

보도자료

2011년 12월 30일(금) 배포시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

문의 : 융합정책관 스마트미래전략팀 양청삼 팀장(☎750-2170)
스마트미래전략팀 김영주 사무관(☎750-2171) kyj1518@kcc.go.kr

방통위, ‘스마트미디어 이용행태 조사’ 결과 발표

- 태블릿PC 이용자가 미디어 이용방식 변화를 선도 -

방송통신위원회(위원장 최시중)는 스마트미디어 이용행태에 관한 조사 결과를 30일 발표했다.

스마트미디어 이용행태 조사는 한국언론학회 주관으로 순천향대학교 심미선 교수와 서울대학교 김은미 교수 연구팀이 진행하였는데 주로 스마트 미디어 이용이 기존의 미디어 이용패턴에 어떤 변화를 가져오고 있는 지를 파악하는 데 초점을 두었다.

이 조사는 서울과 수도권에 거주하는 만 19세이상 64세이하 성인 남녀 800명을 대상으로 2011년 9월 19일(월)부터 10월 12일(수)까지 면접방식으로 코리아리서치에 의뢰해 진행했다.

조사대상은 스마트기기 이용여부에 따라 스마트미디어 비이용자 300명, 스마트폰 이용자 300명, 태블릿PC 이용자 200명을 할당 표집하였다.

이 연구에서는 태블릿PC 이용자를 조사대상에 포함하여 태블릿PC가 기존 미디어 이용패턴에 어떤 변화를 불러일으키고 있는 지 파악할 수 있었다는 점에서 스마트폰 중심의 기존 연구와는 차이가 있다.

조사결과, 스마트폰 이용자는 스마트폰이나 태블릿PC를 이용하지 않는 사람들과 기존 미디어 이용에서 뚜렷한 차이를 보이지 않았는데 반해 태블릿PC 이용자는 많은 차이를 나타냈다.

즉, 스마트폰 이용자는 기존의 휴대폰 이용의 연장선상에서 스마트폰을 주로 커뮤니케이션 수단으로 이용하는 패턴을 보였으나 태블릿PC 이용자는 태블릿PC로 기존의 미디어를 통합해 나가는 경향성을 보였다.

첫째, TV에 대한 매체의존도에 있어서는 비이용자(3.64점) > 스마트폰 이용자(3.53점) > 태블릿PC 이용자(3.29점) 순으로 태블릿PC 이용자가 TV에 대한 의존도가 가장 낮은 것으로 나타났다.

둘째, TV프로그램을 본방송 또는 케이블TV를 통해 시청한다는 응답은 비이용자(83.6%) > 스마트폰 이용자(79.4%) > 태블릿PC 이용자(57.2%) 순으로, 편리한 시간에 인터넷 다시보기나 다운로드 방식으로 시청한다는 응답은 태블릿PC 이용자(35.6%) > 스마트폰 이용자(14.8%) > 비이용자(8.7%) 순으로 나타나 태블릿PC 이용자들이 가장 적극적으로 TV 시청방식의 변화를 주도하고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 스마트미디어를 이용하면서 기존 TV 시청시간이 감소했다고 응답한 사람의 비중은 스마트폰 이용자의 경우 29.7%, 태블릿PC 이용자의 경우 51.7%로 나타났다.

이번 조사결과를 종합하면 스마트미디어 이용자들은 점진적으로 자신에게 가장 편리한 방식으로 기존 미디어 이용방식을 재편해 나가고 있는 것으로 보여진다. 특히, 스마트폰 보다는 태블릿PC에서 기존 미디어의 대체 가능성이 더욱 큰 것으로 나타나 2015년경 태블릿PC 이용자 1,000만 시대의 미디어 이용행태 변화에 귀추가 주목된다.

붙임 : 스마트미디어 이용실태조사 주요 결과 1부. 끝.

