

2012 방송매체이용행태조사 스마트폰 타 매체 이용시간 대체



방송매체에 대한 시청자의 인식과 이용행태 변화에 관한 기초통계를 확보하기 위해 방송통신위원회가 2000년부터 매년 실시하고 있는 방송매체이용행태조사의 2012년 결과가 발표됐다.

‘2012년 방송매체이용행태조사’는 전국 3,453가구에 거주하는 13세 이상 남녀 6,441명을 대상으로 지난 5월 23일부터 7월 25일까지 면접조사 방식으로 정보통신정책연구원(KISDI)에서 진행했다.

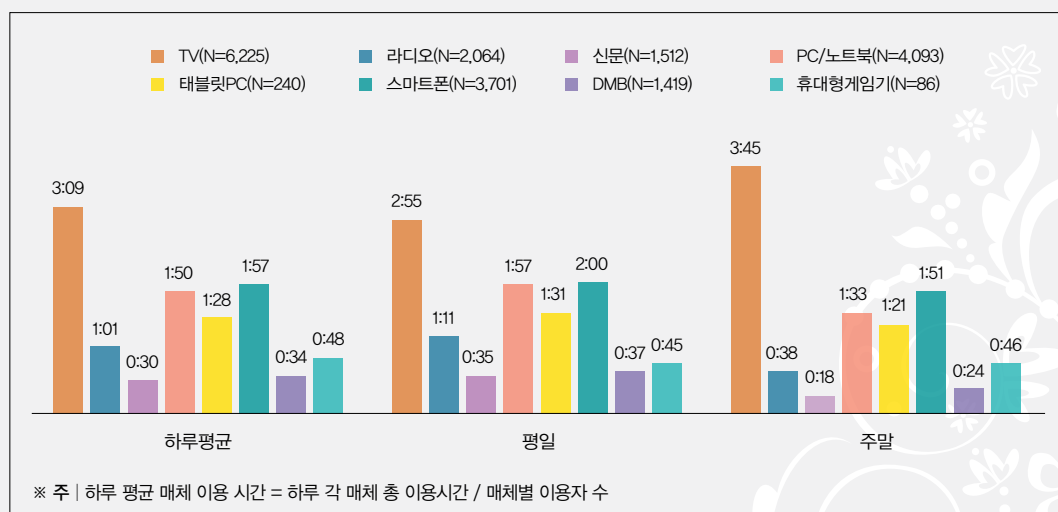
조사 결과, TV시청량은 일평균 3시간 9분, 스마트폰 이용시간은 1시간 57분, PC/노트북은 1시간 50분, 태블릿 PC는 1시간 28분, 라디오 1시간 1분, 신문 30분 순으로 나타났다.

미디어 이용시간 분석 결과, 지상파TV 이용률은 저녁 9시대 44.7%, 아침 8시대 15.6%에 높게 나타났다. 오후 2시대에는 케이블TV 이용률이 3.6%로 지상파TV(1.2%)보다 3배 정도 높게 나타났다.

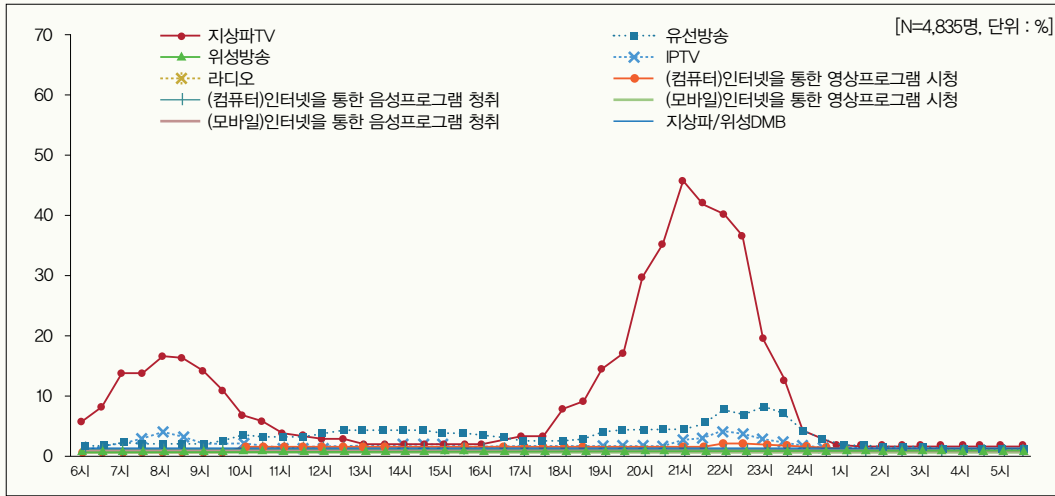
우리나라 국민 과반수(53.4%)가 TV를 일상생활에서 가장 필수적인 매체로 인식하고 있었다. 네 명 중 한 명(25.0%)은 스마트폰을 필수 매체로 선택했다. 10대(45.9%)와 20대(50.7%)는 스마트폰을 가장 필수적인 매체로 응답한 반면, 50대(81.0%), 60대 이상(92.9%)은 TV를 필수 매체로 선택했다.

