



보도자료

2015년 2월 12일(목) 14:00 부터
보도하여 주시기 바랍니다.



문의 : 방송기반국 편성평가정책과 박진희 과장 (☎2110-1280)

방송기반국 편성평가정책과 김종우 사무관 (☎2110-1281)kju@kcc.go.kr

방통위, 2014년 방송매체이용행태 조사 결과 발표

- 스마트폰을 필수매체로 인식하는 경향이 40대와 50대에서 크게 증가하였으며, TV시청 중 스마트폰을 함께 이용하는 비율이 증가 -

□ 방송통신위원회(위원장 최성준)는 방송매체 이용자 현황을 담은 '2014년 방송매체이용행태조사' 결과를 12일 발표했다.

- 방송매체이용행태 조사는 지상파방송과 유료방송을 포함한 다양한 방송매체에 대한 시청자의 인식과 이용행태의 변화에 관한 기초통계를 확보하기 위해 매년 실시된다. 2014년 조사는 전국 3,427가구에 거주하는 13세 이상 남녀 6,042명을 대상으로 지난 6월부터 8월까지 면접 조사 방식으로, 정보통신정책연구원(KISDI)에서 진행했다.
- 조사항목은 ▶ 매체보유, ▶ 매체별 이용량, ▶ 필수매체 인식, ▶ TV 시청행태 분석 등으로 구성되었다.

□ 주요 내용은,

- 매체보유 현황을 살펴보면 TV(96.4%)는 가정 내에서 가장 보편적인 매체이며, 스마트폰의 보유율(76.9%)은 전년(68.8%)에 비해 크게 증가하여 미디어 이용의 개인화가 확대되고 있는 것으로 나타났다.
- 매체 이용시간은 전체 응답자의 TV시청시간이 하루 평균 2시간 52분으로 타 매체에 비해 압도적으로 많았으며, 스마트폰 이용시간은 1시간 17분, 라디오 이용시간은 19분으로 나타났다.

※ '13년도 매체 이용시간 : TV(3시간 07분), 라디오(17분), 스마트폰(1시간 03분)

- 매체 이용빈도 분석결과, 주5일 이상 이용하는 매체비율은 TV(78.4%), 스마트폰(70.8%), PC/노트북(30.6%), 라디오(9.5%), 신문(8.2%)의 순서로 나타났으며,
 - TV, PC/노트북, 라디오, 신문의 이용빈도는 감소하고 스마트폰 (65.8%→70.8%)의 이용빈도는 증가한 것으로 나타났다.
- TV와 스마트폰의 연령별 매체 이용빈도(주 5일 이상 이용하는 비율)를 살펴보면, TV는 연령이 높을수록 이용빈도가 높아지고 이러한 경향은 전년도와 비슷하게 나타났다.
 - 스마트폰 이용빈도는 20대(91.1%)와 30대(90.6%)가 90%이상으로 높게 나타났으며, 특히 30대에서도 TV보다 스마트폰을 더 많이 이용한 것으로 나타났다. 또한 전년에 비해 50대(47.1%→61.8%)와 60대 (10.2%→16.1%)의 이용빈도가 크게 증가하였다.
- 스마트폰 이용자 중 32.6%가 신규매체 이용으로 기존 TV 시청시간이 줄었다고 응답하였으며, 50대(19.3%)와 60대 이상(9.6%) 보다는 20대 (42.4%)와 10대(37.6%), 30대(36.5%)의 TV시청시간 감소인식 비율이 높았다.
 - 한편 스마트폰 이용자의 TV 이용 감소인식 비율(32.6%)이 스마트폰 비이용자(5.0%)에 비해 6배 이상 크게 나타났다.
- 우리나라 사람들 열 명 중 네 명은 TV(44.3%)와 스마트폰(43.9%)을 일상생활에서 가장 필수적인 매체로 인식하고 있으며 전년대비 TV 중요도는 낮아지고(46.3%→44.3%) 스마트폰의 중요도는 높아진 것 (37.3%→43.9%)으로 나타났다.
 - 10대(69.0%)와 20대(69.0%)는 필수매체로 스마트폰을 선택한 반면, 50대 (69.3%)와 60대 이상(92.8%)은 TV를 선택해 연령대별로 차이가 크게 나타났다. 반면 전년에 비해 40대(38.4%→48.6%), 50대(13.4%→23.9%)가 스마트폰을 필수매체로 선택하는 비중이 크게 증가하였다.

- TV시청 행태를 살펴보면 TV 시청 중 타 매체 이용률은 스마트폰 (47.5%→51.7%)이 가장 높고 PC/노트북 (12.6%→12.4%), 신문(6.5%→6.1%) 순서이며, TV 시청 중 다른 매체를 동시에 이용하는 이유는 '습관적으로(52.2%)'가 가장 높고, '채팅/메신저 이용(45.9%)'이 다음 순으로 나타났다.
 - 스마트폰으로 일주일에 하루 이상 TV프로그램을 시청하는 비율이 증가 (23.7%→25.8%)하였으며, 이동 중에 시청하는 비율(35.3%)이나 약속을 기다리면서 시청하는 비율(31.6%)뿐 아니라 집에서 시청하는 비율 (47.8%)도 매우 높게 나타났다.
 - TV 이외의 매체를 이용해 지상파 TV 프로그램을 본 이유로는 못 본 방송을 보기 위해(39.3%), 원하는 시간에 보기 위해(29.1%)등의 순으로 나타났다.
- 방송매체이용행태 조사는 2000년부터 매년 실시하고 있는 국가승인 통계로 면접 가구에 거주하는 만 13세 이상 가구원 전원을 대상으로 가구 설문과 개인 설문을 별도로 구성하여 진행하였으며, 2010년 통계청 인구센서스 결과에 기초한 조사구 선정 방식을 적용하여 표본의 대표성과 조사의 정확도를 높이고자 하였다.
- 방송통신위원회는 작년부터 국민과 정부 간의 소통과 협력을 확대하는 '정부3.0'의 기조에 따라 주요 데이터와 그래픽 파일을 공공데이터포털 (www.data.go.kr)에 공개하였고, 올해는 국민 맞춤형 정보 개방·공유를 위해 방송매체이용행태 조사 주요 자료를 인포그래픽 등으로 제공할 예정이다.
 - 이번 조사결과는 미디어 이용이 TV 등 전통매체에서 스마트기기로 확산되는 경향을 고려하여 시청점유율 측정방식 등을 개선하고, 새로운 시청환경 변화를 고려한 방송정책 수립에 활용될 것으로 기대한다.