

nielsen
.....

2019년 매일방송 프로그램 만족도 조사

PREPARED BY NIELSEN KOREA
JANUARY, 2020

MBN
매일방송

2019년 MBN 프로그램 만족도 조사

1. 개요
2. MBN 시청자 시청 행태 분석
3. MBN 프로그램 평가 분석
4. MBN 프로그램 종합 평가



I. 개요

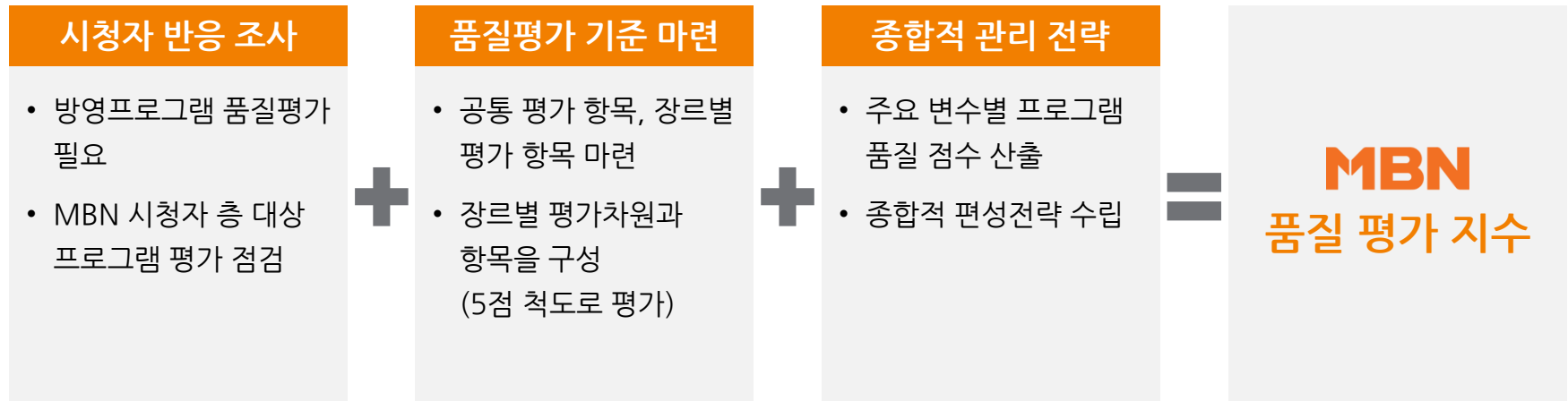
- 01 조사 배경 및 목적
- 02 조사 개요
- 03 응답자 구성 현황



1. 조사배경 및 목적

Background

- ▶ 방송 프로그램에 대한 시청자의 다양한 반응을 수집하여 프로그램 품질 제고
- ▶ 통합적인 프로그램 관리 전략 수립 및 시행을 위한 기초자료 수집
- ▶ 정량조사(시청률)와 정성조사(품질평가)를 결합한 프로그램 관리체계 확립



2. 조사개요

- 본 조사의 설계는 다음과 같음

조사대상

- 만 19세 이상 MBN 시청자
(최근 1개월 이내 MBN 시청 경험자 한정)



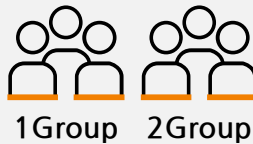
조사방법

- On-Line Survey(Web Survey)



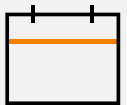
표본 수

- 총 1,000 표본
(1Group: 500 / 2Group: 500 표본)
※ 1Group과 2Group은
프로그램 장르, 시청률 등을 고려하여 배분



조사기간

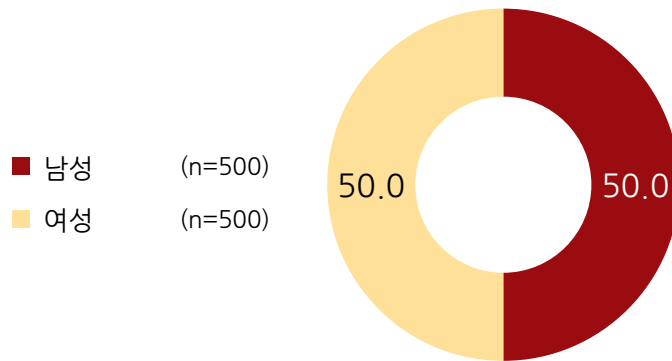
- 2019년 12월 09일
~2019년 12월 15일 (7일)



3. 응답자 구성 현황

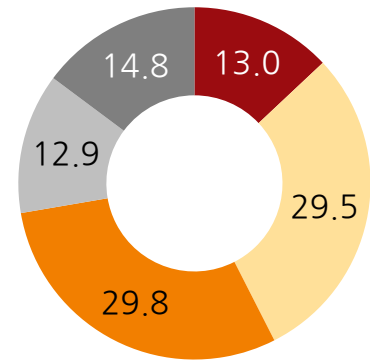
- 본 응답자 구성은 성별 5:5 조건 외 별도 응답자 특성별 할당 없이 자연 유입 방식으로 진행된 결과로써, 전년 대비 20~30대 구성비가 높게 나타남에 따라 평가 결과가 다소 편향될 가능성이 있음에 주의를 요함

성별



연령

- 20대 이하 (n=130)
- 30대 (n=295)
- 40대 (n=298)
- 50대 (n=129)
- 60대 이상 (n=148)



최종학력

- 중학교 이하(재학/중퇴 포함) (n=26)
- 고등학교(재학/중퇴 포함) (n=132)
- 전문대학(재학/중퇴 포함) (n=136)
- 4년제 대학교(재학/중퇴 포함) (n=583)
- 대학원 이상(재학/중퇴 포함) (n=123)

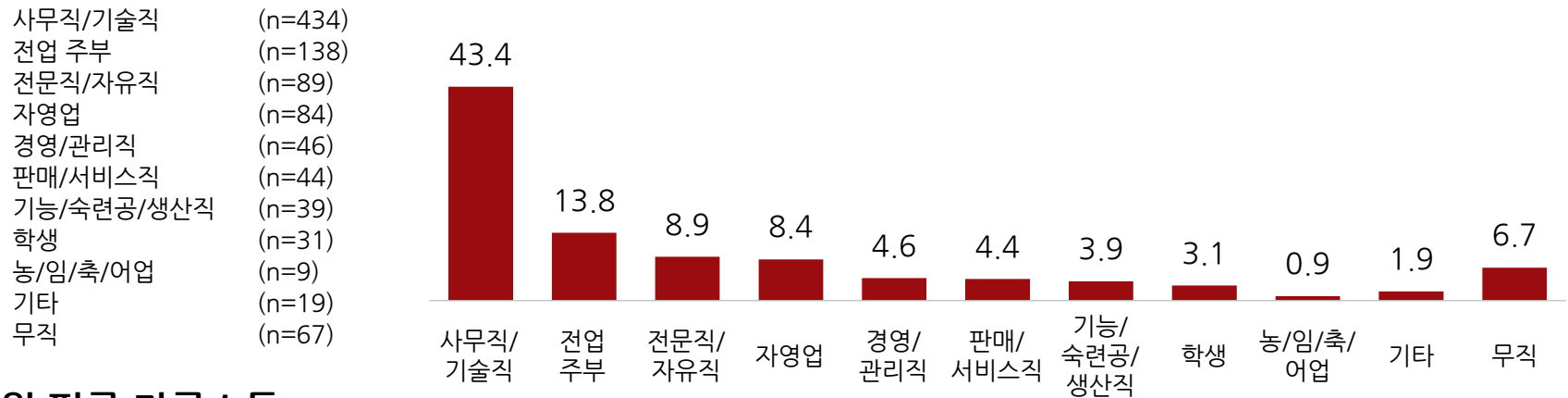


[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

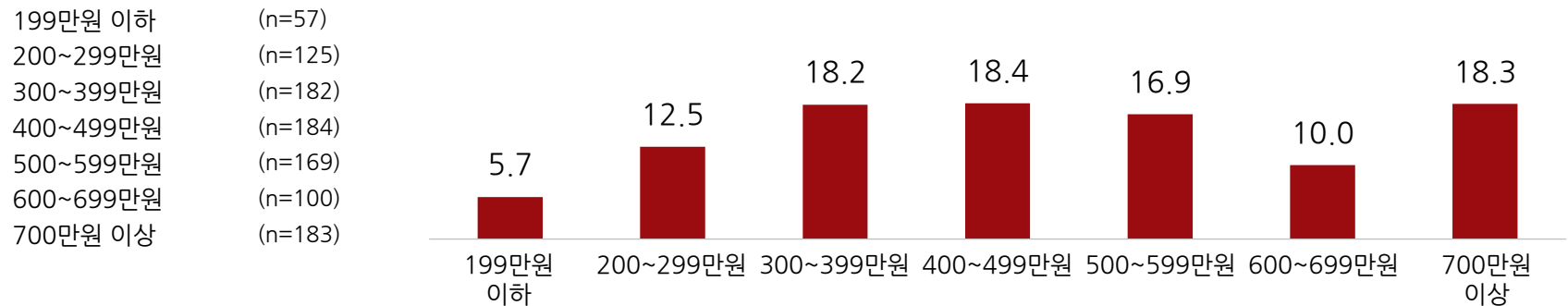
3. 응답자 구성 현황

- 응답자 직업은 ‘사무직/기술직’(43.4%)이 가장 높게 나타났으며, 다음으로 ‘전업주부’(13.8%)임
- 월 평균 가구소득은 대체로 고르게 조사되었으며, ‘400~499만원’(18.4%), ‘700만원 이상’(18.3%), ‘300~399만원’(18.2%), 순으로 나타남

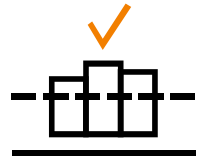
직업



월 평균 가구소득



[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]



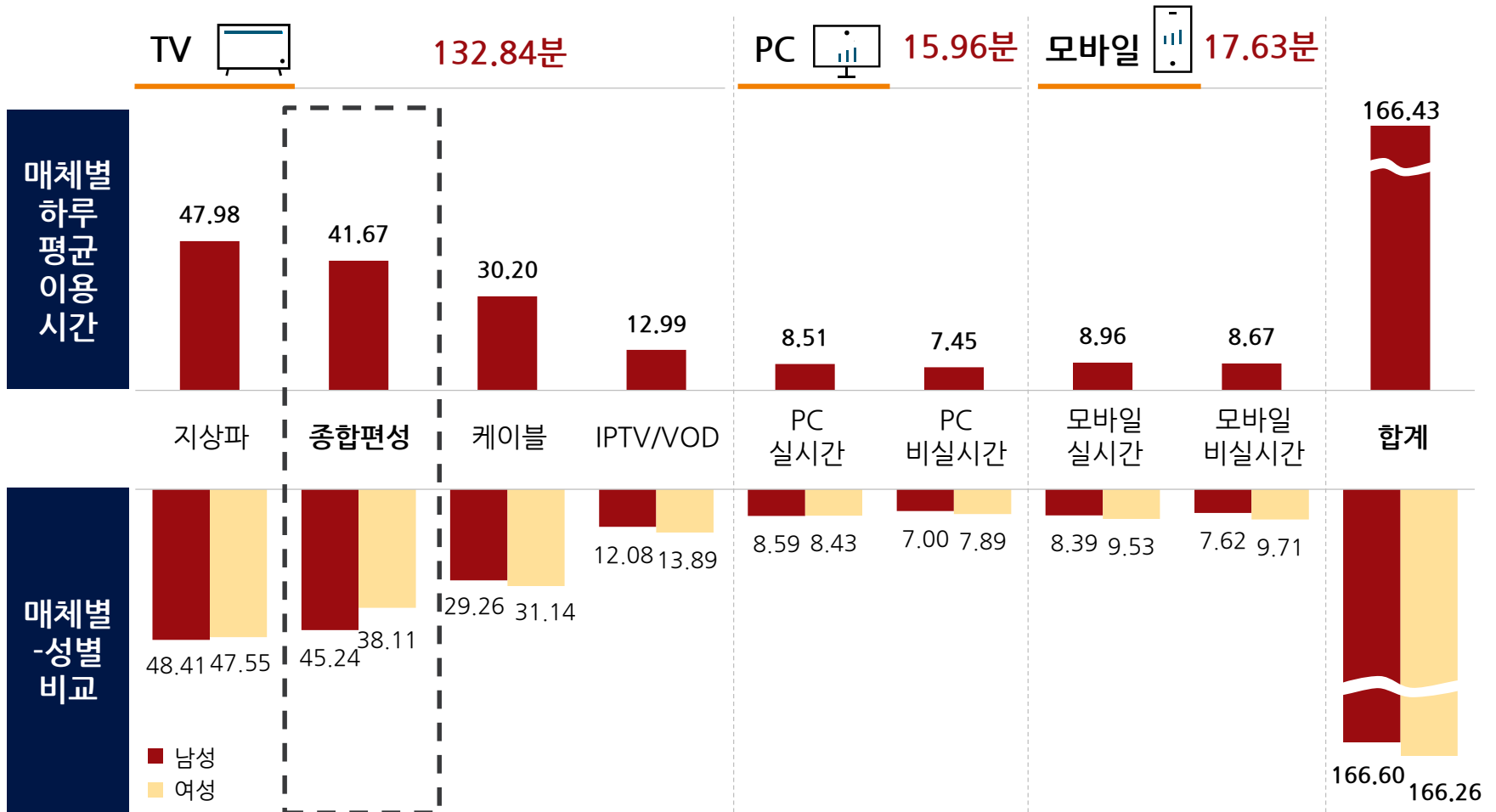
II. MBN 시청자 시청 행태 분석

- 01 방송 시청 시간
- 02 MBN 시청 방법
- 03 MBN 방송정보 습득 경로
- 04 MBN 시청 목적
- 05 콘텐츠 역량 평가



1. 방송 시청 시간

- MBN 시청자들은 하루 평균 166.43분 동안 방송을 시청하며, 이용 매체 중 TV 이용률이 가장 높게 나타남
- 지상파 채널 시청시간은 47.98분, 종합편성채널은 41.67분, 케이블 채널은 30.20분으로 조사됨
- 그 외, PC를 이용한 하루 평균 시청시간은 15.96분, 모바일은 17.63분이라고 응답함

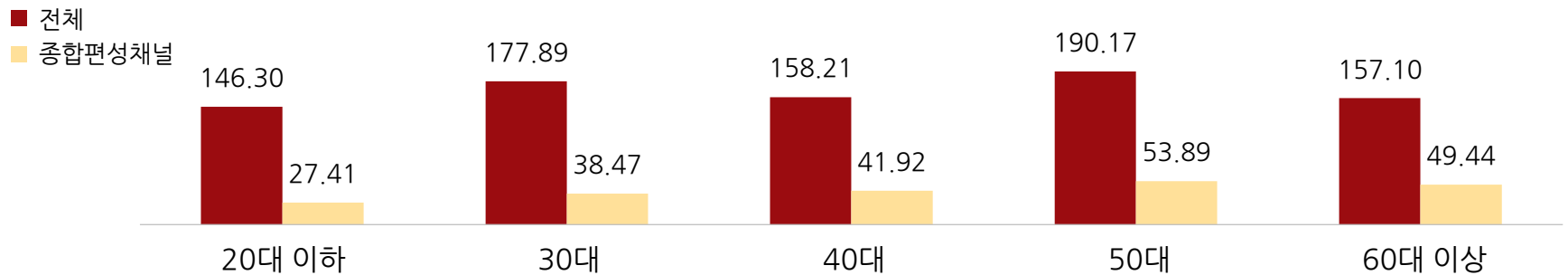


[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : 분]

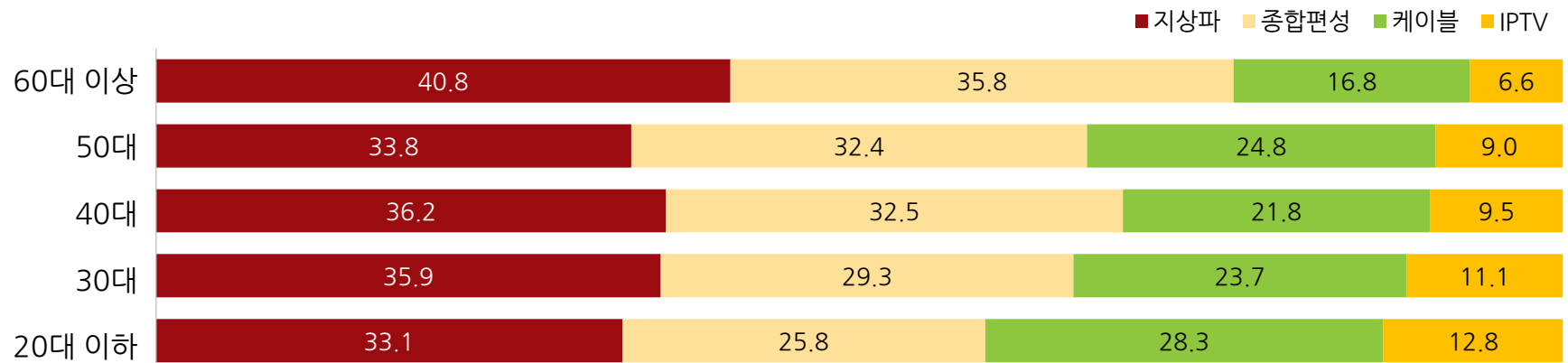
1. 방송 시청 시간

- 전체 방송 시청량이 가장 많은 연령은 '50대'(190.17분)이며, 종합편성채널의 경우 '50대' (53.89분), '60대 이상'(49.44분), '40대'(41.92분) 순으로 시청량이 높게 나타남
- 다만, TV 채널(지상파, 종합편성, 케이블, IPTV) 중에서 '지상파' 시청 비중은 '60대 이상'에서 가장 높게 나타남. '종합편성채널' 시청 비중은 '40대~60대 이상'에서 높은 편이며, 연령이 낮아질수록 'IPTV'의 시청 비중이 높게 나타남.

연령별 방송 시청시간 (일 평균, 분)



연령별 TV 채널 시청 비중 (일 평균, %)

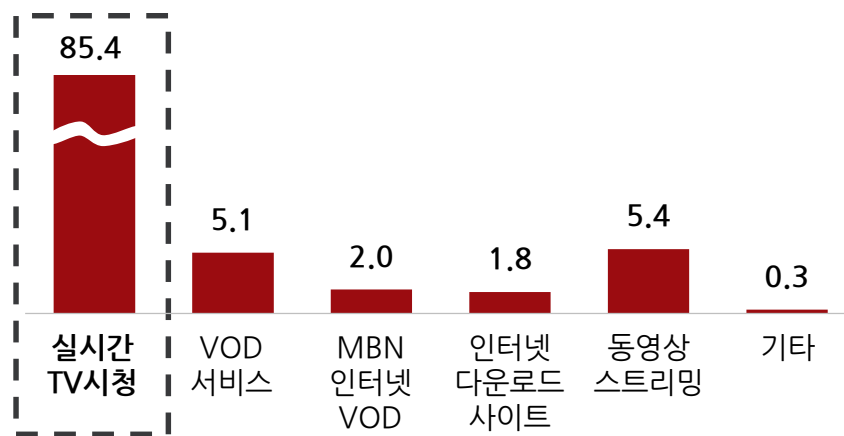


[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : 분, %]

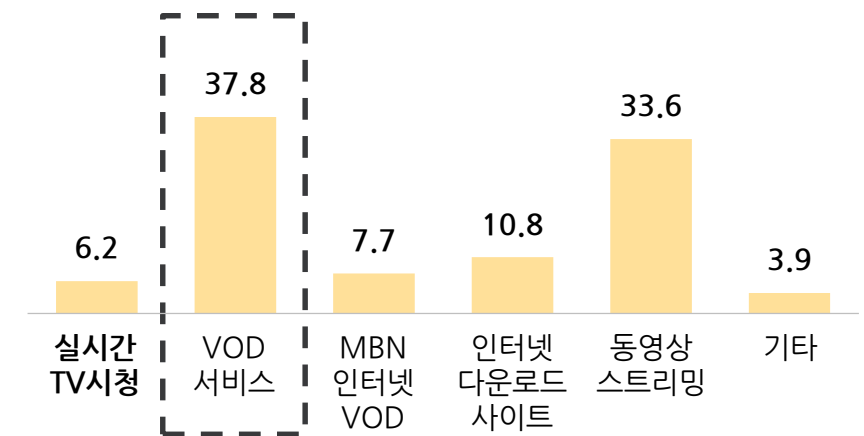
2. MBN 시청 방법

- MBN 시청자들이 1순위로 많이 이용하는 시청 방법은 ‘실시간TV시청’(85.4%)이며, 2순위로 ‘VOD서비스’(37.8%)와 ‘동영상 스트리밍’(33.6%)을 주로 이용하는 것으로 조사됨
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 연령별 MBN 시청 방법의 차이가 나타남. 연령이 높을수록 TV 이용률이 높으며, 연령이 낮을수록 인터넷을 활용한 방송시청 비중이 높게 나타남

1순위



2순위



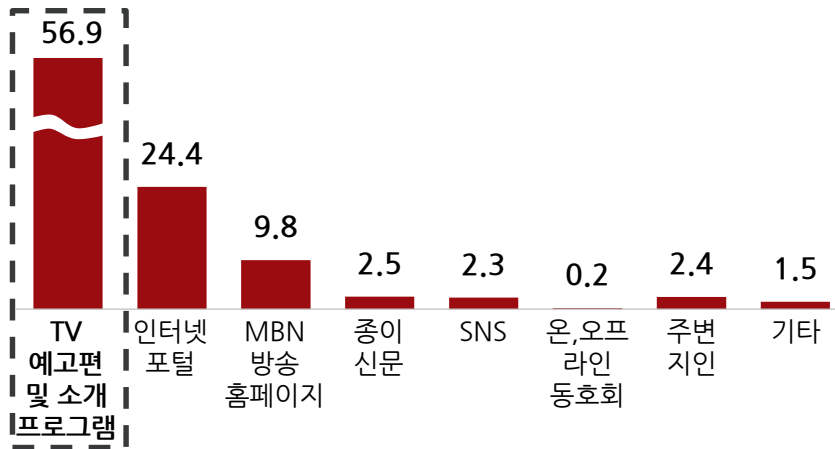
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(1,000)	(500)	(500)	(130)	(295)	(298)	(129)	(148)
실시간 TV시청	91.6	92.2	91.0	85.4	88.8	91.9	98.4	95.9
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	42.9	42.8	43.0	38.5	41.7	43.6	45.0	45.9
Youtube 등 동영상 스트리밍	39.0	40.0	38.0	45.4	38.0	39.3	36.4	37.2
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	12.6	11.4	13.8	16.2	16.9	11.1	9.3	6.8
MBN 인터넷 VOD	9.7	9.0	10.4	12.3	11.2	10.1	5.4	7.4
기타	4.2	4.6	3.8	2.3	3.4	4.0	5.4	6.8

[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

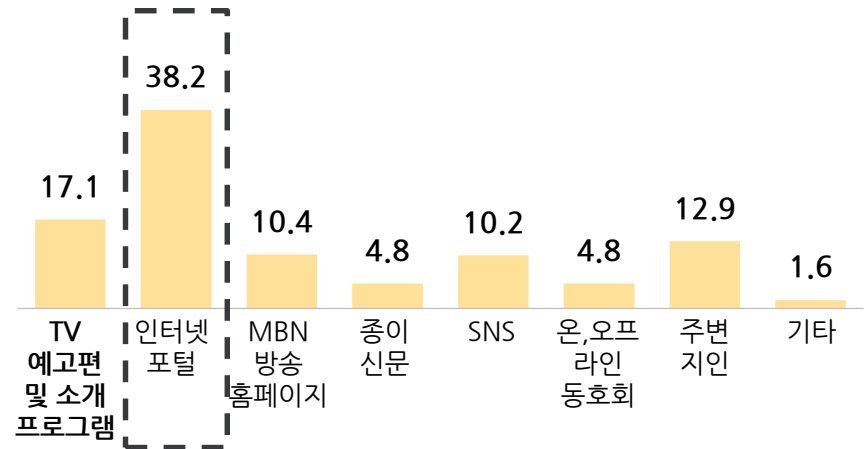
3. MBN 방송정보 습득 경로

- MBN 시청자들이 방송정보를 습득하는 주요 경로는 'TV 예고편 및 소개 프로그램'(56.9%)으로 조사되었고, 2순위로는 '인터넷 포털'(38.2%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 성별 및 연령별 방송정보 습득 경로의 차이가 나타남. 연령대가 높아질수록 TV를 통해 시청자가 정보를 습득하며, 인터넷포털이나 SNS는 20~30대가 주로 정보를 습득하는 경로로 이용되고 있음.

1순위



2순위



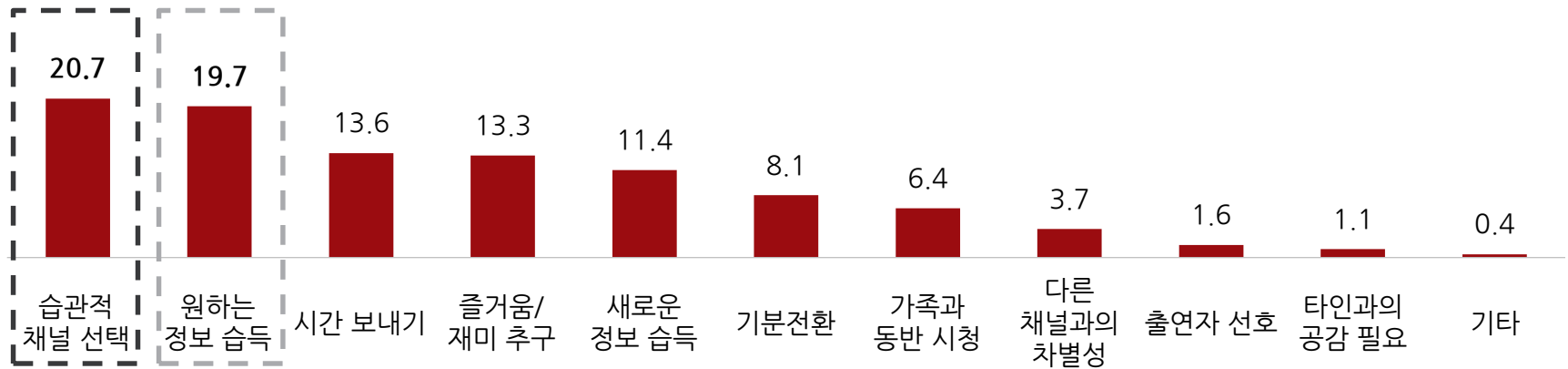
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(1000)	(500)	(500)	(130)	(295)	(298)	(129)	(148)
TV 예고편 및 소개 프로그램	74.0	73.4	74.6	70.8	71.5	74.2	76.7	79.1
인터넷 포털 (네이버, 다음 등)	62.6	59.2	66.0	63.1	68.5	65.8	63.6	43.2
MBN 방송 홈페이지	20.2	23.8	16.6	11.5	19.0	20.5	25.6	25.0
주변 지인(가족, 친구 등)	15.3	15.0	15.6	16.2	12.2	13.4	11.6	27.7
SNS (트위터, 페이스북, 블로그 등)	12.5	11.8	13.2	19.2	13.9	11.4	8.5	9.5
종이신문	7.3	7.4	7.2	10.0	8.1	5.4	6.2	8.1
온,오프라인 동호회(카페, 밴드 등)	5.0	5.8	4.2	7.7	5.1	6.4	1.6	2.7
기타	3.1	3.6	2.6	1.5	1.7	3.0	6.2	4.7

[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

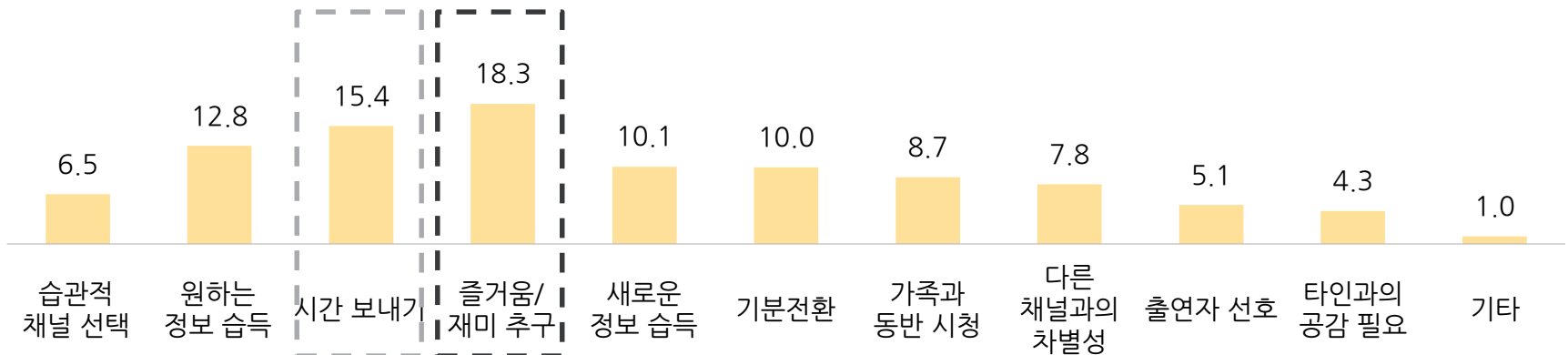
4. MBN 시청 목적

- MBN 시청 목적은 다양하게 나타났으나, 특히 1순위로는 ‘습관적 채널 선택’(20.7%)과 ‘원하는 정보 습득’(19.7%) , 2순위로는 ‘즐거움/재미 추구’(18.3%) 목적이 높게 나타남
- 그 외에 ‘시간 보내기’ 목적 또한 높은 수준으로 나타남

1순위



2순위



[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

4. MBN 시청 목적

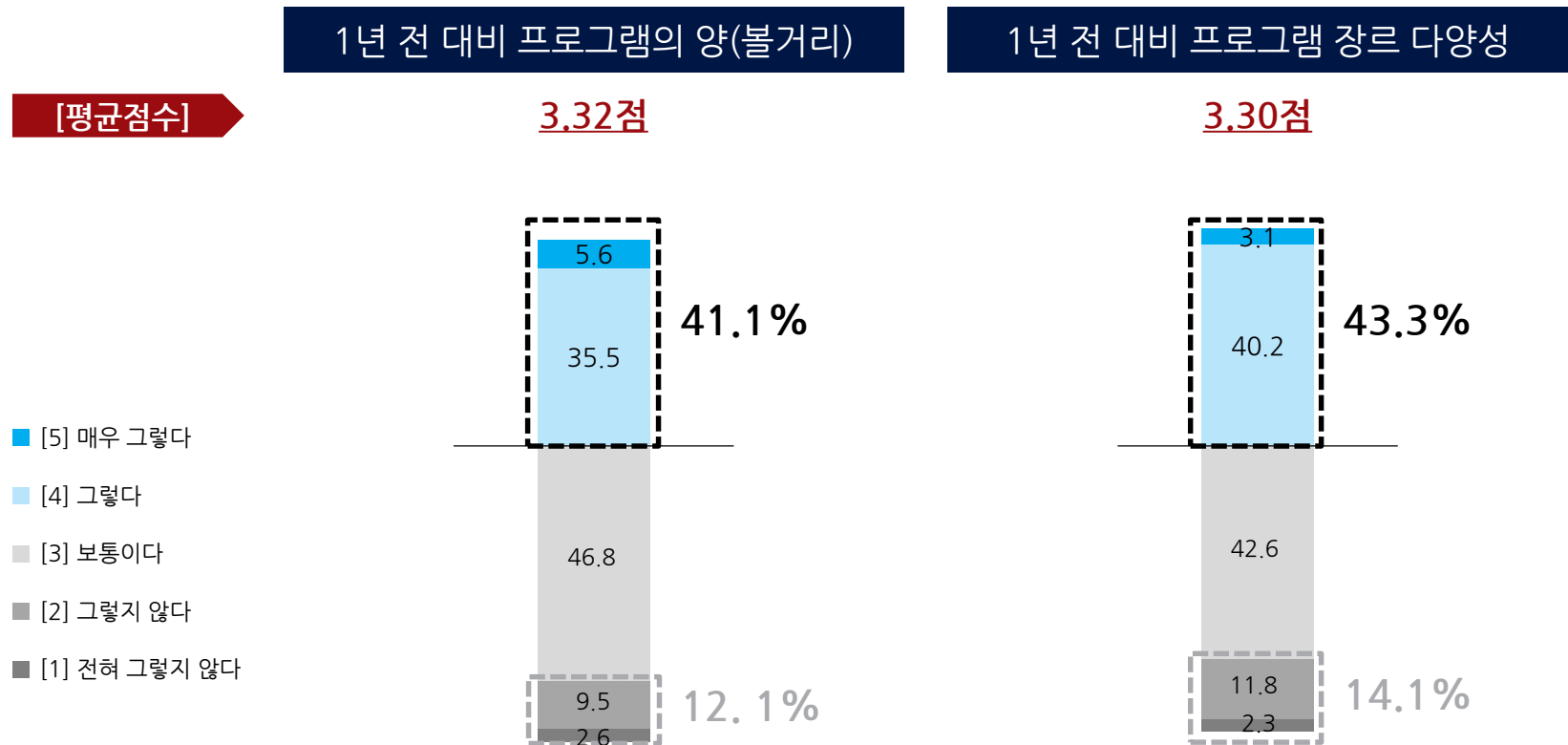
- 상대적으로 ‘원하는 정보 습득’ 목적은 남성이, ‘즐거움/재미 추구’ 는 여성이 높게 나타남
- 연령별로 살펴보면 50대 이상에서 ‘원하는 정보 습득’을 위해 MBN을 시청하는 것으로 나타남. 또한 연령이 높아질수록 습관적으로 채널을 선택하는 경우도 높은 편임. 연령이 낮을수록 MBN 시청 목적에서 ‘시간 보내기’가 높게 나타남.

1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(1000)	(500)	(500)	(130)	(295)	(298)	(129)	(148)
원하는 정보 습득	32.5	34.8	30.2	27.7	26.1	30.9	45.0	41.9
즐거움/재미 추구	31.6	28.0	35.2	29.2	34.9	31.2	27.9	31.1
시간 보내기	29.0	28.6	29.4	40.0	32.5	29.9	20.9	17.6
습관적 채널 선택	27.2	27.0	27.4	20.0	27.1	28.9	27.9	29.7
새로운정보 습득	21.5	23.0	20.0	15.4	18.6	21.8	24.8	29.1
기분전환	18.1	20.8	15.4	15.4	19.7	19.8	19.4	12.8
가족과 동반 시청	15.1	11.0	19.2	36.9	18.6	10.1	4.7	8.1
다른 채널과의 차별성	11.5	14.2	8.8	4.6	8.1	14.1	18.6	12.8
출연자 선호	6.7	6.2	7.2	6.2	6.1	6.0	7.8	8.8
타인과의 공감 필요	5.4	5.4	5.4	2.3	6.1	6.4	3.1	6.8
기타	1.4	1.0	1.8	2.3	2.0	1.0	0.0	1.4

[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

5. 콘텐츠 역량 평가

- 5점 척도로 MBN 콘텐츠 역량 평가 결과, 5명 중 3명 이상은 프로그램의 양과 장르 다양성에 대해 긍정적으로 평가하고 있는 것으로 조사됨
- 구체적으로 MBN 시청자의 41.1%가 전년(2018년) 대비 프로그램의 볼거리가 양적으로 많아졌다고 응답하였으며, 43.3%가 프로그램 장르가 다양해졌다고 평가함



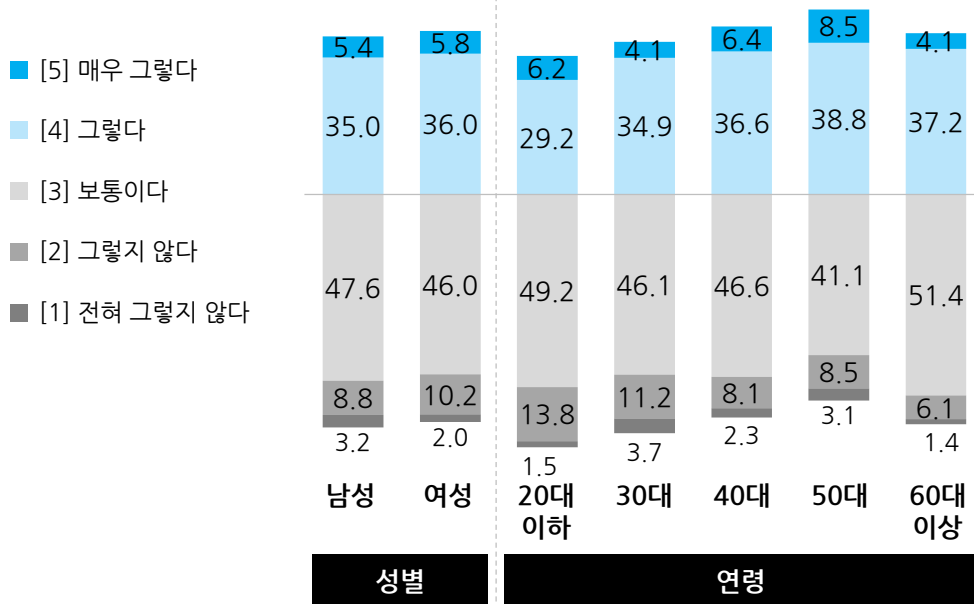
*프로그램 양 : 1년 전과 비교해 MBN 프로그램의 볼거리가 많아졌다고 생각하십니까?
 *프로그램 장르 다양성 : 1년 전과 비교해 MBN 프로그램의 장르가 다양해졌다고 생각하십니까?

[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

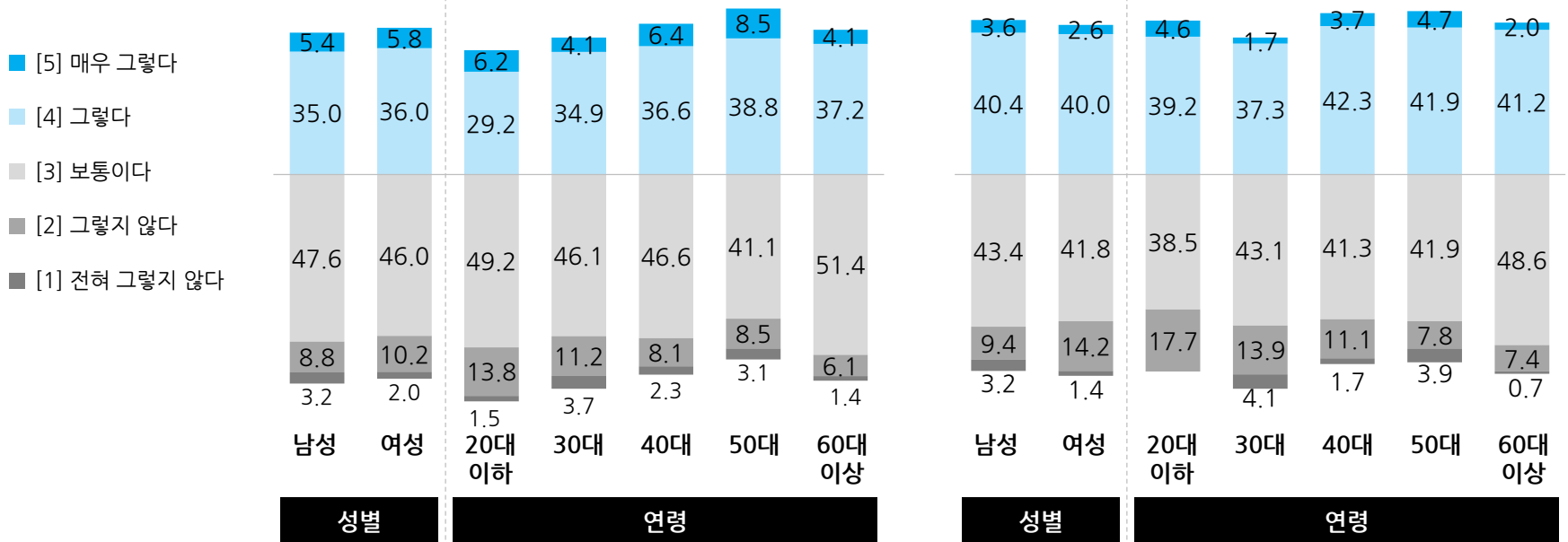
5. 콘텐츠 역량 평가

- 성별로 살펴보면, 큰 차이는 없으나 프로그램의 양은 '여성'이, 다양성은 '남성'이 긍정적으로 평가하였음
- 연령별로 보았을 때는 양과 다양성 부분에서 평균적으로 '50~60대 이상'에서 긍정적으로 평가하였음
- 프로그램 장르 다양성은 상대적으로 긍정적 평가(TOP2)와 부정적 평가(BOT2)의 gap이 발생함

1년 전 대비 프로그램의 양(볼거리)



1년 전 대비 프로그램 장르 다양성



[TOP2%]

40.4 41.8 35.4 39.0 43.0 47.3 41.2

[BOT2%]

12.0 12.2 15.4 14.9 10.4 11.6 7.4

[평균(점)]

3.31 3.33 3.25 3.24 3.37 3.41 3.36

44.0 42.6 43.8 39.0 46.0 46.5 43.2

12.6 15.6 17.7 18.0 12.8 11.6 8.1

3.32 3.28 3.31 3.19 3.35 3.36 3.36

*Top2% = [4] + [5]의 비율 / *Bottom2% = [1] + [2]의 비율

[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]



III. MBN 프로그램 평가 분석

- 01 품질 평가 측정 개요
- 02 프로그램 전체 평가
- 03 보도/시사 프로그램 평가
- 04 교양 프로그램 평가
- 05 예능 프로그램 평가
- 06 드라마 프로그램 평가



1. 품질 평가 측정 개요

- 보도/시사, 교양, 예능, 드라마의 총 4개 분야로 구분하여 방송 프로그램별 품질 지수 산출
- 방송 프로그램 장르별 분류를 통해 분야별 평가 항목 차별화
- 모든 프로그램 공통적으로 만족도 평가

품질 평가 내용				
평가 분야	 보도/시사	 교양	 예능	 드라마
분야별 평가 항목	• 공정/객관성 • 유익성 • 완성도	• 창의성 • 감동성 • 유익성 • 완성도	• 흥미성 • 유익성 • 창의성 • 완성도	• 흥미성 • 공감도 • 참신성 • 완성도
공통 평가 항목	만족도			
결과 활용	차원 내 모든 측정항목 평균(5점 척도)을 이용하여 처리			

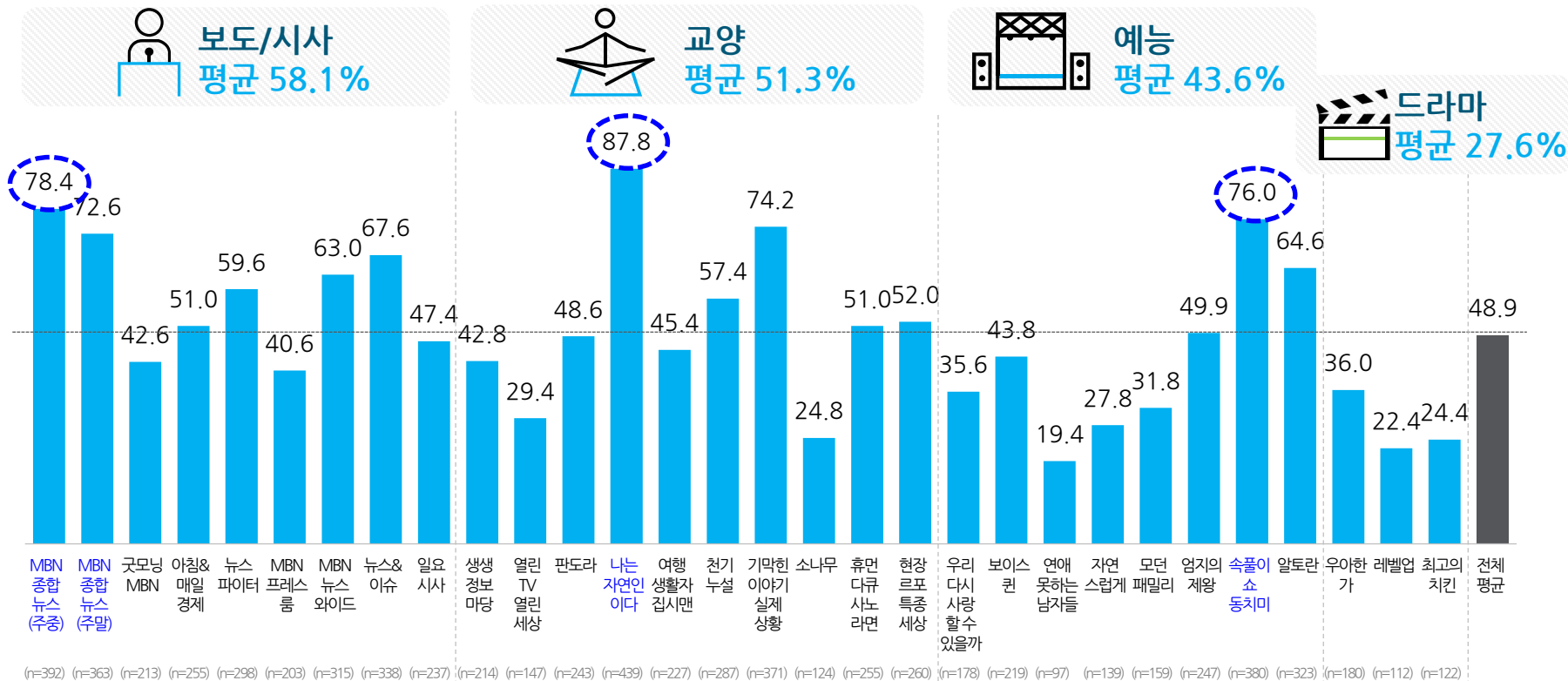
1. 품질 평가 측정 개요

- 보도/시사 프로그램은 공정/객관성, 유익성, 완성도, 만족도
교양 프로그램은 창의성, 감동성, 유익성, 완성도, 만족도
예능 프로그램은 흥미성, 유익성, 창의성, 완성도, 만족도
드라마 프로그램은 흥미성, 공감도, 참신성, 완성도, 만족도를 평가함
- 방송 프로그램 장르의 특성에 따라 같은 차원이라도 세부 내용은 장르에 맞게 개발 및 측정되었음

세부 품질 평가 내용												
		보도/시사		교양		예능		예능				
분야 별 평가 항목	공정/ 객관성	공정성		창의성	소재성	흥미성	편안함	흥미성	편안함			
		신뢰성			형식성		재미		재미			
		객관성			독창성		스트레스 해소		스트레스 해소			
	유익성	이슈적절성		감동성	감동성	유익성	문화이해	공감도	스토리 공감			
		시의성			기분전환		실생활 도움		메시지 공감			
		최신성			시청 후 여운		대화소재제공		캐릭터 공감			
완성도	전반적 완성도		유익성	정보습득	창의성	소재성	참신성	소재 참신성				
	내용 이해도			실생활 도움		형식성		스토리 참신성				
	전달성			시의성		독창성		인물 참신성				
완성도	전반적 완성도		완성도	전반적 완성도	완성도	전반적 완성도	완성도	내용 이해도				
	내용 이해도			내용 이해도		내용 이해도		연기력				
	전달성			구성성		구성성		구성 및 연출				
공통 평가 항목	만족도	즐김정도		만족도	즐김정도	만족도	즐김정도	만족도	즐김정도			
		몰입도			몰입도		몰입도		몰입도			
		지속시청의향			지속시청의향		지속시청의향		지속시청의향			
		추천의향_온라인			추천의향_온라인		추천의향_온라인		추천의향_온라인			
		추천의향_오프라인			추천의향_오프라인		추천의향_오프라인		추천의향_오프라인			

2. 프로그램 전체 평가 - 시청경험¹⁾

- MBN 평가 대상 프로그램의 시청경험률 평균은 48.9%이며, 보도/시사(58.1%) > 교양(51.3%) > 예능(43.6%) > 드라마(27.6%) 순으로 높게 나타남
- 구체적으로 시청경험이 가장 높은 프로그램은 교양 프로그램 <나는 자연인이다>로 나타났으며, 시청경험이 가장 낮은 프로그램은 <연애 못하는 남자들>임

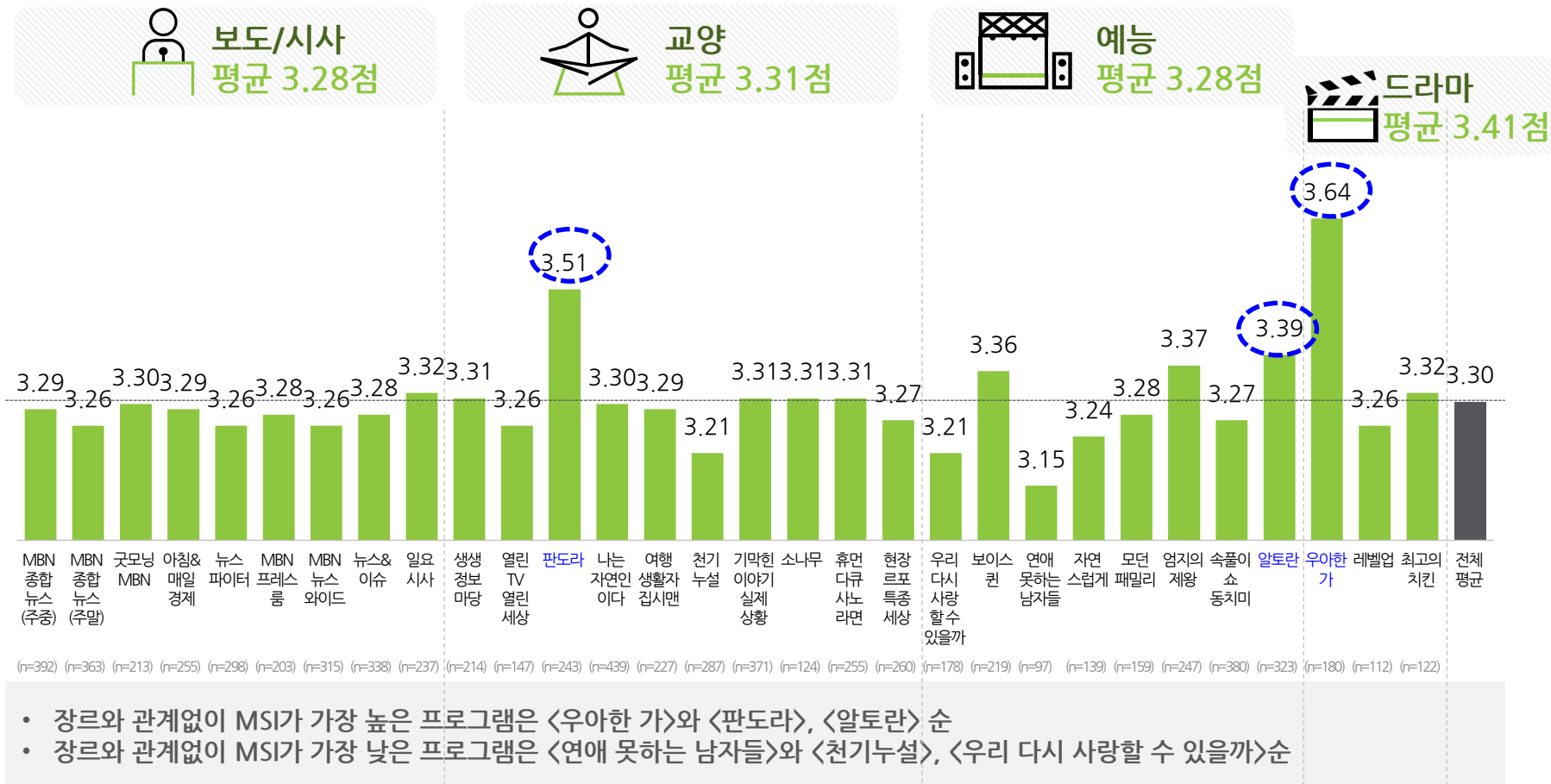


- 장르와 관계없이 시청경험률이 가장 높은 프로그램은 <나는 자연인이다>, <MBN 종합뉴스(주중)>, <속풀이쇼 동치미> 순
- 장르와 관계없이 시청경험률이 가장 낮은 프로그램은 <연애 못하는 남자들>, <레벨업>, <최고의 치킨> 순

1) 시청경험: 전체 응답자 중 해당 프로그램 시청 여부를 질문함. 시청경험률은 프로그램별 응답 대상자 500명 중 시청 여부 응답자 비율로 산출

2. 프로그램 전체 평가 - MSI²⁾

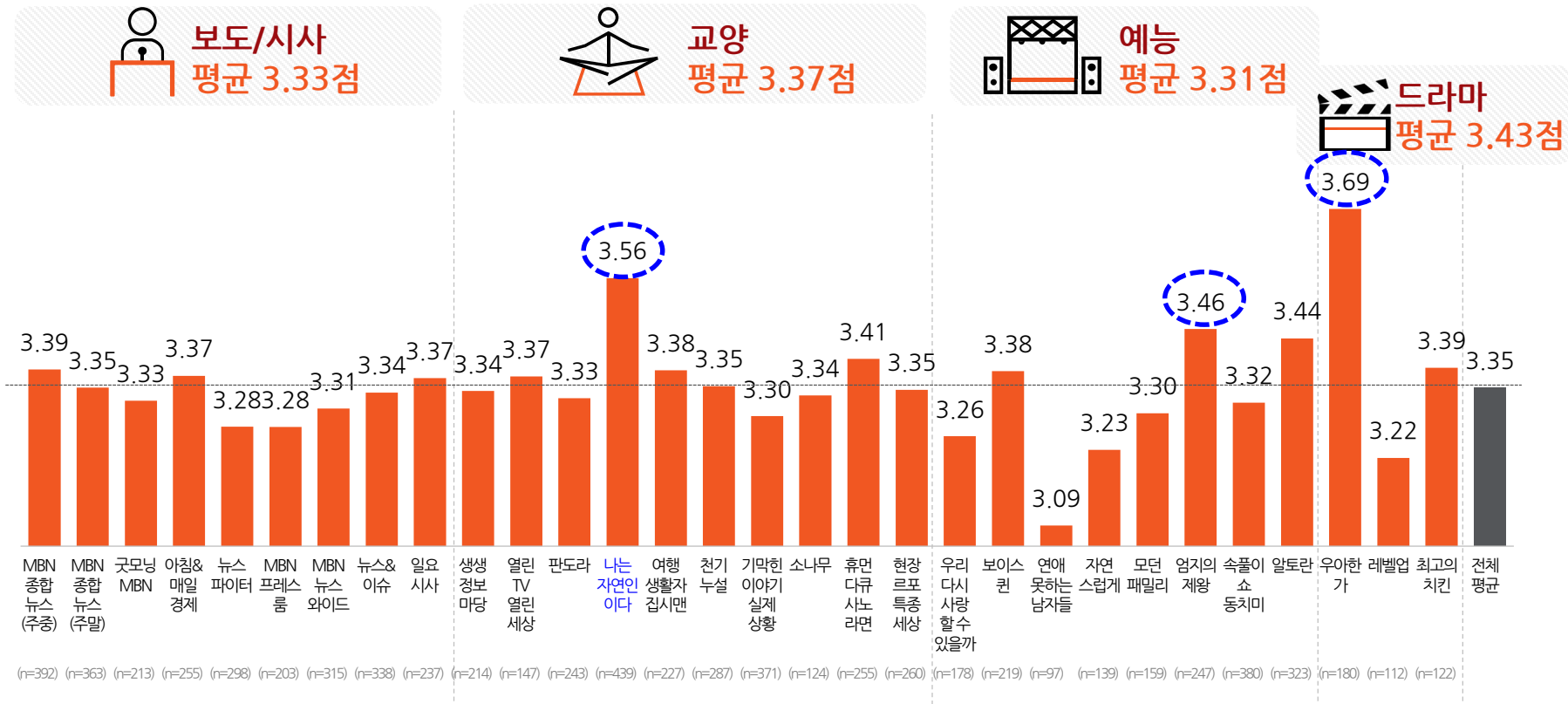
- MBN 평가 대상 프로그램의 MSI 평균은 3.30점이며, 드라마(3.41점) > 교양(3.31점) > 보도/시사, 예능 (3.28점) 순으로 높게 나타남
- 구체적으로 MSI가 가장 높은 프로그램은 <우아한가>로 나타났으며(MSI 3.64점), 가장 낮은 프로그램은 예능 <연애 못하는 남자들>임(MSI 3.15점)



2) MSI: 프로그램 평가 항목들을 모두 합산한 후 문항 수로 나눈 수치, 평가 항목 평균 값

2. 프로그램 전체 평가 - 완성도³⁾

- MBN 평가 대상 프로그램의 완성도 평균은 3.35점이며, 드라마(3.43점) > 교양(3.37점) > 보도/시사(3.33점) > 예능(3.31점) 순으로 높게 나타남
- 구체적으로 완성도가 가장 높은 프로그램은 드라마 프로그램인 <우아한 가>(완성도 3.69점)와 교양 프로그램인 <나는 자연인이다>으로 나타났으며(완성도 3.56점), 가장 완성도가 낮은 프로그램은 예능 <연애 못하는 남자>임(완성도 3.09점)

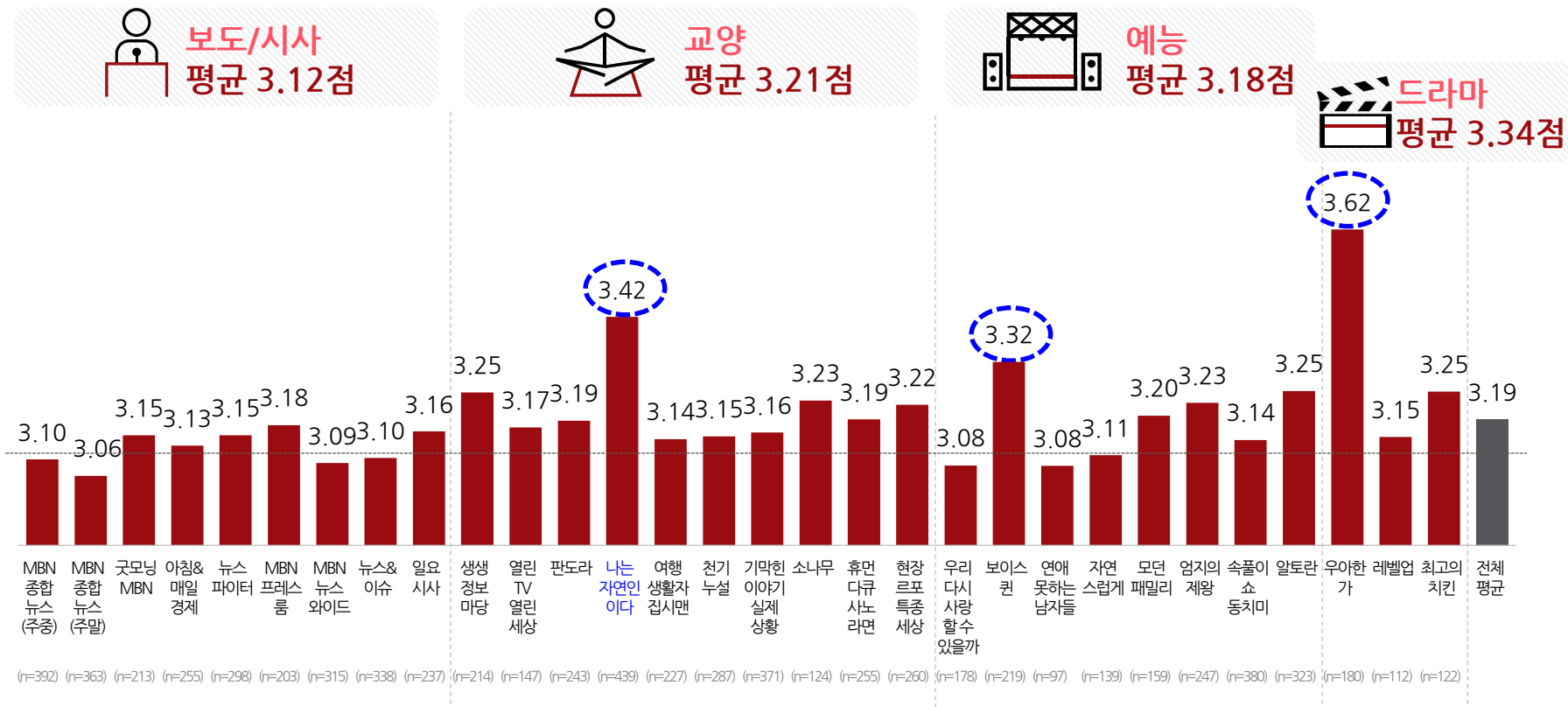


- 장르와 관계없이 완성도가 가장 높은 프로그램은 <우아한 가>, <나는 자연인이다>, <엄지의 제왕> 임
- 장르와 관계없이 만족도가 가장 낮은 프로그램은 <연애 못하는 남자들>, <레벨업>, <자연스럽게> 순

3) 완성도: 모든 프로그램 공통 평가 항목으로 전반적인 완성도, 내용 이해도, 전달성 및 구성성으로 구성

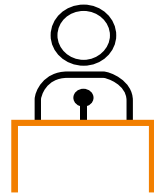
2. 프로그램 전체 평가 - 만족도⁴⁾

- MBN 평가 대상 프로그램의 만족도 평균은 3.19점이며, 드라마(3.34점) > 교양(3.21점) > 예능 (3.18점) > 보도/시사(3.12점) 순으로 높게 나타남
- 구체적으로 만족도가 가장 높은 프로그램은 드라마 프로그램인 <우아한 가>로 나타났으며, 만족도가 낮은 프로그램은 보도/시사 프로그램 <MBN 뉴스8(주말)>임



- 장르와 관계없이 만족도가 가장 높은 프로그램은 <우아한 가>, <나는 자연인이다>, <보이스 퀴> 순
- 장르와 관계없이 만족도가 가장 낮은 프로그램은 <MBN 뉴스8(주말)>, <우리 다시 사랑할 수 있을까> 및 <연애 못하는 남자들> 순

4) 만족도: 모든 프로그램 공통 평가 항목으로 즐거움, 몰입도, 지속시청의향, 온라인 추천의향, 오프라인 추천의향으로 구성



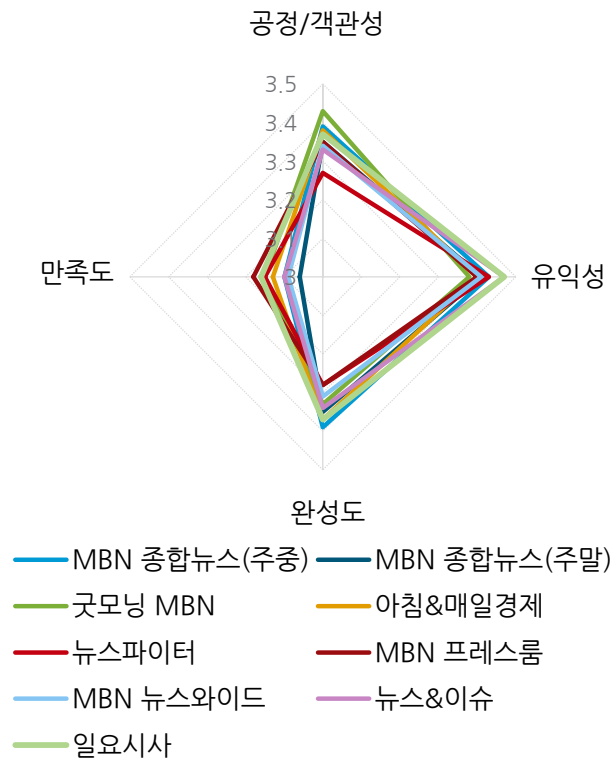
3. 보도/시사 프로그램 평가



3. 보도/시사 프로그램 평가

- 보도/시사 프로그램 총 9개 중 <일요시사>가 유익성 차원에서 높은 점수를 얻으면서 가장 좋은 평가를 받았음(MSI 3.32점)
- 다음으로 <굿모닝 MBN>의 경우 공정/객관성 차원에서 점수가 높게 나타나 보도/시사 프로그램 중 두번째로 좋은 평가를 받았음(MSI 3.30점)

보도/시사 프로그램별 평가 종합



프로그램명	시청경험수 (응답률)	공정/ 객관성	유익성	완성도	만족도	MSI
MBN 종합뉴스(주중)	392(78.4)	3.39	3.43	3.39	3.10	3.29
MBN 종합뉴스(주말)	363(72.6)	3.35	3.41	3.35	3.06	3.26
굿모닝 MBN	213(42.6)	3.43	3.38	3.33	3.15	3.30
아침&매일경제	255(51.0)	3.38	3.40	3.37	3.13	3.29
뉴스파이터	298(59.6)	3.27	3.43	3.28	3.15	3.26
MBN 프레스룸	203(40.6)	3.35	3.40	3.28	3.18	3.28
MBN 뉴스와이드	315(63.0)	3.34	3.41	3.31	3.09	3.26
뉴스&이슈	338(67.6)	3.33	3.47	3.34	3.10	3.28
일요시사	237(47.4)	3.37	3.47	3.37	3.16	3.32

