

1. 대중교통수단 이용 시의 동영상 콘텐츠 이용현황

신 지 형
부연구위원, ICT통계센터

● 조사 자료 및 배경

- 모바일 디바이스의 확산과 네트워크의 진화로 미디어 콘텐츠-디바이스간의 제약이 사라지며 미디어 소비는 시공간 개념을 넘어 점차 다양화, 보편화 되어 가고 있는 추세
- 2013년 방송매체이용행태조사에 따르면 40대 미만의 일상생활의 필수매체 1위는 스마트폰으로 나타나는 등 미디어 디바이스와 미디어 콘텐츠의 소비는 점차 개인화되어 가고 있음
- 본보고서는 2013년 한국미디어패널조사자료¹⁾를 이용하여 미디어 다이어리 작성 3일 동안 한번이라도 대중교통수단을 이용한 응답자를 대상으로 대중교통수단 이용 시 동영상 콘텐츠²⁾의 시청행태에 대하여 분석³⁾

● 교통수단 이용 시의 동영상 콘텐츠 이용

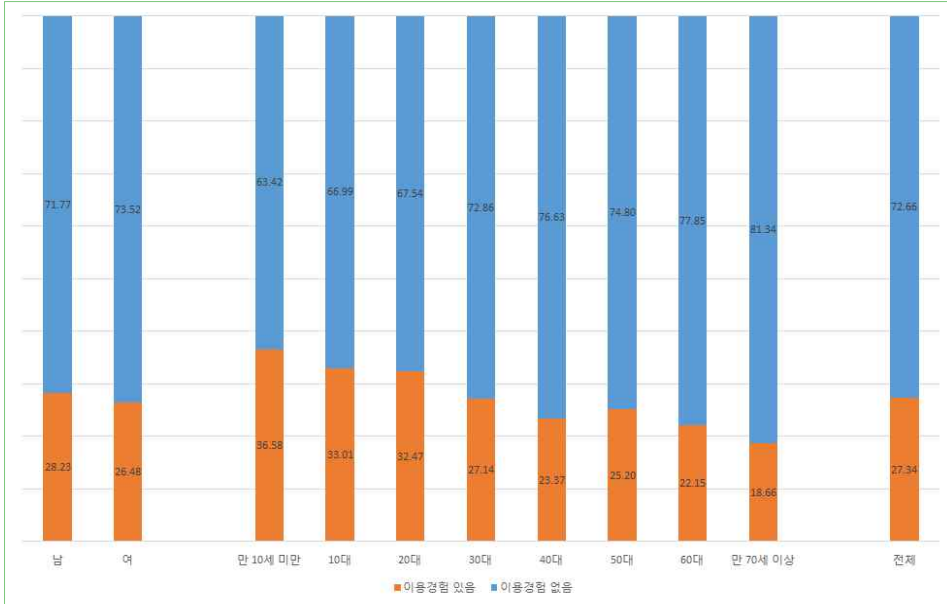
- 미디어 다이어리 작성 3일 기준, 하루라도 대중교통 이용 시 동영상 콘텐츠를 이용한 경험이 있는 응답자는 전체 대중교통 이용자의 약 27%으로 집계됨
- 성별 이용여부를 보면, 남성의 이용여부가 더 높고 연령층이 높아질수록 이용여부는 낮아지는 경향을 보임
- 특히, 30대 미만의 연령층의 경우 3명 중 1명꼴로 대중교통 이용 시 동영상 콘텐츠를 시청하고 있는 것으로 나타남

1) 정보통신정책연구원(KISDI)은 2010년 서울/경기 및 6대 광역시에 거주하는 약 3,000여 가구를 중심으로 시작하여 2011년부터는 만 6세 이상 가구원을 모집단으로 전국 16개 시도의 5,000여 가구와 가구원 약 1만 2천명을 대상으로 매년 한국 미디어 패널조사를 실시하고 있으며, 미디어 다이어리를 기입하는 방식을 통하여 가구원의 미디어 이용 장소, 이용매체, 이용행위, 연결방법에 대한 정보를 하루 15분 단위로 파악하는 조사가 포함되어 있음

2) 지상파TV방송프로그램시청(실시간), 지상파TV방송프로그램시청(VOD), 비지상파TV방송프로그램시청(실시간), 비지상파TV 방송프로그램시청(VOD), TV데이터방송프로그램시청, 영화, UCC(실시간), UCC(다시보기), 종합편성채널TV방송프로그램시청(실시간), 종합편성채널TV방송프로그램시청(VOD)과 같은 미디어 이용행위를 한 사람들 기준

