

방송프로그램의 실시간·비실시간 이용 현황 분석



ISSN 2384-1672

최지혜 (서울대 박사과정)

KEYWORD



July. 30

20/14

20-13호 (20.07.15)
방송사업매출 및 광고매출 추이 분석

노희윤

20-12호 (20.06.30)
소비자 혁신성에 따른 미디어 이용행태 분석

노희용

20-11호 (20.06.15)
유료방송 가입 유형별 온라인 동영상 서비스(OTT) 이용 분석

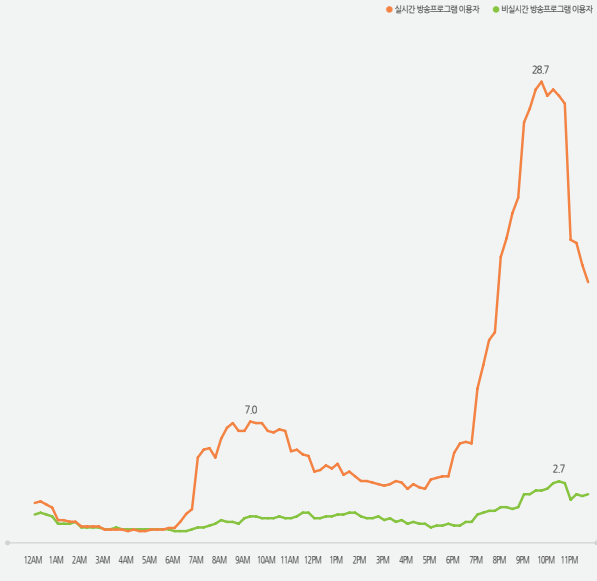
이선희

실시간·비실시간 방송프로그램 하루 평균 시청 시간



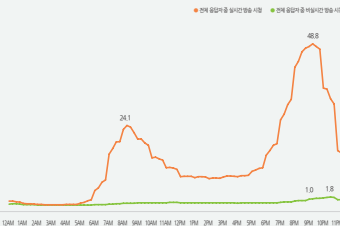
2019년 실시간·비실시간 방송프로그램 이용 현황 ▶▶ 3

20대 응답자 중 실시간·비실시간 방송프로그램 이용자 비율 시간대별 추이(3일 평균)



20대 응답자의 시청 특성 ▶▶ 8

실시간·비실시간 방송프로그램 이용자 비율 시간대별 추이(3일 평균)



채널 종류·시간대별 시청 특성 ▶▶ 7

방송프로그램의 실시간·비실시간 이용 현황 분석

최지혜
서울대 박사과정

III 분석 데이터 및 분석 목적

- 고정형 TV를 통한 실시간 시청 뿐 만 아니라 비실시간 시청(TV VOD, OTT), PC나 모바일 기기 등을 통한 N스크린 시청이 증가함에 따라 통합시청점유율 정식 도입 논의가 본격화 되고 있음¹⁾
- 본고에서는 한국미디어패널 조사결과 중 개인응답자가 3일간 15분 단위로 미디어 이용 기록을 작성한 미디어다이어리 조사 결과를 분석하여 실시간과 비실시간 시청/청취가 모두 가능한 지상파, 비지상파, 종편, 라디오/음악채널, 개인방송/채널(UCC) 등의 방송프로그램이 어떻게 이용되고 있는지 분석하고 시사점을 도출하고자 함
- 한국미디어패널은 2010년부터 매년 실시되는 동일 표본 추적 조사로 2019년에는 4,583가구의 10,864명을 대상으로 미디어 기기 보유현황, 서비스 가입 및 지출현황, 미디어 활용현황, 미디어 다이어리 등을 조사하였음²⁾

III 2019년 실시간·비실시간 방송프로그램 이용 현황

- 2019년 기준 전체 응답자(10,864명)의 93.4%가 지상파, 비지상파, 종편, 라디오/음악채널, 개인방송/채널(UCC) 등의 방송프로그램을 실시간으로 이용했으며, 비실시간으로 이용한 응답자는 2019년 기준 전체의 13.4%
 - ※ 2015년 전체응답자 중 방송프로그램 실시간 이용자 비율 95.1%, 비실시간 이용자 비율 7.3%
- 실시간으로만 방송프로그램을 시청한 응답자는 전체의 81.6%이며, 비실시간으로만 시청한 응답자는 1.5%임. 실시간과 비실시간 방송프로그램을 모두 시청한 응답자는 전체의 11.9%
 - ※ 2015년 전체응답자 중 실시간으로만 이용 88.6%, 비실시간으로만 이용 0.8%, 실시간과 비실시간을 함께 이용 6.5%