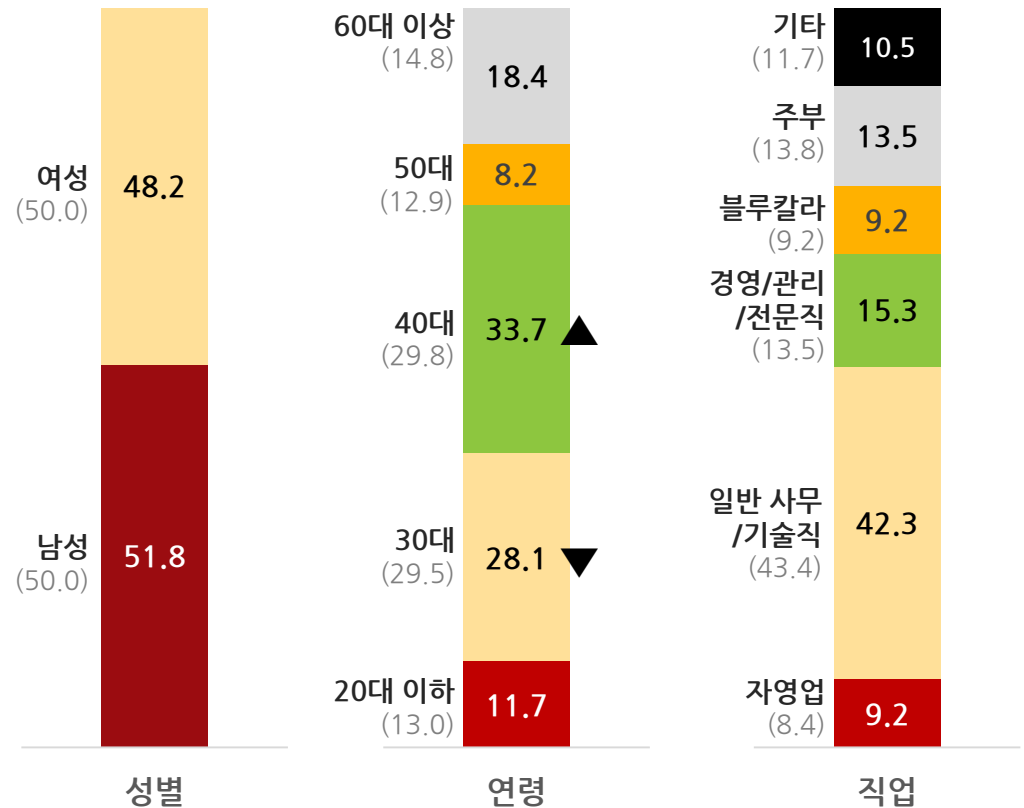
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %, 점]

1) MBN 종합뉴스(주중)

- 〈MBN 종합뉴스(주중)〉 시청자는 성별에 관계없이 고른 편이나, 연령별로는 40대(33.7%) > 30대(28.1%) > 60대 이상(18.4%) 순이며, 직업별로는 사무/기술직이 42.3%, 경영/관리/전문직이 15.3%로 구성되어 있음

MBN 종합뉴스(주중) 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		392	100.0
성별	남성	203	51.8
	여성	189	48.2
연령	20대 이하	46	11.7
	30대	110	28.1
	40대	132	33.7
	50대	32	8.2
	60대 이상	72	18.4
직업	자영업	36	9.2
	사무직/기술직	166	42.3
	경영/관리직	21	5.4
	전문직/자유직	39	9.9
	기능/숙련공/생산직	16	4.1
	판매/서비스직	17	4.3
	농/임/축/어업	3	0.8
	전업 주부	53	13.5
	학생	13	3.3
	무직	18	4.6
	기타	10	2.6



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

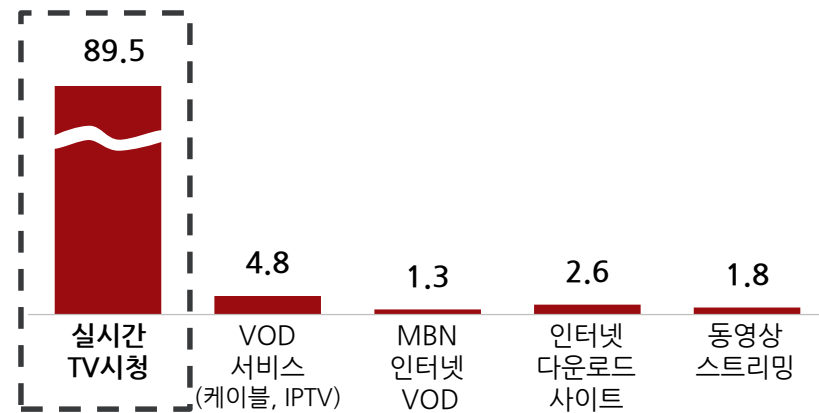
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 26

1) MBN 종합뉴스(주중)

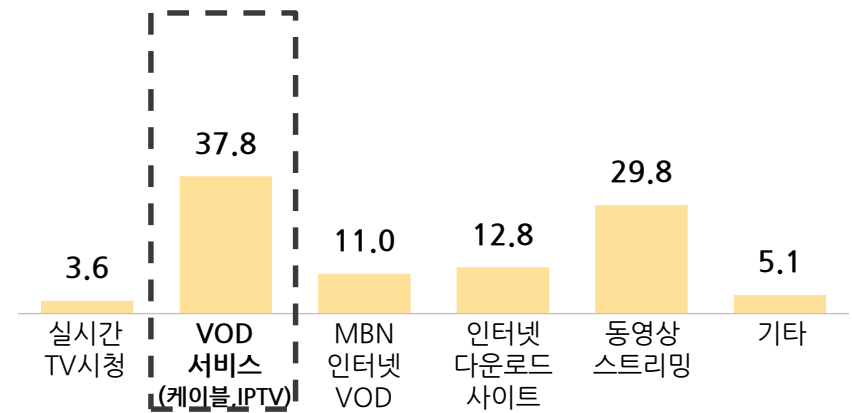
- <MBN 종합뉴스(주중)> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(89.5%)으로 조사 되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(37.8%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 50대 이상, ‘VOD서비스’는 여성 및 30~40대, ‘동영상 스트리밍’은 여성 및 30대에서 이용률이 상대적으로 높게 나타난 것이 특징적임

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(392)	(203)	(189)	(46)	(110)	(132)	(32)	(72)
실시간 TV시청	93.1	94.6	91.5	89.1	90.0	94.7	96.9	95.8
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	42.6	39.9	45.5	37.0	44.5	44.7	37.5	41.7
Youtube 등 동영상 스트리밍	31.6	29.1	34.4	32.6	39.1	26.5	28.1	30.6
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	15.3	17.7	12.7	19.6	10.9	20.5	18.8	8.3
MBN 인터넷 VOD	12.2	12.3	12.2	17.4	11.8	10.6	9.4	13.9
기타	5.1	6.4	3.7	4.3	3.6	3.0	9.4	9.7

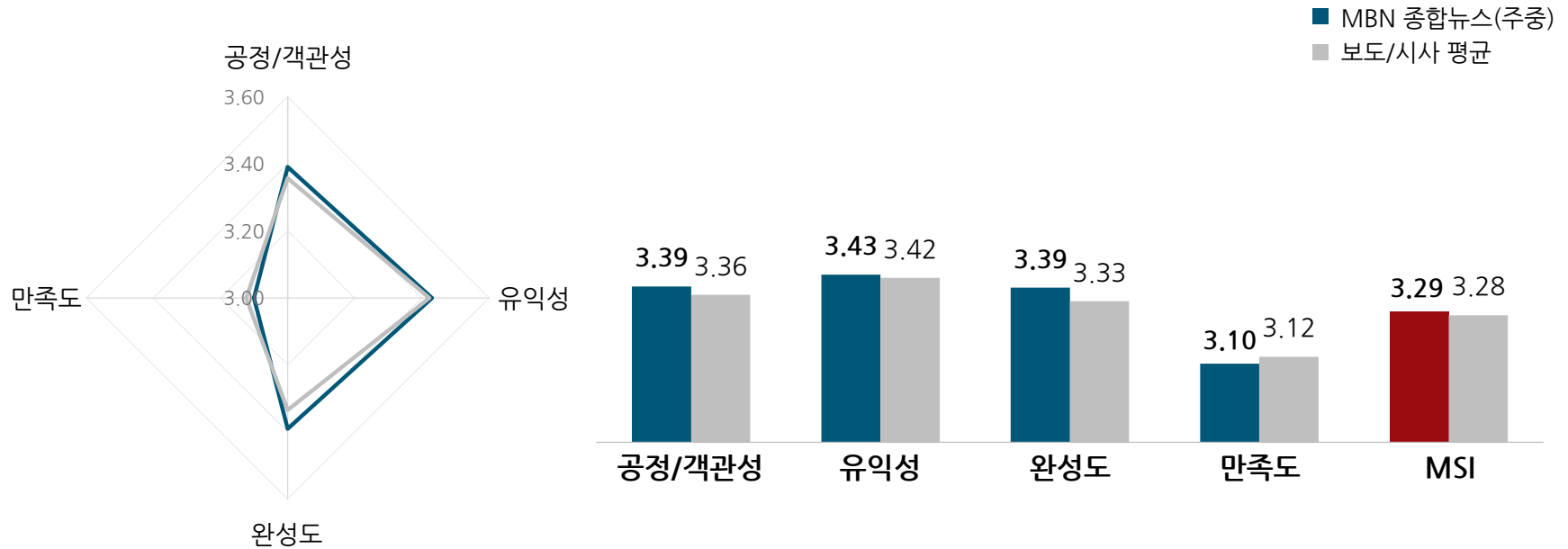
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의

1) MBN 종합뉴스(주중)

- 보도/시사 프로그램 중 가장 높은 시청 경험 비율(78.4%)을 기록한 MBN 종합뉴스(주중)의 평가 점수는 평균 (MSI) 3.29점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.28점)보다 높은 수준임
- 각 차원별 점수는 유익성(3.43점) > 공정/객관성, 완성도(3.39점) > 만족도(3.10점) 순임

프로그램 평가 점수



- 유익성 차원(3.43점)이 보도/시사 프로그램 9개 중 가장 높은 평가를 받음
- 만족도 차원(3.10점)에서만 보도/시사 평균 대비 점수가 0.02점 낮게 나타남

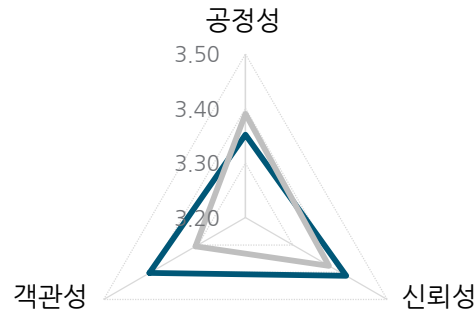
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

1) MBN 종합뉴스(주중)

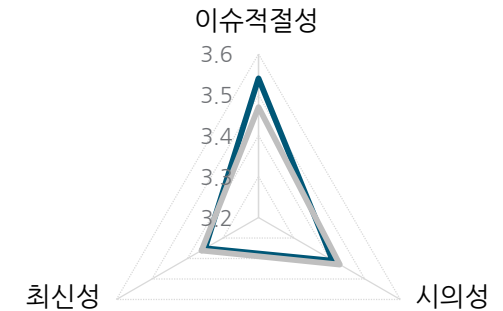
- 공정/객관성 차원에서는 신뢰성(3.41점)이, 유익성 차원에서는 이슈적절성(3.54점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.44점)가, 만족도 차원에서는 지속 시청 의향(3.28점)이 좋은 평가를 받음
- 특히, 공정/객관성 차원 중 객관성, 완성도 차원 중 전달성 항목이 보도/시사 프로그램 평균 대비 높은 평가를 받음

	종합뉴스 (주중)	보도/시사 전체
응답자수	392	500
MSI	3.29	3.28
공정/객관성 통합	3.39	3.36
공정성	3.35	3.39
신뢰성	3.41	3.38
객관성	3.40	3.31
유익성 통합	3.43	3.42
이슈적절성	3.54	3.47
시의성	3.41	3.43
최신성	3.35	3.36
완성도 통합	3.39	3.33
전반적 완성도	3.29	3.29
내용 이해도	3.44	3.40
전달성	3.43	3.31
만족도 통합	3.10	3.12
즐거움정도	3.16	3.21
몰입도	3.00	3.08
지속시청의향	3.28	3.27
추천의향_온라인	3.01	3.04
추천의향_오프라인	3.04	3.02

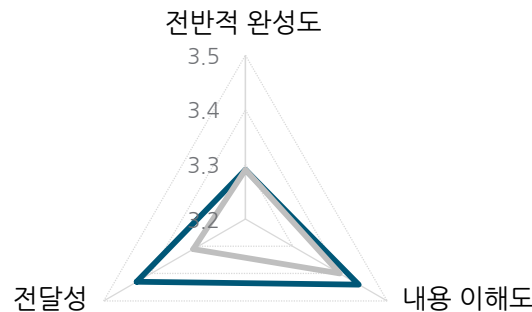
공정/객관성



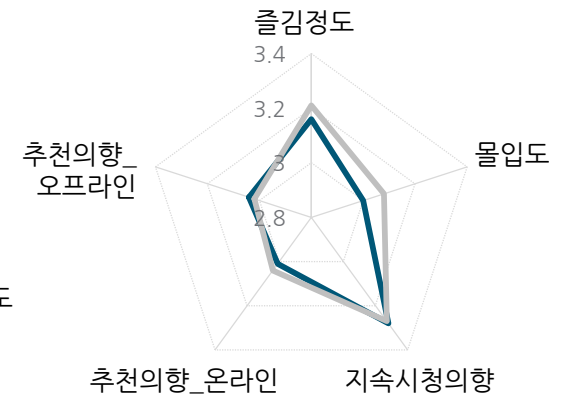
유익성



완성도



만족도



1) MBN 종합뉴스(주중)

- <MBN 종합뉴스(주중)>은 여성보다 남성(3.33점)이 상대적으로 높은 평가를 받았으며, 모든 차원 및 대부분의 세부항목에서 남성이 여성보다 긍정적으로 평가함
- 성별에 따른 연령별 점수에서는 유의한 차이가 없는 것으로 판단됨

MBN 종합뉴스(주중)	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(3*)	(19*)	(116)	(22*)	(43)	(203)	(43)	(91)	(16*)	(10*)	(29*)	(189)
MSI	3.81	3.43	3.24	3.45	3.41	3.33	3.38	3.14	3.53	3.59	3.21	3.26
공정/객관성 통합	4.11	3.47	3.32	3.68	3.67	3.46	3.39	3.22	3.52	3.70	3.28	3.32
공정성	4.00	3.53	3.25	3.64	3.60	3.40	3.47	3.20	3.44	3.50	3.21	3.30
신뢰성	4.33	3.53	3.33	3.82	3.72	3.50	3.37	3.24	3.50	3.70	3.28	3.32
객관성	4.00	3.37	3.37	3.59	3.67	3.47	3.33	3.22	3.63	3.90	3.34	3.33
유익성 통합	3.89	3.56	3.43	3.55	3.47	3.47	3.53	3.27	3.67	3.70	3.32	3.40
이슈적절성	4.00	3.74	3.47	3.68	3.67	3.57	3.65	3.34	3.75	3.90	3.55	3.51
시의성	3.67	3.42	3.47	3.64	3.44	3.48	3.40	3.22	3.63	3.50	3.41	3.34
최신성	4.00	3.53	3.35	3.32	3.28	3.36	3.56	3.25	3.63	3.70	3.00	3.34
완성도 통합	4.11	3.61	3.26	3.50	3.58	3.40	3.54	3.23	3.54	3.83	3.29	3.37
전반적 완성도	4.00	3.42	3.17	3.36	3.47	3.29	3.37	3.22	3.44	3.60	3.17	3.29
내용 이해도	4.33	3.74	3.41	3.45	3.63	3.50	3.53	3.18	3.63	3.80	3.41	3.37
전달성	4.00	3.68	3.20	3.68	3.65	3.40	3.72	3.31	3.56	4.10	3.28	3.46
만족도 통합	3.40	3.21	3.07	3.24	3.11	3.12	3.17	2.95	3.44	3.30	3.06	3.08
즐김정도	3.67	3.47	3.13	3.50	3.30	3.25	3.23	2.81	3.63	3.50	3.14	3.06
몰입도	3.67	3.21	2.89	3.32	3.02	3.00	3.12	2.85	3.38	3.20	2.97	2.99
지속시청의향	3.33	3.05	3.22	3.36	3.47	3.27	3.51	3.10	3.69	3.50	3.31	3.30
추천의향_온라인	3.33	3.16	3.09	2.91	2.79	3.01	2.91	2.99	3.31	3.20	2.97	3.01
추천의향_오프라인	3.00	3.16	3.05	3.09	2.98	3.05	3.09	2.98	3.19	3.10	2.93	3.02

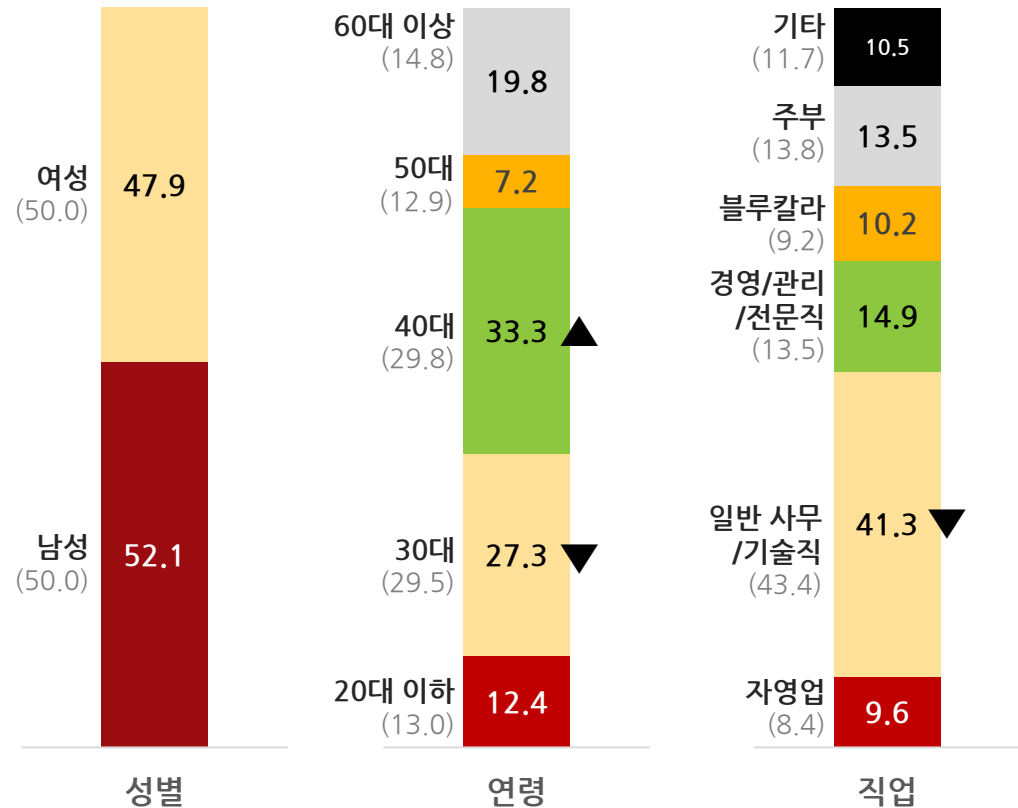
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

2) MBN 종합뉴스(주말)

- <MBN 종합뉴스(주말)> 시청자는 남성(52.1%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대(33.3%) > 30대(27.3%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 41.3%, 경영/관리/전문직이 14.9%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 남성 및 40대가 높게 나타남

MBN 종합뉴스(주말) 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		363	100.0
성별	남성	189	52.1
	여성	174	47.9
연령	20대 이하	45	12.4
	30대	99	27.3
	40대	121	33.3
	50대	26	7.2
	60대 이상	72	19.8
직업	자영업	35	9.6
	사무직/기술직	150	41.3
	경영/관리직	22	6.1
	전문직/자유직	32	8.8
	기능/숙련공/생산직	15	4.1
	판매/서비스직	19	5.2
	농/임/축/어업	3	0.8
	전업 주부	49	13.5
	학생	12	3.3
	무직	19	5.2
	기타	7	1.9



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

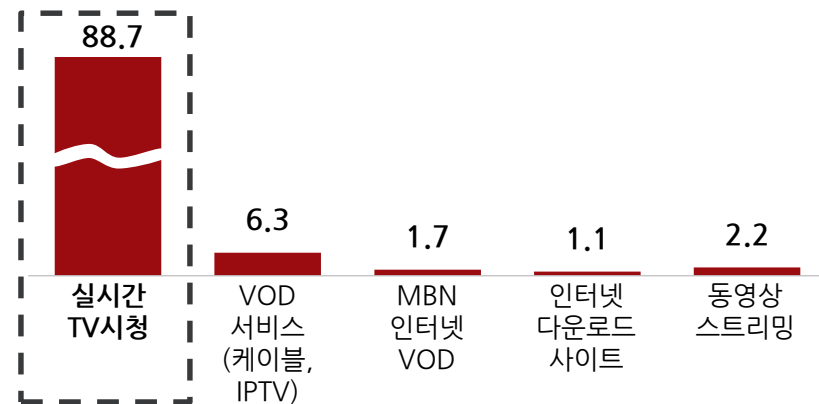
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 31

2) MBN 종합뉴스(주말)

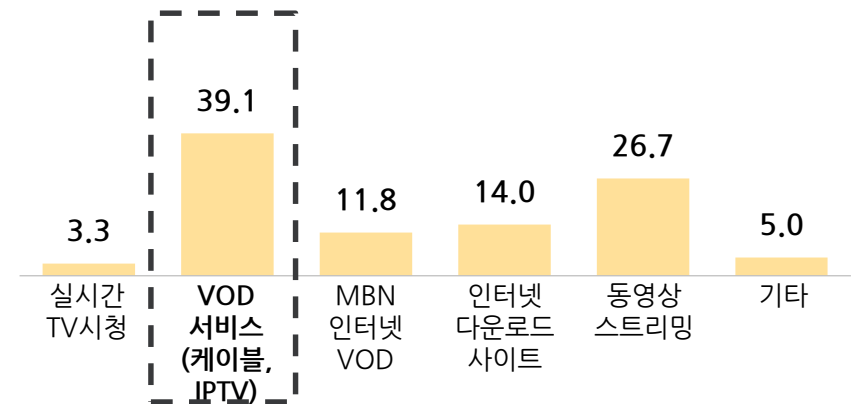
- <MBN 종합뉴스(주말)> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(88.7%)으로 조사 되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(39.1%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 성별 시청 방법의 차이는 특별히 나타나지 않으나, 연령별의 경우 40대 이상의 'TV 시청' 이용률과 30대 이하의 '동영상 스트리밍' 이용률이 높게 나타나는 것이 특징적임

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(363)	(189)	(174)	(45)	(99)	(121)	(26*)	(72)
실시간 TV시청	92.0	93.1	90.8	84.4	89.9	93.4	100.0	94.4
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	45.5	42.9	48.3	35.6	45.5	51.2	38.5	44.4
Youtube 등 동영상 스트리밍	28.9	28.0	29.9	33.3	37.4	25.6	19.2	23.6
MBN 인터넷 VOD	15.2	16.9	13.2	24.4	10.1	16.5	19.2	12.5
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	13.5	13.8	13.2	17.8	14.1	10.7	15.4	13.9
기타	5.0	5.3	4.6	4.4	3.0	2.5	7.7	11.1

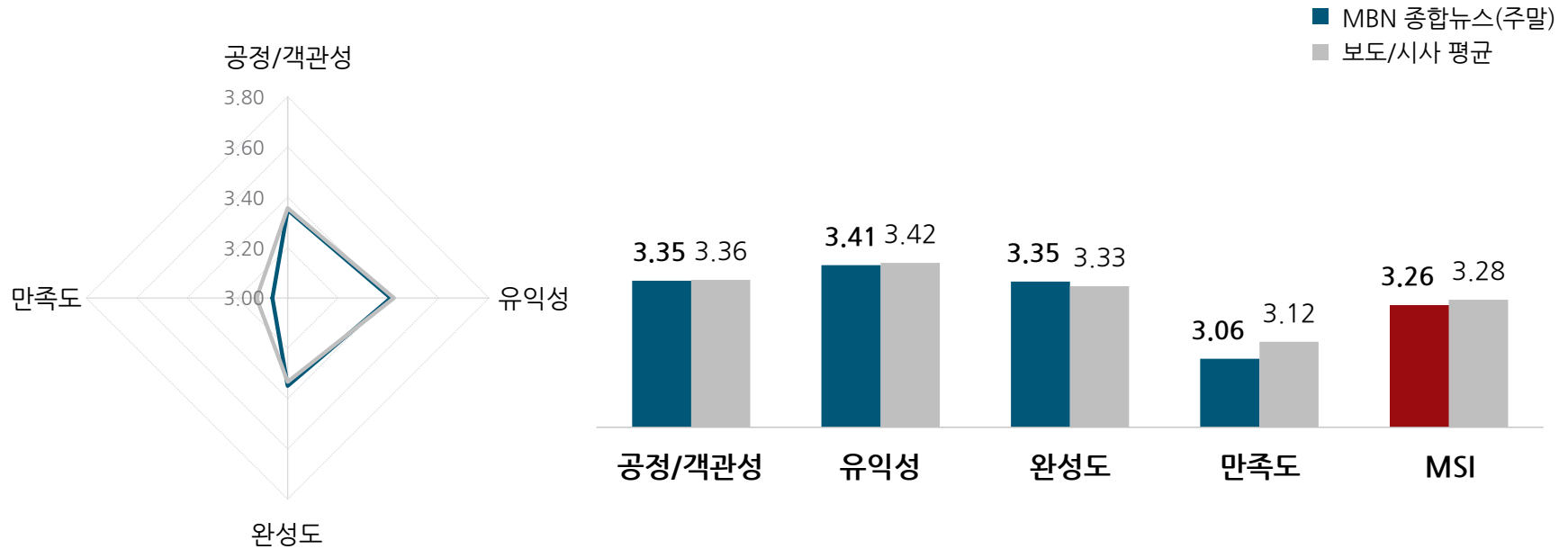
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 32

2) MBN 종합뉴스(주말)

- 프로그램 평가 점수는 3.26점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.28점) 대비 소폭 낮지만 유사한 수준임
- 각 차원별 점수는 유익성(3.41점) > 완성도 및 공정/객관성 (3.35점) > 만족도(3.06점) 순임

프로그램 평가 점수



- 평가 항목 중 유익성 차원(3.41점)에서 가장 높은 평가를 받았음
- 반면, 만족도 차원(3.06점)에서 점수가 가장 낮았으며, 만족도 평균 점수보다 0.06점 낮게 나타남

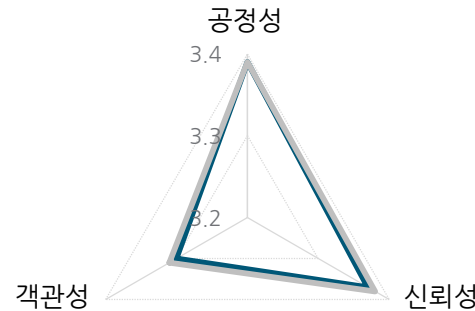
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

2) MBN 종합뉴스(주말)

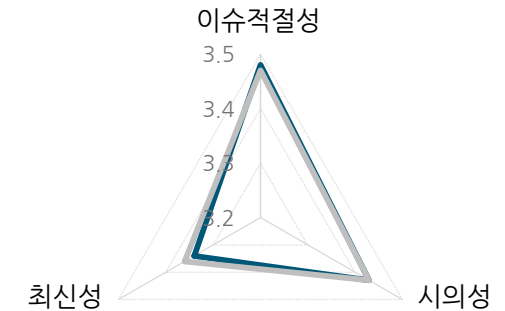
- 공정/객관성 차원에서는 공정성(3.39점)이, 유익성 차원에서는 이슈적절성(3.48점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.42점)가, 만족도 차원에서는 지속 시청 의향(3.21점)이 좋은 평가를 받았음
- 완성도 차원의 모든 항목은 보도/시사 평균 대비 소폭 높게 평가된 반면, 만족도 차원의 모든 항목의 경우 교양 평균 대비 낮게 평가됨

	종합뉴스 (주말)	보도/시사 전체
응답자수	363	500
MSI	3.26	3.28
공정/객관성 통합	3.35	3.36
공정성	3.39	3.39
신뢰성	3.37	3.38
객관성	3.30	3.31
유익성 통합	3.41	3.42
이슈적절성	3.48	3.47
시의성	3.43	3.43
최신성	3.34	3.36
완성도 통합	3.35	3.33
전반적 완성도	3.31	3.29
내용 이해도	3.42	3.40
전달성	3.33	3.31
만족도 통합	3.06	3.12
즐거움	3.07	3.21
몰입도	3.05	3.08
지속시청의향	3.21	3.27
추천의향_온라인	2.98	3.04
추천의향_오프라인	2.98	3.02

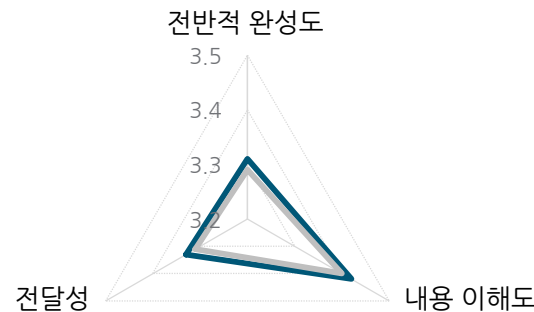
공정/객관성



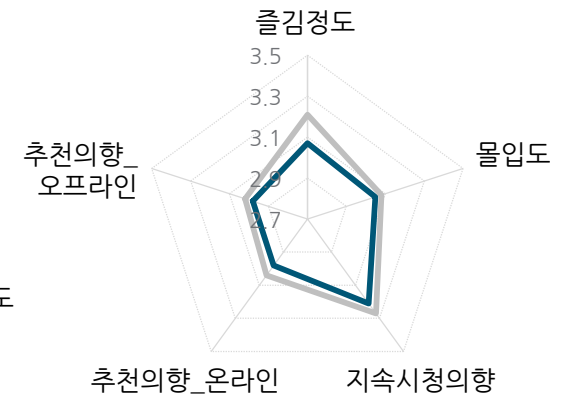
유익성



완성도



만족도



2) MBN 종합뉴스(주말)

- <MBN 종합뉴스(주말)>은 여성보다 남성(3.28점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으며, 모든 차원 및 대부분의 세부항목에서 남성이 여성보다 긍정적으로 평가함
- 특히 유익성, 완성도, 만족도 차원에서 남성의 연령이 높아질수록 높은 점수를 주는 경향이 나타남

MBN 종합뉴스(주말)	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(19*)	(104)	(17*)	(47)	(189)	(43)	(80)	(17*)	(9*)	(25*)	(174)
MSI	3.00	3.18	3.31	3.37	3.26	3.28	3.21	3.16	3.34	3.46	3.37	3.24
공정/객관성 통합	3.50	3.21	3.41	3.47	3.41	3.40	3.25	3.31	3.29	3.59	3.32	3.31
공정성	3.50	3.26	3.49	3.47	3.34	3.43	3.35	3.31	3.41	3.56	3.36	3.35
신뢰성	3.50	3.16	3.38	3.41	3.47	3.39	3.26	3.36	3.35	3.67	3.40	3.36
객관성	3.50	3.21	3.36	3.53	3.43	3.38	3.14	3.25	3.12	3.56	3.20	3.22
유익성 통합	3.17	3.39	3.45	3.43	3.40	3.42	3.38	3.31	3.63	3.48	3.55	3.40
이슈적절성	3.50	3.53	3.45	3.53	3.60	3.50	3.37	3.40	3.59	3.33	3.68	3.45
시의성	3.50	3.37	3.49	3.47	3.43	3.46	3.30	3.26	3.71	3.56	3.68	3.39
최신성	2.50	3.26	3.39	3.29	3.17	3.31	3.47	3.28	3.59	3.56	3.28	3.37
완성도 통합	2.83	3.26	3.39	3.43	3.34	3.36	3.38	3.21	3.37	3.78	3.51	3.34
전반적 완성도	2.50	3.16	3.36	3.18	3.30	3.30	3.40	3.20	3.29	3.67	3.48	3.32
내용 이해도	3.00	3.53	3.38	3.65	3.43	3.43	3.51	3.21	3.65	4.00	3.48	3.41
전달성	3.00	3.11	3.42	3.47	3.30	3.36	3.23	3.21	3.18	3.67	3.56	3.29
만족도 통합	2.70	2.99	3.11	3.24	3.03	3.09	3.00	2.94	3.18	3.18	3.22	3.03
즐김정도	3.00	3.21	3.18	3.47	3.09	3.19	3.05	2.73	3.29	3.33	3.16	2.95
몰입도	3.00	2.95	3.10	3.24	3.00	3.07	3.00	2.98	3.18	3.11	3.16	3.03
지속시청의향	2.50	3.11	3.23	3.59	3.36	3.28	2.98	3.05	3.35	3.44	3.48	3.14
추천의향_온라인	2.50	2.74	3.02	2.94	2.87	2.94	3.00	2.99	3.12	2.89	3.08	3.01
추천의향_오프라인	2.50	2.95	3.03	2.94	2.85	2.96	2.95	2.96	2.94	3.11	3.20	3.00

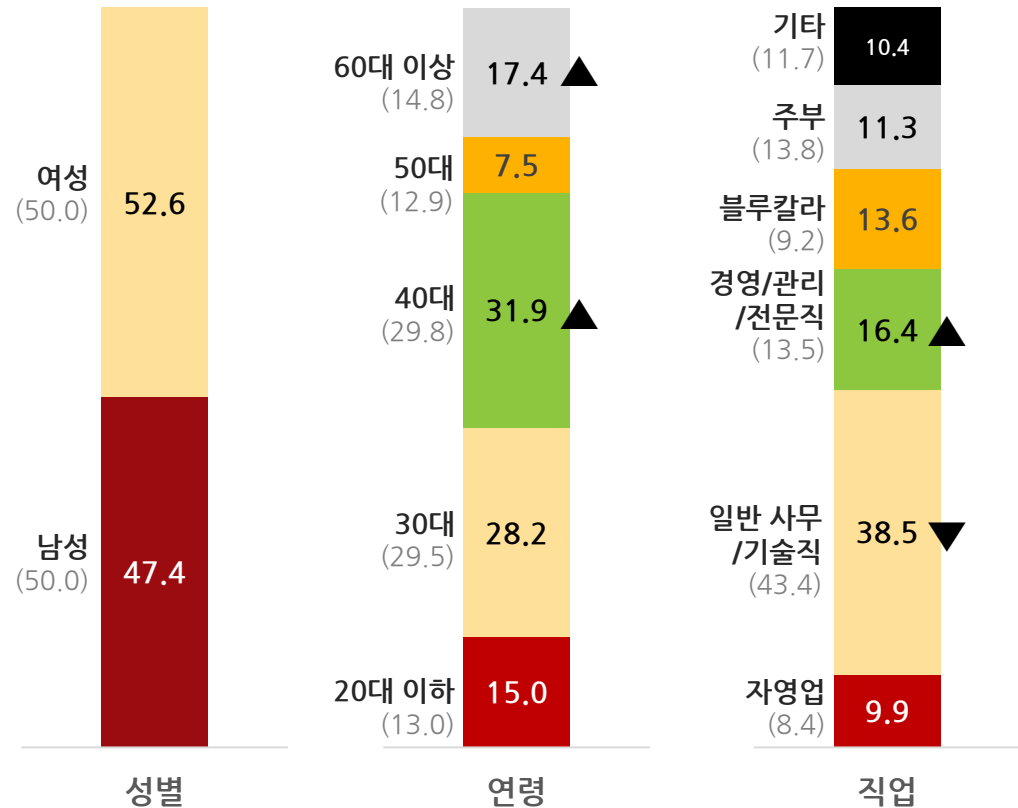
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

3) 굿모닝 MBN

- <굿모닝 MBN> 시청자는 여성(52.6%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대(31.9%) > 30대(28.2%) > 60대 이상(17.4%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 38.5%, 경영/관리/전문직이 16.4%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 40대 및 60대 이상, 경영/관리/전문직이 높게 나타남

굿모닝 MBN 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		213	100.0
성별	남성	101	47.4
	여성	112	52.6
연령	20대 이하	32	15.0
	30대	60	28.2
	40대	68	31.9
	50대	16	7.5
	60대 이상	37	17.4
직업	자영업	21	9.9
	사무직/기술직	82	38.5
	경영/관리직	15	7.0
	전문직/자유직	20	9.4
	기능/숙련공/생산직	14	6.6
	판매/서비스직	13	6.1
	농/임/축/어업	2	0.9
	전업 주부	24	11.3
	학생	10	4.7
	무직	8	3.8
	기타	4	1.9



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

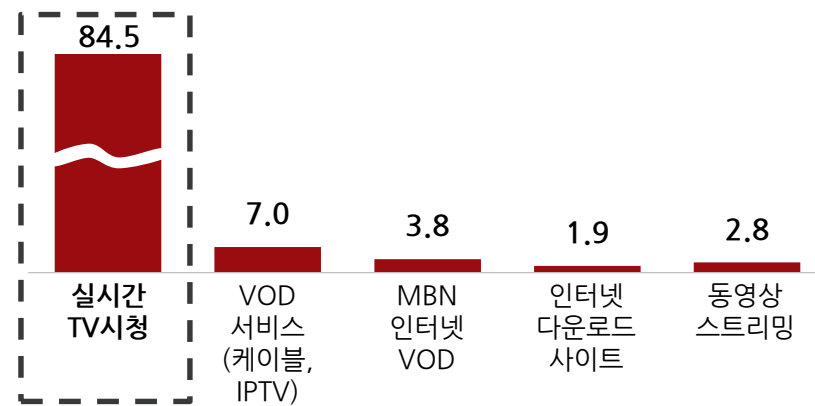
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함

3) 굿모닝 MBN

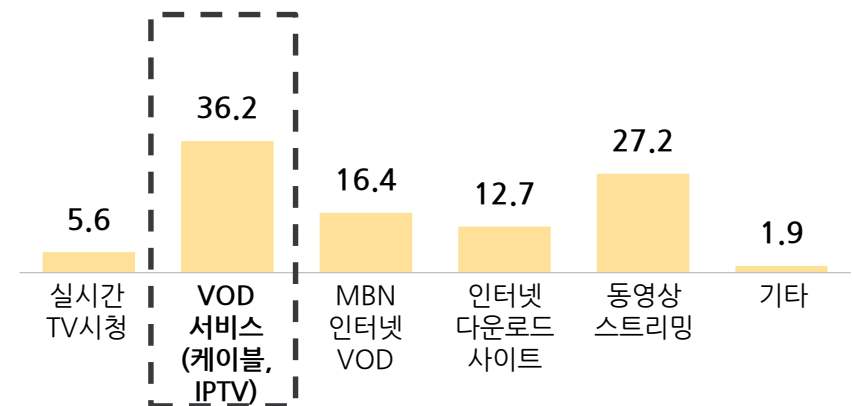
- <굿모닝 MBN> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(84.5%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(36.2%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 전반적으로 성별 시청 방법 차이를 보이며, ‘실시간 TV시청’은 40대 이상 이, ‘VOD서비스’는 남성이, ‘동영상 스트리밍’ 30대 이하가 상대적으로 높게 나타난 것이 특징적임

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(213)	(101)	(112)	(32)	(60)	(68)	(16*)	(37)
실시간 TV시청	90.1	89.1	91.1	87.5	83.3	95.6	93.8	91.9
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	43.2	48.5	38.4	31.3	46.7	47.1	50.0	37.8
Youtube 등 동영상 스트리밍	30.0	30.7	29.5	25.0	30.0	27.9	31.3	37.8
MBN 인터넷 VOD	20.2	17.8	22.3	25.0	25.0	16.2	12.5	18.9
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	14.6	12.9	16.1	25.0	15.0	13.2	12.5	8.1
기타	1.9	1.0	2.7	6.3	0.0	0.0	0.0	5.4

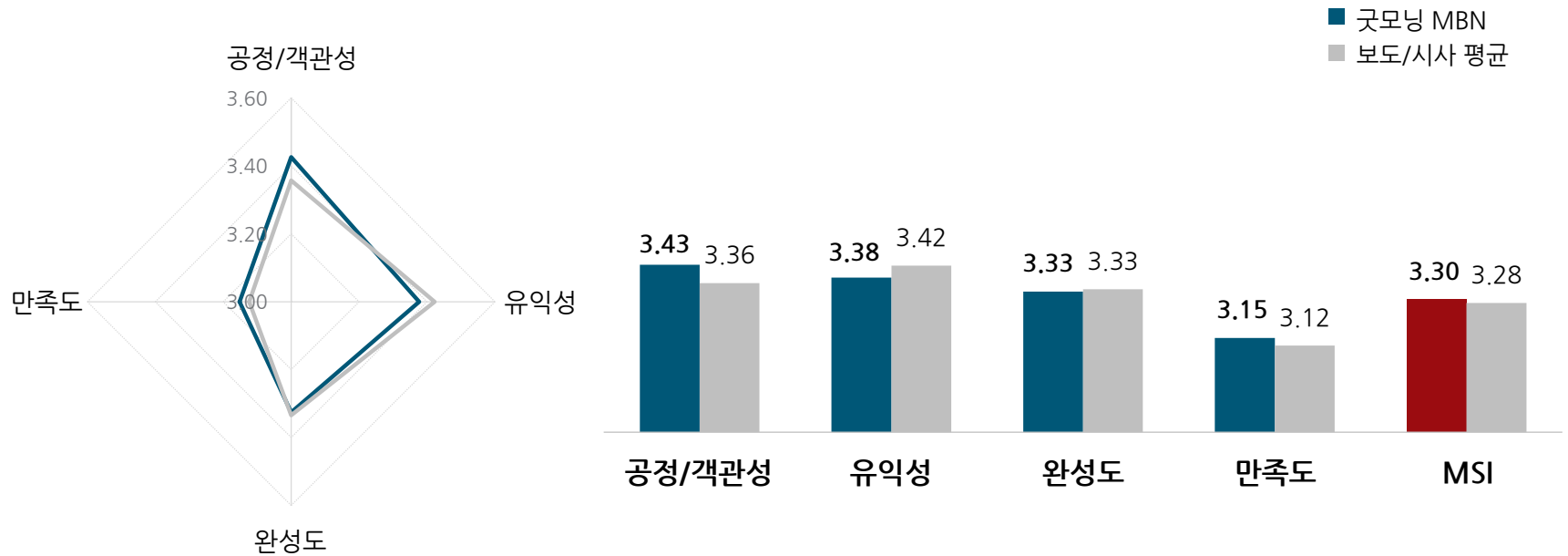
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 37

3) 굿모닝 MBN

- 프로그램 평가 점수는 3.30점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.28점) 대비 소폭 높지만 유사한 수준임
- 각 차원별 점수는 공정/객관성(3.43점) > 유익성(3.38점) > 완성도(3.33점) > 만족도(3.15점) 순임

프로그램 평가 점수



- 공정/객관성, 만족도 차원에서 보도/시사 평균 대비 높은 평가를 받았음
- 반면, 유익성 차원(3.38점)에서는 유익성 평균 점수보다 0.04점 낮게 나타남

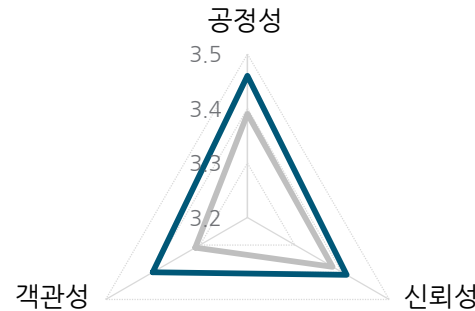
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

3) 굿모닝 MBN

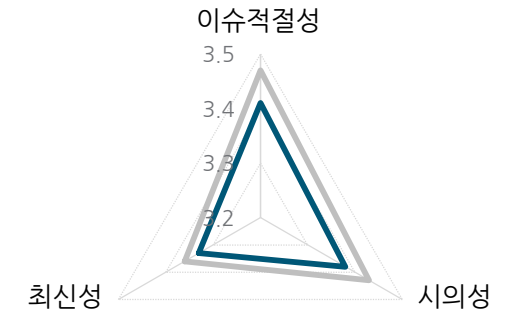
- 공정/객관성 차원에서는 공정성(3.46점)이, 유익성 차원에서는 이슈적절성(3.41점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.35점)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.28점)가 좋은 평가를 받았음
- 공정/객관성 차원에서 비교적 긍정적 평가를 받았으며, 특히 공정성 점수가 보도/시사 프로그램 9개 중 가장 높아 해당 차원에서 강점을 가진 프로그램으로 판단됨

	굿모닝 MBN	보도/시사 전체
응답자수	213	500
MSI	3.30	3.28
공정/객관성 통합	3.43	3.36
공정성	3.46	3.39
신뢰성	3.41	3.38
객관성	3.40	3.31
유익성 통합	3.38	3.42
이슈적절성	3.41	3.47
시의성	3.38	3.43
최신성	3.33	3.36
완성도 통합	3.33	3.33
전반적 완성도	3.31	3.29
내용 이해도	3.35	3.40
전달성	3.32	3.31
만족도 통합	3.15	3.12
즐거움	3.23	3.21
몰입도	3.09	3.08
지속시청의향	3.28	3.27
추천의향_온라인	3.05	3.04
추천의향_오프라인	3.10	3.02

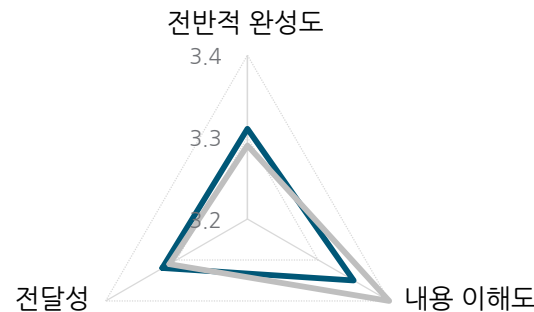
공정/객관성



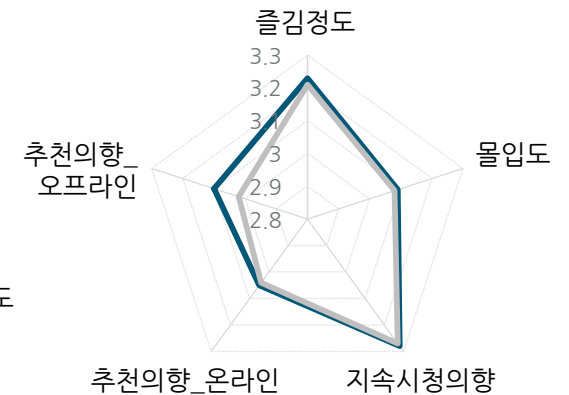
유익성



완성도



만족도



3) 굿모닝 MBN

- <굿모닝 MBN>은 여성보다 남성(3.35점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으며, 모든 차원에서 남성이 긍정적으로 평가함
- 그 외, 성별에 따른 연령별 점수에서는 유의한 차이가 없는 것으로 판단됨

굿모닝 MBN	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(3*)	(12*)	(55)	(11*)	(20*)	(101)	(29*)	(48)	(13*)	(5*)	(17*)	(112)
MSI	3.55	3.33	3.32	3.41	3.38	3.35	3.31	3.21	3.08	3.61	3.28	3.25
공정/객관성 통합	3.44	3.25	3.42	3.79	3.70	3.50	3.54	3.31	3.05	3.40	3.43	3.36
공정성	3.67	3.17	3.51	3.91	3.80	3.57	3.62	3.31	3.08	3.00	3.35	3.36
신뢰성	3.33	3.33	3.35	3.73	3.70	3.46	3.66	3.27	3.00	3.80	3.35	3.38
객관성	3.33	3.25	3.40	3.73	3.60	3.46	3.34	3.35	3.08	3.40	3.59	3.36
유익성 통합	3.67	3.42	3.41	3.36	3.42	3.42	3.38	3.31	3.05	3.73	3.47	3.34
이슈적절성	3.33	3.67	3.38	3.73	3.45	3.47	3.45	3.35	3.08	3.60	3.41	3.37
시의성	3.67	3.25	3.51	3.27	3.35	3.43	3.31	3.35	3.08	4.00	3.41	3.35
최신성	4.00	3.33	3.35	3.09	3.45	3.36	3.38	3.23	3.00	3.60	3.59	3.31
완성도 통합	3.67	3.39	3.38	3.24	3.45	3.39	3.31	3.24	3.23	3.73	3.20	3.27
전반적 완성도	3.67	3.42	3.24	3.00	3.45	3.29	3.41	3.31	3.31	3.60	3.12	3.32
내용 이해도	3.67	3.42	3.45	3.27	3.55	3.46	3.21	3.17	3.31	4.00	3.35	3.26
전달성	3.67	3.33	3.44	3.45	3.35	3.42	3.31	3.23	3.08	3.60	3.12	3.23
만족도 통합	3.47	3.30	3.17	3.31	3.11	3.20	3.14	3.06	3.02	3.60	3.12	3.11
즐김정도	3.67	3.58	3.31	3.55	3.25	3.37	3.24	3.02	3.00	3.80	3.06	3.12
몰입도	3.33	3.00	3.13	3.18	2.85	3.07	3.17	3.10	2.77	3.60	3.18	3.12
지속시청의향	3.33	3.67	3.29	3.27	3.20	3.32	3.17	3.27	3.15	3.80	3.24	3.25
추천의향_온라인	3.67	3.08	3.05	3.27	3.15	3.12	3.10	2.83	3.00	3.60	3.06	2.99
추천의향_오프라인	3.33	3.17	3.09	3.27	3.10	3.13	3.00	3.08	3.15	3.20	3.06	3.07

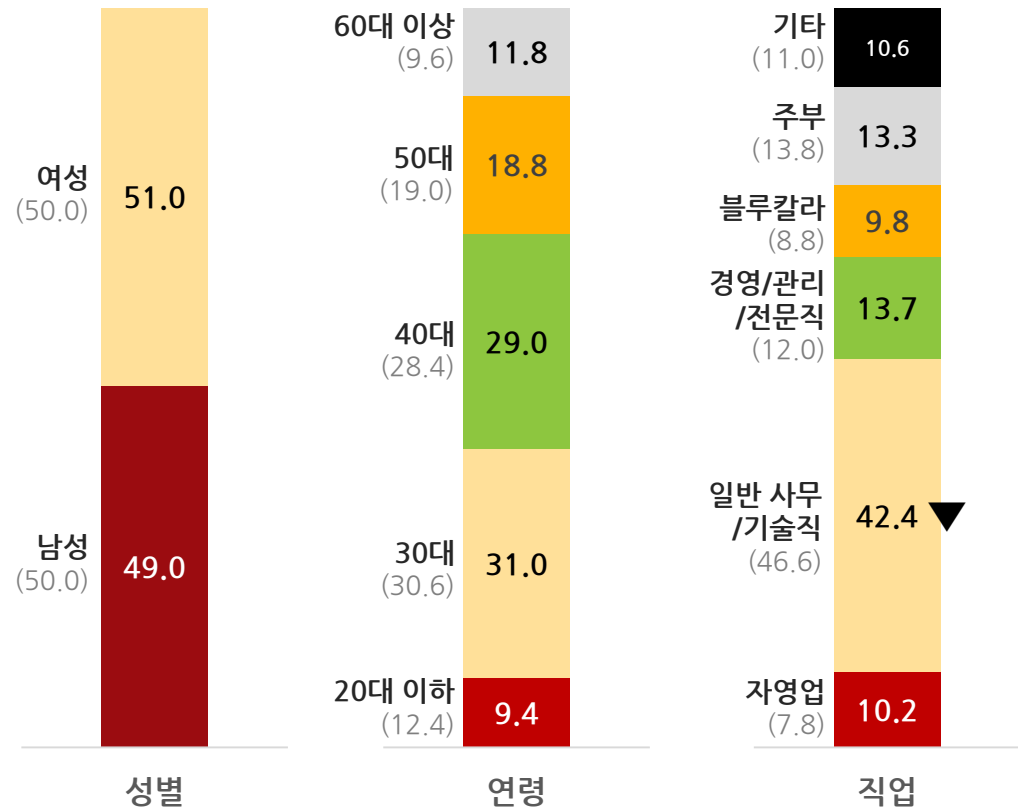
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

4) 아침&매일경제

- <아침&매일경제> 시청자는 남성(51.0%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대(31.0%) > 40대(29.0%) > 50대(18.8%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 42.4%, 경영/관리/전문직이 13.7% 순으로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 30대 및 사무/기술직이 높게 나타남

아침&매일경제 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		255	100.0
성별	남성	130	51.0
	여성	125	49.0
연령	20대 이하	24	9.4
	30대	79	31.0
	40대	74	29.0
	50대	48	18.8
	60대 이상	30	11.8
직업	자영업	26	10.2
	사무직/기술직	108	42.4
	경영/관리직	14	5.5
	전문직/자유직	21	8.2
	기능/숙련공/생산직	8	3.1
	판매/서비스직	14	5.5
	농/임/축/어업	3	1.2
	전업 주부	34	13.3
	학생	8	3.1
	무직	17	6.7
	기타	2	0.8



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

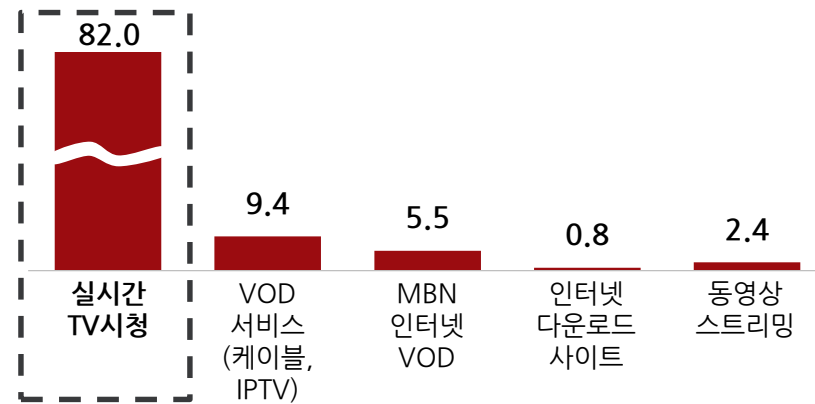
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함

4) 아침&매일경제

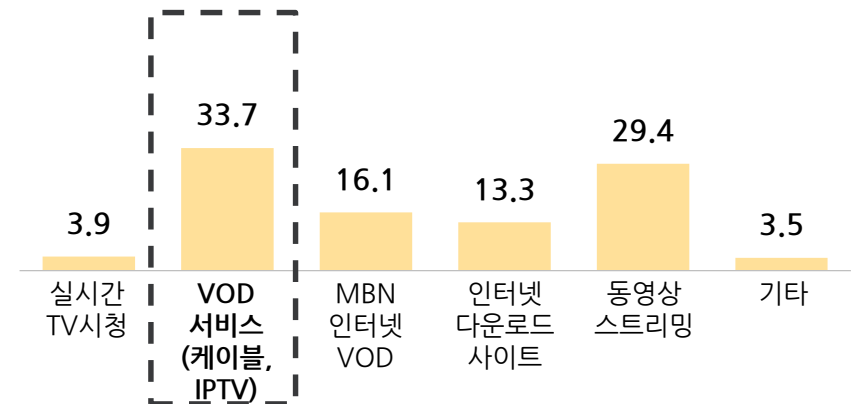
- <아침&매일경제> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(82.0%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(33.7%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'은 50대 이상, 'VOD 서비스'는 40대, '동영상 스트리밍'은 남성 및 60대 이상에서 상대적으로 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(255)	(130)	(125)	(24*)	(79)	(74)	(48)	(30)
실시간 TV시청	85.9	85.4	86.4	79.2	84.8	81.1	95.8	90.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	43.1	43.1	43.2	45.8	40.5	54.1	39.6	26.7
Youtube 등 동영상 스트리밍	31.8	36.9	26.4	37.5	27.8	28.4	33.3	43.3
MBN 인터넷 VOD	21.6	23.1	20.0	20.8	25.3	18.9	14.6	30.0
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	14.1	10.0	18.4	8.3	17.7	13.5	14.6	10.0
기타	3.5	1.5	5.6	8.3	3.8	4.1	2.1	0.0

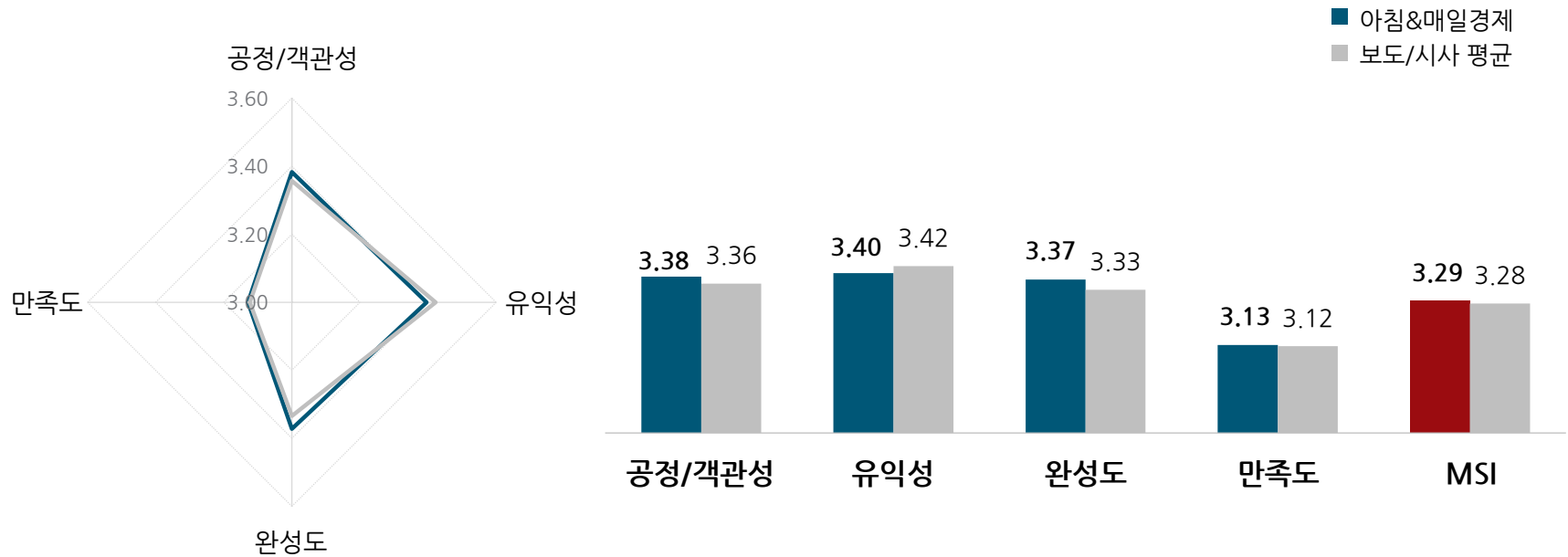
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 42

4) 아침&매일경제

- 프로그램 평가 점수는 3.29점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 소폭 높지만 유사한 수준임
- 각 차원별 점수는 유익성(3.40점) > 공정/객관성(3.38점) > 완성도(3.37점) > 만족도(3.13점) 순임

프로그램 평가 점수



- 유익성을 제외한 모든 차원에서 보도/시사 평균 대비 소폭 높은 평가를 받았음
- 유익성 차원(3.40점)에서는 평균 점수보다 0.02점 낮게 나타남

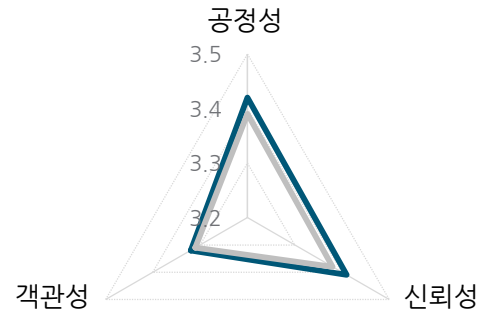
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

4) 아침&매일경제

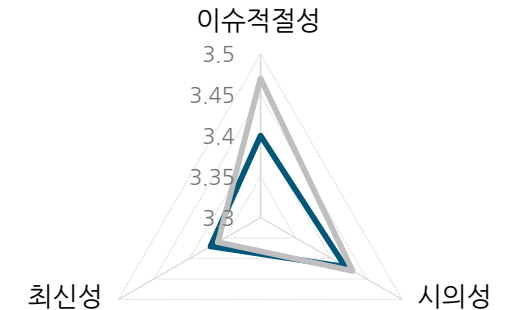
- 공정/객관성 차원에서는 공정성(3.42점)이, 유익성 차원에서는 시의성(3.42점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.49점)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.30점)이 좋은 평가를 받았음
- 특히, 만족도 차원의 세부항목인 지속시청의향(3.30점)이 보도/시사 프로그램 9개 중 가장 높아 현재 시청층이 유지될 것으로 예상됨

	아침&매일경제	보도/시사 전체
응답자수	255	500
MSI	3.29	3.28
공정/객관성 통합	3.38	3.36
공정성	3.42	3.39
신뢰성	3.41	3.38
객관성	3.32	3.31
유익성 통합	3.40	3.42
이슈적절성	3.40	3.47
시의성	3.42	3.43
최신성	3.37	3.36
완성도 통합	3.37	3.33
전반적 완성도	3.29	3.29
내용 이해도	3.49	3.40
전달성	3.34	3.31
만족도 통합	3.13	3.12
즐거움	3.27	3.21
몰입도	3.05	3.08
지속시청의향	3.30	3.27
추천의향_온라인	3.05	3.04
추천의향_오프라인	2.98	3.02

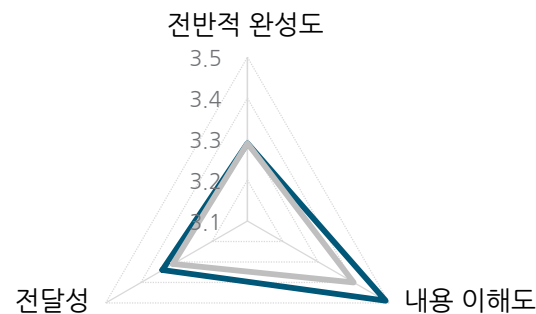
공정/객관성



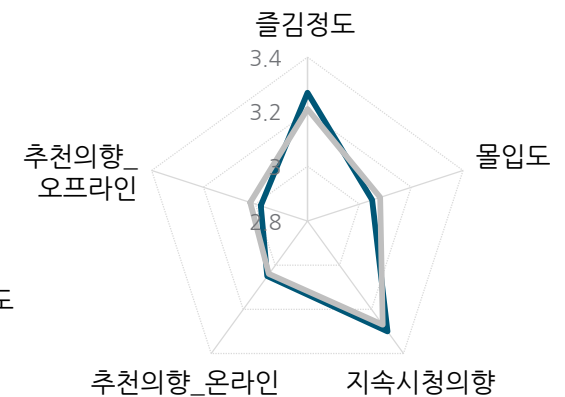
유익성



완성도



만족도



4) 아침&매일경제

- <아침&매일경제>는 여성보다 남성(3.33점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으며, 공정/객관성 차원을 제외한 모든 차원에서 남성이 높게 평가함
- 그 외, 성별에 따른 연령별 점수에서는 유의한 차이가 없는 것으로 판단됨

아침&매일경제	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(26*)	(55)	(24*)	(23*)	(130)	(22*)	(53)	(19*)	(24*)	(7*)	(125)
MSI	2.93	3.25	3.33	3.26	3.52	3.33	3.17	3.15	3.10	3.65	3.44	3.26
공정/객관성 통합	3.00	3.37	3.38	3.18	3.62	3.38	3.38	3.32	3.18	3.72	3.33	3.39
공정성	3.00	3.38	3.51	3.25	3.70	3.46	3.45	3.34	3.16	3.54	3.29	3.37
신뢰성	3.00	3.35	3.33	3.29	3.65	3.38	3.41	3.38	3.26	3.79	3.43	3.45
객관성	3.00	3.38	3.31	3.00	3.52	3.30	3.27	3.25	3.11	3.83	3.29	3.34
유익성 통합	2.33	3.35	3.44	3.40	3.68	3.44	3.27	3.23	3.23	3.72	3.62	3.35
이슈적절성	2.50	3.19	3.47	3.29	3.74	3.42	3.18	3.26	3.32	3.83	3.57	3.38
시의성	3.00	3.38	3.38	3.46	3.65	3.44	3.32	3.23	3.32	3.83	3.71	3.40
최신성	1.50	3.46	3.45	3.46	3.65	3.46	3.32	3.19	3.05	3.50	3.57	3.27
완성도 통합	3.33	3.29	3.42	3.42	3.59	3.43	3.30	3.16	3.16	3.74	3.52	3.32
전반적 완성도	2.00	3.23	3.45	3.33	3.57	3.38	3.14	3.00	3.21	3.63	3.43	3.20
내용 이해도	4.00	3.46	3.53	3.42	3.70	3.53	3.36	3.19	3.32	4.00	4.00	3.44
전달성	4.00	3.19	3.29	3.50	3.52	3.36	3.41	3.30	2.95	3.58	3.14	3.31
만족도 통합	3.00	3.09	3.17	3.13	3.31	3.17	2.89	2.99	2.95	3.50	3.34	3.08
즐김정도	3.50	3.08	3.42	3.29	3.57	3.35	2.91	3.19	3.00	3.50	3.43	3.18
몰입도	3.50	3.15	3.07	3.13	2.91	3.08	3.00	2.92	2.74	3.50	3.00	3.02
지속시청의향	3.00	3.19	3.42	3.25	3.57	3.36	3.09	3.02	3.16	3.79	3.57	3.23
추천의향_온라인	3.00	3.04	3.02	3.00	3.30	3.07	2.82	2.92	2.95	3.38	3.43	3.02
추천의향_오프라인	2.00	3.00	2.95	3.00	3.22	3.00	2.64	2.89	2.89	3.33	3.29	2.95