「스마트미디어 이용실태조사」 주요 결과

< 조사개요 >

◇ 조사목적

- 스마트미디어 이용자 및 비이용자를 대상으로 미디어 이용실태를 파악
 - 스마트미디어 이용이 기존의 미디어 이용패턴에 어떤 변화를 가져왔는지에 초점
 - 스마트폰 위주의 기존 연구와 달리 태블릿PC 이용자를 조사대상에 포함

◇ 조사대상 : 만 19세이상 64세이하 성인 남녀 800명

- 스마트미디어 비이용자 300명, 스마트폰 이용자 300명, 태블릿PC 이용자 200명을 할당 표집
- ※ 스마트기기 이용여부에 따라 할당 표집한 이유는 스마트미디어 이용자의 모집단으로 추정할 수 있는 정확한 통계자료를 구할 수 없었기 때문임. 다만, 최소한 표본의 대표성을 확보하기 위해 1단계로 스마트미디어 이용자를 먼저 조사하고 이들의 성, 연령별 쿼터를 기준으로 스마트미디어 비이용자를 조사하는 방식을 취함

◇ 조사기간·방식 : '11.9.19(월)부터 10.12(수)까지 일대일 개별 면접조사

◇ 조사수행기관 : 코리아 리서치

◇ 연구기관 : 한국언론학회

- 책임연구 : 심미선 교수(순천향대), 김은미 교수(서울대) 연구팀

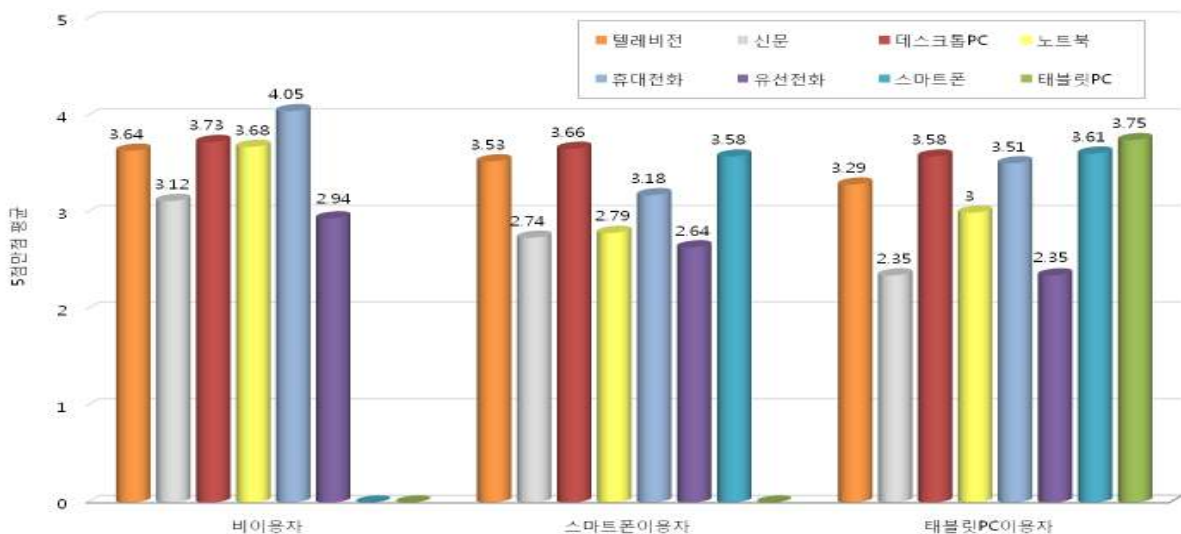
□ 스마트미디어 이용자의 미디어 의존도

- 스마트미디어 이용자 및 비이용자 모두에서 텔레비전에 대한 의존도가 데스크톱PC나 노트북에 비해 낮게 나왔음
- 이는 미디어의 디지털화로 인해 텔레비전 프로그램이 단말기를 떠나 콘텐츠단위로 다양한 매체에서 이용가능하다 보니 텔레비전에 대한 의존도가 떨어진 것으로 해석됨
- ※ 참고로 <2010년 방송매체이용행태 조사> 결과를 보면 텔레비전에 대한 의존도가 가장 높음을 알 수 있으며 여전히 10명중 6명(58.0%)은 텔레비전을 일상생활에서 없어서는 안될 가장 중요한 매체로 인식. 당시 조사에서 인터넷을 가장 중요한 매