1) 방송통신위원회(2020.3.11) 제13차 방송통신위원회 회의록 4면

2) 2019년 조사부터는 새롭게 구축된 전국 17개 광역시도의 1,028여 가구와 가구원 2,436명의 보완패널이 조사에 포함되었음

[표 1] 실시간·비실시간 방송 이용자 비율 및 시청방식별 구분

(단위: %)

구분	이용자 비율(%)		시청방식별 구분 (%)			
	실시간 시청	비실시간 시청	실시간으로만 시청	비실시간으로만 시청	실시간/비실시간 모두 시청	방송프로그램 시청 안함
2019년 (N=10,864)	95.1	7.3	88.6	0.8	6.5	4.2
(참고) 2015년 (N=9,873)	93.4	13.4	81.6	1.5	11.9	5.0

주: 이용자 비율은 전체 응답자 중 미디어 다이어리를 기록한 3일 중 하루 1회(15분 단위) 이상 실시간/비실시간 방송프로그램(지상파, 비지상파, 종편, 라디오/음악채널, 개인방송/채널)을 시청한 경험이 있는 응답자 비율의 평균임

- 2019년 기준 전체 응답자의 하루 평균 실시간 시청 시간은 201.9분(2015년 대비 20.4분 감소), 비실시간 시청 시간은 7.5분(2015년 대비 2.8분 증가)이며

※ 2015년 전체응답자의 하루 평균 실시간 시청 시간은 222.3분, 비실시간 시청 시간 4.7분

- 방송프로그램을 시청하지 않은 응답자를 제외한 이용자의 하루 평균 실시간 시청 시간은 216.1분, 비실시간 시청 시간은 55.6분

※ 2015년 이용자의 하루 평균 실시간 시청 시간은 233.8분, 비실시간 시청 시간 65.0분

[그림 1] 실시간·비실시간 방송프로그램 하루 평균 시청 시간

(전체 응답자 기준, 단위: 분)



주1: 전체응답자의 평균 시청 시간은 방송프로그램 시청 여부와 관계없이 조사에 응한 모든 응답자 10,864명의 하루 평균 시청 시간임

주2: 이용자 평균 시청 시간은 미디어다이어리를 작성한 3일 중 1회(15분 단위) 이상 실시간/비실시간 방송 프로그램(지상파, 비지상파, 종편, 라디오/음악채널, 개인방송/채널)을 시청한 경험이 있는 응답자의 하루 평균 시청 시간으로, 3일간 단 한번도 방송프로그램을 시청하지 않은 응답자는 제외함

III 실시간·비실시간 방송프로그램 시청자의 인구통계학 특성

- 2019년, 여성은 하루 평균 실시간 방송프로그램을 221.2분, 비실시간 방송프로그램을 8.0분 이용했으며 이는 남성의 평균 실시간 시청 시간 179.1분, 비실시간 시청 시간 6.8분을 소폭 상회함

[표 2] 방송프로그램 시청방식 구분(성별)

(단위: %)

구분	실시간으로만 시청	비실시간으로만 시청	실시간/비실시간 모두 시청	방송프로그램 시청 안함
남성	80.9	1.6	11.4	6.2
여성	82.2	1.5	12.3	4.0
전체	81.6	1.5	11.9	5.0

주1: 미디어다이어리를 작성한 3일 중 1회(15분 단위) 이상 실시간이나 비실시간 방송 프로그램(지상파, 비지상파, 중편, 라디오/음악채널, 개인방송/채널)을 시청하였다는 응답을 기준으로 구분하였으며, 3일단 단 한 번도 실시간과 비실시간 방송프로그램을 모두 시청하지 않은 응답자는 '방송프로그램 시청 안함'에 포함

[표 3] 실시간·비실시간 방송프로그램의 하루 평균 시청 시간(성별)

(단위: 분)

구분	전체 응답자(분)		이용자(분)	
	실시간 시청	비실시간 시청	실시간 시청	비실시간 시청
남성	179.1	6.8	200.7	76.8
여성	221.2	8.0	243.1	98.2
전체	201.9	7.5	223.8	88.1

