

방송통계, 보다 쉽고 정확하게!

- 방통위 방송통계포털, '23년에 누리집 전면개편 및 신규 통계 제공
- '24년에는 통합검색 시스템 고도화로 통계정보 접근성 개선 추진

방송통신위원회(위원장 김홍일, 이하 '방통위')는 각종 방송통계를 쉽게 찾아서 활용할 수 있도록 방송통계포털 누리집(www.mediastat.or.kr)을 운영하고 있으며, 제공하는 방송통계의 종류를 확대하고 이용자 친화적인 화면 개발을 추진함에 따라 사용자가 지속적으로 증가하고 있다.

방송통계포털은 '방송매체 이용행태조사', '해외 온라인동영상서비스(이하 'OTT') 시장조사' 등 방송·미디어 분야 주요 12개 통계(붙임 참조)와 통계표 939개를 다양한 형태(보고서, 시각화자료 등)로 제공하는 우리나라의 대표적인 방송통계 플랫폼이다.

방통위는 '23년에 방송통계포털 화면과 메뉴 위치 등을 전면 개편하여, 인기 정보(월별 인기통계, 바로가기 서비스)를 누리집 첫 화면(메인화면) 중앙에 노출하고 손쉽게 통계 보고서를 찾아서 이용할 수 있도록 디자인을 재구성하는 등 이용자 편의성을 향상시켰다.

또한, 이용자 설문조사에서 향후 제공하기를 희망하는 방송통계 1순위로 꼽혔던 OTT 관련 통계(해외 OTT 이용행태조사, 해외 OTT 시장조사)를 제공하기 시작하였고, 개선 요구사항 중 하나인 통계 시각화 자료(시각화 대시보드, 첫 화면 정보그림(인포그래픽))를 추가하여 한 눈에 주요 통계를 확인할 수 있도록 하였다.

그 결과, 작년 한 해 동안 총 65,842명이 방송통계포털을 방문하였고, 전년에 비해 통계표 조회수는 5.5%, 다운로드 건수는 30.6% 증가하는 등 방송통계에 대한 관심과 활용도가 크게 늘어난 것으로 나타났다.

< 시각화 대시보드 화면 >



방통위는 '24년에도 방송통계를 보다 쉽고 정확하게 제공하려는 노력을 기울일 계획이다. 새로운 검색 알고리즘을 도입한 통합검색 시스템을 개발하여 이용자가 원하는 통계자료를 빠르고 정확하게 찾을 수 있도록 하고, 각 보고서별로 어떤 통계를 수록하고 있는지 상세히 설명하는 동시에 각 보고서에 대한 설명을 접근하기 쉬운 곳에 배치하여, 방송통계에 익숙하지 않은 국민들도 충분히 이해하고 활용할 수 있도록 지원할 계획이다.

한편, 방통위는 방송통계에 대한 관심을 높이고 통계 활용 경험을 확산하기 위해 연간 총 4회의 이용자 참여 이벤트를 진행할 예정이다. 먼저 3월 말부터 한 달 간 올해 첫 이벤트가 진행되며, 방송통계포털(통계알리미-퀴즈이벤트)을 통해 국민 누구나 참여할 수 있다.

붙임 방송통계포털에서 제공 중인 방송통계. 끝.

담당 부서	방송기반국 미디어다양성정책과	책임자	과 장	황소현 (02-2110-1280)
		담당자	사무관	장규택 (02-2110-1461)



붙임**방송통계포털에서 제공 중인 방송통계**

구분	조사명	주요 내용
1	방송매체 이용행태 조사 (국가승인통계)	다양한 시청취 매체에 대한 이용자의 시청행태와 인식의 변화를 조사·분석하여, 방송시청 환경 변화에 따른 이용행태 변화를 파악
2	방송산업 실태조사 (국가승인통계)	국내 방송산업의 분야별(종사자, 매출, 유료방송 가입자, 방송프로그램 제작·구매비 등) 실태조사
3	시청점유율 기초조사	TV 방송 채널을 운영하는 방송사업자의 시청점유율을 특수관계자 등의 시청점유율, 환산시청점유율 등을 합산하여 조사
4	K시청자평가지수 조사	지상파, 종합편성 채널의 실시간 방송 프로그램에 대해 시청자가 직접 프로그램의 질적 우수도와 전반적인 만족도를 평가
5	방송시장 경쟁상황 평가	방송시장(유료방송시장, 방송채널거래시장, 방송프로그램거래시장, 방송광고시장)의 경쟁상황을 분석·평가
6	방송사업자 재산상황 공표	방송사업자 및 인터넷 멀티미디어 방송사업자('14년부터 포함)의 재산상황 자료(재무상태표, 손익계산서(매출))
7	방송사업자 편성현황 조사	방송사업자의 방송프로그램 편성에 대한 의무편성 제도별 연간 편성현황 조사·분석
8	방송평가	재허가·재승인 대상 방송사업자의 방송사업 실적을 종합적으로 (내용영역, 편성영역, 운영영역) 평가
9	고정형TV(실시간·VOD) 조사	고정형TV를 통한 실시간 방송, 비실시간 방송(VOD) 시청시간(방송프로그램 채널별 및 장르별) 조사
10	스마트폰·PC 시청기록 조사	스마트폰 및 PC를 통한 실시간 방송, 비실시간 방송(VOD) 시청시간(방송프로그램별 및 장르별) 조사
11	해외 OTT 이용행태조사	해외 국가의 온라인동영상서비스(OTT) 이용자를 대상으로 OTT 이용행태 및 콘텐츠 선호도 등을 조사
12	해외 OTT 시장조사*	국내 OTT 사업자의 해외 진출 가능성 탐색을 위해 해외 국가의 OTT 시장 현황, 법적·제도적 규제현황 등을 조사

* 해외 OTT 시장조사는 문헌조사 성격의 조사이므로, 통계자료 없이 보고서만 제공