

신문기사 이용자 특성 분석



고세란 (부연구위원, ICT통계정보연구실)

ISSN 2384-1672

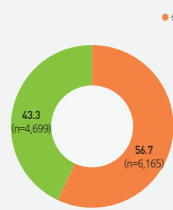
KEYWORD



April. 15

20/07

신문(유료, 무료, 인터넷 신문 모두 포함) 구독 여부



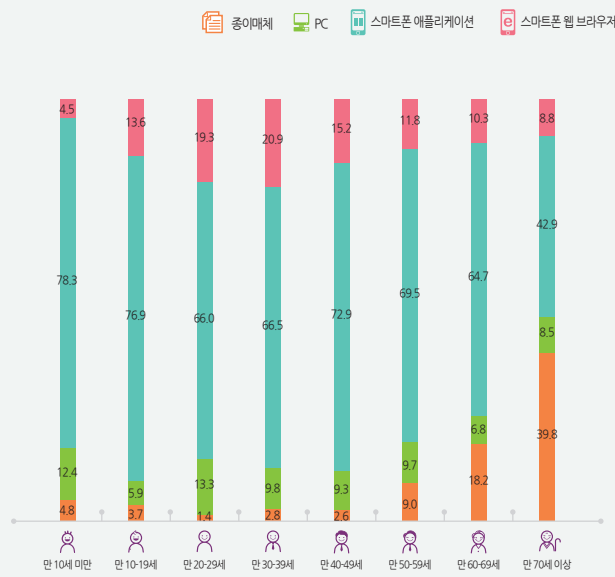
신문기사 이용매체 및 구독경로 ▶▶ 2

성별 신문기사 이용률



신문기사 이용자들의 인구통계학적인 특성 ▶▶ 4

연령대별 신문기사 이용매체



신문기사 이용자들의 인구통계학적인 특성 ▶▶ 6

20-06호 (20.03.30)

OTT서비스 이용자의
특성 및 이용행태

오윤석

20-05호 (20.03.15)

스마트폰, TV의
대체재인가 보완재인가
경용찬

20-04호 (20.02.28)

한국 드라마
수출 추이 분석

노희윤

신문기사 이용자 특성 분석

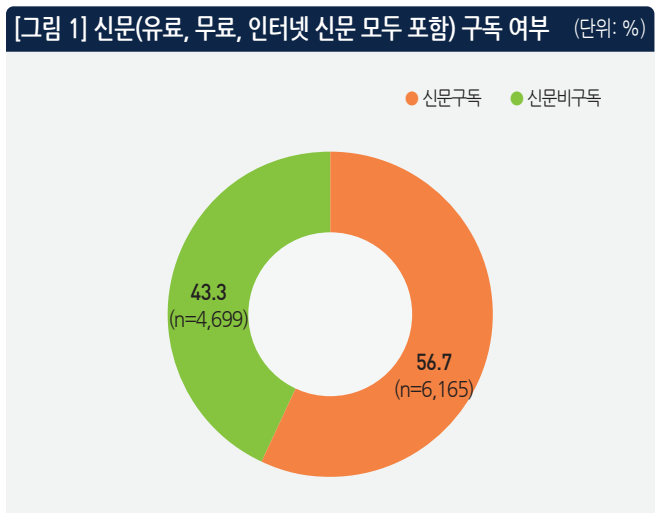
고 세 란
부연구위원, ICT통계정보연구실

III 분석 데이터 및 분석 목적

- 한국미디어패널조사는 2010년부터 매년 실시되는 동일 표본 추적 조사로 2019년 사업에서는 4,583가구 및 해당 가구원 10,864명을 대상으로 미디어 보유기기 현황, 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 활용 현황, 미디어 다이어리 등을 조사함
- 2019년 한국미디어패널조사에서 신문기사 읽기 이용방식은 유/무료 종이신문, 인터넷신문, 포털을 통한 신문 읽기 등을 모두 포함함¹⁾
- 본고는 2019년 신문기사 이용매체 및 구독경로를 중심으로 이용자의 특성을 분석하고 미디어 다이어리 조사 결과를 통한 신문기사 이용시간을 살펴봄²⁾