체라고 응답한 사람은 34%로 텔레비전의 절반수준에 불과했음

- 이제까지 모든 조사에서 텔레비전에 대한 의존도는 절대적이었는데, 불과 1년 만에 스마트미디어의 등장과 함께 텔레비전에 대한 의존도가 낮게 나왔다는 것은 미디어 지형에 새로운 변화가 있음을 시사하는 것이라 할 수 있음

<그림 1> 이용자 및 비이용자의 매체 의존도(단위: 5점만점 평균)



※ 5점척도 : 1=전혀중요하지않다, 2=별로중요하지않다, 3=보통이다, 4=약간중요하다, 5=매우중요하다

<표 1> 이용자 및 비이용자의 매체 의존도(단위: 5점만점 평균)

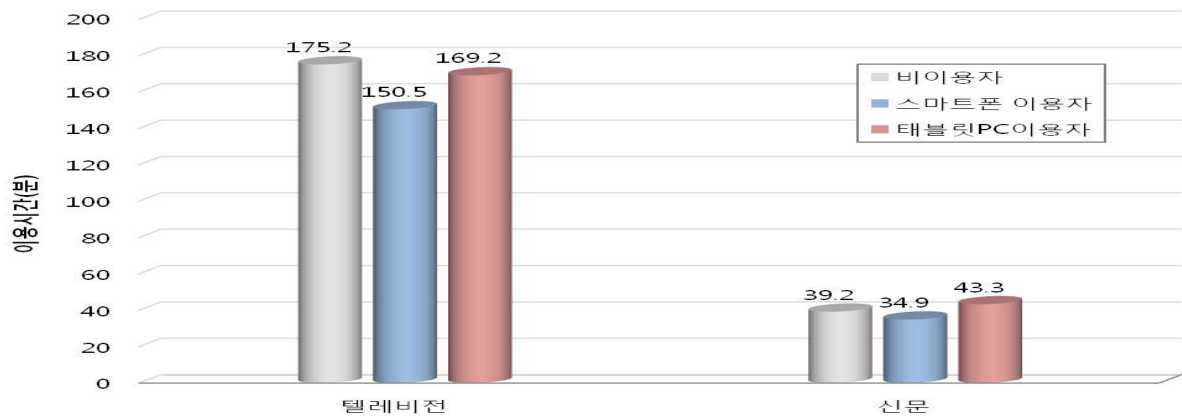
매체	이용자 평균	비이용자 평균	t-value, sig.
텔레비전	3.46	3.64	t=2.554, p<.05
신문	2.91	3.12	t=2.222, p<.05
데스크톱	3.74	3.73	t=-.154, n.s.
노트북, 넷북	3.61	3.68	t=.324, n.s.
스마트폰	3.61	-	-
태블릿pc	3.75	-	-
휴대전화*	3.86	4.05	-
일반 유선전화	2.58	2.94	t=4.409, p<.001

