

1. 방송프로그램 시청 가능 기기 보유와 이용 특성

정 용 찬
ICT통계분석센터장

● 활용 데이터

- 정보통신정책연구원(KISDI)은 TV수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 분석하기 위해 방송통신위원회가 주관하는 ‘방송매체 이용행태 조사’를 매년 수행함
- 본 리포트는 전국의 3,434가구에 거주하는 만 13세 이상 가구원 6,240명을 대상으로 진행한 ‘2013년 방송매체 이용행태 조사’ 결과 중에서 방송프로그램 시청 가능 기기 보유 현황과 이용 특성을 분석함

〈표 1〉 2013년 방송매체 이용행태 조사 개요

법적 근거	통계청 승인 일반·조사 통계(승인 번호: 제16402호)
조사 지역	전국(제주 포함)
조사 방법	구조화된 설문지(가구 설문과 개인 설문)를 이용한 일대일 개별면접 조사
조사 기간	2013년 5월 28일(화)~2013년 7월 29일(월)
표본 크기	3,434가구에 거주하는 만 13세 이상 가구원 6,240명 조사
표본 추출	2010년 통계청 인구주택총조사 결과에 기반한 조사구 선정 방식
표본 오차	가구 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±2.9%p 개인 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±2.5%p
응답률	19.6%(총 17,587가구 접촉, 거절 35.3%, 부재 43.3%, 가구 없음 1.5%) ※ 조사구 대체율 : 15.3% (340개 조사구 중 52개 조사구 대체)

● 분석 목적

- TV수상기 이외의 기기를 통한 방송 프로그램 이용이 확산됨에 따라 방송프로그램 시청 가능 기기 보유 현황과 이용 특성을 분석하고 시사점을 도출함

● 응답자 특성

- 가구의 경우 2010년 인구주택총조사 결과의 시도별 가구분포와 지역구분(동부, 읍면부), 주택

유형, 가구주 연령, 가구원 수 정보를 이용, 가중치를 부여하여 모집단 정보와 일치
 - 개인의 경우 2010년 인구주택총조사 결과의 시도별 인구분포와 지역구분(동부, 읍면부), 성, 연령대 인구분포 정보를 이용, 가중치 부여

〈표 2〉 2013년 방송매체 이용행태 조사 가구 기준 응답자 분포(가중치 적용)

구분		사례 수	백분율(%)
전체		3,434	100.0
가구주 연령	20대	274	8.0
	30대	733	21.3
	40대	817	23.8
	50대	764	22.2
	60세 이상	847	24.7
거주 지역	서울	692	20.1
	경기/인천	934	27.2
	강원	367	10.7
	대전/충청	370	10.8
	대구/경북	550	16.0
	부산/울산/경남	373	10.8
	광주/전라	111	3.2
	제주	38	1.1
주거	아파트	1,626	47.4
	단독주택	1,347	39.2
	다세대/연립주택	348	10.1
	오피스텔	45	1.3
	기타	68	2.0
가족 구성	독신가구	812	23.6
	1세대가구	650	18.9
	2세대가구	1,785	52.0
	3세대가구	148	4.3
	기타	40	1.2

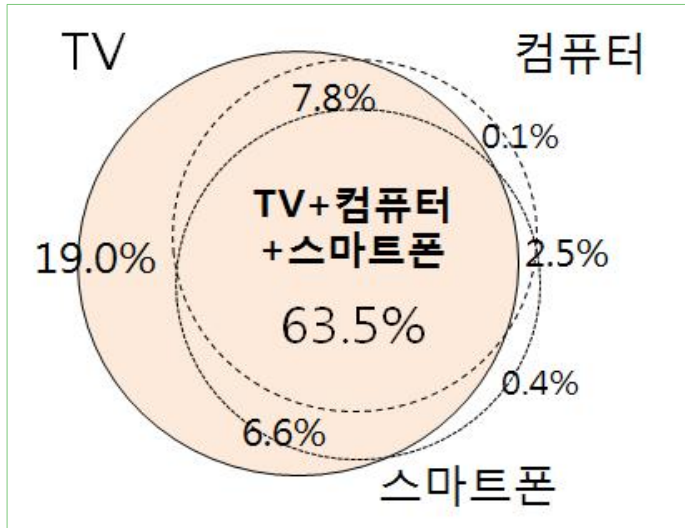
〈표 3〉 2013년 방송매체 이용행태 조사 개인 기준 응답자 분포(가중치 적용)