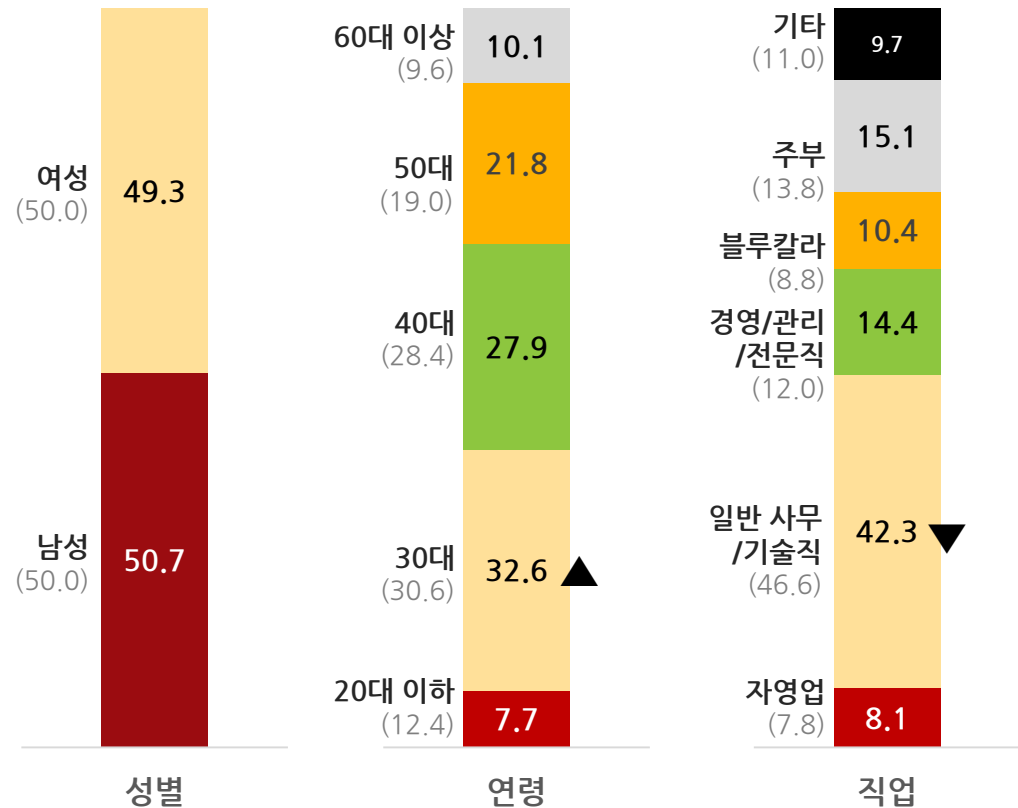
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

5) 뉴스파이터

- 〈뉴스파이터〉 시청자는 남성(50.7%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대(32.6%) > 40대(27.9%) > 50대(21.8%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 37.6%, 전업주부가 15.1%로 구성되어 있음

뉴스파이터 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		298	100.0
성별	남성	151	50.7
	여성	147	49.3
연령	20대 이하	23	7.7
	30대	97	32.6
	40대	83	27.9
	50대	65	21.8
	60대 이상	30	10.1
직업	자영업	24	8.1
	사무직/기술직	126	42.3
	경영/관리직	14	4.7
	전문직/자유직	29	9.7
	기능/숙련공/생산직	11	3.7
	판매/서비스직	15	5.0
	농/임/축/어업	5	1.7
	전업 주부	45	15.1
	학생	6	2.0
	무직	18	6.0
	기타	5	1.7



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

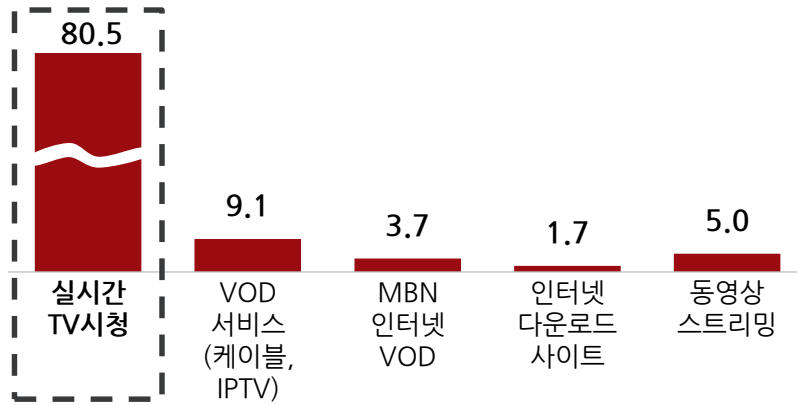
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함

5) 뉴스파이터

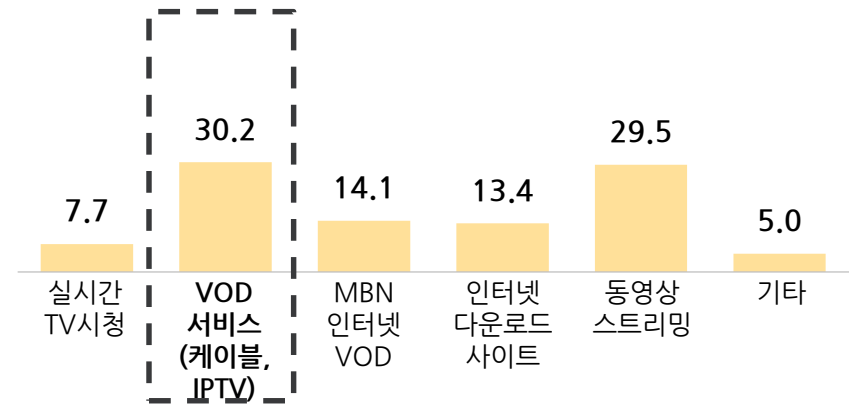
- 〈뉴스파이터〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(80.5%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(30.2%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 이용률이 가장 높은 ‘실시간 TV시청’의 경우 여성 및 50대 이상에서 이용률이 높았으며, ‘VOD 서비스’의 경우 50대, ‘동영상 스트리밍’은 여성 및 40대에서 이용률이 높았음

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(298)	(151)	(147)	(23*)	(97)	(83)	(65)	(30)
실시간 TV시청	88.3	86.8	89.8	87.0	82.5	88.0	95.4	93.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	39.3	40.4	38.1	43.5	35.1	36.1	49.2	36.7
Youtube 등 동영상 스트리밍	34.6	43.0	25.9	26.1	29.9	43.4	30.8	40.0
MBN 인터넷 VOD	17.8	17.9	17.7	26.1	22.7	13.3	12.3	20.0
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	15.1	9.3	21.1	13.0	23.7	14.5	6.2	10.0
기타	5.0	2.6	7.5	4.3	6.2	4.8	6.2	0.0

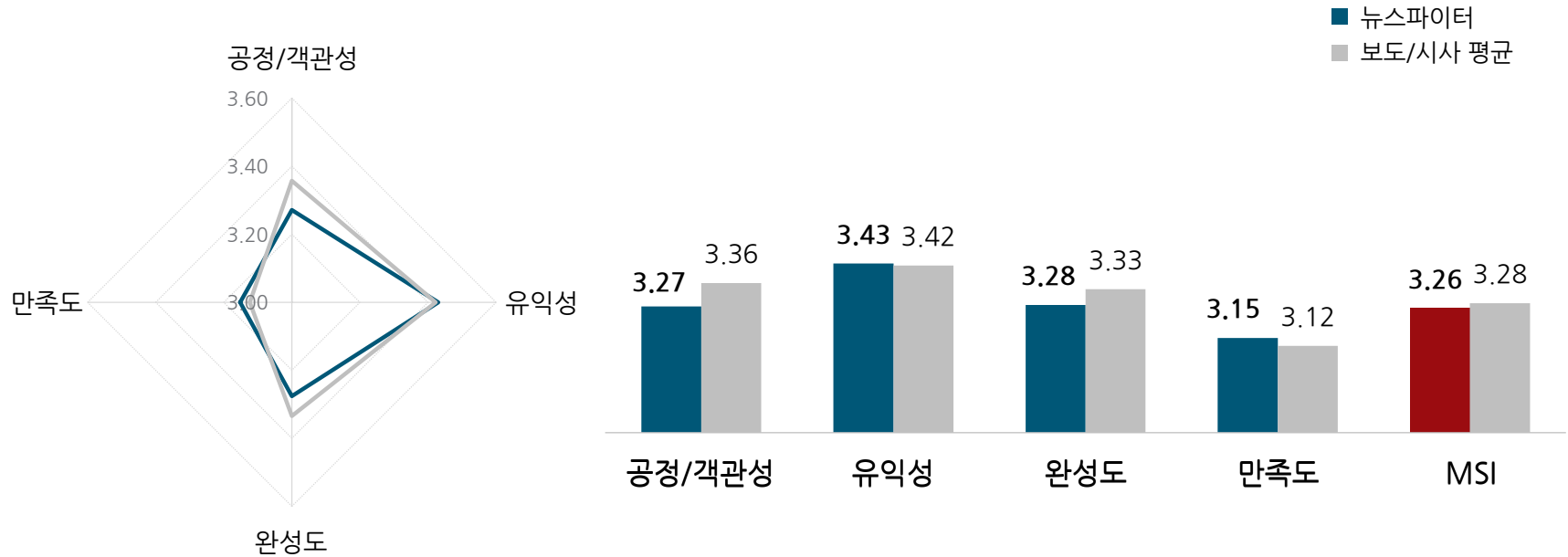
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의

5) 뉴스파이터

- 프로그램 평가 점수는 3.26점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.28점) 대비 소폭 낮지만 유사한 수준임
- 각 차원별 점수는 유익성(3.43점) > 완성도(3.28점) > 공정/객관성 (3.27점) > 만족도(3.15점) 순임

프로그램 평가 점수



- 유익성, 만족도 차원에서 보도/시사 평균보다 소폭 높게 긍정적 평가를 받았음
- 반면, 공정/객관성 차원(3.27점)은 보도/시사 프로그램 9개 중 가장 낮은 평가를 받음

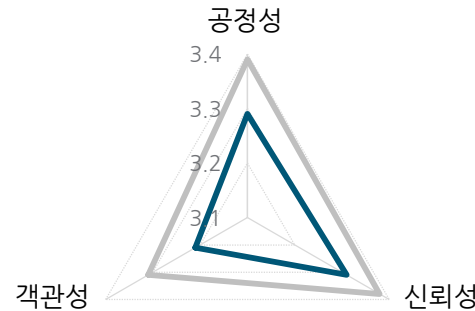
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

5) 뉴스파이터

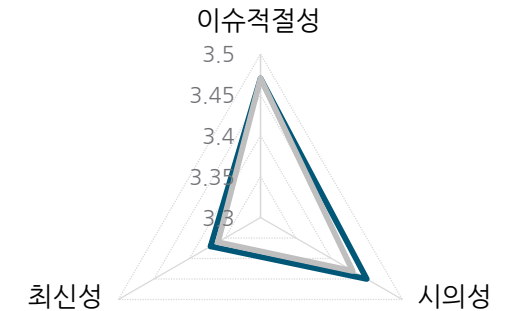
- 공정/객관성 차원에서는 신뢰성(3.31점)이, 유익성 차원에서는 이슈적절성(3.47점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.38점)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.27점)이 좋은 평가를 받았음
- 특히, 만족도 차원은 모든 항목에서 보도/시사 프로그램 평균보다 유사하거나 긍정적으로 평가되었으며, 만족도 차원 중 몰입도가 보도/시사 평균 대비 소폭 높은 수준으로 나타남

	뉴스파이터	보도/시사 전체
응답자수	298	500
MSI	3.26	3.28
공정/객관성 통합	3.27	3.36
공정성	3.29	3.39
신뢰성	3.31	3.38
객관성	3.21	3.31
유익성 통합	3.43	3.42
이슈적절성	3.47	3.47
시의성	3.45	3.43
최신성	3.37	3.36
완성도 통합	3.28	3.33
전반적 완성도	3.24	3.29
내용 이해도	3.38	3.40
전달성	3.21	3.31
만족도 통합	3.15	3.12
즐거움	3.24	3.21
몰입도	3.17	3.08
지속시청의향	3.27	3.27
추천의향_온라인	3.03	3.04
추천의향_오프라인	3.04	3.02

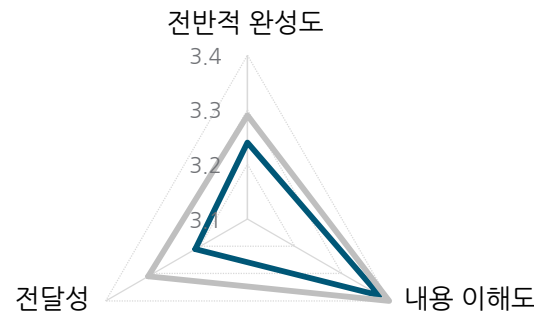
공정/객관성



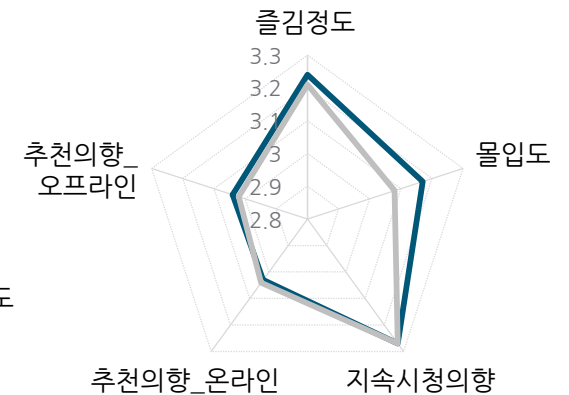
유익성



완성도



만족도



5) 뉴스파이터

- <뉴스파이터>는 남성보다 여성(3.28점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으며, 완성도를 제외한 모든 차원에서 여성이 남성보다 긍정적으로 평가함
- 특히 공정/객관성 및 유익성 차원에서 높게 평가했으며, 이 중 유익성 차원의 세부항목인 이슈적절성 항목에서 50대 여성(3.87점)이 높은 점수를 줌

뉴스파이터	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(38)	(62)	(26*)	(24*)	(151)	(22*)	(59)	(21*)	(39)	(6*)	(147)
MSI	3.00	3.00	3.37	3.11	3.50	3.25	3.31	3.26	2.93	3.49	3.29	3.28
공정/객관성 통합	3.00	3.01	3.38	3.08	3.42	3.24	3.38	3.29	2.90	3.50	3.28	3.30
공정성	2.00	3.13	3.44	3.00	3.50	3.28	3.41	3.36	2.86	3.41	3.00	3.29
신뢰성	4.00	2.97	3.35	3.19	3.58	3.27	3.55	3.29	3.00	3.51	3.50	3.35
객관성	3.00	2.92	3.35	3.04	3.17	3.16	3.18	3.24	2.86	3.56	3.33	3.27
유익성 통합	3.00	3.03	3.54	3.37	3.65	3.40	3.52	3.36	3.19	3.70	3.78	3.46
이슈적절성	2.00	2.95	3.66	3.38	3.63	3.42	3.41	3.37	3.38	3.87	3.67	3.52
시의성	3.00	3.05	3.55	3.42	3.54	3.40	3.50	3.37	3.29	3.74	4.00	3.50
최신성	4.00	3.08	3.42	3.31	3.79	3.38	3.64	3.32	2.90	3.49	3.67	3.37
완성도 통합	2.67	3.11	3.36	3.22	3.50	3.29	3.27	3.25	2.90	3.48	3.22	3.26
전반적 완성도	3.00	3.03	3.37	3.23	3.38	3.26	3.27	3.22	2.81	3.41	3.17	3.22
내용 이해도	2.00	3.13	3.44	3.38	3.54	3.36	3.27	3.44	3.00	3.56	3.67	3.39
전달성	3.00	3.16	3.27	3.04	3.58	3.25	3.27	3.08	2.90	3.46	2.83	3.18
만족도 통합	3.20	2.91	3.26	2.92	3.45	3.14	3.15	3.18	2.81	3.36	3.03	3.16
즐거움	3.00	3.05	3.48	2.92	3.50	3.28	3.00	3.27	2.90	3.36	3.17	3.20
몰입도	3.00	3.11	3.21	3.00	3.50	3.19	3.18	3.15	2.81	3.38	2.83	3.16
지속시청의향	3.00	2.74	3.48	3.04	3.58	3.23	3.32	3.25	3.10	3.54	3.17	3.31
추천의향_온라인	4.00	2.79	3.03	2.85	3.33	2.99	3.09	3.10	2.71	3.23	3.00	3.07
추천의향_오프라인	3.00	2.87	3.08	2.77	3.33	3.01	3.18	3.10	2.52	3.28	3.00	3.07

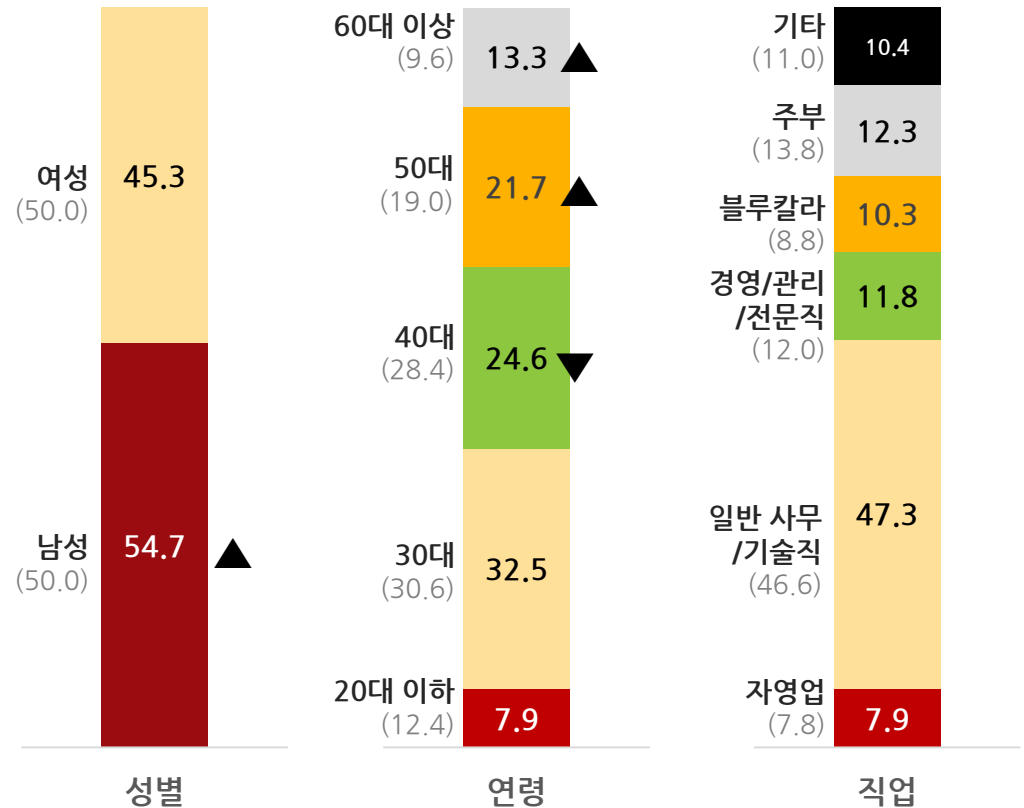
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

6) MBN 프레스룸

- <MBN 프레스룸> 시청자는 남성(54.7%)이 많았으며, 연령별로는 30대(32.5%) > 40대(24.6%) > 50대(21.7%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 47.3%, 전업주부가 12.3%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 남성 및 50대 이상이 높게 나타남

MBN 프레스룸 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		203	100.0
성별	남성	111	54.7
	여성	92	45.3
연령	20대 이하	16	7.9
	30대	66	32.5
	40대	50	24.6
	50대	44	21.7
	60대 이상	27	13.3
직업	자영업	16	7.9
	사무직/기술직	96	47.3
	경영/관리직	9	4.4
	전문직/자유직	15	7.4
	기능/숙련공/생산직	8	3.9
	판매/서비스직	10	4.9
	농/임/축/어업	3	1.5
	전업 주부	25	12.3
	학생	5	2.5
	무직	12	5.9
	기타	4	2.0



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

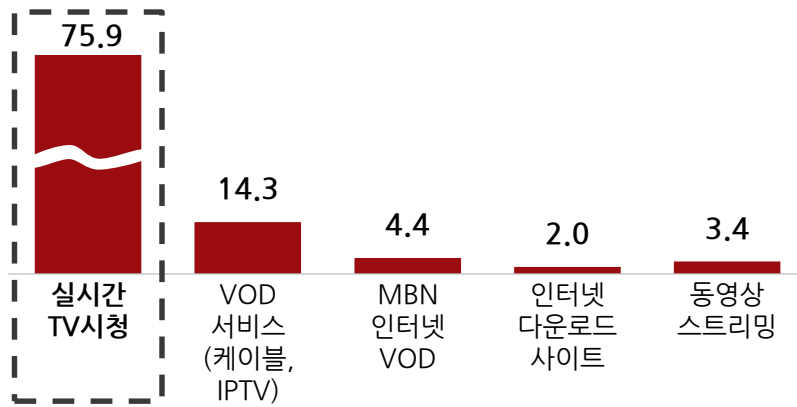
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 51

6) MBN 프레스룸

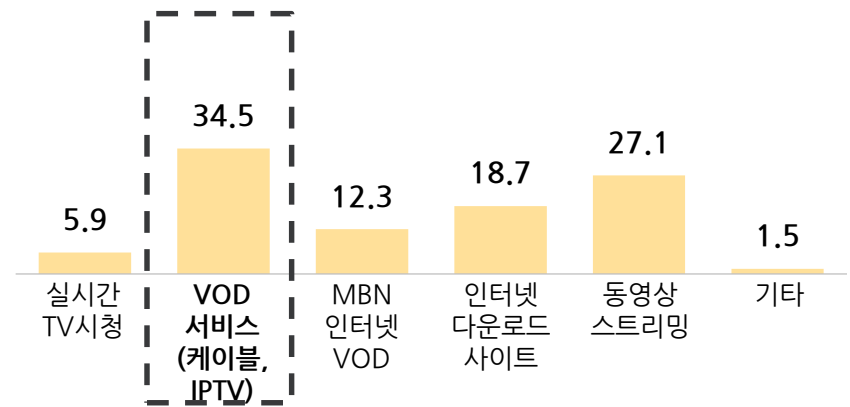
- <MBN 프레스룸> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(75.9%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(34.5%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 이용률이 가장 높은 '실시간 TV시청'의 경우 50대 이상에서 이용률이 높았으며, 'VOD 서비스'의 경우 남성 및 20대 이하, '동영상 스트리밍'은 여성 및 40대, 60대 이상에서 이용률이 높았음

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(203)	(111)	(92)	(16*)	(66)	(50)	(44)	(27*)
실시간 TV시청	81.8	82.9	80.4	68.8	78.8	76.0	88.6	96.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	48.8	50.5	46.7	56.3	56.1	44.0	54.5	25.9
Youtube 등 동영상 스트리밍	30.5	32.4	28.3	37.5	19.7	40.0	27.3	40.7
MBN 인터넷 VOD	20.7	13.5	29.3	18.8	25.8	18.0	20.5	14.8
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	16.7	20.7	12.0	12.5	19.7	18.0	9.1	22.2
기타	1.5	0.0	3.3	6.3	0.0	4.0	0.0	0.0

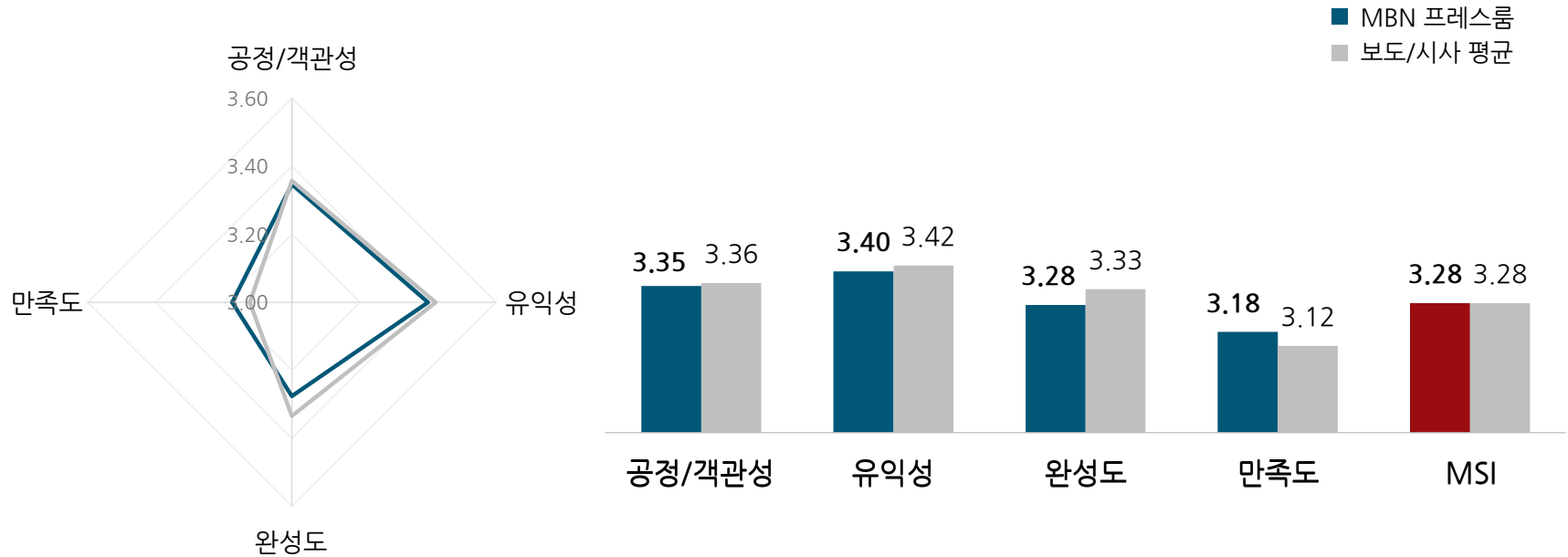
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 52

6) MBN 프레스룸

- 프로그램 평가 점수는 3.28점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.28점) 과 동일한 수준임
- 각 차원별 점수는 유익성(3.40점) > 공정/객관성(3.35점) > 완성도 (3.28점) > 만족도(3.18점) 순임

프로그램 평가 점수



- 만족도 차원을 제외한 모든 차원에서 보도/시사 평균보다 소폭 낮게 나타났으며, 완성도 차원의 경우 보도/시사 프로그램 9개 중 가장 낮은 평가를 받음
- 반면, 만족도의 경우만 보도/시사 평균 대비 약 0.06점 높게 평가됨

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

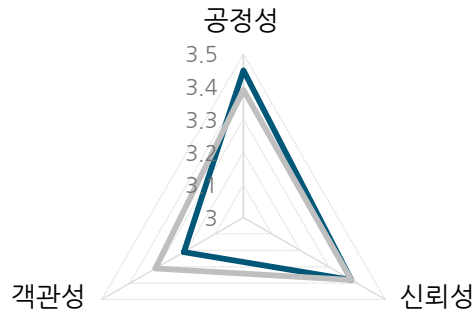
6) MBN 프레스룸

- 공정/객관성 차원에서는 공정성(3.45점)이, 유익성 차원에서는 이슈적절성, 시의적절성(3.41점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.36점)가, 만족도 차원에서는 즐거움(3.29점)이 좋은 평가를 받았음
- 만족도를 제외한 모든 차원에서 전반적으로 보도/시사 평균 대비 낮게 평가되었으나, 만족도 차원 중 추천의향_온라인, 추천의향_오프라인은 보도/시사 프로그램 중 가장 높은 수준으로 나타남

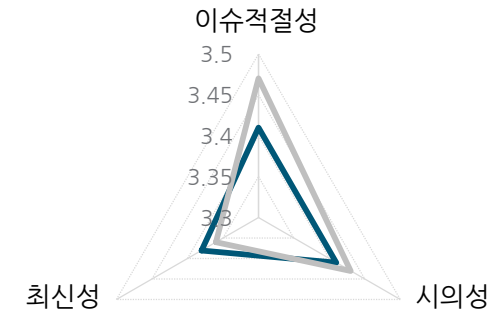
MBN 프레스룸
— 보도/시사 전체

	MBN 프레스룸	보도/시사 전체
응답자수	203	500
MSI	3.28	3.28
공정/객관성 통합	3.35	3.36
공정성	3.45	3.39
신뢰성	3.38	3.38
객관성	3.21	3.31
유익성 통합	3.40	3.42
이슈적절성	3.41	3.47
시의성	3.41	3.43
최신성	3.38	3.36
완성도 통합	3.28	3.33
전반적 완성도	3.22	3.29
내용 이해도	3.36	3.40
전달성	3.24	3.31
만족도 통합	3.18	3.12
즐거움	3.29	3.21
몰입도	3.13	3.08
지속시청의향	3.26	3.27
추천의향_온라인	3.11	3.04
추천의향_오프라인	3.10	3.02

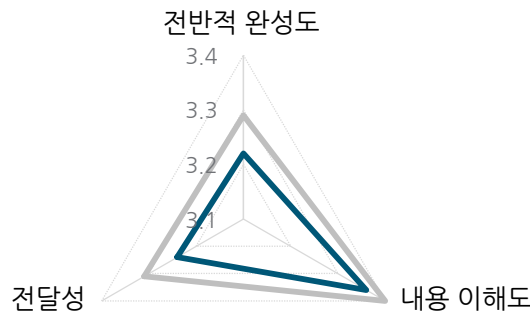
공정/객관성



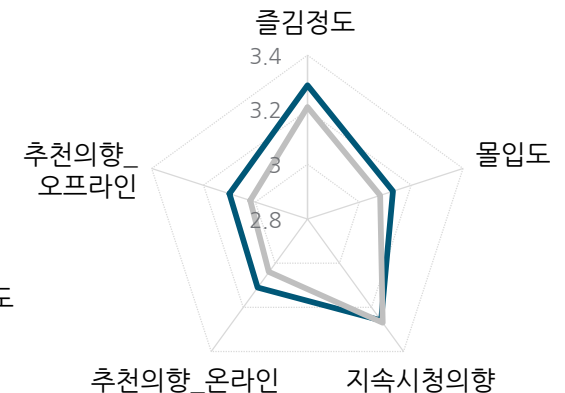
유익성



완성도



만족도



6) MBN 프레스룸

- <MBN 프레스룸>은 여성보다 남성(3.31점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으며, 유익성을 제외한 모든 차원에서 남성이 여성보다 긍정적으로 평가함
- 특히 완성도 및 만족도 차원에서 높게 평가했으며, 공정/객관성 차원의 세부항목인 공정성 항목에서 남성이 3.46점으로 높은 점수를 줌

MBN 프레스룸	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(29)	(40)	(18*)	(22*)	(111)	(14*)	(37)	(10*)	(26)	(5*)	(92)
MSI	2.75	2.96	3.43	3.41	3.50	3.31	3.14	3.27	2.84	3.41	3.47	3.25
공정/객관성 통합	3.00	2.95	3.53	3.52	3.55	3.37	3.36	3.40	2.77	3.37	3.47	3.32
공정성	3.00	3.07	3.58	3.72	3.59	3.46	3.43	3.57	2.80	3.46	3.60	3.43
신뢰성	3.50	3.00	3.55	3.50	3.77	3.44	3.36	3.43	2.70	3.35	3.40	3.32
객관성	2.50	2.79	3.45	3.33	3.27	3.21	3.29	3.19	2.80	3.31	3.40	3.21
유익성 통합	2.33	3.15	3.48	3.39	3.53	3.37	3.24	3.50	3.13	3.56	3.60	3.44
이슈적절성	1.50	3.24	3.48	3.44	3.50	3.38	3.21	3.51	3.10	3.58	3.60	3.45
시의성	2.50	3.17	3.40	3.39	3.50	3.34	3.14	3.51	3.10	3.73	3.80	3.49
최신성	3.00	3.03	3.55	3.33	3.59	3.38	3.36	3.46	3.20	3.38	3.40	3.39
완성도 통합	2.50	2.95	3.43	3.44	3.56	3.32	2.93	3.19	2.77	3.53	3.67	3.22
전반적 완성도	2.50	2.72	3.43	3.50	3.50	3.25	3.00	3.16	2.90	3.38	3.40	3.18
내용 이해도	2.00	3.10	3.40	3.50	3.73	3.38	3.00	3.32	2.80	3.62	4.20	3.35
전달성	3.00	3.03	3.48	3.33	3.45	3.32	2.79	3.08	2.60	3.58	3.40	3.14
만족도 통합	3.00	2.86	3.34	3.33	3.42	3.22	3.09	3.10	2.76	3.26	3.28	3.12
즐거움 정도	4.00	3.00	3.63	3.33	3.36	3.37	3.14	3.32	2.80	3.15	3.20	3.18
몰입도	3.50	2.62	3.30	3.50	3.41	3.18	2.79	3.11	2.80	3.19	3.40	3.07
지속시청의향	3.00	2.93	3.28	3.39	3.68	3.28	3.14	3.14	2.90	3.46	3.60	3.23
추천의향_온라인	2.50	2.86	3.20	3.17	3.36	3.13	3.29	3.05	2.60	3.23	3.00	3.09
추천의향_오프라인	2.00	2.90	3.30	3.28	3.27	3.16	3.07	2.89	2.70	3.27	3.20	3.02

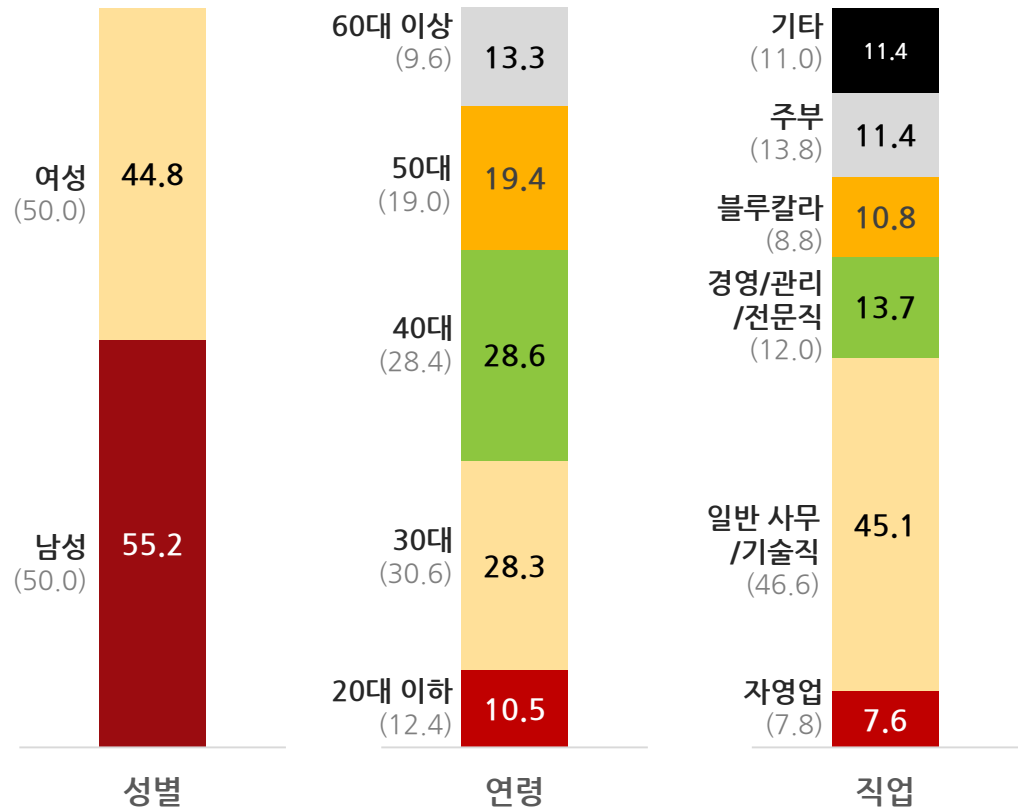
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

7) MBN 뉴스와이드

- <MBN 뉴스와이드> 시청자는 남성(55.2%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대(28.6%) > 30대(28.3%) > 50대(19.4%)순, 직업별로는 사무/기술직 45.1%, 경영/관리/전문직 13.7%로 구성됨

MBN 뉴스와이드 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		315	100.0
성별	남성	174	55.2
	여성	141	44.8
연령	20대 이하	33	10.5
	30대	89	28.3
	40대	90	28.6
	50대	61	19.4
	60대 이상	42	13.3
직업	자영업	24	7.6
	사무직/기술직	142	45.1
	경영/관리직	16	5.1
	전문직/자유직	27	8.6
	기능/숙련공/생산직	11	3.5
	판매/서비스직	17	5.4
	농/임/축/어업	6	1.9
	전업 주부	36	11.4
	학생	8	2.5
	무직	22	7.0
	기타	6	1.9



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

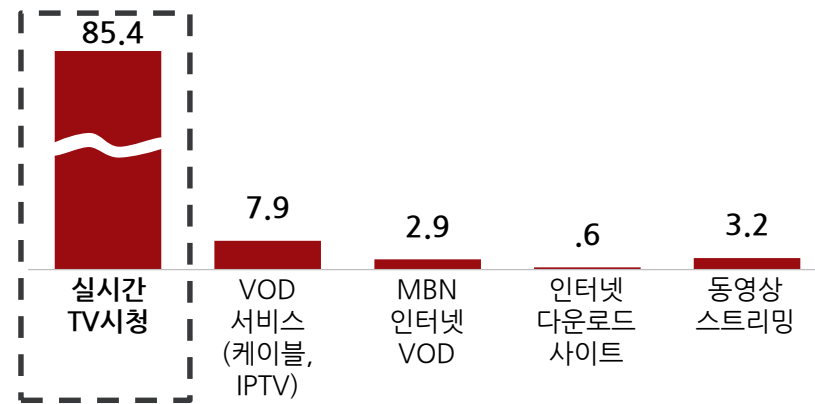
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 56

7) MBN 뉴스와이드

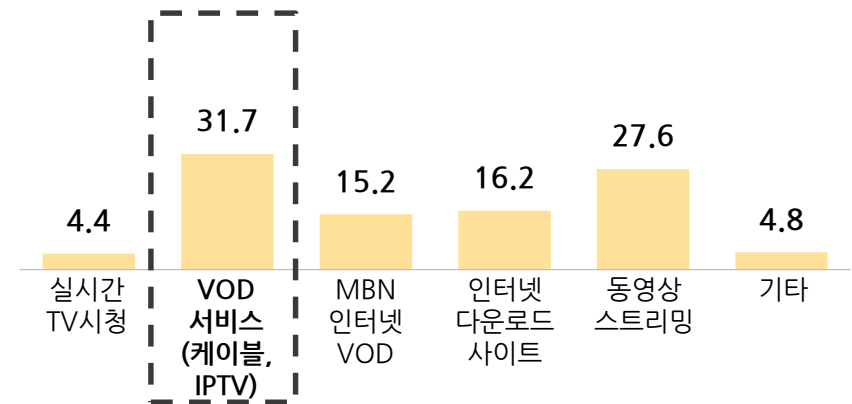
- <MBN 뉴스와이드> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(85.4%)으로 조사 되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(31.7%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'은 여성 및 50대에서, 'VOD 서비스'는 50대에서, '동영상 스트리밍'의 경우 남성 및 40대에서 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(315)	(174)	(141)	(33)	(89)	(90)	(61)	(42)
실시간 TV시청	89.8	87.9	92.2	84.8	86.5	86.7	100.0	92.9
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	39.7	40.2	39.0	42.4	34.8	40.0	44.3	40.5
Youtube 등 동영상 스트리밍	30.8	36.2	24.1	27.3	30.3	34.4	26.2	33.3
MBN 인터넷 VOD	18.1	19.5	16.3	27.3	20.2	21.1	4.9	19.0
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	16.8	13.2	21.3	9.1	23.6	14.4	18.0	11.9
기타	4.8	2.9	7.1	9.1	4.5	3.3	6.6	2.4

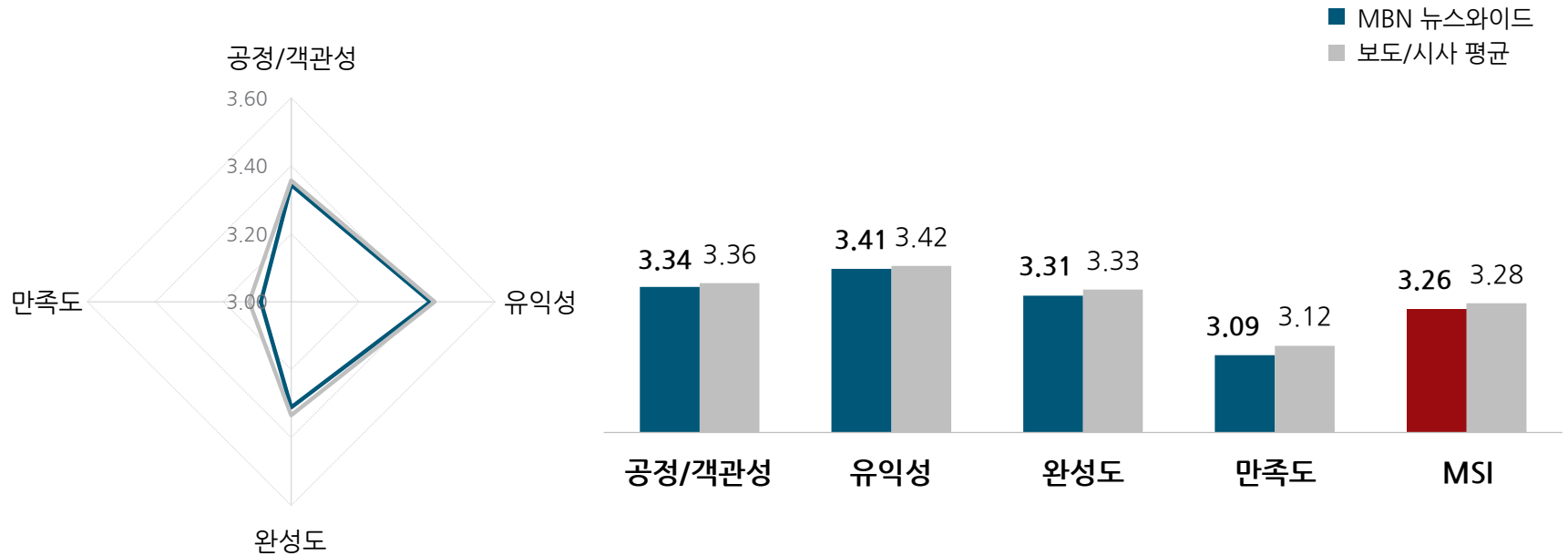
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 57

7) MBN 뉴스와이드

- 프로그램 평가 점수는 3.26점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.28점)보다 소폭 낮게 나타남
- 각 차원별 점수는 유익성(3.41점) > 공정/객관성(3.34점) > 완성도(3.31점) > 만족도(3.09점) 순임

프로그램 평가 점수



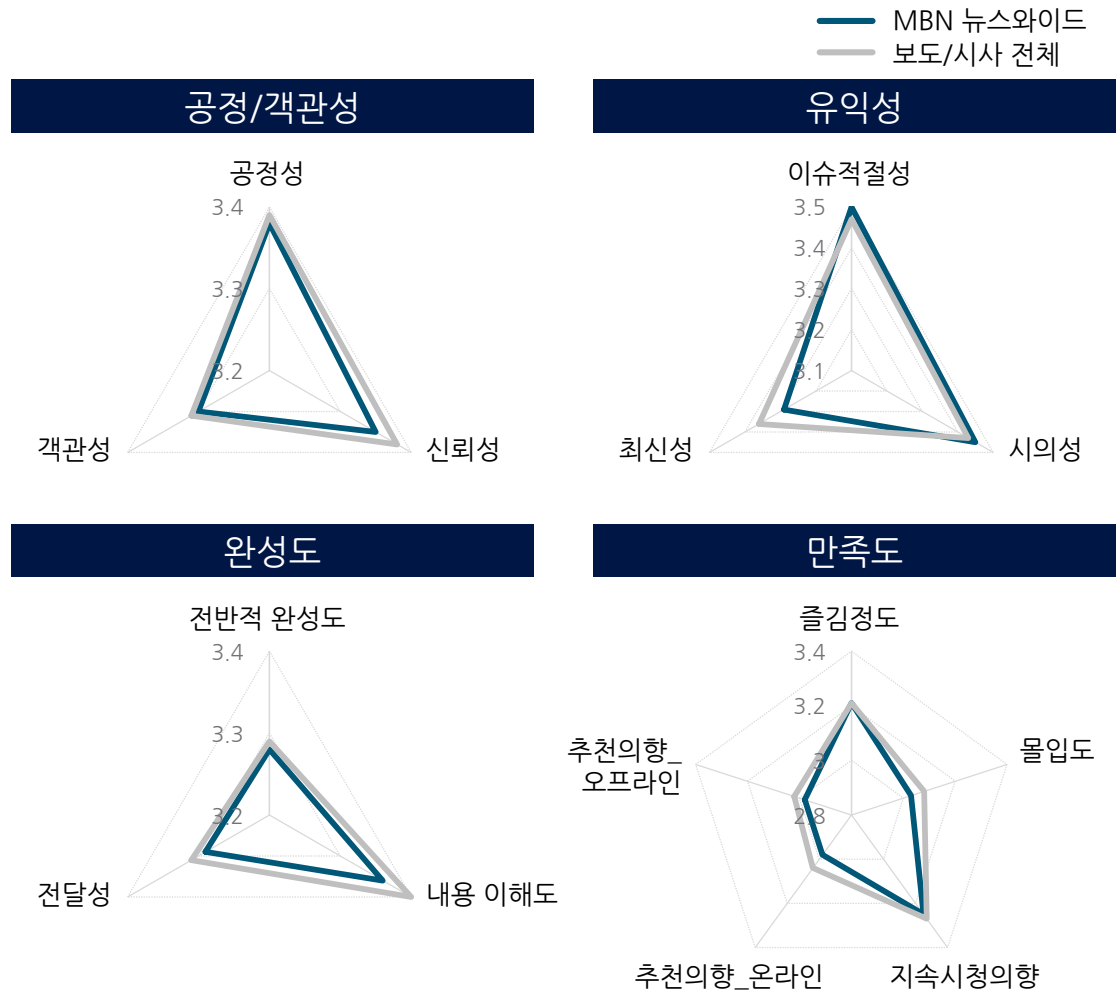
- 모든 차원에서 보도/시사 평균 대비 소폭 낮은 평가를 받았음

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

7) MBN 뉴스와이드

- 공정/객관성 차원에서는 공정성(3.38점)이, 유익성 차원에서는 이슈적절성(3.50점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.36점)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.25점)이 좋은 평가를 받았음

	MBN 뉴스와이드	보도/시사 전체
응답자수	315	500
MSI	3.26	3.28
공정/객관성 통합	3.34	3.36
공정성	3.38	3.39
신뢰성	3.35	3.38
객관성	3.30	3.31
유익성 통합	3.41	3.42
이슈적절성	3.50	3.47
시의성	3.45	3.43
최신성	3.29	3.36
완성도 통합	3.31	3.33
전반적 완성도	3.28	3.29
내용 이해도	3.36	3.40
전달성	3.29	3.31
만족도 통합	3.09	3.12
즐김정도	3.21	3.21
몰입도	3.03	3.08
지속시청의향	3.25	3.27
추천의향_온라인	2.98	3.04
추천의향_오프라인	2.98	3.02



7) MBN 뉴스와이드

- <MBN 뉴스와이드>는 남성과 여성 모두에게 동일하게 평가(3.26점)받았으나, 유익성, 완성도 차원에서 여성이 남성보다 긍정적으로 평가함
- 반면 만족도 차원에서는 남성에게 높은 점수를 받았으며, 이 중 60대 남성에게 긍정적인 평가를 받음
만족도 차원 중에서는 특히 즐거움(3.26점)에서 높은 점수를 받음

MBN 뉴스와이드	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(3*)	(39)	(71)	(27*)	(34)	(174)	(30)	(50)	(19*)	(34)	(8*)	(141)
MSI	2.67	2.99	3.37	3.31	3.36	3.26	3.18	3.23	3.08	3.45	3.36	3.26
공정/객관성 통합	3.11	3.03	3.50	3.35	3.41	3.34	3.26	3.35	3.19	3.52	3.25	3.34
공정성	2.67	3.26	3.48	3.33	3.41	3.38	3.30	3.42	3.16	3.56	3.38	3.39
신뢰성	4.00	3.00	3.55	3.26	3.41	3.36	3.27	3.30	3.21	3.53	3.13	3.33
객관성	2.67	2.82	3.46	3.44	3.41	3.29	3.20	3.32	3.21	3.47	3.25	3.31
유익성 통합	2.44	2.98	3.50	3.60	3.52	3.39	3.46	3.39	3.21	3.63	3.50	3.44
이슈적절성	2.67	3.03	3.52	3.81	3.76	3.49	3.57	3.46	3.32	3.65	3.50	3.51
시의성	3.00	2.92	3.62	3.59	3.41	3.41	3.37	3.50	3.37	3.68	3.50	3.50
최신성	1.67	3.00	3.35	3.41	3.38	3.26	3.43	3.20	2.95	3.56	3.50	3.32
완성도 통합	2.33	3.05	3.42	3.27	3.41	3.30	3.37	3.21	3.14	3.54	3.54	3.33
전반적 완성도	2.33	3.00	3.37	3.30	3.38	3.26	3.33	3.26	3.00	3.50	3.50	3.31
내용 이해도	2.33	2.97	3.44	3.41	3.47	3.32	3.37	3.28	3.21	3.68	3.75	3.41
전달성	2.33	3.18	3.46	3.11	3.38	3.31	3.40	3.08	3.21	3.44	3.38	3.27
만족도 통합	2.73	2.93	3.19	3.14	3.20	3.12	2.87	3.07	2.88	3.24	3.23	3.05
즐거움	2.67	3.10	3.39	3.22	3.26	3.26	2.97	3.28	3.16	3.12	3.13	3.15
몰입도	2.67	2.82	3.18	3.00	3.15	3.06	2.73	3.06	2.74	3.18	3.25	2.99
지속시청의향	2.33	2.90	3.31	3.41	3.50	3.25	3.23	3.20	2.95	3.38	3.63	3.24
추천의향_온라인	2.67	3.03	3.01	3.07	3.09	3.03	2.67	2.90	2.74	3.24	3.00	2.91
추천의향_오프라인	3.33	2.79	3.06	3.00	3.00	2.98	2.73	2.92	2.84	3.29	3.13	2.97

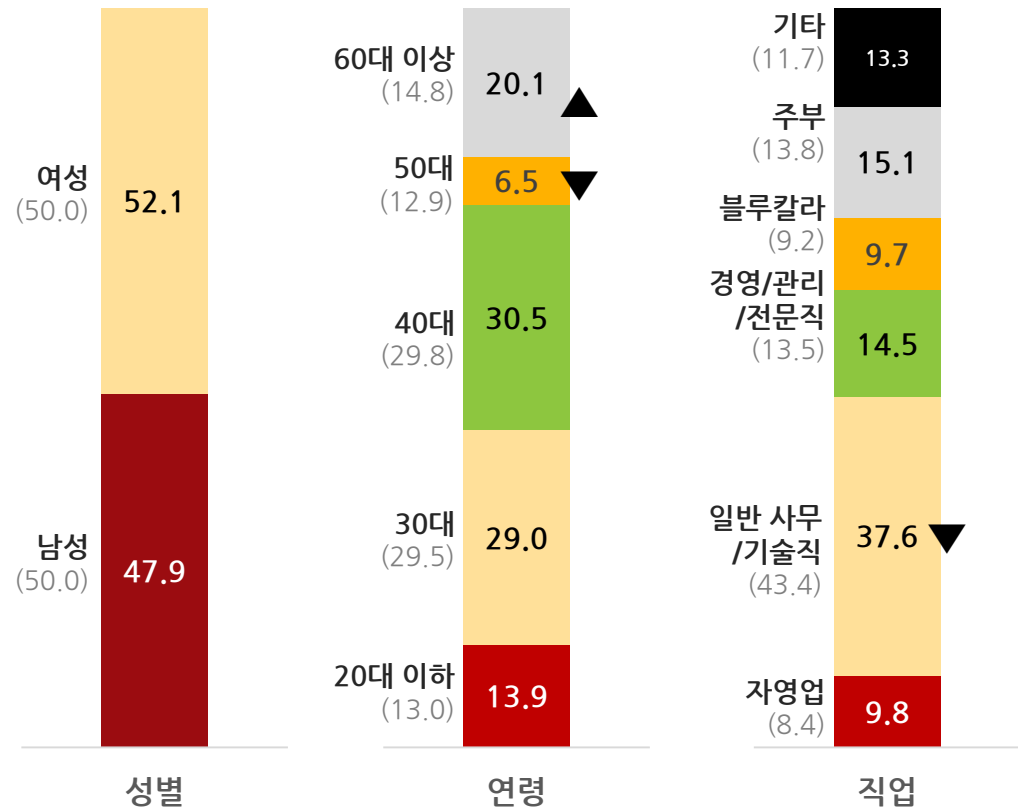
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

8) 뉴스&이슈

- <뉴스&이슈> 시청자는 여성(52.1%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대(30.5%) > 30대(29.0%) > 60대 이상(20.1%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 37.6%, 전업주부가 15.1%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 60대 이상이 높게 나타남

뉴스&이슈 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		338	100.0
성별	남성	162	47.9
	여성	176	52.1
연령	20대 이하	47	13.9
	30대	98	29.0
	40대	103	30.5
	50대	22	6.5
	60대 이상	68	20.1
직업	자영업	33	9.8
	사무직/기술직	127	37.6
	경영/관리직	18	5.3
	전문직/자유직	31	9.2
	기능/숙련공/생산직	16	4.7
	판매/서비스직	15	4.4
	농/임/축/어업	2	0.6
	전업 주부	51	15.1
	학생	17	5.0
	무직	20	5.9
	기타	8	2.4



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

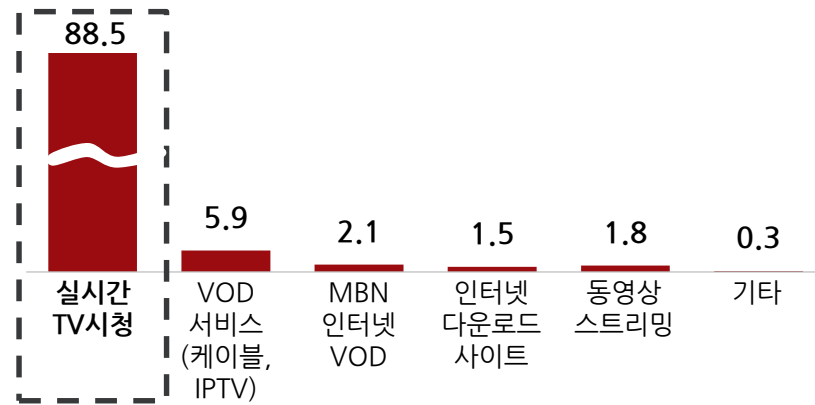
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 61

8) 뉴스&이슈

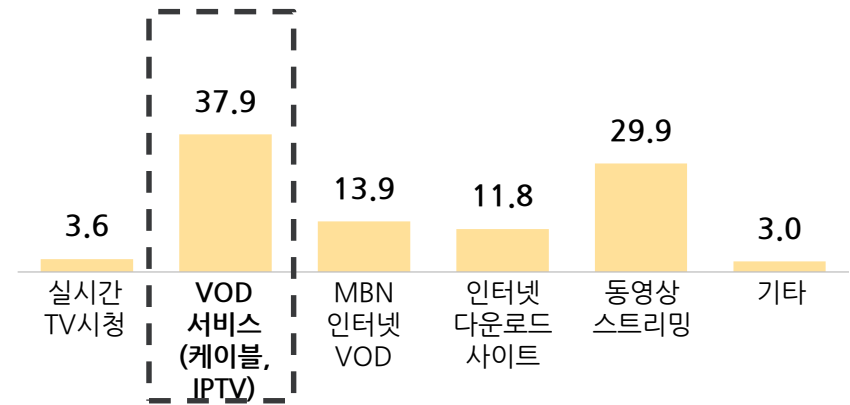
- <뉴스&이슈> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(88.5%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(37.9%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 이용률이 가장 높은 '실시간 TV시청'의 경우 남성 및 60대 이상, 'VOD 서비스'의 경우 여성 및 40대, '동영상 스트리밍'은 30대에서 이용률이 높았음

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(338)	(162)	(176)	(47)	(98)	(103)	(22*)	(68)
실시간 TV시청	92.0	93.2	90.9	89.4	90.8	93.2	90.9	94.1
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	43.8	40.7	46.6	34.0	43.9	49.5	27.3	47.1
Youtube 등 동영상 스트리밍	31.7	30.9	32.4	36.2	38.8	26.2	36.4	25.0
MBN 인터넷 VOD	16.0	17.9	14.2	19.1	15.3	14.6	18.2	16.2
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	13.3	13.0	13.6	14.9	11.2	13.6	22.7	11.8
기타	3.3	4.3	2.3	6.4	0.0	2.9	4.5	5.9

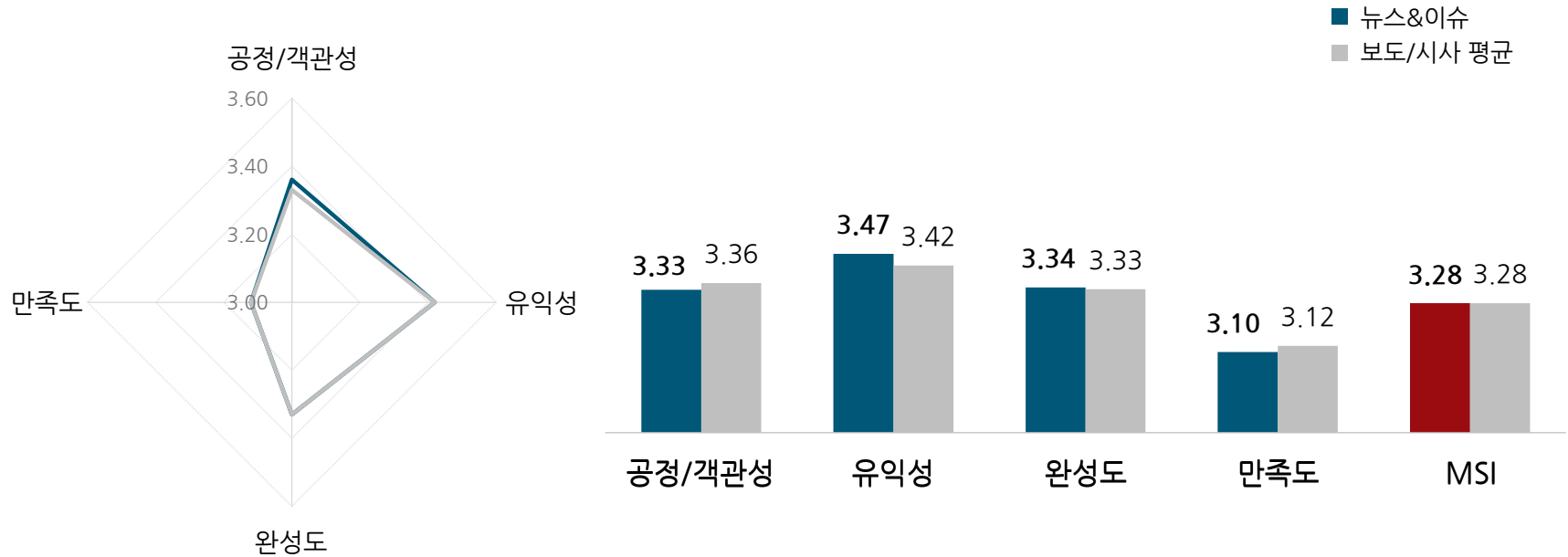
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 62

8) 뉴스&이슈

- 프로그램 평가 점수는 3.28점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.28점) 과 동일한 수준임
- 각 차원별 점수는 유익성(3.47점) > 완성도(3.34점) > 공정/객관성 (3.33점) > 만족도(3.10점) 순임

프로그램 평가 점수



- 유익성, 완성도 차원에서 보도/시사 평균 대비 높은 평가를 받았음
- 반면, 공정/객관성(3.33점), 만족도 차원(3.10점)의 경우 평균 대비 각각 0.03점, 0.02점 낮게 평가됨

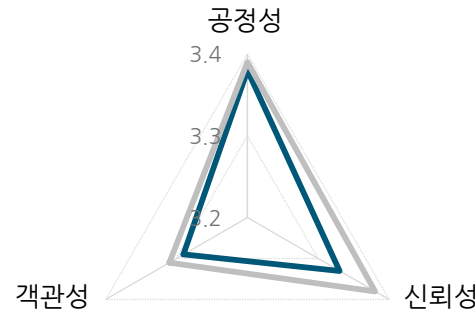
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

8) 뉴스&이슈

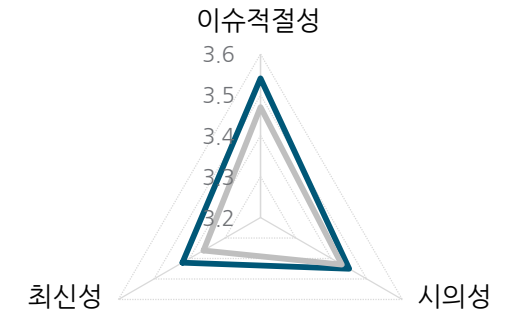
- 공정/객관성 차원에서는 공정성(3.38점)이, 유익성 차원에서는 이슈적절성(3.54점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.41점)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.25점)이 좋은 평가를 받았음
- 특히, 유익성 차원은 모든 항목에서 보도/시사 프로그램 평균보다 긍정적으로 평가되었으며, 세부항목인 이슈적절성의 경우 보도/시사 프로그램 9개 평균 점수 중 가장 높게 평가됨

	뉴스&이슈	보도/시사 전체
응답자수	338	500
MSI	3.28	3.28
공정/객관성 통합	3.33	3.36
공정성	3.38	3.39
신뢰성	3.33	3.38
객관성	3.29	3.31
유익성 통합	3.47	3.42
이슈적절성	3.54	3.47
시의성	3.45	3.43
최신성	3.42	3.36
완성도 통합	3.34	3.33
전반적 완성도	3.33	3.29
내용 이해도	3.41	3.40
전달성	3.29	3.31
만족도 통합	3.10	3.12
즐거움	3.17	3.21
몰입도	3.01	3.08
지속시청의향	3.25	3.27
추천의향_온라인	3.04	3.04
추천의향_오프라인	3.02	3.02

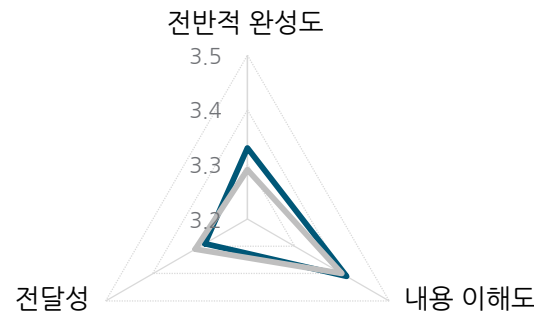
공정/객관성



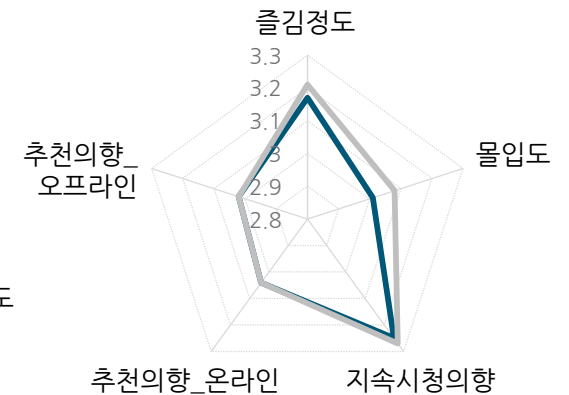
유익성



완성도



만족도



8) 뉴스&이슈

- <뉴스&이슈>는 여성보다 남성(3.31점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으며, 공정/객관성 차원과 만족도 차원에서 남성이 여성보다 긍정적으로 평가함
- 특히 공정/객관성 차원의 세부항목인 공정성에서 남성(3.50점)으로 높게 평가함

뉴스&이슈	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(3*)	(18*)	(85)	(16*)	(40)	(162)	(44)	(80)	(18*)	(6*)	(28*)	(176)
MSI	3.60	3.25	3.29	3.23	3.36	3.31	3.29	3.21	3.37	3.69	3.16	3.26
공정/객관성 통합	3.67	3.35	3.36	3.50	3.49	3.41	3.30	3.22	3.37	3.67	3.17	3.26
공정성	3.67	3.39	3.46	3.63	3.58	3.50	3.36	3.23	3.33	3.67	3.14	3.27
신뢰성	3.67	3.28	3.35	3.44	3.53	3.40	3.32	3.18	3.39	3.83	3.18	3.26
객관성	3.67	3.39	3.27	3.44	3.38	3.33	3.20	3.25	3.39	3.50	3.18	3.25
유익성 통합	4.00	3.37	3.43	3.50	3.53	3.46	3.51	3.46	3.46	3.67	3.39	3.47
이슈적절성	4.00	3.44	3.45	3.75	3.60	3.52	3.50	3.53	3.56	3.83	3.61	3.55
시의성	3.67	3.28	3.42	3.56	3.60	3.47	3.45	3.41	3.56	3.67	3.29	3.43
최신성	4.33	3.39	3.41	3.19	3.38	3.40	3.57	3.45	3.28	3.50	3.29	3.44
완성도 통합	3.78	3.31	3.34	3.08	3.43	3.34	3.36	3.30	3.43	3.94	3.24	3.34
전반적 완성도	4.00	3.39	3.34	3.06	3.40	3.35	3.43	3.25	3.33	3.67	3.18	3.31
내용 이해도	3.67	3.28	3.34	3.13	3.53	3.36	3.48	3.40	3.56	4.00	3.32	3.44
전달성	3.67	3.28	3.34	3.06	3.38	3.32	3.18	3.24	3.39	4.17	3.21	3.27
만족도 통합	3.20	3.08	3.15	3.00	3.15	3.13	3.10	3.01	3.29	3.57	2.98	3.08
즐거움	4.00	3.22	3.21	3.38	3.28	3.26	3.16	2.98	3.39	3.83	3.00	3.10
몰입도	3.00	3.00	3.20	2.75	3.05	3.09	2.89	2.94	3.00	3.33	2.93	2.94
지속시청의향	3.33	3.28	3.15	3.19	3.43	3.24	3.23	3.19	3.56	3.67	3.18	3.25
추천의향_온라인	3.00	2.83	3.11	2.75	2.98	3.01	3.14	3.01	3.28	3.50	2.93	3.07
추천의향_오프라인	2.67	3.06	3.06	2.94	3.03	3.03	3.09	2.95	3.22	3.50	2.86	3.02