3) 한국미디어패널조사의 미디어 다이어리는 미디어 이용행위에 있어서 '주로 이용한 미디어'와 '동시에 이용한 미디어'를 조사하고 있으나, 본 보고서에서는 '주로 이용한 미디어'를 중점적으로 분석함

[그림 1] 성·연령별 대중교통수단 이용 시 미디어 이용경험 여부
(단위: 백분율)



● 대중교통 이용 시 동영상 콘텐츠 이용의 인구통계학적 특성별 차이 및 이용행위

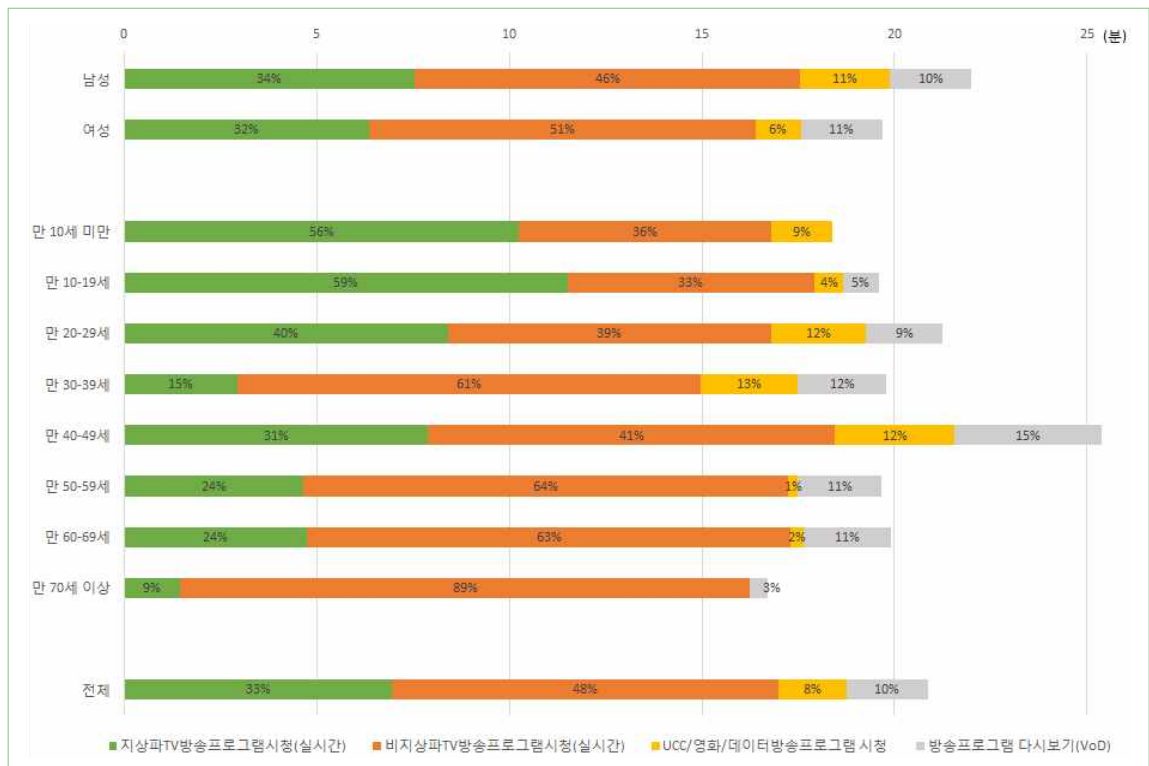
- 대중교통 이용 시 동영상 콘텐츠를 이용하는 사람은 하루 평균 대중교통 이용 시간이 동영상 콘텐츠를 이용하지 않는 사람보다 훨씬 많은 것으로 나타났는데, 버스/지하철 등에서 동영상 콘텐츠를 이용하는 사람들의 평균 이동시간은 1시간 36분인 것으로 나타난 반면, 이용하지 않은 사람의 하루 평균 대중교통을 이용한 이동시간은 약 25분으로 나타남
- 대중교통에서 동영상 콘텐츠를 이용하는 사람들의 하루 평균 이용시간은 약 21분으로 총 평균 이동시간의 약 22%를 차지
- 대중교통 이용 시 동영상 콘텐츠의 평균 이용 시간에 대한 성별, 연령별 차이는 크게 나타나지 않았으며 이는 만 70세 이상의 노년층도 예외는 아님
- 하지만, 대중교통에서 소비하는 시간이 길어질수록 동영상 콘텐츠의 이용시간도 길어지는 경향을 보였으며, 특히 만 40대 연령층의 경우 동영상 콘텐츠 이용시간과 대중교통 이용시간 모두 가장 긴 것으로 나타남