구 분		사례 수	백분율(%)
전 체		6,240	100.0
성 별	남성	3,069	49.2
	여성	3,171	50.8
연 령	10대	700	11.2
	20대	984	15.8
	30대	1,177	18.9
	40대	1,239	19.9
	50대	993	15.9
	60대 이상	1,148	18.4
	거주 지역	서울	1,269
경기/인천		1,763	28.3
강원		658	10.5
대전/충청		649	10.4
대구/경북		987	15.8
부산/울산/경남		657	10.5
광주/전라		188	3.0
제주		70	1.1

● 가구 단위 시청 가능 기기 보유 현황

- 가구별 방송 프로그램을 시청할 수 있는 미디어 보유 유형은 TV와 컴퓨터(데스크탑, 노트북/넷북, 태블릿), 스마트폰을 모두 보유한 가구가 63.5%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 그 다음으로는 TV수상기만 보유한 가구가 19.0%로 나타남
- TV와 컴퓨터를 보유한 가구와 TV와 스마트폰을 보유한 가구 유형도 각각 7.8%, 6.6%로 나타남

[그림 1] 가구 단위 방송 프로그램 시청 가능 기기 보유 현황
(N=3,434가구)



* 보유 기준: 컴퓨터는 가구 내에 데스크탑, 노트북/넷북, 태블릿을 한 대 이상 보유할 경우 보유로, 스마트폰은 가구원 중 한 사람이라도 보유할 경우 보유로 처리

- 2011년 조사 결과와 비교하면 고정형, 가족형 매체인 TV와 데스크탑PC의 보유율은 감소하는 추세인데 반해 이동형, 개인형 매체인 스마트폰, 태블릿 등은 증가 추세를 보임
- 이는 가구 안에서도 고정형 TV수상기 이외의 개인 매체를 통해 방송프로그램을 시청할 수 있는 환경으로 변화하고 있음을 의미

<표 4> 가구 단위 시청 가능 기기 보유 현황 변화
(2013년 N=3,434가구, 2011년 N=3,413가구, 단위: %)

구 분	2013년	2011년
TV	96.9	97.5
디지털TV	68.3	46.9
컴퓨터	74.0	75.1
데스크탑PC	62.8	69.5
노트북/넷북	29.3	20.2
태블릿	8.0	1.9
스마트폰	73.0	38.2

● 가구 특성별 시청 가능 기기 보유 현황

- 가구주 연령별로 보면 40대 이하의 경우 TV와 컴퓨터, 스마트폰을 모두 보유한 가구가 70%를 넘는데 반해 60대 이상 가구의 경우 TV만을 보유한 가구가 60%에 달하는 것으로 나타남
- 특히 20대 가구주의 경우 TV 없이 컴퓨터와 스마트폰을 보유한 가구도 15.3%에 달해 가구주 연령에 따라 방송 프로그램 시청 환경이 격차를 보이고 있음을 의미

〈표 5〉 가구주 연령별 시청 가능 기기 보유 현황

(N=3,434 가구, 단위: 가구, %)

구 분	가구수	TV	TV+컴퓨터	TV+스마트폰	컴퓨터+스마트폰	TV+컴퓨터+스마트폰
전 체	3,434	19.0	7.8	6.6	2.5	63.5
20대 이하	274	2.2	2.2	6.8	15.3	70.3
30대	733	0.9	2.1	6.2	2.3	88.1
40대	817	1.6	3.9	6.2	2.2	85.5
50대	764	16.6	12.1	9.3	1.1	60.6
60대 이상	847	59.0	14.4	4.7	0.0	21.6