III 신문기사 이용매체 및 구독경로

- 2019년 전체 10,864명 응답자 중 57%(6,165명)가 유료, 무료, 인터넷 신문 중 1개 이상의 신문을 구독하는 것으로 나타남
- 신문기사 이용자들이 가장 선호하는 이용매체 분석 결과, 스마트폰 애플리케이션을 통해 신문을 이용한다는 응답자 비중이 68%로 압도적으로 높았으며, 스마트폰 웹브라우저(16%)와 PC(10%)가 그 뒤를 이음



1) 2019년 한국미디어패널조사는 “귀하께서는 평소 신문기사(유료 신문, 무료 신문, 인터넷 신문, 포털을 통한 기사 구독 모두 포함)를 읽고 있습니까?”와 “귀하께서는 신문기사를 읽을 때 주로 어떤 매체와 구독 경로를 이용하십니까?”의 문항을 통하여 응답자의 신문기사 이용행태를 파악하고자 함

2) 본고는 신문기사 구독, 이용, 그리고 읽기의 의미를 혼용하여 사용함

- 2순위 이용매체의 경우에도 응답자의 가장 많은 39%가 스마트폰 애플리케이션을 통해 신문을 읽는다고 답하였으며, 3순위의 경우, 응답자의 43%가 PC를 사용하여 신문을 구독한다고 응답함

[표 1] 신문구독 이용매체

	이용매체 1순위	이용매체 2순위	이용매체 3순위
종이신문	6.4%	5.1%	12.8%
PC	9.7%	35.2%	43.4%
스마트폰 애플리케이션	68.4%	39.2%	17.9%
스마트폰 웹 브라우저	15.5%	20.5%	25.8%
	n=6,165	n=2,737	n=835

- 신문기사 이용자들이 선호하는 구독경로를 살펴보면, 1, 2, 3순위 구독경로 모두 네이버나 다음 등의 포털사이트를 통해 신문을 가장 많이 읽는다고 응답함(각각 88%, 68%, 52%)

- 대부분의 이용자들이 포털을 통해 신문을 읽는다고 답하였으나, 1순위 기준 이용자들의 6%가 종이신문을 구독한다고 응답하기도 함

[표 2] 신문기사 구독경로

	구독경로 1순위	구독경로 2순위	구독경로 3순위
종이신문 구독	6.4%	5.1%	12.8%
신문사 홈페이지를 통해	2.6%	9.1%	21.9%
포털사이트를 통해(네이버, 다음 등)	87.9%	67.7%	52.0%
SNS 뉴스피드 이용	3.2%	18.1%	13.2%
	n=6,165	n=2,737	n=835

- 하루 평균 신문기사 이용시간은 전체 응답자(10,864명) 기준 4.8분이었으며, 이용자 기준(2,037명)으로는 25.5분인 것으로 나타남³⁾

3) 하루 평균 신문 이용시간은 한국미디어패널조사의 모든 개인응답자가 3일간 15분 단위로 미디어 이용일지를 작성하는 미디어 다이어리 조사 결과를 토대로 산출한 수치이며, 3일 동안 단 하루라도 신문을 이용한 사람은 신문기사 이용자로 간주함

