② 경험 없음 (☞Q6-6) ③ 모르겠음 (☞Q6-6)
Q6-2. (Q6-1에서 ①의 응답만) 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 또는 외국 원작 리메이크 프로그램의 장르는 무엇입니까? (복수 응답 가능)
① 뉴스/시사② 교양/교육③ 드라마④ 애니메이션⑤ 오락/버라이어티⑥ 다큐⑦ 스포츠⑧ 영화
Q6-3. (Q6-1에서 ①의 응답만) 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 또는 외국 원작리메이크 프로그램에서 좋았던 요소는 무엇입니까? (복수응답 가능) ① 영상 ② 연출 ③ 연기자 ④ 스토리 ⑤ 외국 문화 ⑥ 음악
Q6-4. 귀하는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송 프로그램이 제작될 수 있다고 생각하십니까?
① 그렇다       ② 그렇지 않다       ③ 모르겠음
Q6-5. 귀하는 국가 간 공동제작이 방송 산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까?         ① 기여할 수 있음       ② 기여할 수 없음       ③ 모르겠음
Q6-6. 국가 간 공동제작 프로그램에 적합하다고 생각하는 장르는 무엇이라 생각

② 교양/교육

⑧ 영화

⑤ 오락/버라이어티

③ 드라마

⑥ 다큐

하십니까?(복수응답 가능)

① 뉴스/시사

④ 애니메이션

⑦ 스포츠

Q6-7. 국가 간 방송프로그램 니까? (복수응답 가능)	공동제작 시 고려해야하는	요소가 무엇이라 생각하십
0	연기자 ③ 촬영경 더빙 및 자막 ⑥ 프로 <sup>그</sup>	당소 그램에 대한 홍보/정보 제공
Q6-8. 귀하는 외국 드라마 5 있습니까?	또는 예능 프로그램의 리메이	크 작품을 시청한 경험이
① 있음 ② 없음 ③ 모르겠음		
Q6-9. (Q6-8에서 ①의 응답 장르는 무엇입니까?	만) 귀하께서 시청하신 외국	콘텐츠 리메이크 작품의
<ol> <li>뉴스/시사</li> <li>애니메이션</li> <li>스포츠</li> </ol>	② 교양/교육 ⑤ 오락/버라이어티 ⑧ 영화	③ 드라마 ⑥ 다큐

#### 방송프로그램 시청환경에 관한 조사 PART 7.

Q7-1.	귀하가	주말(또는	쉬는	날)	여가생활에	사용하는	시간은	하루	평균	얼마나
	되십니	까? (수면시	간 제	외)						

- ② 1시간 이상 ~ 2시간 미만 ③ 2시간 이상 ~ 3시간 미만 ① 1시간 미만
- ④ 3시간 이상 ~ 4시간 미만 ⑤ 4시간 이상 ~ 5시간 미만 ⑥ 5시간 이상 ~ 6시간 미만
- ⑦ 6시간 이상 ~ 7시간 미만 ⑧ 7시간 이상
- Q7-2. 귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 사용하는 시간 중, 영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간이 차지하는 비중은 얼마나 되십니까?
- ① 10% 미만
- ② 10% 이상 ~ 20% 미만 ③ 20% 이상 ~ 30% 미만
- ④ 30% 이상 ~ 40% 미만 ⑤ 40% 이상 ~ 50% 미만 ⑥ 50% 이상 ~ 60% 미만

- ⑦ 60% 이상 ~ 70% 미만 ⑧ 70% 이상 ~ 80% 미만 ⑨ 80% 이상
- Q7-3. 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? (수면시간 제외)
- ① 1시간 미만
- ② 1시간 이상 ~ 2시간 미만 ③ 2시간 이상 ~ 3시간 미만
- ④ 3시간 이상 ~ 4시간 미만 ⑤ 4시간 이상 ~ 5시간 미만 ⑥ 5시간 이상 ~ 6시간 미만
- ⑦ 6시간 이상 ~ 7시간 미만 ⑧ 7시간 이상
- Q7-4. 귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간 중, 영상 콘텐츠 시 청에 이용하는 시간이 차지하는 비중은 얼마나 되십니까?
- ① 10% 미만
- ② 10% 이상 ~ 20% 미만 ③ 20% 이상 ~ 30% 미만
- ④ 30% 이상 ~ 40% 미만 ⑤ 40% 이상 ~ 50% 미만 ⑥ 50% 이상 ~ 60% 미만
- ⑦ 60% 이상 ~ 70% 미만 ⑧ 70% 이상 ~ 80% 미만 ⑨ 80% 이상
- O7-5. 귀하는 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하는 데 하루 평균 얼마만큼의 시간을 소요합니까?
- ① 30분 미만
- ② 30분 이상 ~ 1시간 미만 ③ 1시간 이상 ~ 1시간 30분 미만
- ④ 1시간 30분 이상~2시간 미만 ⑤ 2시간 이상~2시간 30분 미만 ⑥ 2시간 30분 이상
- Q7-6. 귀하가 출퇴근, 등하교, 또는 일상적으로 이동하면서, 영상 콘텐츠 시청에 이용 하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?
- ① 30분 미만
- ② 30분 이상~1시간 미만 ③ 1시간 이상~1시간 30분 미만
- ④ 1시간 30분 이상~2시간 미만 ⑤ 2시간 이상~2시간 30분 미만 ⑥ 2시간 30분 이상

- Q7-7. 귀하가 출퇴근, 등하교, 일상적 이동을 위해 주로 이용하는 교통수단은 무엇 입니까?
- ① 오토바이 ② 도보나 자전거 ③ 버스나 지하철 등 대중교통 ④ 택시 ⑤ 자가용

Q7-8. 다음 질문에 동의하는 정도를 선택해 주시기 바랍니다.

문항		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 내가 집에서 이용하는 인터넷 서비 속도는 빠른 편이다.	비스 접속	1)	2	3	4	(5)
(2) 집에서 인터넷을 통해 영상콘텐츠 할 때 끊김이 없는 편이다.	드를 시청	1	2	3	4	(5)
(3) 나는 인터넷을 언제 어디서나 빠를 하게 즐길 수 있다.	르고 편리	1	2	3	4	(5)
(4) 이동시에도 끊김 없이 인터넷을 C 있다.	이용할 수	1	2	3	4	(5)
(5) 나는 스마트폰으로 인터넷에 대체 할 수 있다.	네로 접속	1)	2	3	4	(5)
(6) 스마트폰을 이용한 인터넷의 접속 속도는 만족할 만하다.	안정성과	1)	2	3	4	(5)
(7) 나의 생활반경에서는 인터넷 접속하다.	음이 용이	1	2	3	4	(5)
(8) 내가 이용하는 휴대전화 요금제는 텐츠를 이용하기에 충분한 양의 제공한다.		1	2	3	4)	(5)

Q7-9. (SQ3의 ① 응답자만) 귀하가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 얼마나 됩니까?

		_
1	ОН	$\underline{\circ}$

① 무제한

- ② 500MB 미만
- ③ 500MB 미만 ~ 1GB 이상

- ④ 1GB 이상 ~ 2GB 미만 ⑤ 2GB 이상 ~ 3GB 미만 ⑥ 3GB 이상 ~ 5GB 미만
- ⑦ 5GB 이상 ~ 7GB 미만 ⑧ 7GB 이상 ~ 10GB 미만 ⑨ 10GB 이상
  - ① 모르겠음

Q7-10. 영화관 관람을 제외하고 귀하는 월평균 얼마정도를 영상 콘텐츠 소비에 쓸 수 있습니까?

① 10\$ 미만

② 10\$ 이상 ~ 20\$ 미만 ③ 20\$ 이상 ~ 30\$ 미만

④ 30\$ 이상 ~ 40\$ 미만 ⑤ 40\$ 이상 ~ 50\$ 미만 ⑥ 50\$ 이상 ~ 60\$ 미만

⑦ 60\$ 이상 ~ 70\$ 미만 ⑧ 70\$ 이상

## Q7-11. 다음 질문에 동의하는 정도를 선택해 주시기 바랍니다.

문항	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 나는 한 가지 영상 콘텐츠를 시청하면 서 다른 영상 콘텐츠를 함께 보거나, 음악이나 라디오 등을 듣는 편이다.	1)	2	3	4	(5)
(2) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 휴대폰 음성이나 문자 등을 통해 누군가에게 연락을 하는 편이다.	1)	2	3	4	(5)
(3) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 게임을 즐기거나 책을 읽는 편이다.	1	2	3	4	(5)
(4) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 인터넷을 통해 검색, 쇼핑 등을 하는 편이다.	1)	2	3	4	(5)
(5) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 운동, 일, 집안일 등을 하는 편이다.	1	2	3	4	(5)

#### 응답자 특성 PART DQ.

♠ 다음은 귀하에 관한 일반적인 사항에 관한 질문입니다.

	DO1	귀하의	최종	학력은	무엇입니까	7
--	-----	-----	----	-----	-------	---

- ① 정규교육 미수료
- ② 초등학교 졸업/재학
- ③ 중학교 졸업/재학

- ④ 고등학교 졸업/재학
- ⑤ 전문대학 졸업/재학
- ⑥ 대학교 졸업/재학

⑦ 대학원 졸업/재학

#### DQ2. 귀하는 어떤 인종이십니까?

- ① 앵글로색슨(백인)
- ② 흑인

③ 히스패닉

④ 아시아인

- ⑤ 기타 ( ) ⑥ 응답하지 않겠음

### DQ3. 귀하가 소득을 얻기 위하여 하시는 일은 무엇입니까?(1개만 선택)

- ① 관리자 및 관련종사자(경영자, 부서관리자, 소규모 기업의 경영자 등)
- ② 전문가 및 관련종사자(교수, 교사, 예술인, 연예인, 종교인, IT 기술 등 특정 전문 지식이나 기술을 보유한 전문가 등)
- ③ 사무종사자(각종 일반 사무원/금융기관, 상담관련 사무원 등)
- ④ 서비스 및 판매종사자(경찰관, 소방관, 경호원 등/영업직, 매장판매직, 홍보 도우미 및 판촉원 등)
- ⑤ 농림어업 숙련 종사자(농업 숙련 종사자, 임업 숙련 종사자, 어업 숙련 종사자)
- ⑥ 기능원 및 관련 기능종사자(건설, 금속, 기계, 세공, 음식료, 선박 등 각종 기능종사자 또는 물품 제조원)
- ⑦ 단순노무종사자(건물관리 및 경비, 배달, 단순 조립원, 농림어업 관련 단순 노무자)
- 8 군인 9 학생 10 전업주부 11 기타( ) 12 무직

#### DO4. 귀하의 한 달 가계 소득은 얼마입니까?

- ① 1,000 \$ 미만
- ② 1,000 \$ 이상 2,000 \$ 미만
- ③ 2,000 \$ 이상 3,000 \$ 미만
- ④ 3,000 \$ 이상 4,000 \$ 미만
- ⑤ 4,000 \$ 이상 5,000 \$ 미만
- ⑥ 5,000 \$ 이상 6,000 \$ 미만
- ⑦ 6,000 \$ 이상 7,000 \$ 미만
- ⑧ 7,000 \$ 이상 8,000 \$ 미만
- ⑨ 8,000 \$ 이상 9,000 \$ 미만
- ⑩ 9,000 \$ 이상 10,000 \$ 미만
- ⑪ 10,000 \$ 이상

### [부록 2: 설문결과 데이터]

- 1. 4개국(인도, 터키, 헝가리, 캐나다) 설문결과
  - 1) 방송프로그램 시청 행태
  - □ 보유 영상 시청 기기

귀하가 평소에 사용하거나 보유하고 있는 동영상 시청기기를 모두 응답해 주십시오 (복수응답 가능)

단위: 명 & %

	국가	사례수(명)	TV	스마트폰	데스크탑PC	노트북PC	한 위. '8 & 70 태블릿PC
	7/1	/ 세계기(18)		스키스는 국가별	- HELL	124FC	네크것FC
	인도	461	88.9	98.7	59.9	75.9	36.7
	<u> </u>	431	92.6	98.6	60.6	79.8	58.2
	<u></u> // 캐나다	428	90.9	96.5	49.5	80.1	46.7
	<u>^" ' ' '</u> 헝가리	435	87.6	97.0	60.0	77.9	46.9
	07 1-1	155	07.0	성별	00.0	77.5	10.7
_	남성	236	86.4	98.7	61.0	69.9	28.0
인도	여성	225	91.6	98.7	58.7	82.2	45.8
	남성	203	91.1	99.0	55.7	70.9	48.3
터키	 여성	228	93.9	98.2	64.9	87.7	67.1
	남성	208	88.9	96.6	60.1	75.5	48.1
캐나다	여성	220	92.7	96.4	39.5	84.5	45.5
-1-1-1	 남성	219	88.6	96.8	64.4	77.2	48.9
헝가리	여성	216	86.6	97.2	55.6	78.7	44.9
			(	연령별			
	10대	78	80.8	96.2	41.0	57.7	17.9
인도	20대	100	88.0	100.0	59.0	77.0	27.0
	30대	102	91.2	100.0	66.7	81.4	51.0
	40대	90	94.4	98.9	73.3	82.2	46.7
	50대 이상	91	89.0	97.8	56.0	78.0	37.4
	10대	65	72.3	98.5	47.7	53.8	23.1
	20대	91	92.3	97.8	62.6	78.0	59.3
터키	30대	95	97.9	100.0	63.2	91.6	75.8
	40대	93	97.8	98.9	66.7	81.7	63.4
	50대 이상	87	96.6	97.7	58.6	86.2	58.6
	10대	79	81.0	93.7	38.0	78.5	27.8
캐나다	20대	84	90.5	97.6	42.9	85.7	29.8
	30대	91	93.4	97.8	47.3	76.9	50.5
	40대	91	93.4	98.9	60.4	78.0	62.6
	50대 이상	83	95.2	94.0	57.8	81.9	60.2
	10대	63	76.2	95.2	58.7	60.3	36.5
	20대	89	82.0	100.0	52.8	84.3	47.2
헝가리	30대	96	90.6	96.9	61.5	81.3	57.3
	40대	97	91.8	96.9	62.9	78.4	50.5
	50대 이상	90	93.3	95.6	63.3	80.0	38.9

	국가	사례수	TV	스마트폰	데스크탑PC	노트북PC	태블릿PC
	17.1	1.11		학력별	пшшште		"EXIC
ما ب	고졸 이하	68	72.1	95.6	44.1	50.0	11.8
인도	대졸 이상	393	91.9	99.2	62.6	80.4	41.0
-1-1	고졸 이하	103	81.6	96.1	45.6	57.3	36.9
터키	대졸 이상	328	96.0	99.4	65.2	86.9	64.9
-11.1-1	고졸 이하	125	88.8	95.2	41.6	69.6	43.2
캐나다	대졸 이상	303	91.7	97.0	52.8	84.5	48.2
~l -l -l	고졸 이하	232	87.5	96.6	62.9	68.1	44.0
헝가리	대졸 이상	203	87.7	97.5	56.7	89.2	50.2
			Z	직업별 <sup>212)</sup>			I.
	사무·전문직	306	93.8	99.3	68.6	84.3	46.4
인도	서비스·생산직	35	71.4	100.0	48.6	62.9	20.0
	학생/주부/무직	120	81.7	96.7	40.8	58.3	16.7
	사무·전문직	258	97.3	98.8	65.5	88.8	69.0
터키	서비스·생산직	38	86.8	97.4	44.7	68.4	44.7
	학생/주부/무직	135	85.2	98.5	55.6	65.9	41.5
	사무·전문직	223	93.7	98.2	52.9	83.4	51.6
캐나다	서비스·생산직	63	90.5	96.8	54.0	74.6	36.5
	학생/주부/무직	142	86.6	93.7	42.3	77.5	43.7
	사무·전문직	224	88.4	97.3	61.6	85.3	50.4
헝가리	서비스·생산직	82	89.0	98.8	57.3	73.2	53.7
	학생/주부/무직	129	85.3	95.3	58.9	68.2	36.4
				소득별			
인도	40,000 이상	241	97.5	100.0	67.6	89.6	51.9
닌ㅗ	40,000 미만	220	79.5	97.3	51.4	60.9	20.0
터키	8,000 이상	220	98.2	99.5	70.5	90.5	70.0
니기	8,000 미만	211	86.7	97.6	50.2	68.7	46.0
캐나다	5,000 이상	214	93.5	96.3	53.3	83.2	48.1
71144	5,000 미만	214	88.3	96.7	45.8	77.1	45.3
헝가리	500,000 이상	130	86.9	99.2	62.3	86.9	61.5
8/14	500,000 미만	305	87.9	96.1	59.0	74.1	40.7
			고	객가치별			
	고관여자	119	98.3	99.2	73.9	89.1	54.6
인도	중관여자	182	92.3	100.0	65.4	75.8	36.3
	저관여자	160	78.1	96.9	43.1	66.3	23.8
	고관여자	164	97.6	99.4	68.9	85.4	67.1
터키	중관여자	165	93.3	98.8	58.8	80.0	61.2
	저관여자	102	83.3	97.1	50.0	70.6	39.2
	고관여자	129	95.3	96.9	51.2	82.2	48.8
캐나다	중관여자	201	91.5	96.5	51.7	80.1	50.2
	저관여자	98	83.7	95.9	42.9	77.6	36.7
	고관여자	122	95.9	97.5	59.8	82.8	59.8
헝가리	중관여자	185	88.6	98.4	59.5	79.5	46.5
	저관여자	128	78.1	94.5	60.9	71.1	35.2

<sup>212)</sup> 사무·전문직: 관리자 및 관련 종사자, 전문가 및 관련 종사자, 사무종사자 포함 서비스·생산직: 서비스 및 판매종사자, 농림어업 숙련 종사자, 기능원 및 관련 기능종사자, 단순노 무종사자 포함

# □ 주로 사용하는 영상물 시청 기기(1순위 응답 기준)

귀하가 방송프로그램이나 영화, 스포츠 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 주로 사용하는 기기를 주로 사용하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

	국가	사례수(명)	TV	스마트폰	데스크탑PC	노트북PC	태블릿PC
			Ę	국가별			
	인도	461	45.3	46.6	4.8	3.0	0.2
	터키	431	45.0	37.6	6.0	9.5	1.9
7	개나다	428	53.5	28.3	7.0	9.3	1.9
Č	청가리	435	53.8	22.5	10.6	10.8	2.3
성별							
인도	남성	236	42.4	46.6	6.4	4.7	0.0
진조	여성	225	48.4	46.7	3.1	1.3	0.4
터키	남성	203	41.9	37.9	9.4	10.8	0.0
	여성	228	47.8	37.3	3.1	8.3	3.5
캐나다	남성	208	52.4	26.0	11.5	7.7	2.4
개나나	여성	220	54.5	30.5	2.7	10.9	1.4
헝가리	남성	219	56.2	19.6	13.2	10.0	0.9
8/14	여성	216	51.4	25.5	7.9	11.6	3.7
			Ċ	년령별			
	10대	78	34.6	59.0	2.6	3.8	0.0
인도	20대	100	36.0	58.0	2.0	4.0	0.0
	30대	102	43.1	47.1	4.9	4.9	0.0
	40대	90	61.1	31.1	6.7	1.1	0.0
	50대 이상	91	51.6	38.5	7.7	1.1	1.1
	10대	65	20.0	58.5	10.8	9.2	1.5
	20대	91	36.3	45.1	7.7	11.0	0.0
터키	30대	95	50.5	37.9	3.2	6.3	2.1
	40대	93	53.8	32.3	4.3	9.7	0.0
	50대 이상	87	57.5	19.5	5.7	11.5	5.7
	10대	79	26.6	46.8	10.1	15.2	1.3
	20대	84	29.8	47.6	9.5	11.9	1.2
캐나다	30대	91	58.2	25.3	5.5	8.8	2.2
	40대	91	70.3	16.5	4.4	5.5	3.3
	50대 이상	83	79.5	7.2	6.0	6.0	1.2
	10대	63	23.8	55.6	7.9	9.5	3.2
	20대	89	27.0	33.7	16.9	18.0	4.5
헝가리	30대	96	62.5	14.6	8.3	13.5	1.0
	40대	97	70.1	13.4	9.3	6.2	1.0
	50대 이상	90	74.4	6.7	10.0	6.7	2.2

	국가	사례수	TV	스마트폰	데스크탑PC	노트북PC	태블릿PC
	, ,			다. 다. 리 별	Д. Д.	, , , , , , ,	,, ,, ,,
	고졸 이하	68	30.9	57.4	4.4	7.4	0.0
인도	대졸 이상	393	47.8	44.8	4.8	2.3	0.3
	고졸 이하	103	36.9	39.8	9.7	8.7	4.9
터키	대졸 이상	328	47.6	36.9	4.9	9.8	0.9
	고졸 이하	125	47.2	32.0	8.8	8.0	4.0
캐나다	대졸 이상	303	56.1	26.7	6.3	9.9	1.0
-1 1 1	고졸 이하	232	53.4	27.6	11.2	6.5	1.3
헝가리	대졸 이상	203	54.2	16.7	9.9	15.8	3.4
	,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,			직업별 -			
	사무·전문직	306	51.0	40.5	5.2	3.3	0.0
인도	서비스·생산직	35	28.6	62.9	2.9	5.7	0.0
	학생/주부/무직	120	35.8	57.5	4.2	1.7	0.8
	사무·전문직	258	47.3	34.9	4.7	10.9	2.3
터키	서비스·생산직	38	60.5	31.6	2.6	5.3	0.0
	학생/주부/무직	135	36.3	44.4	9.6	8.1	1.5
	사무·전문직	223	57.4	27.4	4.0	9.0	2.2
캐나다	서비스·생산직	63	58.7	19.0	12.7	9.5	0.0
	학생/주부/무직	142	45.1	33.8	9.2	9.9	2.1
	사무·전문직	224	57.6	19.2	10.3	11.6	1.3
헝가리	서비스·생산직	82	62.2	19.5	8.5	7.3	2.4
	학생/주부/무직	129	41.9	30.2	12.4	11.6	3.9
			2	<b>스</b> 득별			
인도	40,000 이상	241	51.0	40.7	4.6	3.3	0.4
닌ㅗ	40,000 미만	220	39.1	53.2	5.0	2.7	0.0
터키	8,000 이상	220	50.9	36.8	2.7	6.8	2.7
4//	8,000 미만	211	38.9	38.4	9.5	12.3	0.9
캐나다	5,000 이상	214	54.7	26.6	7.5	9.8	1.4
71199	5,000 미만	214	52.3	29.9	6.5	8.9	2.3
헝가리	500,000 이상	130	45.4	30.8	9.2	10.8	3.8
0/19	500,000 미만	305	57.4	19.0	11.1	10.8	1.6
				백가치별			
	고관여자	119	55.5	37.8	5.0	0.8	0.8
인도	중관여자	182	45.6	46.7	3.8	3.8	0.0
	저관여자	160	37.5	53.1	5.6	3.8	0.0
	고관여자	164	54.9	28.0	5.5	7.9	3.7
터키	중관여자	165	41.8	43.0	4.2	10.3	0.6
	저관여자	102	34.3	44.1	9.8	10.8	1.0
	고관여자	129	60.5	25.6	6.2	7.0	0.8
캐나다	중관여자	201	54.7	28.4	5.0	10.0	2.0
	저관여자	98	41.8	31.6	12.2	11.2	3.1
	고관여자	122	61.5	15.6	7.4	13.9	1.6
헝가리	중관여자	185	52.4	26.5	9.2	9.2	2.7
	저관여자	128	48.4	23.4	15.6	10.2	2.3

# 2) 동영상 콘텐츠 시청관련 기타

□ 월 평균 휴대전화 데이터 사용량

귀하가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 얼마나 됩니까?

단위: 명 & %

국가													L11. (	, 66 70
국가 수 (명) NB NB 이상 이상 이상 이상 이상 이상 이상 전략 기계 및 모든 기계 이번 미만 미만 미만 미만 미만 미만 미만 미만 미만 미만 미만 미만 미만			   사례		100									
변형   대한   대한   대한   대한   대한   대한   대한   대		국가		없음										
인도 455 1.3 2.0 2.4 8.1 38.0 11.9 6.4 7.0 6.8 15.4 0.7 터키 425 0.5 0.9 3.1 1.4 3.5 5.2 7.5 12.5 54.1 8.5 2.8 캐나다 413 9.9 2.9 2.7 4.8 8.5 10.9 9.2 9.9 22.5 11.1 7.5 행가리 422 5.9 2.1 5.9 9.7 12.6 10.2 7.6 7.6 20.9 12.6 5.0 ************************************		, ,										이상	한	겠음
인도 455 1.3 2.0 2.4 8.1 38.0 11.9 6.4 7.0 6.8 15.4 0.7 타키 425 0.5 0.9 3.1 1.4 3.5 5.2 7.5 12.5 54.1 8.5 2.8 캐나다 413 9.9 2.9 2.7 4.8 8.5 10.9 9.2 9.9 22.5 11.1 7.5 청가리 422 5.9 2.1 5.9 9.7 12.6 10.2 7.6 7.6 20.9 12.6 5.0 8년도 233 2.1 1.7 2.1 7.7 41.6 12.4 5.2 5.6 6.9 14.6 0.0 여성 222 0.5 2.3 2.7 8.6 34.2 11.3 7.7 8.6 6.8 16.2 1.4 남성 221 0.5 1.5 1.5 3.0 2.5 4.5 7.0 10.0 10.9 52.7 5.0 2.5 여성 222 0.5 1.5 5.0 2.5 4.5 7.0 10.0 10.9 52.7 5.0 2.5 여성 224 0.4 0.4 3.1 0.4 2.7 3.6 5.4 13.8 55.4 11.6 3.1 개나다 남성 201 7.0 3.0 2.5 6.0 10.9 10.0 9.5 9.5 21.9 11.9 8.0 여성 212 12.7 2.8 2.8 3.8 6.1 11.8 9.0 10.4 23.1 10.4 7.1 당기리 43 212 6.6 0.9 5.2 11.3 10.4 9.0 9.4 5.2 25.9 13.2 2.8 여성 210 5.2 3.3 6.7 8.1 14.8 11.4 5.7 10.0 15.7 11.9 7.1 당기리 100 0.0 0.0 2.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 20 20 1 100 0.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 30 10.9 10.9 8.9 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50 10.9 10.9 10.9 12.5 35.9 1.6 10.9 20대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50 10.9 10.9 10.9 12.5 35.9 1.6 10.9 20대 89 0.0 1.2 2.2 2.3 4 2.2 3.4 6.7 11.2 57.3 10.1 1.1 4.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 4.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 4.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.5 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.8 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 6.8 1.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1			( - )		<u> </u>			미만	미만	미만	미만			
변경   425   0.5   0.9   3.1   1.4   3.5   5.2   7.5   12.5   54.1   8.5   2.8   개나다   413   9.9   2.9   2.7   4.8   8.5   10.9   9.2   9.9   22.5   11.1   7.5   12.5   12.5   11.1   7.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   12.5   1		مات		1.0	2.0			20.0	44.0	6.4	<b>7</b> 0	6.0	4.5.4	0.5
개나다   413   9.9   2.9   2.7   4.8   8.5   10.9   9.2   9.9   22.5   11.1   7.5     행가리   422   5.9   2.1   5.9   9.7   12.6   10.2   7.6   7.6   20.9   12.6   5.0     생물														
현가리   422   5.9   2.1   5.9   9.7   12.6   10.2   7.6   7.6   20.9   12.6   5.0														
인도 남성 233 2.1 1.7 2.1 7.7 41.6 12.4 5.2 5.6 6.9 14.6 0.0 여성 222 0.5 2.3 2.7 8.6 34.2 11.3 7.7 8.6 6.8 16.2 1.4 남성 201 0.5 1.5 3.0 2.5 4.5 7.0 10.0 10.9 52.7 5.0 2.5 여성 224 0.4 0.4 3.1 0.4 2.7 3.6 5.4 13.8 55.4 11.6 3.1 개나다 삼성 201 7.0 3.0 2.5 6.0 10.9 10.0 9.5 9.5 21.9 11.9 8.0 여성 212 12.7 2.8 2.8 3.8 6.1 11.8 9.0 10.4 23.1 10.4 7.1 청가리 삼성 212 6.6 0.9 5.2 11.3 10.4 9.0 9.4 5.2 25.9 13.2 2.8 여성 210 5.2 3.3 6.7 8.1 14.8 11.4 5.7 10.0 15.7 11.9 7.1 연량별 100 0.0 2.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 30대 102 1.0 0.0 0.0 7.8 38.2 13.7 5.9 11.8 9.8 11.8 0.0 40대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50대 이상 89 1.1 2.2 5.6 5.6 39.3 10.1 5.6 7.9 5.6 13.5 3.4 10.4 이대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10.1 7.9 12.4 2.4 1.6 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1														
인도 남성 233 2.1 1.7 2.1 7.7 41.6 12.4 5.2 5.6 6.9 14.6 0.0 여성 222 0.5 2.3 2.7 8.6 34.2 11.3 7.7 8.6 6.8 16.2 1.4 남성 201 0.5 1.5 3.0 2.5 4.5 7.0 10.0 10.9 52.7 5.0 2.5 여성 224 0.4 0.4 0.4 3.1 0.4 2.7 3.6 5.4 13.8 55.4 11.6 3.1 개나다 남성 201 7.0 3.0 2.5 6.0 10.9 10.0 9.5 9.5 21.9 11.9 8.0 여성 212 12.7 2.8 2.8 3.8 6.1 11.8 9.0 10.4 23.1 10.4 7.1 남성 212 6.6 0.9 5.2 11.3 10.4 9.0 9.4 5.2 25.9 13.2 2.8 여성 210 5.2 3.3 6.7 8.1 14.8 11.4 5.7 10.0 15.7 11.9 7.1 연령별  10대 75 5.3 5.3 1.3 12.0 46.7 10.7 5.3 1.3 2.7 9.3 0.0 20대 100 0.0 2.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 30대 102 1.0 0.0 0.0 7.8 38.2 13.7 5.9 11.8 9.8 11.8 0.0 40대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50대 이상 89 1.1 2.2 5.6 5.6 39.3 10.1 5.6 7.9 5.6 13.5 3.4 10.4 0대 92 1.1 0.0 1.1 10.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1		형가리 -	422	5.9	2.1			12.6	10.2	7.6	7.6	20.9	12.6	5.0
변형 변경 222 0.5 2.3 2.7 8.6 34.2 11.3 7.7 8.6 6.8 16.2 1.4 남성 201 0.5 1.5 3.0 2.5 4.5 7.0 10.0 10.9 52.7 5.0 2.5 역성 224 0.4 0.4 3.1 0.4 2.7 3.6 5.4 13.8 55.4 11.6 3.1 개나다 남성 201 7.0 3.0 2.5 6.0 10.9 10.0 9.5 9.5 21.9 11.9 8.0 역성 212 12.7 2.8 2.8 3.8 6.1 11.8 9.0 10.4 23.1 10.4 7.1 남성 212 6.6 0.9 5.2 11.3 10.4 9.0 9.4 5.2 25.9 13.2 2.8 역성 210 5.2 3.3 6.7 8.1 14.8 11.4 5.7 10.0 15.7 11.9 7.1 연령별 20대 100 0.0 2.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 40대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50대 이상 89 1.1 2.2 5.6 5.6 39.3 10.1 5.6 7.9 5.6 13.5 3.4 40대 89 0.0 2.1 2.2 2.2 3.4 2.2 3.4 6.7 11.2 57.3 10.1 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 2.4 10.1 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 2.0 40대 90 3.3 3.3 3.0 0.7 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3		- 1 - 1	l											
변경   222   0.5   2.3   2.7   8.6   34.2   11.3   7.7   8.6   6.8   16.2   1.4     남성   201   0.5   1.5   3.0   2.5   4.5   7.0   10.0   10.9   52.7   5.0   2.5     역성   224   0.4   0.4   3.1   0.4   2.7   3.6   5.4   13.8   55.4   11.6   3.1     캐나다   남성   201   7.0   3.0   2.5   6.0   10.9   10.0   9.5   9.5   21.9   11.9   8.0     역성   212   12.7   2.8   2.8   3.8   6.1   11.8   9.0   10.4   23.1   10.4   7.1     당성   212   6.6   0.9   5.2   11.3   10.4   9.0   9.4   5.2   25.9   13.2   2.8     역성   210   5.2   3.3   6.7   8.1   14.8   11.4   5.7   10.0   15.7   11.9   7.1     단생   20대   100   0.0   2.0   2.0   10.0   42.0   13.0   5.0   5.0   3.0   18.0   0.0     20대   100   0.0   2.0   2.0   10.0   42.0   13.0   5.0   5.0   3.0   18.0   0.0     40대   89   0.0   1.1   3.4   5.6   24.7   11.2   10.1   7.9   12.4   23.6   0.0     50대 이상   89   1.1   2.2   5.6   5.6   39.3   10.1   5.6   7.9   5.6   13.5   3.4      타키   30대   95   0.0   1.1   0.0   1.1   1.1   1.1   6.3   13.7   68.4   6.3   1.1     40대   92   1.1   0.0   1.1   0.0   1.1   1.1   1.1   6.3   13.7   68.4   6.3   1.1     40대   92   1.1   0.0   1.1   0.0   1.1   1.1   1.1   6.5   6.5   10.9   56.5   15.2   1.1     50대 이상   85   0.0   1.2   9.4   0.0   4.7   7.1   8.2   14.1   45.9   7.1   2.4     40대   90   3.3   3.3   0.0   7.8   8.9   10.0   12.2   7.8   25.6   16.7   4.4     50대 이상   78   12.8   3.8   2.6   5.1   12.8   14.1   6.4   5.1   14.1   12.8   10.3	인도													
역성 224 0.4 0.4 3.1 0.4 2.7 3.6 5.4 13.8 55.4 11.6 3.1 개나다 남성 201 7.0 3.0 2.5 6.0 10.9 10.0 9.5 9.5 21.9 11.9 8.0 역성 212 12.7 2.8 2.8 3.8 6.1 11.8 9.0 10.4 23.1 10.4 7.1 당기 선생 210 5.2 3.3 6.7 8.1 14.8 11.4 5.7 10.0 15.7 11.9 7.1 전략 100 0.0 2.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 3.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.0														
해나다         역성         224         0.4         0.4         3.1         0.4         2.7         3.6         5.4         13.8         55.4         11.6         3.1           해나다         납성         201         7.0         3.0         2.5         6.0         10.9         10.0         9.5         9.5         21.9         11.9         8.0           여성         212         12.7         2.8         2.8         3.8         6.1         11.8         9.0         10.4         23.1         10.4         7.1           형가리         납성         212         6.6         0.9         5.2         11.3         10.4         9.0         9.4         5.2         25.9         13.2         2.8           여성         210         5.2         3.3         6.7         8.1         14.8         11.4         5.7         10.0         15.7         11.9         7.1           연령별           10대         75         5.3         5.3         1.3         12.0         46.7         10.7         5.3         1.3         2.7         9.3         0.0           10대         100         0.0         0.0         7.8 </td <td>터키</td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td> <td></td>	터키													
행가리 역성 212 12.7 2.8 2.8 3.8 6.1 11.8 9.0 10.4 23.1 10.4 7.1 남성 212 6.6 0.9 5.2 11.3 10.4 9.0 9.4 5.2 25.9 13.2 2.8 역성 210 5.2 3.3 6.7 8.1 14.8 11.4 5.7 10.0 15.7 11.9 7.1 연령별  10대 75 5.3 5.3 1.3 12.0 46.7 10.7 5.3 1.3 2.7 9.3 0.0 20대 100 0.0 2.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 40대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50대 이상 89 1.1 2.2 5.6 5.6 39.3 10.1 5.6 7.9 5.6 13.5 3.4 10대 64 1.6 0.0 3.1 3.1 10.9 9.4 10.9 12.5 35.9 1.6 10.9 20대 89 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10대 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 20대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3														
형가리 남성 212 6.6 0.9 5.2 11.3 10.4 9.0 9.4 5.2 25.9 13.2 2.8 여성 210 5.2 3.3 6.7 8.1 14.8 11.4 5.7 10.0 15.7 11.9 7.1 연량별  10대 75 5.3 5.3 1.3 12.0 46.7 10.7 5.3 1.3 2.7 9.3 0.0 20대 100 0.0 2.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 40대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50대 이상 89 1.1 2.2 5.6 5.6 39.3 10.1 5.6 7.9 5.6 13.5 3.4 10대 64 1.6 0.0 3.1 3.1 10.9 9.4 10.9 12.5 35.9 1.6 10.9 20대 89 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10.1 7.9 12.4 20대 82 12.2 2.4 3.7 7.3 7.3 9.8 6.1 11.0 28.0 8.5 3.7 10대 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 20대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3	캐나다													
역성 210 5.2 3.3 6.7 8.1 14.8 11.4 5.7 10.0 15.7 11.9 7.1 연령별  10대 75 5.3 5.3 1.3 12.0 46.7 10.7 5.3 1.3 2.7 9.3 0.0 20대 100 0.0 2.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 40대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50대 이상 89 1.1 2.2 5.6 5.6 39.3 10.1 5.6 7.9 5.6 13.5 3.4 10대 64 1.6 0.0 3.1 3.1 10.9 9.4 10.9 12.5 35.9 1.6 10.9 20대 89 0.0 2.2 2.2 3.4 2.2 3.4 6.7 11.2 57.3 10.1 1.1 3.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 6.5 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10.1 7.9 10.1 10.1 10.1 10.1 10.1 10.1 10.1 10	.,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,													
인도 10대 75 5.3 5.3 1.3 12.0 46.7 10.7 5.3 1.3 2.7 9.3 0.0 20대 100 0.0 2.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 40대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50대 이상 89 1.1 2.2 5.6 5.6 39.3 10.1 5.6 7.9 5.6 13.5 3.4 10대 64 1.6 0.0 3.1 3.1 10.9 9.4 10.9 12.5 35.9 1.6 10.9 20대 89 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10대 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 20대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3	청가리						11.3		9.0		5.2	25.9	13.2	2.8
인도 10대 75 5.3 5.3 1.3 12.0 46.7 10.7 5.3 1.3 2.7 9.3 0.0 20대 100 0.0 2.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 30대 102 1.0 0.0 0.0 7.8 38.2 13.7 5.9 11.8 9.8 11.8 0.0 40대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50대 이상 89 1.1 2.2 5.6 5.6 39.3 10.1 5.6 7.9 5.6 13.5 3.4 10대 64 1.6 0.0 3.1 3.1 10.9 9.4 10.9 12.5 35.9 1.6 10.9 20대 89 0.0 2.2 2.2 3.4 2.2 3.4 6.7 11.2 57.3 10.1 1.1 30대 95 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10대 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 20대 82 12.2 2.4 3.7 7.3 7.3 9.8 6.1 11.0 28.0 8.5 3.7 30대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3	0/19	여성	210	5.2	3.3			14.8	11.4	5.7	10.0	15.7	11.9	7.1
인도 30대 100 0.0 2.0 2.0 10.0 42.0 13.0 5.0 5.0 3.0 18.0 0.0 30대 102 1.0 0.0 0.0 7.8 38.2 13.7 5.9 11.8 9.8 11.8 0.0 40대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50대 이상 89 1.1 2.2 5.6 5.6 39.3 10.1 5.6 7.9 5.6 13.5 3.4 10대 64 1.6 0.0 3.1 3.1 10.9 9.4 10.9 12.5 35.9 1.6 10.9 20대 89 0.0 2.2 2.2 3.4 2.2 3.4 6.7 11.2 57.3 10.1 1.1 30대 95 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10대 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 20대 82 12.2 2.4 3.7 7.3 7.3 9.8 6.1 11.0 28.0 8.5 3.7 30대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 3.0 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3						Ċ	년령별							
인도 30대 102 1.0 0.0 0.0 7.8 38.2 13.7 5.9 11.8 9.8 11.8 0.0 40대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50대 이상 89 1.1 2.2 5.6 5.6 39.3 10.1 5.6 7.9 5.6 13.5 3.4 10대 64 1.6 0.0 3.1 3.1 10.9 9.4 10.9 12.5 35.9 1.6 10.9 20대 89 0.0 2.2 2.2 3.4 2.2 3.4 6.7 11.2 57.3 10.1 1.1 30대 95 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10대 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 20대 82 12.2 2.4 3.7 7.3 7.3 9.8 6.1 11.0 28.0 8.5 3.7 30대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3		10대	75	5.3	5.3	1.3	12.0	46.7	10.7	5.3	1.3	2.7	9.3	0.0
변기 성대 89 0.0 1.1 3.4 5.6 24.7 11.2 10.1 7.9 12.4 23.6 0.0 50대 이상 89 1.1 2.2 5.6 5.6 39.3 10.1 5.6 7.9 5.6 13.5 3.4 10대 64 1.6 0.0 3.1 3.1 10.9 9.4 10.9 12.5 35.9 1.6 10.9 20대 89 0.0 2.2 2.2 3.4 2.2 3.4 6.7 11.2 57.3 10.1 1.1 30대 95 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10대 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 20대 82 12.2 2.4 3.7 7.3 7.3 9.8 6.1 11.0 28.0 8.5 3.7 30대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3		20대	100	0.0	2.0	2.0	10.0	42.0	13.0	5.0	5.0	3.0	18.0	0.0
50대 이상 89   1.1   2.2   5.6   5.6   39.3   10.1   5.6   7.9   5.6   13.5   3.4	인도	30대	102	1.0	0.0	0.0	7.8	38.2	13.7	5.9	11.8	9.8	11.8	0.0
10대   64   1.6   0.0   3.1   3.1   10.9   9.4   10.9   12.5   35.9   1.6   10.9   12.5   20대   89   0.0   2.2   2.2   3.4   2.2   3.4   6.7   11.2   57.3   10.1   1.1   30대   95   0.0   1.1   0.0   1.1   1.1   1.1   6.3   13.7   68.4   6.3   1.1   40대   92   1.1   0.0   1.1   0.0   1.1   6.5   6.5   10.9   56.5   15.2   1.1   50대 이상   85   0.0   1.2   9.4   0.0   4.7   7.1   8.2   14.1   45.9   7.1   2.4   10대   74   13.5   4.1   5.4   1.4   6.8   9.5   8.1   10.8   23.0   5.4   12.2   20대   82   12.2   2.4   3.7   7.3   7.3   9.8   6.1   11.0   28.0   8.5   3.7   30대   89   9.0   1.1   2.2   2.2   6.7   11.2   12.4   14.6   21.3   11.2   7.9   40대   90   3.3   3.3   0.0   7.8   8.9   10.0   12.2   7.8   25.6   16.7   4.4   50대 이상   78   12.8   3.8   2.6   5.1   12.8   14.1   6.4   5.1   14.1   12.8   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3   10.3		· ·	89	0.0	1.1	3.4	5.6	24.7	11.2	10.1	7.9	12.4	23.6	0.0
H		50대 이상	89	1.1	2.2	5.6	5.6	39.3	10.1	5.6	7.9	5.6	13.5	3.4
터키 30대 95 0.0 1.1 0.0 1.1 1.1 1.1 6.3 13.7 68.4 6.3 1.1 40대 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10대 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 20대 82 12.2 2.4 3.7 7.3 7.3 9.8 6.1 11.0 28.0 8.5 3.7 30대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3		10대	64	1.6	0.0	3.1	3.1	10.9	9.4	10.9	12.5	35.9	1.6	10.9
#나다 92 1.1 0.0 1.1 0.0 1.1 6.5 6.5 10.9 56.5 15.2 1.1 50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10대 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 20대 82 12.2 2.4 3.7 7.3 7.3 9.8 6.1 11.0 28.0 8.5 3.7 30대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3		20대	89	0.0	2.2	2.2	3.4	2.2	3.4	6.7	11.2	57.3	10.1	1.1
50대 이상 85 0.0 1.2 9.4 0.0 4.7 7.1 8.2 14.1 45.9 7.1 2.4 10대 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 20대 82 12.2 2.4 3.7 7.3 7.3 9.8 6.1 11.0 28.0 8.5 3.7 30대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3	터키	30대	95	0.0	1.1	0.0	1.1	1.1	1.1	6.3	13.7	68.4	6.3	1.1
기나다 74 13.5 4.1 5.4 1.4 6.8 9.5 8.1 10.8 23.0 5.4 12.2 20대 82 12.2 2.4 3.7 7.3 7.3 9.8 6.1 11.0 28.0 8.5 3.7 30대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3		· ·	92	1.1	0.0	1.1	0.0	1.1	6.5	6.5	10.9	56.5	15.2	1.1
케나다 20대 82 12.2 2.4 3.7 7.3 7.3 9.8 6.1 11.0 28.0 8.5 3.7 30대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3		50대 이상	85	0.0	1.2	9.4	0.0	4.7	7.1	8.2	14.1	45.9	7.1	2.4
케나다 30대 89 9.0 1.1 2.2 2.2 6.7 11.2 12.4 14.6 21.3 11.2 7.9 40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3		10대	74	13.5	4.1	5.4	1.4	6.8	9.5	8.1	10.8	23.0	5.4	12.2
40대 90 3.3 3.3 0.0 7.8 8.9 10.0 12.2 7.8 25.6 16.7 4.4 50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3		20대	82	12.2	2.4	3.7	7.3	7.3	9.8	6.1	11.0	28.0	8.5	3.7
50대 이상 78 12.8 3.8 2.6 5.1 12.8 14.1 6.4 5.1 14.1 12.8 10.3	캐나다	30대	89	9.0	1.1	2.2	2.2	6.7	11.2	12.4	14.6	21.3	11.2	7.9
		40대	90	3.3	3.3	0.0	7.8	8.9	10.0	12.2	7.8	25.6	16.7	4.4
10대 60 83 1.7 83 11.7 10.0 67 13.3 67 18.3 13.3 1.7		50대 이상	78	12.8	3.8	2.6	5.1	12.8	14.1	6.4	5.1	14.1	12.8	10.3
10.5   1.7   10.5   1.7   10.5   11.7   10.5   10.5   10.5   11.7		10대	60	8.3	1.7	8.3	11.7	10.0	6.7	13.3	6.7	18.3	13.3	1.7
20대 89 6.7 2.2 1.1 6.7 12.4 6.7 12.4 6.7 29.2 14.6 1.1		20대	89	6.7	2.2	1.1	6.7	12.4	6.7	12.4	6.7	29.2	14.6	1.1
헝가리 30대 93 5.4 3.2 10.8 10.8 15.1 7.5 5.4 6.5 19.4 12.9 3.2	헝가리	30대	93	5.4	3.2	10.8	10.8	15.1	7.5	5.4	6.5	19.4	12.9	3.2
40대 94 3.2 0.0 6.4 8.5 11.7 16.0 5.3 10.6 19.1 11.7 7.4		40대	94	3.2	0.0	6.4	8.5	11.7	16.0	5.3	10.6	19.1	11.7	7.4
		50대 이상	86	7.0	3.5	3.5	11.6	12.8	12.8	3.5	7.0	17.4	10.5	10.5

	구분	사례수 (명)	없음	100 MB 미만	100 이상~ 500 미만	500 이상~ 1GB 미만	1GB 이상~ 2GB 미만	2GB 이상~ 3GB 미만	3GB 이상~ 4GB 미만	4GB 이상~ 5GB 미만	5GB 이상	무제한	모르 겠음
					학	력별							
	고졸 이하	65	7.7	4.6	4.6	12.3	44.6	6.2	1.5	0.0	1.5	16.9	0.0
인도	대졸 이상	390	0.3	1.5	2.1	7.4	36.9	12.8	7.2	8.2	7.7	15.1	0.8
	고졸 이하	99	1.0	2.0	2.0	3.0	6.1	5.1	10.1	16.2	43.4	4.0	7.1
터키	대졸 이상	326	0.3	0.6	3.4	0.9	2.8	5.2	6.7	11.3	57.4	9.8	1.5
	고졸 이하	119	21.0	3.4	2.5	2.5	5.0	11.8	4.2	6.7	23.5	10.9	8.4
캐나다	대졸 이상	294	5.4	2.7	2.7	5.8	9.9	10.5	11.2	11.2	22.1	11.2	7.1
-1-1-1	고졸 이하	224	6.7	2.2	5.4	12.1	12.5	10.7	5.8	7.6	20.5	10.3	6.3
헝가리	대졸 이상	198	5.1	2.0	6.6	7.1	12.6	9.6	9.6	7.6	21.2	15.2	3.5
					직	업별							
	사무·전문직	304	0.7	1.6	1.6	5.9	33.9	12.5	7.6	8.9	8.2	18.4	0.7
인도	서비스·생산직	35	2.9	0.0	2.9	5.7	57.1	11.4	2.9	2.9	0.0	14.3	0.0
	학생/주부/무직	116	2.6	3.4	4.3	14.7	43.1	10.3	4.3	3.4	5.2	7.8	0.9
	사무·전문직	255	0.4	0.8	3.1	0.4	2.7	3.9	6.7	12.9	57.6	10.2	1.2
터키	서비스·생산직	37	0.0	2.7	2.7	2.7	5.4	2.7	8.1	16.2	56.8	2.7	0.0
	학생/주부/무직	133	0.8	0.8	3.0	3.0	4.5	8.3	9.0	10.5	46.6	6.8	6.8
	사무·전문직	219	5.0	3.2	1.4	4.6	9.6	10.5	11.4	11.0	26.0	11.4	5.9
캐나다	서비스·생산직	61	11.5	1.6	4.9	8.2	3.3	11.5	6.6	14.8	9.8	21.3	6.6
	학생/주부/무직	133	17.3	3.0	3.8	3.8	9.0	11.3	6.8	6.0	22.6	6.0	10.5
	사무·전문직	218	3.7	0.9	6.9	7.8	13.8	12.8	7.3	6.4	23.4	13.8	3.2
헝가리	서비스·생산직	81	6.2	2.5	4.9	11.1	9.9	11.1	6.2	13.6	22.2	6.2	6.2
	학생/주부/무직	123	9.8	4.1	4.9	12.2	12.2	4.9	8.9	5.7	15.4	14.6	7.3
					소	득별							
인도	40,000 이상	241	0.4	0.4	2.1	4.1	30.3	13.7	8.7	8.7	10.4	20.3	0.8
닌ㅗ	40,000 미만	214	2.3	3.7	2.8	12.6	46.7	9.8	3.7	5.1	2.8	9.8	0.5
터키	8,000 이상	219	0.0	0.5	3.2	0.5	1.8	4.1	5.5	10.0	60.7	11.0	2.7
니기	8,000 미만	206	1.0	1.5	2.9	2.4	5.3	6.3	9.7	15.0	47.1	5.8	2.9
캐나다	5,000 이상	206	6.8	1.5	2.9	4.9	7.3	8.7	9.7	8.7	26.2	16.0	7.3
71199	5,000 미만	207	13.0	4.3	2.4	4.8	9.7	13.0	8.7	11.1	18.8	6.3	7.7
헝가리	500,000 이상	129	3.1	2.3	8.5	7.0	9.3	6.2	10.9	6.2	27.9	18.6	0.0
3/14	500,000 미만	293	7.2	2.0	4.8	10.9	14.0	11.9	6.1	8.2	17.7	9.9	7.2
					고객	가치별							
	고관여자	118	0.0	0.8	0.0	3.4	22.0	16.1	9.3	14.4	12.7	21.2	0.0
인도	중관여자	182	0.0	1.1	2.7	8.2	42.3	10.4	5.5	5.5	6.6	16.5	1.1
	저관여자	155	3.9	3.9	3.9	11.6	45.2	10.3	5.2	3.2	2.6	9.7	0.6
	고관여자	163	0.0	0.6	1.2	0.0	2.5	2.5	5.5	9.2	60.7	15.3	2.5
터키	중관여자	163	0.0	1.2	4.3	1.2	3.7	4.9	7.4	14.7	52.8	6.7	3.1
	저관여자	99	2.0	1.0	4.0	4.0	5.1	10.1	11.1	14.1	45.5	0.0	3.0
	고관여자	125	8.0	2.4	1.6	3.2	9.6	12.8	7.2	12.8	19.2	14.4	8.8
캐나다	중관여자	194	8.8	3.1	4.1	3.1	8.2	12.9	9.3	9.3	25.3	11.9	4.1
	저관여자	94	14.9	3.2	1.1	10.6	7.4	4.3	11.7	7.4	21.3	5.3	12.8
	고관여자	119	5.9	1.7	3.4	4.2	11.8	10.9	10.9	8.4	22.7	16.0	4.2
헝가리	중관여자	182	4.4	2.2	9.3	11.5	11.0	9.9	6.0	8.2	17.0	13.7	6.6
	저관여자	121	8.3	2.5	3.3	12.4	15.7	9.9	6.6	5.8	24.8	7.4	3.3

#### □ 인터넷 사용 환경 평가

귀하의 인터넷 사용 환경과 관련하여 다음 질문에 응답해 주십시오. (5점 척도\*)

- (1) 내가 집에서 이용하는 인터넷 서비스 접속 속도는 빠르다
- (2) 집에서 인터넷을 통해 영상콘텐츠를 시청할 때 끊김이 없다
- (3) 나는 인터넷을 언제 어디서나 빠르고 편리하게 즐길 수 있다.
- (4) 이동시에도 끊김없이 인터넷을 이용할 수 있다.
- (5) 나는 스마트폰으로 인터넷에 대체로 접속할 수 있다.
- (6) 스마트폰을 이용한 인터넷의 접속 안정성과 속도는 만족할 만하다.
- (7) 나의 생활반경에서는 인터넷 접속이 용이하다.
- (8) 내가 이용하는 휴대전화 요금제는 영상콘텐츠를 이용하기에 충분한 양의 데이터를 제공한다.
- \* (전혀 그렇지 않다-1점, 그렇지 않다-2점, 보통이다-3점, 그렇다-4점, 매우 그렇다-5점)

단위: 명 & 5점 척도 평균

								771. 0	& 5名 4	기고 'O'만
	국가	사례수 (명)	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	문항(7)	문항(8)
				Ę	국가별					
	인도	461	4.1	3.9	3.9	3.8	4.0	3.9	4.0	4.0
	터키	431	4.0	3.8	3.8	3.6	4.2	3.9	4.1	4.0
	캐나다	428	4.1	3.8	3.7	3.2	3.9	3.8	4.1	3.4
	헝가리	435	4.1	3.8	3.5	3.3	4.0	3.7	4.1	3.5
					성별					
인도	남성	236	4.0	3.7	3.8	3.7	3.9	3.8	3.8	3.9
신스	여성	225	4.2	4.0	3.9	3.9	4.1	4.0	4.1	4.2
터키	남성	203	3.7	3.6	3.4	3.3	4.0	3.7	3.8	3.8
4/1	여성	228	4.3	4.0	4.1	3.9	4.4	4.1	4.3	4.3
캐나다	남성	208	4.1	3.8	3.8	3.2	3.9	3.7	4.0	3.3
71144	여성	220	4.0	3.7	3.6	3.3	3.9	3.8	4.1	3.4
헝가리	남성	219	4.1	3.9	3.6	3.4	4.1	3.9	4.2	3.5
8/14	여성	216	4.0	3.7	3.5	3.3	3.9	3.6	4.0	3.5
				Ċ	변령별					
	10대	78	3.7	3.6	3.5	3.4	3.7	3.6	3.7	3.6
	20대	100	4.2	4.0	4.0	3.9	4.0	4.0	3.9	4.2
인도	30대	102	4.3	4.0	4.1	4.0	4.1	4.0	4.1	4.1
	40대	90	4.2	4.0	3.9	3.8	4.1	3.9	4.0	4.2
	50대 이상	91	4.1	3.9	3.8	3.6	4.0	3.9	4.1	4.0
	10대	65	3.3	3.1	2.9	2.9	3.8	3.2	3.5	3.6
	20대	91	4.1	3.8	3.8	3.8	4.3	4.1	4.2	4.1
터키	30대	95	4.3	4.0	4.0	3.9	4.4	4.2	4.2	4.3
	40대	93	4.2	4.0	3.9	3.8	4.3	4.1	4.2	4.2
	50대 이상	87	4.0	3.8	3.9	3.6	4.2	3.8	4.0	3.9
	10대	79	3.9	3.5	3.4	3.1	3.8	3.6	3.9	3.1
	20대	84	4.1	3.8	3.8	3.4	4.0	3.8	4.1	3.4
캐나다	30대	91	4.1	3.8	3.7	3.4	3.9	3.8	4.1	3.5
	40대	91	4.1	3.9	3.9	3.3	4.0	3.9	4.2	3.7
	50대 이상	83	4.1	3.8	3.7	2.8	3.7	3.7	4.1	3.1
헝가리	10대	63	3.8	3.5	3.3	3.3	3.9	3.4	3.8	3.2
४/मि	20대	89	4.2	4.0	3.6	3.5	4.1	3.8	4.2	3.4

	국가	사례수 (명)	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	문항(7)	문항(8)
	30대	96	4.1	3.8	3.6	3.3	3.9	3.7	4.1	3.6
헝가리	40대	97	4.1	3.9	3.5	3.4	4.0	3.9	4.1	3.8
	50대 이상	90	4.1	3.8	3.6	3.2	4.1	3.8	4.2	3.6
				<u></u>	<b>막력</b> 별					
인도	고졸 이하	68	3.6	3.3	3.3	3.2	3.5	3.4	3.4	3.4
U.J.	대졸 이상	393	4.2	4.0	4.0	3.9	4.1	4.0	4.1	4.2
터키	고졸 이하	103	3.5	3.3	3.2	3.2	3.9	3.6	3.9	3.7
-1/1	대졸 이상	328	4.2	4.0	3.9	3.8	4.3	4.1	4.1	4.1
캐나다	고졸 이하	125	3.9	3.6	3.5	3.2	3.9	3.7	4.0	3.2
711919	대졸 이상	303	4.1	3.8	3.8	3.2	3.9	3.8	4.1	3.4
헝가리	고졸 이하	232	4.0	3.7	3.4	3.3	4.0	3.7	4.0	3.5
3/14	대졸 이상	203	4.1	4.0	3.6	3.4	4.0	3.7	4.2	3.6
					직업별					
	사무·전문직	306	4.3	4.1	4.1	3.9	4.1	4.1	4.1	4.2
인도	서비스·생산직	35	3.9	3.5	3.5	3.5	3.7	3.6	3.6	3.7
	학생/주부/무직	120	3.8	3.6	3.5	3.5	3.7	3.6	3.6	3.7
	사무·전문직	258	4.2	3.9	3.9	3.8	4.2	4.0	4.1	4.2
터키	서비스·생산직	38	3.6	3.6	3.7	3.5	4.0	3.9	3.9	3.9
	학생/주부/무직	135	3.8	3.7	3.5	3.4	4.2	3.8	4.0	3.9
	사무·전문직	223	4.1	3.8	3.8	3.3	3.9	3.8	4.0	3.4
캐나다	서비스·생산직	63	4.1	3.8	3.6	3.0	3.8	3.8	4.0	3.3
	학생/주부/무직	142	3.9	3.7	3.6	3.1	4.0	3.8	4.1	3.3
	사무·전문직	224	4.1	3.9	3.6	3.3	4.0	3.7	4.1	3.6
헝가리	서비스·생산직	82	4.0	3.8	3.5	3.3	4.1	3.9	4.0	3.5
	학생/주부/무직	129	4.1	3.7	3.4	3.3	4.0	3.6	4.0	3.4
				2	<b>스</b> 득별					
인도	40,000 이상	241	4.3	4.1	4.1	4.0	4.2	4.1	4.2	4.3
닌ㅗ	40,000 미만	220	3.9	3.7	3.7	3.6	3.8	3.7	3.7	3.8
터키	8,000 이상	220	4.3	4.1	4.0	3.9	4.4	4.2	4.3	4.3
<i>L</i>  /	8,000 미만	211	3.7	3.5	3.5	3.3	4.1	3.7	3.9	3.8
캐나다	5,000 이상	214	4.2	3.9	3.9	3.4	4.0	3.9	4.2	3.5
71199	5,000 미만	214	3.9	3.7	3.5	3.0	3.8	3.7	3.9	3.2
헝가리	500,000 이상	130	4.2	4.0	3.7	3.6	4.2	3.8	4.3	3.7
8/14	500,000 미만	305	4.0	3.7	3.5	3.2	3.9	3.7	4.0	3.5
				고기	<sup>낵</sup> 가치별					
	고관여자	119	4.4	4.1	4.2	4.1	4.3	4.2	4.3	4.3
인도	중관여자	182	4.2	4.0	4.0	3.8	4.1	4.0	4.1	4.2
	저관여자	160	3.8	3.5	3.6	3.5	3.7	3.6	3.6	3.7
	고관여자	164	4.3	4.1	4.1	3.9	4.4	4.3	4.3	4.3
터키	중관여자	165	3.9	3.7	3.7	3.5	4.1	3.8	4.0	4.0
	저관여자	102	3.6	3.5	3.4	3.3	4.0	3.6	3.8	3.7
	고관여자	129	4.0	3.8	3.7	3.2	3.9	3.8	4.1	3.4
캐나다	중관여자	201	4.1	3.8	3.8	3.3	4.0	3.9	4.2	3.5
	저관여자	98	4.0	3.6	3.5	3.0	3.7	3.6	3.8	3.0
	고관여자	122	4.3	4.0	3.7	3.5	4.2	3.9	4.2	3.7
헝가리	중관여자	185	4.0	3.9	3.6	3.4	4.0	3.8	4.2	3.6
	저관여자	128	3.9	3.6	3.3	3.2	3.8	3.5	3.9	3.3

### □ 시청행동별 동의수준

귀하는 다음 질문에 어느 정도 동의하는지 응답해 주십시오 (5점 척도\*)

- (1) 나는 한 가지 영상 콘텐츠를 시청하면서 다른 영상 콘텐츠를 함꼐 보거나, 음악이나 라디오 등을 듣는다.
- (2) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 휴대폰 음성이나 문자 등을 통해 누군가에게 연락을 한다.
- (3) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 게임을 즐기거나 책을 읽는다.
- (4) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 인터넷을 통해 검색, 쇼핑 등을 한다.
- (5) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 운동, 일, 집안일 등을 한다.
- (6) 내가 관심있는 분야(운동, 게임, 영화, 요리, 뷰티, 과학 등 다양한 관심사 고려)에 대한 동영상을 일부러 찾아본다.
- (7) 내가 관심있는 분야에 대한 동영상을 시청하는데 시간을 많이 투자한다.
- (8) 내가 관심있는 분야에 대한 영상을 어디서 어떻게 찾아야 하는지 알고 있다.
- \* (전혀 그렇지 않다-1점, 그렇지 않다-2점, 보통이다-3점, 그렇다-4점, 매우 그렇다-5점)

단위: 명 & 5점 척도 평균

								단기. '8	& J'自 ~	1그 정신
	국가	사례수 (명)	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	문항(7)	문항(8)
			•	- I	국가별	'				
	인도	461	2.9	3.4	2.8	3.2	3.2	3.9	3.7	3.9
	터키	431	3.0	3.4	2.9	3.2	3.2	4.0	3.7	4.1
	캐나다	428	2.4	3.1	2.8	3.2	3.1	3.4	3.2	3.5
	헝가리	435	2.0	2.5	2.1	2.3	2.5	3.7	3.2	3.8
					성별					
인도	남성	236	2.9	3.3	2.7	3.2	3.0	3.8	3.6	3.8
신스	여성	225	3.0	3.5	2.9	3.1	3.4	3.9	3.7	3.9
터키	남성	203	2.5	3.0	2.5	2.9	2.8	3.8	3.5	3.9
4//	여성	228	3.5	3.8	3.2	3.5	3.6	4.2	3.9	4.2
캐나다	남성	208	2.5	3.0	2.7	3.1	3.1	3.5	3.3	3.6
71199	여성	220	2.4	3.2	2.9	3.4	3.2	3.3	3.1	3.5
헝가리	남성	219	2.0	2.4	1.9	2.3	2.4	3.7	3.4	3.9
8/14	여성	216	2.0	2.6	2.2	2.3	2.6	3.7	3.1	3.8
				Ç	변령별					
	10대	78	2.9	3.3	2.8	2.9	3.1	3.7	3.4	3.5
	20대	100	3.2	3.6	3.1	3.5	3.5	4.0	3.8	3.9
인도	30대	102	3.3	3.7	3.0	3.4	3.6	4.0	3.8	4.0
	40대	90	2.9	3.4	2.8	3.2	3.1	3.9	3.6	4.0
	50대 이상	91	2.3	3.0	2.3	2.8	2.7	3.6	3.6	3.9
	10대	65	2.3	3.3	2.6	2.9	2.7	3.7	3.5	3.8
	20대	91	3.2	3.5	3.2	3.6	3.6	4.1	3.8	4.0
터키	30대	95	3.4	3.8	3.0	3.4	3.3	4.2	3.9	4.3
	40대	93	3.3	3.3	2.9	3.2	3.4	4.1	3.8	4.2
	50대 이상	87	2.7	3.1	2.6	2.8	3.0	3.8	3.4	3.9
	10대	79	2.4	3.0	2.9	3.3	3.2	3.5	3.4	3.7
	20대	84	2.7	3.4	3.3	3.7	3.6	3.6	3.5	3.6
캐나다	30대	91	2.5	3.3	3.0	3.5	3.3	3.5	3.5	3.6
	40대	91	2.6	3.2	2.8	3.2	3.0	3.5	3.1	3.6
	50대 이상	83	1.9	2.4	2.1	2.5	2.6	3.0	2.7	3.3

	국가	사례수 (명)	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	문항(7)	문항(8)
	10대	63	2.6	3.2	2.7	2.8	3.0	3.5	3.6	3.8
	20대	89	1.9	2.9	2.2	2.7	2.8	3.9	3.6	4.0
헝가리	30대	96	2.1	2.5	2.1	2.4	2.6	3.9	3.3	3.9
	40대	97	2.1	2.3	1.9	2.2	2.4	3.6	3.0	3.9
	50대 이상	90	1.6	1.7	1.7	1.7	1.8	3.6	2.8	3.6
				ğ	<b>라</b> 력별					
인도	고졸 이하	68	2.6	3.1	2.3	2.8	2.6	3.4	3.1	3.4
신조	대졸 이상	393	3.0	3.5	2.9	3.2	3.3	3.9	3.7	4.0
터키	고졸 이하	103	2.4	3.0	2.6	2.8	2.8	3.7	3.4	3.8
C[7]	대졸 이상	328	3.2	3.5	3.0	3.3	3.4	4.1	3.8	4.2
캐나다	고졸 이하	125	2.2	3.2	3.0	3.4	3.2	3.2	3.1	3.4
71144	대졸 이상	303	2.5	3.0	2.8	3.2	3.1	3.5	3.3	3.6
헝가리	고졸 이하	232	2.1	2.5	2.1	2.3	2.5	3.6	3.2	3.7
생가다	대졸 이상	203	2.0	2.5	2.0	2.4	2.5	3.9	3.3	4.0
				7	직업별					
	사무·전문직	306	3.0	3.5	2.9	3.3	3.3	4.0	3.8	4.0
인도	서비스·생산직	35	3.0	3.5	2.7	3.1	3.0	3.7	3.2	3.6
	학생/주부/무직	120	2.6	3.2	2.6	2.9	3.0	3.5	3.4	3.6
	사무·전문직	258	3.3	3.5	3.1	3.3	3.4	4.1	3.8	4.1
터키	서비스·생산직	38	2.8	2.9	2.5	2.8	2.6	3.7	3.3	4.0
	학생/주부/무직	135	2.6	3.3	2.6	3.0	3.1	3.9	3.6	4.0
	사무·전문직	223	2.4	3.1	2.8	3.2	3.0	3.4	3.2	3.5
캐나다	서비스·생산직	63	2.4	2.9	2.8	3.1	3.3	3.5	3.3	3.6
	학생/주부/무직	142	2.4	3.2	2.8	3.3	3.2	3.4	3.2	3.6
	사무·전문직	224	2.0	2.4	2.1	2.4	2.6	3.7	3.2	3.9
헝가리	서비스·생산직	82	2.2	2.5	2.0	2.3	2.4	3.8	3.3	3.9
- , ,	학생/주부/무직	129	2.0	2.6	2.1	2.3	2.4	3.6	3.2	3.7
					<b>.</b> 득별					
ماد	40,000 이상	241	2.8	3.4	2.8	3.2	3.3	4.0	3.8	4.0
인도	40,000 미만	220	3.0	3.4	2.8	3.2	3.1	3.7	3.5	3.7
11	8,000 이상	220	3.4	3.8	3.2	3.5	3.5	4.3	3.9	4.2
터키	8,000 미만	211	2.6	3.0	2.6	2.9	2.9	3.7	3.5	3.9
-11-1-1	5,000 이상	214	2.4	3.1	2.7	3.2	3.1	3.6	3.3	3.6
캐나다	5,000 미만	214	2.4	3.1	2.9	3.3	3.1	3.3	3.1	3.5
-1-1-1	500,000 이상	130	2.2	2.8	2.3	2.5	2.7	3.8	3.4	3.9
헝가리	500,000 미만	305	2.0	2.4	1.9	2.2	2.4	3.7	3.1	3.8
	100				<b>낵</b> 가치별				_	
	고관여자	119	3.2	3.7	3.1	3.5	3.6	4.3	4.0	4.1
인도	중관여자	182	2.9	3.4	2.8	3.2	3.2	3.9	3.8	4.0
	저관여자	160	2.7	3.2	2.6	2.9	2.9	3.5	3.3	3.6
	고관여자	164	3.5	3.7	3.1	3.5	3.6	4.3	4.0	4.3
터키	중관여자	165	2.9	3.3	2.8	3.0	3.2	3.9	3.7	4.0
	저관여자	102	2.5	3.2	2.6	2.9	2.8	3.6	3.3	3.9
	고관여자	129	2.6	3.2	2.9	3.2	3.4	3.6	3.5	3.7
캐나다	중관여자	201	2.4	3.2	2.9	3.4	3.1	3.5	3.2	3.6
., ,	저관여자	98	2.2	2.8	2.5	3.0	2.9	3.1	2.9	3.2
	고관여자	122	2.1	2.5	2.0	2.4	2.5	4.0	3.5	4.0
헝가리	중관여자	185	2.0	2.5	2.2	2.4	2.4	3.6	3.2	3.8
0.1-1	저관여자	128	2.0	2.4	2.0	2.2	2.5	3.5	3.0	3.7
	기면기계	120	۷.0	۷.٦	۷.0	۷.۷		ر.د		5.1

## 3) 여가생활 및 동영상 콘텐츠 이용 시간

## □ 주중 여가생활 시간

귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

									,.	0
				1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	
	국가	사례수	1시간	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	7시간
	17.1	(명)	미만	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	7시간	이상
				미만	미만	미만	미만	미만	미만	
	41-	1.51	10.0		국가별	4.5.4	0.5			
	인도	461	18.0	27.3	22.8	16.1	8.5	4.1	1.5	1.7
	터키	431	11.8	17.4	23.4	16.9	9.0	10.2	5.3	5.8
	캐나다	428	12.4	25.0	24.1	15.9	10.7	3.0	2.1	6.8
	헝가리	435	11.7	26.4	25.1	18.2	11.3	2.3	2.8	2.3
	1121	22.6	20.2	25.1	성별	10.5	6.4	0.1	0.0	2.5
인도	남성	236	20.3	27.1	21.2	19.5	6.4	2.1	0.8	2.5
	여성	225	15.6	27.6	24.4	12.4	10.7	6.2	2.2	0.9
터키	남성	203	17.2	21.2	20.2	15.8	8.9	7.4	4.9	4.4
	여성	228	7.0	14.0	26.3	18.0	9.2	12.7	5.7	7.0
캐나다	남성	208	12.0	27.4	23.6	17.8	11.1	1.4	1.4	5.3
., , ,	여성	220	12.7	22.7	24.5	14.1	10.5	4.5	2.7	8.2
헝가리	남성	219	6.8	27.9	27.9	19.2	11.9	0.9	2.3	3.2
0, 1-1	여성	216	16.7	25.0	22.2	17.1	10.6	3.7	3.2	1.4
		T	T	Ç	견령별	T	ı	ı	T	
	10대	78	30.8	20.5	23.1	10.3	7.7	2.6	1.3	3.8
	20대	100	12.0	30.0	23.0	15.0	11.0	4.0	1.0	4.0
인도	30대	102	8.8	30.4	24.5	17.6	12.7	3.9	2.0	0.0
	40대	90	24.4	22.2	21.1	15.6	5.6	8.9	2.2	0.0
	50대 이상	91	17.6	31.9	22.0	20.9	4.4	1.1	1.1	1.1
	10대	65	16.9	18.5	23.1	13.8	12.3	7.7	6.2	1.5
	20대	91	13.2	9.9	23.1	23.1	5.5	13.2	6.6	5.5
터키	30대	95	6.3	18.9	22.1	17.9	7.4	9.5	5.3	12.6
	40대	93	17.2	11.8	19.4	14.0	12.9	15.1	4.3	5.4
	50대 이상	87	6.9	28.7	29.9	14.9	8.0	4.6	4.6	2.3
	10대	79	21.5	25.3	19.0	16.5	6.3	5.1	3.8	2.5
	20대	84	15.5	20.2	28.6	14.3	11.9	1.2	4.8	3.6
캐나다	30대	91	8.8	24.2	31.9	14.3	7.7	2.2	0.0	11.0
	40대	91	11.0	29.7	23.1	16.5	11.0	4.4	0.0	4.4
	50대 이상	83	6.0	25.3	16.9	18.1	16.9	2.4	2.4	12.0
	10대	63	9.5	25.4	23.8	11.1	15.9	4.8	7.9	1.6
	20대	89	10.1	32.6	22.5	21.3	9.0	1.1	3.4	0.0
헝가리	30대	96	16.7	24.0	26.0	18.8	10.4	2.1	1.0	1.0
	40대	97	14.4	32.0	23.7	17.5	8.2	2.1	0.0	2.1
	50대 이상	90	6.7	17.8	28.9	20.0	14.4	2.2	3.3	6.7
			1	1	i .	1				1

					1-1	1-1		2 - 2		
		) =1] &	4 3 1 - 1	1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	<b>=</b> 1 → 1
	구분	사례수	1시간	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	7시간
	·	(명)	미만	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	7시간	이상
				미만	미만	미만	미만	미만	미만	
	-7 11-1		22.0		학력별	0.0				• •
인도	고졸 이하	68	33.8	23.5	22.1	8.8	4.4	4.4	0.0	2.9
	대졸 이상	393	15.3	28.0	22.9	17.3	9.2	4.1	1.8	1.5
터키	고졸 이하	103	16.5	13.6	25.2	14.6	11.7	9.7	4.9	3.9
	대졸 이상	328	10.4	18.6	22.9	17.7	8.2	10.4	5.5	6.4
캐나다	고졸 이하	125	15.2	16.8	22.4	13.6	12.8	4.8	3.2	11.2
	대졸 이상	303	11.2	28.4	24.8	16.8	9.9	2.3	1.7	5.0
헝가리	고졸 이하	232	10.8	27.2	25.4	17.2	9.5	3.4	3.9	2.6
0 1 1	대졸 이상	203	12.8	25.6	24.6	19.2	13.3	1.0	1.5	2.0
					직업별	T				
	사무·전문직	306	13.7	27.5	24.8	17.6	8.8	4.2	1.6	1.6
인도	서비스·생산직	35	20.0	31.4	22.9	8.6	11.4	2.9	0.0	2.9
	학생/주부/무직	120	28.3	25.8	17.5	14.2	6.7	4.2	1.7	1.7
	사무·전문직	258	9.3	19.4	24.4	17.8	7.0	10.1	6.2	5.8
터키	서비스·생산직	38	18.4	18.4	21.1	13.2	10.5	7.9	5.3	5.3
	학생/주부/무직	135	14.8	13.3	22.2	16.3	12.6	11.1	3.7	5.9
	사무·전문직	223	11.7	30.0	26.0	15.7	9.0	2.2	0.9	4.5
캐나다	서비스·생산직	63	12.7	22.2	20.6	14.3	11.1	6.3	3.2	9.5
	학생/주부/무직	142	13.4	18.3	22.5	16.9	13.4	2.8	3.5	9.2
	사무·전문직	224	15.6	28.1	25.4	18.3	8.9	1.3	1.3	0.9
헝가리	서비스·생산직	82	7.3	30.5	29.3	19.5	8.5	1.2	2.4	1.2
	학생/주부/무직	129	7.8	20.9	21.7	17.1	17.1	4.7	5.4	5.4
					소득별	T				
인도	40,000 이상	241	16.2	26.6	24.5	15.4	9.5	4.6	2.1	1.2
1	40,000 미만	220	20.0	28.2	20.9	16.8	7.3	3.6	0.9	2.3
터키	8,000 이상	220	8.6	18.6	23.6	15.0	7.7	13.2	5.5	7.7
- 1/1	8,000 미만	211	15.2	16.1	23.2	19.0	10.4	7.1	5.2	3.8
캐나다	5,000 이상	214	13.1	24.8	27.1	17.8	11.7	1.9	0.5	3.3
711-1-1	5,000 미만	214	11.7	25.2	21.0	14.0	9.8	4.2	3.7	10.3
헝가리	500,000 이상	130	11.5	25.4	25.4	18.5	12.3	1.5	4.6	0.8
0/14	500,000 미만	305	11.8	26.9	24.9	18.0	10.8	2.6	2.0	3.0
				고	백가치별					
	고관여자	119	0.0	13.4	17.6	25.2	25.2	9.2	5.9	3.4
인도	중관여자	182	15.4	28.6	29.1	17.0	4.4	3.8	0.0	1.6
	저관여자	160	34.4	36.3	19.4	8.1	0.6	0.6	0.0	0.6
	고관여자	164	0.0	5.5	21.3	21.3	14.0	18.9	7.9	11.0
터키	중관여자	165	12.7	22.4	23.6	17.0	9.1	6.1	6.1	3.0
	저관여자	102	29.4	28.4	26.5	9.8	1.0	2.9	0.0	2.0
	고관여자	129	0.0	7.8	30.2	27.1	23.3	3.9	3.1	4.7
캐나다	중관여자	201	11.4	32.8	20.9	11.4	7.5	3.5	1.5	10.9
	저관여자	98	30.6	31.6	22.4	10.2	1.0	1.0	2.0	1.0
	고관여자	122	0.0	11.5	27.0	27.0	21.3	4.1	4.9	4.1
헝가리	중관여자	185	9.2	26.5	26.5	20.5	9.7	2.2	2.7	2.7
	저관여자	128	26.6	40.6	21.1	6.3	3.9	0.8	0.8	0.0

## □ 주중 동영상 콘텐츠 이용 시간

귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?

단위: 명 & %

									٠,,٠	0 X /0
				1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	
	국가	사례수	1시간	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	7시간
	十/「	(명)	미만	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	7시간	이상
				미만	미만	미만	미만	미만	미만	
				Ę	국가별					
	인도	461	31.7	40.6	14.1	7.8	3.3	1.1	1.1	0.4
	터키	431	22.0	33.4	17.6	12.3	5.3	3.9	2.6	2.8
	캐나다	428	29.9	33.9	19.2	8.2	3.7	1.4	0.0	3.7
	헝가리	435	35.4	34.5	18.9	6.7	3.2	0.7	0.0	0.7
					성별					
인도	남성	236	35.2	38.6	15.7	8.5	0.4	0.0	1.3	0.4
신과	여성	225	28.0	42.7	12.4	7.1	6.2	2.2	0.9	0.4
터키	남성	203	30.0	35.0	16.7	8.4	3.0	2.5	2.5	2.0
	여성	228	14.9	32.0	18.4	15.8	7.5	5.3	2.6	3.5
ال الحال	남성	208	29.3	38.0	18.3	9.6	1.9	0.0	0.0	2.9
캐나다	여성	220	30.5	30.0	20.0	6.8	5.5	2.7	0.0	4.5
*)-)-)	남성	219	31.1	37.0	20.1	6.4	3.7	0.5	0.0	1.4
헝가리	여성	216	39.8	31.9	17.6	6.9	2.8	0.9	0.0	0.0
		'	I	Ç	견령별			1	1	
	10대	78	41.0	37.2	10.3	5.1	0.0	2.6	2.6	1.3
	20대	100	30.0	42.0	12.0	12.0	2.0	0.0	1.0	1.0
인도	30대	102	22.5	44.1	16.7	10.8	4.9	0.0	1.0	0.0
	40대	90	32.2	40.0	12.2	4.4	7.8	2.2	1.1	0.0
	50대 이상	91	35.2	38.5	18.7	5.5	1.1	1.1	0.0	0.0
	10대	65	33.8	33.8	16.9	7.7	4.6	1.5	1.5	0.0
	20대	91	19.8	33.0	18.7	12.1	5.5	6.6	1.1	3.3
터키	30대	95	16.8	30.5	16.8	15.8	5.3	6.3	4.2	4.2
	40대	93	22.6	24.7	18.3	18.3	8.6	2.2	2.2	3.2
	50대 이상	87	20.7	46.0	17.2	5.7	2.3	2.3	3.4	2.3
	10대	79	53.2	30.4	7.6	5.1	2.5	0.0	0.0	1.3
	20대	84	27.4	34.5	22.6	9.5	4.8	0.0	0.0	1.2
캐나다	30대	91	20.9	39.6	17.6	12.1	0.0	4.4	0.0	5.5
	40대	91	28.6	34.1	24.2	5.5	4.4	0.0	0.0	3.3
	50대 이상	83	21.7	30.1	22.9	8.4	7.2	2.4	0.0	7.2
	10대	63	42.9	22.2	17.5	11.1	4.8	1.6	0.0	0.0
	20대	89	38.2	48.3	9.0	2.2	2.2	0.0	0.0	0.0
헝가리	30대	96	39.6	33.3	21.9	5.2	0.0	0.0	0.0	0.0
5 , ,	40대	97	39.2	32.0	21.6	3.1	3.1	0.0	0.0	1.0
	50대 이상	90	18.9	33.3	23.3	13.3	6.7	2.2	0.0	2.2
	20 11 10		10.7	55.5	23.3	13.3	L 0.7		1 0.0	2.2

				1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	
		사례수	1시간	1시간 이상~	2시간 이상~	3시간 이상~	4시간 이상~	3시간 이상~	0시간 이상~	7시간
	구분		기시간 미만	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	7시간	/시간 이상
		(명)	비단	2시간 미만						
				. –	미만	미만	미만	미만	미만	
	그존 시원	(0)	45.0	Г	학력별	4.4	0.0	2.0	0.0	0.0
인도	고졸 이하 대졸 이상	68	45.6	39.7	7.4	4.4	0.0	2.9	0.0	0.0
	고졸 이하	393	29.3	40.7	15.3	8.4	3.8	0.8	1.3	0.5
터키	고들 이야 대졸 이상	103	26.2	31.1	20.4	12.6	4.9	1.0	2.9	1.0
	고졸 이하	328 125	20.7 34.4	34.1 27.2	16.8 16.0	12.2 10.4	5.5 6.4	4.9 1.6	0.0	3.4 4.0
캐나다	대졸 이상	303	28.1	36.6	20.5	7.3	2.6	1.3	0.0	3.6
	고졸 이하	232	34.9	33.2	19.0	6.5	4.7	0.4	0.0	1.3
헝가리	대졸 이상	203	36.0	36.0	18.7	6.9	1.5	1.0	0.0	0.0
	네크 기 6	203	30.0		16.7 직업별	0.9	1.5	1.0	0.0	0.0
	사무·전문직	306	29.1	41.5	15.0	8.5	3.6	0.7	1.0	0.7
인도	서비스·생산직	35	31.4	40.0	11.4	17.1	0.0	0.7	0.0	0.7
بدن	학생/주부/무직	120	38.3	38.3	12.5	3.3	3.3	2.5	1.7	0.0
	사무·전문직	258	18.2	37.6	18.2	11.6	4.3	3.9	2.7	3.5
터키	서비스·생산직	38	34.2	23.7	21.1	7.9	5.3	5.3	2.6	0.0
, ,	학생/주부/무직	135	25.9	28.1	15.6	14.8	7.4	3.7	2.2	2.2
	사무·전문직	223	30.0	35.9	22.9	5.4	1.8	0.9	0.0	3.1
캐나다	서비스·생산직	63	28.6	36.5	11.1	14.3	4.8	3.2	0.0	1.6
, , ,	학생/주부/무직	142	30.3	29.6	16.9	9.9	6.3	1.4	0.0	5.6
	사무·전문직	224	40.6	37.5	15.6	4.5	1.3	0.0	0.0	0.4
헝가리	서비스·생산직	82	30.5	39.0	20.7	6.1	3.7	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	129	29.5	26.4	23.3	10.9	6.2	2.3	0.0	1.6
				2	소득별	<u>'</u>	'	'		
مات	40,000 이상	241	28.6	42.7	13.7	8.3	3.7	0.8	1.7	0.4
인도	40,000 미만	220	35.0	38.2	14.5	7.3	2.7	1.4	0.5	0.5
터키	8,000 이상	220	18.2	34.1	16.4	13.2	5.0	6.4	2.7	4.1
	8,000 미만	211	26.1	32.7	19.0	11.4	5.7	1.4	2.4	1.4
캐나다	5,000 이상	214	31.8	35.5	18.2	9.8	2.3	0.0	0.0	2.3
71144	5,000 미만	214	28.0	32.2	20.1	6.5	5.1	2.8	0.0	5.1
헝가리	500,000 이상	130	35.4	38.5	18.5	6.2	1.5	0.0	0.0	0.0
8/14	500,000 미만	305	35.4	32.8	19.0	6.9	3.9	1.0	0.0	1.0
				고?	객가치별					
	고관여자	119	2.5	33.6	22.7	20.2	12.6	3.4	4.2	0.8
인도	중관여자	182	26.4	45.1	20.9	6.6	0.0	0.5	0.0	0.5
	저관여자	160	59.4	40.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	고관여자	164	0.6	20.7	28.7	22.6	9.8	7.3	4.9	5.5
터키	중관여자	165	23.0	41.8	14.5	9.7	4.2	3.0	1.8	1.8
	저관여자	102	54.9	40.2	4.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	고관여자	129	3.1	27.1	41.9	17.8	7.0	0.8	0.0	2.3
캐나다	중관여자	201	28.4	39.8	13.4	6.0	3.5	2.5	0.0	6.5
	저관여자	98	68.4	30.6	1.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
-, -	고관여자	122	0.8	40.2	36.9	15.6	4.1	1.6	0.0	0.8
헝가리	중관여자	185	36.8	31.4	20.0	5.4	4.9	0.5	0.0	1.1
	저관여자	128	66.4	33.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

# □ 주말 여가생활 시간

귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까? 잠자는 시간은 제외하고 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

									C 111	0 & 70
				1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	
	국가	사례수	1시간	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	7시간
	7/1	(명)	미만	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	7시간	이상
				미만	미만	미만	미만	미만	미만	
					국가별					
	인도	461	10.4	20.6	21.3	20.4	13.7	7.4	3.0	3.3
	터키	431	4.9	12.5	22.0	18.8	16.5	12.1	5.3	7.9
	캐나다	428	8.2	13.6	22.2	17.8	12.9	9.1	4.4	11.9
	헝가리	435	6.4	14.9	19.8	22.5	15.4	10.6	4.1	6.2
					성별					
인도	남성	236	12.3	18.2	19.9	21.6	17.4	6.4	2.1	2.1
	여성	225	8.4	23.1	22.7	19.1	9.8	8.4	4.0	4.4
터키	남성	203	7.9	12.8	23.6	15.8	13.8	12.3	4.4	9.4
-1/1	여성	228	2.2	12.3	20.6	21.5	18.9	11.8	6.1	6.6
캐나다	남성	208	8.7	12.5	24.0	18.8	12.5	8.7	3.8	11.1
71199	여성	220	7.7	14.5	20.5	16.8	13.2	9.5	5.0	12.7
헝가리	남성	219	5.5	12.8	20.5	23.3	15.1	11.0	5.5	6.4
8/14	여성	216	7.4	17.1	19.0	21.8	15.7	10.2	2.8	6.0
				Ç	견령별					
	10대	78	20.5	23.1	17.9	11.5	10.3	9.0	3.8	3.8
	20대	100	6.0	19.0	24.0	16.0	21.0	7.0	3.0	4.0
인도	30대	102	6.9	22.5	22.5	23.5	13.7	8.8	1.0	1.0
	40대	90	12.2	21.1	20.0	20.0	11.1	7.8	3.3	4.4
	50대 이상	91	8.8	17.6	20.9	29.7	11.0	4.4	4.4	3.3
	10대	65	12.3	13.8	15.4	16.9	23.1	7.7	1.5	9.2
	20대	91	5.5	12.1	17.6	19.8	14.3	15.4	7.7	7.7
터키	30대	95	1.1	10.5	21.1	21.1	10.5	18.9	7.4	9.5
	40대	93	3.2	9.7	24.7	17.2	21.5	10.8	6.5	6.5
	50대 이상	87	4.6	17.2	29.9	18.4	14.9	5.7	2.3	6.9
	10대	79	17.7	16.5	12.7	16.5	10.1	10.1	2.5	13.9
	20대	84	9.5	11.9	21.4	17.9	9.5	9.5	6.0	14.3
캐나다	30대	91	2.2	15.4	27.5	11.0	18.7	9.9	2.2	13.2
	40대	91	8.8	15.4	26.4	24.2	11.0	6.6	3.3	4.4
	50대 이상	83	3.6	8.4	21.7	19.3	14.5	9.6	8.4	14.5
	10대	63	14.3	12.7	14.3	19.0	22.2	3.2	4.8	9.5
	20대	89	3.4	11.2	25.8	24.7	14.6	11.2	5.6	3.4
헝가리	30대	96	9.4	17.7	17.7	16.7	14.6	14.6	4.2	5.2
	40대	97	5.2	20.6	22.7	24.7	14.4	5.2	4.1	3.1
	50대 이상	90	2.2	11.1	16.7	26.7	13.3	16.7	2.2	11.1
	. , ,		l	l	1					l

[7/3] 7/33 T 4/32 T	5人 フト	6시간	
1시간   2시간   3시간   4시간   1시간   이상~   이상~   이상~   이상~   이상~   이상~   이상~   이상~   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1시간   1	5시간 이상~	이상~	7시간
구분 (명) 미만 2시간 3시간 4시간 5시간	6시간	7시간	이상
이 기만 기만 기만 기만	미만	미만	
학력별			
고졸 이하 68 27.9 26.5 11.8 10.3 11.8	5.9	1.5	4.4
인도 대졸 이상 393 7.4 19.6 22.9 22.1 14.0	7.6	3.3	3.1
고골 이하 103 9.7 16.5 16.5 17.5 18.4	5.8	6.8	8.7
터키 대출 이상 328 3.4 11.3 23.8 19.2 15.9	14.0	4.9	7.6
고족 이하 125 11.2 12.0 16.8 16.0 10.4	10.4	6.4	16.8
캐나다 대졸 이상 303 6.9 14.2 24.4 18.5 13.9	8.6	3.6	9.9
고조이하 222 86 120 100 23.7 15.5	9.5	3.4	7.3
형가리 대졸 이상 203 3.9 17.2 20.7 21.2 15.3	11.8	4.9	4.9
직업별			
사무·전문직 306 6.2 19.0 22.5 22.5 16.0	8.2	2.3	3.3
인도 서비스·생산직 35 25.7 25.7 14.3 14.3 11.4	5.7	0.0	2.9
학생/주부/무직 120 16.7 23.3 20.0 16.7 8.3	5.8	5.8	3.3
사무·전문직 258 2.7 10.5 24.0 19.4 16.7	13.6	5.4	7.8
터키 서비스·생산직 38 7.9 23.7 21.1 7.9 10.5	15.8	5.3	7.9
학생/주부/무직 135 8.1 13.3 18.5 20.7 17.8	8.1	5.2	8.1
사무 전문직 223 6.7 14.8 23.8 21.5 9.9	11.2	3.1	9.0
캐나다 서비스·생산직 63 9.5 12.7 27.0 11.1 17.5	4.8	4.8	12.7
학생/주부/무직 142 9.9 12.0 17.6 14.8 15.5	7.7	6.3	16.2
사무 전문직 224 8.0 18.8 22.3 21.9 11.6	9.4	4.0	4.0
형가리 서비스·생산직 82 2.4 12.2 18.3 26.8 15.9	17.1	4.9	2.4
학생/주부/무직 129 6.2 10.1 16.3 20.9 21.7	8.5	3.9	12.4
소득별			
이는 40,000 이상 241 5.8 18.7 22.4 21.2 15.8	8.7	3.3	4.1
인도 40,000 미만 220 15.5 22.7 20.0 19.5 11.4	5.9	2.7	2.3
8,000 이상 220 2.3 8.6 24.5 17.7 19.1	15.0	5.9	6.8
터키 8,000 미만 211 7.6 16.6 19.4 19.9 13.7	9.0	4.7	9.0
5,000 이사 214 79 121 23.8 20.6 12.1	8.4	6.5	8.4
캐나다 5,000 미만 214 8.4 15.0 20.6 15.0 13.6	9.8	2.3	15.4
500,000 이사 130 54 154 177 23.8 13.8	10.8	6.2	6.9
형가리 500,000 미만 305 6.9 14.8 20.7 22.0 16.1	10.5	3.3	5.9
고객가치별			
고관여자 119 0.8 3.4 12.6 23.5 26.1	18.5	7.6	7.6
인도 중관여자 182 6.0 19.8 24.2 25.3 13.7	4.9	2.7	3.3
저관여자 160 22.5 34.4 24.4 12.5 4.4	1.9	0.0	0.0
고관여자 164 0.0 1.2 14.0 24.4 22.6	20.7	9.8	7.3
터키 중관여자 165 4.8 15.8 23.0 18.8 13.9	9.1	3.0	11.5
저관여자 102 12.7 25.5 33.3 9.8 10.8	2.9	2.0	2.9
고관여자 129 0.0 3.9 18.6 26.4 17.8	11.6	7.0	14.7
캐나다 중관여자 201 6.5 18.9 23.4 13.4 11.9	8.0	4.0	13.9
저관여자 98 22.4 15.3 24.5 15.3 8.2	8.2	2.0	4.1
고관여자 122 0.0 0.8 7.4 26.2 25.4	23.0	7.4	9.8
헝가리 중관여자 185 7.0 16.8 22.7 21.6 11.9	8.1	4.3	7.6
저관여자 128 11.7 25.8 27.3 20.3 10.9	2.3	0.8	0.8

## □ 주말 동영상 콘텐츠 이용 시간

귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 방송프로그램이나 다양한 동영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?

단위: 명 & %

	인기: 영 <b>&amp;</b> %						0 6 70			
				1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	
국가		사례수	1시간	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	7시간
		(명)	미만	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	7시간	이상
				미만	미만	미만	미만	미만	미만	
	국가별									
	인도		21.3	34.9	21.7	13.2	4.3	2.6	0.7	1.3
	터키	431	16.2	28.3	25.3	14.4	7.4	3.7	2.8	1.9
캐나다		428	23.6	29.0	22.9	10.3	6.3	4.0	0.7	3.3
	헝가리	435	26.0	31.0	22.3	13.6	3.7	2.1	0.7	0.7
					성별					
인도	남성	236	21.2	35.6	23.3	14.0	3.4	0.8	0.4	1.3
닌ㅗ	여성	225	21.3	34.2	20.0	12.4	5.3	4.4	0.9	1.3
터키	남성	203	23.2	28.1	25.6	11.3	4.9	3.4	1.5	2.0
4/1	여성	228	10.1	28.5	25.0	17.1	9.6	3.9	3.9	1.8
캐나다	남성	208	24.0	30.3	25.0	9.6	5.8	2.4	0.5	2.4
カイイ	여성	220	23.2	27.7	20.9	10.9	6.8	5.5	0.9	4.1
헝가리	남성	219	26.9	29.2	22.8	12.8	3.7	2.3	0.9	1.4
	여성	216	25.0	32.9	21.8	14.4	3.7	1.9	0.5	0.0
	연령별									
	10대	78	30.8	29.5	20.5	10.3	2.6	1.3	3.8	1.3
	20대	100	18.0	35.0	21.0	14.0	6.0	4.0	0.0	2.0
인도	30대	102	16.7	36.3	22.5	17.6	3.9	2.9	0.0	0.0
	40대	90	20.0	41.1	16.7	11.1	4.4	3.3	0.0	3.3
	50대 이상	91	23.1	31.9	27.5	12.1	4.4	1.1	0.0	0.0
	10대	65	35.4	23.1	26.2	10.8	4.6	0.0	0.0	0.0
	20대	91	19.8	28.6	19.8	12.1	13.2	2.2	3.3	1.1
터키	30대	95	6.3	26.3	23.2	18.9	8.4	10.5	3.2	3.2
	40대	93	12.9	23.7	34.4	16.1	6.5	1.1	4.3	1.1
	50대 이상	87	12.6	39.1	23.0	12.6	3.4	3.4	2.3	3.4
	10대	79	38.0	29.1	20.3	7.6	1.3	2.5	1.3	0.0
	20대	84	27.4	22.6	27.4	9.5	7.1	1.2	1.2	3.6
캐나다	30대	91	15.4	34.1	22.0	12.1	5.5	4.4	0.0	6.6
	40대	91	24.2	30.8	24.2	5.5	6.6	6.6	1.1	1.1
	50대 이상	83	14.5	27.7	20.5	16.9	10.8	4.8	0.0	4.8
	10대	63	39.7	27.0	15.9	12.7	3.2	1.6	0.0	0.0
	20대	89	28.1	39.3	16.9	10.1	3.4	1.1	1.1	0.0
헝가리	30대	96	29.2	29.2	27.1	10.4	2.1	1.0	1.0	0.0
	40대	97	26.8	32.0	23.7	13.4	2.1	1.0	0.0	1.0
	50대 이상	90	10.0	26.7	25.6	21.1	7.8	5.6	1.1	2.2
				1	1	1				

				4 3 -3	0.11-71	0.11-71	4 2] =1	# x] =1	( ) ] <del>-</del> ]	
				1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	2
	구분	사례수	1시간	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	7시간
	, _	(명)	미만	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	7시간	이상
				미만	미만	미만	미만	미만	미만	
학력별										
인도	고졸 이하	68	41.2	35.3	14.7	5.9	0.0	1.5	1.5	0.0
	대졸 이상	393	17.8	34.9	22.9	14.5	5.1	2.8	0.5	1.5
터키	고졸 이하	103	24.3	22.3	31.1	12.6	3.9	1.9	1.9	1.9
-1/1	대졸 이상	328	13.7	30.2	23.5	14.9	8.5	4.3	3.0	1.8
캐나다	고졸 이하	125	24.8	24.8	22.4	11.2	6.4	5.6	0.8	4.0
711-1-1	대졸 이상	303	23.1	30.7	23.1	9.9	6.3	3.3	0.7	3.0
헝가리 -	고졸 이하	232	26.3	29.3	22.4	13.8	4.7	1.7	0.4	1.3
3/14	대졸 이상	203	25.6	33.0	22.2	13.3	2.5	2.5	1.0	0.0
					업별					
	사무·전문직	306	17.0	36.3	22.2	15.0	4.9	2.9	0.0	1.6
인도	서비스·생산직	35	40.0	28.6	14.3	17.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	120	26.7	33.3	22.5	7.5	4.2	2.5	2.5	0.8
	사무·전문직	258	10.5	30.6	26.0	16.7	7.0	3.9	3.1	2.3
터키	서비스·생산직	38	26.3	28.9	21.1	7.9	2.6	7.9	2.6	2.6
	학생/주부/무직	135	24.4	23.7	25.2	11.9	9.6	2.2	2.2	0.7
	사무·전문직	223	23.8	32.7	22.0	8.1	4.9	4.9	0.4	3.1
캐나다	서비스·생산직	63	23.8	25.4	27.0	12.7	7.9	1.6	1.6	0.0
	학생/주부/무직	142	23.2	24.6	22.5	12.7	7.7	3.5	0.7	4.9
	사무·전문직	224	32.1	33.5	18.3	11.6	2.2	1.3	0.4	0.4
헝가리	서비스·생산직	82	15.9	29.3	29.3	15.9	6.1	3.7	0.0	0.0
	학생/주부/무직	129	21.7	27.9	24.8	15.5	4.7	2.3	1.6	1.6
		1			득별					
인도	40,000 이상	241	17.0	35.3	22.0	14.9	5.4	3.3	0.4	1.7
	40,000 미만	220	25.9	34.5	21.4	11.4	3.2	1.8	0.9	0.9
터키	8,000 이상	220	11.4	28.6	25.9	16.4	7.3	4.1	4.5	1.8
. 1/	8,000 미만	211	21.3	28.0	24.6	12.3	7.6	3.3	0.9	1.9
캐나다	5,000 이상	214	25.2	29.0	22.9	10.7	7.0	2.8	0.5	1.9
/	5,000 미만	214	22.0	29.0	22.9	9.8	5.6	5.1	0.9	4.7
헝가리	500,000 이상	130	29.2	26.2	27.7	13.8	1.5	0.8	0.8	0.0
0, 1-1	500,000 미만	305	24.6	33.1	20.0	13.4	4.6	2.6	0.7	1.0
					가치별					
	고관여자	119	1.7	8.4	30.3	32.8	11.8	9.2	1.7	4.2
인도	중관여자	182	13.7	39.6	29.7	12.1	3.3	0.5	0.5	0.5
	저관여자	160	44.4	49.4	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
터키	고관여자	164	0.6	9.8	36.6	25.6	13.4	5.5	5.5	3.0
	중관여자	165	15.2	31.5	27.3	12.1	6.1	4.2	1.8	1.8
	저관여자	102	43.1	52.9	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
,,,,	고관여자	129	1.6	9.3	49.6	15.5	13.2	7.0	1.6	2.3
캐나다	중관여자	201	21.9	35.8	15.4	11.9	5.0	4.0	0.5	5.5
	저관여자	98	56.1	40.8	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	고관여자	122	0.8	5.7	45.1	34.4	5.7	5.7	1.6	0.8
헝가리	중관여자	185	29.2	34.1	20.0	9.2	4.9	1.1	0.5	1.1
	저관여자	128	45.3	50.8	3.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

# 4) TV 이용 행태

# □ 지상파TV 시청률

귀하는 가정에서 지상파 안테나를 통해 TV를 시청하십니까?

단위: 명 & %

				된用: 경 <b>&amp;</b> 70	
국가		사례수	예	아니오	
			국가별		
	인도	461	40.8	59.2	
	터키	431	73.1	26.9	
	캐나다	428	32.9	67.1	
ě	헝가리	435	27.6	72.4	
			성별		
인도	남성	236	43.2	56.8	
닌ㅗ	여성	225	38.2	61.8	
터키	남성	203	66.5	33.5	
	여성	228	78.9	21.1	
캐나다	남성	208	31.7	68.3	
71144	여성	220	34.1	65.9	
헝가리	남성	219	28.3	71.7	
8/14	여성	216	26.9	73.1	
			연령별		
	10대	78	41.0	59.0	
	20대	100	51.0	49.0	
인도	30대	102	48.0	52.0	
	40대	90	30.0	70.0	
	50대 이상	91	31.9	68.1	
	10대	65	61.5	38.5	
	20대	91	75.8	24.2	
터키	30대	95	75.8	24.2	
	40대	93	75.3	24.7	
	50대 이상	87	73.6	26.4	
	10대	79	36.7	63.3	
	20대	84	27.4	72.6	
캐나다	30대	91	36.3	63.7	
	40대	91	29.7	70.3	
	50대 이상	83	34.9	65.1	
	10대	63	42.9	57.1	
	20대	89	28.1	71.9	
헝가리	30대	96	30.2	69.8	
	40대	97	24.7	75.3	
	50대 이상	90	16.7	83.3	

	구분	사례수	예	아니오
	,	1 11 1	학력별	
	고졸 이하	68	36.8	63.2
인도	대졸 이상	393	41.5	58.5
	고졸 이하	103	70.9	29.1
터키	대졸 이상	328	73.8	26.2
	고졸 이하	125	28.8	71.2
캐나다	대졸 이상	303	34.7	65.3
	고졸 이하	232	27.6	72.4
헝가리	대졸 이상	203	27.6	72.4
	네글 이경	203		/2.4
	기 므 게 므 기	200	직업별	£0.5
٥١٣	사무·전문직	306	41.5	58.5
인도	서비스·생산직	35	48.6	51.4
	학생/주부/무직	120	36.7	63.3
-1-1	사무·전문직	258	75.6	24.4
터키	서비스·생산직	38	76.3	23.7
	학생/주부/무직	135	67.4	32.6
	사무·전문직	223	34.5	65.5
캐나다	서비스·생산직	63	31.7	68.3
	학생/주부/무직	142	31.0	69.0
	사무·전문직	224	26.3	73.7
헝가리	서비스·생산직	82	25.6	74.4
	학생/주부/무직	129	31.0	69.0
			소득별	
인도	40,000 이상	241	35.7	64.3
	40,000 미만	220	46.4	53.6
터키	8,000 이상	220	74.1	25.9
-1/1	8,000 미만	211	72.0	28.0
캐나다	5,000 이상	214	32.7	67.3
711-1-1	5,000 미만	214	33.2	66.8
헝가리	500,000 이상	130	31.5	68.5
3/14	500,000 미만	305	25.9	74.1
		্য	.객가치별	
	고관여자	119	41.2	58.8
인도	중관여자	182	38.5	61.5
	저관여자	160	43.1	56.9
	고관여자	164	80.5	19.5
터키	중관여자	165	66.7	33.3
	저관여자	102	71.6	28.4
	고관여자	129	27.9	72.1
캐나다	중관여자	201	35.3	64.7
	저관여자	98	34.7	65.3
	고관여자	122	26.2	73.8
헝가리	중관여자	185	27.0	73.0
,	저관여자	128	29.7	70.3
헝가리	중관여자	185	27.0	73.0

# □ 지상파TV 하루 평균 시청 시간

(지상파 안테나를 통해 TV를 시청하는 경우만) 귀하는 TV 수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV를 시청하십니까?