※ 구성비가 낮은 컴퓨터만 보유(0.1%)하거나 스마트폰만 보유한(0.4%) 가구는 제외

- 가족 구성별로 보면 독신가구와 1세대가구의 경우 TV만을 보유한 가구가 40%에 달한 반면 2세대나 3세대 가구의 경우 TV와 컴퓨터, 스마트폰을 모두 보유한 가구가 80%를 넘는 특징을 보임
- 특히 독신 가구의 경우 TV 없이 컴퓨터와 스마트폰을 보유한 가구가 5.4%에 달해 독신가구가 늘어나는 추세를 감안할 때 향후 방송 프로그램 시청 환경의 변화가 예상됨

〈표 6〉 가족 구성별 시청 가능 기기 보유 현황

(N=3,434 가구, 단위: %)

구 분	가구수	TV	TV+컴퓨터	TV+스마트폰	컴퓨터+스마트폰	TV+컴퓨터+스마트폰
독신가구	812	38.3	4.4	13.1	5.4	36.5
1세대가구	650	40.9	14.1	9.2	0.3	35.5
2세대가구	1,785	3.4	7.0	3.1	1.6	84.8
3세대가구	148	5.6	10.0	1.4	0.0	83.0

※ 구성비가 낮은 컴퓨터만 보유(0.1%)하거나 스마트폰만 보유한(0.4%) 가구는 제외

- 거주 도시 규모별로 보면 대도시와 중소도시의 경우 TV와 컴퓨터, 스마트폰을 모두 보유한 가구가 70%에 달하는 특징을 보였으며, 반면 군지역의 경우 TV만을 보유한 가구가 40%에 달해 차이를 보임

〈표 7〉 도시 규모별 구성별 시청 가능 기기 보유 현황

(N=3,434가구, 단위: 가구, %)

구 분	가구수	TV	TV+컴퓨터	TV+스마트폰	컴퓨터+스마트폰	TV+컴퓨터+스마트폰
대도시	1,529	14.7	8.2	6.1	3.6	66.5
중소도시	1,249	13.8	6.5	6.7	2.4	70.2
군지역	656	38.8	9.3	7.5	0.1	43.9

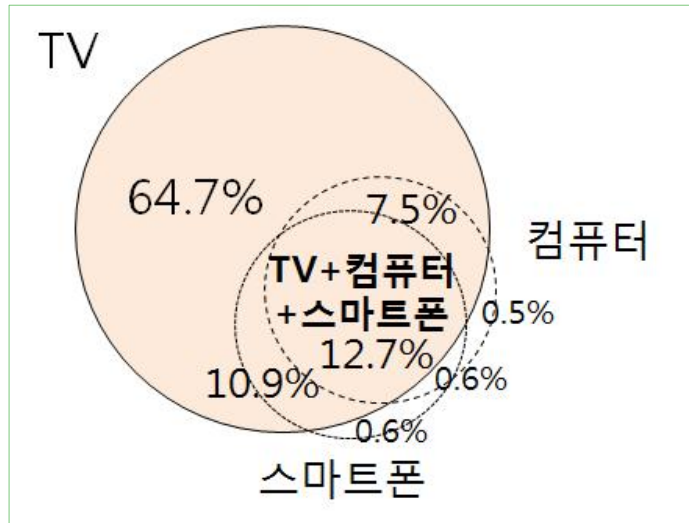
※ 구성비가 낮은 컴퓨터만 보유(0.1%)하거나 스마트폰만 보유한(0.4%) 가구는 제외

● 방송 프로그램 시청시 사용 기기 현황

- 개인별 방송 프로그램 이용 유형은 TV수상기만을 통해 이용한 비율이 64.7%로 가장 큰 비중을 차지하였으며, 그 다음으로는 TV와 컴퓨터(데스크탑, 노트북/넷북, 태블릿), 스마트폰을 모두 이용하는 비율이 12.7%로 나타나 기기 보유 현황과 차이를 보임
- TV와 스마트폰, TV와 컴퓨터를 이용하는 유형도 각각 10.9%, 7.5%로 나타나 이용에 있어서는 TV수상기가 절대적인 영향력을 나타냄

〔그림 2〕 방송 프로그램 시청시 사용 기기 현황(개인 기준)

(N=6,240명)