주1: 2019년 기준 실시간 방송프로그램 이용자는 전체 응답자 중 93.4%, 비실시간 방송 프로그램 이용자는 13.4%

- 특히 만 20세 미만과 20대 응답자(만 20-29세)의 경우 만 30세 이상 응답자의 시청행태와는 다른 특성을 보임. 구체적으로는 실시간으로만 방송프로그램을 시청하는 응답자가 65% 내외이나, 실시간과 비실시간 방송프로그램을 모두 이용하지 않은 응답자가 15% 이상

※ 2019년 기준 전체 응답자 중 81.6%가 실시간으로만 시청, 1.5%가 비실시간으로만 시청, 11.9%가 실시간/비실시간 방식을 모두 이용하여 시청, 5.0%가 방송프로그램을 시청하지 않음

[표 4] 방송프로그램 시청방식 구분(연령대별)

(단위: %)

구분	실시간으로만 시청	비실시간으로만 시청	실시간/비실시간 모두 시청	방송프로그램 시청 안함
만 20세 미만	66.1	3.8	13.8	16.3
만 20-29세	64.2	4.0	16.2	15.6
만 30-39세	77.7	1.5	15.7	5.2
만 40-49세	82.0	1.4	14.4	2.1
만 50-59세	84.8	0.7	13.3	1.2
만 60세 이상	94.2	0.2	5.4	0.2

- 만 20세 미만과 20대(만 20-29세) 응답자의 하루 평균 실시간 방송프로그램 시청 시간이 100분 미만인 반면, 만 40세 이상 응답자의 경우 하루 평균 190분 이상 실시간 방송프로그램을 시청함

※ 2019년 기준, 전체 응답자의 하루 평균 실시간 방송프로그램 시청 시간은 201.9분 비실시간 방송프로그램 시청 시간은 7.5분이며, 이용자의 하루 평균 실시간 방송프로그램 시청 시간은 223.8분, 비실시간 방송프로그램 시청 시간은 88.1분

[표 5] 실시간·비실시간 방송프로그램의 하루 평균 시청 시간(연령대별)

(단위: 분)

구분	전체 응답자(분)		이용자(분)	
	실시간 시청	비실시간 시청	실시간 시청	비실시간 시청
만 20세 미만	92.3	9.1	118.9	18.4
만 20-29세	98.7	11.1	125.7	74.3
만 30-39세	156.2	10.4	172.9	101.0
만 40-49세	196.2	9.0	207.4	106.3
만 50-59세	218.5	7.9	227.6	100.7
만 60세 이상	299.6	3.1	300.4	4.3

주1: 비실시간 방송프로그램의 이용자 수는 만 20세 미만 266명, 만 20-39세 49명, 만30-39세 15명, 만 40-49세 28명, 만 50-59세 15명 등으로 각 연령대 그룹에 포함된 샘플이 충분치 않아 단순 비교가 어려움

- 가구 유형 중에서는 2세대 가구 구성원의 15.9%가 비실시간 방송프로그램을 이용(비실시간으로만 시청+실시간/비실시간 모두 시청)하고 있으며, 이어 3세대 가구 구성원의 11.8%가 비실시간 방송프로그램을 이용함

- 또한, 2세대 가구 구성원은 하루 평균 실시간 방송프로그램 시청 시간(171.6분)이 가장 짧고 비실시간 시청 시간(8.6분)은 긴 것으로 나타남

[표 6] 방송프로그램 시청방식 구분(가구유형별)

(단위: %)

구분	실시간으로만 시청	비실시간으로만 시청	실시간/비실시간 모두 시청	방송프로그램 시청 안함
1인가구	91.5	0.4	7.0	1.1
1세대 가구	92.4	0.4	6.9	0.3
2세대 가구	77.5	2.0	13.9	6.5
3세대 가구	81.8	0.8	11.0	6.5
기타	87.4	0.8	7.8	3.9

[표 7] 실시간·비실시간 방송프로그램의 하루 평균 시청 시간(가구유형별)

(단위: 분)

구분	전체 응답자(분)		이용자(분)	
	실시간 시청	비실시간 시청	실시간 시청	비실시간 시청
1인가구	294.8	3.7	307.2	-
1세대 가구	277.9	5.0	285.4	-
2세대 가구	171.6	8.6	193.4	83.5
3세대 가구	213.6	6.7	238.3	-
기타	204.3	3.4	222.8	-