TV(97%)는 데스크탑(66.2%)과 함께 가정 내에서 가장 보편적인 매체로 나타났다. 휴대폰(94.7%)과 스마트폰(57.5%)의 보급으로 미디어 이용의 이동화, 개인화 특징이 현저하게 나타났다. 특히 스마트폰의 보유율

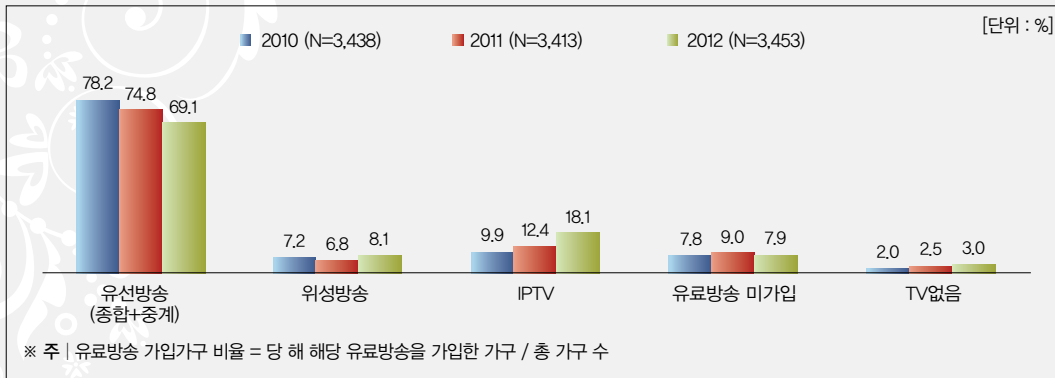
〈그림 1〉 하루 평균 매체 이용 시간 (매체 이용자)



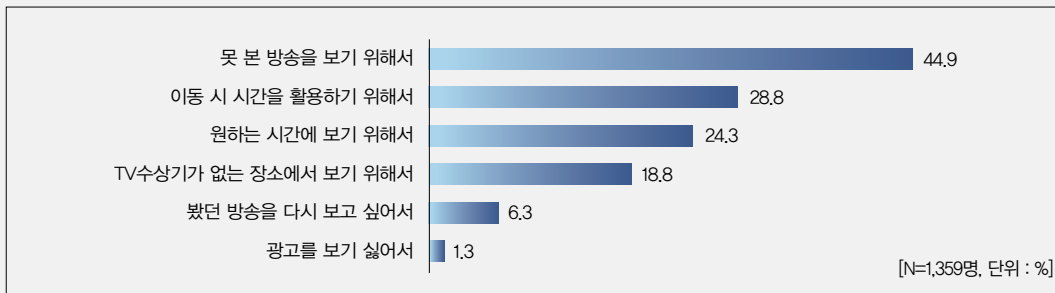
〈그림 2〉 시간대별 매체별 이용률 (주중)



〈그림 3〉 유료방송 가입 가구 비율



〈그림 4〉 TV수상기 이외의 매체로 지상파 프로그램 시청한 이유

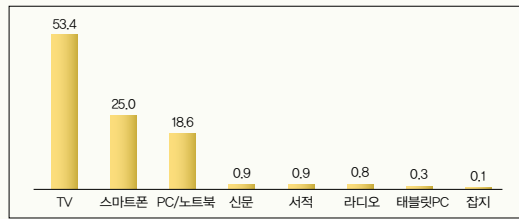


(57.5%)은 작년(27.1%)에 비해 2배 이상 급격히 증가하여 미디어 이용의 스마트화가 크게 진전되고 있는 것으로 나타났다.

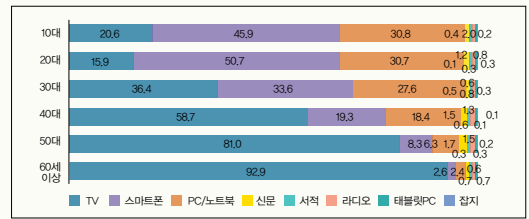
스마트폰 등 신규매체 이용으로 TV 이용시간이 감소했다는 응답자가 29.3%로 나타나 전년도(21.0%)에 비해 미디어 대체현상이 증가한 것으로 나타났다. 50대(11.1%)와 60대 이상(3.8%) 보다는 20대(50.5%)와 10대(42.6%)에서 신규매체 이용으로 인한 TV 이용시간 감소가 상대적으로 크게 나타나 미디어 대체효과의 연령간 격차를 확인할 수 있다.