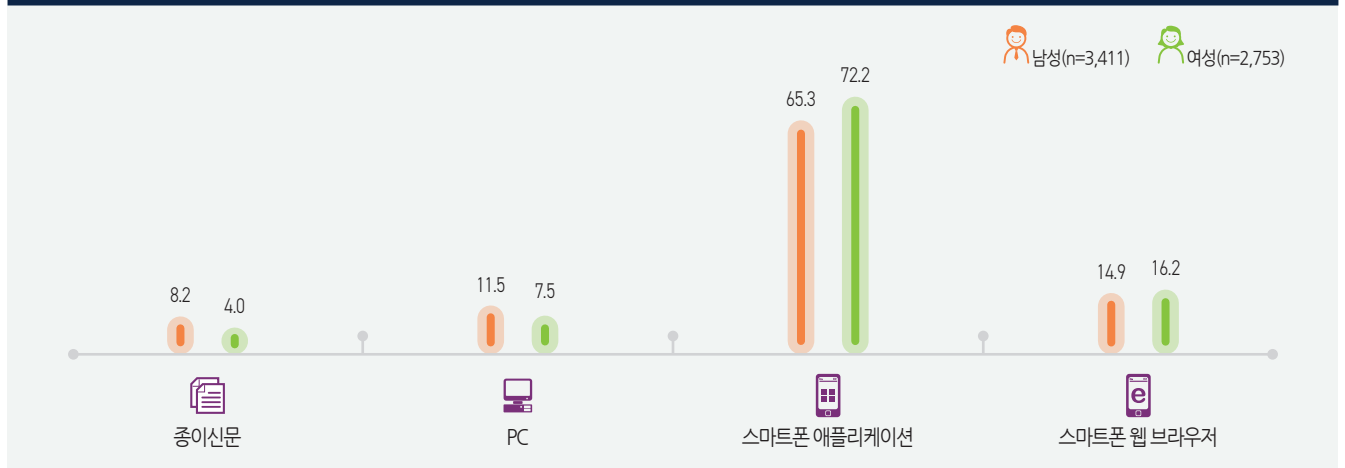
III 신문기사 이용자들의 인구통계학적인 특성

- 신문기사를 읽는다고 응답한 남성은 63%로 여성(50%)에 비해 13%p 높게 나타남
- 신문기사 이용매체의 경우, 남성이 여성에 비해 종이신문 및 PC를 더 활용하는 경향이 있는 반면, 여성은 남성에 비해 스마트폰을 더 활용하는 것으로 나타남
- 신문기사 구독경로에 있어, 남성이 여성에 비해 신문사 홈페이지를 통해 신문을 더 많이 구독하고, 여성은 남성에 비해 포털사이트나 SNS뉴스피드를 통해 신문을 구독하는 경향을 보임

[그림 2] 성별 신문기사 이용률 (단위: %)

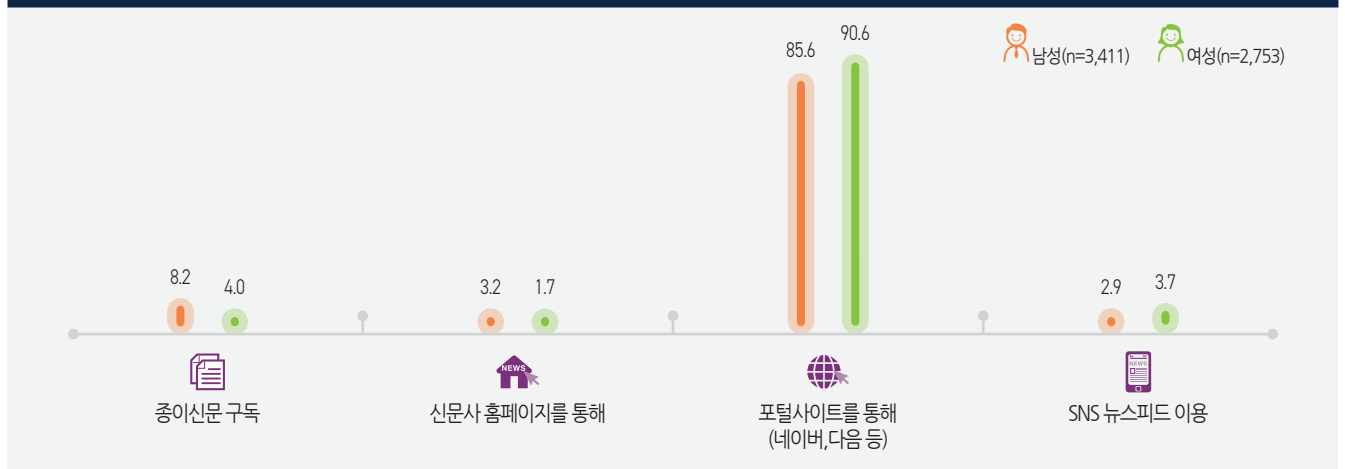


[그림 3] 성별 신문기사 이용매체 (단위: %)