단위: 명 & %

국가     사례주     미만     1시간     2시간     3시간     4시간     5시간       미만     미만     미만     미만     미만     미만       건도     188     9.6     13.3     26.6     28.7     11.2     6.9	5시간 이상 3.7							
국가     사례수     미만     1시간     2시간     3시간     4시간     5시간       미만     미만     미만     미만     미만     미만     미만       국가별       인도     188     9.6     13.3     26.6     28.7     11.2     6.9	이상							
국가     사례수     미만     1시간     2시간     3시간     4시간     5시간       미만     미만     미만     미만     미만     미만     미만       국가별       인도     188     9.6     13.3     26.6     28.7     11.2     6.9								
미만     미만     미만     미만     미만       국가별       인도     188     9.6     13.3     26.6     28.7     11.2     6.9								
국가별 인도 188 9.6 13.3 26.6 28.7 11.2 6.9	3.7							
인도 188 9.6 13.3 26.6 28.7 11.2 6.9	3.7							
터키 315 8.6 8.9 18.1 18.4 16.2 11.1	18.7							
케나다 141 12.8 17.7 28.4 21.3 9.9 5.0	5.0							
형가리 120 18.3 14.2 30.0 15.8 14.2 4.2	3.3							
8가다 120 10.5 17.2 30.0 13.6 17.2 7.2 3.5 성별								
나서 102 12.7 15.7 26.5 30.4 6.9 3.9	3.9							
인도 여성 86 5.8 10.5 26.7 26.7 16.3 10.5	3.5							
나서 135 156 104 207 178 163 80	10.4							
	25.0							
나서 66 152 167 242 242 121 30	4.5							
캐나다 여성 75 10.7 18.7 32.0 18.7 8.0 6.7	5.3							
당	3.2							
형가리 여성 58 20.7 17.2 22.4 19.0 15.5 1.7	3.4							
연령별								
10대 32 28.1 12.5 37.5 18.8 0.0 0.0	3.1							
20대 51 2.0 17.6 19.6 29.4 13.7 9.8	7.8							
인도 30대 49 6.1 8.2 34.7 24.5 16.3 6.1	4.1							
40대 27 3.7 7.4 18.5 40.7 18.5 11.1	0.0							
50대 이상 29 13.8 20.7 20.7 34.5 3.4 6.9	0.0							
10대 40 32.5 25.0 27.5 7.5 2.5 2.5	2.5							
20대 69 8.7 11.6 15.9 18.8 15.9 11.6	17.4							
터키 30대 72 4.2 5.6 15.3 19.4 18.1 9.7	27.8							
40대 70 7.1 4.3 14.3 14.3 22.9 17.1	20.0							
50대 이상 64 0.0 4.7 21.9 28.1 15.6 10.9	18.8							
10대 29 37.9 24.1 24.1 6.9 6.9 0.0	0.0							
20대 23 8.7 26.1 30.4 8.7 21.7 4.3	0.0							
케나다 30대 33 6.1 21.2 27.3 27.3 9.1 3.0	6.1							
40대 27 7.4 7.4 33.3 37.0 3.7 11.1	0.0							
50대 이상 29 3.4 10.3 27.6 24.1 10.3 6.9	17.2							
10대 27 29.6 22.2 29.6 11.1 3.7 0.0	3.7							
20대 25 36.0 20.0 20.0 12.0 12.0 0.0	0.0							
헝가리 30대 29 3.4 13.8 37.9 17.2 10.3 13.8	3.4							
40대 24 12.5 4.2 33.3 12.5 25.0 4.2	8.3							
50대 이상 15 6.7 6.7 26.7 33.3 26.7 0.0	0.0							

				30분	1시간	2시간	3시간	4시간	
			30분	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	5시간
	구분	사례수	미만	1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	이상
		25 163 73 242 36 105 64 56 127 17 44 195 29 91		미만	미만	미만	미만	미만	-10
				학력별	비전	비킨	비킨	비킨	
	고졸 이하	25	28.0	12.0	36.0	20.0	0.0	0.0	4.0
인도	고를 이야 대졸 이상								-
	고졸 이하		6.7	13.5	25.2	30.1	12.9	8.0	3.7
터키	고을 이야 대졸 이상		19.2	11.0	19.2	23.3	11.0	8.2	8.2
	고졸 이하		5.4	8.3	17.8	16.9	17.8	12.0	21.9
캐나다	고을 이야 대졸 이상		22.2	19.4	25.0	22.2	2.8	5.6	2.8
	* * * * * * * * * * * * * * * * * * * *		9.5	17.1	29.5	21.0	12.4	4.8	5.7
헝가리	고졸 이하	-	15.6	15.6	31.3	12.5	15.6	3.1	6.3
	대졸 이상	36	21.4	12.5	28.6	19.6	12.5	5.4	0.0
	)	107	(2	직업별	22.0	22.1	15.0	7.0	4.7
را د	사무·전문직		6.3	11.0	22.0	33.1	15.0	7.9	4.7
인도	서비스·생산직 하세/조보/모지		17.6	5.9	41.2	35.3	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직		15.9	22.7	34.1	13.6	4.5	6.8	2.3
el al	사무·전문직		4.1	6.7	15.9	21.5	20.5	9.7	21.5
터키	서비스·생산직		10.3	6.9	37.9	10.3	10.3	10.3	13.8
	학생/주부/무직		17.6	14.3	16.5	14.3	8.8	14.3	14.3
-11 1 1-1	사무·전문직	77	13.0	20.8	28.6	18.2	11.7	6.5	1.3
캐나다	서비스·생산직	20	5.0	0.0	20.0	45.0	20.0	0.0	10.0
	학생/주부/무직	44	15.9	20.5	31.8	15.9	2.3	4.5	9.1
-1-1-1	사무·전문직	59	11.9	13.6	30.5	18.6	13.6	5.1	6.8
헝가리	서비스·생산직	21	4.8	9.5	52.4	4.8	23.8	4.8	0.0
	학생/주부/무직	40	35.0	17.5	17.5	17.5	10.0	2.5	0.0
	40.000 1121	0.5	- 0	소득별	1.50		440	0.1	- 0
인도	40,000 이상	86	5.8	16.3	16.3	33.7	14.0	8.1	5.8
	40,000 미만	102	12.7	10.8	35.3	24.5	8.8	5.9	2.0
터키	8,000 이상	163	3.7	6.1	20.9	18.4	14.7	12.9	23.3
	8,000 미만	152	13.8	11.8	15.1	18.4	17.8	9.2	13.8
캐나다	5,000 이상	70	12.9	20.0	27.1	18.6	12.9	5.7	2.9
	5,000 미만	71	12.7	15.5	29.6	23.9	7.0	4.2	7.0
헝가리	500,000 이상	41	24.4	4.9	26.8	24.4	14.6	2.4	2.4
	500,000 미만	79	15.2	19.0	31.6	11.4	13.9	5.1	3.8
		40	2.0	고객가치		20.6	24.5	12.2	10.0
ماد	고관여자	49	2.0	8.2	12.2	30.6	24.5	12.2	10.2
인도	중관여자	70	4.3	12.9	31.4	35.7	7.1	7.1	1.4
	저관여자	69	20.3	17.4	31.9	20.3	5.8	2.9	1.4
FJ-J	고관여자	132	1.5	3.0	10.6	19.7	22.0	18.2	25.0
터키	중관여자	110	7.3	10.9	25.5	20.0	14.5	4.5	17.3
	저관여자 그리스리	73	23.3	16.4	20.5	13.7	8.2	8.2	9.6
-11 · 11	고관여자	36	8.3	11.1	16.7	30.6	22.2	5.6	5.6
캐나다	중관여자	71	9.9	15.5	29.6	23.9	8.5	5.6	7.0
	저관여자	34	23.5	29.4	38.2	5.9	0.0	2.9	0.0
*1 1 1	고관여자	32	12.5	3.1	15.6	31.3	34.4	3.1	0.0
헝가리	중관여자	50	22.0	16.0	28.0	10.0	8.0	8.0	8.0
	저관여자	38	18.4	21.1	44.7	10.5	5.3	0.0	0.0

# □ 유료방송 서비스 TV 시청률

귀하는 가정에서 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료방송 서비스에 가입하여 TV를 시청하십니까?

단위: 명 & %

국가		사례수	예	아니오
	<u> </u>	/데 /데 /	· ·	아니오
	ماد	461	국가별	0.5
	인도	461	91.5	8.5
	터키	431	77.5	22.5
	캐나다	428	69.6	30.4
	헝가리	435	87.6	12.4
	- 1 - 1		성별	
인도	남성	236	90.7	9.3
	여성	225	92.4	7.6
터키	남성	203	65.5	34.5
1, 1	여성	228	88.2	11.8
캐나다	남성	208	71.6	28.4
711-1-1	여성	220	67.7	32.3
헝가리	남성	219	87.7	12.3
3/14	여성	216	87.5	12.5
			연령별	
	10대	78	80.8	19.2
	20대	100	92.0	8.0
인도	30대	102	95.1	4.9
	40대	90	96.7	3.3
	50대 이상	91	91.2	8.8
	10대	65	41.5	58.5
	20대	91	72.5	27.5
터키	30대	95	91.6	8.4
	40대	93	83.9	16.1
	50대 이상	87	87.4	12.6
	10대	79	63.3	36.7
	20대	84	60.7	39.3
캐나다	30대	91	71.4	28.6
	40대	91	82.4	17.6
	50대 이상	83	68.7	31.3
	10대	63	76.2	23.8
	20대	89	84.3	15.7
헝가리	30대	96	88.5	11.5
	40대	97	88.7	11.3
	50대 이상	90	96.7	3.3
			I.	

	구분	사례수	예	아니오
	, =	1 11 1	학력별	1 100
	고졸 이하	68	79.4	20.6
인도	대졸 이상	393	93.6	6.4
	고졸 이하	103	56.3	43.7
터키	대졸 이상	328	84.1	15.9
	고졸 이하	125	66.4	33.6
캐나다	대졸 이상	303	71.0	29.0
-> > >	고졸 이하	232	87.5	12.5
헝가리	대졸 이상	203	87.7	12.3
	112 10		직업별 기계	12.0
	사무·전문직	306	94.4	5.6
인도	서비스·생산직	35	88.6	11.4
	학생/주부/무직	120	85.0	15.0
	사무·전문직	258	88.0	12.0
터키	서비스·생산직	38	63.2	36.8
	학생/주부/무직	135	61.5	38.5
	사무·전문직	223	74.4	25.6
캐나다	서비스·생산직	63	77.8	22.2
	학생/주부/무직	142	58.5	41.5
	사무·전문직	224	87.5	12.5
헝가리	서비스·생산직	82	87.8	12.2
	학생/주부/무직	129	87.6	12.4
			소득별	
인도	40,000 이상	241	95.0	5.0
인도	40,000 미만	220	87.7	12.3
터키	8,000 이상	220	90.9	9.1
4//	8,000 미만	211	63.5	36.5
캐나다	5,000 이상	214	72.4	27.6
71144	5,000 미만	214	66.8	33.2
헝가리	500,000 이상	130	85.4	14.6
8/14	500,000 미만	305	88.5	11.5
			고객가치별	
	고관여자	119	98.3	1.7
인도	중관여자	182	92.3	7.7
	저관여자	160	85.6	14.4
	고관여자	164	93.3	6.7
터키	중관여자	165	78.8	21.2
	저관여자	102	50.0	50.0
	고관여자	129	82.2	17.8
캐나다	중관여자	201	73.1	26.9
	저관여자	98	45.9	54.1
	고관여자	122	94.3	5.7
헝가리	중관여자	185	89.7	10.3
	저관여자	128	78.1	21.9

# □ 유료방송 서비스 TV 하루평균 시청 시간

(유료TV 가입하여 시청하는 경우) 귀하는 TV 수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 TV를 시청하십니까?

단위: 명 & %

ਦੂਜ, 8 <b>&amp;</b> 70										
				30분	1시간	2시간	3시간	4시간		
	7-1	기케스	30분	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	5시간	
	국가	사례수	미만	1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	이상	
			·	미만	미만	미만	미만	미만		
				국가		, .	, ,	, ,		
	인도	422	4.7	14.9	25.1	25.1	16.1	7.6	6.4	
	터키	334	4.8	8.1	17.7	23.7	15.9	12.3	17.7	
3	캐나다	298	6.7	14.1	24.2	25.2	12.4	6.0	11.4	
Ĭ	헝가리	381	11.3	16.5	20.5	22.8	15.7	7.6	5.5	
				성빝	1		I			
olt	남성	214	7.9	18.2	23.8	26.2	15.9	3.7	4.2	
인도	여성	208	1.4	11.5	26.4	24.0	16.3	11.5	8.7	
터키	남성	133	7.5	9.8	21.8	21.8	14.3	14.3	10.5	
	여성	201	3.0	7.0	14.9	24.9	16.9	10.9	22.4	
الدالة	남성	149	8.1	16.1	20.8	26.8	16.1	4.7	7.4	
캐나다	여성	149	5.4	12.1	27.5	23.5	8.7	7.4	15.4	
헝가리	남성	192	8.9	17.2	24.0	23.4	14.1	7.8	4.7	
8/14	여성	189	13.8	15.9	16.9	22.2	17.5	7.4	6.3	
				연령	별					
	10대	63	7.9	23.8	33.3	11.1	11.1	4.8	7.9	
	20대	92	2.2	21.7	21.7	26.1	12.0	8.7	7.6	
인도	30대	97	5.2	9.3	22.7	28.9	19.6	9.3	5.2	
	40대	87	4.6	10.3	21.8	33.3	17.2	9.2	3.4	
	50대 이상	83	4.8	12.0	28.9	21.7	19.3	4.8	8.4	
	10대	27	25.9	29.6	25.9	11.1	3.7	0.0	3.7	
	20대	66	6.1	9.1	21.2	18.2	16.7	12.1	16.7	
터키	30대	87	2.3	5.7	17.2	21.8	14.9	12.6	25.3	
	40대	78	3.8	3.8	10.3	25.6	20.5	14.1	21.8	
	50대 이상	76	0.0	6.6	19.7	32.9	15.8	14.5	10.5	
	10대	50	24.0	18.0	28.0	22.0	4.0	0.0	4.0	
	20대	51	5.9	25.5	21.6	23.5	9.8	5.9	7.8	
캐나다	30대	65	1.5	12.3	29.2	20.0	15.4	4.6	16.9	
	40대	75	2.7	12.0	20.0	34.7	9.3	13.3	8.0	
	50대 이상	57	3.5	5.3	22.8	22.8	22.8	3.5	19.3	
	10대	48	25.0	29.2	22.9	10.4	4.2	2.1	6.3	
	20대	75	28.0	17.3	22.7	18.7	8.0	1.3	4.0	
헝가리	30대	85	5.9	21.2	23.5	27.1	12.9	7.1	2.4	
	40대	86	4.7	14.0	18.6	25.6	19.8	12.8	4.7	
	50대 이상	87	1.1	6.9	16.1	26.4	27.6	11.5	10.3	

				20 H	1 2 2 7	2377	2 2 2 7 1	42171	
			ao H	30분	1시간	2시간	3시간	4시간	# 1 ml
	구분	사례수	30분	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	5시간
			미만	1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	이상
				미만	미만	미만	미만	미만	
		T		학력별	ı	T			T
인도	고졸 이하	54	14.8	25.9	24.1	25.9	1.9	1.9	5.6
	대졸 이상	368	3.3	13.3	25.3	25.0	18.2	8.4	6.5
터키	고졸 이하	58	13.8	6.9	20.7	25.9	6.9	17.2	8.6
- 14 1	대졸 이상	276	2.9	8.3	17.0	23.2	17.8	11.2	19.6
캐나다	고졸 이하	83	12.0	9.6	21.7	24.1	6.0	8.4	18.1
7 11 1	대졸 이상	215	4.7	15.8	25.1	25.6	14.9	5.1	8.8
헝가리	고졸 이하	203	11.3	13.8	17.7	21.7	17.7	8.9	8.9
0/1-1	대졸 이상	178	11.2	19.7	23.6	24.2	13.5	6.2	1.7
				직업별					
	사무·전문직	289	3.1	13.1	23.5	28.0	18.0	9.3	4.8
인도	서비스·생산직	31	22.6	6.5	29.0	29.0	9.7	0.0	3.2
	학생/주부/무직	102	3.9	22.5	28.4	15.7	12.7	4.9	11.8
	사무·전문직	227	2.2	6.6	17.2	24.7	18.9	11.9	18.5
터키	서비스·생산직	24	8.3	4.2	29.2	20.8	4.2	20.8	12.5
	학생/주부/무직	83	10.8	13.3	15.7	21.7	10.8	10.8	16.9
	사무·전문직	166	4.8	16.3	24.1	28.9	14.5	6.0	5.4
캐나다	서비스·생산직	49	8.2	10.2	18.4	24.5	14.3	8.2	16.3
	학생/주부/무직	83	9.6	12.0	27.7	18.1	7.2	4.8	20.5
	사무·전문직	196	7.1	20.4	24.5	23.0	15.8	5.1	4.1
헝가리	서비스·생산직	72	4.2	11.1	25.0	22.2	19.4	11.1	6.9
	학생/주부/무직	113	23.0	13.3	10.6	23.0	13.3	9.7	7.1
				소득별					
인도	40,000 이상	229	2.6	14.0	19.7	30.1	16.2	9.2	8.3
신도	40,000 미만	193	7.3	16.1	31.6	19.2	16.1	5.7	4.1
터키	8,000 이상	200	3.0	6.5	19.0	24.5	17.5	11.0	18.5
C[7]	8,000 미만	134	7.5	10.4	15.7	22.4	13.4	14.2	16.4
캐나다	5,000 이상	155	7.1	17.4	23.2	25.2	16.1	5.2	5.8
ガイイ	5,000 미만	143	6.3	10.5	25.2	25.2	8.4	7.0	17.5
헝가리	500,000 이상	111	15.3	21.6	22.5	18.9	16.2	3.6	1.8
8/14	500,000 미만	270	9.6	14.4	19.6	24.4	15.6	9.3	7.0
				고객가치	별				
	고관여자	117	0.9	3.4	10.3	29.1	26.5	14.5	15.4
인도	중관여자	168	3.6	13.1	26.8	27.4	17.9	7.1	4.2
	저관여자	137	9.5	27.0	35.8	19.0	5.1	2.2	1.5
	고관여자	153	1.3	2.6	9.8	21.6	22.9	17.6	24.2
터키	중관여자	130	6.2	12.3	22.3	28.5	10.0	7.7	13.1
,	저관여자	51	11.8	13.7	29.4	17.6	9.8	7.8	9.8
	고관여자	106	1.9	10.4	15.1	28.3	17.9	8.5	17.9
캐나다	중관여자	147	5.4	12.9	27.9	25.9	11.6	6.1	10.2
	저관여자	45	22.2	26.7	33.3	15.6	2.2	0.0	0.0
-, -	고관여자	115	2.6	6.1	16.5	27.8	30.4	10.4	6.1
헝가리	중관여자	166	14.5	17.5	21.1	19.3	10.2	9.0	8.4
	저관여자	100	16.0	27.0	24.0	23.0	8.0	2.0	0.0

# □ 유료방송 서비스 비가입 이유

(유료방송 서비스를 이용하고 있지 않은 경우만) 유료방송 서비스에 가입하지 않은 이유는 무엇입니♡? 모두 응답해 주십시오. (복수응답 가능)

단위: 명 & %

ਦੇਸ਼. 8 & 70									
국가	사례수	월 이용료가 비싸서	특별히 볼만한 프로그램 이 없어서	지상파 TV로 충분해서	유료방송 서비스가 마음에 들지 않아서	가입 방법을 몰라서	자녀교육 에 문제가 있을 것 같아서	기타	
			국가	<b></b>					
인도	39	53.8	33.3	15.4	35.9	0.0	7.7	2.6	
터키	97	59.8	20.6	34.0	26.8	3.1	7.2	5.2	
캐나다	130	73.1	23.1	24.6	26.9	4.6	0.8	10.8	
헝가리	54	16.7	40.7	27.8	14.8	1.9	1.9	20.4	
			성별	<u> </u>					
ole 남성	22	63.6	36.4	9.1	31.8	0.0	4.5	4.5	
인도 여성	17	41.2	29.4	23.5	41.2	0.0	11.8	0.0	
다리 남성	70	58.6	21.4	35.7	27.1	1.4	7.1	7.1	
터키 여성	27	63.0	18.5	29.6	25.9	7.4	7.4	0.0	
레니티 남성	59	67.8	25.4	22.0	30.5	1.7	0.0	10.2	
캐나다 여성	71	77.5	21.1	26.8	23.9	7.0	1.4	11.3	
1 남성	27	14.8	48.1	22.2	22.2	0.0	0.0	14.8	
청가리 <del>여성</del>	27	18.5	33.3	33.3	7.4	3.7	3.7	25.9	
	'		연령	<b></b>					
10대	15	46.7	40.0	26.7	20.0	0.0	6.7	0.0	
20대	8	25.0	25.0	12.5	50.0	0.0	0.0	12.5	
인도 30대	5	60.0	20.0	0.0	40.0	0.0	20.0	0.0	
40대	3	100.0	33.3	0.0	66.7	0.0	33.3	0.0	
50대 이상	8	75.0	37.5	12.5	37.5	0.0	0.0	0.0	
10대	38	50.0	23.7	28.9	39.5	2.6	5.3	5.3	
20대	25	68.0	24.0	28.0	16.0	0.0	8.0	4.0	
터키 30대	8	50.0	12.5	37.5	37.5	0.0	12.5	12.5	
40대	15	60.0	26.7	40.0	13.3	6.7	6.7	6.7	
50대 이상	11	81.8	0.0	54.5	18.2	9.1	9.1	0.0	
10대	29	48.3	37.9	31.0	20.7	10.3	0.0	17.2	
20대	33	84.8	27.3	6.1	21.2	6.1	0.0	12.1	
캐나다 30대	26	88.5	11.5	19.2	19.2	0.0	0.0	3.8	
40대	16	56.3	18.8	25.0	56.3	0.0	0.0	6.3	
50대 이상	26	80.8	15.4	46.2	30.8	3.8	3.8	11.5	
10대	15	20.0	46.7	20.0	20.0	6.7	0.0	6.7	
20대	14	14.3	78.6	0.0	7.1	0.0	0.0	28.6	
헝가리 30대	11	9.1	18.2	45.5	18.2	0.0	0.0	36.4	
40대	11	18.2	18.2	45.5	9.1	0.0	9.1	9.1	
50대 이상	3	33.3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0	33.3	

				특별히		유료방송		자녀교육	
			월	크 글이 볼만한	지상파	서비스가	가입	에	
	국가	사례수	의용료가	프로그램	TV로	마음에	방법을	문제가	기타
	7/1	7 1 5 1 1	비싸서	이	7 V 포 충분해서	들지	o ㅂㄹ 몰라서	있을 것	714
				없어서	6분에게	않아서	르니^기	같아서	
				학력별		फ <sup>्र</sup> ा/1		.E -1/1	
	고졸 이하	14	35.7	42.9	21.4	28.6	0.0	7.1	0.0
인도	대졸 이상	25	64.0	28.0	12.0	40.0	0.0	8.0	4.0
	고졸 이하	45	53.3	20.0	37.8	35.6	4.4	8.9	4.4
터키	대졸 이상	52	65.4	21.2	30.8	19.2	1.9	5.8	5.8
	고졸 이하	42	57.1	26.2	21.4	23.8	7.1	0.0	9.5
캐나다	대졸 이상	88	80.7	21.6	26.1	28.4	3.4	1.1	11.4
-1 1 2	고졸 이하	29	20.7	37.9	34.5	20.7	0.0	0.0	6.9
헝가리	대졸 이상	25	12.0	44.0	20.0	8.0	4.0	4.0	36.0
			<u>I</u>	직업별					
	사무·전문직	17	64.7	41.2	11.8	47.1	0.0	11.8	0.0
인도	서비스·생산직	4	25.0	0.0	25.0	50.0	0.0	0.0	25.0
	학생/주부/무직	18	50.0	33.3	16.7	22.2	0.0	5.6	0.0
	사무·전문직	31	67.7	22.6	22.6	6.5	6.5	6.5	3.2
터키	서비스·생산직	14	50.0	21.4	35.7	42.9	0.0	21.4	0.0
	학생/주부/무직	52	57.7	19.2	40.4	34.6	1.9	3.8	7.7
	사무·전문직	57	80.7	19.3	28.1	24.6	3.5	0.0	12.3
캐나다	서비스·생산직	14	71.4	14.3	14.3	7.1	0.0	0.0	14.3
	학생/주부/무직	59	66.1	28.8	23.7	33.9	6.8	1.7	8.5
	사무·전문직	28	10.7	46.4	25.0	14.3	0.0	3.6	25.0
헝가리	서비스·생산직	10	20.0	30.0	40.0	10.0	10.0	0.0	10.0
	학생/주부/무직	16	25.0	37.5	25.0	18.8	0.0	0.0	18.8
				소득별					
인도	40,000 이상	12	41.7	25.0	16.7	33.3	0.0	8.3	8.3
7.4	40,000 미만	27	59.3	37.0	14.8	37.0	0.0	7.4	0.0
터키	8,000 이상	20	60.0	20.0	30.0	20.0	5.0	10.0	0.0
-1/1	8,000 미만	77	59.7	20.8	35.1	28.6	2.6	6.5	6.5
캐나다	5,000 이상	59	74.6	25.4	30.5	25.4	3.4	1.7	8.5
211 1 1	5,000 미만	71	71.8	21.1	19.7	28.2	5.6	0.0	12.7
헝가리	500,000 이상	19	10.5	52.6	10.5	10.5	5.3	5.3	21.1
0/1-1	500,000 미만	35	20.0	34.3	37.1	17.1	0.0	0.0	20.0
			T.	고객가치					
	고관여자	2	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	50.0
인도	중관여자	14	57.1	42.9	21.4	35.7	0.0	7.1	0.0
	저관여자	23	56.5	30.4	13.0	39.1	0.0	4.3	0.0
	고관여자	11	72.7	0.0	36.4	18.2	18.2	0.0	0.0
터키	중관여자	35	48.6	25.7	42.9	20.0	0.0	17.1	8.6
	저관여자	51	64.7	21.6	27.5	33.3	2.0	2.0	3.9
	고관여자	23	60.9	26.1	30.4	17.4	13.0	0.0	4.3
캐나다	중관여자	54	70.4	24.1	25.9	29.6	0.0	0.0	14.8
	저관여자	53	81.1	20.8	20.8	28.3	5.7	1.9	9.4
-	고관여자	7	28.6	57.1	14.3	14.3	0.0	0.0	14.3
헝가리	중관여자	19	5.3	47.4	26.3	0.0	5.3	0.0	31.6
	저관여자	28	21.4	32.1	32.1	25.0	0.0	3.6	14.3

# □ 즐겨보는 장르(1순위 응답 기준)

귀하가 TV를 시청할 때 즐겨보는 장르를 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

국가										단키.	0 & /0
인도 461 5.4 2.6 9.1 16.7 2.4 21.0 10.0 1.5 타키 431 3.7 5.1 2.6 18.6 1.2 24.4 11.1 9.3 개나다 428 12.9 1.2 3.0 15.0 1.2 15.0 13.8 5.4 항라리 435 1.8 3.4 2.1 12.0 2.3 26.0 11.3 10.8 ***********************************		국가	사례수	드라마		음악		교육	영화	스포츠	다큐
H키						국가별					
캐나다         428         12.9         1.2         3.0         15.0         1.2         15.0         13.8         5.4           형가리         435         1.8         3.4         2.1         12.0         2.3         26.0         11.3         10.8           생물           생물         236         3.0         2.5         7.6         20.8         2.1         18.2         15.7         1.7           생물         225         8.0         2.7         10.7         12.4         2.7         24.0         4.0         1.3           학생         203         2.0         3.9         3.4         18.7         1.0         22.2         20.7         11.3           학생         203         2.0         3.9         3.4         18.7         1.0         22.2         20.7         11.3           학생         208         7.7         1.0         2.9         17.8         0.0         14.4         22.6         5.8           ਚिने         21         1.4         2.3         1.8         11.9         2.3         22.4         18.7         11.9           प्रिने		인도	461	5.4	2.6	9.1	16.7	2.4	21.0	10.0	1.5
항가리 435 1.8 3.4 2.1 12.0 2.3 26.0 11.3 10.8 10.8 14년 15.7 1.7 1.7 1.5 12.3 10.8 11.8 10.9 11.1 11.1 12.3 10.8 11.8 10.9 11.1 12.0 12.3 12.8 11.4 12.0 12.3 12.8 11.5 11.3 10.8 11.8 11.9 12.3 12.4 11.0 12.1 12.0 12.3 12.8 11.4 12.0 12.3 12.8 11.4 12.0 12.1 12.0 12.3 12.8 11.4 12.0 12.3 12.8 11.0 12.0 12.1 11.0 11.1 12.3 12.1 12.0 12.3 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.3 12.0 12.0 12.0 12.0 12.0 12.0 12.0 12.0		터키	431	3.7	5.1	2.6	18.6	1.2	24.4	11.1	9.3
인도 남성 236 3.0 2.5 7.6 20.8 2.1 18.2 15.7 1.7 1.7 대체 225 8.0 2.7 10.7 12.4 2.7 24.0 4.0 1.3 대체 225 8.0 2.7 10.7 12.4 2.7 24.0 4.0 1.3 대체 228 5.3 6.1 1.8 18.4 1.3 26.3 2.6 7.5 11.3 대체 228 5.3 6.1 1.8 18.4 1.3 26.3 2.6 7.5 14.4 22.0 17.7 1.0 2.9 17.8 0.0 14.4 22.6 5.8 14.4 22.0 17.7 1.4 3.2 12.3 2.3 15.5 5.5 5.0 14.4 22.6 14.4 22.6 15.8 11.9 2.3 22.4 18.7 11.9 대체 24.8 21.9 1.4 2.3 18.8 11.9 2.3 22.4 18.7 11.9 대체 24.8 21.9 1.4 2.3 18.8 11.9 2.3 22.4 18.7 11.9 대체 24.8 20.1 17.7 1.4 3.2 12.3 2.3 2.6 3.7 9.7 1.0 2.9 17.8 10.0 10.0 2.3 2.6 3.7 9.7 1.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.	7	H나다	428	12.9	1.2	3.0	15.0	1.2	15.0	13.8	5.4
인도 변청 236 3.0 2.5 7.6 20.8 2.1 18.2 15.7 1.7   여성 225 8.0 2.7 10.7 12.4 2.7 24.0 4.0 1.3   터키 여성 228 5.3 6.1 1.8 18.4 1.3 26.3 2.6 7.5   케나다 연성 228 7.7 1.0 2.9 17.8 0.0 14.4 22.6 5.8   여성 220 17.7 1.4 3.2 12.3 2.3 15.5 5.5 5.0   당한 연청 210 1.4 2.3 1.8 11.9 2.3 22.4 18.7 11.9   여성 216 2.3 4.6 2.3 12.0 2.3 29.6 3.7 9.7   무한 연당 전에 이상 5.0 0.0 10.0 9.0 4.0 27.0 8.0 0.0   30대 102 5.9 5.9 7.8 20.6 2.0 20.6 7.8 3.9   40대 90 5.6 1.1 11.1 23.3 0.0 17.8 10.0 0.0   50대 이상 91 8.8 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1   20대 91 5.5 4.4 3.3 12.2 2.2 2.3 1 10.0 0.0   50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6   40대 93 2.2 4.3 2.2 2.6 9 0.0 23.7 10.8 11.8   50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6   10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3   50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 1.2 2.6 2.1 20.0 16.8 4.2   40대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7   50대 이상 83 10.8 1.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7   50대 이상 83 10.8 1.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7   50대 이상 83 10.8 1.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7   20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5   8장가리 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9   20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5   8장가리 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2	ŏ		435	1.8	3.4	2.1	12.0	2.3	26.0	11.3	10.8
연도 여성 225 8.0 2.7 10.7 12.4 2.7 24.0 4.0 1.3  담키 남성 203 2.0 3.9 3.4 18.7 1.0 22.2 20.7 11.3  여성 228 5.3 6.1 1.8 18.4 1.3 26.3 2.6 7.5  남성 208 7.7 1.0 2.9 17.8 0.0 14.4 22.6 5.8  여성 220 17.7 1.4 3.2 12.3 2.3 15.5 5.5 5.0  항가리 남성 219 1.4 2.3 1.8 11.9 2.3 22.4 18.7 11.9  여성 216 2.3 4.6 2.3 12.0 2.3 29.6 3.7 9.7  만당발  10대 78 1.3 2.6 14.1 2.6 2.6 24.4 15.4 2.6  20대 100 5.0 0.0 10.0 9.0 4.0 27.0 8.0 0.0  30대 102 5.9 5.9 7.8 20.6 2.0 20.6 7.8 3.9  40대 90 5.6 1.1 11.1 23.3 0.0 17.8 10.0 0.0  50대 이상 91 8.8 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1  타키 10대 65 3.1 7.7 1.5 12.3 0.0 29.2 9.2 7.7  20대 91 5.5 4.4 3.3 13.2 2.2 23.1 11.0 9.9  30대 95 4.2 4.2 3.2 12.6 2.1 20.0 16.8 4.2  40대 93 2.2 4.3 2.2 26.9 0.0 23.7 10.8 11.8  50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6  10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3  20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2  30대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 15.4 1.7  5이대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2  10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9  20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5  30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5			l .	'	I	성별	<u> </u>	'		'	
담키 남성 225 8.0 2.7 10.7 12.4 2.7 24.0 4.0 1.3 1.3 1.5 1.0 22.2 20.7 11.3 약성 228 5.3 6.1 1.8 18.4 1.3 26.3 2.6 7.5 11.3 약성 228 5.3 6.1 1.8 18.4 1.3 26.3 2.6 7.5 11.0 학생 220 17.7 1.0 2.9 17.8 0.0 14.4 22.6 5.8 학자리 학생 220 17.7 1.4 2.3 1.8 11.9 2.3 22.4 18.7 11.9 약성 219 1.4 2.3 1.8 11.9 2.3 22.4 18.7 11.9 약성 210 216 2.3 4.6 2.3 12.0 2.3 29.6 3.7 9.7 11.0 학생 216 2.3 4.6 2.3 12.0 2.3 29.6 3.7 9.7 11.0 1.0 1.0 1.0 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.	مات	남성	236	3.0	2.5	7.6	20.8	2.1	18.2	15.7	1.7
변경 228 5.3 6.1 1.8 18.4 1.3 26.3 2.6 7.5 1.0 남성 208 7.7 1.0 2.9 17.8 0.0 14.4 22.6 5.8 여성 220 17.7 1.4 3.2 12.3 2.3 15.5 5.5 5.0 1.0 남성 219 1.4 2.3 1.8 11.9 2.3 22.4 18.7 11.9 여성 216 2.3 4.6 2.3 12.0 2.3 29.6 3.7 9.7 11.9 11.9 11.0 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.1 1.	인도	여성	225	8.0	2.7	10.7	12.4	2.7	24.0	4.0	1.3
에서 영향 228 5.3 6.1 1.8 18.4 1.3 26.3 2.6 7.5 1.0 2.9 17.8 0.0 14.4 22.6 5.8 여성 220 17.7 1.4 3.2 12.3 2.3 15.5 5.5 5.0 일어리 점점 216 2.3 4.6 2.3 12.0 2.3 22.4 18.7 11.9 여성 216 2.3 4.6 2.3 12.0 2.3 29.6 3.7 9.7 전략별 20대 100 5.0 0.0 10.0 9.0 4.0 27.0 8.0 0.0 10.0 9.0 4.0 27.0 8.0 0.0 10.0 50대 이상 91 8.8 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1 10대 65 3.1 7.7 1.5 12.3 0.0 17.8 10.0 0.0 17.8 10.0 0.0 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6 4.0 19.3 13.1 13.1 1.2 11.0 11.1 13.3 13.2 1.1 15.4 18.7 4.4 4.4 4.0 19.1 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 1.5 12.3 3.0 12.1 11.0 11.1 11.1 27.6 6.9 12.6 10.1 11.1 11.1 27.6 6.9 12.6 10.1 11.1 11.1 27.6 6.9 12.6 10.1 11.1 11.1 27.1 11.1 11.1 11.1 11.1 11	rl 7l	남성	203	2.0	3.9	3.4	18.7	1.0	22.2	20.7	11.3
행가리 역성 220 17.7 1.4 3.2 12.3 2.3 15.5 5.5 5.0 형가리 학생 219 1.4 2.3 1.8 11.9 2.3 22.4 18.7 11.9 역성 216 2.3 4.6 2.3 12.0 2.3 29.6 3.7 9.7 전략발  10대 78 1.3 2.6 14.1 2.6 2.6 2.6 24.4 15.4 2.6 20대 100 5.0 0.0 10.0 9.0 4.0 27.0 8.0 0.0 30대 102 5.9 5.9 7.8 20.6 2.0 20.6 7.8 3.9 40대 90 5.6 1.1 11.1 23.3 0.0 17.8 10.0 0.0 50대 이상 91 8.8 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1 10대 65 3.1 7.7 1.5 12.3 0.0 29.2 9.2 7.7 20대 91 5.5 4.4 3.3 13.2 2.2 23.1 11.0 9.9 30대 95 4.2 4.2 3.2 12.6 2.1 20.0 16.8 4.2 40대 93 2.2 4.3 2.2 26.9 0.0 23.7 10.8 11.8 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6 10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3 20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2 30대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2	터키	여성	228	5.3	6.1	1.8	18.4	1.3	26.3	2.6	7.5
형가리 남성 219 1.4 2.3 1.8 11.9 2.3 22.4 18.7 11.9 역성 216 2.3 4.6 2.3 12.0 2.3 29.6 3.7 9.7 전략별  10대 78 1.3 2.6 14.1 2.6 2.6 2.6 24.4 15.4 2.6 20대 100 5.0 0.0 10.0 9.0 4.0 27.0 8.0 0.0 30대 102 5.9 5.9 7.8 20.6 2.0 20.6 7.8 3.9 40대 90 5.6 1.1 11.1 23.3 0.0 17.8 10.0 0.0 50대 이상 91 8.8 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1 10대 65 3.1 7.7 1.5 12.3 0.0 29.2 9.2 7.7 20대 91 5.5 4.4 3.3 13.2 2.2 23.1 11.0 9.9 1.1 30대 95 4.2 4.2 3.2 12.6 2.1 20.0 16.8 4.2 40대 93 2.2 4.3 2.2 26.9 0.0 23.7 10.8 11.8 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6 10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3 20대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 15.4 12.1 12.2 13.2 3.3 13.1 12.1 12.2 13.2 3.3 13.2 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 12.3 3.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 82.1 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 8.2	المالية	남성	208	7.7	1.0	2.9	17.8	0.0	14.4	22.6	5.8
역성 216 2.3 4.6 2.3 12.0 2.3 29.6 3.7 9.7 연량별  10대 78 1.3 2.6 14.1 2.6 2.6 2.4 15.4 2.6 20대 100 5.0 0.0 10.0 9.0 4.0 27.0 8.0 0.0 30대 102 5.9 5.9 7.8 20.6 2.0 20.6 7.8 3.9 40대 90 5.6 1.1 11.1 23.3 0.0 17.8 10.0 0.0 50대 이상 91 8.8 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1 10대 65 3.1 7.7 1.5 12.3 0.0 29.2 9.2 7.7 20대 91 5.5 4.4 3.3 13.2 2.2 23.1 11.0 9.9 30대 95 4.2 4.2 3.2 12.6 2.1 20.0 16.8 4.2 40대 93 2.2 4.3 2.2 26.9 0.0 23.7 10.8 11.8 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3 20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2 30대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2	개나나	여성	220	17.7	1.4	3.2	12.3	2.3	15.5	5.5	5.0
인도 10대 78 1.3 2.6 14.1 2.6 2.6 2.4 15.4 2.6 20대 100 5.0 0.0 10.0 9.0 4.0 27.0 8.0 0.0 30대 102 5.9 5.9 7.8 20.6 2.0 20.6 7.8 3.9 40대 90 5.6 1.1 11.1 23.3 0.0 17.8 10.0 0.0 50대 이상 91 8.8 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1 10대 65 3.1 7.7 1.5 12.3 0.0 29.2 9.2 7.7 20대 91 5.5 4.4 3.3 13.2 2.2 23.1 11.0 9.9 30대 95 4.2 4.2 3.2 12.6 2.1 20.0 16.8 4.2 40대 93 2.2 4.3 2.2 26.9 0.0 23.7 10.8 11.8 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6 10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3 20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2 30대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 32.1 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2	اداما عا	남성	219	1.4	2.3	1.8	11.9	2.3	22.4	18.7	11.9
인도  10대 78 1.3 2.6 14.1 2.6 2.6 24.4 15.4 2.6 20대 100 5.0 0.0 10.0 9.0 4.0 27.0 8.0 0.0 30대 102 5.9 5.9 7.8 20.6 2.0 20.6 7.8 3.9 40대 90 5.6 1.1 11.1 23.3 0.0 17.8 10.0 0.0 50대 이상 91 8.8 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1  10대 65 3.1 7.7 1.5 12.3 0.0 29.2 9.2 7.7 20대 91 5.5 4.4 3.3 13.2 2.2 23.1 11.0 9.9 30대 95 4.2 4.2 3.2 12.6 2.1 20.0 16.8 4.2 40대 93 2.2 4.3 2.2 26.9 0.0 23.7 10.8 11.8 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6  10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3 20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2 30대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2	영가리	여성	216	2.3	4.6	2.3	12.0	2.3	29.6	3.7	9.7
인도 30대 100 5.0 0.0 10.0 9.0 4.0 27.0 8.0 0.0 10.0 30대 102 5.9 5.9 7.8 20.6 2.0 20.6 7.8 3.9 40대 90 5.6 1.1 11.1 23.3 0.0 17.8 10.0 0.0 50대 이상 91 8.8 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1 20대 91 5.5 4.4 3.3 13.2 2.2 23.1 11.0 9.9 30대 95 4.2 4.2 3.2 12.6 2.1 20.0 16.8 4.2 40대 93 2.2 4.3 2.2 26.9 0.0 23.7 10.8 11.8 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6 10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3 20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2 30대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 12.3 3.3 12.1 11.0 7.7 150대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 8.2			L	1		연령별	l	1		·	
인도 30대 102 5.9 5.9 7.8 20.6 2.0 20.6 7.8 3.9 40대 90 5.6 1.1 11.1 23.3 0.0 17.8 10.0 0.0 50대 이상 91 8.8 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1 10대 65 3.1 7.7 1.5 12.3 0.0 29.2 9.2 7.7 20대 91 5.5 4.4 3.3 13.2 2.2 23.1 11.0 9.9 30대 95 4.2 4.2 3.2 12.6 2.1 20.0 16.8 4.2 40대 93 2.2 4.3 2.2 26.9 0.0 23.7 10.8 11.8 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6 10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3 20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2 30대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 8.2 청가리 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 4.0대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2		10대	78	1.3	2.6	14.1	2.6	2.6	24.4	15.4	2.6
변기 성대 90 5.6 1.1 11.1 23.3 0.0 17.8 10.0 0.0 50대 이상 91 8.8 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1 10대 65 3.1 7.7 1.5 12.3 0.0 29.2 9.2 7.7 20대 91 5.5 4.4 3.3 13.2 2.2 23.1 11.0 9.9 30대 95 4.2 4.2 3.2 12.6 2.1 20.0 16.8 4.2 40대 93 2.2 4.3 2.2 26.9 0.0 23.7 10.8 11.8 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6 10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3 20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2 30대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2		20대	100	5.0	0.0	10.0	9.0	4.0	27.0	8.0	0.0
88 3.3 3.3 26.4 3.3 15.4 9.9 1.1 10대 65 3.1 7.7 1.5 12.3 0.0 29.2 9.2 7.7 20대 91 5.5 4.4 3.3 13.2 2.2 23.1 11.0 9.9 30대 95 4.2 4.2 3.2 12.6 2.1 20.0 16.8 4.2 40대 93 2.2 4.3 2.2 26.9 0.0 23.7 10.8 11.8 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6 10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3 20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2 30대 91 11.0 1.1 3.3 13.2 1.1 15.4 18.7 4.4 40대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2	인도	30대	102	5.9	5.9	7.8	20.6	2.0	20.6	7.8	3.9
10대   65   3.1   7.7   1.5   12.3   0.0   29.2   9.2   7.7     20대   91   5.5   4.4   3.3   13.2   2.2   23.1   11.0   9.9     30대   95   4.2   4.2   3.2   12.6   2.1   20.0   16.8   4.2     40대   93   2.2   4.3   2.2   26.9   0.0   23.7   10.8   11.8     50대 이상   87   3.4   5.7   2.3   26.4   1.1   27.6   6.9   12.6     10대   79   11.4   2.5   7.6   10.1   1.3   22.8   11.4   6.3     20대   84   17.9   0.0   1.2   6.0   0.0   13.1   13.1   1.2     30대   91   11.0   1.1   3.3   13.2   1.1   15.4   18.7   4.4     40대   91   13.2   1.1   2.2   13.2   3.3   12.1   11.0   7.7     50대 이상   83   10.8   1.2   1.2   32.5   0.0   12.0   14.5   7.2     10대   63   1.6   9.5   4.8   6.3   4.8   15.9   4.8   7.9     20대   89   3.4   1.1   4.5   6.7   2.2   24.7   9.0   13.5     30대   96   2.1   2.1   0.0   11.5   2.1   24.0   11.5   13.5     40대   97   2.1   4.1   1.0   14.4   1.0   30.9   15.5   8.2		40대	90	5.6	1.1	11.1	23.3	0.0	17.8	10.0	0.0
변기   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   9.9   11.0   1.1   9.9   11.0   1.1   1.3   1.2   1.1   1.3   1.2   1.1   1.3   1.2   1.1   1.3   1.2   1.1   1.3   1.2   1.1   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3   1.3		50대 이상	91	8.8	3.3	3.3	26.4	3.3	15.4	9.9	1.1
점기   95   4.2   4.2   3.2   12.6   2.1   20.0   16.8   4.2   4.2   4.3   2.2   26.9   0.0   23.7   10.8   11.8   50대 이상   87   3.4   5.7   2.3   26.4   1.1   27.6   6.9   12.6   10대   79   11.4   2.5   7.6   10.1   1.3   22.8   11.4   6.3   20대   84   17.9   0.0   1.2   6.0   0.0   13.1   13.1   1.2   30대   91   11.0   1.1   3.3   13.2   1.1   15.4   18.7   4.4   40대   91   13.2   1.1   2.2   13.2   3.3   12.1   11.0   7.7   50대 이상   83   10.8   1.2   1.2   32.5   0.0   12.0   14.5   7.2   10대   63   1.6   9.5   4.8   6.3   4.8   15.9   4.8   7.9   20대   89   3.4   1.1   4.5   6.7   2.2   24.7   9.0   13.5   30대   96   2.1   2.1   0.0   11.5   2.1   24.0   11.5   13.5   40대   97   2.1   4.1   1.0   14.4   1.0   30.9   15.5   8.2		10대	65	3.1	7.7	1.5	12.3	0.0	29.2	9.2	7.7
#나다 영화 2.2 4.3 2.2 26.9 0.0 23.7 10.8 11.8 50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6 10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3 20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2 30대 91 11.0 1.1 3.3 13.2 1.1 15.4 18.7 4.4 40대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2		20대	91	5.5	4.4	3.3	13.2	2.2	23.1	11.0	9.9
50대 이상 87 3.4 5.7 2.3 26.4 1.1 27.6 6.9 12.6  10대 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3  20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2  30대 91 11.0 1.1 3.3 13.2 1.1 15.4 18.7 4.4  40대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7  50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2  10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9  20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5  30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5  40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2	터키	30대	95	4.2	4.2	3.2	12.6	2.1	20.0	16.8	4.2
케나다 79 11.4 2.5 7.6 10.1 1.3 22.8 11.4 6.3 20대 84 17.9 0.0 1.2 6.0 0.0 13.1 13.1 1.2 30대 91 11.0 1.1 3.3 13.2 1.1 15.4 18.7 4.4 40대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2		40대	93	2.2	4.3	2.2	26.9	0.0	23.7	10.8	11.8
케나다 30대 91 11.0 1.1 3.3 13.2 1.1 15.4 18.7 4.4 40대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2		50대 이상	87	3.4	5.7	2.3	26.4	1.1	27.6	6.9	12.6
케나다 30대 91 11.0 1.1 3.3 13.2 1.1 15.4 18.7 4.4 40대 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2		10대	79	11.4	2.5	7.6	10.1	1.3	22.8	11.4	6.3
정가리 91 13.2 1.1 2.2 13.2 3.3 12.1 11.0 7.7 11.0 50대 이상 83 10.8 1.2 1.2 32.5 0.0 12.0 14.5 7.2 10대 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2		20대	84	17.9	0.0	1.2	6.0	0.0	13.1	13.1	1.2
50대 이상     83     10.8     1.2     1.2     32.5     0.0     12.0     14.5     7.2       10대     63     1.6     9.5     4.8     6.3     4.8     15.9     4.8     7.9       20대     89     3.4     1.1     4.5     6.7     2.2     24.7     9.0     13.5       30대     96     2.1     2.1     0.0     11.5     2.1     24.0     11.5     13.5       40대     97     2.1     4.1     1.0     14.4     1.0     30.9     15.5     8.2	캐나다	30대	91	11.0	1.1	3.3	13.2	1.1	15.4	18.7	4.4
형가리 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2		40대	91	13.2	1.1	2.2	13.2	3.3	12.1	11.0	7.7
형가리 63 1.6 9.5 4.8 6.3 4.8 15.9 4.8 7.9 20대 89 3.4 1.1 4.5 6.7 2.2 24.7 9.0 13.5 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2		50대 이상	83	10.8	1.2	1.2	32.5	0.0	12.0	14.5	7.2
형가리 30대 96 2.1 2.1 0.0 11.5 2.1 24.0 11.5 13.5 40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2		_	63	1.6	9.5	4.8	6.3	4.8	15.9	4.8	
40대 97 2.1 4.1 1.0 14.4 1.0 30.9 15.5 8.2		20대	89	3.4	1.1	4.5	6.7	2.2	24.7	9.0	13.5
	헝가리	30대	96	2.1	2.1	0.0	11.5	2.1	24.0	11.5	13.5
50대 이상 90 0.0 2.2 1.1 18.9 2.2 31.1 13.3 10.0		40대	97	2.1	4.1	1.0	14.4	1.0	30.9	15.5	8.2
		50대 이상	90	0.0	2.2	1.1	18.9	2.2	31.1	13.3	10.0

	국가	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼리 티쇼	키즈	시리즈 물	기타
				2	구가별					
	인도	2.0	1.1	1.5	2.0	10.4	11.7	2.6	0.0	0.0
	터키	4.4	0.9	4.9	1.2	6.5	2.6	2.6	0.9	0.2
3	캐나다	2.6	0.0	1.4	2.1	16.1	7.2	2.3	0.0	0.9
7	헝가리	3.0	0.2	2.1	0.9	16.8	2.3	3.4	0.5	1.1
					성별					
인도	남성	2.1	0.8	0.0	3.0	11.0	9.7	1.7	0.0	0.0
닌과	여성	1.8	1.3	3.1	0.9	9.8	13.8	3.6	0.0	0.0
터키 :	남성	2.5	1.5	3.9	2.0	4.4	1.0	0.5	1.0	0.0
<i>L</i>  /	여성	6.1	0.4	5.7	0.4	8.3	3.9	4.4	0.9	0.4
캐나다	남성	2.9	0.0	1.4	0.0	18.3	2.4	2.4	0.0	0.5
71144	여성	2.3	0.0	1.4	4.1	14.1	11.8	2.3	0.0	1.4
헝가리	남성	1.8	0.5	0.9	0.9	16.9	2.3	2.7	0.0	1.4
8/14	여성	4.2	0.0	3.2	0.9	16.7	2.3	4.2	0.9	0.9
				Q	년령별					
	10대	3.8	1.3	1.3	2.6	9.0	10.3	6.4	0.0	0.0
	20대	1.0	1.0	1.0	3.0	16.0	15.0	0.0	0.0	0.0
인도	30대	2.9	1.0	1.0	2.0	4.9	9.8	3.9	0.0	0.0
	40대	0.0	0.0	3.3	1.1	13.3	10.0	3.3	0.0	0.0
	50대 이상	2.2	2.2	1.1	1.1	8.8	13.2	0.0	0.0	0.0
	10대	6.2	3.1	6.2	3.1	9.2	0.0	0.0	0.0	1.5
	20대	7.7	0.0	6.6	2.2	5.5	5.5	0.0	0.0	0.0
터키	30대	5.3	1.1	4.2	0.0	8.4	3.2	8.4	2.1	0.0
	40대	1.1	0.0	5.4	1.1	4.3	3.2	3.2	0.0	0.0
	50대 이상	2.3	1.1	2.3	0.0	5.7	0.0	0.0	2.3	0.0
	10대	3.8	0.0	0.0	1.3	15.2	6.3	0.0	0.0	0.0
	20대	3.6	0.0	2.4	1.2	26.2	9.5	3.6	0.0	1.2
캐나다	30대	2.2	0.0	0.0	3.3	13.2	11.0	2.2	0.0	0.0
	40대	3.3	0.0	3.3	2.2	15.4	4.4	5.5	0.0	2.2
	50대 이상	0.0	0.0	1.2	2.4	10.8	4.8	0.0	0.0	1.2
	10대	7.9	0.0	4.8	0.0	25.4	1.6	3.2	0.0	1.6
	20대	4.5	0.0	2.2	2.2	16.9	4.5	2.2	1.1	1.1
헝가리	30대	2.1	1.0	3.1	1.0	17.7	0.0	6.3	0.0	2.1
	40대	2.1	0.0	0.0	0.0	12.4	2.1	5.2	0.0	1.0
	50대 이상	0.0	0.0	1.1	1.1	14.4	3.3	0.0	1.1	0.0

	구분	사례수	드라마	버라이 어티쇼	음악	뉴스 시사	교육	영화	<b>스포</b> 츠	다큐
				<u>한</u> ,	격별					
	고졸 이하	68	2.9	4.4	13.2	4.4	8.8	8.8	14.7	2.9
인도	대졸 이상	393	5.9	2.3	8.4	18.8	1.3	23.2	9.2	1.3
-1 -1	고졸 이하	103	4.9	4.9	1.9	18.4	2.9	29.1	11.7	9.7
터키	대졸 이상	328	3.4	5.2	2.7	18.6	0.6	22.9	11.0	9.1
عال الحا	고졸 이하	125	10.4	1.6	4.8	15.2	0.8	16.8	12.0	7.2
캐나다	대졸 이상	303	13.9	1.0	2.3	14.9	1.3	14.2	14.5	4.6
헝가리	고졸 이하	232	2.2	4.3	2.2	9.5	1.7	30.6	9.5	10.3
생기대	대졸 이상	203	1.5	2.5	2.0	14.8	3.0	20.7	13.3	11.3
직업별										
	사무·전문직	306	7.5	2.3	7.2	22.2	1.6	19.3	10.8	1.3
인도	서비스·생산직	35	0.0	5.7	8.6	11.4	5.7	22.9	0.0	0.0
	학생/주부/무직	120	1.7	2.5	14.2	4.2	3.3	25.0	10.8	2.5
	사무·전문직	258	4.3	5.4	3.1	17.1	0.4	23.3	12.4	10.5
터키	서비스·생산직	38	0.0	5.3	0.0	28.9	5.3	18.4	13.2	10.5
	학생/주부/무직	135	3.7	4.4	2.2	18.5	1.5	28.1	8.1	6.7
	사무·전문직	223	13.0	1.3	1.8	16.1	0.9	14.3	11.2	6.3
캐나다	서비스·생산직	63	12.7	0.0	6.3	15.9	0.0	4.8	27.0	4.8
	학생/주부/무직	142	12.7	1.4	3.5	12.7	2.1	20.4	12.0	4.2
-, , ,	사무·전문직	224	1.8	2.7	2.2	12.9	2.2	25.4	13.4	12.5
헝가리	서비스·생산직	82	2.4	4.9	0.0	7.3	1.2	24.4	12.2	12.2
	학생/주부/무직	129	1.6	3.9	3.1	13.2	3.1	27.9	7.0	7.0
	40,000, 6] 2]	241	7.0		두별	22.0	0.0	20.7	7.0	2.5
인도	40,000 이상	241	5.8	2.5	8.7	22.8	0.8	20.7	7.9	2.5
	40,000 미만	220	5.0	2.7	9.5	10.0	4.1	21.4	12.3	0.5
터키	8,000 이상	220	4.1	5.9	2.7	15.9	0.0	25.0	12.3	9.1
	8,000 미만	211	3.3	4.3	2.4	21.3	2.4	23.7	10.0	9.5
캐나다	5,000 이상 5,000 미만	214 214	14.0 11.7	1.4 0.9	3.3 2.8	16.4 13.6	0.5	14.5 15.4	14.5	5.1 5.6
	500,000 이상	130	2.3	5.4				18.5		12.3
헝가리	500,000 미만	305	1.6	2.6	2.3	13.8	1.5 2.6	29.2	10.8	10.2
	300,000	303	1.0		<u> </u>	11.1	2.0	27.2	11.5	10.2
	고관여자	119	3.4	1.7	6.7	19.3	0.0	29.4	6.7	1.7
인도	중관여자	182	6.0	2.7	6.6	18.1	3.3	19.8	9.3	1.6
	<u> </u>	160	6.3	3.1	13.8	13.1	3.1	16.3	13.1	1.3
	고관여자	164	3.7	7.9	1.8	18.9	0.6	25.0	10.4	8.5
터키	중관여자	165	3.6	2.4	4.2	17.6	1.8	27.3	12.1	7.3
	 저관여자	102	3.9	4.9	1.0	19.6	1.0	18.6	10.8	13.7
	고관여자	129	11.6	1.6	3.9	13.2	0.8	16.3	17.1	3.9
캐나다	중관여자	201	14.4	0.0	1.5	14.9	1.5	14.9	13.4	6.0
	저관여자	98	11.2	3.1	5.1	17.3	1.0	13.3	10.2	6.1
	고관여자	122	1.6	4.1	0.8	13.9	0.0	32.0	11.5	7.4
헝가리	중관여자	185	1.1	2.2	1.1	13.0	1.6	25.4	12.4	11.9
	저관여자	128	3.1	4.7	4.7	8.6	5.5	21.1	9.4	12.5

	구분	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼리티 쇼	키즈	시리즈물	기타
				학	격별					
01-	고졸 이하	2.9	2.9	1.5	1.5	10.3	14.7	5.9	0.0	0.0
인도	대졸 이상	1.8	0.8	1.5	2.0	10.4	11.2	2.0	0.0	0.0
r) -)	고졸 이하	1.9	2.9	2.9	1.9	4.9	0.0	1.0	0.0	1.0
터키	대졸 이상	5.2	0.3	5.5	0.9	7.0	3.4	3.0	1.2	0.0
عال احا	고졸 이하	3.2	0.0	0.0	1.6	15.2	9.6	0.8	0.0	0.8
캐나다	대졸 이상	2.3	0.0	2.0	2.3	16.5	6.3	3.0	0.0	1.0
헝가리	고졸 이하	3.9	0.0	1.7	0.9	15.1	1.7	5.2	0.0	1.3
8/14	대졸 이상	2.0	0.5	2.5	1.0	18.7	3.0	1.5	1.0	1.0
				직 역	겁별					
	사무·전문직	1.6	1.0	1.3	2.0	9.8	10.1	2.0	0.0	0.0
인도	서비스·생산직	2.9	0.0	2.9	0.0	17.1	20.0	2.9	0.0	0.0
	학생/주부/무직	2.5	1.7	1.7	2.5	10.0	13.3	4.2	0.0	0.0
	사무·전문직	2.7	0.4	5.4	0.0	6.6	3.5	3.5	1.6	0.0
터키	서비스·생산직	5.3	5.3	2.6	2.6	2.6	0.0	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	7.4	0.7	4.4	3.0	7.4	1.5	1.5	0.0	0.7
	사무·전문직	1.8	0.0	2.2	2.7	17.5	7.2	2.2	0.0	1.3
캐나다	서비스·생산직	0.0	0.0	1.6	0.0	19.0	7.9	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	4.9	0.0	0.0	2.1	12.7	7.0	3.5	0.0	0.7
	사무·전문직	1.3	0.4	1.3	0.4	15.2	2.7	4.0	0.4	0.9
헝가리	서비스·생산직	9.8	0.0	3.7	1.2	14.6	0.0	3.7	0.0	2.4
	학생/주부/무직	1.6	0.0	2.3	1.6	20.9	3.1	2.3	0.8	0.8
				소	득별					
인도	40,000 이상	1.7	0.8	1.2	1.7	9.5	11.2	2.1	0.0	0.0
U-1-	40,000 미만	2.3	1.4	1.8	2.3	11.4	12.3	3.2	0.0	0.0
터키	8,000 이상	4.5	0.9	5.5	0.5	5.9	3.6	3.2	0.9	0.0
2171	8,000 미만	4.3	0.9	4.3	1.9	7.1	1.4	1.9	0.9	0.5
캐나다	5,000 이상	3.3	0.0	0.9	1.4	16.8	5.6	0.9	0.0	1.4
711-1-1	5,000 미만	1.9	0.0	1.9	2.8	15.4	8.9	3.7	0.0	0.5
헝가리	500,000 이상	5.4	0.8	0.0	1.5	18.5	3.1	3.8	0.0	0.8
0/191	500,000 미만	2.0	0.0	3.0	0.7	16.1	2.0	3.3	0.7	1.3
		ı		고객	가치별					
	고관여자	0.8	0.8	1.7	0.0	12.6	10.9	4.2	0.0	0.0
인도	중관여자	1.6	1.6	1.1	1.6	8.8	15.4	2.2	0.0	0.0
	저관여자	3.1	0.6	1.9	3.8	10.6	8.1	1.9	0.0	0.0
	고관여자	4.9	0.0	4.9	0.6	7.3	1.2	3.0	1.2	0.0
터키	중관여자	3.0	1.2	5.5	1.2	6.7	4.2	1.8	0.0	0.0
	저관여자	5.9	2.0	3.9	2.0	4.9	2.0	2.9	2.0	1.0
	고관여자	0.0	0.0	0.8	1.6	16.3	9.3	3.1	0.0	0.8
캐나다	중관여자	3.5	0.0	2.5	3.5	14.4	7.0	1.0	0.0	1.5
	저관여자	4.1	0.0	0.0	0.0	19.4	5.1	4.1	0.0	0.0
	고관여자	1.6	0.8	2.5	0.8	18.0	3.3	1.6	0.0	0.0
헝가리	중관여자	3.8	0.0	0.5	1.6	18.4	2.2	3.8	0.5	0.5
	저관여자	3.1	0.0	3.9	0.0	13.3	1.6	4.7	0.8	3.1

# 5) OTT 이용 행태

□ OTT 이용률

귀하는 유료 또는 무료로 온라인동영상서비스(OTT)를 이용하고 계십니까?

단위: 명 & %

				인제: 영 & %
	국가	사례수	예	아니오
			국가별	
	인도	461	69.8	30.2
	터키	431	74.5	25.5
7	캐나다	428	65.7	34.3
ī	헝가리	435	51.3	48.7
			성별	
인도	남성	236	67.4	32.6
인도	여성	225	72.4	27.6
터키	남성	203	63.1	36.9
	여성	228	84.6	15.4
게 1 =1	남성	208	64.9	35.1
캐나다	여성	220	66.4	33.6
중) -) -)	남성	219	50.7	49.3
헝가리	여성	216	51.9	48.1
			연령별	
	10대	78	50.0	50.0
	20대	100	75.0	25.0
인도	30대	102	82.4	17.6
	40대	90	75.6	24.4
	50대 이상	91	61.5	38.5
	10대	65	43.1	56.9
	20대	91	74.7	25.3
터키	30대	95	86.3	13.7
	40대	93	81.7	18.3
	50대 이상	87	77.0	23.0
	10대	79	58.2	41.8
	20대	84	71.4	28.6
캐나다	30대	91	70.3	29.7
	40대	91	69.2	30.8
	50대 이상	83	57.8	42.2
	10대	63	38.1	61.9
	20대	89	59.6	40.4
헝가리	30대	96	60.4	39.6
	40대	97	53.6	46.4
	50대 이상	90	40.0	60.0

	구분	사례수	예	아니오
	, 2	1 11 1	학력별	
_	고졸 이하	68	42.6	57.4
인도	대졸 이상	393	74.6	25.4
	고졸 이하	103	52.4	47.6
터키	대졸 이상	328	81.4	18.6
	고졸 이하	125	52.0	48.0
캐나다	대졸 이상	303	71.3	28.7
-1 1 2	고졸 이하	232	42.2	57.8
헝가리	대졸 이상	203	61.6	38.4
	,, , ,		직업별	
	사무·전문직	306	78.8	21.2
인도	서비스·생산직	35	48.6	51.4
	학생/주부/무직	120	53.3	46.7
	사무·전문직	258	82.9	17.1
터키	서비스·생산직	38	65.8	34.2
	학생/주부/무직	135	60.7	39.3
	사무·전문직	223	68.6	31.4
캐나다	서비스·생산직	63	65.1	34.9
	학생/주부/무직	142	61.3	38.7
	사무·전문직	224	55.4	44.6
헝가리	서비스·생산직	82	41.5	58.5
	학생/주부/무직	129	50.4	49.6
			소득별	
인도	40,000 이상	241	80.9	19.1
인도	40,000 미만	220	57.7	42.3
터키	8,000 이상	220	84.5	15.5
니기	8,000 미만	211	64.0	36.0
캐나다	5,000 이상	214	67.3	32.7
71199	5,000 미만	214	64.0	36.0
헝가리	500,000 이상	130	63.1	36.9
3/14	500,000 미만	305	46.2	53.8
			고객가치별	
	고관여자	119	86.6	13.4
인도	중관여자	182	70.3	29.7
	저관여자	160	56.9	43.1
	고관여자	164	85.4	14.6
터키	중관여자	165	75.8	24.2
	저관여자	102	54.9	45.1
	고관여자	129	70.5	29.5
캐나다	중관여자	201	65.7	34.3
	저관여자	98	59.2	40.8
	고관여자	122	68.9	31.1
헝가리	중관여자	185	47.0	53.0
	저관여자	128	40.6	59.4

# □ 유료 OTT 가입률

귀하는 매월 월정액을 지불해야 하는 유료 온라인동영상서비스(OTT)에 가입하고 계십니까?

단위: 명 & %

인도 322 82.3 17.7 10.6 10.6 10.6 10.6 10.6 10.6 10.6 10.6		국가	사례수	예	아니오
H키   321   89.4   10.6   개나다   281   84.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0   16.0				국가별	
게나다   281   84.0   16.0     형가리   223   63.7   36.3		인도	322	82.3	17.7
영기 대		터키	321	89.4	10.6
인도 남성 159 79.9 20.1 의장 163 84.7 15.3 터키 남성 128 86.7 13.3 이학생 193 91.2 8.8 캐나다 남성 135 84.4 15.6 학생 146 83.6 16.4 형거리 여성 111 68.5 31.5 이학생 112 58.9 41.1 인도 30대 39 64.1 35.9 20대 75 85.3 14.7 30대 84 91.7 8.3 40대 68 85.3 14.7 50대 이상 56 73.2 26.8 10대 28 78.6 21.4 20대 68 88.2 11.8 리카 30대 82 95.1 4.9 40대 76 90.8 9.2 50대 이상 67 86.6 13.4 10대 46 80.4 19.6 20대 60 90.0 10.0 캐나다 30대 64 84.4 15.6 40대 63 87.3 12.7 50대 이상 48 75.0 25.0 10대 24 66.7 33.3 50대 이상 48 75.0 25.0	3	캐나다	281	84.0	16.0
인도 남성 159 79.9 20.1  대기 대상 163 84.7 15.3  타키 남성 128 86.7 13.3  대기 대상 193 91.2 8.8  캐나다 남성 135 84.4 15.6  대상 146 83.6 16.4  당가리 대상 111 68.5 31.5  대상 112 58.9 41.1  인도 10대 39 64.1 35.9  20대 75 85.3 14.7  30대 84 91.7 8.3  40대 68 85.3 14.7  50대 이상 56 73.2 26.8  10대 28 78.6 21.4  20대 68 88.2 11.8  대기 대 82 95.1 4.9  40대 76 90.8 9.2  50대 이상 67 86.6 13.4  10대 46 80.4 19.6  20대 60 90.0 10.0  캐나다 30대 64 84.4 15.6  40대 63 87.3 12.7  50대 이상 48 75.0 25.0  10대 24 66.7 33.3  20대 53 79.2 20.8  청가리 30대 58 65.5 34.5	Ĩ	헝가리	223	63.7	36.3
변기 변경 163 84.7 15.3  타키 변경 128 86.7 13.3  에상 193 91.2 8.8  캐나다 연성 135 84.4 15.6  에성 146 83.6 16.4  형가리 학생 111 68.5 31.5  112 58.9 41.1  전형별  10대 39 64.1 35.9  20대 75 85.3 14.7  30대 84 91.7 8.3  40대 68 85.3 14.7  50대 이상 56 73.2 26.8  타키 30대 82 95.1 4.9  40대 76 90.8 9.2  50대 이상 67 86.6 13.4  10대 46 80.4 19.6  20대 60 90.0 10.0  캐나다 30대 64 84.4 15.6  40대 63 87.3 12.7  50대 이상 48 75.0 25.0  10대 24 66.7 33.3  20대 53 79.2 20.8  청가리 30대 84 75.0 25.0  10대 24 66.7 33.3  20대 53 79.2 20.8  청가리 30대 58 65.5 34.5				성별	
단키   남성   128   86.7   13.3     대나다   남성   135   84.4   15.6     대나다   대상   146   83.6   16.4     당가리   대사   대사   대사   대사   대사   대사     당하는   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사   대사     전형별   대사   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사   대사   대사     전형별   대사   대사   대사   대사   대사   대사   대사     인도   대사   대사   대사   대사   대사   대사   대사   대	이드		159	79.9	20.1
변기 여성 193 91.2 8.8  캐나다 남성 135 84.4 15.6 여성 146 83.6 16.4 형가리 여성 111 68.5 31.5 여성 112 58.9 41.1  전형별  10대 39 64.1 35.9 20대 75 85.3 14.7 30대 84 91.7 8.3 40대 68 85.3 14.7 50대 이상 56 73.2 26.8 10대 28 78.6 21.4 20대 68 88.2 11.8 20대 68 88.2 11.8 30대 82 95.1 4.9 40대 76 90.8 9.2 50대 이상 67 86.6 13.4 10대 46 80.4 19.6 20대 60 90.0 10.0  캐나다 30대 64 84.4 15.6 40대 63 87.3 12.7 50대 이상 48 75.0 25.0  10대 24 66.7 33.3 20대 53 79.2 20.8 형가리 30대 58 65.5 34.5	인조		163	84.7	15.3
#나다 남성 135 84.4 15.6  학자 146 83.6 16.4  청가리 남성 111 68.5 31.5  학자 112 58.9 41.1  전형별  10대 39 64.1 35.9  20대 75 85.3 14.7  30대 84 91.7 8.3  40대 68 85.3 14.7  50대 이상 56 73.2 26.8  10대 28 78.6 21.4  20대 68 88.2 11.8  30대 82 95.1 4.9  40대 76 90.8 9.2  50대 이상 67 86.6 13.4  10대 46 80.4 19.6  20대 60 90.0 10.0  #나다 30대 64 84.4 15.6  40대 63 87.3 12.7  50대 이상 48 75.0 25.0  청가리 50대 이상 48 75.0 25.0  청가리 30대 24 66.7 33.3  청가리 58 65.5 34.5	디기		128	86.7	13.3
해가리 역성 146 83.6 16.4 형가리 남성 111 68.5 31.5 역성 112 58.9 41.1 연령별			193	91.2	8.8
형가리 남성 111 68.5 31.5 의정 112 58.9 41.1 인도 10대 39 64.1 35.9 20대 75 85.3 14.7 30대 84 91.7 8.3 40대 68 85.3 14.7 50대 이상 56 73.2 26.8 10대 28 78.6 21.4 20대 68 88.2 11.8 30대 82 95.1 4.9 40대 76 90.8 9.2 50대 이상 67 86.6 13.4 10대 46 80.4 19.6 20대 60 90.0 10.0 캐나다 30대 64 84.4 15.6 40대 63 87.3 12.7 50대 이상 48 75.0 25.0 10대 24 66.7 33.3 20대 53 79.2 20.8 청가리 30대 58 65.5 34.5 40대 52 57.7 42.3	الراد		135	84.4	15.6
영카리 여성 1112 58.9 41.1  인도 10대 39 64.1 35.9 20대 75 85.3 14.7 30대 84 91.7 8.3 40대 68 85.3 14.7 50대 이상 56 73.2 26.8 10대 28 78.6 21.4 20대 68 88.2 11.8 20대 68 88.2 11.8 30대 82 95.1 4.9 40대 76 90.8 9.2 50대 이상 67 86.6 13.4 10대 46 80.4 19.6 20대 60 90.0 10.0 케나다 30대 64 84.4 15.6 40대 63 87.3 12.7 50대 이상 48 75.0 25.0  행카리 30대 24 66.7 33.3 20대 53 79.2 20.8	71144		146	83.6	16.4
인도 10대 39 64.1 35.9 20대 75 85.3 14.7 8.3 40대 68 85.3 14.7 50대 이상 56 73.2 26.8 11.8 20대 76 90.8 9.2 50대 이상 67 86.6 13.4 10대 46 80.4 19.6 20대 60 90.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.	처키킈		111	68.5	31.5
인도 10대 39 64.1 35.9 20대 75 85.3 14.7 8.3 14.7 8.3 40대 68 85.3 14.7 50대 이상 56 73.2 26.8 11.8 20대 68 88.2 11.8 20대 68 88.2 11.8 30대 82 95.1 4.9 40대 76 90.8 9.2 50대 이상 67 86.6 13.4 19.6 20대 60 90.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.	8/14	여성	112	58.9	41.1
인도 20대 75 85.3 14.7 8.3 14.7 30대 84 91.7 8.3 14.7 50대 이상 56 73.2 26.8 10대 28 78.6 21.4 20대 68 88.2 11.8 30대 82 95.1 4.9 40대 76 90.8 9.2 50대 이상 67 86.6 13.4 10대 46 80.4 19.6 20대 60 90.0 10.0 10.0 30대 64 84.4 15.6 40대 63 87.3 12.7 50대 이상 48 75.0 25.0 10대 24 66.7 33.3 20대 53 79.2 20.8 37.1 30대 58 65.5 34.5 40대 52 57.7 42.3				연령별	
인도 30대 84 91.7 8.3 14.7 50대 이상 56 73.2 26.8 11.8 20대 68 88.2 11.8 30대 40대 76 90.8 9.2 50대 이상 67 86.6 13.4 19.6 20대 60 90.0 10.0 30대 64 84.4 15.6 40대 63 87.3 12.7 50대 이상 48 75.0 25.0 10대 24 66.7 33.3 20대 53 79.2 20.8 30대 58 65.5 34.5 40대 52 57.7 42.3		10대	39	64.1	35.9
## 10대 68 85.3 14.7 50대 이상 56 73.2 26.8 10대 28 78.6 21.4 20대 68 88.2 11.8 30대 82 95.1 4.9 40대 76 90.8 9.2 50대 이상 67 86.6 13.4 10대 46 80.4 19.6 20대 60 90.0 10.0 30대 64 84.4 15.6 40대 63 87.3 12.7 50대 이상 48 75.0 25.0 25.0 10대 24 66.7 33.3 20대 53 79.2 20.8 30대 58 65.5 34.5 40대 52 57.7 42.3		20대	75	85.3	14.7
50대 이상   56   73.2   26.8     10대   28   78.6   21.4     20대   68   88.2   11.8     30대   82   95.1   4.9     40대   76   90.8   9.2     50대 이상   67   86.6   13.4     10대   46   80.4   19.6     20대   60   90.0   10.0     30대   64   84.4   15.6     40대   63   87.3   12.7     50대 이상   48   75.0   25.0     10대   24   66.7   33.3     20대   53   79.2   20.8     30대   58   65.5   34.5     40대   52   57.7   42.3	인도	30대	84	91.7	8.3
H		40대	68	85.3	14.7
변기   20대   68   88.2   11.8   30대   82   95.1   4.9   4.9   4.0대   76   90.8   9.2   50대 이상   67   86.6   13.4   19.6   20대   60   90.0   10.0   10.0   30대   64   84.4   15.6   40대   63   87.3   12.7   50대 이상   48   75.0   25.0   25.0   10대   24   66.7   33.3   20대   53   79.2   20.8   30대   58   65.5   34.5   40대   52   57.7   42.3		50대 이상	56	73.2	26.8
점기   30대   82   95.1   4.9		10대	28	78.6	21.4
#나다		20대	68	88.2	11.8
50대 이상   67   86.6   13.4     10대   46   80.4   19.6     20대   60   90.0   10.0     30대   64   84.4   15.6     40대   63   87.3   12.7     50대 이상   48   75.0   25.0     10대   24   66.7   33.3     20대   53   79.2   20.8     30대   58   65.5   34.5     40대   52   57.7   42.3	터키	30대	82	95.1	4.9
10대   46   80.4   19.6     20대   60   90.0   10.0     30대   64   84.4   15.6     40대   63   87.3   12.7     50대 이상   48   75.0   25.0     전에   24   66.7   33.3     20대   53   79.2   20.8     30대   58   65.5   34.5     40대   52   57.7   42.3		40대	76	90.8	9.2
기타다   10.0   10.0   10.0   30대   64   84.4   15.6   40대   63   87.3   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7   12.7		50대 이상	67	86.6	13.4
캐나다     30대     64     84.4     15.6       40대     63     87.3     12.7       50대 이상     48     75.0     25.0       10대     24     66.7     33.3       20대     53     79.2     20.8       30대     58     65.5     34.5       40대     52     57.7     42.3		10대	46	80.4	19.6
40대 63 87.3 12.7   50대 이상 48 75.0 25.0   25.0   10대 24 66.7 33.3   20대 53 79.2 20.8   30대 58 65.5 34.5   40대 52 57.7 42.3		20대	60	90.0	10.0
50대 이상     48     75.0     25.0       10대     24     66.7     33.3       20대     53     79.2     20.8       30대     58     65.5     34.5       40대     52     57.7     42.3	캐나다	30대	64	84.4	15.6
10대 24 66.7 33.3   20대 53 79.2 20.8   30대 58 65.5 34.5   40대 52 57.7 42.3		40대	63	87.3	12.7
헝가리     53     79.2     20.8       30대     58     65.5     34.5       40대     52     57.7     42.3		50대 이상	48	75.0	25.0
형가리 30대 58 65.5 34.5 40대 52 57.7 42.3		10대	24	66.7	33.3
40대 52 57.7 42.3		20대	53	79.2	20.8
	헝가리	30대	58	65.5	34.5
50대 이상 36 44.4 55.6		40대	52	57.7	42.3
		50대 이상	36	44.4	55.6

	구분	사례수	ର୍ଘ	아니오
			학력별	
ماد	고졸 이하	29	65.5	34.5
인도	대졸 이상	293	84.0	16.0
r] -]	고졸 이하	54	87.0	13.0
터키	대졸 이상	267	89.9	10.1
الدارة	고졸 이하	65	84.6	15.4
캐나다	대졸 이상	216	83.8	16.2
헝가리	고졸 이하	98	60.2	39.8
생가다	대졸 이상	125	66.4	33.6
			직업별	
	사무·전문직	241	86.7	13.3
인도	서비스·생산직	17	88.2	11.8
	학생/주부/무직	64	64.1	35.9
	사무·전문직	214	93.5	6.5
터키	서비스·생산직	25	76.0	24.0
	학생/주부/무직	82	82.9	17.1
	사무·전문직	153	88.9	11.1
캐나다	서비스·생산직	41	82.9	17.1
	학생/주부/무직	87	75.9	24.1
	사무·전문직	124	66.9	33.1
헝가리	서비스·생산직	34	67.6	32.4
	학생/주부/무직	65	55.4	44.6
			소득별	
인도	40,000 이상	195	83.6	16.4
	40,000 미만	127	80.3	19.7
터키	8,000 이상	186	95.7	4.3
-1/1	8,000 미만	135	80.7	19.3
캐나다	5,000 이상	144	84.0	16.0
>1  -   -	5,000 미만	137	83.9	16.1
헝가리	500,000 이상	82	70.7	29.3
0 / 1 - 1	500,000 미만	141	59.6	40.4
			고객가치별	T
	고관여자	103	82.5	17.5
인도	중관여자	128	85.2	14.8
	저관여자	91	78.0	22.0
-1 ·1	고관여자	140	97.1	2.9
터키	중관여자	125	85.6	14.4
	저관여자	56	78.6	21.4
_11 - 1 - 2	고관여자	91	85.7	14.3
캐나다	중관여자	132	85.6	14.4
	저관여자	58	77.6	22.4
~1	고관여자	84	72.6	27.4
헝가리	중관여자	87	70.1	29.9
	저관여자	52	38.5	61.5

# □ OTT 이용 시간

귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 하루 평균 몇 시간 정도 이용하십니까?

단위: 명 & %

									1. 7 & 70
				30분	1시간	2시간	3시간	4시간	
	7-1	기계스	30분	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	5시간
	국가	사례수	미만	1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	이상
				미만	미만	미만	미만	미만	
				국가	별				
	인도	265	1.5	18.5	36.2	26.0	10.6	4.5	2.6
	터키	287	2.1	10.1	26.5	30.7	14.3	10.8	5.6
;	캐나다	236	7.2	19.9	35.2	19.5	9.3	4.2	4.7
,	헝가리	142	7.7	23.2	33.8	19.0	12.0	1.4	2.8
				성볕	1				
인도	남성	127	1.6	21.3	36.2	27.6	9.4	1.6	2.4
친조	여성	138	1.4	15.9	36.2	24.6	11.6	7.2	2.9
터키	남성	111	2.7	12.6	35.1	26.1	12.6	6.3	4.5
L 7	여성	176	1.7	8.5	21.0	33.5	15.3	13.6	6.3
캐나다	남성	114	7.0	21.9	37.7	17.5	9.6	1.8	4.4
71144	여성	122	7.4	18.0	32.8	21.3	9.0	6.6	4.9
헝가리	남성	76	7.9	22.4	31.6	17.1	17.1	0.0	3.9
8/14	여성	66	7.6	24.2	36.4	21.2	6.1	3.0	1.5
				연령	별				
	10대	25	8.0	8.0	40.0	32.0	4.0	4.0	4.0
	20대	64	0.0	25.0	31.3	20.3	15.6	0.0	7.8
인도	30대	77	1.3	15.6	37.7	26.0	11.7	6.5	1.3
	40대	58	0.0	13.8	41.4	24.1	10.3	10.3	0.0
	50대 이상	41	2.4	26.8	31.7	34.1	4.9	0.0	0.0
	10대	22	4.5	27.3	27.3	18.2	22.7	0.0	0.0
	20대	60	0.0	6.7	23.3	31.7	16.7	10.0	11.7
터키	30대	78	1.3	7.7	25.6	30.8	11.5	17.9	5.1
	40대	69	4.3	8.7	21.7	30.4	17.4	15.9	1.4
	50대 이상	58	1.7	12.1	36.2	34.5	8.6	0.0	6.9
	10대	37	5.4	24.3	37.8	18.9	8.1	0.0	5.4
	20대	54	5.6	20.4	31.5	22.2	11.1	5.6	3.7
캐나다	30대	54	5.6	11.1	35.2	24.1	9.3	5.6	9.3
	40대	55	9.1	23.6	34.5	18.2	9.1	5.5	0.0
	50대 이상	36	11.1	22.2	38.9	11.1	8.3	2.8	5.6
	10대	16	6.3	25.0	43.8	12.5	12.5	0.0	0.0
	20대	42	9.5	19.0	35.7	19.0	9.5	4.8	2.4
헝가리	30대	38	0.0	28.9	31.6	26.3	10.5	0.0	2.6
	40대	30	10.0	20.0	36.7	10.0	16.7	0.0	6.7
	50대 이상	16	18.8	25.0	18.8	25.0	12.5	0.0	0.0

				30분	1시간	2시간	3시간	4시간	
			30분	- 30분 이상~	이상~	2/1년 이상~	- 5 <sup>시</sup> 년 - 이상~	4/1년 이상~	5시간
	구분	사례수	30군 미만						
			비반	1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	이상
				미만 <b>학</b> 력별	미만	미만	미만	미만	
	그즈 시크	10	5.0			21.6	0.0	0.0	0.0
인도	고졸 이하	19	5.3	21.1	42.1	31.6	0.0	0.0	0.0
	대졸 이상	246	1.2	18.3	35.8	25.6	11.4	4.9	2.8
터키	고졸 이하	47	4.3	10.6	27.7	36.2	14.9	4.3	2.1
	대졸 이상	240	1.7	10.0	26.3	29.6	14.2	12.1	6.3
캐나다	고졸 이하	55	3.6	16.4	36.4	14.5	9.1	7.3	12.7
	대졸 이상	181	8.3	21.0	34.8	21.0	9.4	3.3	2.2
헝가리	고졸 이하	59	11.9	18.6	30.5	23.7	10.2	0.0	5.1
	대졸 이상	83	4.8	26.5	36.1	15.7	13.3	2.4	1.2
	기	200	0.5	직업별		20.7	11.5	5.2	2.2
Olt	사무·전문직	209	0.5	16.7	34.0	28.7	11.5	5.3	3.3
인도	서비스·생산직	15	6.7	33.3	40.0	13.3	6.7	0.0	0.0
	학생/주부/무직	41	4.9	22.0	46.3	17.1	7.3	2.4	0.0
터키	사무·전문직 서비스·생산직	200	2.5	8.0	27.0	31.5	13.5	12.0	5.5
디기	학생/주부/무직	19	0.0	26.3	26.3	21.1	15.8	5.3	5.3
	악생/구구/구석 사무·전문직	68	1.5 8.8	11.8 20.6	25.0	30.9 17.6	16.2	8.8 2.2	5.9
캐나다	서비스·생산직	136			38.2		9.6		2.9 5.9
71144	학생/주부/무직	34 66	5.9	20.6	32.4	17.6	8.8 9.1	8.8	
			4.5	18.2	30.3	24.2	-	6.1	7.6
헝가리	사무·전문직 서비스·생산직	83	8.4 4.3	26.5 8.7	33.7	16.9	9.6 21.7	1.2	3.6 4.3
%/ाप	학생/주부/무직	36	8.3	25.0	30.4	30.4 16.7	11.1	0.0 2.8	0.0
	4/8/77/74	30	6.3	소득별	l .	10.7	11.1	2.8	0.0
	40,000 이상	163	1.2	17.2	36.2	28.2	10.4	4.3	2.5
인도	40,000 미만	103	2.0	20.6	36.3	22.5	10.4	4.5	2.9
	8,000 이상	178		9.6	27.5	30.9			
터키	8,000 미만	109	2.8	11.0	24.8	30.3	12.9 16.5	11.2	6.2 4.6
	5,000 미년	121	10.7	17.4	36.4	15.7	11.6	3.3	5.0
캐나다	5,000 미만	115	3.5	22.6	33.9	23.5	7.0	5.2	4.3
	500,000 이상	58	6.9	19.0	41.4	19.0	8.6	1.7	3.4
헝가리	500,000 미만	84	8.3	26.2	28.6	19.0	14.3	1.7	2.4
	300,000 -12	04	0.5	고객가치		19.0	14.3	1.2	2.4
	고관여자	85	0.0	8.2	30.6	29.4	17.6	7.1	7.1
인도	중관여자	109	0.0	16.5	38.5	31.2	7.3	5.5	0.9
6.4	저관여자	71	5.6	33.8	39.4	14.1	7.0	0.0	0.0
	고관여자	136	0.0	1.5	13.2	40.4	19.1	16.2	9.6
터키	중관여자	107	1.9	19.6	37.4	22.4	10.3	6.5	1.9
171	전관여자 저관여자	44	9.1	13.6	40.9	20.5	9.1	4.5	2.3
	고관여자	78	5.1	19.2	20.5	21.8	16.7	9.0	7.7
캐나다	중관여자	113	8.0	16.8	38.1	22.1	8.0	2.7	4.4
, 11 1	저관여자	45	8.9	28.9	53.3	8.9	0.0	0.0	0.0
	고관여자	61	4.9	11.5	27.9	27.9	21.3	1.6	4.9
헝가리	중관여자	61	8.2	32.8	39.3	11.5	4.9	1.6	1.6
0/14	전관여자 저관여자	20	15.0	30.0	35.0	15.0	5.0	0.0	0.0
	기단까지		13.0	30.0	33.0	13.0	5.0	0.0	0.0

# □ 주이용 OTT (1순위 응답 기준)

귀하가 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)를 많이 이용하는 순서대로 3개까지 응답해 주십시오.

단위: 명

				글로벌 OT	Γ		로컬	OTT	
	인도		Netflix	Amazon prime video	YouTube	Hot star	Voot	Zee5	Sony live
ব্	전체 평균	322	84	82	43	58	12	6	5
성별	남성	159	38	40	29	24	2	2	2
78 E	여성	163	46	42	14	34	10	4	3
	10대	39	12	0	9	6	1	0	0
	20대	75	16	18	7	15	4	1	0
연령별	30대	84	24	22	10	18	3	1	1
	40대	68	16	22	10	11	3	2	1
	50대 이상	56	16	15	7	8	1	2	3
학력별	고졸 이하	29	5	4	9	3	1	0	0
러덕걸	대졸 이상	293	79	78	34	55	11	6	5
	사무·전문직	241	62	67	29	45	7	5	5
직업별	서비스·생산직	17	6	3	1	2	1	0	0
	학생/주부/무직	64	16	12	13	11	4	1	0
소득별	40,000 이상	195	48	58	27	31	9	5	3
ユーラ	40,000 미만	127	36	24	16	27	3	1	2
고객	고관여자	103	32	29	16	12	4	2	1
가치별	중관여자	128	33	30	18	22	8	3	2
가시발	저관여자	91	19	23	9	24	0	1	2

			글로벌	OTT			로컬	OTT		
	터키		Netflix	YouTube	Tivi bu	digiturk play	Turk telekom	puhu tv	D- SMART	TVbu
전	전체 평균		150	67	22	11	11	8	7	7
성별	남성	128	67	32	7	5	1	2	2	2
78 E	여성	193	83	35	15	6	10	6	5	5
	10대	28	17	6	0	1	0	0	0	0
	20대	68	40	10	5	2	3	1	2	1
연령별	30대	82	44	12	6	4	5	0	2	1
	40대	76	28	13	7	2	3	6	3	0
	50대 이상	67	21	26	4	2	0	1	0	5
학력별	고졸 이하	54	22	17	1	2	0	3	2	3
취직된	대졸 이상	267	128	50	21	9	11	5	5	4
	사무·전문직	214	107	43	13	8	9	2	4	5
직업별	서비스·생산직	25	9	8	1	1	0	1	1	2
	학생/주부/무직	82	34	16	8	2	2	5	2	0
소득별	30,000 이상	186	91	31	12	6	8	7	5	2
五十五	30,000 미만	135	59	36	10	5	3	1	2	5
고객	고관여자	140	67	21	12	8	8	6	3	2
	중관여자	125	56	31	8	3	3	2	4	3
가치별	저관여자	56	27	15	2	0	0	0	0	2

				글로벌 OTT	1		로컬 OTT	
	캐나다	사례수	Netflix	YouTube	Amazon prime video	Crave tv	CBC Gem	Tou.tv
전	<u></u> 1체 평균	281	181	37	15	10	4	3
성별	남성	135	83	20	9	4	2	2
78 달	여성	146	98	17	6	6	2	1
	10대	46	29	11	0	3	0	0
	20대	60	44	3	2	1	0	1
연령별	30대	64	44	10	2	0	2	1
	40대	63	39	8	5	3	1	1
	50대 이상	48	25	5	6	3	1	0
학력별	고졸 이하	65	41	8	3	1	1	1
학학원	대졸 이상	216	140	29	12	9	3	2
	사무·전문직	153	102	16	8	3	2	2
직업별	서비스·생산직	41	23	5	2	5	1	0
	학생/주부/무직	87	56	16	5	2	1	1
소득별	20,000 이상	144	89	23	8	5	1	1
工一百	20,000 미만	137	92	14	7	5	3	2
고객	고관여자	91	52	10	9	4	0	1
	중관여자	132	94	17	2	5	2	1
가치별	저관여자	58	35	10	4	1	2	1

			=	글로벌 OT	T	로컬 OTT				
	헝가리		YouTube	Netflix	HBO	TV-Go	RTL Most	MyTV	Digitv	Horizon
전체 평균		223	75	73	42	8	6	4	3	3
성별	남성	111	32	39	22	3	3	1	2	3
78 E	여성	112	43	34	20	5	3	3	1	0
	10대	24	9	7	4	1	2	0	0	0
	20대	53	12	28	11	0	1	0	0	0
연령별	30대	58	22	18	13	0	0	1	0	2
	40대	52	17	17	9	3	1	1	1	1
	50대 이상	36	15	3	5	4	2	2	2	0
학력별	고졸 이하	98	41	28	14	3	3	2	1	1
릭탁원	대졸 이상	125	34	45	28	5	3	2	2	2
	사무·전문직	124	35	42	30	4	1	3	3	1
직업별	서비스·생산직	34	13	11	5	2	0	0	0	2
	학생/주부/무직	65	27	20	7	2	5	1	0	0
소득별	2,000,000 이상	82	16	34	19	4	2	1	1	1
五十五	2,000,000 미만	141	59	39	23	4	4	3	2	2
고객	고관여자	84	29	36	9	2	3	0	1	0
가치별	중관여자	87	23	26	20	5	3	4	1	3
가시말	저관여자	52	23	11	13	1	0	0	1	0

#### □ 방송서비스와 OTT 중 주이용 서비스

귀하는 방송프로그램이나 영화, 스포츠 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하는 경우 방송서비스(지상파TV, 유료방송)와 온라인동영상서비스(OTT) 중 어느 것을 더 많이 이용하십니까?

단위: 명 & %

	7-1	v1 =11 &	방송서비스(지상파,	.11 & Z-1	온라인동영상서비스(OTT)
	국가	사례수	유료방송)를 더 많이 이용	비슷함	를 더 많이 이용
			국가별		
	인도	322	37.0	29.8	33.2
	터키	321	26.5	35.5	38.0
3	캐나다	281	25.6	33.1	41.3
ĭ	헝가리	223	31.4	27.4	41.3
			성별		
인도	남성	159	36.5	30.2	33.3
킨조	여성	163	37.4	29.4	33.1
터키	남성	128	28.1	30.5	41.4
4//	여성	193	25.4	38.9	35.8
캐나다	남성	135	23.0	36.3	40.7
71144	여성	146	28.1	30.1	41.8
헝가리	남성	111	36.0	24.3	39.6
8/14	여성	112	26.8	30.4	42.9
			연령별		
	10대	39	25.6	33.3	41.0
	20대	75	41.3	28.0	30.7
인도	30대	84	36.9	28.6	34.5
	40대	68	33.8	27.9	38.2
	50대 이상	56	42.9	33.9	23.2
	10대	28	25.0	28.6	46.4
	20대	68	32.4	25.0	42.6
터키	30대	82	23.2	34.1	42.7
	40대	76	25.0	44.7	30.3
	50대 이상	67	26.9	40.3	32.8
	10대	46	17.4	28.3	54.3
	20대	60	15.0	33.3	51.7
캐나다	30대	64	23.4	37.5	39.1
	40대	63	33.3	34.9	31.7
	50대 이상	48	39.6	29.2	31.3
	10대	24	16.7	20.8	62.5
	20대	53	15.1	26.4	58.5
헝가리	30대	58	24.1	41.4	34.5
	40대	52	46.2	25.0	28.8
	50대 이상	36	55.6	13.9	30.6

			방송서비스(지상파,		온라인동영상서비스(OTT)
	구분	사례수	유료방송)를 더 많이 이용	비슷함	를 더 많이 이용
			학력별		를 다 많이 이 <u>요</u>
	고졸 이하	29	31.0	27.6	41.4
인도	대졸 이상	293	37.5	30.0	32.4
	고졸 이하	54	27.8	31.5	40.7
터키	대졸 이상	267	26.2	36.3	37.5
	고졸 이하	65	15.4	44.6	40.0
캐나다	대졸 이상	216	28.7	29.6	41.7
	고졸 이하	98	39.8	27.6	32.7
헝가리	대졸 이상	125	24.8	27.2	48.0
	112 10	120	직업별	27.2	10.0
	사무·전문직	241	36.5	29.9	33.6
인도	서비스·생산직	17	70.6	11.8	17.6
	학생/주부/무직	64	29.7	34.4	35.9
	사무·전문직	214	25.7	35.0	39.3
터키	서비스·생산직	25	32.0	48.0	20.0
	학생/주부/무직	82	26.8	32.9	40.2
	사무·전문직	153	28.8	30.7	40.5
캐나다	서비스·생산직	41	29.3	41.5	29.3
	학생/주부/무직	87	18.4	33.3	48.3
	사무·전문직	124	27.4	29.8	42.7
헝가리	서비스·생산직	34	44.1	26.5	29.4
	학생/주부/무직	65	32.3	23.1	44.6
			소득별		
인도	40,000 이상	195	32.3	31.8	35.9
닌그	40,000 미만	127	44.1	26.8	29.1
터키	8,000 이상	186	24.2	36.6	39.2
<i>U</i>  /	8,000 미만	135	29.6	34.1	36.3
캐나다	5,000 이상	144	26.4	31.3	42.4
×1  +   +	5,000 미만	137	24.8	35.0	40.1
헝가리	500,000 이상	82	20.7	31.7	47.6
0, 1-1	500,000 미만	141	37.6	24.8	37.6
			고객가치별		
	고관여자	103	36.9	23.3	39.8
인도	중관여자	128	34.4	34.4	31.3
	저관여자	91	40.7	30.8	28.6
-1-1	고관여자	140	20.7	37.1	42.1
터키	중관여자	125	29.6	34.4	36.0
	저관여자	56	33.9	33.9	32.1
-1] · ]1	고관여자	91	30.8	31.9	37.4
캐나다	중관여자	132	30.3	36.4	33.3
	저관여자	58	6.9	27.6	65.5
-1-1-1	고관여자	84	31.0	31.0	38.1
헝가리	중관여자	87	28.7	23.0	48.3
	저관여자	52	36.5	28.8	34.6

#### □ 선호하는 OTT 시청 유형

귀하는 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 TV에서 동 시간대에 방송되거나 중계되고 있는 프로그램을 더 많이 시청하십니까? 아니면 이미 방송된 프로그램이나 영화 등을 주문형으로 더 많이 시청하십니까?

단위: 명 & %

	국가	사례수	동 시간대 방송되고 있는	비슷함	주문형으로 더 많이 시청
	当ノ「	/[네ㅜ	프로그램을 더 많이 시청	비굿함	구단청으도 더 많이 시장
			국가별		
	인도	322	34.2	30.1	35.7
	터키	321	16.2	54.5	29.3
3	캐나다	281	22.8	37.4	39.9
Ĭ	헝가리	223	13.5	29.1	57.4
			성별		
인도	남성	159	34.0	30.2	35.8
닌ㅗ	여성	163	34.4	30.1	35.6
터키	남성	128	21.1	43.8	35.2
4//	여성	193	13.0	61.7	25.4
캐나다	남성	135	20.7	38.5	40.7
71144	여성	146	24.7	36.3	39.0
헝가리	남성	111	18.0	30.6	51.4
8/14	여성	112	8.9	27.7	63.4
			연령별		
	10대	39	28.2	28.2	43.6
	20대	75	30.7	37.3	32.0
인도	30대	84	38.1	21.4	40.5
	40대	68	39.7	26.5	33.8
	50대 이상	56	30.4	39.3	30.4
	10대	28	7.1	64.3	28.6
	20대	68	20.6	47.1	32.4
터키	30대	82	13.4	56.1	30.5
	40대	76	17.1	51.3	31.6
	50대 이상	67	17.9	59.7	22.4
	10대	46	8.7	43.5	47.8
	20대	60	28.3	33.3	38.3
캐나다	30대	64	18.8	35.9	45.3
	40대	63	27.0	33.3	39.7
	50대 이상	48	29.2	43.8	27.1
	10대	24	0.0	25.0	75.0
	20대	53	5.7	30.2	64.2
헝가리	30대	58	12.1	32.8	55.2
	40대	52	23.1	23.1	53.8
	50대 이상	36	22.2	33.3	44.4

			동 시간대 방송되고 있는		
	구분	사례수	프로그램을 더 많이 시청	비슷함	주문형으로 더 많이 시청
			프노그램을 더 많이 시장   학력별		
	고졸 이하	20		11 0	24.5
인도	고를 이야 대졸 이상	29 293	20.7 35.5	44.8 28.7	34.5 35.8
터키	고졸 이하 대졸 이상	54	14.8	55.6	29.6
		267	16.5	54.3	29.2
캐나다	고졸 이하 대졸 이상	65	15.4	41.5	43.1
	고졸 이하	216 98	25.0	36.1	38.9 48.0
헝가리	고를 이야 대졸 이상	125	19.4 8.8	26.4	64.8
	네크 이경	123	o.o 직업별	20.4	04.0
	사무·전문직	241	35.3	28.2	36.5
인도	서비스·생산직	17	41.2	35.3	23.5
راحاء	학생/주부/무직	64	28.1	35.9	35.9
	사무·전문직	214	18.2	51.4	30.4
터키	서비스·생산직	25	20.0	60.0	20.0
21/1	학생/주부/무직	82	9.8	61.0	29.3
	사무·전문직	153	21.6	38.6	39.9
캐나다	서비스·생산직	41	43.9	36.6	19.5
/ II I	학생/주부/무직	87	14.9	35.6	49.4
	사무·전문직	124	11.3	30.6	58.1
헝가리	서비스·생산직	34	32.4	26.5	41.2
0 , ,	학생/주부/무직	65	7.7	27.7	64.6
			소득별		
مات	40,000 이상	195	27.2	32.8	40.0
인도	40,000 미만	127	44.9	26.0	29.1
r] -]	8,000 이상	186	11.8	59.7	28.5
터키	8,000 미만	135	22.2	47.4	30.4
الدا الدا	5,000 이상	144	25.0	37.5	37.5
캐나다	5,000 미만	137	20.4	37.2	42.3
헝가리	500,000 이상	82	11.0	25.6	63.4
생기대	500,000 미만	141	14.9	31.2	53.9
			고객가치별		
	고관여자	103	33.0	25.2	41.7
인도	중관여자	128	39.1	26.6	34.4
	저관여자	91	28.6	40.7	30.8
	고관여자	140	12.9	54.3	32.9
터키	중관여자	125	16.0	54.4	29.6
	저관여자	56	25.0	55.4	19.6
	고관여자	91	29.7	35.2	35.2
캐나다	중관여자	132	22.0	38.6	39.4
	저관여자	58	13.8	37.9	48.3
	고관여자	84	14.3	29.8	56.0
헝가리	중관여자	87	19.5	23.0	57.5
	저관여자	52	1.9	38.5	59.6

# □ OTT 주 시청 장르(1순위 응답 기준)

귀하가 온라인동영상서비스(OTT)를 이용할 때 즐겨보는 장르를 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해주십시오.