주1: 비실시간 방송프로그램의 이용자 수는 1인 가구 3명, 1세대 가구 8명, 3세대 가구 6명, 기타 3명 등으로 각 그룹에 해당되는 샘플(응답자 수)이 충분치 않아 위 표에 포함하지 않음

- 가구주와 자녀/손자녀 및 그 배우자 관계에 있는 응답자의 실시간 방송 이용 시간이 다른 유형(예: 가구주/배우자, 부모/조부모 등)보다 짧고(105.2분),
- 비실시간으로만 방송프로그램을 이용하거나 실시간과 비실시간 방송프로그램을 함께 이용한 비율은 가장 높음(17.7%)

[표 8] 방송프로그램 시청방식 구분(가구주와의 관계별)

(단위: %)

구분	실시간으로만 시청	비실시간으로만 시청	실시간/비실시간 모두 시청	방송프로그램 시청 안함
가구주/배우자	87.0	0.8	11.0	1.2
자녀/손자녀 및 그 배우자	68.1	3.3	14.4	14.1
부모/조부모 및 그 배우자	95.2	0.0	4.8	0.0
형제자매/기타/동거인	81.7	1.7	10.0	6.7

[표 9] 실시간·비실시간 방송프로그램의 하루 평균 시청 시간(가구주와의 관계별)

(단위: 분)

구분	전체 응답자(분)		이용자(분)	
	실시간 시청	비실시간 시청	실시간 시청	비실시간 시청
가구주/배우자	239.4	6.8	243.24	6.62
자녀/손자녀 및 그 배우자	105.2	9.4	105.54	9.55
부모/조부모 및 그 배우자	349.5	2.5	349.50	2.52
형제자매/기타/동거인	197.8	3.4	200.09	2.54

III 채널 종류·시간대별 시청 특성

- 전체 응답자의 방송프로그램 제공 채널별 시청 시간은 실시간의 경우 지상파(142.4분), 비지상파(26.6분), 종편(18.4분) 순, 비실시간은 지상파(3.4분), 개인방송/채널(2.2분), 비지상파(1.3분) 순
- 방송프로그램을 시청하지 않은 응답자를 제외하였을 때, 이용자의 하루 평균 실시간 시청 시간은 실시간의 경우 지상파(161.7분), 비지상파(29.4분), 종편(19.6분) 순이며, 비실시간은 지상파(34.9분), 개인방송/채널(25.9분), 비지상파(17.8분) 순

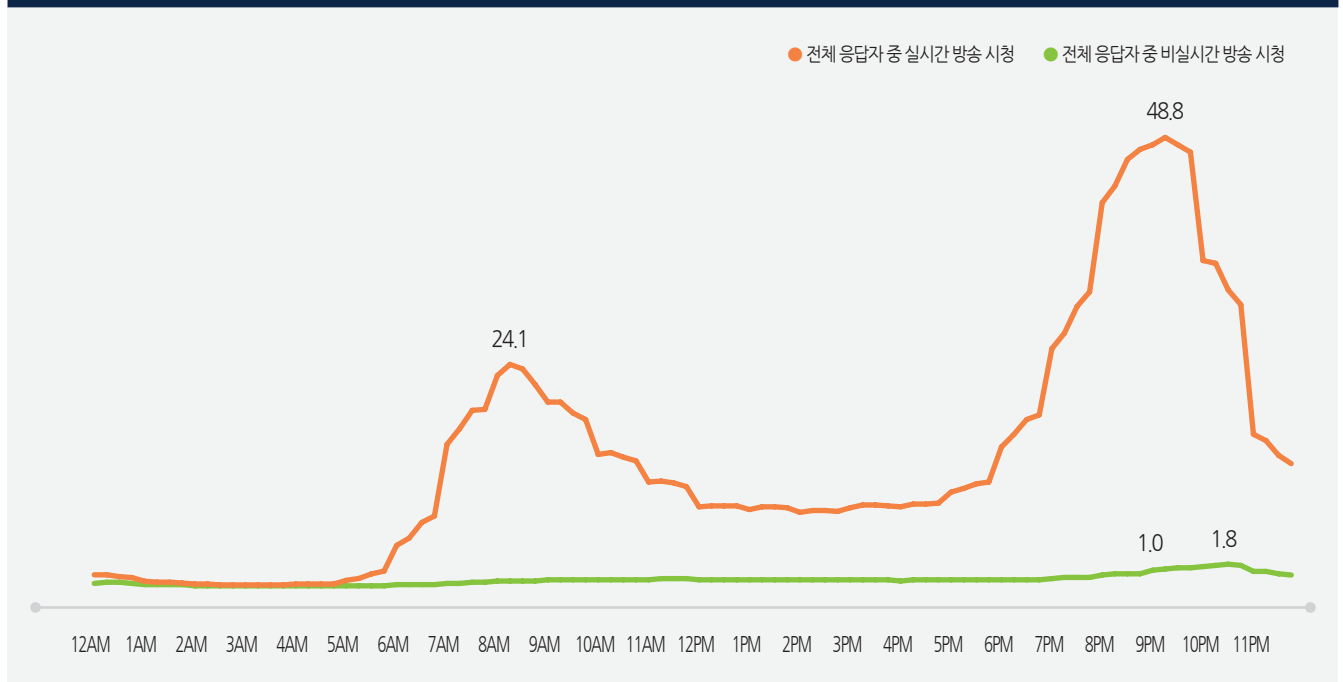
[표 10] 실시간·비실시간 방송프로그램의 하루 평균 시청 시간(채널종류별) (단위: 분)