* 태블릿PC용자 중에는 스마트폰 없이 일반 휴대전화를 사용하는 사람이 있는데, 이 수치는 이들의 의존도를 나타냄

□ 스마트미디어 이용과 텔레비전·신문 이용시간의 변화

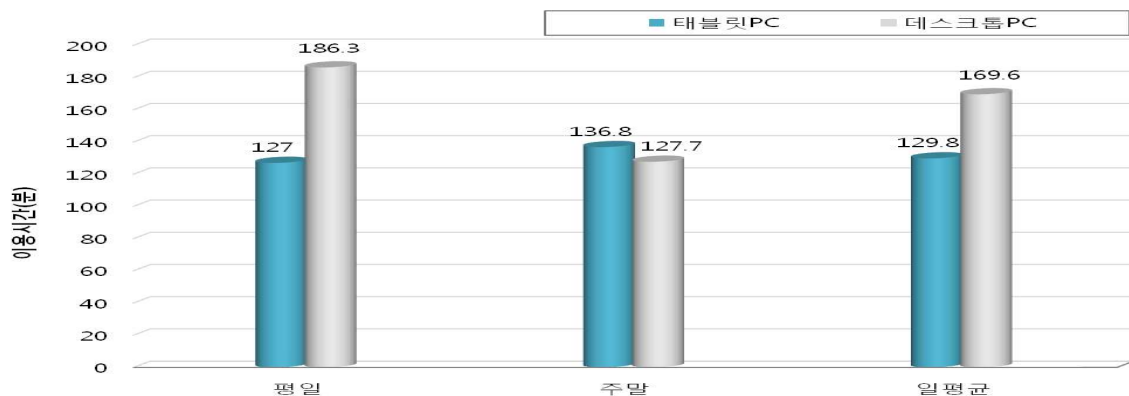
- o 미디어 이용시간을 살펴보면, 텔레비전 시청시간은 스마트미디어 비이용자가 가장 많이 시청하는 것으로 나왔으나 그 외 종이신문 열독시간은 태블릿PC 이용자가 가장 많이 나옴

〈그림 2〉 이용자 및 비이용자의 텔레비전 및 신문 이용시간 비교



- 흥미로운 점은 태블릿PC 이용자도 태블릿PC(129.8분)보다는 데스크톱 PC(169.6분)를 더 많이 이용하나, 주말에는 데스크톱PC(127.7분)보다는 태블릿PC(136.8분)를 더 많이 이용하는 것으로 나옴
- 주말에 태블릿PC를 많이 이용한다는 것은 평일에는 주로 일이나 업무 등의 용도로 데스크톱PC를 이용하지만 주말에는 오락 등 여가활동의 목적으로 태블릿PC를 이용한다고 해석됨

〈그림 3〉 태블릿PC 이용자의 평일-주말 데스크탑/태블릿PC 이용시간 비교

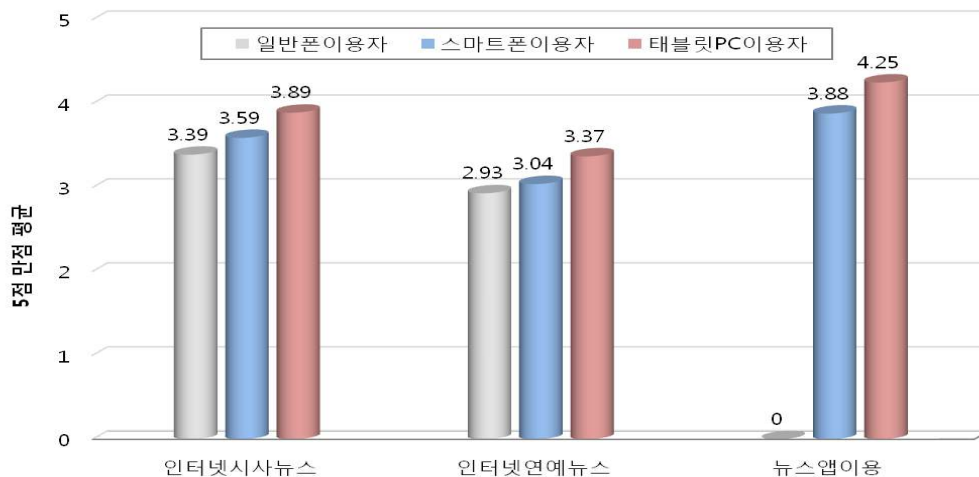


□ 스마트미디어 이용자의 뉴스소비

- 스마트미디어 비이용자보다는 스마트미디어 이용자가, 또 스마트폰 이용자보다는 태블릿PC 이용자가 뉴스를 더 많이 소비하는 것으로 드러남
- 뉴스소비는 데스크톱PC를 통한 뉴스소비와 뉴스 앱을 통한 뉴스소비를 모두 측정