* 이용 기준: 컴퓨터는 데스크탑PC, 노트북, 넷북, 태블릿 등 종류에 관계없이 이 중 하나를 통해 실시간 방송 프로그램, VOD, 인터넷방송을 한 번이라도 이용한 경우, 스마트폰은 이를 통해 TV프로그램을 한 번이라도 이용한 경우. 비이용자(2.4%)는 표시하지 않음

● 개인 특성별 방송 프로그램 시청시 이용 기기 현황

- 이용자 연령별로 보면 30대 이하의 경우 TV 이외의 매체를 이용하는 비율이 50%에 달하는 반면 50대 이상은 TV만을 이용하는 비율이 80% 이상으로 나타남
- 특히 20대의 경우 10대와 함께 TV 이외의 매체를 가장 활발하게 이용하고 있는 연령층으로 나타나 이들이 개인형, 이동형 매체 이용의 주역임을 나타냄

〈표 8〉 연령별 방송 프로그램 시청시 이용 기기 현황

(N=6,240명, 단위: 명, %)

구 분	개인수	TV	TV+컴퓨터	TV+스마트폰	TV+컴퓨터+스마트폰
전 체	6,240	19.0	64.7	10.9	12.7
10대	700	48.7	12.6	11.9	22.3
20대	984	41.2	13.1	14.4	23.9
30대	1,177	51.1	8.9	18.3	17.8
40대	1,239	65.8	6.8	12.9	10.2
50대	993	78.9	5.4	7.1	5.9
60대 이상	1,148	95.2	0.6	1.1	0.6

※ 구성비가 낮은 컴퓨터만 이용(0.5%), 스마트폰만 이용(0.6%), 컴퓨터와 스마트폰 이용자(0.6%) 제외

● 기기별 방송프로그램 이용 시간

- TV의 경우 조사 대상자 대부분(95.9%)이 이용하고 있으며 이용자는 주중에는 약 세 시간, 주말에는 약 네 시간 가량 시청하는 것으로 나타남
- TV 이외의 기기(PC, 노트북/넷북, 태블릿, 스마트폰)를 이용하여 영상프로그램을 시청하는 사람의 비율은 20% 정도이며 이용시간(이용자 기준)은 주중, 주말 모두 한 시간 정도로 나타남

〈표 9〉 기기별 방송 프로그램 이용 시간(이용자 기준)

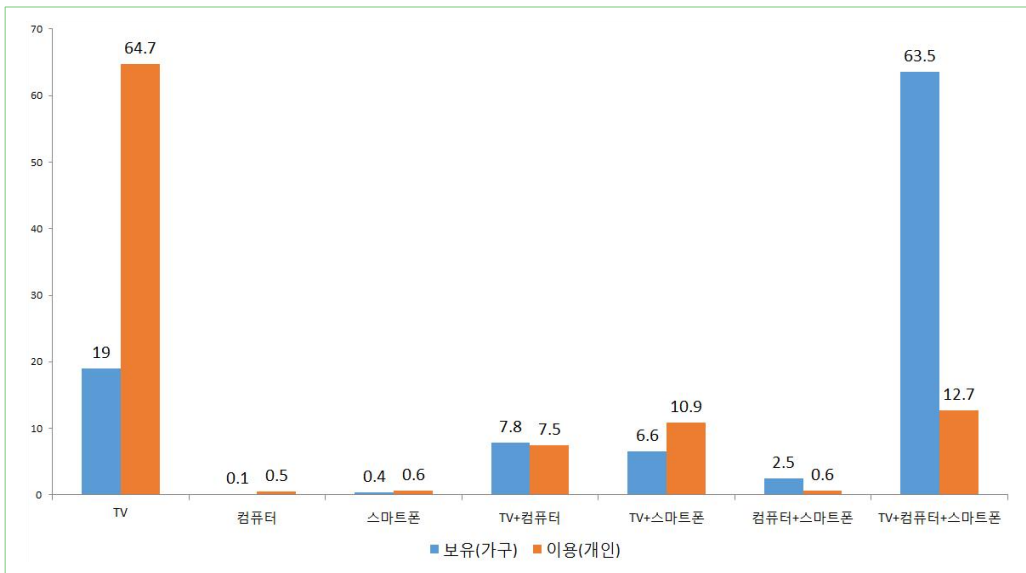
(N=6,240명)