구분	실시간 시청(분)					비실시간 시청(분)				
	지상파	비지상파	종편	라디오/ 음악채널	개인방송/ 채널(UCC)	지상파	비지상파	종편	라디오/ 음악채널	개인방송/ 채널(UCC)
전체응답자	142.4	26.6	18.4	13.2	1.4	3.4	1.3	0.4	0.2	2.2
이용자	161.7	29.4	19.6	14.5	1.3	34.9	17.8	2.2	3.2	25.9

주1: 전체응답자의 평균 시청 시간은 방송프로그램 시청여부와 관계없이 조사에 응한 모든 응답자 10,864명의 하루 평균 시청 시간임
 주2: 이용자 평균 시청 시간은 미디어다이어리를 작성한 3일 중 1회(15분 단위) 이상 실시간/비실시간 방송 프로그램(지상파, 비지상파, 종편, 라디오/음악채널, UCC)을 시청한 경험이 있는 응답자의 하루 평균 시청 시간으로, 3일간 단 한번도 방송프로그램을 시청하지 않은 응답자는 제외하고 계산한 것임

- 시간대별로 살펴보면, 오전 8시 15분에서 30분 사이(24.1%), 오후 9시 15분에서 30분 사이 가장 많은 응답자(48.8%)가 실시간 방송프로그램을 시청하였으며, 오후 10시 30분에서 45분 사이 가장 많은 응답자(1.8%)가 비실시간 방송프로그램을 시청함

[그림 2] 실시간·비실시간 방송프로그램 이용자 비율 시간대별 추이(3일 평균) (단위: %)



주: 전체 응답자 10,864명 중 15분단위로 기록하는 미디어다이어리의 각 시간대에 실시간 방송프로그램(지상파, 비지상파, 종편, 라디오/음악채널, 개인방송/채널) 또는 비실시간 방송프로그램(지상파, 비지상파, 종편, 라디오/음악채널, 개인방송/채널)을 시청하고 있다고 기록한 이용자의 비율(3일간 이용자 수의 평균을 활용하여 계산)

III 20대 응답자의 시청 특성

- 20대는 비실시간 방송프로그램을 이용하는 응답자 비율이 가장 높은 세대로, 20.2%가 비실시간 방송프로그램을 시청함 (비실시간만 시청하거나 실시간, 비실시간 모두 시청)
- 20대 응답자의 채널별 비실시간 방송 프로그램 하루 평균 시청 시간은 개인방송/채널(4.5분), 지상파(2.9분), 비지상파(2.8분) 순
- 방송프로그램을 시청하지 않은 응답자를 제외하였을 때, 20대 이용자는 개인방송/채널(하루 평균 31.2분), 비지상파(25.3분), 지상파(14.5분) 순으로 시청함