- 스마트미디어 이용자들은 데스크톱PC를 통한 뉴스소비뿐만 아니라 앱을 이용한 뉴스소비 모두 스마트미디어 비이용자보다 더 많은 것으로 나옴
- o 스마트미디어 이용자들은 데스크톱PC의 인터넷으로 뉴스를 이용하기보다는 스마트폰 및 태블릿PC의 뉴스 앱을 이용해 뉴스를 더 많이 소비하는 것으로 드러남. 또 스마트폰 이용자보다는 태블릿PC 이용자가 뉴스를 더 많이 소비하는 것으로 나옴
- o 스마트폰 이용자중 뉴스앱을 이용하지 않는 사람은 10%이고, 태블릿PC 이용자 중에서는 5%만이 뉴스앱을 이용하지 않는 것으로 나타나 스마트미디어 이용자들은 스마트미디어를 이용해 빈번히 뉴스를 이용하고 있음을 확인

〈그림 4〉 일반폰 이용자, 스마트폰이용자, 태블릿PC 이용자의 뉴스소비



※ 5점척도 측정은 1=한달에2-3회, 2=주1-2회, 3=주3-4회, 4=주4-5회, 5=매일

〈해외 조사사례〉

☞ 미국 시장조사기관 콤스코어(Comscore), 2011년 태블릿PC 이용자 조사결과

(출처: 권영전, “스마트시대 뉴스소비, 주중-주말 다르다”, <연합뉴스> 2011년 11월 24일자)

- 평일 오후 6시까지 데스크톱PC를 통한 뉴스소비 증가, 태블릿 및 스마트폰을 이용한 뉴스소비 감소
- 퇴근시간 이후인 오후 6시부터 태블릿을 이용한 뉴스소비 급증
- 저녁시간에는 소파나 침대에서 간편하게 태블릿으로 뉴스를 보는 사람이 많음.

☞ 미국 미주리대 언론대학원생 561명 아이패드 이용패턴(임정욱, 2011년, 10쪽)