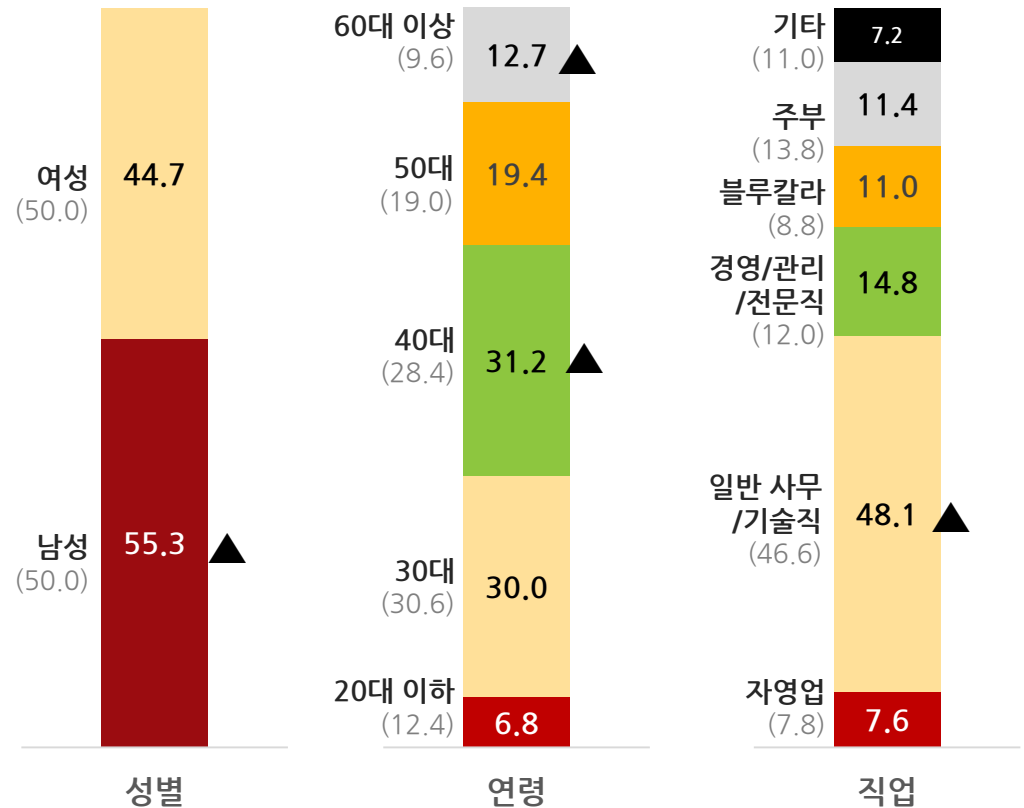
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

9) 일요시사

- <일요시사> 시청자는 남성(55.3%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대(31.2%) > 30대 (30.0%) > 50대(19.4%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 48.1%, 경영/관리/전문직이 14.8%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 남성, 40대 및 60대 이상, 사무/기술직이 높게 나타남

일요시사 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		237	100.0
성별	남성	131	55.3
	여성	106	44.7
연령	20대 이하	16	6.8
	30대	71	30.0
	40대	74	31.2
	50대	46	19.4
	60대 이상	30	12.7
직업	자영업	18	7.6
	사무직/기술직	114	48.1
	경영/관리직	14	5.9
	전문직/자유직	21	8.9
	기능/숙련공/생산직	8	3.4
	판매/서비스직	13	5.5
	농/임/축/어업	5	2.1
	전업 주부	27	11.4
	학생	5	2.1
	무직	9	3.8
	기타	3	1.3



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

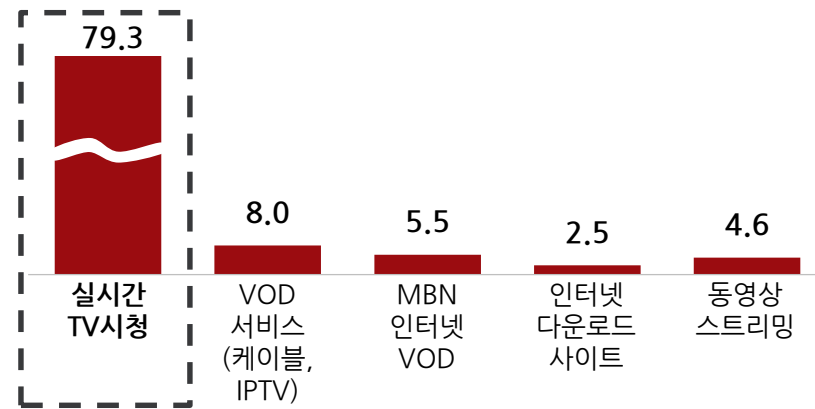
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 66

9) 일요시사

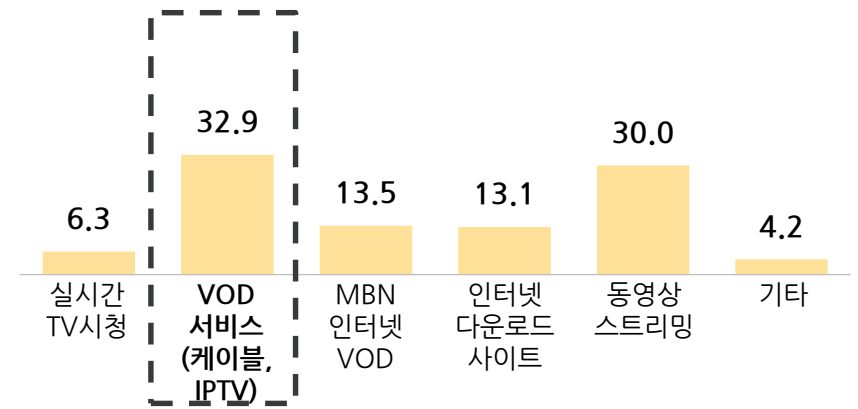
- <일요시사> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(79.3%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(32.9%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 남성 50대 이상, ‘VOD 서비스’는 남성 및 50대, ‘동영상 스트리밍’은 남성 및 60대 이상이 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(237)	(131)	(106)	(16*)	(71)	(74)	(46)	(30)
실시간 TV시청	85.7	89.3	81.1	68.8	78.9	86.5	95.7	93.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	40.9	42.0	39.6	43.8	38.0	41.9	45.7	36.7
Youtube 등 동영상 스트리밍	34.6	36.6	32.1	25.0	28.2	39.2	34.8	43.3
MBN 인터넷 VOD	19.0	18.3	19.8	31.3	25.4	14.9	10.9	20.0
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	15.6	11.5	20.8	31.3	25.4	13.5	4.3	6.7
기타	4.2	2.3	6.6	0.0	4.2	4.1	8.7	0.0

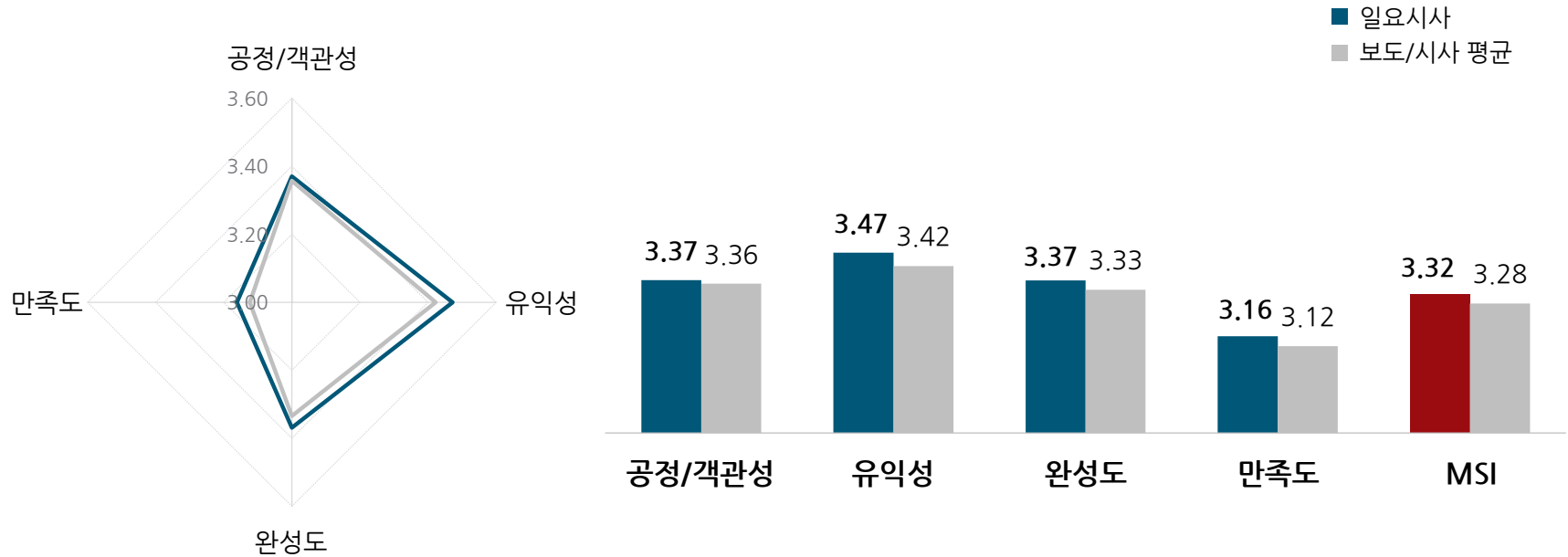
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 67

9) 일요시사

- 프로그램 평가 점수는 3.32점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.28점) 대비 0.04점 높은 수준이며, 전체 보도/시사 프로그램 중 <일요시사>의 MSI가 가장 높게 나타남
- 각 차원별 점수는 유익성(3.47점) > 공정/객관성, 완성도(3.37점) > 만족도(3.16점) 순임

프로그램 평가 점수



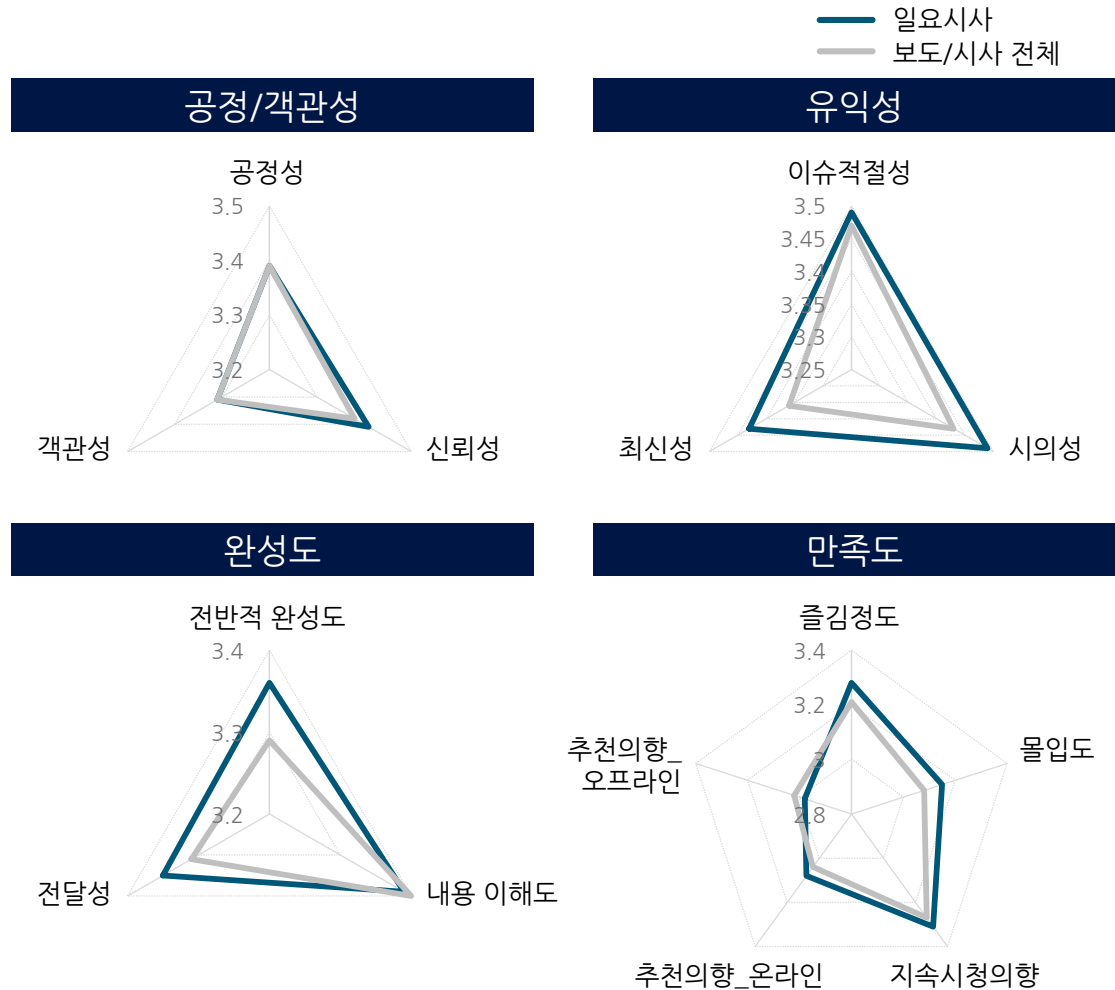
- 모든 차원에서 보도/시사 평균보다 높게 평가되었으며, 특히 유익성의 경우 전체 보도/시사 프로그램 9개의 완성도 점수 중 가장 높게 평가됨
- 모든 차원에서 보도/시사 평균보다 낮게 평가되었던 2018년 평가 점수와 차이를 보임

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

9) 일요시사

- 공정/객관성 차원에서는 신뢰성(3.41점)이, 유익성 차원에서는 이슈적절성, 시의성(3.49점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.39점)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.31점)이 좋은 평가를 받았음
- 유익성, 완성도 차원에서 내용 이해도를 제외하고 모든 평가 항목에서 보도/시사 평균 대비 높게 평가됨

	일요시사	보도/시사 전체
응답자수	237	500
MSI	3.32	3.28
공정/객관성 통합	3.37	3.36
공정성	3.39	3.39
신뢰성	3.41	3.38
객관성	3.31	3.31
유익성 통합	3.47	3.42
이슈적절성	3.49	3.47
시의성	3.49	3.43
최신성	3.43	3.36
완성도 통합	3.37	3.33
전반적 완성도	3.36	3.29
내용 이해도	3.39	3.40
전달성	3.35	3.31
만족도 통합	3.16	3.12
즐김정도	3.28	3.21
몰입도	3.15	3.08
지속시청의향	3.31	3.27
추천의향_온라인	3.08	3.04
추천의향_오프라인	2.98	3.02



9) 일요시사

- <일요시사>는 여성보다 남성(3.35점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으며, 모든 차원에서 남성이 여성보다 긍정적으로 평가함
- 특히 공정/객관성 차원의 세부항목인 신뢰성 항목에서 남성(3.46점)이 높게 평가함

일요시사	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(30)	(55)	(19*)	(25*)	(131)	(14*)	(41)	(19*)	(27*)	(5*)	(106)
MSI	2.93	3.11	3.34	3.60	3.51	3.35	3.09	3.20	3.14	3.58	3.30	3.28
공정/객관성 통합	3.00	3.20	3.38	3.81	3.45	3.41	3.24	3.26	3.16	3.60	3.13	3.32
공정성	3.00	3.10	3.40	3.89	3.52	3.42	3.29	3.27	3.26	3.59	3.20	3.35
신뢰성	3.50	3.30	3.40	3.79	3.52	3.46	3.36	3.32	3.00	3.70	3.20	3.36
객관성	2.50	3.20	3.35	3.74	3.32	3.35	3.07	3.20	3.21	3.52	3.00	3.25
유익성 통합	2.50	3.22	3.48	3.81	3.64	3.49	3.24	3.38	3.30	3.79	3.47	3.46
이슈적절성	1.50	3.13	3.49	4.00	3.80	3.51	3.00	3.39	3.42	3.85	3.40	3.46
시의성	2.50	3.13	3.51	3.95	3.56	3.48	3.57	3.39	3.26	3.81	3.60	3.51
최신성	3.50	3.40	3.45	3.47	3.56	3.47	3.14	3.37	3.21	3.70	3.40	3.40
완성도 통합	3.50	3.09	3.39	3.61	3.60	3.39	2.95	3.24	3.26	3.65	3.73	3.34
전반적 완성도	3.50	2.97	3.42	3.63	3.68	3.40	3.00	3.29	3.26	3.56	3.40	3.32
내용 이해도	3.50	3.10	3.40	3.74	3.56	3.41	3.00	3.22	3.21	3.74	4.00	3.36
전달성	3.50	3.20	3.35	3.47	3.56	3.37	2.86	3.22	3.32	3.67	3.80	3.33
만족도 통합	2.80	2.99	3.20	3.34	3.40	3.20	2.99	3.04	2.95	3.40	3.04	3.11
즐김정도	4.00	3.20	3.35	3.42	3.48	3.36	3.14	3.00	3.21	3.44	3.40	3.19
몰입도	3.50	3.07	3.20	3.16	3.36	3.20	3.00	3.05	3.00	3.33	2.80	3.09
지속시청의향	2.50	3.00	3.35	3.74	3.52	3.34	3.14	3.22	2.89	3.63	3.60	3.27
추천의향_온라인	2.00	2.87	3.09	3.16	3.24	3.06	3.07	3.10	2.84	3.33	2.80	3.09
추천의향_오프라인	2.00	2.83	3.02	3.21	3.40	3.06	2.57	2.83	2.79	3.26	2.60	2.89

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함



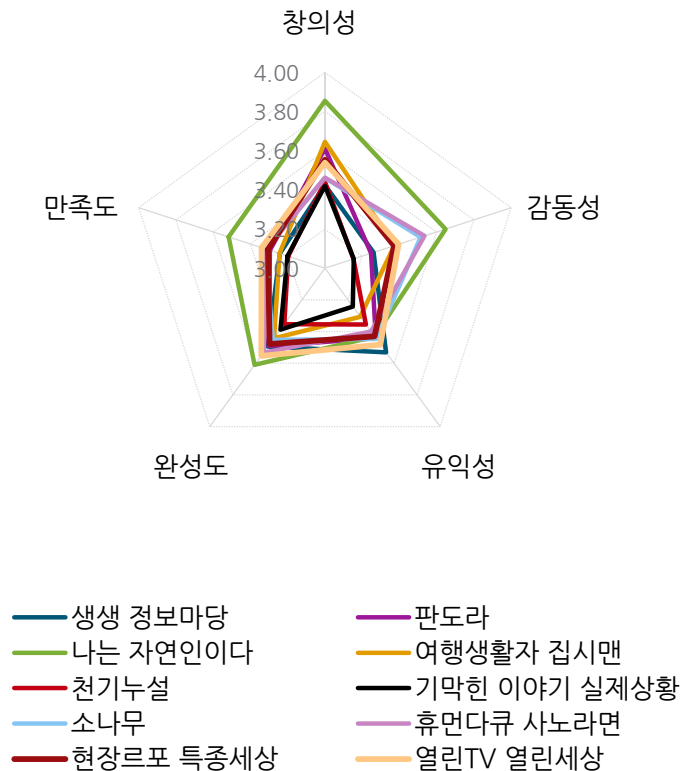
4. 교양 프로그램 평가



4. 교양 프로그램 평가

- 교양 프로그램 총 10개 중 <나는 자연인이다>의 시청경험수가 가장 많으며, 유익성을 제외한 창의성, 감동성, 완성도, 만족도 차원에서 가장 높은 점수를 얻으면서 가장 좋은 평가를 받았음(MSI 3.51점)
- 다음으로 시청경험수가 많은 <기막힌 이야기 실제상황>은 감동성, 유익성, 완성도 차원에서 점수가 가장 낮아 평균 점수(MSI 3.21점)가 낮았음

교양 프로그램별 평가 종합



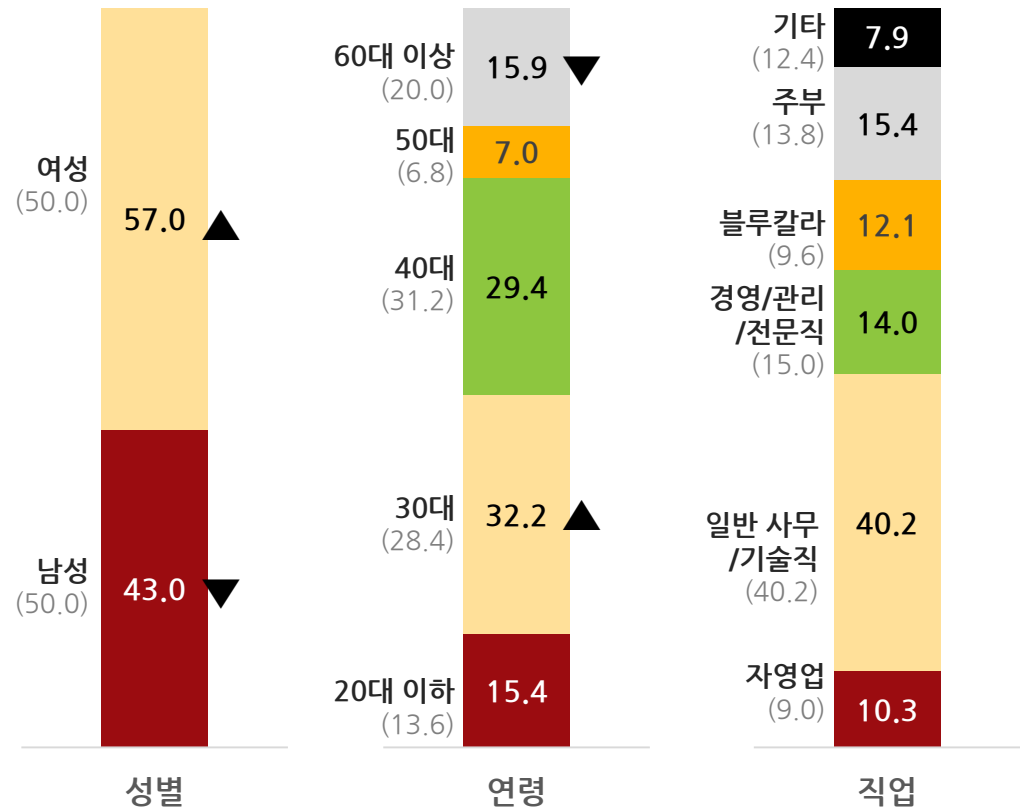
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %, 점]

1) 생생 정보마당

- <생생 정보마당> 시청자는 여성(57.0%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대(32.2%) > 40대(29.4%) > 60대 이상(15.9%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 40.2%, 전업주부가 15.4%로 구성되어있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 상대적으로 여성과 30대가 높게 나타남

생생 정보마당 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		214	100.0
성별	남성	92	43.0
	여성	122	57.0
연령	20대 이하	33	15.4
	30대	69	32.2
	40대	63	29.4
	50대	15	7.0
	60대 이상	34	15.9
직업	자영업	22	10.3
	사무직/기술직	86	40.2
	경영/관리직	9	4.2
	전문직/자유직	21	9.8
	기능/숙련공/생산직	14	6.5
	판매/서비스직	11	5.1
	농/임/축/어업	1	0.5
	전업 주부	33	15.4
	학생	8	3.7
	무직	7	3.3
	기타	2	0.9



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

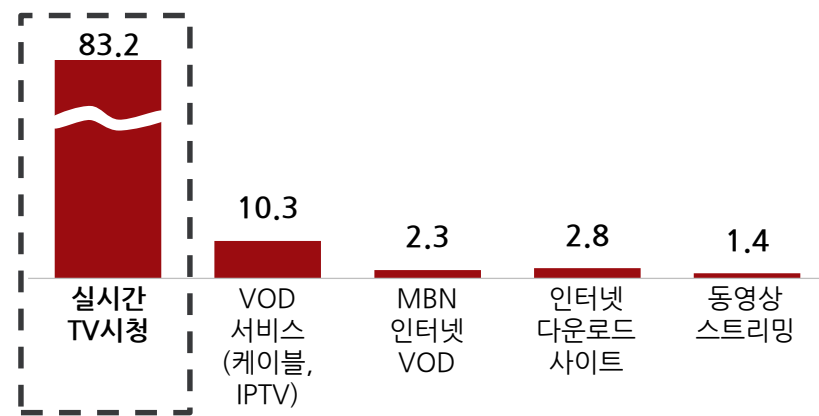
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함

1) 생생 정보마당

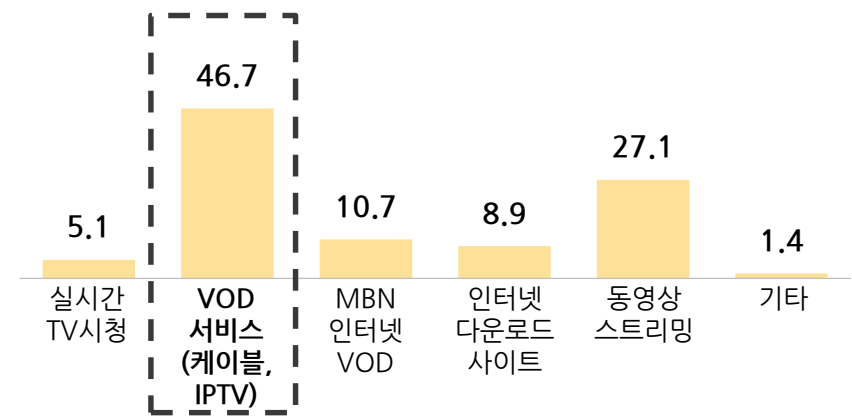
- <생생 정보마당> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(83.2%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(46.7%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV 시청'은 남성 및 40~50대에서, 'VOD 서비스'는 여성 및 40대에서, '동영상 스트리밍'은 50대에서 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(214)	(92)	(122)	(33)	(69)	(63)	(15)	(34)
실시간 TV시청	88.3	91.3	86.1	81.8	84.1	95.2	100.0	85.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	57.0	54.3	59.0	51.5	55.1	63.5	40.0	61.8
Youtube등 동영상 스트리밍	28.5	30.4	27.0	24.2	34.8	20.6	46.7	26.5
MBN 인터넷 VOD	13.1	10.9	14.8	27.3	10.1	9.5	13.3	11.8
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	11.7	12.0	11.5	15.2	13.0	9.5	0.0	14.7
기타	1.4	1.1	1.6	0.0	2.9	1.6	0.0	0.0

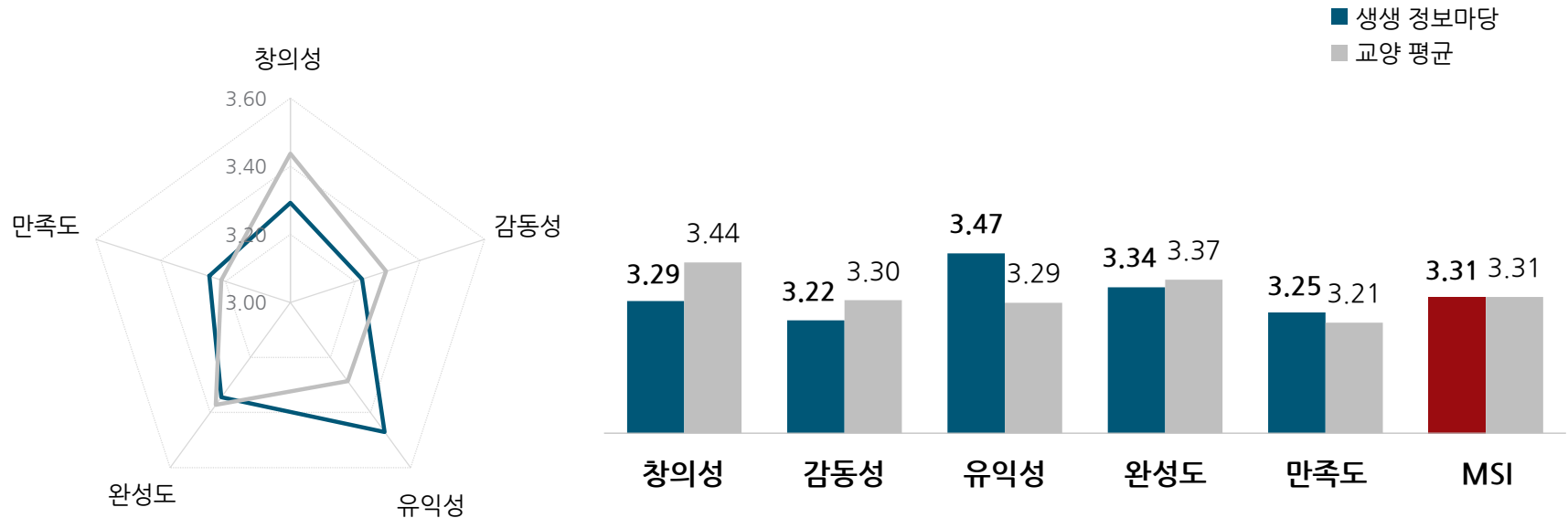
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 74

1) 생생 정보마당

- 프로그램 평가 점수는 3.31점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.31점)과 동일함
- 각 차원별 점수는 유익성(3.47점) > 완성도(3.34점) > 창의성(3.29점) > 만족도(3.25점) > 감동성(3.22점) 순임

프로그램 평가 점수



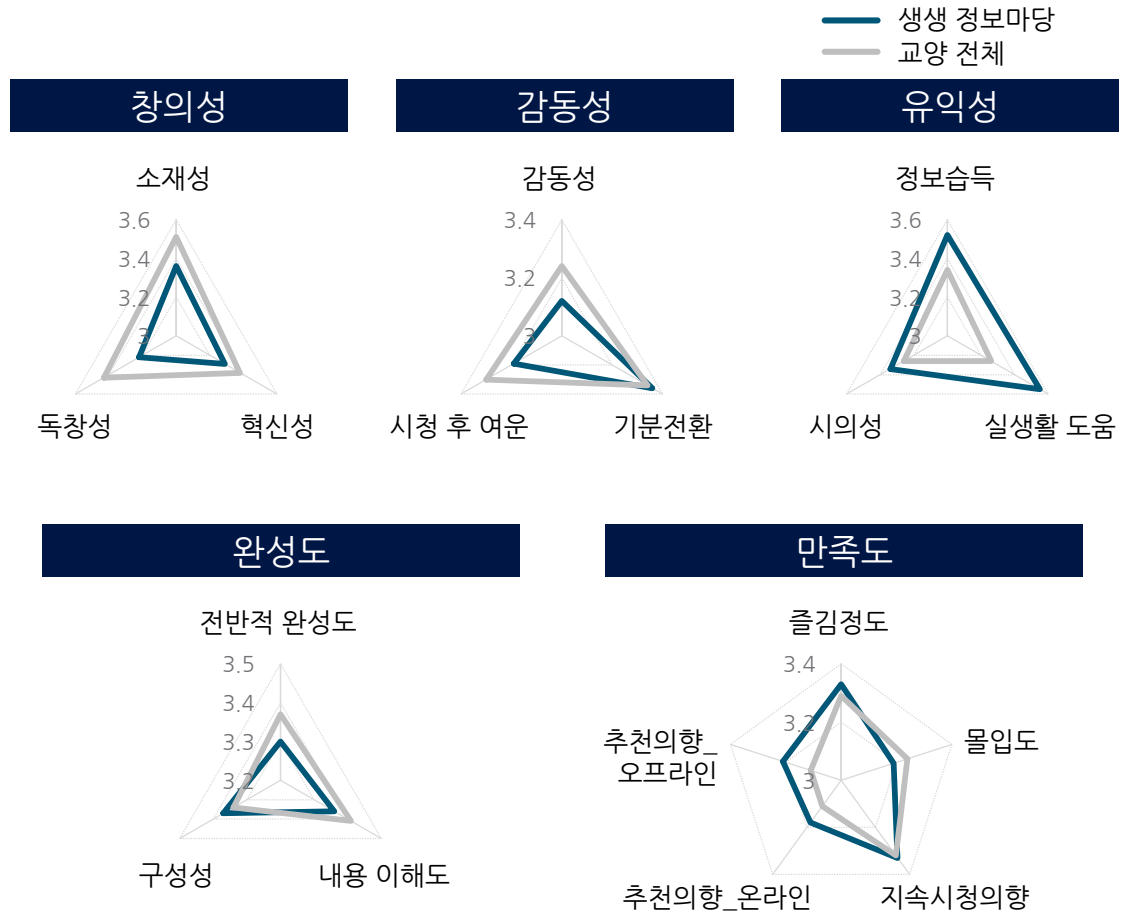
- 유익성(3.47점)과 만족도(3.25점) 차원에서 교양 프로그램 평균 대비 높은 평가를 받았으며, 특히 유익성 차원은 교양 평균 대비 0.18점 높은 평가를 받음
- 반면, 창의성 및 감동성, 완성도 차원은 교양 평균 대비 각각 0.15점, 0.08점, 0.03점 낮은 평가를 받음

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

1) 생생 정보마당

- 창의성 차원에서는 소재성(3.36점), 감동성에서는 기분전환(3.36점), 유익성에서는 실생활 도움(3.55점), 완성도에서는 구성성(3.37점), 만족도에서는 즐거움 정도, 지속시청의향(3.33점)이 좋은 평가를 받았음
- 유익성 차원의 모든 항목에 대해서 교양 평균 대비 상대적으로 높게 평가되었으며, 특히 유익성 차원의 세부 항목 중 실생활 도움(3.55점)이 긍정적으로 평가됨

	생생 정보마당	교양 전체
응답자수	214	500
MSI	3.31	3.31
창의성 통합	3.29	3.44
소재성	3.36	3.51
혁신성	3.29	3.38
독창성	3.22	3.43
감동성 통합	3.22	3.30
감동성	3.12	3.24
기분전환	3.36	3.34
시청 후 여운	3.19	3.30
유익성 통합	3.47	3.31
정보습득	3.52	3.34
실생활 도움	3.55	3.26
시의성	3.34	3.26
완성도 통합	3.34	3.38
전반적 완성도	3.30	3.37
내용 이해도	3.36	3.41
구성성	3.37	3.34
만족도 통합	3.25	3.23
즐거움 정도	3.33	3.29
몰입도	3.19	3.24
지속시청의향	3.33	3.32
추천의향_온라인	3.18	3.11
추천의향_오프라인	3.21	3.11



1) 생생 정보마당

- <생생 정보마당>은 여성보다 남성(3.32점)에게 상대적으로 높은 평가를 받았으며, 창의성, 감동성, 완성도 차원에서 남성이 긍정적으로 평가함
- 특히, 완성도 차원의 세부항목인 전반적완성도에서 남성 (3.41점)이 높은 점수를 줌

생생 정보마당	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(12*)	(51)	(10*)	(18*)	(92)	(32)	(57)	(12*)	(5*)	(16*)	(122)
MSI	2.59	3.26	3.37	3.42	3.19	3.32	3.21	3.22	3.70	3.56	3.38	3.30
창의성 통합	2.67	3.42	3.28	3.47	3.39	3.33	3.20	3.15	3.61	3.67	3.42	3.26
소재성	3.00	3.42	3.29	3.50	3.39	3.35	3.31	3.26	3.75	3.80	3.44	3.37
혁신성	3.00	3.58	3.24	3.60	3.33	3.34	3.25	3.12	3.67	3.60	3.38	3.26
독창성	2.00	3.25	3.31	3.30	3.44	3.32	3.03	3.05	3.42	3.60	3.44	3.16
감동성 통합	2.00	3.06	3.41	3.23	3.15	3.28	3.02	3.08	3.64	3.47	3.40	3.18
감동성	2.00	2.92	3.29	3.00	3.17	3.17	3.06	2.89	3.50	3.60	3.25	3.07
기분전환	2.00	3.17	3.69	3.50	3.28	3.50	2.94	3.26	3.67	3.40	3.50	3.25
시청 후 여운	2.00	3.08	3.25	3.20	3.00	3.16	3.06	3.09	3.75	3.40	3.44	3.20
유익성 통합	3.00	3.31	3.47	3.57	3.28	3.42	3.47	3.46	3.78	3.80	3.50	3.51
정보습득	3.00	3.33	3.51	3.40	3.33	3.43	3.53	3.49	3.75	3.80	3.81	3.58
실생활 도움	3.00	3.50	3.53	3.70	3.33	3.50	3.50	3.56	3.83	3.80	3.63	3.59
시의성	3.00	3.08	3.37	3.60	3.17	3.32	3.38	3.32	3.75	3.80	3.06	3.36
완성도 통합	2.33	3.36	3.45	3.50	3.24	3.39	3.16	3.23	3.86	3.40	3.44	3.31
전반적 완성도	2.00	3.33	3.51	3.40	3.28	3.41	3.03	3.09	4.00	3.40	3.44	3.22
내용 이해도	2.00	3.50	3.47	3.40	3.17	3.39	3.22	3.28	3.75	3.60	3.38	3.34
구성성	3.00	3.25	3.37	3.70	3.28	3.37	3.22	3.33	3.83	3.20	3.50	3.37
만족도 통합	2.80	3.20	3.30	3.36	3.02	3.23	3.21	3.20	3.63	3.52	3.24	3.26
즐김정도	3.00	3.25	3.29	3.80	3.28	3.34	3.34	3.12	3.67	3.80	3.63	3.33
몰입도	3.00	2.92	3.25	3.20	3.11	3.17	3.19	3.11	3.58	3.20	3.31	3.20
지속시청의향	3.00	3.42	3.29	3.60	3.06	3.29	3.19	3.37	3.75	3.60	3.31	3.36
추천의향_온라인	2.00	3.42	3.29	3.30	2.83	3.21	3.09	3.16	3.58	3.40	2.94	3.16
추천의향_오프라인	3.00	3.00	3.35	2.90	2.83	3.15	3.25	3.25	3.58	3.60	3.00	3.26

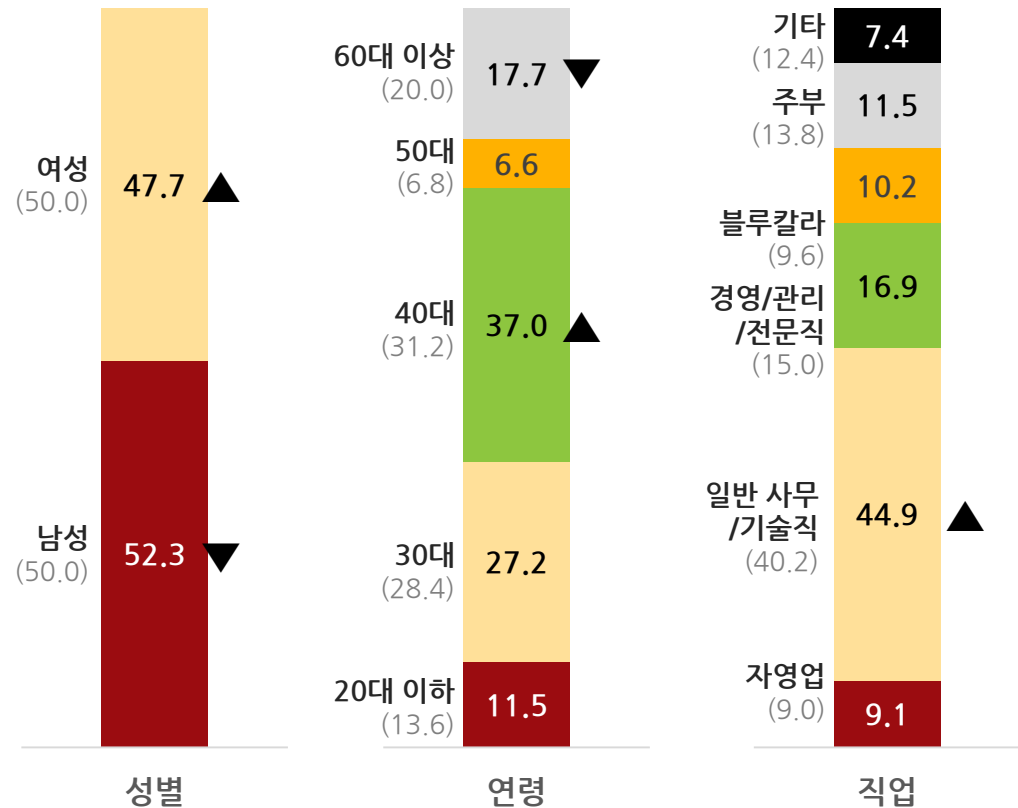
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

2) 판도라

- <판도라> 시청자는 남성(52.3%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대(37.0%) > 30대 (27.2%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 44.9%, 경영/관리/전문직이 16.9%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 상대적으로 40대 및 사무/기술직이 높게 나타남

판도라 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		243	100.0
성별	남성	127	52.3
	여성	116	47.7
연령	20대 이하	28	11.5
	30대	66	27.2
	40대	90	37.0
	50대	16	6.6
	60대 이상	43	17.7
직업	자영업	22	9.1
	사무직/기술직	109	44.9
	경영/관리직	19	7.8
	전문직/자유직	22	9.1
	기능/숙련공/생산직	12	4.9
	판매/서비스직	11	4.5
	농/임/축/어업	2	0.8
	전업 주부	28	11.5
	학생	10	4.1
	무직	6	2.5
	기타	2	0.8



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

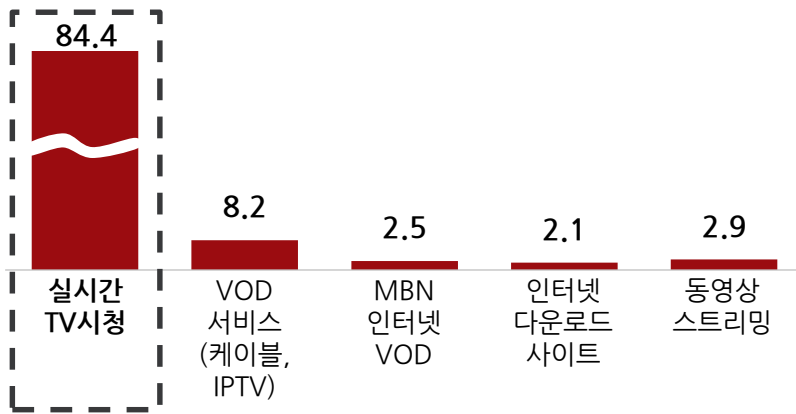
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 78

2) 판도라

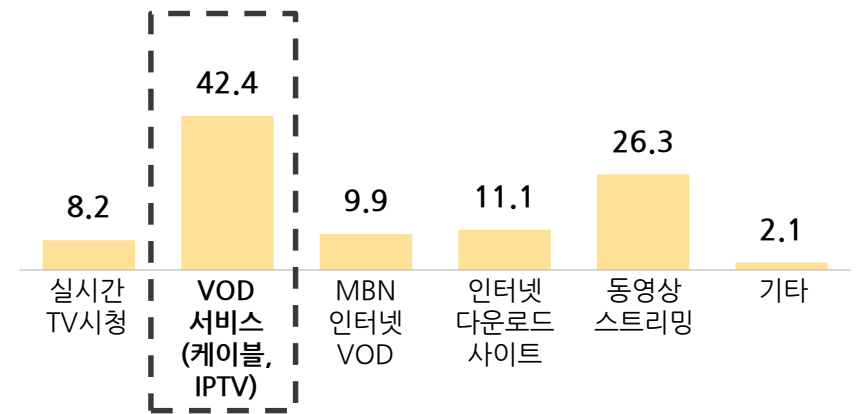
- <판도라> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(84.4%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(42.4%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 시청 방법에 따른 성별 및 연령별 차이를 일부 보임. ‘실시간 TV시청’은 남성 및 40대 이상이, ‘VOD 서비스’는 여성 및 연령이 어려질수록 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(243)	(127)	(116)	(28)	(66)	(90)	(16)	(43)
실시간 TV시청	92.6	96.1	88.8	82.1	86.4	97.8	100.0	95.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	50.6	48.8	52.6	57.1	54.5	52.2	43.8	39.5
Youtube 등 동영상 스트리밍	29.2	28.3	30.2	32.1	31.8	28.9	31.3	23.3
MBN 인터넷 VOD	13.2	13.4	12.9	14.3	13.6	10.0	6.3	20.9
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	12.3	11.0	13.8	14.3	10.6	10.0	12.5	18.6
기타	2.1	2.4	1.7	0.0	3.0	1.1	6.3	2.3

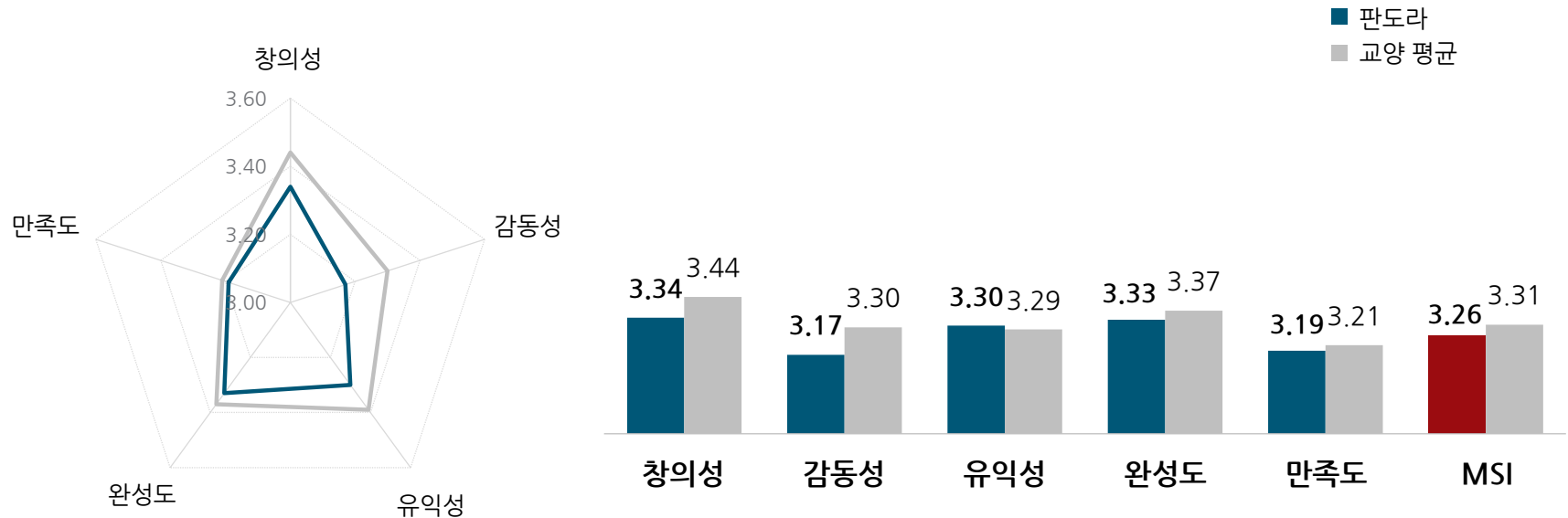
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 79

2) 판도라

- 프로그램 평가 점수는 3.26점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.31점) 대비 0.05점 낮게 나타남
- 각 차원별 점수는 창의성(3.34점) > 완성도(3.33점) > 유익성(3.30점) > 만족도(3.19점) > 감동성(3.17점) 순임

프로그램 평가 점수



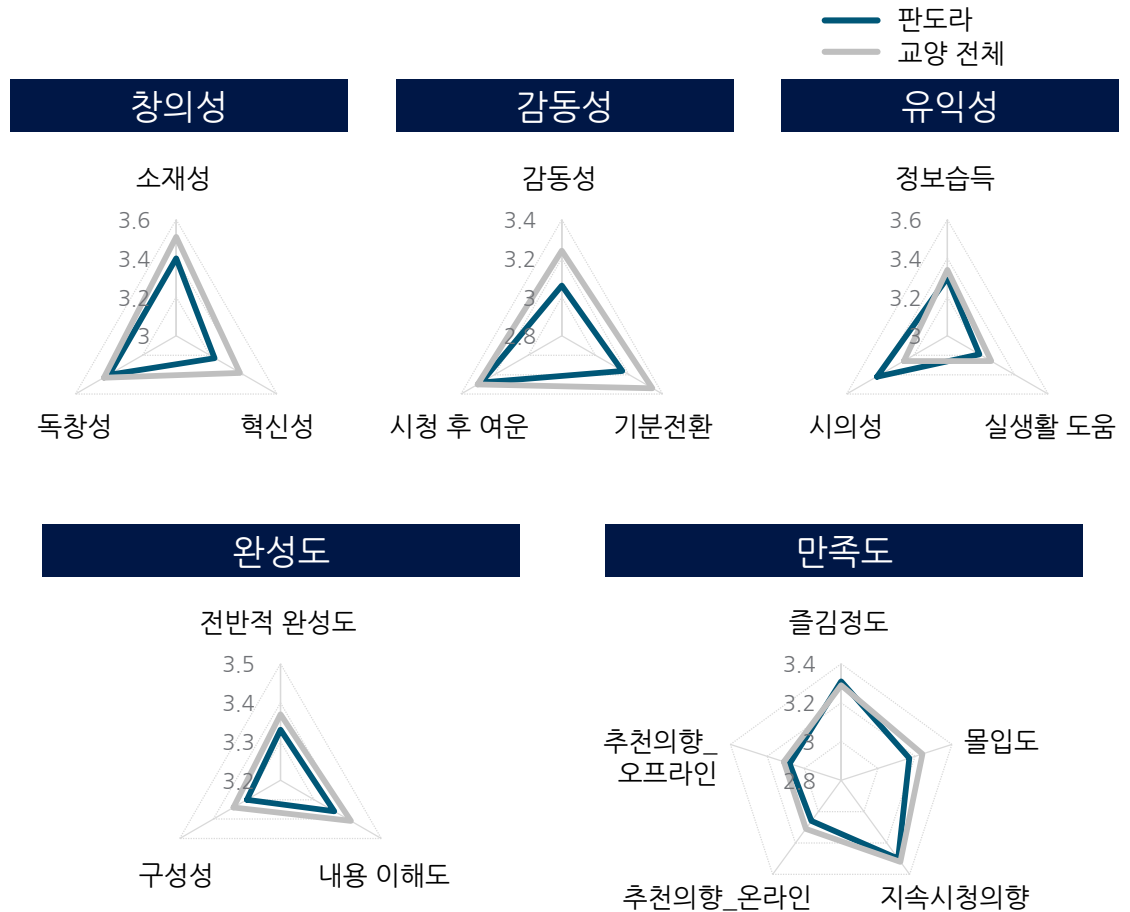
- 유익성(3.30점) 차원을 제외한 창의성(3.34점), 감동성(3.17점), 완성도(3.33점), 만족도(3.19점) 차원이 교양 프로그램 평균보다 낮게 평가됨
- 특히 감동성 차원의 경우 교양 평균보다 0.14점 낮게 평가됨

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

2) 판도라

- 창의성 차원에서는 소재성(3.40점), 감동성 차원에서는 시청 후 여운(3.28점), 유익성 차원에서는 시의성(3.42점), 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.36점), 만족도 차원에서는 즐거움(3.31점)가 좋은 평가를 받았음
- 창의성, 감동성, 완성도 차원에서는 모든 항목에 대해 교양 평균 대비 상대적으로 낮게 평가되었으나, 유익성 중 시의성 항목은 교양 프로그램 10개 중 가장 높은 점수를 받으며 교양 평균 대비 높게 평가됨

	판도라	교양 전체
응답자수	243	500
MSI	3.26	3.31
창의성 통합	3.34	3.44
소재성	3.40	3.51
혁신성	3.23	3.38
독창성	3.40	3.43
감동성 통합	3.17	3.30
감동성	3.06	3.24
기분전환	3.16	3.34
시청 후 여운	3.28	3.30
유익성 통합	3.30	3.31
정보습득	3.30	3.34
실생활 도움	3.19	3.26
시의성	3.42	3.26
완성도 통합	3.33	3.38
전반적 완성도	3.33	3.37
내용 이해도	3.36	3.41
구성성	3.30	3.34
만족도 통합	3.19	3.23
즐거움	3.31	3.29
몰입도	3.17	3.24
지속시청의향	3.30	3.32
추천의향_온라인	3.06	3.11
추천의향_오프라인	3.08	3.11



2) 판도라

- <판도라>는 여성보다 남성(3.32점)에게 더 높은 평가를 받았으며, 모든 차원에서 남성이 긍정적으로 평가함
- 특히 창의성 차원의 세부항목인 소재성과 독창성에서 남성(3.48점)이, 유익성 차원의 세부항목인 시의성에서 남성(3.54점)이 높은 점수를 줌

판도라	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(12*)	(79)	(10*)	(25*)	(127)	(27)	(54)	(11*)	(6*)	(18*)	(116)
MSI	4.53	3.16	3.31	3.62	3.27	3.32	3.23	3.04	3.21	3.80	3.33	3.18
창의성 통합	4.33	3.31	3.39	3.77	3.36	3.41	3.22	3.15	3.30	4.00	3.37	3.26
소재성	5.00	3.33	3.48	4.10	3.24	3.48	3.26	3.15	3.36	4.50	3.39	3.30
혁신성	4.00	3.08	3.29	3.70	3.12	3.28	3.22	3.07	3.18	3.67	3.28	3.18
독창성	4.00	3.50	3.39	3.50	3.72	3.48	3.19	3.24	3.36	3.83	3.44	3.30
감동성 통합	4.00	2.92	3.20	3.63	3.08	3.19	3.15	3.02	3.18	3.83	3.24	3.14
감동성	4.00	2.67	3.08	3.40	2.96	3.05	3.04	2.98	3.18	3.67	3.11	3.07
기분전환	4.00	2.92	3.25	3.80	3.00	3.22	3.11	2.94	2.91	3.83	3.39	3.09
시청 후 여운	4.00	3.17	3.27	3.70	3.28	3.30	3.30	3.15	3.45	4.00	3.22	3.27
유익성 통합	5.00	3.31	3.32	3.60	3.36	3.36	3.28	3.08	3.27	3.83	3.43	3.24
정보습득	5.00	3.17	3.29	3.70	3.52	3.37	3.22	3.04	3.18	4.33	3.39	3.22
실생활 도움	5.00	3.25	3.16	3.30	3.08	3.18	3.37	2.94	3.36	3.67	3.44	3.20
시의성	5.00	3.50	3.51	3.80	3.48	3.54	3.26	3.26	3.27	3.50	3.44	3.30
완성도 통합	4.33	3.19	3.40	3.60	3.29	3.38	3.31	3.13	3.24	3.83	3.50	3.28
전반적 완성도	4.00	3.17	3.35	3.50	3.28	3.34	3.44	3.19	3.18	3.83	3.44	3.32
내용 이해도	4.00	3.17	3.49	3.80	3.36	3.46	3.30	3.07	3.36	3.83	3.39	3.24
구성성	5.00	3.25	3.34	3.50	3.24	3.34	3.19	3.13	3.18	3.83	3.67	3.27
만족도 통합	4.80	3.10	3.27	3.56	3.27	3.29	3.19	2.89	3.13	3.63	3.20	3.07
즐거움 정도	5.00	3.17	3.41	3.90	3.40	3.43	3.41	3.00	3.27	3.83	3.11	3.18
몰입도	5.00	2.92	3.24	3.50	3.16	3.23	3.26	2.94	3.09	3.67	3.22	3.11
지속시청의향	5.00	3.25	3.30	3.60	3.60	3.39	3.37	3.02	3.27	3.67	3.33	3.21
추천의향_온라인	5.00	3.08	3.22	3.30	3.00	3.18	3.00	2.72	2.82	3.67	3.22	2.92
추천의향_오프라인	4.00	3.08	3.20	3.50	3.20	3.22	2.93	2.78	3.18	3.33	3.11	2.93

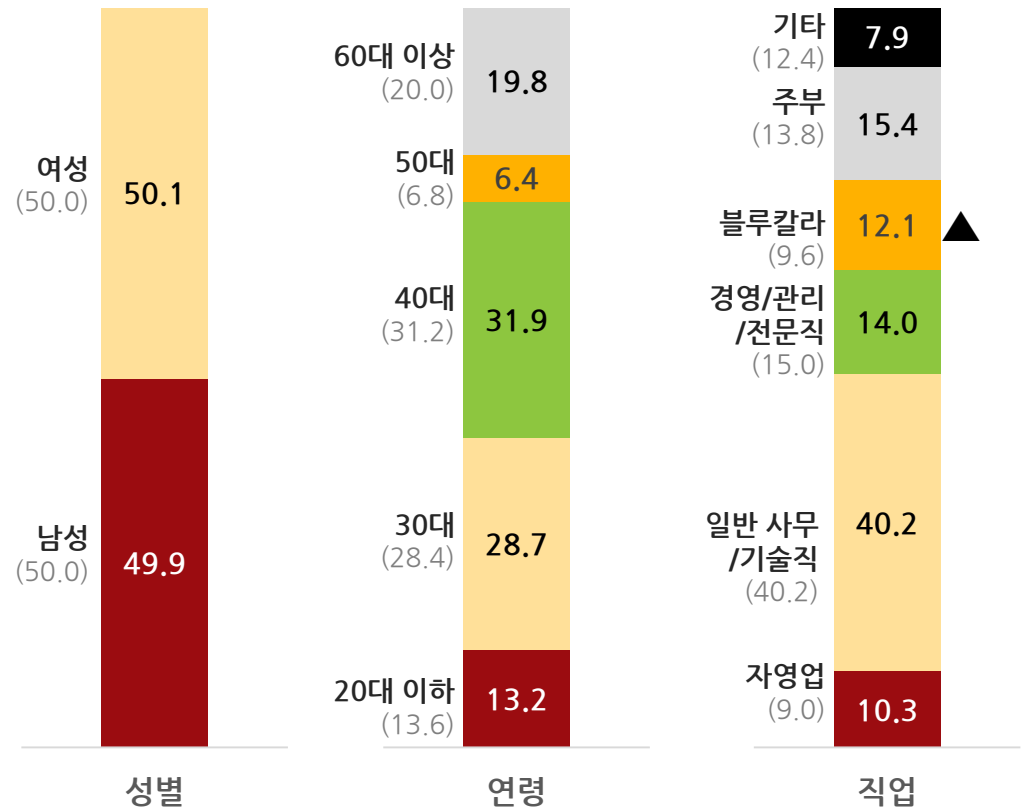
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

3) 나는 자연인이다

- 〈나는 자연인이다〉 시청자는 성별에 큰 차이가 없었으며, 연령별로는 40대(31.9%) > 30대(28.7%) > 40대(19.8%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 40.2%, 전업주부가 15.4%로 구성되어 있음

나는 자연인이다 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		439	100.0
성별	남성	219	49.9
	여성	220	50.1
연령	20대 이하	58	13.2
	30대	126	28.7
	40대	140	31.9
	50대	28	6.4
	60대 이상	87	19.8
직업	자영업	15	3.4
	사무직/기술직	58	13.2
	경영/관리직	57	13.0
	전문직/자유직	258	58.8
	기능/숙련공/생산직	51	11.6
	판매/서비스직	39	8.9
	농/임/축/어업	179	40.8
	전업 주부	23	5.2
	학생	43	9.8
	무직	21	4.8
	기타	20	4.6



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

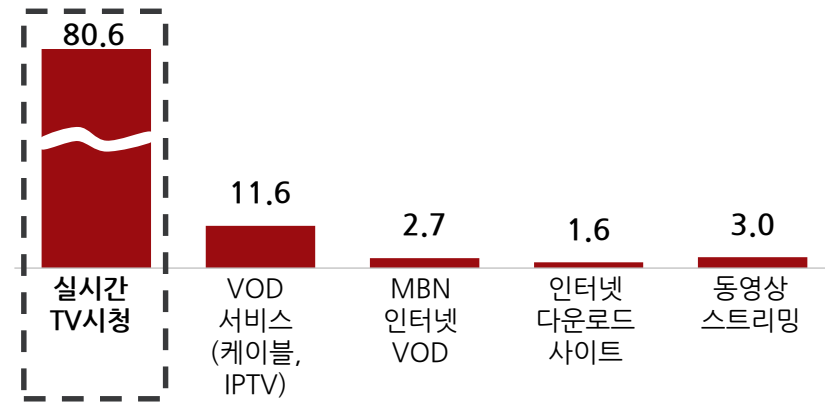
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 83

3) 나는 자연인이다

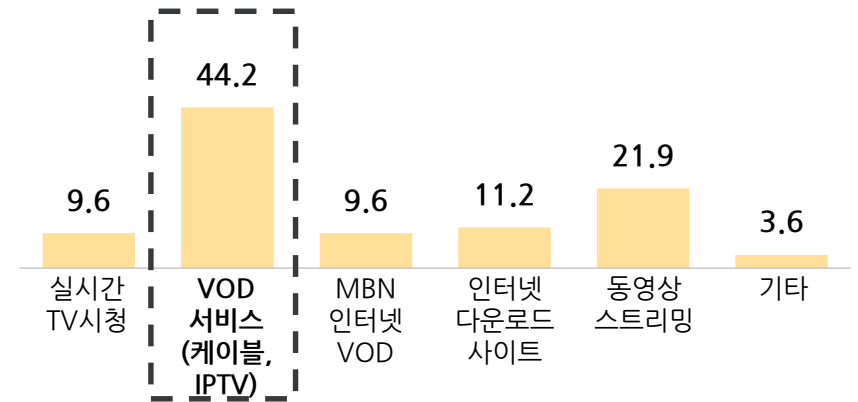
- <나는 자연인이다> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(80.6%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(44.2%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 시청 방법 성별 차이는 특별히 나타나지 않았으나, 연령별로 살펴보면 '실시간 TV시청'의 경우 40대 이상이, 'VOD서비스'는 40대가, '동영상 스트리밍'은 20대 이하가 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(439)	(219)	(220)	(58)	(126)	(140)	(28)	(87)
실시간 TV시청	90.2	90.4	90.0	82.8	88.9	92.9	92.9	92.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	55.8	53.9	57.7	50.0	54.0	61.4	53.6	54.0
Youtube 등 동영상 스트리밍	24.8	25.6	24.1	34.5	24.6	23.6	21.4	21.8
MBN 인터넷 VOD	12.8	11.0	14.5	15.5	14.3	9.3	21.4	11.5
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	12.3	13.2	11.4	15.5	13.5	10.0	3.6	14.9
기타	4.1	5.9	2.3	1.7	4.8	2.9	7.1	5.7

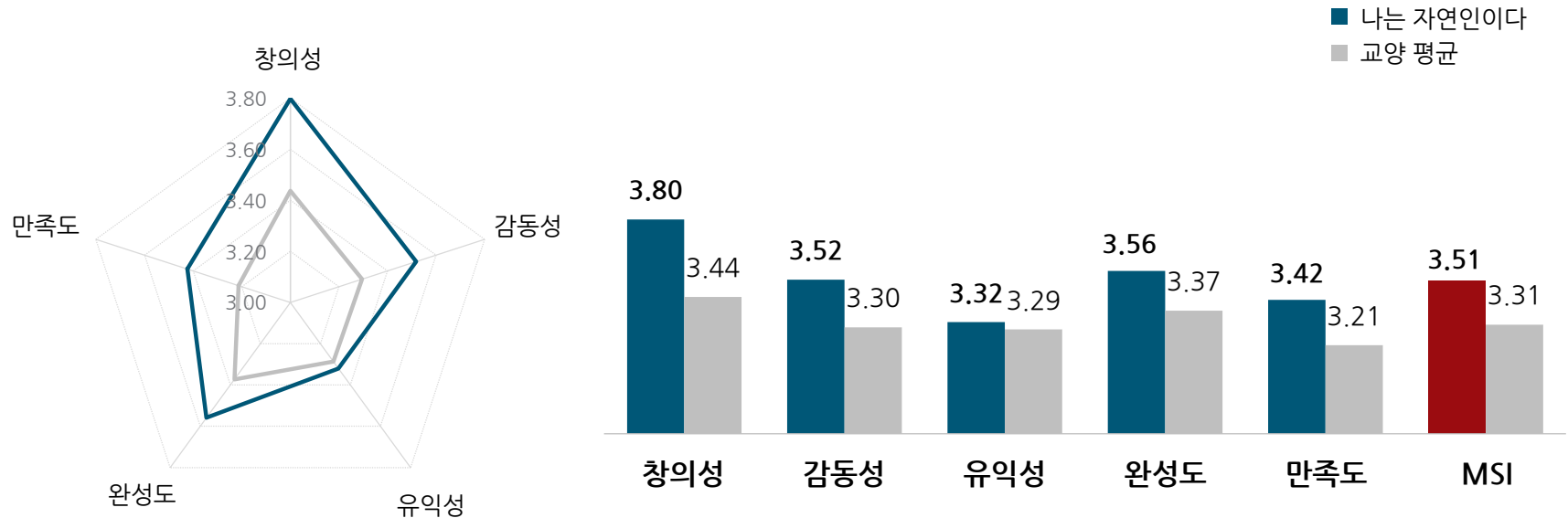
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 84

3) 나는 자연인이다

- 프로그램 평가 점수는 3.51점으로 교양 프로그램 전체 평균 (3.31점) 대비 0.20점 높게 나타났으며, 10개 교양 프로그램 중 가장 점수가 높았음
- 각 차원별 점수는 창의성(3.80점) > 완성도(3.56점) > 감동성(3.52점) > 만족도(3.42점) > 유익성(3.32점) 순임