한편 스마트폰 이용자의 TV 이용 감소(43.3%)가 스마트폰 비이용자(10.4%)에 비해 4배 이상으로 나타났

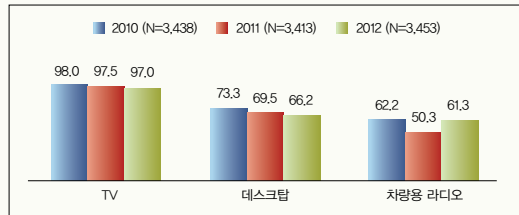
<그림 5> 일상생활에서 필수적인 매체



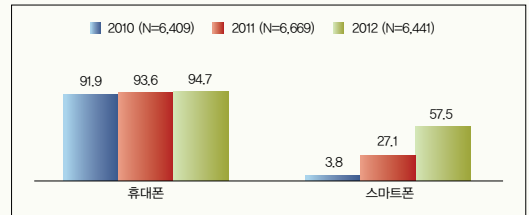
<그림 6> 연령별 필수적인 매체



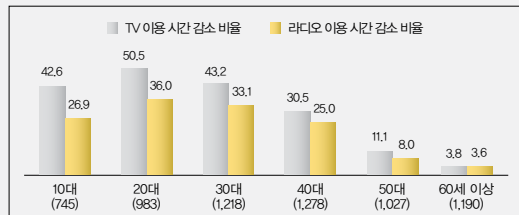
<그림 7> 연도별 가구 매체 보유율



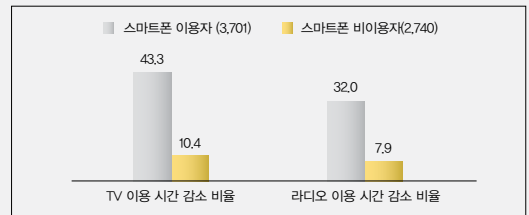
<그림 8> 연도별 개인 매체 보유율



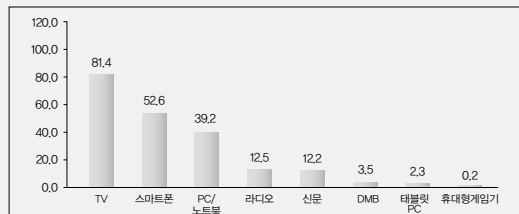
<그림 9> 신규 매체 이용에 따른 미디어 대체 효과



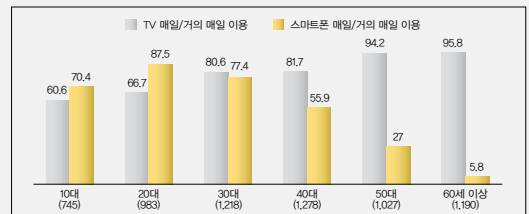
<그림 10> 스마트폰 이용 여부와 미디어 대체 효과



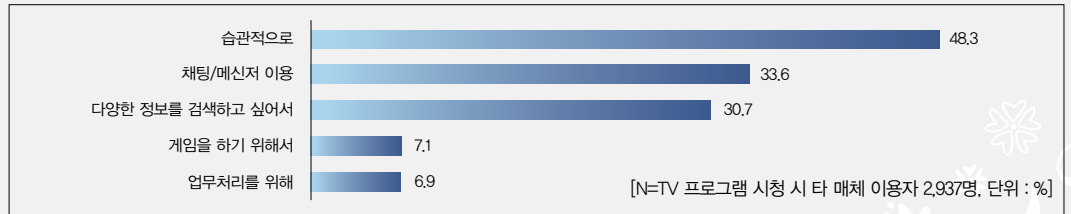
<그림 11> 매체별 이용 빈도(주 5일 이상)



<그림 12> 연령별 TV와 스마트폰 이용 빈도(주 5일 이상)



<그림 13> TV 시청 시 타 매체 이용 이유



다. 특히 스마트폰 이용자는 TV와 인쇄매체뿐 아니라 PC/노트북 이용시간도 감소한 것으로 나타났다.

TV를 시청하면서 동시에 컴퓨터 또는 스마트 기기를 이용해 인터넷을 이용한 경험이 있는 사람은 TV이용자의 28.9%로 나타났다. 시청 중인 TV프로그램 내용과 관련한 인터넷 정보검색이나 문자/메신저, SNS를 이용하는 비율도 TV이용자의 17.6%로 나타났다.

향후 스마트폰을 비롯한 개인형 디지털 미디어기기 보급이 확산되면서 개인의 미디어 콘텐츠 소비는 다양한 유형으로 분화될 것으로 보이며, 수동적인 TV시청방식도 점차 능동적인 소비로 진화할 것으로 전망된다. **AAA** 이수지 기자 susie@kaa.or.kr