- 아이패드로 뉴스를 본다는 응답이 가장 많음
- 아이패드 이용시간으로는 ‘저녁 8시부터 11시까지’가 51%로 나옴

- 아이패드 소유자들은 아이패드를 업무에 사용하기보다는 퇴근 뒤 편안한 자세로 뉴스를 보거나 책이나 잡지를 읽고 메일을 체크하는 용도로 사용

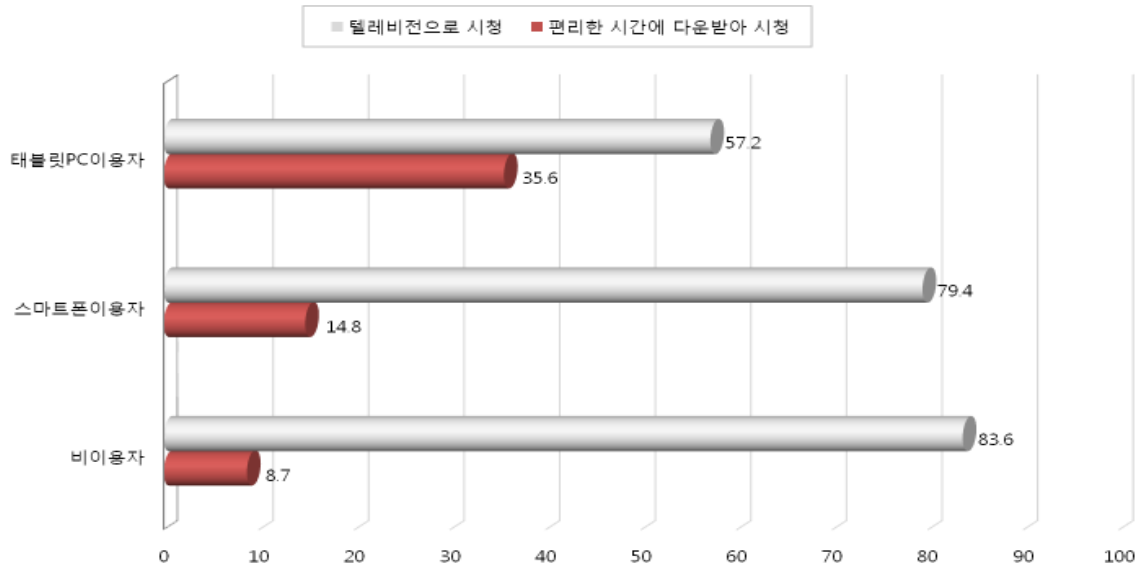
□ 스마트미디어 이용자의 텔레비전 시청방식

- 스마트미디어 비이용자들은 여전히 텔레비전 단말기로 프로그램을 시청하는 사람이 83.6%로 텔레비전중심의 시청패턴을 보임
- 이에 반해 스마트미디어 이용자 중 본방송 또는 케이블 채널을 통해 텔레비전 프로그램을 시청한다는 응답은 태블릿PC 이용자가 57.2%, 스마트폰 이용자가 79.4%로 스마트미디어 이용자가 비이용자보다 텔레비전 이외에 다른 방식으로 텔레비전 프로그램을 시청하는 비율이 다소 높음
- 태블릿PC 이용자의 35.6%, 스마트폰 이용자의 14.8%는 편리한 시간에 인터넷 다시보기나 다운로드해서 텔레비전을 시청하는 것으로 나타남
 - 이 중에서 본방송 시간대에도 텔레비전이 아닌 태블릿PC나 스마트폰 DMB로 지상파를 시청하는 사람이 5.9%(51명)로 나왔는데, 이중 60%는 태블릿PC 이용자이고 40%는 스마트폰 이용자임
- 따라서 이러한 결과로 미루어 볼 때 태블릿PC 이용이 늘어날수록 집안에서도 본방송시간대에 텔레비전 단말기가 아닌 태블릿PC를 이용한 프로그램 시청이 늘어날 것으로 예상
 - 즉 본방송을 시청할 수 없기 때문에 다른 시청방식을 택하는 것이 아니라, 스마트미디어 이용자들은 점차 자신에게 가장 편리한 방식으로 텔레비전 시청을 재편해 나가고 있다는 것으로 해석할 수 있음

〈그림 5〉 스마트미디어 이용자 및 비이용자의 텔레비전 시청방식(단위: %)