1. 대중교통수단 이용 시의 동영상 콘텐츠 이용현황

〈표 1〉 성/연령별 특성에 따른 대중교통 이용자의 이동 중 일일 평균 동영상콘텐츠 이용시간

		동영상콘텐츠 이용시간	대중교통이용시간
성별	남성	22분	1시간 36분
	여성	20분	1시간 36분
연령별	만 10세 미만	18분	1시간 1분
	만 10~19세	20분	1시간 26분
	만 20~29세	21분	1시간 20분
	만 30~39세	20분	1시간 23분
	만 40~49세	25분	1시간 44분
	만 50~59세	20분	1시간 37분
	만 60~69세	20분	1시간 30분
	만 70세 이상	17분	1시간 26분
전체		21분	1시간 36분

〔그림 2〕 대중교통 이용 시 동영상 콘텐츠 이용 행위



- 대중교통 이용 시, 실시간 비지상과 TV 방송프로그램이용이 전체 이용자의 평균 동영상콘텐츠 이용시간인 21분의 48%인 약 10분으로 나타났으며 다음으로는 실시간 지상과 TV방송프로그램, 방송프로그램 다시보기(VOD), UCC/영화/데이터방송프로그램 시청 등의 순으로 나타남
- 동영상콘텐츠 이용행위는 연령대별로 차이를 보였는데, 만 29세 미만의 이용자의 경우 실시간 지상과TV방송프로그램 시청에 상대적으로 많은 시간을 할애하는 경향을 보였고, 만 30대 이상의 경우 비지상과TV방송프로그램을 실시간으로 시청하는데 상대적으로 많은 시간을 소비함
- 또한, 만 40대 이용자의 경우 대중교통수단 이용 시 전체 동영상 이용시간의 15%을 프로그램 다시보기에 이용하는 등 다소 적극적 소비행태를 보임
- 젊은 층의 경우, 때와 장소를 가리지 않고 다양한 매체를 통해 실시간 프로그램을 시청하는데 익숙한 반면, 중장년층의 경우 실시간 방송보다는 데이터방송, 다시보기 등을 이용하는 등 소비행태가 뚜렷하게 나타남

● 요약 및 시사점

- 대중교통 이용 시 동영상 콘텐츠를 이용한 경험이 있는 응답자는 전체 대중교통 이용자의 약 27%으로 일일 평균 대중교통을 이용 시간인 약 1시간 36분 중 21분 정도를 동영상 콘텐츠를 이용
- 가장 많은 시간을 할애하는 동영상 콘텐츠 이용행위는 실시간 지상과/비지상과 방송프로그램 시청으로 전체 이용시간의 약 82%를 차지
- 일상속의 대중교통이용은 대부분의 경우 출퇴근 시간에 이루어지며 특히, 40~50대 중장년층의 경우 이동 중 실시간으로 방송 프로그램을 시청하는 것은 뉴스/보도 등의 프로그램을 통한 정보 획득이 주목적일 것으로 추측됨
- 젊은 층의 경우, 중장년층에 비해 지상과/비지상과 TV프로그램, 데이터 방송프로그램을 골고루 시청하고 있어 좀 더 다양한 콘텐츠에 노출되고 있어 이에 대한 파급효과도 커질 것으로 예상됨

2014 ITU 전권회의

대한민국이 ICT 세상의 중심이 됩니다
193개국 ICT 올림픽, 2014 ITU 전권회의



일정 | 2014.10.20 ~ 11.7
장소 | 부산 벡스코 (BEXCO) 일대

2014년 10월, 세계 정보통신분야 장관이 참석하는 ICT 올림픽이 대한민국 부산에서 열립니다.
ICT 엑스포, 글로벌 ICT 컨퍼런스, 스마트 한류 문화행사 등의 다채로운 ICT 행사가 펼쳐집니다.