주: 2019년 1순위 응답 기준

[그림 4] 성별 신문기사 구독경로 (단위: %)



주: 2019년 1순위 응답 기준

- 하루 평균 성별 신문기사 이용시간을 살펴본 결과, 전체응답자 기준 남성이 5.9분을 소요한 반면, 여성은 3.7분을 소요하여 남성이 여성에 비해 2.2분 더 소요하는 것으로 나타남
- 이용자 기준으로는, 남성이 25.1분을, 여성이 26.3분을 소요하여 여성이 남성에 비해 신문 이용 시간이 다소 긴 것으로 나타남

[표 3] 성별 신문기사 평균 이용시간 (단위: 분)

	남성	여성
전체 응답자 기준	5.9	3.7
이용자 기준	25.1	26.3

주: 전체응답자 표본수(n=10,864) 중 남성 n=5,401, 여성 n=5,463이며, 이용자 표본수(n=2,037) 중 남성 n=1,276, 여성 n=761임

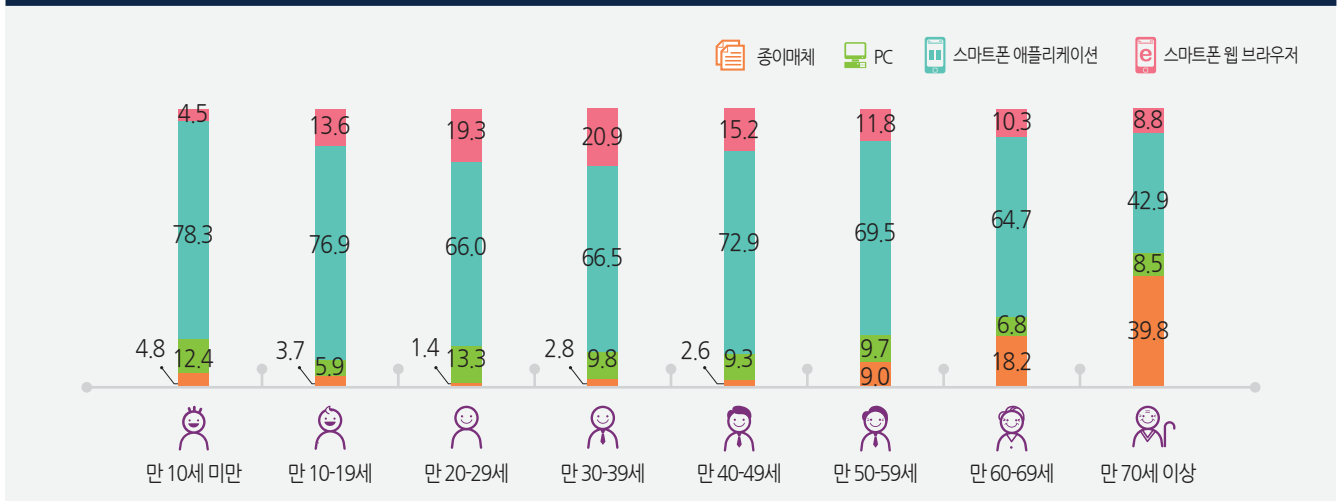
- 연령대별 신문기사 이용률을 살펴보면, 30대~50대의 이용률이 70% 이상으로 가장 높게 나타났으며, 그 다음으로는 20대(69%), 60대(45%), 10대(34%), 70세이상(12%), 10대미만(6%) 순으로 나타남
- 신문기사 이용매체의 경우, 전 연령층에서 스마트폰 애플리케이션을 활용한 신문기사 이용률이 가장 높게 나타났으며, 이는 10대와 10대미만의 연령층에서 특히 두드러짐(각각 77%, 78%)
- 10대~40대의 종이신문 이용률은 4%미만이었으나, 50대에 9%, 60대에 18%, 70세이상은 40%로 크게 증가함
- 신문기사 구독경로에 있어, 전 연령층에서 포털사이트를 통해 신문을 이용한다는 응답자 비중이 가장 크게 나타났으며, SNS 뉴스피드를 활용한다는 응답자는 20대가 6%로 가장 많이 나타남