프로그램 평가 점수



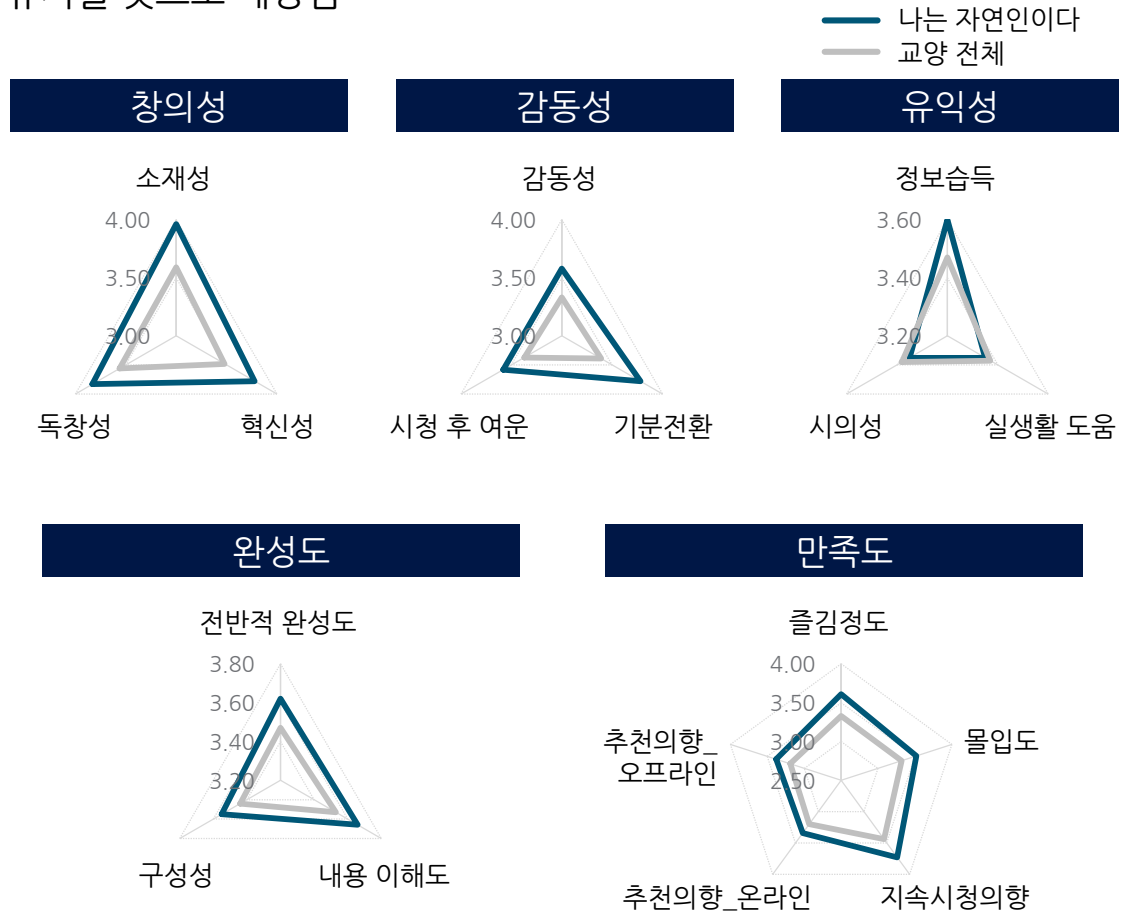
- 모든 차원에서 교양 프로그램 평균보다 높게 평가되었으며, 유익성을 제외하고 교양 전체 프로그램 중에 각 차원별로 가장 높은 평가 점수를 받음
- 특히 창의성 차원은 가장 높게 평가된 동시에 교양 프로그램 평균보다 약 0.36점 높아 매우 긍정적으로 평가됨

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

3) 나는 자연인이다

- 창의성 차원에서는 소재성(3.91점), 감동성에서는 기분전환(3.62점), 유익성에서는 정보습득(3.44점), 완성도 차원에서는 전반적 완성도 및 내용 이해도(3.60점), 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.58점)이 좋은 평가를 받았음
- 유익성 차원의 일부 세부 항목을 제외한 대부분의 차원에서 교양 평균 대비 상대적으로 높게 평가되었으며, 특히 지속시청의향이 높아 시청층이 유지될 것으로 예상됨

	나는 자연인이다	교양 전체
응답자수	439	500
MSI	3.51	3.31
창의성 통합	3.80	3.44
소재성	3.91	3.51
혁신성	3.74	3.38
독창성	3.74	3.43
감동성 통합	3.52	3.30
감동성	3.48	3.24
기분전환	3.62	3.34
시청 후 여운	3.46	3.30
유익성 통합	3.32	3.31
정보습득	3.44	3.34
실생활 도움	3.26	3.26
시의성	3.26	3.26
완성도 통합	3.56	3.38
전반적 완성도	3.60	3.37
내용 이해도	3.60	3.41
구성성	3.47	3.34
만족도 통합	3.42	3.23
즐김정도	3.50	3.29
몰입도	3.47	3.24
지속시청의향	3.58	3.32
추천의향_온라인	3.28	3.11
추천의향_오프라인	3.29	3.11



3) 나는 자연인이다

- <나는 자연인이다>는 남성과 여성의 전체 점수가 유사한 형태로 나타났으나, 창의성 및 감동성 차원에서는 여성이 남성보다, 유익성 차원에서는 남성이 여성보다 긍정적으로 평가함
- 그 외, 성별에 따른 연령별 점수에서는 유의한 차이가 없는 것으로 판단됨

나는 자연인이다	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(21*)	(124)	(18*)	(55)	(219)	(57)	(105)	(16*)	(10*)	(32)	(220)
MSI	3.41	3.66	3.51	3.51	3.44	3.51	3.43	3.49	3.89	3.89	3.44	3.52
창의성 통합	3.33	3.89	3.77	3.81	3.69	3.76	3.75	3.85	4.17	4.07	3.67	3.83
소재성	3.00	4.00	3.88	3.89	3.93	3.90	3.82	3.93	4.38	4.30	3.72	3.92
혁신성	3.00	3.81	3.70	3.72	3.60	3.68	3.79	3.80	4.13	3.90	3.66	3.80
독창성	4.00	3.86	3.73	3.83	3.55	3.71	3.65	3.81	4.00	4.00	3.63	3.76
감동성 통합	3.33	3.56	3.51	3.46	3.46	3.50	3.35	3.55	4.00	3.97	3.49	3.54
감동성	3.00	3.52	3.35	3.44	3.47	3.40	3.37	3.56	4.00	4.00	3.47	3.55
기분전환	4.00	3.67	3.68	3.67	3.53	3.64	3.44	3.56	4.06	4.00	3.59	3.59
시청 후 여운	3.00	3.48	3.51	3.28	3.38	3.45	3.23	3.51	3.94	3.90	3.41	3.47
유익성 통합	3.00	3.41	3.37	3.33	3.27	3.34	3.23	3.25	3.65	3.73	3.26	3.30
정보습득	3.00	3.48	3.51	3.56	3.36	3.47	3.25	3.40	4.06	3.80	3.34	3.42
실생활 도움	3.00	3.43	3.28	3.28	3.22	3.28	3.18	3.22	3.50	3.60	3.22	3.25
시의성	3.00	3.33	3.31	3.17	3.24	3.28	3.26	3.13	3.38	3.80	3.22	3.23
완성도 통합	4.00	3.78	3.52	3.65	3.54	3.56	3.49	3.50	3.90	3.90	3.57	3.55
전반적 완성도	4.00	3.76	3.59	3.67	3.65	3.63	3.54	3.51	3.75	4.10	3.59	3.58
내용 이해도	4.00	3.90	3.59	3.83	3.56	3.63	3.42	3.55	4.00	3.90	3.59	3.57
구성성	4.00	3.67	3.38	3.44	3.40	3.42	3.49	3.44	3.94	3.70	3.53	3.51
만족도 통합	3.40	3.66	3.44	3.39	3.31	3.43	3.37	3.39	3.80	3.84	3.31	3.42
즐김정도	3.00	3.86	3.62	3.67	3.44	3.60	3.33	3.30	4.06	4.00	3.41	3.41
몰입도	4.00	3.76	3.43	3.39	3.44	3.46	3.54	3.39	3.81	3.80	3.34	3.47
지속시청의향	4.00	3.81	3.61	3.61	3.58	3.63	3.46	3.49	3.94	4.20	3.47	3.54
추천의향_온라인	3.00	3.38	3.28	3.17	2.98	3.21	3.26	3.39	3.69	3.60	3.13	3.35
추천의향_오프라인	3.00	3.48	3.27	3.11	3.11	3.24	3.25	3.37	3.50	3.60	3.22	3.34

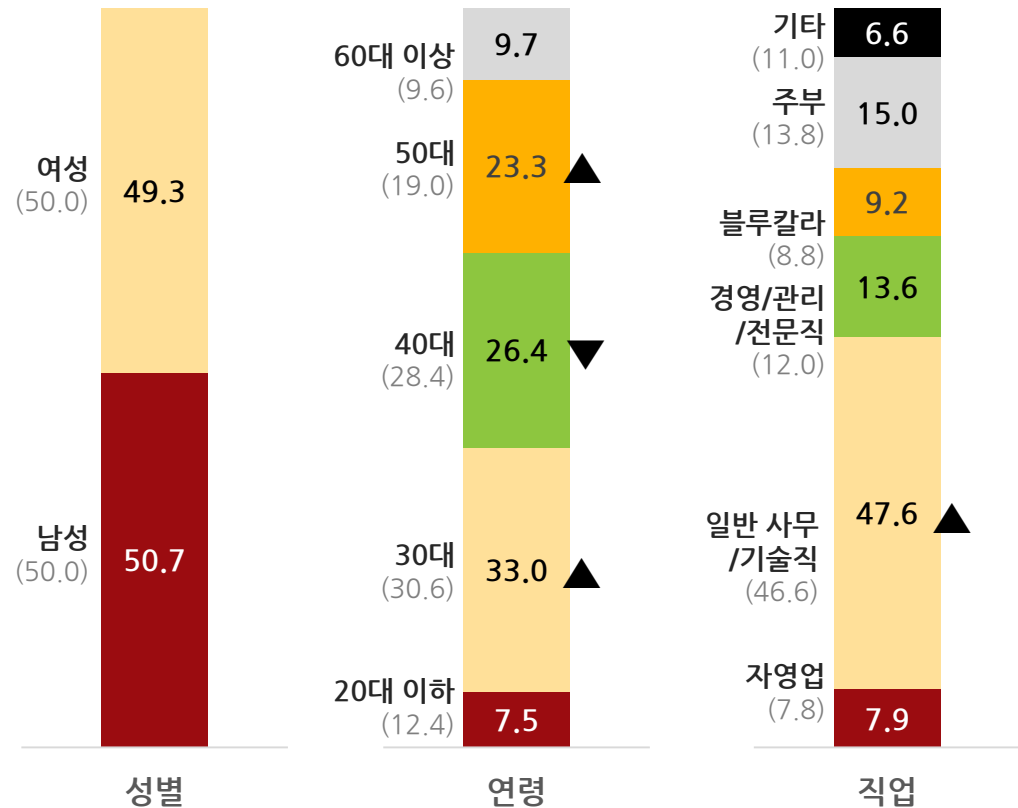
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

4) 여행생활자 집시맨

- <여행생활자 집시맨> 시청자는 남성(50.7%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대(33.0%) > 40대(26.4%) > 50대(23.3%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 47.6%, 전업주부가 15.0%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 상대적으로 30대 및 50대, 사무/기술직이 높게 나타남

여행생활자 집시맨 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		227	100.0
성별	남성	115	50.7
	여성	112	49.3
연령	20대 이하	17	7.5
	30대	75	33.0
	40대	60	26.4
	50대	53	23.3
	60대 이상	22	9.7
직업	자영업	18	7.9
	사무직/기술직	108	47.6
	경영/관리직	13	5.7
	전문직/자유직	18	7.9
	기능/숙련공/생산직	6	2.6
	판매/서비스직	10	4.4
	농/임/축/어업	5	2.2
	전업 주부	34	15.0
	학생	3	1.3
	무직	10	4.4
	기타	2	0.9



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

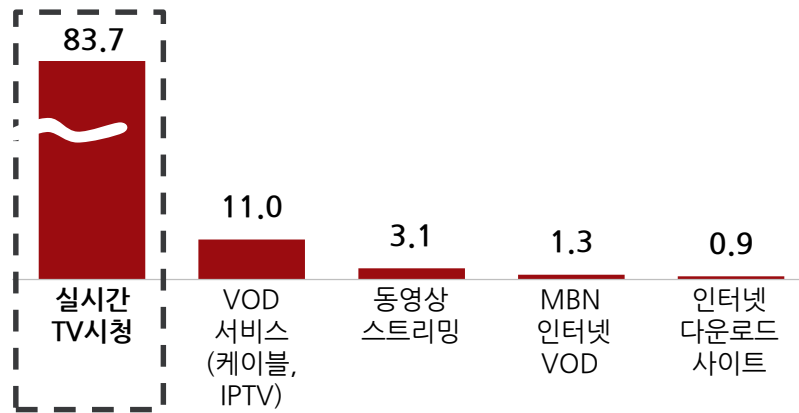
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 88

4) 여행생활자 집시맨

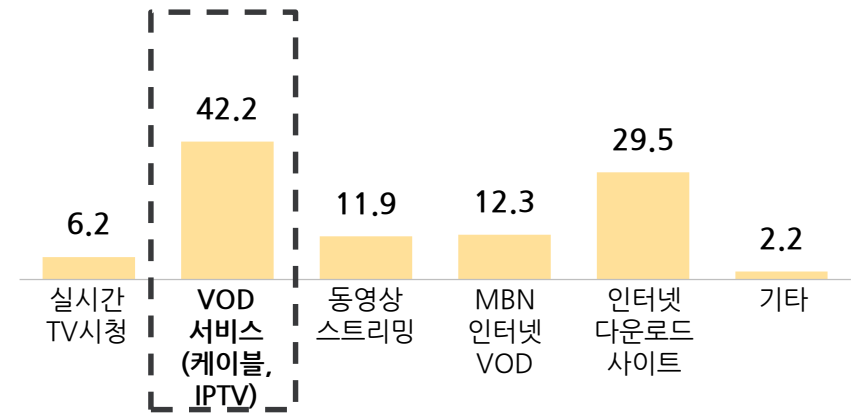
- 〈여행생활자 집시맨〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(83.7%)으로 조사 되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(42.2%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 50대, ‘VOD 서비스’의 경우 남성 및 20대 이하, ‘동영상 스트리밍’은 60대 이상이 상대적으로 많이 이용하고 있는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(227)	(115)	(112)	(17*)	(75)	(60)	(53)	(22*)
실시간 TV시청	89.9	90.4	89.3	76.5	92.0	88.3	94.3	86.4
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	48.9	52.2	45.5	58.8	40.0	55.0	54.7	40.9
Youtube 등 동영상 스트리밍	30.4	28.7	32.1	41.2	25.3	30.0	28.3	45.5
MBN 인터넷 VOD	15.0	16.5	13.4	11.8	20.0	13.3	9.4	18.2
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	13.7	10.4	17.0	11.8	18.7	11.7	11.3	9.1
기타	2.2	1.7	2.7	0.0	4.0	1.7	1.9	0.0

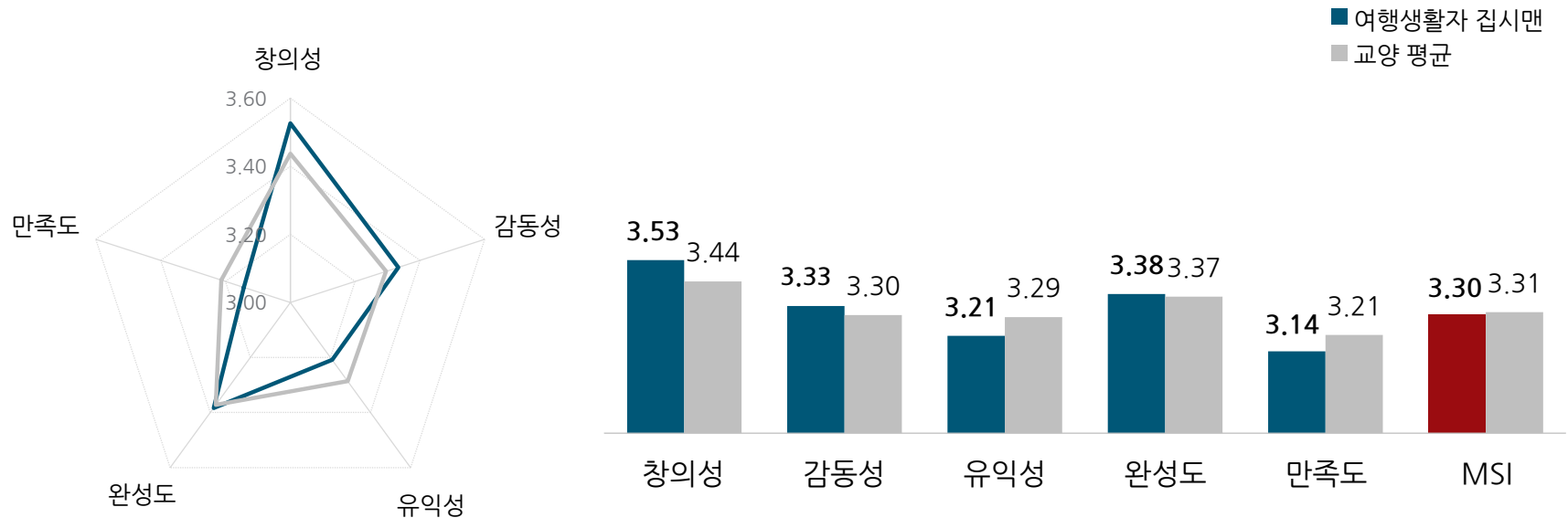
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 89

4) 여행생활자 집시맨

- 프로그램 평가 점수는 3.30점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.31점)보다 소폭 낮지만 유사한 수준임
- 각 차원별 점수는 창의성(3.53점) > 완성도(3.38점) > 감동성(3.33점) > 유익성(3.21점) > 만족도(3.14점) 순임

프로그램 평가 점수



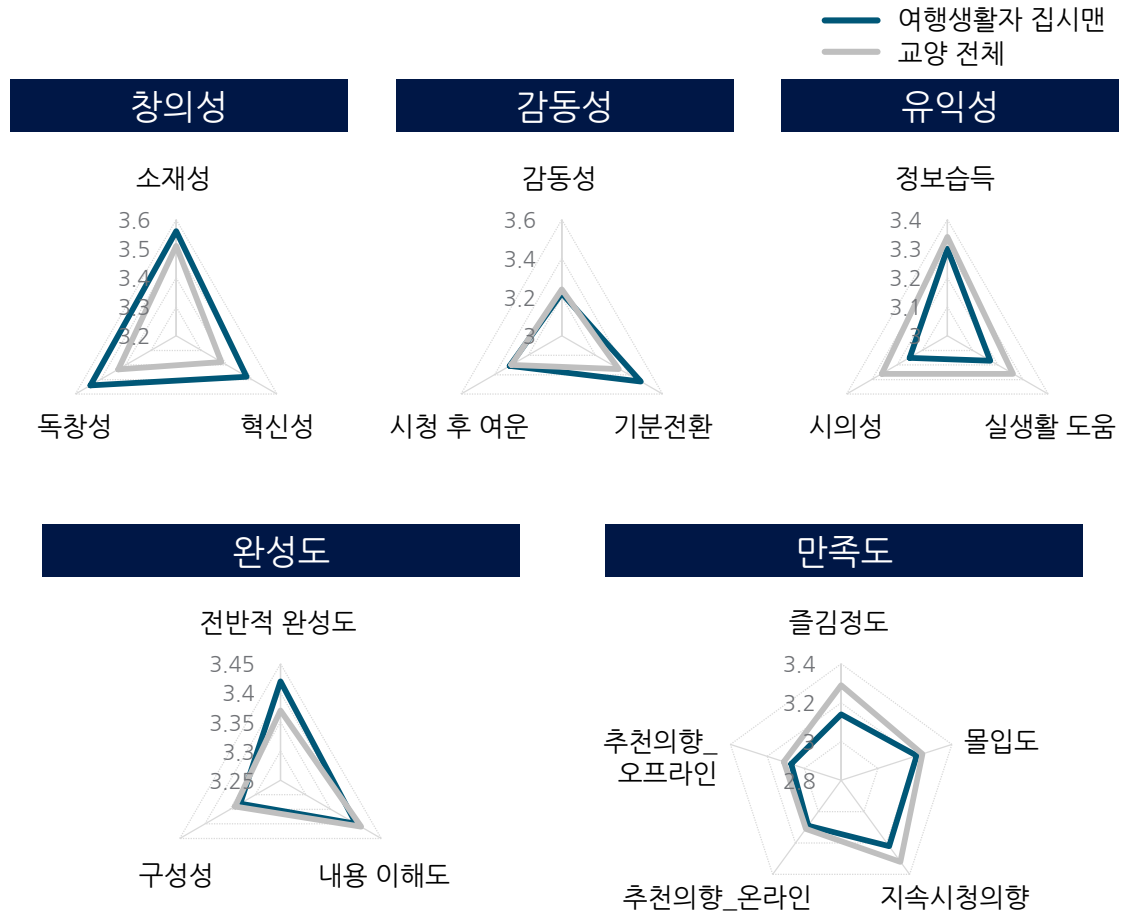
- 창의성 차원은 3.53점으로 교양 프로그램 10개 중 가장 높은 점수를 받았으며, 감동성, 완성도 차원에서도 교양 프로그램 평균 대비 높은 점수를 받음
- 만족도(3.14점) 차원에서는 교양 프로그램 10개 중 가장 낮은 평가를 받음

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

4) 여행생활자 집시맨

- 창의성 차원에서는 소재성(3.56점)이, 감동성 차원에서는 기분전환(3.47점)이, 유익성 차원에서는 정보습득(3.30점)이, 완성도 차원에서는 전반적 완성도(3.42점)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.22점)이 좋은 평가를 받았음
- 특히 창의성 차원에서 교양 프로그램 평균 대비 상대적으로 높게 평가됨

	여행생활자 집시맨	교양 전체
응답자수	227	500
MSI	3.30	3.31
창의성 통합	3.53	3.44
소재성	3.56	3.51
혁신성	3.48	3.38
독창성	3.54	3.43
감동성 통합	3.33	3.30
감동성	3.22	3.24
기분전환	3.47	3.34
시청 후 여운	3.31	3.30
유익성 통합	3.21	3.31
정보습득	3.30	3.34
실생활 도움	3.17	3.26
시의성	3.15	3.26
완성도 통합	3.38	3.38
전반적 완성도	3.42	3.37
내용 이해도	3.40	3.41
구성성	3.33	3.34
만족도 통합	3.14	3.23
즐김정도	3.14	3.29
몰입도	3.21	3.24
지속시청의향	3.22	3.32
추천의향_온라인	3.09	3.11
추천의향_오프라인	3.07	3.11



4) 여행생활자 집시맨

- <여행생활자 집시맨>은 여성보다 남성(3.39점)에게 더 높은 평가를 받았으며, 모든 차원 및 세부항목에서 남성이 긍정적으로 평가함
- 전반적으로 모든 차원에서 남성이 연령이 높아질수록 높은 점수를 줌

여행생활자 집시맨	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(27*)	(45)	(23*)	(19*)	(115)	(16*)	(48)	(15*)	(30)	(3*)	(112)
MSI	3.00	3.20	3.37	3.47	3.63	3.39	3.06	3.19	3.04	3.43	2.90	3.21
창의성 통합	3.00	3.37	3.63	3.75	3.82	3.62	3.25	3.38	3.33	3.66	3.44	3.43
소재성	2.00	3.37	3.76	3.74	3.79	3.65	3.31	3.42	3.33	3.70	3.67	3.47
혁신성	4.00	3.44	3.53	3.57	3.74	3.56	3.44	3.31	3.40	3.50	3.33	3.39
독창성	3.00	3.30	3.60	3.96	3.95	3.65	3.00	3.40	3.27	3.77	3.33	3.42
감동성 통합	3.00	3.14	3.39	3.54	3.70	3.41	3.13	3.27	3.13	3.41	2.78	3.26
감동성	2.00	3.19	3.20	3.35	3.53	3.27	2.81	3.25	3.07	3.33	2.67	3.17
기분전환	4.00	3.04	3.56	3.83	3.89	3.55	3.44	3.31	3.27	3.57	3.00	3.38
시청 후 여운	3.00	3.19	3.42	3.43	3.68	3.41	3.13	3.25	3.07	3.33	2.67	3.21
유익성 통합	2.67	3.19	3.28	3.33	3.44	3.29	3.08	3.08	2.91	3.34	2.89	3.13
정보습득	3.00	3.33	3.31	3.43	3.47	3.37	3.19	3.27	2.80	3.47	2.67	3.23
실생활 도움	2.00	3.00	3.40	3.30	3.32	3.26	3.25	2.98	2.93	3.23	3.00	3.08
시의성	3.00	3.22	3.13	3.26	3.53	3.24	2.81	3.00	3.00	3.33	3.00	3.06
완성도 통합	3.00	3.19	3.36	3.62	3.63	3.41	3.10	3.39	3.13	3.57	3.00	3.35
전반적 완성도	4.00	3.15	3.42	3.70	3.74	3.47	3.38	3.35	3.20	3.57	2.67	3.38
내용 이해도	3.00	3.30	3.33	3.57	3.74	3.43	3.06	3.42	3.13	3.57	3.33	3.37
구성성	2.00	3.11	3.33	3.61	3.42	3.34	2.88	3.40	3.07	3.57	3.00	3.31
만족도 통합	3.20	3.15	3.24	3.25	3.58	3.28	2.85	2.98	2.81	3.27	2.60	3.01
즐김정도	3.00	3.11	3.38	3.26	3.58	3.32	2.69	2.94	2.93	3.10	3.00	2.95
몰입도	3.00	3.19	3.27	3.43	3.68	3.35	3.06	2.98	2.80	3.40	2.33	3.06
지속시청의향	4.00	3.30	3.22	3.61	3.53	3.37	2.88	2.94	2.87	3.47	2.67	3.05
추천의향_온라인	3.00	3.19	3.20	3.00	3.42	3.19	2.81	2.96	2.67	3.30	2.67	2.98
추천의향_오프라인	3.00	2.96	3.16	2.96	3.68	3.16	2.81	3.06	2.80	3.10	2.33	2.98

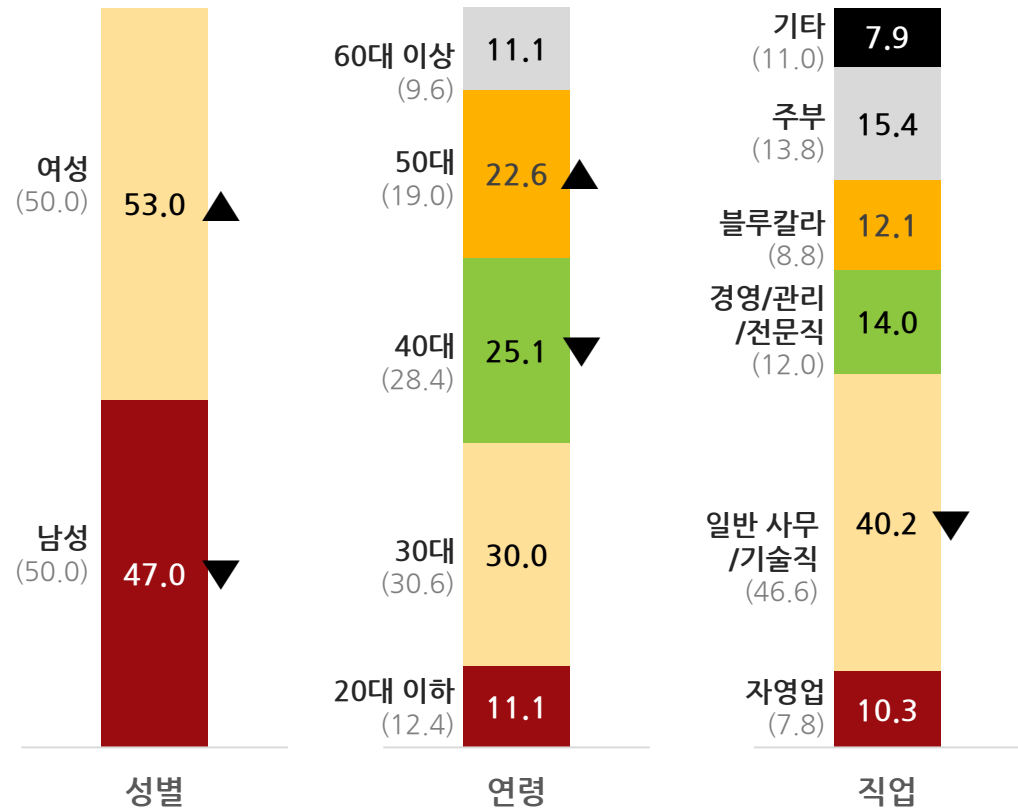
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

5) 천기누설

- <천기누설> 시청자는 여성(53.0%)이 상대적으로 많으며, 연령별로는 30대(30.0%) > 40대(25.1%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 40.2%, 전업주부가 15.4% 순으로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 상대적으로 여성 및 50대가 높게 나타남

천기누설 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		287	100.0
성별	남성	135	47.0
	여성	152	53.0
연령	20대 이하	32	11.1
	30대	86	30.0
	40대	72	25.1
	50대	65	22.6
	60대 이상	32	11.1
직업	자영업	20	7.0
	사무직/기술직	130	45.3
	경영/관리직	12	4.2
	전문직/자유직	19	6.6
	기능/숙련공/생산직	8	2.8
	판매/서비스직	18	6.3
	농/임/축/어업	6	2.1
	전업 주부	49	17.1
	학생	6	2.1
	무직	14	4.9
	기타	5	1.7



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

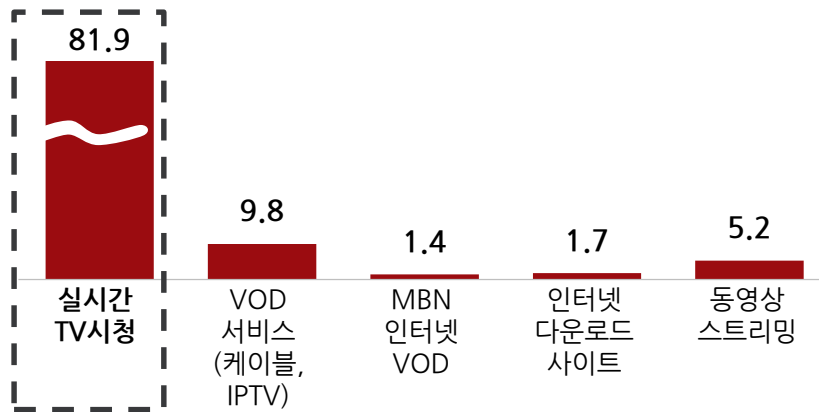
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 93

5) 천기누설

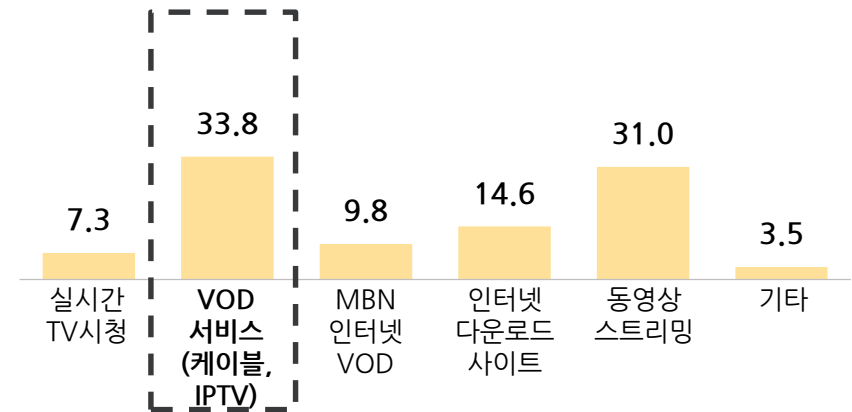
- <천기누설> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(81.9%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(33.8%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 50대 이상에서, ‘VOD 서비스’의 경우 20대 이하, ‘동영상 스트리밍’은 여성 및 40대가 상대적으로 많이 이용하고 있는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(287)	(135)	(152)	(32)	(86)	(72)	(65)	(32)
실시간 TV시청	89.2	89.6	88.8	87.5	84.9	83.3	100.0	93.8
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	43.6	44.4	42.8	62.5	40.7	47.2	38.5	34.4
유튜브 등 동영상 스트리밍	36.2	32.6	39.5	31.3	36.0	38.9	35.4	37.5
MBN 인터넷 VOD	16.4	14.8	17.8	12.5	18.6	18.1	16.9	9.4
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	11.1	15.6	7.2	6.3	14.0	8.3	7.7	21.9
기타	3.5	3.0	3.9	0.0	5.8	4.2	1.5	3.1

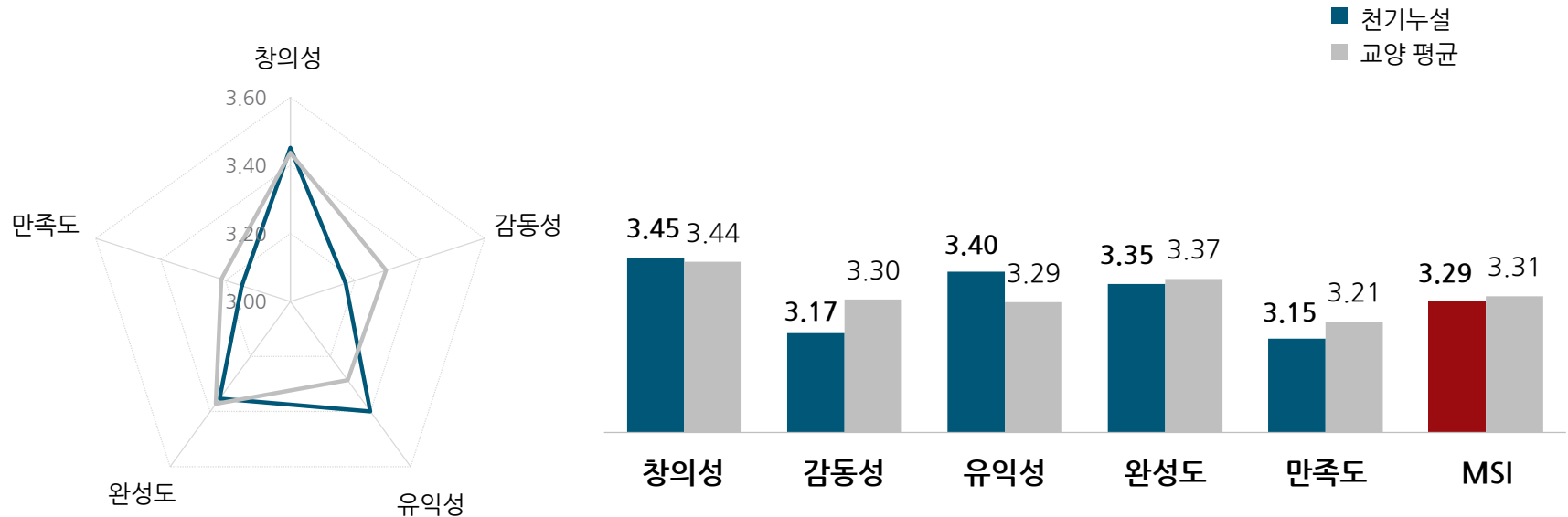
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 94

5) 천기누설

- 프로그램 평가 점수는 3.29점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.31점) 대비 0.02점 낮은 수준임
- 각 차원별 점수는 창의성(3.45점) > 유익성(3.40점) > 완성도(3.35점) > 감동성(3.17점) > 만족도(3.15점) 순임

프로그램 평가 점수



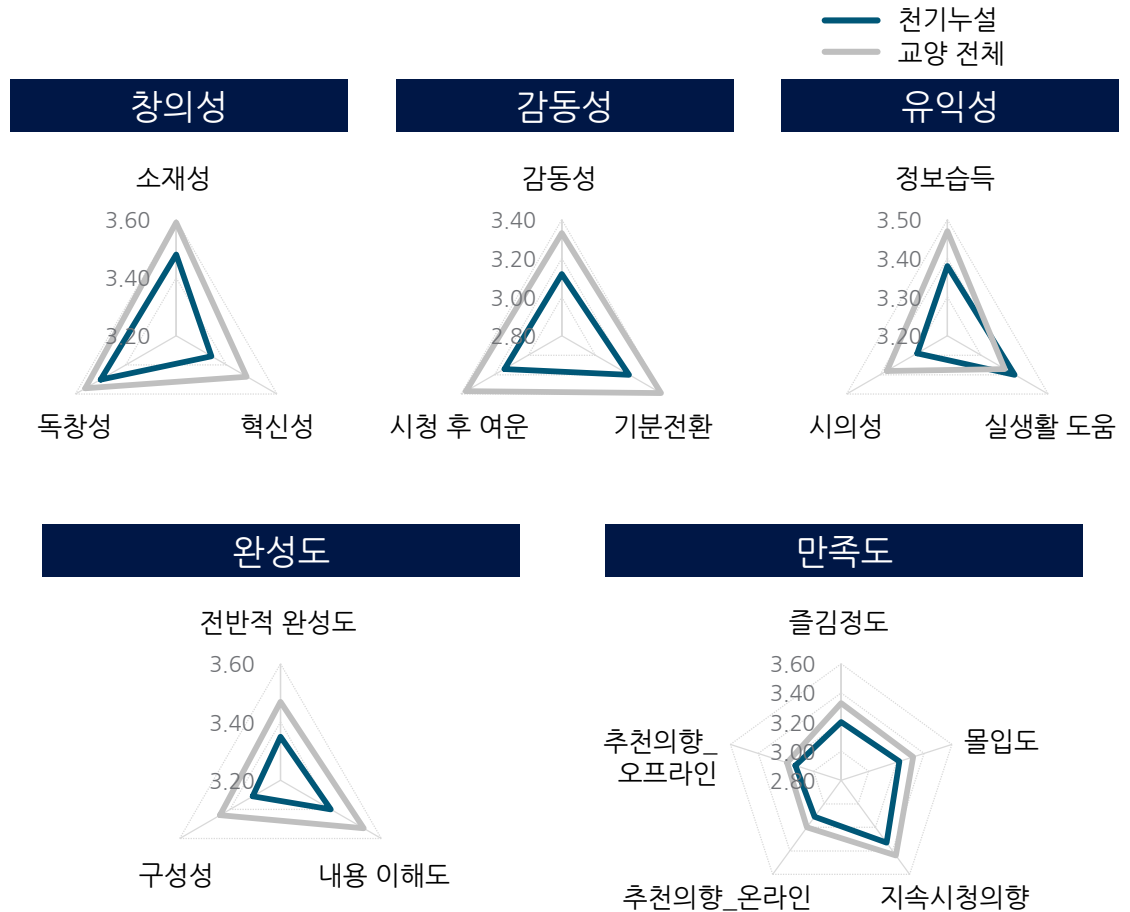
- 창의성, 유익성 차원은 평균보다 높게 평가되었으나, 감동성, 유익성, 만족도 차원은 평균보다 낮게 평가됨
- 특히 감동성(3.15점) 차원은 교양 평균 점수보다 0.13점 낮게 평가됨

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

5) 천기누설

- 창의성 차원에서는 소재성(3.53점)이, 감동성 차원에서는 기분전환(3.28점)이, 유익성 차원에서는 정보습득(3.47점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.45점)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.26점)이 좋은 평가를 받았음
- 그러나 감동성 차원의 모든 항목에서 교양 평균 대비 낮게 평가됨

	천기누설	교양 전체
응답자수	287	500
MSI	3.29	3.31
창의성 통합	3.45	3.44
소재성	3.53	3.51
혁신성	3.33	3.38
독창성	3.49	3.43
감동성 통합	3.17	3.30
감동성	3.08	3.24
기분전환	3.28	3.34
시청 후 여운	3.15	3.30
유익성 통합	3.40	3.31
정보습득	3.47	3.34
실생활 도움	3.45	3.26
시의성	3.29	3.26
완성도 통합	3.35	3.38
전반적 완성도	3.29	3.37
내용 이해도	3.45	3.41
구성성	3.32	3.34
만족도 통합	3.15	3.23
즐거움 정도	3.23	3.29
몰입도	3.17	3.24
지속시청의향	3.26	3.32
추천의향_온라인	3.03	3.11
추천의향_오프라인	3.05	3.11



5) 천기누설

- <천기누설>은 남성과 여성 모두에게 동일하게 평가(3.29점)받았으나, 창의성, 유익성, 완성도 차원은 여성이, 감동성, 만족도 차원은 남성이 보다 긍정적으로 평가함
- 창의성, 유익성, 완성도, 만족도 차원에서 전반적으로 50대 여성이 높은 점수를 줌

천기누설	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(33)	(52)	(25*)	(24*)	(135)	(31)	(53)	(20*)	(40)	(8*)	(152)
MSI	2.94	2.99	3.33	3.41	3.47	3.29	3.29	3.22	3.05	3.48	3.38	3.29
창의성 통합	3.00	3.09	3.49	3.67	3.54	3.43	3.46	3.47	3.27	3.63	3.25	3.47
소재성	2.00	3.24	3.54	3.80	3.63	3.52	3.55	3.60	3.25	3.68	3.25	3.55
혁신성	4.00	3.15	3.29	3.48	3.42	3.32	3.35	3.26	3.25	3.53	3.25	3.35
독창성	3.00	2.88	3.63	3.72	3.58	3.45	3.48	3.55	3.30	3.68	3.25	3.52
감동성 통합	2.67	2.86	3.26	3.35	3.42	3.20	3.11	3.11	2.95	3.27	3.33	3.14
감동성	3.00	2.76	3.08	3.24	3.42	3.09	3.03	3.04	3.00	3.18	3.13	3.07
기분전환	3.00	2.94	3.40	3.60	3.54	3.35	3.13	3.25	3.00	3.35	3.38	3.22
시청 후 여운	2.00	2.88	3.31	3.20	3.29	3.17	3.16	3.06	2.85	3.28	3.50	3.13
유익성 통합	3.33	3.05	3.41	3.47	3.49	3.35	3.49	3.31	3.25	3.66	3.58	3.45
정보습득	3.00	3.15	3.42	3.52	3.63	3.41	3.35	3.45	3.25	3.80	3.88	3.52
실생활 도움	4.00	3.15	3.50	3.56	3.42	3.41	3.58	3.32	3.30	3.65	3.63	3.47
시의성	3.00	2.85	3.31	3.32	3.42	3.21	3.55	3.17	3.20	3.53	3.25	3.35
완성도 통합	2.67	3.02	3.38	3.49	3.54	3.34	3.40	3.26	3.03	3.62	3.54	3.37
전반적 완성도	2.00	3.06	3.31	3.24	3.54	3.27	3.39	3.21	3.05	3.53	3.38	3.32
내용 이해도	3.00	3.09	3.46	3.60	3.58	3.41	3.52	3.34	3.00	3.78	3.88	3.47
구성성	3.00	2.91	3.37	3.64	3.50	3.33	3.29	3.25	3.05	3.55	3.38	3.32
만족도 통합	3.00	2.97	3.20	3.22	3.42	3.18	3.12	3.05	2.86	3.32	3.28	3.12
즐김정도	3.00	3.30	3.19	3.28	3.54	3.30	3.00	3.21	2.80	3.43	3.25	3.17
몰입도	3.00	3.00	3.19	3.28	3.38	3.19	3.13	3.04	3.05	3.35	3.25	3.15
지속시청의향	4.00	2.88	3.42	3.44	3.46	3.30	3.23	3.09	2.85	3.50	3.63	3.22
추천의향_온라인	2.00	2.85	3.08	3.00	3.42	3.06	3.10	2.94	2.80	3.15	3.00	3.01
추천의향_오프라인	3.00	2.82	3.10	3.08	3.29	3.06	3.16	2.94	2.80	3.18	3.25	3.05

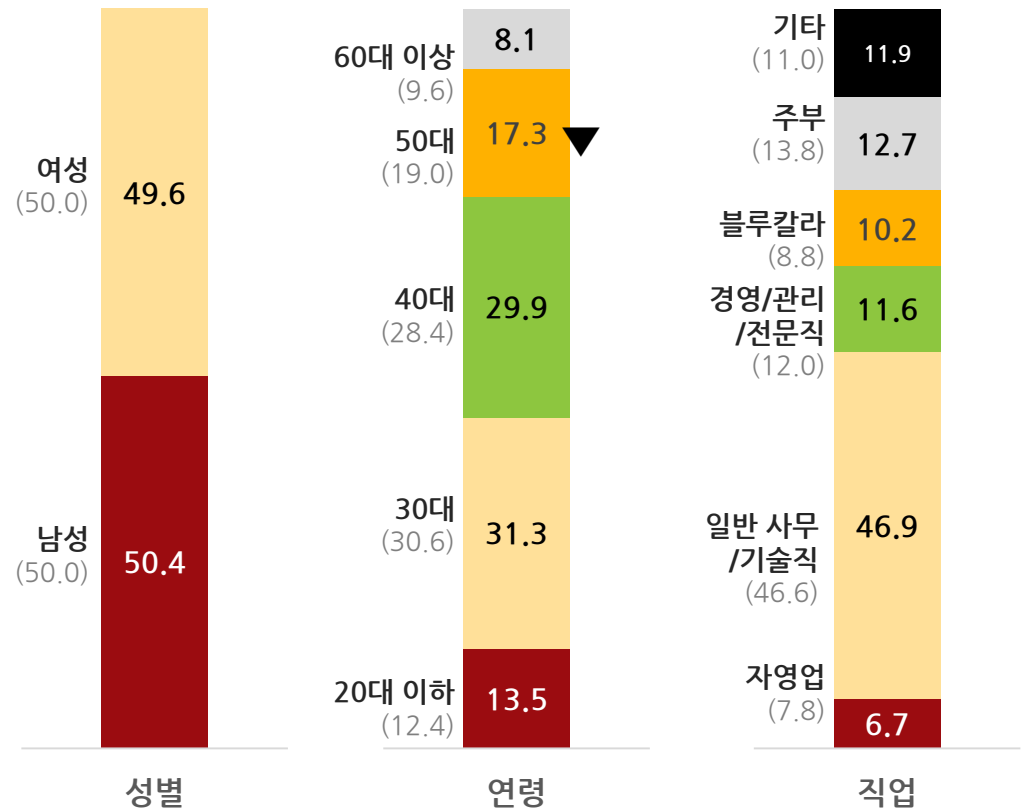
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

6) 기막힌 이야기 실제상황

- 〈기막힌 이야기 실제상황〉 시청자는 남성(50.4%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대(31.3%) > 40대(29.9%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 46.9%, 전업주부가 12.7%로 구성되어 있음

기막힌 이야기 실제상황 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		371	100.0
성별	남성	187	50.4
	여성	184	49.6
연령	20대 이하	50	13.5
	30대	116	31.3
	40대	111	29.9
	50대	64	17.3
	60대 이상	30	8.1
직업	자영업	25	6.7
	사무직/기술직	174	46.9
	경영/관리직	14	3.8
	전문직/자유직	29	7.8
	기능/숙련공/생산직	12	3.2
	판매/서비스직	20	5.4
	농/임/축/어업	6	1.6
	전업 주부	47	12.7
	학생	12	3.2
	무직	25	6.7
	기타	7	1.9



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

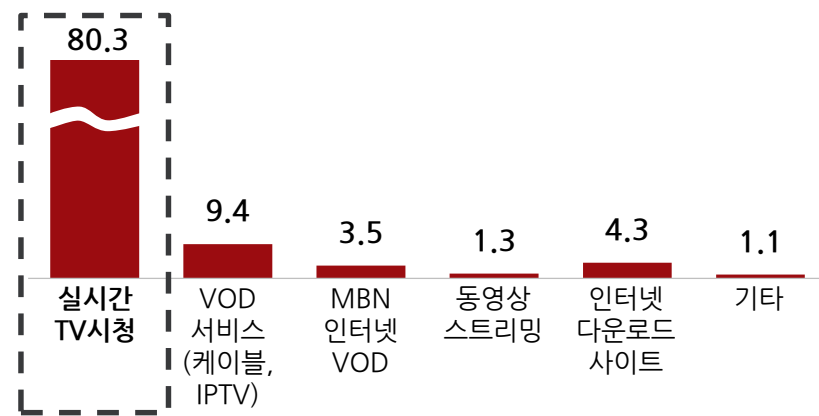
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 98

6) 기막힌 이야기 실제상황

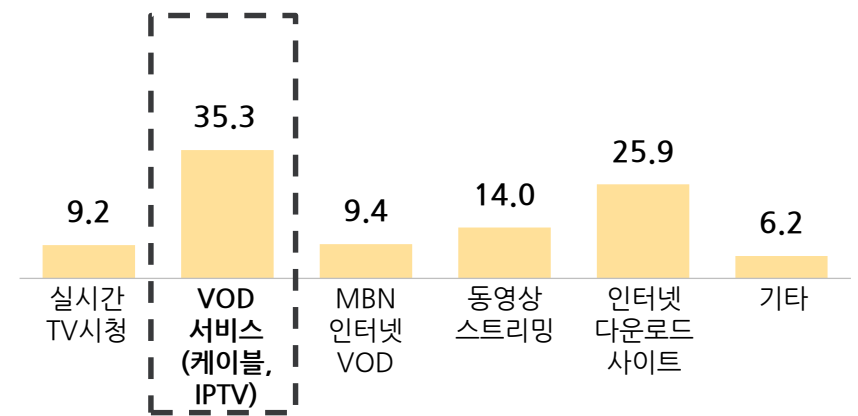
- 〈기막힌 이야기 실제상황〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(80.3%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(35.3%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 50대 이상, ‘VOD 서비스’의 경우 60대 이상이 상대적으로 많이 이용하고 있는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(371)	(187)	(184)	(50)	(116)	(111)	(64)	(30)
실시간 TV시청	89.5	90.4	88.6	86.0	87.1	89.2	93.8	96.7
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	44.7	44.4	45.1	48.0	40.5	44.1	46.9	53.3
Youtube 등 동영상 스트리밍	30.2	32.1	28.3	30.0	30.2	28.8	31.3	33.3
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	15.4	11.8	19.0	20.0	20.7	12.6	12.5	3.3
MBN 인터넷 VOD	12.9	16.0	9.8	8.0	12.9	18.9	7.8	10.0
기타	7.3	5.3	9.2	8.0	8.6	6.3	7.8	3.3

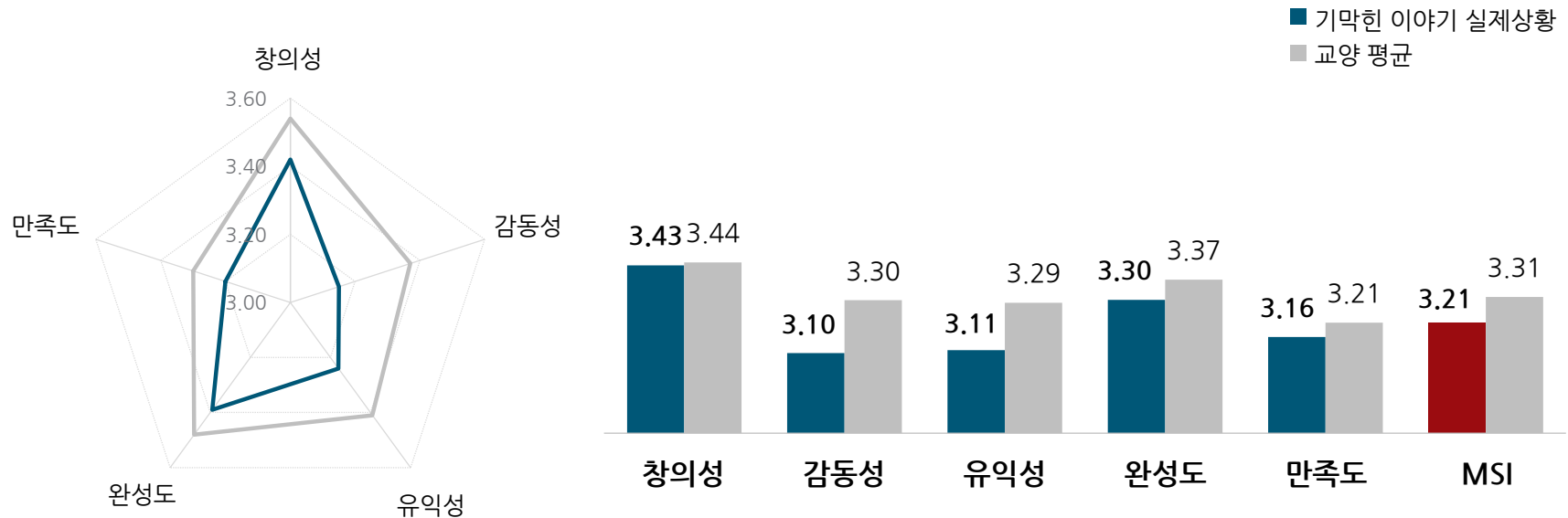
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 99

6) 기막힌 이야기 실제상황

- 프로그램 평가 점수는 3.21점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.31점) 대비 0.10점 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 창의성(3.43점) > 완성도(3.30점) > 만족도(3.16점) > 유익성(3.11점) > 감동성(3.10점) 순임

프로그램 평가 점수



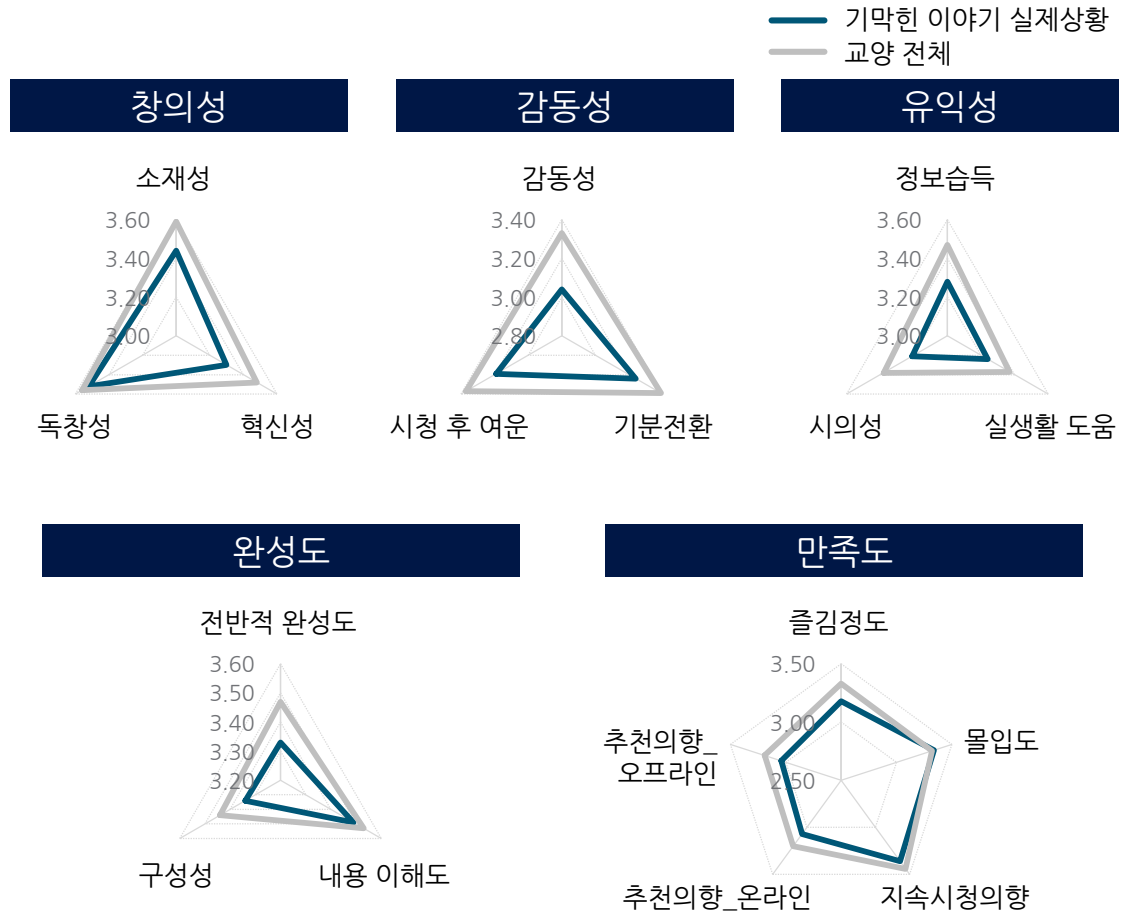
- 모든 차원에서 교양 프로그램 평균보다 낮게 평가됨
- 특히 감동성(3.10점), 유익성(3.11점) 차원에서 교양 평균 대비 각각 0.20점, 0.18점 낮게 평가되어, 두 차원 모두 교양 프로그램 8개 중 가장 낮은 평가를 받음

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

6) 기막힌 이야기 실제상황

- 창의성 차원에서는 소재성, 독창성(3.49점)이, 감동성 차원에서는 기분전환(3.18점)이, 유익성 차원에서는 시의성(3.16점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도, 구성성(3.32점)이, 만족도 차원에서는 몰입도(3.35점)가 이 좋은 평가를 받았음
- 만족도 차원 중 몰입도를 제외한 모든 차원 및 항목에서 교양 프로그램 평균 대비 상대적으로 낮게 평가됨

	기막힌 이야기 실제상황	교양 전체
응답자수	371	500
MSI	3.21	3.31
창의성 통합	3.43	3.44
소재성	3.49	3.51
혁신성	3.30	3.38
독창성	3.49	3.43
감동성 통합	3.10	3.30
감동성	3.01	3.24
기분전환	3.18	3.34
시청 후 여운	3.11	3.30
유익성 통합	3.11	3.31
정보습득	3.04	3.34
실생활 도움	3.13	3.26
시의성	3.16	3.26
완성도 통합	3.30	3.38
전반적 완성도	3.25	3.37
내용 이해도	3.32	3.41
구성성	3.32	3.34
만족도 통합	3.16	3.23
즐김정도	3.22	3.29
몰입도	3.35	3.24
지속시청의향	3.32	3.32
추천의향_온라인	2.95	3.11
추천의향_오프라인	2.95	3.11



6) 기막힌 이야기 실제상황

- <기막힌 이야기 실제상황>은 남성보다 여성(3.22점)이 상대적으로 높은 평가를 받았으며, 유익성을 제외한 모든 차원에서 여성이 긍정적으로 평가함
- 창의성 및 완성도 차원에서는 20대 이하 여성이, 감동성 및 만족도 차원에서는 30대 여성이 높은 점수를 줌

기막힌 이야기 실제상황	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(3*)	(49)	(84)	(27*)	(24*)	(187)	(47)	(67)	(27*)	(37)	(6*)	(184)
MSI	3.33	3.08	3.23	3.07	3.45	3.20	3.27	3.27	3.01	3.28	3.07	3.22
창의성 통합	3.56	3.28	3.49	3.26	3.63	3.42	3.53	3.48	3.22	3.39	3.39	3.43
소재성	3.33	3.39	3.56	3.33	3.83	3.51	3.60	3.52	3.33	3.35	3.33	3.47
혁신성	3.33	3.14	3.39	3.07	3.46	3.29	3.53	3.33	3.04	3.19	3.33	3.31
독창성	4.00	3.31	3.51	3.37	3.58	3.45	3.47	3.58	3.30	3.62	3.50	3.52
감동성 통합	3.33	2.93	3.12	2.96	3.38	3.08	3.15	3.18	2.91	3.11	3.00	3.11
감동성	3.00	2.94	3.10	2.81	3.33	3.04	2.94	3.03	2.85	3.03	3.17	2.98
기분전환	3.67	2.88	3.15	3.22	3.42	3.13	3.34	3.25	3.07	3.11	3.17	3.22
시청 후 여운	3.33	2.98	3.11	2.85	3.38	3.07	3.17	3.27	2.81	3.19	2.67	3.14
유익성 통합	3.44	3.03	3.13	3.01	3.44	3.13	3.03	3.11	2.88	3.31	2.78	3.09
정보습득	3.00	2.94	3.08	2.85	3.46	3.06	2.94	2.99	2.81	3.35	3.00	3.02
실생활 도움	4.00	3.06	3.15	3.07	3.33	3.16	3.02	3.18	2.89	3.32	2.67	3.11
시의성	3.33	3.08	3.17	3.11	3.54	3.19	3.13	3.18	2.93	3.24	2.67	3.13
완성도 통합	3.56	3.05	3.26	3.16	3.56	3.23	3.48	3.32	3.14	3.45	3.33	3.36
전반적 완성도	3.67	3.06	3.18	2.96	3.38	3.15	3.47	3.31	3.07	3.46	3.33	3.35
내용 이해도	3.33	2.98	3.30	3.37	3.63	3.27	3.51	3.33	3.15	3.49	3.33	3.38
구성성	3.67	3.12	3.30	3.15	3.67	3.28	3.45	3.33	3.19	3.41	3.33	3.35
만족도 통합	3.00	3.11	3.18	3.01	3.33	3.15	3.19	3.25	2.95	3.19	2.93	3.17
즐거움 정도	3.33	3.14	3.30	3.00	3.58	3.25	3.13	3.31	3.00	3.16	3.17	3.18
몰입도	3.67	3.08	3.27	3.26	3.50	3.26	3.45	3.49	3.41	3.43	3.00	3.44
지속시청의향	2.67	3.24	3.37	3.11	3.50	3.30	3.57	3.33	3.00	3.38	3.00	3.34
추천의향_온라인	2.67	3.04	2.94	2.78	3.00	2.95	2.94	3.06	2.63	3.08	2.67	2.96
추천의향_오프라인	2.67	3.02	3.00	2.89	3.04	2.99	2.87	3.04	2.70	2.92	2.83	2.92

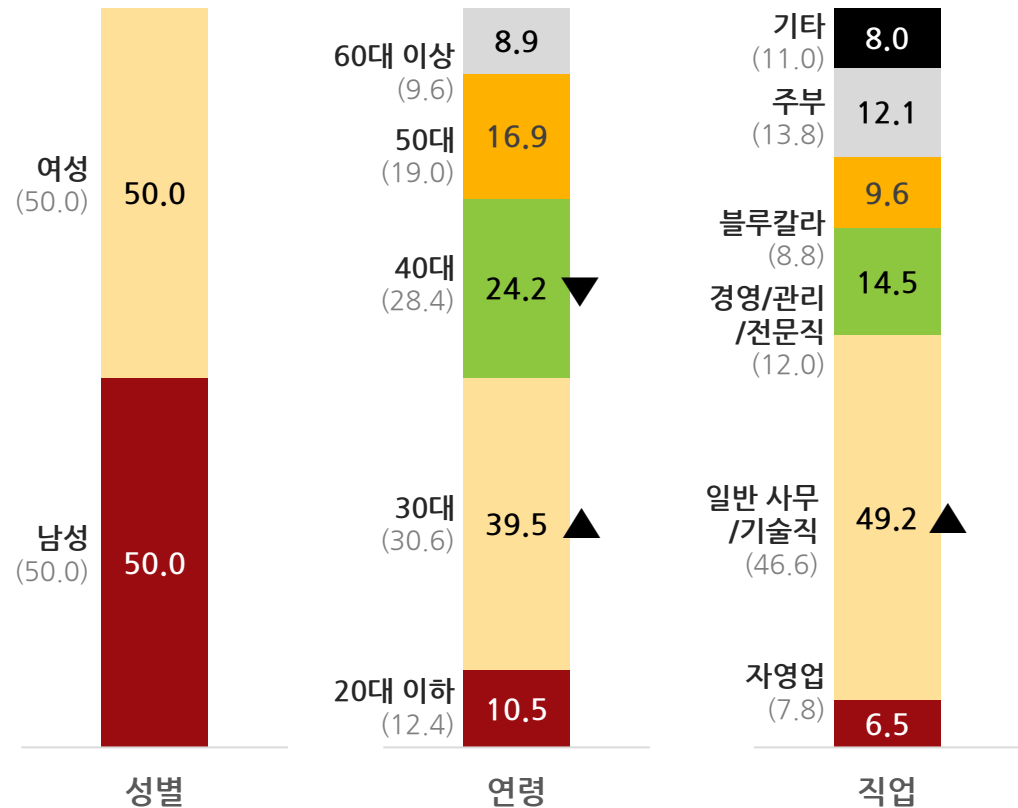
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

7) 소나무

- 〈소나무〉 시청자는 남성과 여성이 동일하며, 연령별로는 30대(39.5%) > 40대(24.2%) > 50대 이상(16.9%) 순, 직업별로는 사무/기술직 49.2%, 전문/자유직 14.5%, 전업주부 12.1%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 상대적으로 30대 및 사무/기술직이 높게 나타남

소나무 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		124	100.0
성별	남성	62	50.0
	여성	62	50.0
연령	20대 이하	13	10.5
	30대	49	39.5
	40대	30	24.2
	50대	21	16.9
	60대 이상	11	8.9
직업	자영업	8	6.5
	사무직/기술직	61	49.2
	경영/관리직	6	4.8
	전문직/자유직	12	9.7
	기능/숙련공/생산직	3	2.4
	판매/서비스직	7	5.6
	농/임/축/어업	2	1.6
	전업 주부	15	12.1
	학생	4	3.2
	무직	5	4.0
	기타	1	0.8



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

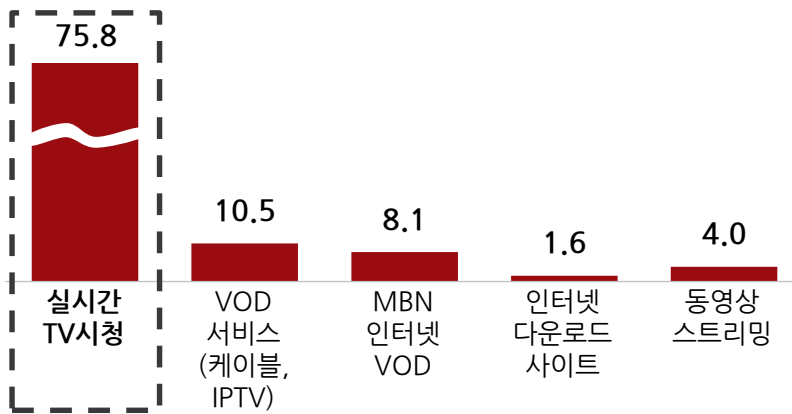
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 103