단위: 명 & %

									· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	
	국가	사례수	드라마	버라이 어티쇼	음악	뉴스 시사	교육	영화	스포츠	다큐
					국가별					
	인도	322	9.6	2.5	9.3	9.9	3.4	27.3	12.4	0.9
	터키	321	4.4	3.1	2.8	7.8	1.6	37.4	7.5	7.8
ヺ	H나다	281	15.3	2.5	3.6	6.8	0.7	23.5	7.5	5.7
ठ्		223	5.4	0.9	9.0	2.2	2.7	36.8	7.6	7.2
					성별					
인도	남성	159	7.5	3.1	10.7	10.1	3.8	26.4	17.0	0.6
킨포	여성	163	11.7	1.8	8.0	9.8	3.1	28.2	8.0	1.2
터키	남성	128	1.6	3.1	1.6	6.3	0.0	43.8	12.5	11.7
4//	여성	193	6.2	3.1	3.6	8.8	2.6	33.2	4.1	5.2
캐나다	남성	135	10.4	2.2	5.9	7.4	0.7	23.0	12.6	6.7
71144	여성	146	19.9	2.7	1.4	6.2	0.7	24.0	2.7	4.8
헝가리	남성	111	7.2	0.0	8.1	2.7	1.8	44.1	11.7	6.3
8/14	여성	112	3.6	1.8	9.8	1.8	3.6	29.5	3.6	8.0
					연령별					
	10대	39	15.4	2.6	12.8	5.1	2.6	23.1	5.1	2.6
	20대	75	12.0	4.0	8.0	4.0	1.3	32.0	12.0	1.3
인도	30대	84	8.3	3.6	8.3	10.7	3.6	21.4	11.9	1.2
	40대	68	2.9	0.0	11.8	11.8	4.4	33.8	11.8	0.0
	50대 이상	56	12.5	1.8	7.1	17.9	5.4	25.0	19.6	0.0
	10대	28	3.6	0.0	3.6	3.6	3.6	57.1	0.0	0.0
	20대	68	5.9	4.4	0.0	4.4	2.9	32.4	8.8	7.4
터키	30대	82	3.7	3.7	1.2	4.9	2.4	34.1	8.5	7.3
	40대	76	3.9	2.6	2.6	9.2	0.0	39.5	9.2	10.5
	50대 이상	67	4.5	3.0	7.5	14.9	0.0	35.8	6.0	9.0
	10대	46	13.0	6.5	4.3	0.0	2.2	21.7	2.2	4.3
	20대	60	15.0	1.7	3.3	6.7	0.0	15.0	13.3	8.3
캐나다	30대	64	12.5	0.0	3.1	9.4	1.6	21.9	9.4	6.3
	40대	63	22.2	1.6	3.2	4.8	0.0	28.6	6.3	4.8
	50대 이상	48	12.5	4.2	4.2	12.5	0.0	31.3	4.2	4.2
	10대	24	0.0	0.0	12.5	0.0	4.2	16.7	0.0	0.0
	20대	53	13.2	1.9	1.9	0.0	3.8	34.0	5.7	7.5
헝가리	30대	58	8.6	1.7	5.2	3.4	3.4	37.9	6.9	13.8
	40대	52	0.0	0.0	11.5	1.9	0.0	50.0	11.5	3.8
	50대 이상	36	0.0	0.0	19.4	5.6	2.8	33.3	11.1	5.6

	국가	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼리 티쇼	키즈	시리즈 물	기타
				2	<del>;</del> 가별					
	인도	1.6	0.3	0.0	2.2	10.6	8.4	1.2	0.0	0.3
	터키	2.8	0.6	2.5	1.2	9.0	4.0	5.9	0.9	0.6
3	캐나다	2.8	0.7	0.0	2.8	19.2	5.0	3.2	0.4	0.4
Ĭ	헝가리	2.7	0.0	0.0	1.8	14.3	4.0	0.9	3.1	1.3
					성별					
인도	남성	1.3	0.0	0.0	2.5	10.1	4.4	1.9	0.0	0.6
7-7-	여성	1.8	0.6	0.0	1.8	11.0	12.3	0.6	0.0	0.0
터키	남성	0.8	0.8	1.6	1.6	10.2	2.3	0.8	0.8	0.8
<i>-</i>  /	여성	4.1	0.5	3.1	1.0	8.3	5.2	9.3	1.0	0.5
캐나다	남성	5.2	0.7	0.0	2.2	19.3	2.2	1.5	0.0	0.0
71199	여성	0.7	0.7	0.0	3.4	19.2	7.5	4.8	0.7	0.7
헝가리	남성	0.9	0.0	0.0	1.8	8.1	1.8	0.9	2.7	1.8
3/14	여성	4.5	0.0	0.0	1.8	20.5	6.3	0.9	3.6	0.9
				Ó	변령별					
	10대	5.1	0.0	0.0	5.1	5.1	10.3	5.1	0.0	0.0
	20대	0.0	0.0	0.0	4.0	14.7	6.7	0.0	0.0	0.0
인도	30대	3.6	0.0	0.0	1.2	14.3	10.7	0.0	0.0	1.2
	40대	0.0	1.5	0.0	1.5	7.4	10.3	2.9	0.0	0.0
	50대 이상	0.0	0.0	0.0	0.0	7.1	3.6	0.0	0.0	0.0
	10대	10.7	0.0	3.6	0.0	10.7	0.0	0.0	0.0	3.6
	20대	0.0	0.0	8.8	0.0	11.8	7.4	4.4	0.0	1.5
터키	30대	2.4	1.2	0.0	1.2	8.5	2.4	14.6	3.7	0.0
	40대	3.9	0.0	1.3	1.3	7.9	3.9	3.9	0.0	0.0
	50대 이상	1.5	1.5	0.0	3.0	7.5	4.5	1.5	0.0	0.0
	10대	2.2	0.0	0.0	4.3	30.4	4.3	4.3	0.0	0.0
	20대	6.7	0.0	0.0	3.3	18.3	6.7	1.7	0.0	0.0
캐나다	30대	1.6	3.1	0.0	3.1	20.3	6.3	1.6	0.0	0.0
	40대	1.6	0.0	0.0	0.0	14.3	4.8	6.3	0.0	1.6
	50대 이상	2.1	0.0	0.0	4.2	14.6	2.1	2.1	2.1	0.0
	10대	16.7	0.0	0.0	4.2	33.3	8.3	0.0	4.2	0.0
	20대	1.9	0.0	0.0	0.0	20.8	3.8	0.0	3.8	1.9
헝가리	30대	0.0	0.0	0.0	0.0	12.1	0.0	1.7	3.4	1.7
	40대	0.0	0.0	0.0	1.9	7.7	3.8	1.9	3.8	1.9
	50대 이상	2.8	0.0	0.0	5.6	5.6	8.3	0.0	0.0	0.0

				I		I	I			
	구분	사례수	드라마	버라이 어티쇼	음악	뉴스 시사	교육	영화	스포츠	다큐
		•		학력	<sup></sup> 별					
مات	고졸 이하	29	17.2	3.4	13.8	0.0	6.9	13.8	3.4	3.4
인도	대졸 이상	293	8.9	2.4	8.9	10.9	3.1	28.7	13.3	0.7
ובן בן	고졸 이하	54	7.4	1.9	7.4	9.3	0.0	51.9	3.7	3.7
터키	대졸 이상	267	3.7	3.4	1.9	7.5	1.9	34.5	8.2	8.6
캐나다	고졸 이하	65	15.4	1.5	1.5	3.1	0.0	21.5	7.7	4.6
71144	대졸 이상	216	15.3	2.8	4.2	7.9	0.9	24.1	7.4	6.0
헝가리	고졸 이하	98	2.0	1.0	9.2	4.1	3.1	36.7	7.1	4.1
8/14	대졸 이상	125	8.0	0.8	8.8	0.8	2.4	36.8	8.0	9.6
				직인	<b>널</b>					
	사무·전문직	241	8.7	2.5	7.1	12.0	3.7	28.6	13.7	0.8
인도	서비스·생산직	17	11.8	0.0	11.8	5.9	5.9	11.8	23.5	0.0
	학생/주부/무직	64	12.5	3.1	17.2	3.1	1.6	26.6	4.7	1.6
	사무·전문직	214	5.1	3.7	3.3	7.9	1.9	35.0	8.9	7.5
터키	서비스·생산직	25	0.0	4.0	8.0	4.0	0.0	40.0	12.0	12.0
	학생/주부/무직	82	3.7	1.2	0.0	8.5	1.2	42.7	2.4	7.3
	사무·전문직	153	14.4	2.6	3.3	8.5	0.7	28.8	4.6	7.8
캐나다	서비스·생산직	41	17.1	0.0	4.9	4.9	0.0	12.2	24.4	2.4
	학생/주부/무직	87	16.1	3.4	3.4	4.6	1.1	19.5	4.6	3.4
	사무·전문직	124	5.6	0.0	6.5	1.6	2.4	40.3	8.9	11.3
헝가리	서비스·생산직	34	5.9	0.0	14.7	2.9	2.9	38.2	14.7	2.9
	학생/주부/무직	65	4.6	3.1	10.8	3.1	3.1	29.2	1.5	1.5
				소득	투별					
인도	40,000 이상	195	8.2	3.6	8.7	12.3	1.5	28.7	10.8	0.5
	40,000 미만	127	11.8	0.8	10.2	6.3	6.3	25.2	15.0	1.6
터키	8,000 이상	186	5.4	5.4	1.6	7.5	1.1	34.9	8.6	7.5
- 17 1	8,000 미만	135	3.0	0.0	4.4	8.1	2.2	40.7	5.9	8.1
캐나다	5,000 이상	144	14.6	2.1	4.2	6.3	1.4	25.7	6.3	4.2
- " ' '	5,000 미만	137	16.1	2.9	2.9	7.3	0.0	21.2	8.8	7.3
헝가리	500,000 이상	82	7.3	0.0	7.3	1.2	1.2	37.8	7.3	12.2
0 1 1	500,000 미만	141	4.3	1.4	9.9	2.8	3.5	36.2	7.8	4.3
	2.2.2			고객기						
*1:-	고관여자	103	9.7	1.9	5.8	10.7	2.9	28.2	15.5	1.0
인도	중관여자	128	7.8	3.9	11.7	8.6	2.3	30.5	9.4	1.6
	저관여자	91	12.1	1.1	9.9	11.0	5.5	22.0	13.2	0.0
w11	고관여자	140	5.0	4.3	1.4	8.6	1.4	30.7	7.1	7.9
터키	중관여자	125	4.8	3.2	4.8	7.2	2.4	38.4	9.6	6.4
	저관여자	56	1.8	0.0	1.8	7.1	0.0	51.8	3.6	10.7
-11, 11	고관여자	91	13.2	3.3	4.4	3.3	0.0	23.1	13.2	5.5
캐나다	중관여자	132	17.4	0.0	3.8	7.6	0.8	27.3	3.8	6.1
	저관여자	58	13.8	6.9	1.7	10.3	1.7	15.5	6.9	5.2
=1 1 1	고관여자	84	4.8	1.2	10.7	3.6	1.2	41.7	6.0	2.4
헝가리	중관여자	87	5.7	1.1	5.7	2.3	1.1	34.5	10.3	10.3
	저관여자	52	5.8	0.0	11.5	0.0	7.7	32.7	5.8	9.6

	구분	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼리 티쇼	키즈	시리물	기타
				학	<sup></sup> 부별					
인도	고졸 이하	6.9	0.0	0.0	3.4	10.3	10.3	6.9	0.0	0.0
신도	대졸 이상	1.0	0.3	0.0	2.0	10.6	8.2	0.7	0.0	0.3
ובן בן	고졸 이하	3.7	0.0	1.9	1.9	3.7	0.0	1.9	0.0	1.9
터키	대졸 이상	2.6	0.7	2.6	1.1	10.1	4.9	6.7	1.1	0.4
عال الدا	고졸 이하	6.2	0.0	0.0	4.6	20.0	12.3	1.5	0.0	0.0
캐나다	대졸 이상	1.9	0.9	0.0	2.3	19.0	2.8	3.7	0.5	0.5
치기기	고졸 이하	4.1	0.0	0.0	1.0	18.4	3.1	1.0	3.1	2.0
헝가리	대졸 이상	1.6	0.0	0.0	2.4	11.2	4.8	0.8	3.2	0.8
				직약	<b>널</b>					
	사무·전문직	1.2	0.4	0.0	1.2	10.0	9.1	0.4	0.0	0.4
인도	서비스·생산직	0.0	0.0	0.0	0.0	23.5	0.0	5.9	0.0	0.0
	학생/주부/무직	3.1	0.0	0.0	6.3	9.4	7.8	3.1	0.0	0.0
	사무·전문직	1.9	0.5	2.8	0.5	8.9	4.7	6.1	1.4	0.0
터키	서비스·생산직	0.0	4.0	0.0	8.0	4.0	0.0	4.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	6.1	0.0	2.4	1.2	11.0	3.7	6.1	0.0	2.4
	사무·전문직	1.3	1.3	0.0	3.3	16.3	4.6	2.0	0.0	0.7
캐나다	서비스·생산직	7.3	0.0	0.0	2.4	17.1	7.3	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	3.4	0.0	0.0	2.3	25.3	4.6	6.9	1.1	0.0
	사무·전문직	1.6	0.0	0.0	2.4	11.3	2.4	0.8	4.0	0.8
헝가리	서비스·생산직	0.0	0.0	0.0	0.0	8.8	2.9	2.9	0.0	2.9
	학생/주부/무직	6.2	0.0	0.0	1.5	23.1	7.7	0.0	3.1	1.5
				소득	두별					
مار	40,000 이상	1.0	0.5	0.0	2.1	10.8	10.3	1.0	0.0	0.0
인도	40,000 미만	2.4	0.0	0.0	2.4	10.2	5.5	1.6	0.0	0.8
터키	8,000 이상	2.2	1.1	2.7	1.6	8.1	4.8	6.5	1.1	0.0
	8,000 미만	3.7	0.0	2.2	0.7	10.4	3.0	5.2	0.7	1.5
캐나다	5,000 이상	2.1	1.4	0.0	3.5	20.1	4.2	3.5	0.0	0.7
71144	5,000 미만	3.6	0.0	0.0	2.2	18.2	5.8	2.9	0.7	0.0
싫기기	500,000 이상	1.2	0.0	0.0	1.2	15.9	2.4	1.2	3.7	0.0
헝가리	500,000 미만	3.5	0.0	0.0	2.1	13.5	5.0	0.7	2.8	2.1
				고객기	가치별					
	고관여자	1.0	0.0	0.0	1.9	10.7	10.7	0.0	0.0	0.0
인도	중관여자	1.6	0.0	0.0	1.6	10.9	9.4	0.0	0.0	0.8
	저관여자	2.2	1.1	0.0	3.3	9.9	4.4	4.4	0.0	0.0
	고관여자	3.6	0.0	2.9	0.7	11.4	3.6	10.0	1.4	0.0
터키	중관여자	2.4	0.8	2.4	1.6	6.4	4.8	4.0	0.0	0.8
	저관여자	1.8	1.8	1.8	1.8	8.9	3.6	0.0	1.8	1.8
	고관여자	1.1	2.2	0.0	4.4	17.6	5.5	3.3	0.0	0.0
캐나다	중관여자	4.5	0.0	0.0	2.3	16.7	5.3	3.0	0.8	0.8
	저관여자	1.7	0.0	0.0	1.7	27.6	3.4	3.4	0.0	0.0
	고관여자	2.4	0.0	0.0	1.2	17.9	3.6	1.2	2.4	0.0
헝가리	중관여자	2.3	0.0	0.0	2.3	12.6	4.6	1.1	4.6	1.1
	저관여자	3.8	0.0	0.0	1.9	11.5	3.8	0.0	1.9	3.8

#### 6) TV 및 OTT 유료 서비스 이용 행태

□ 유료방송 가입요금 지불

귀하(또는 귀하의 가정)는 케이블TV, 위성방송, IPTV 등 유료방송 가입료로 매월 얼마나 지불하고 계십니까? (TV, 전화, 인터넷 등 결합상품 이용 시 인터넷, 휴대전화 요금을 제외하고 응답해 주십시오.)

단위: 명 & %

	인도	사례수	100 미만	100 이상~ 200 미만	200 이상~ 300 미만	300 이상~ 400 미만	400 이상~ 500 미만	500 이상~ 600 미만	600 이상~ 700 미만	700 이상~ 800 미만	800 이상
전	]체 평균	422	2.1	5.2	23.9	27.7	17.1	9.7	4.7	4.0	5.5
성별	남성	214	2.3	4.7	29.9	29.0	15.4	7.0	4.2	4.2	3.3
78 월	여성	208	1.9	5.8	17.8	26.4	18.8	12.5	5.3	3.8	7.7
	10대	63	4.8	7.9	33.3	30.2	11.1	9.5	1.6	0.0	1.6
	20대	92	2.2	9.8	26.1	26.1	12.0	6.5	7.6	3.3	6.5
연령별	30대	97	1.0	5.2	19.6	23.7	14.4	13.4	9.3	9.3	4.1
	40대	87	2.3	1.1	21.8	32.2	20.7	10.3	3.4	2.3	5.7
	50대 이상	83	1.2	2.4	21.7	27.7	26.5	8.4	0.0	3.6	8.4
학력별	고졸 이하	54	5.6	5.6	40.7	24.1	9.3	11.1	1.9	0.0	1.9
역 덕 결	대졸 이상	368	1.6	5.2	21.5	28.3	18.2	9.5	5.2	4.6	6.0
	사무·전문직	289	1.7	4.5	20.1	27.3	20.1	10.4	6.2	3.8	5.9
직업별	서비스·생산직	31	3.2	6.5	29.0	29.0	6.5	16.1	0.0	3.2	6.5
	학생/주부/무직	102	2.9	6.9	33.3	28.4	11.8	5.9	2.0	4.9	3.9
소득별	40,000 이상	229	1.3	3.5	16.6	28.8	18.8	10.9	6.1	5.7	8.3
工与道	40,000 미만	193	3.1	7.3	32.6	26.4	15.0	8.3	3.1	2.1	2.1
고객	고관여자	117	0.0	0.9	11.1	23.1	26.5	17.1	9.4	5.1	6.8
	중관여자	168	1.2	4.8	19.0	30.4	17.3	10.1	4.8	4.8	7.7
가치별	저관여자	137	5.1	9.5	40.9	28.5	8.8	2.9	0.7	2.2	1.5

	터키	사례수	10 미만	10 이상 ~ 20 미만	20 이상 ~ 30 미만	30 이상 40 미만	40 이상 ~ 50 미만	50 이상 ~ 60 미만	60 이상 ~ 70 미만	70 이상 ~ 80 미만	80 이상
전	체 평균	334	4.5	9.3	16.8	11.1	13.5	7.8	8.1	11.7	17.4
성별	남성	133	6.0	15.0	11.3	11.3	15.0	8.3	5.3	11.3	16.5
78 월	여성	201	3.5	5.5	20.4	10.9	12.4	7.5	10.0	11.9	17.9
	10대	27	14.8	18.5	7.4	7.4	18.5	3.7	11.1	14.8	3.7
	20대	66	4.5	12.1	22.7	4.5	12.1	7.6	10.6	6.1	19.7
연령별	30대	87	1.1	5.7	12.6	17.2	14.9	6.9	3.4	16.1	21.8
	40대	78	2.6	6.4	15.4	11.5	17.9	6.4	7.7	12.8	19.2
	50대 이상	76	6.6	10.5	21.1	10.5	6.6	11.8	10.5	9.2	13.2
학력별	고졸 이하	58	13.8	15.5	13.8	10.3	12.1	5.2	13.8	6.9	8.6
의덕별	대졸 이상	276	2.5	8.0	17.4	11.2	13.8	8.3	6.9	12.7	19.2
	사무·전문직	227	1.8	10.1	16.7	12.8	14.5	8.8	9.3	10.6	15.4
직업별	서비스·생산직	24	8.3	4.2	20.8	16.7	16.7	8.3	4.2	8.3	12.5
	학생/주부/무직	83	10.8	8.4	15.7	4.8	9.6	4.8	6.0	15.7	24.1
소득별	8,000 이상	200	1.0	5.5	15.0	11.5	13.0	7.0	10.5	13.0	23.5
소극별	8,000 미만	134	9.7	14.9	19.4	10.4	14.2	9.0	4.5	9.7	8.2
고객	고관여자	153	0.7	1.3	7.8	10.5	16.3	9.8	9.8	17.6	26.1
	중관여자	130	6.2	13.8	22.3	11.5	11.5	7.7	7.7	6.9	12.3
가치별	저관여자	51	11.8	21.6	29.4	11.8	9.8	2.0	3.9	5.9	3.9

				30	40	50	60	70	80	90	
	ગી . ! ન્નો	기계스	30	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	이상~	100
	캐나다	사례수	미만	40	50	60	70	80	90	100	이상
				미만	미만	미만	미만	미만	미만	미만	
で	<u>l</u> 체 평균	298	19.8	14.4	8.7	14.4	11.4	8.1	5.7	5.4	12.1
성별	남성	149	18.8	13.4	10.1	15.4	10.7	7.4	6.7	4.0	13.4
78 월	여성	149	20.8	15.4	7.4	13.4	12.1	8.7	4.7	6.7	10.7
	10대	50	26.0	18.0	14.0	12.0	4.0	8.0	2.0	2.0	14.0
	20대	51	13.7	23.5	9.8	13.7	15.7	11.8	3.9	2.0	5.9
연령별	30대	65	24.6	10.8	3.1	20.0	16.9	6.2	7.7	3.1	7.7
	40대	75	21.3	13.3	10.7	12.0	10.7	5.3	5.3	8.0	13.3
	50대 이상	57	12.3	8.8	7.0	14.0	8.8	10.5	8.8	10.5	19.3
학력별	고졸 이하	83	20.5	18.1	8.4	15.7	8.4	8.4	3.6	3.6	13.3
의 역 월	대졸 이상	215	19.5	13.0	8.8	14.0	12.6	7.9	6.5	6.0	11.6
	사무·전문직	166	19.3	13.9	7.2	15.7	12.0	9.0	4.8	4.8	13.3
직업별	서비스·생산직	49	16.3	8.2	10.2	16.3	18.4	2.0	12.2	8.2	8.2
	학생/주부/무직	83	22.9	19.3	10.8	10.8	6.0	9.6	3.6	4.8	12.0
소득별	5,000 이상	155	16.1	12.9	8.4	12.9	12.9	9.0	7.1	5.2	15.5
五十五	5,000 미만	143	23.8	16.1	9.1	16.1	9.8	7.0	4.2	5.6	8.4
고객	고관여자	106	10.4	17.9	7.5	17.9	10.4	9.4	3.8	6.6	16.0
고 '색 가치별	중관여자	147	20.4	13.6	8.2	15.0	10.9	9.5	6.8	4.8	10.9
가시얼	저관여자	45	40.0	8.9	13.3	4.4	15.6	0.0	6.7	4.4	6.7

	헝가리	사례수	1,000 미만	1,000 이상~ 2,000 미만	2,000 이상~ 3,000 미만	3,000 이상~ 4,000 미만	4,000 이상~ 5,000 미만	5,000 이상~ 6,000 미만	6,000 이상~ 7,000 미만	7,000 이상~ 8,000 미만	8,000 이상
を	<u>l</u> 체 평균	381	2.1	9.7	18.9	25.2	15.5	11.8	6.0	4.5	6.3
성별	남성	192	2.1	11.5	20.8	28.6	12.0	11.5	4.7	2.6	6.3
78 원	여성	189	2.1	7.9	16.9	21.7	19.0	12.2	7.4	6.3	6.3
	10대	48	2.1	12.5	18.8	22.9	16.7	10.4	6.3	8.3	2.1
	20대	75	5.3	14.7	24.0	21.3	16.0	12.0	1.3	1.3	4.0
연령별	30대	85	0.0	5.9	24.7	28.2	15.3	11.8	8.2	1.2	4.7
	40대	86	1.2	8.1	11.6	26.7	14.0	14.0	7.0	7.0	10.5
	50대 이상	87	2.3	9.2	16.1	25.3	16.1	10.3	6.9	5.7	8.0
학력별	고졸 이하	203	2.5	8.9	19.7	23.2	16.7	12.3	4.9	5.4	6.4
막막된	대졸 이상	178	1.7	10.7	18.0	27.5	14.0	11.2	7.3	3.4	6.2
	사무·전문직	196	1.5	8.2	23.0	27.6	15.3	9.7	5.1	4.1	5.6
직업별	서비스·생산직	72	1.4	9.7	12.5	25.0	16.7	12.5	9.7	1.4	11.1
	학생/주부/무직	113	3.5	12.4	15.9	21.2	15.0	15.0	5.3	7.1	4.4
人互出	500,000 이상	111	0.0	11.7	18.0	25.2	15.3	10.8	7.2	4.5	7.2
소득별	500,000 미만	270	3.0	8.9	19.3	25.2	15.6	12.2	5.6	4.4	5.9
고객	고관여자	115	0.0	3.5	17.4	26.1	16.5	13.0	7.8	5.2	10.4
고 '객 가치별	중관여자	166	3.0	6.6	21.1	24.7	15.7	12.7	7.2	5.4	3.6
기계 열	저관여자	100	3.0	22.0	17.0	25.0	14.0	9.0	2.0	2.0	6.0

# □ 유료방송 주문형 콘텐츠 이용 요금

귀하(또는 귀하의 가정)는 유료방송 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매(개별 결제)로 매월 얼마나 지불 하고 계십니까?

단위: 명 & %

	인도	사례수	50 미만	50 이상~ 100 미만	100 이상~ 200 미만	200 이상~ 300 미만	300 이상~ 400 미만	400 이상~ 500 미만	500 이상~ 600 미만	600 이상
전	<u></u> 1체 평균	322	7.5	13.7	13.4	25.2	18.3	9.9	7.8	4.3
성별	남성	162	7.4	14.2	13.0	26.5	18.5	8.6	7.4	4.3
78 월	여성	160	7.5	13.1	13.8	23.8	18.1	11.3	8.1	4.4
	10대	39	17.9	17.9	20.5	15.4	17.9	5.1	5.1	0.0
	20대	78	9.0	9.0	11.5	30.8	21.8	5.1	7.7	5.1
연령별	30대	83	3.6	16.9	12.0	22.9	20.5	7.2	12.0	4.8
	40대	71	5.6	16.9	12.7	32.4	11.3	14.1	4.2	2.8
	50대 이상	51	5.9	7.8	13.7	17.6	19.6	19.6	7.8	7.8
학력별	고졸 이하	27	14.8	18.5	22.2	22.2	11.1	3.7	3.7	3.7
역역절	대졸 이상	295	6.8	13.2	12.5	25.4	19.0	10.5	8.1	4.4
	사무·전문직	233	5.6	14.6	11.2	24.5	20.2	11.2	7.7	5.2
직업별	서비스·생산직	25	4.0	16.0	12.0	28.0	16.0	8.0	12.0	4.0
	학생/주부/무직	64	15.6	9.4	21.9	26.6	12.5	6.3	6.3	1.6
소득별	40,000 이상	176	6.8	15.3	11.9	22.7	17.6	9.7	9.7	6.3
고극말	40,000 미만	146	8.2	11.6	15.1	28.1	19.2	10.3	5.5	2.1
고객	고관여자	100	4.0	13.0	9.0	17.0	18.0	18.0	13.0	8.0
	중관여자	133	4.5	9.8	14.3	31.6	20.3	7.5	7.5	4.5
가치별	저관여자	89	15.7	20.2	16.9	24.7	15.7	4.5	2.2	0.0

	터키	사례수	5 미만	5 이상 ~ 10 미만	10 이상 ~ 20 미만	20 이상 30 미만	30 이상 ~ 40 미만	40 이상 50 미만	50 이상 60 미만	60 이상
₹	선체 평균	238	9.7	8.8	18.9	20.6	7.1	10.9	10.1	13.9
성별	남성	85	11.8	10.6	23.5	17.6	5.9	12.9	8.2	9.4
78 월	여성	153	8.5	7.8	16.3	22.2	7.8	9.8	11.1	16.3
	10대	16	18.8	25.0	6.3	31.3	0.0	18.8	0.0	0.0
	20대	50	10.0	6.0	22.0	22.0	8.0	12.0	8.0	12.0
연령별	30대	64	3.1	3.1	17.2	25.0	10.9	9.4	15.6	15.6
	40대	54	1.9	9.3	22.2	18.5	3.7	13.0	9.3	22.2
	50대 이상	54	22.2	13.0	18.5	13.0	7.4	7.4	9.3	9.3
학력별	고졸 이하	39	23.1	12.8	10.3	20.5	2.6	7.7	10.3	12.8
취직원	대졸 이상	199	7.0	8.0	20.6	20.6	8.0	11.6	10.1	14.1
	사무·전문직	173	11.0	9.8	22.5	17.9	8.7	11.6	11.0	7.5
직업별	서비스·생산직	17	5.9	11.8	17.6	29.4	5.9	5.9	17.6	5.9
	학생/주부/무직	48	6.3	4.2	6.3	27.1	2.1	10.4	4.2	39.6
소득별	8,000 이상	155	9.0	8.4	20.6	16.1	7.7	9.7	12.9	15.5
工一包	8,000 미만	83	10.8	9.6	15.7	28.9	6.0	13.3	4.8	10.8
고객	고관여자	126	7.1	6.3	15.1	17.5	7.9	11.9	12.7	21.4
	중관여자	82	9.8	11.0	22.0	20.7	7.3	12.2	9.8	7.3
가치별	저관여자	30	20.0	13.3	26.7	33.3	3.3	3.3	0.0	0.0

	캐나다	사례수	10 미만	10 이상 ~ 20 미만	20 이상 ~ 30 미만	30 이상 ~ 40 미만	40 이상 ~ 50 미만	50 이상 ~ 60 미만	60 이상 ~ 70 미만	70 이상 ~
ব	<u></u> ]체 평균	157	19.7	24.2	13.4	8.3	14.0	8.3	3.2	8.9
성별	남성	84	17.9	21.4	11.9	11.9	15.5	8.3	1.2	11.9
787世	여성	73	21.9	27.4	15.1	4.1	12.3	8.2	5.5	5.5
	10대	27	11.1	22.2	18.5	11.1	11.1	7.4	3.7	14.8
	20대	33	21.2	24.2	9.1	12.1	12.1	12.1	3.0	6.1
연령별	30대	41	17.1	26.8	9.8	7.3	22.0	7.3	2.4	7.3
	40대	36	22.2	25.0	19.4	5.6	13.9	5.6	5.6	2.8
	50대 이상	20	30.0	20.0	10.0	5.0	5.0	10.0	0.0	20.0
학력별	고졸 이하	38	23.7	15.8	15.8	13.2	7.9	5.3	5.3	13.2
역 덕 결	대졸 이상	119	18.5	26.9	12.6	6.7	16.0	9.2	2.5	7.6
	사무·전문직	92	17.4	29.3	15.2	4.3	12.0	10.9	4.3	6.5
직업별	서비스·생산직	26	23.1	11.5	7.7	11.5	26.9	3.8	3.8	11.5
	학생/주부/무직	39	23.1	20.5	12.8	15.4	10.3	5.1	0.0	12.8
소득별	5,000 이상	89	16.9	24.7	14.6	6.7	14.6	7.9	2.2	12.4
五百万	5,000 미만	68	23.5	23.5	11.8	10.3	13.2	8.8	4.4	4.4
고객	고관여자	65	24.6	16.9	10.8	10.8	13.8	7.7	4.6	10.8
	중관여자	74	13.5	29.7	16.2	5.4	14.9	9.5	2.7	8.1
가치별	저관여자	18	27.8	27.8	11.1	11.1	11.1	5.6	0.0	5.6

헝가리		사례수	500 미만	500 이상 ~ 1,000 미만	1,000 이상 ~ 2,000 미만	2,000 이상 ~ 3,000 미만	3,000 이상 ~ 4,000 미만	4,000 이상 ~ 5,000 미만	5,000 이상 ~ 6,000 미만	6,000 이상
전	]체 평균	133	11.3	12.8	26.3	14.3	18.8	6.0	4.5	6.0
성별	남성	72	8.3	12.5	29.2	20.8	18.1	2.8	2.8	5.6
0.5	여성	61	14.8	13.1	23.0	6.6	19.7	9.8	6.6	6.6
	10대	23	4.3	0.0	30.4	17.4	34.8	8.7	4.3	0.0
	20대	32	9.4	12.5	21.9	18.8	31.3	6.3	0.0	0.0
연령별	30대	30	16.7	23.3	20.0	13.3	10.0	10.0	3.3	3.3
	40대	30	16.7	13.3	30.0	10.0	10.0	3.3	3.3	13.3
	50대 이상	18	5.6	11.1	33.3	11.1	5.6	0.0	16.7	16.7
학력별	고졸 이하	67	11.9	10.4	23.9	11.9	23.9	6.0	4.5	7.5
취직된	대졸 이상	66	10.6	15.2	28.8	16.7	13.6	6.1	4.5	4.5
	사무·전문직	75	12.0	14.7	25.3	13.3	14.7	8.0	5.3	6.7
직업별	서비스·생산직	19	10.5	10.5	21.1	21.1	15.8	0.0	5.3	15.8
	학생/주부/무직	39	10.3	10.3	30.8	12.8	28.2	5.1	2.6	0.0
소득별	500,000 이상	44	15.9	13.6	18.2	13.6	22.7	6.8	6.8	2.3
- 그 - 근	500,000 미만	89	9.0	12.4	30.3	14.6	16.9	5.6	3.4	7.9
고객	고관여자	53	5.7	5.7	24.5	22.6	18.9	9.4	7.5	5.7
가치별	중관여자	55	12.7	14.5	29.1	7.3	23.6	3.6	3.6	5.5
기시원	저관여자	25	20.0	24.0	24.0	12.0	8.0	4.0	0.0	8.0

# □ OTT 서비스 월정액 이용료

귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT) 가입료로 매월 얼마나 지불하고 계십니까?

단위: 명 & %

	인도		50 미만	50 이상 ~ 100 미만	100 이상 ~ 200 미만	200 이상 300 <sup>~</sup> 만	300 이상 400 미만	400 이상 500 <sup>~</sup> 만	500 이상 ~ 600 <sup>~</sup> 만만	600 이상 700 미만	700 아상
전체 평균		265	2.6	6.4	19.2	22.3	17.0	10.6	8.3	5.7	7.9
성별	남성	127	0.8	7.9	19.7	24.4	22.0	10.2	4.7	3.9	6.3
78 월	여성	138	4.3	5.1	18.8	20.3	12.3	10.9	11.6	7.2	9.4
	10대	25	12.0	4.0	16.0	20.0	12.0	12.0	0.0	12.0	12.0
	20대	64	0.0	6.3	15.6	20.3	17.2	17.2	4.7	9.4	9.4
연령별	30대	77	2.6	5.2	14.3	24.7	18.2	6.5	15.6	3.9	9.1
	40대	58	1.7	3.4	25.9	22.4	19.0	8.6	10.3	3.4	5.2
	50대 이상	41	2.4	14.6	26.8	22.0	14.6	9.8	2.4	2.4	4.9
학력별	고졸 이하	19	5.3	15.8	21.1	26.3	21.1	5.3	0.0	5.3	0.0
익덕필	대졸 이상	246	2.4	5.7	19.1	22.0	16.7	11.0	8.9	5.7	8.5
	사무·전문직	209	0.5	5.3	18.7	22.5	18.2	12.0	9.6	5.3	8.1
직업별	서비스·생산직	15	6.7	13.3	20.0	26.7	13.3	6.7	6.7	6.7	0.0
	학생/주부/무직	41	12.2	9.8	22.0	19.5	12.2	4.9	2.4	7.3	9.8
소득별	40,000 이상	163	1.8	5.5	17.2	21.5	18.4	11.0	9.2	4.9	10.4
소득절	40,000 미만	102	3.9	7.8	22.5	23.5	14.7	9.8	6.9	6.9	3.9
고객	고관여자	85	1.2	2.4	11.8	14.1	12.9	17.6	16.5	7.1	16.5
· ·	중관여자	109	0.9	2.8	26.6	22.9	20.2	6.4	6.4	7.3	6.4
가치별	저관여자	71	7.0	16.9	16.9	31.0	16.9	8.5	1.4	1.4	0.0

	터키		50 미만	50 이상 ~	100 이상	200 이상 ~ ~	300 이상 ~	400 이상 ~~	500 이상 ~	600 이상 ~	700 이상
				100 미만	200 미만	300 미만	400 미만	500 미만	600 미만	700 미만	
전	전체 평균		3.8	11.8	19.2	13.2	15.7	10.1	6.6	9.1	10.5
성별	남성	111	5.4	13.5	17.1	17.1	15.3	10.8	4.5	9.9	6.3
, o, =	여성	176	2.8	10.8	20.5	10.8	15.9	9.7	8.0	8.5	13.1
	10대	22	4.5	27.3	9.1	13.6	9.1	4.5	4.5	13.6	13.6
	20대	60	3.3	8.3	20.0	21.7	11.7	18.3	6.7	5.0	5.0
연령별	30대	78	1.3	9.0	16.7	9.0	19.2	10.3	5.1	15.4	14.1
	40대	69	5.8	13.0	15.9	10.1	15.9	8.7	8.7	7.2	14.5
	50대 이상	58	5.2	12.1	29.3	13.8	17.2	5.2	6.9	5.2	5.2
학력별	고졸 이하	47	8.5	10.6	14.9	14.9	12.8	6.4	10.6	8.5	12.8
익덕별	대졸 이상	240	2.9	12.1	20.0	12.9	16.3	10.8	5.8	9.2	10.0
	사무·전문직	200	4.0	13.0	19.0	13.5	17.0	11.5	8.0	7.5	6.5
직업별	서비스·생산직	19	0.0	0.0	36.8	15.8	21.1	10.5	5.3	5.3	5.3
	학생/주부/무직	68	4.4	11.8	14.7	11.8	10.3	5.9	2.9	14.7	23.5
人口田	8,000 이상	178	1.7	10.7	16.9	12.4	17.4	11.2	7.3	10.1	12.4
소득별	8,000 미만	109	7.3	13.8	22.9	14.7	12.8	8.3	5.5	7.3	7.3
고객	고관여자	136	0.7	1.5	11.8	8.1	22.1	11.8	11.8	14.7	17.6
·	중관여자	107	7.5	15.0	24.3	19.6	10.3	10.3	1.9	5.6	5.6
가치별	저관여자	44	4.5	36.4	29.5	13.6	9.1	4.5	2.3	0.0	0.0

	캐나다	사례수	5 미만	5 이상 10 미만	10 이상 15 미만	15 이상 20 <sup>~</sup> 미만	20 이상 25 미만	25 이상 30 <sup>~</sup> 미만	30 이상 35 미만	35 이상 40 <sup>~</sup> 1만	40 이상
전	l체 평균	236	3.0	15.3	33.9	23.3	8.5	5.5	4.2	2.5	3.8
성별	남성	114	1.8	15.8	34.2	21.1	7.9	4.4	5.3	4.4	5.3
78 달	여성	122	4.1	14.8	33.6	25.4	9.0	6.6	3.3	0.8	2.5
	10대	37	2.7	13.5	45.9	21.6	2.7	2.7	8.1	0.0	2.7
	20대	54	1.9	7.4	35.2	29.6	11.1	5.6	3.7	3.7	1.9
연령별	30대	54	3.7	18.5	31.5	20.4	7.4	9.3	0.0	3.7	5.6
	40대	55	5.5	10.9	40.0	18.2	9.1	3.6	7.3	3.6	1.8
	50대 이상	36	0.0	30.6	13.9	27.8	11.1	5.6	2.8	0.0	8.3
학력별	고졸 이하	55	1.8	20.0	29.1	27.3	7.3	5.5	3.6	3.6	1.8
역역절	대졸 이상	181	3.3	13.8	35.4	22.1	8.8	5.5	4.4	2.2	4.4
	사무·전문직	136	2.2	11.0	36.0	25.0	7.4	7.4	4.4	2.9	3.7
직업별	서비스·생산직	34	2.9	20.6	32.4	5.9	5.9	5.9	11.8	5.9	8.8
	학생/주부/무직	66	4.5	21.2	30.3	28.8	12.1	1.5	0.0	0.0	1.5
소득별	5,000 이상	121	2.5	12.4	32.2	23.1	8.3	6.6	4.1	5.0	5.8
요국일	5,000 미만	115	3.5	18.3	35.7	23.5	8.7	4.3	4.3	0.0	1.7
고개	고관여자	78	3.8	10.3	21.8	25.6	12.8	10.3	5.1	3.8	6.4
고객 -	중관여자	113	1.8	15.0	38.1	23.0	8.8	3.5	4.4	2.7	2.7
	저관여자	45	4.4	24.4	44.4	20.0	0.0	2.2	2.2	0.0	2.2

헝가리		사례수	500 미만	500 이상 ~ 1,000 미만	1,000 이상 ~ 1,500 미만	1,500 이상 ~ 4,000 미만	4,000 이상 ~ 5,000 미만	5,000 이상 ~ 6,000 미만	6,000 이상 ~ 7,000 미만	7,000 이상 ~ 8,000 미만	8,000 이상
전	[체 평균	142	8.5	4.2	13.4	20.4	11.3	8.5	12.7	7.7	13.4
성별	남성	76	6.6	3.9	13.2	18.4	13.2	7.9	14.5	9.2	13.2
78 월	여성	66	10.6	4.5	13.6	22.7	9.1	9.1	10.6	6.1	13.6
	10대	16	18.8	0.0	25.0	18.8	12.5	0.0	6.3	6.3	12.5
	20대	42	2.4	2.4	26.2	14.3	4.8	9.5	26.2	4.8	9.5
연령별	30대	38	5.3	7.9	7.9	13.2	10.5	15.8	13.2	13.2	13.2
	40대	30	13.3	3.3	3.3	33.3	20.0	6.7	0.0	6.7	13.3
	50대 이상	16	12.5	6.3	0.0	31.3	12.5	0.0	6.3	6.3	25.0
학력별	고졸 이하	59	8.5	6.8	15.3	13.6	13.6	3.4	13.6	6.8	18.6
역역절	대졸 이상	83	8.4	2.4	12.0	25.3	9.6	12.0	12.0	8.4	9.6
	사무·전문직	83	8.4	2.4	10.8	21.7	10.8	13.3	9.6	9.6	13.3
직업별	서비스·생산직	23	0.0	13.0	13.0	13.0	8.7	4.3	17.4	4.3	26.1
	학생/주부/무직	36	13.9	2.8	19.4	22.2	13.9	0.0	16.7	5.6	5.6
소득별	500,000 이상	58	6.9	5.2	15.5	19.0	5.2	12.1	13.8	5.2	17.2
소극별	500,000 미만	84	9.5	3.6	11.9	21.4	15.5	6.0	11.9	9.5	10.7
고객	고관여자	61	8.2	3.3	4.9	21.3	8.2	6.6	19.7	11.5	16.4
	중관여자	61	6.6	4.9	13.1	19.7	14.8	11.5	9.8	6.6	13.1
가치별	저관여자	20	15.0	5.0	40.0	20.0	10.0	5.0	0.0	0.0	5.0

# □ OTT 주문형 콘텐츠 이용 요금

귀하(또는 귀하의 가정)는 온라인동영상서비스(OTT) 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매(개별 결제)로 매월 얼마나 지불하고 계십니까?

단위: 명 & %

인도		사례수	50 미만	50 이상 ~ 100 미만	100 이상 ~ 200 미만	200 이상 ~ 300 미만	300 이상 ~ 400 미만	400 이상 ~ 500 미만	500 이상 ~ 600 미만	600 이상
전체 평균		206	7.3	18.0	20.9	20.4	13.1	8.3	8.3	3.9
성별	남성	98	5.1	18.4	21.4	19.4	17.3	6.1	8.2	4.1
78 달	여성	108	9.3	17.6	20.4	21.3	9.3	10.2	8.3	3.7
	10대	17	0.0	11.8	29.4	17.6	11.8	11.8	11.8	5.9
	20대	55	10.9	16.4	14.5	20.0	14.5	7.3	7.3	9.1
연령별	30대	66	3.0	12.1	21.2	27.3	18.2	6.1	12.1	0.0
	40대	45	8.9	20.0	24.4	20.0	6.7	11.1	6.7	2.2
	50대 이상	23	13.0	39.1	21.7	4.3	8.7	8.7	0.0	4.3
학력별	고졸 이하	14	7.1	35.7	21.4	7.1	21.4	7.1	0.0	0.0
역덕절	대졸 이상	192	7.3	16.7	20.8	21.4	12.5	8.3	8.9	4.2
	사무·전문직	167	6.6	16.8	21.0	21.0	12.6	9.0	9.0	4.2
직업별	서비스·생산직	13	15.4	30.8	23.1	0.0	23.1	0.0	7.7	0.0
	학생/주부/무직	26	7.7	19.2	19.2	26.9	11.5	7.7	3.8	3.8
소득별	40,000 이상	124	7.3	20.2	21.0	20.2	12.1	7.3	6.5	5.6
소득절	40,000 미만	82	7.3	14.6	20.7	20.7	14.6	9.8	11.0	1.2
고객	고관여자	70	2.9	14.3	8.6	21.4	14.3	12.9	15.7	10.0
	중관여자	92	9.8	17.4	32.6	17.4	10.9	5.4	5.4	1.1
가치별	저관여자	44	9.1	25.0	15.9	25.0	15.9	6.8	2.3	0.0

	터키		5 미만	5 이상 ~ 10 미만	10 이상 ~ 20 미만	20 이상 30 미만	30 이상 ~ 40 미만	40 이상 ~ 50 미만	50 이상 60 미만	60 이상
전	전체 평균		12.6	15.2	14.1	18.2	8.6	10.6	10.1	10.6
성별	남성	65	12.3	21.5	13.8	21.5	10.8	9.2	6.2	4.6
78 E	여성	133	12.8	12.0	14.3	16.5	7.5	11.3	12.0	13.5
	10대	14	14.3	21.4	21.4	14.3	7.1	14.3	7.1	0.0
	20대	46	13.0	13.0	10.9	26.1	8.7	10.9	8.7	8.7
연령별	30대	54	5.6	14.8	13.0	18.5	5.6	16.7	14.8	11.1
	40대	42	4.8	16.7	14.3	14.3	9.5	4.8	11.9	23.8
	50대 이상	42	28.6	14.3	16.7	14.3	11.9	7.1	4.8	2.4
학력별	고졸 이하	32	18.8	15.6	9.4	18.8	9.4	9.4	6.3	12.5
의덕절	대졸 이상	166	11.4	15.1	15.1	18.1	8.4	10.8	10.8	10.2
	사무·전문직	136	11.0	18.4	16.2	16.2	9.6	13.2	11.8	3.7
직업별	서비스·생산직	17	11.8	11.8	5.9	47.1	5.9	5.9	5.9	5.9
	학생/주부/무직	45	17.8	6.7	11.1	13.3	6.7	4.4	6.7	33.3
소득별	8,000 이상	134	13.4	14.2	12.7	13.4	9.0	11.9	13.4	11.9
소득절	8,000 미만	64	10.9	17.2	17.2	28.1	7.8	7.8	3.1	7.8
고객	고관여자	106	9.4	10.4	9.4	14.2	6.6	16.0	17.0	17.0
	중관여자	68	14.7	22.1	10.3	25.0	14.7	5.9	2.9	4.4
가치별	저관여자	24	20.8	16.7	45.8	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0

캐나다		사례수	10 미만	10 이상 ~ 20 미만	20 이상 30 미만	30 이상 40 미만	40 이상 50 미만	50 이상 60 미만	60 이상 ~ 70 미만	70 이상 ~
전체 평균		91	25.3	38.5	15.4	7.7	2.2	4.4	1.1	5.5
성별	남성	50	16.0	42.0	12.0	12.0	4.0	8.0	2.0	4.0
78 E	여성	41	36.6	34.1	19.5	2.4	0.0	0.0	0.0	7.3
	10대	14	7.1	50.0	21.4	7.1	7.1	0.0	0.0	7.1
	20대	28	17.9	39.3	17.9	7.1	0.0	7.1	3.6	7.1
연령별	30대	20	40.0	20.0	20.0	0.0	5.0	5.0	0.0	10.0
	40대	20	35.0	40.0	10.0	10.0	0.0	5.0	0.0	0.0
	50대 이상	9	22.2	55.6	0.0	22.2	0.0	0.0	0.0	0.0
학력별	고졸 이하	23	30.4	26.1	26.1	4.3	0.0	4.3	4.3	4.3
의덕별	대졸 이상	68	23.5	42.6	11.8	8.8	2.9	4.4	0.0	5.9
	사무·전문직	51	25.5	39.2	9.8	7.8	3.9	7.8	0.0	5.9
직업별	서비스·생산직	16	25.0	31.3	18.8	18.8	0.0	0.0	6.3	0.0
	학생/주부/무직	24	25.0	41.7	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	8.3
소득별	5,000 이상	49	22.4	36.7	14.3	10.2	2.0	6.1	2.0	6.1
소득절	5,000 미만	42	28.6	40.5	16.7	4.8	2.4	2.4	0.0	4.8
-7 7H	고관여자	31	12.9	38.7	22.6	6.5	0.0	6.5	3.2	9.7
고객	중관여자	48	25.0	39.6	14.6	8.3	4.2	4.2	0.0	4.2
가치별	저관여자	12	58.3	33.3	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0

	헝가리		500 미만	500 이상 ~ 1,000 미만	1,000 이상 ~ 2,000 미만	2,000 이상 ~ 3,000 미만	3,000 이상 ~ 4,000 미만	4,000 이상 ~ 5,000 미만	5,000 이상 ~ 6,000 미만	6,000 이상
ব	선체 평균	60	16.7	13.3	28.3	21.7	10.0	5.0	1.7	3.3
성별	남성	37	13.5	8.1	24.3	24.3	16.2	5.4	2.7	5.4
78 E	여성	23	21.7	21.7	34.8	17.4	0.0	4.3	0.0	0.0
	10대	8	37.5	12.5	37.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0
	20대	12	16.7	16.7	33.3	25.0	8.3	0.0	0.0	0.0
연령별	30대	20	10.0	25.0	15.0	25.0	10.0	5.0	0.0	10.0
	40대	14	21.4	0.0	28.6	21.4	14.3	14.3	0.0	0.0
	50대 이상	6	0.0	0.0	50.0	16.7	16.7	0.0	16.7	0.0
학력별	고졸 이하	31	22.6	16.1	29.0	19.4	6.5	3.2	0.0	3.2
의 의 교	대졸 이상	29	10.3	10.3	27.6	24.1	13.8	6.9	3.4	3.4
	사무·전문직	34	14.7	20.6	20.6	23.5	8.8	5.9	2.9	2.9
직업별	서비스·생산직	12	8.3	0.0	25.0	33.3	16.7	8.3	0.0	8.3
	학생/주부/무직	14	28.6	7.1	50.0	7.1	7.1	0.0	0.0	0.0
소득별	500,000 이상	21	9.5	19.0	33.3	19.0	4.8	4.8	4.8	4.8
고득별	500,000 미만	39	20.5	10.3	25.6	23.1	12.8	5.1	0.0	2.6
고객	고관여자	32	6.3	6.3	28.1	25.0	18.8	6.3	3.1	6.3
가치별	중관여자	22	22.7	22.7	27.3	22.7	0.0	4.5	0.0	0.0
/[시월	저관여자	6	50.0	16.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

# 7) 한국 동영상 콘텐츠 이용행태

□ 한국 동영상 콘텐츠 시청 경험

귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 있으십니까?

단위: 명 & %

국가		사례수	시청경험 있음	시청경험 없음	모르겠음							
			국가별									
	인도	461	36.7	57.7	5.6							
	터키	431	48.0	42.2	9.7							
7	개나다	428	17.3	75.7	7.0							
Ĭ	헝가리	435	9.0	81.6	9.4							
	성별											
인도	남성	236	30.1	64.0	5.9							
친조	여성	225	43.6	51.1	5.3							
터키	남성	203	29.6	56.2	14.3							
	여성	228	64.5	29.8	5.7							
캐나다	남성	208	16.3	76.9	6.7							
71144	여성	220	18.2	74.5	7.3							
헝가리	남성	219	8.2	83.1	8.7							
8/14	여성	216	9.7	80.1	10.2							
			연령별									
	10대	78	29.5	66.7	3.8							
	20대	100	47.0	49.0	4.0							
인도	30대	102	47.1	46.1	6.9							
	40대	90	36.7	56.7	6.7							
	50대 이상	91	19.8	73.6	6.6							
	10대	65	26.2	58.5	15.4							
	20대	91	51.6	38.5	9.9							
터키	30대	95	60.0	30.5	9.5							
	40대	93	52.7	38.7	8.6							
	50대 이상	87	42.5	50.6	6.9							
	10대	79	19.0	73.4	7.6							
	20대	84	23.8	64.3	11.9							
캐나다	30대	91	19.8	76.9	3.3							
	40대	91	12.1	81.3	6.6							
	50대 이상	83	12.0	81.9	6.0							
	10대	63	12.7	77.8	9.5							
	20대	89	11.2	84.3	4.5							
헝가리	30대	96	9.4	84.4	6.3							
	40대	97	4.1	83.5	12.4							
	50대 이상	90	8.9	76.7	14.4							

	구분	사례수	시청경험 있음	시청경험 없음	모르겠음
	1 5	1 11 1	학력별	1000 100	
	고졸 이하	68	20.6	75.0	4.4
인도	대졸 이상	393	39.4	54.7	5.9
	고졸 이하	103	31.1	54.4	14.6
터키	대졸 이상	328	53.4	38.4	8.2
	고졸 이하	125	13.6	75.2	11.2
캐나다	대졸 이상	303	18.8	75.9	5.3
	고졸 이하	232	6.9	81.5	11.6
헝가리	대졸 이상	203	11.3	81.8	6.9
	-112 10	203	직업별	01.0	0.5
	사무·전문직	306	45.4	49.3	5.2
인도	서비스·생산직	35	20.0	77.1	2.9
J	학생/주부/무직	120	19.2	73.3	7.5
	사무·전문직	258	54.7	36.4	8.9
터키	서비스·생산직	38	26.3	52.6	21.1
	학생/주부/무직	135	41.5	50.4	8.1
	사무·전문직	223	18.8	74.0	7.2
캐나다	서비스·생산직	63	14.3	79.4	6.3
	학생/주부/무직	142	16.2	76.8	7.0
	사무·전문직	224	9.4	83.5	7.1
헝가리	서비스 생산직	82	8.5	80.5	11.0
	학생/주부/무직	129	8.5	79.1	12.4
			소득별	<u> </u>	
인도	40,000 이상	241	41.5	53.9	4.6
인도	40,000 미만	220	31.4	61.8	6.8
터키	8,000 이상	220	57.3	36.4	6.4
디기	8,000 미만	211	38.4	48.3	13.3
캐나다	5,000 이상	214	18.7	74.3	7.0
71144	5,000 미만	214	15.9	77.1	7.0
헝가리	500,000 이상	130	13.1	80.0	6.9
3/14	500,000 미만	305	7.2	82.3	10.5
			고객가치별		
	고관여자	119	53.8	40.3	5.9
인도	중관여자	182	34.6	58.8	6.6
	저관여자	160	26.3	69.4	4.4
	고관여자	164	67.1	26.2	6.7
터키	중관여자	165	44.2	43.0	12.7
	저관여자	102	23.5	66.7	9.8
	고관여자	129	15.5	75.2	9.3
캐나다	중관여자	201	16.9	77.1	6.0
	저관여자	98	20.4	73.5	6.1
	고관여자	122	9.8	82.0	8.2
헝가리	중관여자	185	9.7	81.6	8.6
	저관여자	128	7.0	81.3	11.7

## □ 한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청시간

귀하는 매월 평균 몇 분 정도 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하십니까?

단위: 명 & 분

			인데. 경 & 판
	국가	18	258.8
			국가별
	인도	169	554.8
	터키	207	373.2
3	캐나다	74	267.9
ĭ	헝가리	39	408.3
			성별
인도	남성	71	414.3
인도	여성	98	656.6
rl 7l	남성	60	492.4
터키	여성	147	324.6
عال احا	남성	34	291.9
캐나다	여성	40	247.6
중) -) -)	남성	18	258.8
헝가리	여성	21	536.4
			연령별
	10대	23	839.3
	20대	47	513.9
인도	30대	48	652.5
	40대	33	386.8
	50대 이상	18	345.8
	10대	17	440.4
	20대	47	255.2
터키	30대	57	419.8
	40대	49	430.4
	50대 이상	37	344.7
	10대	15	303.6
	20대	20	146.9
캐나다	30대	18	380.1
	40대	11	374.0
	50대 이상	10	138.0
	10대	8	886.3
	20대	10	363.5
헝가리	30대	9	232.2
	40대	4	202.5
	50대 이상	8	287.4

	구분	사례수	분
			학력별
_	고졸 이하	14	183.4
인도	대졸 이상	155	588.4
	고졸 이하	32	557.8
터키	대졸 이상	175	339.5
	고졸 이하	17	226.4
캐나다	대졸 이상	57	280.4
	고졸 이하	16	611.6
헝가리	대졸 이상	23	266.9
	112 10		직업별 직업별
	사무·전문직	139	533.6
인도	서비스·생산직	7	137.9
J	학생/주부/무직	23	809.8
	사무·전문직	141	410.1
터키	서비스·생산직	10	196.4
, ,	학생/주부/무직	56	311.9
	사무·전문직	42	208.1
캐나다	서비스·생산직	9	751.9
	학생/주부/무직	23	187.9
	사무·전문직	21	160.4
헝가리	서비스·생산직	7	571.4
	학생/주부/무직	11	777.7
			소득별
ماد	40,000 이상	100	739.2
인도	40,000 미만	69	287.6
r] 7]	8,000 이상	126	418.4
터키	8,000 미만	81	302.9
캐나다	5,000 이상	40	210.2
71144	5,000 미만	34	335.9
헝가리	500,000 이상	17	490.2
8/14	500,000 미만	22	345.0
			고객가치별
	고관여자	64	942.4
인도	중관여자	63	409.0
	저관여자	42	183.0
	고관여자	110	459.6
터키	중관여자	73	318.5
	저관여자	24	143.8
	고관여자	20	297.1
캐나다	중관여자	34	249.0
	저관여자	20	271.1
	고관여자	12	669.9
헝가리	중관여자	18	228.6
	저관여자	9	418.9

## □ 한국 동영상 콘텐츠 주 시청 방법(1순위 응답 기준)

귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하는 주된 방법은 무엇입니까? 많이 이용하는 순서대로 3위까지 선택해주시기 바랍니다.

단위: 명 & %

								E 11. 0 & 70
	ユコ	月刊人	7) XL 5) TY /	o 크비스	유료	무료	CNIC	DVD, CD,
	국가	사례수	지상파TV	유료방송	OTT	OTT	SNS	VIDEO TAPE 등
				국가별				
	인도	169	11.8	17.8	27.8	22.5	17.2	3.0
	터키	207	19.3	19.8	29.5	15.9	15.5	0.0
	개나다	74	9.5	10.8	27.0	35.1	10.8	6.8
č	청가리	39	0.0	12.8	20.5	35.9	23.1	7.7
				성별				
인도	남성	71	9.9	23.9	28.2	22.5	12.7	2.8
인도	여성	98	13.3	13.3	27.6	22.4	20.4	3.1
터키 -	남성	60	26.7	23.3	15.0	25.0	10.0	0.0
	여성	147	16.3	18.4	35.4	12.2	17.7	0.0
캐나다 -	남성	34	2.9	14.7	32.4	35.3	5.9	8.8
71144	여성	40	15.0	7.5	22.5	35.0	15.0	5.0
헝가리 -	남성	18	0.0	11.1	27.8	38.9	16.7	5.6
8/14	여성	21	0.0	14.3	14.3	33.3	28.6	9.5
				연령별				
	10대	23	4.3	8.7	21.7	34.8	26.1	4.3
	20대	47	12.8	23.4	27.7	17.0	17.0	2.1
인도	30대	48	18.8	14.6	27.1	22.9	14.6	2.1
	40대	33	9.1	21.2	30.3	21.2	18.2	0.0
	50대 이상	18	5.6	16.7	33.3	22.2	11.1	11.1
	10대	17	29.4	5.9	17.6	5.9	41.2	0.0
	20대	47	23.4	14.9	29.8	21.3	10.6	0.0
터키	30대	57	12.3	24.6	38.6	14.0	10.5	0.0
	40대	49	28.6	16.3	26.5	14.3	14.3	0.0
	50대 이상	37	8.1	29.7	24.3	18.9	18.9	0.0
	10대	15	6.7	6.7	33.3	20.0	26.7	6.7
	20대	20	5.0	5.0	35.0	45.0	10.0	0.0
캐나다	30대	18	11.1	5.6	27.8	38.9	11.1	5.6
	40대	11	0.0	27.3	18.2	36.4	0.0	18.2
	50대 이상	10	30.0	20.0	10.0	30.0	0.0	10.0
	10대	8	0.0	12.5	12.5	50.0	12.5	12.5
	20대	10	0.0	0.0	20.0	40.0	30.0	10.0
헝가리	30대	9	0.0	11.1	22.2	33.3	22.2	11.1
	40대	4	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0
	50대 이상	8	0.0	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0

					유료	무료		DVD, CD,
	구분	사례수	지상파TV	유료방송	OTT	OTT	SNS	VIDEO TAPE 등
				학력별	OH	OH		VIDEO TALE 6
	고졸 이하	14	7.1	7.1	28.6	42.9	7.1	7.1
인도	대졸 이상	155	12.3	18.7	27.7	20.6	18.1	2.6
	고졸 이하	32	15.6	12.5	31.3	18.8	21.9	0.0
터키	대졸 이상	175	20.0	21.1	29.1	15.4	14.3	0.0
	고졸 이하	17	5.9	0.0	35.3	35.3	17.6	5.9
캐나다	대졸 이상	57	10.5	14.0	24.6	35.1	8.8	7.0
~l -l -l	고졸 이하	16	0.0	12.5	18.8	37.5	25.0	6.3
헝가리	대졸 이상	23	0.0	13.0	21.7	34.8	21.7	8.7
				직업별				
	사무·전문직	139	12.2	18.0	29.5	20.9	16.5	2.9
인도	서비스·생산직	7	14.3	42.9	28.6	14.3	0.0	0.0
	학생/주부/무직	23	8.7	8.7	17.4	34.8	26.1	4.3
	사무·전문직	141	19.9	22.0	31.2	14.9	12.1	0.0
터키	서비스·생산직	10	20.0	30.0	20.0	20.0	10.0	0.0
	학생/주부/무직	56	17.9	12.5	26.8	17.9	25.0	0.0
	사무·전문직	42	7.1	16.7	28.6	35.7	7.1	4.8
캐나다	서비스·생산직	9	0.0	0.0	33.3	55.6	0.0	11.1
	학생/주부/무직	23	17.4	4.3	21.7	26.1	21.7	8.7
	사무·전문직	21	0.0	14.3	23.8	23.8	28.6	9.5
헝가리	서비스·생산직	7	0.0	14.3	14.3	42.9	14.3	14.3
	학생/주부/무직	11	0.0	9.1	18.2	54.5	18.2	0.0
				소득별				
인도	40,000 이상	100	10.0	16.0	36.0	19.0	15.0	4.0
	40,000 미만	69	14.5	20.3	15.9	27.5	20.3	1.4
터키	8,000 이상	126	17.5	22.2	34.1	9.5	16.7	0.0
, ,	8,000 미만	81	22.2	16.0	22.2	25.9	13.6	0.0
캐나다	5,000 이상	40	10.0	17.5	27.5	30.0	12.5	2.5
	5,000 미만	34	8.8	2.9	26.5	41.2	8.8	11.8
헝가리	500,000 이상	17	0.0	5.9	23.5	41.2	23.5	5.9
	500,000 미만	22	0.0	18.2	18.2	31.8	22.7	9.1
	그리시리	64		1.객가치별 10.0	20.7	17.0	141	4.7
٥١٦	고관여자	64	15.6	18.8	29.7	17.2	14.1	4.7
인도	중관여자	63	11.1	17.5	28.6	28.6	12.7	1.6
	저관여자 고관여자	42	7.1	16.7	23.8	21.4	28.6	0.0
터키	고단역사 중관여자	110	17.3	25.5	37.3	9.1	10.9	
	장관역자 저관여자	73 24	21.9	11.0	20.5	23.3	23.3	0.0
	지판역사 고관여자	24	5.0	20.8	40.0	30.0	5.0	10.0
캐나다	중관여자 중관여자	34	11.8	14.7	26.5	38.2	5.9	2.9
/1144	전원역자 저관여자	20	10.0	5.0	15.0	35.0	25.0	10.0
	고관여자	12	0.0	8.3	33.3	33.3	16.7	8.3
헝가리	중관여자 중관여자	18	0.0	22.2	16.7	27.8	27.8	5.6
0/14	지관여자 저관여자	9	0.0	0.0	11.1	55.6	22.2	11.1
	기단기기	, ,	0.0	0.0	11.1	55.0	44.4	11.1

# □ 한국 동영상 콘텐츠 주 시청 OTT(1순위 응답 기준)

귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하기 위해 주로 이용하는 온라인동 영상서비스(OTT)는 무엇입니까? 많이 이용하는 순서대로 3위까지 선택해주시기 바랍니다.

단위: 명

			-	글로벌 OT	T	로컬 OTT					
	인도	사례수	Netflix	YouTube	Amazon prime video	Hot star	Viu Tv	Voot	Viki rakutten	Zee5	
で	전체 평균 1		53	28	14	19	6	6	3	3	
성별	남성	70	25	13	8	5	0	3	2	0	
78 E	여성	98	28	15	6	14	6	3	1	3	
	10대	23	10	7	0	0	0	0	0	1	
	20대	46	13	2	1	7	3	2	1	1	
연령별	30대	48	15	8	6	7	2	2	1	1	
	40대	33	10	7	5	4	0	2	0	0	
	50대 이상	18	5	4	2	1	1	0	1	0	
학력별	고졸 이하	14	6	4	1	0	0	0	0	0	
992	대졸 이상	154	47	24	13	19	6	6	3	3	
	사무·전문직	138	42	19	12	16	6	6	3	2	
직업별	서비스·생산직	7	1	1	2	1	0	0	0	0	
	학생/주부/무직	23	10	8	0	2	0	0	0	1	
소득별	40,000 이상	100	34	14	9	11	4	4	1	2	
	40,000 미만	68	19	14	5	8	2	2	2	1	
고객	고관여자	64	25	7	6	7	3	2	1	0	
가치별	중관여자	63	13	12	7	5	3	4	1	3	
기기원	저관여자	41	15	9	1	7	0	0	1	0	

			글로벌	! OTT	로컬	OTT
	터키	사례수	Netflix	YouTube	Tivi bu	digiturk play
전	<u></u> 1체 평균	204	83	60	16	9
성별	남성	59	23	19	4	0
78 월	여성	145	60	41	12	9
	10대	17	8	4	0	0
	20대	46	23	10	6	0
연령별	30대	57	27	10	4	2
	40대	47	13	15	5	7
	50대 이상	37	12	21	1	0
학력별	고졸 이하	32	9	14	0	2
992	대졸 이상	172	74	46	16	7
	사무·전문직	138	64	37	11	1
직업별	서비스·생산직	10	3	5	1	0
	학생/주부/무직	56	16	18	4	8
소득별	30,000 이상	124	53	36	9	9
五寸垣	30,000 미만	80	30	24	7	0
고객	고관여자	110	44	28	11	9
	중관여자	70	33	20	5	0
가치별	저관여자	24	6	12	0	0

	40대 50대 이상 고졸 이하 대졸 이상 사무·전문직 서비스·생산직			글로벌 OTT	
	캐나다	사례수	Netflix	YouTube	Facebook
전	]체 평균	72	26	25	2
성별		34	11	13	1
78 달	여성	38	15	12	1
	10대	15	8	5	1
	20대	19	6	7	0
연령별	30대	18	7	4	1
연령별		11	3	4	0
	50대 이상	9	2	5	0
학력별	고졸 이하	17	8	6	0
역역절	대졸 이상	55	18	19	2
		40	16	11	1
직업별	서비스·생산직	9	1	3	0
	학생/주부/무직	23	9	11	1
소득별	20,000 이상	38	10	16	2
五寸宣	20,000 미만	34	16	9	0
고객	고관여자	20	6	9	0
	중관여자	32	14	10	0
가치별	저관여자	20	6	6	2

				글로벌 OTT		로컬 OTT
	헝가리	사례수	YouTube	Netflix	НВО	TV-Go
ব	<u></u> 선체 평균	39	14	9	4	3
성별	남성	18	5	5	3	1
78 월	여성	21	9	4	1	2
	10대	8	3	1	1	1
	20대	10	3	4	1	0
연령별	30대	9	1	3	1	0
	40대	4	4	0	0	0
	50대 이상	8	3	1	1	2
학력별	고졸 이하	16	7	2	1	1
익덕절	대졸 이상	23	7	7	3	2
	사무·전문직	21	8	4	2	2
직업별	서비스·생산직	7	1	2	2	1
	학생/주부/무직	11	5	3	0	0
소득별	2,000,000 이상	17	6	4	4	0
소득절	2,000,000 미만	22	8	5	0	3
고객	고관여자	12	1	6	2	0
	중관여자	18	8	3	1	2
가치별	저관여자	9	5	0	1	1

## □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 시 즐겨보는 장르(1순위 응답 기준)

귀하가 주로 시청하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠의 장르는 무엇입니까? 많이 시청하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

	국가	사례수	드라마	버라이 어티쇼	음악	뉴스 시사	교육	영화	스포츠	다큐
					국가별					
	인도	169	24.3	7.7	10.7	5.9	2.4	22.5	1.8	2.4
터키		207	11.6	4.8	2.9	2.9	4.8	44.4	2.4	3.9
키	H나다	74	36.5	4.1	4.1	2.7	0.0	13.5	5.4	2.7
कृ	] 가리	39	15.4	7.7	12.8	2.6	2.6	25.6	0.0	5.1
					성별					
인도	남성	71	15.5	4.2	15.5	8.5	0.0	23.9	2.8	2.8
인도	여성	98	30.6	10.2	7.1	4.1	4.1	21.4	1.0	2.0
터키	남성	60	10.0	6.7	0.0	6.7	3.3	51.7	5.0	1.7
디기	여성	147	12.2	4.1	4.1	1.4	5.4	41.5	1.4	4.8
캐나다	남성	34	29.4	0.0	8.8	0.0	0.0	23.5	11.8	2.9
개나나	여성	40	42.5	7.5	0.0	5.0	0.0	5.0	0.0	2.5
처기기	남성	18	22.2	0.0	5.6	5.6	5.6	22.2	0.0	11.1
헝가리	여성	21	9.5	14.3	19.0	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0
					연령별					
	10대	23	30.4	4.3	17.4	0.0	0.0	17.4	0.0	0.0
	20대	47	27.7	8.5	4.3	8.5	2.1	21.3	4.3	2.1
인도	30대	48	20.8	2.1	12.5	6.3	2.1	25.0	0.0	6.3
	40대	33	18.2	12.1	12.1	9.1	6.1	21.2	3.0	0.0
	50대 이상	18	27.8	16.7	11.1	0.0	0.0	27.8	0.0	0.0
	10대	17	35.3	5.9	5.9	0.0	5.9	23.5	0.0	5.9
	20대	47	8.5	2.1	2.1	4.3	6.4	38.3	2.1	2.1
터키	30대	57	12.3	3.5	7.0	1.8	3.5	45.6	3.5	3.5
	40대	49	4.1	10.2	0.0	2.0	6.1	49.0	2.0	4.1
	50대 이상	37	13.5	2.7	0.0	5.4	2.7	54.1	2.7	5.4
	10대	15	40.0	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	6.7	0.0
	20대	20	25.0	10.0	5.0	5.0	0.0	15.0	5.0	5.0
캐나다	30대	18	55.6	0.0	5.6	5.6	0.0	11.1	0.0	0.0
	40대	11	45.5	0.0	0.0	0.0	0.0	18.2	9.1	0.0
	50대 이상	10	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	30.0	10.0	10.0
	10대	8	25.0	0.0	25.0	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0
	20대	10	20.0	20.0	10.0	0.0	0.0	20.0	0.0	10.0
헝가리	30대	9	11.1	11.1	0.0	11.1	0.0	33.3	0.0	0.0
	40대	4	25.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50대 이상	8	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	12.5

	국가	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼 리티쇼	키즈	시리즈 물	기타	모름/ 무응답
					국가별						
	인도	4.1	0.6	0.0	1.2	8.3	6.5	1.2	0.0	0.0	0.6
	터키	3.9	0.0	0.5	1.0	7.7	3.4	2.9	0.0	1.4	1.4
	캐나다	5.4	2.7	1.4	4.1	6.8	5.4	1.4	0.0	1.4	2.7
	헝가리	5.1	0.0	2.6	2.6	7.7	2.6	2.6	2.6	2.6	0.0
					성별						
인도	남성	5.6	1.4	0.0	1.4	7.0	8.5	1.4	0.0	0.0	1.4
닌과	여성	3.1	0.0	0.0	1.0	9.2	5.1	1.0	0.0	0.0	0.0
터키	남성	1.7	0.0	1.7	0.0	5.0	0.0	1.7	0.0	3.3	1.7
4//	여성	4.8	0.0	0.0	1.4	8.8	4.8	3.4	0.0	0.7	1.4
캐나다	남성	2.9	2.9	2.9	2.9	5.9	2.9	0.0	0.0	2.9	0.0
711-1-1	여성	7.5	2.5	0.0	5.0	7.5	7.5	2.5	0.0	0.0	5.0
헝가리	남성	11.1	0.0	5.6	0.0	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0
3/14	여성	0.0	0.0	0.0	4.8	9.5	0.0	4.8	4.8	4.8	0.0
					연령별						
	10대	4.3	0.0	0.0	4.3	8.7	8.7	4.3	0.0	0.0	0.0
	20대	8.5	0.0	0.0	0.0	10.6	0.0	0.0	0.0	0.0	2.1
인도	30대	0.0	2.1	0.0	2.1	12.5	6.3	2.1	0.0	0.0	0.0
	40대	3.0	0.0	0.0	0.0	3.0	12.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	50대 이상	5.6	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	10대	0.0	0.0	0.0	5.9	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0
	20대	6.4	0.0	2.1	0.0	10.6	8.5	4.3	0.0	0.0	2.1
터키	30대	3.5	0.0	0.0	0.0	5.3	3.5	7.0	0.0	0.0	0.0
	40대	2.0	0.0	0.0	2.0	10.2	0.0	0.0	0.0	4.1	4.1
	50대 이상	5.4	0.0	0.0	0.0	5.4	0.0	0.0	0.0	2.7	0.0
	10대	0.0	6.7	0.0	20.0	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	20대	10.0	0.0	0.0	0.0	5.0	10.0	0.0	0.0	0.0	5.0
캐나다	30대	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	5.6	0.0
	40대	0.0	0.0	9.1	0.0	9.1	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0
	50대 이상	10.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
	10대	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20대	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
헝가리	30대	11.1	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0
	40대	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	50대 이상	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	12.5	0.0

	구분	사례수	드라마	버라이 어티쇼	음악	뉴스 시사	교육	영화	스포츠	다큐
				학	력별					
ماد	고졸 이하	14	35.7	7.1	7.1	0.0	0.0	21.4	0.0	0.0
인도	대졸 이상	155	23.2	7.7	11.0	6.5	2.6	22.6	1.9	2.6
터키	고졸 이하	32	25.0	9.4	6.3	0.0	3.1	37.5	0.0	0.0
	대졸 이상	175	9.1	4.0	2.3	3.4	5.1	45.7	2.9	4.6
캐나다	고졸 이하	17	41.2	5.9	5.9	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0
711-1-1	대졸 이상	57	35.1	3.5	3.5	3.5	0.0	15.8	7.0	3.5
헝가리	고졸 이하	16	12.5	12.5	18.8	6.3	0.0	12.5	0.0	12.5
0/1-1	대졸 이상	23	17.4	4.3	8.7	0.0	4.3	34.8	0.0	0.0
					겁별		I			
	사무·전문직	139	22.3	7.9	10.1	6.5	2.9	25.2	2.2	2.2
인도	서비스·생산직	7	28.6	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	23	34.8	8.7	17.4	0.0	0.0	13.0	0.0	4.3
el əl	사무·전문직	141	9.9	4.3	2.8	2.8	5.7	46.1	2.8	4.3
터키	서비스·생산직	10	10.0	10.0	0.0	0.0	10.0	60.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	56	16.1	5.4	3.6	3.6	1.8	37.5	1.8	3.6
-11, 1-1	사무·전문직	42	35.7	2.4	2.4	4.8	0.0	19.0	4.8	2.4
캐나다	서비스·생산직	9	66.7	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	11.1	0.0
	학생/주부/무직	23	26.1	8.7	8.7	0.0	0.0	4.3	4.3	4.3
*1 1-1	사무·전문직	21	19.0	14.3	9.5	4.8	0.0	28.6	0.0	4.8
헝가리	서비스·생산직	7	14.3	0.0	14.3	0.0	0.0	28.6	0.0	0.0
	학생/주부/무직	11	9.1	0.0	18.2	0.0	9.1	18.2	0.0	9.1
	40,000 이상	100	20.0	T	두별 12.0	5.0	2.0	27.0	2.0	2.0
인도	40,000 미만	100 69	20.0 30.4	10.0	12.0 8.7	5.0 7.2	3.0	27.0 15.9	1.4	2.0
	8,000 이상	126	11.1	4.3	2.4	3.2	3.2	44.4	3.2	4.0
터키	8,000 미만	81	12.3	4.6	3.7	2.5	7.4	44.4	1.2	
	5,000 미단	40	35.0	2.5	2.5	5.0	0.0	15.0	5.0	3.7 2.5
캐나다	5,000 미만	34	38.2	5.9	5.9	0.0	0.0	11.8	5.9	2.9
	500,000 이상	17	17.6	5.9	11.8	5.9	5.9	23.5	0.0	0.0
헝가리	500,000 기정	22	13.6	9.1	13.6	0.0	0.0	27.3	0.0	9.1
	300,000   E	LL	13.0		 가치별	0.0	0.0	21.3	0.0	7.1
	고관여자	64	21.9	9.4	10.9	4.7	4.7	18.8	1.6	3.1
인도	중관여자	63	23.8	9.5	7.9	9.5	1.6	27.0	3.2	1.6
	저관여자	42	28.6	2.4	14.3	2.4	0.0	21.4	0.0	2.4
	고관여자	110	9.1	6.4	1.8	2.7	4.5	46.4	2.7	5.5
터키	중관여자	73	15.1	2.7	2.7	2.7	5.5	43.8	2.7	1.4
	저관여자	24	12.5	4.2	8.3	4.2	4.2	37.5	0.0	4.2
	고관여자	20	35.0	5.0	5.0	5.0	0.0	15.0	0.0	5.0
캐나다	중관여자	34	35.3	2.9	5.9	0.0	0.0	14.7	2.9	0.0
	저관여자	20	40.0	5.0	0.0	5.0	0.0	10.0	15.0	5.0
	고관여자	12	16.7	8.3	0.0	0.0	8.3	16.7	0.0	0.0
헝가리	중관여자	18	11.1	5.6	16.7	5.6	0.0	33.3	0.0	5.6
	저관여자	9	22.2	11.1	22.2	0.0	0.0	22.2	0.0	11.1

	구분	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼리	키즈	시리즈	기타	모름/
	) L	11-1	0 115			12.19	티쇼	/1-	물	719	무응답
					학력별	1			1	ı	
인도	고졸 이하	7.1	0.0	0.0	0.0	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	대졸 이상	3.9	0.6	0.0	1.3	7.7	6.5	1.3	0.0	0.0	0.6
터키	고졸 이하	0.0	0.0	0.0	3.1	9.4	0.0	6.3	0.0	0.0	0.0
, ,	대졸 이상	4.6	0.0	0.6	0.6	7.4	4.0	2.3	0.0	1.7	1.7
캐나다	고졸 이하	11.8	5.9	0.0	17.6	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- " ' '	대졸 이상	3.5	1.8	1.8	0.0	7.0	7.0	1.8	0.0	1.8	3.5
헝가리	고졸 이하	6.3	0.0	0.0	6.3	0.0	0.0	6.3	0.0	6.3	0.0
0 1 1	대졸 이상	4.3	0.0	4.3	0.0	13.0	4.3	0.0	4.3	0.0	0.0
					직업별					I	
	사무·전문직	4.3	0.0	0.0	1.4	8.6	5.0	0.7	0.0	0.0	0.7
인도	서비스·생산직	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	42.9	0.0	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	4.3	0.0	0.0	0.0	8.7	4.3	4.3	0.0	0.0	0.0
-1.3	사무·전문직	2.8	0.0	0.0	0.7	6.4	4.3	3.5	0.0	1.4	2.1
터키	서비스·생산직	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	7.1	0.0	1.8	1.8	10.7	1.8	1.8	0.0	1.8	0.0
	사무·전문직	7.1	4.8	2.4	0.0	2.4	4.8	0.0	0.0	2.4	4.8
캐나다	서비스·생산직	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	4.3	0.0	0.0	13.0	13.0	8.7	4.3	0.0	0.0	0.0
_, , ,	사무·전문직	0.0	0.0	4.8	0.0	4.8	4.8	0.0	0.0	4.8	0.0
헝가리	서비스·생산직	28.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	0.0	0.0	0.0	9.1	18.2	0.0	0.0	9.1	0.0	0.0
	40.000 (1.1)	- 0			소득별						
인도	40,000 이상	5.0	0.0	0.0	1.0	8.0	4.0	1.0	0.0	0.0	0.0
	40,000 미만	2.9	1.4	0.0	1.4	8.7	10.1	1.4	0.0	0.0	1.4
터키	8,000 이상	4.0	0.0	0.8	0.8	8.7	4.0	2.4	0.0	1.6	1.6
	8,000 미만	3.7	0.0	0.0	1.2	6.2	2.5	3.7	0.0	1.2	1.2
캐나다	5,000 이상	2.5	2.5	2.5	5.0	7.5	5.0	0.0	0.0	2.5	5.0
	5,000 미만	8.8	2.9	0.0	2.9	5.9	5.9	2.9	0.0	0.0	0.0
헝가리	500,000 이상	5.9	0.0	5.9	5.9	5.9	5.9	0.0	0.0	0.0	0.0
	500,000 미만	4.5	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0	4.5	4.5	4.5	0.0
	그리시리	(2	1.6	1	객가치별 1.6	4.7	7.0	2.1	0.0	0.0	0.0
01-	고관여자	6.3	1.6	0.0	1.6	4.7	7.8	3.1	0.0	0.0	0.0
인도	중관여자	3.2	0.0	0.0	0.0	9.5	3.2	0.0	0.0	0.0	0.0
	저관여자	2.4	0.0	0.0	2.4	11.9	9.5	0.0	0.0	0.0	2.4
	고관여자	4.5	0.0	0.0	0.9	9.1	1.8	4.5	0.0	0.0	0.0
터키	중관여자	2.7	0.0	1.4	1.4	6.8	4.1	1.4	0.0	1.4	4.1
	저관여자	4.2	0.0	0.0	0.0	4.2	8.3	0.0	0.0	8.3	0.0
	고관여자	10.0	5.0	0.0	0.0	10.0	5.0	0.0	0.0	0.0	0.0
캐나다	중관여자	2.9	2.9	2.9	5.9	2.9	8.8	2.9	0.0	2.9	5.9
	저관여자	5.0	0.0	0.0	5.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	고관여자	8.3	0.0	0.0	8.3	25.0	8.3	0.0	0.0	0.0	0.0
헝가리	중관여자	0.0	0.0	5.6	0.0	0.0	0.0	5.6	5.6	5.6	0.0
	저관여자	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0

#### □ 한국 동영상 콘텐츠 장르별 만족도 평가

귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠에 대해 장르별로 어느 정도 만족하십니까? (5점 척도\*)

\*(전혀 만족하지 않는다-1점, 만족하지 않는다-2점, 보통이다-3점, 만족한다-4점, 매우 만족한다-5점)

단위: 명 & 5점 척도 평균

								0 00 5 11	
	국가	사례수	드라마	버라이 어티쇼	음악	뉴스 시사	교육	영화	스포츠
				국가	<u> </u> 별	1.1			
	인도	169	4.2	3.8	4.0	3.6	3.7	4.2	3.8
	<u>-</u> 터키	207	4.1	3.9	3.9	3.5	3.7	4.3	3.5
		74	3.9	3.6	3.6	3.1	3.2	3.9	3.1
ŏ	정가리	39	3.6	3.6	3.5	2.9	3.2	3.8	3.0
				성빌		<u> </u>		<u> </u>	
مات	남성	71	4.1	3.8	4.0	3.8	3.8	4.2	3.9
인도	여성	98	4.2	3.8	3.9	3.5	3.6	4.3	3.6
rl =1	남성	60	3.7	3.6	3.6	3.0	3.4	4.2	3.3
터키	여성	147	4.2	4.0	4.0	3.6	3.8	4.3	3.6
المال عالم	남성	34	3.7	3.5	3.5	3.0	3.2	3.9	3.3
캐나다	여성	40	4.1	3.8	3.7	3.2	3.2	3.9	3.1
처기기	남성	18	3.4	3.4	3.4	3.1	3.1	3.7	3.3
헝가리	여성	21	3.8	3.7	3.7	2.8	3.2	4.0	2.8
				연령	별				
	10대	23	4.0	3.3	3.9	2.8	3.4	4.0	3.0
	20대	47	4.2	3.8	4.0	3.7	3.8	4.5	3.7
인도	30대	48	4.2	3.9	4.0	3.9	3.8	4.1	3.9
	40대	33	4.2	4.0	4.1	3.8	3.8	4.2	4.0
	50대 이상	18	3.9	3.7	3.7	3.6	3.6	4.3	3.9
	10대	17	3.8	3.6	3.8	3.0	2.8	4.3	2.7
	20대	47	4.0	4.0	3.7	3.4	3.8	4.1	3.5
터키	30대	57	4.2	4.0	4.0	3.7	3.8	4.4	3.7
	40대	49	4.1	3.9	4.0	3.5	3.8	4.4	3.6
	50대 이상	37	3.9	3.7	3.7	3.3	3.5	4.2	3.4
	10대	15	3.7	3.6	3.7	3.0	3.2	3.9	2.6
	20대	20	4.1	3.9	3.8	3.3	3.3	4.0	3.3
캐나다	30대	18	4.1	3.6	3.7	3.1	3.1	3.9	3.2
	40대	11	3.8	3.6	3.4	3.0	3.1	3.9	3.5
	50대 이상	10	3.7	3.3	3.1	3.0	3.3	3.8	3.3
	10대	8	3.8	4.1	3.6	2.9	3.3	4.0	3.1
	20대	10	3.5	3.7	3.9	2.9	3.5	4.0	3.0
헝가리	30대	9	3.1	3.1	3.2	3.1	2.8	3.2	2.7
	40대	4	4.3	3.3	3.0	3.3	3.0	4.0	3.3
	50대 이상	8	3.8	3.6	3.6	2.6	3.1	4.1	3.3

	국가	다큐	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼 리티	키즈
				국가	 - 별			44	
	인도	3.7	4.0	3.3	3.6	3.7	4.0	3.8	3.8
	터키	3.8	3.8	3.1	3.5	3.4	4.0	3.7	3.6
Ŧ	    	3.3	3.6	2.9	3.2	3.2	3.7	3.5	3.2
ŏ	 청가리	3.2	3.8	2.8	2.9	2.9	3.7	3.0	3.2
				성틱	<u>별</u>				
مار	남성	3.7	4.0	3.3	3.5	3.7	4.0	3.8	3.8
인도	여성	3.7	4.0	3.4	3.6	3.7	4.1	3.9	3.8
ובן בו	남성	3.7	3.5	2.4	3.2	3.0	3.8	3.4	3.2
터키	여성	3.9	3.9	3.3	3.7	3.6	4.1	3.8	3.8
캐나다	남성	3.2	3.5	2.9	3.1	3.1	3.7	3.4	3.1
71144	여성	3.3	3.6	2.9	3.4	3.4	3.7	3.5	3.3
헝가리	남성	3.3	4.0	2.9	2.8	2.9	3.9	3.1	3.2
8/14	여성	3.1	3.7	2.8	3.0	3.0	3.6	3.0	3.1
				연령	별				
	10대	3.4	3.8	2.7	3.1	3.2	3.9	3.5	3.2
	20대	3.9	4.2	3.5	3.7	3.8	4.2	4.0	3.8
인도	30대	3.7	3.9	3.5	3.7	3.9	4.1	3.8	3.8
	40대	3.8	3.9	3.5	3.6	3.6	4.0	3.9	3.9
	50대 이상	3.6	4.1	3.2	3.6	3.5	3.8	3.9	4.2
	10대	3.1	3.4	2.4	3.1	3.0	3.5	3.5	3.0
	20대	3.6	3.8	3.1	3.5	3.4	4.0	3.6	3.6
터키	30대	3.9	3.8	3.3	3.7	3.6	4.1	3.7	3.7
	40대	4.1	4.0	3.0	3.7	3.4	4.1	3.8	3.8
	50대 이상	4.0	3.8	2.9	3.4	3.3	3.9	3.6	3.5
	10대	2.9	3.7	2.3	3.1	2.7	3.9	3.1	2.9
	20대	3.4	3.6	3.1	3.4	3.6	3.8	3.8	3.3
캐나다	30대	3.2	3.4	3.0	3.2	3.4	3.4	3.3	3.3
	40대	3.5	3.9	3.2	3.5	3.3	3.7	3.7	3.7
	50대 이상	3.5	3.3	3.0	2.9	3.0	3.6	3.4	2.9
	10대	3.0	3.8	3.1	3.3	3.4	3.6	3.5	3.5
	20대	3.3	4.1	2.8	3.1	3.1	4.2	3.1	3.2
헝가리	30대	3.3	3.9	2.7	2.6	2.7	3.2	3.0	3.0
	40대	3.5	3.8	2.5	2.8	2.5	3.8	3.3	2.5
	50대 이상	3.1	3.5	3.0	2.9	2.9	3.9	2.4	3.3

				버라이		뉴스			
	구분	사례수	드라마	어티쇼	음악	시사	교육	영화	스포츠
				학력별					
인도	고졸 이하	14	3.9	3.2	3.4	3.0	3.6	4.3	3.0
신과	대졸 이상	155	4.2	3.9	4.0	3.7	3.7	4.2	3.8
터키	고졸 이하	32	3.8	3.7	3.9	3.3	3.3	4.3	3.3
2//	대졸 이상	175	4.1	3.9	3.9	3.5	3.7	4.3	3.5
캐나다	고졸 이하	17	3.8	3.8	3.8	3.0	3.1	3.9	2.9
711-1-1	대졸 이상	57	3.9	3.6	3.5	3.1	3.2	3.9	3.2
헝가리	고졸 이하	16	3.4	3.5	3.6	3.1	3.1	3.6	2.9
0/1-1	대졸 이상	23	3.7	3.7	3.5	2.8	3.2	4.0	3.1
		Г	T	직업별	I	T	I	T	I
	사무·전문직	139	4.2	3.9	4.0	3.8	3.8	4.3	3.9
인도	서비스·생산직	7	4.6	3.9	3.6	3.4	3.6	3.9	3.4
	학생/주부/무직	23	3.8	3.3	3.7	2.8	3.2	3.9	2.9
	사무·전문직	141	4.1	3.9	3.9	3.5	3.8	4.3	3.6
터키	서비스·생산직	10	3.4	4.1	3.5	3.0	3.5	4.3	3.7
	학생/주부/무직	56	4.1	3.8	3.9	3.4	3.5	4.3	3.2
	사무·전문직	42	4.0	3.7	3.5	3.0	3.1	3.9	3.2
캐나다	서비스·생산직	9	3.9	3.6	3.9	3.0	3.1	4.0	3.1
	학생/주부/무직	23	3.8	3.6	3.7	3.2	3.4	3.9	3.1
-, , ,	사무·전문직	21	3.2	3.4	3.3	2.9	3.2	3.6	3.0
헝가리	서비스·생산직	7	3.3	3.6	3.9	2.9	3.1	3.7	3.3
	학생/주부/무직	11	4.5	3.9	3.7	3.0	3.0	4.4	3.0
	40,000, +1,11	100	4.1	소득별	4.0	2.5	2.5	4.0	2.0
인도	40,000 이상	100	4.1	3.8	4.0	3.7	3.7	4.2	3.8
	40,000 미만	69	4.2	3.8	3.9	3.6	3.7	4.3	3.7
터키	8,000 이상	126	4.2	4.2	4.0	3.7	3.8	4.4	3.6
	8,000 미만	81	3.8	3.5	3.6	3.1	3.5	4.2	3.4
캐나다	5,000 이상 5,000 미만	40	3.9	3.6	3.6	3.0	3.2	3.9	3.1
	500,000 미단	34	4.0	3.7	3.6	3.2	3.2	3.9	3.2
헝가리	500,000 미만	17 22	3.8	3.9	3.6	3.2	3.5 2.9	4.1 3.7	3.2
	300,000 = 11					2.7	2.9	3.7	2.9
	고관여자	64	4.3	<u> </u>	4.1	3.8	3.9	4.3	4.0
인도	중관여자	63	4.3	3.7	3.9	3.6	3.9	4.3	3.7
신그	지관여자 저관여자	42	4.1	3.6	3.9	3.4	3.5	4.1	3.7
	고관여자	110	4.1	4.1	4.1	3.7	4.0	4.5	3.9
터키	중관여자	73	3.8	3.7	3.7	3.7	3.4	4.1	3.1
5//1	지관여자 저관여자	24	3.6	3.5	3.7	3.1	3.4	3.9	3.1
	고관여자	20	4.0	3.8	3.8	3.3	3.3	4.0	3.1
캐나다	중관여자	34	4.0	3.8	3.8	3.1	3.2	4.0	3.1
711 1	저관여자	20	3.7	3.3	3.2	2.9	3.1	3.7	3.2
	고관여자	12	3.8	3.9	4.1	3.3	3.4	4.1	3.5
헝가리	중관여자	18	3.6	3.3	3.3	2.8	2.9	3.8	2.8
	저관여자	9	3.2	3.7	3.2	2.7	3.2	3.7	2.8
								·	

	구분	다큐	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼리티	키즈
				학력별					
	고졸 이하	3.3	3.9	2.4	2.9	2.9	3.8	3.4	3.3
인도	대졸 이상	3.8	4.0	3.4	3.6	3.7	4.1	3.9	3.8
11	고졸 이하	3.5	3.7	2.9	3.4	3.3	3.8	3.5	3.3
터키	대졸 이상	3.9	3.8	3.1	3.6	3.4	4.0	3.7	3.7
-11, 1-1	고졸 이하	3.1	3.6	2.6	3.4	3.1	3.7	3.5	3.1
캐나다	대졸 이상	3.3	3.6	3.0	3.2	3.3	3.7	3.4	3.2
취기기	고졸 이하	3.1	3.9	3.1	2.9	3.0	3.8	2.9	3.0
헝가리	대졸 이상	3.3	3.7	2.7	3.0	2.9	3.7	3.1	3.3
				직업별	<u> </u>				
	사무·전문직	3.8	4.1	3.5	3.7	3.8	4.1	3.9	3.8
인도	서비스·생산직	3.4	3.9	3.4	3.6	3.3	3.9	3.9	4.1
	학생/주부/무직	3.2	3.7	2.6	2.9	3.0	3.7	3.4	3.3
	사무·전문직	3.9	3.9	3.2	3.6	3.5	4.0	3.7	3.7
터키	서비스·생산직	4.0	3.2	2.6	3.6	3.2	3.7	3.2	3.6
	학생/주부/무직	3.7	3.7	2.8	3.4	3.3	3.9	3.6	3.5
	사무·전문직	3.3	3.4	3.1	3.2	3.3	3.7	3.4	3.2
캐나다	서비스·생산직	3.1	3.8	2.9	3.2	2.8	3.8	3.8	3.3
	학생/주부/무직	3.3	3.8	2.6	3.3	3.3	3.6	3.4	3.1
	사무·전문직	3.4	3.6	2.9	2.9	2.9	3.6	3.1	3.3
헝가리	서비스·생산직	3.0	4.1	2.7	2.7	3.1	4.0	2.6	2.4
	학생/주부/무직	3.1	4.0	2.9	3.1	2.9	3.8	3.2	3.4
				소득별			I		
인도	40,000 이상	3.8	4.0	3.4	3.6	3.7	4.1	3.9	3.8
	40,000 미만	3.6	4.0	3.3	3.5	3.7	4.0	3.8	3.8
터키	8,000 이상	4.0	4.1	3.3	3.7	3.6	4.1	3.9	3.9
	8,000 미만	3.6	3.4	2.6	3.3	3.1	3.8	3.3	3.2
캐나다	5,000 이상	3.2	3.5	2.9	3.0	3.2	3.7	3.4	3.2
	5,000 미만	3.3	3.7	2.9	3.5	3.3	3.6	3.5	3.3
헝가리	500,000 이상	3.5	3.9	3.1	3.4	3.1	3.9	3.4	3.3
	500,000 미만	3.0	3.7	2.7 고객가치별	2.5	2.8	3.6	2.7	3.0
	고관여자	3.9	4.2	3.5	3.8	3.9	4.3	4.1	4.0
인도	중관여자	3.6	3.9	3.2	3.5	3.6	3.9	3.7	3.6
7-7-	전관역자 저관역자	3.7	3.9	3.2	3.4	3.4	3.9	3.6	3.7
	지판여자 고관여자								
E] =]		4.1	4.1	3.4	3.8	3.7	4.3	4.0	3.9
터키	중관여자	3.6	3.6	2.7	3.2	3.2	3.8	3.4	3.3
	저관여자	3.3	3.3	2.5	3.1	2.8	3.3	3.2	3.2
,,,,,	고관여자	3.3	3.9	3.1	3.5	3.4	4.0	3.9	3.6
캐나다	중관여자	3.3	3.6	3.0	3.2	3.3	3.6	3.4	3.3
	저관여자	3.2	3.3	2.6	3.0	3.0	3.5	3.2	2.8
	고관여자	3.6	4.2	3.1	3.3	3.4	4.3	3.6	3.5
헝가리	중관여자	3.2	3.7	2.7	2.6	2.5	3.6	2.6	2.9
	저관여자	2.9	3.7	2.9	3.1	3.2	3.3	3.1	3.2

## □ 한국 동영상 콘텐츠 선택 시 주요 고려 요인(1순위 응답 기준)

귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 선택할 때 중요하게 생각하는 요인은 무엇입니까? 중요하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

	7-1	N = 1 &	*1 11 11	÷.111	-1 T 1	ווייי	정보	장르/	N =1 . 1	v1 =1 v1
,	국가	사례수	참신성	흥미성	작품성	대중성	유용성	포맷	세련미	신뢰성
					국가별					
	인도	169	4.1	6.5	14.2	4.7	4.1	3.6	3.0	5.9
	터키	207	8.2	5.3	16.4	4.8	1.9	7.2	1.9	6.8
ヺ	H나다	74	4.1	21.6	13.5	8.1	1.4	2.7	2.7	0.0
ŏ	당가리	39	10.3	10.3	10.3	2.6	2.6	12.8	7.7	5.1
					성별					
인도	남성	71	4.2	9.9	8.5	4.2	5.6	2.8	0.0	8.5
킨포	여성	98	4.1	4.1	18.4	5.1	3.1	4.1	5.1	4.1
터키	남성	60	16.7	3.3	15.0	3.3	0.0	6.7	0.0	6.7
4//	여성	147	4.8	6.1	17.0	5.4	2.7	7.5	2.7	6.8
캐나다	남성	34	2.9	17.6	23.5	14.7	0.0	0.0	2.9	0.0
71144	여성	40	5.0	25.0	5.0	2.5	2.5	5.0	2.5	0.0
헝가리	남성	18	5.6	5.6	11.1	0.0	5.6	11.1	11.1	11.1
8/14	여성	21	14.3	14.3	9.5	4.8	0.0	14.3	4.8	0.0
					연령별					
	10대	23	4.3	8.7	13.0	8.7	0.0	0.0	8.7	0.0
	20대	47	0.0	4.3	25.5	8.5	6.4	0.0	2.1	6.4
인도	30대	48	10.4	8.3	8.3	2.1	4.2	4.2	2.1	8.3
	40대	33	3.0	6.1	9.1	0.0	6.1	3.0	0.0	9.1
	50대 이상	18	0.0	5.6	11.1	5.6	0.0	16.7	5.6	0.0
	10대	17	17.6	5.9	5.9	0.0	5.9	5.9	0.0	0.0
	20대	47	4.3	4.3	19.1	6.4	4.3	10.6	2.1	4.3
터키	30대	57	3.5	3.5	22.8	10.5	0.0	7.0	3.5	8.8
	40대	49	10.2	6.1	14.3	0.0	2.0	6.1	0.0	10.2
	50대 이상	37	13.5	8.1	10.8	2.7	0.0	5.4	2.7	5.4
	10대	15	6.7	13.3	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0
	20대	20	0.0	25.0	10.0	15.0	0.0	0.0	10.0	0.0
캐나다	30대	18	0.0	22.2	16.7	5.6	5.6	11.1	0.0	0.0
	40대	11	18.2	27.3	18.2	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0
	50대 이상	10	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	10대	8	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	20대	10	10.0	20.0	10.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0
헝가리	30대	9	22.2	0.0	0.0	0.0	11.1	11.1	0.0	11.1
	40대	4	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0
	50대 이상	8	0.0	25.0	0.0	12.5	0.0	12.5	12.5	12.5

	국가	다양성	사실성	환상미	한국문화	가족시청	출연자	출연자	출연자
				- 1	특수성	적합도	외모	재능	인기도
				국가					
	인도	4.7	4.7	5.9	13.6	13.6	5.9	4.1	1.2
	터키	5.8	3.4	5.8	8.7	11.1	4.8	4.8	2.9
	나다	9.5	4.1	2.7	9.5	6.8	4.1	8.1	1.4
ठॅ	청가리 -	5.1	5.1	7.7	5.1	2.6	7.7	2.6	2.6
		ı	İ	성빛	里				
인도	남성	4.2	4.2	9.9	14.1	12.7	5.6	4.2	1.4
<u> </u>	여성	5.1	5.1	3.1	13.3	14.3	6.1	4.1	1.0
터키	남성	3.3	5.0	10.0	6.7	11.7	1.7	6.7	3.3
<i></i>   <i>/</i>	여성	6.8	2.7	4.1	9.5	10.9	6.1	4.1	2.7
캐나다	남성	2.9	2.9	2.9	8.8	5.9	2.9	8.8	2.9
71144	여성	15.0	5.0	2.5	10.0	7.5	5.0	7.5	0.0
헝가리	남성	0.0	5.6	5.6	0.0	5.6	16.7	0.0	5.6
8/14	여성	9.5	4.8	9.5	9.5	0.0	0.0	4.8	0.0
				연령	별				
	10대	8.7	0.0	8.7	8.7	13.0	0.0	13.0	4.3
	20대	4.3	2.1	6.4	8.5	10.6	10.6	2.1	2.1
인도	30대	4.2	2.1	10.4	10.4	14.6	8.3	2.1	0.0
	40대	6.1	12.1	0.0	24.2	15.2	3.0	3.0	0.0
	50대 이상	0.0	11.1	0.0	22.2	16.7	0.0	5.6	0.0
	10대	5.9	0.0	5.9	5.9	0.0	17.6	17.6	5.9
	20대	6.4	4.3	10.6	6.4	6.4	6.4	2.1	2.1
터키	30대	3.5	1.8	3.5	7.0	10.5	3.5	5.3	5.3
	40대	6.1	8.2	4.1	6.1	20.4	4.1	2.0	0.0
	50대 이상	8.1	0.0	5.4	18.9	10.8	0.0	5.4	2.7
	10대	13.3	6.7	6.7	13.3	0.0	6.7	13.3	6.7
	20대	10.0	0.0	0.0	10.0	5.0	5.0	10.0	0.0
캐나다	30대	16.7	0.0	0.0	11.1	0.0	5.6	5.6	0.0
	40대	0.0	9.1	9.1	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0
	50대 이상	0.0	10.0	0.0	10.0	30.0	0.0	10.0	0.0
	10대	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	12.5	12.5
	20대	0.0	0.0	10.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0
헝가리	30대	0.0	0.0	22.2	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0
	40대	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0
	50대 이상	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5	0.0	0.0

							정보	장르/		
	구분	사례수	참신성	흥미성	작품성	대중성	유용성	포맷	세련미	신뢰성
				학	 격별					
인도	고졸 이하	14	7.1	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0
인도	대졸 이상	155	3.9	5.8	15.5	5.2	4.5	3.9	1.9	6.5
터키	고졸 이하	32	6.3	9.4	15.6	0.0	3.1	15.6	0.0	3.1
	대졸 이상	175	8.6	4.6	16.6	5.7	1.7	5.7	2.3	7.4
캐나다	고졸 이하	17	0.0	29.4	17.6	11.8	0.0	0.0	0.0	0.0
- " ' '	대졸 이상	57	5.3	19.3	12.3	7.0	1.8	3.5	3.5	0.0
헝가리	고졸 이하	16	18.8	6.3	6.3	6.3	0.0	12.5	6.3	6.3
- ' '	대졸 이상	23	4.3	13.0	13.0	0.0	4.3	13.0	8.7	4.3
	시민 자민지	120	4.2		<u> 12.0</u>	5.0	4.2	2.0	1.4	6.5
인도	사무·전문직 서비스·생산직	139	4.3	6.5 0.0	12.9 14.3	5.0	4.3 14.3	2.9 14.3	0.0	6.5
친조	학생/주부/무직	23	0.0	8.7	21.7	4.3	0.0	4.3	13.0	0.0
	사무·전문직	141	7.1	5.0	17.0	6.4	1.4	7.8	2.1	8.5
터키	서비스 생산직	10	0.0	0.0	40.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	56	12.5	7.1	10.7	1.8	3.6	5.4	1.8	3.6
	사무·전문직	42	4.8	28.6	19.0	7.1	2.4	4.8	0.0	0.0
캐나다	서비스·생산직	9	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	22.2	0.0
	학생/주부/무직	23	4.3	13.0	4.3	13.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	사무·전문직	21	9.5	4.8	9.5	4.8	4.8	9.5	9.5	0.0
헝가리	서비스·생산직	7	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	42.9	14.3	14.3
	학생/주부/무직	11	9.1	27.3	18.2	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1
				소닉	득별					
인도	40,000 이상	100	5.0	6.0	15.0	5.0	5.0	4.0	3.0	6.0
	40,000 미만	69	2.9	7.2	13.0	4.3	2.9	2.9	2.9	5.8
터키	8,000 이상	126	7.1	5.6	12.7	5.6	2.4	5.6	3.2	9.5
, ,	8,000 미만	81	9.9	4.9	22.2	3.7	1.2	9.9	0.0	2.5
캐나다	5,000 이상	40	7.5	20.0	15.0	12.5	2.5	2.5	0.0	0.0
	5,000 미만	34	0.0	23.5	11.8	2.9	0.0	2.9	5.9	0.0
헝가리	500,000 이상 500,000 미만	17 22	5.9	9.1	9.1	0.0 4.5	5.9	5.9 18.2	5.9 9.1	5.9 4.5
	300,000 학원		13.0		<u></u> 9.1 가치별	4.3	0.0	16.2	9.1	4.3
	고관여자	64	7.8	7.8	12.5	3.1	6.3	0.0	3.1	7.8
인도	중관여자	63	3.2	4.8	9.5	7.9	4.8	6.3	1.6	6.3
	저관여자	42	0.0	7.1	23.8	2.4	0.0	4.8	4.8	2.4
	고관여자	110	8.2	5.5	15.5	5.5	3.6	8.2	3.6	9.1
터키	중관여자	73	8.2	4.1	21.9	5.5	0.0	4.1	0.0	5.5
	저관여자	24	8.3	8.3	4.2	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0
	고관여자	20	5.0	25.0	5.0	15.0	5.0	0.0	0.0	0.0
캐나다	중관여자	34	2.9	23.5	14.7	5.9	0.0	5.9	2.9	0.0
	저관여자	20	5.0	15.0	20.0	5.0	0.0	0.0	5.0	0.0
	고관여자	12	8.3	8.3	8.3	0.0	0.0	16.7	8.3	0.0
헝가리	중관여자	18	5.6	11.1	11.1	5.6	5.6	16.7	11.1	5.6
	저관여자	9	22.2	11.1	11.1	0.0	0.0	0.0	0.0	11.1

					한국문화	가족시청	출연자	출연	출연자
	구분	다양성	사실성	환상미	특수성	적합도	외모	자재능	인기도
				학력별	710	7164	- 1	7 11 11 0	12/12
	고졸 이하	7.1	0.0	14.3	21.4	7.1	0.0	7.1	7.1
인도	대졸 이상	4.5	5.2	5.2	12.9	14.2	6.5	3.9	0.6
-1-1	고졸 이하	3.1	3.1	9.4	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3
터키	대졸 이상	6.3	3.4	5.1	9.1	12.0	4.6	4.6	2.3
-11, 1-1	고졸 이하	11.8	0.0	0.0	11.8	0.0	5.9	11.8	0.0
캐나다	대졸 이상	8.8	5.3	3.5	8.8	8.8	3.5	7.0	1.8
헝가리	고졸 이하	6.3	0.0	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	0.0
생가다	대졸 이상	4.3	8.7	8.7	4.3	0.0	8.7	0.0	4.3
				직업별					
	사무·전문직	4.3	5.8	5.8	14.4	14.4	7.2	3.6	0.7
인도	서비스·생산직	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3
	학생/주부/무직	8.7	0.0	8.7	8.7	13.0	0.0	8.7	0.0
	사무·전문직	5.7	3.5	5.7	11.3	8.5	3.5	2.1	4.3
터키	서비스·생산직	0.0	0.0	10.0	10.0	10.0	0.0	20.0	0.0
	학생/주부/무직	7.1	3.6	5.4	1.8	17.9	8.9	8.9	0.0
	사무·전문직	9.5	2.4	2.4	4.8	7.1	0.0	7.1	0.0
캐나다	서비스·생산직	0.0	0.0	0.0	11.1	11.1	11.1	22.2	0.0
	학생/주부/무직	13.0	8.7	4.3	17.4	4.3	8.7	4.3	4.3
	사무·전문직	0.0	4.8	14.3	4.8	4.8	14.3	0.0	4.8
헝가리	서비스·생산직	0.0	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	18.2	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	9.1	0.0
	40,000,4131	<b>7</b> 0	6.0	소득별	1.60	100	<b>.</b> .	•	1.0
인도	40,000 이상	7.0	6.0	4.0	16.0	10.0	5.0	2.0	1.0
	40,000 미만	1.4	2.9	8.7	10.1	18.8	7.2	7.2	1.4
터키	8,000 이상	7.1	3.2	4.8	11.9	12.7	4.8	2.4	1.6
	8,000 미만	3.7	3.7	7.4	3.7	8.6	4.9	8.6	4.9
캐나다	5,000 이상	10.0	2.5	5.0	12.5	2.5	2.5	5.0	0.0
	5,000 미만	8.8	5.9	0.0	5.9	11.8	5.9	11.8	2.9
헝가리	500,000 이상 500,000 미만	9.1	5.9 4.5	11.8 4.5	9.1	0.0 4.5	17.6	5.9	5.9
	500,000 비킨	9.1		4.5 고객가치별		4.3	0.0	0.0	0.0
	고관여자	6.3	7.8	6.3	7.8	14.1	3.1	4.7	1.6
인도	조원역사 중관여자	4.8	4.8	4.8	20.6	14.1	9.5	0.0	0.0
L-1-	저관여자	2.4	0.0	7.1	11.9	16.7	4.8	9.5	2.4
	고관여자	6.4	2.7	1.8	9.1	13.6	1.8	2.7	2.7
터키	중관여자	4.1	5.5	9.6	6.8	9.6	6.8	6.8	1.4
1/1	저관여자	8.3	0.0	12.5	12.5	4.2	12.5	8.3	8.3
	고관여자	5.0	0.0	0.0	5.0	10.0	10.0	15.0	0.0
캐나다	중관여자	8.8	5.9	5.9	14.7	5.9	0.0	2.9	0.0
, , ,	저관여자	15.0	5.0	0.0	5.0	5.0	5.0	10.0	5.0
	고관여자	8.3	8.3	16.7	0.0	0.0	0.0	8.3	8.3
헝가리	중관여자	0.0	0.0	5.6	11.1	0.0	11.1	0.0	0.0
	저관여자	11.1	11.1	0.0	0.0	11.1	11.1	0.0	0.0

## □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 시 불편 사항(1순위 응답 기준)

귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? 가장 불편하다고 생각하는 순서대로 3위까지 선택해주시기 바랍니다.