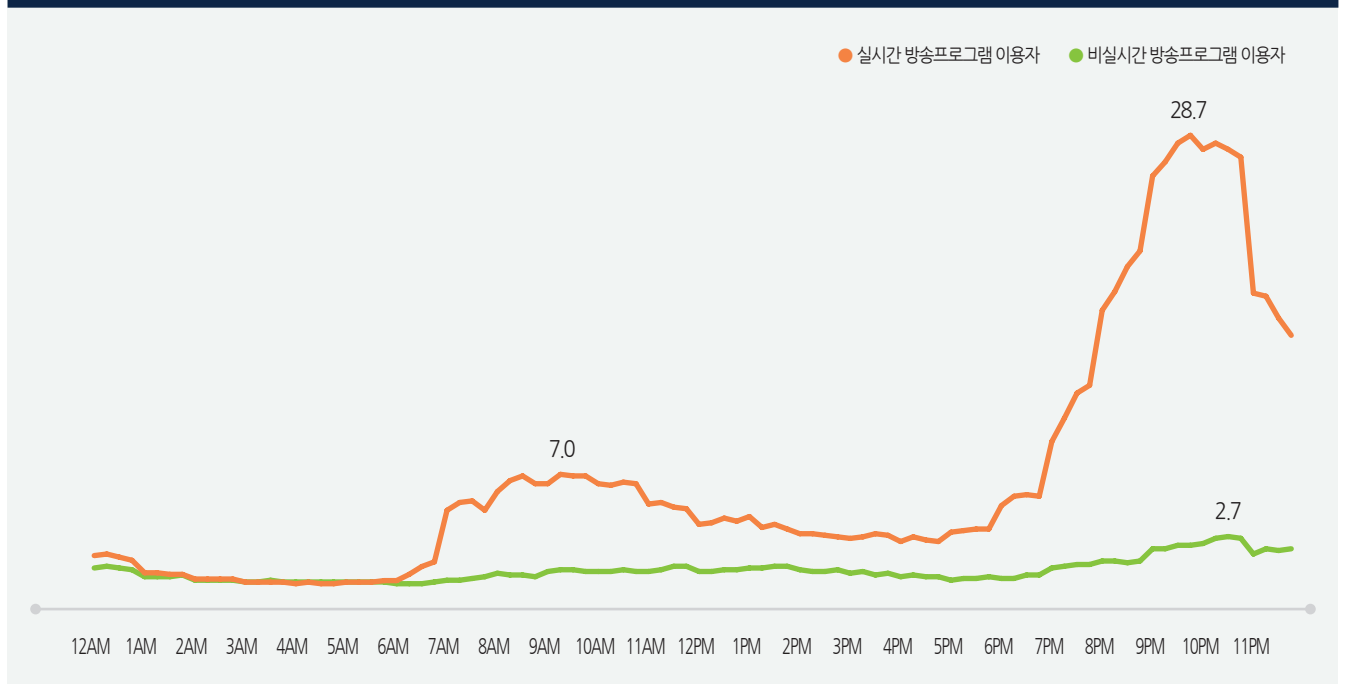
[표 11] 20대 응답자의 채널 종류별 하루 평균 시청 시간 (단위: 분)

구분	실시간 시청(분)					비실시간 시청(분)				
	지상파	비지상파	총편	라디오/음악채널	개인방송/채널(UCC)	지상파	비지상파	총편	라디오/음악채널	개인방송/채널(UCC)
20대 전체	63.7	17.8	10.1	4.2	2.9	2.9	2.8	0.6	0.2	4.5
20대 이용자	84.0	22.0	11.3	5.5	2.9	14.5	25.3	0.8	2.4	31.2

주1: 20대 응답자의 평균 시청 시간은 방송프로그램 시청여부와 관계없이 조사에 응한 모든 해당 연령(만20-29세) 응답자 1,225명의 하루 평균 시청 시간임
 주2: 이용자 평균 시청 시간은 미디어다이어리를 작성한 3일 중 1회(15분 단위) 이상 실시간/비실시간 방송 프로그램(지상파, 비지상파, 총편, 라디오/음악채널, 개인방송/채널)을 시청한 경험이 있는 해당 연령(만20-29세)응답자의 하루 평균 시청 시간으로, 3일간 단 한 번도 방송프로그램을 시청하지 않은 응답자는 제외하고 계산한 것

- 시간대별로 살펴보면, 오후 9시 45분에서 10시 사이 가장 많은 응답자(28.7%)가 실시간 방송프로그램을 시청하였으며, 오후 10시 30분에서 45분 사이 가장 많은 응답자(2.7%)가 비실시간 방송프로그램을 시청함