[표 4] 연령대별 신문기사 이용률

	만 10대 미만	만 10-19세	만 20-29세	만 30-39세	만 40-49세	만 50-59세	만 60-69세	만 70세 이상
신문이용률	5.6%	34.4%	68.5%	77.0%	74.6%	71.1%	44.5%	12.2%
	n=346	n=1,036	n=1,564	n=1,578	n=1,838	n=1,925	n=1,384	n=1,192

[그림 5] 연령대별 신문기사 이용매체

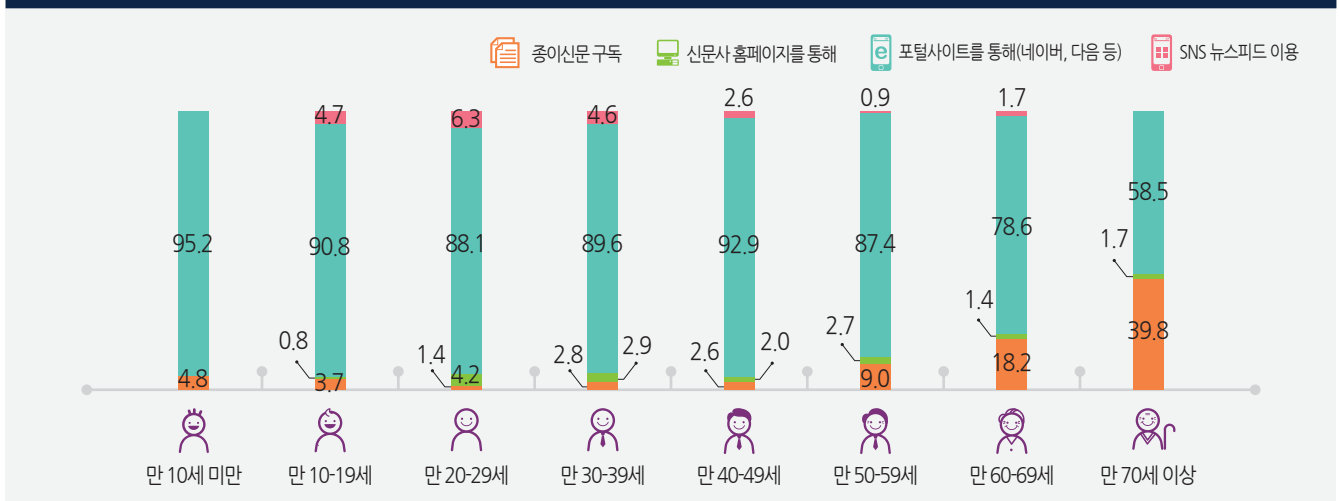
(단위: %)



주: 2019년 1순위 응답 기준, 각 연령대의 표본수는 [표 4] 참조

[그림 6] 연령대별 신문기사 구독경로

(단위: %)



주: 2019년 1순위 응답 기준, 각 연령대의 표본수는 [표 4] 참조

- 하루 평균 연령대별 신문기사 이용시간의 경우, 전체응답자 기준 40대가 8.5분으로 가장 많은 시간을 소요하는 것으로 나타났으며, 그 다음으로는 50대가 6.8분을 소요하는 것으로 나타남
- 이용자 기준으로는, 70세 이상의 연령층이 하루 평균 52분으로 다른 연령층에 비해 압도적으로 긴 시간을 신문을 읽는데 소요하였으며, 그 다음으로는 10대가 30.1분을, 40대가 29.5분을 소요함
- 30대 신문기사 이용자의 하루 평균 이용 시간이 14.8분으로, 신문을 활발히 구독하는 40대(29.5분)나 50대(27.2분)의 소요시간과 차이가 큰 것으로 나타남