단위: 명 & %

				이용료가	프로그램	문화적		
	국가	사례수	언어 문제	비쌈	부족	이질감	기타	모름/무응답
				국가별	17	150		
	인도	169	53.8	18.3	10.7	10.1	0.0	7.1
	터키	207	47.8	10.6	9.2	10.1	0.5	21.7
	개나다	74	55.4	14.9	13.5	2.7	0.0	13.5
	<u>''' '</u> 헝가리	39	53.8	2.6	28.2	5.1	0.0	10.3
	0-1-1		22.0	성별	20.2	0.12	0.0	10.0
مات	남성	71	56.3	15.5	12.7	9.9	0.0	5.6
인도	여성	98	52.0	20.4	9.2	10.2	0.0	8.2
-l -l	남성	60	55.0	8.3	11.7	8.3	0.0	16.7
터키	여성	147	44.9	11.6	8.2	10.9	0.7	23.8
عال ا ا	남성	34	47.1	17.6	23.5	2.9	0.0	8.8
캐나다	여성	40	62.5	12.5	5.0	2.5	0.0	17.5
싫기기	남성	18	44.4	0.0	38.9	5.6	0.0	11.1
헝가리	여성	21	61.9	4.8	19.0	4.8	0.0	9.5
				연령별			'	
	10대	23	60.9	26.1	0.0	8.7	0.0	4.3
	20대	47	53.2	21.3	10.6	8.5	0.0	6.4
인도	30대	48	52.1	20.8	12.5	8.3	0.0	6.3
	40대	33	33.3	15.2	18.2	21.2	0.0	12.1
	50대 이상	18	88.9	0.0	5.6	0.0	0.0	5.6
	10대	17	35.3	17.6	11.8	11.8	0.0	23.5
	20대	47	42.6	21.3	8.5	17.0	0.0	10.6
터키	30대	57	45.6	5.3	10.5	8.8	0.0	29.8
	40대	49	49.0	10.2	8.2	4.1	2.0	26.5
	50대 이상	37	62.2	2.7	8.1	10.8	0.0	16.2
	10대	15	66.7	13.3	6.7	0.0	0.0	13.3
	20대	20	50.0	10.0	10.0	10.0	0.0	20.0
캐나다	30대	18	44.4	16.7	27.8	0.0	0.0	11.1
	40대	11	36.4	36.4	18.2	0.0	0.0	9.1
	50대 이상	10	90.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0
	10대	8	75.0	0.0	0.0	12.5	0.0	12.5
	20대	10	40.0	10.0	50.0	0.0	0.0	0.0
헝가리	30대	9	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0	0.0
	40대	4	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	25.0
	50대 이상	8	50.0	0.0	25.0	0.0	0.0	25.0

				이용료가	프로그램	문화적		
	구분	사례수	언어 문제	비쌈	부족	이질감	기타	모름/무응답
				학력별	77	기면		
	고졸 이하	14	64.3	21.4	0.0	7.1	0.0	7.1
인도	대졸 이상	155	52.9	18.1	11.6	10.3	0.0	7.1
	고졸 이하	32	31.3	9.4	12.5	12.5	0.0	34.4
터키	대졸 이상	175	50.9	10.9	8.6	9.7	0.6	19.4
22.2	고졸 이하	17	52.9	11.8	11.8	0.0	0.0	23.5
캐나다	대졸 이상	57	56.1	15.8	14.0	3.5	0.0	10.5
ادادادا	고졸 이하	16	56.3	6.3	25.0	0.0	0.0	12.5
헝가리	대졸 이상	23	52.2	0.0	30.4	8.7	0.0	8.7
			1	직업별				
	사무·전문직	139	54.7	17.3	10.8	10.1	0.0	7.2
인도	서비스·생산직	7	28.6	28.6	28.6	14.3	0.0	0.0
	학생/주부/무직	23	56.5	21.7	4.3	8.7	0.0	8.7
	사무·전문직	141	53.9	12.1	9.9	10.6	0.0	13.5
터키	서비스·생산직	10	40.0	10.0	10.0	0.0	0.0	40.0
	학생/주부/무직	56	33.9	7.1	7.1	10.7	1.8	39.3
	사무·전문직	42	61.9	11.9	9.5	2.4	0.0	14.3
캐나다	서비스·생산직	9	22.2	33.3	33.3	0.0	0.0	11.1
	학생/주부/무직	23	56.5	13.0	13.0	4.3	0.0	13.0
	사무·전문직	21	47.6	4.8	33.3	9.5	0.0	4.8
헝가리	서비스·생산직	7	71.4	0.0	28.6	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	11	54.5	0.0	18.2	0.0	0.0	27.3
				소득별				
인도	40,000 이상	100	48.0	19.0	12.0	13.0	0.0	8.0
	40,000 미만	69	62.3	17.4	8.7	5.8	0.0	5.8
터키	8,000 이상	126	45.2	13.5	7.9	10.3	0.8	22.2
-1/1	8,000 미만	81	51.9	6.2	11.1	9.9	0.0	21.0
캐나다	5,000 이상	40	62.5	12.5	12.5	0.0	0.0	12.5
	5,000 미만	34	47.1	17.6	14.7	5.9	0.0	14.7
헝가리	500,000 이상	17	35.3	0.0	47.1	5.9	0.0	11.8
	500,000 미만	22	68.2	4.5	13.6	4.5	0.0	9.1
				.객가치별				1
41-	고관여자	64	51.6	18.8	12.5	10.9	0.0	6.3
인도	중관여자	63	46.0	20.6	11.1	12.7	0.0	9.5
	저관여자	42	69.0	14.3	7.1	4.8	0.0	4.8
r] -)	고관여자	110	45.5	13.6	5.5	10.0	0.9	24.5
터키	중관여자	73	52.1	5.5	13.7	8.2	0.0	20.5
	저관여자 고리선기	24	45.8	12.5	12.5	16.7	0.0	12.5
<i>3</i> ]]1 ].=]	고관여자 주관성자	20	60.0	20.0	10.0	0.0	0.0	10.0
캐나다	중관여자 기괴선기	34	44.1	17.6	14.7	2.9	0.0	20.6
	저관여자 크리선기	20	70.0	5.0	15.0	5.0	0.0	5.0
첫] -l) -l	고관여자	12	66.7	0.0	25.0	0.0	0.0	8.3
헝가리	중관여자	18	50.0	0.0	27.8	5.6	0.0	16.7
	저관여자	9	44.4	11.1	33.3	11.1	0.0	0.0

## □ 한국 동영상 콘텐츠 스트리밍/다운로드 경험

귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 스트리밍 또는 다운로드하여 시청한 경험이 있습니까?

단위: 명 & %

				인치: 경 & 70
	국가	사례수	예	아니오
			국가별	
	인도	169	41.4	58.6
	터키	207	44.9	55.1
<del>,</del>	캐나다	74	40.5	59.5
7	헝가리	39	41.0	59.0
			성별	
ماح	남성	71	42.3	57.7
인도	여성	98	40.8	59.2
rl 7l	남성	60	38.3	61.7
터키	여성	147	47.6	52.4
-11, 1-1	남성	34	41.2	58.8
캐나다	여성	40	40.0	60.0
ا ا ا ا	남성	18	55.6	44.4
헝가리	여성	21	28.6	71.4
			연령별	
	10대	23	47.8	52.2
	20대	47	42.6	57.4
인도	30대	48	43.8	56.3
	40대	33	36.4	63.6
	50대 이상	18	33.3	66.7
	10대	17	17.6	82.4
	20대	47	46.8	53.2
터키	30대	57	54.4	45.6
	40대	49	42.9	57.1
	50대 이상	37	43.2	56.8
	10대	15	46.7	53.3
	20대	20	60.0	40.0
캐나다	30대	18	27.8	72.2
	40대	11	18.2	81.8
	50대 이상	10	40.0	60.0
	10대	8	25.0	75.0
	20대	10	60.0	40.0
헝가리	30대	9	22.2	77.8
, ,	40대	4	75.0	25.0
	50대 이상	8	37.5	62.5
	. , ,		1	

	구분	 사례수	ବା	아니오
	, _	1 4 1	학력별 기계 기계 기계 기계 기계 기계 기계 기계 기계 기계 기계 기계 기계	1 1
	고졸 이하	14	50.0	50.0
인도	대졸 이상	155	40.6	59.4
	고졸 이하	32	40.6	59.4
터키	대졸 이상	175	45.7	54.3
	고졸 이하	17	52.9	47.1
캐나다	대졸 이상	57	36.8	63.2
اد ادا	고졸 이하	16	43.8	56.3
헝가리	대졸 이상	23	39.1	60.9
			직업별	
	사무·전문직	139	38.8	61.2
인도	서비스·생산직	7	42.9	57.1
	학생/주부/무직	23	56.5	43.5
	사무·전문직	141	47.5	52.5
터키	서비스·생산직	10	50.0	50.0
	학생/주부/무직	56	37.5	62.5
	사무·전문직	42	40.5	59.5
캐나다	서비스·생산직	9	33.3	66.7
	학생/주부/무직	23	43.5	56.5
	사무·전문직	21	38.1	61.9
헝가리	서비스·생산직	7	57.1	42.9
	학생/주부/무직	11	36.4	63.6
			소득별	
인도	40,000 이상	100	34.0	66.0
인도	40,000 미만	69	52.2	47.8
터키	8,000 이상	126	51.6	48.4
디기	8,000 미만	81	34.6	65.4
캐나다	5,000 이상	40	42.5	57.5
개나나	5,000 미만	34	38.2	61.8
헝가리	500,000 이상	17	52.9	47.1
생기대	500,000 미만	22	31.8	68.2
			고객가치별	
	고관여자	64	51.6	48.4
인도	중관여자	63	39.7	60.3
	저관여자	42	28.6	71.4
	고관여자	110	44.5	55.5
터키	중관여자	73	43.8	56.2
	저관여자	24	50.0	50.0
	고관여자	20	45.0	55.0
캐나다	중관여자	34	38.2	61.8
	저관여자	20	40.0	60.0
	고관여자	12	50.0	50.0
헝가리	중관여자	18	44.4	55.6
	저관여자	9	22.2	77.8

## □ 한국 동영상 콘텐츠 스트리밍/다운로드 빈도

귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 스트리밍 또는 다운로드하여 얼마나 자주 시청하십니까?

단위: 명 & %

	7.1	사례수	42 1 21 4 522	한 달에	1주일에	1주일에	1주일에					
	국가	(명)	1년에 1-2번	1-2번	1-2번	3-4번	5번 이상					
		( 0 )	j	국가별								
	인도	70	25.7	37.1	20.0	10.0	7.1					
	터키	93	39.8	33.3	16.1	8.6	2.2					
7	캐나다	30	66.7	20.0	6.7	3.3	3.3					
i	헝가리	16	62.5	18.8	18.8	0.0	0.0					
				성별								
인도	남성	30	16.7	46.7	20.0	10.0	6.7					
인도	여성	40	32.5	30.0	20.0	10.0	7.5					
r] 7]	남성	23	56.5	30.4	8.7	4.3	0.0					
터키	여성	70	34.3	34.3	18.6	10.0	2.9					
캐나다	남성	14	64.3	28.6	7.1	0.0	0.0					
개나나	여성	16	68.8	12.5	6.3	6.3	0.0					
처기コ	남성	10	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0					
헝가리 여성		6	66.7	16.7	16.7	0.0	0.0					
	연령별											
	10대	11	54.5	18.2	0.0	0.0	0.0					
	20대	20	5.0	45.0	20.0	25.0	0.0					
인도	30대	21	23.8	38.1	28.6	9.5	0.0					
	40대	12	25.0	41.7	25.0	0.0	0.0					
	50대 이상	6	50.0	33.3	16.7	0.0	0.0					
	10대	3	33.3	33.3	0.0	0.0	0.0					
	20대	22	45.5	13.6	31.8	9.1	0.0					
터키	30대	31	29.0	41.9	12.9	12.9	0.0					
	40대	21	33.3	47.6	14.3	4.8	0.0					
	50대 이상	16	62.5	25.0	6.3	6.3	0.0					
	10대	7	85.7	0.0	0.0	14.3	0.0					
	20대	12	41.7	41.7	8.3	0.0	0.0					
캐나다	30대	5	60.0	20.0	20.0	0.0	0.0					
	40대	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0					
	50대 이상	4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0					
	10대	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0					
	20대	6	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0					
헝가리	30대	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0					
	40대	3	66.7	0.0	33.3	0.0	0.0					
	50대 이상	3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0					

	ユカ	사례수	1년에 1-2번	한 달에	1주일에	1주일에	1주일에
	국가	(명)	1년에 1-2년	1-2번	1-2번	3-4번	5번 이상
			ğ	<b></b> 라력별			
٥١٣	고졸 이하	7	57.1	42.9	0.0	0.0	0.0
인도	대졸 이상	63	22.2	36.5	22.2	11.1	0.0
터키	고졸 이하	13	46.2	38.5	7.7	0.0	0.0
니기	대졸 이상	80	38.8	32.5	17.5	10.0	0.0
캐나다	고졸 이하	9	77.8	11.1	0.0	0.0	0.0
71199	대졸 이상	21	61.9	23.8	9.5	4.8	0.0
헝가리	고졸 이하	7	85.7	14.3	0.0	0.0	0.0
3/14	대졸 이상	9	44.4	22.2	33.3	0.0	0.0
			7.	직업별			
	사무·전문직	54	20.4	37.0	24.1	13.0	0.0
인도	서비스·생산직	3	0.0	66.7	33.3	0.0	0.0
	학생/주부/무직	13	53.8	30.8	0.0	0.0	0.0
	사무·전문직	67	38.8	29.9	20.9	10.4	0.0
터키	서비스·생산직	5	40.0	40.0	0.0	20.0	0.0
	학생/주부/무직	21	42.9	42.9	4.8	0.0	0.0
	사무·전문직	17	70.6	17.6	5.9	0.0	0.0
캐나다	서비스·생산직	3	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	10	60.0	20.0	10.0	10.0	0.0
헝가리	사무·전문직	8	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0
	서비스·생산직	4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	4	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0
				는 두 별	Г		T
인도	40,000 이상	34	32.4	23.5	20.6	11.8	0.0
	40,000 미만	36	19.4	50.0	19.4	8.3	0.0
터키	8,000 이상	65	41.5	30.8	16.9	9.2	0.0
	8,000 미만	28	35.7	39.3	14.3	7.1	0.0
캐나다	5,000 이상	17	64.7	23.5	5.9	5.9	0.0
	5,000 미만	13	69.2	15.4	7.7	0.0	0.0
헝가리	500,000 이상	9	44.4	33.3	22.2	0.0	0.0
	500,000 미만	7	85.7	0.0	14.3	0.0	0.0
	그리사리	22		내가치별 21.2	22.2	15.0	0.0
ole	고관여자	33	21.2	21.2	33.3	15.2	0.0
인도	중관여자 저관여자	25	24.0	60.0	8.0	4.0	0.0
		12	41.7	33.3	8.3	8.3	0.0
터키	고관여자 중관여자	49	30.6	40.8	16.3	10.2	0.0
디기	중판역사 저관여자	32	46.9	25.0	15.6	9.4	0.0
	지판역사 고관역자	12 9	58.3 66.7	25.0	16.7	0.0	0.0
캐나다	고단역사 중관여자	13	69.2	23.1	7.7	0.0	0.0
ハイイ	장관역자 저관여자	8	62.5	25.0	0.0	12.5	0.0
	지판역사 고관여자	6		33.3	16.7	0.0	0.0
헝가리	고단역사 중관여자	8	50.0 62.5	12.5	25.0	0.0	0.0
७/14	전관역자 저관여자	2	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	기친역사		100.0	0.0	0.0	0.0	U.U

#### □ 한국 동영상 콘텐츠 스트리밍/다운로드 시 주이용 시청기기

귀하는 비용을 지불하지 않고 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 주로 이용하는 동영상 시청기기는 무엇입니까? 모두 응답해주십시오. (복수응답 가능)

단위: 명 & %

		사례수					
	국가	(명)	TV	스마트폰	데스크탑PC	노트북	태블릿PC
		( 0)	į į	 국가별			
	인도	70	44.3	84.3	28.6	51.4	15.7
	터키	93	48.4	57.0	24.7	36.6	15.1
3	 캐나다	30	23.3	33.3	33.3	30.0	3.3
	헝가리	16	18.8	37.5	50.0	31.3	12.5
				성별			
مات	남성	30	46.7	76.7	40.0	56.7	13.3
인도	여성	40	42.5	90.0	20.0	47.5	17.5
rl 7l	남성	23	30.4	39.1	30.4	56.5	8.7
터키	여성	70	54.3	62.9	22.9	30.0	17.1
캐나다	남성	14	21.4	35.7	28.6	28.6	7.1
개나나	여성	16	25.0	31.3	37.5	31.3	0.0
헝가리	남성	10	20.0	30.0	40.0	30.0	10.0
생가다	여성	6	16.7	50.0	66.7	33.3	16.7
			Ć	견령별			
	10대	11	18.2	100.0	9.1	27.3	0.0
	20대	20	50.0	100.0	35.0	50.0	15.0
인도	30대	21	61.9	90.5	42.9	52.4	28.6
	40대	12	41.7	58.3	16.7	58.3	8.3
	50대 이상	6	16.7	33.3	16.7	83.3	16.7
	10대	3	0.0	100.0	33.3	66.7	0.0
	20대	22	54.5	68.2	36.4	36.4	22.7
터키	30대	31	51.6	54.8	19.4	29.0	16.1
	40대	21	47.6	66.7	14.3	38.1	9.5
	50대 이상	16	43.8	25.0	31.3	43.8	12.5
	10대	7	14.3	42.9	14.3	28.6	14.3
	20대	12	25.0	50.0	50.0	16.7	0.0
캐나다	30대	5	40.0	0.0	40.0	40.0	0.0
	40대	2	0.0	50.0	0.0	50.0	0.0
	50대 이상	4	25.0	0.0	25.0	50.0	0.0
	10대	2	0.0	50.0	100.0	50.0	50.0
	20대	6	16.7	16.7	33.3	50.0	0.0
헝가리	30대	2	50.0	50.0	50.0	0.0	0.0
	40대	3	33.3	66.7	33.3	0.0	0.0
	50대 이상	3	0.0	33.3	66.7	33.3	33.3

	국가	사례수	TV	스마트폰	데스크탑PC	노트북	태블릿PC
	4/1	(명)		, –	M——HIC	1-4	네티것10
				<b>학력별</b>			
인도	고졸 이하	7	14.3	85.7	0.0	42.9	0.0
U.J.	대졸 이상	63	47.6	84.1	31.7	52.4	17.5
터키	고졸 이하	13	7.7	61.5	15.4	38.5	15.4
-1/1	대졸 이상	80	55.0	56.3	26.3	36.3	15.0
캐나다	고졸 이하	9	22.2	44.4	22.2	33.3	11.1
71199	대졸 이상	21	23.8	28.6	38.1	28.6	0.0
헝가리	고졸 이하	7	28.6	28.6	42.9	28.6	0.0
8714	대졸 이상	9	11.1	44.4	55.6	33.3	22.2
			7	직업별			
	사무·전문직	54	53.7	81.5	37.0	53.7	20.4
인도	서비스·생산직	3	33.3	66.7	0.0	100.0	0.0
	학생/주부/무직	13	7.7	100.0	0.0	30.8	0.0
	사무·전문직	67	55.2	53.7	28.4	38.8	17.9
터키	서비스·생산직	5	40.0	20.0	0.0	60.0	0.0
	학생/주부/무직	21	28.6	76.2	19.0	23.8	9.5
	사무·전문직	17	23.5	23.5	35.3	41.2	0.0
캐나다	서비스·생산직	3	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0
	학생/주부/무직	10	20.0	50.0	30.0	10.0	10.0
	사무·전문직	8	37.5	50.0	25.0	25.0	12.5
헝가리	서비스·생산직	4	0.0	0.0	75.0	25.0	0.0
	학생/주부/무직	4	0.0	50.0	75.0	50.0	25.0
			2	<b>스</b> 득별			
인도	40,000 이상	34	44.1	79.4	38.2	64.7	23.5
닌그	40,000 미만	36	44.4	88.9	19.4	38.9	8.3
터키	8,000 이상	65	50.8	56.9	20.0	32.3	15.4
4//	8,000 미만	28	42.9	57.1	35.7	46.4	14.3
캐나다	5,000 이상	17	23.5	23.5	41.2	29.4	0.0
71199	5,000 미만	13	23.1	46.2	23.1	30.8	7.7
헝가리	500,000 이상	9	11.1	44.4	44.4	33.3	11.1
3/14	500,000 미만	7	28.6	28.6	57.1	28.6	14.3
			고	<sup>객</sup> 가치별			
	고관여자	33	51.5	84.8	36.4	57.6	24.2
인도	중관여자	25	44.0	84.0	28.0	44.0	12.0
	저관여자	12	25.0	83.3	8.3	50.0	0.0
	고관여자	49	46.9	65.3	18.4	24.5	18.4
터키	중관여자	32	46.9	50.0	34.4	59.4	12.5
	저관여자	12	58.3	41.7	25.0	25.0	8.3
	고관여자	9	55.6	22.2	55.6	33.3	0.0
캐나다	중관여자	13	7.7	30.8	30.8	23.1	7.7
	저관여자	8	12.5	50.0	12.5	37.5	0.0
	고관여자	6	0.0	33.3	50.0	66.7	33.3
헝가리	중관여자	8	25.0	50.0	50.0	12.5	0.0
	저관여자	2	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0

#### □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 경험 없음 이유(1순위 기준)

귀하는 어떠한 이유로 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청한 경험이 없으십니까? 가장 큰 이유 순서대로 3위까지 응답해주십시오

- (1) 한국이라는 나라에 별로 관심이 없어서
- (2) 특별히 시청할만한 프로그램이 없어서
- (3) 한국 TV프로그램의 품질이 낮아서
- (4) 다른 나라의 프로그램이 더 재미있어서
- (5) 우리나라 TV프로그램이 더 재미있어서
- (6) 비용이 많이 들어서
- (7) 자막, 더빙을 통한 시청이 불편해서
- (8) 한국어가 어렵고 생소해서
- (9) 소재, 스토리가 획일적이고 진부해서
- (10) 자국 정서와 맞지 않아서
- (11) 우리나라와 관계가 안 좋아서
- (12) 작품성, 예술적 가치가 떨어져서
- (13) 출연자의 외모가 익숙하지 않아서
- (14) 세계적인 스타가 등장하지 않아서
- (15) 주변에서 추천하지 않아서
- (16) 프로그램을 접할 수 있는 기회가 없어서
- (17) 기타

단위: 명 & %

<u>е</u> п. 8 ж л										0 00 70
	국가	사례수 (명)	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	문항(7)	문항(8)
				Ē	구가별					
	인도	292	38.7	9.2	2.1	1.7	12.3	3.1	7.2	14.0
	터키	224	39.3	9.4	4.0	4.9	13.4	1.3	4.9	13.8
	캐나다	354	41.2	10.7	3.4	2.8	5.9	3.4	10.5	10.7
	헝가리	396	48.5	17.4	2.3	2.8	6.1	2.3	4.0	7.6
					성별					
인도	남성	165	40.0	10.9	1.2	1.8	13.3	2.4	5.5	15.2
친조	여성	127	37.0	7.1	3.1	1.6	11.0	3.9	9.4	12.6
터키	남성	143	42.0	9.1	2.8	4.9	11.2	1.4	4.9	13.3
471	여성	81	34.6	9.9	6.2	4.9	17.3	1.2	4.9	14.8
캐나다	남성	174	40.8	13.2	5.7	3.4	5.7	5.2	7.5	6.9
7144	여성	180	41.7	8.3	1.1	2.2	6.1	1.7	13.3	14.4
헝가리	남성	201	52.2	15.9	3.5	2.5	6.0	2.0	3.5	6.0
8/14	여성	195	44.6	19.0	1.0	3.1	6.2	2.6	4.6	9.2
				Ò	변령별					
	10대	55	54.5	7.3	1.8	0.0	9.1	3.6	9.1	7.3
	20대	53	49.1	9.4	1.9	3.8	9.4	1.9	3.8	11.3
인도	30대	54	24.1	11.1	1.9	3.7	20.4	1.9	5.6	18.5
	40대	57	31.6	5.3	5.3	0.0	15.8	3.5	1.8	21.1
	50대 이상	73	35.6	12.3	0.0	1.4	8.2	4.1	13.7	12.3
	10대	48	70.8	2.1	4.2	2.1	4.2	0.0	4.2	10.4
	20대	44	38.6	4.5	0.0	6.8	15.9	4.5	2.3	13.6
터키	30대	38	31.6	13.2	5.3	7.9	10.5	0.0	2.6	21.1
	40대	44	38.6	18.2	6.8	4.5	9.1	0.0	2.3	13.6
	50대 이상	50	16.0	10.0	4.0	4.0	26.0	2.0	12.0	12.0

	국가	사례수 (명)	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	문항(7)	문항(8)
	10대	64	45.3	10.9	6.3	4.7	3.1	1.6	7.8	9.4
	20대	64	43.8	9.4	1.6	1.6	7.8	0.0	9.4	9.4
캐나다	30대	73	37.0	16.4	2.7	5.5	8.2	4.1	8.2	9.6
	40대	80	43.8	11.3	5.0	1.3	5.0	6.3	8.8	11.3
	50대 이상	73	37.0	5.5	1.4	1.4	5.5	4.1	17.8	13.7
	10대	55	65.5	10.9	7.3	3.6	0.0	3.6	1.8	0.0
	20대	79	69.6	11.4	0.0	5.1	3.8	1.3	2.5	1.3
헝가리	30대	87	41.4	16.1	4.6	2.3	10.3	1.1	2.3	11.5
	40대	93	39.8	21.5	1.1	1.1	8.6	2.2	4.3	12.9
	50대 이상	82	34.1	24.4	0.0	2.4	4.9	3.7	8.5	8.5

	국가	문항(9)	문항(10)	문항(11)	문항(12)	문항(13)	문항(14)	문항(15)	문항(16)	문항(17)
				5	구가별					. ,
	인도	0.7	0.7	0.0	0.3	5.8	0.7	2.1	0.7	0.7
	터키	0.0	0.9	0.4	0.0	2.7	0.9	1.8	0.9	1.3
;	캐나다	0.0	0.3	0.0	0.6	4.5	0.3	2.5	1.1	2.0
7	헝가리	1.3	0.5	0.0	0.0	1.3	0.8	0.5	2.8	2.0
					성별					
ما ت	남성	0.6	0.6	0.0	0.0	6.1	0.6	1.2	0.6	0.0
인도	여성	0.8	0.8	0.0	0.8	5.5	0.8	3.1	0.8	1.6
터키	남성	0.0	1.4	0.7	0.0	2.8	0.7	2.1	1.4	1.4
	여성	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	1.2	1.2	0.0	1.2
캐나다	남성	0.0	0.6	0.0	1.1	4.0	0.6	2.3	1.1	1.7
71144	여성	0.0	0.0	0.0	0.0	5.0	0.0	2.8	1.1	2.2
헝가리	남성	1.0	0.5	0.0	0.0	1.5	1.0	0.5	2.5	1.5
8/1대	여성	1.5	0.5	0.0	0.0	1.0	0.5	0.5	3.1	2.6
				Ò	변령별					
	10대	0.0	0.0	0.0	0.0	3.6	0.0	1.8	0.0	1.8
	20대	0.0	0.0	0.0	1.9	5.7	0.0	1.9	0.0	0.0
인도	30대	0.0	1.9	0.0	0.0	5.6	3.7	1.9	0.0	0.0
	40대	3.5	0.0	0.0	0.0	7.0	0.0	1.8	1.8	1.8
	50대 이상	0.0	1.4	0.0	0.0	6.8	0.0	2.7	1.4	0.0
	10대	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.1	0.0	0.0	0.0
	20대	0.0	0.0	2.3	0.0	4.5	2.3	4.5	0.0	0.0
터키	30대	0.0	2.6	0.0	0.0	2.6	0.0	0.0	2.6	0.0
	40대	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	2.3	2.3
	50대 이상	0.0	2.0	0.0	0.0	6.0	0.0	2.0	0.0	4.0
	10대	0.0	0.0	0.0	0.0	4.7	0.0	6.3	0.0	0.0
	20대	0.0	0.0	0.0	1.6	7.8	0.0	3.1	1.6	3.1
캐나다	30대	0.0	1.4	0.0	0.0	1.4	1.4	0.0	1.4	2.7
	40대	0.0	0.0	0.0	1.3	2.5	0.0	2.5	1.3	0.0
	50대 이상	0.0	0.0	0.0	0.0	6.8	0.0	1.4	1.4	4.1
	10대	1.8	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	0.0	0.0	3.6
	20대	2.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	2.5	0.0
헝가리	30대	0.0	1.1	0.0	0.0	1.1	1.1	1.1	2.3	3.4
	40대	1.1	1.1	0.0	0.0	1.1	0.0	1.1	2.2	2.2
	50대 이상	1.2	0.0	0.0	0.0	2.4	2.4	0.0	6.1	1.2

	, 사례수  ,  ,  ,  ,  ,  ,									
	구분	(명)	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	문항(7)	문항(8)
		( 0)		l 학	 력별					
41-	고졸 이하	54	55.6	9.3	0.0	0.0	7.4	1.9	7.4	9.3
인도	대졸 이상	238	34.9	9.2	2.5	2.1	13.4	3.4	7.1	15.1
rl -1	고졸 이하	71	50.7	7.0	1.4	4.2	8.5	1.4	7.0	11.3
터키	대졸 이상	153	34.0	10.5	5.2	5.2	15.7	1.3	3.9	15.0
캐나다	고졸 이하	108	44.4	9.3	5.6	2.8	1.9	1.9	8.3	8.3
개나나	대졸 이상	246	39.8	11.4	2.4	2.8	7.7	4.1	11.4	11.8
헝가리	고졸 이하	216	53.7	16.2	2.3	0.9	5.6	3.2	4.2	6.0
8/14	대졸 이상	180	42.2	18.9	2.2	5.0	6.7	1.1	3.9	9.4
				직역	업별					
	사무·전문직	167	29.3	11.4	3.0	1.8	12.0	3.6	4.8	19.2
인도	서비스·생산직	28	39.3	3.6	0.0	0.0	28.6	3.6	10.7	3.6
	학생/주부/무직	97	54.6	7.2	1.0	2.1	8.2	2.1	10.3	8.2
	사무·전문직	117	33.3	11.1	5.1	4.3	12.8	0.9	6.0	15.4
터키	서비스·생산직	28	28.6	14.3	7.1	17.9	10.7	3.6	3.6	10.7
	학생/주부/무직	79	51.9	5.1	1.3	1.3	15.2	1.3	3.8	12.7
	사무·전문직	181	37.0	12.7	4.4	3.3	6.6	3.9	10.5	11.0
캐나다	서비스·생산직	54	40.7	9.3	1.9	1.9	9.3	1.9	13.0	9.3
	학생/주부/무직	119	47.9	8.4	2.5	2.5	3.4	3.4	9.2	10.9
-1 1 1	사무·전문직	203	44.8	22.2	3.0	3.0	7.4	1.5	2.5	8.4
헝가리	서비스·생산직	75	46.7	12.0	0.0	0.0	9.3	2.7	6.7	10.7
	학생/주부/무직	118	55.9	12.7	2.5	4.2	1.7	3.4	5.1	4.2
	40,000 이상	141	34.8	9.9	두별 1.4	2.1	12.8	2.8	7.8	10.1
인도	40,000 미만	151	42.4	8.6	1.4	1.3	11.9	3.3		19.1 9.3
	8,000 이상	94	29.8	11.7	2.6 5.3	7.4	14.9	1.1	6.6	13.8
터키	8,000 미만	130	46.2	7.7	3.1	3.1	12.3	1.5	3.8	13.8
	5,000 미년	174	39.1	9.8	3.4	2.9	6.3	1.7	12.1	12.6
캐나다	5,000 기장	180	43.3	11.7	3.3	2.8	5.6	5.0	8.9	8.9
	500,000 이상	113	54.0	19.5	1.8	3.5	7.1	0.0	2.7	1.8
헝가리	500,000 미만	283	46.3	16.6	2.5	2.5	5.7	3.2	4.6	9.9
	200,000   [	203	10.5		가치별	2.0	5.7	3.2		3.5
	고관여자	55	32.7	10.9	1.8	3.6	7.3	3.6	10.9	12.7
인도	중관여자	119	32.8	7.6	2.5	2.5	14.3	2.5	8.4	17.6
	저관여자	118	47.5	10.2	1.7	0.0	12.7	3.4	4.2	11.0
	고관여자	54	20.4	11.1	0.0	5.6	16.7	0.0	7.4	22.2
터키	중관여자	92	35.9	14.1	6.5	5.4	14.1	1.1	3.3	8.7
	저관여자	78	56.4	2.6	3.8	3.8	10.3	2.6	5.1	14.1
	고관여자	109	39.4	11.0	3.7	2.8	7.3	2.8	11.9	11.9
캐나다	중관여자	167	41.9	11.4	3.0	3.6	5.4	4.2	10.2	10.2
	저관여자	78	42.3	9.0	3.8	1.3	5.1	2.6	9.0	10.3
	고관여자	110	40.9	20.0	3.6	1.8	10.0	2.7	2.7	9.1
헝가리	중관여자	167	47.9	18.0	2.4	2.4	2.4	2.4	6.0	6.0
	저관여자	119	56.3	14.3	0.8	4.2	7.6	1.7	2.5	8.4

	구분	문항(9)	문항(10)	무항(11)	무항(12)	무항(13)	무항(14)	무항(15)	무항(16)	무하(17)
	1 4	E 0(2)	E 8(10)		르 8(12) 력별	E 0(13)	E 0(11)	E 0(13)	E 0(10)	E 0(17)
_	고졸 이하	0.0	0.0	0.0	0.0	5.6	0.0	3.7	0.0	0.0
인도	대졸 이상	0.8	0.8	0.0	0.4	5.9	0.8	1.7	0.8	0.8
	고졸 이하	0.0	0.0	1.4	0.0	1.4	1.4	2.8	1.4	0.0
터키	대졸 이상	0.0	1.3	0.0	0.0	3.3	0.7	1.3	0.7	2.0
-11, 1-1	고졸 이하	0.0	0.0	0.0	0.9	8.3	0.9	3.7	0.0	3.7
캐나다	대졸 이상	0.0	0.4	0.0	0.4	2.8	0.0	2.0	1.6	1.2
헝가리	고졸 이하	1.4	0.5	0.0	0.0	0.9	0.9	0.0	1.9	2.3
생기대	대졸 이상	1.1	0.6	0.0	0.0	1.7	0.6	1.1	3.9	1.7
				직(	업별					
	사무·전문직	1.2	0.6	0.0	0.6	7.8	1.2	2.4	0.6	0.6
인도	서비스·생산직	0.0	3.6	0.0	0.0	3.6	0.0	3.6	0.0	0.0
	학생/주부/무직	0.0	0.0	0.0	0.0	3.1	0.0	1.0	1.0	1.0
, ,	사무·전문직	0.0	0.0	0.9	0.0	3.4	0.0	3.4	1.7	1.7
터키	서비스·생산직	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	0.0	1.3	0.0	0.0	2.5	2.5	0.0	0.0	1.3
	사무·전문직	0.0	0.6	0.0	1.1	2.8	0.0	1.7	2.2	2.2
캐나다	서비스·생산직	0.0	0.0	0.0	0.0	7.4	0.0	1.9	0.0	3.7
	학생/주부/무직	0.0	0.0	0.0	0.0	5.9	0.8	4.2	0.0	0.8
	사무·전문직	0.5	1.0	0.0	0.0	1.5	0.5	1.0	1.5	1.5
헝가리	서비스·생산직 학생/주부/무직	1.3	0.0	0.0	0.0	1.3	1.3	0.0	4.0	4.0
	4%/++/+4	2.5	0.0	0.0	0.0 득별	0.8	0.8	0.0	4.2	1.7
	40,000 이상	1.4	0.7	0.0	0.0	6.4	0.7	0.0	0.0	0.0
인도	40,000 미만	0.0	0.7	0.0	0.7	5.3	0.7	4.0	1.3	1.3
	8,000 이상	0.0	2.1	0.0	0.0	2.1	1.1	3.2	0.0	1.1
터키	8,000 미만	0.0	0.0	0.8	0.0	3.1	0.8	0.8	1.5	1.5
	5,000 이상	0.0	0.0	0.0	0.6	4.6	0.6	2.3	1.7	2.3
캐나다	5,000 미만	0.0	0.6	0.0	0.6	4.4	0.0	2.8	0.6	1.7
	500,000 이상	0.9	0.0	0.0	0.0	0.9	1.8	0.9	2.7	2.7
헝가리	500,000 미만	1.4	0.7	0.0	0.0	1.4	0.4	0.4	2.8	1.8
					가치별		-	-		
	고관여자	1.8	0.0	0.0	0.0	5.5	1.8	5.5	1.8	0.0
인도	중관여자	0.8	0.8	0.0	0.0	7.6	0.8	0.8	0.0	0.8
	저관여자	0.0	0.8	0.0	0.8	4.2	0.0	1.7	0.8	0.8
	고관여자	0.0	0.0	1.9	0.0	1.9	1.9	5.6	3.7	1.9
터키	중관여자	0.0	2.2	0.0	0.0	4.3	1.1	1.1	0.0	2.2
	저관여자	0.0	0.0	0.0	0.0	1.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	고관여자	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7	0.9	1.8	0.0	2.8
캐나다	중관여자	0.0	0.0	0.0	1.2	4.8	0.0	1.2	0.6	2.4
	저관여자	0.0	1.3	0.0	0.0	5.1	0.0	6.4	3.8	0.0
	고관여자	1.8	0.9	0.0	0.0	0.0	1.8	0.0	2.7	1.8
헝가리	중관여자	1.8	0.0	0.0	0.0	2.4	0.6	1.2	4.2	2.4
	저관여자	0.0	0.8	0.0	0.0	0.8	0.0	0.0	0.8	1.7

#### □ 한국 동영상 콘텐츠 인식평가

귀하는 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠에 대해 전반적으로 어떻게 생각하는지 응답해 주십시오.

- (1) 참신하다
- (2) 흥미롭다
- (3) 작품성이 높다
- (4) 대중적이다
- (5) 유익한 정보가 많다
- (6) 장르와 포맷이 우수하다
- (7) 세련되다
- (8) 신뢰할만하다
- (9) 다양하다
- (10) 사실적이다
- (11) 환상적이다
- (12) 한국 고유문화의 특수성을 잘 보여준다
- (13) 온가족이 시청하기에 적합하다
- (14) 주요 연기자 및 연예인들의 외모가 멋지다
- (15) 주요 연기자 및 연예인들의 재능이 뛰어나다
- (16) 주요 연기자 및 연예인들의 인기가 높다
- \* (전혀 그렇지 않다-1점, 그렇지 않다-2점, 보통이다-3점, 그렇다-4점, 매우 그렇다-5점)

다위 명 & 5점 척도 평규

								단위: 명	& 5名 4	역노 병판
	국가	사례수 (명)	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	문항(7)	문항(8)
				177	구가별					
	인도	461	3.4	3.5	3.6	3.4	3.3	3.5	3.6	3.4
	터키	431	3.4	3.4	3.4	3.4	3.2	3.1	3.3	3.4
	캐나다	428	2.8	2.9	2.9	2.9	2.7	2.8	2.9	2.8
-	헝가리	435	2.8	2.7	2.7	2.6	2.5	2.6	2.7	2.6
					성별					
인도	남성	236	3.3	3.4	3.6	3.3	3.2	3.4	3.5	3.3
닌ㅗ	여성	225	3.5	3.6	3.7	3.6	3.4	3.6	3.6	3.5
터키	남성	203	3.0	3.1	3.0	3.0	2.8	2.7	3.0	3.2
4//	여성	228	3.7	3.8	3.7	3.8	3.5	3.5	3.6	3.6
캐나다	남성	208	2.9	2.9	2.9	2.9	2.7	2.8	3.0	2.9
71199	여성	220	2.8	2.8	2.8	2.8	2.6	2.8	2.9	2.8
헝가리	남성	219	2.8	2.7	2.6	2.5	2.6	2.5	2.7	2.7
3/14	여성	216	2.8	2.7	2.8	2.7	2.5	2.6	2.7	2.6
				Ċ	면령별					
	10대	78	3.1	3.2	3.5	3.3	2.8	3.2	3.3	2.9
	20대	100	3.6	3.7	3.7	3.6	3.4	3.5	3.7	3.5
인도	30대	102	3.6	3.7	3.7	3.6	3.5	3.7	3.8	3.6
	40대	90	3.6	3.7	3.7	3.5	3.5	3.6	3.6	3.5
	50대 이상	91	3.1	3.3	3.4	3.1	3.3	3.3	3.3	3.3
	10대	65	2.6	2.8	2.7	3.1	2.5	2.4	2.6	2.7
	20대	91	3.4	3.4	3.3	3.4	3.3	3.1	3.3	3.3
터키	30대	95	3.9	3.9	3.8	3.7	3.6	3.6	3.8	3.8
	40대	93	3.5	3.5	3.5	3.4	3.2	3.2	3.4	3.5
	50대 이상	87	3.4	3.4	3.3	3.3	3.1	3.1	3.4	3.4

	국가	사례수 (명)	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	문항(7)	문항(8)
	10대	79	2.7	2.8	2.8	3.0	2.5	2.8	3.0	2.8
	20대	84	3.0	3.1	3.1	3.1	3.0	3.0	3.3	3.0
캐나다	30대	91	3.0	3.0	3.0	2.9	2.8	3.0	3.0	3.1
	40대	91	2.8	2.7	2.7	2.7	2.5	2.6	2.7	2.6
	50대 이상	83	2.7	2.7	2.7	2.6	2.5	2.7	2.7	2.7
	10대	63	2.7	2.5	2.6	2.9	2.4	2.4	2.6	2.4
	20대	89	2.9	2.9	2.9	2.9	2.7	2.7	2.9	2.7
헝가리	30대	96	2.9	2.7	2.7	2.5	2.5	2.6	2.8	2.6
	40대	97	2.8	2.7	2.7	2.5	2.5	2.6	2.7	2.7
	50대 이상	90	2.7	2.7	2.6	2.4	2.6	2.5	2.7	2.6

	국가	문항(9)	문항(10)	문항(11)	문항(12)	문항(13)	문항(14)	문항(15)	문항(16)	
국가별										
인도		3.4	3.4	3.4	3.5	3.3	3.5	3.5	3.3	
	터키	3.4	3.2	3.4	3.3	3.5	3.4	3.4	3.1	
	캐나다	2.8	2.7	2.8	3.2	2.8	2.9	2.9	2.6	
	헝가리	2.9	2.6	2.5	3.2	2.4	2.8	2.8	2.4	
				성별						
인도	남성	3.2	3.2	3.3	3.5	3.3	3.4	3.5	3.1	
인도	여성	3.5	3.5	3.6	3.6	3.4	3.5	3.6	3.5	
디기	남성	3.2	2.9	3.1	3.0	3.1	3.1	3.1	2.8	
터키	여성	3.7	3.4	3.7	3.6	3.7	3.6	3.6	3.4	
الدا الد	남성	2.8	2.7	2.9	3.3	2.8	2.9	3.0	2.7	
캐나다	여성	2.8	2.7	2.7	3.2	2.7	2.9	2.9	2.6	
싫기기	남성	2.9	2.6	2.5	3.2	2.4	2.7	2.8	2.3	
헝가리	여성	2.9	2.6	2.5	3.1	2.4	2.8	2.9	2.4	
				연령별						
	10대	3.0	2.8	3.1	3.2	2.9	3.3	3.5	3.2	
	20대	3.5	3.4	3.6	3.6	3.3	3.6	3.7	3.5	
인도	30대	3.6	3.6	3.7	3.7	3.5	3.5	3.6	3.4	
	40대	3.4	3.5	3.5	3.6	3.5	3.5	3.6	3.4	
	50대 이상	3.2	3.3	3.2	3.4	3.3	3.3	3.4	3.1	
	10대	3.1	2.5	2.8	2.8	2.7	3.0	2.9	2.8	
	20대	3.4	3.1	3.4	3.2	3.5	3.3	3.4	3.1	
터키	30대	3.8	3.7	3.7	3.7	3.8	3.7	3.7	3.5	
	40대	3.4	3.3	3.5	3.4	3.6	3.4	3.4	3.1	
	50대 이상	3.4	3.2	3.4	3.4	3.4	3.3	3.3	3.1	
	10대	2.8	2.6	2.8	3.5	2.8	3.1	3.1	2.8	
	20대	3.0	2.8	3.0	3.3	2.8	3.0	3.0	2.7	
캐나다	30대	2.9	2.8	2.8	3.4	3.0	3.0	3.1	2.8	
	40대	2.5	2.5	2.7	3.0	2.5	2.6	2.7	2.5	
	50대 이상	2.6	2.7	2.6	3.0	2.7	2.8	2.8	2.5	
	10대	2.9	2.4	2.5	3.0	2.1	2.7	2.7	2.4	
	20대	3.1	2.8	2.6	3.4	2.7	3.0	3.1	2.5	
헝가리	30대	2.9	2.6	2.6	3.1	2.4	2.8	2.7	2.4	
	40대	2.8	2.7	2.5	3.1	2.4	2.7	2.8	2.4	
	50대 이상	2.8	2.6	2.5	3.2	2.4	2.7	2.8	2.2	

	 구분	사례수	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	므.청나(기)	문항(8)			
	ੀ ਦ	(명)	正名(1)	正号(2)	工名(2)	正号( <del>4</del> )	工名(2)	工名(0)	正%(/)	工名(9)			
학력별													
인도	고졸 이하	68	2.9	3.0	3.3	3.0	2.8	3.0	3.3	2.9			
U.J.	대졸 이상	393	3.5	3.6	3.7	3.5	3.4	3.5	문항(7)  3.3 3.6 2.9 3.5 2.8 3.0 2.7 2.8 3.5 3.2 3.5 2.9 3.2 3.0 2.9 2.9 2.7 2.8 2.7 3.6 3.5 3.6 3.1 3.0 2.9 2.8 2.7 3.6 3.5 3.6 3.1 3.0 2.9 2.8 2.7 2.8 2.7	3.5			
터키	고졸 이하	103	2.8	3.0	2.9	3.1	2.7	2.6	3.3 3.6 2.9 3.5 2.8 3.0 2.7 2.8 3.7 3.5 3.2 3.5 2.9 3.2 3.0 2.9 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 3.6 3.1 3.0 2.9 2.9 2.7 2.8 2.7 3.6 3.1 3.0 2.9 2.9 2.7 3.6 3.1 3.0 2.9 2.9 2.7 3.6 3.1 3.0 2.9 2.8 2.7 3.8 3.8 3.8 3.8 3.8 3.8 3.8 3.8	3.0			
21/1	대졸 이상	328	3.6	3.6	3.5	3.5	3.3	3.3		3.5			
캐나다	고졸 이하	125	2.7	2.7	2.7	2.7	2.6	2.7	2.8	2.7			
/  - -	대졸 이상	303	2.9	2.9	2.9	2.9	2.7	2.8	3.0	2.9			
헝가리	고졸 이하	232	2.7	2.6	2.6	2.6	2.5	2.5	2.7	2.5			
3/14	대졸 이상	203	2.9	2.9	2.8	2.6	2.6	2.6	2.8	2.7			
직업별 20 27 29 26 25 27 27 27													
	사무·전문직	306	3.6	3.7	3.8	3.6	3.5	3.7	3.7	3.6			
인도	서비스·생산직	35	3.2	3.1	3.6	3.2	3.2	3.4	3.5	3.1			
	학생/주부/무직	120	2.9	3.1	3.2	3.1	2.9	3.0	3.3 3.6 2.9 3.5 2.8 3.0 2.7 2.8 3.7 3.5 3.2 3.5 3.9 3.9 2.9 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 3.6 3.1 3.0 2.9 2.9 2.7 2.8 2.7 3.6 3.1 3.0 2.9 2.9 2.7 3.6 3.3 3.0 2.9 2.9 2.7 3.6 3.3 3.0 2.9 2.8 2.7 3.8 3.8 3.8 3.8 3.8 3.8 3.8 3.8	3.0			
	사무·전문직	258	3.6	3.6	3.5	3.5	3.3	3.3	3.5	3.5			
터키	서비스·생산직	38	2.9	3.0	3.1	2.8	2.9	2.5	2.9	2.9			
	학생/주부/무직	135	3.2	3.2	3.1	3.3	2.9	2.9	3.2	3.2			
	사무·전문직	223	3.0	2.9	2.9	2.9	2.7	2.9	3.0	2.9			
캐나다	서비스·생산직	63	2.7	2.9	2.9	2.8	2.7	2.8	2.9	2.8			
	학생/주부/무직	142	2.7	2.7	2.8	2.8	2.6	2.7	3.3 3.6 2.9 3.5 2.8 3.0 2.7 2.8 3.7 3.5 3.2 3.5 2.9 3.2 3.0 2.9 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 2.8 2.7 3.6 3.1 3.0 2.9 2.9 2.7 2.8 2.7 3.6 3.1 3.0 2.9 2.9 2.7 3.6 3.1 3.0 2.9 2.9 2.7 3.6 3.3 3.3 3.6 3.1 3.0 2.9 2.8 2.7 3.6 3.3 3.8 3.8 3.8 3.8 3.8 3.8 3.8	2.8			
	사무·전문직	224	2.9	2.7	2.7	2.6	2.5	2.6	2.7	2.7			
헝가리	서비스·생산직	82	2.8	2.8	2.7	2.6	2.6	2.7	2.8	2.7			
	학생/주부/무직	129	2.7	2.7	2.6	2.7	2.5	2.5	2.7	2.5			
	수 6 가 구가 다 12 5 2.7 2.0 2.1 2.3 2.3 2.1 2.3 소득별												
인도	40,000 이상	241	3.5	3.6	3.7	3.5	3.4	3.6	3.6	3.5			
인도	40,000 미만	220	3.3	3.4	3.5	3.3	3.2	3.4	3.5	3.3			
터키	8,000 이상	220	3.7	3.7	3.6	3.6	3.4	3.4	3.6	3.6			
디기	8,000 미만	211	3.1	3.2	3.1	3.2	2.9	2.9	3.1	3.1			
캐나다	5,000 이상	214	2.9	2.9	2.9	2.9	2.7	2.8	3.0	2.9			
71144	5,000 미만	214	2.8	2.8	2.8	2.9	2.6	2.8	2.9	2.8			
21-1-1	500,000 이상	130	3.0	2.8	2.9	2.7	2.6	2.6	2.8	2.7			
헝가리	500,000 미만	305	2.7	2.7	2.6	2.6	2.5	2.6	2.7	2.6			
				고객	가치별								
	고관여자	119	3.8	3.9	3.9	3.8	3.8	3.8	3.9	3.7			
인도	중관여자	182	3.4	3.5	3.6	3.4	3.3	3.5	3.6	3.4			
	저관여자	160	3.1	3.2	3.4	3.2	3.0	3.1	3.3	3.1			
	고관여자	164	3.9	3.9	3.8	3.8	3.6	3.6	3.8	3.9			
터키	중관여자	165	3.3	3.3	3.2	3.3	3.0	2.9	3.3	3.3			
	저관여자	102	2.8	2.9	2.8	2.9	2.6	2.6	2.7	2.8			
	고관여자	129	2.9	2.9	2.9	2.9	2.7	2.9	3.1	3.0			
캐나다	중관여자	201	2.8	2.8	2.8	2.8	2.6	2.8	2.8	2.8			
	저관여자	98	2.8	2.9	2.9	3.0	2.7	2.8	2.9	2.9			
	고관여자	122	2.9	2.8	2.8	2.5	2.6	2.7		2.7			
헝가리	중관여자	185	2.8	2.7	2.7	2.6	2.6	2.5	2.7	2.6			
	저관여자	128	2.8	2.7	2.7	2.7	2.5	2.5	2.7	2.5			

	구분	문항(9)	문항(10)	문항(11)	문항(12)	문항(13)	무항(14)	무항(15)	문항(16)
	1 2	보 (기)	년 8(10)	<u>학력별</u>	년 0(12)	上 0(13)	년 0(1 <del>기</del> )	也 6(13)	면 8(10)
	고졸 이하	3.0	2.8	3.0	3.0	2.9	3.2	3.2	3.0
인도	 대졸 이상	3.4	3.5	3.5	3.6	3.4	3.5	3.6	3.4
	고졸 이하	3.1	2.7	3.1	2.9	3.0	3.1	3.0	2.9
터키	대졸 이상	3.5	3.3	3.5	3.5	3.6	3.4	3.5	3.2
캐나다	고졸 이하	2.7	2.6	2.6	3.1	2.6	2.7	2.8	2.5
	대졸 이상	2.8	2.7	2.9	3.3	2.8	3.0	3.0	2.7
	고졸 이하	2.8	2.5	2.4	3.0	2.3	2.7	2.7	2.3
헝가리	대졸 이상	3.0	2.7	2.6	3.3	2.5	2.9	2.9	2.4
	-115 10	3.0	2.7	직업별	3.3	2.3	2.7	2.9	2.1
	사무·전문직	3.5	3.6	3.6	3.7	3.5	3.6	3.7	3.5
인도	서비스·생산직	3.2	3.1	3.3	3.3	3.2	3.1	3.2	3.1
	학생/주부/무직	2.9	2.9	3.1	3.2	2.9	3.2	3.3	3.0
	사무·전문직	3.6	3.4	3.6	3.5	3.6	3.5	3.5	3.3
터키	서비스·생산직	2.8	2.7	2.9	2.8	2.9	2.9	2.8	2.9
, ,	학생/주부/무직	3.4	3.0	3.2	3.2	3.3	3.3	3.3	3.0
	사무·전문직	2.8	2.8	2.9	3.2	2.8	2.9	3.0	2.7
캐나다	서비스·생산직	2.7	2.6	2.8	3.1	2.6	2.9	2.9	2.6
, , ,	학생/주부/무직	2.7	2.6	2.7	3.2	2.7	2.9	2.9	2.6
	사무·전문직	3.0	2.7	2.6	3.2	2.4	2.8	2.8	2.3
헝가리	서비스 생산직	2.9	2.6	2.5	3.1	2.4	2.9	2.8	2.4
	학생/주부/무직	2.8	2.5	2.5	3.1	2.3	2.7	2.8	2.3
				소득별					
٥١٦	40,000 이상	3.5	3.5	3.5	3.6	3.5	3.5	3.6	3.4
인도	40,000 미만	3.2	3.2	3.4	3.4	3.2	3.4	3.5	3.3
r] 7]	8,000 이상	3.7	3.4	3.7	3.6	3.7	3.5	3.6	3.3
터키	8,000 미만	3.2	3.0	3.1	3.1	3.2	3.2	3.1	3.0
게 1 =1	5,000 이상	2.8	2.7	2.9	3.3	2.8	2.9	3.0	2.7
캐나다	5,000 미만	2.7	2.7	2.7	3.1	2.8	2.9	2.9	2.6
헝가리	500,000 이상	3.0	2.6	2.6	3.2	2.4	2.9	2.9	2.4
8/14	500,000 미만	2.9	2.6	2.5	3.1	2.4	2.7	2.8	2.3
				고객가치병	<b></b>				
	고관여자	3.7	3.8	3.8	3.9	3.8	3.8	3.9	3.6
인도	중관여자	3.4	3.3	3.5	3.6	3.4	3.5	3.6	3.3
	저관여자	3.1	3.0	3.2	3.2	3.0	3.2	3.3	3.1
	고관여자	3.9	3.7	3.8	3.8	4.0	3.8	3.9	3.6
터키	중관여자	3.3	3.0	3.3	3.3	3.3	3.3	3.2	3.0
	저관여자	3.0	2.6	2.9	2.7	2.8	2.8	2.8	2.7
	고관여자	2.9	2.8	2.8	3.3	2.8	2.9	3.0	2.6
캐나다	중관여자	2.8	2.7	2.8	3.2	2.8	2.9	2.9	2.7
	저관여자	2.7	2.6	2.8	3.2	2.7	3.0	3.0	2.6
	고관여자	3.0	2.7	2.6	3.2	2.5	2.9	2.9	2.4
헝가리	중관여자	2.9	2.6	2.5	3.1	2.4	2.7	2.8	2.3
	저관여자	2.9	2.6	2.4	3.2	2.4	2.7	2.7	2.4

## □ 한국 동영상 콘텐츠 장르별 향후 시청 의향

귀하는 향후에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청하실 의향이 어느 정도 있으십니까?

단위: 명 & %

국가				버라이		뉴스	교육			
		사례수	드라마	어티쇼	음악	시사		영화	스포츠	
국가별										
	인도	461	3.5	3.4	3.4	3.2	3.3	3.6	3.4	
터키		431	3.5	3.4	3.5	3.1	3.2	3.9	3.3	
	<u>- 1/1</u>   나다	428	2.5	2.3	2.4	2.2	2.2	2.7	2.2	
	<u>"-1-1</u> 청가리	435	2.2	2.3	2.4	2.1	2.2	2.7	2.2	
	07   -1	133	2.2	성별		2.1	2.2	2.7	2.2	
	남성	236	3.3	3.3	3.3	3.2	3.4	3.5	3.5	
인도	여성	225	3.6	3.5	3.5	3.1	3.2	3.7	3.3	
, ,	남성	203	3.0	3.1	3.1	2.8	2.9	3.5	3.2	
터키	여성	228	3.9	3.6	3.8	3.4	3.5	4.2	3.3	
. N. 11	남성	208	2.5	2.3	2.4	2.3	2.2	2.7	2.4	
캐나다	여성	220	2.6	2.3	2.4	2.1	2.1	2.7	2.0	
ا ا ا ا	남성	219	2.1	2.1	2.3	2.1	2.3	2.7	2.5	
헝가리	여성	216	2.2	2.4	2.4	2.1	2.2	2.7	2.0	
				연령`	별					
	10대	78	3.3	3.0	2.9	2.6	2.8	3.2	2.7	
	20대	100	3.6	3.6	3.6	3.3	3.5	3.7	3.6	
인도	30대	102	3.7	3.7	3.7	3.4	3.6	3.9	3.6	
	40대	90	3.7	3.7	3.7	3.4	3.5	3.8	3.8	
	50대 이상	91	3.1	3.0	3.0	3.1	3.0	3.4	3.3	
	10대	65	2.9	3.0	3.0	2.5	2.5	3.4	2.7	
	20대	91	3.5	3.3	3.4	3.1	3.4	3.9	3.3	
터키	30대	95	3.8	3.7	3.7	3.4	3.4	4.1	3.5	
	40대	93	3.5	3.5	3.6	3.3	3.4	4.0	3.4	
	50대 이상	87	3.5	3.2	3.5	3.1	3.1	3.8	3.4	
	10대	79	2.5	2.2	2.7	2.0	2.0	2.7	2.2	
	20대	84	2.9	2.6	2.7	2.4	2.4	3.0	2.4	
캐나다	30대	91	2.8	2.6	2.6	2.5	2.4	3.0	2.5	
	40대	91	2.3	2.1	2.1	2.1	2.1	2.5	2.0	
	50대 이상	83	2.1	1.9	2.0	1.9	1.8	2.3	1.9	
	10대	63	2.0	2.1	2.2	1.9	2.0	2.8	2.2	
	20대	89	2.2	2.4	2.4	2.0	2.2	2.6	2.0	
헝가리	30대	96	2.3	2.1	2.4	2.2	2.5	2.7	2.2	
	40대	97	2.1	2.2	2.3	2.1	2.2	2.5	2.3	
	50대 이상	90	2.2	2.5	2.6	2.2	2.3	2.9	2.5	

	국가	다큐	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼 리티	키즈
				국가	별				
	인도	3.2	3.5	2.9	3.3	3.1	3.5	3.3	3.2
	터키	3.6	3.3	2.6	3.1	2.9	3.5	3.2	3.0
Ŧ	H나다	2.4	2.4	1.8	2.1	2.1	2.5	2.2	2.0
ठ्	덩가리	2.6	2.4	1.7	2.0	1.9	2.6	1.8	1.9
				성틱	<u> </u>				
인도	남성	3.2	3.5	2.9	3.2	3.0	3.5	3.3	3.1
킨조	여성	3.2	3.5	2.9	3.3	3.3	3.6	3.4	3.3
터키	남성	3.4	2.9	2.1	2.7	2.5	3.2	2.8	2.5
<i>L</i>   <i>/</i>	여성	3.8	3.7	2.9	3.4	3.4	3.9	3.5	3.5
캐나다	남성	2.5	2.4	1.9	2.2	2.1	2.5	2.3	2.0
71144	여성	2.4	2.4	1.7	2.1	2.1	2.5	2.2	2.1
헝가리	남성	2.7	2.4	1.7	2.0	1.8	2.6	1.8	1.9
8/14	여성	2.4	2.4	1.6	2.0	1.9	2.6	1.9	2.0
				연령	별				
	10대	2.7	3.2	2.5	2.8	2.6	3.2	3.0	2.8
	20대	3.4	3.7	3.1	3.4	3.2	3.6	3.4	3.2
인도	30대	3.5	3.7	3.2	3.5	3.4	3.9	3.6	3.6
	40대	3.4	3.6	3.1	3.5	3.2	3.6	3.3	3.5
	50대 이상	3.0	3.1	2.7	3.2	3.0	3.3	3.2	2.9
	10대	2.8	2.8	2.0	2.7	2.6	3.0	2.6	2.3
	20대	3.4	3.4	2.8	3.1	3.0	3.5	3.2	3.1
터키	30대	3.7	3.4	2.9	3.3	3.2	3.7	3.5	3.3
	40대	3.9	3.5	2.6	3.3	3.0	3.8	3.5	3.3
	50대 이상	3.9	3.3	2.3	2.9	2.8	3.4	3.1	2.8
	10대	2.2	2.6	1.7	2.1	2.1	2.6	2.3	1.9
	20대	2.8	2.6	2.1	2.5	2.5	2.8	2.7	2.3
캐나다	30대	2.7	2.6	2.0	2.4	2.5	2.8	2.5	2.4
	40대	2.3	2.2	1.8	1.9	2.0	2.1	1.9	2.0
	50대 이상	2.2	1.9	1.6	1.7	1.7	2.1	1.8	1.7
	10대	2.3	2.5	1.6	2.0	1.9	2.8	1.9	1.9
	20대	2.4	2.5	1.7	2.1	2.0	2.6	1.8	1.8
헝가리	30대	2.7	2.5	1.7	1.9	1.9	2.6	1.9	2.1
	40대	2.5	2.2	1.6	1.8	1.8	2.4	1.7	2.0
	50대 이상	2.8	2.3	1.7	2.0	1.8	2.5	1.9	1.9

그님 기계소 느리가 버라이 이의 뉴스 그의 심과 그 그									
	구분	사례수	드라마	어티쇼	음악	시사	교육	영화	스포츠
				학력별		<u> </u>			
	고졸 이하	68	3.1	2.9	2.8	2.6	2.8	3.2	2.8
인도	대졸 이상	393	3.5	3.5	3.5	3.3	3.4	3.7	3.5
	고졸 이하	103	3.0	2.9	3.2	2.7	2.8	3.6	2.9
터키	대졸 이상	328	3.6	3.5	3.5	3.2	3.4	3.9	3.4
	고졸 이하	125	2.3	2.2	2.4	2.0	2.0	2.5	2.1
캐나다	대졸 이상	303	2.5	2.2	2.4	2.0	2.0	2.3	2.1
	고졸 이하	232	2.0	2.3	2.4	2.2	2.2	2.6	2.2
헝가리	대졸 이상	203	2.3	2.3	2.4	2.1	2.3	2.8	2.2
	네트 이정	203	2.3	<u> </u>	2.4	2.1	2.3	2.0	2.2
	사무·전문직	306	3.7	3.7	3.6	3.5	3.5	3.9	3.7
인도	서비스·생산직	35	3.3	3.7	2.9	3.1	3.3	3.9	3.4
7.7-	학생/주부/무직	120	2.9	2.8	2.9	2.5	2.8	3.0	2.8
	사무·전문직	258	3.6	3.5	3.6	3.2	3.4	4.0	3.4
터키	서비스·생산직	38	3.0	3.1	3.2	2.8	3.1	3.6	3.2
-171	학생/주부/무직	135	3.3	3.2	3.3	3.0	3.0	3.7	3.0
	사무·전문직	223	2.7	2.4	2.4	2.2	2.2	2.8	2.2
캐나다	서비스 생산직	63	2.5	2.4	2.6	2.3	2.3	2.7	2.4
/ 11 1	학생/주부/무직	142	2.3	2.1	2.3	2.0	2.0	2.5	2.1
	사무·전문직	224	2.2	2.3	2.4	2.1	2.3	2.7	2.2
헝가리	서비스·생산직	82	2.2	2.3	2.4	2.1	2.3	2.7	2.4
0, 1, 1	학생/주부/무직	129	2.1	2.2	2.3	2.0	2.0	2.8	2.2
	10/1//	12)		소득별					
41-	40,000 이상	241	3.6	3.6	3.5	3.4	3.4	3.8	3.6
인도	40,000 미만	220	3.3	3.3	3.2	3.0	3.2	3.4	3.2
-1 -1	8,000 이상	220	3.8	3.6	3.7	3.3	3.5	4.1	3.5
터키	8,000 미만	211	3.1	3.1	3.2	2.9	3.0	3.6	3.0
-11, 1-1	5,000 이상	214	2.5	2.3	2.4	2.2	2.2	2.8	2.2
캐나다	5,000 미만	214	2.5	2.3	2.4	2.2	2.1	2.6	2.2
	500,000 이상	130	2.2	2.3	2.3	1.9	2.2	2.7	2.2
헝가리	500,000 미만	305	2.2	2.3	2.4	2.1	2.3	2.7	2.3
			دَ	고객가치별					
	고관여자	119	4.0	3.8	3.9	3.6	3.7	4.1	3.8
인도	중관여자	182	3.5	3.5	3.4	3.2	3.3	3.7	3.5
	저관여자	160	3.1	3.1	3.0	2.8	3.0	3.2	3.0
	고관여자	164	4.0	3.9	3.9	3.6	3.8	4.3	3.8
터키	중관여자	165	3.3	3.2	3.4	2.9	3.1	3.8	3.1
	저관여자	102	2.9	2.7	2.7	2.6	2.5	3.2	2.7
	고관여자	129	2.6	2.4	2.5	2.3	2.2	2.7	2.4
캐나다	중관여자	201	2.5	2.2	2.4	2.1	2.1	2.7	2.1
	저관여자	98	2.5	2.3	2.4	2.2	2.2	2.7	2.1
	고관여자	122	2.4	2.4	2.5	2.2	2.5	2.9	2.3
헝가리	중관여자	185	2.1	2.2	2.3	2.1	2.2	2.7	2.3
	저관여자	128	2.0	2.2	2.4	1.9	2.1	2.5	2.2

	구분	다큐	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼 리티	키즈
				학력별					
ماد	고졸 이하	2.8	3.3	2.7	2.9	2.5	3.3	2.9	2.9
인도	대졸 이상	3.3	3.5	3.0	3.3	3.2	3.6	3.4	3.3
-l-l	고졸 이하	3.3	3.0	2.2	2.8	2.7	3.3	2.9	2.7
터키	대졸 이상	3.7	3.4	2.7	3.2	3.0	3.6	3.3	3.1
الله الله	고졸 이하	2.2	2.3	1.8	2.1	2.1	2.5	2.3	1.9
캐나다	대졸 이상	2.5	2.4	1.8	2.2	2.1	2.5	2.2	2.1
처키기	고졸 이하	2.5	2.3	1.7	2.0	1.9	2.6	1.9	2.0
헝가리	대졸 이상	2.6	2.4	1.7	2.0	1.8	2.6	1.8	1.8
				직업별					
	사무·전문직	3.5	3.6	3.1	3.5	3.3	3.8	3.5	3.4
인도	서비스·생산직	3.1	3.3	2.9	2.9	2.9	3.5	3.1	3.2
	학생/주부/무직	2.7	3.1	2.5	2.8	2.6	3.0	2.9	2.8
	사무·전문직	3.7	3.4	2.7	3.2	3.0	3.7	3.3	3.2
터키	서비스·생산직	3.4	2.9	2.5	2.9	3.0	3.4	3.1	2.8
	학생/주부/무직	3.4	3.2	2.4	2.9	2.8	3.4	3.0	2.8
	사무·전문직	2.5	2.4	1.9	2.2	2.2	2.5	2.3	2.1
캐나다	서비스·생산직	2.5	2.3	1.9	2.2	2.3	2.8	2.4	2.1
	학생/주부/무직	2.3	2.4	1.7	2.0	2.0	2.4	2.1	1.9
	사무·전문직	2.6	2.3	1.7	1.9	1.9	2.6	1.8	1.9
헝가리	서비스·생산직	2.6	2.5	1.8	2.1	2.0	2.5	1.9	2.0
	학생/주부/무직	2.4	2.4	1.6	2.0	1.8	2.6	1.8	1.9
				소득별					
인도	40,000 이상	3.4	3.6	3.0	3.4	3.3	3.7	3.5	3.3
	40,000 미만	3.1	3.4	2.9	3.1	2.9	3.4	3.2	3.1
터키	8,000 이상	3.8	3.6	2.8	3.3	3.2	3.8	3.5	3.4
1. 1	8,000 미만	3.4	3.0	2.3	2.8	2.7	3.2	2.9	2.7
캐나다	5,000 이상	2.4	2.4	1.8	2.1	2.1	2.4	2.2	2.0
., , ,	5,000 미만	2.4	2.4	1.9	2.2	2.2	2.5	2.3	2.1
헝가리	500,000 이상	2.5	2.4	1.7	2.0	2.0	2.5	1.9	1.9
	500,000 미만	2.6	2.4	1.7	2.0	1.8	2.6	1.8	2.0
	그리시리	2.7		고객가치별	1	2.7	4.0	2.0	2.7
٥١٣	고관여자	3.7	3.8	3.3	3.7	3.7	4.0	3.8	3.7
인도	중관여자	3.3	3.5	2.9	3.3	3.1	3.5	3.3	3.2
	저관여자	2.9	3.2	2.7	2.9	2.7	3.3	3.0	2.9
디크	고관여자	4.1	3.8	3.0	3.6	3.5	4.1	3.8	3.6
터키	중관여자	3.4	3.2	2.4	2.9	2.8	3.5	3.2	2.8
	저관여자 고관여자	3.1	2.7	2.1	2.5	2.4	2.8	2.4	2.4
캐나다	고판역자 중관여자	2.6	2.6	2.0	2.3	2.3	2.6	2.4	2.2
7144	<u></u>								
	고관여자	2.4	2.4	1.8	2.0	2.0	2.5	2.1	1.9
헝가리	중관여자	2.6	2.7	1.8	2.1	1.8	2.8	1.8	2.1
8/1대	자관여자 저관여자	2.3	2.4	1.7	1.8	1.8	2.5	1.8	1.8
	기한역사	2.3	∠.1	1.3	1.8	1.8	∠. <del>4</del>	1.8	1.8

### □ 한국 동영상 콘텐츠 시청기회 충분수준

귀하는 평소에 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분하다고 생각 하십니까?

단위: 명 & %

	- 1	사례수	전혀 그렇지				26
	국가	(명)	않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
		( - )		국가별			
	인도	461	15.0	9.8	29.3	27.5	18.4
	터키	431	11.8	15.3	27.8	22.5	22.5
7	캐나다	428	30.6	20.3	30.1	13.6	5.4
ī	헝가리	435	23.9	28.7	24.6	14.0	8.7
				성별			
인도	남성	236	15.7	12.7	30.1	25.8	15.7
신도	여성	225	14.2	6.7	28.4	29.3	21.3
터키	남성	203	17.7	21.2	30.5	16.7	13.8
디기	여성	228	6.6	10.1	25.4	27.6	30.3
캐나다	남성	208	28.4	17.8	27.9	17.3	8.7
개나나	여성	220	32.7	22.7	32.3	10.0	2.3
싫기기	남성	219	25.1	25.6	30.1	13.2	5.9
헝가리	여성	216	22.7	31.9	19.0	14.8	11.6
			Ç	면령별			
	10대	78	24.4	12.8	23.1	21.8	17.9
	20대	100	12.0	6.0	26.0	34.0	22.0
인도	30대	102	5.9	6.9	29.4	30.4	27.5
	40대	90	11.1	10.0	33.3	27.8	17.8
	50대 이상	91	24.2	14.3	34.1	22.0	5.5
	10대	65	26.2	13.8	33.8	15.4	10.8
	20대	91	8.8	13.2	23.1	28.6	26.4
터키	30대	95	8.4	12.6	22.1	24.2	32.6
	40대	93	10.8	17.2	31.2	17.2	23.7
	50대 이상	87	9.2	19.5	31.0	25.3	14.9
	10대	79	25.3	26.6	30.4	12.7	5.1
	20대	84	23.8	16.7	34.5	15.5	9.5
캐나다	30대	91	25.3	20.9	37.4	9.9	6.6
	40대	91	39.6	15.4	28.6	14.3	2.2
	50대 이상	83	38.6	22.9	19.3	15.7	3.6
	10대	63	25.4	19.0	20.6	20.6	14.3
	20대	89	20.2	24.7	23.6	18.0	13.5
헝가리	30대	96	12.5	35.4	30.2	15.6	6.3
	40대	97	22.7	33.0	26.8	9.3	8.2
	50대 이상	90	40.0	27.8	20.0	8.9	3.3

		사례수	전혀 그렇지				
	국가	(명)	않다	그렇지 않다	보통	그렇다	매우 그렇다
		( 0)		다. 학력별			
41-	고졸 이하	68	27.9	14.7	20.6	25.0	11.8
인도	대졸 이상	393	12.7	8.9	30.8	28.0	19.6
rl -1	고졸 이하	103	24.3	15.5	25.2	18.4	16.5
터키	대졸 이상	328	7.9	15.2	28.7	23.8	24.4
캐나다	고졸 이하	125	36.0	18.4	28.8	12.8	4.0
71144	대졸 이상	303	28.4	21.1	30.7	13.9	5.9
헝가리	고졸 이하	232	27.6	25.0	25.0	14.7	7.8
8/14	대졸 이상	203	19.7	33.0	24.1	13.3	9.9
			7.	직업별			
	사무·전문직	306	10.5	10.1	27.8	28.4	23.2
인도	서비스·생산직	35	14.3	8.6	31.4	37.1	8.6
	학생/주부/무직	120	26.7	9.2	32.5	22.5	9.2
	사무·전문직	258	7.0	15.1	28.3	25.2	24.4
터키	서비스·생산직	38	21.1	18.4	15.8	26.3	18.4
	학생/주부/무직	135	18.5	14.8	30.4	16.3	20.0
	사무·전문직	223	26.9	19.7	31.4	16.1	5.8
캐나다	서비스·생산직	63	33.3	19.0	25.4	12.7	9.5
	학생/주부/무직	142	35.2	21.8	30.3	9.9	2.8
	사무·전문직	224	18.8	33.9	25.0	14.3	8.0
헝가리	서비스·생산직	82	29.3	25.6	28.0	12.2	4.9
	학생/주부/무직	129	29.5	21.7	21.7	14.7	12.4
				· 두별			
인도	40,000 이상	241	14.5	10.4	26.6	29.9	18.7
	40,000 미만	220	15.5	9.1	32.3	25.0	18.2
터키	8,000 이상	220	6.8	10.9	26.8	25.9	29.5
1. 1	8,000 미만	211	17.1	19.9	28.9	19.0	15.2
캐나다	5,000 이상	214	28.0	23.4	27.6	14.0	7.0
., , ,	5,000 미만	214	33.2	17.3	32.7	13.1	3.7
헝가리	500,000 이상	130	24.6	32.3	19.2	13.1	10.8
- , ,	500,000 미만	305	23.6	27.2	26.9	14.4	7.9
	그리시키	110		내 <u>가</u> 치별	10.5	20.7	20.6
مات	고관여자	119	10.1	4.2	18.5	38.7	28.6
인도	중관여자 기괴시키	182	14.3	8.2	33.0	24.7	19.8
	저관여자	160	19.4	15.6	33.1	22.5	9.4
rl 7l	고관여자	164	5.5	7.9	22.0	29.3	35.4
터키	중관여자 기괴선기	165	11.5	18.8	30.9	20.0	18.8
	저관여자 그리선기	102	22.5	21.6	32.4	15.7	7.8
المال المال	고관여자	129	27.9	20.2	33.3	10.9	7.8
캐나다	중관여자 기괴선기	201	34.3	16.4	29.9	14.9	4.5
	저관여자	98	26.5	28.6	26.5	14.3	4.1
중J əl əl	고관여자	122	23.0	32.0	22.1	12.3	10.7
헝가리	중관여자 기괴선기	185	27.0	27.0	27.0	13.0	5.9
	저관여자	128	20.3	28.1	23.4	17.2	10.9

### □ 한국 동영상 콘텐츠 시청기회 불충분 이유

한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 기회가 충분하지 않다고 생각하는 이유는 무엇입니까?

단위: 명 & %

							11. 0 CC /0
	국가	사례수 (명)	광고나 홍보 부족	이용료가 비쌈	언어장벽	제공하는 채널이나 사이트가 부족	기타
			Ę	국가별			
	인도	114	29.8	5.3	40.4	21.9	2.6
	터키	117	41.0	3.4	26.5	21.4	7.7
7	캐나다	218	25.7	7.8	39.9	22.0	4.6
i	헝가리	229	27.5	3.9	30.6	31.9	6.1
				성별			
مات	남성	67	32.8	6.0	41.8	19.4	0.0
인도	여성	47	25.5	4.3	38.3	25.5	6.4
디기	남성	79	40.5	3.8	27.8	20.3	7.6
터키	여성	38	42.1	2.6	23.7	23.7	7.9
عال ا ا	남성	96	26.0	7.3	37.5	22.9	6.3
캐나다	여성	122	25.4	8.2	41.8	21.3	3.3
취기기	남성	111	24.3	5.4	27.9	37.8	4.5
헝가리	여성	118	30.5	2.5	33.1	26.3	7.6
			Ċ	면령별			
	10대	29	44.8	6.9	37.9	10.3	0.0
	20대	18	33.3	0.0	44.4	22.2	0.0
인도	30대	13	30.8	7.7	46.2	15.4	0.0
	40대	19	26.3	5.3	52.6	15.8	0.0
	50대 이상	35	17.1	5.7	31.4	37.1	8.6
	10대	26	26.9	11.5	15.4	23.1	23.1
	20대	20	60.0	0.0	25.0	15.0	0.0
터키	30대	20	55.0	0.0	25.0	15.0	5.0
	40대	26	42.3	3.8	34.6	11.5	7.7
	50대 이상	25	28.0	0.0	32.0	40.0	0.0
	10대	41	48.8	2.4	24.4	22.0	2.4
	20대	34	29.4	5.9	41.2	20.6	2.9
캐나다	30대	42	23.8	7.1	40.5	28.6	0.0
	40대	50	14.0	8.0	44.0	28.0	6.0
	50대 이상	51	17.6	13.7	47.1	11.8	9.8
	10대	28	28.6	10.7	42.9	14.3	3.6
	20대	40	25.0	2.5	22.5	40.0	10.0
헝가리	30대	46	28.3	6.5	37.0	21.7	6.5
	40대	54	31.5	1.9	27.8	35.2	3.7
	50대 이상	61	24.6	1.6	27.9	39.3	6.6

	국가	사례수 (명)	광고나 홍보 부족	이용료가 비쌈	언어장벽	제공하는 채널이나 사이트가 부족	기타
			Ž	학력별			
مات	고졸 이하	29	51.7	10.3	27.6	6.9	3.4
인도	대졸 이상	85	22.4	3.5	44.7	27.1	2.4
터키	고졸 이하	41	29.3	4.9	31.7	19.5	14.6
디기	대졸 이상	76	47.4	2.6	23.7	22.4	3.9
캐나다	고졸 이하	68	29.4	13.2	39.7	14.7	2.9
71144	대졸 이상	150	24.0	5.3	40.0	25.3	5.3
헝가리	고졸 이하	122	25.4	4.9	36.1	31.1	2.5
생기대	대졸 이상	107	29.9	2.8	24.3	32.7	10.3
				직업별			
	사무·전문직	63	27.0	3.2	41.3	27.0	1.6
인도	서비스·생산직	8	12.5	12.5	75.0	0.0	0.0
	학생/주부/무직	43	37.2	7.0	32.6	18.6	4.7
	사무·전문직	57	47.4	1.8	26.3	21.1	3.5
터키	서비스·생산직	15	46.7	0.0	26.7	20.0	6.7
	학생/주부/무직	45	31.1	6.7	26.7	22.2	13.3
	사무·전문직	104	25.0	6.7	43.3	23.1	1.9
캐나다	서비스·생산직	33	24.2	9.1	39.4	24.2	3.0
	학생/주부/무직	81	27.2	8.6	35.8	19.8	8.6
	사무·전문직	118	30.5	1.7	28.0	34.7	5.1
헝가리	서비스·생산직	45	24.4	11.1	26.7	33.3	4.4
	학생/주부/무직	66	24.2	3.0	37.9	25.8	9.1
			2	소득별			
인도	40,000 이상	60	33.3	1.7	31.7	30.0	3.3
	40,000 미만	54	25.9	9.3	50.0	13.0	1.9
터키	8,000 이상	39	43.6	0.0	28.2	23.1	5.1
	8,000 미만	78	39.7	5.1	25.6	20.5	9.0
캐나다	5,000 이상	110	30.9	4.5	38.2	26.4	0.0
	5,000 미만	108	20.4	11.1	41.7	17.6	9.3
헝가리	500,000 이상	74	23.0	4.1	27.0	36.5	9.5
	500,000 미만	155	29.7	3.9	32.3	29.7	4.5
	그리시키	17		<mark>객가치별</mark>	52.0	25.2	7.0
مات	고관여자	17	5.9	0.0	52.9	35.3	5.9
인도	중관여자	41	24.4	4.9	34.1	31.7	4.9
	저관여자 그리선기	56	41.1	7.1	41.1	10.7	0.0
터키	고관여자 중관여자	22	36.4	0.0	36.4	27.3	0.0
U[7]		50	46.0	0.0	28.0	20.0	6.0
	저관여자 크리어리	45	37.8	8.9	20.0	20.0	13.3
캐나다	고관여자 중관여자	62	24.2	8.1	27.4	33.9	6.5
カーナー		102	21.6	8.8	48.0	17.6	3.9
	저관여자 고관여자	54	35.2	5.6	38.9	16.7	3.7
헝가리	고판여사 중관여자	100	26.9	4.5	26.9	37.3	4.5
생기터	중판역자 저관여자	100	26.0	1.0	34.0	31.0	8.0
	시선역사	62	30.6	8.1	29.0	27.4	4.8

### 8) 국가 간 방송프로그램 공동제작 인식평가

□ 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험

귀하는 국가 간 공동제작 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?

단위: 명 & %

	국가	사례수	시청경험 있음	시청경험 없음	모르겠음
			국가별		
	인도	461	54.0	33.8	12.1
	터키	431	68.7	16.9	14.4
7	캐나다	428	50.9	27.8	21.3
Č	헝가리	435	55.2	19.8	25.1
			성별		
인도	남성	236	57.6	29.7	12.7
킨조	여성	225	50.2	38.2	11.6
터키	남성	203	66.0	18.7	15.3
	여성	228	71.1	15.4	13.6
캐나다 :	남성	208	47.6	29.3	23.1
71144	여성	220	54.1	26.4	19.5
헝가리	남성	219	60.7	19.6	19.6
8/14	여성	216	49.5	19.9	30.6
			연령별		
	10대	78	52.6	32.1	15.4
	20대	100	56.0	35.0	9.0
인도	30대	102	74.5	18.6	6.9
	40대	90	53.3	34.4	12.2
	50대 이상	91	30.8	50.5	18.7
	10대	65	50.8	26.2	23.1
	20대	91	81.3	12.1	6.6
터키	30대	95	74.7	10.5	14.7
	40대	93	69.9	15.1	15.1
	50대 이상	87	60.9	24.1	14.9
	10대	79	49.4	30.4	20.3
	20대	84	47.6	32.1	20.2
캐나다	30대	91	50.5	29.7	19.8
	40대	91	63.7	20.9	15.4
	50대 이상	83	42.2	26.5	31.3
	10대	63	36.5	36.5	27.0
	20대	89	43.8	23.6	32.6
헝가리	30대	96	58.3	21.9	19.8
	40대	97	67.0	10.3	22.7
	50대 이상	90	63.3	12.2	24.4

	구분	사례수	시청경험 있음	시청경험 없음	모르겠음
	, 2	, ,, ,	학력별	10012	777
	고졸 이하	68	50.0	35.3	14.7
인도	대졸 이상	393	54.7	33.6	11.7
	고졸 이하	103	58.3	19.4	22.3
터키	대졸 이상	328	72.0	16.2	11.9
	고졸 이하	125	46.4	27.2	26.4
캐나다	대졸 이상	303	52.8	28.1	19.1
-, , ,	고졸 이하	232	47.8	25.4	26.7
헝가리	대졸 이상	203	63.5	13.3	23.2
	,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,		직업별		
	사무·전문직	306	59.2	29.7	11.1
인도	서비스·생산직	35	51.4	34.3	14.3
	학생/주부/무직	120	41.7	44.2	14.2
	사무·전문직	258	73.3	14.3	12.4
터키	서비스·생산직	38	55.3	26.3	18.4
, ,	학생/주부/무직	135	63.7	19.3	17.0
	사무·전문직	223	56.5	23.3	20.2
캐나다	서비스·생산직	63	57.1	28.6	14.3
	학생/주부/무직	142	39.4	34.5	26.1
	사무·전문직	224	61.2	16.1	22.8
헝가리	서비스 생산직	82	57.3	15.9	26.8
	학생/주부/무직	129	43.4	28.7	27.9
			소득별		
مار	40,000 이상	241	53.9	34.4	11.6
인도	40,000 미만	220	54.1	33.2	12.7
r] 7]	8,000 이상	220	72.7	15.5	11.8
터키	8,000 미만	211	64.5	18.5	17.1
المال الحال	5,000 이상	214	55.1	26.2	18.7
캐나다	5,000 미만	214	46.7	29.4	23.8
헝가리	500,000 이상	130	59.2	18.5	22.3
8714	500,000 미만	305	53.4	20.3	26.2
			고객가치별		
	고관여자	119	63.0	27.7	9.2
인도	중관여자	182	55.5	29.1	15.4
	저관여자	160	45.6	43.8	10.6
	고관여자	164	76.8	11.6	11.6
터키	중관여자	165	67.9	18.2	13.9
	저관여자	102	56.9	23.5	19.6
	고관여자	129	53.5	24.0	22.5
캐나다	중관여자	201	52.7	29.9	17.4
	저관여자	98	43.9	28.6	27.6
	고관여자	122	65.6	13.9	20.5
헝가리	중관여자	185	56.2	20.0	23.8
	저관여자	128	43.8	25.0	31.3

# □ 국가 간 공동제작 방송프로그램 전년도(2018) 시청 편 수

귀하가 작년(2018년)에 시청한 국가 간 공동제작 방송 프로그램은 모두 몇 편이나 됩니까?

단위: 명 & %

	국가	사례수(명)	1편	2편	3편	4편	5편 이상
		1 1 1 ( 2)	국가			_	
	인도	249	19.7	34.9	21.3	6.8	17.3
	 터키	296	28.0	32.1	19.6	4.7	15.5
	캐나다	218	31.7	32.6	14.7	6.4	14.7
	헝가리	240	31.3	27.9	18.8	5.0	17.1
			성빝	1	1		
인도	남성	136	19.9	35.3	21.3	7.4	16.2
인도	여성	113	19.5	34.5	21.2	6.2	18.6
터키	남성	134	38.8	32.1	14.9	1.5	12.7
	여성	162	19.1	32.1	23.5	7.4	17.9
캐나다	남성	99	29.3	38.4	13.1	6.1	13.1
71144	여성	119	33.6	27.7	16.0	6.7	16.0
헝가리	남성	133	29.3	29.3	18.0	6.8	16.5
8/14	여성	107	33.6	26.2	19.6	2.8	17.8
			연령	별			
	10대	41	31.7	36.6	9.8	4.9	17.1
	20대	56	19.6	33.9	17.9	5.4	23.2
인도	30대	76	15.8	38.2	28.9	5.3	11.8
	40대	48	10.4	31.3	29.2	12.5	16.7
	50대 이상	28	28.6	32.1	10.7	7.1	21.4
	10대	33	54.5	21.2	15.2	3.0	6.1
	20대	74	31.1	41.9	16.2	2.7	8.1
터키	30대	71	33.8	26.8	21.1	2.8	15.5
	40대	65	16.9	26.2	24.6	7.7	24.6
	50대 이상	53	13.2	39.6	18.9	7.5	20.8
	10대	39	23.1	28.2	20.5	12.8	15.4
	20대	40	32.5	35.0	22.5	5.0	5.0
캐나다	30대	46	26.1	37.0	19.6	4.3	13.0
	40대	58	32.8	32.8	10.3	5.2	19.0
	50대 이상	35	45.7	28.6	0.0	5.7	20.0
	10대	23	34.8	34.8	30.4	0.0	0.0
	20대	39	41.0	30.8	15.4	5.1	7.7
헝가리	30대	56	30.4	33.9	17.9	3.6	14.3
	40대	65	21.5	30.8	21.5	6.2	20.0
	50대 이상	57	35.1	14.0	14.0	7.0	29.8

	구분	사례수	1편	2편	3편	4편	5편 이상
		1 1 1	학력별	_			
41-	고졸 이하	34	29.4	35.3	11.8	5.9	17.6
인도	대졸 이상	215	18.1	34.9	22.8	7.0	17.2
-1-1	고졸 이하	60	36.7	25.0	20.0	1.7	16.7
터키	대졸 이상	236	25.8	33.9	19.5	5.5	15.3
-11, 1-1	고졸 이하	58	22.4	31.0	15.5	12.1	19.0
캐나다	대졸 이상	160	35.0	33.1	14.4	4.4	13.1
· 첫 기 기	고졸 이하	111	33.3	26.1	18.9	4.5	17.1
헝가리	대졸 이상	129	29.5	29.5	18.6	5.4	17.1
			직업별				
	사무·전문직	181	16.0	33.1	24.3	7.7	18.8
인도	서비스·생산직	18	38.9	27.8	22.2	0.0	11.1
	학생/주부/무직	50	26.0	44.0	10.0	6.0	14.0
	사무·전문직	189	25.9	33.9	19.0	3.7	17.5
터키	서비스·생산직	21	47.6	28.6	14.3	4.8	4.8
	학생/주부/무직	86	27.9	29.1	22.1	7.0	14.0
	사무·전문직	126	31.0	33.3	16.7	5.6	13.5
캐나다	서비스·생산직	36	33.3	36.1	11.1	11.1	8.3
	학생/주부/무직	56	32.1	28.6	12.5	5.4	21.4
	사무·전문직	137	27.7	28.5	19.0	5.8	19.0
헝가리	서비스·생산직	47	38.3	27.7	14.9	6.4	12.8
	학생/주부/무직	56	33.9	26.8	21.4	1.8	16.1
		1	소득별		T		
인도	40,000 이상	130	16.2	32.3	23.8	6.9	20.8
	40,000 미만	119	23.5	37.8	18.5	6.7	13.4
터키	8,000 이상	160	21.3	32.5	24.4	6.3	15.6
, ,	8,000 미만	136	36.0	31.6	14.0	2.9	15.4
캐나다	5,000 이상	118	31.4	31.4	16.1	5.9	15.3
., , ,	5,000 미만	100	32.0	34.0	13.0	7.0	14.0
헝가리	500,000 이상	77	29.9	35.1	19.5	3.9	11.7
- , ,	500,000 미만	163	31.9	24.5	18.4	5.5	19.6
	-7-1-1		고객가치		240	40.5	240
ما ح	고관여자	75	10.7	30.7	24.0	10.7	24.0
인도	중관여자	101	13.9	39.6	21.8	5.9	18.8
	저관여자	73	37.0	32.9	17.8	4.1	8.2
rl =1	고관여자	126	15.9	32.5	27.0	5.6	19.0
터키	중관여자	112	33.0	32.1	15.2	2.7	17.0
	저관여자	58	44.8	31.0	12.1	6.9	5.2
عال احا	고관여자	69	24.6	30.4	18.8	7.2	18.8
캐나다	중관여자	106	33.0	34.0	13.2	5.7	14.2
	저관여자	43	39.5	32.6	11.6	7.0	9.3
처기기	고관여자	80	28.8	27.5	22.5	5.0	16.3
헝가리	중관여자	104	30.8	25.0	20.2	4.8	19.2
	저관여자	56	35.7	33.9	10.7	5.4	14.3

# □ 시청경험 있는 국가 간 공동제작 방송프로그램 장르

귀하가 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램의 장르는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오 (복수 응답 가능)

단위: 명 & %

									단키.	0 & /0
	국가	사례수	드라마	버라이 어티쇼	음악	뉴스 시사	교육	영화	<b>스포츠</b>	다큐
					국가별					
	인도	249	32.5	16.1	29.7	19.3	18.9	62.2	29.7	25.7
	터키	296	29.7	18.9	14.5	9.1	9.5	65.5	13.5	27.7
Ŧ	H나다	218	45.4	7.3	11.9	9.2	4.6	45.9	11.0	23.9
ŏ		240	16.7	10.4	12.9	4.2	5.8	62.9	15.0	22.9
					성별					
مات	남성	136	30.1	13.2	30.1	19.9	21.3	67.6	34.6	25.7
인도	여성	113	35.4	19.5	29.2	18.6	15.9	55.8	23.9	25.7
r) -)	남성	134	20.1	19.4	11.9	7.5	8.2	61.2	17.2	25.4
터키	여성	162	37.7	18.5	16.7	10.5	10.5	69.1	10.5	29.6
المال الحال	남성	99	42.4	7.1	11.1	14.1	3.0	47.5	17.2	26.3
캐나다	여성	119	47.9	7.6	12.6	5.0	5.9	44.5	5.9	21.8
중] -] -]	남성	133	15.0	4.5	10.5	4.5	5.3	65.4	22.6	25.6
헝가리	여성	107	18.7	17.8	15.9	3.7	6.5	59.8	5.6	19.6
				<u> </u>	연령별	<u> </u>	<u>'</u>			
	10대	41	34.1	12.2	29.3	9.8	19.5	63.4	24.4	22.0
	20대	56	30.4	12.5	32.1	16.1	17.9	66.1	23.2	23.2
인도	30대	76	32.9	19.7	32.9	21.1	22.4	57.9	30.3	34.2
	40대	48	39.6	18.8	31.3	16.7	14.6	64.6	39.6	20.8
	50대 이상	28	21.4	14.3	14.3	39.3	17.9	60.7	32.1	21.4
	10대	33	21.2	18.2	24.2	12.1	9.1	51.5	9.1	15.2
	20대	74	33.8	23.0	8.1	2.7	6.8	63.5	14.9	14.9
터키	30대	71	26.8	16.9	15.5	11.3	11.3	63.4	15.5	25.4
	40대	65	38.5	18.5	15.4	12.3	10.8	73.8	16.9	40.0
	50대 이상	53	22.6	17.0	15.1	9.4	9.4	69.8	7.5	41.5
	10대	39	46.2	5.1	28.2	12.8	10.3	46.2	7.7	15.4
	20대	40	50.0	5.0	12.5	2.5	2.5	35.0	5.0	20.0
캐나다	30대	46	43.5	10.9	2.2	8.7	6.5	41.3	15.2	21.7
	40대	58	43.1	10.3	12.1	10.3	3.4	50.0	13.8	22.4
	50대 이상	35	45.7	2.9	5.7	11.4	0.0	57.1	11.4	42.9
	10대	23	26.1	21.7	17.4	4.3	13.0	26.1	17.4	4.3
	20대	39	15.4	12.8	17.9	5.1	7.7	53.8	7.7	15.4
헝가리	30대	56	17.9	7.1	10.7	7.1	1.8	69.6	8.9	25.0
	40대	65	18.5	6.2	13.8	0.0	9.2	72.3	18.5	27.7
	50대 이상	57	10.5	12.3	8.8	5.3	1.8	66.7	21.1	28.1

	국가	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼리 티쇼	키즈	기타
				국가	별				
	인도	24.9	6.4	15.3	21.3	34.9	33.7	18.5	0.0
	터키	10.5	1.4	6.1	7.1	16.6	10.5	5.4	0.7
7	캐나다	11.5	3.7	3.2	5.5	34.4	15.1	5.5	4.1
i	헝가리	11.3	1.7	3.3	2.9	29.2	9.2	5.0	1.3
				성볕	1				
인도	남성	19.1	3.7	16.2	19.9	30.9	32.4	17.6	0.0
신조	여성	31.9	9.7	14.2	23.0	39.8	35.4	19.5	0.0
터키	남성	8.2	0.0	4.5	3.0	12.7	6.0	2.2	1.5
4//	여성	12.3	2.5	7.4	10.5	19.8	14.2	8.0	0.0
캐나다	남성	12.1	3.0	2.0	5.1	32.3	14.1	4.0	3.0
/1199	여성	10.9	4.2	4.2	5.9	36.1	16.0	6.7	5.0
헝가리	남성	13.5	2.3	3.0	2.3	29.3	9.8	3.8	1.5
8/14	여성	8.4	0.9	3.7	3.7	29.0	8.4	6.5	0.9
				연령	별				
	10대	22.0	0.0	4.9	24.4	41.5	29.3	24.4	0.0
	20대	30.4	5.4	19.6	28.6	28.6	32.1	12.5	0.0
인도	30대	18.4	9.2	17.1	19.7	35.5	38.2	23.7	0.0
	40대	33.3	8.3	14.6	12.5	39.6	27.1	20.8	0.0
	50대 이상	21.4	7.1	17.9	21.4	28.6	42.9	3.6	0.0
	10대	18.2	0.0	3.0	12.1	15.2	3.0	0.0	3.0
	20대	5.4	1.4	5.4	8.1	17.6	8.1	2.7	1.4
터키	30대	9.9	4.2	5.6	4.2	19.7	14.1	7.0	0.0
	40대	12.3	0.0	12.3	4.6	20.0	16.9	7.7	0.0
	50대 이상	11.3	0.0	1.9	9.4	7.5	5.7	7.5	0.0
	10대	28.2	5.1	5.1	5.1	41.0	17.9	7.7	2.6
	20대	15.0	2.5	2.5	5.0	50.0	15.0	2.5	2.5
캐나다	30대	6.5	6.5	4.3	8.7	37.0	19.6	2.2	4.3
	40대	8.6	3.4	1.7	3.4	25.9	12.1	10.3	5.2
	50대 이상	0.0	0.0	2.9	5.7	20.0	11.4	2.9	5.7
	10대	13.0	13.0	0.0	13.0	26.1	8.7	8.7	0.0
	20대	10.3	0.0	5.1	2.6	33.3	15.4	0.0	0.0
헝가리	30대	8.9	0.0	1.8	0.0	28.6	8.9	5.4	0.0
	40대	16.9	1.5	3.1	1.5	30.8	7.7	6.2	3.1
	50대 이상	7.0	0.0	5.3	3.5	26.3	7.0	5.3	1.8

	구분	사례수	드라마	버라이	음악	<b>뉴스</b>	교육	영화	<b>스포</b> 之	다큐	
				어티쇼		시사	,	- '			
학력별											
مات	고졸 이하	34	41.2	17.6	32.4	14.7	14.7	52.9	29.4	26.5	
인도	대졸 이상	215	31.2	15.8	29.3	20.0	19.5	63.7	29.8	25.6	
터키	고졸 이하	60	26.7	23.3	16.7	13.3	10.0	56.7	16.7	21.7	
디기	대졸 이상	236	30.5	17.8	14.0	8.1	9.3	67.8	12.7	29.2	
캐나다	고졸 이하	58	41.4	6.9	12.1	5.2	5.2	44.8	8.6	19.0	
/1199	대졸 이상	160	46.9	7.5	11.9	10.6	4.4	46.3	11.9	25.6	
헝가리	고졸 이하	111	11.7	17.1	13.5	5.4	5.4	54.1	18.9	25.2	
0/14	대졸 이상	129	20.9	4.7	12.4	3.1	6.2	70.5	11.6	20.9	
				직입	<b>널</b> 별			T			
	사무·전문직	181	34.3	17.7	29.8	22.1	19.3	66.3	32.0	26.5	
인도	서비스·생산직	18	27.8	11.1	27.8	5.6	22.2	44.4	27.8	16.7	
	학생/주부/무직	50	28.0	12.0	30.0	14.0	16.0	54.0	22.0	26.0	
, ,	사무·전문직	189	30.2	20.1	12.7	10.6	7.9	68.8	14.3	29.6	
터키	서비스·생산직	21	14.3	14.3	9.5	9.5	19.0	47.6	9.5	19.0	
	학생/주부/무직	86	32.6	17.4	19.8	5.8	10.5	62.8	12.8	25.6	
-11.1-1	사무·전문직	126	50.0	8.7	8.7	9.5	3.2	51.6	10.3	27.8	
캐나다	서비스·생산직	36	38.9	5.6	8.3	8.3	2.8	33.3	13.9	11.1	
	학생/주부/무직	56	39.3	5.4	21.4	8.9	8.9	41.1	10.7	23.2	
취하기	사무·전문직	137	16.8	8.0	11.7	3.6	6.6	70.1	10.9	24.1	
헝가리	서비스·생산직	47	14.9	12.8	8.5	4.3	6.4	57.4	23.4	23.4	
	학생/주부/무직	56	17.9	14.3 소득	19.6	5.4	3.6	50.0	17.9	19.6	
	40,000 이상	130	35.4	17.7	<del>7일</del> 27.7	22.3	19.2	64.6	32.3	33.8	
인도	40,000 미만	119	29.4	14.3	31.9	16.0	18.5	59.7	26.9	16.8	
	8,000 이상	160	33.1	18.1	16.3	10.0	6.9	73.1	10.6	30.0	
터키	8,000 미만	136	25.7	19.9	12.5	8.1	12.5	56.6	16.9	25.0	
	5,000 이상	118	50.0	8.5	11.9	8.5	6.8	46.6	11.0	25.4	
캐나다	5,000 미만	100	40.0	6.0	12.0	10.0	2.0	45.0	11.0	22.0	
	500,000 이상	77	15.6	11.7	15.6	1.3	6.5	59.7	22.1	16.9	
헝가리	500,000 미만	163	17.2	9.8	11.7	5.5	5.5	64.4	11.7	25.8	
	, , , _			고객기							
	고관여자	75	36.0	26.7	32.0	17.3	25.3	69.3	22.7	29.3	
인도	중관여자	101	32.7	10.9	32.7	19.8	13.9	69.3	38.6	27.7	
	저관여자	73	28.8	12.3	23.3	20.5	19.2	45.2	24.7	19.2	
	고관여자	126	42.1	20.6	15.9	12.7	11.1	73.0	16.7	31.0	
터키	중관여자	112	17.9	19.6	17.0	7.1	9.8	56.3	11.6	28.6	
	저관여자	58	25.9	13.8	6.9	5.2	5.2	67.2	10.3	19.0	
	고관여자	69	44.9	8.7	7.2	10.1	5.8	43.5	17.4	30.4	
캐나다	중관여자	106	50.0	6.6	13.2	8.5	4.7	50.0	8.5	20.8	
	저관여자	43	34.9	7.0	16.3	9.3	2.3	39.5	7.0	20.9	
	고관여자	80	25.0	10.0	12.5	1.3	3.8	70.0	13.8	27.5	
헝가리	중관여자	104	10.6	12.5	10.6	5.8	5.8	60.6	17.3	20.2	
	저관여자	56	16.1	7.1	17.9	5.4	8.9	57.1	12.5	21.4	