[그림 3] 20대 응답자 중 실시간/비실시간 방송프로그램 이용자 비율 시간대별 추이(3일 평균) (전체 응답자 기준, 단위: 분)



주: 만 20세-29세 응답자 1,225명 중 15분단위로 기록하는 미디어다이어리의 각 시간대에 실시간 방송프로그램(지상파, 비지상파, 총편, 라디오/음악채널, 개인 방송/채널) 또는 비실시간 방송프로그램(지상파, 비지상파, 총편, 라디오/음악채널, UCC)을 이용하고 있다고 기록한 이용자의 비율(3일간 이용자 수의 평균을 활용하여 계산)

III 결과 요약 및 시사점

- 본고에서는 실시간과 비실시간 방송프로그램을 함께 제공하는 채널의 시청 시간만을 분석하였는데, 실시간 서비스를 제공하지 않는 VOD나 OTT 등의 동영상 서비스 이용을 포함할 경우 비실시간 시청 시간은 더 길 것으로 예상됨
- 고령층일수록 실시간 방송프로그램만 이용하는 응답자 비율이 높고 시청 시간 또한 긴 것으로 나타났는데, 이는 실시간 TV 시청이 60대 이상에서 가장 많고 비실시간 방송프로그램에 비해 실시간 TV 시청연령층이 고령화 되었다고 분석한 방송통신위원회의 2019년 N스크린 조사와 일치하는 결과임
- 만 20세 미만과 만 20-29세 응답자의 경우 미디어다이어리 작성 기간 동안 실시간과 비실시간 방송프로그램 모두 이용하지 않은 응답자 비율이 15% 이상임
- 특히, 응답자 본인이 채널선택권을 갖고 있는 1인 가구, 1세대 가구 구성원의 경우 실시간 방송프로그램 이용자 비중이 다른 유형의 가구 구성원들보다 크고 시청 시간도 긴 것으로 나타남
- 반면 전통적으로 가정 내에서 채널선택권의 우선순위가 낮은 자녀/손자녀 및 그 배우자의 경우 비실시간 방송프로그램을 시청하거나(14.4%), 방송프로그램을 이용하지 않는 응답자 비율(14.1%)이 전체 응답자 평균보다 높은 편임(반승원, 2015)
- 최근 미국 OTT 서비스인 Hulu가 발간한 보고서에 따르면, 전통적인 TV를 통한 시청을 대체하는 온라인 스트리밍서비스를 통한 시청이 응답자 95%의 시청경험을 변화시켰다고 응답하였으며(Hulu, 2020), 국내에서도 비실시간 방송프로그램 이용자의 증가가 향후 방송프로그램, 영화 등 콘텐츠 시청방식에 변화를 가져올 것으로 예상할 수 있음

III 참고문헌

- 2019년 한국미디어패널조사 원시자료(개인데이터, 다이어리데이터)
- 김윤화(2013). 지상파TV 방송프로그램 시청행태 분석: 실시간 시청과 VOD 시청행태 비교, KISDISTAT REPORT, Vol.13-05
- 반승원(2015). 가족커뮤니케이션, 커뮤니케이션북스
- 방송통신위원회(2020.4.28). 2019년 N스크린 시청행태 조사 결과 발표 자료
- 연합뉴스(2016.12.14.). "젊은층, 가족과 함께 TV 시청 기피...편성 전략 바뀌어야"
- Hulu(2020). Generation Stream - Unpacking the Streaming Experience. Volume 01