[표 5] 연령대별 신문기사 평균 이용시간

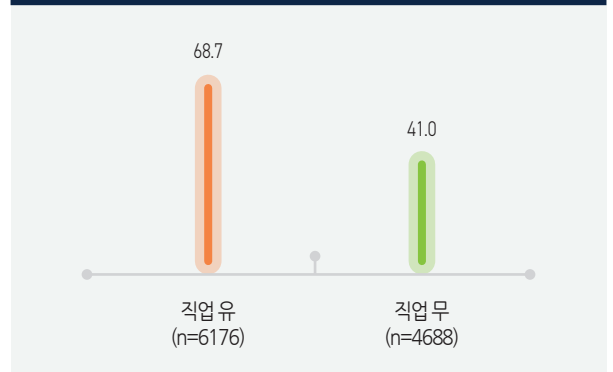
(단위: 분)

	만 10대 미만	만 10-19세	만 20-29세	만 30-39세	만 40-49세	만 50-59세	만 60-69세	만 70세 이상
전체 응답자 기준	0.2	1.9	3.4	3.9	8.5	6.8	4.5	3.2
이용자 기준	6.5	30.1	21.6	14.8	29.5	27.2	27.7	52.0

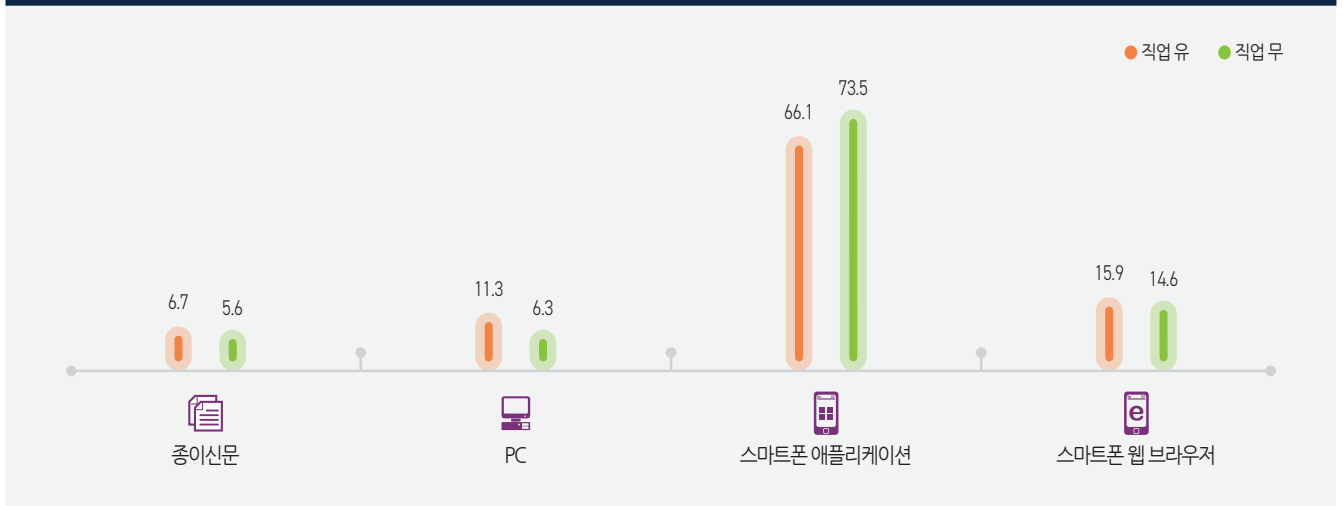
주: 전체응답자 표본수(n=10,864) 중 10대미만 n=346, 10대=1,036, 20대 n=1,564, 30대 n=1,578, 40대 n=1,838, 50대 n=1,925, 60대 n=1,384, 70세이상 n=1,192이며, 이용자 표본수(n=2,037) 중 10대미만 n=10, 10대=64, 20대 n=243, 30대 n=413, 40대 n=530, 50대 n=478, 60대 n=225, 70세이상 n=73

- 직업 유무별 신문이용률을 살펴보면, 현재 직업이 있는 응답자들 중 69%가 신문을 구독하였으며, 직업이 없는 응답자들 중 41%가 신문을 구독하는 것으로 나타났음
- 현재 직업이 있는 응답자의 경우 직업이 없는 응답자에 비해 PC활용도가 높게 나타났으며, 직업이 없는 응답자는 스마트폰 애플리케이션 활용비중이 높은 것으로 나타남
- 구독경로에 있어, 직업유무에 따른 차이는 미미한 것으로 나타남