	구분	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼리	키즈	기타
	. –			·			티쇼	•	
	고졸 이하	22.5	2.0	학력별	11.0	47.1	22.5	22.5	0.0
인도	고을 이야 대졸 이상	23.5	2.9	8.8	11.8	47.1	23.5	23.5	0.0
	고졸 이하	25.1	7.0	16.3	22.8	33.0	35.3	17.7	0.0
터키		11.7	1.7	6.7	16.7	13.3	8.3	3.3	0.0
	대졸 이상 고졸 이하	10.2	1.3	5.9	4.7	17.4	11.0	5.9	0.8
캐나다	고을 이야 대졸 이상	17.2	1.7	3.4	8.6	39.7	17.2	6.9	5.2
	내을 이성 고졸 이하	9.4	4.4	3.1	4.4	32.5	14.4	5.0	3.8
헝가리	고을 이야 대졸 이상	11.7	1.8	3.6	4.5	32.4	8.1	6.3	0.0
	대를 이경	10.9	1.6	3.1 기어버	1.6	26.4	10.1	3.9	2.3
	기	22.7	0.2	직업별	22.1	22.7	26.5	17.1	0.0
مات	사무·전문직	22.7	8.3	16.6	22.1	33.7	36.5	17.1	0.0
인도	서비스·생산직	33.3	5.6	11.1	16.7	27.8	0.0	38.9	0.0
	학생/주부/무직	30.0	0.0	12.0	20.0	42.0	36.0	16.0	0.0
r] =1	사무·전문직	10.1	1.1	5.3	6.9	14.8	11.1	5.3	0.0
터키	서비스·생산직	0.0	0.0	9.5	4.8	14.3	9.5	4.8	0.0
	학생/주부/무직	14.0	2.3	7.0	8.1	20.9	9.3	5.8	2.3
-11-1-1	사무·전문직	7.9	4.0	3.2	4.0	32.5	11.9	4.8	0.8
캐나다	서비스·생산직	8.3	2.8	2.8	11.1	30.6	19.4	5.6	11.1
	학생/주부/무직	21.4	3.6	3.6	5.4	41.1	19.6	7.1	7.1
~1 1 a	사무·전문직	11.7	0.7	2.9	2.2	29.2	8.8	3.6	0.7
헝가리	서비스·생산직	17.0	2.1	4.3	2.1	19.1	14.9	10.6	2.1
	학생/주부/무직	5.4	3.6	3.6	5.4	37.5	5.4	3.6	1.8
			T	소득별					I
인도	40,000 이상	24.6	6.2	16.9	23.8	31.5	37.7	18.5	0.0
	40,000 미만	25.2	6.7	13.4	18.5	38.7	29.4	18.5	0.0
터키	8,000 이상	13.8	1.3	5.0	6.3	21.3	13.8	6.9	0.0
, ,	8,000 미만	6.6	1.5	7.4	8.1	11.0	6.6	3.7	1.5
캐나다	5,000 이상	11.9	3.4	4.2	4.2	37.3	16.1	5.1	1.7
", ', '	5,000 미만	11.0	4.0	2.0	7.0	31.0	14.0	6.0	7.0
헝가리	500,000 이상	10.4	5.2	3.9	2.6	31.2	7.8	5.2	1.3
0, 1, 1	500,000 미만	11.7	0.0	3.1	3.1	28.2	9.8	4.9	1.2
				고객가치별		I	I		I
	고관여자	28.0	8.0	17.3	21.3	36.0	34.7	24.0	0.0
인도	중관여자	24.8	5.0	18.8	19.8	38.6	42.6	18.8	0.0
	저관여자	21.9	6.8	8.2	23.3	28.8	20.5	12.3	0.0
	고관여자	10.3	3.2	7.1	6.3	26.2	15.1	8.7	0.0
터키	중관여자	9.8	0.0	4.5	7.1	8.0	8.9	2.7	1.8
	저관여자	12.1	0.0	6.9	8.6	12.1	3.4	3.4	0.0
	고관여자	10.1	1.4	2.9	8.7	43.5	18.8	4.3	1.4
캐나다	중관여자	13.2	4.7	1.9	4.7	32.1	13.2	4.7	5.7
	저관여자	9.3	4.7	7.0	2.3	25.6	14.0	9.3	4.7
	고관여자	12.5	2.5	3.8	3.8	32.5	12.5	3.8	1.3
헝가리	중관여자	6.7	1.0	4.8	2.9	26.9	5.8	4.8	1.9
	저관여자	17.9	1.8	0.0	1.8	28.6	10.7	7.1	0.0

# □ 국가 간 공동제작 방송프로그램 선호 요인(1순위 응답 기준)

귀하가 시청한 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 좋았던 요인은 무엇입니까? 가장 좋았다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

	국가	사례수	영상	연출	연기자	스토리	외국 문화	음악
				국가별				
	인도	249	29.7	17.3	16.1	23.3	8.8	4.8
	터키	296	18.6	12.2	15.2	39.5	10.1	4.4
7	캐나다	218	15.1	6.9	20.6	45.9	8.7	2.8
ť	헝가리 240		15.4	15.0	17.1	38.3	10.4	3.8
				성별	'			
مار	남성	136	28.7	22.1	16.2	22.1	6.6	4.4
인도	여성	113	31.0	11.5	15.9	24.8	11.5	5.3
וכנם	남성	134	19.4	14.9	12.7	34.3	12.7	6.0
터키	여성	162	17.9	9.9	17.3	43.8	8.0	3.1
عال الحا	남성	99	18.2	9.1	19.2	42.4	9.1	2.0
캐나다	여성	119	12.6	5.0	21.8	48.7	8.4	3.4
싫기기	남성	133	18.0	11.3	18.0	40.6	9.8	2.3
헝가리	여성	107	12.1	19.6	15.9	35.5	11.2	5.6
				연령별				
	10대	41	31.7	22.0	19.5	19.5	4.9	2.4
	20대	56	35.7	16.1	17.9	23.2	3.6	3.6
인도	30대	76	28.9	9.2	14.5	30.3	9.2	7.9
	40대	48	25.0	25.0	14.6	16.7	12.5	6.3
	50대 이상	28	25.0	21.4	14.3	21.4	17.9	0.0
	10대	33	27.3	18.2	21.2	21.2	6.1	6.1
	20대	74	20.3	12.2	17.6	37.8	5.4	6.8
터키	30대	71	18.3	15.5	18.3	36.6	8.5	2.8
	40대	65	16.9	6.2	9.2	52.3	15.4	0.0
	50대 이상	53	13.2	11.3	11.3	41.5	15.1	7.5
	10대	39	23.1	15.4	20.5	20.5	15.4	5.1
	20대	40	12.5	5.0	25.0	50.0	7.5	0.0
캐나다	30대	46	15.2	4.3	19.6	52.2	6.5	2.2
	40대	58	13.8	8.6	19.0	46.6	6.9	5.2
	50대 이상	35	11.4	0.0	20.0	60.0	8.6	0.0
	10대	23	43.5	4.3	17.4	8.7	13.0	13.0
	20대	39	10.3	23.1	20.5	30.8	10.3	5.1
헝가리	30대	56	21.4	16.1	16.1	35.7	10.7	0.0
	40대	65	12.3	15.4	16.9	43.1	9.2	3.1
	50대 이상	57	5.3	12.3	15.8	52.6	10.5	3.5

	구분	사례수	영상	연출	연기자	스토리	외국 문화	음악
	, 2		0.0	학력별	2 , ,	<u>'</u>	, , , ,	н ,
+1	고졸 이하	34	29.4	23.5	20.6	14.7	0.0	11.8
인도	대졸 이상	215	29.8	16.3	15.3	24.7	10.2	3.7
	고졸 이하	60	25.0	8.3	15.0	35.0	8.3	8.3
터키	대졸 이상	236	16.9	13.1	15.3	40.7	10.6	3.4
	고졸 이하	58	15.5	8.6	31.0	34.5	8.6	1.7
캐나다	대졸 이상	160	15.0	6.3	16.9	50.0	8.8	3.1
-l-l-l	고졸 이하	111	19.8	13.5	15.3	35.1	10.8	5.4
헝가리	대졸 이상	129	11.6	16.3	18.6	41.1	10.1	2.3
				직업별				
	사무·전문직	181	29.3	16.6	16.0	24.3	9.4	4.4
인도	서비스·생산직	18	33.3	16.7	16.7	16.7	11.1	5.6
	학생/주부/무직	50	30.0	20.0	16.0	22.0	6.0	6.0
	사무·전문직	189	16.9	14.3	15.9	39.2	10.6	3.2
터키	서비스·생산직	21	23.8	9.5	4.8	42.9	14.3	4.8
	학생/주부/무직	86	20.9	8.1	16.3	39.5	8.1	7.0
	사무·전문직	126	12.7	5.6	19.0	54.8	6.3	1.6
캐나다	서비스·생산직	36	25.0	8.3	22.2	36.1	2.8	5.6
	학생/주부/무직	56	14.3	8.9	23.2	32.1	17.9	3.6
	사무·전문직	137	17.5	18.2	16.1	35.8	8.8	3.6
헝가리	서비스·생산직	47	14.9	12.8	17.0	40.4	14.9	0.0
	학생/주부/무직	56	10.7	8.9	19.6	42.9	10.7	7.1
				소득별				
인도	40,000 이상	130	26.2	16.9	9.2	26.2	14.6	6.9
	40,000 미만	119	33.6	17.6	23.5	20.2	2.5	2.5
터키	8,000 이상	160	13.1	13.8	15.0	45.0	10.6	2.5
- 1/ 1	8,000 미만	136	25.0	10.3	15.4	33.1	9.6	6.6
캐나다	5,000 이상	118	16.1	6.8	18.6	47.5	9.3	1.7
×11 1 1	5,000 미만	100	14.0	7.0	23.0	44.0	8.0	4.0
헝가리	500,000 이상	77	18.2	15.6	16.9	37.7	7.8	3.9
0.1.1	500,000 미만	163	14.1	14.7	17.2	38.7	11.7	3.7
				.객가치별 -	I			
مات	고관여자	75	28.0	16.0	18.7	25.3	8.0	4.0
인도	중관여자	101	36.6	13.9	13.9	21.8	10.9	3.0
	저관여자	73	21.9	23.3	16.4	23.3	6.8	8.2
r1 →1	고관여자	126	19.0	11.1	17.5	39.7	11.1	1.6
터키	중관여자 기괴성기	112	16.1	15.2	13.4	38.4	10.7	6.3
	저관여자 그리선기	58	22.4	8.6	13.8	41.4	6.9	6.9
المال المال	고관여자	69	17.4	7.2	24.6	44.9	5.8	0.0
캐나다	중관여자 기괴선기	106	16.0	4.7	17.9	48.1	9.4	3.8
	저관여자 그리선기	43	9.3	11.6	20.9	41.9	11.6	4.7
싫기기기	고관여자	80	17.5	15.0	16.3	40.0	10.0	1.3
헝가리	중관여자 기괴선기	104	15.4	13.5	16.3	37.5	11.5	5.8
	저관여자	56	12.5	17.9	19.6	37.5	8.9	3.6

### □ 국가 간 공동제작 방송 프로그램 시청 시 불편사항(1순위 응답 기준)

귀하가 국가 간 방송프로그램을 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? 가장 불편했다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

							Ľ	T: 8 0 %
	국가		언어 문제(더빙, 자막 등)	방송 프로그램 이용료가 비쌈	시청할 수 있는 프로그램 의 부족	문화적 이질감	기타	불편한 점 없음
				국가별				
	인도	249	49.8	17.7	12.0	13.3	0.0	7.2
	터키 296		43.6	15.2	10.5	7.4	0.3	23.0
	<u>' '</u> 개나다	218	40.8	18.3	13.8	6.0	0.0	21.1
	<u></u>	240	39.6	9.2	20.0	4.2	0.4	26.7
	<u> </u>			성별			411	
_	남성	136	54.4	14.0	12.5	12.5	0.0	6.6
인도	<u></u> 여성	113	44.2	22.1	11.5	14.2	0.0	8.0
	 남성	134	47.0	15.7	12.7	9.0	0.0	15.7
터키 -	<u></u> 여성	162	40.7	14.8	8.6	6.2	0.6	29.0
	 남성	99	37.4	21.2	13.1	10.1	0.0	18.2
캐나다	<u> </u>	119	43.7	16.0	14.3	2.5	0.0	23.5
-1.1.1	 남성	133	38.3	11.3	18.8	3.8	0.8	27.1
헝가리 -	<u> </u>	107	41.1	6.5	21.5	4.7	0.0	26.2
	, ,			연령별	_			
	10대	41	46.3	17.1	12.2	9.8	0.0	14.6
-	20대	56	50.0	8.9	21.4	12.5	0.0	7.1
인도	30대	76	48.7	22.4	10.5	14.5	0.0	3.9
	40대	48	50.0	22.9	8.3	14.6	0.0	4.2
-	50대 이상	28	57.1	14.3	3.6	14.3	0.0	10.7
	10대	33	45.5	15.2	6.1	12.1	0.0	21.2
-	20대	74	29.7	24.3	14.9	9.5	0.0	21.6
터키	30대	71	43.7	18.3	9.9	4.2	1.4	22.5
	40대	65	46.2	9.2	10.8	7.7	0.0	26.2
-	50대 이상	53	58.5	5.7	7.5	5.7	0.0	22.6
	10대	39	43.6	12.8	20.5	5.1	0.0	17.9
	20대	40	47.5	15.0	7.5	5.0	0.0	25.0
캐나다	30대	46	32.6	21.7	19.6	8.7	0.0	17.4
	40대	58	39.7	19.0	8.6	6.9	0.0	25.9
	50대 이상	35	42.9	22.9	14.3	2.9	0.0	17.1
	10대	23	47.8	13.0	26.1	4.3	0.0	8.7
	20대	39	23.1	5.1	28.2	0.0	0.0	43.6
헝가리	30대	56	35.7	16.1	21.4	7.1	0.0	19.6
	40대	65	40.0	6.2	16.9	1.5	0.0	35.4
	50대 이상	57	50.9	7.0	14.0	7.0	1.8	19.3

	구분		언어 문제(더빙, 자막 등)	방송 프로그램 이용료가 비쌈	시청할 수 있는 프로그램 의 부족	문화적 이질감	기타	불편한 점 없음			
	학력별										
ماد	고졸 이하	34	50.0	23.5	5.9	5.9	0.0	14.7			
인도	대졸 이상	215	49.8	16.7	13.0	14.4	0.0	6.0			
rl -1	고졸 이하	60	51.7	13.3	6.7	6.7	0.0	21.7			
터키	대졸 이상	236	41.5	15.7	11.4	7.6	0.4	23.3			
ال الر	고졸 이하	58	39.7	17.2	19.0	3.4	0.0	20.7			
캐나다	대졸 이상	160	41.3	18.8	11.9	6.9	0.0	21.3			
치기기	고졸 이하	111	48.6	7.2	16.2	4.5	0.0	23.4			
헝가리	대졸 이상	129	31.8	10.9	23.3	3.9	0.8	29.5			
				직업별							
	사무·전문직	181	49.7	17.7	12.7	13.3	0.0	6.6			
인도	서비스·생산직	18	66.7	22.2	0.0	11.1	0.0	0.0			
	학생/주부/무직	50	44.0	16.0	14.0	14.0	0.0	12.0			
	사무·전문직	189	47.1	12.7	12.7	7.9	0.5	19.0			
터키	서비스·생산직	21	28.6	28.6	9.5	14.3	0.0	19.0			
	학생/주부/무직	86	39.5	17.4	5.8	4.7	0.0	32.6			
	사무·전문직	126	42.1	17.5	11.9	4.8	0.0	23.8			
캐나다	서비스·생산직	36	41.7	22.2	11.1	13.9	0.0	11.1			
	학생/주부/무직	56	37.5	17.9	19.6	3.6	0.0	21.4			
	사무·전문직	137	37.2	10.2	19.7	6.6	0.0	26.3			
헝가리	서비스·생산직	47	40.4	8.5	19.1	0.0	2.1	29.8			
	학생/주부/무직	56	44.6	7.1	21.4	1.8	0.0	25.0			
				소득별							
인도	40,000 이상	130	52.3	12.3	13.8	12.3	0.0	9.2			
닌그	40,000 미만	119	47.1	23.5	10.1	14.3	0.0	5.0			
터키	8,000 이상	160	41.9	11.3	10.0	7.5	0.6	28.8			
2 /	8,000 미만	136	45.6	19.9	11.0	7.4	0.0	16.2			
캐나다	5,000 이상	118	44.1	16.1	15.3	6.8	0.0	17.8			
711-1-1	5,000 미만	100	37.0	21.0	12.0	5.0	0.0	25.0			
헝가리	500,000 이상	77	31.2	9.1	23.4	3.9	0.0	32.5			
0,1-1	500,000 미만	163	43.6	9.2	18.4	4.3	0.6	23.9			
		T		고객가치별	1		T	T			
	고관여자	75	44.0	18.7	17.3	12.0	0.0	8.0			
인도	중관여자	101	56.4	19.8	9.9	9.9	0.0	4.0			
	저관여자	73	46.6	13.7	9.6	19.2	0.0	11.0			
	고관여자	126	37.3	13.5	11.1	4.8	0.0	33.3			
터키	중관여자	112	49.1	17.0	7.1	9.8	0.0	17.0			
	저관여자	58	46.6	15.5	15.5	8.6	1.7	12.1			
	고관여자	69	43.5	15.9	13.0	5.8	0.0	21.7			
캐나다	중관여자	106	40.6	16.0	17.9	6.6	0.0	18.9			
	저관여자	43	37.2	27.9	4.7	4.7	0.0	25.6			
	고관여자	80	38.8	11.3	17.5	2.5	0.0	30.0			
헝가리	중관여자	104	47.1	7.7	15.4	3.8	1.0	25.0			
	저관여자	56	26.8	8.9	32.1	7.1	0.0	25.0			

### □ 공동제작을 통한 방송프로그램 제작 기여

귀하는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송프로그램을 제작 할 수 있다고 생각하십니까? 그렇지 않다고 생각하십니까?

단위: 명 & %

	국가	사례수	그렇다	그렇지 않다	모르겠음
			국가별		
	인도	461	76.4	12.1	11.5
	터키	431	84.0	7.0	9.0
3	개나다	428	55.1	17.8	27.1
Ĭ	헝가리	435	73.6	9.0	17.5
			성별		
인도	남성	236	78.0	13.1	8.9
닌ㅗ	여성	225	74.7	11.1	14.2
터키	남성	203	79.3	10.8	9.9
	여성	228	88.2	3.5	8.3
캐나다	남성	208	53.8	21.2	25.0
71144	여성	220	56.4	14.5	29.1
헝가리	남성	219	76.3	11.0	12.8
8/14	여성	216	70.8	6.9	22.2
			연령별		
	10대	78	65.4	16.7	17.9
	20대	100	77.0	16.0	7.0
인도	30대	102	84.3	13.7	2.0
인도	40대	90	77.8	10.0	12.2
	50대 이상	91	74.7	4.4	20.9
	10대	65	73.8	10.8	15.4
	20대	91	90.1	4.4	5.5
터키	30대	95	88.4	5.3	6.3
	40대	93	83.9	3.2	12.9
	50대 이상	87	80.5	12.6	6.9
	10대	79	50.6	17.7	31.6
	20대	84	61.9	15.5	22.6
캐나다	30대	91	57.1	19.8	23.1
	40대	91	58.2	16.5	25.3
	50대 이상	83	47.0	19.3	33.7
	10대	63	65.1	17.5	17.5
	20대	89	71.9	12.4	15.7
헝가리	30대	96	71.9	7.3	20.8
	40대	97	77.3	5.2	17.5
	50대 이상	90	78.9	5.6	15.6

	구분	사례수	그렇다	그렇지 않다	모르겠음
			학력별		
ماد	고졸 이하	68	69.1	13.2	17.6
인도	대졸 이상	393	77.6	12.0	10.4
-1-1	고졸 이하	103	72.8	9.7	17.5
터키	대졸 이상	328	87.5	6.1	6.4
-11, 1-1	고졸 이하	125	46.4	16.0	37.6
캐나다	대졸 이상	303	58.7	18.5	22.8
-l-l-l	고졸 이하	232	69.8	12.1	18.1
헝가리	대졸 이상	203	77.8	5.4	16.7
			직업별		
	사무·전문직	306	79.4	11.8	8.8
인도	서비스·생산직	35	65.7	28.6	5.7
	학생/주부/무직	120	71.7	8.3	20.0
	사무·전문직	258	85.7	7.0	7.4
터키	서비스·생산직	38	78.9	7.9	13.2
	학생/주부/무직	135	82.2	6.7	11.1
	사무·전문직	223	63.2	15.7	21.1
캐나다	서비스·생산직	63	52.4	22.2	25.4
	학생/주부/무직	142	43.7	19.0	37.3
	사무·전문직	224	77.7	6.3	16.1
헝가리	서비스·생산직	82	72.0	7.3	20.7
	학생/주부/무직	129	67.4	14.7	17.8
			소득별		
인도	40,000 이상	241	78.0	10.8	11.2
	40,000 미만	220	74.5	13.6	11.8
터키	8,000 이상	220	88.6	4.5	6.8
-1/1	8,000 미만	211	79.1	9.5	11.4
캐나다	5,000 이상	214	58.4	18.7	22.9
711-1-1	5,000 미만	214	51.9	16.8	31.3
헝가리	500,000 이상	130	78.5	8.5	13.1
0, 1-1	500,000 미만	305	71.5	9.2	19.3
			고객가치별		T
.,	고관여자	119	85.7	8.4	5.9
인도	중관여자	182	82.4	10.4	7.1
	저관여자	160	62.5	16.9	20.6
3 3	고관여자	164	88.4	4.3	7.3
터키	중관여자	165	83.0	7.9	9.1
	저관여자	102	78.4	9.8	11.8
	고관여자	129	62.0	14.0	24.0
캐나다	중관여자	201	55.2	17.4	27.4
	저관여자	98	45.9	23.5	30.6
-1-1-1	고관여자	122	81.1	6.6	12.3
헝가리	중관여자	185	75.1	6.5	18.4
	저관여자	128	64.1	14.8	21.1

### □ 국가 간 공동제작을 통해 항상 가능한 측면(1순위 응답 기준)

귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 더 좋은 방송프로그램이 제작될 수 있다고 생각하십 니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3순위 까지 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

	الح	사례수	프로그램	프로그램	프로그램	프로그램
	국가	(명)	품질	다양성	혁신성	유용성
			국가별			
	인도	352	44.0	12.5	18.8	5.7
	터키	362	53.9	16.3	13.8	3.0
	캐나다	236	36.9	31.8	16.9	3.4
	헝가리	320	42.5	19.7	10.3	4.1
			성별			
인도	남성	184	42.4	10.9	18.5	7.1
U-1-	여성	168	45.8	14.3	19.0	4.2
터키	남성	161	56.5	13.7	14.3	3.1
<i>-</i>   <i>/</i>	여성	201	51.7	18.4	13.4	3.0
캐나다	남성	112	38.4	25.9	17.9	5.4
711-1-1	여성	124	35.5	37.1	16.1	1.6
헝가리	남성	167	46.1	15.6	10.2	5.4
0/19	여성	153	38.6	24.2	10.5	2.6
			연령별			
	10대	51	45.1	15.7	19.6	2.0
	20대	77	46.8	10.4	20.8	5.2
인도	30대	86	48.8	12.8	10.5	9.3
	40대	70	32.9	14.3	28.6	4.3
	50대 이상	68	45.6	10.3	16.2	5.9
	10대	48	66.7	12.5	12.5	2.1
	20대	82	62.2	11.0	13.4	3.7
터키	30대	84	51.2	17.9	13.1	2.4
	40대	78	50.0	20.5	15.4	2.6
	50대 이상	70	42.9	18.6	14.3	4.3
	10대	40	37.5	40.0	15.0	0.0
	20대	52	42.3	26.9	19.2	1.9
캐나다	30대	52	32.7	30.8	19.2	5.8
	40대	53	39.6	28.3	15.1	3.8
	50대 이상	39	30.8	35.9	15.4	5.1
	10대	41	51.2	12.2	12.2	4.9
	20대	64	40.6	17.2	18.8	3.1
헝가리	30대	69	49.3	20.3	11.6	1.4
	40대	75	44.0	21.3	6.7	2.7
	50대 이상	71	31.0	23.9	4.2	8.5

	국가	프로그램 신뢰성	프로그램 사실성	신기술 활용	현지 제작 활성화
		Ę	국가별		
	인도	5.1	3.4	8.8	1.7
터키		3.9	3.3	4.7	1.1
	캐나다	3.0	3.4	2.5	2.1
	헝가리	6.3	1.9	9.4	5.9
			성별		
인도	남성	5.4	2.7	10.3	2.7
7.5	여성	4.8	4.2	7.1	0.6
터키	남성	3.7	1.9	5.0	1.9
L /	여성	4.0	4.5	4.5	0.5
캐나다	남성	4.5	2.7	3.6	1.8
7144	여성	1.6	4.0	1.6	2.4
헝가리	남성	6.0	2.4	9.6	4.8
8/14	여성	6.5	1.3	9.2	7.2
		Ç	연령별		
	10대	3.9	5.9	7.8	0.0
	20대	6.5	5.2	5.2	0.0
인도	30대	7.0	1.2	8.1	2.3
	40대	4.3	1.4	10.0	4.3
	50대 이상	2.9	4.4	13.2	1.5
	10대	2.1	0.0	2.1	2.1
	20대	3.7	2.4	3.7	0.0
터키	30대	6.0	2.4	4.8	2.4
	40대	6.4	3.8	1.3	0.0
	50대 이상	0.0	7.1	11.4	1.4
	10대	2.5	2.5	0.0	2.5
	20대	3.8	0.0	5.8	0.0
캐나다	30대	1.9	5.8	3.8	0.0
	40대	3.8	3.8	1.9	3.8
	50대 이상	2.6	5.1	0.0	5.1
	10대	12.2	0.0	7.3	0.0
	20대	3.1	1.6	9.4	6.3
헝가리	30대	1.4	0.0	11.6	4.3
	40대	9.3	1.3	5.3	9.3
	50대 이상	7.0	5.6	12.7	7.0

		사례수	프로그램	프로그램	프로그램	프로그램
	국가	(명)	품질	다양성	혁신성	유용성
		(6)	학력별	988	복건·8	11 8 8
	고졸 이하	47	48.9	14.9	19.1	0.0
인도	대졸 이상	305	43.3	12.1	18.7	6.6
	고졸 이하	75	49.3	14.7	18.7	1.3
터키	대졸 이상	287	55.1	16.7	12.5	3.5
	고졸 이하	58	32.8	36.2	22.4	1.7
캐나다	대졸 이상	178	38.2	30.3	15.2	3.9
	고졸 이하	162	43.2	16.0	11.1	6.2
헝가리	대졸 이상	158	41.8	23.4	9.5	1.9
	1,2 70		직업별		7.0	
	사무·전문직	243	40.7	11.9	19.8	7.0
인도	서비스·생산직	23	43.5	21.7	13.0	4.3
	학생/주부/무직	86	53.5	11.6	17.4	2.3
	사무·전문직	221	51.1	16.3	13.6	3.6
터키	서비스·생산직	30	40.0	23.3	16.7	6.7
	학생/주부/무직	111	63.1	14.4	13.5	0.9
	사무·전문직	141	35.5	29.8	17.7	5.7
캐나다	서비스·생산직	33	30.3	39.4	21.2	0.0
	학생/주부/무직	62	43.5	32.3	12.9	0.0
	사무·전문직	174	41.4	21.8	12.6	1.7
헝가리	서비스·생산직	59	50.8	16.9	3.4	10.2
	학생/주부/무직	87	39.1	17.2	10.3	4.6
			소득별			
인도	40,000 이상	188	44.7	13.3	16.5	3.7
U.J.	40,000 미만	164	43.3	11.6	21.3	7.9
터키	8,000 이상	195	50.3	18.5	12.8	2.6
-1/1	8,000 미만	167	58.1	13.8	15.0	3.6
캐나다	5,000 이상	125	32.8	34.4	16.8	5.6
211.1.1	5,000 미만	111	41.4	28.8	17.1	0.9
헝가리	500,000 이상	102	41.2	18.6	10.8	5.9
0,1-1	500,000 미만	218	43.1	20.2	10.1	3.2
			고객가치별		I	I
	고관여자	102	35.3	13.7	21.6	7.8
인도	중관여자	150	44.0	12.7	18.0	2.7
	저관여자	100	53.0	11.0	17.0	8.0
wl =1	고관여자	145	50.3	22.8	10.3	2.8
터키	중관여자	137	55.5	12.4	17.5	2.9
	저관여자	80	57.5	11.3	13.8	3.8
all, 1-1	고관여자	80	38.8	26.3	23.8	5.0
캐나다	중관여자	111	33.3	33.3	13.5	3.6
	저관여자 그리신기	45	42.2	37.8	13.3	0.0
원리리	고관여자	99	45.5	19.2	8.1	3.0
헝가리	중관여자	139	38.1	20.1	11.5	3.6
	저관여자	82	46.3	19.5	11.0	6.1

	7 -1	요ㅋㅋ레 시키시		기키스 취수	현지 제작
	국가	프로그램 신뢰성	프로그램 사실성	신기술 활용	활성화
			학력별		
인도	고졸 이하	6.4	6.4	4.3	0.0
신도	대졸 이상	4.9	3.0	9.5	2.0
터키	고졸 이하	5.3	2.7	6.7	1.3
L /	대졸 이상	3.5	3.5	4.2	1.0
캐나다	고졸 이하	1.7	1.7	3.4	0.0
711-1-1	대졸 이상	3.4	3.9	2.2	2.8
헝가리 :	고졸 이하	7.4	2.5	8.6	4.9
0/19	대졸 이상	5.1	1.3	10.1	7.0
			직업별		
	사무·전문직	5.8	3.3	9.1	2.5
인도	서비스·생산직	8.7	4.3	4.3	0.0
	학생/주부/무직	2.3	3.5	9.3	0.0
, .	사무·전문직	4.5	4.1	5.9	0.9
터키	서비스·생산직	3.3	0.0	3.3	6.7
	학생/주부/무직	2.7	2.7	2.7	0.0
	사무·전문직	2.8	2.8	3.5	2.1
캐나다	서비스·생산직	3.0	6.1	0.0	0.0
	학생/주부/무직	3.2	3.2	1.6	3.2
_, , ,	사무·전문직	5.7	1.1	7.5	8.0
헝가리	서비스·생산직	5.1	3.4	5.1	5.1
	학생/주부/무직	8.0	2.3	16.1	2.3
			소득별		
인도	40,000 이상	5.9	4.3	9.6	2.1
	40,000 미만	4.3	2.4	7.9	1.2
터키	8,000 이상	4.6	4.6	5.6	1.0
	8,000 미만	3.0	1.8	3.6	1.2
캐나다	5,000 이상	4.0	3.2	0.8	2.4
	5,000 미만	1.8	3.6	4.5	1.8
헝가리	500,000 이상	6.9	0.0	7.8	8.8
	500,000 미만	6.0	2.8 2객가치별	10.1	4.6
	고관여자	2.9	5.9	9.8	2.9
인도	고관역자 중관여자	7.3	2.0	12.0	1.3
UI	전관여자 저관여자	4.0	3.0	3.0	1.0
	^시원역사 고관여자	6.2	2.8	4.1	0.7
터키	조선역자 중관여자	2.9	2.9	5.8	0.0
4//	 정관여자	1.3	5.0	3.8	3.8
	고관여자	3.8	1.3	0.0	1.3
캐나다	중관여자	2.7	5.4	4.5	3.6
/11-1-1	저관여자 지관여자	2.2	2.2	2.2	0.0
	고관여자	6.1	1.0	12.1	5.1
헝가리	중관여자	8.6	2.2	10.1	5.8
0,151	전관여자 저관여자	2.4	2.4	4.9	7.3

# 9) 자국 방송산업 기여현황

□ 국가 간 공동제작의 자국 방송산업 기여도

귀하는 국가 간 공동제작이 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 기여할 수 없다고 생각하십니까?

단위: 명 & %

	국가	사례수	기여할 수 있다	기여할 수 없다	모르겠음
			국가별		
	인도	461	79.0	10.6	10.4
	터키	431	84.9	8.4	6.7
7	캐나다	428	57.0	17.1	25.9
ě	헝가리	435	68.0	10.3	21.6
			성별		
인도	남성	236	79.7	11.4	8.9
닌과	여성	225	78.2	9.8	12.0
터키	남성	203	81.8	10.8	7.4
<i>L</i>  /	여성	228	87.7	6.1	6.1
캐나다	남성	208	57.2	19.7	23.1
71199	여성	220	56.8	14.5	28.6
헝가리	남성	219	71.2	11.0	17.8
४/14	여성	216	64.8	9.7	25.5
			연령별		
	10대	78	73.1	10.3	16.7
	20대	100	77.0	14.0	9.0
인도	30대	102	85.3	9.8	4.9
	40대	90	85.6	8.9	5.6
	50대 이상	91	72.5	9.9	17.6
	10대	65	72.3	13.8	13.8
	20대	91	86.8	8.8	4.4
터키	30대	95	92.6	5.3	2.1
	40대	93	88.2	5.4	6.5
	50대 이상	87	80.5	10.3	9.2
	10대	79	53.2	19.0	27.8
	20대	84	59.5	13.1	27.4
캐나다	30대	91	58.2	18.7	23.1
	40대	91	61.5	13.2	25.3
	50대 이상	83	51.8	21.7	26.5
	10대	63	55.6	23.8	20.6
	20대	89	64.0	12.4	23.6
헝가리	30대	96	76.0	7.3	16.7
	40대	97	71.1	6.2	22.7
	50대 이상	90	68.9	6.7	24.4

	구분	사례수	시청경험 있음	시청경험 없음	모르겠음
			학력별	7 5 5 7 7.2	77.1
41-	고졸 이하	68	72.1	10.3	17.6
인도	대졸 이상	393	80.2	10.7	9.2
-1-1	고졸 이하	103	74.8	15.5	9.7
터키	대졸 이상	328	88.1	6.1	5.8
	고졸 이하	125	49.6	16.8	33.6
캐나다	대졸 이상	303	60.1	17.2	22.8
اد ادات	고졸 이하	232	63.8	12.1	24.1
헝가리	대졸 이상	203	72.9	8.4	18.7
			직업별		
	사무·전문직	306	81.7	9.8	8.5
인도	서비스·생산직	35	74.3	20.0	5.7
	학생/주부/무직	120	73.3	10.0	16.7
	사무·전문직	258	88.8	6.6	4.7
터키	서비스·생산직	38	73.7	18.4	7.9
	학생/주부/무직	135	80.7	8.9	10.4
	사무·전문직	223	60.1	15.7	24.2
캐나다	서비스·생산직	63	58.7	19.0	22.2
	학생/주부/무직	142	51.4	18.3	30.3
	사무·전문직	224	72.8	9.4	17.9
헝가리	서비스·생산직	82	70.7	7.3	22.0
	학생/주부/무직	129	58.1	14.0	27.9
			소득별		
인도	40,000 이상	241	80.9	11.2	7.9
닌ㅗ	40,000 미만	220	76.8	10.0	13.2
터키	8,000 이상	220	89.1	5.5	5.5
<i>-</i>  /	8,000 미만	211	80.6	11.4	8.1
캐나다	5,000 이상	214	60.3	15.9	23.8
71199	5,000 미만	214	53.7	18.2	28.0
헝가리	500,000 이상	130	76.2	5.4	18.5
0/14	500,000 미만	305	64.6	12.5	23.0
			고객가치별		
	고관여자	119	88.2	5.9	5.9
인도	중관여자	182	83.0	8.2	8.8
	저관여자	160	67.5	16.9	15.6
	고관여자	164	91.5	2.4	6.1
터키	중관여자	165	83.0	12.1	4.8
	저관여자	102	77.5	11.8	10.8
	고관여자	129	58.9	17.1	24.0
캐나다	중관여자	201	57.2	15.9	26.9
	저관여자	98	54.1	19.4	26.5
	고관여자	122	81.1	4.9	13.9
헝가리	중관여자	185	69.2	8.6	22.2
	저관여자	128	53.9	18.0	28.1

### □ 국가 간 공동제작의 자국 방송산업 기여측면(1순위 응답 기준)

귀하는 국가 간 공동제작을 통해 어떠한 측면에서 우리나라의 방송산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까? 가장 그렇다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

	7-1	사례수	프로그램	프로그램	제작인력	-11 -1 는 111 -1
	국가	(명)	수츨 증진	수입 증진	양성	제작기술 발전
			국가별			
	인도	364	25.3	9.9	15.4	30.5
	터키	366	33.3	12.3	14.5	21.3
	캐나다	244	24.6	13.1	10.7	20.5
	헝가리	296	19.6	11.5	12.5	22.6
			성별			
인도	남성	188	27.1	10.6	11.7	31.9
U.J.	여성	176	23.3	9.1	19.3	29.0
터키	남성	166	40.4	7.2	9.0	22.3
2//	여성	200	27.5	16.5	19.0	20.5
캐나다	남성	119	26.9	20.2	9.2	21.8
711-1-1	여성	125	22.4	6.4	12.0	19.2
헝가리	남성	156	21.8	12.2	12.2	22.4
3/14	여성	140	17.1	10.7	12.9	22.9
			연령별			
	10대	57	29.8	8.8	17.5	26.3
	20대	77	40.3	14.3	11.7	22.1
인도	30대	87	17.2	10.3	17.2	33.3
	40대	77	20.8	11.7	14.3	29.9
	50대 이상	66	19.7	3.0	16.7	40.9
	10대	47	42.6	8.5	19.1	8.5
	20대	79	34.2	17.7	15.2	20.3
터키	30대	88	28.4	12.5	14.8	26.1
	40대	82	30.5	17.1	14.6	19.5
	50대 이상	70	35.7	2.9	10.0	27.1
	10대	42	28.6	21.4	11.9	11.9
	20대	50	26.0	14.0	12.0	26.0
캐나다	30대	53	24.5	9.4	9.4	22.6
	40대	56	21.4	14.3	12.5	17.9
	50대 이상	43	23.3	7.0	7.0	23.3
	10대	35	25.7	17.1	5.7	20.0
	20대	57	24.6	15.8	14.0	19.3
헝가리	30대	73	12.3	9.6	19.2	31.5
	40대	69	24.6	13.0	13.0	15.9
	50대 이상	62	14.5	4.8	6.5	24.2

	국가	제작 노하우 발전	외국 제작자본 유치	방송사 글로벌 경쟁력 제고	시청자 수준(역량) 향상	기타
			국가별			
	인도	5.2	5.8	5.8	2.2	0.0
	터키	5.5	5.7	6.3	1.1	0.0
	캐나다	2.9	17.6	7.4	3.3	0.0
	헝가리	7.1	17.9	5.4	3.0	0.3
			성별			
인도	남성	6.9	4.8	4.8	2.1	0.0
킨조	여성	3.4	6.8	6.8	2.3	0.0
터키	남성	6.0	7.8	6.6	0.6	0.0
4//	여성	5.0	4.0	6.0	1.5	0.0
캐나다	남성	2.5	12.6	5.0	1.7	0.0
7144	여성	3.2	22.4	9.6	4.8	0.0
헝가리	남성	6.4	21.2	2.6	1.3	0.0
8/14	여성	7.9	14.3	8.6	5.0	0.7
			연령별			
	10대	5.3	1.8	7.0	3.5	0.0
	20대	3.9	7.8	0.0	0.0	0.0
인도	30대	5.7	8.0	3.4	4.6	0.0
	40대	6.5	3.9	11.7	1.3	0.0
	50대 이상	4.5	6.1	7.6	1.5	0.0
	10대	6.4	4.3	8.5	2.1	0.0
	20대	3.8	6.3	2.5	0.0	0.0
터키	30대	6.8	2.3	6.8	2.3	0.0
	40대	3.7	8.5	4.9	1.2	0.0
	50대 이상	7.1	7.1	10.0	0.0	0.0
	10대	2.4	19.0	2.4	2.4	0.0
	20대	4.0	10.0	8.0	0.0	0.0
캐나다	30대	1.9	20.8	1.9	9.4	0.0
	40대	1.8	21.4	8.9	1.8	0.0
	50대 이상	4.7	16.3	16.3	2.3	0.0
	10대	8.6	14.3	5.7	2.9	0.0
	20대	10.5	10.5	3.5	0.0	1.8
헝가리	30대	4.1	19.2	1.4	2.7	0.0
	40대	5.8	17.4	7.2	2.9	0.0
	50대 이상	8.1	25.8	9.7	6.5	0.0

		사례수	프로그램	프로그램	제작인력			
	국가	(명)	수출 증진	수입 증진	양성	제작기술 발전		
		( 0 )	학력별	THOU	0 0			
	고졸 이하	49	42.9	6.1	10.2	22.4		
인도	대졸 이상	315	22.5	10.5	16.2	31.7		
	고졸 이하	77	41.6	11.7	7.8	23.4		
터키	대졸 이상	289	31.1	12.5	16.3	20.8		
n 1 2	고졸 이하	62	25.8	14.5	14.5	16.1		
캐나다	대졸 이상	182	24.2	12.6	9.3	22.0		
	고졸 이하	148	20.9	12.8	11.5	25.7		
헝가리	대졸 이상	148	18.2	10.1	13.5	19.6		
			직업별	l				
사무·전문직 250 20.0 10.4 15.2 34.0								
인도	서비스·생산직	26	34.6	7.7	19.2	26.9		
	학생/주부/무직	88	37.5	9.1	14.8	21.6		
	사무·전문직	229	31.4	13.5	14.4	24.9		
터키	서비스·생산직	28	35.7	7.1	10.7	21.4		
	학생/주부/무직	109	36.7	11.0	15.6	13.8		
	사무·전문직	134	26.9	11.9	9.7	19.4		
캐나다	서비스·생산직	37	32.4	16.2	5.4	29.7		
	학생/주부/무직	73	16.4	13.7	15.1	17.8		
	사무·전문직	163	18.4	13.5	13.5	22.1		
헝가리	서비스·생산직	58	19.0	6.9	10.3	24.1		
	학생/주부/무직	75	22.7	10.7	12.0	22.7		
			소득별					
인도	40,000 이상	195	22.1	8.7	11.8	35.4		
67	40,000 미만	169	29.0	11.2	19.5	24.9		
터키	8,000 이상	196	32.1	12.8	15.3	23.5		
- 1/ 1	8,000 미만	170	34.7	11.8	13.5	18.8		
캐나다	5,000 이상	129	19.4	14.7	12.4	19.4		
- 11 1	5,000 미만	115	30.4	11.3	8.7	21.7		
헝가리	500,000 이상	99	22.2	11.1	9.1	24.2		
	500,000 미만	197	18.3	11.7	14.2	21.8		
	1.1.1		고객가치별					
	고관여자	105	19.0	10.5	14.3	37.1		
인도	중관여자	151	27.8	11.9	12.6	27.8		
	저관여자	108	27.8	6.5	20.4	27.8		
r] -1	고관여자	150	33.3	18.0	12.0	23.3		
터키	중관여자	137	29.9	10.2	13.9	21.2		
	저관여자	79	39.2	5.1	20.3	17.7		
المال المالة	고관여자	76	21.1	11.8	14.5	27.6		
캐나다	중관여자	115	27.0	15.7	10.4	16.5		
	저관여자 그리서리	53	24.5	9.4	5.7	18.9		
체키키	고관여자	99	17.2	15.2	13.1	22.2		
헝가리	중관여자	128	20.3	10.9	12.5	22.7		
	저관여자	69	21.7	7.2	11.6	23.2		

	_ ,	제작 노하우	외국 제작자본	방송사 글로벌	시청자	
	국가	발전	유치	경쟁력 제고	수준(역량) 향상	기타
			학력별		0 0	
ماد	고졸 이하	4.1	2.0	6.1	6.1	0.0
인도	대졸 이상	5.4	6.3	5.7	1.6	0.0
터키	고졸 이하	3.9	5.2	6.5	0.0	0.0
[ [7]	대졸 이상	5.9	5.9	6.2	1.4	0.0
캐나다	고졸 이하	1.6	16.1	8.1	3.2	0.0
71199	대졸 이상	3.3	18.1	7.1	3.3	0.0
헝가리	고졸 이하	5.4	12.8	7.4	3.4	0.0
0/1-1	대졸 이상	8.8	23.0	3.4	2.7	0.7
		Γ	직업별			
	사무·전문직	6.4	6.4	5.6	2.0	0.0
인도	서비스·생산직	3.8	0.0	3.8	3.8	0.0
	학생/주부/무직	2.3	5.7	6.8	2.3	0.0
11	사무·전문직	5.7	4.8	4.8	0.4	0.0
터키	서비스·생산직	10.7	7.1	7.1	0.0	0.0
	학생/주부/무직	3.7	7.3	9.2	2.8	0.0
캐나다	사무·전문직 서비스·생산직	3.0 0.0	18.7 10.8	6.0 5.4	4.5 0.0	0.0
71144	학생/주부/무직	4.1	19.2	11.0	2.7	0.0
	사무·전문직	9.2	15.3	5.5	2.7	0.0
헝가리	서비스·생산직	3.4	29.3	5.2	1.7	0.0
0/14	학생/주부/무직	5.3	14.7	5.3	5.3	1.3
	1 0/ 1 // 1		소득별	5.5	3.3	1.5
41-	40,000 이상	6.7	8.2	4.6	2.6	0.0
인도	40,000 미만	3.6	3.0	7.1	1.8	0.0
w) -1	8,000 이상	3.1	5.6	5.6	2.0	0.0
터키	8,000 미만	8.2	5.9	7.1	0.0	0.0
المال المال	5,000 이상	3.1	19.4	7.0	4.7	0.0
캐나다	5,000 미만	2.6	15.7	7.8	1.7	0.0
헝가리	500,000 이상	5.1	19.2	5.1	4.0	0.0
8/14	500,000 미만	8.1	17.3	5.6	2.5	0.5
			고객가치별			
	고관여자	5.7	6.7	5.7	1.0	0.0
인도	중관여자	6.0	4.6	6.6	2.6	0.0
	저관여자	3.7	6.5	4.6	2.8	0.0
1	고관여자	2.0	4.0	6.0	1.3	0.0
터키	중관여자	8.8	7.3	7.3	1.5	0.0
	저관여자	6.3	6.3	5.1	0.0	0.0
عال احا	고관여자	1.3	14.5	7.9	1.3	0.0
캐나다	중관여자	3.5	17.4	7.0	2.6	0.0
	저관여자	3.8	22.6	7.5	7.5	0.0
처기기	고관여자	5.1	17.2	6.1	4.0	0.0
헝가리	중관여자 저관여자	8.6 7.2	18.8	4.7	1.6	0.0
	시선역사	1.2	17.4	5.8	4.3	1.4

### □ 국가 간 공동제작 방송프로그램 제작 적합 장르(1순위 응답 기준)

국가 간 방송프로그램 공동제작에 적합하다고 생각하는 장르는 무엇이라 생각하십니까? 가장 적합하다고 생각하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오

단위: 명 & %

Ä	구가	사례수	드라마	버라이 어티쇼	음악	뉴스 시사	교육	영화	<b>스포츠</b>	다큐
					국가별					
Q	<u>l</u> 도	461	7.4	4.3	8.0	3.3	9.1	23.9	5.2	6.9
E	17	431	7.0	5.8	2.8	5.1	3.7	36.9	6.0	12.5
쾌.	나다	428	16.8	2.6	3.5	7.2	3.3	25.5	5.6	9.6
헝	가리	435	5.3	6.9	5.5	3.9	4.6	29.9	6.9	13.3
					성별				•	
인도	남성	236	5.9	3.8	7.2	2.1	7.2	26.7	6.8	6.4
인도 -	여성	225	8.9	4.9	8.9	4.4	11.1	20.9	3.6	7.6
ובובו	남성	203	6.4	6.4	3.4	5.4	1.5	35.5	7.9	13.3
터키 -	여성	228	7.5	5.3	2.2	4.8	5.7	38.2	4.4	11.8
عال الحا	남성	208	14.9	2.4	2.9	7.2	2.9	23.1	10.6	10.1
캐나다 -	여성	220	18.6	2.7	4.1	7.3	3.6	27.7	0.9	9.1
중] -] -]	남성	219	5.0	4.6	5.9	5.5	4.1	33.8	10.0	11.4
헝가리 -	여성	216	5.6	9.3	5.1	2.3	5.1	25.9	3.7	15.3
					연령별	·				
	10대	78	7.7	2.6	10.3	3.8	7.7	21.8	6.4	6.4
	20대	100	8.0	4.0	8.0	3.0	6.0	21.0	5.0	10.0
인도	30대	102	8.8	4.9	5.9	2.0	9.8	27.5	2.9	7.8
	40대	90	3.3	6.7	13.3	4.4	7.8	25.6	7.8	5.6
	50대 이상	91	8.8	3.3	3.3	3.3	14.3	23.1	4.4	4.4
	10대	65	12.3	6.2	3.1	6.2	3.1	32.3	7.7	3.1
	20대	91	5.5	6.6	3.3	2.2	2.2	36.3	6.6	7.7
터키	30대	95	5.3	6.3	2.1	4.2	4.2	44.2	7.4	10.5
	40대	93	8.6	4.3	2.2	6.5	5.4	34.4	1.1	19.4
	50대 이상	87	4.6	5.7	3.4	6.9	3.4	35.6	8.0	19.5
	10대	79	11.4	5.1	6.3	6.3	3.8	21.5	3.8	5.1
	20대	84	16.7	0.0	2.4	9.5	6.0	21.4	9.5	8.3
캐나다	30대	91	17.6	2.2	3.3	4.4	4.4	20.9	3.3	16.5
	40대	91	22.0	2.2	3.3	6.6	2.2	25.3	6.6	8.8
	50대 이상	83	15.7	3.6	2.4	9.6	0.0	38.6	4.8	8.4
	10대	63	4.8	6.3	7.9	4.8	1.6	20.6	6.3	9.5
	20대	89	5.6	9.0	3.4	1.1	7.9	31.5	5.6	11.2
헝가리	30대	96	9.4	6.3	4.2	2.1	5.2	32.3	2.1	20.8
	40대	97	4.1	6.2	4.1	6.2	5.2	29.9	8.2	10.3
	50대 이상	90	2.2	6.7	8.9	5.6	2.2	32.2	12.2	13.3

	국가	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼 리티쇼	키즈	기타
				국가	· 별				
	인도	6.3	2.4	2.6	3.0	6.9	8.0	2.4	0.2
	터키	2.8	0.9	2.3	2.6	5.3	3.9	1.9	0.5
캐나다		5.4	1.4	0.9	1.2	9.8	4.9	2.1	0.2
č	헝가리	3.7	0.5	2.3	1.6	8.7	3.9	2.3	0.7
				성볕	]				
인도	남성	5.5	3.0	1.7	2.5	8.1	10.6	2.5	0.0
신조	여성	7.1	1.8	3.6	3.6	5.8	5.3	2.2	0.4
터키	남성	2.5	1.0	3.9	3.4	5.4	2.0	1.0	1.0
	여성	3.1	0.9	0.9	1.8	5.3	5.7	2.6	0.0
캐나다	남성	6.7	1.9	1.0	1.0	8.7	4.8	1.9	0.0
71144	여성	4.1	0.9	0.9	1.4	10.9	5.0	2.3	0.5
헝가리	남성	4.1	0.5	2.3	2.3	4.6	3.7	1.4	0.9
생가다	여성	3.2	0.5	2.3	0.9	13.0	4.2	3.2	0.5
				연령	· 별	,			
	10대	6.4	0.0	1.3	1.3	9.0	6.4	9.0	0.0
	20대	4.0	4.0	3.0	2.0	11.0	10.0	0.0	1.0
인도	30대	9.8	3.9	0.0	0.0	3.9	9.8	2.9	0.0
	40대	6.7	0.0	5.6	2.2	6.7	4.4	0.0	0.0
	50대 이상	4.4	3.3	3.3	9.9	4.4	8.8	1.1	0.0
	10대	6.2	1.5	4.6	3.1	6.2	4.6	0.0	0.0
	20대	1.1	3.3	2.2	4.4	6.6	6.6	4.4	1.1
터키	30대	3.2	0.0	0.0	0.0	6.3	4.2	2.1	0.0
	40대	2.2	0.0	3.2	4.3	3.2	2.2	2.2	1.1
	50대 이상	2.3	0.0	2.3	1.1	4.6	2.3	0.0	0.0
	10대	7.6	1.3	2.5	1.3	11.4	8.9	3.8	0.0
	20대	6.0	0.0	1.2	0.0	13.1	3.6	2.4	0.0
캐나다	30대	3.3	0.0	1.1	1.1	11.0	6.6	4.4	0.0
	40대	2.2	5.5	0.0	3.3	7.7	4.4	0.0	0.0
	50대 이상	8.4	0.0	0.0	0.0	6.0	1.2	0.0	1.2
	10대	7.9	1.6	4.8	3.2	6.3	6.3	6.3	1.6
	20대	1.1	0.0	3.4	3.4	11.2	2.2	3.4	0.0
헝가리	30대	5.2	0.0	1.0	0.0	5.2	5.2	1.0	0.0
	40대	4.1	1.0	2.1	1.0	11.3	3.1	1.0	2.1
	50대 이상	1.1	0.0	1.1	1.1	8.9	3.3	1.1	0.0

	구분	사례수	드라마	버라이 어티쇼	음악	뉴스 시사	교육	영화	스포츠	다큐
				학력	 넉별					
	고졸 이하	68	5.9	5.9	11.8	2.9	10.3	17.6	5.9	8.8
인도	대졸 이상	393	7.6	4.1	7.4	3.3	8.9	24.9	5.1	6.6
-1 -1	고졸 이하	103	8.7	5.8	2.9	5.8	4.9	33.0	6.8	9.7
터키	대졸 이상	328	6.4	5.8	2.7	4.9	3.4	38.1	5.8	13.4
ગો.ોનો	고졸 이하	125	13.6	2.4	3.2	5.6	4.0	26.4	4.0	8.0
캐나다	대졸 이상	303	18.2	2.6	3.6	7.9	3.0	25.1	6.3	10.2
헝가리	고졸 이하	232	3.4	7.3	7.8	5.2	5.2	30.2	5.2	9.9
생가다	대졸 이상	203	7.4	6.4	3.0	2.5	3.9	29.6	8.9	17.2
				직약	<b>법</b> 별					
	사무·전문직	306	7.2	4.6	7.5	4.2	8.8	26.8	5.6	6.9
인도	서비스·생산직	35	5.7	2.9	8.6	0.0	14.3	2.9	2.9	11.4
	학생/주부/무직	120	8.3	4.2	9.2	1.7	8.3	22.5	5.0	5.8
	사무·전문직	258	6.6	6.2	2.3	5.0	3.9	37.2	5.8	14.0
터키	서비스·생산직	38	5.3	5.3	2.6	5.3	0.0	23.7	13.2	13.2
	학생/주부/무직	135	8.1	5.2	3.7	5.2	4.4	40.0	4.4	9.6
	사무·전문직	223	17.9	2.7	2.7	8.1	3.6	26.0	5.4	11.7
캐나다	서비스·생산직	63	19.0	0.0	7.9	7.9	1.6	22.2	6.3	9.5
	학생/주부/무직	142	14.1	3.5	2.8	5.6	3.5	26.1	5.6	6.3
	사무·전문직	224	8.0	7.6	4.0	3.6	4.9	29.5	6.7	17.0
헝가리	서비스·생산직	82	2.4	6.1	12.2	3.7	6.1	31.7	4.9	14.6
	학생/주부/무직	129	2.3	6.2	3.9	4.7	3.1	29.5	8.5	6.2
				소득	투별					
인도	40,000 이상	241	8.7	5.4	9.1	4.1	8.7	24.5	4.6	7.9
<u></u>	40,000 미만	220	5.9	3.2	6.8	2.3	9.5	23.2	5.9	5.9
터키	8,000 이상	220	6.4	5.5	2.3	4.5	4.1	40.9	4.5	13.2
-1/1	8,000 미만	211	7.6	6.2	3.3	5.7	3.3	32.7	7.6	11.8
캐나다	5,000 이상	214	14.5	2.3	4.2	5.6	4.2	25.2	5.1	10.3
711-1-1	5,000 미만	214	19.2	2.8	2.8	8.9	2.3	25.7	6.1	8.9
헝가리	500,000 이상	130	5.4	7.7	3.1	5.4	5.4	33.8	5.4	13.8
0/1-1	500,000 미만	305	5.2	6.6	6.6	3.3	4.3	28.2	7.5	13.1
			T	고객기		1		T	T	
	고관여자	119	9.2	3.4	10.9	4.2	7.6	27.7	2.5	9.2
인도	중관여자	182	7.7	4.4	6.0	2.7	6.6	24.2	5.5	6.6
	저관여자	160	5.6	5.0	8.1	3.1	13.1	20.6	6.9	5.6
	고관여자	164	6.7	4.3	2.4	4.9	4.3	43.9	3.7	12.8
터키	중관여자	165	7.3	6.1	2.4	5.5	3.6	35.2	3.6	13.3
	저관여자	102	6.9	7.8	3.9	4.9	2.9	28.4	13.7	10.8
	고관여자	129	20.9	3.1	1.6	8.5	3.1	24.8	3.9	9.3
캐나다	중관여자	201	17.9	2.0	4.0	7.0	3.0	30.8	6.0	7.0
	저관여자	98	9.2	3.1	5.1	6.1	4.1	15.3	7.1	15.3
	고관여자	122	4.1	5.7	3.3	4.1	3.3	34.4	6.6	13.1
헝가리	중관여자	185	3.2	6.5	6.5	4.3	4.3	31.9	5.4	15.1
	저관여자	128	9.4	8.6	6.3	3.1	6.3	22.7	9.4	10.9

	구분	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼리	키즈	기타
				학력별			티쇼		
	고졸 이하	7.4	1.5	1.5	0.0	8.8	5.9	5.9	0.0
인도	 대졸 이상	6.1	2.5	2.8	3.6	6.6	8.4	1.8	0.0
	고졸 이하	2.9	1.9	1.9	3.9	7.8	2.9	1.0	0.0
터키	대졸 이상	2.7	0.6	2.4	2.1	4.6	4.3	2.1	0.6
	고졸 이하	6.4	2.4	0.0	1.6	12.0	7.2	3.2	0.0
캐나다	대졸 이상	5.0	1.0	1.3	1.0	8.9	4.0	1.7	0.3
11	고졸 이하	3.0	0.4	2.2	1.7	9.5	4.7	3.0	1.3
헝가리	대졸 이상	4.4	0.5	2.5	1.5	7.9	3.0	1.5	0.0
				직업별					
	사무·전문직	4.6	2.3	2.9	2.9	6.9	7.2	1.3	0.3
인도	서비스·생산직	14.3	2.9	2.9	0.0	8.6	17.1	5.7	0.0
	학생/주부/무직	8.3	2.5	1.7	4.2	6.7	7.5	4.2	0.0
	사무·전문직	2.3	0.8	1.9	1.6	5.4	4.3	2.3	0.4
터키	서비스·생산직	0.0	2.6	5.3	7.9	13.2	0.0	2.6	0.0
	학생/주부/무직	4.4	0.7	2.2	3.0	3.0	4.4	0.7	0.7
	사무·전문직	4.5	1.3	1.3	0.9	9.0	3.1	1.3	0.4
캐나다	서비스·생산직	4.8	1.6	0.0	0.0	6.3	9.5	3.2	0.0
	학생/주부/무직	7.0	1.4	0.7	2.1	12.7	5.6	2.8	0.0
	사무·전문직	3.1	0.4	0.4	1.3	8.5	4.0	0.9	0.0
헝가리	서비스·생산직	3.7	0.0	1.2	2.4	6.1	3.7	0.0	1.2
	학생/주부/무직	4.7	0.8	6.2	1.6	10.9	3.9	6.2	1.6
	40.000 (131			소득별					
인도	40,000 이상	4.1	1.2	2.5	3.7	7.1	8.3	0.0	0.0
	40,000 미만	8.6	3.6	2.7	2.3	6.8	7.7	5.0	0.5
터키	8,000 이상	2.7	0.5	2.3	1.4	5.5	5.0	0.9	0.5
	8,000 미만	2.8	1.4	2.4	3.8	5.2	2.8	2.8	0.5
캐나다	5,000 이상 5,000 미만	5.6	0.9 1.9	1.4	0.9	12.6	4.2	2.3	0.5
	500,000 미년	5.1		0.5	1.4	7.0	5.6	1.9	0.0
헝가리	500,000 미만	3.3	0.8	2.3	1.5	6.9 9.5	1.5 4.9	2.3	1.0
	300,000 - 1 12	5.5		<del>2.5</del> 고객가치팀		7.5	7.7	2.3	1.0
	고관여자	5.0	0.8	1.7	1.7	8.4	5.9	0.8	0.8
인도	중관여자	6.0	3.3	4.4	2.7	6.0	10.4	3.3	0.0
	저관여자	7.5	2.5	1.3	4.4	6.9	6.9	2.5	0.0
	고관여자	2.4	0.0	1.8	1.2	5.5	3.7	2.4	0.0
터키	중관여자	2.4	1.2	3.6	3.0	5.5	4.8	1.8	0.6
	저관여자	3.9	2.0	1.0	3.9	4.9	2.9	1.0	1.0
	고관여자	4.7	0.8	0.8	0.8	12.4	3.1	2.3	0.0
캐나다	중관여자	3.5	1.0	0.5	2.0	7.0	6.5	2.0	0.0
	저관여자	10.2	3.1	2.0	0.0	12.2	4.1	2.0	1.0
	고관여자	4.1	1.6	1.6	0.8	11.5	4.1	0.8	0.8
헝가리	중관여자	4.3	0.0	2.2	0.5	8.1	3.2	3.8	0.5
	저관여자	2.3	0.0	3.1	3.9	7.0	4.7	1.6	0.8

#### 10) 국가 간 방송프로그램 제작 시 고려사항

□ 국가 간 공동제작 방송프로그램 제작 시 고려 요인(1순위 응답 기준)

국가 간 방송프로그램 공동제작 시 고려해야 할 요인은 무엇이라 생각하십니까? 가장 먼저 고려해야 한다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해주십시오.

단위: 명 & %

								건기	. 8 & 70
	국가	사례수 (명)	문화에 대한 이해	연기자	촬영장소	대본	더빙 및 자막	프로그램 에 대한 홍보/정보 제공	장르
				국가	 멸			", 0	
	인도	461	32.3	24.1	11.7	15.6	9.3	4.3	2.6
	 터키	431	40.1	12.8	11.1	25.3	9.0	0.7	0.9
	<u></u> 캐나다	428	36.2	17.1	12.9	11.0	11.4	5.6	5.8
	헝가리	435	41.4	10.6	13.1	12.4	16.1	3.0	3.4
				성별	1				
ماد	남성	236	31.4	25.0	11.9	19.1	7.2	3.4	2.1
인도	여성	225	33.3	23.1	11.6	12.0	11.6	5.3	3.1
rl 7l	남성	203	36.9	12.3	11.3	30.0	7.4	0.5	1.5
터키	여성	228	43.0	13.2	11.0	21.1	10.5	0.9	0.4
캐나다	남성	208	33.2	17.3	14.9	13.5	9.1	6.7	5.3
71144	여성	220	39.1	16.8	10.9	8.6	13.6	4.5	6.4
헝가리	남성	219	39.7	9.6	16.0	16.4	13.2	1.4	3.7
생기대	여성	216	43.1	11.6	10.2	8.3	19.0	4.6	3.2
				연령복	별				
	10대	78	28.2	33.3	11.5	16.7	5.1	1.3	3.8
	20대	100	19.0	30.0	10.0	22.0	8.0	4.0	7.0
인도	30대	102	29.4	26.5	10.8	17.6	10.8	3.9	1.0
	40대	90	31.1	25.6	14.4	13.3	13.3	2.2	0.0
	50대 이상	91	54.9	5.5	12.1	7.7	8.8	9.9	1.1
	10대	65	33.8	15.4	10.8	24.6	12.3	0.0	3.1
	20대	91	36.3	13.2	9.9	31.9	6.6	1.1	1.1
터키	30대	95	38.9	14.7	6.3	28.4	9.5	1.1	1.1
	40대	93	49.5	9.7	12.9	20.4	6.5	1.1	0.0
	50대 이상	87	40.2	11.5	16.1	20.7	11.5	0.0	0.0
	10대	79	39.2	20.3	8.9	6.3	17.7	2.5	5.1
	20대	84	38.1	21.4	13.1	6.0	10.7	4.8	6.0
캐나다	30대	91	36.3	14.3	15.4	12.1	12.1	7.7	2.2
	40대	91	33.0	17.6	14.3	14.3	8.8	4.4	7.7
	50대 이상	83	34.9	12.0	12.0	15.7	8.4	8.4	8.4
	10대	63	31.7	15.9	11.1	19.0	14.3	4.8	3.2
	20대	89	34.8	13.5	16.9	9.0	14.6	4.5	6.7
헝가리	30대	96	49.0	12.5	9.4	13.5	11.5	0.0	4.2
	40대	97	40.2	8.2	13.4	14.4	17.5	4.1	2.1
	50대 이상	90	47.8	4.4	14.4	7.8	22.2	2.2	1.1

								프로그램에	
		사례수	문화에				더빙 및	프로그램에 대한	
	구분	(명)	대한 이해	연기자	촬영장소	대본	자막	홍보/정보	장르
			1-11					제공 제공	
학력별									
	고졸 이하	68	38.2	22.1	8.8	14.7	8.8	0.0	7.4
인도	대졸 이상	393	31.3	24.4	12.2	15.8	9.4	5.1	1.8
-1-1	고졸 이하	103	42.7	9.7	10.7	21.4	12.6	1.0	1.9
터키	대졸 이상	328	39.3	13.7	11.3	26.5	7.9	0.6	0.6
-11, 1-1	고졸 이하	125	32.8	20.0	14.4	8.8	16.0	4.0	4.0
캐나다	대졸 이상	303	37.6	15.8	12.2	11.9	9.6	6.3	6.6
중기기기	고졸 이하	232	37.5	12.9	12.5	12.5	17.2	3.4	3.9
헝가리	대졸 이상	203	45.8	7.9	13.8	12.3	14.8	2.5	3.0
				직업별					
	사무·전문직	306	29.7	24.8	10.5	16.0	10.5	5.9	2.6
인도	서비스·생산직	35	42.9	25.7	14.3	14.3	2.9	0.0	0.0
	학생/주부/무직	120	35.8	21.7	14.2	15.0	8.3	1.7	3.3
	사무·전문직	258	42.6	12.4	10.5	24.4	8.9	0.8	0.4
터키	서비스·생산직	38	31.6	13.2	21.1	28.9	2.6	2.6	0.0
	학생/주부/무직	135	37.8	13.3	9.6	25.9	11.1	0.0	2.2
	사무·전문직	223	35.9	15.2	14.3	14.3	9.4	6.3	4.5
캐나다	서비스·생산직	63	33.3	23.8	12.7	9.5	7.9	6.3	6.3
	학생/주부/무직	142	38.0	16.9	10.6	6.3	16.2	4.2	7.7
	사무·전문직	224	42.9	10.7	14.7	11.2	13.4	2.7	4.5
헝가리	서비스·생산직	82	40.2	9.8	12.2	12.2	22.0	2.4	1.2
	학생/주부/무직	129	39.5	10.9	10.9	14.7	17.1	3.9	3.1
				소득별			T	T T	
인도	40,000 이상	241	34.0	20.7	10.8	15.8	10.0	6.6	2.1
	40,000 미만	220	30.5	27.7	12.7	15.5	8.6	1.8	3.2
터키	8,000 이상	220	39.1	13.2	10.5	27.3	8.6	0.5	0.9
	8,000 미만	211	41.2	12.3	11.8	23.2	9.5	0.9	0.9
캐나다	5,000 이상	214	35.0	16.4	12.1	13.6	11.7	6.5	4.7
, , ,	5,000 미만	214	37.4	17.8	13.6	8.4	11.2	4.7	7.0
헝가리	500,000 이상	130	43.1	10.0	14.6	13.8	13.8	3.8	0.8
	500,000 미만	305	40.7	10.8	12.5	11.8	17.0	2.6	4.6
	그리사리	110	26.1	고객가치		15.1	10.0	50	2.4
ماد	고관여자	119	26.1	26.9	11.8	15.1	10.9	5.9	3.4
인도	중관여자	182	37.9	22.0	12.6	15.4	7.7	2.7	1.6
	저관여자 고관여자	160	30.6	24.4	10.6	16.3	10.0	5.0	3.1
디기		164	47.0	14.6	6.7	23.2	7.3	1.2	0.0
터키	중관여자 저관여자	165	37.0	11.5	12.7	27.9	10.3	0.0	0.6
		102	34.3	11.8	15.7	24.5	9.8	1.0	2.9
캐나다	고판역사 중관여자	129 201	38.8 31.8	21.7 17.4	11.6 14.9	9.3 12.4	9.3	5.4 6.5	6.5
71144	 저관여자	98			10.2		10.4		
	^전판역사 고관여자	122	41.8	10.2		10.2	16.3	4.1	7.1
헝가리	고판역자 중관여자	185	43.4	10.7	11.5 13.5	14.8 11.4	11.5 20.5	5.7	2.5
७/मि	중판역자 저관여자	128	40.5	10.3	14.1	11.4	14.1	3.1	2.7 5.5
	기선역사	128	40.0	10.9	14.1	11./	14.1	3.1	3.3

#### □ 국가 간 공동제작 방송프로그램 제작 시 더빙/자막 중요요인(1순위 응답 기준)

국가 간 방송프로그램 공동제작 시 필요한 더빙과 자막의 경우 어떤 요인이 중요하다고 생각하십니까? 중요하다고 생각하는 순서대로 2위까지 응답해 주십시오

- (1) 우리나라 상황과 문화에 맞게 번역되어야 함
- (2) 성우의 목소리가 듣기 좋아야 함
- (3) 자막의 위치나 색깔이 보기 좋아야 함
- (4) 외국어는 그대로 외국어로 방송되는 것이 낫다
- (5) 더빙과 자막이 없는 것이 차라리 낫다
- (6) 기타

단위: 명 & %

국가별       인도     461     47.3     29.9     12.8     7.2     2       터키     431     44.3     23.2     20.6     8.6     3	.8 0.0 .2 0.0 .3 0.0							
인도 461 47.3 29.9 12.8 7.2 2 터키 431 44.3 23.2 20.6 8.6 3	.2 0.0							
[타]키 431 44.3 23.2 20.6 8.6 3	.2 0.0							
케나다 428 41.1 26.9 20.6 8.2 3	.3 0.0							
형가리 435 41.1 26.0 21.8 9.7 0	.9 0.5							
성별								
인도 남성 236 47.5 31.8 9.7 8.1 3	.0 0.0							
역정 225 47.1 28.0 16.0 6.2 2	.7 0.0							
터키 남성 203 47.3 20.7 20.2 8.9 3	.0 0.0							
역정 228 41.7 25.4 21.1 8.3 3	.5 0.0							
캐나다 남성 208 37.5 29.3 18.8 13.0 1	.4 0.0							
여성 220 44.5 24.5 22.3 3.6 5	.0 0.0							
헝가리 남성 219 37.9 26.0 22.8 11.4 0	.9 0.9							
역성 216 44.4 25.9 20.8 7.9 0	.9 0.0							
연령별								
10대 78 50.0 32.1 7.7 5.1 5	.1 0.0							
20대 100 41.0 36.0 15.0 6.0 2	.0 0.0							
인도 30대 102 44.1 32.4 12.7 9.8 1	.0 0.0							
40대 90 42.2 32.2 14.4 7.8 3	.3 0.0							
50대 이상 91 60.4 16.5 13.2 6.6 3	.3 0.0							
10대 65 44.6 26.2 16.9 7.7 4	.6 0.0							
20대 91 39.6 23.1 26.4 6.6 4	.4 0.0							
터키 30대 95 49.5 23.2 17.9 8.4 1	.1 0.0							
40대 93 49.5 21.5 17.2 9.7 2	.2 0.0							
50대 이상 87 37.9 23.0 24.1 10.3 4	.6 0.0							
10대 79 55.7 20.3 16.5 6.3 1	.3 0.0							
20대 84 45.2 26.2 19.0 8.3 1	.2 0.0							
캐나다 30대 91 28.6 29.7 27.5 9.9 4	.4 0.0							
40대 91 33.0 29.7 23.1 7.7 6	.6 0.0							
	.4 0.0							
10대 63 36.5 19.0 28.6 12.7 3	.2 0.0							
20대 89 32.6 24.7 24.7 16.9 1	.1 0.0							
헝가리 30대 96 44.8 25.0 14.6 13.5 1	.0 1.0							
40대 97 45.4 25.8 23.7 4.1 0	.0 1.0							
50대 이상 90 44.4 33.3 20.0 2.2 0	.0 0.0							

	구분	사례수 (명)	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)
		( 0)		학력별				
+1	고졸 이하	68	48.5	29.4	13.2	4.4	4.4	0.0
인도	대졸 이상	393	47.1	30.0	12.7	7.6	2.5	0.0
-1-1	고졸 이하	103	54.4	21.4	14.6	4.9	4.9	0.0
터키	대졸 이상	328	41.2	23.8	22.6	9.8	2.7	0.0
ചിപിലി	고졸 이하	125	46.4	26.4	20.8	5.6	0.8	0.0
캐나다	대졸 이상	303	38.9	27.1	20.5	9.2	4.3	0.0
치기기	고졸 이하	232	39.2	28.4	23.7	7.3	0.9	0.4
헝가리	대졸 이상	203	43.3	23.2	19.7	12.3	1.0	0.5
				직업별				
	사무·전문직	306	45.1	29.4	14.4	8.5	2.6	0.0
인도	서비스·생산직	35	57.1	25.7	5.7	5.7	5.7	0.0
	학생/주부/무직	120	50.0	32.5	10.8	4.2	2.5	0.0
	사무·전문직	258	41.1	24.4	21.3	10.1	3.1	0.0
터키	서비스·생산직	38	50.0	18.4	26.3	5.3	0.0	0.0
	학생/주부/무직	135	48.9	22.2	17.8	6.7	4.4	0.0
	사무·전문직	223	36.3	30.0	21.5	9.0	3.1	0.0
캐나다	서비스·생산직	63	36.5	27.0	23.8	11.1	1.6	0.0
	학생/주부/무직	142	50.7	21.8	17.6	5.6	4.2	0.0
	사무·전문직	224	42.0	26.8	21.0	9.4	0.4	0.4
헝가리	서비스·생산직	82	45.1	24.4	19.5	8.5	1.2	1.2
	학생/주부/무직	129	37.2	25.6	24.8	10.9	1.6	0.0
				소득별				
인도	40,000 이상	241	48.5	27.8	12.0	8.7	2.9	0.0
	40,000 미만	220	45.9	32.3	13.6	5.5	2.7	0.0
터키	8,000 이상	220	42.7	22.7	20.5	10.9	3.2	0.0
-1/1	8,000 미만	211	46.0	23.7	20.9	6.2	3.3	0.0
캐나다	5,000 이상	214	42.5	26.6	18.2	8.9	3.7	0.0
<u> </u>	5,000 미만	214	39.7	27.1	22.9	7.5	2.8	0.0
헝가리	500,000 이상	130	40.0	26.9	14.6	16.9	1.5	0.0
0, 1-1	500,000 미만	305	41.6	25.6	24.9	6.6	0.7	0.7
				고객가치별			<u> </u>	
	고관여자	119	42.0	30.3	16.0	8.4	3.4	0.0
인도	중관여자	182	48.4	29.1	13.2	7.1	2.2	0.0
	저관여자	160	50.0	30.6	10.0	6.3	3.1	0.0
	고관여자	164	43.9	27.4	19.5	6.7	2.4	0.0
터키	중관여자	165	45.5	21.2	20.0	10.9	2.4	0.0
	저관여자	102	43.1	19.6	23.5	7.8	5.9	0.0
-11- 11	고관여자	129	41.1	27.9	20.2	6.2	4.7	0.0
캐나다	중관여자	201	37.3	28.9	21.9	9.5	2.5	0.0
	저관여자	98	49.0	21.4	18.4	8.2	3.1	0.0
~1	고관여자	122	38.5	26.2	21.3	9.8	2.5	1.6
헝가리	중관여자	185	42.2	25.9	22.7	8.6	0.5	0.0
	저관여자	128	42.2	25.8	21.1	10.9	0.0	0.0

#### □ 현재 거주국가와 한국 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험률

귀하는 한국 연예인이 출연하거나 한국 방송사(제작사)가 우리나라의 방송사(제작사)와 공동으로 제작한 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?

단위: 명 & %

	국가	사례수	있음	없음	모르겠음
			국가별		
	인도	461	35.6	53.6	10.8
	터키	431	42.9	36.9	20.2
3	캐나다	428	14.0	67.3	18.7
ě	헝가리	435	15.6	56.8	27.6
			성별		
인도	남성	236	34.3	54.2	11.4
닌ㅗ	여성	225	36.9	52.9	10.2
터키	남성	203	33.5	47.3	19.2
<i>-</i>  /	여성	228	51.3	27.6	21.1
캐나다	남성	208	15.9	65.4	18.8
71144	여성	220	12.3	69.1	18.6
헝가리	남성	219	19.2	55.7	25.1
8/14	여성	216	12.0	57.9	30.1
			연령별		
	10대	78	28.2	60.3	11.5
	20대	100	39.0	51.0	10.0
인도	30대	102	47.1	40.2	12.7
	40대	90	41.1	50.0	8.9
	50대 이상	91	19.8	69.2	11.0
	10대	65	18.5	53.8	27.7
	20대	91	56.0	29.7	14.3
터키	30대	95	47.4	35.8	16.8
	40대	93	49.5	24.7	25.8
	50대 이상	87	35.6	46.0	18.4
	10대	79	16.5	62.0	21.5
	20대	84	17.9	60.7	21.4
캐나다	30대	91	11.0	69.2	19.8
	40대	91	18.7	65.9	15.4
	50대 이상	83	6.0	78.3	15.7
	10대	63	20.6	65.1	14.3
	20대	89	12.4	60.7	27.0
헝가리	30대	96	17.7	58.3	24.0
	40대	97	15.5	58.8	25.8
	50대 이상	90	13.3	43.3	43.3

	구분	사례수	있음	었음	모르겠음
	,	1-11-1	학력별	IV II	
	고졸 이하	68	29.4	57.4	13.2
인도	대졸 이상	393	36.6	52.9	10.4
	고졸 이하	103	35.0	41.7	23.3
터키	대졸 이상	328	45.4	35.4	19.2
	고졸 이하	125	12.8	63.2	24.0
캐나다	대졸 이상	303	14.5	69.0	16.5
	고졸 이하	232	16.4	53.9	29.7
헝가리	대졸 이상	203	14.8	60.1	25.1
	, = , ,		직업별		
	사무·전문직	306	42.5	46.7	10.8
인도	서비스·생산직	35	31.4	54.3	14.3
	학생/주부/무직	120	19.2	70.8	10.0
	사무·전문직	258	46.5	34.1	19.4
터키	서비스·생산직	38	36.8	42.1	21.1
	학생/주부/무직	135	37.8	40.7	21.5
	사무·전문직	223	15.2	65.9	18.8
캐나다	서비스·생산직	63	14.3	69.8	15.9
	학생/주부/무직	142	12.0	68.3	19.7
	사무·전문직	224	18.3	55.8	25.9
헝가리	서비스·생산직	82	17.1	51.2	31.7
	학생/주부/무직	129	10.1	62.0	27.9
			소득별		
인도	40,000 이상	241	33.2	53.9	12.9
닌그	40,000 미만	220	38.2	53.2	8.6
터키	8,000 이상	220	50.0	30.0	20.0
2//	8,000 미만	211	35.5	44.1	20.4
캐나다	5,000 이상	214	12.6	69.2	18.2
711-1-1	5,000 미만	214	15.4	65.4	19.2
헝가리	500,000 이상	130	17.7	59.2	23.1
0/19	500,000 미만	305	14.8	55.7	29.5
			고객가치별		
	고관여자	119	43.7	45.4	10.9
인도	중관여자	182	40.1	48.9	11.0
	저관여자	160	24.4	65.0	10.6
	고관여자	164	55.5	25.0	19.5
터키	중관여자	165	40.6	39.4	20.0
	저관여자	102	26.5	52.0	21.6
-11 - 11	고관여자	129	13.2	65.9	20.9
캐나다	중관여자	201	15.9	67.7	16.4
	저관여자	98	11.2	68.4	20.4
-1-1-1	고관여자	122	23.0	48.4	28.7
헝가리	중관여자	185	13.5	58.4	28.1
	저관여자	128	11.7	62.5	25.8

#### □ 한국-거주국가 공동제작 방송프로그램 시청경험 있는 장르

귀하가 시청한 한국과 우리나라의 공동제작 방송프로그램의 장르는 무엇입니까? 모두 응답해 주십시오. (복수 응답 가능)

단위: 명 & %

Ę	국가	사례수	드라마	버라이 어티쇼	음악	뉴스 시사	교육	영화	스포츠	다큐
					국가별					
(	인도	164	31.1	18.3	36.0	22.0	16.5	54.3	17.7	21.3
I	터키		32.4	13.5	18.4	7.6	10.8	67.0	11.9	22.7
카	나다	60	41.7	13.3	18.3	11.7	5.0	41.7	15.0	16.7
ਨੁੱ	기리	68	14.7	13.2	13.2	5.9	4.4	47.1	10.3	22.1
					성별					
ol E	남성	81	22.2	19.8	38.3	18.5	13.6	59.3	21.0	19.8
인도	여성	83	39.8	16.9	33.7	25.3	19.3	49.4	14.5	22.9
r) 7)	남성	68	23.5	10.3	16.2	7.4	13.2	64.7	13.2	23.5
터키	여성	117	37.6	15.4	19.7	7.7	9.4	68.4	11.1	22.2
ال الد	남성	33	36.4	15.2	18.2	12.1	0.0	39.4	18.2	21.2
캐나다	여성	27	48.1	11.1	18.5	11.1	11.1	44.4	11.1	11.1
처기기	남성	42	14.3	9.5	9.5	4.8	7.1	52.4	11.9	23.8
헝가리	여성	26	15.4	19.2	19.2	7.7	0.0	38.5	7.7	19.2
					연령별					
	10대	22	50.0	13.6	18.2	13.6	13.6	59.1	13.6	27.3
	20대	39	28.2	10.3	38.5	17.9	17.9	46.2	15.4	20.5
인도	30대	48	29.2	25.0	43.8	29.2	22.9	54.2	22.9	12.5
	40대	37	29.7	24.3	37.8	29.7	16.2	62.2	18.9	27.0
	50대 이상	18	22.2	11.1	27.8	5.6	0.0	50.0	11.1	27.8
	10대	12	33.3	8.3	8.3	0.0	16.7	75.0	16.7	0.0
	20대	51	39.2	9.8	15.7	2.0	13.7	45.1	13.7	11.8
터키	30대	45	31.1	11.1	22.2	8.9	2.2	71.1	8.9	20.0
	40대	46	28.3	19.6	19.6	8.7	10.9	82.6	15.2	37.0
	50대 이상	31	29.0	16.1	19.4	16.1	16.1	71.0	6.5	32.3
	10대	13	69.2	0.0	30.8	7.7	15.4	23.1	0.0	7.7
	20대	15	40.0	33.3	20.0	20.0	0.0	40.0	13.3	20.0
캐나다	30대	10	40.0	10.0	20.0	10.0	10.0	50.0	30.0	10.0
	40대	17	29.4	11.8	11.8	5.9	0.0	47.1	23.5	23.5
	50대 이상	5	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	60.0	0.0	20.0
	10대	13	30.8	15.4	15.4	15.4	0.0	46.2	15.4	7.7
	20대	11	9.1	9.1	27.3	0.0	27.3	36.4	9.1	9.1
헝가리	30대	17	5.9	17.6	17.6	11.8	0.0	52.9	0.0	29.4
	40대	15	20.0	0.0	6.7	0.0	0.0	46.7	13.3	26.7
	50대 이상	12	8.3	25.0	0.0	0.0	0.0	50.0	16.7	33.3

	국가	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼 리티쇼	키즈	기타
				국가	별				
	인도	22.6	10.4	15.9	20.7	36.0	28.0	24.4	0.0
	터키	12.4	4.3	9.7	7.6	18.9	11.4	7.0	1.1
7	캐나다	13.3	5.0	8.3	10.0	25.0	15.0	10.0	0.0
i	헝가리	10.3	1.5	7.4	5.9	23.5	10.3	10.3	5.9
				성빝	1				
인도	남성	19.8	9.9	11.1	19.8	34.6	23.5	18.5	0.0
인도	여성	25.3	10.8	20.5	21.7	37.3	32.5	30.1	0.0
터키	남성	5.9	4.4	5.9	4.4	13.2	1.5	7.4	2.9
	여성	16.2	4.3	12.0	9.4	22.2	17.1	6.8	0.0
캐나다	남성	15.2	3.0	3.0	6.1	24.2	3.0	9.1	0.0
71144	여성	11.1	7.4	14.8	14.8	25.9	29.6	11.1	0.0
헝가리	남성	9.5	0.0	9.5	7.1	19.0	9.5	7.1	4.8
8/14	여성	11.5	3.8	3.8	3.8	30.8	11.5	15.4	7.7
				연령	별				
	10대	27.3	4.5	18.2	22.7	36.4	18.2	13.6	0.0
	20대	23.1	10.3	17.9	15.4	25.6	30.8	25.6	0.0
인도	30대	22.9	4.2	16.7	22.9	43.8	37.5	22.9	0.0
	40대	21.6	13.5	13.5	29.7	37.8	24.3	32.4	0.0
	50대 이상	16.7	27.8	11.1	5.6	33.3	16.7	22.2	0.0
	10대	8.3	16.7	8.3	16.7	8.3	0.0	8.3	8.3
	20대	11.8	5.9	9.8	7.8	17.6	11.8	7.8	0.0
터키	30대	6.7	2.2	8.9	6.7	20.0	8.9	2.2	2.2
	40대	17.4	2.2	10.9	6.5	26.1	15.2	10.9	0.0
	50대 이상	16.1	3.2	9.7	6.5	12.9	12.9	6.5	0.0
	10대	23.1	7.7	7.7	15.4	30.8	15.4	23.1	0.0
	20대	13.3	0.0	0.0	6.7	26.7	20.0	0.0	0.0
캐나다	30대	20.0	20.0	10.0	10.0	20.0	30.0	10.0	0.0
	40대	5.9	0.0	17.6	5.9	23.5	5.9	11.8	0.0
	50대 이상	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	0.0	0.0	0.0
	10대	0.0	0.0	7.7	15.4	38.5	15.4	30.8	0.0
	20대	9.1	0.0	18.2	9.1	18.2	9.1	0.0	0.0
헝가리	30대	17.6	0.0	0.0	0.0	29.4	11.8	5.9	5.9
	40대	13.3	6.7	0.0	0.0	20.0	0.0	13.3	13.3
	50대 이상	8.3	0.0	16.7	8.3	8.3	16.7	0.0	8.3

				버라이		뉴스				
	구분	사례수	드라마	어티쇼	음악	시사	교육	영화	스포츠	다큐
				학리 학리	 <sup></sup>	1. 1				
ماد	고졸 이하	20	50.0	15.0	25.0	15.0	10.0	35.0	10.0	30.0
인도	대졸 이상	144	28.5	18.8	37.5	22.9	17.4	56.9	18.8	20.1
터키	고졸 이하	36	47.2	16.7	19.4	8.3	16.7	69.4	16.7	22.2
	대졸 이상	149	28.9	12.8	18.1	7.4	9.4	66.4	10.7	22.8
캐나다	고졸 이하	16	62.5	12.5	25.0	12.5	12.5	37.5	6.3	6.3
71199	대졸 이상	44	34.1	13.6	15.9	11.4	2.3	43.2	18.2	20.5
헝가리	고졸 이하	38	13.2	10.5	10.5	5.3	5.3	47.4	10.5	15.8
0/19	대졸 이상	30	16.7	16.7	16.7	6.7	3.3	46.7	10.0	30.0
				직업		I		T		
	사무·전문직	130	28.5	19.2	36.9	23.8	19.2	53.8	20.8	21.5
인도	서비스·생산직	11	45.5	27.3	36.4	18.2	0.0	54.5	9.1	9.1
	학생/주부/무직	23	39.1	8.7	30.4	13.0	8.7	56.5	4.3	26.1
11	사무·전문직	120	25.0	14.2	20.8	8.3	9.2	65.8	12.5	23.3
터키	서비스·생산직	14	21.4	28.6	35.7	14.3	7.1	78.6	7.1	35.7
	학생/주부/무직	51	52.9	7.8	7.8	3.9	15.7	66.7	11.8	17.6
عارات	사무·전문직	34	32.4	17.6	17.6	17.6	2.9	47.1	20.6	20.6
캐나다	서비스·생산직	9	55.6	11.1	11.1	0.0	11.1	22.2	11.1	11.1
	학생/주부/무직	17	52.9	5.9	23.5	5.9	5.9	41.2	5.9	11.8
처기기	사무·전문직	41	12.2	17.1	14.6	7.3	7.3	39.0	9.8	29.3
헝가리	서비스·생산직 학생/주부/무직	14	7.1	7.1	0.0 23.1	7.1	0.0	64.3 53.8	7.1 15.4	0.0
	<del>4</del> ′8/ <del>7</del> +/+′4	13	30.8	/./ 소득		0.0	0.0	33.8	13.4	0.0
	40,000 이상	80	26.3	18.8	37.5	21.3	20.0	57.5	18.8	25.0
인도	40,000 미만	84	35.7	17.9	34.5	22.6	13.1	51.2	16.7	17.9
	8,000 이상	110	30.9	16.4	20.9	7.3	7.3	69.1	13.6	22.7
터키	8,000 미만	75	34.7	9.3	14.7	8.0	16.0	64.0	9.3	22.7
. 1. 11	5,000 이상	27	48.1	14.8	22.2	18.5	7.4	29.6	14.8	25.9
캐나다	5,000 미만	33	36.4	12.1	15.2	6.1	3.0	51.5	15.2	9.1
	500,000 이상	23	21.7	17.4	21.7	8.7	0.0	43.5	4.3	26.1
헝가리	500,000 미만	45	11.1	11.1	8.9	4.4	6.7	48.9	13.3	20.0
				고객기	·치별					
	고관여자	52	30.8	23.1	46.2	30.8	23.1	59.6	32.7	25.0
인도	중관여자	73	27.4	16.4	30.1	20.5	13.7	54.8	15.1	23.3
	저관여자	39	38.5	15.4	33.3	12.8	12.8	46.2	2.6	12.8
	고관여자	91	34.1	14.3	19.8	6.6	6.6	74.7	13.2	25.3
터키	중관여자	67	26.9	11.9	16.4	7.5	11.9	62.7	7.5	17.9
	저관여자	27	40.7	14.8	18.5	11.1	22.2	51.9	18.5	25.9
	고관여자	17	35.3	23.5	23.5	17.6	5.9	35.3	23.5	17.6
캐나다	중관여자	32	34.4	9.4	21.9	9.4	6.3	43.8	12.5	18.8
	저관여자	11	72.7	9.1	0.0	9.1	0.0	45.5	9.1	9.1
-, -	고관여자	28	14.3	7.1	14.3	3.6	0.0	42.9	3.6	35.7
헝가리	중관여자	25	12.0	8.0	8.0	8.0	4.0	56.0	8.0	12.0
	저관여자	15	20.0	33.3	20.0	6.7	13.3	40.0	26.7	13.3

	구분	애니	종교	퀴즈쇼	토크쇼	코미디	리얼 리티쇼	키즈	기타
				학력별					
ما ا	고졸 이하	20.0	10.0	10.0	15.0	40.0	10.0	15.0	0.0
인도	대졸 이상	22.9	10.4	16.7	21.5	35.4	30.6	25.7	0.0
ובן בו	고졸 이하	5.6	8.3	5.6	11.1	13.9	8.3	8.3	0.0
터키	대졸 이상	14.1	3.4	10.7	6.7	20.1	12.1	6.7	1.3
المال المال	고졸 이하	18.8	6.3	18.8	18.8	18.8	12.5	18.8	0.0
캐나다	대졸 이상	11.4	4.5	4.5	6.8	27.3	15.9	6.8	0.0
처기기	고졸 이하	18.4	2.6	5.3	5.3	28.9	7.9	18.4	5.3
헝가리	대졸 이상	0.0	0.0	10.0	6.7	16.7	13.3	0.0	6.7
				직업별					
	사무·전문직	20.0	10.8	16.2	21.5	34.6	30.8	25.4	0.0
인도	서비스·생산직	0.0	18.2	9.1	18.2	18.2	18.2	27.3	0.0
	학생/주부/무직	47.8	4.3	17.4	17.4	52.2	17.4	17.4	0.0
	사무·전문직	10.0	3.3	10.8	5.8	15.8	10.0	3.3	0.8
터키	서비스·생산직	14.3	0.0	7.1	14.3	14.3	0.0	14.3	0.0
	학생/주부/무직	17.6	7.8	7.8	9.8	27.5	17.6	13.7	2.0
	사무·전문직	11.8	2.9	5.9	8.8	26.5	14.7	5.9	0.0
캐나다	서비스·생산직	22.2	11.1	33.3	11.1	55.6	0.0	22.2	0.0
	학생/주부/무직	11.8	5.9	0.0	11.8	5.9	23.5	11.8	0.0
	사무·전문직	7.3	2.4	7.3	7.3	29.3	12.2	4.9	7.3
헝가리	서비스·생산직	21.4	0.0	7.1	7.1	0.0	7.1	14.3	7.1
	학생/주부/무직	7.7	0.0	7.7	0.0	30.8	7.7	23.1	0.0
				소득별					
인도	40,000 이상	26.3	7.5	15.0	17.5	40.0	32.5	25.0	0.0
만그-	40,000 미만	19.0	13.1	16.7	23.8	32.1	23.8	23.8	0.0
터키	8,000 이상	14.5	2.7	10.0	10.0	21.8	16.4	5.5	0.9
<i>-</i>   <i>/</i>	8,000 미만	9.3	6.7	9.3	4.0	14.7	4.0	9.3	1.3
캐나다	5,000 이상	22.2	7.4	3.7	18.5	37.0	11.1	7.4	0.0
711-1-1	5,000 미만	6.1	3.0	12.1	3.0	15.2	18.2	12.1	0.0
헝가리	500,000 이상	8.7	0.0	8.7	4.3	30.4	8.7	21.7	0.0
0/19	500,000 미만	11.1	2.2	6.7	6.7	20.0	11.1	4.4	8.9
			1	고객가치별		T			I
	고관여자	23.1	15.4	19.2	30.8	46.2	36.5	30.8	0.0
인도	중관여자	27.4	6.8	13.7	17.8	30.1	27.4	21.9	0.0
	저관여자	12.8	10.3	15.4	12.8	33.3	17.9	20.5	0.0
	고관여자	13.2	2.2	9.9	9.9	26.4	16.5	6.6	1.1
터키	중관여자	10.4	4.5	7.5	4.5	9.0	7.5	4.5	1.5
	저관여자	14.8	11.1	14.8	7.4	18.5	3.7	14.8	0.0
2.2.5	고관여자	5.9	5.9	11.8	5.9	35.3	5.9	17.6	0.0
캐나다	중관여자	18.8	6.3	9.4	12.5	21.9	25.0	9.4	0.0
	저관여자	9.1	0.0	0.0	9.1	18.2	0.0	0.0	0.0
	고관여자	7.1	0.0	7.1	3.6	17.9	7.1	7.1	10.7
헝가리	중관여자	20.0	4.0	4.0	8.0	28.0	16.0	8.0	0.0
	저관여자	0.0	0.0	13.3	6.7	26.7	6.7	20.0	6.7

#### 2. 미국 설문결과

- 1) 방송프로그램 시청 행태
- □ 보유 영상 시청 기기

귀하가 평소에 사용하거나 보유하고 있는 동영상 시청기기를 모두 응답해 주십시오 (복수응답 가능)

단위: 명 & %

구분	사례수	스마트폰	노트북	TV	데스크탑PC	태블릿PC
			성별			
남성	(268)	83.6	79.9	84.0	69.0	53.0
여성	(332)	88.9	84.9	80.1	48.5	46.4
			연령			
10대	(96)	86.5	83.3	72.9	43.8	26.0
20대	(129)	89.1	87.6	76.7	39.5	41.9
30대	(134)	89.6	89.6	82.8	73.1	67.9
40대	(127)	91.3	80.3	85.8	60.6	58.3
50대 이상	(114)	74.6	71.1	89.5	68.4	45.6
			지역별			
LA 및 인근지역	(207)	87.4	85.5	80.2	54.1	49.8
뉴욕 및 인근지역	(216)	85.6	81.9	82.9	61.1	52.3
시카고 및 인근지역	(177)	86.4	80.2	82.5	57.6	45.2
			학력별			
고졸 이하	(162)	82.1	80.9	76.5	50.6	35.8
대졸	(332)	87.0	82.2	83.7	56.9	51.5
대학원 이상	(105)	91.4	87.6	83.8	70.5	62.9
무학	(1)	100.0	0.0	100.0	100.0	100.0
			인종별			
백인	(315)	87.3	81.3	87.0	57.5	49.2
흑인	(70)	85.7	82.9	78.6	60.0	48.6
히스패닉	(88)	90.9	85.2	86.4	62.5	56.8
아시아인	(70)	87.1	85.7	68.6	47.1	42.9
기타	(8)	75.0	87.5	87.5	62.5	75.0
무응답	(49)	75.5	81.6	63.3	61.2	42.9
		Ž	<sup>익업별<sup>213)</sup></sup>			
사무·전문직	(315)	89.2	84.1	84.8	66.7	60.3
생산직	(35)	80.0	74.3	74.3	60.0	40.0
서비스업	(30)	86.7	73.3	90.0	50.0	43.3
학생	(108)	91.7	90.7	75.9	37.0	26.9
주부	(32)	84.4	81.3	90.6	56.3	53.1
농림어업/군인	(7)	71.4	57.1	71.4	85.7	85.7
기타/무직	(73)	72.6	75.3	75.3	49.3	37.0
			소득별			
3,000\$ 미만	(147)	81.6	77.6	78.9	49.7	36.1
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	86.5	84.7	82.0	47.7	50.5
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	85.9	82.6	88.0	58.7	52.2
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	88.2	83.2	79.8	68.9	58.0
10,000\$ 이상	(131)	90.8	86.3	82.4	64.1	53.4

<sup>213)</sup> 사무·전문직: 관리자 및 관련종사자, 전문가 및 관련 종사자, 사무종사자 포함 생산직: 기능원 및 관련 기능종사자, 단순노무종사자 포함

## □ 주로 사용하는 영상물 시청 기기(1순위 응답 기준)

귀하가 방송프로그램이나 영화, 스포츠 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 주로 사용하는 기기를 주로 사용하는 순서대로 3위까지 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

구분	사례수	스마트폰	노트북	TV	데스크탑PC	태블릿PC
		ı	성별	I	I	
남성	(268)	49.6	18.7	16.4	13.8	1.5
여성	(332)	48.2	23.8	19.9	4.2	3.9
		1	연령	l	T	
10대	(96)	13.5	33.3	36.5	14.6	2.1
20대	(129)	32.6	30.2	29.5	6.2	1.6
30대	(134)	44.8	28.4	11.9	10.4	4.5
40대	(127)	68.5	10.2	11.0	7.9	2.4
50대 이상	(114)	79.8	6.1	6.1	4.4	3.5
			지역별			
LA 및 인근지역	(207)	48.8	20.8	19.8	8.7	1.9
뉴욕 및 인근지역	(216)	46.3	21.3	19.4	9.7	3.2
시카고 및 인근지역	(177)	52.0	22.6	15.3	6.8	3.4
			학력별			
고졸 이하	(162)	37.0	25.3	24.1	10.5	3.1
대졸	(332)	53.0	19.6	17.5	7.5	2.4
대학원 이상	(105)	54.3	21.0	12.4	8.6	3.8
무학	(1)	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0
		,	인종별			
백인	(315)	59.0	17.1	14.6	6.3	2.9
흑인	(70)	47.1	27.1	15.7	8.6	1.4
히스패닉	(88)	40.9	31.8	14.8	11.4	1.1
아시아인	(70)	31.4	24.3	32.9	7.1	4.3
기타	(8)	62.5	25.0	0.0	0.0	12.5
무응답	(49)	22.4	18.4	34.7	20.4	4.1
		,	직업별			
사무·전문직	(315)	56.2	19.0	13.3	8.3	3.2
생산직	(35)	37.1	31.4	17.1	11.4	2.9
서비스업	(30)	63.3	0.0	26.7	10.0	0.0
학생	(108)	17.6	34.3	37.0	9.3	1.9
주부	(32)	75.0	9.4	9.4	6.3	0.0
농림어업/군인	(7)	28.6	28.6	14.3	14.3	14.3
기타/무직	(73)	53.4	21.9	13.7	6.8	4.1
			소득별		T	
3,000\$ 미만	(147)	43.5	20.4	23.8	10.9	1.4
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	56.8	16.2	18.9	3.6	4.5
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	60.9	17.4	15.2	5.4	1.1
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	( )	50.4	21.8	12.6	11.8	3.4
10,000\$ 이상	(131)	38.2	29.8	19.1	9.2	3.8

## 2) TV 이용행태

□ 지상파 TV 하루 평균 시청 시간

귀하는 텔레비전 수상기를 이용하여 하루 평균 몇 시간 정도 방송을 시청하십니까?