7) 소나무

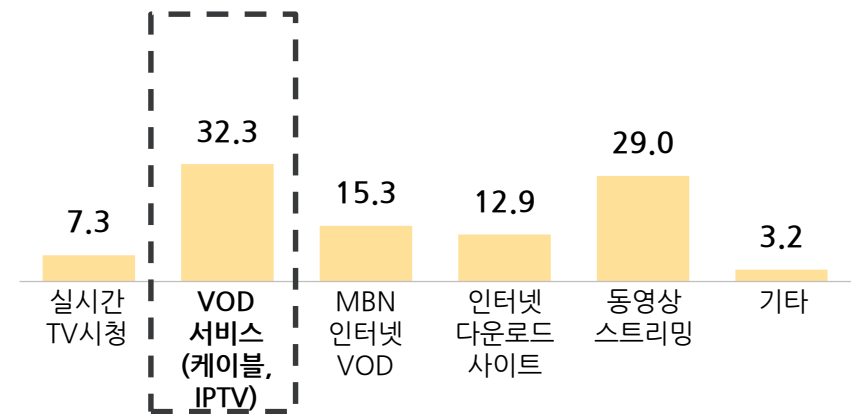
- <소나무> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(75.8%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(32.3%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 연령이 높아질수록, ‘VOD 서비스’의 경우 남성 및 50대가 상대적으로 많이 사용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(124)	(62)	(62)	(13*)	(49)	(30)	(21*)	(11*)
실시간 TV시청	83.1	82.3	83.9	61.5	77.6	86.7	95.2	100.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	42.7	48.4	37.1	46.2	38.8	43.3	52.4	36.4
Youtube 등 동영상 스트리밍	33.1	29.0	37.1	61.5	30.6	26.7	23.8	45.5
MBN 인터넷 VOD	23.4	25.8	21.0	15.4	28.6	26.7	19.0	9.1
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	14.5	12.9	16.1	15.4	18.4	16.7	4.8	9.1
기타	3.2	1.6	4.8	0.0	6.1	0.0	4.8	0.0

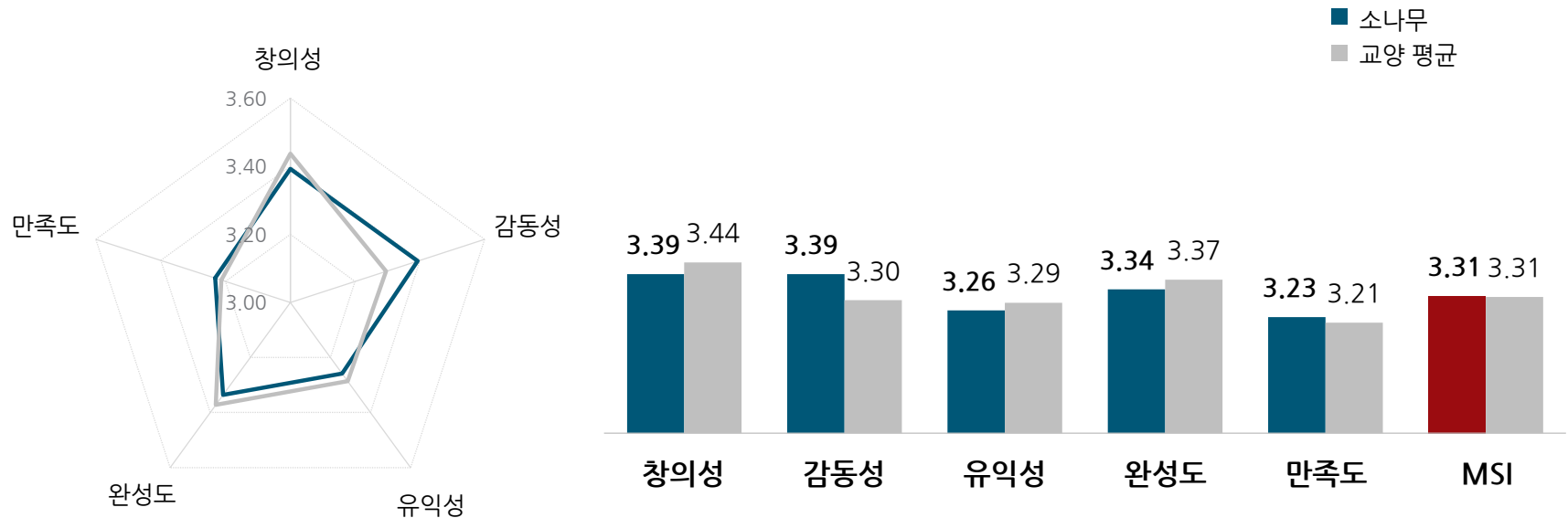
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 104

7) 소나무

- 프로그램 평가 점수는 3.31점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.31점)과 동일한 수준임
- 각 차원별 점수는 창의성, 감동성(3.39점) > 완성도(3.34점) > 유익성(3.26점) > 만족도(3.23점) 순임

프로그램 평가 점수



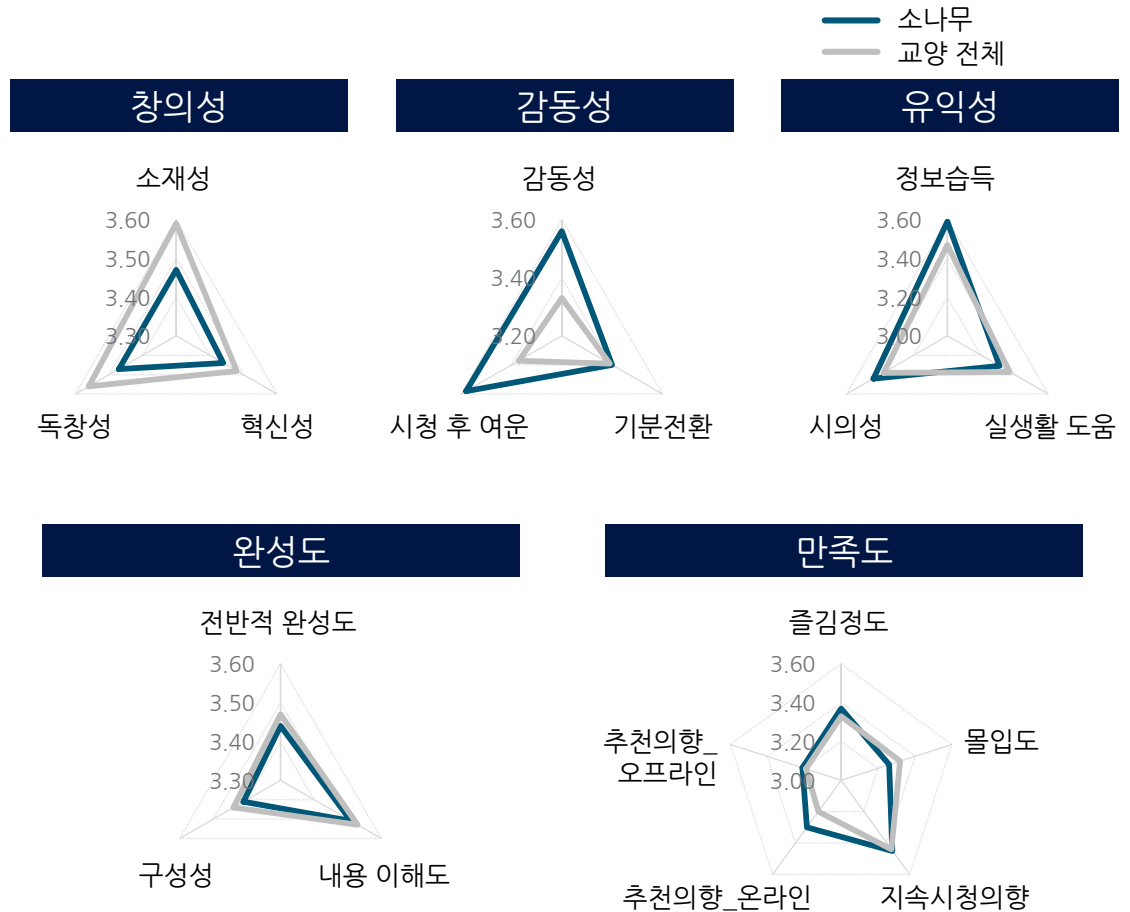
- 감동성(3.39점)과 만족도(3.23점) 차원에서 교양 평균보다 높은 평가를 받았으며, 특히 감동성은 교양 평균보다 0.09점 높게 평가됨
- 반면, 창의성(3.39점), 유익성(3.26점), 완성도(3.34점) 차원은 교양 평균보다 낮게 평가됨

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

7) 소나무

- 창의성 차원에서는 소재성(3.45점)이, 감동성 차원에서는 시청 후 여운(3.48점)이, 유익성 차원에서는 정보습득(3.31점)이, 완성도 차원에서는 전반적 완성도(3.41점)가, 만족도 차원에서는 즐거움(3.36점)이 좋은 평가를 받았음
- 특히 감동성 차원의 세부항목 중 감동성(3.41점)과 시청 후 여운(3.48점)이 교양 평균 대비 높게 평가됨

	소나무	교양 전체
응답자수	124	500
MSI	3.31	3.31
창의성 통합	3.39	3.44
소재성	3.45	3.51
혁신성	3.41	3.38
독창성	3.31	3.43
감동성 통합	3.39	3.30
감동성	3.41	3.24
기분전환	3.28	3.34
시청 후 여운	3.48	3.30
유익성 통합	3.26	3.31
정보습득	3.31	3.34
실생활 도움	3.22	3.26
시의성	3.25	3.26
완성도 통합	3.34	3.38
전반적 완성도	3.41	3.37
내용 이해도	3.34	3.41
구성성	3.26	3.34
만족도 통합	3.23	3.23
즐거움	3.36	3.29
몰입도	3.17	3.24
지속시청의향	3.27	3.32
추천의향_온라인	3.19	3.11
추천의향_오프라인	3.17	3.11



7) 소나무

- <소나무>는 여성보다 남성(3.38점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으나, 사례수가 적어 연령별/성별 차이에 따른 유의한 해석에 어려움이 있음
- 모든 차원에서 남성에게 높은 평가를 받았으며, 특히 창의성 차원의 세부항목인 소재성에서 남성(3.61점)이 가장 높은 점수를 줌

소나무	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(18*)	(25*)	(8*)	(9*)	(62)	(11*)	(31)	(5*)	(13*)	(2*)	(62)
MSI	2.97	3.19	3.48	3.39	3.53	3.38	3.21	3.22	3.12	3.53	2.35	3.25
창의성 통합	3.50	3.19	3.73	3.50	3.59	3.52	3.18	3.31	2.93	3.54	2.17	3.27
소재성	4.00	3.28	3.88	3.50	3.56	3.61	3.36	3.19	3.20	3.69	2.00	3.29
혁신성	3.50	3.17	3.68	3.63	3.56	3.50	3.27	3.42	2.80	3.54	2.00	3.32
독창성	3.00	3.11	3.64	3.38	3.67	3.44	2.91	3.32	2.80	3.38	2.50	3.19
감동성 통합	3.50	3.31	3.41	3.33	3.81	3.44	3.18	3.38	3.33	3.56	2.50	3.35
감동성	3.00	3.39	3.36	3.38	4.00	3.45	3.09	3.42	3.40	3.62	2.50	3.37
기분전환	3.50	3.06	3.40	3.38	3.78	3.35	3.09	3.16	3.60	3.46	2.00	3.21
시청 후 여운	4.00	3.50	3.48	3.25	3.67	3.50	3.36	3.55	3.00	3.62	3.00	3.47
유익성 통합	2.67	3.04	3.41	3.42	3.41	3.28	3.30	3.27	2.80	3.44	2.17	3.24
정보습득	3.00	3.00	3.36	3.25	3.78	3.29	3.27	3.45	2.80	3.46	2.00	3.32
실생활 도움	2.50	2.94	3.48	3.63	3.11	3.26	3.27	3.23	2.60	3.38	2.00	3.18
시의성	2.50	3.17	3.40	3.38	3.33	3.29	3.36	3.13	3.00	3.46	2.50	3.21
완성도 통합	2.67	3.28	3.43	3.54	3.56	3.39	3.09	3.17	3.20	3.74	3.17	3.28
전반적 완성도	3.00	3.44	3.56	3.63	3.33	3.48	3.27	3.26	3.20	3.85	2.00	3.34
내용 이해도	2.00	3.17	3.44	3.50	3.67	3.35	3.09	3.19	3.00	3.85	4.00	3.32
구성성	3.00	3.22	3.28	3.50	3.67	3.34	2.91	3.06	3.40	3.54	3.50	3.18
만족도 통합	2.70	3.17	3.44	3.25	3.38	3.30	3.25	3.08	3.24	3.43	2.00	3.16
즐김정도	4.00	3.28	3.56	3.25	3.33	3.42	3.36	3.29	3.80	3.31	2.00	3.31
몰입도	2.50	3.28	3.20	3.25	3.44	3.24	3.00	3.06	3.00	3.46	2.00	3.10
지속시청의향	1.50	3.11	3.60	3.38	3.33	3.32	3.18	3.13	3.40	3.62	2.00	3.23
추천의향_온라인	2.50	3.11	3.44	3.13	3.44	3.27	3.36	3.00	2.80	3.38	2.00	3.10
추천의향_오프라인	3.00	3.06	3.40	3.25	3.33	3.26	3.36	2.90	3.20	3.38	2.00	3.08

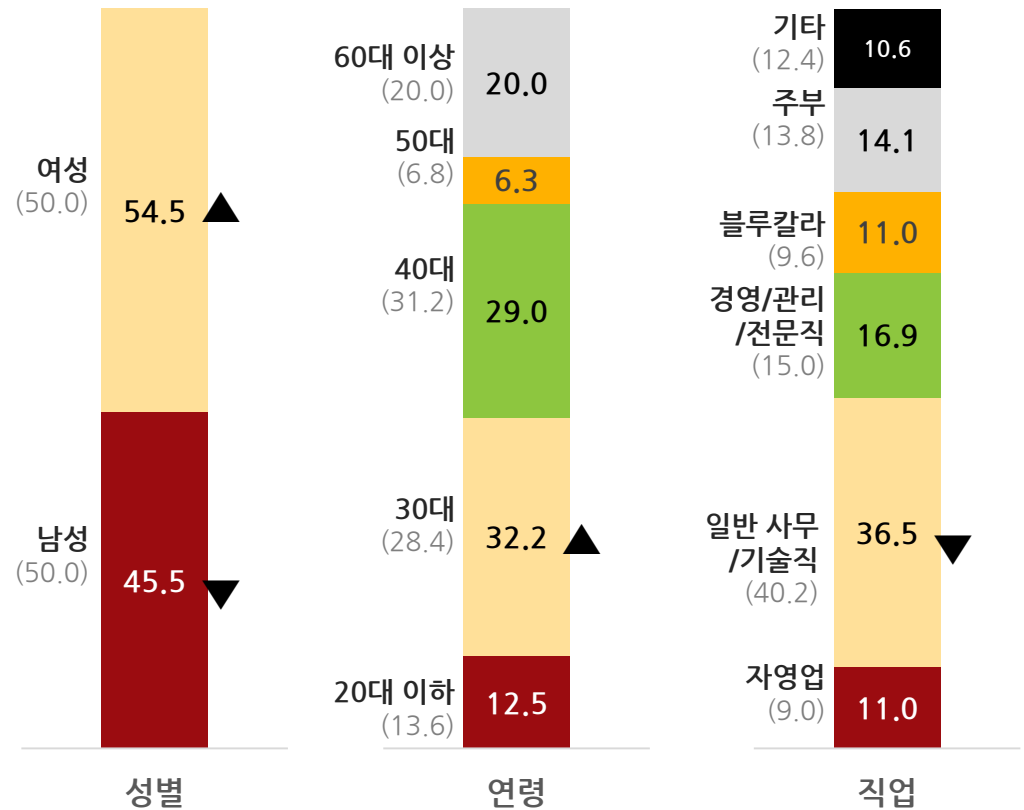
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

8) 휴먼다큐 사노라면

- <휴먼다큐 사노라면> 시청자는 여성(54.5%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대(32.2%) > 40대(29.0%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 36.5%, 경영/관리/전문직이 16.9%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 상대적으로 여성 및 30대가 높게 나타남

휴먼다큐 사노라면 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		255	100.0
성별	남성	116	45.5
	여성	139	54.5
연령	20대 이하	32	12.5
	30대	82	32.2
	40대	74	29.0
	50대	16	6.3
	60대 이상	51	20.0
직업	자영업	28	11.0
	사무직/기술직	93	36.5
	경영/관리직	15	5.9
	전문직/자유직	28	11.0
	기능/숙련공/생산직	12	4.7
	판매/서비스직	13	5.1
	농/임/축/어업	3	1.2
	전업 주부	36	14.1
	학생	9	3.5
	무직	13	5.1
	기타	5	2.0



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

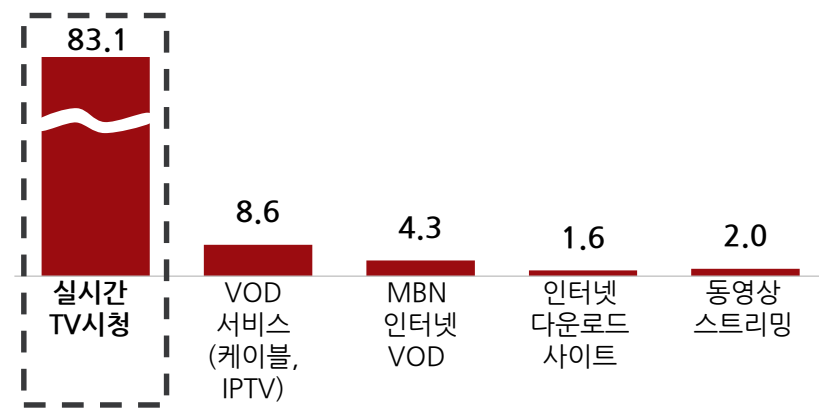
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 108

8) 휴먼다큐 사노라면

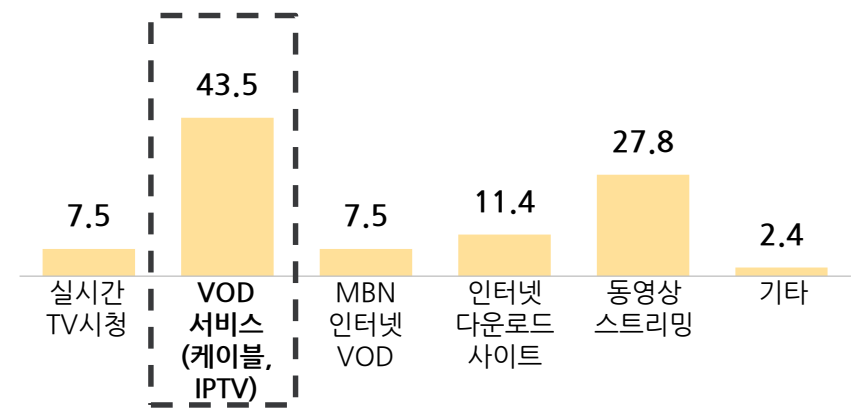
- 〈휴먼다큐 사노라면〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(83.1%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(43.5%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 40대~50대, ‘VOD 서비스’의 경우 여성 및 30대 이하가 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(255)	(116)	(139)	(32)	(82)	(74)	(16*)	(51)
실시간 TV시청	90.6	91.4	89.9	87.5	89.0	91.9	100.0	90.2
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	52.2	45.7	57.6	53.1	57.3	51.4	31.3	51.0
Youtube 등 동영상 스트리밍	29.8	31.9	28.1	31.3	29.3	28.4	31.3	31.4
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	12.9	15.5	10.8	12.5	14.6	9.5	18.8	13.7
MBN 인터넷 VOD	11.8	11.2	12.2	12.5	8.5	14.9	18.8	9.8
기타	2.7	4.3	1.4	3.1	1.2	4.1	0.0	3.9

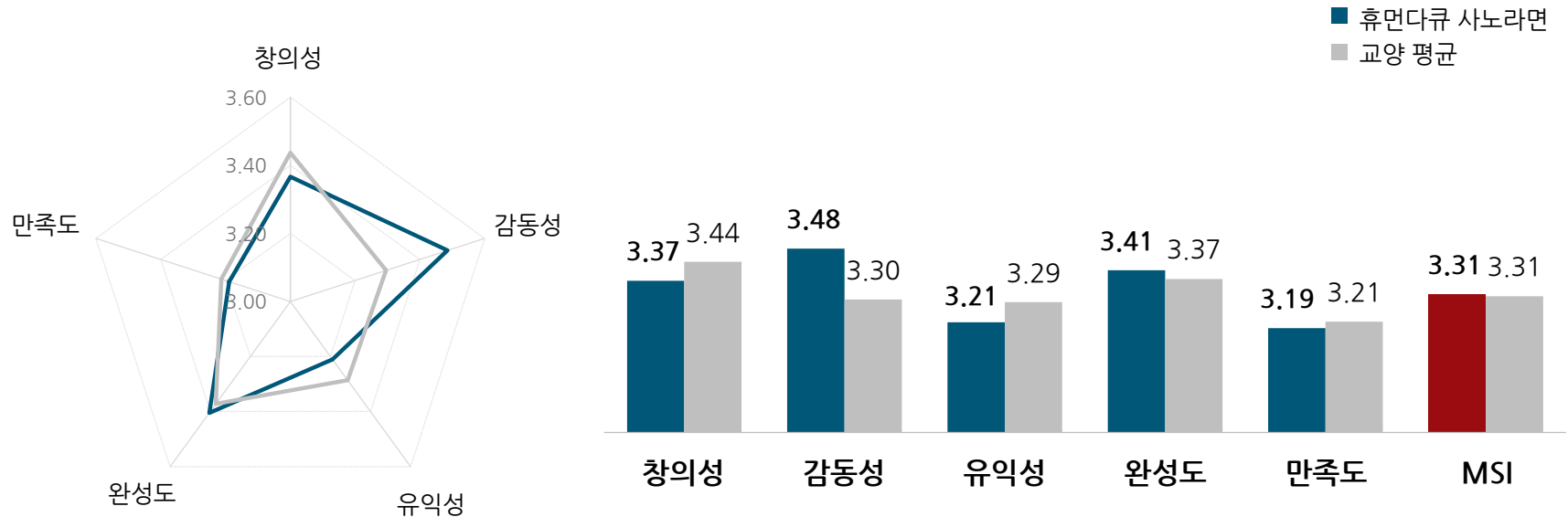
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 109

8) 휴먼다큐 사노라면

- 프로그램 평가 점수는 3.31점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.31점)과 동일함
- 각 차원별 점수는 감동성(3.48점) > 완성도(3.41점) > 창의성(3.37점) > 유익성(3.21점) > 만족도(3.19점) 순임

프로그램 평가 점수



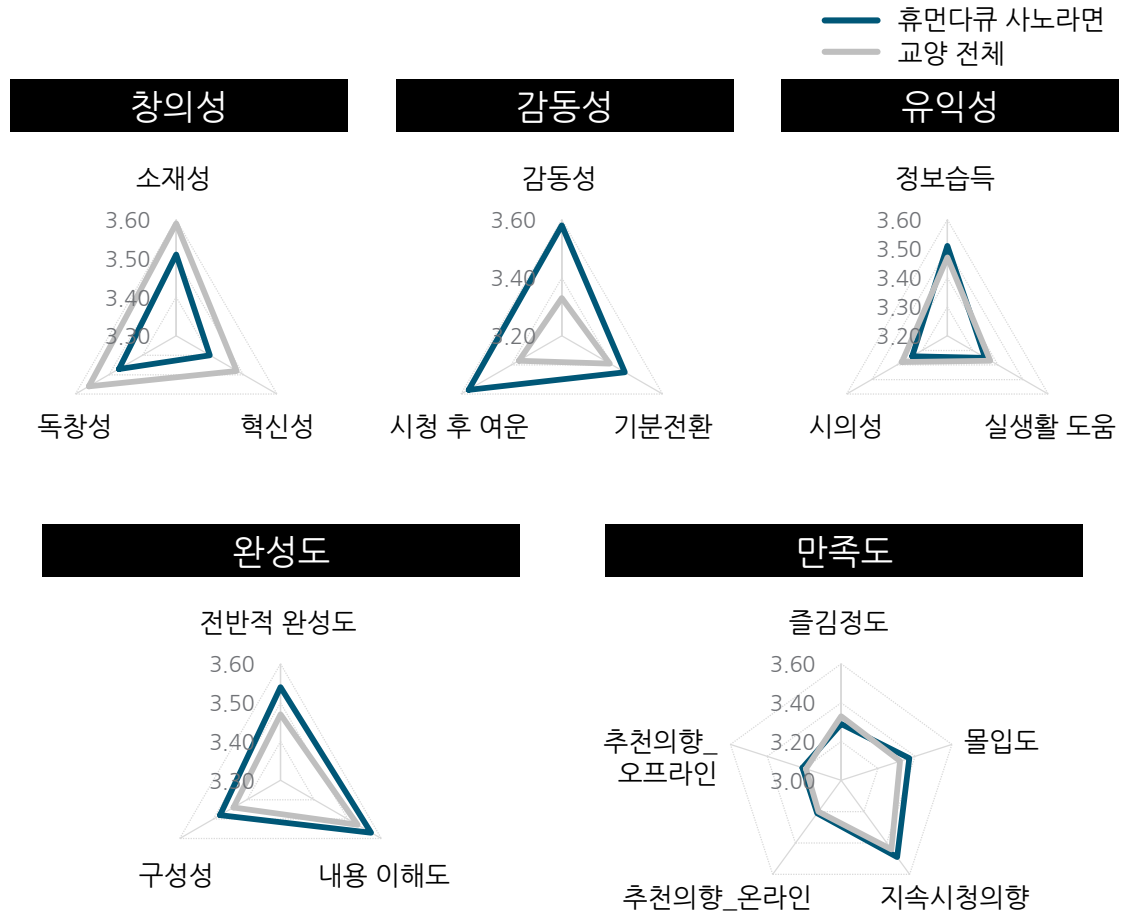
- 감동성, 완성도 차원에서 교양 프로그램 평균 대비 높은 점수를 받았으며, 특히 감동성 (3.48점) 차원에서 교양 평균 대비 0.18점 높게 평가받음

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

8) 휴먼다큐 사노라면

- 창의성 차원에서는 소재성(3.42점)이, 감동성 차원에서는 감동성(3.58점)이, 유익성 차원에서는 정보습득(3.33점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.44점)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.31점)이 좋은 평가를 받았음
- 특히 감동성 및 완성도 차원이 교양 프로그램 평균 대비 상대적으로 높게 평가됨

	휴먼다큐 사노라면	교양 전체
응답자수	255	500
MSI	3.31	3.31
창의성 통합	3.37	3.44
소재성	3.42	3.51
혁신성	3.29	3.38
독창성	3.39	3.43
감동성 통합	3.48	3.30
감동성	3.58	3.24
기분전환	3.38	3.34
시청 후 여운	3.49	3.30
유익성 통합	3.21	3.31
정보습득	3.33	3.34
실생활 도움	3.08	3.26
시의성	3.22	3.26
완성도 통합	3.41	3.38
전반적 완성도	3.41	3.37
내용 이해도	3.44	3.41
구성성	3.37	3.34
만족도 통합	3.19	3.23
즐김정도	3.16	3.29
몰입도	3.22	3.24
지속시청의향	3.31	3.32
추천의향_온라인	3.11	3.11
추천의향_오프라인	3.13	3.11



8) 휴먼다큐 사노라면

- <휴먼다큐 사노라면>은 여성보다 남성(3.32점)에게 상대적으로 높은 평가를 받았으나 유사한 수준임
- 특히, 창의성 차원에서는 60대 이상 남성(3.51점)이, 유익성 차원에서는 40대 남성(3.29점)이, 감동성 차원에서는 20대 이하 여성(3.60점)이 높은 점수를 줌

휴먼다큐 사노라면	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(13*)	(60)	(9*)	(33)	(116)	(31)	(69)	(14*)	(7*)	(18*)	(139)
MSI	2.59	3.35	3.34	3.26	3.31	3.32	3.40	3.25	3.37	3.39	3.31	3.31
창의성 통합	2.67	3.46	3.44	3.44	3.51	3.46	3.37	3.23	3.45	3.19	3.31	3.29
소재성	3.00	3.62	3.55	3.33	3.48	3.52	3.48	3.25	3.36	3.43	3.33	3.33
혁신성	3.00	3.46	3.40	3.33	3.45	3.41	3.32	3.10	3.43	3.00	3.22	3.19
독창성	2.00	3.31	3.38	3.67	3.58	3.44	3.29	3.33	3.57	3.14	3.39	3.35
감동성 통합	2.33	3.56	3.41	3.15	3.41	3.40	3.60	3.55	3.55	3.57	3.52	3.56
감동성	2.00	3.62	3.38	3.44	3.48	3.43	3.77	3.72	3.57	3.43	3.67	3.70
기분전환	2.00	3.38	3.37	3.22	3.30	3.33	3.45	3.38	3.64	3.43	3.44	3.43
시청 후 여운	3.00	3.69	3.47	2.78	3.45	3.43	3.58	3.55	3.43	3.86	3.44	3.55
유익성 통합	3.00	3.28	3.29	3.22	3.18	3.25	3.31	3.09	3.14	3.33	3.22	3.18
정보습득	3.00	3.46	3.42	3.11	3.24	3.34	3.48	3.25	3.21	3.57	3.33	3.32
실생활 도움	3.00	3.23	3.17	3.00	3.06	3.13	3.10	3.00	3.00	3.43	3.00	3.04
시의성	3.00	3.15	3.30	3.56	3.24	3.28	3.35	3.03	3.21	3.00	3.33	3.16
완성도 통합	2.00	3.31	3.44	3.19	3.43	3.39	3.52	3.32	3.52	3.52	3.48	3.41
전반적 완성도	2.00	3.00	3.45	3.33	3.52	3.40	3.48	3.35	3.43	3.57	3.56	3.42
내용 이해도	2.00	3.69	3.48	3.22	3.48	3.47	3.42	3.32	3.50	3.43	3.61	3.40
구성성	2.00	3.23	3.40	3.00	3.30	3.31	3.65	3.29	3.64	3.57	3.28	3.42
만족도 통합	2.80	3.22	3.20	3.29	3.12	3.18	3.29	3.14	3.26	3.34	3.13	3.19
즐김정도	3.00	3.31	3.18	3.56	3.15	3.22	3.26	2.97	3.14	3.71	3.22	3.12
몰입도	3.00	3.00	3.22	3.22	3.09	3.16	3.39	3.19	3.43	3.43	3.22	3.27
지속시청의향	3.00	3.46	3.25	3.22	3.39	3.31	3.42	3.26	3.43	3.29	3.28	3.32
추천의향_온라인	3.00	3.23	3.15	3.22	2.97	3.11	3.19	3.12	3.21	3.14	2.89	3.12
추천의향_오프라인	2.00	3.08	3.20	3.22	3.00	3.12	3.19	3.16	3.07	3.14	3.06	3.14

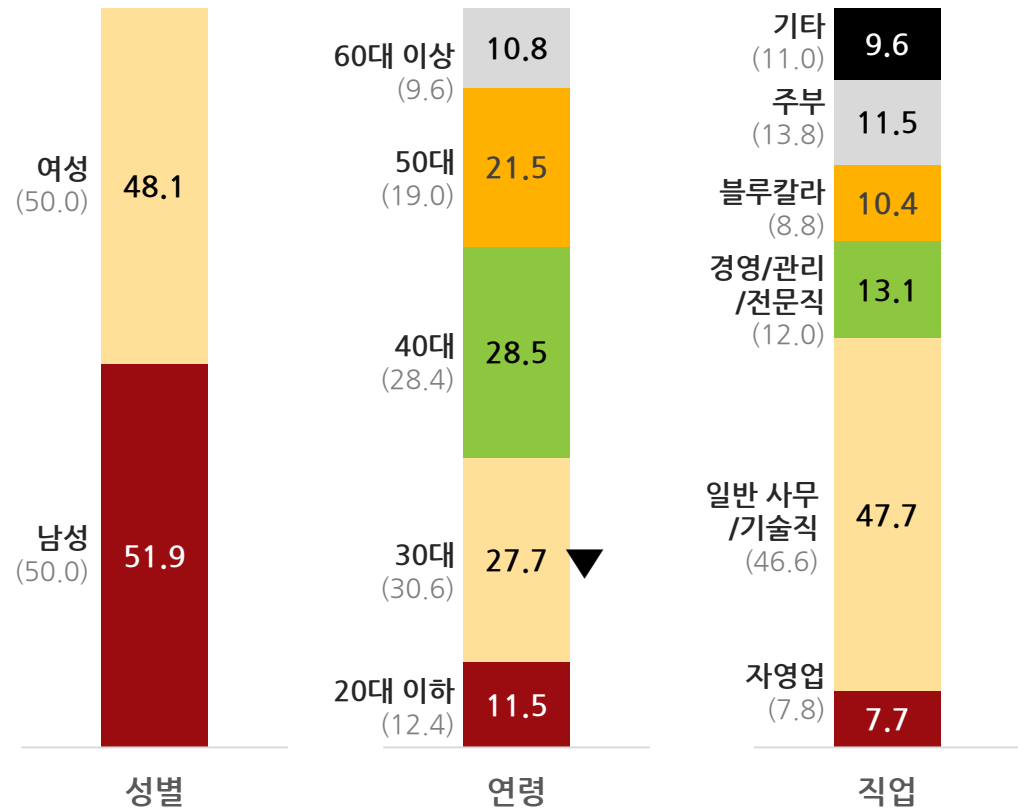
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

9) 현장르포 특종세상

- <현장르포 특종세상> 시청자는 남성(51.9%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대(28.5%) > 30대(27.7%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 47.7%, 경영/관리/전문직이 13.1%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율을 살펴보면, 상대적으로는 30대 및 사무/기술직이 높게 나타남

현장르포 특종세상 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		260	100.0
성별	남성	135	51.9
	여성	125	48.1
연령	20대 이하	30	11.5
	30대	72	27.7
	40대	74	28.5
	50대	56	21.5
	60대 이상	28	10.8
직업	자영업	20	7.7
	사무직/기술직	124	47.7
	경영/관리직	13	5.0
	전문직/자유직	21	8.1
	기능/숙련공/생산직	11	4.2
	판매/서비스직	12	4.6
	농/임/축/어업	4	1.5
	전업 주부	30	11.5
	학생	6	2.3
	무직	16	6.2
	기타	3	1.2



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

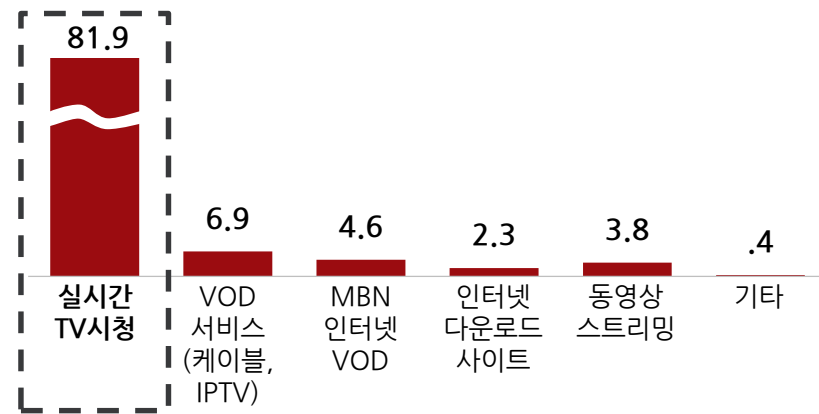
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 113

9) 현장르포 특종세상

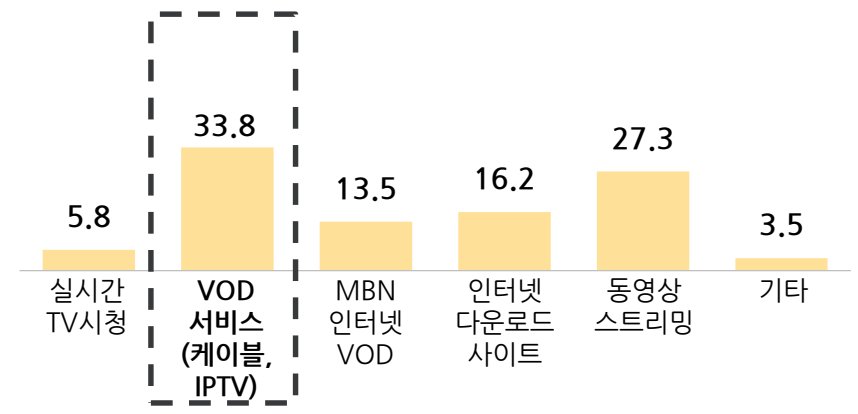
- <현장르포 특종세상> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(81.9%)으로 조사 되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(33.8%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 성별 및 연령별 차이는 특별히 나타나지 않았으나, '실시간 TV 시청'은 50대가 'VOD 서비스'의 경우 60대 이상이 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(260)	(135)	(125)	(30)	(72)	(74)	(56)	(28*)
실시간 TV시청	87.7	87.4	88.0	86.7	81.9	86.5	96.4	89.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	40.8	41.5	40.0	40.0	40.3	39.2	41.1	46.4
유튜브 등 동영상 스트리밍	31.2	31.1	31.2	33.3	27.8	33.8	28.6	35.7
MBN 인터넷 VOD	18.5	14.8	22.4	20.0	22.2	17.6	17.9	10.7
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	18.1	21.5	14.4	16.7	23.6	18.9	12.5	14.3
기타	3.8	3.7	4.0	3.3	4.2	4.1	3.6	3.6

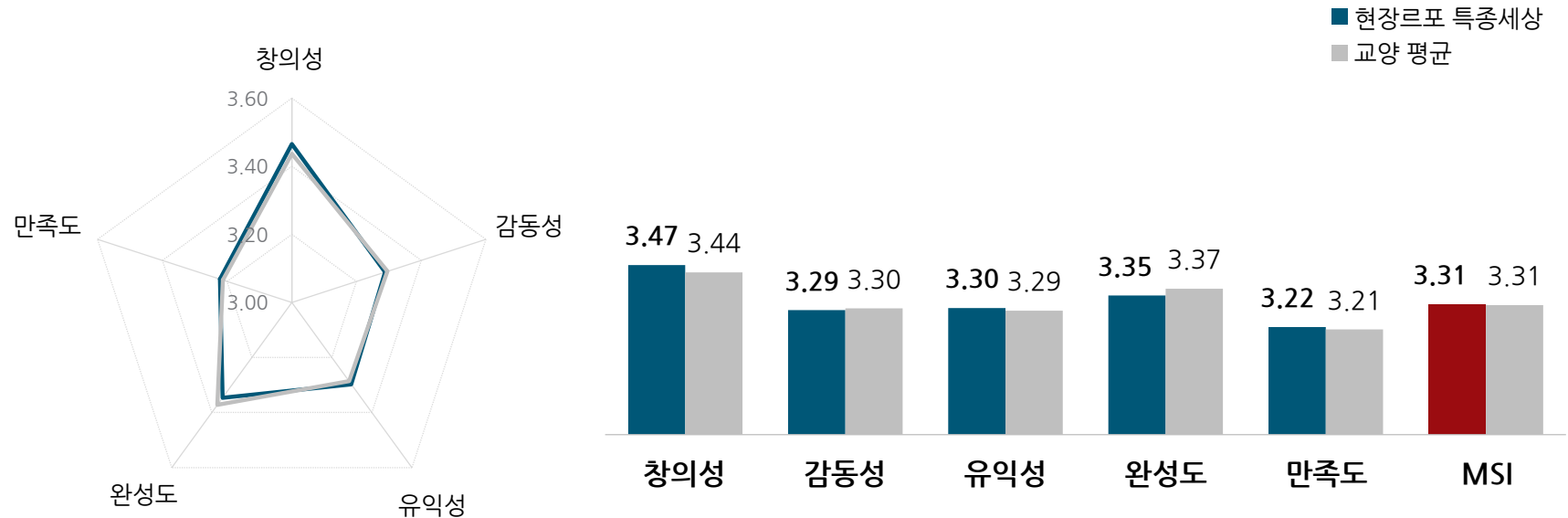
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 114

9) 현장르포 특종세상

- 프로그램 평가 점수는 3.31점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.31점)과 동일한 수준임
- 각 차원별 점수는 창의성(3.47점) > 완성도(3.35점) > 유익성(3.30점) > 감동성(3.29점) > 만족도(3.22점) 순임

프로그램 평가 점수



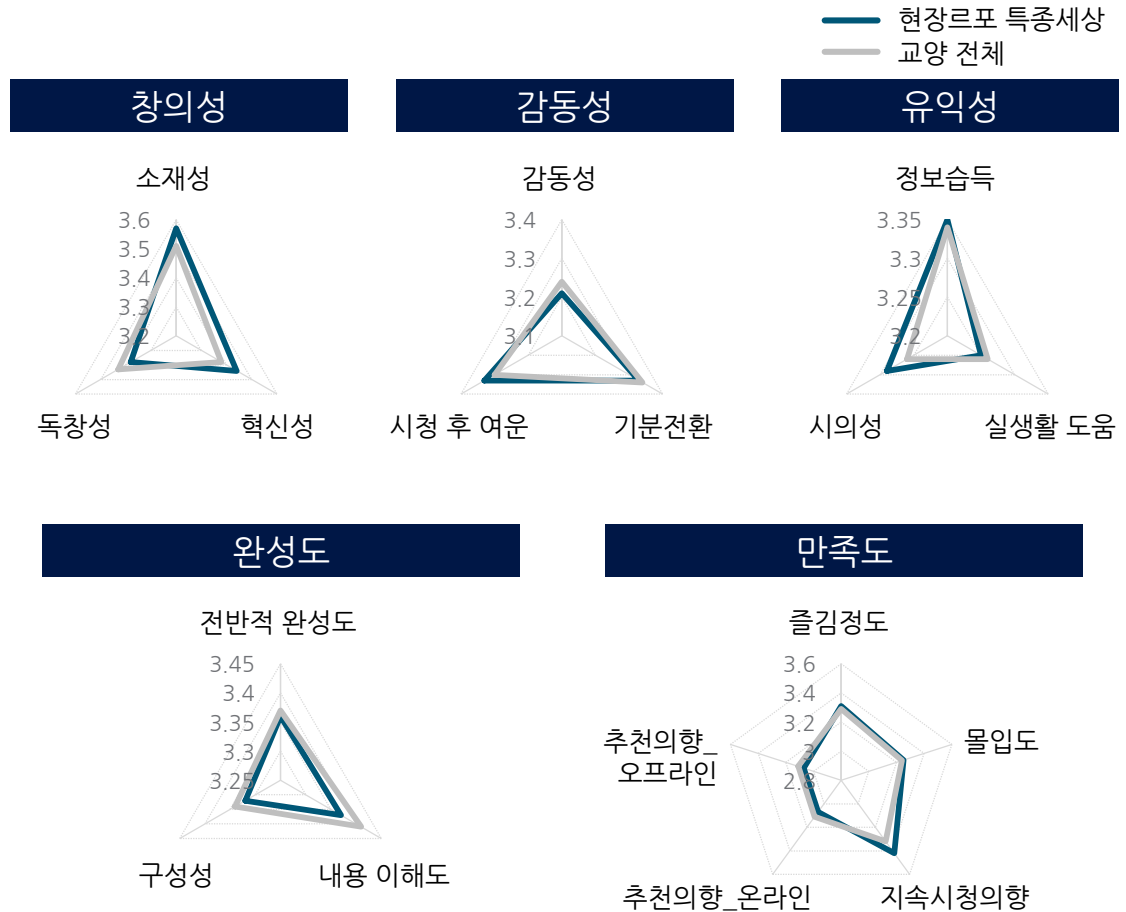
- 창의성, 유익성, 만족도 차원에서 교양 프로그램 평균보다 소폭 높게 평가되었고, 감동성, 완성도 차원은 교양 프로그램 평균보다 소폭 낮게 평가됨

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

9) 현장르포 특종세상

- 창의성 차원에서는 소재성(3.57점), 감동성에서는 기분전환, 시청 후 여운(3.33점), 유익성에서는 정보습득(3.35점), 완성도에서는 내용 이해도(3.37점), 만족도에서는 지속시청의향(3.42점)이 좋은 평가를 받음
- 대부분의 차원 및 항목에서 교양 평균과 유사하게 평가되었으나, 유익성 차원 중 시의성(3.50점) 부분에서 교양 평균보다 긍정적인 평가를 받음

	현장르포 특종세상	교양 전체
응답자수	260	500
MSI	3.31	3.31
창의성 통합	3.47	3.44
소재성	3.57	3.51
혁신성	3.44	3.38
독창성	3.38	3.43
감동성 통합	3.29	3.30
감동성	3.21	3.24
기분전환	3.33	3.34
시청 후 여운	3.33	3.30
유익성 통합	3.30	3.31
정보습득	3.35	3.34
실생활 도움	3.25	3.26
시의성	3.29	3.26
완성도 통합	3.35	3.38
전반적 완성도	3.36	3.37
내용 이해도	3.37	3.41
구성성	3.32	3.34
만족도 통합	3.22	3.23
즐김정도	3.31	3.29
몰입도	3.25	3.24
지속시청의향	3.42	3.32
추천의향_온라인	3.07	3.11
추천의향_오프라인	3.07	3.11



9) 현장르포 특종세상

- <현장르포 특종세상>은 여성보다 남성(3.38점)에게 더 높은 평가를 받았으며, 모든 차원에서 남성이 긍정적으로 평가함
- 완성도 차원에서는 전반적으로 남성의 연령이 높아질수록 높은 점수를 줬으며, 유익성 및 만족도 차원에서도 비슷한 경향이 나타남

현장르포 특종세상	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(29*)	(55)	(26*)	(23*)	(135)	(28*)	(43)	(19*)	(30)	(5*)	(125)
MSI	3.00	3.06	3.42	3.42	3.67	3.38	3.37	3.09	3.07	3.42	3.47	3.24
창의성 통합	3.50	3.25	3.56	3.53	3.72	3.51	3.52	3.31	3.25	3.56	3.47	3.41
소재성	3.00	3.52	3.64	3.65	3.65	3.61	3.57	3.51	3.42	3.63	3.40	3.54
혁신성	4.00	3.28	3.53	3.46	3.83	3.52	3.46	3.30	3.16	3.47	3.20	3.35
독창성	3.50	2.97	3.51	3.46	3.70	3.41	3.54	3.12	3.16	3.57	3.80	3.35
감동성 통합	3.50	3.05	3.38	3.42	3.61	3.36	3.31	3.09	2.88	3.47	3.53	3.21
감동성	3.00	3.00	3.31	3.27	3.61	3.28	3.07	3.14	2.79	3.37	3.40	3.14
기분전환	3.50	2.97	3.42	3.65	3.65	3.41	3.43	3.02	2.84	3.60	3.40	3.24
시청 후 여운	4.00	3.17	3.42	3.35	3.57	3.39	3.43	3.09	3.00	3.43	3.80	3.26
유익성 통합	3.00	3.00	3.42	3.40	3.59	3.35	3.44	2.96	3.12	3.52	3.27	3.24
정보습득	3.50	3.10	3.45	3.58	3.61	3.43	3.43	2.98	3.21	3.60	3.20	3.27
실생활 도움	2.50	3.03	3.35	3.35	3.48	3.29	3.46	2.91	3.11	3.50	3.00	3.21
시의성	3.00	2.86	3.47	3.27	3.70	3.33	3.43	3.00	3.05	3.47	3.60	3.24
완성도 통합	2.50	3.11	3.42	3.59	3.88	3.45	3.30	3.07	3.04	3.40	4.00	3.23
전반적 완성도	3.00	3.03	3.47	3.50	3.70	3.41	3.50	3.12	3.11	3.37	4.00	3.30
내용 이해도	2.50	3.07	3.35	3.62	4.04	3.44	3.36	3.05	3.11	3.53	4.00	3.28
구성성	2.00	3.24	3.44	3.65	3.91	3.50	3.04	3.05	2.89	3.30	4.00	3.12
만족도 통합	2.70	2.97	3.35	3.25	3.58	3.28	3.31	3.04	3.06	3.25	3.24	3.16
즐김정도	4.00	3.03	3.55	3.19	3.48	3.36	3.25	3.33	3.11	3.13	3.80	3.25
몰입도	3.00	2.90	3.33	3.31	3.74	3.30	3.43	3.05	3.21	3.23	3.20	3.21
지속시청의향	2.50	3.00	3.55	3.58	4.00	3.50	3.50	3.09	3.16	3.63	3.40	3.34
추천의향_온라인	2.00	2.93	3.07	3.15	3.39	3.10	3.21	2.88	3.00	3.13	2.80	3.03
추천의향_오프라인	2.00	2.97	3.25	3.04	3.30	3.14	3.18	2.84	2.84	3.10	3.00	2.98

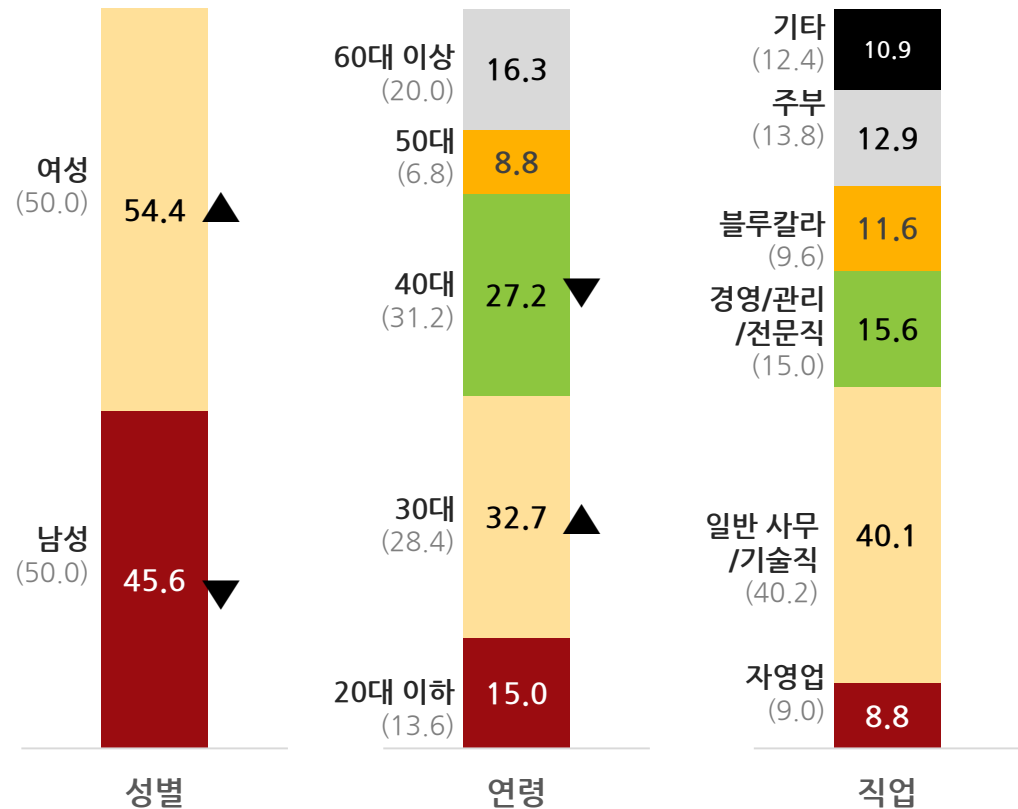
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

10) 열린TV 열린세상

- <열린TV 열린세상> 시청자는 여성(54.4%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대(32.7%) > 40대(27.2%) > 60대 이상(16.3%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 40.1%, 경영/관리/전문직이 15.6%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 상대적으로 여성 및 30대가 높게 나타남

열린TV 열린세상 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		147	100.0
성별	남성	67	45.6
	여성	80	54.4
연령	20대 이하	22	15.0
	30대	48	32.7
	40대	40	27.2
	50대	13	8.8
	60대 이상	24	16.3
직업	자영업	13	8.8
	사무직/기술직	59	40.1
	경영/관리직	10	6.8
	전문직/자유직	13	8.8
	기능/숙련공/생산직	7	4.8
	판매/서비스직	10	6.8
	전업 주부	19	12.9
	학생	6	4.1
	무직	6	4.1
	기타	4	2.7



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

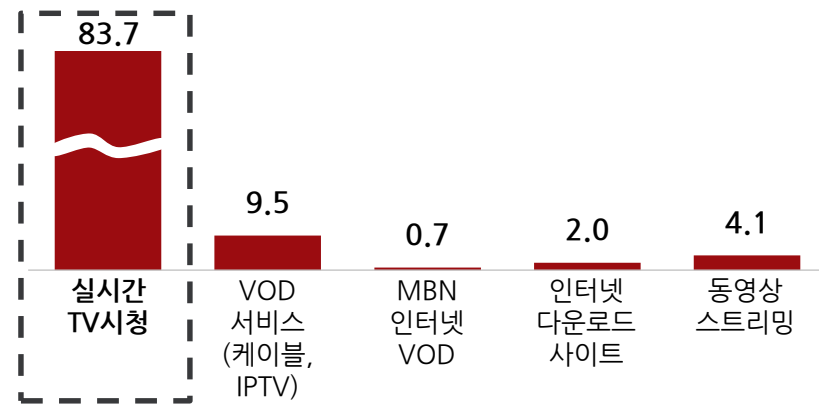
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 118

10) 열린TV 열린세상

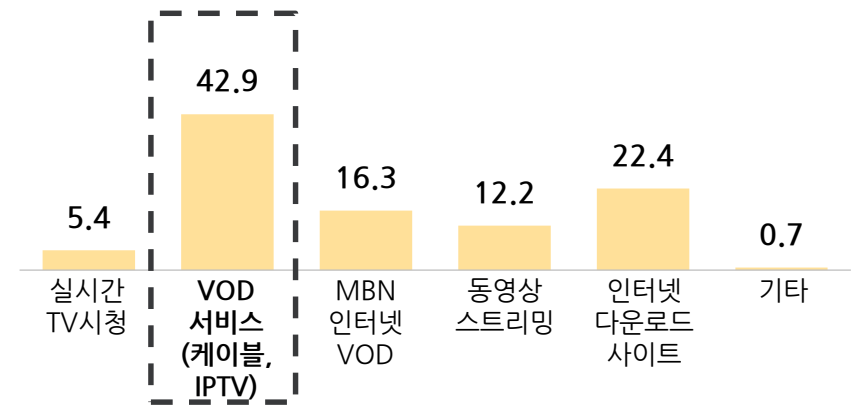
- <열린TV 열린세상> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(83.7%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(42.9%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 40대, ‘VOD 서비스’의 경우 남성 및 40대, ‘동영상 스트리밍’은 여성 및 30대에서 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(147)	(67)	(80)	(22*)	(48)	(40)	(13*)	(24*)
실시간 TV시청	89.1	88.1	90.0	81.8	89.6	95.0	92.3	83.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	52.4	55.2	50.0	45.5	50.0	60.0	38.5	58.3
Youtube 등 동영상 스트리밍	26.5	23.9	28.8	27.3	33.3	20.0	30.8	20.8
MBN 인터넷 VOD	17.0	16.4	17.5	13.6	18.8	15.0	7.7	25.0
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	14.3	14.9	13.8	31.8	8.3	10.0	23.1	12.5
기타	0.7	1.5	0.0	0.0	0.0	0.0	7.7	0.0

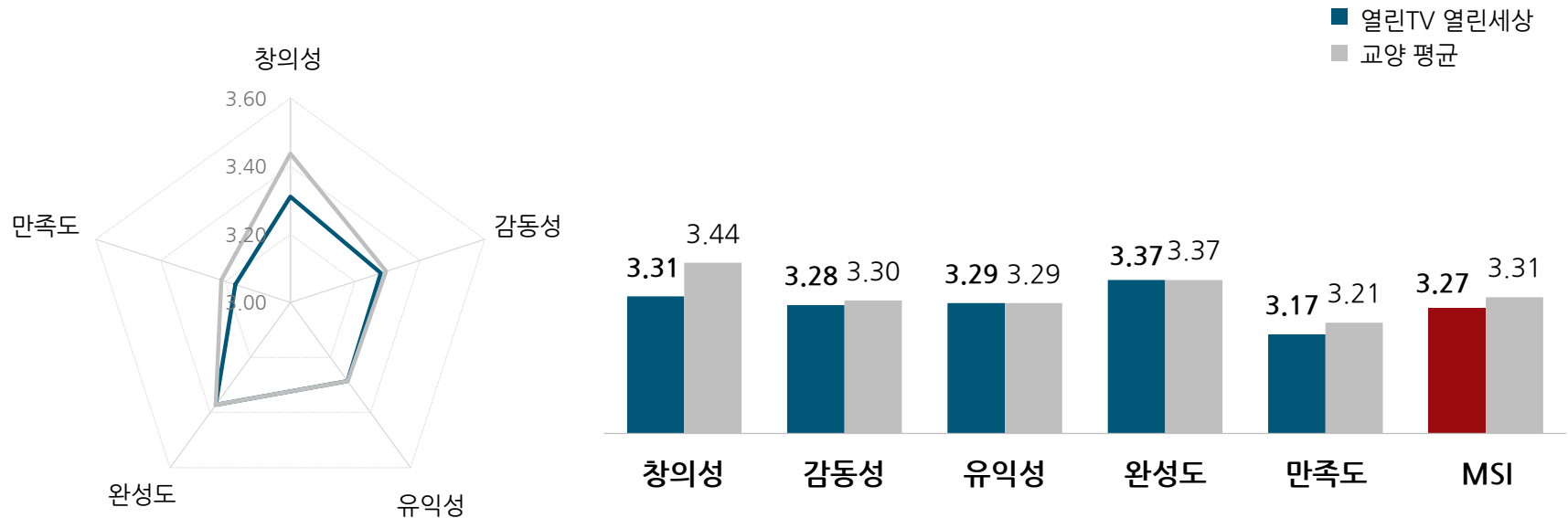
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 119

10) 열린TV 열린세상

- 프로그램 평가 점수는 3.27점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.31점)보다 0.04점 낮은 수준임
- 각 차원별 점수는 완성도(3.37점) > 창의성(3.31점) > 유익성(3.29점) > 감동성(3.28점) > 만족도(3.17점) 순임

프로그램 평가 점수



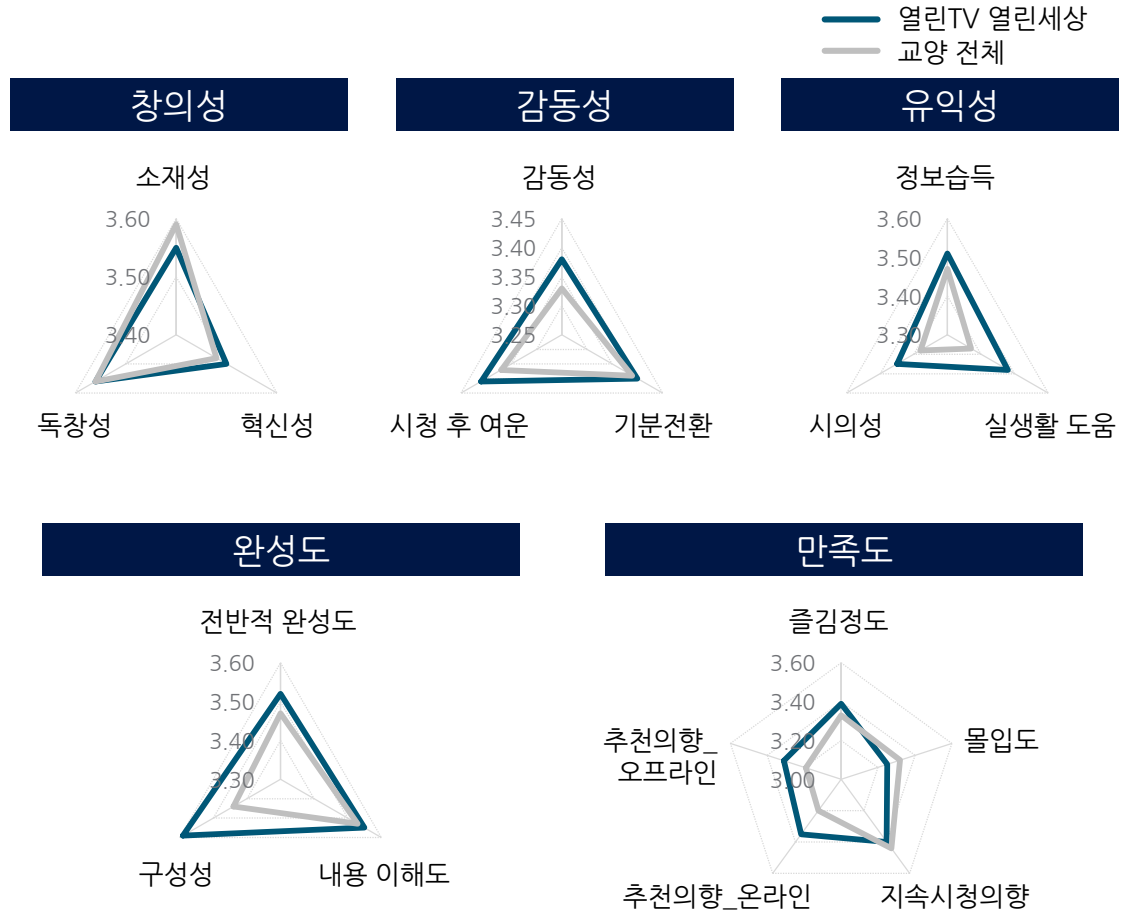
- 모든 차원에서 전반적으로 교양 프로그램 평균 대비 같거나 낮은 평가를 받았으며, 그 중 창의성의 경우 창의성 평균 점수 대비 0.13점 낮게 나타남

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

10) 열린TV 열린세상

- 창의성 차원에서는 소재성(3.38점)이, 감동성 차원에서는 기분전환(3.32점)이, 유익성 차원에서는 정보습득(3.37점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.44점)가, 만족도 차원에서는 즐길정도(3.32점)가 좋은 평가를 받았음
- 특히 유익성 및 완성도 차원은 교양 평균 대비 상대적으로 높게 평가 됨

	열린TV 열린세상	교양 전체
응답자수	147	500
MSI	3.27	3.31
창의성 통합	3.31	3.44
소재성	3.38	3.51
혁신성	3.25	3.38
독창성	3.30	3.43
감동성 통합	3.29	3.30
감동성	3.28	3.24
기분전환	3.32	3.34
시청 후 여운	3.24	3.30
유익성 통합	3.48	3.31
정보습득	3.37	3.34
실생활 도움	3.27	3.26
시의성	3.21	3.26
완성도 통합	3.41	3.38
전반적 완성도	3.34	3.37
내용 이해도	3.44	3.41
구성성	3.34	3.34
만족도 통합	3.35	3.23
즐길정도	3.32	3.29
몰입도	3.16	3.24
지속시청의향	3.16	3.32
추천의향_온라인	3.14	3.11
추천의향_오프라인	3.07	3.11

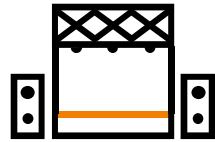


10) 열린TV 열린세상

- <열린TV 열린세상>은 남성보다 여성(3.32점)에게 더 높은 평가를 받았으며, 모든 차원 및 대부분의 세부항목에서 여성이 동일하거나 긍정적으로 평가함
- 특히, 유익성 차원에서 여성(3.59점)이 높게 평가함

열린TV 열린세상	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(9*)	(33)	(8*)	(16*)	(67)	(21*)	(39)	(7*)	(5*)	(8*)	(80)
MSI	2.35	3.17	3.25	3.26	3.20	3.22	3.34	3.22	3.60	3.46	3.38	3.32
창의성 통합	2.67	3.22	3.25	3.46	3.21	3.25	3.38	3.26	3.62	3.53	3.42	3.36
소재성	3.00	3.22	3.30	3.50	3.31	3.31	3.52	3.26	3.71	3.80	3.63	3.44
혁신성	3.00	3.11	3.27	3.50	3.00	3.21	3.19	3.31	3.43	3.40	3.25	3.29
독창성	2.00	3.33	3.18	3.38	3.31	3.24	3.43	3.23	3.71	3.40	3.38	3.35
감동성 통합	2.00	2.93	3.43	3.14	3.33	3.26	3.10	3.20	3.71	3.42	3.89	3.31
감동성	2.00	3.22	3.30	3.25	3.38	3.28	3.48	3.08	3.57	3.60	3.25	3.28
기분전환	2.00	3.22	3.52	3.13	3.44	3.39	3.19	3.13	3.57	3.60	3.63	3.26
시청 후 여운	3.00	3.00	3.36	3.13	2.94	3.18	3.33	3.18	3.29	3.40	3.63	3.29
유익성 통합	3.00	3.19	3.41	3.38	3.37	3.35	3.63	3.51	3.90	3.67	3.50	3.59
정보습득	3.00	3.67	3.30	2.88	3.25	3.28	3.33	3.41	3.86	3.60	3.50	3.45
실생활 도움	3.00	2.89	3.15	3.13	3.31	3.15	3.19	3.44	3.86	3.20	3.25	3.38
시의성	2.00	3.22	3.24	3.50	3.31	3.27	3.14	3.00	3.86	3.40	3.25	3.16
완성도 통합	2.33	3.26	3.43	3.48	3.27	3.35	3.19	3.40	4.10	3.33	3.72	3.45
전반적 완성도	2.00	3.00	3.36	3.38	3.06	3.22	3.62	3.31	3.14	3.80	3.63	3.44
내용 이해도	2.00	3.22	3.45	3.38	3.31	3.36	3.48	3.41	4.00	3.60	3.50	3.50
구성성	3.00	3.11	3.15	3.38	3.25	3.19	3.76	3.28	3.86	3.40	3.25	3.46
만족도 통합	2.80	3.11	3.32	3.20	3.08	3.21	3.41	3.38	3.80	3.60	3.60	3.47
즐김정도	3.00	3.22	3.27	3.63	3.19	3.28	3.38	3.33	3.43	3.20	3.38	3.35
몰입도	2.00	3.11	3.21	2.88	3.00	3.09	3.38	3.05	3.57	3.20	3.38	3.23
지속시청의향	2.00	3.11	2.97	3.13	3.31	3.07	3.29	3.10	3.57	3.40	3.25	3.23
추천의향_온라인	2.00	2.89	3.12	3.13	3.00	3.04	3.10	3.15	3.57	3.60	3.25	3.21
추천의향_오프라인	1.00	3.33	3.09	3.13	3.06	3.09	2.95	3.08	3.14	3.20	3.13	3.06

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함



5. 예능 프로그램 평가



5. 예능 프로그램 평가

- 예능 프로그램 총 8개 중 <알토란>이 유익성 및 창의성 차원에서 가장 높은 점수를 얻으면서 가장 좋은 평가를 받았음(MSI 3.39점)
- 다음으로 <엄지의 제왕>의 경우 완성도 차원에서 점수가 높게 나타나 예능 프로그램 중 두 번째로 좋은 평가를 받았음(MSI 3.37점)