발간번호	제목	저자	발간일
20-13호	방송사업매출 및 광고매출 추이 분석	노희윤	2020-07-15
20-12호	소비자 혁신성에 따른 미디어 이용행태 분석	노희용	2020-06-30
20-11호	유료방송 가입 유형별 온라인 동영상 서비스(OTT) 이용 분석	이선희	2020-06-15
20-10호	중장년층의 스마트미디어 보유 및 활용 추이	김윤화	2020-05-30
20-09호	자녀 유무에 따른 미디어 보유와 이용행태 비교	윤도경	2020-05-15
20-08호	와이파이의 확산과 이용 특성	김용원	2020-04-30
20-07호	신문기사 이용자 특성 분석	고세란	2020-04-15
20-06호	OTT서비스 이용자의 특성 및 이용행태	오윤석	2020-03-30
20-05호	스마트폰, TV의 대체재인가 보완재인가	정용찬	2020-03-15
20-04호	한국 드라마 수출 추이 분석	노희윤	2020-02-28
20-03호	개인의 혁신성향에 따른 미디어 기기 및 서비스 채택	심동녘	2020-02-15
20-02호	온라인 디지털 콘텐츠와 OTT 서비스 이용	신지형	2020-01-30
20-01호	2019년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2020-01-15
19-24호	2019년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2019-12-30
19-23호	미디어 이용시간에 영향을 미치는 주요 성향변수에 대한 분석	안진경	2019-12-15
19-22호	디지털 디바이드(Digital Divide)의 실태	박주영	2019-11-30
19-21호	토픽 모형을 이용한 일간 미디어 사용 행태 분석 및 시점별 변화 양상 분석	최현홍	2019-11-15
19-20호	ICT신기술 인식도에 따른 중장년층의 특성 및 미디어 이용행태 분석	오윤석	2019-10-30
19-19호	유료방송 사업자(SO, IPTV, 위성)의 방송매출 추이와 매출항목별 구성	이선희	2019-10-15
19-18호	어린이와 청소년의 휴대폰 보유 및 이용행태 분석	김윤화	2019-09-30
19-17호	종합편성사업자와 계열 PP의 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2019-09-15
19-16호	셋다운 정책 도입 전후 청소년의 인터넷 사용시간과 수면시간 변화에 대한 사용자 행동 데이터 분석	홍아름, 이창준, 김홍범	2019-08-30
19-15호	디지털 콘텐츠 이용현황 : 유료 서비스 이용자를 중심으로	심동녘	2019-08-15
19-14호	'호모 스마트포니쿠스', 세대별 진화 속도	정용찬	2019-07-30
19-13호	온라인 미디어 서비스의 이용과 프라이버시 침해 우려	신지형	2019-07-15
19-12호	"2017년 기업활동조사"로 살펴본 ICT 기업의 특성	정혁	2019-06-30
19-11호	맞벌이 가구의 미디어 이용 행태	고세란	2019-06-15
19-10호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2019-05-30
19-09호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행태 분석	이선희	2019-05-15
19-08호	전자상거래 이용 현황과 구매 행태	오윤석	2019-04-30
19-07호	지상파 3사와 지상파 3사 계열 PP의 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2019-04-15
19-06호	인터넷 전문은행 사용자 특성	심동녘	2019-03-30
19-05호	부모와 자녀의 미디어 이용, 그리고 미디어 이용제한	하형석	2019-03-15
19-04호	밀레니얼세대와 Z세대의 미디어 이용	신지형	2019-02-28
19-03호	1인 가구, 능동적 미디어 활용자	정용찬	2019-02-15
19-02호	2018년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2019-01-31
19-01호	2018년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2019-01-15

KISDI ICT통계정보연구실

KISDI ICT통계정보연구실에서는 다음과 같은 정부 승인통계 조사를 매년 진행하고 있습니다. 조사 결과는 정부 정책 수립과 민간 기업의 경영계획 수립, 대학 연구소의 학술연구에 활용되고 있으며, 일반 이용자에게는 기초 정보와 지식을 제공하는 역할을 합니다.

한국미디어패널조사

- ◆ **조사 목적** : 빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사

방송산업 실태조사

- ◆ **조사 목적** : 방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악
- ◆ **조사 방법** : 전수조사 인터넷 설문조사
- ◆ **조사 대상** : 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회에 등록된 방송사업자

방송매체 이용행태 조사

- ◆ **조사 목적** : TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청 행태를 분석
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 3,900가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개

미디어통계포털(KISDI STAT)

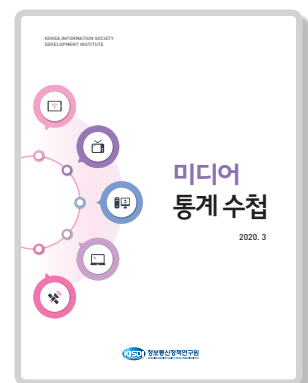
KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

미디어 통계수첩(2020년 발간)

미디어 통계 수첩은 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체이용행태조사, 과학기술정보통신부와 방송통신위원회의 방송산업실태조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성한 소책자입니다. KISDI STAT 사이트에서 내려받을 수 있습니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동