단위: 명 & %

								1. 8 & 70
구분	사례수	30분 미만	30분 이상	1시간 이상	2시간 이상	3시간 이상	4시간 이상	5시간 이상
1 让	71511	30 T T T	30분 이상 ~ 1시간 미만	2시간 미만	3시간 미만	4시간 미만	5시간 미만	3/1/2 -1 8
			성	•				
남성	(268)	9.7	9.3	16.4	19.0	18.3	13.8	13.4
여성	(332)	14.2	8.7	19.0	18.7	14.2	9.6	15.7
			연	령				
10대	(96)	25.0	18.8	18.8	14.6	9.4	5.2	8.3
20대	(129)	12.4	8.5	23.3	15.5	14.0	13.2	13.2
30대	(134)	8.2	6.0	17.9	17.9	19.4	13.4	17.2
40대	(127)	6.3	10.2	16.5	20.5	19.7	15.0	11.8
50대 이상	(114)	12.3	3.5	12.3	25.4	15.8	8.8	21.9
			지역	<b>부</b> 별				
LA 및 인근지역	(207)	12.6	6.8	16.9	18.8	17.9	9.7	17.4
뉴욕 및 인근지역	(216)	10.2	10.6	17.6	18.5	14.4	14.4	14.4
시카고 및 인근지역	(177)	14.1	9.6	19.2	19.2	15.8	10.2	11.9
			학력	<sup></sup> 별				
고졸 이하	(162)	16.0	8.6	17.9	14.2	15.4	12.3	15.4
대졸	(332)	11.1	7.5	17.8	21.1	16.6	11.4	14.5
대학원 이상	(105)	8.6	14.3	18.1	19.0	15.2	10.5	14.3
무학	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
			인종		T	T	T	T
백인	(315)	9.2	8.9	17.5	21.0	16.8	11.4	15.2
흑인	(70)	12.9	5.7	12.9	12.9	12.9	18.6	24.3
히스패닉	(88)	9.1	8.0	12.5	18.2	21.6	13.6	17.0
아시아인	(70)	15.7	14.3	22.9	21.4	12.9	5.7	7.1
기타	(8)	25.0	0.0	37.5	12.5	12.5	0.0	12.5
무응답	(49)	28.6	10.2	26.5	12.2	10.2	8.2	4.1
NH -NH -N	(0.1.5)	0.5	직업		46 =	46.1	440	4.5.5
사무·전문직	(315)	8.3	7.9	17.5	18.7	18.1	14.0	15.6
생산직	(35)	5.7	5.7	20.0	34.3	17.1	8.6	8.6
서비스업	(30)	13.3	6.7	16.7	13.3	16.7	16.7	16.7
학생	(108)	22.2	13.9	21.3	16.7	10.2	5.6	10.2
주부	(32)	12.5	6.3	18.8	15.6	18.8	9.4	18.8
농림어업/군인	(7)	14.3	28.6	14.3	28.6	0.0	14.3	0.0
기타/무직	(73)	16.4	8.2	13.7	17.8	15.1	9.6	19.2
2,0000 मोमो	(1.47)	17.7	소득		15.0	162	7.5	15.0
3,000\$ 미만	(147)	17.7	8.8	19.0	15.6	16.3	7.5	15.0
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	11.7	9.0	18.9	22.5	14.4	9.9	13.5
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	6.5	7.6	16.3	28.3	15.2	14.1	12.0
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	/	9.2	4.2	16.8	16.0	22.7	15.1	16.0
10,000\$ 이상	(131)	13.0	14.5	17.6	15.3	11.5	12.2	16.0

## □ 지상파 TV 시청률

# 귀하는 가정에서 지상파 안테나를 통해 텔레비전 방송을 직접 수신하십니까?

단위: 명 & %

			인기: 영 & %					
구분	사례수	예	아니오					
	성별							
남성	(268)	43.7	56.3					
여성	(332)	30.1	69.9					
	연령							
10대	(96)	28.1	71.9					
20대	(129)	24.8	75.2					
30대	(134)	61.9	38.1					
40대	(127)	37.0	63.0					
50대 이상	(114)	24.6	75.4					
	지역별							
LA 및 인근지역	(207)	36.2	63.8					
뉴욕 및 인근지역	(216)	39.8	60.2					
시카고 및 인근지역	(177)	31.6	68.4					
	학력별							
고졸 이하	(162)	34.6	65.4					
대졸	(332)	34.6	65.4					
대학원 이상	(105)	43.8	56.2					
무학	(1)	0.0	100.0					
	인종별							
백인	(315)	29.2	70.8					
흑인	(70)	45.7	54.3					
히스패닉	(88)	45.5	54.5					
아시아인	(70)	42.9	57.1					
기타	(8)	25.0	75.0					
무응답	(49)	42.9	57.1					
	직업별							
사무·전문직	(315)	41.6	58.4					
생산직	(35)	51.4	48.6					
서비스업	(30)	23.3	76.7					
학생	(108)	23.1	76.9					
주부	(32)	34.4	65.6					
농림어업/군인	(7)	42.9	57.1					
기타/무직	(73)	30.1	69.9					
	소득별							
3,000\$ 미만	(147)	25.9	74.1					
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	29.7	70.3					
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	34.8	65.2					
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	42.0	58.0					
10,000\$ 이상	(131)	48.9	51.1					

# □ 유료방송 TV 시청률

# 귀하는 가정에서 유료방송 서비스에 가입하고 계십니까?

단위: 명 & %

			년위: 명 & % 
구분	사례수	예	아니오
	성별		
남성	(151)	77.5	22.5
여성	(232)	75.9	24.1
	연령		
10대	(69)	58.0	42.0
20대	(97)	72.2	27.8
30대	(51)	80.4	19.6
40대	(80)	82.5	17.5
50대 이상	(86)	88.4	11.6
	지역별		
LA 및 인근지역	(132)	76.5	23.5
뉴욕 및 인근지역	(130)	79.2	20.8
시카고 및 인근지역	(121)	73.6	26.4
	학력별		
고졸 이하	(106)	65.1	34.9
대졸	(217)	79.7	20.3
대학원 이상	(59)	86.4	13.6
무학	(1)	0.0	100.0
	인종별		
백인	(223)	80.7	19.3
흑인	(38)	65.8	34.2
히스패닉	(48)	81.3	18.8
아시아인	(40)	75.0	25.0
기타	(6)	66.7	33.3
무응답	(28)	53.6	46.4
	직업별		
사무·전문직	(184)	83.7	16.3
생산직	(17)	82.4	17.6
서비스업	(23)	82.6	17.4
학생	(83)	68.7	31.3
주부	(21)	76.2	23.8
농림어업/군인	(4)	50.0	50.0
기타/무직	(51)	60.8	39.2
	소득별		
3,000\$ 미만	(109)	69.7	30.3
3,000\$~5,000\$ 미만	(78)	73.1	26.9
5,000\$~7,000\$ 미만	(60)	81.7	18.3
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(69)	82.6	17.4
10,000\$ 이상	(67)	80.6	19.4

## □ 유료방송 TV 하루 평균 시청 시간

## 귀하는 앞의 응답에서 말한 유료방송을 하루 평균 몇 시간 정도 시청하십니까?

단위: 명 & %

			20년 이사	1277 472	م داحاد ما داد	2 2 2 2 2 2 2 2		1. 8 & 70		
구분	사례수	30분 미만	30군 이경~ 1시가 미마	2시가 미마	2시간 이상~	3시간 미압~ 4시가 미마	4시간 이상~ 5시가 미마	5시간 이상		
	구분 사례수 30분 미만 30분 이상~1시간 이상~2시간 이상~3시간 이상~4시간 이상~5시간 이상 1시간 미만 2시간 미만 3시간 미만 4시간 미만 5시간 미만 성별									
남성	(117)	12.0	7.7	23.1	17.9	14.5	14.5	10.3		
여성	(176)	11.9	9.1	25.6	21.6	13.1	9.7	9.1		
연령										
10대	(40)	20.0	20.0	32.5	12.5	7.5	5.0	2.5		
20대	(70)	10.0	11.4	31.4	20.0	5.7	11.4	10.0		
30대	(41)	9.8	4.9	24.4	17.1	19.5	12.2	12.2		
40대	(66)	4.5	9.1	15.2	27.3	18.2	16.7	9.1		
50대 이상	(76)	17.1	1.3	22.4	19.7	17.1	10.5	11.8		
20 11 10	(, 0)	1771	지역		1911	1711	10.0	1110		
LA 및 인근지역	(101)	14.9	8.9	19.8	21.8	16.8	8.9	8.9		
뉴욕 및 인근지역	(103)	10.7	8.7	23.3	18.4	13.6	15.5	9.7		
시카고 및 인근지역	(89)	10.1	7.9	31.5	20.2	10.1	10.1	10.1		
7 7 22 17	(3-1)		학력		-	-	-			
고졸 이하	(69)	20.3	8.7	21.7	15.9	15.9	8.7	8.7		
대졸	(173)	9.2	6.9	26.6	22.0	13.3	12.1	9.8		
대학원 이상	(51)	9.8	13.7	21.6	19.6	11.8	13.7	9.8		
			인종							
백인	(180)	10.0	8.9	26.1	20.6	11.7	13.3	9.4		
흑인	(25)	24.0	8.0	8.0	8.0	20.0	8.0	24.0		
히스패닉	(39)	5.1	10.3	25.6	17.9	23.1	10.3	7.7		
아시아인	(30)	20.0	3.3	13.3	36.7	13.3	6.7	6.7		
기타	(4)	0.0	0.0	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0		
무응답	(15)	20.0	13.3	46.7	6.7	0.0	13.3	0.0		
			직업	별						
사무·전문직	(154)	11.0	8.4	22.1	20.1	14.9	14.3	9.1		
생산직	(14)	7.1	0.0	14.3	42.9	14.3	7.1	14.3		
서비스업	(19)	5.3	15.8	21.1	15.8	10.5	15.8	15.8		
학생	(57)	22.8	10.5	40.4	14.0	3.5	5.3	3.5		
주부	(16)	6.3	0.0	6.3	31.3	25.0	6.3	25.0		
농림어업/군인	(2)	0.0	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0		
기타/무직	(31)	6.5	9.7	25.8	19.4	16.1	12.9	9.7		
	-		소득							
3,000\$ 미만	(76)	17.1	10.5	23.7	11.8	19.7	7.9	9.2		
3,000\$~5,000\$ 미만	(57)	12.3	7.0	26.3	22.8	10.5	12.3	8.8		
5,000\$~7,000\$ 미만	(49)	6.1	8.2	26.5	24.5	14.3	14.3	6.1		
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	. ,	10.5	5.3	12.3	31.6	12.3	15.8	12.3		
10,000\$ 이상	(54)	11.1	11.1	35.2	13.0	9.3	9.3	11.1		

## □ 즐겨보는 장르 (1순위 응답 기준)

평상시 귀하가 텔레비전이나 다른 영상 콘텐츠 시청 시 가장 즐겨보는 장르를 3순위까지 선택해 주십시오

단위: 명 & %

구선   사례수   자실   영화   변화이에   대한에에   교환   대한에에   교환   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에에   대한에   대한에   대한에   대한에   대한에   대한에   대한에   대한에   대한에   대한에   대한에										. 0 & 70
남성 (234) 26.5 18.4 9.4 7.3 20.9 12.4 3.4 1.7 여성 (276) 18.1 22.5 17.4 18.8 6.5 8.3 5.4 2.9 만당	구분	사례수		영화		드라마	스포츠	애니메이션		다큐
여성   (276)   18.1   22.5   17.4   18.8   6.5   8.3   5.4   2.9	성별									
10대 (67) 13.4 20.9 23.9 13.4 7.5 17.9 3.0 0.0 20대 (102) 9.8 19.6 20.6 12.7 10.8 19.6 3.9 2.9 30대 (124) 21.8 25.0 8.9 8.1 12.9 9.7 9.7 4.0 40대 (113) 28.3 21.2 8.8 20.4 11.5 6.2 1.8 1.8 50대 이상 (104) 32.7 15.4 11.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.2 11.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.1 1.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5	남성	(234)	26.5	18.4	9.4	7.3	20.9	12.4	3.4	1.7
10대 (67) 13.4 20.9 23.9 13.4 7.5 17.9 3.0 0.0 20대 (102) 9.8 19.6 20.6 12.7 10.8 19.6 3.9 2.9 30대 (102) 9.8 19.6 20.6 12.7 10.8 19.6 3.9 2.9 30대 (104) 21.8 25.0 8.9 8.1 12.9 9.7 9.7 4.0 40대 (113) 28.3 21.2 8.8 20.4 11.5 6.2 1.8 1.8 1.8 50대 이상 (104) 32.7 15.4 11.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.9 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0	여성	(276)	18.1	22.5	17.4	18.8	6.5	8.3	5.4	2.9
10대 (67) 13.4 20.9 23.9 13.4 7.5 17.9 3.0 0.0 20대 (102) 9.8 19.6 20.6 12.7 10.8 19.6 3.9 2.9 30대 (102) 9.8 19.6 20.6 12.7 10.8 19.6 3.9 2.9 30대 (104) 21.8 25.0 8.9 8.1 12.9 9.7 9.7 4.0 40대 (113) 28.3 21.2 8.8 20.4 11.5 6.2 1.8 1.8 1.8 50대 이상 (104) 32.7 15.4 11.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9 1.9 1.9 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0 1.0		, ,			연령					
20태 (102) 9.8 19.6 20.6 12.7 10.8 19.6 3.9 2.9 30대 (124) 21.8 25.0 8.9 8.1 12.9 9.7 9.7 4.0 40대 (113) 28.3 21.2 8.8 20.4 11.5 6.2 1.8 1.8 50대 이상 (104) 32.7 15.4 11.5 13.5 21.2 1.0 2.9 19  **********************************	10대	(67)	13.4	20.9	23.9	13.4	7.5	17.9	3.0	0.0
30대 (124) 21.8 25.0 8.9 8.1 12.9 9.7 9.7 4.0 40대 (113) 28.3 21.2 8.8 20.4 11.5 6.2 1.8 1.8 1.8 50대 이상 (104) 32.7 15.4 11.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9		` '	9.8	19.6	20.6	12.7	10.8	19.6	3.9	2.9
40대 (113) 28.3 21.2 8.8 20.4 11.5 6.2 1.8 1.8 50대 이상 (104) 32.7 15.4 11.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9	30대	, ,	21.8	25.0	8.9	8.1	12.9	9.7	9.7	4.0
SO대 이상 (104) 32.7 15.4 11.5 13.5 21.2 1.0 2.9 1.9  지역별  LA 및 인근지역 (176) 21.0 24.4 10.2 11.9 13.1 10.8 5.7 2.8  뉴욕 및 인근지역 (189) 26.5 16.9 13.8 14.3 11.6 10.6 4.8 1.6  시카고 및 인근지역 (145) 17.2 20.7 17.9 14.5 15.2 9.0 2.8 2.8  고졸 이하 (125) 14.4 18.4 14.4 16.0 14.4 15.2 4.8 2.4  대졸 (288) 22.2 21.5 12.5 12.8 15.3 8.7 4.2 2.8  대학원 이상 (97) 30.9 20.6 16.5 12.4 5.2 8.2 5.2 1.0  인종별  백인 (272) 22.1 21.7 14.3 15.8 13.2 7.4 2.6 2.9  흑인 (57) 21.1 17.5 10.5 3.5 22.8 15.8 7.0 1.8  히스페닉 (79) 20.3 27.8 12.7 10.1 6.3 11.4 8.9 2.5  아시아인 (60) 26.7 13.3 15.0 18.3 11.7 11.7 1.7 1.7  기타 (6) 16.7 33.3 0.0 16.7 16.7 16.7 0.0 0.0  무응답 (36) 19.4 11.1 16.7 11.1 13.9 16.7 11.1 0.0  무응답 (38) 26.7 21.8 10.2 10.5 14.7 8.8 5.3 2.1  생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4  서비스엄 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8  학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0  주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7  능립어임/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0  기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9  소득별  3,0008-5,0008 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2  5,0008-7,0008 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5  7,0008 이상~10,0008 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5	40대	, ,		21.2		20.4		6.2		1.8
지역별  LA 및 인근지역 (176) 21.0 24.4 10.2 11.9 13.1 10.8 5.7 2.8	50대 이상	· ·		15.4		13.5		1.0		
유유 및 인근지역 (189) 26.5   16.9   13.8   14.3   11.6   10.6   4.8   1.6   시카고 및 인근지역 (145)   17.2   20.7   17.9   14.5   15.2   9.0   2.8   2.8   2.8   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5   2.5		,								
지카고 및 인근지역 (145) 17.2 20.7 17.9 14.5 15.2 9.0 2.8 2.8 학력별  고졸 이하 (125) 14.4 18.4 14.4 16.0 14.4 15.2 4.8 2.4 대졸 (288) 22.2 21.5 12.5 12.8 15.3 8.7 4.2 2.8 대학원 이상 (97) 30.9 20.6 16.5 12.4 5.2 8.2 5.2 1.0 인종별  백인 (272) 22.1 21.7 14.3 15.8 13.2 7.4 2.6 2.9 후인 (57) 21.1 17.5 10.5 3.5 22.8 15.8 7.0 1.8 히스패닉 (79) 20.3 27.8 12.7 10.1 6.3 11.4 8.9 2.5 이사아인 (60) 26.7 13.3 15.0 18.3 11.7 11.7 1.7 1.7 기타 (6) 16.7 33.3 0.0 16.7 16.7 16.7 0.0 0.0 만우답 (36) 19.4 11.1 16.7 11.1 13.9 16.7 11.1 0.0 조약별  사무-전문직 (285) 26.7 21.8 10.2 10.5 14.7 8.8 5.3 2.1 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 동립어업군인 (5) 0.0 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 7반무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9	LA 및 인근지역	(176)	21.0	24.4	10.2	11.9	13.1	10.8	5.7	2.8
지카고 및 인근지역 (145) 17.2 20.7 17.9 14.5 15.2 9.0 2.8 2.8 학력별  고졸 이하 (125) 14.4 18.4 14.4 16.0 14.4 15.2 4.8 2.4 대졸 (288) 22.2 21.5 12.5 12.8 15.3 8.7 4.2 2.8 대학원 이상 (97) 30.9 20.6 16.5 12.4 5.2 8.2 5.2 1.0 인종별  백인 (272) 22.1 21.7 14.3 15.8 13.2 7.4 2.6 2.9 후인 (57) 21.1 17.5 10.5 3.5 22.8 15.8 7.0 1.8 히스패닉 (79) 20.3 27.8 12.7 10.1 6.3 11.4 8.9 2.5 이사아인 (60) 26.7 13.3 15.0 18.3 11.7 11.7 1.7 1.7 기타 (6) 16.7 33.3 0.0 16.7 16.7 16.7 0.0 0.0 만우답 (36) 19.4 11.1 16.7 11.1 13.9 16.7 11.1 0.0 조약별  사무-전문직 (285) 26.7 21.8 10.2 10.5 14.7 8.8 5.3 2.1 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 동립어업군인 (5) 0.0 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 7반무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9 1.9	뉴욕 및 인근지역	, ,	26.5	16.9	13.8	14.3	11.6	10.6	4.8	1.6
고졸이하 (125) 14.4 18.4 14.4 16.0 14.4 15.2 4.8 2.4 대졸 (288) 22.2 21.5 12.5 12.8 15.3 8.7 4.2 2.8 대학원 이상 (97) 30.9 20.6 16.5 12.4 5.2 8.2 5.2 1.0 인종별 생인 (272) 22.1 21.7 14.3 15.8 13.2 7.4 2.6 2.9 흑인 (57) 21.1 17.5 10.5 3.5 22.8 15.8 7.0 1.8 하스패닉 (79) 20.3 27.8 12.7 10.1 6.3 11.4 8.9 2.5 아시아인 (60) 26.7 13.3 15.0 18.3 11.7 11.7 1.7 1.7 1.7 기타 (6) 16.7 33.3 0.0 16.7 16.7 16.7 0.0 0.0 1.8 당당 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 16.7 11.1 0.0 보다 전쟁적 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 동림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 7]타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5	시카고 및 인근지역	(145)	17.2	20.7	17.9	14.5	15.2	9.0	2.8	2.8
고졸이하 (125) 14.4 18.4 14.4 16.0 14.4 15.2 4.8 2.4 대졸 (288) 22.2 21.5 12.5 12.8 15.3 8.7 4.2 2.8 대학원 이상 (97) 30.9 20.6 16.5 12.4 5.2 8.2 5.2 1.0 인종별 생인 (272) 22.1 21.7 14.3 15.8 13.2 7.4 2.6 2.9 흑인 (57) 21.1 17.5 10.5 3.5 22.8 15.8 7.0 1.8 하스패닉 (79) 20.3 27.8 12.7 10.1 6.3 11.4 8.9 2.5 아시아인 (60) 26.7 13.3 15.0 18.3 11.7 11.7 1.7 1.7 1.7 기타 (6) 16.7 33.3 0.0 16.7 16.7 16.7 0.0 0.0 1.8 당당 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 16.7 11.1 0.0 보다 전쟁적 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 동림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 7]타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5										
대학원 이상 (97) 30.9 20.6 16.5 12.4 5.2 8.2 5.2 1.0	고졸 이하	(125)	14.4	18.4	14.4	16.0	14.4	15.2	4.8	2.4
대학원 이상 (97) 30.9 20.6 16.5 12.4 5.2 8.2 5.2 1.0  인종별  백인 (272) 22.1 21.7 14.3 15.8 13.2 7.4 2.6 2.9 흑인 (57) 21.1 17.5 10.5 3.5 22.8 15.8 7.0 1.8  히스페닉 (79) 20.3 27.8 12.7 10.1 6.3 11.4 8.9 2.5 아시아인 (60) 26.7 13.3 15.0 18.3 11.7 11.7 1.7 1.7 기타 (6) 16.7 33.3 0.0 16.7 16.7 16.7 0.0 0.0 무응답 (36) 19.4 11.1 16.7 11.1 13.9 16.7 11.1 0.0  작업별  사무-전문직 (285) 26.7 21.8 10.2 10.5 14.7 8.8 5.3 2.1 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4  서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7  농림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0  기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9  조득별  3,000\$-7,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2  5,000\$-7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5  7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5	대졸	(288)	22.2	21.5	12.5	12.8	15.3	8.7	4.2	2.8
백인 (272) 22.1 21.7 14.3 15.8 13.2 7.4 2.6 2.9 혹인 (57) 21.1 17.5 10.5 3.5 22.8 15.8 7.0 1.8 히스패닉 (79) 20.3 27.8 12.7 10.1 6.3 11.4 8.9 2.5 아시아인 (60) 26.7 13.3 15.0 18.3 11.7 11.7 1.7 1.7 1.7 기타 (6) 16.7 33.3 0.0 16.7 16.7 16.7 0.0 0.0 16.7 16.7 16.7 16.7 11.1 13.9 16.7 11.1 0.0 무응답 (36) 19.4 11.1 16.7 11.1 13.9 16.7 11.1 0.0 전염별  사무·전문직 (285) 26.7 21.8 10.2 10.5 14.7 8.8 5.3 2.1 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 동림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 71타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 1.9 소득별 3,000\$ 미만 (114) 14.9 24.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$ 이상~1,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~1,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~1,000\$ 미만 (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9	대학원 이상		30.9	20.6	16.5	12.4	5.2	8.2	5.2	1.0
후인 (57) 21.1 17.5 10.5 3.5 22.8 15.8 7.0 1.8 히스페닉 (79) 20.3 27.8 12.7 10.1 6.3 11.4 8.9 2.5 아시아인 (60) 26.7 13.3 15.0 18.3 11.7 11.7 1.7 1.7 기타 (6) 16.7 33.3 0.0 16.7 16.7 16.7 0.0 0.0 무응답 (36) 19.4 11.1 16.7 11.1 13.9 16.7 11.1 0.0 직업별  사무-전문직 (285) 26.7 21.8 10.2 10.5 14.7 8.8 5.3 2.1 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 동립어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 1.9 1.9 소득별  3,000\$ 미만 (114) 14.9 24.6 16.7 13.2 11.4 12.3 4.4 2.6 3.000\$-5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$-7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5					인종별					
허스페닉 (79) 20.3 27.8 12.7 10.1 6.3 11.4 8.9 2.5 아시아인 (60) 26.7 13.3 15.0 18.3 11.7 11.7 1.7 1.7 1.7 기타 (6) 16.7 33.3 0.0 16.7 16.7 16.7 0.0 0.0 무응답 (36) 19.4 11.1 16.7 11.1 13.9 16.7 11.1 0.0 전업별  사무·전문적 (285) 26.7 21.8 10.2 10.5 14.7 8.8 5.3 2.1 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 동림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 1.9 소득별 3,000\$~5,000\$ 미만 (114) 14.9 24.6 16.7 13.2 11.4 12.3 4.4 2.6 3,000\$~5,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 12.1 5.6 1.9	백인	(272)	22.1	21.7	14.3	15.8	13.2	7.4	2.6	2.9
아시아인 (60) 26.7 13.3 15.0 18.3 11.7 11.7 1.7 1.7 71타 (6) 16.7 33.3 0.0 16.7 16.7 16.7 0.0 0.0	흑인	(57)	21.1	17.5	10.5	3.5	22.8	15.8	7.0	1.8
기타 (6) 16.7 33.3 0.0 16.7 16.7 16.7 0.0 0.0 무응답 (36) 19.4 11.1 16.7 11.1 13.9 16.7 11.1 0.0 지역별 사무·전문직 (285) 26.7 21.8 10.2 10.5 14.7 8.8 5.3 2.1 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 동림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 1.9 소득별 3,000\$~5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.2 11.4 12.3 4.4 2.6 3,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9	히스패닉	(79)	20.3	27.8	12.7	10.1	6.3	11.4	8.9	2.5
무응답 (36) 19.4 11.1 16.7 11.1 13.9 16.7 11.1 0.0 지역별  사무·전문직 (285) 26.7 21.8 10.2 10.5 14.7 8.8 5.3 2.1 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 농림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9  소득별  3,000\$ 미만 (114) 14.9 24.6 16.7 13.2 11.4 12.3 4.4 2.6 3,000\$~5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9	아시아인	(60)	26.7	13.3	15.0	18.3	11.7	11.7	1.7	1.7
지역별 지무·전문직 (285) 26.7 21.8 10.2 10.5 14.7 8.8 5.3 2.1 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 동림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 1.9 소득별 3,000\$~5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9	기타	(6)	16.7	33.3	0.0	16.7	16.7	16.7	0.0	0.0
사무·전문직 (285) 26.7 21.8 10.2 10.5 14.7 8.8 5.3 2.1 생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 동림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 1.9 소득별 3,000\$ 미만 (114) 14.9 24.6 16.7 13.2 11.4 12.3 4.4 2.6 3,000\$~5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9	무응답	(36)	19.4	11.1	16.7	11.1	13.9	16.7	11.1	0.0
생산직 (32) 18.8 12.5 15.6 6.3 21.9 15.6 0.0 9.4 서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 농림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9					직업별					
서비스업 (26) 11.5 19.2 11.5 34.6 3.8 3.8 11.5 3.8 학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 동립어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 1.9 소득별 3,000\$ 미만 (114) 14.9 24.6 16.7 13.2 11.4 12.3 4.4 2.6 3,000\$~5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9	사무·전문직	(285)	26.7	21.8	10.2	10.5	14.7	8.8	5.3	2.1
학생 (82) 13.4 22.0 25.6 15.9 6.1 14.6 2.4 0.0 주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 남림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 소득별 3,000\$ 미만 (114) 14.9 24.6 16.7 13.2 11.4 12.3 4.4 2.6 3,000\$~5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9	생산직	(32)	18.8	12.5	15.6	6.3	21.9	15.6	0.0	9.4
주부 (27) 25.9 11.1 7.4 25.9 14.8 7.4 3.7 3.7 농림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 1.9 소득별 3,000\$ 미만 (114) 14.9 24.6 16.7 13.2 11.4 12.3 4.4 2.6 3,000\$~5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9	서비스업	(26)	11.5	19.2	11.5	34.6	3.8	3.8	11.5	3.8
동림어업/군인 (5) 0.0 0.0 0.0 20.0 20.0 40.0 20.0 0.0 기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9 1.9 소득별 3,000\$ 미만 (114) 14.9 24.6 16.7 13.2 11.4 12.3 4.4 2.6 3,000\$~5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9		(82)	13.4	22.0	25.6	15.9	6.1	14.6	2.4	0.0
기타/무직 (53) 17.0 24.5 18.9 13.2 13.2 9.4 1.9 1.9		(27)	25.9	11.1	7.4	25.9		7.4	3.7	3.7
3,000\$ 미만 (114) 14.9 24.6 16.7 13.2 11.4 12.3 4.4 2.6 3,000\$~5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9		(5)	0.0	0.0	0.0	20.0	20.0	40.0	20.0	0.0
3,000\$ 미만 (114) 14.9 24.6 16.7 13.2 11.4 12.3 4.4 2.6 3,000\$~5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9	기타/무직	(53)	17.0	24.5		13.2	13.2	9.4	1.9	1.9
3,000\$~5,000\$ 미만 (90) 23.3 15.6 16.7 13.3 14.4 8.9 5.6 2.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9										
5,000\$~7,000\$ 미만 (81) 21.0 16.0 18.5 13.6 19.8 7.4 1.2 2.5 7,000\$ 이상~10,000\$ (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9		, ,								
7,000\$ 이상~10,000\$ (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9		` ′								
미만 (107) 15.0 25.2 10.3 15.9 14.0 12.1 5.6 1.9		(81)	21.0	16.0	18.5	13.6	19.8	7.4	1.2	2.5
10,000\$ 이상 (118) 34.7 19.5 8.5 11.9 8.5 9.3 5.1 2.5		(107)	15.0	25.2	10.3	15.9	14.0	12.1	5.6	1.9
	10,000\$ 이상	(118)	34.7	19.5	8.5	11.9	8.5	9.3	5.1	2.5

# 3) OTT 이용 행태

# □ OTT 이용률

귀하는 온라인 동영상서비스(OVD 또는 OTT)를 이용해본 경험이 있으십니까?

단위: 명 & %

			한데. 8 & 70
구분	사례수	있음	없음
	성별		
남성	(268)	60.8	39.2
여성	(332)	50.6	49.4
	연령		
10대	(96)	51.0	49.0
20대	(129)	54.3	45.7
30대	(134)	69.4	30.6
40대	(127)	63.0	37.0
50대 이상	(114)	34.2	65.8
	지역별		
LA 및 인근지역	(207)	57.0	43.0
뉴욕 및 인근지역	(216)	54.2	45.8
시카고 및 인근지역	(177)	54.2	45.8
	학력별		
고졸 이하	(162)	48.1	51.9
대졸	(332)	55.1	44.9
대학원 이상	(105)	66.7	33.3
무학	(1)	0.0	100.0
	인종별		
백인	(315)	52.4	47.6
흑인	(70)	62.9	37.1
히스패닉	(88)	62.5	37.5
아시아인	(70)	55.7	44.3
기타	(8)	25.0	75.0
무응답	(49)	53.1	46.9
	직업별		
사무·전문직	(315)	61.3	38.7
생산직	(35)	65.7	34.3
서비스업	(30)	53.3	46.7
학생	(108)	53.7	46.3
주부	(32)	43.8	56.3
농림어업/군인	(7)	57.1	42.9
기타/무직	(73)	31.5	68.5
	소득별		
3,000\$ 미만	(147)	38.1	61.9
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	55.0	45.0
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	59.8	40.2
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	60.5	39.5
10,000\$ 이상	(131)	66.4	33.6

# □ OTT 이용 시간

귀하는 온라인 동영상 제공서비스(OTT)를 하루 평균 몇 시간 정도 이용하십니까?

단위: 명 & %

단위: 명 & %									
구분	사례수	30분 미만	30분 이상~ 1시간 미만	1시간 이상~	2시간 이상~	3시간 이상~	4시간 이상~	5 시기 이사	
l T	भुषान	30분 미년	1시간 미만	2시간 미만	3시간 미만	4시간 미만	5시간 미만	2/1/12 918	
성별									
남성	(163)	7.4	22.1	25.2	19.6	12.3	6.7	6.7	
여성	(168)	8.3	14.9	28.0	19.0	16.1	4.8	8.9	
연령									
10대	(49)	8.2	24.5	22.4	26.5	6.1	8.2	4.1	
20대	(70)	2.9	11.4	32.9	14.3	21.4	2.9	14.3	
30대	(93)	2.2	17.2	24.7	22.6	18.3	5.4	9.7	
40대	(80)	13.8	16.3	25.0	18.8	13.8	10.0	2.5	
50대 이상	(39)	17.9	30.8	28.2	12.8	2.6	0.0	7.7	
		1	지역	별					
LA 및 인근지역	(118)	8.5	12.7	24.6	21.2	12.7	10.2	10.2	
뉴욕 및 인근지역	(117)	6.0	18.8	28.2	17.9	21.4	2.6	5.1	
시카고 및 인근지역	(96)	9.4	25.0	27.1	18.8	7.3	4.2	8.3	
			학력	별					
고졸 이하	(78)	3.8	19.2	26.9	16.7	15.4	7.7	10.3	
대졸	(183)	9.3	14.8	29.5	19.7	13.7	4.9	8.2	
대학원 이상	(70)	8.6	27.1	18.6	21.4	14.3	5.7	4.3	
			인종	별					
백인	(165)	12.1	18.8	32.7	17.6	9.1	3.0	6.7	
흑인	(44)	2.3	13.6	20.5	25.0	11.4	13.6	13.6	
히스패닉	(55)	5.5	12.7	20.0	16.4	23.6	9.1	12.7	
아시아인	(39)	2.6	28.2	20.5	25.6	15.4	5.1	2.6	
기타	(2)	0.0	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	
무응답	(26)	3.8	23.1	19.2	15.4	30.8	3.8	3.8	
			직업	별					
사무·전문직	(193)	8.3	19.7	20.2	20.7	16.6	6.2	8.3	
생산직	(23)	0.0	8.7	43.5	26.1	13.0	4.3	4.3	
서비스업	(16)	12.5	18.8	43.8	0.0	6.3	0.0	18.8	
학생	(58)	6.9	20.7	24.1	24.1	13.8	5.2	5.2	
주부	(14)	14.3	7.1	71.4	0.0	7.1	0.0	0.0	
농림어업/군인	(4)	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	
기타/무직	(23)	8.7	17.4	26.1	13.0	8.7	13.0	13.0	
2,000 313		45 -	소득						
3,000\$ 미만	(56)	12.5	17.9	28.6	12.5	10.7	3.6	14.3	
3,000\$~5,000\$ 미만	(61)	6.6	18.0	37.7	16.4	9.8	6.6	4.9	
5,000\$~7,000\$ 미만	(55)	12.7	14.5	25.5	27.3	16.4	1.8	1.8	
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	( /	1.4	19.4	23.6	23.6	18.1	8.3	5.6	
10,000\$ 이상	(87)	8.0	20.7	20.7	17.2	14.9	6.9	11.5	

# □ 주이용 OTT (1순위 응답 기준)

귀하가 주로 이용하는 온라인동영상서비스(OTT)를 많이 이용하는 순서대로 3개 까지 응답해 주십시오.

단위: 명 & %

								단기	: 명 & %
구분	사례수	Netflix	YouTube	Amazon Prime Video	HBO now	Hulu	Direc TV Now	Roku	Xfinity
				성별					
남성	(163)	51.5	10.4	10.4	6.7	2.5	2.5	2.5	2.5
<u></u> 여성	(168)	60.7	10.7	7.7	4.2	7.1	1.2	0.6	0.6
10	(200)			연령		,,,_			
10대	(49)	65.3	10.2	2.0	2.0	2.0	2.0	4.1	4.1
20대	(70)	57.1	11.4	4.3	5.7	7.1	1.4	0.0	0.0
30대	(93)	49.5	11.8	12.9	7.5	3.2	4.3	1.1	1.1
40대	(80)	55.0	11.3	11.3	6.3	6.3	0.0	2.5	0.0
50대 이상	(39)	61.5	5.1	12.8	2.6	5.1	0.0	0.0	5.1
33 11 7 3	(0)		911	지역별					
LA 및 인근지역	(118)	55.1	10.2	7.6	5.9	5.1	4.2	2.5	1.7
뉴욕 및 인근지역	(117)	56.4	10.3	12.0	3.4	5.1	0.9	0.9	0.9
시카고 및 인근지역	(96)	57.3	11.5	7.3	7.3	4.2	0.0	1.0	2.1
7 / Z Z Z Z Z Z Z Z Z Z Z Z Z Z Z Z Z Z	(5-5)		77.0	학력별	,,,,				
고졸 이하	(78)	50.0	10.3	7.7	5.1	7.7	1.3	3.8	1.3
대졸	(183)	60.7	12.6	7.1	4.9	4.9	2.2	0.5	1.1
대학원 이상	(70)	51.4	5.7	15.7	7.1	1.4	1.4	1.4	2.9
	( )			인종별					
백인	(165)	60.0	7.9	10.9	4.8	4.2	2.4	0.0	1.2
흑인	(44)	47.7	20.5	4.5	2.3	6.8	0.0	6.8	2.3
히스패닉	(55)	54.5	10.9	5.5	9.1	5.5	1.8	3.6	1.8
아시아인	(39)	61.5	10.3	10.3	0.0	5.1	2.6	0.0	0.0
기타	(2)	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0
무응답	(26)	46.2	11.5	7.7	15.4	3.8	0.0	0.0	0.0
				직업별					
사무·전문직	(193)	57.0	8.3	9.8	7.3	3.6	2.6	1.6	1.6
생산직	(23)	43.5	8.7	17.4	0.0	8.7	0.0	0.0	4.3
서비스업	(16)	56.3	6.3	6.3	6.3	12.5	0.0	0.0	0.0
학생	(58)	63.8	19.0	5.2	0.0	0.0	1.7	3.4	0.0
주부	(14)	35.7	14.3	14.3	7.1	14.3	0.0	0.0	0.0
농림어업/군인	(4)	25.0	0.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	25.0
기타/무직	(23)	60.9	13.0	4.3	4.3	8.7	0.0	0.0	0.0
				소득별					
3,000\$ 미만	(56)	55.4	17.9	1.8	3.6	8.9	1.8	0.0	0.0
3,000\$~5,000\$ 미만	(61)	67.2	6.6	6.6	3.3	4.9	0.0	1.6	3.3
5,000\$~7,000\$ 미만	(55)	50.9	10.9	14.5	1.8	5.5	3.6	0.0	3.6
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(72)	51.4	4.2	8.3	11.1	4.2	4.2	4.2	1.4
10,000\$ 이상	(87)	56.3	13.8	12.6	5.7	2.3	0.0	1.1	0.0

# □ 방송서비스와 OTT 중 주이용 서비스

평소 귀하는 방송 프로그램과 동영상 콘텐츠를 TV보다 OTT 서비스를 이용하여 더 많이 시청하시는 편입니까?

단위: 명 & %

구분	사례수	지상파나 유료방송 시청	비슷하다	OTT 서비스 시청
	خ خ	별		
남성	(163)	44.8	20.9	34.4
여성	(168)	36.9	26.8	36.3
	Ó:	령		
10대	(49)	14.3	24.5	61.2
20대	(70)	24.3	25.7	50.0
30대	(93)	50.5	29.0	20.4
40대	(80)	45.0	25.0	30.0
50대 이상	(39)	71.8	5.1	23.1
		역별		
LA 및 인근지역	(118)	37.3	21.2	41.5
뉴욕 및 인근지역	(117)	41.0	33.3	25.6
시카고 및 인근지역	(96)	44.8	15.6	39.6
		력별		
고졸 이하	(78)	35.9	17.9	46.2
대졸	(183)	37.2	28.4	34.4
대학원 이상	(70)	55.7	18.6	25.7
		종별		
백인	(165)	42.4	24.2	33.3
흑인	(44)	29.5	31.8	38.6
히스패닉	(55)	36.4	23.6	40.0
아시아인	(39)	38.5	17.9	43.6
기타	(2)	100.0	0.0	0.0
무응답	(26)	57.7	19.2	23.1
	직(	업별		
사무·전문직	(193)	47.2	25.4	27.5
생산직	(23)	47.8	13.0	39.1
서비스업	(16)	37.5	25.0	37.5
학생	(58)	17.2	24.1	58.6
주부	(14)	50.0	21.4	28.6
농림어업/군인	(4)	0.0	50.0	50.0
기타/무직	(23)	43.5	17.4	39.1
		두별		•
3,000\$ 미만	(56)	28.6	23.2	48.2
3,000\$~5,000\$ 미만	(61)	32.8	16.4	50.8
5,000\$~7,000\$ 미만	(55)	50.9	25.5	23.6
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(72)	43.1	29.2	27.8
10,000\$ 이상	(87)	46.0	24.1	29.9
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(72)	43.1	29.2	27.8

## □ 선호하는 OTT 시청 유형

평소 귀하는 방송 프로그램과 동영상 콘텐츠를 TV보다 OTT 서비스를 이용하여 더 많이 시청하시는 편입니까?

단위: 명 & %

				년위: 명 & %					
		이미 방송도니		동시간으로 방송					
구분	사례수	콘텐츠의 다시보기	비슷하다	또는 실황 중계되는					
1 L	7 1 211 1	또는 건당 주문형		콘텐츠를 더 많이					
		콘텐츠를 많이 본다		본다					
	성별								
남성	(163)	52.1	23.3	24.5					
여성	(168)	35.7	31.5	32.7					
연령									
10대	(49)	34.7	20.4	44.9					
20대	(70)	42.9	28.6	28.6					
30대	(93)	54.8	32.3	12.9					
40대	(80)	38.8	28.8	32.5					
50대 이상	(39)	41.0	20.5	38.5					
	, z	]역별							
LA 및 인근지역	(118)	43.2	27.1	29.7					
뉴욕 및 인근지역	(117)	45.3	32.5	22.2					
시카고 및 인근지역	(96)	42.7	21.9	35.4					
	<u></u>	<b>나</b> 력별							
고졸 이하	(78)	41.0	25.6	33.3					
대졸	(183)	39.3	29.5	31.1					
대학원 이상	(70)	58.6	24.3	17.1					
	Ó	]종별		1					
백인	(165)	43.6	27.3	29.1					
흑인	(44)	36.4	31.8	31.8					
히스패닉	(55)	41.8	34.5	23.6					
아시아인	(39)	35.9	28.2	35.9					
기타	(2)	50.0	0.0	50.0					
무응답	(26)	73.1	7.7	19.2					
		니업별 -							
사무·전문직	(193)	48.7	30.6	20.7					
생산직	(23)	34.8	26.1	39.1					
서비스업	(16)	31.3	25.0	43.8					
학생	(58)	37.9	19.0	43.1					
주부	(14)	28.6	21.4	50.0					
농림어업/군인	(4)	50.0	25.0	25.0					
기타/무직	(23)	43.5	30.4	26.1					
		·득별							
3,000\$ 미만	(56)	35.7	16.1	48.2					
3,000\$~5,000\$ 미만	(61)	42.6	24.6	32.8					
5,000\$~7,000\$ 미만	(55)	40.0	30.9	29.1					
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(72)	45.8	33.3	20.8					
10,000\$ 이상	(87)	50.6	29.9	19.5					

# □ 즐겨보는 장르 (1순위 응답 기준)

귀하가 OTT 또는 OVD 서비스를 시청할 때 가장 즐겨 보는 장르를 3순위까지 선택해 주십시오.

단위: 명 & %

								E 11	: 8 & %
구분	사례수	영화	드라마	뉴 <i>스/</i> 시사	애니메이션	오락/ 버라)어티	스포츠	다큐	교양/ 교육
				성별		14994			717.74
남성	(162)	32.5	12.3	20.2	14.1	3.7	13.5	2.5	1.2
여성	(163)								
478	(168)	29.2	33.3	6.0	6.5	14.9	4.2	3.0	3.0
10-1	(40)	22.7	20.4	연령	24.5	C 1	0.2	4.1	0.0
10대	(49)	32.7	20.4	4.1	24.5	6.1	8.2	4.1	0.0
20대	(70)	27.1	31.4	5.7	15.7	8.6	5.7	4.3	1.4
30대	(93)	26.9	12.9	20.4	7.5	10.8	12.9	2.2	6.5
40대 50대 이사	(80)	35.0	26.3	16.3	3.8	10.0	7.5	1.3	0.0
50대 이상	(39)	35.9	28.2	12.8	2.6	10.3	7.7	2.6	0.0
* * * * * * * * * * * * * * * * * * *	(110)	27.2	22.7	지역별	6.0	12.6	<b>7</b> 0	0.0	2.5
LA 및 인근지역	(118)	37.3	23.7	9.3	6.8	13.6	5.9	0.8	2.5
뉴욕 및 인근지역	(117)	24.8	25.6	18.8	10.3	4.3	10.3	2.6	3.4
시카고 및 인근지역	(96)	30.2	18.8	10.4	14.6	10.4	10.4	5.2	0.0
-7 15	(=0)			학력별	T		4.5.0		
고졸 이하	(78)	20.5	30.8	11.5	15.4	6.4	12.8	1.3	1.3
대졸	(183)	35.5	18.0	9.3	11.5	10.9	9.3	3.3	2.2
대학원 이상	(70)	30.0	27.1	24.3	1.4	8.6	2.9	2.9	2.9
2.3			T	인종별					
백인	(165)	35.8	25.5	10.3	9.1	8.5	8.5	1.8	0.6
흑인	(44)	22.7	13.6	27.3	11.4	9.1	9.1	2.3	4.5
히스패닉	(55)	36.4	18.2	9.1	7.3	14.5	3.6	3.6	7.3
아시아인	(39)	20.5	35.9	10.3	15.4	10.3	2.6	5.1	0.0
기타	(2)	0.0	50.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
무응답	(26)	19.2	11.5	15.4	15.4	3.8	30.8	3.8	0.0
				직업별					
사무·전문직	(193)	30.1	18.7	18.7	6.7	10.4	10.4	2.6	2.6
생산직	(23)	39.1	26.1	8.7	4.3	8.7	4.3	4.3	4.3
서비스업	(16)	25.0	31.3	6.3	25.0	6.3	0.0	6.3	0.0
학생	(58)	34.5	29.3	3.4	15.5	6.9	6.9	1.7	1.7
주부	(14)	21.4	35.7	14.3	7.1	7.1	14.3	0.0	0.0
농림어업/군인	(4)	0.0	50.0	0.0	25.0	0.0	25.0	0.0	0.0
기타/무직	(23)	34.8	21.7	0.0	21.7	13.0	4.3	4.3	0.0
				소득별					
3,000\$ 미만	(56)	35.7	17.9	7.1	23.2	7.1	7.1	1.8	0.0
3,000\$~5,000\$ 미만	(61)	29.5	29.5	8.2	11.5	8.2	9.8	3.3	0.0
5,000\$~7,000\$ 미만	(55)	40.0	20.0	5.5	7.3	14.5	9.1	1.8	1.8
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(72)	25.0	22.2	19.4	5.6	9.7	9.7	5.6	2.8
10,000\$ 이상	(87)	27.6	24.1	19.5	6.9	8.0	8.0	1.1	4.6

#### 4) 방송프로그램 시청 방식

□ 비용 지불 없는 콘텐츠 이용 경험

귀하의 친구 또는 지인 중 일정 비용을 지불해야 하는 콘텐츠의 시청 대가를 지불하지 않고, 콘텐츠를 이용해 본 경험이 있으십니까?

단위: 명 & %

				ਹਜ. ° α
구분	사례수	있음	없음	무응답
	·	별		
남성	(268)	43.3	54.5	2.2
여성	(332)	29.2	69.3	1.5
	Q	현		
10대	(96)	40.6	55.2	4.2
20대	(129)	36.4	59.7	3.9
30대	(134)	56.7	43.3	0.0
40대	(127)	29.1	69.3	1.6
50대 이상	(114)	12.3	87.7	0.0
		역별	'	
LA 및 인근지역	(207)	32.9	66.2	1.0
뉴욕 및 인근지역	(216)	42.6	56.0	1.4
시카고 및 인근지역	(177)	29.9	66.7	3.4
		력별		
고졸 이하	(162)	33.3	63.6	3.1
대졸	(332)	34.3	64.5	1.2
대학원 이상	(105)	42.9	55.2	1.9
무학	(1)	0.0	100.0	0.0
• •		종별		
백인	(315)	30.5	67.6	1.9
흑인	(70)	51.4	48.6	0.0
히스패닉	(88)	44.3	54.5	1.1
아시아인	(70)	27.1	70.0	2.9
기타	(8)	12.5	75.0	12.5
무응답	(49)	44.9	53.1	2.0
		업별	1	
사무·전문직	(315)	41.0	58.1	1.0
생산직	(35)	45.7	54.3	0.0
서비스업	(30)	20.0	73.3	6.7
학생	(108)	38.0	58.3	3.7
주부	(32)	9.4	87.5	3.1
농림어업/군인	(7)	57.1	42.9	0.0
기타/무직	(73)	19.2	79.5	1.4
7 7 7	<u> </u>	두별	72.0	
3,000\$ 미만	(147)	21.8	76.2	2.0
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	27.9	70.3	1.8
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	32.6	65.2	2.2
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	43.7	55.5	0.8
10,000\$ 이상	(131)	51.9	45.8	2.3

#### □ 비용 지불 없는 콘텐츠 이용에 대한 태도

다음 질문에 동의하는 정도를 선택해 주시기 바랍니다 (5점 척도)

- (1) 친구 또는 지인은 비합법적으로 영상 콘텐츠를 이용하는 방법을 알고 있다.
- (2) 친구 또는 지인은 마음먹으면 여러 경로를 통해 비합법적으로 동영상 콘텐츠를 다운받을 수 있다.
- (3) 친구 또는 지인은 온라인 동영상 콘텐츠를 이용하기 위해 돈을 지불하고 싶지 않다.
- (4) 친구 또는 지인은 동영상 콘텐츠를 다운로드하거나 시청할 때 합법인지 불법인지 개의치 않는다.
- \* (전혀 그렇지 않다-1점, 그렇지 않다-2점, 보통이다-3점, 그렇다-4점, 매우 그렇다-5점)

단위: 명 & 5점 척도 평균

단위: 병 & 3십 적도 평판									
구분	사례수(명)	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)				
		성별							
남성	(116)	4.18	4.03	3.88	3.95				
여성	(97)	3.96	3.88	3.90	3.58				
	연령								
10대	(39)	3.74	4.05	4.03	4.00				
20대	(47)	3.81	3.64	3.81	3.60				
30대	(76)	4.29	3.95	3.70	3.64				
40대	(37)	4.38	4.35	4.22	4.05				
50대 이상	(14)	4.00	3.86	3.93	3.79				
		지역별							
LA 및 인근지역	(68)	4.07	3.91	3.71	3.53				
뉴욕 및 인근지역	(92)	4.00	3.90	3.96	3.77				
시카고 및 인근지역	(53)	4.23	4.13	4.00	4.11				
		학력별							
고졸 이하	(54)	3.78	3.80	4.04	3.78				
대졸	(114)	4.11	3.97	3.79	3.76				
대학원 이상	(45)	4.38	4.13	3.96	3.82				
		인종별							
백인	(96)	4.11	4.02	3.85	3.91				
흑인	(36)	4.06	3.92	4.22	3.92				
히스패닉	(39)	4.23	4.15	3.97	3.72				
아시아인	(19)	3.42	3.37	3.58	3.21				
기타	(1)	3.00	3.00	3.00	3.00				
무응답	(22)	4.32	4.00	3.64	3.64				
		직업별							
사무·전문직	(129)	4.26	4.06	3.87	3.88				
생산직	(16)	3.94	3.81	3.94	3.25				
서비스업	(6)	4.17	4.33	4.00	4.33				
학생	(41)	3.88	3.78	3.88	3.71				
주부	(3)	3.67	3.67	3.33	3.67				
농림어업/군인	(4)	3.00	3.25	4.00	3.50				
기타/무직	(14)	3.50	3.86	4.07	3.57				
		소득별							
3,000\$ 미만	(32)	3.72	3.97	3.69	3.63				
3,000\$~5,000\$ 미만	(31)	3.71	3.65	4.03	3.84				
5,000\$~7,000\$ 미만	(30)	3.87	3.87	3.77	3.53				
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(52)	4.33	4.10	3.87	3.69				
10,000\$ 이상	(68)	4.32	4.04	3.99	4.00				

# 5) TV 및 OTT 유료 서비스 이용 행태

□ 유료방송 이용료 지불

귀하(또는 귀하의 가정)는 케이블이나 위성방송 등의 유료방송 이용료로 매월 얼마 정도를 지불하십니까?

단위: 명 & %

									0 & 70
7 범	사례수	10\$ 미만	10\$ 이상	20\$ 이상	30\$ 이상	40\$ 이상	50\$ 이상	60\$ 이상	70\$ 이상
구분	사데구	105 미만	~ 20\$ 미만	~ 30\$ 미만	~ 40\$ 미만	~ 50\$ 미만	~ 60\$ 미만	~ 70\$ 미만	102 ALS
				성별					
남성	(117)	6.0	7.7	6.0	10.3	6.8	13.7	9.4	40.2
여성	(176)	8.0	13.6	8.0	5.7	12.5	6.8	6.3	39.2
				연령	I.		1		
10대	(40)	7.5	32.5	5.0	7.5	15.0	10.0	0.0	22.5
20대	(70)	7.1	11.4	17.1	11.4	8.6	17.1	1.4	25.7
30대	(41)	4.9	2.4	7.3	12.2	12.2	12.2	14.6	34.1
40대	(66)	4.5	12.1	3.0	6.1	10.6	4.5	15.2	43.9
50대 이상	(76)	10.5	3.9	2.6	2.6	7.9	5.3	6.6	60.5
				지역별					
LA 및 인근지역	(101)	3.0	11.9	7.9	6.9	11.9	11.9	7.9	38.6
뉴욕 및 인근지역	(103)	7.8	14.6	5.8	4.9	13.6	9.7	4.9	38.8
시카고 및 인근지역	(89)	11.2	6.7	7.9	11.2	4.5	6.7	10.1	41.6
				학력별					
고졸 이하	(69)	13.0	11.6	7.2	10.1	7.2	8.7	5.8	36.2
대졸	(173)	5.8	13.3	8.7	4.6	10.4	10.4	7.5	39.3
대학원 이상	(51)	3.9	3.9	2.0	13.7	13.7	7.8	9.8	45.1
				인종별	<u> </u>				
백인	(180)	8.9	10.6	5.0	6.1	8.9	10.0	9.4	41.1
흑인	(25)	8.0	0.0	8.0	4.0	4.0	4.0	8.0	64.0
히스패닉	(39)	2.6	15.4	10.3	12.8	10.3	15.4	2.6	30.8
아시아인	(30)	6.7	13.3	13.3	6.7	20.0	3.3	6.7	30.0
기타	(4)	0.0	0.0	25.0	0.0	0.0	50.0	0.0	25.0
무응답	(15)	0.0	26.7	6.7	20.0	20.0	0.0	0.0	26.7
				직업별					
사무·전문직	(154)	6.5	7.8	5.2	7.8	7.8	10.4	8.4	46.1
생산직	(14)	7.1	0.0	14.3	7.1	21.4	14.3	0.0	35.7
서비스업	(19)	5.3	0.0	5.3	21.1	15.8	0.0	5.3	47.4
학생	(57)	12.3	28.1	10.5	3.5	14.0	10.5	0.0	21.1
주부	(16)	0.0	18.8	6.3	6.3	6.3	6.3	6.3	50.0
농림어업/군인	(2)	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0
기타/무직	(31)	6.5	6.5	6.5	6.5	9.7	9.7	19.4	35.5
				소득별					
3,000\$ 미만	(76)	9.2	15.8	11.8	10.5	6.6	6.6	7.9	31.6
3,000\$~5,000\$ 미만	(57)	7.0	8.8	10.5	1.8	14.0	10.5	7.0	40.4
5,000\$~7,000\$ 미만	(49)	4.1	8.2	0.0	6.1	12.2	12.2	4.1	53.1
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	_ ` /	7.0	7.0	7.0	8.8	12.3	12.3	14.0	31.6
10,000\$ 이상	(54)	7.4	14.8	3.7	9.3	7.4	7.4	3.7	46.3

## □ 유료방송 주문형 콘텐츠 이용 요금

귀하(또는 귀하의 가정)는 유료방송 시청 중 주문형 콘텐츠 건당 구매로 매월 얼마 정도를 지불하십니까?

단위: 명 & %

									C 111.	0 & 70
		이용하지		5\$ 이상	10\$ 이상	20\$ 이상	30\$ 이상	40\$ 이상		
구분	사례수	않음	5\$ 미만	~	~	~	~	~		60\$ 이상
		10 П		10\$미만	<u> </u>	30\$미만	40\$미만	50\$미만	60\$미만	
			ı	성빝	追	ı	ı			
남성	(117)	56.4	5.1	7.7	7.7	5.1	5.1	1.7	1.7	9.4
여성	(176)	55.7	7.4	11.9	8.5	6.8	0.6	5.7	0.6	2.8
				연령	3		,			
10대	(40)	70.0	2.5	7.5	2.5	2.5	0.0	7.5	2.5	5.0
20대	(70)	48.6	10.0	10.0	15.7	10.0	1.4	2.9	0.0	1.4
30대	(41)	39.0	2.4	17.1	9.8	4.9	4.9	12.2	2.4	7.3
40대	(66)	50.0	9.1	15.2	7.6	6.1	4.5	0.0	1.5	6.1
50대 이상	(76)	69.7	5.3	3.9	3.9	5.3	1.3	2.6	0.0	7.9
	'			지역	별					
LA 및 인근지역	(101)	55.4	3.0	14.9	8.9	7.9	0.0	6.9	0.0	3.0
뉴욕 및 인근지역	(103)	55.3	7.8	5.8	9.7	6.8	2.9	2.9	1.9	6.8
시카고 및 인근지역	(89)	57.3	9.0	10.1	5.6	3.4	4.5	2.2	1.1	6.7
	· · ·	I.	I.	학력	별	I.		<u> </u>		I.
고졸 이하	(69)	66.7	5.8	7.2	5.8	2.9	0.0	4.3	0.0	7.2
대졸	(173)	54.9	5.2	11.6	9.2	6.4	2.3	4.6	0.6	5.2
대학원 이상	(51)	45.1	11.8	9.8	7.8	9.8	5.9	2.0	3.9	3.9
		I.	I.	인종	별	I.		<u> </u>	I.	I.
백인	(180)	56.7	7.8	9.4	7.8	5.6	3.3	2.2	1.7	5.6
흑인	(25)	48.0	0.0	16.0	12.0	0.0	4.0	4.0	0.0	16.0
히스패닉	(39)	53.8	5.1	12.8	10.3	2.6	0.0	12.8	0.0	2.6
아시아인	(30)	56.7	3.3	10.0	10.0	16.7	0.0	3.3	0.0	0.0
기타	(4)	75.0	0.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
무응답	(15)	60.0	13.3	0.0	0.0	13.3	0.0	6.7	0.0	6.7
				직업	별					
사무·전문직	(154)	51.3	4.5	11.7	9.1	8.4	4.5	4.5	1.3	4.5
생산직	(14)	50.0	14.3	0.0	7.1	7.1	0.0	7.1	0.0	14.3
서비스업	(19)	73.7	5.3	5.3	5.3	5.3	0.0	0.0	0.0	5.3
학생	(57)	66.7	5.3	10.5	7.0	1.8	0.0	7.0	1.8	0.0
주부	(16)	50.0	18.8	0.0	25.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0
농림어업/군인	(2)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
기타/무직	(31)	58.1	9.7	9.7	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	19.4
				소득	별					
3,000\$ 미만	(76)	61.8	1.3	10.5	3.9	7.9	1.3	3.9	1.3	7.9
3,000\$~5,000\$ 미만	(57)	56.1	8.8	7.0	10.5	7.0	1.8	3.5	0.0	5.3
5,000\$~7,000\$ 미만	(49)	59.2	12.2	4.1	10.2	4.1	2.0	4.1	0.0	4.1
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(57)	45.6	7.0	14.0	7.0	8.8	3.5	8.8	1.8	3.5
10,000\$ 이상	(54)	55.6	5.6	14.8	11.1	1.9	3.7	0.0	1.9	5.6

## □ OTT 서비스 월정액 이용료

귀하(또는 귀하의 가정)는 OTT 서비스 월정액 이용료(Netflix 구독료 등)로 매월 얼마 정도를 지불하십니까?

단위: 명 & %

								근기.	: 명 & %
			10\$ 이상	20\$ 이상	30\$ 이상	40\$ 이상	50\$ 이상	60\$ 이상	
구분	사례수	10\$ 미만	~	~	~	~	~	~	70\$ 이상
			20\$ 미만	30\$ 미만	40\$ 미만	50\$ 미만	60\$ 미만	70\$ 미만	
				성별					
남성	(163)	14.1	23.3	16.6	11.0	17.2	8.6	1.8	7.4
여성	(168)	14.9	28.6	17.9	10.1	10.7	8.9	3.6	5.4
				연령					
10대	(49)	14.3	42.9	18.4	16.3	4.1	4.1	0.0	0.0
20대	(70)	12.9	27.1	15.7	15.7	15.7	5.7	2.9	4.3
30대	(93)	8.6	9.7	15.1	11.8	21.5	10.8	6.5	16.1
40대	(80)	16.3	28.8	17.5	6.3	13.8	13.8	1.3	2.5
50대 이상	(39)	28.2	35.9	23.1	0.0	5.1	5.1	0.0	2.6
				지역별					
LA 및 인근지역	(118)	14.4	33.1	11.0	7.6	13.6	10.2	3.4	6.8
뉴욕 및 인근지역	(117)	6.8	18.8	22.2	14.5	17.1	12.0	1.7	6.8
시카고 및 인근지역	(96)	24.0	26.0	18.8	9.4	10.4	3.1	3.1	5.2
				학력별					
고졸 이하	(78)	21.8	25.6	17.9	10.3	7.7	10.3	1.3	5.1
대졸	(183)	14.2	30.1	17.5	9.8	12.0	7.7	3.3	5.5
대학원 이상	(70)	7.1	15.7	15.7	12.9	25.7	10.0	2.9	10.0
				인종별					
백인	(165)	17.6	30.9	15.8	9.1	10.3	9.1	1.8	5.5
흑인	(44)	6.8	18.2	20.5	15.9	13.6	11.4	4.5	9.1
히스패닉	(55)	5.5	20.0	18.2	16.4	18.2	9.1	3.6	9.1
아시아인	(39)	20.5	33.3	17.9	2.6	20.5	0.0	2.6	2.6
기타	(2)	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0	50.0	0.0	0.0
무응답	(26)	19.2	11.5	15.4	11.5	19.2	11.5	3.8	7.7
				직업별					
사무·전문직	(193)	8.8	22.3	18.1	9.3	16.1	11.4	4.7	9.3
생산직	(23)	17.4	21.7	4.3	13.0	34.8	4.3	0.0	4.3
서비스업	(16)	37.5	31.3	25.0	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0
학생	(58)	20.7	36.2	13.8	15.5	5.2	6.9	0.0	1.7
주부	(14)	35.7	7.1	35.7	0.0	7.1	14.3	0.0	0.0
농림어업/군인	(4)	0.0	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0
기타/무직	(23)	17.4	47.8	13.0	8.7	8.7	0.0	0.0	4.3
				소득별					
3,000\$ 미만	(56)	30.4	35.7	25.0	1.8	3.6	1.8	0.0	1.8
3,000\$~5,000\$ 미만	(61)	16.4	24.6	19.7	14.8	14.8	4.9	1.6	3.3
5,000\$~7,000\$ 미만	(55)	14.5	36.4	12.7	9.1	14.5	7.3	1.8	3.6
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(72)	8.3	13.9	16.7	11.1	23.6	13.9	8.3	4.2
10,000\$ 이상	(87)	8.0	24.1	13.8	13.8	11.5	12.6	1.1	14.9

## □ OTT 주문형 콘텐츠 이용 요금

귀하(또는 귀하의 가정)는 OTT 서비스에서 주문형 콘텐츠 건당구매로 매월 얼마 정도를 지불하십니까?

단위: 명 & %

자한 사례수										난위:	명 & %
사이   사이   사이   사이   사이   사이   사이   사이			4) () =) =)		5\$ 이상	10\$ 이상	20\$ 이상	30\$ 이상	40\$ 이상	50\$ 이상	
남성 (163) 31.9 6.7 8.0 16.0 10.4 10.4 4.9 5.5 6.1 이성 (168) 41.7 10.1 8.3 8.3 10.7 7.1 6.5 1.8 5.4	구분	사례수		5\$ 미만	~	~	~	~	~	~	60\$ 이상
남성 (163) 31.9 6.7 8.0 16.0 10.4 10.4 4.9 5.5 6.1 여성 (168) 41.7 10.1 8.3 8.3 10.7 7.1 6.5 1.8 5.4 연당  10대 (49) 59.2 6.1 8.2 8.2 8.2 4.1 4.1 2.0 0.0 20대 (70) 32.9 14.3 10.0 15.7 7.1 8.6 5.7 1.4 4.3 30대 (93) 14.0 6.5 6.5 12.9 18.3 12.9 10.8 7.5 10.8 40대 (80) 38.8 10.0 8.8 11.3 8.8 10.0 3.8 3.8 5.0 50H 이상 (39) 66.7 2.6 7.7 10.3 5.1 2.6 0.0 0.0 5.1 2.4 1.4 1.2 1.2 1.2 1.2 1.2 1.2 1.2 1.2 1.2 1.2			(상급		10\$미만	20\$미만	30\$미만	40\$미만	50\$미만	60\$미만	
여성 (168) 41.7 10.1 8.3 8.3 10.7 7.1 6.5 1.8 5.4					성볕	]					
10대 (49) 59.2 6.1 8.2 8.2 8.2 4.1 4.1 2.0 0.0 20대 (70) 32.9 14.3 10.0 15.7 7.1 8.6 5.7 1.4 4.3 30대 (93) 14.0 6.5 6.5 12.9 18.3 12.9 10.8 7.5 10.8 40대 (80) 38.8 10.0 8.8 11.3 8.8 10.0 3.8 3.8 5.0 50대 이상 (39) 66.7 2.6 7.7 10.3 5.1 2.6 0.0 0.0 5.1 *** *** *** *** *** *** *** *** *** *	남성	(163)	31.9	6.7	8.0	16.0	10.4	10.4	4.9	5.5	6.1
10대 (49) 59.2 6.1 8.2 8.2 8.2 4.1 4.1 2.0 0.0 20대 (70) 32.9 14.3 10.0 15.7 7.1 8.6 5.7 1.4 4.3 30대 (93) 14.0 6.5 6.5 12.9 18.3 12.9 10.8 7.5 10.8 40대 (80) 38.8 10.0 8.8 11.3 8.8 10.0 3.8 3.8 5.0 50대 이상 (39) 66.7 2.6 7.7 10.3 5.1 2.6 0.0 0.0 5.1 *** *** *** *** *** *** *** *** *** *	여성	(168)	41.7	10.1	8.3	8.3	10.7	7.1	6.5	1.8	5.4
20대 (70) 329 14.3 10.0 15.7 7.1 8.6 5.7 1.4 4.3 30대 (93) 14.0 6.5 6.5 12.9 18.3 12.9 10.8 7.5 10.8 40대 (80) 38.8 10.0 8.8 11.3 8.8 10.0 3.8 3.8 5.0 50대 이상 (39) 66.7 2.6 7.7 10.3 5.1 2.6 0.0 0.0 5.1  ***********************************					연령	]	I.	L	L	I.	
30대 (93) 140 6.5 6.5 12.9 18.3 12.9 10.8 7.5 10.8 40대 (80) 38.8 10.0 8.8 11.3 8.8 10.0 3.8 3.8 5.0 50대 이상 (39) 66.7 2.6 7.7 10.3 5.1 2.6 0.0 0.0 5.1 전역별  LA 및 인근지역 (118) 41.5 6.8 5.1 10.2 9.3 6.8 8.5 5.9 5.9 부욕 및 인근지역 (117) 28.2 4.3 9.4 17.1 15.4 13.7 5.1 0.9 6.0 시카고 및 인근지역 (96) 41.7 15.6 10.4 8.3 6.3 5.2 3.1 4.2 5.2 하락별  교존 이하 (78) 43.6 9.0 7.7 10.3 9.0 5.1 6.4 6.4 2.6 대중 (183) 39.3 8.7 8.7 12.0 10.9 7.7 4.9 2.2 5.5 대화원 이상 (70) 22.9 7.1 7.1 14.3 11.4 15.7 7.1 4.3 10.0 인증병 (165) 43.6 11.5 7.3 9.1 8.5 7.9 3.6 2.4 6.1 혹인 (44) 25.0 2.3 13.6 20.5 6.8 9.1 9.1 9.1 9.1 4.5 하스패닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9 아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 71라 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 50.0 무용답 (26) 23.1 7.7 7.7 15.4 26.9 3.8 11.5 3.8 0.0 무용답 (26) 23.1 7.7 7.7 15.4 26.9 3.8 11.5 3.8 0.0 주부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0 학생 (58) 25.9 7.3 7.8 13.0 14.0 9.8 8.3 5.7 8.3 4세스억 (23) 26.1 4.3 8.7 8.7 17.4 17.4 17.4 13.0 0.0 4.3 서비스엄 (16) 68.8 12.5 6.3 6.3 6.3 6.3 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0	10대	(49)	59.2	6.1	8.2	8.2	8.2	4.1	4.1	2.0	0.0
40대 (80) 38.8 10.0 8.8 11.3 8.8 10.0 3.8 3.8 5.0 50대 이상 (39) 66.7 2.6 7.7 10.3 5.1 2.6 0.0 0.0 5.1 전역별  LA 및 인근지역 (118) 41.5 6.8 5.1 10.2 9.3 6.8 8.5 5.9 5.9	20대	(70)	32.9	14.3	10.0	15.7	7.1	8.6	5.7	1.4	4.3
40대 (80) 38.8 10.0 8.8 11.3 8.8 10.0 3.8 3.8 5.0 50대 이상 (39) 66.7 2.6 7.7 10.3 5.1 2.6 0.0 0.0 5.1 전역별  LA 및 인근지역 (118) 41.5 6.8 5.1 10.2 9.3 6.8 8.5 5.9 5.9 부욕및 인근지역 (117) 28.2 4.3 9.4 17.1 15.4 13.7 5.1 0.9 6.0 시카고 및 인근지역 (96) 41.7 15.6 10.4 8.3 6.3 5.2 3.1 4.2 5.2 하락별  교존 이하 (78) 43.6 9.0 7.7 10.3 9.0 5.1 6.4 6.4 2.6 대존 (183) 39.3 8.7 8.7 12.0 10.9 7.7 4.9 2.2 5.5 대학원 이상 (70) 22.9 7.1 7.1 14.3 11.4 15.7 7.1 4.3 10.0 인종별 (165) 43.6 11.5 7.3 9.1 8.5 7.9 3.6 2.4 6.1 혹인 (44) 25.0 2.3 13.6 20.5 6.8 9.1 9.1 9.1 9.1 4.5 하스페닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9 아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 기타 (26) 25.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0	30대	(93)	14.0	6.5	6.5	12.9	18.3	12.9	10.8	7.5	10.8
SO대 이상 (39) 66.7 2.6 7.7 10.3 5.1 2.6 0.0 0.0 5.1  지역별  LA 및 인근지역 (118) 41.5 6.8 5.1 10.2 9.3 6.8 8.5 5.9 5.9  뉴욕 및 인근지역 (117) 28.2 4.3 9.4 17.1 15.4 13.7 5.1 0.9 6.0  시카고 및 인근지역 (96) 41.7 15.6 10.4 8.3 6.3 5.2 3.1 4.2 5.2  고좉 이하 (78) 43.6 9.0 7.7 10.3 9.0 5.1 6.4 6.4 2.6  대졸 (183) 39.3 8.7 8.7 12.0 10.9 7.7 4.9 2.2 5.5  대화원 이상 (70) 22.9 7.1 7.1 14.3 11.4 15.7 7.1 4.3 10.0  인종별  백인 (165) 43.6 11.5 7.3 9.1 8.5 7.9 3.6 2.4 6.1  흑인 (44) 25.0 2.3 13.6 20.5 6.8 9.1 9.1 9.1 9.1 4.5  히스패닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9  아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0  기타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.	40대	<u> </u>	38.8	10.0	8.8	11.3		10.0			
지역별  LA 및 인근지역 (118) 41.5 6.8 5.1 10.2 9.3 6.8 8.5 5.9 5.9											
[HA 및 인근지역 (118) 41.5 6.8 5.1 10.2 9.3 6.8 8.5 5.9 5.9 등 9 등 등 등 등 및 인근지역 (117) 28.2 4.3 9.4 17.1 15.4 13.7 5.1 0.9 6.0 시카고 및 인근지역 (96) 41.7 15.6 10.4 8.3 6.3 5.2 3.1 4.2 5.2		()					-				-
유유 및 인근지역 (117) 28.2 4.3 9.4 17.1 15.4 13.7 5.1 0.9 6.0   시카고 및 인근지역 (96) 41.7 15.6 10.4 8.3 6.3 5.2 3.1 4.2 5.2   화력별	LA 및 인근지역	(118)	41.5	6.8			9.3	6.8	8.5	5.9	5.9
시카고 및 인근지역 (96) 41.7 15.6 10.4 8.3 6.3 5.2 3.1 4.2 5.2 3.6 학력별 고졸 이하 (78) 43.6 9.0 7.7 10.3 9.0 5.1 6.4 6.4 2.6 대졸 (183) 39.3 8.7 8.7 12.0 10.9 7.7 4.9 2.2 5.5 대학원 이상 (70) 22.9 7.1 7.1 14.3 11.4 15.7 7.1 4.3 10.0 인종별 백인 (165) 43.6 11.5 7.3 9.1 8.5 7.9 3.6 2.4 6.1 후인 (44) 25.0 2.3 13.6 20.5 6.8 9.1 9.1 9.1 9.1 4.5 하스패닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9 아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 71타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 50.0 무응답 (26) 23.1 7.7 7.7 15.4 26.9 3.8 11.5 3.8 0.0 무응답 (23) 26.1 4.3 8.7 8.7 17.4 17.4 13.0 0.0 4.3 서비스엄 (16) 68.8 12.5 6.3 6.3 6.3 6.3 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 주부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0 주부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0 71타무직 (23) 56.5 8.7 8.7 0.0 4.3 0.0 4.3 8.7 8.7 17.4 17.4 17.4 13.0 0.0 0.0 51.0 구부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0 0.0 71타무직 (23) 56.5 8.7 8.7 8.7 0.0 4.3 0.0 4.3 8.7 8.7 17.4 17.4 17.4 17.4 17.4 17.4 17.4 17		<u> </u>									
고졸이하 (78) 43.6 9.0 7.7 10.3 9.0 5.1 6.4 6.4 2.6 대졸 (183) 39.3 8.7 8.7 12.0 10.9 7.7 4.9 2.2 5.5 대학원 이상 (70) 22.9 7.1 7.1 14.3 11.4 15.7 7.1 4.3 10.0 인종별 백인 (165) 43.6 11.5 7.3 9.1 8.5 7.9 3.6 2.4 6.1 흑인 (44) 25.0 2.3 13.6 20.5 6.8 9.1 9.1 9.1 9.1 4.5 히스페닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9 아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 71타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.		· · ·									
고출 이하 (78) 43.6 9.0 7.7 10.3 9.0 5.1 6.4 6.4 2.6 대출 (183) 39.3 8.7 8.7 12.0 10.9 7.7 4.9 2.2 5.5 대학원 이상 (70) 22.9 7.1 7.1 14.3 11.4 15.7 7.1 4.3 10.0 인증별  백인 (165) 43.6 11.5 7.3 9.1 8.5 7.9 3.6 2.4 6.1 혹인 (44) 25.0 2.3 13.6 20.5 6.8 9.1 9.1 9.1 9.1 4.5 하스패닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9 아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 71타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.	14 14 X CC 11	(2-0)	1211							1 11	
대출 (183) 39.3 8.7 8.7 12.0 10.9 7.7 4.9 2.2 5.5 대학원 이상 (70) 22.9 7.1 7.1 14.3 11.4 15.7 7.1 4.3 10.0 인종별  백인 (165) 43.6 11.5 7.3 9.1 8.5 7.9 3.6 2.4 6.1 후인 (44) 25.0 2.3 13.6 20.5 6.8 9.1 9.1 9.1 9.1 4.5 히스패닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9 아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 7기타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.	고졸 이하	(78)	43.6	9.0		1	9.0	5.1	6.4	6.4	2.6
대학원 이상 (70) 22.9 7.1 7.1 14.3 11.4 15.7 7.1 4.3 10.0 인종별  백인 (165) 43.6 11.5 7.3 9.1 8.5 7.9 3.6 2.4 6.1 후인 (44) 25.0 2.3 13.6 20.5 6.8 9.1 9.1 9.1 9.1 4.5 히스페닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9 아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 기타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.				8.7					4.9		
백인 (165) 43.6 11.5 7.3 9.1 8.5 7.9 3.6 2.4 6.1 혹인 (44) 25.0 2.3 13.6 20.5 6.8 9.1 9.1 9.1 4.5 히스패닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9 아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 7]타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.	· ·	<u> </u>									
백인 (165) 43.6 11.5 7.3 9.1 8.5 7.9 3.6 2.4 6.1 혹인 (44) 25.0 2.3 13.6 20.5 6.8 9.1 9.1 9.1 4.5 히스패닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9 아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 7]타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.	11 12 10	(,0)		7.12			1111	101,	7.12		10.0
후인 (44) 25.0 2.3 13.6 20.5 6.8 9.1 9.1 9.1 4.5 히스페닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9 아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 기타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.	백인	(165)	43.6	11.5			8.5	7.9	3.6	2.4	6.1
허스패닉 (55) 25.5 3.6 5.5 12.7 18.2 12.7 5.5 5.5 10.9 아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 1.0 기타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.											
아시아인 (39) 46.2 10.3 10.3 12.8 2.6 10.3 7.7 0.0 0.0 71타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.	· ·										
기타 (2) 50.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 50.0 무응답 (26) 23.1 7.7 7.7 15.4 26.9 3.8 11.5 3.8 0.0 전업별  사무-전문직 (193) 25.9 7.3 7.8 13.0 14.0 9.8 8.3 5.7 8.3 생산직 (23) 26.1 4.3 8.7 8.7 17.4 17.4 13.0 0.0 4.3 서비스업 (16) 68.8 12.5 6.3 6.3 6.3 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 학생 (58) 56.9 12.1 8.6 12.1 3.4 6.9 0.0 0.0 0.0 0.0 주부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0 0.0 동림어업/군인 (4) 0.0 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 71타/무직 (23) 56.5 8.7 8.7 8.7 8.7 0.0 4.3 0.0 4.3 8.7 소득별  3,000\$ 미만 (56) 69.6 7.1 5.4 10.7 5.4 1.8 0.0 0.0 0.0 3.0 3,000\$~5,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6 7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6		<u> </u>									
무응답 (26) 23.1 7.7 7.7 15.4 26.9 3.8 11.5 3.8 0.0  지역별  사무·전문직 (193) 25.9 7.3 7.8 13.0 14.0 9.8 8.3 5.7 8.3  생산직 (23) 26.1 4.3 8.7 8.7 17.4 17.4 13.0 0.0 4.3  서비스업 (16) 68.8 12.5 6.3 6.3 6.3 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0  학생 (58) 56.9 12.1 8.6 12.1 3.4 6.9 0.0 0.0 0.0  주부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0  농림어업/군인 (4) 0.0 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 0.0  기타/무직 (23) 56.5 8.7 8.7 8.7 0.0 4.3 0.0 4.3 8.7  소득별  3,000\$ 미만 (56) 69.6 7.1 5.4 10.7 5.4 1.8 0.0 0.0 0.0  3,000\$~5,000\$ 미만 (61) 41.0 8.2 13.1 9.8 6.6 6.6 8.2 1.6 4.9  5,000\$~7,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6  7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6		_ ` ′									
지역 전문적 (193) 25.9 7.3 7.8 13.0 14.0 9.8 8.3 5.7 8.3 생산적 (23) 26.1 4.3 8.7 8.7 17.4 17.4 13.0 0.0 4.3 서비스업 (16) 68.8 12.5 6.3 6.3 6.3 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 학생 (58) 56.9 12.1 8.6 12.1 3.4 6.9 0.0 0.0 0.0 0.0 주부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0 0.0 등립어업/군인 (4) 0.0 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 기타/무직 (23) 56.5 8.7 8.7 8.7 8.7 0.0 4.3 0.0 4.3 8.7 소득별 3,000\$ 미만 (56) 69.6 7.1 5.4 10.7 5.4 1.8 0.0 0.0 0.0 3,000\$-5,000\$ 미만 (61) 41.0 8.2 13.1 9.8 6.6 6.6 8.2 1.6 4.9 5,000\$-7,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6 7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6											
사무·전문직 (193) 25.9 7.3 7.8 13.0 14.0 9.8 8.3 5.7 8.3 생산직 (23) 26.1 4.3 8.7 8.7 17.4 17.4 13.0 0.0 4.3 서비스업 (16) 68.8 12.5 6.3 6.3 6.3 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 학생 (58) 56.9 12.1 8.6 12.1 3.4 6.9 0.0 0.0 0.0 0.0 주부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0 0.0 등림어업/군인 (4) 0.0 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 기타/무직 (23) 56.5 8.7 8.7 8.7 8.7 0.0 4.3 0.0 4.3 8.7 조득별 3,000\$ 미만 (56) 69.6 7.1 5.4 10.7 5.4 1.8 0.0 0.0 0.0 3.0 3,000\$~5,000\$ 미만 (61) 41.0 8.2 13.1 9.8 6.6 6.6 8.2 1.6 4.9 5,000\$~7,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6 7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6		( -)									
생산직 (23) 26.1 4.3 8.7 8.7 17.4 17.4 13.0 0.0 4.3 서비스업 (16) 68.8 12.5 6.3 6.3 6.3 0.0 0.0 0.0 0.0 학생 (58) 56.9 12.1 8.6 12.1 3.4 6.9 0.0 0.0 0.0 주부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0 동림어업/군인 (4) 0.0 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 0.0 기타/무직 (23) 56.5 8.7 8.7 8.7 0.0 4.3 0.0 4.3 8.7	사무·전문직	(193)	25.9	7.3		1	14.0	9.8	8.3	5.7	8.3
서비스업 (16) 68.8 12.5 6.3 6.3 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 학생 (58) 56.9 12.1 8.6 12.1 3.4 6.9 0.0 0.0 0.0 0.0 주부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0 0.0 동립어업/군인 (4) 0.0 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 기타/무직 (23) 56.5 8.7 8.7 8.7 0.0 4.3 0.0 4.3 8.7 소득별 3,000\$ 미만 (56) 69.6 7.1 5.4 10.7 5.4 1.8 0.0 0.0 0.0 3,000\$~5,000\$ 미만 (61) 41.0 8.2 13.1 9.8 6.6 6.6 8.2 1.6 4.9 5,000\$~7,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6 7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6		(23)	26.1	4.3	8.7	8.7	17.4	17.4	13.0	0.0	4.3
학생 (58) 56.9 12.1 8.6 12.1 3.4 6.9 0.0 0.0 0.0 주부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0 0.0 동림어업/군인 (4) 0.0 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 기타/무직 (23) 56.5 8.7 8.7 8.7 0.0 4.3 0.0 4.3 8.7 소득별 3,000\$ 미만 (56) 69.6 7.1 5.4 10.7 5.4 1.8 0.0 0.0 0.0 0.0 3,000\$~5,000\$ 미만 (61) 41.0 8.2 13.1 9.8 6.6 6.6 8.2 1.6 4.9 5,000\$~7,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6 7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6	서비스업	<u> </u>	68.8	12.5	6.3	6.3	6.3	0.0	0.0	0.0	0.0
주부 (14) 64.3 14.3 7.1 7.1 0.0 7.1 0.0 0.0 0.0 0.0 농림어업/군인 (4) 0.0 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 기타/무직 (23) 56.5 8.7 8.7 8.7 0.0 4.3 0.0 4.3 8.7 소득별  3,000\$ 미만 (56) 69.6 7.1 5.4 10.7 5.4 1.8 0.0 0.0 0.0 0.0 3,000\$~5,000\$ 미만 (61) 41.0 8.2 13.1 9.8 6.6 6.6 8.2 1.6 4.9 5,000\$~7,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6 7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6		<u> </u>									
동림어업/군인 (4) 0.0 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 0.0 0.0 7)타/무직 (23) 56.5 8.7 8.7 8.7 0.0 4.3 0.0 4.3 8.7 조득별  3,000\$ 미만 (56) 69.6 7.1 5.4 10.7 5.4 1.8 0.0 0.0 0.0 3,000\$~5,000\$ 미만 (61) 41.0 8.2 13.1 9.8 6.6 6.6 8.2 1.6 4.9 5,000\$~7,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6 7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6		<u> </u>									
3,000\$ 미만 (56) 69.6 7.1 5.4 10.7 5.4 1.8 0.0 0.0 0.0 3,000\$~5,000\$ 미만 (61) 41.0 8.2 13.1 9.8 6.6 6.6 8.2 1.6 4.9 5,000\$~7,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6 7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6		(4)	0.0	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0
3,000\$ 미만 (56) 69.6 7.1 5.4 10.7 5.4 1.8 0.0 0.0 0.0 3,000\$~5,000\$ 미만 (61) 41.0 8.2 13.1 9.8 6.6 6.6 8.2 1.6 4.9 5,000\$~7,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6 7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6	기타/무직		56.5	8.7	8.7	8.7	0.0	4.3	0.0	4.3	8.7
3,000\$~5,000\$ 미만 (61) 41.0 8.2 13.1 9.8 6.6 6.6 8.2 1.6 4.9 5,000\$~7,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6 7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6					소득	<b></b>					
5,000\$~7,000\$ 미만 (55) 38.2 7.3 10.9 14.5 12.7 7.3 5.5 0.0 3.6 7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6	3,000\$ 미만	(56)	69.6	7.1	5.4	10.7	5.4	1.8	0.0	0.0	0.0
7,000\$ 이상~10,000\$ (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6	3,000\$~5,000\$ 미만	(61)	41.0	8.2	13.1	9.8	6.6	6.6	8.2	1.6	4.9
미만 (72) 19.4 12.5 4.2 12.5 11.1 13.9 11.1 9.7 5.6	5,000\$~7,000\$ 미만	(55)	38.2	7.3	10.9	14.5	12.7	7.3	5.5	0.0	3.6
미만	7,000\$ 이상~10,000\$	(72)	10.4	12.5	4.2	12.5	11 1	12.0	11.1	0.7	5.6
10,000\$ 이상 (87) 26.4 6.9 8.0 12.6 14.9 11.5 3.4 4.6 11.5	미만	(72)	19.4	12.5	4.2	12.5	11.1	13.9	11.1	9.7	3.6
	10,000\$ 이상	(87)	26.4	6.9	8.0	12.6	14.9	11.5	3.4	4.6	11.5

#### 6) 한국 동영상 콘텐츠 이용 행태

## □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 경험

귀하는 평소 한국 방송 프로그램(영상 콘텐츠)을 경험할 기회가 충분하다고 생각하십니까? (5점 척도)

단위: 명 & 5점 척도 기준

구분	사례수	평균
	2J 14H	
	성별	
남성	(268)	3.03
여성	(332)	2.79
	연령	
10대	(96)	2.68
20대	(129)	2.79
30대	(134)	3.61
40대	(127)	2.87
50대 이상	(114)	2.39
	지역별	
LA 및 인근지역	(207)	3.08
뉴욕 및 인근지역	(216)	2.99
시카고 및 인근지역	(177)	2.58
	학력별	
고졸 이하	(162)	2.81
대졸	(332)	2.81
대학원 이상	(105)	3.30
무학	(1)	3.00
'	인종별	
백인	(315)	2.69
흑인	(70)	3.14
히스패닉	(88)	3.27
아시아인	(70)	3.10
기타	(8)	2.63
무응답	(49)	2.98
	직업별	
사무·전문직	(315)	3.10
생산직	(35)	2.94
서비스업	(30)	2.60
학생	(108)	2.67
주부	(32)	2.22
농림어업/군인	(7)	3.43
기타/무직	(73)	2.71
	소득별	
3,000\$ 미만	(147)	2.60
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	2.68
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	2.63
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	3.29
10,000\$ 이상	(131)	3.25

#### □ 한국 동영상 콘텐츠 시청기회 불충분 이유

한국 방송 프로그램(또는 동영상 콘텐츠)을 경험할 기회가 충분하지 않다고 생각한다면, 그 이유가 무엇이라고 생각하십니까?

단위: 명 & %

							건기	: 5 & %
구분	사례수	한국 방송 프로그램을 제공하는 채널이나 사이트가 부족힘	언어 장벽 (자막/ 더빙 등이 <del>부족</del> 함)	한국 방송 프로그램에 대한 광고나 홍보 부족	한국 방송 프로그램 이용료가 비쌈	관심 없음	없음	모름
			성1	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·				
남성	(88)	52.3	23.9	10.2	6.8	4.5	2.3	0.0
여성	(123)	48.0	17.9	23.6	4.9	4.9	0.0	0.8
1 0	()	1010	연 <sup>1</sup>					010
10대	(36)	44.4	19.4	27.8	2.8	5.6	0.0	0.0
20대	(53)	52.8	9.4	24.5	9.4	3.8	0.0	0.0
30대	(21)	61.9	14.3	14.3	9.5	0.0	0.0	0.0
40대	(48)	52.1	27.1	16.7	2.1	2.1	0.0	0.0
50대 이상	(53)	43.4	28.3	7.5	5.7	9.4	3.8	1.9
			지역					
LA 및 인근지역	(58)	41.4	25.9	20.7	6.9	3.4	0.0	1.7
뉴욕 및 인근지역	(70)	52.9	17.1	17.1	5.7	7.1	0.0	0.0
시카고 및 인근지역	(83)	53.0	19.3	16.9	4.8	3.6	2.4	0.0
			학력	별				
고졸 이하	(53)	47.2	18.9	17.0	11.3	5.7	0.0	0.0
대졸	(134)	48.5	23.9	17.2	3.0	5.2	1.5	0.7
대학원 이상	(24)	62.5	4.2	25.0	8.3	0.0	0.0	0.0
			인종	-별				
백인	(130)	50.8	20.0	18.5	4.6	4.6	0.8	0.8
흑인	(22)	36.4	13.6	27.3	18.2	4.5	0.0	0.0
히스패닉	(24)	58.3	29.2	8.3	0.0	4.2	0.0	0.0
아시아인	(18)	44.4	22.2	16.7	5.6	5.6	5.6	0.0
기타	(3)	66.7	0.0	0.0	0.0	33.3	0.0	0.0
무응답	(14)	50.0	21.4	21.4	7.1	0.0	0.0	0.0
			직업	별				
사무·전문직	(101)	47.5	23.8	15.8	6.9	5.0	0.0	1.0
생산직	(10)	40.0	60.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
서비스업	(11)	63.6	18.2	9.1	0.0	0.0	9.1	0.0
학생	(44)	47.7	9.1	34.1	4.5	4.5	0.0	0.0
주부	(18)	50.0	16.7	22.2	5.6	5.6	0.0	0.0
농림어업/군인	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
기타/무직	(26)	57.7	15.4	7.7	7.7	7.7	3.8	0.0
			소득	별				
3,000\$ 미만	(64)	53.1	14.1	17.2	6.3	6.3	1.6	1.6
3,000\$~5,000\$ 미만	(47)	53.2	23.4	21.3	0.0	2.1	0.0	0.0
5,000\$~7,000\$ 미만	(35)	42.9	28.6	20.0	8.6	0.0	0.0	0.0
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(32)	59.4	25.0	6.3	3.1	3.1	3.1	0.0
10,000\$ 이상	(33)	36.4	15.2	24.2	12.1	12.1	0.0	0.0

# □ 방탄소년단(BTS) 인지 여부

## 귀하는 방탄소년단(BTS)에 대해 알고 있습니까?

단위: 명 & %

당성 (268) 57.1 42.9 여성 (332) 62.0 38.0 연령 (332) 62.0 38.0 연령 (332) 62.0 38.0 연령 (332) 62.0 38.0 연령 (20대 (129) 65.1 34.9 30대 (134) 73.1 26.9 40대 (127) 51.2 48.8 50대 이상 (114) 34.2 65.8 지역별 (207) 64.7 35.3 수욕및 인근지역 (216) 61.6 38.4 시키고 및 인근지역 (216) 61.6 38.4 시키고 및 인근지역 (177) 52.0 48.0 학력별 고준 이하 (162) 63.6 36.4 대준 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0 인종별 백인 (315) 50.2 49.8 혹인 (70) 70.0 30.0 히스패틱 (888) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 두유답 (49) 49.0 51.0 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40) 전원 (40)				단위: 명 & %
남성 (268) 57.1 42.9 여성 (332) 62.0 38.0 연령  10대 (96) 76.0 24.0 20대 (129) 65.1 34.9 30대 (134) 73.1 26.9 40대 (127) 51.2 48.8 50대 이상 (114) 34.2 65.8  지역별  LA 및 인근지역 (207) 64.7 35.3 뉴욕 및 인근지역 (216) 61.6 38.4 시카고 및 인근지역 (177) 52.0 48.0  자력별  고족 이하 (162) 63.6 36.4 대출 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무확 (1) 0.0 100.0  인동별 백인 (315) 50.2 49.8 혹인 (70) 70.0 30.0 히스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무-전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 50.0 부유답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무-전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 50.0 부유답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무-전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 50.0 부유답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무-전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스엄 (30) 50.0 50.0 부유답 (49) 49.0 51.1  지역부무직 (315) 58.7 14.3 기타무직 (73) 43.8 56.2  소득별  3.0008 미만 (147) 49.7 50.3 3.0008~5,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5.0008~7,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5.0008~7,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5.0008~7,0008 미만 (111) 56.8	구분	사례수	네	아니오
역성 (332) 62.0 38.0 연령 (332) 62.0 38.0 연령 (332) 62.0 38.0 연령 (332) 62.0 38.0 연령 (340) 76.0 24.0 20대 (129) 65.1 34.9 30대 (134) 73.1 26.9 40대 (127) 51.2 48.8 50대 이상 (114) 34.2 65.8 지역별 (217) 51.2 48.8 50대 이상 (216) 61.6 38.4 시카고 및 인근지역 (216) 61.6 38.4 시카고 및 인근지역 (177) 52.0 48.0 학력별 고졸 이하 (162) 63.6 36.4 대중 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0 인동별 백인 (315) 50.2 49.8 후인 (70) 70.0 30.0 하스페닉 (88) 79.5 20.5 이사이인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 두응답 (49) 49.0 51.0 전임별 사무·전문적 (315) 58.7 41.3 생산적 (35) 60.0 40.0 서비스엄 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 동량어업군인 (7) 85.7 14.3 기타/무적 (73) 43.8 56.2 소득별 3,0008~5,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5,0008~7,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5,0008~7,0008 미만 (119) 65.5 34.5		성별		
변형 10대 (%6) 76.0 24.0 20대 (129) 65.1 34.9 30대 (134) 73.1 26.9 40대 (127) 51.2 48.8 50대 이상 (114) 34.2 65.8  지역별 LA 및 인근지역 (207) 64.7 35.3 남욕 및 인근지역 (216) 61.6 38.4 시카고 및 인근지역 (177) 52.0 48.0 학력별 고를 이하 (162) 63.6 36.4 대를 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0 인동별 백인 (315) 50.2 49.8 혹인 (70) 70.0 30.0 하스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0 지역별 사무 전문직 (315) 58.7 41.3 생산적 (35) 60.0 40.0 서비스엄 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2  소득별 3,0008 미만 (147) 49.7 50.3 3,0008~5,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5,0008~7,0008 미만 (119) 55.5 34.5	남성	(268)	57.1	42.9
10대 (96) 76.0 24.0 20대 (129) 65.1 34.9 30대 (134) 73.1 26.9 40대 (127) 51.2 48.8 50대 이상 (114) 34.2 65.8  지역별  LA 및 인근지역 (207) 64.7 35.3 뉴욕 및 인근지역 (216) 61.6 38.4 시카고 및 인근지역 (177) 52.0 48.0  자력별  고졸 이하 (162) 63.6 36.4 대졸 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0 인종별  핵인 (315) 50.2 49.8 혹인 (70) 70.0 30.0 히스페니 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무용답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 58.7 41.3 생산직 (35) 58.7 41.3 생산직 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 동림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2  소득별  3,0008~5,0008 미만 (147) 49.7 50.3 3,0008~5,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5,0008~7,0008 미만 (129) (22) 57.6 42.4 7,0008 이상~10,0008 미만 (119) 65.5 34.5	여성	(332)	62.0	38.0
20대 (129) 65.1 34.9 30대 (134) 73.1 26.9 40대 (127) 51.2 48.8 50대 이상 (114) 34.2 65.8  지역별  LA 및 인근지역 (207) 64.7 35.3 뉴욕 및 인근지역 (216) 61.6 38.4 시카고 및 인근지역 (177) 52.0 48.0  학력별  고졸 이하 (162) 63.6 36.4 대졸 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0  인종별  백인 (315) 50.2 49.8 혹인 (70) 70.0 30.0 하스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2  소득별  3,0008 미만 (147) 49.7 50.3 3,0008~5,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5,0008~7,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5,0008~7,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5,0008~7,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5,0008~7,0008 미만 (111) 56.8 43.2 5,0008~7,0008 미만 (111) 56.8 43.2		연령		
30대 (134) 73.1 26.9 40대 (127) 51.2 48.8 50대 이상 (114) 34.2 65.8  지역별  LA 및 인근지역 (207) 64.7 35.3 뉴욕 및 인근지역 (216) 61.6 38.4 시카고 및 인근지역 (177) 52.0 48.0  학력별  고존 이하 (162) 63.6 36.4 대존 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0  인종별  백인 (315) 50.2 49.8 흑인 (70) 70.0 30.0 히스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2  소득별  3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$-5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$-7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상-10,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4	10대	(96)	76.0	24.0
## 10대 (127) 51.2 48.8 50대 이상 (114) 34.2 65.8 지역별  LA 및 인근지역 (207) 64.7 35.3	20대	(129)	65.1	34.9
50대 이상 (114) 34.2 65.8  지역별  LA 및 인근지역 (207) 64.7 35.3 뉴욕 및 인근지역 (216) 61.6 38.4 시카고 및 인근지역 (177) 52.0 48.0  **하력별  고준 이하 (162) 63.6 36.4 대출 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0  인종별  택인 (315) 50.2 49.8 흑인 (70) 70.0 30.0 히스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2  소득별  3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$ -0.00 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상-10,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상-10,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상-10,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4	30대	(134)	73.1	26.9
지역별  LA 및 인근지역 (207) 64.7 35.3	40대	(127)	51.2	48.8
LA 및 인근지역 (207) 64.7 35.3 뉴욕 및 인근지역 (216) 61.6 38.4 시카고 및 인근지역 (177) 52.0 48.0	50대 이상	(114)	34.2	65.8
규욕 및 인근지역 (216) 61.6 38.4 시카고 및 인근지역 (177) 52.0 48.0		지역별		
지카고 및 인근지역 (177) 52.0 48.0 학력별 고졸 이하 (162) 63.6 36.4 대중 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0 인종별 백인 (315) 50.2 49.8 후인 (70) 70.0 30.0 히스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0 작업별 자무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 동림어업/군인 (7) 85.7 14.3 71타/무직 (73) 43.8 56.2 소득별 3,000\$ 지만 (147) 49.7 50.3 3,000\$ ~5,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$ ~6,000\$ 미만 (119) 65.5 34.5	LA 및 인근지역	(207)	64.7	35.3
작력별  고졸 이하 (162) 63.6 36.4 대출 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0 인종별 백인 (315) 50.2 49.8 후인 (70) 70.0 30.0 히스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0 지업별  사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스엄 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 동림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2 소득별  3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$ ~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5	뉴욕 및 인근지역	(216)	61.6	38.4
고졸 이하 (162) 63.6 36.4 대접 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0 인종별 백인 (315) 50.2 49.8 혹인 (70) 70.0 30.0 히스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0 지업별 사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2 소득별 3,000\$ 지만 (147) 49.7 50.3 3,000\$~7,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5	시카고 및 인근지역		52.0	48.0
대출 (332) 55.1 44.9 대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0		학력별		
대학원 이상 (105) 69.5 30.5 무학 (1) 0.0 100.0		(162)	63.6	36.4
무학 (1) 0.0 100.0	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	(332)	55.1	44.9
변인 (315) 50.2 49.8 흑인 (70) 70.0 30.0 히스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0  지엄별  사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2  소득별  3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5	대학원 이상	(105)	69.5	30.5
백인 (315) 50.2 49.8 흑인 (70) 70.0 30.0 히스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 동림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2  소득별  3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5	무학	(1)	0.0	100.0
후인 (70) 70.0 30.0 30.0 히스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0 지엄별 사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 화생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 7타/무직 (73) 43.8 56.2 소득별 3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~0,00\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5 34.5		인종별		
허스패닉 (88) 79.5 20.5 아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2  소득별  3,000\$~5,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (19) 65.5 34.5	백인	(315)	50.2	49.8
아시아인 (70) 77.1 22.9 기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2  소득별  3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5		(70)	70.0	30.0
기타 (8) 50.0 50.0 무응답 (49) 49.0 51.0 지역별  사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2 소득별  3,000\$~5,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5 34.5	히스패닉	(88)	79.5	20.5
무응답 (49) 49.0 51.0  지역별  사무·전문직 (315) 58.7 41.3  생산직 (35) 60.0 40.0  서비스업 (30) 50.0 50.0  학생 (108) 78.7 21.3  주부 (32) 46.9 53.1  농림어업/군인 (7) 85.7 14.3  기타/무직 (73) 43.8 56.2  소득별  3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3  3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2  5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4  7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5 34.5	아시아인	(70)	77.1	22.9
지역 변     지수 전문적 (315) 58.7 41.3     생산적 (35) 60.0 40.0     서비스업 (30) 50.0 50.0     학생 (108) 78.7 21.3     주부 (32) 46.9 53.1     농림어업/군인 (7) 85.7 14.3     기타/무직 (73) 43.8 56.2     소득별     3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3     3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2     5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4     7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5	i i	(8)	50.0	50.0
사무·전문직 (315) 58.7 41.3 생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2  조득별 3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5 34.5	무응답	(49)	49.0	51.0
생산직 (35) 60.0 40.0 서비스업 (30) 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2  소득별 3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5 34.5		직업별		
저비스업 (30) 50.0 50.0 50.0 학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2 소득별 3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5 34.5		(315)	58.7	41.3
학생 (108) 78.7 21.3 주부 (32) 46.9 53.1 농림어업/군인 (7) 85.7 14.3 기타/무직 (73) 43.8 56.2	생산직	(35)	60.0	40.0
주부 (32) 46.9 53.1   농림어업/군인 (7) 85.7 14.3   기타/무직 (73) 43.8 56.2   소득별		(30)	50.0	50.0
농림어업/군인     (7)     85.7     14.3       기타/무직     (73)     43.8     56.2       소득별       3,000\$ 미만     (147)     49.7     50.3       3,000\$~5,000\$ 미만     (111)     56.8     43.2       5,000\$~7,000\$ 미만     (92)     57.6     42.4       7,000\$ 이상~10,000\$ 미만     (119)     65.5     34.5		(108)	78.7	21.3
기타/무직 (73) 43.8 56.2	주부	(32)	46.9	53.1
소득별       3,000\$ 미만     (147)     49.7     50.3       3,000\$~5,000\$ 미만     (111)     56.8     43.2       5,000\$~7,000\$ 미만     (92)     57.6     42.4       7,000\$ 이상~10,000\$ 미만     (119)     65.5     34.5	농림어업/군인	(7)	85.7	14.3
3,000\$ 미만 (147) 49.7 50.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5 34.5	기타/무직	(73)	43.8	56.2
3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 56.8 43.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5 34.5		소득별		
5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 57.6 42.4 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5 34.5	3,000\$ 미만	(147)	49.7	50.3
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 65.5 34.5	3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	56.8	43.2
		(92)	57.6	42.4
10.000\$ 이상 (131) 70.2 29.8		(119)	65.5	34.5
,	10,000\$ 이상	(131)	70.2	29.8

## □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 경험

귀하는 한국 방송 프로그램(영상 콘텐츠)을 시청(이용)한 경험이 있으십니까?