예능 프로그램별 평가 종합



프로그램명	시청경험수 (응답률)	흥미성	유익성	창의성	완성도	만족도	MSI
우리 다시 사랑할 수 있을까	178(35.6)	3.33	3.18	3.30	3.26	3.08	3.21
보이스퀸	219(43.8)	3.60	3.31	3.22	3.38	3.32	3.36
연애 못하는 남자들	97(19.4)	3.32	3.12	3.18	3.09	3.08	3.15
자연스럽게	139(27.8)	3.47	3.15	3.31	3.23	3.11	3.24
모던패밀리	159(31.8)	3.44	3.25	3.30	3.30	3.20	3.28
엄지의 제왕	247(49.4)	3.47	3.46	3.35	3.46	3.23	3.37
속풀이쇼 동치미	380(76.0)	3.45	3.29	3.26	3.32	3.14	3.27
알토란	323(64.6)	3.52	3.49	3.36	3.44	3.25	3.39

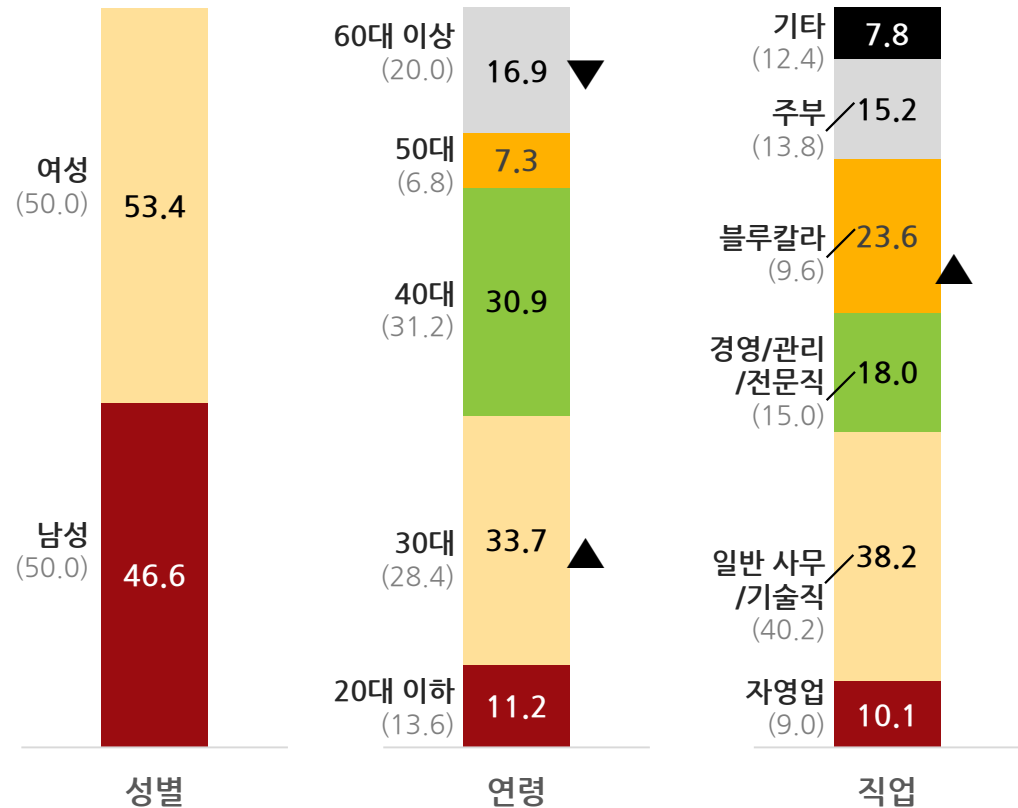
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %, 점]

1) 우리 다시 사랑할 수 있을까

- <우리 다시 사랑할 수 있을까> 시청자는 여성(53.4%)이 많았으며, 연령별로는 30대(33.7%) > 40대(30.9%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 38.2%, 전업주부 및 경영/관리/전문직이 17.2%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 30대와 블루칼라가 상대적으로 높음

우리 다시 사랑할 수 있을까 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		178	100.0
성별	남성	83	46.6
	여성	95	53.4
연령	20대 이하	20	11.2
	30대	60	33.7
	40대	55	30.9
	50대	13	7.3
	60대 이상	30	16.9
직업	자영업	18	10.1
	사무직/기술직	68	38.2
	경영/관리직	9	5.1
	전문직/자유직	23	12.9
	기능/숙련공/생산직	8	4.5
	판매/서비스직	11	6.2
	농/임/축/어업	0	0
	전업 주부	27	15.2
	학생	6	3.4
	무직	4	2.2
	기타	4	2.2



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

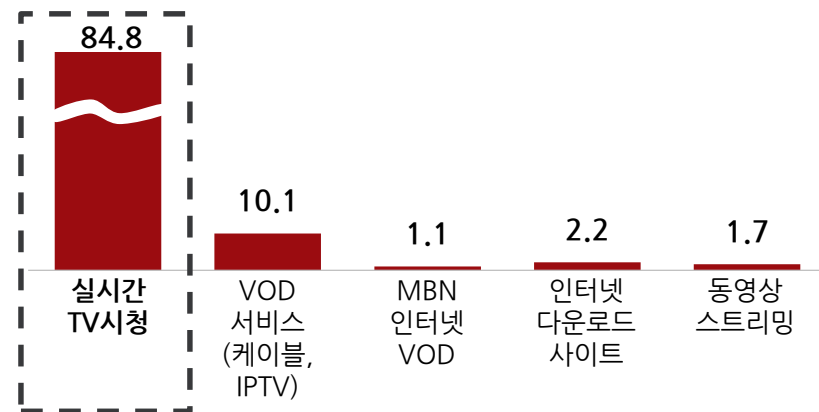
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함

1) 우리 다시 사랑할 수 있을까

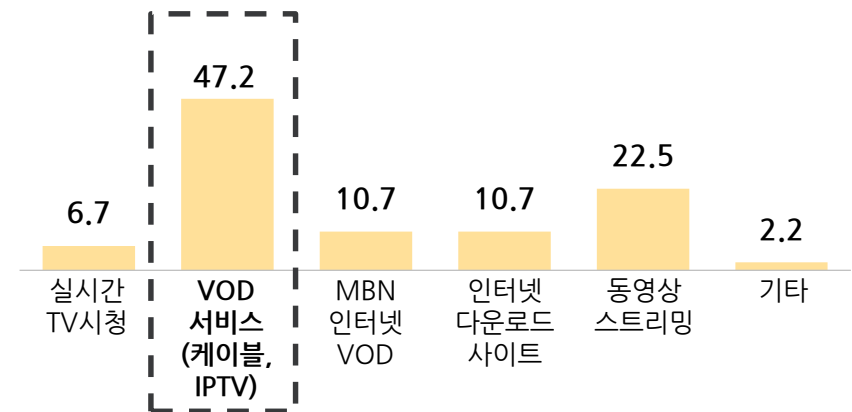
- <우리 다시 사랑할 수 있을까> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(84.8%)으로 조사 되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(47.2%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 여성 및 50대, ‘VOD 서비스’의 경우 남성 및 40대 이하, ‘동영상 스트리밍’은 여성 및 30대 이상이 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(178)	(83)	(95)	(20*)	(60)	(55)	(13*)	(30)
실시간 TV시청	91.6	89.2	93.7	85.0	95.0	89.1	100.0	90.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	57.3	62.7	52.6	35.0	55.0	69.1	38.5	63.3
Youtube 등 동영상 스트리밍	24.2	21.7	26.3	25.0	31.7	18.2	23.1	20.0
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	12.9	12.0	13.7	25.0	11.7	12.7	23.1	3.3
MBN 인터넷 VOD	11.8	10.8	12.6	25.0	6.7	7.3	7.7	23.3
기타	2.2	3.6	1.1	5.0	0.0	3.6	7.7	0.0

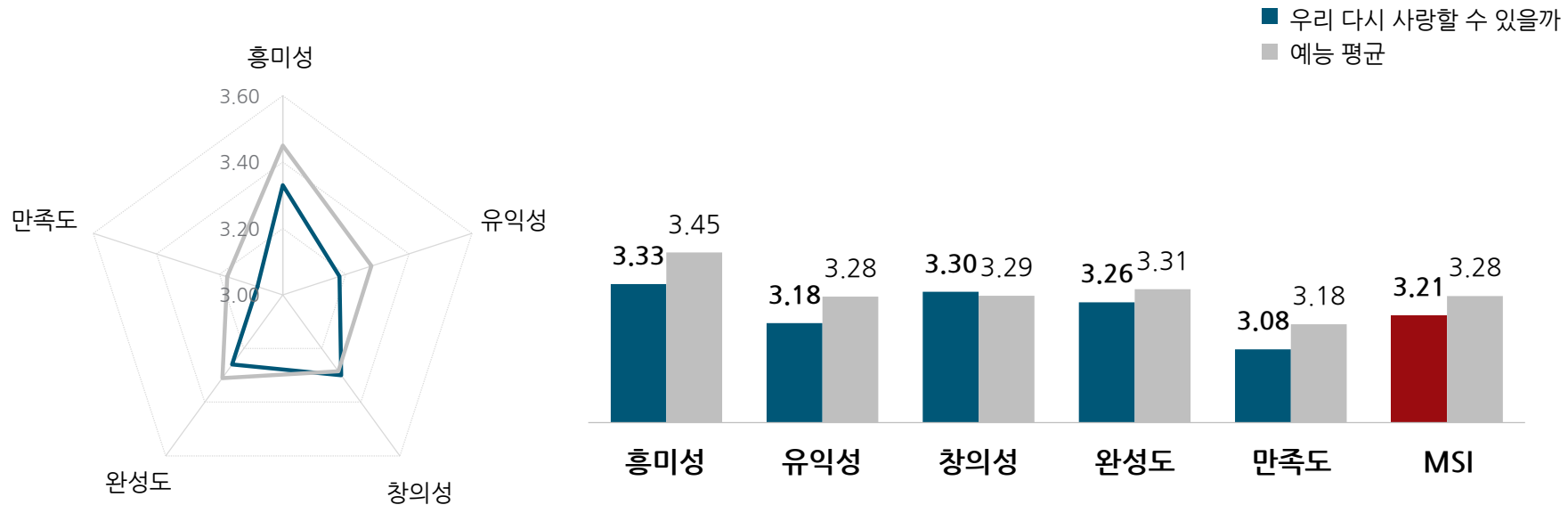
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 126

1) 우리 다시 사랑할 수 있을까

- 프로그램 평가 점수는 3.21점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.28점)보다 0.07점 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.33점) > 창의성(3.30점) > 완성도(3.26점) > 유익성(3.18점) > 만족도(3.08점) 순임

프로그램 평가 점수



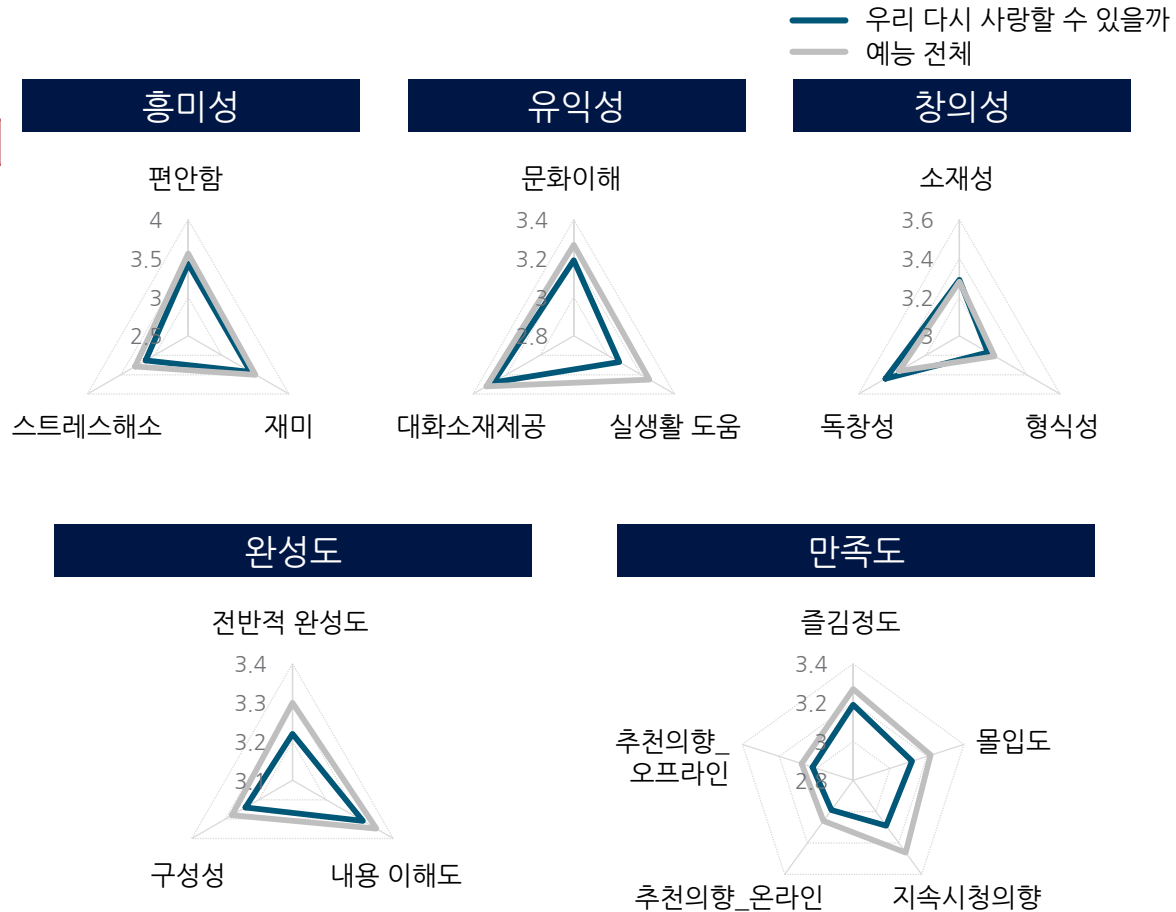
- 창의성(3.30점) 차원은 예능 프로그램 평균과 차이가 없음
- 그러나, 대부분의 차원에서 예능 프로그램 평균보다 낮은 수준으로 평가됨

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

1) 우리 다시 사랑할 수 있을까

- 흥미성 차원에서는 편안함(3.43점), 재미(3.43점), 유익성에서는 대화 소재제공(3.28점), 창의성에서는 독창성(3.44점), 완성도에서는 전반적 완성도 및 내용 이해도(3.31점), 만족도 차원에서는 즐거움(3.19점)가 좋은 평가를 받았음
- 반면 유익성 차원의 실생활도움(3.07점) 항목이 예능 프로그램 전체 대비 상대적으로 낮게 평가됨

	우리 다시 사랑할 수 있을까	예능 전체
응답자 수	178	500
MSI	3.21	3.29
흥미성 통합	3.33	3.45
편안함	3.43	3.56
재미	3.43	3.50
스트레스 해소	3.13	3.29
유익성 통합	3.18	3.28
문화이해	3.19	3.27
실생활 도움	3.07	3.25
대화 소재제공	3.28	3.32
창의성 통합	3.30	3.28
소재성	3.29	3.28
형식성	3.17	3.21
독창성	3.44	3.36
완성도 통합	3.26	3.31
전반적 완성도	3.22	3.30
내용이해도	3.31	3.35
구성성	3.24	3.28
만족도 통합	3.08	3.18
즐거움	3.19	3.27
몰입도	3.12	3.22
지속시청의향	3.09	3.26
추천의향_온라인	2.99	3.06
추천의향_오프라인	3.02	3.08



1) 우리 다시 사랑할 수 있을까

- <우리 다시 사랑할 수 있을까>는 남성보다 여성(3.29점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으나, 사례수가 적어 연령별/성별 차이에 따른 유의한 해석에 어려움이 있음
- 모든 차원에서 여성에게 높은 평가를 받았으며, 만족도 차원의 즐길정도(3.20점)에서만 남성이 더 높게 나타남

우리 다시 사랑할 수 있을까	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	-	(13*)	(47*)	(7*)	(16*)	(83)	(20*)	(47)	(8*)	(6*)	(14*)	(95)
MSI	-	3.15	3.17	3.09	3.00	3.13	3.43	3.26	3.09	3.43	3.24	3.29
흥미성 통합	-	3.31	3.30	3.19	3.25	3.28	3.47	3.33	3.08	3.72	3.43	3.38
편안함	-	3.54	3.40	3.43	3.25	3.40	3.55	3.36	3.25	4.17	3.50	3.46
재미	-	3.23	3.36	3.14	3.50	3.35	3.65	3.47	3.13	3.67	3.57	3.51
스트레스해소	-	3.15	3.13	3.00	3.00	3.10	3.20	3.17	2.88	3.33	3.21	3.17
유익성 통합	-	3.03	3.15	2.90	2.96	3.07	3.42	3.30	2.92	3.39	3.07	3.27
문화이해	-	3.08	3.17	2.71	3.19	3.12	3.30	3.38	2.63	3.33	3.00	3.24
실생활 도움	-	2.92	3.13	2.86	2.63	2.98	3.35	3.11	3.00	3.33	3.00	3.15
대화소재제공	-	3.08	3.15	3.14	3.06	3.12	3.60	3.43	3.13	3.50	3.21	3.41
창의성 통합	-	3.31	3.20	3.29	3.15	3.21	3.57	3.31	3.25	3.44	3.36	3.38
소재성	-	3.15	3.21	3.43	3.13	3.20	3.60	3.28	3.13	3.17	3.50	3.36
형식성	-	2.92	3.11	3.14	2.88	3.04	3.55	3.19	3.25	3.50	3.14	3.28
독창성	-	3.85	3.28	3.29	3.44	3.40	3.55	3.47	3.38	3.67	3.43	3.48
완성도 통합	-	3.13	3.28	3.19	2.98	3.19	3.40	3.31	3.21	3.33	3.29	3.32
전반적 완성도	-	3.23	3.26	3.14	3.00	3.19	3.30	3.26	3.25	3.17	3.21	3.25
내용 이해도	-	3.15	3.34	3.29	3.06	3.25	3.45	3.38	3.13	3.33	3.36	3.37
구성성	-	3.00	3.23	3.14	2.88	3.12	3.45	3.30	3.25	3.50	3.29	3.34
만족도 통합	-	3.06	3.01	2.97	2.81	2.98	3.34	3.13	3.03	3.33	3.13	3.18
즐김정도	-	3.31	3.21	3.00	3.19	3.20	3.40	3.04	2.88	3.50	3.29	3.17
몰입도	-	2.92	3.00	3.29	2.88	2.99	3.50	3.17	3.00	3.33	3.21	3.24
지속시청의향	-	3.08	3.09	3.00	2.75	3.01	3.30	3.13	3.00	3.33	3.07	3.16
추천의향_온라인	-	2.92	2.85	2.86	2.50	2.80	3.25	3.17	3.13	3.33	3.00	3.17
추천의향_오프라인	-	3.08	2.89	2.71	2.75	2.88	3.25	3.13	3.13	3.17	3.07	3.15

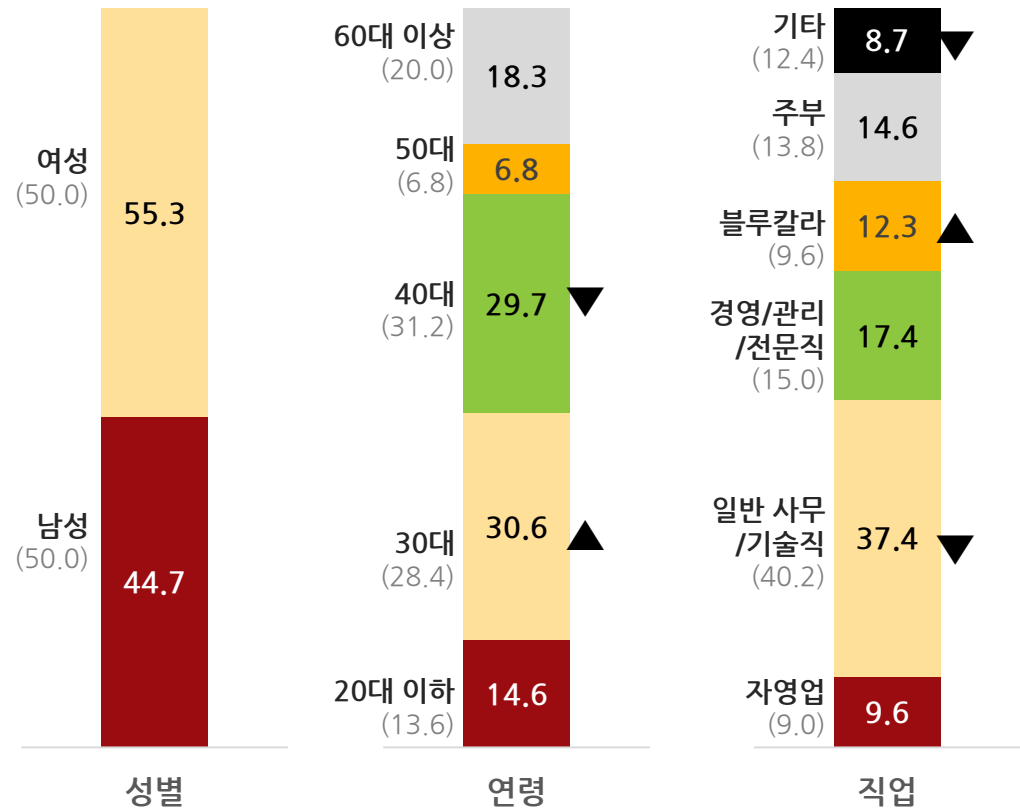
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

2) 보이스퀸

- 〈보이스퀸〉 시청자는 여성(55.3%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대(30.6%) > 40대(29.7%) > 60대 이상(18.3%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 37.4%, 경영/관리/전문직이 17.4%, 전업주부 14.6%로 구성되어 있음

보이스퀸 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		219	100.0
성별	남성	98	44.7
	여성	121	55.3
연령	20대 이하	32	14.6
	30대	67	30.6
	40대	65	29.7
	50대	15	6.8
	60대 이상	40	18.3
직업	자영업	21	9.6
	사무직/기술직	82	37.4
	경영/관리직	16	7.3
	전문직/자유직	22	10.0
	기능/숙련공/생산직	14	6.4
	판매/서비스직	11	5.0
	농/임/축/어업	2	0.9
	전업 주부	32	14.6
	학생	9	4.1
	무직	6	2.7
	기타	4	1.8



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

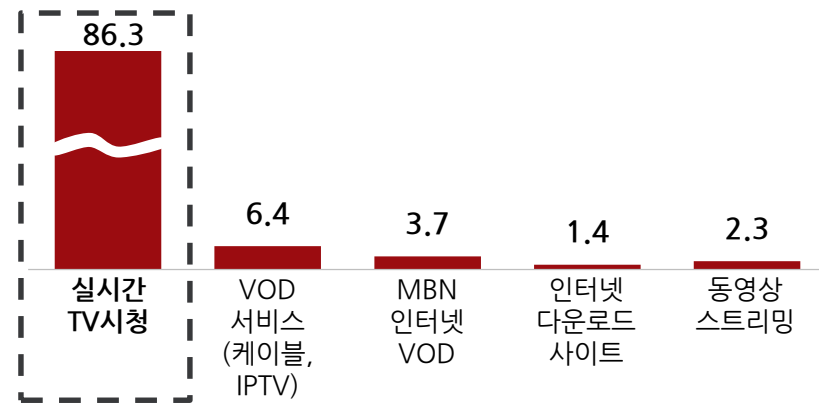
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 130

2) 보이스퀸

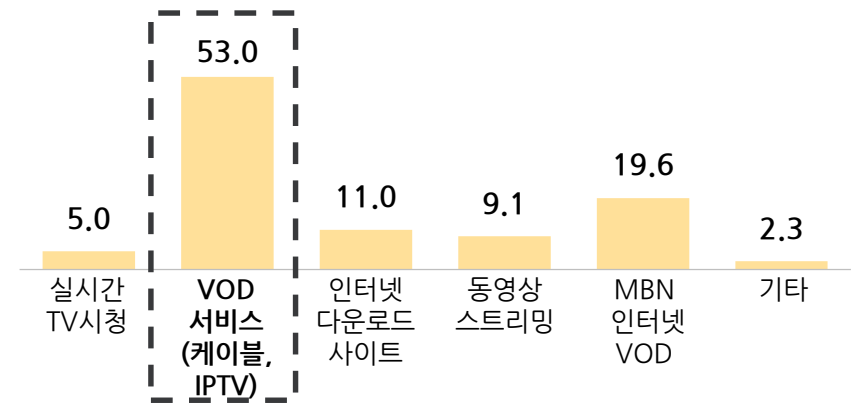
- 〈보이스퀸〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(86.3%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(53.0%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’은 60대 이상, ‘VOD 서비스’의 경우 40대, ‘동영상 스트리밍’은 여성 및 20대가 상대적으로 많이 이용하고 있는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(219)	(98)	(121)	(32)	(67)	(65)	(15*)	(40)
실시간 TV시청	91.3	91.8	90.9	78.1	92.5	92.3	93.3	97.5
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	59.4	59.2	59.5	53.1	61.2	63.1	40.0	62.5
Youtube 등 동영상 스트리밍	21.9	20.4	23.1	28.1	26.9	18.5	26.7	12.5
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	14.6	15.3	14.0	28.1	6.0	16.9	20.0	12.5
MBN 인터넷 VOD	10.5	10.2	10.7	9.4	11.9	7.7	13.3	12.5
기타	2.3	3.1	1.7	3.1	1.5	1.5	6.7	2.5

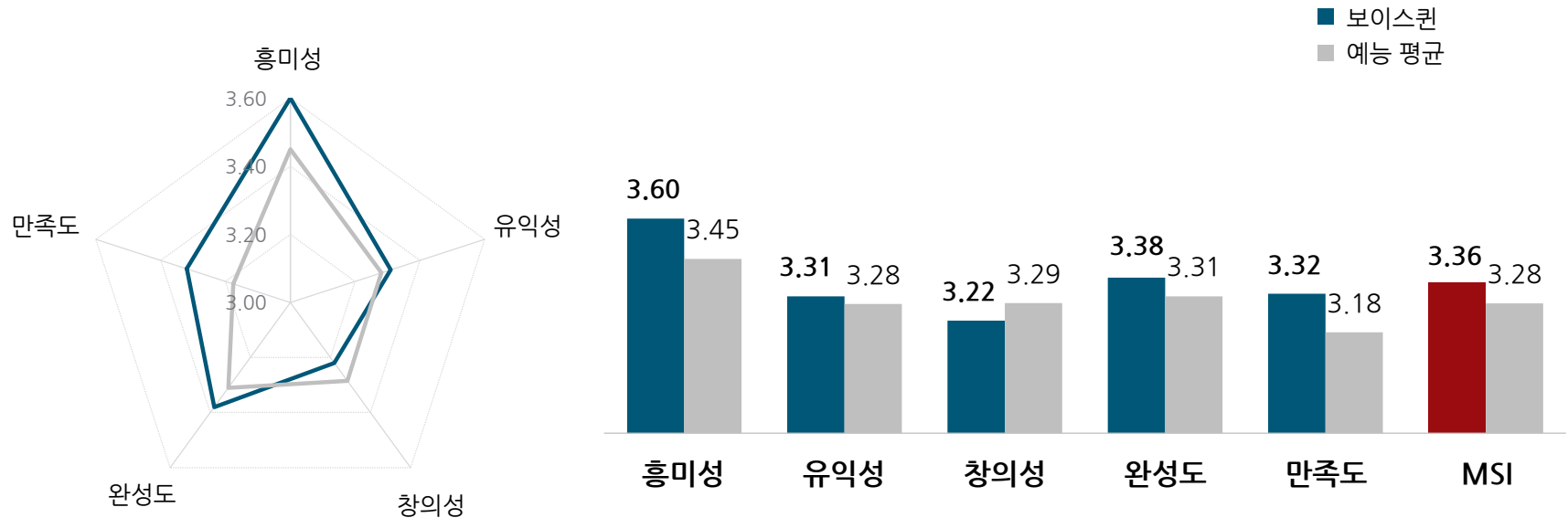
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 131

2) 보이스퀸

- 프로그램 평가 점수는 3.36점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.28점)보다 높은 것으로 나타남
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.60점) > 완성도(3.38점) > 만족도(3.32점) > 유익성(3.31점) > 창의성(3.22점) 순임

프로그램 평가 점수



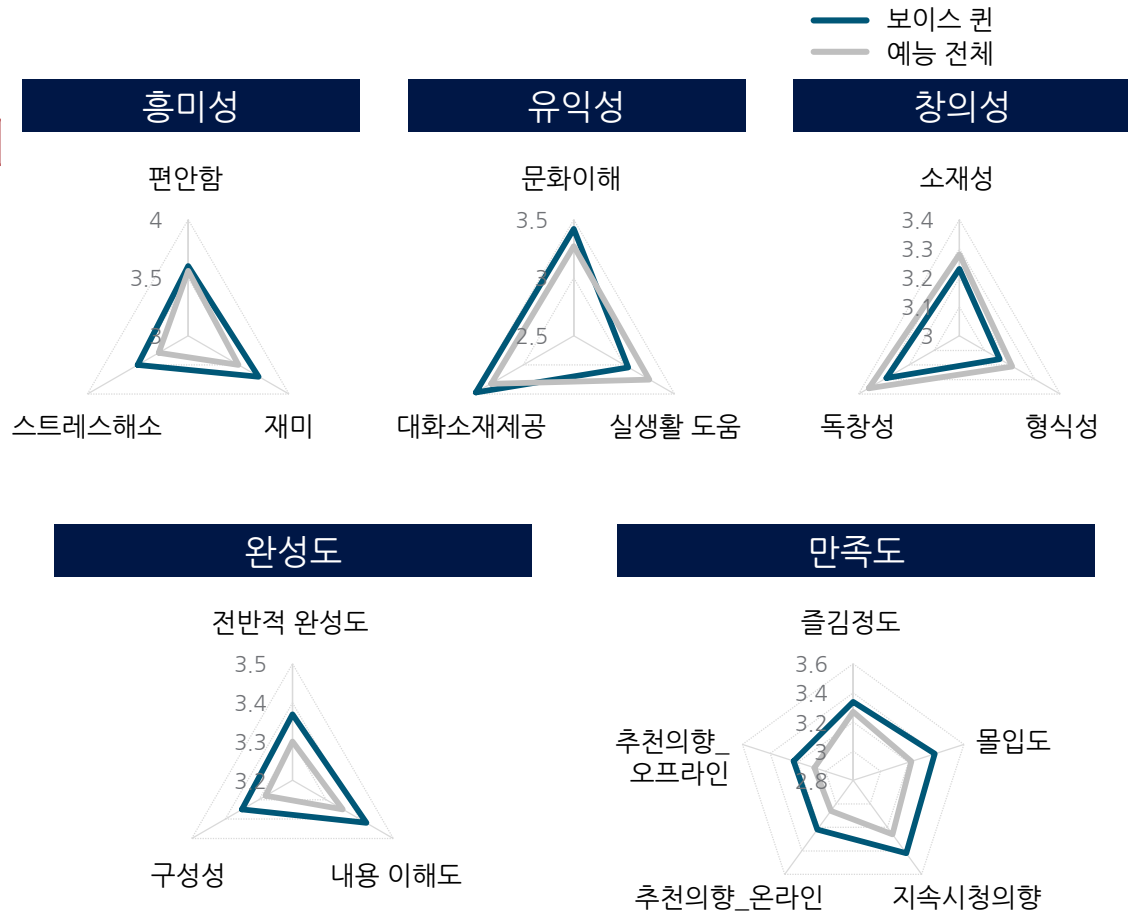
- 창의성을 제외한 대부분의 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 높게 평가됨
- 흥미성(3.60점) 차원에서 가장 높게 평가되었으며, 예능 평균(3.45점) 대비 0.15점 높게 평가됨

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

2) 보이스퀸

- 흥미성 차원에서는 재미(3.70점), 유익성에서는 대화소재 제공(3.47점), 창의성에서는 독창성(3.29점), 완성도에서는 내용 이해도(3.42점), 만족도에서는 지속시청의향(3.42점)이 좋은 평가를 받았음
- 대부분의 차원에서 예능 프로그램 전체 대비 상대적으로 유사 및 높게 평가되었으나, 창의성 차원은 예능 전체 대비 낮게 평가됨

	보이스퀸	예능 전체
응답자 수	219	500
MSI	3.36	3.29
흥미성 통합	3.60	3.45
편안함	3.60	3.56
재미	3.70	3.50
스트레스 해소	3.50	3.29
유익성 통합	3.31	3.28
문화이해	3.42	3.27
실생활 도움	3.04	3.25
대화소재제공	3.47	3.32
창의성 통합	3.22	3.28
소재성	3.23	3.28
형식성	3.16	3.21
독창성	3.29	3.36
완성도 통합	3.38	3.31
전반적완성도	3.37	3.30
내용이해도	3.42	3.35
구성성	3.35	3.28
만족도 통합	3.32	3.18
즐김정도	3.34	3.27
몰입도	3.39	3.22
지속시청의향	3.42	3.26
추천의향_온라인	3.22	3.06
추천의향_오프라인	3.23	3.08



2) 보이스퀸

- <보이스퀸>은 남성보다 여성(3.37점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으나, 사례수가 적어 연령별/성별 차이에 따른 유의한 해석에 어려움이 있음
- 흥미성, 유익성 만족도 차원은 여성이 더 높게 평가한 반면, 창의성, 완성도는 남성이 더 높은 점수로 평가함

보이스퀸	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(10*)	(55)	(10*)	(22*)	(98)	(31)	(57)	(10*)	(5*)	(18*)	(121)
MSI	4.18	3.34	3.33	3.47	3.35	3.36	3.42	3.28	3.23	3.78	3.50	3.37
흥미성 통합	4.00	3.47	3.48	3.70	3.59	3.53	3.61	3.63	3.43	3.87	3.83	3.65
편안함	4.00	3.30	3.49	3.70	3.55	3.51	3.81	3.56	3.40	4.00	3.83	3.67
재미	4.00	3.60	3.60	3.70	3.77	3.65	3.61	3.77	3.50	4.00	3.89	3.74
스트레스해소	4.00	3.50	3.36	3.70	3.45	3.44	3.42	3.56	3.40	3.60	3.78	3.55
유익성 통합	4.67	3.17	3.28	3.37	3.21	3.28	3.34	3.29	3.23	3.80	3.37	3.33
문화이해	5.00	3.20	3.35	3.40	3.45	3.38	3.29	3.47	3.40	4.00	3.50	3.45
실생활 도움	5.00	2.90	3.16	3.20	2.95	3.11	3.03	2.91	3.00	3.60	2.94	2.98
대화소재제공	4.00	3.40	3.35	3.50	3.23	3.35	3.71	3.49	3.30	3.80	3.67	3.57
창의성 통합	4.00	3.27	3.20	3.37	3.33	3.26	3.28	3.03	3.17	3.73	3.43	3.19
소재성	4.00	3.30	3.15	3.50	3.32	3.24	3.45	3.00	3.30	3.60	3.33	3.21
형식성	4.00	3.10	3.11	3.40	3.18	3.16	3.26	2.96	3.00	3.80	3.44	3.15
독창성	4.00	3.40	3.35	3.20	3.50	3.38	3.13	3.12	3.20	3.80	3.50	3.21
완성도 통합	4.33	3.27	3.41	3.53	3.42	3.42	3.43	3.26	3.20	3.60	3.52	3.35
전반적 완성도	4.00	3.40	3.36	3.50	3.45	3.41	3.52	3.23	3.00	3.60	3.56	3.35
내용 이해도	5.00	3.30	3.47	3.60	3.41	3.47	3.32	3.35	3.50	3.60	3.50	3.39
구성성	4.00	3.10	3.40	3.50	3.41	3.39	3.45	3.19	3.10	3.60	3.50	3.31
만족도 통합	4.00	3.44	3.28	3.42	3.25	3.31	3.42	3.23	3.16	3.84	3.42	3.33
즐김정도	4.00	3.40	3.31	3.60	3.45	3.39	3.45	3.16	3.00	4.00	3.50	3.31
몰입도	4.00	3.30	3.31	3.50	3.59	3.40	3.35	3.32	3.30	3.80	3.61	3.39
지속시청의향	4.00	3.80	3.24	3.60	3.41	3.38	3.61	3.30	3.10	3.80	3.72	3.45
추천의향_온라인	4.00	3.50	3.29	3.20	2.82	3.20	3.35	3.19	3.10	3.80	3.11	3.24
추천의향_오프라인	4.00	3.20	3.27	3.20	2.95	3.19	3.32	3.19	3.30	3.80	3.17	3.26

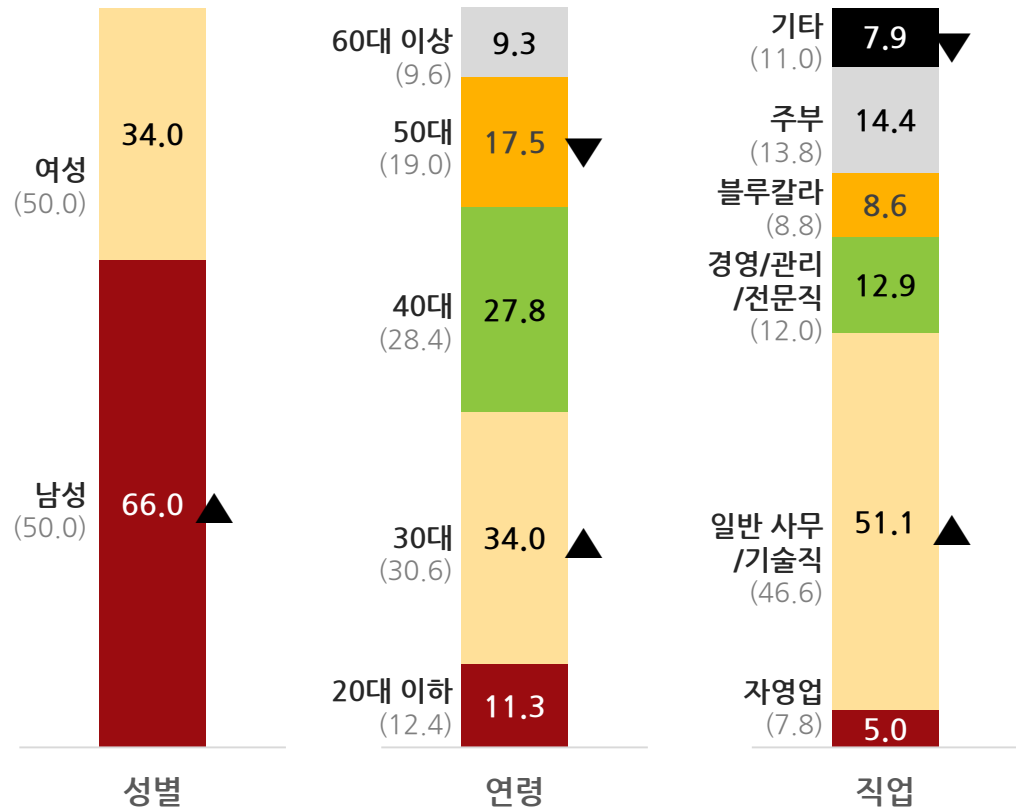
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

3) 연애 못하는 남자들

- <연애 못하는 남자들> 시청자는 남성(66.0%)이 많았으며, 연령별로는 30대(34.0%) > 40대(27.8%) > 50대(17.5%)순, 직업별로는 사무/기술직이 51.1%, 전업주부 14.4%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 남성, 30대 및 사무/기술직이 상대적으로 높게 나타남

연애 못하는 남자들 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		97	100.0
성별	남성	64	66.0
	여성	33	34.0
연령	20대 이하	11	11.3
	30대	33	34.0
	40대	27	27.8
	50대	17	17.5
	60대 이상	9	9.3
직업	자영업	7	7.2
	사무직/기술직	54	55.7
	경영/관리직	4	4.1
	전문직/자유직	7	7.2
	기능/숙련공/생산직	4	4.1
	판매/서비스직	6	6.2
	농/임/축/어업	3	3.1
	전업 주부	2	2.1
	학생	5	5.2
	무직	5	5.2
	기타	0	0.0



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

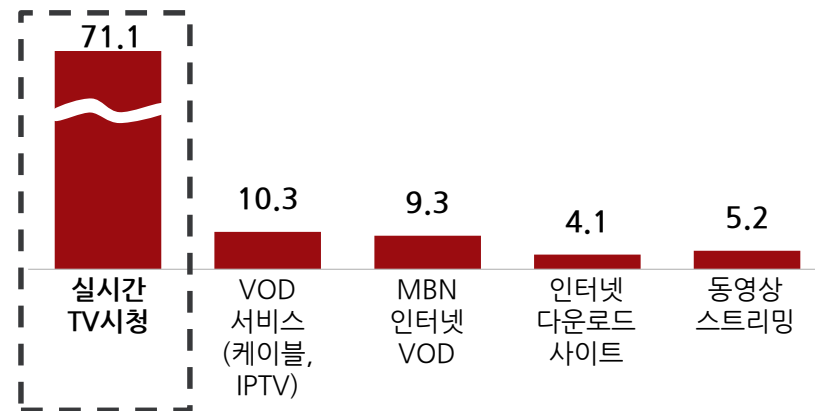
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 135

3) 연애 못하는 남자들

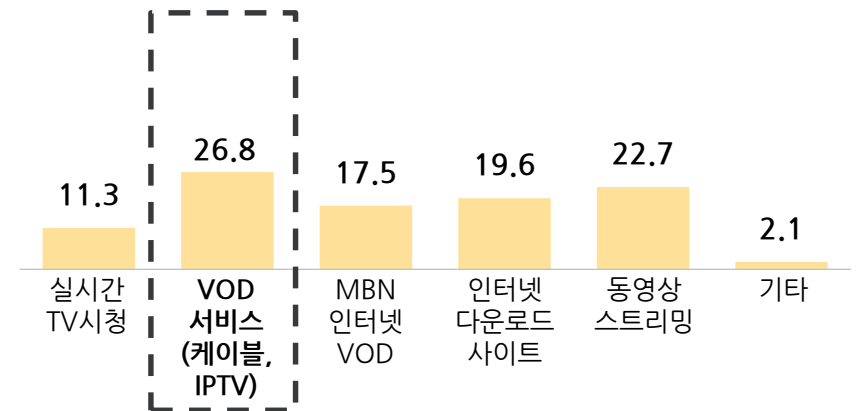
- <연애 못하는 남자들> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(71.1%)으로 조사 되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(26.8%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'의 경우 남성 및 40대, 'VOD 서비스'의 경우 남성 및 50대 이하, '동영상 스트리밍'은 여성 및 60대 이상이 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(97)	(64)	(33)	(11*)	(33)	(27*)	(17*)	(9*)
실시간 TV시청	82.5	84.4	78.8	72.7	72.7	92.6	82.4	100.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	37.1	42.2	27.3	45.5	36.4	33.3	47.1	22.2
Youtube 등 동영상 스트리밍	27.8	25.0	33.3	36.4	21.2	29.6	23.5	44.4
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	26.8	26.6	27.3	9.1	36.4	29.6	17.6	22.2
MBN 인터넷 VOD	23.7	20.3	30.3	27.3	33.3	14.8	29.4	0.0
기타	2.1	1.6	3.0	9.1	0.0	0.0	0.0	11.1

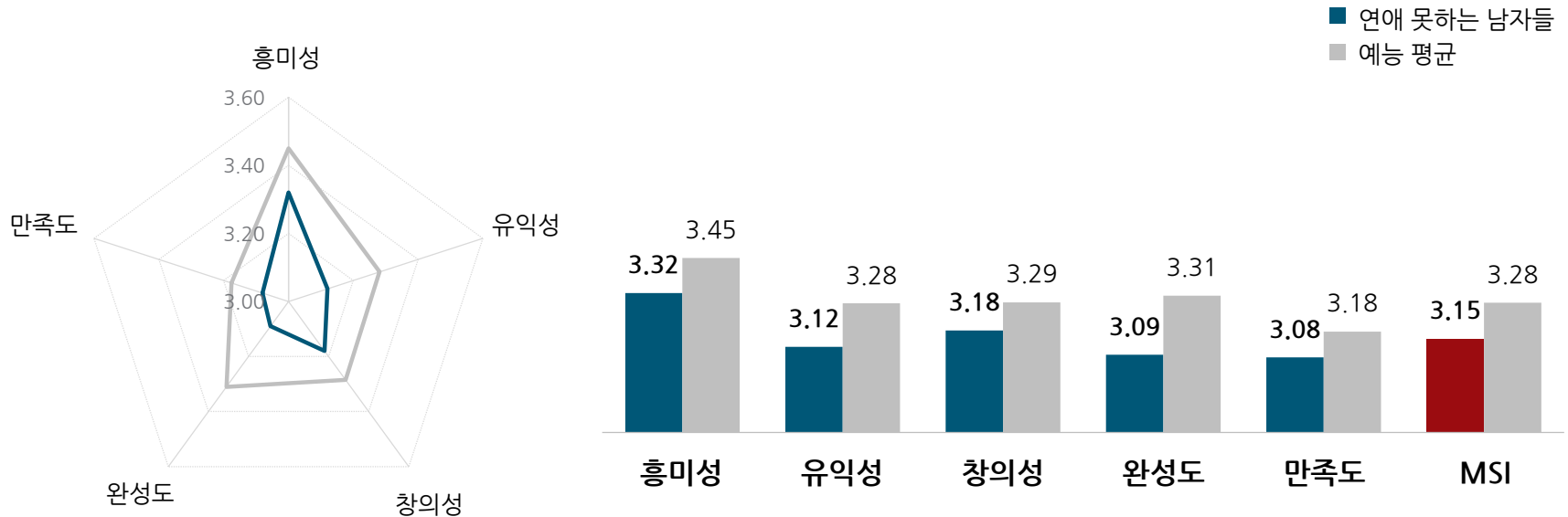
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 136

3) 연애 못하는 남자들

- 프로그램 평가 점수는 3.15점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.28점)보다 0.13점 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.32점) > 창의성(3.18점) > 유익성(3.12점) > 완성도(3.09점) > 만족도(3.08점) 순임

프로그램 평가 점수



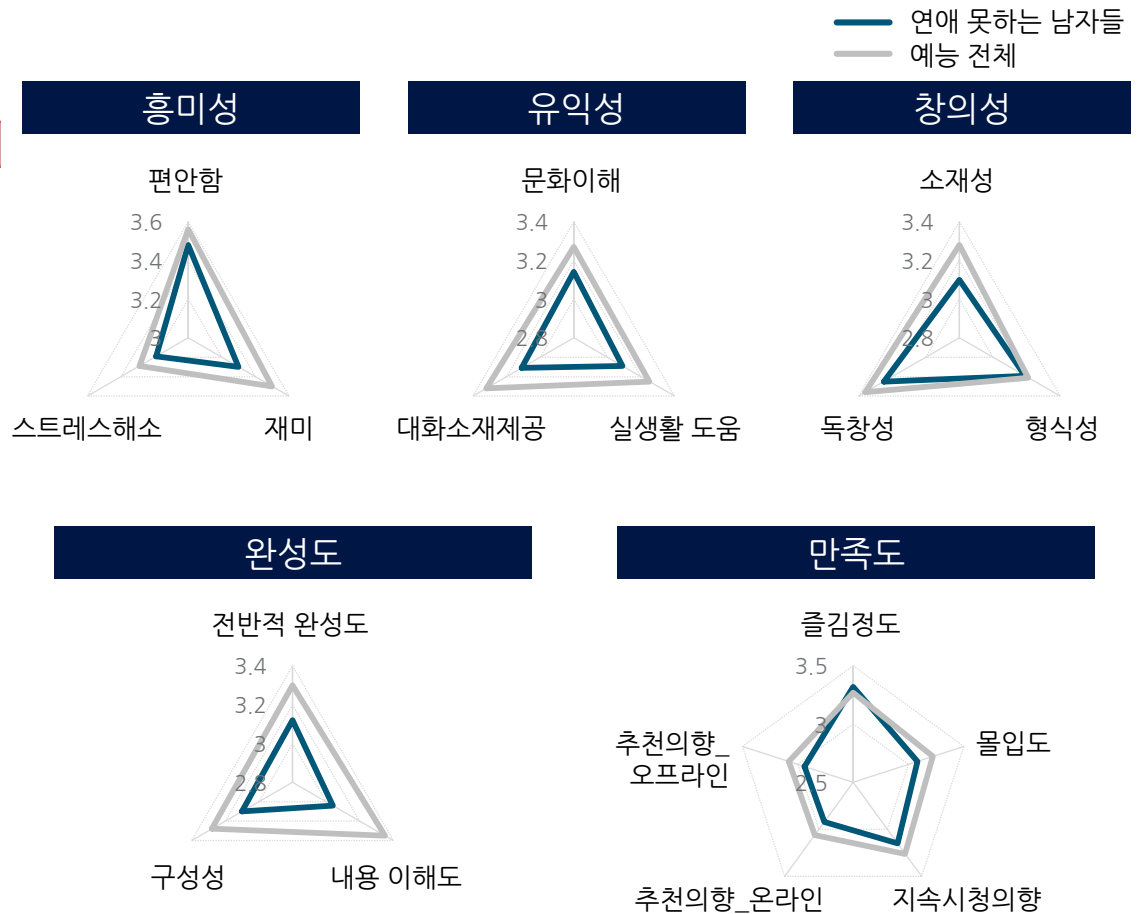
- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균보다 낮게 평가되었으며, 특히 유익성(3.12점) 차원에서 교양 평균 대비 0.16점 낮게 평가됨

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

3) 연애 못하는 남자들

- 흥미성 차원에서는 편안함(3.48점), 유익성에서는 문화이해(3.14점), 창의성에서는 소재성(3.25점), 완성도에서는 전반적 완성도(3.12점), 만족도 차원에서는 즐길정도(3.32점)이 좋은 평가를 받았음
- 특히 완성도의 내용이해도(3.04점) 항목이 예능 프로그램 전체 대비 상대적으로 낮게 평가됨

	연애 못하는 남자들	예능 전체
응답자 수	97	500
MSI	3.15	3.29
흥미성 통합	3.32	3.45
편안함	3.48	3.56
재미	3.30	3.50
스트레스 해소	3.19	3.29
유익성 통합	3.12	3.28
문화이해	3.14	3.27
실생활 도움	3.09	3.25
대화소재제공	3.11	3.32
창의성 통합	3.18	3.28
소재성	3.10	3.28
형식성	3.19	3.21
독창성	3.25	3.36
완성도 통합	3.09	3.31
전반적완성도	3.12	3.30
내용이해도	3.04	3.35
구성성	3.10	3.28
만족도 통합	3.08	3.18
즐길정도	3.32	3.27
몰입도	3.08	3.22
지속시청의향	3.15	3.26
추천의향_온라인	2.92	3.06
추천의향_오프라인	2.94	3.08



3) 연애 못하는 남자들

- <연애 못하는 남자들>은 여성보다 남성(3.17점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으나, 사례수가 적어 연령별/성별 차이에 따른 유의한 해석에 어려움이 있음
- 대부분의 차원에서 남성에게 높은 평가를 받았지만, 완성도 차원은 여성에게 더 높은 평가를 받음

연애 못하는 남자들	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(20*)	(24*)	(11*)	(8*)	(64)	(10*)	(13*)	(3*)	(6*)	(1*)	(33)
MSI	3.00	3.16	3.24	3.32	2.82	3.17	2.75	3.24	2.90	3.81	1.29	3.11
흥미성 통합	3.00	3.27	3.44	3.48	3.29	3.37	3.00	3.44	3.11	3.61	1.00	3.23
편안함	4.00	3.40	3.79	3.55	3.25	3.56	3.00	3.62	3.33	3.67	1.00	3.33
재미	3.00	3.20	3.38	3.64	3.38	3.36	3.10	3.38	3.00	3.33	1.00	3.18
스트레스해소	2.00	3.20	3.17	3.27	3.25	3.19	2.90	3.31	3.00	3.83	1.00	3.18
유익성 통합	3.33	3.20	3.15	3.21	2.88	3.15	2.63	3.21	2.89	3.89	1.00	3.06
문화이해	3.00	3.30	3.04	3.27	3.13	3.17	2.70	3.31	2.67	3.83	1.00	3.09
실생활 도움	4.00	3.25	3.17	3.18	2.50	3.13	2.50	3.31	2.67	3.83	1.00	3.03
대화소재제공	3.00	3.05	3.25	3.18	3.00	3.14	2.70	3.00	3.33	4.00	1.00	3.06
창의성 통합	2.67	3.10	3.43	3.24	2.83	3.21	2.73	3.21	2.89	3.94	1.67	3.12
소재성	2.00	3.00	3.38	3.18	2.88	3.14	2.50	3.08	3.00	4.00	2.00	3.03
형식성	3.00	3.15	3.42	3.18	2.63	3.19	2.80	3.31	3.00	3.83	2.00	3.18
독창성	3.00	3.15	3.50	3.36	3.00	3.30	2.90	3.23	2.67	4.00	1.00	3.15
완성도 통합	3.00	3.10	3.03	3.33	2.71	3.06	2.87	3.23	2.67	3.83	2.00	3.14
전반적 완성도	4.00	3.25	3.13	3.36	2.75	3.17	2.90	3.00	2.67	3.83	1.00	3.03
내용 이해도	2.00	2.85	3.04	3.27	2.75	2.97	2.90	3.23	2.67	3.67	4.00	3.18
구성성	3.00	3.20	2.92	3.36	2.63	3.05	2.80	3.46	2.67	4.00	1.00	3.21
만족도 통합	3.00	3.14	3.18	3.31	2.55	3.11	2.62	3.18	2.93	3.80	1.00	3.04
즐김정도	3.00	3.45	3.46	3.55	2.75	3.38	2.60	3.54	3.00	4.00	1.00	3.21
몰입도	4.00	3.00	3.00	3.27	2.88	3.05	2.90	3.31	3.00	3.67	1.00	3.15
지속시청의향	3.00	3.40	3.08	3.27	2.50	3.14	2.90	3.15	3.33	4.00	1.00	3.18
추천의향_온라인	2.00	2.90	3.13	3.18	2.38	2.95	2.40	3.00	2.67	3.67	1.00	2.85
추천의향_오프라인	3.00	2.95	3.21	3.27	2.25	3.02	2.30	2.92	2.67	3.67	1.00	2.79

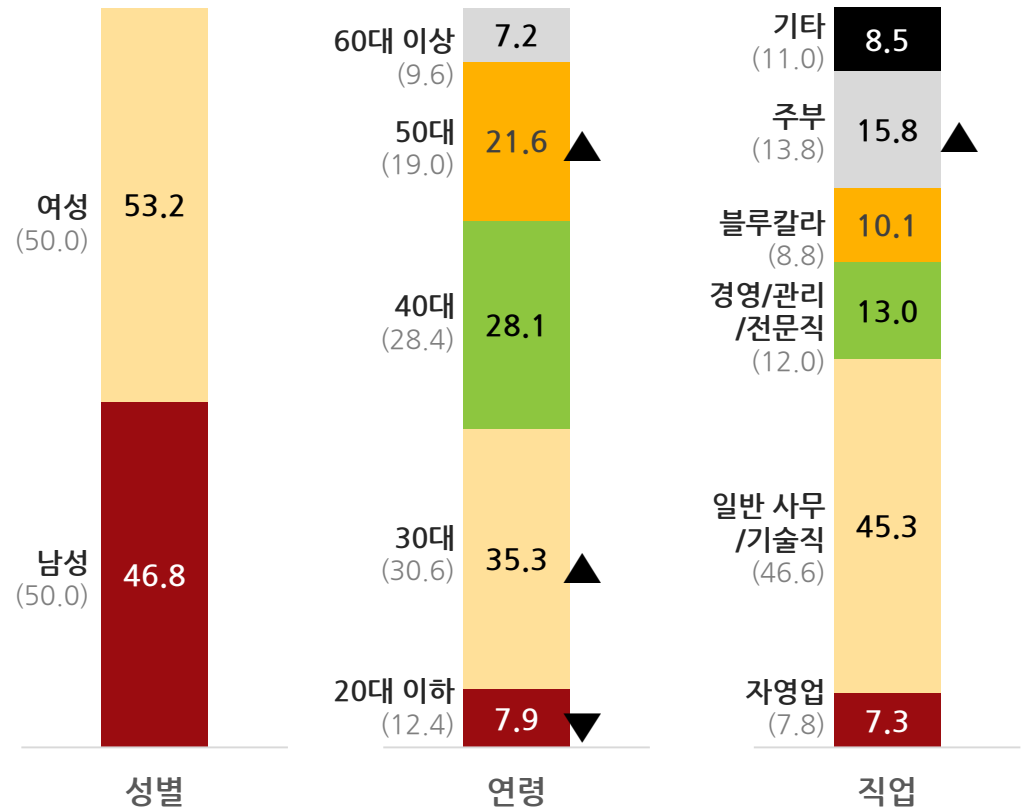
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

4) 자연스럽게

- <자연스럽게> 시청자는 여성(53.2%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대 이상(35.3%) > 40대(28.1%) > 50대(21.6%)순, 직업별로는 사무/기술직이 45.3%, 전업주부가 15.8%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 여성 및 30대, 50대가 높게 나타남.

