

보도자료

2012년 01월 19일(목) 배포시점부터 보도하여 주시기 바랍니다.

 문의: 방송통신융합정책실 권병욱 편성평가정책과장 (☎750-2350)
 방송통신융합정책실 배경운 사무관 (☎750-2373) bky@kcc.go.kr

방통위, 2011년 방송매체이용행태 조사 결과 발표

- [1] 일상생활에서 가장 중요한 매체는 50대 이상은 TV, 20대 이하는 인터넷
- [2] 스마트폰은 TV, 라디오 뿐 아니라 컴퓨터 이용시간도 대체
- [3] 시간, 공간별 이용 매체 다양화로 세대, 계층간 미디어 소비 격차는 심화

방송통신위원회(위원장 최시중)는 방송매체 이용자 현황을 담은 '2011년 방송매체이용행태조사(구 TV시청행태조사)' 결과를 19일 발표했다.

방송매체이용행태조사는 지상파방송과 유료방송을 포함한 다양한 방송매체에 대한 시청자의 인식과 이용행태의 변화에 관한 기초통계를 확보하기 위해 매년 실시된다. 2011년 조사는 전국 3,413가구에 거주하는 13세 이상 남녀 6,669명을 대상으로 지난 5월 18일부터 6월 25일까지 면접조사 방식으로, 정보통신정책연구원(KISDI)에서 진행했다.

조사항목은 ▲매체 보유와 이용량, ▲지상파 텔레비전과 라디오 이용행태, ▲유료 방송(유선, 위성, IPTV) 이용행태, ▲시간대별 매체 이용(Media Diary) 분석, ▲DMB 이용행태, ▲스마트 기기 이용행태, ▲인터넷 방송 이용행태, ▲어린이 방송매체 이용행태 ▲해외 방송 프로그램 이용행태 ▲일상생활에서의 매체 중요도와 미디어 대체효과 등으로 구성되었다.

조사결과, 우리나라 사람들 열 명 중 여섯 명(60.0%)은 TV를 일상생활에서 가장 필수적인 매체로 인식하고 있으며 열 명 중 세 명(33.0%)은 인터넷을 필수매체로 꼽았다. 그 외에 신문(2.2%), 서적(2.2%), 라디오(1.4%)를 필수적인 매체로 인식하는 비율은 낮았다. 10대의 65%, 20대의 67%는 인터넷을 가장 필수적인 매체로 응답한 반면 50대의 84%, 60대 이상의 95%는 TV를 필수매체로 선택해 연령별로 큰 차이를 보였다.

TV(97.5%)는 데스크탑 컴퓨터(69.5%)와 함께 가정 내에서 가장 보편적인 매체로 나타났다. 휴대폰(93.9%)과 스마트폰(27.0%)의 보급으로 미디어 이용의 '개인화', '이동성' 특징이 현저하게 나타났다. 10~30대 응답자들이 40~60대 응답자에 비해 스마트폰, DMB폰, MP3, 휴대형 게임기 등 개인보유 매체 보유 비율이 높아, 연령과 계층간 '디지털 격차(digital divide)' 현상이 전년 조사에 이어 동일하게 나타났다.

연령과 지역(도시-농촌) 간의 차이는 매체 이용시간에서도 나타났다. TV의 경우 라디오와 신문에 비해 대도시 지역의 이용시간이 적게 나타났으며, 소득이 낮고 연령이 높을수록 이용시간이 많았다. 특히 TV를 포함한 대부분의 매체는 60대 이상의 이용시간이 가장 많은 특징을 보였다.

지상파 TV프로그램 시청을 위해 이용한 매체는 텔레비전(96.3%)이 압도적으로 많지만 컴퓨터(14.8%), DMB(10.0%), 스마트폰(6.5%), PMP(0.6%), 태블릿 PC(0.5%)도 이용하는 것으로 나타났다. 유료방송 프로그램 시청을 위해 이용하는 매체는 텔레비전(80.4%), 컴퓨터(8.4%), DMB(4.5%), 스마트폰(3.8%), PMP(0.2%) 순으로 나타났다.

조사 대상 가구의 88.6%가 유료방송(유선방송 74.8%, 위성방송 6.8%, IPTV 12.4%)에 가입하고 있고, 2개 이상 서비스에 동시 가입한 가구도 5.1%인 것으로 나타났다. 한편 유료 방송 이용자는 다른 상품으로의 전환보다 현재 서비스 유지 의향(유선 97.5%, 위성 95.5%, IPTV 95.1%)이 높게 나타났다.

인터넷을 이용하여 TV를 시청한 경험이 있는 응답자는 전체 인터넷 사용자의 26.4%로 나타났는데, 20대(42.3%), 10대(34.3%), 30대(24.9%), 40대(16.4%), 50대(10.3%), 60대 이상(4.6%)의 순서로 나타나 세대간 격차가 매우 큼을 알 수 있다. TV를 인터넷으로 보는 방식은 인터넷 사이트의 실시간 동영상을 이용한다는 응답(59.9%)이 가장 높았는데, 이 때 주로 이용하는 기기는 데스크탑(61.1%), 스마트폰(23.6%), 노트북/넷북(14.5%), 태블릿PC(0.7%) 등이었다.

인터넷, DMB, 스마트폰 등 신규 매체이용으로 TV 이용시간과 라디오 이용시간이 감소했다는 응답자가 21.0%와 13.6%로 미디어 대체 현상이 나타났다. 20대의 경우 신규 매체 이용으로 인한 TV 및 라디오의 이용시간이 가장

많이 감소한 것으로 나타나 미디어 대체효과도 연령간 격차가 큼을 확인할 수 있다.

특히 스마트폰 이용자는 TV, 라디오와 같은 전통 매체 이용 감소 비율이 스마트폰 비이용자에 비해 2배 이상으로 나타났다. 20대의 경우 스마트폰 이용 이후 TV뿐 아니라 컴퓨터 이용시간 감소도 크게 나타난 것은 주목할 만하다. 스마트폰과 같은 이동형 디지털 개인 미디어 보급이 본격화되면 매체 이용행태 변화의 폭은 더욱 커질 것으로 예상된다.

시간과 공간에 따라 선택 가능한 매체가 다양해짐에 따라 개인의 매체 이용행태는 다양하게 분화될 것으로 보이며, 이는 미디어 콘텐츠 소비는 물론 생활양식에도 적지 않은 영향을 미칠 것으로 전망된다.

이번 조사는 만 13세 이상 가구원 전원 조사로 가구 설문과 개인 설문을 별도로 구성하여 진행하였으며, 통계청 인구센서스 결과에 기초한 조사구 선정 방식을 적용하여 표본의 대표성과 조사의 정확도를 높이고자 하였다.

‘방송매체이용행태조사’는 2000년부터 매년 실시하고 있는 국가승인 통계로 방송통신위원회 홈페이지(www.kcc.go.kr)에 공개하고 있다. 방송통신위원회는 이번 조사결과가 시청자 중심의 정책수립과 민간기업의 경영전략 수립, 학계·연구소의 학술연구는 물론 시청자의 정보 욕구 충족에 기여할 것으로 기대하고 있다.

붙임 : 2011년 방송매체이용행태조사 주요 결과 1부. 끝.