단위: 명 & %

구본 사례수 이용 경험 있음 이용 경험 없음 모르겠음 정보  (268) 43.3 51.1 5.6 여성 (332) 33.4 59.0 7.5    연형					년위: 명 & % 
남성 (268) 43.3 51.1 5.6 여성 (332) 33.4 59.0 7.5 연령 (332) 33.4 59.0 7.5 연령 (10대 (96) 33.3 59.4 7.3 10.1 30대 (129) 42.6 47.3 10.1 30대 (127) 38.6 54.3 7.1 50대 이상 (114) 11.4 83.3 5.3 7.1 50대 이상 (114) 11.4 83.3 5.3 7.1 50대 이상 (114) 11.4 83.3 5.3 7.1 50대 이상 (116) 38.4 53.7 7.9 4.7 4.7 및 인근지역 (216) 38.4 53.7 7.9 4.7 4.7 및 인근지역 (216) 38.4 53.7 7.9 4.7 4.7 및 인근지역 (177) 27.7 66.1 6.2 학력별 조존 이하 (162) 37.0 56.2 6.8 대준 (332) 36.1 56.9 6.9 대학원 이상 (105) 44.8 50.5 4.8 무학 (1) 0.0 0.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100	구분	사례수	이용 경험 있음	이용 경험 없음	모르겠음
영향		な	<b>불</b>		
10대	남성	(268)	43.3	51.1	5.6
10대 (96) 33.3 59.4 7.3 20대 (129) 42.6 47.3 10.1 30대 (134) 58.2 38.1 3.7 40대 (127) 38.6 54.3 7.1 50대 이상 (114) 11.4 83.3 5.3  지역별  LA 및 인근지역 (207) 45.9 48.3 5.8 뉴욕 및 인근지역 (216) 38.4 53.7 7.9 시카고 및 인근지역 (177) 27.7 66.1 6.2  학력별  고준 이하 (162) 37.0 56.2 6.8 대출 (332) 36.1 56.9 6.9 대학원 이상 (105) 44.8 50.5 4.8 무학 (1) 0.0 0.0 100.0  인종별  백인 (315) 25.4 66.3 8.3 혹인 (70) 38.6 57.1 4.3 히스페닉 (88) 60.2 34.1 5.7 아시아인 (70) 68.6 30.0 1.4 기타 (8) 0.0 87.5 12.5 무용답 (49) 38.8 53.1 8.2  사무전문직 (35) 42.9 52.4 4.8 생산직 (35) 42.9 52.4 4.8 생산직 (35) 40.0 48.6 11.4 서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 후인 (70) 57.1 28.6 11.4 지나오업 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 기타무직 (32) 15.6 68.8 15.6 ** 동립어입군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타무직 (73) 28.8 68.5 2.7  소득별 3,0008-5,0008 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,0008-7,0008 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,0008-7,0008 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,0008-7,0008 미만 (119) 44.5 50.4	여성	(332)	33.4	59.0	7.5
20대 (129) 42.6 47.3 10.1 30대 (134) 58.2 38.1 3.7 40대 (127) 38.6 54.3 7.1 50대 이상 (114) 11.4 83.3 5.3 지역병		Ó:	현령		
30대 (134) 58.2 38.1 3.7 40대 (127) 38.6 54.3 7.1 50대 이상 (114) 11.4 83.3 5.3 7.1 50대 이상 (114) 11.4 83.3 5.3 5.3 지역별  LA 및 인근지역 (207) 45.9 48.3 5.8 뉴욕 및 인근지역 (216) 38.4 53.7 7.9 시카고 및 인근지역 (177) 27.7 66.1 6.2 학력별  교존 이하 (162) 37.0 56.2 6.8 대존 (332) 36.1 56.9 6.9 대작원 이상 (105) 44.8 50.5 4.8 F학 (1) 0.0 0.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100	10대	(96)	33.3	59.4	7.3
40대 (127) 38.6 54.3 7.1 50대 이상 (114) 11.4 83.3 5.3  지역별  LA 및 인근지역 (207) 45.9 48.3 5.8	20대	(129)	42.6	47.3	10.1
SO대 이상 (114) 11.4 83.3 5.3  지역별  LA 및 인근지역 (207) 45.9 48.3 5.8  뉴욕 및 인근지역 (216) 38.4 53.7 7.9  시카고 및 인근지역 (177) 27.7 66.1 6.2  ****  ****  ***  ***  ***  ***  ***	30대	(134)	58.2	38.1	3.7
지역별  LA 및 인근지역 (207) 45.9 48.3 5.8	40대	(127)	38.6	54.3	7.1
LA 및 인근지역 (207) 45.9 48.3 5.8	50대 이상	(114)	11.4	83.3	5.3
규욕 및 인근지역 (216) 38.4 53.7 7.9  시카고 및 인근지역 (177) 27.7 66.1 6.2  **학력별**  고존 이하 (162) 37.0 56.2 6.8  대존 (332) 36.1 56.9 6.9  대학원 이상 (105) 44.8 50.5 4.8  무학 (1) 0.0 0.0 100.0  인종별**  백인 (315) 25.4 66.3 8.3  후인 (70) 38.6 57.1 4.3  히스패닉 (88) 60.2 34.1 5.7  아시아인 (70) 68.6 30.0 1.4  기타 (8) 0.0 87.5 12.5  무용답 (49) 38.8 53.1 8.2  **작업별**  사무·전문직 (315) 42.9 52.4 4.8  생산직 (35) 40.0 48.6 11.4  서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3  학생 (108) 37.0 54.6 8.3  추부 (32) 15.6 68.8 15.6  **농림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3  기타무직 (73) 28.8 68.5 2.7  ***\$ 3,000\$**-1,000\$** 미만 (111) 36.9 55.9 7.2  5,000\$*-7,000\$** 미만 (119) 44.5 50.4		지'	- 역별		
지카고 및 인근지역 (177) 27.7 66.1 6.2 학력별  고졸 이하 (162) 37.0 56.2 6.8 대졸 (332) 36.1 56.9 6.9 대학원 이상 (105) 44.8 50.5 4.8 무학 (1) 0.0 0.0 100.0  인종별  백인 (315) 25.4 66.3 8.3 흑인 (70) 38.6 57.1 4.3 히스패닉 (88) 60.2 34.1 5.7 아시아인 (70) 68.6 30.0 1.4 기타 (8) 0.0 87.5 12.5 무응답 (49) 38.8 53.1 8.2  지역별  사무-전문직 (315) 42.9 52.4 4.8 생산직 (35) 40.0 48.6 11.4 서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 주부 (32) 15.6 68.8 15.6 '동림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타무직 (73) 28.8 68.5 2.7  조득별  3,0008 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,0008~5,0008 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,0008~7,0008 미만 (92) 30.4 60.9 8.7	LA 및 인근지역	(207)	45.9	48.3	5.8
작력별 고졸 이하 (162) 37.0 56.2 6.8 대졸 (332) 36.1 56.9 6.9 대학원 이상 (105) 44.8 50.5 4.8 무학 (1) 0.0 0.0 100.0	뉴욕 및 인근지역	(216)	38.4	53.7	7.9
고졸 이하 (162) 37.0 56.2 6.8 대졸 (332) 36.1 56.9 6.9 대학원 이상 (105) 44.8 50.5 4.8 무학 (1) 0.0 0.0 100.0	시카고 및 인근지역	(177)	27.7	66.1	6.2
대출 (332) 36.1 56.9 6.9 대학원 이상 (105) 44.8 50.5 4.8 무학 (1) 0.0 0.0 100.0		학	력별		
대학원 이상 (105) 44.8 50.5 4.8 무학 (1) 0.0 0.0 100.0	고졸 이하	(162)	37.0	56.2	6.8
무학 (1) 0.0 0.0 100.0 100.0 0.0 100.0 02종별 백인 (315) 25.4 66.3 8.3 후인 (70) 38.6 57.1 4.3 히스패닉 (88) 60.2 34.1 5.7 아시아인 (70) 68.6 30.0 1.4 7]타 (8) 0.0 87.5 12.5 무응답 (49) 38.8 53.1 8.2 34일월	대졸	(332)	36.1	56.9	6.9
변인 (315) 25.4 66.3 8.3 흥인 (70) 38.6 57.1 4.3 히스패닉 (88) 60.2 34.1 5.7 아시아인 (70) 68.6 30.0 1.4 기타 (8) 0.0 87.5 12.5 무응답 (49) 38.8 53.1 8.2 작업별 사무·전문직 (315) 42.9 52.4 4.8 생산직 (35) 40.0 48.6 11.4 서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 주부 (32) 15.6 68.8 15.6 동림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7 소득별 3,000\$ 이만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4 5.0	대학원 이상	(105)	44.8	50.5	4.8
백인 (315) 25.4 66.3 8.3   흑인 (70) 38.6 57.1 4.3   히스패닉 (88) 60.2 34.1 5.7   아시아인 (70) 68.6 30.0 1.4   기타 (8) 0.0 87.5 12.5   무응답 (49) 38.8 53.1 8.2   지역별   사무·전문직 (315) 42.9 52.4 4.8   생산직 (35) 40.0 48.6 11.4   서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3   학생 (108) 37.0 54.6 8.3   주부 (32) 15.6 68.8 15.6   농립어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3   기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7   소득별   3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4   3,000\$-5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2   5,000\$-7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7   7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4	무학	(1)	0.0	0.0	100.0
후인 (70) 38.6 57.1 4.3 히스패닉 (88) 60.2 34.1 5.7 아시아인 (70) 68.6 30.0 1.4 기타 (8) 0.0 87.5 12.5 무응답 (49) 38.8 53.1 8.2 지역별 사무·전문직 (315) 42.9 52.4 4.8 생산직 (35) 40.0 48.6 11.4 서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 추부 (32) 15.6 68.8 15.6 농림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7 소득별 3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4		인:	종별		
히스패닉 (88) 60.2 34.1 5.7 아시아인 (70) 68.6 30.0 1.4 기타 (8) 0.0 87.5 12.5 무응답 (49) 38.8 53.1 8.2 지엄별 사무·전문직 (315) 42.9 52.4 4.8 생산직 (35) 40.0 48.6 11.4 서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 주부 (32) 15.6 68.8 15.6 농림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7 소득별 3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4	백인	(315)	25.4	66.3	8.3
아시아인 (70) 68.6 30.0 1.4 기타 (8) 0.0 87.5 12.5 무응답 (49) 38.8 53.1 8.2  지엄별  사무·전문직 (315) 42.9 52.4 4.8 생산직 (35) 40.0 48.6 11.4 서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 주부 (32) 15.6 68.8 15.6 동림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7  소득별  3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4	흑인	(70)	38.6	57.1	4.3
기타 (8) 0.0 87.5 12.5 무응답 (49) 38.8 53.1 8.2  지엄별  사무·전문직 (315) 42.9 52.4 4.8 생산직 (35) 40.0 48.6 11.4 서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 주부 (32) 15.6 68.8 15.6 농림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7  소득별  3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4	히스패닉	(88)	60.2	34.1	5.7
무응답 (49) 38.8 53.1 8.2  지역별  사무·전문직 (315) 42.9 52.4 4.8  생산직 (35) 40.0 48.6 11.4  서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3  학생 (108) 37.0 54.6 8.3  주부 (32) 15.6 68.8 15.6  농림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3  기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7  소득별  3,000\$ 이망 (147) 25.9 68.7 5.4  3,000\$~5,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4  3,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7  7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4	아시아인	(70)	68.6	30.0	1.4
지역별 지사무·전문직 (315) 42.9 52.4 4.8 정산직 (35) 40.0 48.6 11.4 서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 주부 (32) 15.6 68.8 15.6 동림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7 소득별 3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4	기타	(8)	0.0	87.5	12.5
사무·전문직 (315) 42.9 52.4 4.8 생산직 (35) 40.0 48.6 11.4 서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 주부 (32) 15.6 68.8 15.6 동림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7 소득별 3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4	무응답	(49)	38.8	53.1	8.2
생산직 (35) 40.0 48.6 11.4 서비스엄 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 주부 (32) 15.6 68.8 15.6 동립어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7 소득별 3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4		직'	업별		
서비스업 (30) 26.7 60.0 13.3 학생 (108) 37.0 54.6 8.3 주부 (32) 15.6 68.8 15.6 농림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7 소득별  3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4	사무·전문직	(315)	42.9	52.4	4.8
학생 (108) 37.0 54.6 8.3 주부 (32) 15.6 68.8 15.6 동림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7  소득별 3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4	생산직	(35)	40.0	48.6	11.4
주부 (32) 15.6 68.8 15.6 농림어업/군인 (7) 57.1 28.6 14.3 기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7 소득별 3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4 5.0	서비스업	(30)	26.7	60.0	13.3
농림어업/군인     (7)     57.1     28.6     14.3       기타/무직     (73)     28.8     68.5     2.7       소득별       3,000\$ 미만     (147)     25.9     68.7     5.4       3,000\$     -5,000\$ 미만     (111)     36.9     55.9     7.2       5,000\$     -7,000\$ 미만     (92)     30.4     60.9     8.7       7,000\$     이상~10,000\$ 미만     (119)     44.5     50.4     5.0		(108)	37.0	54.6	8.3
기타/무직 (73) 28.8 68.5 2.7  소득별  3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4  3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2  5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7  7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4 5.0	주부	(32)	15.6	68.8	15.6
소득별       3,000\$ 미만     (147)     25.9     68.7     5.4       3,000\$~5,000\$ 미만     (111)     36.9     55.9     7.2       5,000\$~7,000\$ 미만     (92)     30.4     60.9     8.7       7,000\$ 이상~10,000\$ 미만     (119)     44.5     50.4     5.0	농림어업/군인	(7)	57.1	28.6	14.3
3,000\$ 미만 (147) 25.9 68.7 5.4 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4 5.0	기타/무직	(73)	28.8	68.5	2.7
3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 36.9 55.9 7.2 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 30.4 60.9 8.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4 5.0		소	득별		
5,000\$~7,000\$ 미만     (92)     30.4     60.9     8.7       7,000\$ 이상~10,000\$ 미만     (119)     44.5     50.4     5.0	3,000\$ 미만	(147)	25.9	68.7	5.4
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 44.5 50.4 5.0	3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	36.9	55.9	7.2
	5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	30.4	60.9	8.7
10,000\$ 이상 (131) 51.1 41.2 7.6	, , , , , , , , , , , , , , , , , , , ,	(119)	44.5	50.4	5.0
	10,000\$ 이상	(131)	51.1	41.2	7.6

## □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 시 사용 기기(1순위 기준)

귀하는 한국 방송 프로그램(영상 콘텐츠)을 시청할 때 어떤 기기를 이용하였습니까? 최대 3순위까지 선택해주시기 바랍니다.

단위: 명 & %

						2 1/1 0 == 1
구분	사례수(명)	TV	스마트폰	노트북	데스크탑PC	태블릿PC
			성별			
남성	(116)	33.6	29.3	11.2	17.2	8.6
여성	(111)	34.2	27.0	19.8	9.0	9.9
			연령			
10대	(32)	28.1	28.1	25.0	12.5	6.3
20대	(55)	25.5	25.5	29.1	14.5	5.5
30대	(78)	34.6	32.1	6.4	12.8	14.1
40대	(49)	40.8	26.5	8.2	14.3	10.2
50대 이상	(13)	53.8	23.1	15.4	7.7	0.0
		7	지역별			
LA 및 인근지역	(95)	36.8	24.2	15.8	12.6	10.5
뉴욕 및 인근지역	(83)	26.5	32.5	16.9	13.3	10.8
시카고 및 인근지역	(49)	40.8	28.6	12.2	14.3	4.1
		ţ	학력별			
고졸 이하	(60)	31.7	28.3	20.0	6.7	13.3
대졸	(120)	37.5	25.8	12.5	15.8	8.3
대학원 이상	(47)	27.7	34.0	17.0	14.9	6.4
		Ć	인종별			
백인	(80)	42.5	25.0	10.0	16.3	6.3
흑인	(27)	22.2	40.7	18.5	0.0	18.5
히스패닉	(53)	45.3	26.4	9.4	9.4	9.4
아시아인	(48)	25.0	27.1	33.3	10.4	4.2
무응답	(19)	5.3	31.6	5.3	36.8	21.1
		Ž	직업별			
사무·전문직	(135)	35.6	28.1	10.4	14.1	11.9
생산직	(14)	42.9	21.4	21.4	14.3	0.0
서비스업	(8)	37.5	25.0	12.5	25.0	0.0
학생	(40)	15.0	35.0	32.5	10.0	7.5
주부	(5)	60.0	20.0	0.0	0.0	20.0
농림어업/군인	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0
기타/무직	(21)	42.9	23.8	14.3	14.3	4.8
			소득별			
3,000\$ 미만	(38)	36.8	18.4	21.1	13.2	10.5
3,000\$~5,000\$ 미만	(41)	41.5	29.3	19.5	4.9	4.9
5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	32.1	14.3	21.4	28.6	3.6
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(53)	37.7	30.2	11.3	11.3	9.4
10,000\$ 이상	(67)	25.4	37.3	10.4	13.4	13.4
, , , ,	\ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \ \		_	· · · · · · · · · · · · · · · · · · ·	1	I .

#### □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 시 즐겨보는 장르(1순위 기준)

귀하가 한국 방송프로그램을 시청할 때 가장 즐겨 보는 장르를 3순위까지 선택해 주십시오.

단위: 명 & %

								단위:	명 & %
구분	사례수	드라마	오락/ 바라아타 예능	음악 (k-pop)	게임	영화	스포츠	애니메이션	패션/ 뷰티
				성별					
남성	(116)	20.7	16.4	16.4	14.7	8.6	10.3	6.0	5.2
여성	(111)	44.1	17.1	14.4	7.2	7.2	3.6	1.8	2.7
				연령					
10대	(32)	25.0	18.8	18.8	12.5	3.1	6.3	12.5	3.1
20대	(55)	38.2	3.6	25.5	14.5	5.5	5.5	1.8	5.5
30대	(78)	26.9	28.2	9.0	9.0	6.4	10.3	2.6	3.8
40대	(49)	36.7	10.2	10.2	8.2	18.4	6.1	4.1	4.1
50대 이상	(13)	38.5	23.1	23.1	15.4	0.0	0.0	0.0	0.0
				지역별					
LA 및 인근지역	(95)	38.9	10.5	13.7	13.7	9.5	5.3	4.2	3.2
뉴욕 및 인근지역	(83)	30.1	25.3	15.7	10.8	3.6	6.0	1.2	6.0
시카고 및 인근지역	(49)	22.4	14.3	18.4	6.1	12.2	12.2	8.2	2.0
				학력별					
고졸 이하	(60)	31.7	13.3	20.0	15.0	1.7	8.3	5.0	3.3
대졸	(120)	33.3	15.0	14.2	11.7	11.7	7.5	1.7	3.3
대학원 이상	(47)	29.8	25.5	12.8	4.3	6.4	4.3	8.5	6.4
				인종별					
백인	(80)	21.3	17.5	18.8	11.3	10.0	7.5	7.5	3.8
흑인	(27)	25.9	22.2	22.2	11.1	0.0	7.4	0.0	11.1
히스패닉	(53)	39.6	9.4	7.5	9.4	13.2	7.5	5.7	3.8
아시아인	(48)	50.0	20.8	12.5	8.3	4.2	2.1	0.0	2.1
무응답	(19)	21.1	15.8	21.1	21.1	5.3	15.8	0.0	0.0
				직업별					
사무·전문직	(135)	29.6	20.7	11.9	11.1	8.1	8.1	3.0	4.4
생산직	(14)	28.6	14.3	21.4	14.3	0.0	7.1	14.3	0.0
서비스업	(8)	12.5	25.0	12.5	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0
학생	(40)	37.5	12.5	27.5	10.0	5.0	2.5	2.5	2.5
주부	(5)	0.0	20.0	40.0	0.0	40.0	0.0	0.0	0.0
농림어업/군인	(4)	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	50.0	0.0	25.0
기타/무직	(21)	57.1	0.0	9.5	9.5	4.8	4.8	9.5	4.8
				소득별					
3,000\$ 미만	(38)	31.6	15.8	15.8	13.2	7.9	5.3	7.9	0.0
3,000\$~5,000\$ 미만	(41)	26.8	17.1	19.5	12.2	12.2	2.4	2.4	7.3
5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	32.1	10.7	25.0	10.7	14.3	3.6	3.6	0.0
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(53)	32.1	26.4	9.4	13.2	3.8	7.5	3.8	0.0
10,000\$ 이상	(67)	35.8	11.9	13.4	7.5	6.0	11.9	3.0	9.0

#### □ 한국 동영상 콘텐츠 장르 요소 평가(1순위 기준)

앞의 질문에서 귀하가 1순위로 뽑은 장르의 한국 프로그램을 평가한다면 다음의 요소 중 어떤 요소에서 높은 점수를 주시겠습니까?

단위: 명 & %

											0 & 70	
		콘텐츠의	콘텐츠의	콘텐츠의	장르 및	콘텐츠의	출연자의	출연자의		콘텐츠가 제공하는	한국	
구분	사례수	흥미성	독창성	작품성	포맷의	저명성	외모	저명성	능력	정보의	문화의	
		8 10	700	(전문성)	참신성	(인기)	- 1	(인기)	(재능)	유용성	친근성	
				)	성별							
남성	(116)	26.7	23.3	23.3	6.0	6.0	4.3	1.7	3.4	2.6	2.6	
여성	(111)	33.3	25.2	18.9	7.2	5.4	1.8	3.6	1.8	1.8	0.9	
				Ċ	면령							
10대	(32)	31.3	21.9	21.9	6.3	3.1	6.3	0.0	3.1	3.1	3.1	
20대	(55)	43.6	20.0	12.7	7.3	9.1	3.6	1.8	0.0	1.8	0.0	
30대	(78)	32.1	29.5	23.1	3.8	2.6	1.3	2.6	3.8	0.0	1.3	
40대	(49)	16.3	24.5	26.5	8.2	4.1	2.0	4.1	4.1	6.1	4.1	
50대 이상	(13)	7.7	15.4	23.1	15.4	23.1	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0	
				지	역별							
LA 및 인근지역												
뉴욕 및 인근지역	(83)	24.1	31.3	24.1	8.4	3.6	2.4	2.4	0.0	2.4	1.2	
시카고 및 인근지역	(49)	28.6	14.3	28.6	2.0	10.2	2.0	4.1	6.1	4.1	0.0	
				학	력별							
고졸 이하	(60)	31.7	26.7	10.0	10.0	6.7	5.0	0.0	3.3	5.0	1.7	
대졸	(120)	30.8	26.7	25.0	4.2	1.7	2.5	3.3	1.7	1.7	2.5	
대학원 이상	(47)	25.5	14.9	25.5	8.5	14.9	2.1	4.3	4.3	0.0	0.0	
				인	종별							
백인	(80)	25.0	20.0	28.8	7.5	6.3	3.8	2.5	2.5	2.5	1.3	
흑인	(27)	40.7	48.1	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7	0.0	7.4	0.0	
히스패닉	(53)	32.1	22.6	13.2	9.4	7.5	1.9	3.8	7.5	0.0	1.9	
아시아인	(48)	29.2	16.7	27.1	8.3	8.3	4.2	2.1	0.0	0.0	4.2	
무응답	(19)	31.6	31.6	26.3	0.0	0.0	5.3	0.0	0.0	5.3	0.0	
				직	업별							
사무·전문직	(135)	25.2	24.4	26.7	5.2	5.9	2.2	3.0	3.0	3.0	1.5	
생산직	(14)	28.6	21.4	14.3	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0	7.1	7.1	
서비스업	(8)	75.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
학생	(40)	35.0	25.0	20.0	2.5	7.5	7.5	0.0	0.0	0.0	2.5	
주부	(5)	20.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	
농림어업/군인	(4)	25.0	0.0	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
기타/무직	(21)	38.1	23.8	4.8	19.0	0.0	0.0	4.8	9.5	0.0	0.0	
				소	득별							
3,000\$ 미만	(38)	42.1	15.8	26.3	5.3	0.0	2.6	2.6	5.3	0.0	0.0	
3,000\$~5,000\$ 미만	(41)	39.0	12.2	7.3	12.2	4.9	7.3	4.9	0.0	4.9	7.3	
5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	28.6	28.6	28.6	3.6	7.1	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	
7,000\$ 이상~10,000\$	(52)	26.4	20.2	22.6	20	0.4	1.0	1.0	1.0	1.0	0.0	
미만	(53)	26.4	30.2	22.6	3.8	9.4	1.9	1.9	1.9	1.9	0.0	
10,000\$ 이상	(67)	20.9	29.9	22.4	7.5	6.0	3.0	1.5	4.5	3.0	1.5	

#### □ 한국 동영상 콘텐츠 시청 시 불편사항

귀하가 한국 방송프로그램이나 영화 등 다양한 동영상 콘텐츠를 시청할 때 불편한 점은 무엇입니까? (복수 응답 가능)

단위: 명 & %

					ι	171. 8 6 70
			시청할 수	방송		
구분	사례수	언어 문제	있는	프로그램	문화적	불편한 점
<u>1</u> _	7 1 5 1 7	(더빙, 자막 등)	프로그램의	이용료가	이질감	없음
			부족	비쌈		
		성별				
남성	(116)	62.1	43.1	30.2	19.8	13.8
여성	(111)	55.0	40.5	31.5	18.0	20.7
		연령				
10대	(32)	62.5	37.5	28.1	3.1	21.9
20대	(55)	54.5	32.7	25.5	10.9	16.4
30대	(78)	59.0	47.4	41.0	26.9	16.7
40대	(49)	59.2	44.9	28.6	18.4	16.3
50대 이상	(13)	61.5	46.2	7.7	46.2	15.4
		지역	별			
LA 및 인근지역	(95)	53.7	35.8	24.2	16.8	24.2
뉴욕 및 인근지역	(83)	62.7	41.0	39.8	20.5	12.0
시카고 및 인근지역	(49)	61.2	55.1	28.6	20.4	12.2
		학력	별			
고졸 이하	(60)	66.7	36.7	33.3	5.0	18.3
대졸	(120)	55.8	40.8	24.2	25.0	16.7
대학원 이상	(47)	55.3	51.1	44.7	21.3	17.0
		인종	별			
백인	(80)	63.8	36.3	31.3	27.5	15.0
흑인	(27)	59.3	44.4	33.3	7.4	7.4
히스패닉	(53)	62.3	43.4	28.3	26.4	20.8
아시아인	(48)	39.6	45.8	25.0	8.3	25.0
무응답	(19)	73.7	47.4	47.4	5.3	10.5
		직업				
사무·전문직	(135)	57.0	45.2	38.5	23.7	16.3
생산직	(14)	64.3	21.4	21.4	21.4	14.3
서비스업	(8)	87.5	50.0	12.5	25.0	12.5
학생	(40)	62.5	42.5	22.5	5.0	20.0
주부	(5)	40.0	40.0	20.0	0.0	40.0
농림어업/군인	(4)	50.0	25.0	25.0	0.0	0.0
기타/무직	(21)	52.4	33.3	14.3	19.0	19.0
		소득				
3,000\$ 미만	(38)	60.5	34.2	7.9	10.5	23.7
3,000\$~5,000\$ 미만	(41)	65.9	39.0	31.7	12.2	17.1
5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	57.1	39.3	14.3	28.6	10.7
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(53)	62.3	52.8	47.2	28.3	13.2
10,000\$ 이상	(67)	50.7	40.3	37.3	16.4	19.4

## □ 한국 동영상 콘텐츠 주시청 방법

귀하가 한국 TV 프로그램 또는 콘텐츠를 시청할 때 이용하는 채널 또는 플랫폼은 무엇입니까?(중복응답)

단위: 명 & %

						단	위: 명 & %
구분	사례수	온라인 스트리밍 사이트	OTT 등 온라인 구독	케이블 등	공중파 방송	SNS	DVD/CD/ 비디오 등
		1 12	성별				
남성	(116)	64.7	62.1	50.0	29.3	21.6	6.9
여성	(111)	59.5	59.5	45.9	34.2	26.1	6.3
1 0	(111)	0,0	연령	.0.5		2011	0.0
10대	(32)	71.9	50.0	28.1	18.8	25.0	3.1
20대	(55)	67.3	54.5	34.5	25.5	23.6	9.1
30대	(78)	60.3	71.8	66.7	41.0	25.6	5.1
40대	(49)	53.1	63.3	42.9	34.7	24.5	4.1
50대 이상	(13)	61.5	38.5	61.5	23.1	7.7	23.1
	( - )		지역별				
LA 및 인근지역	(95)	63.2	62.1	42.1	32.6	29.5	5.3
뉴욕 및 인근지역	(83)	61.4	55.4	59.0	27.7	25.3	9.6
시카고 및 인근지역	(49)	61.2	67.3	40.8	36.7	10.2	4.1
,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,,			학력별				
고졸 이하	(60)	66.7	48.3	36.7	40.0	28.3	5.0
대졸	(120)	58.3	58.3	49.2	26.7	24.2	8.3
대학원 이상	(47)	66.0	83.0	59.6	34.0	17.0	4.3
			인종별				
백인	(80)	57.5	61.3	51.3	26.3	15.0	6.3
흑인	(27)	59.3	66.7	37.0	51.9	44.4	7.4
히스패닉	(53)	58.5	64.2	58.5	35.8	30.2	5.7
아시아인	(48)	77.1	45.8	33.3	20.8	25.0	8.3
무응답	(19)	57.9	78.9	57.9	42.1	10.5	5.3
			직업별				
사무·전문직	(135)	54.8	67.4	60.0	34.1	22.2	8.1
생산직	(14)	71.4	57.1	28.6	42.9	28.6	7.1
서비스업	(8)	75.0	50.0	37.5	12.5	37.5	0.0
학생	(40)	77.5	42.5	25.0	22.5	35.0	2.5
주부	(5)	40.0	40.0	40.0	40.0	20.0	20.0
농림어업/군인	(4)	50.0	75.0	50.0	50.0	0.0	0.0
기타/무직	(21)	76.2	61.9	33.3	28.6	9.5	4.8
			소득별				
3,000\$ 미만	(38)	68.4	50.0	36.8	31.6	18.4	2.6
3,000\$~5,000\$ 미만	(41)	61.0	53.7	29.3	19.5	26.8	7.3
5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	64.3	60.7	42.9	28.6	14.3	10.7
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(53)	54.7	67.9	64.2	37.7	32.1	5.7
10,000\$ 이상	(67)	64.2	65.7	55.2	35.8	22.4	7.5

## □ 한국 동영상 콘텐츠 주당 이용 방법

귀하는 주 당 몇 번의 한국 TV 프로그램을 시청하십니까?

단위: 명 & %

자원 사례수 1회 미만 1회 미만 3회 미만 4회 미만 5회 미안 5회 이상 전 1회 미만 5회 미만 5회 이상 전 1기 미만 3회 미만 4회 미만 5회 미만 5회 미안 5회 이상 전 11기 기기 기기 기기 기기 기기 기기 기기 기기 기기 기기 기기 기기							ぜ <sup>、</sup>	위: 명 & %
남성 (116) 19.0 17.2 29.3 17.2 8.6 8.6 64 64 (111) 22.5 15.3 26.1 20.7 5.4 9.9 연령	그ㅂ	시레스	1ਨੀ ਸੀਸੀ.	1회 이상 ~	2회 이상 ~	3회 이상 ~	4회 이상 ~	5히 시사
남성 (116) 19.0 17.2 29.3 17.2 8.6 8.6 9성 (111) 22.5 15.3 26.1 20.7 5.4 9.9 연량  10대 (32) 28.1 18.8 21.9 18.8 3.1 9.4 20대 (55) 29.1 18.2 25.5 12.7 3.6 10.9 30대 (78) 6.4 14.1 33.3 26.9 10.3 9.0 40대 (49) 22.4 14.3 28.6 18.4 10.2 6.1 50대 이상 (13) 46.2 23.1 15.4 0.0 0.0 15.4 지역별  LA 및 인근지역 (95) 20.0 14.7 22.1 25.3 10.5 7.4 뉴욕및 인근지역 (83) 13.3 19.3 34.9 16.9 4.8 10.8 시카고 및 인근지역 (49) 34.7 14.3 26.5 10.2 4.1 10.2 한력별  고돌 이하 (60) 25.0 16.7 21.7 15.0 11.7 10.0 대주인 (120) 21.7 17.5 24.2 20.0 5.8 10.8 대학원 이상 (47) 12.8 12.8 44.7 21.3 4.3 4.3 4.3 인증별  백인 (80) 28.8 15.0 30.0 12.5 5.0 8.8 욕인 (27) 0.0 22.2 33.3 11.1 18.5 14.8 히스페닉 (53) 15.1 18.9 22.6 22.6 9.4 11.3 이사이언 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3 무유답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0 7.1 서비스엄 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 한성 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 추부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 5.5 24.9 3.0008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008-0.008 미만 (28) 25.0 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	丁七	/ 기데ㅜ	1외 비단	2회 미만	3회 미만	4회 미만	5회 미만	2월 이경
역성 (111) 22.5 15.3 26.1 20.7 5.4 9.9 연령 10대 (32) 28.1 18.8 21.9 18.8 3.1 9.4 20대 (55) 29.1 18.2 25.5 12.7 3.6 10.9 30대 (78) 6.4 14.1 33.3 26.9 10.3 9.0 40대 (49) 22.4 14.3 28.6 18.4 10.2 6.1 50대 이상 (13) 46.2 23.1 15.4 0.0 0.0 15.4 지역별 1시 15.4 15.4 15.4 15.4 15.4 15.4 15.4 15.4				성별				
10대 (32) 28.1 18.8 21.9 18.8 3.1 9.4 20대 (55) 29.1 18.2 25.5 12.7 3.6 10.9 30대 (78) 6.4 14.1 33.3 26.9 10.3 9.0 40대 (49) 22.4 14.3 28.6 18.4 10.2 6.1 50대 이상 (13) 46.2 23.1 15.4 0.0 0.0 15.4  지역별  LA 및 인근지역 (95) 20.0 14.7 22.1 25.3 10.5 7.4	남성	(116)	19.0	17.2	29.3	17.2	8.6	8.6
10대 (32) 28.1 18.8 21.9 18.8 3.1 9.4 20대 (55) 29.1 18.2 25.5 12.7 3.6 10.9 30대 (78) 6.4 14.1 33.3 26.9 10.3 9.0 40대 (49) 22.4 14.3 28.6 18.4 10.2 6.1 50대 이상 (13) 46.2 23.1 15.4 0.0 0.0 15.4  ***Table 1.5	여성	(111)	22.5	15.3	26.1	20.7	5.4	9.9
20대 (55) 29.1 18.2 25.5 12.7 3.6 10.9 30대 (78) 6.4 14.1 33.3 26.9 10.3 9.0 40대 (49) 22.4 14.3 28.6 18.4 10.2 6.1 50대 이상 (13) 46.2 23.1 15.4 0.0 0.0 15.4 지역별  LA 및 인근지역 (95) 20.0 14.7 22.1 25.3 10.5 7.4 등욕 및 인근지역 (83) 13.3 19.3 34.9 16.9 4.8 10.8 시카고 및 인근지역 (49) 34.7 14.3 26.5 10.2 4.1 10.2 학력별  고존 이하 (60) 25.0 16.7 21.7 15.0 11.7 10.0 대중 (120) 21.7 17.5 24.2 20.0 5.8 10.8 대확원 이상 (47) 12.8 12.8 44.7 21.3 4.3 4.3 4.3 19.3 11.1 18.5 14.8 학으 이상 (47) 12.8 12.8 44.7 21.3 4.3 4.3 4.3 19.3 이스퍼닉 (53) 15.1 18.9 22.6 22.6 9.4 11.3 아시아인 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3 무응답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0 3.1 사무전문직 (135) 14.8 15.6 27.4 23.0 10.4 8.9 생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 0.0 22.5 학생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 0.0 등록단어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 7.1 나무구직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 5.00 \$2.4 7.3 5.0008~7,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008~7,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008~7,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008~7,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5.0008~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0				연령				
30대 (78) 6.4 14.1 33.3 26.9 10.3 9.0 40대 (49) 22.4 14.3 28.6 18.4 10.2 6.1 50대 이상 (13) 46.2 23.1 15.4 0.0 0.0 15.4 지역별  LA 및 인근지역 (95) 20.0 14.7 22.1 25.3 10.5 7.4 뉴욕 및 인근지역 (83) 13.3 19.3 34.9 16.9 4.8 10.8 시카고 및 인근지역 (49) 34.7 14.3 26.5 10.2 4.1 10.2 하락별 고졸 이하 (60) 25.0 16.7 21.7 15.0 11.7 10.0 대출 (120) 21.7 17.5 24.2 20.0 5.8 10.8 대학원 이상 (47) 12.8 12.8 44.7 21.3 4.3 4.3 4.3 인종별 백인 (80) 28.8 15.0 30.0 12.5 5.0 8.8 후인 (27) 0.0 22.2 33.3 11.1 18.5 14.8 최스패닉 (53) 15.1 18.9 22.6 22.6 9.4 11.3 아시아인 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3 무용답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0 조업별 사무·전문직 (135) 14.8 15.6 27.4 23.0 10.4 8.9 생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 추부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 5.8 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 0.0 7.1 사무·전문직 (135) 14.8 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$-10.0 (28) 25.0 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$-5,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$-5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$-7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	10대	(32)	28.1	18.8	21.9	18.8	3.1	9.4
40대 (49) 22.4 14.3 28.6 18.4 10.2 6.1 50대 이상 (13) 46.2 23.1 15.4 0.0 0.0 15.4 지역별  LA 및 인근지역 (95) 20.0 14.7 22.1 25.3 10.5 7.4 뉴욕 및 인근지역 (83) 13.3 19.3 34.9 16.9 4.8 10.8 시카고 및 인근지역 (49) 34.7 14.3 26.5 10.2 4.1 10.2 하락별  고졸 이하 (60) 25.0 16.7 21.7 15.0 11.7 10.0 대졸 (120) 21.7 17.5 24.2 20.0 5.8 10.8 대학원 이상 (47) 12.8 12.8 44.7 21.3 4.3 4.3 4.3 인종별  백인 (80) 28.8 15.0 30.0 12.5 5.0 8.8 혹인 (27) 0.0 22.2 33.3 11.1 18.5 14.8 히스패닉 (53) 15.1 18.9 22.6 22.6 9.4 11.3 아시아인 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3 무용답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0 조업별  사무·전문직 (135) 14.8 15.6 27.4 23.0 10.4 8.9 생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 0.0 12.5 화생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 0.0 등림어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 7.5 24.2 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 3.000\$미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$\$-5,000\$미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$\$-7,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$\$-7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	20대	(55)	29.1	18.2	25.5	12.7	3.6	10.9
50대 이상 (13) 46.2 23.1 15.4 0.0 0.0 15.4 지역별  LA 및 인근지역 (95) 20.0 14.7 22.1 25.3 10.5 7.4 뉴욕 및 인근지역 (83) 13.3 19.3 34.9 16.9 4.8 10.8 시카고 및 인근지역 (49) 34.7 14.3 26.5 10.2 4.1 10.2 학력별  고졸 이하 (60) 25.0 16.7 21.7 15.0 11.7 10.0 대졸 (120) 21.7 17.5 24.2 20.0 5.8 10.8 10.8 대화원 이상 (47) 12.8 12.8 44.7 21.3 4.3 4.3 4.3 인종별  백인 (80) 28.8 15.0 30.0 12.5 5.0 8.8 혹인 (27) 0.0 22.2 33.3 11.1 18.5 14.8 히스패닉 (53) 15.1 18.9 22.6 22.6 9.4 11.3 아시아인 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3 무응답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0 조업별  사무·전문직 (135) 14.8 15.6 27.4 23.0 10.4 8.9 생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 도립어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 71타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 조득별  3,000\$ 되만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$-5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$-7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	30대	(78)	6.4	14.1	33.3	26.9	10.3	9.0
지역별  LA 및 인근지역 (95) 20.0 14.7 22.1 25.3 10.5 7.4	40대	(49)	22.4	14.3	28.6	18.4	10.2	6.1
LA 및 인근지역         (95)         20.0         14.7         22.1         25.3         10.5         7.4           뉴욕 및 인근지역         (83)         13.3         19.3         34.9         16.9         4.8         10.8           시카코 및 인근지역         (49)         34.7         14.3         26.5         10.2         4.1         10.2           학력별           교졸 이하         (60)         25.0         16.7         21.7         15.0         11.7         10.0           대졸         (120)         21.7         17.5         24.2         20.0         5.8         10.8           대졸원 이상         (47)         12.8         12.8         44.7         21.3         4.3         4.3           민준별           백인         (80)         28.8         15.0         30.0         12.5         5.0         8.8           흑인         (27)         0.0         22.2         33.3         11.1         18.5         14.8           히스페닉         (53)         15.1         18.9         22.6         22.6         9.4         11.3           아시아인인         (48)         22.9         12.5         27.1         25.0	50대 이상	(13)	46.2	23.1	15.4	0.0	0.0	15.4
뉴욕 및 인근지역       (83)       13.3       19.3       34.9       16.9       4.8       10.8         시카고 및 인근지역       (49)       34.7       14.3       26.5       10.2       4.1       10.2         학력별         고졸 이하       (60)       25.0       16.7       21.7       15.0       11.7       10.0         대졸       (120)       21.7       17.5       24.2       20.0       5.8       10.8         대졸은       (120)       21.7       17.5       24.2       20.0       5.8       10.8         대郵은 이상       (47)       12.8       12.8       44.7       21.3       4.3       4.3         민종별         백인       (80)       28.8       15.0       30.0       12.5       5.0       8.8         혹인       (27)       0.0       22.2       33.3       11.1       18.5       14.8         히스페니니       (53)       15.1       18.9       22.6       22.6       9.4       11.3         아시아인       (48)       22.9       12.5       27.1       25.0       4.2       8.3         무용답       (19)				지역별				
지카고 및 인근지역 (49) 34.7 14.3 26.5 10.2 4.1 10.2 학력별  고졸 이하 (60) 25.0 16.7 21.7 15.0 11.7 10.0 대졸 (120) 21.7 17.5 24.2 20.0 5.8 10.8 대학원 이상 (47) 12.8 12.8 44.7 21.3 4.3 4.3  인종별 백인 (80) 28.8 15.0 30.0 12.5 5.0 8.8 흑인 (27) 0.0 22.2 33.3 11.1 18.5 14.8 히스패닉 (53) 15.1 18.9 22.6 22.6 9.4 11.3 아시아인 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3 무응답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0  지역별  사무·전문직 (135) 14.8 15.6 27.4 23.0 10.4 8.9 생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 학생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0  지역년/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5  조득별 3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$-7,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$-7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	LA 및 인근지역	(95)	20.0	14.7	22.1	25.3	10.5	7.4
작력별 고졸 이하 (60) 25.0 16.7 21.7 15.0 11.7 10.0 대출 (120) 21.7 17.5 24.2 20.0 5.8 10.8 대학원 이상 (47) 12.8 12.8 44.7 21.3 4.3 4.3 인종별 백인 (80) 28.8 15.0 30.0 12.5 5.0 8.8 흑인 (27) 0.0 22.2 33.3 11.1 18.5 14.8 히스페닉 (53) 15.1 18.9 22.6 22.6 9.4 11.3 아시아인 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3 무응답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0 지역별  사무·전문직 (135) 14.8 15.6 27.4 23.0 10.4 8.9 생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스엄 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 학생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 '동림어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 '당림어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 '닷터/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5  소득별  3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$-7,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$-7,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3	뉴욕 및 인근지역	(83)	13.3	19.3	34.9	16.9	4.8	10.8
고졸이하 (60) 25.0 16.7 21.7 15.0 11.7 10.0 대졸 (120) 21.7 17.5 24.2 20.0 5.8 10.8 대학원 이상 (47) 12.8 12.8 44.7 21.3 4.3 4.3 4.3	시카고 및 인근지역	(49)	34.7	14.3	26.5	10.2	4.1	10.2
대출 (120) 21.7 17.5 24.2 20.0 5.8 10.8 대학원 이상 (47) 12.8 12.8 44.7 21.3 4.3 4.3 4.3				학력별				
대학원 이상 (47) 12.8 12.8 44.7 21.3 4.3 4.3 1.3 1.4 1.3 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5 1.5	고졸 이하	(60)	25.0	16.7	21.7	15.0	11.7	10.0
변인 (80) 28.8 15.0 30.0 12.5 5.0 8.8 혹인 (27) 0.0 22.2 33.3 11.1 18.5 14.8 최스패닉 (53) 15.1 18.9 22.6 22.6 9.4 11.3 아시아인 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3 무응답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0 20 24 25 25.0 10.4 8.9 생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 학생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 추부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 71타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$ 이만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$ 기단/ (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	대졸	(120)	21.7	17.5	24.2	20.0	5.8	10.8
백인 (80) 28.8 15.0 30.0 12.5 5.0 8.8   흑인 (27) 0.0 22.2 33.3 11.1 18.5 14.8   히스패닉 (53) 15.1 18.9 22.6 22.6 9.4 11.3   아시아인 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3   무응답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0	대학원 이상	(47)	12.8	12.8	44.7	21.3	4.3	4.3
후인 (27) 0.0 22.2 33.3 11.1 18.5 14.8 히스패닉 (53) 15.1 18.9 22.6 22.6 9.4 11.3 아시아인 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3 무응답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0 0.0 조업별 사무·전문직 (135) 14.8 15.6 27.4 23.0 10.4 8.9 생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 학생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 0.0 등림어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 71타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 소득별 3,000\$~7,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0				인종별				
히스패닉 (53) 15.1 18.9 22.6 22.6 9.4 11.3 아시아인 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3 무응답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0	백인	(80)	28.8	15.0	30.0	12.5	5.0	8.8
아시아인 (48) 22.9 12.5 27.1 25.0 4.2 8.3 무응답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0	흑인	(27)	0.0	22.2	33.3	11.1	18.5	14.8
무응답 (19) 26.3 15.8 26.3 31.6 0.0 0.0 직업별  사무·전문직 (135) 14.8 15.6 27.4 23.0 10.4 8.9 생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 학생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 0.0 농림어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 기타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 소득별  3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	히스패닉	(53)	15.1	18.9	22.6	22.6	9.4	11.3
지역별 사무·전문직 (135) 14.8 15.6 27.4 23.0 10.4 8.9 생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 학생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 0.0 동림어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 기타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5  소득별 3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	아시아인	(48)	22.9	12.5	27.1	25.0	4.2	8.3
사무·전문직 (135) 14.8 15.6 27.4 23.0 10.4 8.9 생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 학생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 0.0 5림어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 9.5 소득별 3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$~7,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	무응답	(19)	26.3	15.8	26.3	31.6	0.0	0.0
생산직 (14) 7.1 21.4 42.9 21.4 0.0 7.1 서비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 학생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 0.0 동립어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 기타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 소득별 3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0				직업별				
저비스업 (8) 50.0 0.0 37.5 0.0 0.0 12.5 학생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 0.0 동림어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 기타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 소득별  3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	사무·전문직	(135)	14.8	15.6	27.4	23.0	10.4	8.9
학생 (40) 27.5 20.0 22.5 12.5 5.0 12.5 주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 0.0 5림어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 기타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 소득별 3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$-5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$-7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	생산직	(14)	7.1	21.4	42.9	21.4	0.0	7.1
주부 (5) 40.0 20.0 40.0 0.0 0.0 0.0 5림어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 0.0 기타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 소득별 3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	서비스업	(8)	50.0	0.0	37.5	0.0	0.0	12.5
농림어업/군인 (4) 0.0 25.0 50.0 25.0 0.0 0.0 7)타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 소득별 3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	학생	(40)	27.5	20.0	22.5	12.5	5.0	12.5
기타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 소득별  3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0		(5)	40.0	20.0	40.0	0.0	0.0	0.0
기타/무직 (21) 42.9 14.3 19.0 14.3 0.0 9.5 소득별  3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	농림어업/군인	(4)	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	0.0
3,000\$ 미만 (38) 34.2 15.8 28.9 10.5 2.6 7.9 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0			42.9	14.3	19.0	14.3	0.0	9.5
3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 34.1 12.2 24.4 19.5 2.4 7.3 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0				소득별				
5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 25.0 25.0 35.7 14.3 0.0 0.0	3,000\$ 미만	(38)	34.2	15.8	28.9	10.5	2.6	7.9
	3,000\$~5,000\$ 미만	(41)	34.1	12.2	24.4	19.5	2.4	7.3
7 000\$ 이상~10 000\$ 미만 (53) 94 13.2 28.3 32.1 11.3 5.7	5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	25.0	25.0	35.7	14.3	0.0	0.0
13.2 20.3 32.1 11.3 3.7	7,000\$ 이상~10,000\$ 미민			40.0	20.2	20.1	11.2	
10,000\$ 이상 (67) 11.9 17.9 25.4 14.9 11.9 17.9	, , , , , , , , ,	<u>}</u> (53)	9.4	13.2	28.3	32.1	11.3	5.7

## □ 한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 시간

## 귀하는 월 평균 몇 시간 동안 한국 TV 프로그램을 시청하십니까?

단위: 명 & %

						난	위: 명 & %
구분	사례수	1시간 미만		3시간 이상 ~	6시간 이상 ~	11시간	평균
, –	, .	, _ , _	2시간 이하	5시간 이하	10시간 이하	이상	
			성별				
남성	(116)	5.2	21.6	29.3	19.8	24.1	3.36
여성	(111)	6.3	28.8	22.5	20.7	21.6	3.23
			연령				
10대	(32)	12.5	15.6	25.0	21.9	25.0	3.31
20대	(55)	9.1	23.6	20.0	21.8	25.5	3.31
30대	(78)	1.3	23.1	34.6	20.5	20.5	3.36
40대	(49)	4.1	28.6	22.4	18.4	26.5	3.35
50대 이상	(13)	7.7	53.8	15.4	15.4	7.7	2.62
			지역별				
LA 및 인근지역	(95)	8.4	22.1	20.0	18.9	30.5	3.41
뉴욕 및 인근지역	(83)	1.2	22.9	37.3	19.3	19.3	3.33
시카고 및 인근지역	(49)	8.2	34.7	18.4	24.5	14.3	3.02
			학력별	I	I	I	I
고졸 이하	(60)	8.3	20.0	21.7	21.7	28.3	3.42
대졸	(120)	5.8	22.5	33.3	19.2	19.2	3.23
대학원 이상	(47)	2.1	38.3	12.8	21.3	25.5	3.30
			인종별				T
백인	(80)	7.5	27.5	26.3	18.8	20.0	3.16
흑인	(27)	0.0	22.2	37.0	18.5	22.2	3.41
히스패닉	(53)	3.8	20.8	26.4	22.6	26.4	3.47
아시아인	(48)	6.3	20.8	16.7	22.9	33.3	3.56
무응답	(19)	10.5	42.1	31.6	15.8	0.0	2.53
\\			직업별				T
사무·전문직	(135)	3.0	24.4	26.7	20.7	25.2	3.41
생산직	(14)	0.0	35.7	21.4	28.6	14.3	3.21
서비스업	(8)	12.5	37.5	25.0	12.5	12.5	2.75
학생	(40)	12.5	25.0	22.5	12.5	27.5	3.18
주부	(5)	0.0	40.0	20.0	40.0	0.0	3.00
농림어업/군인	(4)	0.0	25.0	50.0	25.0	0.0	3.00
기타/무직	(21)	14.3	14.3	28.6	23.8	19.0	3.19
- 000d 3-3			소득별				
3,000\$ 미만	(38)	10.5	23.7	34.2	7.9	23.7	3.11
3,000\$~5,000\$ 미만	(41)	9.8	26.8	17.1	29.3	17.1	3.17
5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	10.7	25.0	21.4	28.6	14.3	3.11
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(53)	1.9	28.3	20.8	24.5	24.5	3.42
10,000\$ 이상	(67)	1.5	22.4	32.8	14.9	28.4	3.46

#### □ 한국 동영상 콘텐츠 월 평균 시청 편 수

귀하는 월 평균 몇 번의 한국 TV 프로그램을 시청하십니까?

단위: 명 & %

구분 사례수 1편 이하 2편 이상 4편 이상 6편 이상 11편 이상 평균 생별 10편 이하 10편 이하 10편 이하 11편 이상 평균 이성 111편 이상 명균 생별 111편 이상 명균 이성 (111) 24.3 36.9 15.3 10.8 12.6 2.50 연령 10대 (32) 25.0 28.1 12.5 15.6 18.8 2.75 20대 (55) 25.5 25.5 16.4 7.3 25.5 2.82 30대 (78) 10.3 42.3 23.1 15.4 9.0 2.71 40대 (49) 22.4 32.7 24.5 14.3 6.1 2.49 50대 이상 (13) 53.8 15.4 23.1 7.7 0.0 1.85 지역별 1.4 및 인근지역 (83) 19.3 39.8 14.5 13.3 13.3 2.61 시가고 및 인근지역 (83) 19.3 39.8 14.5 13.3 13.3 2.61 시가고 및 인근지역 (49) 22.3 32.7 20.4 18.4 12.2 16.3 2.59 하락별 1.2 집 (120) 20.0 30.0 28.3 10.0 11.7 2.63 대학원 이상 (47) 21.3 38.3 14.9 17.0 8.5 2.53 만/8년 백인 (80) 28.8 28.8 21.3 10.0 11.7 2.63 대학원 이상 (47) 21.3 38.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11 전입별 사무·전문직 (18) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 28.8 처비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 25.8 한생 (40) 27.5 35.0 12.5 10.0 15.0 2.88 한생 (40) 27.5 35.0 12.5 10.0 15.0 2.50 25.0 25.0 25.0 25.0 25.0 25.0 2							ਪੁਰ	1: 5 & %
당한 이상 이전 이전 이전 이전 이전 이전 이전 이전 이전 이전 이전 이전 이전	구분	사례수	1편 이하	2편 이상 ~	4편 이상 ~		11편 이상	평규
남성 (116) 18.1 28.4 25.0 14.7 13.8 2.78 여성 (111) 24.3 36.9 15.3 10.8 12.6 2.50 연령	1 4	19111	16 19	3편 이하	5편 이하		11 6 10	0 &
남성 (116) 18.1 28.4 25.0 14.7 13.8 2.78 여성 (111) 24.3 36.9 15.3 10.8 12.6 2.50 연령				성별				
역성 (111) 24.3 36.9 15.3 10.8 12.6 2.50 연령 10대 (32) 25.0 28.1 12.5 15.6 18.8 2.75 20대 (55) 25.5 25.5 16.4 7.3 25.5 2.82 30대 (78) 10.3 42.3 23.1 15.4 9.0 2.71 40대 (49) 22.4 32.7 24.5 14.3 6.1 2.49 50대 이상 (13) 53.8 15.4 23.1 7.7 0.0 1.85 지역별 12.4 및 인근지역 (83) 19.3 39.8 14.5 13.3 13.3 2.61 시카고 및 인근지역 (49) 32.7 20.4 18.4 12.2 16.3 2.59 학력별 12조를 이하 (60) 23.3 33.3 8.3 15.0 20.0 2.75 대출 (120) 20.0 30.0 28.3 10.0 11.7 2.63 대학원 이상 (47) 21.3 38.3 14.9 17.0 8.5 2.53 부유민 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 하스파닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무유답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11 시무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 2.88	남성	(116)	18.1		25.0	14.7	13.8	2.78
변형 10대 (32) 25.0 28.1 12.5 15.6 18.8 2.75 20대 (55) 25.5 25.5 16.4 7.3 25.5 2.82 30대 (78) 10.3 42.3 23.1 15.4 9.0 2.71 40대 (49) 22.4 32.7 24.5 14.3 6.1 2.49 50대 이상 (13) 53.8 15.4 23.1 7.7 0.0 1.85  지역별  LA 및 인근지역 (95) 16.8 32.6 26.3 12.6 11.6 2.69 뉴욕 및 인근지역 (83) 19.3 39.8 14.5 13.3 13.3 2.61 시카고 및 인근지역 (49) 32.7 20.4 18.4 12.2 16.3 2.59  학력별  고졸 이하 (60) 23.3 33.3 8.3 15.0 20.0 2.75 대출 (120) 20.0 30.0 28.3 10.0 11.7 2.63 대학원 이상 (47) 21.3 38.3 14.9 17.0 8.5 2.53  막인 (80) 28.8 28.8 21.3 10.0 11.3 2.46 흑인 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 히스패닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11  작업별  사무-전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 2.88		<u> </u>						
20대 (55) 25.5 25.5 16.4 7.3 25.5 2.82 30대 (78) 10.3 42.3 23.1 15.4 9.0 2.71 40대 (49) 22.4 32.7 24.5 14.3 6.1 2.49 50대 이상 (13) 53.8 15.4 23.1 7.7 0.0 1.85 지역별  LA 및 인근지역 (95) 16.8 32.6 26.3 12.6 11.6 2.69 뉴욕 및 인근지역 (83) 19.3 39.8 14.5 13.3 13.3 2.61 시카고 및 인근지역 (49) 32.7 20.4 18.4 12.2 16.3 2.59 학력별  고졸 이하 (60) 23.3 33.3 8.3 15.0 20.0 2.75 대졸 (120) 20.0 30.0 28.3 10.0 11.7 2.63 대화원 이상 (47) 21.3 38.3 14.9 17.0 8.5 2.53 인종별  백인 (80) 28.8 28.8 21.3 10.0 11.3 2.46 혹인 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 하스페닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무용답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11 전업별  사무·전문적 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 2.88		,		연령				
30대 (78) 10.3 42.3 23.1 15.4 9.0 2.71 40대 (49) 22.4 32.7 24.5 14.3 6.1 2.49 50대 이상 (13) 53.8 15.4 23.1 7.7 0.0 1.85  지역별  LA 및 인근지역 (95) 16.8 32.6 26.3 12.6 11.6 2.69 뉴욕 및 인근지역 (83) 19.3 39.8 14.5 13.3 13.3 2.61 시카고 및 인근지역 (49) 32.7 20.4 18.4 12.2 16.3 2.59  학력별  고졸 이하 (60) 23.3 33.3 8.3 15.0 20.0 2.75 대졸 (120) 20.0 30.0 28.3 10.0 11.7 2.63 대학원 이상 (47) 21.3 38.3 14.9 17.0 8.5 2.53  민종별  백인 (80) 28.8 28.8 21.3 10.0 11.3 2.46 혹인 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 히스패닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무용답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11  작업별  사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 2.88	10대	(32)	25.0	28.1	12.5	15.6	18.8	2.75
40대 (49) 22.4 32.7 24.5 14.3 6.1 2.49 50대 이상 (13) 53.8 15.4 23.1 7.7 0.0 1.85 지역별  LA 및 인근지역 (95) 16.8 32.6 26.3 12.6 11.6 2.69 뉴욕 및 인근지역 (83) 19.3 39.8 14.5 13.3 13.3 2.61 시카고 및 인근지역 (49) 32.7 20.4 18.4 12.2 16.3 2.59 하력별  고졸 이하 (60) 23.3 33.3 8.3 15.0 20.0 2.75 대졸 (120) 20.0 30.0 28.3 10.0 11.7 2.63 대학원 이상 (47) 21.3 38.3 14.9 17.0 8.5 2.53 인종별  백인 (80) 28.8 28.8 21.3 10.0 11.3 2.46 혹인 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 히스패닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11 전업별  사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 2.88	20대	(55)	25.5	25.5	16.4	7.3	25.5	2.82
50대 이상 (13) 53.8 15.4 23.1 7.7 0.0 1.85  지역별  LA 및 인근지역 (95) 16.8 32.6 26.3 12.6 11.6 2.69	30대	(78)	10.3	42.3	23.1	15.4	9.0	2.71
지역별  LA 및 인근지역 (95) 16.8 32.6 26.3 12.6 11.6 2.69	40대	(49)	22.4	32.7	24.5	14.3	6.1	2.49
LA 및 인근지역         (95)         16.8         32.6         26.3         12.6         11.6         2.69           뉴욕 및 인근지역         (83)         19.3         39.8         14.5         13.3         13.3         2.61           시카고 및 인근지역         (49)         32.7         20.4         18.4         12.2         16.3         2.59           학력별           고졸 이하         (60)         23.3         33.3         8.3         15.0         20.0         2.75           대졸         (120)         20.0         30.0         28.3         10.0         11.7         2.63           대화원 이상         (47)         21.3         38.3         14.9         17.0         8.5         2.53           반원         (80)         28.8         28.8         21.3         10.0         11.3         2.46           흑인         (27)         7.4         40.7         14.8         22.2         14.8         2.96           히스패닉         (53)         11.3         32.1         32.1         7.5         17.0         2.87           아시아인         (48)         20.8         33.3         12.5         18.8         14.6         2.73           무응답	50대 이상	(13)	53.8	15.4	23.1	7.7	0.0	1.85
뉴욕 및 인근지역 (83) 19.3 39.8 14.5 13.3 13.3 2.61 시카고 및 인근지역 (49) 32.7 20.4 18.4 12.2 16.3 2.59				지역별				
시카고 및 인근지역 (49) 32.7 20.4 18.4 12.2 16.3 2.59	LA 및 인근지역	(95)	16.8	32.6	26.3	12.6	11.6	2.69
작력별 고졸 이하 (60) 23.3 33.3 8.3 15.0 20.0 2.75 대졸 (120) 20.0 30.0 28.3 10.0 11.7 2.63 대학원 이상 (47) 21.3 38.3 14.9 17.0 8.5 2.53 인종별 백인 (80) 28.8 28.8 21.3 10.0 11.3 2.46 흑인 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 히스패닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11 직업별 사무-전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288	뉴욕 및 인근지역	(83)	19.3	39.8	14.5	13.3	13.3	2.61
고졸 이하 (60) 23.3 33.3 8.3 15.0 20.0 2.75 대졸 (120) 20.0 30.0 28.3 10.0 11.7 2.63 대학원 이상 (47) 21.3 38.3 14.9 17.0 8.5 2.53 인종별 백인 (80) 28.8 28.8 21.3 10.0 11.3 2.46 흑인 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 히스패닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11 직업별 사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288	시카고 및 인근지역	(49)	32.7	20.4	18.4	12.2	16.3	2.59
대졸 (120) 20.0 30.0 28.3 10.0 11.7 2.63 대학원 이상 (47) 21.3 38.3 14.9 17.0 8.5 2.53  인종별 백인 (80) 28.8 28.8 21.3 10.0 11.3 2.46 흑인 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 히스패닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11  작업별 사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288		1	ı.	학력별	1			
대학원 이상 (47) 21.3 38.3 14.9 17.0 8.5 2.53  인종별  백인 (80) 28.8 28.8 21.3 10.0 11.3 2.46 흑인 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 히스패닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11  작업별  사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288	고졸 이하	(60)	23.3	33.3	8.3	15.0	20.0	2.75
변인 (80) 28.8 28.8 21.3 10.0 11.3 2.46 흑인 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 히스패닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11 직업별 사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288	대졸	(120)	20.0	30.0	28.3	10.0	11.7	2.63
백인 (80) 28.8 28.8 21.3 10.0 11.3 2.46 흑인 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 히스패닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11 직업별 사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288	대학원 이상	(47)	21.3	38.3	14.9	17.0	8.5	2.53
흑인 (27) 7.4 40.7 14.8 22.2 14.8 2.96 히스패닉 (53) 11.3 32.1 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11 직업별 사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288				인종별				
히스패닉 (53) 11.3 32.1 7.5 17.0 2.87 아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11 직업별 사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288	백인	(80)	28.8	28.8	21.3	10.0	11.3	2.46
아시아인 (48) 20.8 33.3 12.5 18.8 14.6 2.73 무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11  전업별  사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288	흑인	(27)	7.4	40.7	14.8	22.2	14.8	2.96
무응답 (19) 36.8 36.8 10.5 10.5 5.3 2.11  지역별  사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70  생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86  서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288	히스패닉	(53)	11.3	32.1	32.1	7.5	17.0	2.87
지역별 사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288	아시아인	(48)	20.8	33.3	12.5	18.8	14.6	2.73
사무·전문직 (135) 17.0 31.9 26.7 12.6 11.9 2.70 생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 288	무응답	(19)	36.8	36.8	10.5	10.5	5.3	2.11
생산직 (14) 14.3 28.6 21.4 28.6 7.1 2.86 서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 2.88				직업별				
서비스업 (8) 37.5 12.5 0.0 25.0 25.0 2.88	사무·전문직	(135)	17.0	31.9	26.7	12.6	11.9	2.70
	생산직	(14)	14.3	28.6	21.4	28.6	7.1	2.86
학생 (40) 27.5 35.0 12.5 10.0 15.0 2.50	서비스업	(8)	37.5	12.5	0.0	25.0	25.0	2.88
	학생	(40)	27.5	35.0	12.5	10.0	15.0	2.50
주부 (5) 20.0 80.0 0.0 0.0 1.80	주부	(5)	20.0	80.0	0.0	0.0	0.0	1.80
농림어업/군인 (4) 25.0 25.0 0.0 25.0 2.75	농림어업/군인	(4)	25.0	25.0	25.0	0.0	25.0	2.75
기타/무직 (21) 33.3 33.3 4.8 9.5 19.0 2.48	기타/무직	(21)	33.3	33.3	4.8	9.5	19.0	2.48
소득별				소득별				
3,000\$ 미만 (38) 34.2 23.7 13.2 5.3 23.7 2.61		(38)	34.2	23.7	13.2	5.3	23.7	2.61
3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 26.8 31.7 7.3 19.5 14.6 2.63		(41)	26.8	31.7	7.3	19.5	14.6	2.63
5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 17.9 35.7 21.4 21.4 3.6 2.57	5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	17.9	35.7	21.4	21.4	3.6	2.57
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (53) 18.9 34.0 24.5 11.3 11.3 2.62		(53)	18.9	34.0	24.5	11.3	11.3	2.62
10,000\$ 이상 (67) 13.4 35.8 28.4 10.4 11.9 2.72	10,000\$ 이상	(67)	13.4	35.8	28.4	10.4	11.9	2.72

## □ 한국 동영상 콘텐츠에 대한 장르별 만족도

귀하는 한국 TV프로그램에 대해 얼마나 만족하십니까? (5점 척도)

단위: 명 & 5점 척도 기준

구분								Ę	<u></u>	& 5점 척	노 기순
남성 (116) 3.9 3.87 4.05 3.60 3.88 3.97 3.60 3.84 4.09 억성 (111) 4.1 3.96 4.06 3.81 3.70 3.73 3.60 3.41 3.92	구분	사례수	드라마		음악		게임	아마션		스포츠	영화
남성 (116) 3.9 3.87 4.05 3.60 3.88 3.97 3.60 3.84 4.09 여성 (111) 4.1 3.96 4.06 3.81 3.70 3.73 3.60 3.41 3.92					성별						
여성성	남성	(116)	3.9	3.87			3.88	3.97	3.60	3.84	4.09
10대 (32) 3.6 3.69 4.13 3.34 3.56 3.72 3.16 3.25 3.78 20대 (55) 3.9 3.80 3.98 3.56 3.53 3.69 3.15 3.31 3.91 30대 (78) 4.2 4.15 4.12 3.94 4.19 4.13 4.06 3.99 4.22 40대 (49) 4.2 4.00 4.04 3.90 3.88 3.78 3.76 3.76 4.06 50대 이상 (13) 3.7 3.23 3.92 3.08 2.77 3.46 3.31 3.23 3.54 전략별 전략 (83) 4.0 4.04 4.17 3.84 3.89 3.84 3.75 3.80 4.06 4.02 유욕및 인근지역 (83) 4.0 4.04 4.17 3.84 3.89 3.84 3.75 3.80 4.06 4.07 4.17 4.17 4.18 4.19 4.19 4.13 4.10 4.10 4.10 4.10 4.10 4.10 4.10 4.10				3.96		3.81				3.41	3.92
20대 (55) 3.9 3.80 3.98 3.56 3.53 3.69 3.15 3.31 3.91 30대 (78) 4.2 4.15 4.12 3.94 4.19 4.13 4.06 3.99 4.22 40대 (49) 4.2 4.00 4.04 3.90 3.88 3.78 3.76 3.76 4.06 50대 이상 (13) 3.7 3.23 3.92 3.08 2.77 3.46 3.31 3.23 3.54 ***  ********************************					연령						
30대 (78) 4.2 4.15 4.12 3.94 4.19 4.13 4.06 3.99 4.22 40대 (49) 4.2 4.00 4.04 3.90 3.88 3.78 3.76 3.76 4.06 50대 이상 (13) 3.7 3.23 3.92 3.08 2.77 3.46 3.31 3.23 3.54	10대	(32)	3.6	3.69	4.13	3.34	3.56	3.72	3.16	3.25	3.78
30대 (78) 4.2 4.15 4.12 3.94 4.19 4.13 4.06 3.99 4.22 40대 (49) 4.2 4.00 4.04 3.90 3.88 3.78 3.76 3.76 4.06 50대 이상 (13) 3.7 3.23 3.92 3.08 2.77 3.46 3.31 3.23 3.54	20대	` ′	3.9	3.80	3.98	3.56	3.53	3.69	3.15	3.31	3.91
#인 (80) 4.1 3.88 4.10 3.63 3.75 4.03 3.68 3.78 3.76 4.06 약간 (27) 4.1 4.07 4.37 3.74 4.11 3.89 3.78 3.79 4.03 3.89 4.07 학생 (48) 4.0 3.94 3.90 3.67 3.86 3.37 3.88 3.78 3.66 4.00 학생 (48) 4.0 3.94 3.90 3.67 3.86 3.88 3.78 3.89 3.84 4.00 3.91 학생 (48) 3.91 4.04 4.17 3.84 3.89 3.84 3.75 3.80 4.06 4.06 전상적 (14) 3.8 3.95 3.67 3.80 3.67 3.80 3.67 3.80 3.67 3.80 3.67 3.80 4.06 4.07 3.79 3.67 3.80 3.67 3.80 3.67 3.80 3.67 3.80 3.67 3.80 3.67 3.80 4.06 4.07 3.79 4.00 3.98 3.83 3.84 3.75 3.80 4.06 4.07 4.07 4.07 4.07 4.07 4.07 4.07 4.07	30대		4.2	4.15	4.12	3.94	4.19	4.13	4.06	3.99	4.22
SO대 이상 (13) 3.7 3.23 3.92 3.08 2.77 3.46 3.31 3.23 3.54	40대	<u> </u>		4.00	4.04	3.90	3.88	3.78	3.76	3.76	4.06
LA 및 인근지역 (95) 4.1 3.91 4.04 3.64 3.77 3.85 3.52 3.46 4.02	50대 이상		3.7	3.23	3.92	3.08	2.77	3.46	3.31	3.23	3.54
뉴욕 및 인근지역 (83)		,			지역기	별					
시카고 및 인근지역 (49) 3.9 3.73 3.90 3.59 3.67 3.86 3.53 3.65 3.90 3.67 기 3.86 3.53 3.65 3.90 3.67 기 3.86 3.53 3.65 3.90 3.67 기 3.86 3.53 3.65 3.90 3.67 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.63 3.63 3.65 3.90 3.67 3.86 3.53 3.65 3.90 3.00 3.75 4.10 3.47 3.60 3.73 3.38 3.48 4.00 대졸 (120) 4.0 3.95 4.04 3.78 3.86 3.98 3.63 3.70 3.98 대학원 이상 (47) 4.3 4.04 4.04 3.81 3.87 3.68 3.81 3.62 4.11 3.88 4.10 3.63 3.75 4.03 3.68 3.81 3.62 4.11 3.40 4.07 4.37 3.74 4.11 3.89 3.78 3.89 4.37 3.40 4.00 3.94 3.90 3.65 3.46 3.35 3.23 3.06 3.79 무응답 (26) 3.4 3.53 3.63 3.47 3.79 3.95 3.32 3.84 3.74 3.74 3.74 3.74 3.74 3.74 3.74 3.7	LA 및 인근지역	(95)	4.1	3.91	4.04	3.64	3.77	3.85	3.52	3.46	4.02
고돌이하 (60) 3.9 3.75 4.10 3.47 3.60 3.73 3.38 3.48 4.00 대졸 (120) 4.0 3.95 4.04 3.78 3.86 3.98 3.63 3.70 3.98 대학원 이상 (47) 4.3 4.04 4.04 3.81 3.87 3.68 3.81 3.62 4.11 인종별 백인 (80) 4.1 3.88 4.10 3.63 3.75 4.03 3.68 3.89 4.37 최근패닉 (53) 4.2 4.02 4.13 3.94 4.00 3.98 3.85 3.85 4.13 아시아인 (48) 4.0 3.94 3.90 3.65 3.46 3.35 3.23 3.06 3.79 무응답 (26) 3.4 3.53 3.63 3.47 3.79 3.95 3.32 3.84 3.74 4.11 3.89 3.78 3.89 4.37 전멸병 사무·전문직 (135) 4.1 3.99 4.12 3.79 4.00 3.98 3.83 3.76 4.06 생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29 서비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동림어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 3.00 \$\sigma \chi \pi \pi \pi \pi \pi \pi \pi \pi \pi \p	뉴욕 및 인근지역	(83)	4.0	4.04	4.17	3.84	3.89	3.84	3.75	3.80	4.06
고졸이하 (60) 3.9 3.75 4.10 3.47 3.60 3.73 3.38 3.48 4.00 대졸 (120) 4.0 3.95 4.04 3.78 3.86 3.98 3.63 3.70 3.98 대학원이상 (47) 4.3 4.04 4.04 3.81 3.87 3.68 3.81 3.62 4.11 인종별 백인 (80) 4.1 3.88 4.10 3.63 3.75 4.03 3.68 3.80 3.89 4.37 최근패닉 (53) 4.2 4.02 4.13 3.94 4.00 3.98 3.85 3.85 4.13 이시아인 (48) 4.0 3.94 3.90 3.65 3.46 3.35 3.23 3.06 3.79 무응답 (26) 3.4 3.53 3.63 3.47 3.79 3.95 3.32 3.84 3.74 전문직 (135) 4.1 3.99 4.12 3.79 4.00 3.98 3.83 3.76 4.06 생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29 서비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동립어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 5.000\$     3.90 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3.00\$     3.92 3.60 3.79 3.64 3.71 3.59 3.20 3.22 3.68 5.000\$       3.000\$ 다만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3.00\$     3.92 3.60 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5.000\$       3.000\$ 다만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7.000\$     3.91 3.91 3.99 4.00 3.91 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.00 3.99 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7.000\$	시카고 및 인근지역	(49)	3.9	3.73	3.90	3.59	3.67	3.86	3.53	3.65	3.90
대졸 (120) 4.0 3.95 4.04 3.78 3.86 3.98 3.63 3.70 3.98 대학원 이상 (47) 4.3 4.04 4.04 3.81 3.87 3.68 3.81 3.62 4.11					학력기	별					
대학원 이상 (47) 4.3 4.04 4.04 3.81 3.87 3.68 3.81 3.62 4.11  민종별  백인 (80) 4.1 3.88 4.10 3.63 3.75 4.03 3.68 3.68 4.00 흑인 (27) 4.1 4.07 4.37 3.74 4.11 3.89 3.78 3.89 4.37  히스패닉 (53) 4.2 4.02 4.13 3.94 4.00 3.98 3.85 3.85 4.13 아시아인 (48) 4.0 3.94 3.90 3.65 3.46 3.35 3.23 3.06 3.79 무응답 (26) 3.4 3.53 3.63 3.47 3.79 3.95 3.32 3.84 3.74  지엄별  사무전문직 (135) 4.1 3.99 4.12 3.79 4.00 3.98 3.83 3.76 4.06 생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29 서비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동림어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.84 3.25 3.25 3.86  조무별  3,000\$ 이만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$ 이안 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 이안 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (63) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09	고졸 이하	(60)	3.9	3.75	4.10	3.47	3.60	3.73	3.38	3.48	4.00
백인 (80) 4.1 3.88 4.10 3.63 3.75 4.03 3.68 3.68 4.00 혹인 (27) 4.1 4.07 4.37 3.74 4.11 3.89 3.78 3.89 4.37 최스패닉 (53) 4.2 4.02 4.13 3.94 4.00 3.98 3.85 3.85 4.13 아시아인 (48) 4.0 3.94 3.90 3.65 3.46 3.35 3.23 3.06 3.79 무응답 (26) 3.4 3.53 3.63 3.47 3.79 3.95 3.32 3.84 3.74 전문적 (135) 4.1 3.99 4.12 3.79 4.00 3.98 3.83 3.76 4.06 생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29 서비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동립어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 5.000\$\sigma_7,000\$\sigma_PP (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.20 3.22 3.68 5.000\$\sigma_7,000\$\sigma_PP (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7.000\$\sigma_PP (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7.000\$\sigma_PP (28) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.80 4.09	대졸	(120)	4.0	3.95	4.04	3.78	3.86	3.98	3.63	3.70	3.98
백인 (80) 4.1 3.88 4.10 3.63 3.75 4.03 3.68 3.68 4.00 흑인 (27) 4.1 4.07 4.37 3.74 4.11 3.89 3.78 3.89 4.37 히스패닉 (53) 4.2 4.02 4.13 3.94 4.00 3.98 3.85 3.85 4.13 아시아인 (48) 4.0 3.94 3.90 3.65 3.46 3.35 3.23 3.06 3.79 무응답 (26) 3.4 3.53 3.63 3.47 3.79 3.95 3.32 3.84 3.74 전략별  사무·전문직 (135) 4.1 3.99 4.12 3.79 4.00 3.98 3.83 3.76 4.06 생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29 서비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동림어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$-5,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.20 3.22 3.68 5,000\$-7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09	대학원 이상	(47)	4.3	4.04	4.04	3.81	3.87	3.68	3.81	3.62	4.11
후인 (27) 4.1 4.07 4.37 3.74 4.11 3.89 3.78 3.89 4.37 히스패닉 (53) 4.2 4.02 4.13 3.94 4.00 3.98 3.85 3.85 4.13 아시아인 (48) 4.0 3.94 3.90 3.65 3.46 3.35 3.23 3.06 3.79 무응답 (26) 3.4 3.53 3.63 3.47 3.79 3.95 3.32 3.84 3.74 전문적 (135) 4.1 3.99 4.12 3.79 4.00 3.98 3.83 3.76 4.06 생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29 서비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동림어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 3.00%~5,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$~5,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09					인종	<b></b>					
허스패닉 (53) 4.2 4.02 4.13 3.94 4.00 3.98 3.85 3.85 4.13 아시아인 (48) 4.0 3.94 3.90 3.65 3.46 3.35 3.23 3.06 3.79 무응답 (26) 3.4 3.53 3.63 3.47 3.79 3.95 3.32 3.84 3.74 지역별 사무·전문직 (135) 4.1 3.99 4.12 3.79 4.00 3.98 3.83 3.76 4.06 생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29 서비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동림어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 3.00\$\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3.00\$\$ ~5,000\$\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$\$ 이상~10,000\$\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09	백인	(80)	4.1	3.88	4.10	3.63	3.75	4.03	3.68	3.68	4.00
아시아인 (48) 4.0 3.94 3.90 3.65 3.46 3.35 3.23 3.06 3.79 무응답 (26) 3.4 3.53 3.63 3.47 3.79 3.95 3.32 3.84 3.74 지무·전문직 (135) 4.1 3.99 4.12 3.79 4.00 3.98 3.83 3.76 4.06 생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29 서비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동립어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3.00\$ 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09	흑인	(27)	4.1	4.07	4.37	3.74	4.11	3.89	3.78	3.89	4.37
무응답 (26) 3.4 3.53 3.63 3.47 3.79 3.95 3.32 3.84 3.74  지역별  사무·전문직 (135) 4.1 3.99 4.12 3.79 4.00 3.98 3.83 3.76 4.06 생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29  서비스엄 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00  농림어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50  기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86  조득별  3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92  3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68  5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96  7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09	히스패닉	(53)	4.2	4.02	4.13	3.94	4.00	3.98	3.85	3.85	4.13
사무·전문직 (135) 4.1 3.99 4.12 3.79 4.00 3.98 3.83 3.76 4.06 생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29 서비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동림어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 소득별 3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$		(48)	4.0	3.94	3.90	3.65	3.46	3.35	3.23	3.06	3.79
사무·전문직 (135) 4.1 3.99 4.12 3.79 4.00 3.98 3.83 3.76 4.06 생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29 서비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동립어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 조득별 3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09	무응답	(26)	3.4	3.53	3.63	3.47	3.79	3.95	3.32	3.84	3.74
생산직 (14) 3.8 4.07 3.79 3.64 3.71 3.64 3.57 3.50 4.29 처비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동립어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 소득별 3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09					직업기	별					
서비스업 (8) 3.3 3.13 3.63 2.88 3.38 3.38 2.63 3.50 4.13 학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동림어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 소득별 3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09		(135)			4.12	3.79	4.00	3.98	3.83	3.76	4.06
학생 (40) 4.0 3.90 4.33 3.63 3.45 3.78 3.20 3.35 3.85 주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동립어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 조득별 3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09		(14)	3.8	4.07	3.79	3.64	3.71	3.64	3.57	3.50	4.29
주부 (5) 3.8 3.60 4.20 4.00 3.60 3.60 3.80 3.40 4.00 동립어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 조득별 3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09		(8)	3.3	3.13	3.63	2.88			2.63	3.50	4.13
동립어업/군인 (4) 3.5 3.50 2.50 3.00 3.75 3.50 2.75 3.25 3.50 기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 조득별 3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09		(40)		3.90	4.33	3.63	3.45	3.78	3.20	3.35	3.85
기타/무직 (21) 4.1 3.81 3.76 3.71 3.38 3.62 3.43 3.52 3.86 소득별  3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09	주부	(5)	3.8	3.60	4.20	4.00	3.60	3.60	3.80	3.40	4.00
조득별 3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09		(4)	3.5					3.50	2.75	3.25	3.50
3,000\$ 미만 (38) 3.9 3.61 3.84 3.42 3.55 3.95 3.32 3.45 3.92 3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09	기타/무직	(21)	4.1	3.81			3.38	3.62	3.43	3.52	3.86
3,000\$~5,000\$ 미만 (41) 3.5 3.66 3.90 3.66 3.51 3.59 3.20 3.22 3.68 5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09						<b>별</b>					
5,000\$~7,000\$ 미만 (28) 4.1 3.93 4.00 3.39 3.75 3.64 3.25 3.25 3.96 7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 4.1 3.91 4.09 3.81 3.96 3.83 3.91 3.89 4.09		` ′									
7,000\$ 이상~10,000\$ (53) 41 391 409 381 396 383 391 389 409		<u>`</u>									
1		(28)	4.1	3.93	4.00	3.39	3.75	3.64	3.25	3.25	3.96
		(53)	4.1	3.91	4.09	3.81	3.96	3.83	3.91	3.89	4.09
10,000\$ 이상 (67) 4.4 4.25 4.27 3.94 3.99 4.06 3.93 3.93 4.21	10,000\$ 이상	(67)	4.4	4.25	4.27	3.94	3.99	4.06	3.93	3.93	4.21

## □ 한국 동영상 콘텐츠 인식평가

귀하는 한국 TV프로그램에 대한 귀하의 의견을 말씀해 주십시오. (5점 척도)

단위: 명 & 5점 척도 기준

						급 적도 기단
구분	사례수	참신하다	재미있다	전문적이다	대중적이다	친근하다
		성별				
남성	(116)	3.89	4.08	4.00	3.97	3.75
여성	(111)	3.92	4.23	3.96	4.23	3.80
		연령				
10대	(32)	3.53	4.09	3.81	4.03	3.03
20대	(55)	3.62	4.15	3.75	4.04	3.60
30대	(78)	4.17	4.21	4.24	4.26	4.18
40대	(49)	4.06	4.16	4.02	4.06	3.96
50대 이상	(13)	3.85	4.00	3.69	3.77	3.23
		지역병	<b></b>			
LA 및 인근지역	(95)	3.87	4.22	4.02	4.25	3.87
뉴욕 및 인근지역	(83)	4.01	4.11	4.01	4.06	3.89
시카고 및 인근지역	(49)	3.78	4.10	3.86	3.88	3.39
		학력병	별			
고졸 이하	(60)	3.55	4.02	3.83	3.98	3.57
대졸	(120)	3.96	4.21	4.03	4.12	3.80
대학원 이상	(47)	4.21	4.19	4.04	4.21	3.98
		인종특	<u></u>			
백인	(80)	3.94	4.23	4.00	4.01	3.73
흑인	(27)	4.19	4.04	3.96	4.07	4.00
히스패닉	(53)	4.13	4.28	4.28	4.36	3.98
아시아인	(48)	3.60	4.08	3.69	4.06	3.56
무응답	(26)	3.47	3.84	3.84	3.89	3.63
		직업팀	<b></b>			
사무·전문직	(135)	4.06	4.13	4.02	4.12	3.97
생산직	(14)	3.93	4.14	4.07	4.07	3.64
서비스업	(8)	3.25	3.88	3.50	3.38	3.25
학생	(40)	3.65	4.33	3.90	4.23	3.43
주부	(5)	3.60	4.20	3.80	4.00	3.60
농림어업/군인	(4)	3.75	4.00	3.50	3.25	3.00
기타/무직	(21)	3.71	4.10	4.14	4.24	3.67
		소득특	<b></b>			
3,000\$ 미만	(38)	3.71	4.08	3.92	4.00	3.47
3,000\$~5,000\$ 미만	(41)	3.39	4.00	3.80	3.71	3.27
5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	3.93	4.25	3.89	4.14	3.57
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(53)	4.13	4.21	4.09	4.23	4.15
10,000\$ 이상	(67)	4.13	4.21	4.07	4.28	4.04

					21 4 5 4	
구분	사례수	많은 정보를 제공한다	세심하다	배우들은 멋있고 이쁘다	배우들은 연기력이 좋거나 노래를 잘한다	배우들은 이미 여러 장르에서 유명하다
		성별				
남성	(116)	3.72	3.87	4.01	4.09	3.75
여성	(111)	3.71	3.79	4.18	4.02	3.72
		연령				
10대	(32)	3.34	3.44	3.91	3.88	3.53
20대	(55)	3.49	3.60	4.18	4.11	3.55
30대	(78)	4.00	4.15	4.17	4.23	4.06
40대	(49)	3.73	3.84	4.08	3.92	3.65
50대 이상	(13)	3.77	3.85	3.77	3.69	3.38
		지역팀	1			
LA 및 인근지역	(95)	3.63	3.80	4.20	4.06	3.72
뉴욕 및 인근지역	(83)	3.87	3.94	4.02	4.06	3.84
시카고 및 인근지역	(49)	3.61	3.71	4.00	4.02	3.59
		학력병	1			
고졸 이하	(60)	3.57	3.57	3.85	3.95	3.62
대졸	(120)	3.75	3.93	4.26	4.11	3.77
대학원 이상	(47)	3.81	3.91	3.98	4.04	3.81
		인종빛	1		•	
백인	(80)	3.84	3.86	4.04	4.00	3.64
흑인	(27)	3.74	4.07	4.11	4.37	3.89
히스패닉	(53)	3.92	4.08	4.42	4.32	3.94
아시아인	(48)	3.31	3.44	4.02	3.77	3.52
무응답	(26)	3.58	3.68	3.58	3.79	3.89
		직업빛	直			
사무·전문직	(135)	3.87	3.99	4.09	4.07	3.84
생산직	(14)	3.29	3.29	3.86	4.00	3.79
서비스업	(8)	3.13	3.25	3.63	3.88	3.13
학생	(40)	3.40	3.68	4.25	4.15	3.63
주부	(5)	4.20	3.40	4.40	3.80	3.40
농림어업/군인	(4)	3.25	3.75	3.75	4.25	3.50
기타/무직	(21)	3.81	3.86	4.14	3.86	3.62
		소득빛	1			
3,000\$ 미만	(38)	3.71	3.61	4.05	4.03	3.47
3,000\$~5,000\$ 미만	(41)	3.29	3.41	4.15	3.95	3.49
5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	3.57	3.64	3.75	3.93	3.57
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(53)	3.79	4.00	4.15	4.02	3.91
10,000\$ 이상	(67)	3.97	4.16	4.18	4.21	3.97

#### □ 한국 동영상 콘텐츠 장르별 향후 시청 의향

귀하는 향후 한국 방송 프로그램(또는 동영상 콘텐츠)을 이용할 의향이 있으십니까? 장르별로 말씀해주세요.(5점 척도)

단위: 명 & 5점 척도 기준

							ι	211. 0	& 3심 식	11 / 11
구분	사례수	드라마	오락/버 라이어티	음악	패션/ 뷰티	게임	애-베앤	교양/교 육	스포츠	영화
			-1 1 1-1	성별				7		
남성	(116)	3.95	3.71	3.95	3.55	3.89	3.91	3.53	3.64	3.98
여성	(111)	4.17	3.89	3.93	3.76	3.47	3.61	3.39	3.10	4.02
10	(111)	,	2.03	연령		0117	5.01	0.05	0.10	
10대	(32)	3.56	3.53	3.78	3.28	3.38	3.44	2.59	2.81	3.75
20대	(55)	3.93	3.64	3.91	3.60	3.25	3.56	2.87	2.75	3.82
30대	(78)	4.33	4.09	4.15	3.90	4.19	4.15	4.06	3.95	4.24
40대	(49)	4.16	3.82	3.80	3.86	3.86	3.78	3.76	3.63	4.04
50대 이상	(13)	3.77	3.31	3.69	2.54	2.54	3.00	3.38	3.00	3.77
				지역기	별					
LA 및 인근지역	(95)	4.15	3.84	4.00	3.61	3.55	3.67	3.35	3.21	4.04
뉴욕 및 인근지역	(83)	3.99	3.94	4.08	3.78	3.88	3.80	3.61	3.64	4.01
시카고 및 인근지역	(49)	4.00	3.47	3.57	3.51	3.61	3.88	3.43	3.24	3.90
			1.	학력기	별		'		'	
고졸 이하	(60)	3.92	3.67	3.95	3.45	3.53	3.68	3.07	3.00	3.85
대졸	(120)	3.97	3.78	3.87	3.71	3.73	3.78	3.60	3.45	3.98
대학원 이상	(47)	4.47	4.02	4.11	3.77	3.77	3.81	3.62	3.66	4.26
				인종	별					
백인	(80)	4.14	3.78	3.91	3.48	3.79	3.89	3.61	3.56	3.95
흑인	(27)	4.15	3.81	4.22	3.89	4.33	4.00	3.96	3.70	4.30
히스패닉	(53)	4.26	4.09	4.09	4.11	3.92	4.13	3.70	3.62	4.25
아시아인	(48)	3.85	3.73	3.85	3.46	2.90	2.94	2.77	2.58	3.85
무응답	(26)	3.53	3.21	3.42	3.26	3.63	3.95	3.21	3.42	3.47
				직업기	별					
사무·전문직	(135)	4.20	3.90	4.07	3.75	3.86	3.87	3.79	3.64	4.08
생산직	(14)	3.93	3.64	3.86	3.71	3.57	3.64	3.36	3.43	3.71
서비스업	(8)	3.25	3.25	3.00	2.50	3.75	3.75	2.63	2.50	3.38
학생	(40)	3.95	3.73	4.00	3.55	3.18	3.45	2.73	2.75	3.85
주부	(5)	4.00	3.60	3.80	4.00	3.80	3.80	3.80	3.40	4.00
농림어업/군인	(4)	3.25	3.25	2.75	3.25	3.25	3.25	2.75	3.00	4.00
기타/무직	(21)	3.90	3.71	3.67	3.62	3.62	3.81	3.24	3.19	4.19
				소득	별					
3,000\$ 미만	(38)	3.95	3.47	3.58	3.11	3.55	3.74	3.03	2.97	3.97
3,000\$~5,000\$ 미만	(41)	3.66	3.59	3.76	3.49	3.44	3.51	2.95	2.95	3.73
5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	4.14	3.68	3.93	3.39	3.29	3.61	3.32	3.04	4.11
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(53)	4.21	3.89	4.15	3.91	3.94	3.91	3.81	3.60	4.11
10,000\$ 이상	(67)	4.21	4.09	4.09	3.97	3.87	3.88	3.81	3.82	4.04

## □ 비용 지불 없이 한국 콘텐츠 다운로드 경험 여부

귀하는 비용 지불 없이 한국 TV프로그램 또는 콘텐츠를 다운로드하여 시청한 경험이 있습니까?

단위: 명 & %

				인기: 당 🗴 70
구분	사례수	있음	없음	모르겠음
	Ż	성별		
남성	(116)	50.0	44.8	5.2
여성	(111)	41.4	50.5	8.1
	Ó	면령		
10대	(32)	25.0	53.1	21.9
20대	(55)	34.5	58.2	7.3
30대	(78)	66.7	29.5	3.8
40대	(49)	49.0	49.0	2.0
50대 이상	(13)	7.7	92.3	0.0
	지	역별		
LA 및 인근지역	(95)	45.3	46.3	8.4
뉴욕 및 인근지역	(83)	50.6	42.2	7.2
시카고 및 인근지역	(49)	38.8	59.2	2.0
	학	력별		
고졸 이하	(60)	36.7	48.3	15.0
대졸	(120)	48.3	47.5	4.2
대학원 이상	(47)	51.1	46.8	2.1
	인	종별		
백인	(80)	37.5	57.5	5.0
흑인	(27)	70.4	29.6	0.0
히스패닉	(53)	56.6	35.8	7.5
아시아인	(48)	29.2	58.3	12.5
무응답	(19)	57.9	36.8	5.3
	직	업별		
사무·전문직	(135)	54.8	42.2	3.0
생산직	(14)	50.0	42.9	7.1
서비스업	(8)	25.0	75.0	0.0
학생	(40)	22.5	55.0	22.5
주부	(5)	20.0	80.0	0.0
농림어업/군인	(4)	100.0	0.0	0.0
기타/무직	(21)	33.3	61.9	4.8
	소	득별		
3,000\$ 미만	(38)	23.7	63.2	13.2
3,000\$~5,000\$ 미만	(41)	31.7	61.0	7.3
5,000\$~7,000\$ 미만	(28)	28.6	67.9	3.6
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(53)	60.4	34.0	5.7
10,000\$ 이상	(67)	62.7	32.8	4.5

# 7) 국가 간 공동제작 방송프로그램 인식 평가

□ 국가 간 공동제작 방송프로그램 시청 경험 비율

귀하는 작년 한 해 국가 간 공동제작 또는 외국 원작을 리메이크한 방송프로그램을 시청한 경험이 있으십니까?

단위: 명 & %

7 H	기레스	61.0	A) A	
구분	사례수	있음	없음	모르겠음
		]별		
남성	(268)	46.3	39.6	14.2
여성	(332)	27.1	51.5	21.4
		<u></u> 명		
10대	(96)	20.8	46.9	32.3
20대	(129)	38.0	43.4	18.6
30대	(134)	60.4	27.6	11.9
40대	(127)	34.6	50.4	15.0
50대 이상	(114)	17.5	65.8	16.7
	지	역별		
LA 및 인근지역	(207)	35.7	43.0	21.3
뉴욕 및 인근지역	(216)	38.9	46.3	14.8
시카고 및 인근지역	(177)	31.6	49.7	18.6
	학 <sup>-</sup>	력별		
고졸 이하	(162)	30.9	45.7	23.5
대졸	(332)	33.7	49.4	16.9
대학원 이상	(105)	49.5	36.2	14.3
	인.	종별		
백인	(315)	30.8	52.7	16.5
흑인	(70)	44.3	37.1	18.6
히스패닉	(88)	51.1	35.2	13.6
아시아인	(70)	34.3	40.0	25.7
무응답	(8)	37.5	50.0	12.5
		업별		
사무·전문직	(315)	42.9	44.4	12.7
생산직	(35)	45.7	37.1	17.1
서비스업	(30)	26.7	36.7	36.7
학생	(108)	25.0	48.1	26.9
주부	(32)	12.5	65.6	21.9
농림어업/군인	(7)	57.1	42.9	0.0
기타/무직	(73)	27.4	50.7	21.9
		- 두별		-
3,000\$ 미만	(147)	20.4	55.8	23.8
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	27.9	51.4	20.7
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	31.5	47.8	20.7
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	47.1	41.2	11.8
10,000\$ 이상	(131)	51.9	34.4	13.7
.,	()	- '		

#### □ 시청경험 있는 국가 간 공동제작 방송프로그램 장르

귀하는 작년 한 해 국가 간 공동제작 또는 외국 원작을 귀하가 시청한 국가 간 공동제작 또는 외국 원작 리메이크 프로그램의 장르는 무엇입니까?(중복응답)

단위: 명 & 5점 척도 기준

사례수   관하   관하   관하   관하   관하   관하   관하   관								1211. C	0 C J E	식도 기군
남성 (76) 40.8 47.4 50.0 46.1 48.7 36.8 40.8 31.6 여성 (60) 75.0 56.7 46.7 38.3 31.7 30.0 20.0 21.7 전략 변경 (60) 75.0 56.7 46.7 38.3 31.7 30.0 20.0 21.7 전략 전략 전략 전략 전략 전략 전략 전략 전략 전략 전략 전략 전략	구분	사례수	드라마		영화	애니메이션	뉴스 /시사	다큐	스포츠	
남성 (76) 40.8 47.4 50.0 46.1 48.7 36.8 40.8 31.6 억성 (60) 75.0 56.7 46.7 38.3 31.7 30.0 20.0 21.7 연명  10대 (9) 11.1 44.4 55.6 67.7 33.3 22.2 22.2 22.2 22.2 20대 (30) 66.7 50.0 46.7 30.0 30.0 33.3 23.3 16.7 30대 (62) 56.5 51.6 40.3 48.4 41.9 35.5 24.2 25.8 40대 (32) 59.4 53.1 68.8 37.5 50.0 31.3 56.3 37.5 50대 이상 (3) 33.3 66.7 0.0 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 30대 이상 (3) 33.3 46.7 30.0 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 40.0 33.3 66.7 66.7 33.3 22.2 22.2 22.2 22.2 22.2 22.2 22				4-1-14			77 17 1			/11:4
변형 (60) 75.0 56.7 46.7 38.3 31.7 30.0 20.0 21.7 연형 (90) 11.1 44.4 55.6 66.7 33.3 22.2 22.2 22.2 20대 (30) 66.7 50.0 46.7 30.0 30.0 33.3 23.3 16.7 30대 (62) 56.5 51.6 40.3 48.4 41.9 35.5 24.2 25.8 40대 (32) 59.4 53.1 68.8 37.5 50.0 31.3 56.3 37.5 50대 이상 (3) 33.3 66.7 0.0 33.3 66.7 66.7 33.3 (60.7 66.7 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 66.7	<u></u> 난섯	(76)	40.8	47.4		46.1	48.7	36.8	40.8	31.6
10대 (9) 11.1 44.4 55.6 66.7 33.3 22.2 22.2 22.2 20대 (30) 66.7 50.0 46.7 30.0 30.0 33.3 23.3 16.7 30대 (62) 56.5 51.6 40.3 48.4 41.9 35.5 24.2 25.8 40대 (32) 59.4 53.1 68.8 37.5 50.0 31.3 56.3 37.5 50대 이상 (3) 33.3 66.7 0.0 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 33.3 66.7 67 67 33.3 66.7 67 49발 14.1 39.3 46.4 32.1 32.1 32.1 26.8 47 47 47 47 47 47 47 47 47 47 47 47 47		· · ·								
10대 (9) 11.1 44.4 55.6 66.7 33.3 22.2 22.2 22.2 20.2 20대 (30) 66.7 50.0 46.7 30.0 30.0 33.3 23.3 16.7 30대 (62) 56.5 51.6 40.3 48.4 41.9 35.5 24.2 25.8 40대 (32) 59.4 53.1 68.8 37.5 50.0 31.3 56.3 37.5 50대 이상 (3) 33.3 66.7 0.0 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 66.7	10	(00)	75.0	30.7		30.3	31.7	30.0	20.0	21.7
20대 (30) 66.7 50.0 46.7 30.0 30.0 33.3 23.3 16.7 30대 (62) 56.5 51.6 40.3 48.4 41.9 35.5 24.2 25.8 40대 (32) 59.4 53.1 68.8 37.5 50.0 31.3 56.3 37.5 50대 이상 (3) 33.3 66.7 0.0 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 66.7 10.0 33.3 10.0 10.0 35.0 10.0 35.0 10.0 35.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.0 10.0 1	10대	(9)	11.1	44.4		66.7	33.3	22.2	22.2	22.2
30대 (62) 56.5 51.6 40.3 48.4 41.9 35.5 24.2 25.8 40대 (32) 59.4 53.1 68.8 37.5 50.0 31.3 56.3 37.5 50대 이상 (3) 33.3 66.7 0.0 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 전략별  LA 및 인근지역 (52) 69.2 55.8 55.8 42.3 36.5 34.6 36.5 25.0 유욕및 인근지역 (56) 48.2 55.4 41.1 39.3 46.4 32.1 32.1 26.8 시카고 및 인근지역 (28) 46.4 35.7 50.0 50.0 39.3 35.7 21.4 32.1 26.8 시카고 및 인근지역 (28) 46.4 35.7 50.0 50.0 39.3 35.7 21.4 32.1 26.8 시카고 및 인근지역 (28) 46.4 35.7 50.0 50.0 39.3 35.7 21.4 32.1 26.8 시카고 및 인근지역 (28) 46.4 35.7 50.0 50.0 39.3 35.7 21.4 32.1 26.8 시카고 및 인근지역 (28) 46.4 35.7 50.0 60.0 46.9 43.8 34.4 31.3 37.5 만호텔 변역 (74) 54.1 47.3 45.9 39.2 39.2 32.4 31.1 25.7 대학원 이상 (32) 50.0 46.9 50.0 46.9 43.8 34.4 31.3 37.5 인증 별 변역 (50) 50.0 50.0 60.0 46.0 38.0 40.0 40.0 34.0 혹인 (22) 50.0 68.2 40.9 54.5 68.2 40.9 31.8 27.3 하스페닉 (33) 72.7 54.5 54.5 45.5 27.3 30.3 33.3 30.3 이사이인 (20) 45.0 50.0 35.0 10.0 35.0 20.0 15.0 10.0 무응답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 18.2 18.2 생산적 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스엄 (3) 100.0 33.3 33.3 30.0 66.7 66.7 0.0 33.3 33.3 30.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0	· ·					-				
40대 (32) 59.4 53.1 68.8 37.5 50.0 31.3 56.3 37.5 50대 이상 (3) 33.3 66.7 0.0 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 지역별  LA 및 인근지역 (52) 69.2 55.8 55.8 42.3 36.5 34.6 36.5 25.0 남욕 및 인근지역 (28) 46.4 35.7 50.0 50.0 39.3 35.7 21.4 32.1 32.1 32.1 32.1 32.1 32.1 32.1 32.1	· ·	_ ` /							l	
50대 이상 (3) 33.3 66.7 0.0 33.3 66.7 66.7 33.3 66.7 지역별  LA 및 인근지역 (56) 48.2 55.8 55.8 42.3 36.5 34.6 36.5 25.0 뉴욕 및 인근지역 (56) 48.2 55.4 41.1 39.3 46.4 32.1 32.1 26.8 시카고 및 인근지역 (28) 46.4 35.7 50.0 50.0 39.3 35.7 21.4 32.1 학력별  고존 이하 (30) 66.7 66.7 53.3 46.7 43.3 36.7 33.3 20.0 대중 (74) 54.1 47.3 45.9 39.2 39.2 32.4 31.1 25.7 대학원 이상 (32) 50.0 46.9 50.0 46.9 43.8 34.4 31.3 37.5 인종별  백인 (50) 50.0 50.0 68.2 40.9 54.5 68.2 40.9 31.8 27.3 36.3 30.3 33.3 30.3 9.4 0.0 40.0 40.0 34.0 후인 (22) 50.0 68.2 40.9 54.5 68.2 40.9 31.8 27.3 30.3 33.3 30.3 9.4 0.0 약원 (20) 45.0 50.0 35.0 10.0 35.0 20.0 15.0 10.0 무응답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 30.3 33.3 30.3 9.4 0.4 0.0 40.0 33.3 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 30.0 66.7 66.7 66.7 0.0 33.3 33.3 33.3 30.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 50.0 0.0 10.0 100.0 50.0 5	•	- ' -								
지역별  LA 및 인근지역 (52) 69.2 55.8 55.8 42.3 36.5 34.6 36.5 25.0 뉴욕 및 인근지역 (56) 48.2 55.4 41.1 39.3 46.4 32.1 32.1 26.8 시카고 및 인근지역 (28) 46.4 35.7 50.0 50.0 39.3 35.7 21.4 32.1 32.1 32.1 32.1 32.1 32.1 32.1 32.1	50대 이상	-							<del>                                     </del>	
LA 및 인근지역 (52) 69.2   55.8   55.8   42.3   36.5   34.6   36.5   25.0     뉴욕 및 인근지역 (56) 48.2   55.4   41.1   39.3   46.4   32.1   32.1   26.8     시카고 및 인근지역 (28) 46.4   35.7   50.0   50.0   39.3   35.7   21.4   32.1	, , , =									
마음 및 인근지역 (56) 48.2 55.4 41.1 39.3 46.4 32.1 32.1 26.8     시카고 및 인근지역 (28) 46.4 35.7 50.0 50.0 39.3 35.7 21.4 32.1     고졸 이하 (30) 66.7 66.7 53.3 46.7 43.3 36.7 33.3 20.0     대졸 (74) 54.1 47.3 45.9 39.2 39.2 32.4 31.1 25.7     대학원 이상 (32) 50.0 46.9 50.0 46.9 43.8 34.4 31.3 37.5     민종별	LA 및 인근지역	(52)	69.2	T		42.3	36.5	34.6	36.5	25.0
고졸이하 (30) 66.7 66.7 53.3 46.7 43.3 36.7 33.3 20.0 대졸 (74) 54.1 47.3 45.9 39.2 39.2 32.4 31.1 25.7 대학원 이상 (32) 50.0 46.9 50.0 46.9 43.8 34.4 31.3 37.5 인종별 백인 (50) 50.0 50.0 60.0 46.0 38.0 40.0 40.0 34.0 혹인 (22) 50.0 68.2 40.9 54.5 68.2 40.9 31.8 27.3 히스패닉 (33) 72.7 54.5 54.5 45.5 27.3 30.3 33.3 30.3 아시아인 (20) 45.0 50.0 35.0 10.0 35.0 20.0 15.0 10.0 무응답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 18.2 18.2 40.9 40.4 40.0 33.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 50.0 50.0 0.0 10.0 50.0 5	뉴욕 및 인근지역	(56)	48.2	55.4		39.3	46.4	32.1		26.8
고졸이하 (30) 66.7 66.7 53.3 46.7 43.3 36.7 33.3 20.0 대졸 (74) 54.1 47.3 45.9 39.2 39.2 32.4 31.1 25.7 대학원 이상 (32) 50.0 46.9 50.0 46.9 43.8 34.4 31.3 37.5 인종별 백인 (50) 50.0 50.0 60.0 46.0 38.0 40.0 40.0 34.0 흑인 (22) 50.0 68.2 40.9 54.5 68.2 40.9 31.8 27.3 히스패닉 (33) 72.7 54.5 54.5 45.5 27.3 30.3 33.3 30.3 아시아인 (20) 45.0 50.0 35.0 10.0 35.0 20.0 15.0 10.0 무응답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 18.2 18.2 4업별 사무-전문직 (93) 53.8 55.9 48.4 47.3 47.3 36.6 36.6 31.2 생산직 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 0.0 33.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0	시카고 및 인근지역	(28)	46.4	35.7	50.0	50.0	39.3	35.7	21.4	32.1
대출 (74) 54.1 47.3 45.9 39.2 39.2 32.4 31.1 25.7 대학원 이상 (32) 50.0 46.9 50.0 46.9 43.8 34.4 31.3 37.5 인종별 백인 (50) 50.0 50.0 60.0 46.0 38.0 40.0 40.0 34.0 후인 (22) 50.0 68.2 40.9 54.5 68.2 40.9 31.8 27.3 히스패닉 (33) 72.7 54.5 54.5 45.5 27.3 30.3 33.3 30.3 아시아인 (20) 45.0 50.0 35.0 10.0 35.0 20.0 15.0 10.0 무용답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 18.2 18.2 청산직 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 66.7 0.0 33.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0					학력별	1		1	'	
대학원 이상 (32) 50.0 46.9 50.0 46.9 43.8 34.4 31.3 37.5 인종별 백인 (50) 50.0 50.0 60.0 46.0 38.0 40.0 40.0 34.0 흑인 (22) 50.0 68.2 40.9 54.5 68.2 40.9 31.8 27.3 히스패닉 (33) 72.7 54.5 54.5 45.5 27.3 30.3 33.3 30.3 아시아인 (20) 45.0 50.0 35.0 10.0 35.0 20.0 15.0 10.0 무응답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 18.2 18.2 18.2 생산직 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 33.3 33.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0	고졸 이하	(30)	66.7	66.7	53.3	46.7	43.3	36.7	33.3	20.0
변인 (50) 50.0 50.0 60.0 46.0 38.0 40.0 40.0 34.0 혹인 (22) 50.0 68.2 40.9 54.5 68.2 40.9 31.8 27.3 히스패닉 (33) 72.7 54.5 54.5 45.5 27.3 30.3 33.3 30.3 아시아인 (20) 45.0 50.0 35.0 10.0 35.0 20.0 15.0 10.0 무응답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 18.2 18.2 지역별  사무·전문직 (93) 53.8 55.9 48.4 47.3 47.3 36.6 36.6 31.2 생산직 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 60.7 33.3 \$\frac{1}{2}\$\$ 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0 50.0	대졸	(74)	54.1	47.3	45.9	39.2	39.2	32.4	31.1	25.7
백인 (50) 50.0 50.0 60.0 46.0 38.0 40.0 40.0 34.0 후인 (22) 50.0 68.2 40.9 54.5 68.2 40.9 31.8 27.3 히스패닉 (33) 72.7 54.5 54.5 45.5 27.3 30.3 33.3 30.3 아시아인 (20) 45.0 50.0 35.0 10.0 35.0 20.0 15.0 10.0 무응답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 18.2 18.2 지역별  사무·전문직 (93) 53.8 55.9 48.4 47.3 47.3 36.6 36.6 31.2 생산직 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스엄 (3) 100.0 33.3 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 0.0 33.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0	대학원 이상	(32)	50.0	46.9	50.0	46.9	43.8	34.4	31.3	37.5
후인 (22) 50.0 68.2 40.9 54.5 68.2 40.9 31.8 27.3 히스패닉 (33) 72.7 54.5 54.5 45.5 27.3 30.3 33.3 30.3 아시아인 (20) 45.0 50.0 35.0 10.0 35.0 20.0 15.0 10.0 무응답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 18.2 18.2 지역별 사무·전문직 (93) 53.8 55.9 48.4 47.3 47.3 36.6 36.6 31.2 생산직 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 0.0 33.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0 50.0					인종별					
히스패닉 (33) 72.7 54.5 54.5 45.5 27.3 30.3 33.3 30.3 아시아인 (20) 45.0 50.0 35.0 10.0 35.0 20.0 15.0 10.0 무응답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 18.2 18.2 지막한 전문적 (93) 53.8 55.9 48.4 47.3 47.3 36.6 36.6 31.2 생산적 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 0.0 33.3 하생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0 50.0	백인	(50)	50.0	50.0	60.0	46.0	38.0	40.0	40.0	34.0
아시아인 (20) 45.0 50.0 35.0 10.0 35.0 20.0 15.0 10.0 무응답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 18.2 18.2 지역별  사무·전문직 (93) 53.8 55.9 48.4 47.3 47.3 36.6 36.6 31.2 생산직 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 0.0 33.3 화생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 50.0 100.0 50.0 50.0 50.	흑인	(22)	50.0	68.2	40.9	54.5	68.2	40.9	31.8	27.3
무응답 (11) 63.6 18.2 18.2 54.5 54.5 27.3 18.2 18.2 지역별  사무·전문직 (93) 53.8 55.9 48.4 47.3 47.3 36.6 36.6 31.2 생산직 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 0.0 33.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0 50.0	히스패닉	(33)	72.7	54.5	54.5	45.5	27.3	30.3	33.3	30.3
지무·전문직 (93) 53.8 55.9 48.4 47.3 47.3 36.6 36.6 31.2 생산직 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 0.0 33.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0 50.0		(20)	45.0	50.0	35.0	10.0	35.0	20.0	15.0	10.0
사무·전문직 (93) 53.8 55.9 48.4 47.3 47.3 36.6 36.6 31.2 생산직 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 0.0 33.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0 50.0	무응답	(11)	63.6	18.2	18.2	54.5	54.5	27.3	18.2	18.2
생산직 (9) 66.7 33.3 66.7 11.1 11.1 44.4 22.2 11.1 서비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 0.0 33.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0 50.0					직업별					
저비스업 (3) 100.0 33.3 33.3 0.0 66.7 66.7 0.0 33.3 학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 0.0 100.0 50.0 50.0 50.0		(93)	53.8	55.9	48.4	47.3	47.3	36.6	36.6	31.2
학생 (17) 47.1 41.2 47.1 41.2 17.6 11.8 11.8 23.5 주부 (2) 50.0 50.0 50.0 50.0 100.0 50.0 50.0 50.		(9)	66.7	33.3	66.7	11.1	11.1	44.4	22.2	11.1
주부 (2) 50.0 50.0 50.0 100.0 50.0 50.0 50.0 50.		(3)	100.0	33.3	33.3	0.0	66.7	66.7	0.0	33.3
동림어업/군인 (3) 66.7 0.0 0.0 33.3 33.3 33.3 33.3 0.0 기타/무직 (9) 66.7 66.7 55.6 55.6 33.3 22.2 33.3 11.1 소득별 3,000\$ 미만 (14) 71.4 42.9 50.0 50.0 21.4 35.7 21.4 14.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 45.0 40.0 35.0 20.0 35.0 35.0 20.0 20.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 53.3 46.7 60.0 33.3 26.7 40.0 33.3 13.3 7,000\$ 이상~10,000\$ (40) 57.5 60.0 45.0 50.0 42.5 45.0 30.0 27.5	, -	(17)	47.1	41.2	47.1	41.2	17.6	11.8	11.8	23.5
기타/무직 (9) 66.7 66.7 55.6 55.6 33.3 22.2 33.3 11.1 소득별  3,000\$ 미만 (14) 71.4 42.9 50.0 50.0 21.4 35.7 21.4 14.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 45.0 40.0 35.0 20.0 35.0 35.0 20.0 20.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 53.3 46.7 60.0 33.3 26.7 40.0 33.3 13.3 7,000\$ 이상~10,000\$ (40) 57.5 60.0 45.0 50.0 42.5 45.0 30.0 27.5									-	
3,000\$ 미만 (14) 71.4 42.9 50.0 50.0 21.4 35.7 21.4 14.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 45.0 40.0 35.0 20.0 35.0 35.0 20.0 20.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 53.3 46.7 60.0 33.3 26.7 40.0 33.3 13.3 7,000\$ 이상~10,000\$ (40) 57.5 60.0 45.0 50.0 42.5 45.0 30.0 27.5		(3)	66.7	0.0	0.0	33.3	33.3	33.3	33.3	0.0
3,000\$ 미만 (14) 71.4 42.9 50.0 50.0 21.4 35.7 21.4 14.3 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 45.0 40.0 35.0 20.0 35.0 35.0 20.0 20.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 53.3 46.7 60.0 33.3 26.7 40.0 33.3 13.3 7,000\$ 이상~10,000\$ (40) 57.5 60.0 45.0 50.0 42.5 45.0 30.0 27.5	기타/무직	(9)	66.7			55.6	33.3	22.2	33.3	11.1
3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 45.0 40.0 35.0 20.0 35.0 20.0 20.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 53.3 46.7 60.0 33.3 26.7 40.0 33.3 13.3 7,000\$ 이상~10,000\$ (40) 57.5 60.0 45.0 50.0 42.5 45.0 30.0 27.5										
5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 53.3 46.7 60.0 33.3 26.7 40.0 33.3 13.3 7,000\$ 이상~10,000\$ (40) 57.5 60.0 45.0 50.0 42.5 45.0 30.0 27.5	, , , ,	` ′								
7,000\$ 이상~10,000\$ (40) 57.5 60.0 45.0 50.0 42.5 45.0 30.0 27.5	, , , , , , =	· ′								
미만 (40) 57.5 60.0 45.0 50.0 42.5 45.0 30.0 27.5	, ,	(15)	53.3	46.7	60.0	33.3	26.7	40.0	33.3	13.3
10,000\$ 이상 (47) 55.3 53.2 53.2 46.8 53.2 21.3 40.4 38.3		(40)	57.5	60.0	45.0	50.0	42.5	45.0	30.0	27.5
	10,000\$ 이상	(47)	55.3	53.2	53.2	46.8	53.2	21.3	40.4	38.3