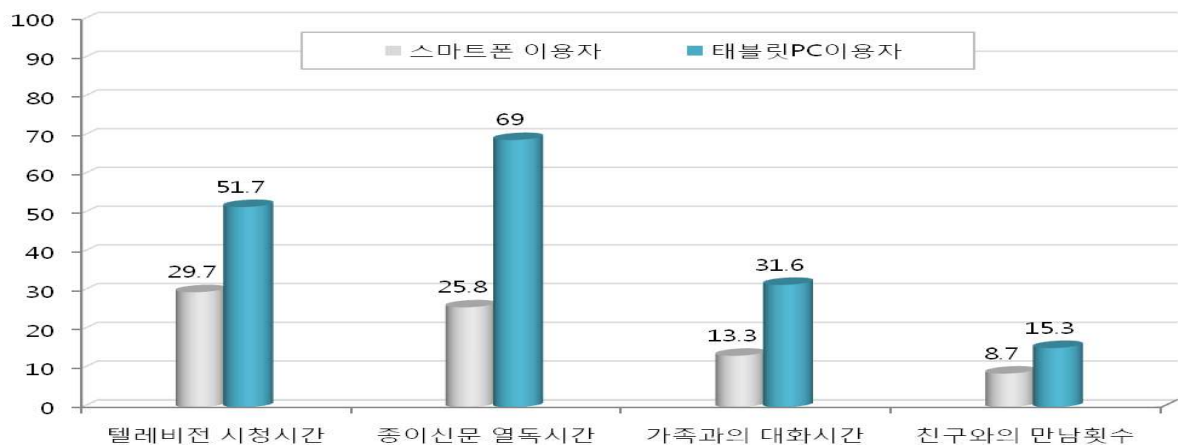
□ 스마트미디어 이용이 기존 매체 이용과 대인커뮤니케이션에 미친 영향

- 스마트 미디어를 이용하면서 기존 매체 이용시간이 다소 감소
 - 스마트폰 이용자의 경우 노트북(65.2%)과 데스크톱PC(48.4%) 이용시간은 많이 줄어들었으나 텔레비전(29.7%)과 종이신문(25.8%) 이용은 크게 줄지 않은 것으로 나타남



- 그러나 태블릿PC이용자의 경우에는 종이신문 이용시간이 줄어들었다고 응답한 사람이 10명중 7명으로 나타나 태블릿PC가 종이신문을 대체할 가능성이 많다고 할 수 있음
- 또 태블릿PC 이용자의 텔레비전 시청시간도 감소한 것으로 나왔는데, 2명중 1명은 태블릿PC를 이용하면서 텔레비전 시청시간이 감소했다고 응답

〈그림 6〉 스마트폰이용자 및 태블릿PC 이용자의 매체 이용시간 감소(단위: %)



- o 스마트미디어 이용이 텔레비전·신문 등의 전통매체 이용에는 상당한 영향을 미쳤지만 대인커뮤니케이션에 미친 영향은 크지 않게 나타남
- 태블릿PC 이용자의 31.6%, 스마트폰 이용자의 13.3%만이 스마트미디어를 이용하면서 '가족과의 대화시간이나 친구와의 만남 횟수 줄었다'고 대답

- 스마트폰에 비해 태블릿PC 이용이 가족 간의 대화에 영향을 미친 것은 스마트폰은 주로 이동 중에 이용하는 매체인데 반해 태블릿PC는 집에서 이용하는 매체로 집안에서 이루어지는 다양한 활동이 영향을 미칠 수 있음을 시사

□ 스마트미디어 이용이 SNS에 미친 영향

- 스마트미디어 이용자가 비이용자보다 SNS를 더 많이 이용하는 것으로 나타남
 - 즉 스마트미디어를 이용하지 않는 비이용자 중에서 SNS를 이용하는 사람은 15.3%에 불과하지만, 스마트폰 이용자 중에서는 44%, 태블릿PC 이용자 중에서는 65.5%가 SNS를 하는 것으로 나타남
- 그러나 스마트미디어 이용여부가 SNS 이용빈도 및 교류대상의 규모에는 거의 영향을 미치지 않음. 즉 스마트미디어 이용여부에 따라 SNS 이용 빈도 및 교류대상의 규모에서 차이를 보이지 않았음
- SNS는 오프라인에서 자주 만나는 사람들과의 소통수단으로 나타났고, 따라서 SNS 이용이 친구와의 만남에는 거의 영향을 미치지 않았고(이용자: 60.5%, 비이용자: 65.2%), 오히려 번개 등을 통해 만남이 늘어났다(이용자: 19.4%, 비이용자: 13.0%)고 응답하는 경우도 있었음
- 이러한 결과로 미루어 볼 때, 온라인 상에서의 SNS를 통한 교류가 대인 관계를 더욱 활성화시킬 가능성이 있음을 시사해 주는 것임

〈그림 7〉 스마트미디어 비이용자 및 이용자의 SNS 이용여부(단위: %)

※ 조사내용 관련 문의 : 순천향대 심미선 교수

함께하는 공정사회! 더 큰 행복 대한민국