[그림 7] 직업유무별 신문이용률 (단위: %)



[그림 8] 직업유무별 신문기사 이용매체 (단위: %)



주: 2019년 1순위 응답 기준

[그림 9] 직업유무별 신문기사 구독경로 (단위: %)



주: 2019년 1순위 응답 기준

- 직업유무별 하루 평균 신문기사 이용시간을 살펴본 결과, 전체 응답자 기준 직업이 있는 응답자들이 5.9분을 소요하여, 직업이 없는 응답자들(3.3분)에 비해 2.6분을 더 소요하는 것으로 나타남
- 반면, 이용자 기준으로는 직업이 없는 이용자들이 29.8분을 소요하여 직업이 있는 이용자들(24.1분)에 비해 5.7분을 더 할애하는 것으로 나타남

[표 6] 직업유무별 신문기사 평균 이용시간 (단위: 분)

	직업 유	직업 무
전체 응답자 기준	5.9	3.3
이용자 기준	24.1	29.8

주: 전체응답자 표본수(n=10,864) 중 직업 유 n=6,176, 여성 n=4,688이며, 이용자 표본수(n=2,037) 중 남성 n=1,514 여성 n=523임

III 결과 요약

- 2019년 한국미디어패널조사 응답자의 신문기사 이용률은 57%였으며, 가장 많은 이용자들이 이용매체 중 스마트폰 애플리케이션을, 구독경로 중 포털사이트(네이버, 다음 등)를 활용한 것으로 나타남
- 남성의 신문기사 이용률은 63%로 여성의 50%보다 많았으며, 남성 이용자들의 경우 상대적으로 종이신문 및 PC를 더 선호하고, 여성 이용자들의 경우 스마트폰을 상대적으로 더 활용하는 경향을 보임
- 연령대별로 살펴보면, 30~50대의 신문이용률이 70%대로 가장 높았으며, 연령층이 높아질수록 종이신문을 활용하는 비중이 높아짐
- 타 구독경로에 비해 비중은 작지만, SNS뉴스피드로 신문기사를 구독하는 비중은 20대에서 6%로 타 연령층에 비해 가장 높게 나타남
- 현재 직업이 있는 응답자의 신문이용률이 69%로 그렇지 않은 41%보다 높았으며, 직업이 있는 응답자들이 무직 응답자들에 비해 PC를 더 활용하는 것으로 나타남
- 신문기사를 읽는 이용자들의 하루 평균 이용시간은, 여성, 70세 이상, 그리고 직업이 없을수록 길게 나타남

III 참고문헌

- 김윤화(2016), 신문기사 이용행태 분석. KISDI STAT REPORT, Vol.16-12.
- 심동녕(2020), 개인의 혁신성향에 따른 미디어 기기 및 서비스 채택, KISDI STAT REPORT, Vol.20-03.

발간번호	제목	저자	발간일
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
18-24호	라디오 보유와 이용행태 변화	김윤화	2018-12-31
18-23호	빅데이터로 본 스마트시티: 뉴스 네트워크 분석을 중심으로	이호	2018-12-15
18-22호	소셜 미디어 이용에 따른 정치적 성향 및 변화 분석	유은, 이창준, 홍아름	2018-11-30
18-21호	PC의 재도구화: 기능적 재조직화 가설	이재현, 강민지	2018-11-15
18-20호	어린이와 청소년의 휴대폰 보유 및 이용행태 분석	김윤화	2018-10-31
18-19호	유무선 전화 이용과 정치의식	신지형	2018-10-15
18-18호	인터넷 뉴스/토론 게시판의 댓글·게시글 작성자의 인구통계학적 특성	오주현	2018-09-30

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)

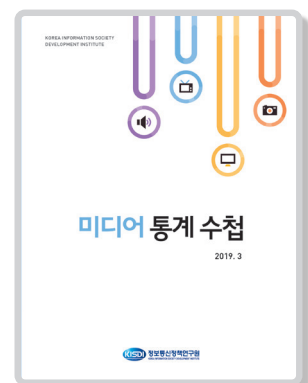
KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

미디어 통계수첩(2019년 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