#### □ 국가 간 공동제작 방송프로그램에서 선호 요인(1순위 응답 기준)

귀하가 시청한 국가 간 공동제작 또는 외국 원작 리메이크 프로그램에서 좋았던 요소는 무엇입니까?(중복응답)

단위: 명 & %

당성 (76) 64.5 59.2 46.1 46.1 40.8 28.9 여성 (60) 65.0 63.3 56.7 48.3 48.3 46.7 연령 (76) 64.5 59.2 46.1 46.1 40.8 28.9 여성 (60) 65.0 63.3 56.7 48.3 48.3 46.7 연령 (76) 64.5 59.2 46.1 46.1 40.8 28.9 여성 (60) 65.0 63.3 56.7 48.3 48.3 46.7 연령 (76) 64.5 50.0 48.3 48.3 46.7 전령 (76) 64.5 50.0 48.4 54.8 38.7 40.0 (62) 69.4 64.5 50.0 48.4 54.8 38.7 40.0 (62) 69.4 64.5 50.0 48.4 54.8 38.7 40.0 (32) 65.6 65.6 50.0 40.6 40.6 43.8 50.0 0/4 64.5 50.0 0/4 64.6 40.6 43.8 50.0 0/4 64.5 50.0 0/4 64.6 40.6 43.8 50.0 0/4 64.5 50.0 0/4 64.6 40.6 43.8 50.0 0/4 64.5 50.0 0/4 64.6 40.6 43.8 50.0 0/4 64.5 50.0 0/4 64.6 40.6 43.8 50.0 0/4 64.5 50.0 0/4 64.6 40.6 43.8 50.0 0/4 64.5 50.0 0/4 64.6 40.6 43.8 50.0 0/4 64.5 50.0 0/4 64.6 40.6 43.8 50.0 0/4 64.5 50.0 0/4 64.6 40.6 43.8 50.0 0/4 64.5 50.0 0/4 64.6 40.6 60.7 32.1 0/4 72.2 0/2 72.0 0/4 72.0 0/4 72.0 0/4 72.0 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4 72.2 0/4							4	TI. 73 00 70
남성 (76) 64.5 59.2 46.1 46.1 40.8 28.9 여성 (60) 65.0 63.3 56.7 48.3 48.3 46.7 만경 생생 (60) 65.0 63.3 56.7 48.3 48.3 46.7 만경 생생 (60) 65.0 63.3 56.7 48.3 48.3 46.7 만경 생생 (60) 65.0 63.3 56.7 48.3 48.3 46.7 만경 (60) 60.0 53.3 50.0 33.3 26.7 30대 (62) 69.4 64.5 50.0 48.4 54.8 38.7 40대 (32) 65.6 65.6 65.6 50.0 40.6 40.6 43.8 50대 이상 (3) 33.3 66.7 33.3 100.0 33.3 33.3 33.3 70.0 33.3 33.3 70.0 33.3 33.3	구분	사례수	영상	스토리	연기자	외국문화	연출	음악
여성   (60)   65.0   63.3   56.7   48.3   48.3   46.7				성별				
10대 (9) 77.8 44.4 55.6 33.3 22.2 33.3 20대 (30) 53.3 53.3 53.3 50.0 33.3 26.7 30대 (62) 69.4 64.5 50.0 48.4 54.8 33.3 26.7 40대 (32) 65.6 65.6 56.6 50.0 40.6 40.6 43.8 50대 이상 (3) 33.3 66.7 33.3 100.0 33.3 33.3 33.3 742월	남성	(76)	64.5	59.2	46.1	46.1	40.8	28.9
10대 (9) 77.8 44.4 55.6 33.3 22.2 33.3 20대 (30) 53.3 53.3 53.3 53.3 50.0 33.3 26.7 30대 (62) 69.4 64.5 50.0 48.4 54.8 38.7 40대 (32) 65.6 65.6 50.0 40.6 40.6 40.6 43.8 50대 이상 (3) 33.3 66.7 33.3 100.0 33.3 33.3 33.3 50대 이상 (3) 33.3 66.7 33.3 100.0 33.3 33.3 33.3 50대 이상 (52) 63.5 63.5 55.8 51.9 36.5 46.2 가유 및 인근지역 (56) 64.3 64.3 44.6 44.6 60.7 32.1 시카고 및 인근지역 (28) 67.9 50.0 53.6 42.9 25.0 28.6 학리별 기관 기관 기관 기관 기관 기관 기관 기관 기관 기관 기관 기관 기관	여성	(60)	65.0	63.3	56.7	48.3	48.3	46.7
20대 (30) 53.3 53.3 53.3 50.0 33.3 26.7 30대 (62) 69.4 64.5 50.0 48.4 54.8 38.7 40대 (32) 65.6 65.6 50.0 40.6 40.6 43.8 50대 이상 (3) 33.3 66.7 33.3 10.0 33.3 33.3 33.3  ***********************				연령				
30대 (62) 69.4 64.5 50.0 48.4 54.8 38.7 40대 (32) 65.6 65.6 50.0 40.6 40.6 43.8 50대 이상 (3) 33.3 66.7 33.3 100.0 33.3 33.3 33.3	10대	(9)	77.8	44.4	55.6	33.3	22.2	33.3
40대 (32) 65.6 65.6 50.0 40.6 40.6 43.8 50대 이상 (3) 33.3 66.7 33.3 100.0 33.3 33.3 33.3 33.3 33.3 100.0 33.3 33.3	20대	(30)	53.3	53.3	53.3	50.0	33.3	26.7
SO대 이상 (3) 33.3 66.7 33.3 100.0 33.3 33.3 33.3 33.3 33.3 33.	30대	(62)	69.4	64.5	50.0	48.4	54.8	38.7
지역별  LA 및 인근지역 (52) 63.5 63.5 55.8 51.9 36.5 46.2	40대	(32)	65.6	65.6	50.0	40.6	40.6	43.8
LA 및 인근지역 (52) 63.5 63.5 55.8 51.9 36.5 46.2	50대 이상	(3)	33.3	66.7	33.3	100.0	33.3	33.3
규유 및 인근지역 (56) 64.3 64.3 44.6 44.6 60.7 32.1 시카고 및 인근지역 (28) 67.9 50.0 53.6 42.9 25.0 28.6 학력별  고졸 이하 (30) 66.7 43.3 43.3 53.3 43.3 40.0 대졸 (74) 64.9 67.6 54.1 51.4 43.2 33.8 대학원 이상 (32) 62.5 62.5 50.0 31.3 46.9 40.6 인종별  백인 (50) 66.0 64.0 60.0 52.0 40.0 46.0 후인 (22) 68.2 40.9 31.8 54.5 54.5 13.6 히스페닉 (33) 66.7 78.8 48.5 42.4 48.5 45.5 아시아인 (20) 60.0 55.0 55.0 45.0 25.0 20.0 무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 45.0 45.0 45.0 45.0 45.0 45.0 45.0 45.0				지역별				
지카고 및 인근지역 (28) 67.9 50.0 53.6 42.9 25.0 28.6 학력별  고졸 이하 (30) 66.7 43.3 43.3 53.3 43.3 40.0 대졸 (74) 64.9 67.6 54.1 51.4 43.2 33.8 대학원 이상 (32) 62.5 62.5 50.0 31.3 46.9 40.6  인종별  백인 (50) 66.0 64.0 60.0 52.0 40.0 46.0 후인 (22) 68.2 40.9 31.8 54.5 54.5 13.6 하스패닉 (33) 66.7 78.8 48.5 42.4 48.5 45.5 아시아인 (20) 60.0 55.0 55.0 45.0 25.0 20.0 무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5 45.5 45.5 45.5 45.5 45.5 45.5 45	LA 및 인근지역	(52)	63.5	63.5	55.8	51.9	36.5	46.2
작력별 고졸 이하 (30) 66.7 43.3 43.3 53.3 43.3 40.0 대졸 (74) 64.9 67.6 54.1 51.4 43.2 33.8 대학원 이상 (32) 62.5 62.5 50.0 31.3 46.9 40.6 인종별 백인 (50) 66.0 64.0 60.0 52.0 40.0 46.0 흑인 (22) 68.2 40.9 31.8 54.5 54.5 13.6 히스패닉 (33) 66.7 78.8 48.5 42.4 48.5 45.5 아시아인 (20) 60.0 55.0 55.0 45.0 25.0 20.0 무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5  작업별 사무-전문직 (93) 65.6 64.5 50.5 49.5 48.4 39.8 생산직 (9) 77.8 44.4 44.4 44.4 22.2 22.2 서비스업 (3) 33.3 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 0.0 학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 농림어업/군인 (3) 33.3 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4  소득별 3,000\$~5,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7	뉴욕 및 인근지역	(56)	64.3	64.3	44.6	44.6	60.7	32.1
고졸이하 (30) 66.7 43.3 43.3 53.3 43.3 40.0 대졸 (74) 64.9 67.6 54.1 51.4 43.2 33.8 대학원 이상 (32) 62.5 62.5 50.0 31.3 46.9 40.6 인종별 백인 (50) 66.0 64.0 60.0 52.0 40.0 46.0 후인 (22) 68.2 40.9 31.8 54.5 54.5 13.6 이스페닉 (33) 66.7 78.8 48.5 42.4 48.5 45.5 아시아인 (20) 60.0 55.0 55.0 45.0 25.0 20.0 무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 34.5 33.3 33.3 33.3 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7	시카고 및 인근지역	(28)	67.9	50.0	53.6	42.9	25.0	28.6
대출 (74) 64.9 67.6 54.1 51.4 43.2 33.8 대학원 이상 (32) 62.5 62.5 50.0 31.3 46.9 40.6 인종별  백인 (50) 66.0 64.0 60.0 52.0 40.0 46.0 후인 (22) 68.2 40.9 31.8 54.5 54.5 13.6 이스페닉 (33) 66.7 78.8 48.5 42.4 48.5 45.5 아시아인 (20) 60.0 55.0 55.0 45.0 25.0 20.0 무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.5 27.3 63.6 45.0 45.0 30.0 25.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5.0008~7,0008~1만 (14) 78.6 64.3 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,0008~5,0008~7,0008~1만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5.0008~7,0008~1만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0				학력별				
대학원 이상 (32) 62.5 62.5 50.0 31.3 46.9 40.6  인종별  백인 (50) 66.0 64.0 60.0 52.0 40.0 46.0 흑인 (22) 68.2 40.9 31.8 54.5 54.5 13.6 히스패닉 (33) 66.7 78.8 48.5 42.4 48.5 45.5 아시아인 (20) 60.0 55.0 55.0 45.0 25.0 20.0 무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5  지엄별  사무·전문직 (93) 65.6 64.5 50.5 49.5 48.4 39.8 생산직 (9) 77.8 44.4 44.4 44.4 22.2 22.2 서비스업 (3) 33.3 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 0.0 화생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 동립어업/군인 (3) 33.3 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4  소득별  3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$-5,000\$ 미만 (10) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$-7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	고졸 이하	(30)	66.7	43.3	43.3	53.3	43.3	40.0
백인 (50) 66.0 64.0 60.0 52.0 40.0 46.0 후인 (22) 68.2 40.9 31.8 54.5 54.5 13.6 히스페닉 (33) 66.7 78.8 48.5 42.4 48.5 45.5 아시아인 (20) 60.0 55.0 55.0 45.0 25.0 20.0 무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5 전염별 사무·전문직 (93) 65.6 64.5 50.5 49.5 48.4 39.8 생산직 (9) 77.8 44.4 44.4 44.4 22.2 22.2 서비스업 (3) 33.3 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 0.0 학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 동립어업/군인 (3) 33.3 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 0.0 71타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별 3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$ ~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	대졸	(74)	64.9	67.6	54.1	51.4	43.2	33.8
백인 (50) 66.0 64.0 60.0 52.0 40.0 46.0 후인 (22) 68.2 40.9 31.8 54.5 54.5 13.6 히스페닉 (33) 66.7 78.8 48.5 42.4 48.5 45.5 아시아인 (20) 60.0 55.0 55.0 45.0 25.0 20.0 무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5 전염별 사무·전문직 (93) 65.6 64.5 50.5 49.5 48.4 39.8 생산직 (9) 77.8 44.4 44.4 44.4 22.2 22.2 서비스업 (3) 33.3 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 66.7 0.0 학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 동립어업/군인 (3) 33.3 66.7 44.4 33.3 33.3 0.0 33.3 0.0 7]타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별 3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	대학원 이상	(32)	62.5	62.5	50.0	31.3	46.9	40.6
후인 (22) 68.2 40.9 31.8 54.5 54.5 13.6 히스패닉 (33) 66.7 78.8 48.5 42.4 48.5 45.5 아시아인 (20) 60.0 55.0 55.0 45.0 25.0 20.0 무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5 전업별  사무·전문직 (93) 65.6 64.5 50.5 49.5 48.4 39.8 생산직 (9) 77.8 44.4 44.4 44.4 22.2 22.2 22.2 서비스업 (3) 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 60.7 0.0 학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 동립어업/군인 (3) 33.3 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별  3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0				인종별				
히스페닉 (33) 66.7 78.8 48.5 42.4 48.5 45.5 아시아인 (20) 60.0 55.0 55.0 45.0 25.0 20.0 무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5 지역별  사무·전문직 (93) 65.6 64.5 50.5 49.5 48.4 39.8 생산직 (9) 77.8 44.4 44.4 44.4 42.2 22.2 22.2 서비스엄 (3) 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 66.7 0.0 학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 동립어업/군인 (3) 33.3 66.7 44.4 33.3 33.3 0.0 33.3 0.0 7]타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별  3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	백인	(50)	66.0	64.0	60.0	52.0	40.0	46.0
아시아인 (20) 60.0 55.0 55.0 45.0 25.0 20.0 무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5 지엄별  사무·전문직 (93) 65.6 64.5 50.5 49.5 48.4 39.8 생산직 (9) 77.8 44.4 44.4 44.4 22.2 22.2 44비스업 (3) 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 0.0 학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 50.0 동립어업/군인 (3) 33.3 66.7 44.4 33.3 33.3 0.0 33.3 0.0 71타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별  3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$-5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$-7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	흑인	(22)	68.2	40.9	31.8	54.5	54.5	13.6
무응답 (11) 54.5 45.5 45.5 27.3 63.6 45.5  지역별  사무·전문직 (93) 65.6 64.5 50.5 49.5 48.4 39.8 생산직 (9) 77.8 44.4 44.4 44.4 22.2 22.2 서비스엄 (3) 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 0.0 학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 농림어업/군인 (3) 33.3 66.7 33.3 0.0 33.3 0.0 기타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4  소득별  3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	히스패닉	(33)	66.7	78.8	48.5	42.4	48.5	45.5
지역별 사무·전문직 (93) 65.6 64.5 50.5 49.5 48.4 39.8 생산직 (9) 77.8 44.4 44.4 44.4 22.2 22.2 서비스업 (3) 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 0.0 학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 농림어업/군인 (3) 33.3 66.7 33.3 0.0 33.3 0.0 기타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4  소득별 3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	아시아인	(20)	60.0	55.0	55.0	45.0	25.0	20.0
사무·전문직 (93) 65.6 64.5 50.5 49.5 48.4 39.8 생산직 (9) 77.8 44.4 44.4 44.4 22.2 22.2 22.2 서비스업 (3) 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 0.0 학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 50.0 동림어업/군인 (3) 33.3 66.7 33.3 0.0 33.3 0.0 33.3 0.0 7]타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별 3,000\$~5,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	무응답	(11)	54.5	45.5	45.5	27.3	63.6	45.5
생산직 (9) 77.8 44.4 44.4 44.4 22.2 22.2 서비스업 (3) 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 0.0 학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 동림어업/군인 (3) 33.3 66.7 33.3 0.0 33.3 0.0 기타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별 3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0				직업별				
저비스업 (3) 33.3 33.3 66.7 66.7 66.7 0.0 학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 동립어업/군인 (3) 33.3 66.7 33.3 0.0 33.3 0.0 기타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별 3,000\$~5,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	사무·전문직	(93)	65.6	64.5	50.5	49.5	48.4	39.8
학생 (17) 64.7 58.8 58.8 52.9 35.3 35.3 주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 동립어업/군인 (3) 33.3 66.7 33.3 0.0 33.3 0.0 기타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별 3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	생산직	(9)	77.8	44.4	44.4	44.4	22.2	22.2
주부 (2) 50.0 100.0 100.0 0.0 50.0 50.0 농림어업/군인 (3) 33.3 66.7 33.3 0.0 33.3 0.0 기타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별 3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	서비스업	(3)	33.3	33.3	66.7	66.7	66.7	0.0
농림어업/군인 (3) 33.3 66.7 33.3 0.0 33.3 0.0 기타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별 3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0		(17)	64.7	58.8	58.8	52.9	35.3	35.3
기타/무직 (9) 66.7 44.4 33.3 33.3 33.3 44.4 소득별 3,000\$ 미만 (14) 78.6 64.3 64.3 21.4 28.6 57.1 3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0		(2)	50.0	100.0	100.0	0.0	50.0	50.0
소득별       3,000\$ 미만     (14)     78.6     64.3     64.3     21.4     28.6     57.1       3,000\$~5,000\$ 미만     (20)     60.0     55.0     45.0     45.0     30.0     25.0       5,000\$~7,000\$ 미만     (15)     40.0     60.0     46.7     40.0     53.3     46.7       7,000\$ 이상~10,000\$ 미만     (40)     62.5     57.5     50.0     47.5     55.0     40.0		(3)	33.3	66.7	33.3	0.0	33.3	0.0
소득별       3,000\$ 미만     (14)     78.6     64.3     64.3     21.4     28.6     57.1       3,000\$~5,000\$ 미만     (20)     60.0     55.0     45.0     45.0     30.0     25.0       5,000\$~7,000\$ 미만     (15)     40.0     60.0     46.7     40.0     53.3     46.7       7,000\$ 이상~10,000\$ 미만     (40)     62.5     57.5     50.0     47.5     55.0     40.0	기타/무직	(9)	66.7		33.3	33.3	33.3	44.4
3,000\$~5,000\$ 미만 (20) 60.0 55.0 45.0 45.0 30.0 25.0 5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0				소득별				
5,000\$~7,000\$ 미만 (15) 40.0 60.0 46.7 40.0 53.3 46.7 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	3,000\$ 미만	(14)	78.6	64.3	64.3	21.4	28.6	57.1
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (40) 62.5 57.5 50.0 47.5 55.0 40.0	3,000\$~5,000\$ 미만	(20)	60.0	55.0	45.0	45.0	30.0	25.0
	5,000\$~7,000\$ 미만	(15)	40.0	60.0	46.7	40.0	53.3	46.7
10,000\$ 이상 (47) 72.3 66.0 51.1 57.4 42.6 29.8		(40)	62.5	57.5	50.0	47.5	55.0	40.0
	10,000\$ 이상	(47)	72.3	66.0	51.1	57.4	42.6	29.8

#### □ 공동제작을 통한 방송프로그램 제작 기여

귀하는 국가 간 공동제작을 통해 더 좋은 방송 프로그램이 제작될 수 있다고 생각하십니까?

단위: 명 & %

				인기: 영 & %
구분	사례수	그렇다	그렇지 않다	모르겠음
	\.\.\.\.\.\.\.\.\.\.\.\.\.\.\.\.\.\.\.	별		
남성	(268)	57.5	18.7	23.9
여성	(332)	40.7	19.3	40.1
	Q.	련령		
10대	(96)	39.6	21.9	38.5
20대	(129)	49.6	15.5	34.9
30대	(134)	66.4	20.9	12.7
40대	(127)	48.0	15.7	36.2
50대 이상	(114)	32.5	21.9	45.6
	지	역별		
LA 및 인근지역	(207)	49.3	20.3	30.4
뉴욕 및 인근지역	(216)	50.9	17.6	31.5
시카고 및 인근지역	(177)	43.5	19.2	37.3
	학	력별		
고졸 이하	(162)	39.5	21.0	39.5
대졸	(332)	47.9	18.4	33.7
대학원 이상	(105)	62.9	18.1	19.0
무학	(1)	0.0	0.0	100.0
	인 <sup>.</sup>	종별		
백인	(315)	42.5	21.6	35.9
흑인	(70)	60.0	14.3	25.7
히스패닉	(88)	65.9	10.2	23.9
아시아인	(70)	48.6	14.3	37.1
기타	(8)	12.5	37.5	50.0
무응답	(49)	40.8	28.6	30.6
	직	업별		
사무·전문직	(315)	54.3	19.0	26.7
생산직	(35)	48.6	28.6	22.9
서비스업	(30)	36.7	6.7	56.7
학생	(108)	44.4	17.6	38.0
주부	(32)	34.4	28.1	37.5
농림어업/군인	(7)	57.1	28.6	14.3
기타/무직	(73)	37.0	16.4	46.6
	소	득별		
3,000\$ 미만	(147)	38.8	20.4	40.8
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	42.3	16.2	41.4
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	45.7	18.5	35.9
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	56.3	21.0	22.7
10,000\$ 이상	(131)	58.0	18.3	23.7

## □ 국가 간 공동제작의 자국 방송산업 기여도

# 귀하는 국가 간 공동제작이 방송 산업에 기여할 수 있다고 생각하십니까?

단위: 명 & %

구분         사례수         기여할수 있음         기여할수 없음         모르겠음           성별         성별           성理           (382)         48.5         17.5         34.0           (9층           (48.8)         17.5         34.0           (10대         (96)         44.8         20.8         34.4           20대         (129)         57.4         17.1         25.6           30대         (134)         73.9         15.7         10.4           40대         (127)         52.8         11.0         36.2           50대 이상         (114)         41.2         18.4         40.4           40世 (177)         51.7         20.8         27.5           뉴욕및 인근지역         (207)         51.7         20.8         27.5           뉴욕및 인근지역         (177)         54.8         13.6         31.6           3.16         18.1         22.3           시카고 및 인근지역         (177)         54.8         13.6         31.6           고출이하         (162)         48.8         16.7         34.6           대章         (177)         54					- 난위: 명 & % 
남성 (268) 63.1 14.9 22.0 여성 (332) 48.5 17.5 34.0 연량  10대 (96) 44.8 20.8 34.4 20대 (129) 57.4 17.1 25.6 30대 (134) 73.9 15.7 10.4 40대 (127) 52.8 11.0 36.2 50대 이상 (114) 41.2 18.4 40.4 40.4 전략별  LA 및 인근지역 (216) 58.3 14.4 27.3 14.6 27.3 14.7 및 인근지역 (216) 58.3 14.4 27.3 14.7 및 인근지역 (216) 58.8 13.6 31.6 대중 (332) 53.6 18.1 28.3 대학원 이상 (105) 69.5 10.5 20.0 무학 (1) 0.0 0.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 10	구분	사례수	기여할 수 있음	기여할 수 없음	모르겠음
여성   (332)   48.5   17.5   34.0		۲	j별		
10대	남성	(268)	63.1	14.9	22.0
10대 (96) 44.8 20.8 34.4 20대 (129) 57.4 17.1 25.6 30대 (134) 73.9 15.7 10.4 40대 (127) 52.8 11.0 36.2 50대 이상 (114) 41.2 18.4 40.4 시0대 지역별  LA 및 인근지역 (207) 51.7 20.8 27.5 뉴욕 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6 기가고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6 기가고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6 기가고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6 기가고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6 기가고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6 기가고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6 기가고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6 기가고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6 기가고 및 인근지역 (170) 64.8 16.7 34.6 대중 (332) 53.6 18.1 28.3 대학원 이상 (105) 69.5 10.5 20.0 만호텔 (105) 69.5 10.5 20.0 인증별 (105) 69.5 10.5 20.0 인증별 (105) 69.5 10.5 20.0 인증별 (105) 62.9 12.9 24.3 기가고 및 인근지역 (170) 62.9 12.9 24.3 기가고 및 인근지역 (170) 55.7 11.4 32.9 기타 (8) 25.0 25.0 50.0 무용답 (49) 42.9 26.5 30.6 무용답 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 적업별 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 적업별 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 적업별 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 적업별 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 적업별 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 적업별 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 적업별 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 적업별 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 적업별 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 적업별 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 적업별 (49) 42.9 26.5 30.6 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 25.7 기가고 및 20.0 26.5 20.0 25.0 25.0 25.0 25.0 25.0 25.0 25	여성	(332)	48.5	17.5	34.0
20대 (129) 57.4 17.1 25.6 30대 (134) 73.9 15.7 10.4 40대 (127) 52.8 11.0 36.2 50대 이상 (114) 41.2 18.4 40.4		Q.	현령		
30대 (134) 73.9 15.7 10.4 40대 (127) 52.8 11.0 36.2 50대 이상 (114) 41.2 18.4 40.4	10대	(96)	44.8	20.8	34.4
40대 (127) 52.8 11.0 36.2 50대 이상 (114) 41.2 18.4 40.4  지역별  LA 및 인근지역 (207) 51.7 20.8 27.5 뉴욕및 인근지역 (216) 58.3 14.4 27.3 시카고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6  고존 이하 (162) 48.8 16.7 34.6 대존 (332) 53.6 18.1 28.3 대학원 이상 (105) 69.5 10.5 20.0 무학 (1) 0.0 0.0 100.0  만족별  백인 (315) 52.7 17.8 29.5 후인 (70) 62.9 12.9 24.3 히스패닉 (88) 65.9 11.4 22.7 아시아인 (70) 55.7 11.4 32.9 기타 (8) 25.0 25.0 50.0 무응답 (49) 42.9 26.5 30.6  지역별  사무 전문직 (315) 61.6 15.2 23.2 생산직 (35) 54.3 20.0 25.7 서비스업 (30) 50.0 6.7 43.3 학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 농립어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1 소득별  3,0008 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,0008 이상~10,0008 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 5,0008~7,0008 미만 (111) 49.5 12.6 37.8 5,0008~7,0008 미만 (92) 51.1 17.4 31.5	20대	(129)	57.4	17.1	25.6
SO대 이상 (114) 41.2 18.4 40.4  지역별  LA 및 인근지역 (207) 51.7 20.8 27.5  뉴욕 및 인근지역 (216) 58.3 14.4 27.3  시카고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6	30대	(134)	73.9	15.7	10.4
지역별  LA 및 인근지역 (207) 51.7 20.8 27.5	40대	(127)	52.8	11.0	36.2
대유 및 인근지역 (207) 51.7 20.8 27.5 뉴욕 및 인근지역 (216) 58.3 14.4 27.3   시카고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6   **학병별***  고졸 이하 (162) 48.8 16.7 34.6  대졸 (332) 53.6 18.1 28.3  대학원 이상 (105) 69.5 10.5 20.0  무학 (1) 0.0 0.0 100.0	50대 이상	(114)	41.2	18.4	40.4
뉴욕 및 인근지역		지	- 역별		
지카고 및 인근지역 (177) 54.8 13.6 31.6 31.6 31.6 34.6 대출 (162) 48.8 16.7 34.6 대출 (332) 53.6 18.1 28.3 대학원 이상 (105) 69.5 10.5 20.0 무학 (1) 0.0 0.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 12.9 12.9 24.3 11.4 22.7 11.4 32.9 12.9 12.9 24.3 11.4 22.7 11.4 32.9 11.4 22.7 11.4 32.9 11.4 22.7 11.4 32.9 11.4 22.7 11.4 32.9 11.4 22.7 11.4 32.9 11.4 22.7 11.4 32.9 11.4 22.5 12.6 30.6 10.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 10	LA 및 인근지역	(207)	51.7	20.8	27.5
작력별  고졸 이하 (162) 48.8 16.7 34.6 대졸 (332) 53.6 18.1 28.3 대학원 이상 (105) 69.5 10.5 20.0 무학 (1) 0.0 0.0 100.0	뉴욕 및 인근지역	(216)	58.3	14.4	27.3
고졸이하 (162) 48.8 16.7 34.6 대졸 (332) 53.6 18.1 28.3 대학원 이상 (105) 69.5 10.5 20.0 무학 (1) 0.0 0.0 100.0	시카고 및 인근지역	(177)	54.8	13.6	31.6
대출 (332) 53.6 18.1 28.3 대학원 이상 (105) 69.5 10.5 20.0 무학 (1) 0.0 0.0 100.0		학	- 력별		
대학원 이상 (105) 69.5 10.5 20.0 무학 (1) 0.0 0.0 100.0	고졸 이하	(162)	48.8	16.7	34.6
무학 (1) 0.0 0.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 100.0 10	대졸	(332)	53.6	18.1	28.3
변인 (315) 52.7 17.8 29.5 후인 (70) 62.9 12.9 24.3 히스패닉 (88) 65.9 11.4 22.7 아시아인 (70) 55.7 11.4 32.9 기타 (8) 25.0 25.0 50.0 무응답 (49) 42.9 26.5 30.6 전설병 기사무전문적 (315) 61.6 15.2 23.2 생산직 (35) 54.3 20.0 25.7 서비스업 (30) 50.0 6.7 43.3 학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 동림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1 소득병 3,000\$\$-5,000\$\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$\$-7,000\$\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$\$ 이상~10,000\$\$ 미만 (119) 67.2 15.1 17.6	대학원 이상	(105)	69.5	10.5	20.0
백인 (315) 52.7 17.8 29.5 흑인 (70) 62.9 12.9 24.3 히스페닉 (88) 65.9 11.4 22.7 아시아인 (70) 55.7 11.4 32.9 기타 (8) 25.0 25.0 50.0 무응답 (49) 42.9 26.5 30.6 전설병 사무·전문직 (315) 61.6 15.2 23.2 생산직 (35) 54.3 20.0 25.7 서비스업 (30) 50.0 6.7 43.3 학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 농림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1 소득별 3,000\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 49.5 12.6 37.8 5,000\$~7,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1 17.6	무학	(1)	0.0	0.0	100.0
후인 (70) 62.9 12.9 24.3 히스패닉 (88) 65.9 11.4 22.7 아시아인 (70) 55.7 11.4 32.9 기타 (8) 25.0 25.0 50.0 무응답 (49) 42.9 26.5 30.6  지역별 사무·전문직 (315) 61.6 15.2 23.2 생산직 (35) 54.3 20.0 25.7 서비스업 (30) 50.0 6.7 43.3 학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 농림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1  소득별  3,000\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 49.5 12.6 37.8 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1		인	종별		
히스패닉 (88) 65.9 11.4 22.7 아시아인 (70) 55.7 11.4 32.9 기타 (8) 25.0 25.0 50.0 무응답 (49) 42.9 26.5 30.6 전염별 사무·전문직 (315) 61.6 15.2 23.2 생산직 (35) 54.3 20.0 25.7 서비스업 (30) 50.0 6.7 43.3 학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 농림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1 소득별 3,000\$~10.00\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1 17.6	백인	(315)	52.7	17.8	29.5
아시아인 (70) 55.7 11.4 32.9 기타 (8) 25.0 25.0 50.0 무응답 (49) 42.9 26.5 30.6  지엄별  사무·전문직 (315) 61.6 15.2 23.2 생산직 (35) 54.3 20.0 25.7 서비스업 (30) 50.0 6.7 43.3 학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 농림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1  소득별  3,000\$~5,000\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1 17.6	흑인	(70)	62.9	12.9	24.3
기타 (8) 25.0 25.0 50.0 무응답 (49) 42.9 26.5 30.6 지엄별  사무·전문직 (315) 61.6 15.2 23.2 생산직 (35) 54.3 20.0 25.7 서비스업 (30) 50.0 6.7 43.3 학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 동림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1 소득별  3,000\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 49.5 12.6 37.8 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1 17.6	히스패닉	(88)	65.9	11.4	22.7
무응답 (49) 42.9 26.5 30.6  지역별  사무·전문직 (315) 61.6 15.2 23.2  생산직 (35) 54.3 20.0 25.7  서비스업 (30) 50.0 6.7 43.3  학생 (108) 52.8 17.6 29.6  주부 (32) 31.3 28.1 40.6  동림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6  기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1  소득별  3,000\$ 이만 (147) 43.5 19.7 36.7  3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 49.5 12.6 37.8  5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5  7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1	아시아인	(70)	55.7	11.4	32.9
지역별 사무·전문직 (315) 61.6 15.2 23.2 생산직 (35) 54.3 20.0 25.7 서비스업 (30) 50.0 6.7 43.3 학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 농림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1 소득별 3,000\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 49.5 12.6 37.8 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1	기타	(8)	25.0	25.0	50.0
사무·전문직 (315) 61.6 15.2 23.2 생산직 (35) 54.3 20.0 25.7 서비스업 (30) 50.0 6.7 43.3 학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 동림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1 소득별 3,000\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 49.5 12.6 37.8 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1	무응답	(49)	42.9	26.5	30.6
생산직 (35) 54.3 20.0 25.7 서비스업 (30) 50.0 6.7 43.3 학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 동림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1 소득별 3,000\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$-5,000\$ 미만 (111) 49.5 12.6 37.8 5,000\$-7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1		직	업별		
저비스업 (30) 50.0 6.7 43.3 학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 동림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1 소득별  3,000\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 49.5 12.6 37.8 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1 17.6	사무·전문직	(315)	61.6	15.2	23.2
학생 (108) 52.8 17.6 29.6 주부 (32) 31.3 28.1 40.6 동림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1		(35)	54.3	20.0	25.7
주부 (32) 31.3 28.1 40.6 농림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1 소득별 3,000\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 49.5 12.6 37.8 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1 17.6	서비스업	(30)	50.0	6.7	43.3
동림어업/군인 (7) 57.1 14.3 28.6 기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1		(108)	52.8	17.6	29.6
기타/무직 (73) 42.5 16.4 41.1	주부	(32)	31.3	28.1	40.6
소득별       3,000\$ 미만     (147)     43.5     19.7     36.7       3,000\$~5,000\$ 미만     (111)     49.5     12.6     37.8       5,000\$~7,000\$ 미만     (92)     51.1     17.4     31.5       7,000\$ 이상~10,000\$ 미만     (119)     67.2     15.1     17.6	농림어업/군인	(7)	57.1	14.3	28.6
3,000\$ 미만 (147) 43.5 19.7 36.7 3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 49.5 12.6 37.8 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1 17.6	기타/무직	(73)	42.5	16.4	41.1
3,000\$~5,000\$ 미만 (111) 49.5 12.6 37.8 5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1 17.6		소	두별		
5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 51.1 17.4 31.5 7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1 17.6	3,000\$ 미만	(147)	43.5	19.7	36.7
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만 (119) 67.2 15.1 17.6	3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	49.5	12.6	37.8
	5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	51.1	17.4	31.5
10,000\$ 이상 (131) 64.1 16.0 19.8		(119)	67.2	15.1	17.6
	10,000\$ 이상	(131)	64.1	16.0	19.8

#### □ 국가 간 공동제작 방송프로그램 제작 적합 장르(1순위 응답 기준)

국가 간 공동제작 프로그램에 적합하다고 생각하는 장르는 무엇이라 생각하십니까?(중복응답)

단위: 명 & %

구분         사례수         영화         드라마         다큐         오락 (ਸ라아이터)         뉴슈 (기사사         예나하면 (기사사         교양/교육         스포츠           남성         (268)         54.5         47.0         43.7         41.4         38.4         41.4         35.1         35.4           여성         (332)         57.2         59.9         48.8         47.6         38.0         34.6         36.1         24.4           연량           10대         (96)         55.2         46.9         39.6         47.9         29.2         31.3         30.2         24.0           20대         (129)         56.6         56.6         44.2         45.0         34.1         41.1         36.4         28.7           30대         (134)         55.2         56.7         39.6         43.3         37.3         44.8         32.1         30.6           40대         (127)         55.9         63.0         51.2         44.1         40.9         32.3         33.1         33.9           50대 이상         (114)         57.0         44.7         57.9         44.7         48.2         36.8         46.5         28.1           LA 및 인근지역         (216)         52
남성 (268) 54.5 47.0 43.7 41.4 38.4 41.4 35.1 35.4 억성 (332) 57.2 59.9 48.8 47.6 38.0 34.6 36.1 24.4 전형 (332) 57.2 59.9 48.8 47.6 38.0 34.6 36.1 24.4 전형 (96) 55.2 46.9 39.6 47.9 29.2 31.3 30.2 24.0 20대 (129) 56.6 56.6 44.2 45.0 34.1 41.1 36.4 28.7 30대 (134) 55.2 56.7 39.6 43.3 37.3 44.8 32.1 30.6 40대 (127) 55.9 63.0 51.2 44.1 40.9 32.3 33.1 33.9 50대 이상 (114) 57.0 44.7 57.9 44.7 48.2 36.8 46.5 28.1 지역별 지수의 (207) 59.4 55.6 44.9 45.9 32.9 37.7 28.5 28.5 두욕및 인근지역 (216) 52.8 51.9 44.0 44.9 43.5 37.5 38.4 32.4 시카고 및 인근지역 (177) 55.9 55.4 51.4 43.5 37.9 37.9 40.7 26.6 학력별 고졸 이하 (162) 55.6 54.9 38.9 50.6 37.0 38.9 31.5 27.8 대졸 (332) 56.3 52.1 48.5 41.9 36.7 38.0 34.9 29.5 대학원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4 무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0 0
남성 (268) 54.5 47.0 43.7 41.4 38.4 41.4 35.1 35.4 여성 (332) 57.2 59.9 48.8 47.6 38.0 34.6 36.1 24.4 연령  10대 (96) 55.2 46.9 39.6 47.9 29.2 31.3 30.2 24.0 20대 (129) 56.6 56.6 44.2 45.0 34.1 41.1 36.4 28.7 30대 (134) 55.2 56.7 39.6 43.3 37.3 44.8 32.1 30.6 40대 (127) 55.9 63.0 51.2 44.1 40.9 32.3 33.1 33.9 50대 이상 (114) 57.0 44.7 57.9 44.7 48.2 36.8 46.5 28.1
역성 (332) 57.2 59.9 48.8 47.6 38.0 34.6 36.1 24.4
변형 10대 (96) 55.2 46.9 39.6 47.9 29.2 31.3 30.2 24.0 20대 (129) 56.6 56.6 44.2 45.0 34.1 41.1 36.4 28.7 30대 (134) 55.2 56.7 39.6 43.3 37.3 44.8 32.1 30.6 40대 (127) 55.9 63.0 51.2 44.1 40.9 32.3 33.1 33.9 50대 이상 (114) 57.0 44.7 57.9 44.7 48.2 36.8 46.5 28.1  지역별  LA 및 인근지역 (207) 59.4 55.6 44.9 45.9 32.9 37.7 28.5 28.5 뉴욕 및 인근지역 (216) 52.8 51.9 44.0 44.9 43.5 37.5 38.4 32.4 시카고 및 인근지역 (177) 55.9 55.4 51.4 43.5 37.9 37.9 40.7 26.6  학력별  고졸 이하 (162) 55.6 54.9 38.9 50.6 37.0 38.9 31.5 27.8 대졸 (332) 56.3 52.1 48.5 41.9 36.7 38.0 34.9 29.5 대학원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4 무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0
20대 (129) 56.6 56.6 44.2 45.0 34.1 41.1 36.4 28.7 30대 (134) 55.2 56.7 39.6 43.3 37.3 44.8 32.1 30.6 40대 (127) 55.9 63.0 51.2 44.1 40.9 32.3 33.1 33.9 50대 이상 (114) 57.0 44.7 57.9 44.7 48.2 36.8 46.5 28.1 지역별  LA 및 인근지역 (207) 59.4 55.6 44.9 45.9 32.9 37.7 28.5 28.5 뉴욕 및 인근지역 (216) 52.8 51.9 44.0 44.9 43.5 37.5 38.4 32.4 시카고 및 인근지역 (177) 55.9 55.4 51.4 43.5 37.9 37.9 40.7 26.6 학력별  고졸 이하 (162) 55.6 54.9 38.9 50.6 37.0 38.9 31.5 27.8 대졸 (332) 56.3 52.1 48.5 41.9 36.7 38.0 34.9 29.5 대학원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4 무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0 0
30대 (134) 55.2 56.7 39.6 43.3 37.3 44.8 32.1 30.6 40대 (127) 55.9 63.0 51.2 44.1 40.9 32.3 33.1 33.9 50대 이상 (114) 57.0 44.7 57.9 44.7 48.2 36.8 46.5 28.1 지역별  LA 및 인근지역 (207) 59.4 55.6 44.9 45.9 32.9 37.7 28.5 28.5 뉴욕 및 인근지역 (216) 52.8 51.9 44.0 44.9 43.5 37.5 38.4 32.4 시카고 및 인근지역 (177) 55.9 55.4 51.4 43.5 37.9 37.9 40.7 26.6 학력별  고졸 이하 (162) 55.6 54.9 38.9 50.6 37.0 38.9 31.5 27.8 대졸 (332) 56.3 52.1 48.5 41.9 36.7 38.0 34.9 29.5 대화원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4 무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0 0
40대 (127) 55.9 63.0 51.2 44.1 40.9 32.3 33.1 33.9 50대 이상 (114) 57.0 44.7 57.9 44.7 48.2 36.8 46.5 28.1 지역별  LA 및 인근지역 (207) 59.4 55.6 44.9 45.9 32.9 37.7 28.5 28.5 가욕 및 인근지역 (216) 52.8 51.9 44.0 44.9 43.5 37.5 38.4 32.4 시카고 및 인근지역 (177) 55.9 55.4 51.4 43.5 37.9 37.9 40.7 26.6 학력별  고졸 이하 (162) 55.6 54.9 38.9 50.6 37.0 38.9 31.5 27.8 대졸 (332) 56.3 52.1 48.5 41.9 36.7 38.0 34.9 29.5 대학원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4 무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0 0
50대 이상 (114) 57.0 44.7 57.9 44.7 48.2 36.8 46.5 28.1 지역별  LA 및 인근지역 (207) 59.4 55.6 44.9 45.9 32.9 37.7 28.5 28.5 뉴욕 및 인근지역 (216) 52.8 51.9 44.0 44.9 43.5 37.5 38.4 32.4 시카고 및 인근지역 (177) 55.9 55.4 51.4 43.5 37.9 37.9 40.7 26.6 학력별  고졸 이하 (162) 55.6 54.9 38.9 50.6 37.0 38.9 31.5 27.8 대졸 (332) 56.3 52.1 48.5 41.9 36.7 38.0 34.9 29.5 대학원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4 무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0
지역별  LA 및 인근지역 (207) 59.4 55.6 44.9 45.9 32.9 37.7 28.5 28.5  뉴욕 및 인근지역 (216) 52.8 51.9 44.0 44.9 43.5 37.5 38.4 32.4  시카고 및 인근지역 (177) 55.9 55.4 51.4 43.5 37.9 37.9 40.7 26.6  학력별  고졸 이하 (162) 55.6 54.9 38.9 50.6 37.0 38.9 31.5 27.8  대졸 (332) 56.3 52.1 48.5 41.9 36.7 38.0 34.9 29.5  대학원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4  무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0
LA 및 인근지역     (207)     59.4     55.6     44.9     45.9     32.9     37.7     28.5     28.5       뉴욕 및 인근지역     (216)     52.8     51.9     44.0     44.9     43.5     37.5     38.4     32.4       시카고 및 인근지역     (177)     55.9     55.4     51.4     43.5     37.9     37.9     40.7     26.6       학력별       고졸 이하     (162)     55.6     54.9     38.9     50.6     37.0     38.9     31.5     27.8       대졸     (332)     56.3     52.1     48.5     41.9     36.7     38.0     34.9     29.5       대학원 이상     (105)     56.2     59.0     52.4     44.8     43.8     35.2     44.8     31.4       무학     (1)     0.0     100.0     0.0     100.0     100.0     0.0     0.0     0.0
뉴욕 및 인근지역 (216) 52.8 51.9 44.0 44.9 43.5 37.5 38.4 32.4 시카고 및 인근지역 (177) 55.9 55.4 51.4 43.5 37.9 37.9 40.7 26.6 학력별  고졸 이하 (162) 55.6 54.9 38.9 50.6 37.0 38.9 31.5 27.8 대졸 (332) 56.3 52.1 48.5 41.9 36.7 38.0 34.9 29.5 대학원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4 무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0 0
시카고 및 인근지역 (177) 55.9 55.4 51.4 43.5 37.9 37.9 40.7 26.6 학력별  고졸 이하 (162) 55.6 54.9 38.9 50.6 37.0 38.9 31.5 27.8 대졸 (332) 56.3 52.1 48.5 41.9 36.7 38.0 34.9 29.5 대학원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4 무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0 0
학력별       고졸 이하     (162)     55.6     54.9     38.9     50.6     37.0     38.9     31.5     27.8       대졸     (332)     56.3     52.1     48.5     41.9     36.7     38.0     34.9     29.5       대학원 이상     (105)     56.2     59.0     52.4     44.8     43.8     35.2     44.8     31.4       무학     (1)     0.0     100.0     0.0     100.0     100.0     0.0     0.0     0.0       인종별
고졸이하 (162) 55.6 54.9 38.9 50.6 37.0 38.9 31.5 27.8 대졸 (332) 56.3 52.1 48.5 41.9 36.7 38.0 34.9 29.5 대학원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4 무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0 0
대졸 (332) 56.3 52.1 48.5 41.9 36.7 38.0 34.9 29.5 대학원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4 무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0 0
대학원 이상 (105) 56.2 59.0 52.4 44.8 43.8 35.2 44.8 31.4 무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0 0
무학 (1) 0.0 100.0 0.0 100.0 100.0 0.0 0.0 0.0 0
인종별
백인 (315) 57.8 53.3 49.2 43.5 38.7 40.0 37.8 29.8
흑인 (70) 55.7 55.7 38.6 48.6 41.4 40.0 28.6 30.0
히스패닉 (88) 63.6 61.4 48.9 53.4 36.4 38.6 29.5 38.6
아시아인 (70) 50.0 58.6 47.1 48.6 34.3 24.3 38.6 18.6
기타 (8) 50.0 75.0 50.0 62.5 25.0 50.0 37.5 12.5
무응답 (49) 40.8 34.7 34.7 24.5 40.8 34.7 38.8 26.5
직업별
사무·전문직 (315) 54.0 54.3 47.0 44.4 38.4 37.8 34.9 32.1
생산적 (35) 54.3 45.7 60.0 25.7 42.9 34.3 40.0 31.4
서비스업 (30) 76.7 60.0 46.7 50.0 30.0 63.3 33.3 20.0
학생 (108) 57.4 50.0 40.7 47.2 31.5 32.4 37.0 24.1
주부 (32) 68.8 62.5 53.1 37.5 53.1 31.3 40.6 31.3
농림어업/군인 (7) 0.0 57.1 28.6 28.6 42.9 14.3 42.9 14.3 기타/무직 (73) 54.8 57.5 45.2 54.8 41.1 41.1 32.9 28.8
기타/무직 (73) 54.8 57.5 45.2 54.8 41.1 41.1 32.9 28.8 소득별
3,000\$ 미만 (147) 55.1 54.4 44.9 46.3 44.9 37.4 38.8 28.6
3,000\$ 다만 (111) 55.9 54.1 50.5 41.4 37.8 33.3 40.5 27.9
5,000\$~7,000\$ 미만 (92) 60.9 53.3 53.3 42.4 32.6 37.0 29.3 32.6
7.000% 이상~10.000%
기만 (119) 52.9 52.9 41.2 48.7 37.0 42.0 30.3 28.6
10,000\$ 이상 (131) 56.5 55.7 45.0 44.3 35.9 38.2 37.4 29.8

#### □ 국가 간 공동제작 방송프로그램 제작 시 고려 요인(1순위 응답 기준)

국가 간 방송프로그램 공동제작 시 고려해야하는 요소가 무엇이라 생각하십니까?(중복응답)

단위: 명 & %

							딘ㅜ	1: 명 & %
구분	사례수	문화에 대한 이해	더빙 및 자막	연기자	촬영장소	프로그램에 대한 홍보/정보 제공	대본	장르
			성	<u>별</u>		,,,		
남성	(268)	63.8	50.4	50.0	46.3	34.7	35.4	21.6
여성	(332)	65.4	55.1	49.4	43.7	32.2	31.6	25.9
			연	령		<u> </u>		
10대	(96)	64.6	59.4	53.1	40.6	35.4	36.5	26.0
20대	(129)	67.4	53.5	54.3	45.7	34.1	40.3	28.7
30대	(134)	56.0	47.8	60.4	47.8	28.4	26.1	16.4
40대	(127)	67.7	55.1	41.7	44.1	36.2	30.7	22.8
50대 이상	(114)	68.4	50.9	37.7	44.7	33.3	34.2	27.2
			지역	격별		1		
LA 및 인근지역	(162)	59.3	54.9	49.4	40.7	29.0	34.0	25.3
뉴욕 및 인근지역	(332)	68.7	53.0	50.3	44.3	37.0	33.7	24.7
시카고 및 인근지역	(105)	60.0	50.5	48.6	52.4	28.6	30.5	20.0
			화된	역별				
고졸 이하	(162)	55.6	54.9	38.9	50.6	37.0	38.9	31.5
대졸	(332)	56.3	52.1	48.5	41.9	36.7	38.0	34.9
대학원 이상	(105)	56.2	59.0	52.4	44.8	43.8	35.2	44.8
무학	(1)	0.0	100.0	0.0	100.0	100.0	0.0	0.0
			인경	종별				
백인	(315)	68.6	54.3	47.6	44.4	34.0	34.6	24.4
흑인	(70)	57.1	48.6	44.3	44.3	25.7	31.4	25.7
히스패닉	(88)	64.8	53.4	59.1	54.5	33.0	36.4	21.6
아시아인	(70)	70.0	58.6	51.4	38.6	34.3	28.6	20.0
기타	(8)	62.5	62.5	75.0	37.5	50.0	50.0	37.5
무응답	(49)	42.9	40.8	46.9	40.8	36.7	26.5	26.5
) H =			직약					
사무·전문직	(147)	68.7	55.8	46.9	40.1	37.4	36.7	26.5
생산직	(111)	69.4	62.2	51.4	50.5	37.8	40.5	27.9
서비스업	(92)	58.7	53.3	41.3	46.7	34.8	26.1	26.1
학생 주부	(119)	60.5	47.9	52.1	47.9	24.4	26.9	15.1
누구 농림어업/군인	(131)	64.1 57.1	46.6 28.6	55.0 28.6	41.2 57.1	32.1 0.0	34.4 14.3	24.4 0.0
기타/무직	(7)	67.1	53.4	46.6	39.7	27.4	37.0	32.9
/ 14/ 1 7	(13)	07.1	55.4 소 <sup>드</sup>		37.1	21.7	31.0	34.9
3,000\$ 미만	(147)	55.1	54.4	44.9	46.3	44.9	37.4	38.8
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	55.9	54.1	50.5	41.4	37.8	33.3	40.5
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	60.9	53.3	53.3	42.4	32.6	37.0	29.3
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만		52.9	52.9	41.2	48.7	37.0	42.0	30.3
10,000\$ 이상	(131)	56.5	55.7	45.0	44.3	35.9	38.2	37.4
			1	1	1			

## □ 외국 드라마 또는 예능 프로그램 리메이크 작품 시청 경험

귀하는 외국 드라마 또는 예능 프로그램의 리메이크 작품을 시청한 경험이 있습니까?

단위: 명 & %

				인기: 영 & %
구분	사례수	있음	없음	모르겠음
	さ	]별		
남성	(268)	56.7	31.0	12.3
여성	(332)	44.6	36.1	19.3
	Ó	령		
10대	(96)	40.6	39.6	19.8
20대	(129)	55.0	28.7	16.3
30대	(134)	66.4	27.6	6.0
40대	(127)	51.2	32.3	16.5
50대 이상	(114)	31.6	43.9	24.6
	지	역별		
LA 및 인근지역	(207)	47.8	38.6	13.5
뉴욕 및 인근지역	(216)	51.4	31.9	16.7
시카고 및 인근지역	(177)	50.8	30.5	18.6
	학	력별		
고졸 이하	(162)	42.6	38.3	19.1
대졸	(332)	51.2	33.7	15.1
대학원 이상	(105)	58.1	27.6	14.3
무학	(1)	0.0	0.0	100.0
	인	종별		
백인	(315)	47.9	34.6	17.5
흑인	(70)	52.9	34.3	12.9
히스패닉	(88)	67.0	25.0	8.0
아시아인	(70)	48.6	35.7	15.7
기타	(8)	12.5	62.5	25.0
무응답	(49)	36.7	36.7	26.5
	직	업별		
사무·전문직	(315)	54.9	31.4	13.7
생산직	(35)	60.0	25.7	14.3
서비스업	(30)	43.3	30.0	26.7
학생	(108)	46.3	38.0	15.7
주부	(32)	25.0	56.3	18.8
농림어업/군인	(7)	71.4	0.0	28.6
기타/무직	(73)	41.1	37.0	21.9
	소	득별		
3,000\$ 미만	(147)	43.5	38.8	17.7
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	51.4	32.4	16.2
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	40.2	40.2	19.6
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	57.1	27.7	15.1
10,000\$ 이상	(131)	56.5	30.5	13.0

# □ 시청했던 리메이크 방송프로그램 장르

귀하께서 시청하신 외국 콘텐츠 리메이크 작품의 장르는 무엇입니까? (중복응답)

단위: 명 & %

								단위	: 명 & %
그ㅂ	사례수	드라마	영화	오락/버	애니메이션	뉴스	人ワラ	rl. 7	교양
구분	가네ㅜ	그나다	장악	라이어티	에너비(Y건	/시사	스포츠	다큐	/교육
				성별					
남성	(87)	48.3	56.3	52.9	37.9	28.7	26.4	23.0	16.1
여성	(74)	60.8	41.9	43.2	33.8	25.7	17.6	17.6	9.5
				연령					
10대	(15)	26.7	26.7	53.3	40.0	6.7	6.7	13.3	6.7
20대	(36)	58.3	47.2	27.8	30.6	8.3	8.3	8.3	2.8
30대	(65)	56.9	40.0	56.9	41.5	44.6	24.6	24.6	20.0
40대	(35)	60.0	80.0	54.3	34.3	28.6	42.9	34.3	14.3
50대 이상	(10)	40.0	50.0	40.0	20.0	10.0	10.0	0.0	10.0
				지역별					
LA 및 인근지역	(62)	59.7	54.8	58.1	40.3	21.0	25.8	27.4	12.9
뉴욕 및 인근지역	(65)	55.4	41.5	43.1	30.8	33.8	23.1	20.0	16.9
시카고 및 인근지역	(34)	41.2	55.9	41.2	38.2	26.5	14.7	8.8	5.9
				학력별					
고졸 이하	(38)	63.2	52.6	39.5	44.7	26.3	23.7	18.4	13.2
대졸	(89)	49.4	47.2	50.6	33.7	22.5	19.1	20.2	10.1
대학원 이상	(34)	55.9	52.9	52.9	32.4	41.2	29.4	23.5	20.6
				인종별					
백인	(53)	54.7	58.5	50.9	30.2	28.3	28.3	18.9	13.2
흑인	(23)	65.2	47.8	60.9	56.5	43.5	30.4	26.1	26.1
히스패닉	(45)	57.8	51.1	51.1	37.8	24.4	24.4	24.4	13.3
아시아인	(29)	41.4	48.3	37.9	20.7	6.9	0.0	3.4	0.0
무응답	(11)	45.5	9.1	27.3	54.5	54.5	27.3	45.5	18.2
				직업별					
사무·전문직	(101)	59.4	49.5	57.4	42.6	37.6	28.7	25.7	15.8
생산직	(11)	45.5	63.6	18.2	27.3	9.1	18.2	18.2	9.1
서비스업	(6)	50.0	66.7	50.0	50.0	16.7	0.0	0.0	16.7
학생	(23)	39.1	34.8	39.1	21.7	8.7	4.3	8.7	8.7
주부	(2)	100.0	50.0	0.0	50.0	0.0	0.0	0.0	0.0
농림어업/군인	(4)	25.0	25.0	25.0	25.0	0.0	25.0	50.0	0.0
기타/무직	(14)	50.0	64.3	35.7	14.3	14.3	21.4	7.1	7.1
				소득별					
3,000\$ 미만	(24)	37.5	62.5	37.5	29.2	8.3	8.3	4.2	4.2
3,000\$~5,000\$ 미만	(29)	58.6	58.6	41.4	24.1	6.9	10.3	10.3	3.4
5,000\$~7,000\$ 미만	(17)	47.1	47.1	52.9	23.5	23.5	17.6	17.6	0.0
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(43)	48.8	51.2	58.1	51.2	44.2	32.6	39.5	27.9
10,000\$ 이상	(48)	66.7	37.5	47.9	37.5	35.4	29.2	18.8	14.6

## 8) 주중(주말) 여가생활 시간 및 활용시간

□ 주말 여가생활 시간

귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?

단위: 명 & %

								C 11.	. 8 & /0
			1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	
7 H	기계스	1시간	이상 ~	이상 ~	이상 ~	이상 ~	이상 ~	이상 ~	7시간
구분	사례수	미만	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	7시간	이상
			미만	미만	미만	미만	미만	미만	
			, _	성별	, _		, _	, _	
남성	(268)	2.2	10.4	12.7	17.2	17.2	8.6	8.6	23.1
여성	(332)	6.6	10.2	18.1	15.7	16.9	13.3	5.1	14.2
, -				연령					
10대	(96)	6.3	7.3	13.5	17.7	14.6	9.4	3.1	28.1
20대	(129)	3.9	8.5	14.7	16.3	16.3	14.0	7.8	18.6
30대	(134)	4.5	11.9	17.2	20.1	15.7	10.4	3.7	16.4
40대	(127)	3.9	10.2	17.3	15.0	22.8	10.2	11.0	9.4
50대 이상	(114)	5.3	13.2	14.9	12.3	14.9	11.4	7.0	21.1
				지역별					
LA 및 인근지역	(207)	3.9	10.6	17.9	11.6	18.4	9.7	6.8	21.3
뉴욕 및 인근지역	(216)	4.2	10.6	14.8	22.2	14.8	13.9	6.5	13.0
시카고 및 인근지역	(177)	6.2	9.6	14.1	14.7	18.1	9.6	6.8	20.9
7, 22, 11	( 11)	-		학력별		_			
고졸 이하	(162)	5.6	9.9	17.3	10.5	18.5	8.0	5.6	24.7
대졸	(332)	4.2	9.6	14.5	16.6	18.1	12.7	7.8	16.6
대학원 이상	(105)	3.8	13.3	17.1	24.8	11.4	11.4	4.8	13.3
무학	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
, ,	(-)			인종별					
백인	(315)	4.8	8.3	16.2	17.8	17.8	11.7	6.7	16.8
흑인	(70)	4.3	10.0	15.7	11.4	15.7	2.9	12.9	27.1
히스패닉	(88)	2.3	9.1	12.5	13.6	22.7	15.9	4.5	19.3
아시아인	(70)	1.4	18.6	15.7	12.9	10.0	17.1	7.1	17.1
기타	(8)	0.0	12.5	37.5	12.5	0.0	0.0	12.5	25.0
무응답	(49)	14.3	14.3	14.3	24.5	16.3	4.1	0.0	12.2
				직업별					
사무·전문직	(315)	5.1	13.0	12.4	15.6	18.4	12.1	9.5	14.0
생산직	(35)	2.9	5.7	11.4	28.6	20.0	2.9	0.0	28.6
서비스업	(30)	3.3	6.7	23.3	3.3	30.0	13.3	6.7	13.3
학생	(108)	2.8	10.2	15.7	21.3	10.2	11.1	3.7	25.0
주부	(32)	3.1	6.3	37.5	12.5	21.9	3.1	3.1	12.5
농림어업/군인	(7)	14.3	0.0	28.6	14.3	28.6	0.0	0.0	14.3
기타/무직	(73)	6.8	5.5	17.8	13.7	11.0	15.1	4.1	26.0
				소득별					
3,000\$ 미만	(147)	5.4	9.5	21.8	10.9	17.7	6.1	6.1	22.4
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	5.4	10.8	18.9	13.5	13.5	13.5	5.4	18.9
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	2.2	15.2	13.0	21.7	13.0	12.0	6.5	16.3
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	5.0	7.6	11.8	16.8	24.4	14.3	9.2	10.9
10,000\$ 이상	(131)	4.6	9.9	11.5	20.6	15.3	11.5	6.1	20.6

#### □ 주말 동영상 콘텐츠 이용 시간

귀하가 주말(또는 쉬는 날) 여가생활에 사용하는 시간 중, 영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간이 차지하는 비중은 얼마나 되십니까?

단위: 명 & %

									£ 11.	0 X /0
			10%	20%	30%	40%	50%	60%	70%	
구분	사례수	10%	이상 ~	이상 ~	이상 ~	이상 ~	이상 ~	이상 ~	이상 ~	80%
1 正	710111	미만	20%	30%	40%	50%	60%	70%	80%	이상
			미만	미만	미만	미만	미만	미만	미만	
				성볕	]					
남성	(268)	6.3	9.0	19.4	18.3	14.6	11.2	7.8	7.8	5.6
여성	(332)	9.6	14.8	16.0	17.2	12.0	13.9	9.0	3.3	4.2
				연령						
10대	(96)	9.4	11.5	21.9	21.9	9.4	8.3	10.4	2.1	5.2
20대	(129)	3.9	7.8	19.4	24.0	14.7	13.2	7.8	2.3	7.0
30대	(134)	4.5	11.2	11.9	14.9	16.4	17.9	11.9	6.7	4.5
40대	(127)	11.0	13.4	12.6	18.1	13.4	11.0	7.1	11.0	2.4
50대 이상	(114)	13.2	17.5	23.7	9.6	10.5	11.4	5.3	3.5	5.3
				지역'	<b></b>					
LA 및 인근지역	(207)	11.1	10.1	16.4	16.4	10.1	13.5	8.7	6.3	7.2
뉴욕 및 인근지역	(216)	6.0	9.3	20.4	18.5	17.6	9.3	9.3	5.1	4.6
시카고 및 인근지역	(177)	7.3	18.1	15.3	18.1	11.3	15.8	7.3	4.5	2.3
				학력	趋					
고졸 이하	(162)	8.0	16.0	13.6	17.3	13.6	11.7	6.8	6.2	6.8
대졸	(332)	8.7	10.5	20.2	17.2	11.7	13.6	8.7	4.5	4.8
대학원 이상	(105)	5.7	11.4	15.2	20.0	17.1	11.4	10.5	6.7	1.9
무학	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
				인종	趋					
백인	(315)	9.2	11.7	18.7	15.9	14.0	14.3	7.0	6.0	3.2
흑인	(70)	2.9	12.9	14.3	20.0	12.9	10.0	14.3	4.3	8.6
히스패닉	(88)	5.7	5.7	18.2	18.2	12.5	11.4	13.6	4.5	10.2
아시아인	(70)	5.7	18.6	18.6	22.9	8.6	14.3	5.7	5.7	0.0
기타	(8)	0.0	50.0	12.5	12.5	0.0	0.0	12.5	12.5	0.0
무응답	(49)	18.4	10.2	12.2	18.4	18.4	8.2	4.1	2.0	8.2
				직업	趋					
사무·전문직	(315)	8.9	11.7	16.8	15.6	12.1	15.9	9.5	7.0	2.5
생산직	(35)	2.9	8.6	20.0	20.0	25.7	14.3	2.9	2.9	2.9
서비스업	(30)	6.7	13.3	16.7	26.7	13.3	10.0	3.3	6.7	3.3
학생	(108)	5.6	9.3	24.1	19.4	12.0	8.3	9.3	3.7	8.3
주부	(32)	12.5	21.9	9.4	21.9	12.5	12.5	3.1	3.1	3.1
농림어업/군인	(7)	14.3	14.3	28.6	14.3	14.3	0.0	0.0	0.0	14.3
기타/무직	(73)	9.6	15.1	12.3	17.8	13.7	6.8	11.0	2.7	11.0
				소득	趋					
3,000\$ 미만	(147)	15.0	14.3	20.4	16.3	8.2	9.5	6.8	3.4	6.1
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	9.9	9.9	18.0	18.0	15.3	11.7	8.1	5.4	3.6
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	5.4	13.0	25.0	18.5	15.2	10.9	7.6	2.2	2.2
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	3.4	11.8	13.4	12.6	16.0	20.2	10.9	9.2	2.5
10,000\$ 이상	(131)	5.3	11.5	12.2	22.9	13.0	11.5	9.2	6.1	8.4
·	· ·									

# □ 주중 여가생활 시간

귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간은 하루 평균 얼마나 되십니까?

단위: 명 & %

								단기.	명 & %
			1시간	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	
⊐H	기계스	1시간	이상 ~	이상 ~	이상 ~	이상 ~	이상 ~	이상 ~	7시간
구분	사례수	미만	2시간	3시간	4시간	5시간	6시간	7시간	이상
			미만	미만	미만	미만	미만	미만	
				성별					
남성	(268)	4.9	18.7	19.0	17.9	15.3	8.6	6.7	9.0
여성	(332)	7.8	18.7	24.4	20.5	12.0	8.1	3.0	5.4
				연령			l	·	
10대	(96)	7.3	12.5	22.9	18.8	15.6	7.3	5.2	10.4
20대	(129)	6.2	17.8	22.5	23.3	13.2	9.3	2.3	5.4
30대	(134)	5.2	14.9	19.4	18.7	15.7	12.7	6.7	6.7
40대	(127)	6.3	21.3	27.6	16.5	12.6	7.9	3.9	3.9
50대 이상	(114)	7.9	26.3	17.5	19.3	10.5	3.5	5.3	9.6
				지역별					
LA 및 인근지역	(207)	6.8	15.0	22.7	15.9	15.0	11.6	5.8	7.2
뉴욕 및 인근지역	(216)	4.6	21.8	20.8	22.2	13.4	7.9	3.2	6.0
시카고 및 인근지역	(177)	8.5	19.2	22.6	19.8	11.9	5.1	5.1	7.9
				학력별					
고졸 이하	(162)	7.4	15.4	21.0	21.6	10.5	6.2	7.4	10.5
대졸	(332)	5.4	19.9	22.6	19.9	13.9	8.7	3.3	6.3
대학원 이상	(105)	7.6	20.0	21.9	14.3	17.1	10.5	4.8	3.8
무학	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
				인종별			1.	I	
백인	(315)	5.4	20.0	22.2	22.9	12.7	6.3	3.8	6.7
흑인	(70)	2.9	20.0	17.1	18.6	11.4	5.7	11.4	12.9
히스패닉	(88)	4.5	11.4	22.7	9.1	21.6	13.6	8.0	9.1
아시아인	(70)	7.1	18.6	30.0	22.9	8.6	10.0	0.0	2.9
기타	(8)	12.5	25.0	25.0	12.5	0.0	12.5	0.0	12.5
무응답	(49)	20.4	20.4	14.3	12.2	16.3	12.2	2.0	2.0
				직업별					
사무·전문직	(315)	6.0	21.6	21.0	18.4	13.7	10.2	5.1	4.1
생산직	(35)	0.0	22.9	20.0	25.7	20.0	2.9	0.0	8.6
서비스업	(30)	16.7	13.3	20.0	10.0	23.3	6.7	3.3	6.7
학생	(108)	4.6	16.7	25.0	22.2	12.0	8.3	1.9	9.3
주부	(32)	6.3	21.9	25.0	18.8	6.3	6.3	12.5	3.1
농림어업/군인	(7)	14.3	14.3	14.3	0.0	28.6	14.3	14.3	0.0
기타/무직	(73)	9.6	8.2	23.3	21.9	9.6	4.1	5.5	17.8
				소득별					
3,000\$ 미만	(147)	8.8	17.7	27.2	17.7	8.8	7.5	3.4	8.8
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	7.2	23.4	23.4	17.1	11.7	7.2	1.8	8.1
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	5.4	26.1	20.7	17.4	12.0	8.7	6.5	3.3
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	6.7	13.4	15.1	26.9	21.8	6.7	8.4	0.8
10,000\$ 이상	(131)	3.8	15.3	22.1	17.6	13.7	11.5	3.8	12.2

## □ 주중 동영상 콘텐츠 이용 시간

귀하가 주중(또는 일하는 날) 여가생활에 사용하는 시간 중, 영상 콘텐츠 시청에 이용하는 시간이 차지하는 비중은 얼마나 되십니까?

단위: 명 & %

									단기:	ਰ & %
구분	사례수	10% 미만	10% 이상 ~ 20%	20% 이상 ~ 30%	30% 이상 ~ 40%	40% 이상 ~ 50%	50% 이상 ~ 60%	60% 이상 ~ 70%	70% 이상 ~ 80%	80% 이상
		, C	미만	미만	미만	미만	미만	미만	미만	
				성빝						
남성	(268)	8.6	14.2	14.9	16.0	14.6	10.1	8.2	6.0	7.5
여성	(332)	13.3	13.6	17.8	14.8	12.7	10.2	9.6	3.9	4.2
				연령	3					
10대	(96)	12.5	13.5	18.8	19.8	13.5	6.3	6.3	5.2	4.2
20대	(129)	7.0	15.5	20.9	15.5	15.5	10.1	9.3	3.9	2.3
30대	(134)	7.5	10.4	10.4	18.7	14.9	14.2	11.9	4.5	7.5
40대	(127)	15.7	8.7	20.5	12.6	11.0	7.9	8.7	7.1	7.9
50대 이상	(114)	14.0	21.9	12.3	10.5	12.3	11.4	7.9	3.5	6.1
				지역	<u></u> 별					
LA 및 인근지역	(207)	15.0	10.1	16.4	14.0	12.6	9.2	10.1	5.8	6.8
뉴욕 및 인근지역	(216)	6.9	15.7	18.1	15.3	15.7	9.3	8.3	4.2	6.5
시카고 및 인근지역	(177)	11.9	15.8	14.7	16.9	11.9	12.4	8.5	4.5	3.4
				학력	별					
고졸 이하	(162)	9.9	15.4	16.0	16.0	16.0	8.6	6.2	3.7	8.0
대졸	(332)	11.4	13.9	17.2	16.0	10.8	9.9	10.5	4.8	5.4
대학원 이상	(105)	11.4	11.4	15.2	12.4	18.1	13.3	8.6	6.7	2.9
무학	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
				인종	별					
백인	(315)	10.5	16.8	15.6	14.9	12.1	11.4	9.2	5.4	4.1
흑인	(70)	7.1	10.0	17.1	18.6	15.7	2.9	11.4	4.3	12.9
히스패닉	(88)	6.8	5.7	15.9	14.8	17.0	12.5	12.5	4.5	10.2
아시아인	(70)	14.3	10.0	25.7	17.1	11.4	12.9	1.4	5.7	1.4
기타	(8)	12.5	37.5	12.5	0.0	12.5	0.0	25.0	0.0	0.0
무응답	(49)	24.5	16.3	10.2	14.3	16.3	6.1	6.1	2.0	4.1
				직업						
사무·전문직	(315)	10.8	14.6	14.0	12.1	13.3	14.0	10.5	5.4	5.4
생산직	(35)	5.7	11.4	22.9	25.7	14.3	5.7	5.7	2.9	5.7
서비스업	(30)	10.0	13.3	20.0	23.3	16.7	0.0	3.3	3.3	10.0
학생	(108)	12.0	14.8	17.6	21.3	11.1	7.4	5.6	5.6	4.6
주부	(32)	15.6	15.6	21.9	18.8	9.4	3.1	9.4	3.1	3.1
농림어업/군인	(7)	14.3	0.0	14.3	0.0	42.9	0.0	14.3	14.3	0.0
기타/무직	(73)	12.3	11.0	19.2	12.3	15.1	8.2	11.0	2.7	8.2
				소득						
3,000\$ 미만	(147)	15.6	21.1	18.4	12.9	12.2	8.2	2.7	4.1	4.8
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	12.6	9.9	18.9	18.9	13.5	9.9	6.3	4.5	5.4
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	12.0	14.1	21.7	13.0	14.1	8.7	10.9	2.2	3.3
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	6.7	10.9	11.8	15.1	12.6	12.6	17.6	7.6	5.0
10,000\$ 이상	(131)	8.4	11.5	13.0	16.8	15.3	11.5	9.2	5.3	9.2

#### 9) 동영상 콘텐츠 시청관련 기타

#### □ 인터넷 사용 환경 평가

다음 질문에 동의하는 정도를 선택해주시기 바랍니다 (5점 척도\*)

- (1) 내가 집에서 이용하는 인터넷 서비스 접속 속도는 빠른 편이다
- (2) 집에서 인터넷을 통해 영상콘텐츠를 시청할 때 끊김이 없는 편이다.
- (3) 나는 인터넷을 언제 어디서나 빠르고 편리하게 즐길 수 있다.
- (4) 이동시에도 끊김 없이 인터넷을 이용할 수 있다.
- (5) 나는 스마트폰으로 인터넷에 대체로 접속할 수 있다.
- (6) 스마트폰을 이용한 인터넷의 접속 안정성과 속도는 만족할 만하다.
- (7) 나의 생활반경에서는 인터넷 접속이 용이하다.
- (8) 내가 이용하는 휴대전화 요금제는 영상콘텐츠를 이용하기에 충분한 양의 데이터를 제공한다.
- \* (전혀 그렇지 않다-1점, 그렇지 않다-2점, 보통이다-3점, 그렇다-4점, 매우 그렇다-5점)

단위: 명 & 5점 척도 평균

구분 사례수 문항(1) 문항(2) 문항(3) 문항(4) 문항(5) 문항(6) 문항(7) 문항(8)								L 11. C	0 C 3 E	7- 00
남청 (268) 4.26 3.87 3.67 3.37 3.94 3.82 4.22 3.73 여성 (332) 4.02 3.76 3.50 3.23 3.78 3.70 4.04 3.70 연령  10대 (96) 4.02 3.66 3.26 3.19 3.67 3.70 4.04 3.61 20대 (129) 4.05 3.81 3.56 3.40 3.97 3.78 4.15 3.84 30대 (134) 4.26 3.90 3.92 3.78 4.12 4.04 4.11 3.94 4.0대 (127) 4.14 3.87 3.52 3.21 3.93 3.70 4.26 3.70 50대 이상 (114) 4.11 3.76 3.54 2.78 3.49 3.50 4.03 3.39	구분	사례수	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	문항(7)	문항(8)
여성 (332) 4.02 3.76 3.50 3.23 3.78 3.70 4.04 3.70 연령  10대 (96) 4.02 3.66 3.26 3.19 3.67 3.70 4.04 3.61 20대 (129) 4.05 3.81 3.56 3.40 3.97 3.78 4.15 3.84 30대 (134) 4.26 3.90 3.92 3.78 4.12 4.04 4.11 3.94 40대 (127) 4.14 3.87 3.52 3.21 3.93 3.70 4.26 3.70 50대 이상 (114) 4.11 3.76 3.54 2.78 3.49 3.50 4.03 3.39 지역별  LA 및 인근지역 (207) 4.13 3.77 3.56 3.32 3.95 3.76 4.12 3.74 뉴욕 및 인근지역 (177) 4.05 3.64 3.54 3.24 3.71 3.67 4.12 3.59 학력별  교졸 이하 (162) 3.95 3.64 3.38 3.15 3.74 3.59 3.98 3.51 대출 (332) 4.17 3.86 3.63 3.31 3.84 3.78 4.16 3.76 대학원 이상 (105) 4.28 3.93 3.74 3.49 4.10 3.96 4.26 3.90 무학 (1) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.					성별					
10대 (96) 4.02 3.66 3.26 3.19 3.67 3.70 4.04 3.61 20대 (129) 4.05 3.81 3.56 3.40 3.97 3.78 4.15 3.84 30대 (134) 4.26 3.90 3.92 3.78 4.12 4.04 4.11 3.94 40대 (127) 4.14 3.87 3.52 3.21 3.93 3.70 4.26 3.70 50대 이상 (114) 4.11 3.76 3.54 2.78 3.49 3.50 4.03 3.39 지역별  LA 및 인근지역 (207) 4.13 3.77 3.56 3.32 3.95 3.76 4.12 3.74 뉴욕및 인근지역 (216) 4.19 3.99 3.63 3.31 3.88 3.81 4.13 3.79 시카고 및 인근지역 (177) 4.05 3.64 3.54 3.24 3.71 3.67 4.12 3.59 학력별  고졸 이하 (162) 3.95 3.64 3.38 3.15 3.74 3.59 3.98 3.51 대졸 (332) 4.17 3.86 3.63 3.31 3.84 3.78 4.16 3.76 대학원 이상 (105) 4.28 3.93 3.74 3.49 4.10 3.96 4.26 3.90 무학 (17) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.0	남성	(268)	4.26	3.87	3.67	3.37	3.94	3.82	4.22	3.73
10대 (96) 4.02 3.66 3.26 3.19 3.67 3.70 4.04 3.61 20대 (129) 4.05 3.81 3.56 3.40 3.97 3.78 4.15 3.84 30대 (134) 4.26 3.90 3.92 3.78 4.12 4.04 4.11 3.94 40대 (127) 4.14 3.87 3.52 3.21 3.93 3.70 4.26 3.70 50대 이상 (114) 4.11 3.76 3.54 2.78 3.49 3.50 4.03 3.39 지역별  LA 및 인근지역 (207) 4.13 3.77 3.56 3.32 3.95 3.76 4.12 3.74 뉴욕 및 인근지역 (216) 4.19 3.99 3.63 3.31 3.88 3.81 4.13 3.79 시카고 및 인근지역 (177) 4.05 3.64 3.54 3.24 3.71 3.67 4.12 3.59 학력별  고졸 이하 (162) 3.95 3.64 3.38 3.15 3.74 3.59 3.98 3.51 대졸 (332) 4.17 3.86 3.63 3.31 3.84 3.78 4.16 3.76 대학원 이상 (105) 4.28 3.93 3.74 3.49 4.10 3.96 4.26 3.90 무학 (1) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.	여성	(332)	4.02	3.76	3.50	3.23	3.78	3.70	4.04	3.70
20대 (129) 4.05 3.81 3.56 3.40 3.97 3.78 4.15 3.84 30대 (134) 4.26 3.90 3.92 3.78 4.12 4.04 4.11 3.94 40대 (127) 4.14 3.87 3.52 3.21 3.93 3.70 4.26 3.70 50대 이상 (114) 4.11 3.76 3.54 2.78 3.49 3.50 4.03 3.39 지역별  LA 및 인근지역 (207) 4.13 3.77 3.56 3.32 3.95 3.76 4.12 3.74 뉴욕 및 인근지역 (216) 4.19 3.99 3.63 3.31 3.88 3.81 4.13 3.79 시카고 및 인근지역 (177) 4.05 3.64 3.54 3.24 3.71 3.67 4.12 3.59 학력별  고졸 이하 (162) 3.95 3.64 3.38 3.15 3.74 3.59 3.98 3.51 대졸 (332) 4.17 3.86 3.63 3.31 3.84 3.78 4.16 3.76 대학원 이상 (105) 4.28 3.93 3.74 3.49 4.10 3.96 4.26 3.90 무학 (1) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.					연령					
30대 (134) 4.26 3.90 3.92 3.78 4.12 4.04 4.11 3.94 40대 (127) 4.14 3.87 3.52 3.21 3.93 3.70 4.26 3.70 50대 이상 (114) 4.11 3.76 3.54 2.78 3.49 3.50 4.03 3.39 지역별  LA 및 인근지역 (207) 4.13 3.77 3.56 3.32 3.95 3.76 4.12 3.74 뉴욕 및 인근지역 (216) 4.19 3.99 3.63 3.31 3.88 3.81 4.13 3.79 시카고 및 인근지역 (177) 4.05 3.64 3.54 3.24 3.71 3.67 4.12 3.59 학력별  고졸 이하 (162) 3.95 3.64 3.38 3.15 3.74 3.59 3.98 3.51 대졸 (332) 4.17 3.86 3.63 3.31 3.84 3.78 4.16 3.76 대학원 이상 (105) 4.28 3.93 3.74 3.49 4.10 3.96 4.26 3.90 무학 (1) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.	10대	(96)	4.02	3.66	3.26	3.19	3.67	3.70	4.04	3.61
40대 (127) 4.14 3.87 3.52 3.21 3.93 3.70 4.26 3.70 50대 이상 (114) 4.11 3.76 3.54 2.78 3.49 3.50 4.03 3.39 지역별  LA 및 인근지역 (207) 4.13 3.77 3.56 3.32 3.95 3.76 4.12 3.74 뉴욕 및 인근지역 (216) 4.19 3.99 3.63 3.31 3.88 3.81 4.13 3.79 시카고 및 인근지역 (177) 4.05 3.64 3.54 3.24 3.71 3.67 4.12 3.59 작략별  고졸 이하 (162) 3.95 3.64 3.38 3.15 3.74 3.59 3.98 3.51 대졸 (332) 4.17 3.86 3.63 3.31 3.84 3.78 4.16 3.76 대학원 이상 (105) 4.28 3.93 3.74 3.49 4.10 3.96 4.26 3.90 무학 (1) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.	20대	(129)	4.05	3.81	3.56	3.40	3.97	3.78	4.15	3.84
50대 이상 (114) 4.11 3.76 3.54 2.78 3.49 3.50 4.03 3.39  지역별  LA 및 인근지역 (207) 4.13 3.77 3.56 3.32 3.95 3.76 4.12 3.74  뉴욕 및 인근지역 (216) 4.19 3.99 3.63 3.31 3.88 3.81 4.13 3.79  시카고 및 인근지역 (177) 4.05 3.64 3.54 3.24 3.71 3.67 4.12 3.59  학력별  고졸 이하 (162) 3.95 3.64 3.38 3.15 3.74 3.59 3.98 3.51  대졸 (332) 4.17 3.86 3.63 3.31 3.84 3.78 4.16 3.76  대학원 이상 (105) 4.28 3.93 3.74 3.49 4.10 3.96 4.26 3.90  무학 (1) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.	30대	(134)	4.26	3.90	3.92	3.78	4.12	4.04	4.11	3.94
지역별  LA 및 인근지역 (207) 4.13 3.77 3.56 3.32 3.95 3.76 4.12 3.74	40대	(127)	4.14	3.87	3.52	3.21	3.93	3.70	4.26	3.70
지 및 인근지역 (207) 4.13 3.77 3.56 3.32 3.95 3.76 4.12 3.74	50대 이상	(114)	4.11	3.76	3.54	2.78	3.49	3.50	4.03	3.39
뉴욕 및 인근지역 (216)   4.19   3.99   3.63   3.31   3.88   3.81   4.13   3.79     사카고 및 인근지역 (177)   4.05   3.64   3.54   3.24   3.71   3.67   4.12   3.59					지역별					
지카고 및 인근지역 (177) 4.05 3.64 3.54 3.24 3.71 3.67 4.12 3.59	LA 및 인근지역	(207)	4.13	3.77	3.56	3.32	3.95	3.76	4.12	3.74
지종이하 (162) 3.95 3.64 3.38 3.15 3.74 3.59 3.98 3.51 대종 (332) 4.17 3.86 3.63 3.31 3.84 3.78 4.16 3.76 대학원이상 (105) 4.28 3.93 3.74 3.49 4.10 3.96 4.26 3.90 무학 (1) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.	뉴욕 및 인근지역	(216)	4.19	3.99	3.63	3.31	3.88	3.81	4.13	3.79
고졸이하 (162) 3.95 3.64 3.38 3.15 3.74 3.59 3.98 3.51 대졸 (332) 4.17 3.86 3.63 3.31 3.84 3.78 4.16 3.76 대학원이상 (105) 4.28 3.93 3.74 3.49 4.10 3.96 4.26 3.90 무학 (1) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.	시카고 및 인근지역	(177)	4.05	3.64	3.54	3.24	3.71	3.67	4.12	3.59
대졸 (332) 4.17 3.86 3.63 3.31 3.84 3.78 4.16 3.76 대학원 이상 (105) 4.28 3.93 3.74 3.49 4.10 3.96 4.26 3.90 무학 (1) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.					학력별					
대학원 이상 (105) 4.28 3.93 3.74 3.49 4.10 3.96 4.26 3.90 무학 (1) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.	고졸 이하	(162)	3.95	3.64	3.38	3.15	3.74	3.59	3.98	3.51
무학 (1) 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.00 1.	대졸	(332)	4.17	3.86	3.63	3.31	3.84	3.78	4.16	3.76
변인 (315) 4.12 3.82 3.60 3.21 3.79 3.73 4.19 3.67 흑인 (70) 4.31 3.71 3.79 3.51 3.97 3.86 4.21 3.99 히스패닉 (88) 4.15 3.84 3.64 3.61 4.10 3.85 4.15 3.89 아시아인 (70) 3.99 3.90 3.23 3.10 3.73 3.66 3.93 3.41 기타 (8) 4.75 4.00 4.13 3.00 3.88 4.00 4.38 4.13 무응답 (49) 3.92 3.65 3.45 3.29 3.82 3.71 3.73 3.61 직업별 사무·전문직 (315) 4.25 3.88 3.72 3.38 3.97 3.86 4.21 3.82 생산직 (35) 4.00 3.83 3.89 3.20 3.83 3.51 3.83 3.74	대학원 이상	(105)	4.28	3.93	3.74	3.49	4.10	3.96	4.26	3.90
백인 (315) 4.12 3.82 3.60 3.21 3.79 3.73 4.19 3.67 흑인 (70) 4.31 3.71 3.79 3.51 3.97 3.86 4.21 3.99 히스패닉 (88) 4.15 3.84 3.64 3.61 4.10 3.85 4.15 3.89 아시아인 (70) 3.99 3.90 3.23 3.10 3.73 3.66 3.93 3.41 기타 (8) 4.75 4.00 4.13 3.00 3.88 4.00 4.38 4.13 무응답 (49) 3.92 3.65 3.45 3.29 3.82 3.71 3.73 3.61 지역별 사무·전문직 (315) 4.25 3.88 3.72 3.38 3.97 3.86 4.21 3.82 생산직 (35) 4.00 3.83 3.89 3.20 3.83 3.51 3.83 3.74	무학	(1)	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00
흑인 (70) 4.31 3.71 3.79 3.51 3.97 3.86 4.21 3.99 히스패닉 (88) 4.15 3.84 3.64 3.61 4.10 3.85 4.15 3.89 아시아인 (70) 3.99 3.90 3.23 3.10 3.73 3.66 3.93 3.41 기타 (8) 4.75 4.00 4.13 3.00 3.88 4.00 4.38 4.13 무응답 (49) 3.92 3.65 3.45 3.29 3.82 3.71 3.73 3.61 직업별 사무·전문직 (315) 4.25 3.88 3.72 3.38 3.97 3.86 4.21 3.82 생산직 (35) 4.00 3.83 3.89 3.20 3.83 3.51 3.83 3.74					인종별					
히스패닉 (88) 4.15 3.84 3.64 3.61 4.10 3.85 4.15 3.89 아시아인 (70) 3.99 3.90 3.23 3.10 3.73 3.66 3.93 3.41 기타 (8) 4.75 4.00 4.13 3.00 3.88 4.00 4.38 4.13 무응답 (49) 3.92 3.65 3.45 3.29 3.82 3.71 3.73 3.61 직업별 사무·전문직 (315) 4.25 3.88 3.72 3.38 3.97 3.86 4.21 3.82 생산직 (35) 4.00 3.83 3.89 3.20 3.83 3.51 3.83 3.74	백인	(315)	4.12	3.82	3.60	3.21	3.79	3.73	4.19	3.67
아시아인 (70) 3.99 3.90 3.23 3.10 3.73 3.66 3.93 3.41 기타 (8) 4.75 4.00 4.13 3.00 3.88 4.00 4.38 4.13 무응답 (49) 3.92 3.65 3.45 3.29 3.82 3.71 3.73 3.61 직업별 사무·전문직 (315) 4.25 3.88 3.72 3.38 3.97 3.86 4.21 3.82 생산직 (35) 4.00 3.83 3.89 3.20 3.83 3.51 3.83 3.74	흑인	(70)	4.31	3.71	3.79	3.51	3.97	3.86	4.21	3.99
기타 (8) 4.75 4.00 4.13 3.00 3.88 4.00 4.38 4.13 무응답 (49) 3.92 3.65 3.45 3.29 3.82 3.71 3.73 3.61 직업별 사무·전문직 (315) 4.25 3.88 3.72 3.38 3.97 3.86 4.21 3.82 생산직 (35) 4.00 3.83 3.89 3.20 3.83 3.51 3.83 3.74	히스패닉	(88)	4.15	3.84	3.64	3.61	4.10	3.85	4.15	3.89
무응답 (49) 3.92 3.65 3.45 3.29 3.82 3.71 3.73 3.61 직업별 사무·전문직 (315) 4.25 3.88 3.72 3.38 3.97 3.86 4.21 3.82 생산직 (35) 4.00 3.83 3.89 3.20 3.83 3.51 3.83 3.74	아시아인	(70)	3.99	3.90	3.23	3.10	3.73	3.66	3.93	3.41
지역별 사무·전문직 (315) 4.25 3.88 3.72 3.38 3.97 3.86 4.21 3.82 생산직 (35) 4.00 3.83 3.89 3.20 3.83 3.51 3.83 3.74	기타	(8)	4.75	4.00	4.13	3.00	3.88	4.00	4.38	4.13
사무·전문직 (315) 4.25 3.88 3.72 3.38 3.97 3.86 4.21 3.82 생산직 (35) 4.00 3.83 3.89 3.20 3.83 3.51 3.83 3.74	무응답	(49)	3.92	3.65	3.45	3.29	3.82	3.71	3.73	3.61
생산직 (35) 4.00 3.83 3.89 3.20 3.83 3.51 3.83 3.74					직업별					
	사무·전문직	(315)	4.25	3.88	3.72	3.38	3.97	3.86	4.21	3.82
서비스업 (30) 3.70 3.50 3.30 2.67 3.70 3.47 3.97 3.27	생산직	(35)	4.00	3.83	3.89	3.20	3.83	3.51	3.83	3.74
	서비스업	(30)	3.70	3.50	3.30	2.67	3.70	3.47	3.97	3.27

구분	사례수	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)	문항(6)	문항(7)	문항(8)
학생	(108)	4.07	3.83	3.36	3.33	3.75	3.77	4.21	3.73
주부	(32)	4.03	3.88	3.50	3.09	3.81	3.88	4.22	3.72
농림어업/군인	(7)	3.43	2.86	3.00	3.29	3.29	3.00	3.00	2.71
기타/무직	(73)	4.00	3.66	3.36	3.26	3.64	3.55	3.88	3.48
				소득별					
3,000\$ 미만	(147)	3.97	3.66	3.29	3.12	3.69	3.61	3.93	3.51
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	4.16	3.89	3.50	3.11	3.77	3.83	4.18	3.64
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	4.11	3.74	3.67	3.12	3.75	3.64	4.17	3.61
7,000\$ 이상-10,000\$ 미만	(119)	4.13	3.79	3.78	3.44	3.91	3.71	4.08	3.69
10,000\$ 이상	(131)	4.27	3.98	3.72	3.63	4.15	3.98	4.30	4.09

## □ 현재 이용 휴대전화 데이터 제공량

## 귀하가 이용하는 휴대전화 요금제의 데이터 제공량은 얼마나 됩니까?

단위: 명 & %

											단위: 명	8 %
구분	사례수	없음	500 MB 미만	500 MB 이상 ~ 1GB 미만	1GB 이상 ~ 2GB 미만	2GB 이상 ~ 3GB 미만	3GB 이상 ~ 5GB 미만	5GB 이상 ~ 7GB 미만	7GB 이상 ~ 10GB 미만	10GB 이상	무제한	모르 겠음
				, .	성별							
남성	(268)	2.2	0.9	5.4	7.1	9.8	13.4	6.3	8.0	7.6	36.6	2.7
여성	(332)	1.0	1.7	3.7	9.2	9.5	9.5	5.4	7.1	4.4	38.6	9.8
10	(002)	110	217	51,	연령	7.0	7.0		712		20.0	,,,
10대	(96)	1.2	0.0	6.0	8.4	6.0	8.4	2.4	6.0	6.0	47.0	8.4
20대	(129)	2.6	2.6	1.7	9.6	9.6	8.7	6.1	3.5	5.2	41.7	8.7
30대	(134)	0.0	0.8	4.2	8.3	15.8	14.2	8.3	10.8	5.8	28.3	3.3
40대	(127)	0.9	0.9	1.7	6.9	7.8	16.4	7.8	9.5	6.0	33.6	8.6
50대 이상	(114)	3.5	2.4	10.6	8.2	7.1	5.9	2.4	7.1	5.9	42.4	4.7
. , ,					지역별							
LA 및 인근지역	(207)	0.6	0.6	3.9	6.6	9.4	9.9	6.1	10.5	5.5	42.0	5.0
뉴욕 및 인근지역	(216)	2.2	1.6	4.3	9.7	9.2	13.0	4.9	5.4	7.6	34.1	8.1
시카고 및 인근지역	(177)	2.0	2.0	5.2	8.5	10.5	10.5	6.5	6.5	3.9	37.3	7.2
				<u> </u>	학력별							
고졸 이하	(162)	3.0	3.0	4.5	10.5	6.8	10.5	4.5	7.5	3.8	37.6	8.3
대졸	(332)	1.0	1.0	5.2	7.6	10.7	11.4	6.2	5.9	6.2	38.4	6.2
대학원 이상	(105)	0.0	0.0	2.1	7.3	10.4	11.5	6.3	12.5	7.3	36.5	6.3
무학	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
					인종별							
백인	(315)	1.1	0.4	5.1	6.2	7.6	11.6	6.5	6.2	6.5	41.5	7.3
흑인	(70)	3.3	1.7	0.0	13.3	10.0	11.7	3.3	8.3	6.7	35.0	6.7
히스패닉	(88)	2.5	1.3	5.0	7.5	12.5	10.0	10.0	12.5	3.8	31.3	3.8
아시아인	(70)	1.6	3.3	0.0	13.1	13.1	13.1	1.6	4.9	3.3	44.3	1.6
기타	(8)	0.0	0.0	0.0	16.7	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3	33.3	16.7
무응답	(49)	0.0	5.4	13.5	8.1	13.5	8.1	2.7	10.8	2.7	18.9	16.2
					직업별							
사무·전문직	(315)	1.1	1.1	4.6	7.1	10.3	11.7	6.8	10.3	6.4	36.7	3.9
생산직	(35)	0.0	3.6	3.6	0.0	14.3	25.0	17.9	3.6	3.6	25.0	3.6
서비스업	(30)	3.8	0.0	3.8	11.5	15.4	11.5	3.8	0.0	0.0	30.8	19.2
학생	(108)	2.0	1.0	4.0	9.1	10.1	7.1	2.0	2.0	8.1	43.4	11.1
주부	(32)	0.0	0.0	0.0	11.1	3.7	14.8	7.4	7.4	3.7	33.3	18.5
농림어업/군인	(7)	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0	0.0	20.0	20.0	20.0	0.0	0.0
기타/무직	(73)	1.9	3.8	7.5	15.1	1.9	7.5	0.0	7.5	1.9	49.1	3.8
2 0000 -1-1	(1.15)	<b>.</b> .			소득별	<b>5</b> 0	4.2	4.5	4.0	2.2	45.0	0.2
3,000\$ 미만	(147)	5.0	1.7	6.7	11.7	5.8	4.2	4.2	4.2	3.3	45.0	8.3
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	0.0	5.2	3.1	11.5	11.5	11.5	3.1	5.2	6.3	38.5	4.2
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	2.5	0.0	3.8	3.8	5.1	16.5	11.4	7.6	3.8	39.2	6.3
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	0.0	0.0	4.8	6.7	13.3	14.3	9.5	12.4	5.7	27.6	5.7
10,000\$ 이상	(131)	0.0	0.0	3.4	6.7	11.8	11.8	2.5	8.4	9.2	37.8	8.4

# □ 월 평균 동영상 콘텐츠 소비 의향 금액(영화관 제외)

귀하는 영화관 관람을 제외하고 월 평균 얼마 정도를 동영상 콘텐츠 소비에 쓸 수 있습니까?

단위: 명 & %

			10\$ 이상	20\$ 이상	30\$ 이상	40\$ 이상	50\$ 이상	60\$ 이상	
구분	사례수	10\$ 미만						~ 70\$미만	70\$ 이상
성별									
남성	(268)	35.4	11.2	11.9	9.7	11.9	7.8	5.2	6.7
여성	(332)	45.8	20.5	9.3	9.0	5.4	3.3	3.6	3.0
				연령					
10대	(96)	44.8	24.0	10.4	9.4	7.3	2.1	2.1	0.0
20대	(129)	31.8	26.4	12.4	8.5	6.2	5.4	5.4	3.9
30대	(134)	17.9	14.9	11.2	12.7	14.2	12.7	6.7	9.7
40대	(127)	44.1	8.7	12.6	11.0	8.7	3.9	6.3	4.7
50대 이상	(114)	72.8	8.8	5.3	4.4	4.4	0.9	0.0	3.5
				지역별					
LA 및 인근지역	(207)	38.6	17.4	12.6	7.7	9.2	5.8	5.3	3.4
뉴욕 및 인근지역	(216)	34.7	17.6	9.7	11.1	11.1	6.9	3.2	5.6
시카고 및 인근지역	(177)	52.0	13.6	9.0	9.0	4.0	2.8	4.5	5.1
				학력별					
고졸 이하	(162)	45.1	18.5	8.6	11.1	7.4	2.5	4.3	2.5
대졸	(332)	41.0	17.8	11.4	8.4	7.8	5.1	3.6	4.8
대학원 이상	(105)	35.2	8.6	10.5	9.5	11.4	10.5	6.7	7.6
무학	(1)	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
				인종별					
백인	(315)	47.0	13.3	7.3	8.9	8.3	5.4	4.1	5.7
흑인	(70)	34.3	15.7	12.9	7.1	11.4	7.1	4.3	7.1
히스패닉	(88)	22.7	21.6	17.0	10.2	13.6	4.5	6.8	3.4
아시아인	(70)	41.4	20.0	15.7	12.9	2.9	2.9	2.9	1.4
기타	(8)	62.5	25.0	0.0	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0
무응답	(49)	42.9	20.4	10.2	10.2	4.1	6.1	4.1	2.0
15-15-1		I	I	직업별					
사무·전문직	(315)	33.0	12.4	12.1	10.2	9.8	8.6	7.3	6.7
생산직	(35)	45.7	8.6	0.0	22.9	11.4	5.7	0.0	5.7
서비스업	(30)	53.3	20.0	16.7	6.7	3.3	0.0	0.0	0.0
학생	(108)	47.2	24.1	10.2	7.4	7.4	1.9	0.9	0.9
주부 노리시어(기이	(32)	62.5	15.6	6.3	9.4	3.1	3.1	0.0	0.0
농림어업/군인 기타/무지	(7)	14.3	14.3	0.0	14.3	42.9	0.0	14.3	0.0
기타/무직	(73)	53.4	24.7	9.6 소득별	2.7	2.7	0.0	1.4	5.5
3,000\$ 미만	(147)	52.4	24.5	10.2	5.4	3.4	1.4	0.7	2.0
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	45.9	19.8	8.1	9.9	10.8	1.8	0.7	2.7
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	43.5	14.1	15.2	6.5	9.8	7.6	2.2	1.1
7,000\$~7,000\$ 미단 7,000\$ 이상~10,000\$	(92)	43.3	14.1	13.2	0.3	7.0	7.0	۷.۷	1.1
미만	(119)	29.4	6.7	10.1	15.1	11.8	11.8	10.9	4.2
10,000\$ 이상	(131)	33.6	14.5	9.9	9.9	7.6	5.3	6.9	12.2

#### □ 시청행동별 동의수준

귀하는 다음 질문에 어느 정도 동의하는지 응답해 주십시오 (5점 척도\*)

- (1) 나는 한 가지 영상 콘텐츠를 시청하면서 다른 영상 콘텐츠를 함꼐 보거나, 음악이나 라디오 등을 듣는다.
- (2) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 휴대폰 음성이나 문자 등을 통해 누군가에게 연락을 한다.
- (3) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 게임을 즐기거나 책을 읽는다.
- (4) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 인터넷을 통해 검색, 쇼핑 등을 한다.
- (5) 나는 영상 콘텐츠를 시청하면서 운동, 일, 집안일 등을 한다.
- \* (전혀 그렇지 않다-1점, 그렇지 않다-2점, 보통이다-3점, 그렇다-4점, 매우 그렇다-5점)

단위: 명 & 5점 척도 평균

					211. 0 62 5				
구분	사례수	문항(1)	문항(2)	문항(3)	문항(4)	문항(5)			
성별									
남성	(268)	3.30	3.57	3.28	3.48	3.43			
여성	(332)	3.18	3.76	3.21	3.50	3.58			
연령									
10대	(96)	3.29	3.79	3.45	3.57	3.57			
20대	(129)	3.31	3.92	3.31	3.65	3.73			
30대	(134)	3.77	3.87	3.69	3.81	3.73			
40대	(127)	3.11	3.56	3.00	3.39	3.46			
50대 이상	(114)	2.61	3.21	2.74	2.98	3.02			
		지역빌	里						
LA 및 인근지역	(207)	3.27	3.70	3.28	3.50	3.51			
뉴욕 및 인근지역	(216)	3.32	3.68	3.25	3.50	3.57			
시카고 및 인근지역	(177)	3.08	3.66	3.18	3.47	3.44			
		학력병	<u></u>						
고졸 이하	(162)	3.24	3.69	3.44	3.53	3.58			
대졸	(332)	3.13	3.64	3.09	3.41	3.49			
대학원 이상	(105)	3.57	3.81	3.43	3.72	3.50			
무학	(1)	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00			
		인종법	直						
백인	(315)	3.07	3.50	3.06	3.36	3.43			
흑인	(70)	3.54	3.96	3.53	3.79	3.63			
히스패닉	(88)	3.66	4.01	3.68	3.77	3.65			
아시아인	(70)	3.10	3.69	3.11	3.39	3.53			
기타	(8)	3.50	3.88	3.38	3.50	3.63			
무응답	(49)	3.27	3.76	3.39	3.55	3.59			
		직업빌	<u></u>						
사무·전문직	(315)	3.35	3.72	3.32	3.52	3.55			
생산직	(35)	3.29	3.69	3.46	3.60	3.51			
서비스업	(30)	2.80	3.17	2.63	3.17	3.10			
학생	(108)	3.35	3.96	3.28	3.69	3.66			
주부	(32)	2.53	3.19	2.94	3.13	3.44			
농림어업/군인	(7)	2.29	2.57	3.14	3.14	3.29			
기타/무직	(73)	3.14	3.60	3.14	3.36	3.37			
소득별									
3,000\$ 미만	(147)	2.93	3.56	3.11	3.31	3.34			
3,000\$~5,000\$ 미만	(111)	3.08	3.50	3.03	3.35	3.50			
5,000\$~7,000\$ 미만	(92)	2.99	3.55	2.84	3.30	3.28			
7,000\$ 이상~10,000\$ 미만	(119)	3.54	3.88	3.59	3.78	3.81			
10,000\$ 이상	(131)	3.61	3.86	3.54	3.68	3.61			

#### 정책자료 19-11

# 방송공동제작 협력강화: 2019 방송공동제작 해외시장 분석

- 인도·터키·헝가리·캐나다·미국 등 5개국 -

**발 행 일** 2019년 12월 (비매품)

발행인 한상혁

발 행 처 **방송통신위원회** 

경기도 과천시 관문로 47(중앙동) 방송통신위원회

대표전화: 02) 2110-2114

E-mail: webmaster@kcc.go.kr Homepage: www.kcc.go.kr

인 쇄 처 인성문화