구분	주중		주말	
	이용률	이용 시간	이용률	이용 시간
TV	95.9%	176.6분	95.9%	236.7분
PC/노트북/넷북/스마트폰 통한 영상프로그램 시청	20.2%	56.1분	14.9%	56.9분

● 시사점

- 가구별 방송 프로그램을 시청할 수 있는 미디어 보유 유형은 TV와 컴퓨터(데스크탑, 노트북/넷북, 태블릿) 스마트폰을 모두 보유한 가구가 63.5%로 가장 큰 비중을 차지한 반면, 개인별 방송 프로그램 이용 유형은 TV수상기만을 통해 이용한 비율이 64.7%로 가장 높아 기기 보유 현황과 차이를 보임
- 이는 가구 구성원은 TV수상기 이외에도 다양한 기기를 사용하여 방송 콘텐츠를 이용할 수 있는 환경에 놓여있지만, 실질적인 이용 관점에서는 TV가 절대적인 영향력을 행사하고 있음을 의미

[그림 3] 방송 프로그램 시청 가능 기기 유형별 보유율과 이용률
(보유 기준 N=3,434가구, 이용 기준 N=6,240명, 단위: %)



- TV수상기의 영향력은 이용 시간의 관점에서는 더 큰 것으로 나타남. 조사 대상자 대다수 (95.9%)가 이용하고 있는 TV 시청 시간(이용자 기준)은 주중 약 세 시간, 주말 약 네 시간인 반면 TV 이외의 기기(PC, 노트북/넷북, 태블릿, 스마트폰)를 이용하여 영상프로그램을 시청하는 사람의 비율은 20% 정도이며 주중, 주말 각각 한 시간 정도 이용하는 것으로 나타남
- TV 이외의 기기를 통한 이용의 경우 이용자 기준으로는 TV 대비 약 1/5, 이용 시간 기준으로는 TV 대비 1/3 정도로 나타남. 만약 TV 이외의 기기를 포함하여 방송프로그램 시청 시간을

- 측정할 경우 현재의 시청시간에서 약 6%(약 10분) 정도 증가 효과를 나타낼 것으로 추정
- 스마트폰, 태블릿 등 개인 미디어 기기의 확산으로 TV 이외의 기기를 통한 방송프로그램 시청이 증가 추세를 보임. 이는 시청 개념의 재정의와 함께 새로운 시청률 측정 방법의 모색이 불가피함을 의미(정용찬, 2013)
 - TV 이외의 기기를 통한 방송프로그램 시청을 위해서는 측정 미디어의 범위, 측정 기술, 합산 방식, PC와 같은 가족 공유형 기기의 개인 소비 측정 방식 등에 대한 이해 당사자 간의 논의와 합의가 중요(정용찬, 2014)
 - ※ 방송통신위원회는 시청률 측정에 대한 이해관계자의 의견을 수렴하기 위해 방송사업자와 휴대폰 제조사, 콘텐츠서비스 사업자(네이버, 티빙, Pooq), 시청률 조사회사 등이 참여하는 'N스크린 시청점유율조사 민관협의회'를 구성(방송통신위원회, 2014)
 - 특히 TV수상기 이외에 어떤 미디어를 추가할 것인지 결정하기 위해서는 시청 가능한 기기 보급률과 이용률이 핵심적인 판단 기준이므로 기기 보급과 이용 현황에 대한 기초조사와 추이 분석의 중요성이 더욱 부각될 것으로 전망

● 참고문헌

- 방송통신위원회(2014). '시청점유율 제도 개선 위한 여론수렴 본격화'(2014. 7. 24) 보도자료.
_____ (2013). 『2013년 방송매체이용행태조사』.
- 정용찬(2014). '모바일·컴퓨터로 보는 몫이 빠진 TV 시청률'(2014. 8. 19). 《중앙일보》.
_____ (2013). 『시청률 조사』. 커뮤니케이션북스.