자연스럽게 시청 경험자 현황

구성		사례수(명)	비율(%)
전체		139	100.0
성별	남성	65	46.8
	여성	74	53.2
연령	20대 이하	11	7.9
	30대	49	35.3
	40대	39	28.1
	50대	30	21.6
	60대 이상	10	7.2
직업	자영업	7	5.0
	사무직/기술직	71	51.1
	경영/관리직	5	3.6
	전문직/자유직	13	9.4
	기능/숙련공/생산직	3	2.2
	판매/서비스직	6	4.3
	농/임/축/어업	3	2.2
	전업 주부	20	14.4
	학생	3	2.2
	무직	6	4.3
	기타	2	1.4



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

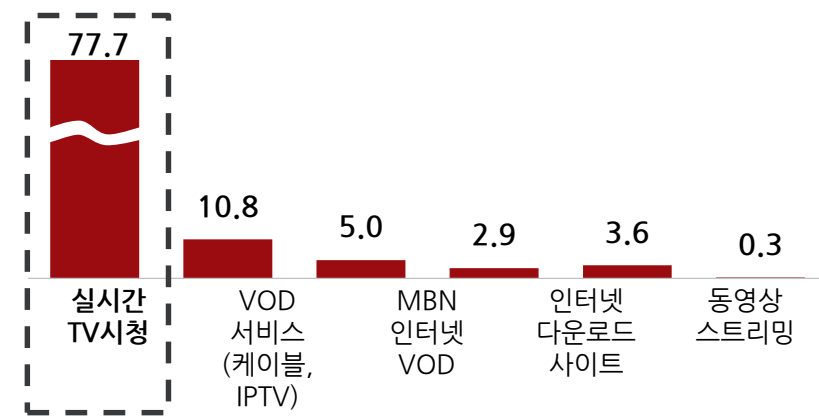
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 140

4) 자연스럽게

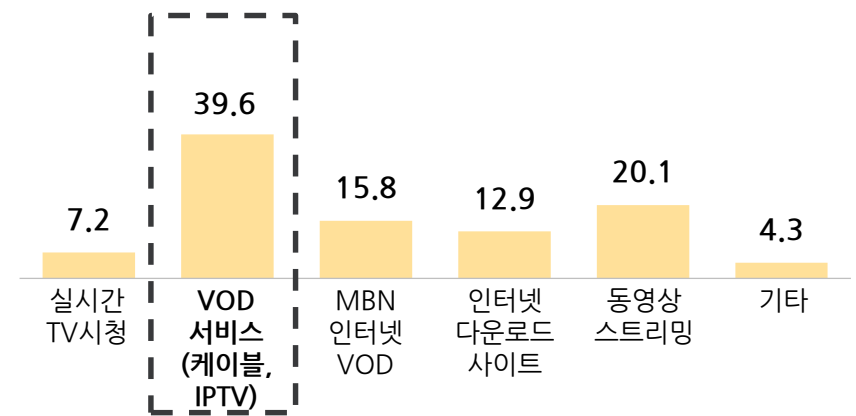
- <자연스럽게>를 시청하는 주요 방법 1순위는 ‘실시간 TV시청’(77.7%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(39.6%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 살펴보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 50대, ‘VOD 서비스’의 경우 여성, ‘동영상 스트리밍’은 남성의 경우 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(139)	(65)	(74)	(11*)	(49)	(39)	(30)	(10*)
실시간 TV시청	84.9	84.6	85.1	72.7	79.6	84.6	93.3	100.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	50.4	46.2	54.1	54.5	51.0	56.4	50.0	20.0
Youtube 등 동영상 스트리밍	23.7	27.7	20.3	18.2	20.4	25.6	20.0	50.0
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	20.9	23.1	18.9	36.4	24.5	12.8	20.0	20.0
MBN 인터넷 VOD	15.8	13.8	17.6	18.2	20.4	15.4	13.3	0.0
기타	4.3	4.6	4.1	0.0	4.1	5.1	3.3	10.0

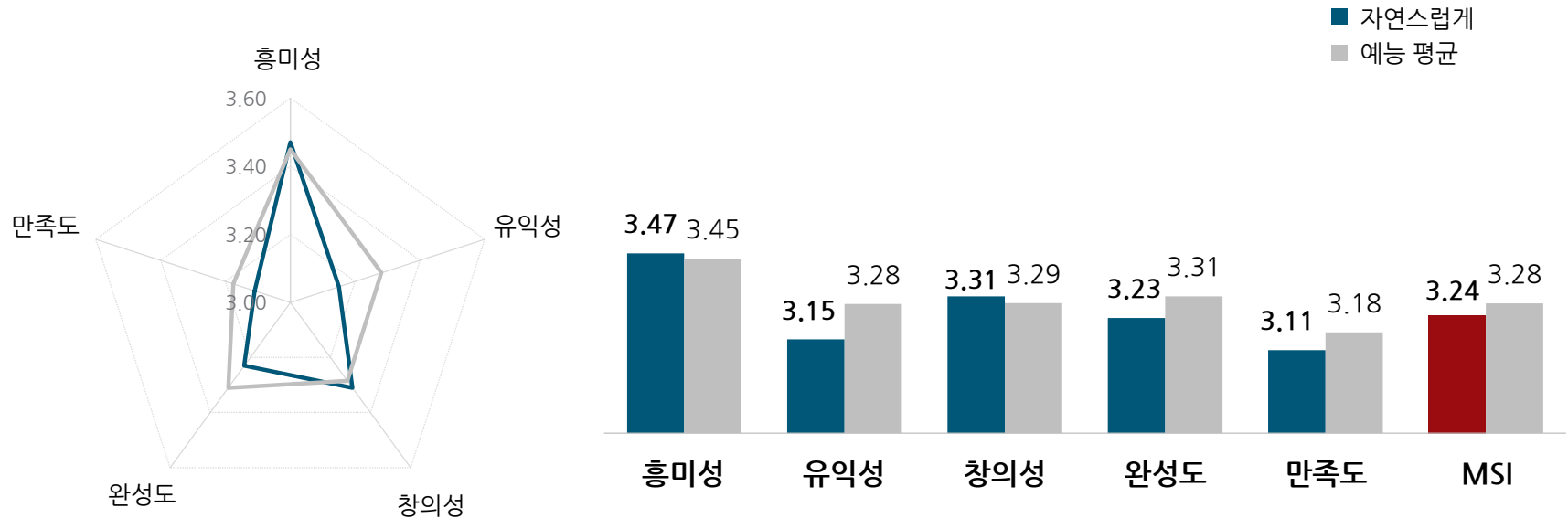
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 141

4) 자연스럽게

- 프로그램 평가 점수는 3.24점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.28점)보다 소폭 낮으나 유사한 수준임
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.47점) > 창의성(3.31점) > 완성도(3.23점) > 유익성(3.15점) > 만족도(3.11점) 순임

프로그램 평가 점수



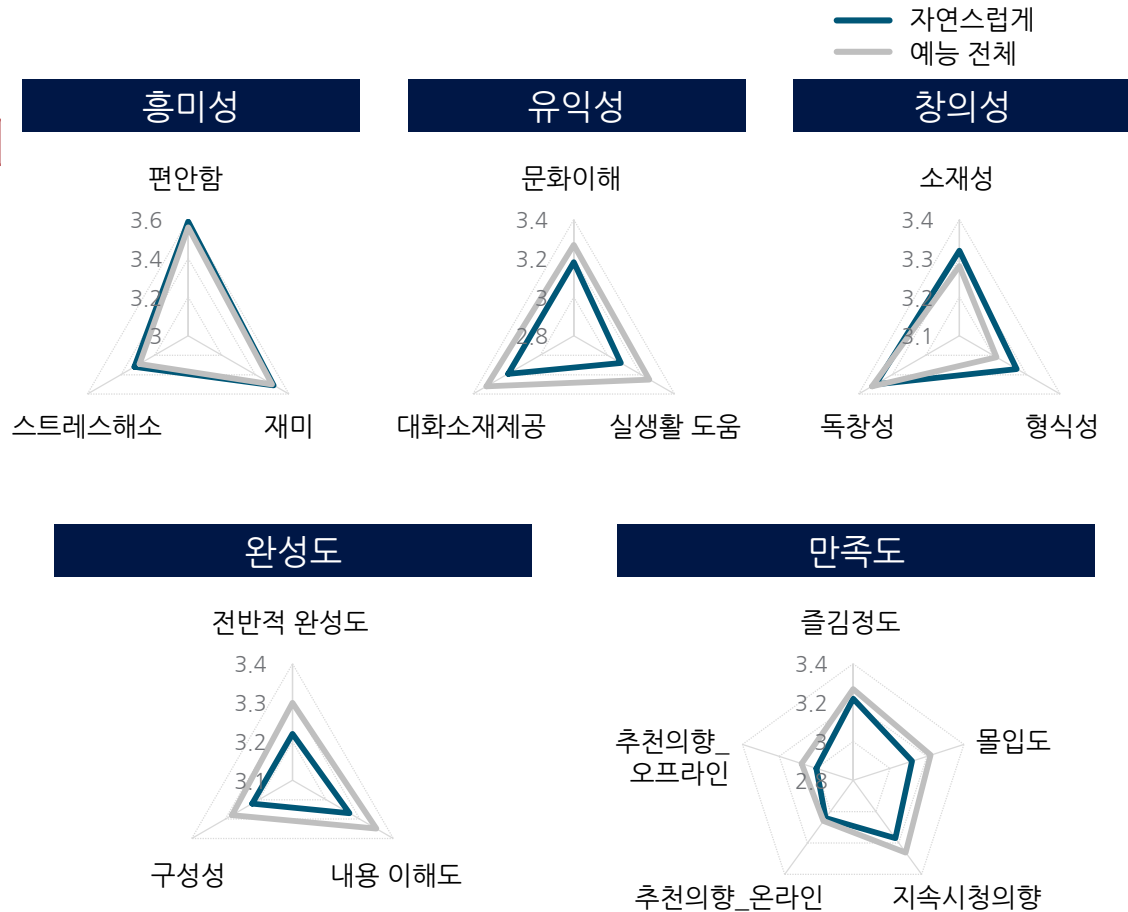
- 흥미성(3.47점), 창의성(3.31점) 차원에서 예능 프로그램 평균과 유사하게 평가됨
- 반면, 유익성(3.15점) 및 완성도(3.23점)은 예능 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

4) 자연스럽게

- 흥미성 차원에서는 편안함(3.59점)이, 유익성 차원에서는 대화소재제공(3.19점)이, 창의성 차원에서는 독창성(3.35점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.27점)가, 만족도 차원에서는 즐길정도(3.22점)가 좋은 평가를 받았음
- 특히 창의성 차원의 형식성(3.27점) 항목이 예능 프로그램 전체 대비 상대적으로 높게 평가됨

	자연스럽게	예능 전체
응답자 수	139	500
MSI	3.24	3.29
흥미성 통합	3.47	3.45
편안함	3.59	3.56
재미	3.51	3.50
스트레스 해소	3.32	3.29
유익성 통합	3.15	3.28
문화이해	3.18	3.27
실생활 도움	3.08	3.25
대화소재제공	3.19	3.32
창의성 통합	3.31	3.28
소재성	3.32	3.28
형식성	3.27	3.21
독창성	3.35	3.36
완성도 통합	3.23	3.31
전반적완성도	3.22	3.30
내용이해도	3.27	3.35
구성성	3.22	3.28
만족도 통합	3.11	3.18
즐길정도	3.22	3.27
몰입도	3.12	3.22
지속시청의향	3.17	3.26
추천의향_온라인	3.04	3.06
추천의향_오프라인	3.00	3.08



4) 자연스럽게

- <자연스럽게>는 남성과 여성에게 동일한 평가를 받았으나, 사례수가 적어 연령별/성별 차이에 따른 유의한 해석에 어려움이 있음
- 특히 흥미성(3.52점) 및 만족도(3.14점) 차원은 남성이 높게 평가하고 유익성(3.15점), 창의성(3.38점) 및 완성도(3.27점) 는 여성이 높게 평가함

자연스럽게	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(19*)	(25*)	(12*)	(8*)	(65)	(10*)	(30)	(14*)	(18*)	(2*)	(74)
MSI	2.71	3.07	3.42	3.29	3.04	3.24	3.25	3.16	3.17	3.47	2.74	3.24
흥미성 통합	4.67	3.26	3.65	3.61	3.46	3.52	3.47	3.43	3.31	3.57	2.83	3.43
편안함	5.00	3.42	3.80	3.75	3.50	3.66	3.50	3.50	3.57	3.61	3.00	3.53
재미	5.00	3.32	3.64	3.67	3.50	3.55	3.60	3.47	3.29	3.61	3.00	3.47
스트레스해소	4.00	3.05	3.52	3.42	3.38	3.35	3.30	3.33	3.07	3.50	2.50	3.30
유익성 통합	2.67	2.98	3.32	3.17	3.00	3.14	3.00	3.02	3.29	3.43	2.50	3.15
문화이해	3.00	2.89	3.36	3.42	3.00	3.18	2.80	3.03	3.14	3.67	3.00	3.18
실생활 도움	3.00	3.16	3.20	3.08	2.75	3.11	2.90	3.00	3.14	3.22	2.50	3.05
대화소재제공	2.00	2.89	3.40	3.00	3.25	3.14	3.30	3.03	3.57	3.39	2.00	3.23
창의성 통합	1.33	3.12	3.43	3.36	2.96	3.24	3.50	3.22	3.33	3.63	3.17	3.38
소재성	2.00	3.11	3.36	3.33	2.88	3.20	3.30	3.30	3.57	3.61	3.00	3.42
형식성	1.00	3.11	3.40	3.33	3.00	3.22	3.70	3.07	3.29	3.61	3.00	3.32
독창성	1.00	3.16	3.52	3.42	3.00	3.29	3.50	3.30	3.14	3.67	3.50	3.39
완성도 통합	1.33	2.98	3.39	3.42	3.00	3.19	3.13	3.20	3.17	3.56	3.00	3.27
전반적 완성도	1.00	2.89	3.40	3.33	3.00	3.15	3.10	3.27	3.00	3.72	2.00	3.27
내용 이해도	1.00	2.89	3.32	3.58	2.88	3.15	3.30	3.23	3.36	3.56	4.00	3.36
구성성	2.00	3.16	3.44	3.33	3.13	3.28	3.00	3.10	3.14	3.39	3.00	3.16
만족도 통합	3.20	3.03	3.35	3.07	2.88	3.14	3.18	3.03	2.93	3.28	2.40	3.07
즐김정도	5.00	3.26	3.76	3.08	2.50	3.35	3.30	2.97	3.00	3.33	2.50	3.09
몰입도	2.00	2.95	3.48	3.25	3.13	3.22	2.80	3.00	3.14	3.17	2.50	3.03
지속시청의향	3.00	2.95	3.20	3.33	3.13	3.14	3.40	3.13	3.14	3.28	2.50	3.19
추천의향_온라인	3.00	3.00	3.20	2.83	2.75	3.02	3.10	3.03	2.71	3.39	2.50	3.05
추천의향_오프라인	3.00	3.00	3.12	2.83	2.88	3.00	3.30	3.00	2.64	3.22	2.00	3.00

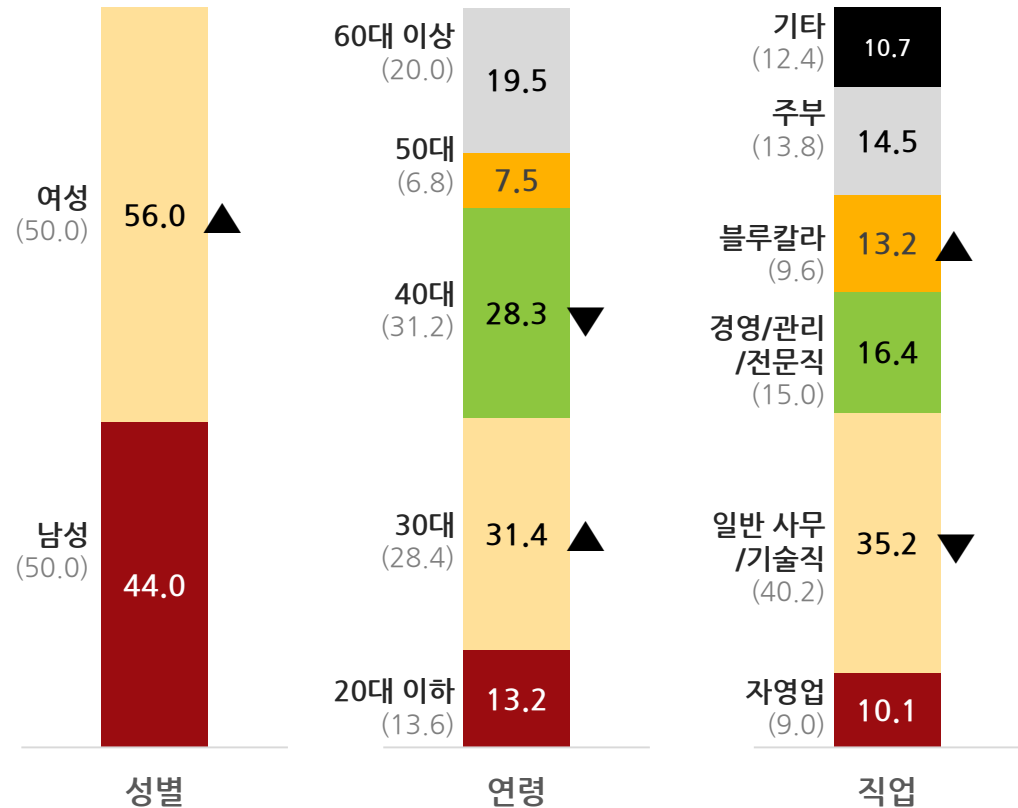
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

5) 모던 패밀리

- <모던 패밀리> 시청자는 여성(56.0%)이 많았으며, 연령별로는 30대(31.4%) > 40대(28.3%) > 60대(19.5%)순, 직업별로는 사무/기술직이 35.2%, 경영/관리/전문직이 16.4%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 여성과 30대가 높게 나타남.

모던 패밀리 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		159	100.0
성별	남성	70	44.0
	여성	89	56.0
연령	20대 이하	21	13.2
	30대	50	31.4
	40대	45	28.3
	50대	12	7.5
	60대 이상	31	19.5
직업	자영업	16	10.1
	사무직/기술직	56	35.2
	경영/관리직	10	6.3
	전문직/자유직	16	10.1
	기능/숙련공/생산직	10	6.3
	판매/서비스직	9	5.7
	농/임/축/어업	2	1.3
	전업 주부	23	14.5
	학생	9	5.7
	무직	6	3.8
	기타	2	1.3



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

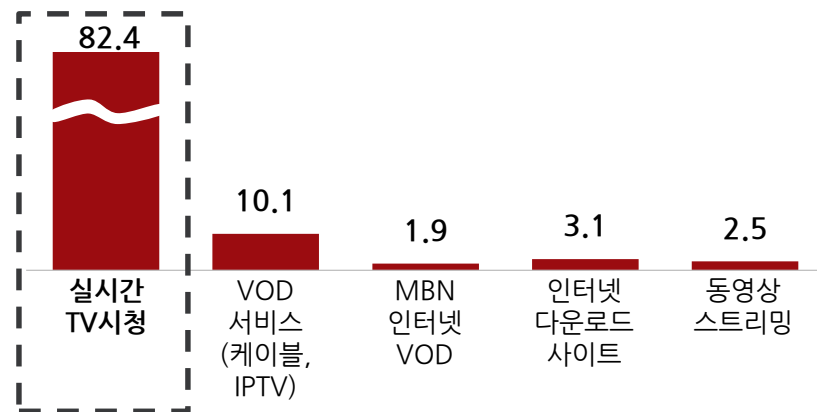
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 145

5) 모던 패밀리

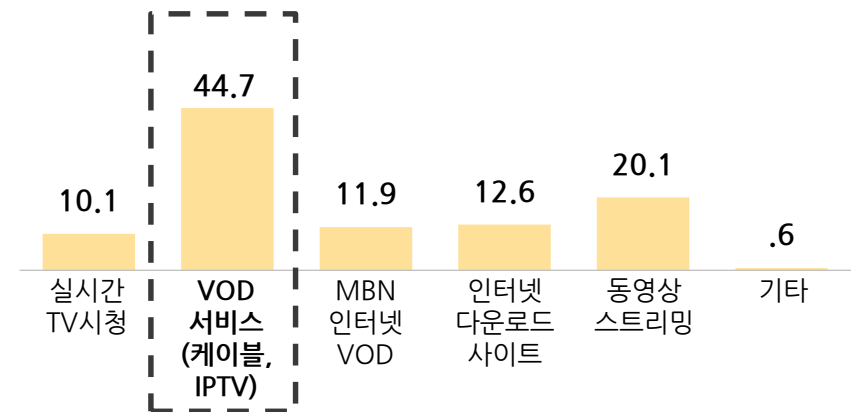
- <모던 패밀리> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(82.4%)으로 조사 되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(44.7%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'의 경우 남성 및 30대, 'VOD 서비스'의 경우 40대, '동영상 스트리밍'은 여성 및 50대가 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(159)	(70)	(89)	(21*)	(50)	(45)	(12*)	(31)
실시간 TV시청	92.5	94.3	91.0	81.0	98.0	91.1	91.7	93.5
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	54.7	54.3	55.1	47.6	44.0	68.9	33.3	64.5
Youtube 등 동영상 스트리밍	22.6	20.0	24.7	28.6	26.0	15.6	50.0	12.9
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	15.7	14.3	16.9	23.8	14.0	11.1	16.7	19.4
MBN 인터넷 VOD	13.8	15.7	12.4	19.0	18.0	11.1	8.3	9.7
기타	.6	1.4	0.0	0.0	0.0	2.2	0.0	0.0

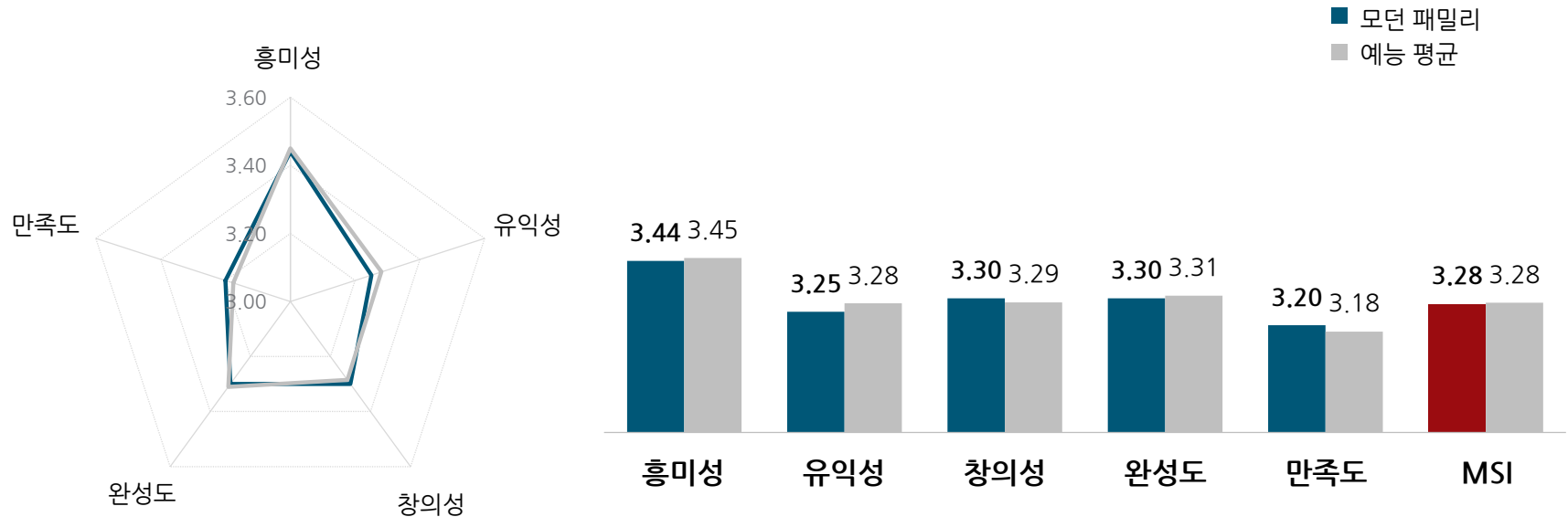
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 146

5) 모던 패밀리

- 프로그램 평가 점수는 3.28점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.28점)과 동일하게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.44점) > 창의성(3.30점), 완성도(3.30점) > 유익성(3.25점) > 만족도(3.20점) 순임

프로그램 평가 점수



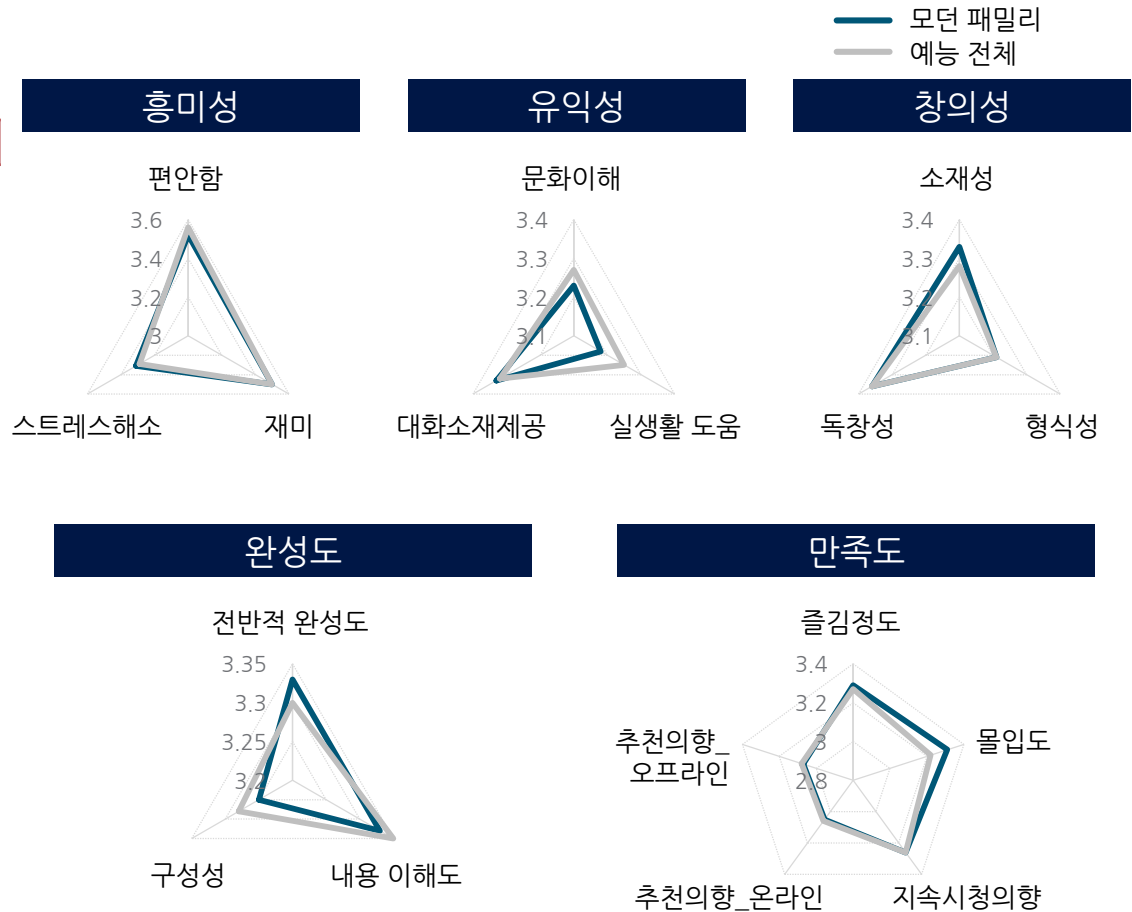
- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균과 유사한 수준으로 나타남

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

5) 모던 패밀리

- 흥미성 차원에서는 편안함(3.52점), 유익성에서는 대화소재 제공(3.33점), 창의성에서는 독창성(3.36점), 완성도에서는 전반적 완성도 및 내용 이해도(3.33점), 만족도 차원에서는 몰입도(3.31점)가 좋은 평가를 받았음
- 특히 유익성 차원의 실생활도움(3.18점) 항목은 예능 프로그램 전체 대비 상대적으로 낮게 평가됨

	모던 패밀리	예능 전체
응답자 수	159	500
MSI	3.28	3.29
흥미성 통합	3.44	3.45
편안함	3.52	3.56
재미	3.50	3.50
스트레스 해소	3.31	3.29
유익성 통합	3.25	3.28
문화이해	3.23	3.27
실생활 도움	3.18	3.25
대화소재제공	3.33	3.32
창의성 통합	3.30	3.28
소재성	3.33	3.28
형식성	3.21	3.21
독창성	3.36	3.36
완성도 통합	3.30	3.31
전반적완성도	3.33	3.30
내용이해도	3.33	3.35
구성성	3.25	3.28
만족도 통합	3.20	3.18
즐김정도	3.29	3.27
몰입도	3.31	3.22
지속시청의향	3.26	3.26
추천의향_온라인	3.05	3.06
추천의향_오프라인	3.07	3.08



5) 모던 패밀리

- <모던 패밀리>는 남성보다 여성(3.33점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으나, 사례수가 적어 연령별/성별 차이에 따른 유의한 해석에 어려움이 있음
- 모든 차원에서 여성에게 높은 평가를 받았으며, 특히 흥미성 차원의 세부항목인 편안함에서 여성(3.64점)이 가장 높은 점수를 줌

모던 패밀리	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(10*)	(34*)	(8*)	(17*)	(70)	(20*)	(40)	(11*)	(4*)	(14*)	(89)
MSI	2.41	3.32	3.20	3.57	3.11	3.22	3.42	3.24	3.30	3.34	3.48	3.33
흥미성 통합	2.00	3.43	3.26	3.63	3.29	3.32	3.55	3.43	3.67	3.67	3.67	3.54
편안함	2.00	3.50	3.29	3.63	3.35	3.36	3.75	3.53	3.73	3.75	3.71	3.64
재미	2.00	3.40	3.35	3.75	3.41	3.40	3.55	3.48	3.73	3.75	3.71	3.57
스트레스해소	2.00	3.40	3.15	3.50	3.12	3.20	3.35	3.30	3.55	3.50	3.57	3.39
유익성 통합	2.67	3.37	3.14	3.50	3.10	3.20	3.45	3.18	3.24	3.42	3.33	3.28
문화이해	3.00	3.40	3.09	3.63	3.12	3.20	3.45	3.15	3.18	3.25	3.29	3.25
실생활 도움	2.00	3.20	3.15	3.50	3.12	3.17	3.30	3.08	3.18	3.50	3.21	3.18
대화소재제공	3.00	3.50	3.18	3.38	3.06	3.21	3.60	3.33	3.36	3.50	3.50	3.43
창의성 통합	2.33	3.30	3.23	3.46	3.12	3.22	3.47	3.23	3.27	3.17	3.69	3.36
소재성	3.00	3.20	3.26	3.63	3.06	3.24	3.55	3.18	3.27	3.75	3.79	3.39
형식성	2.00	3.20	3.15	3.50	3.06	3.16	3.45	3.10	3.27	3.00	3.43	3.25
독창성	2.00	3.50	3.26	3.25	3.24	3.27	3.40	3.40	3.27	2.75	3.86	3.43
완성도 통합	3.00	3.27	3.25	3.58	3.12	3.26	3.35	3.28	3.24	3.42	3.52	3.34
전반적 완성도	3.00	3.40	3.32	3.63	3.00	3.29	3.25	3.33	3.27	3.50	3.64	3.36
내용 이해도	3.00	3.10	3.35	3.50	3.29	3.31	3.35	3.25	3.45	3.25	3.57	3.35
구성성	3.00	3.30	3.09	3.63	3.06	3.17	3.45	3.28	3.00	3.50	3.36	3.30
만족도 통합	2.20	3.26	3.14	3.65	2.99	3.17	3.35	3.15	3.18	3.15	3.31	3.22
즐김정도	3.00	3.50	3.18	3.63	3.12	3.26	3.40	3.18	3.27	3.75	3.50	3.31
몰입도	2.00	3.20	3.26	3.63	3.29	3.29	3.45	3.35	3.09	3.25	3.36	3.34
지속시청의향	2.00	3.30	3.03	3.50	3.35	3.19	3.45	3.28	3.27	2.75	3.50	3.33
추천의향_온라인	2.00	3.30	3.09	3.63	2.47	3.01	3.25	2.95	3.18	3.00	3.14	3.08
추천의향_오프라인	2.00	3.00	3.15	3.88	2.71	3.09	3.20	2.98	3.09	3.00	3.07	3.06

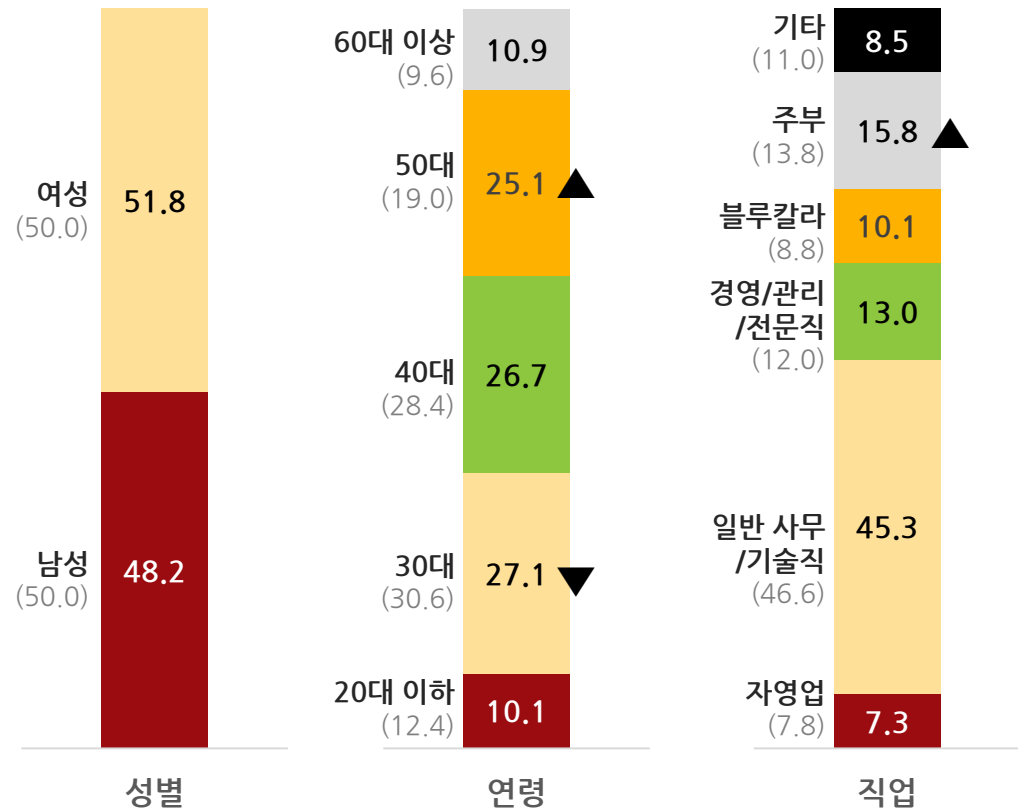
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

6) 엄지의 제왕

- <엄지의 제왕> 시청자는 여성(51.8%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대 이상(27.1%) > 40대(26.7%) > 40대(25.1%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 45.3%, 전업주부가 15.8%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 50대가 상대적으로 높은 비중을 보임

엄지의 제왕 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		247	100.0
성별	남성	119	48.2
	여성	128	51.8
연령	20대 이하	25	10.1
	30대	67	27.1
	40대	66	26.7
	50대	62	25.1
	60대 이상	27	10.9
	60대 이상	27	10.9
직업	자영업	18	7.3
	사무직/기술직	112	45.3
	경영/관리직	12	4.9
	전문직/자유직	20	8.1
	기능/숙련공/생산직	6	2.4
	판매/서비스직	13	5.3
	농/임/축/어업	6	2.4
	전업 주부	39	15.8
	학생	7	2.8
	무직	11	4.5
	기타	3	1.2
	기타	3	1.2



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

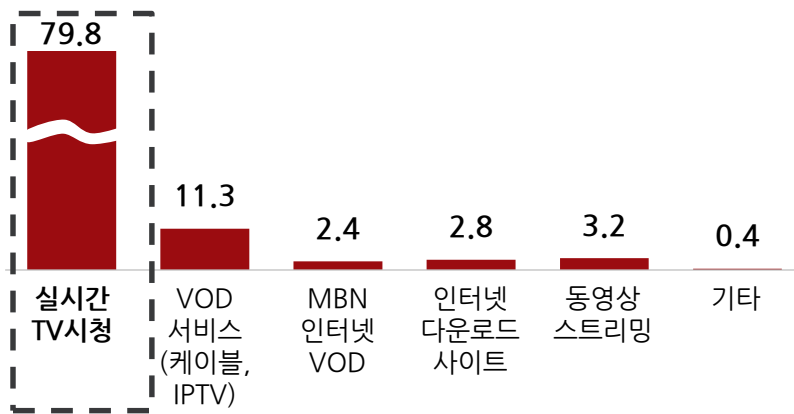
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 150

6) 엄지의 제왕

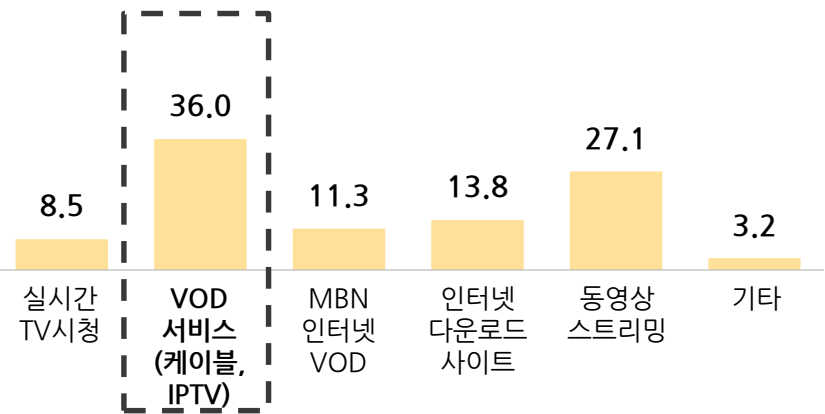
- <엄지의 제왕> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(79.8%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(36.0%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'의 경우 남성 및 50대, 'VOD 서비스'의 경우 50대, '동영상 스트리밍'의 경우 여성 및 40대가 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(247)	(119)	(128)	(25*)	(67)	(66)	(62)	(27*)
실시간 TV시청	88.3	89.9	86.7	88.0	77.6	92.4	95.2	88.9
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	47.4	47.1	47.7	60.0	46.3	40.9	48.4	51.9
Youtube 등 동영상 스트리밍	30.4	29.4	31.3	20.0	29.9	37.9	27.4	29.6
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	16.6	14.3	18.8	16.0	20.9	13.6	16.1	14.8
MBN 인터넷 VOD	13.8	16.0	11.7	12.0	22.4	10.6	9.7	11.1
기타	3.6	3.4	3.9	4.0	3.0	4.5	3.2	3.7

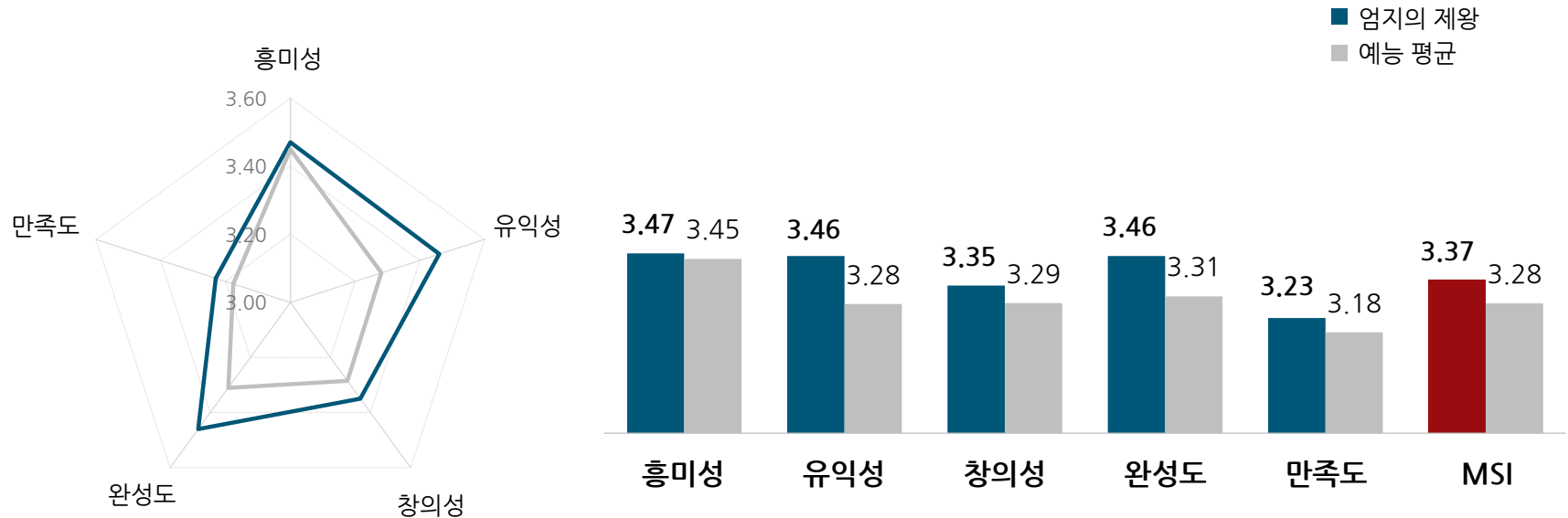
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 151

6) 엄지의 제왕

- 프로그램 평가 점수는 3.37점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.28점)보다 높게 나타남
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.47점) > 유익성(3.46점), 완성도(3.46점) > 창의성(3.35점) > 만족도(3.23점) 순임

프로그램 평가 점수



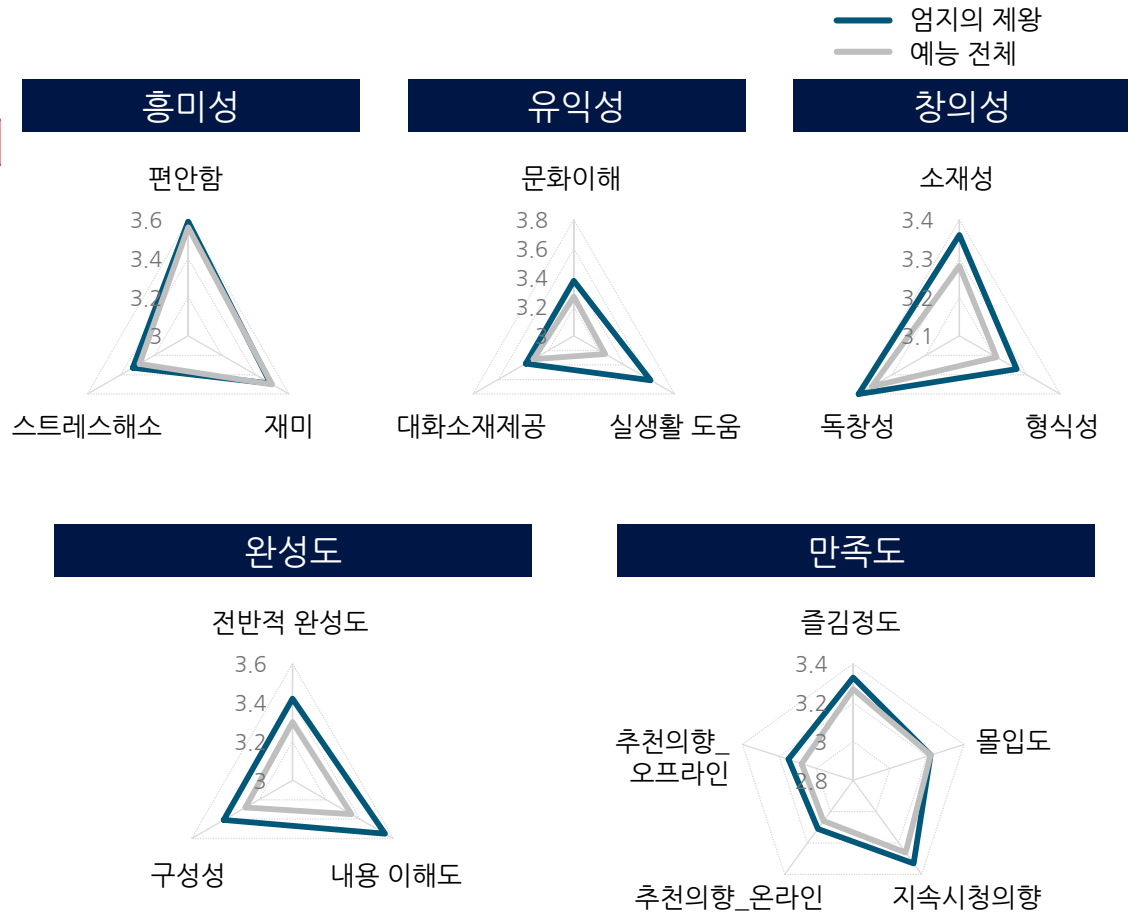
- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 보다 상대적으로 높은 평가를 받음
- 특히, 유익성(3.46점) 및 완성도(3.46점) 차원에서 예능 프로그램 평균보다 높은 평가를 받았으며, 특히 유익성은 예능 평균 대비 0.18점 높은 수준임

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

6) 엄지의 제왕

- 흥미성 차원에서는 편안함(3.59점)이, 유익성 차원에서는 실생활 도움(3.61점)이, 창의성 차원에서는 독창성(3.40점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.55점)가, 만족도 차원에서는 즐길정도 및 지속시청의향(3.33점)이 좋은 평가를 받았음
- 특히 유익성 차원의 실생활 도움(3.61점) 항목이 예능 프로그램 전체 대비 상대적으로 높게 평가됨

	엄지의 제왕	예능 전체
응답자 수	247	500
MSI	3.37	3.29
흥미성 통합	3.47	3.45
편안함	3.59	3.56
재미	3.49	3.50
스트레스 해소	3.33	3.29
유익성 통합	3.46	3.28
문화이해	3.38	3.27
실생활 도움	3.61	3.25
대화소재제공	3.38	3.32
창의성 통합	3.35	3.28
소재성	3.36	3.28
형식성	3.27	3.21
독창성	3.40	3.36
완성도 통합	3.46	3.31
전반적완성도	3.42	3.30
내용이해도	3.55	3.35
구성성	3.41	3.28
만족도 통합	3.23	3.18
즐길정도	3.33	3.27
몰입도	3.22	3.22
지속시청의향	3.33	3.26
추천의향_온라인	3.11	3.06
추천의향_오프라인	3.15	3.08



6) 엄지의 제왕

- 〈엄지의 제왕〉은 여성보다 남성(3.39점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으며, 사례수가 적어 연령별/성별 차이에 따른 유의한 해석에 어려움이 있음
- 흥미성, 창의성, 완성도, 만족도 차원에서 남성이 높게 평가한 반면, 유익성(3.48점) 차원에서 여성이 상대적으로 높게 평가함

엄지의 제왕	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(27*)	(48)	(23*)	(19*)	(119)	(23*)	(40)	(18*)	(39)	(8*)	(128)
MSI	2.47	3.22	3.40	3.58	3.47	3.39	3.33	3.34	3.03	3.52	3.50	3.36
흥미성 통합	2.50	3.28	3.59	3.62	3.49	3.49	3.43	3.41	3.09	3.59	3.83	3.45
편안함	2.50	3.44	3.77	3.65	3.58	3.62	3.52	3.63	3.11	3.67	3.88	3.56
재미	3.00	3.22	3.65	3.61	3.63	3.53	3.39	3.38	3.11	3.67	3.88	3.46
스트레스해소	2.00	3.19	3.35	3.61	3.26	3.33	3.39	3.23	3.06	3.44	3.75	3.33
유익성 통합	2.33	3.12	3.45	3.80	3.56	3.44	3.41	3.43	3.19	3.69	3.54	3.48
문화이해	2.00	3.00	3.31	3.78	3.74	3.38	3.30	3.30	3.33	3.56	3.38	3.39
실생활 도움	2.50	3.22	3.63	4.00	3.63	3.59	3.43	3.68	3.22	3.85	3.88	3.63
대화소재제공	2.50	3.15	3.42	3.61	3.32	3.36	3.48	3.30	3.00	3.67	3.38	3.41
창의성 통합	2.00	3.22	3.38	3.67	3.39	3.38	3.36	3.33	3.02	3.45	3.13	3.32
소재성	2.50	3.22	3.40	3.74	3.37	3.40	3.39	3.35	2.94	3.44	3.25	3.32
형식성	2.00	3.04	3.27	3.52	3.42	3.27	3.17	3.28	3.17	3.41	3.13	3.27
독창성	1.50	3.41	3.46	3.74	3.37	3.45	3.52	3.38	2.94	3.51	3.00	3.36
완성도 통합	3.17	3.37	3.46	3.62	3.70	3.50	3.42	3.40	3.09	3.56	3.63	3.42
전반적 완성도	3.00	3.33	3.52	3.61	3.74	3.52	3.35	3.28	3.11	3.44	3.38	3.32
내용 이해도	3.00	3.44	3.46	3.65	3.79	3.54	3.57	3.58	3.06	3.72	4.00	3.57
구성성	3.50	3.33	3.40	3.61	3.58	3.45	3.35	3.35	3.11	3.51	3.50	3.38
만족도 통합	2.40	3.16	3.24	3.33	3.33	3.24	3.16	3.20	2.88	3.38	3.43	3.22
즐김정도	2.50	3.52	3.35	3.52	3.32	3.40	3.26	3.20	3.00	3.33	3.75	3.26
몰입도	2.50	3.04	3.04	3.30	3.47	3.15	3.22	3.30	3.00	3.38	3.50	3.28
지속시청의향	3.00	3.19	3.38	3.52	3.37	3.35	3.17	3.23	2.89	3.62	3.63	3.31
추천의향_온라인	1.50	3.04	3.10	3.17	3.32	3.11	3.09	3.13	2.78	3.23	3.13	3.10
추천의향_오프라인	2.50	3.04	3.31	3.13	3.16	3.18	3.04	3.15	2.72	3.33	3.13	3.13

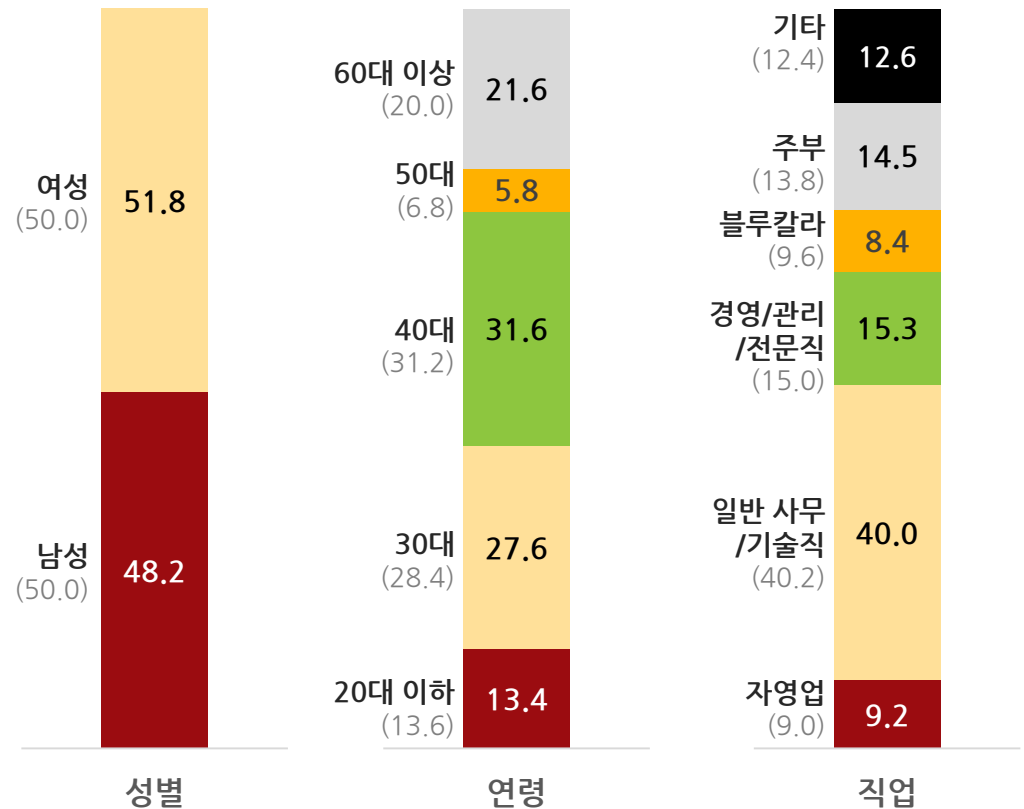
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

7) 속풀이쇼 동치미

- 〈속풀이쇼 동치미〉 시청자는 여성(51.8%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대(31.6%) > 30대(27.6%) > 60대(21.6%)순, 직업별로는 사무/기술직이 40.0%, 경영/관리/전문직이 15.3%로 구성되어 있음

속풀이쇼 동치미 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		380	100.0
성별	남성	183	48.2
	여성	197	51.8
연령	20대 이하	51	13.4
	30대	105	27.6
	40대	120	31.6
	50대	22	5.8
	60대 이상	82	21.6
직업	자영업	35	9.2
	사무직/기술직	152	40.0
	경영/관리직	22	5.8
	전문직/자유직	36	9.5
	기능/숙련공/생산직	13	3.4
	판매/서비스직	16	4.2
	농/임/축/어업	3	0.8
	전업 주부	55	14.5
	학생	15	3.9
	무직	25	6.6
	기타	8	2.1



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

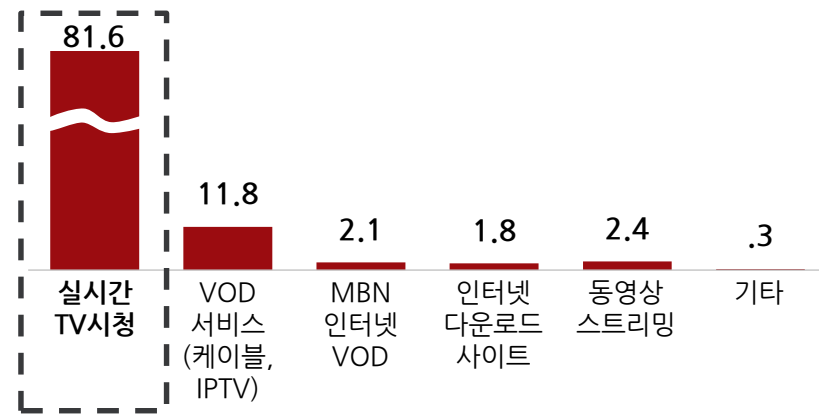
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 155

7) 속풀이쇼 동치미

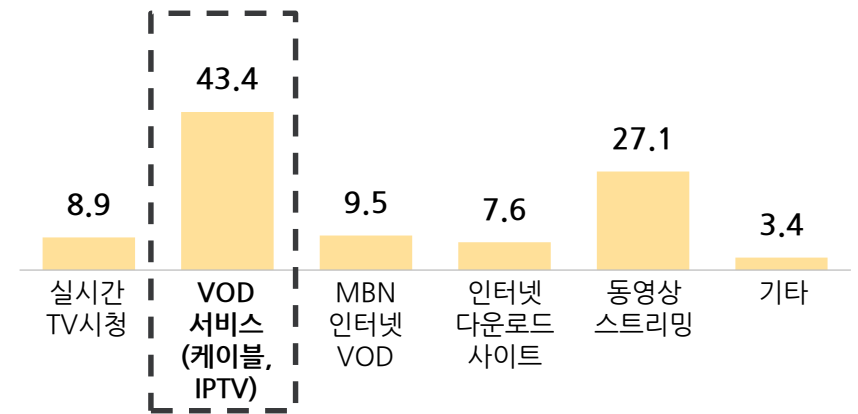
- <속풀이쇼 동치미> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(81.6%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(43.4%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'의 경우 성, 연령에 따른 차가 없었으며, 'VOD 서비스'의 경우 남성 및 40대, '동영상 스트리밍'의 경우 여성, 20대 이하에서 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(380)	(183)	(197)	(51)	(105)	(120)	(22*)	(82)
실시간 TV시청	90.5	89.1	91.9	90.2	90.5	91.7	90.9	89.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	55.3	59.0	51.8	35.3	54.3	67.5	45.5	53.7
Youtube 등 동영상 스트리밍	29.5	25.7	33.0	39.2	35.2	20.0	27.3	30.5
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	11.6	12.0	11.2	15.7	6.7	8.3	18.2	18.3
MBN 인터넷 VOD	9.5	9.3	9.6	15.7	9.5	9.2	13.6	4.9
기타	3.7	4.9	2.5	3.9	3.8	3.3	4.5	3.7

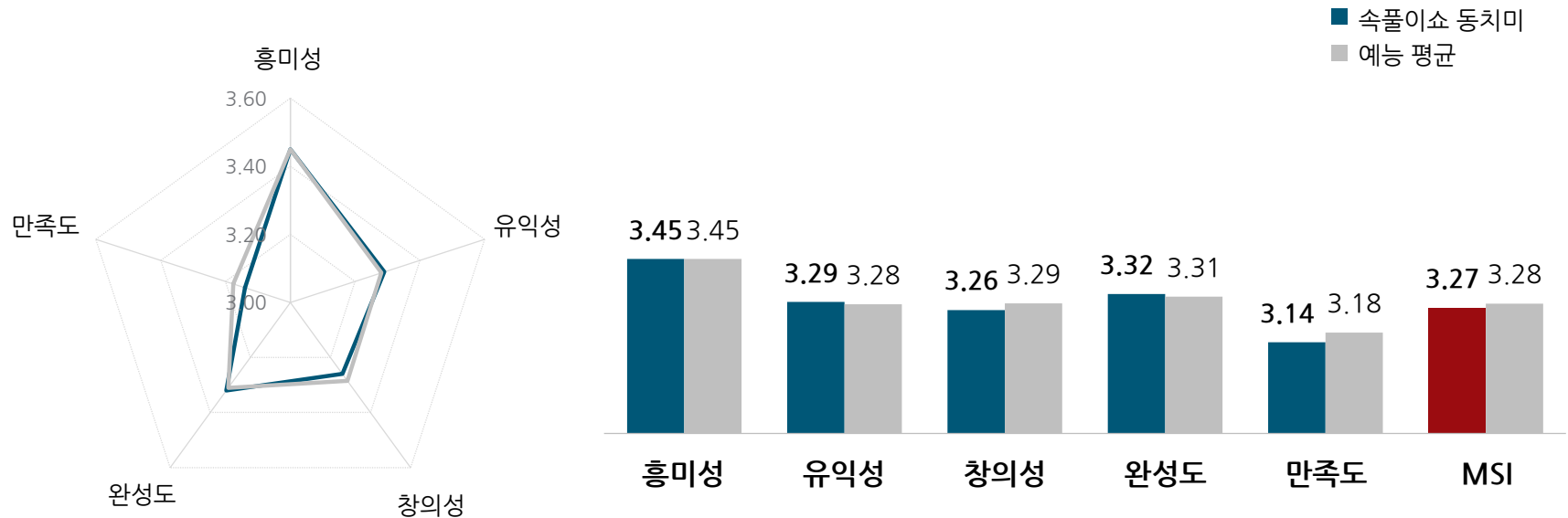
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 156

7) 속풀이쇼 동치미

- 프로그램 평가 점수는 3.27점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.28점)보다 0.01점 낮은 수준임
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.45점) > 완성도(3.32점) > 유익성(3.29점) > 창의성(3.26점) > 만족도(3.14점) 순임

프로그램 평가 점수



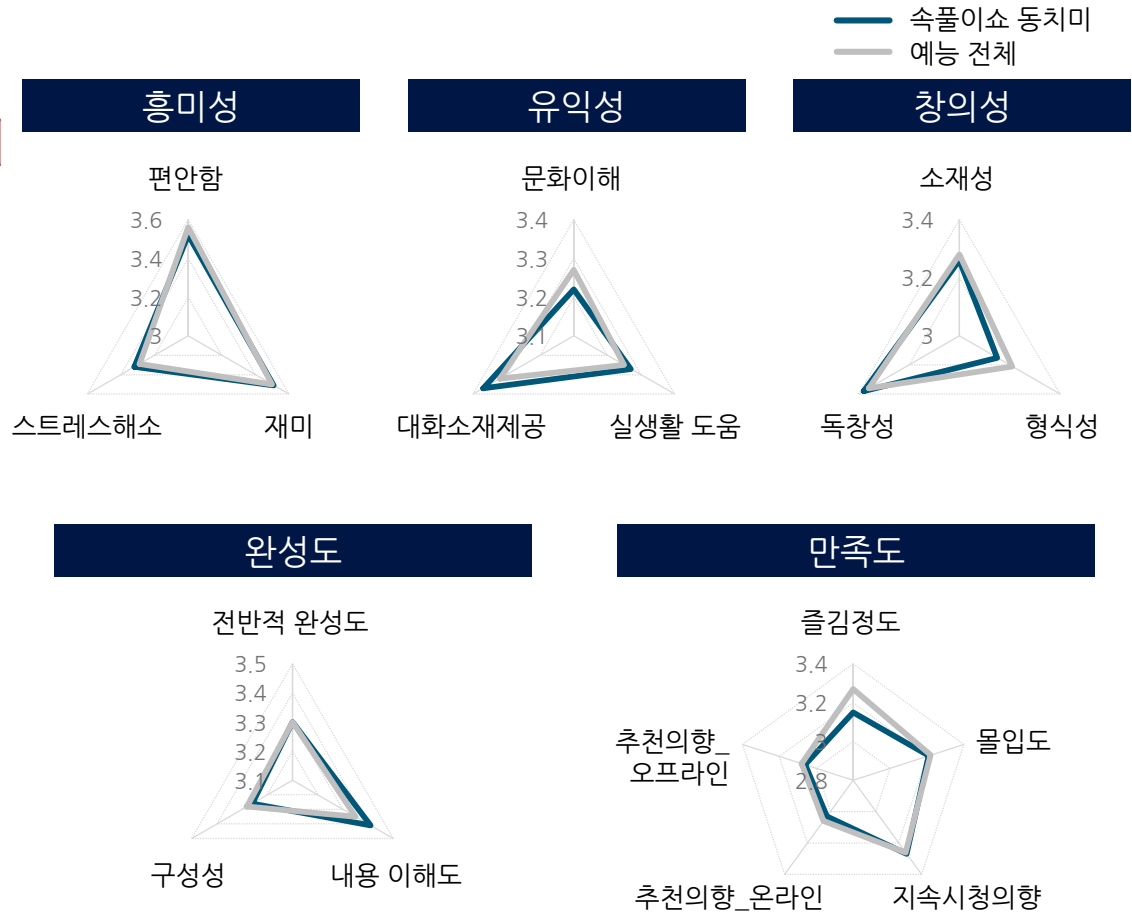
- 대부분의 차원에서 예능 프로그램 평균 보다 유사하거나 소폭 높게 평가됨
- 만족도 차원은 예능 프로그램 평균 보다 0.04점 낮게 평가됨

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

7) 속풀이쇼 동치미

- 흥미성 차원에서는 재미(3.52점)가, 유익성 차원에서는 대화소재제공(3.37점)이, 창의성 차원에서는 독창성(3.38점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.41점)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.27점)이 좋은 평가를 받았음
- 특히 만족도 차원의 즐거움정도(3.15점) 항목이 예능 프로그램 전체 대비 상대적으로 낮게 평가됨

	속풀이쇼 동치미	예능 전체
응답자 수	380	500
MSI	3.27	3.29
흥미성 통합	3.45	3.45
편안함	3.52	3.56
재미	3.51	3.50
스트레스 해소	3.32	3.29
유익성 통합	3.29	3.28
문화이해	3.22	3.27
실생활 도움	3.27	3.25
대화소재제공	3.37	3.32
창의성 통합	3.26	3.28
소재성	3.26	3.28
형식성	3.15	3.21
독창성	3.38	3.36
완성도 통합	3.32	3.31
전반적완성도	3.30	3.30
내용이해도	3.41	3.35
구성성	3.26	3.28
만족도 통합	3.14	3.18
즐거움정도	3.15	3.27
몰입도	3.21	3.22
지속시청의향	3.27	3.26
추천의향_온라인	3.03	3.06
추천의향_오프라인	3.06	3.08



7) 속풀이쇼 동치미

- <속풀이쇼 동치미>는 남성과 여성에게 동일한 수준의 평가를 받았으며, 흥미성, 유익성, 만족도 차원에서는 여성이, 창의성과 완성도 차원에서는 남성이 긍정적으로 평가함
- 창의성 차원 중 독창성(3.94점) 및 내용이해도(3.44점) 항목에서 50대 남성이 높게 평가함

속풀이쇼 동치미	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(16*)	(103)	(12*)	(50)	(183)	(49)	(89)	(17*)	(10*)	(32*)	(197)
MSI	2.74	3.34	3.21	3.82	3.32	3.28	3.14	3.19	3.62	3.64	3.36	3.27
흥미성 통합	2.67	3.25	3.37	4.06	3.55	3.44	3.27	3.34	3.80	3.97	3.70	3.45
편안함	3.00	3.13	3.47	4.00	3.66	3.52	3.37	3.38	3.88	4.10	3.78	3.52
재미	2.50	3.38	3.46	4.17	3.50	3.50	3.29	3.42	4.00	3.90	3.75	3.51
스트레스해소	2.50	3.25	3.17	4.00	3.50	3.32	3.16	3.22	3.53	3.90	3.56	3.32
유익성 통합	2.67	3.29	3.26	3.81	3.23	3.28	3.15	3.28	3.41	3.67	3.35	3.29
문화이해	2.50	3.25	3.18	3.83	3.28	3.25	2.92	3.22	3.41	3.60	3.28	3.19
실생활 도움	2.50	3.38	3.27	3.83	3.20	3.29	3.20	3.19	3.47	3.60	3.28	3.25
대화소재제공	3.00	3.25	3.31	3.75	3.22	3.31	3.33	3.42	3.35	3.80	3.50	3.42
창의성 통합	2.83	3.33	3.24	3.69	3.36	3.31	3.23	3.10	3.49	3.57	3.26	3.22
소재성	3.00	3.25	3.18	3.67	3.44	3.29	3.33	3.13	3.24	3.60	3.19	3.22
형식성	3.00	3.38	3.16	3.50	3.18	3.20	3.06	2.99	3.47	3.30	3.19	3.10
독창성	2.50	3.38	3.38	3.92	3.46	3.43	3.31	3.19	3.76	3.80	3.41	3.34
완성도 통합	3.17	3.52	3.27	3.86	3.31	3.34	3.21	3.22	3.76	3.67	3.34	3.31
전반적 완성도	3.00	3.63	3.22	3.92	3.30	3.32	3.20	3.17	3.76	3.40	3.41	3.28
내용 이해도	3.00	3.50	3.44	3.83	3.36	3.44	3.22	3.33	3.82	3.80	3.38	3.38
구성성	3.50	3.44	3.15	3.83	3.26	3.25	3.20	3.16	3.71	3.80	3.25	3.26
만족도 통합	2.50	3.31	3.02	3.73	3.20	3.14	2.95	3.10	3.62	3.44	3.24	3.15
즐김정도	2.50	3.44	2.98	3.83	3.44	3.20	2.90	3.02	3.82	3.70	3.09	3.11
몰입도	3.00	3.06	3.08	3.58	3.22	3.15	3.22	3.17	3.76	3.50	3.22	3.26
지속시청의향	3.00	3.44	3.09	3.67	3.38	3.23	3.08	3.25	3.53	3.60	3.56	3.30
추천의향_온라인	2.00	3.25	3.00	3.92	3.00	3.07	2.71	3.00	3.47	3.10	3.06	2.98
추천의향_오프라인	2.00	3.38	2.96	3.67	2.98	3.04	2.82	3.04	3.53	3.30	3.25	3.08

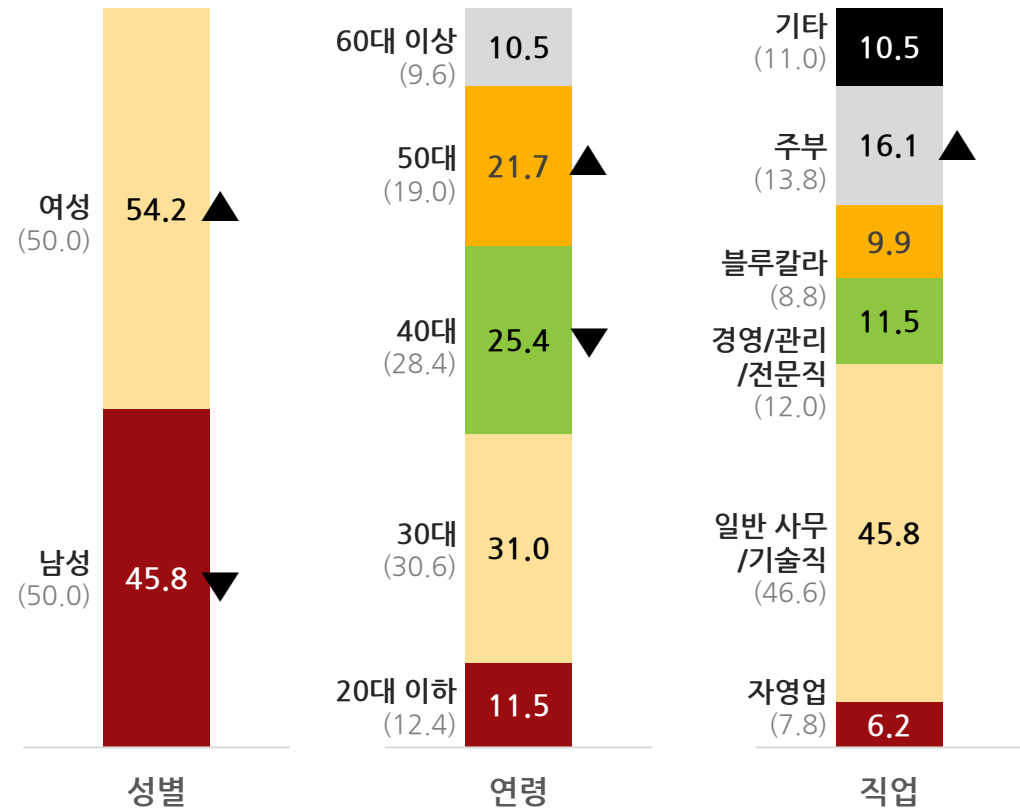
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

8) 알토란

- <알토란> 시청자는 여성(54.2%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대 이상(31.0%) > 40대(25.4%) > 50대(21.7%)순, 직업별로는 사무/기술직이 45.8%, 전업주부가 16.1%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 여성 및 50대가 상대적으로 높은 비중을 보임

알토란 시청 경험자 현황

구성		사례수(명)	비율(%)
전체		323	100.0
성별	남성	148	45.8
	여성	175	54.2
연령	20대 이하	37	11.5
	30대	100	31.0
	40대	82	25.4
	50대	70	21.7
	60대 이상	34	10.5
직업	자영업	20	6.2
	사무직/기술직	148	45.8
	경영/관리직	11	3.4
	전문직/자유직	26	8.0
	기능/숙련공/생산직	12	3.7
	판매/서비스직	16	5.0
	농/임/축/어업	4	1.2
	전업 주부	52	16.1
	학생	9	2.8
	무직	19	5.9
	기타	6	1.9



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

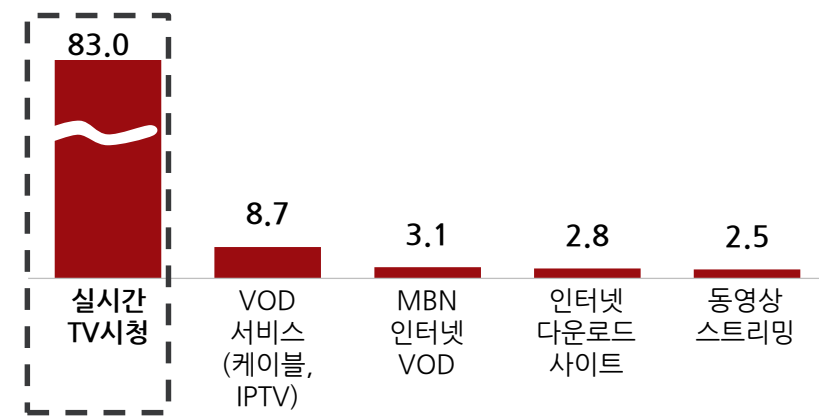
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 160

8) 알토란

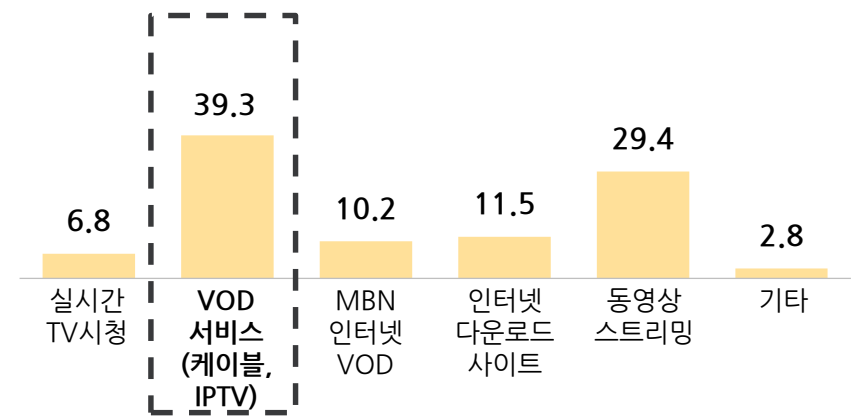
- <알토란>을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(83.0%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(39.3%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 살펴보면, '실시간 TV시청'의 경우 남성 및 60대 이상, 'VOD 서비스'의 경우 20대 이하, '동영상 스트리밍'의 경우 남성 및 40대에서 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(323)	(148)	(175)	(37)	(100)	(82)	(70)	(34)
실시간 TV시청	89.8	91.2	88.6	91.9	85.0	90.2	92.9	94.1
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	48.0	48.0	48.0	54.1	44.0	46.3	50.0	52.9
Youtube 등 동영상 스트리밍	31.9	33.8	30.3	27.0	28.0	37.8	34.3	29.4
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	14.2	9.5	18.3	18.9	20.0	12.2	10.0	5.9
MBN 인터넷 VOD	13.3	14.9	12.0	5.4	19.0	12.2	10.0	14.7
기타	2.8	2.7	2.9	2.7	4.0	1.2	2.9	2.9

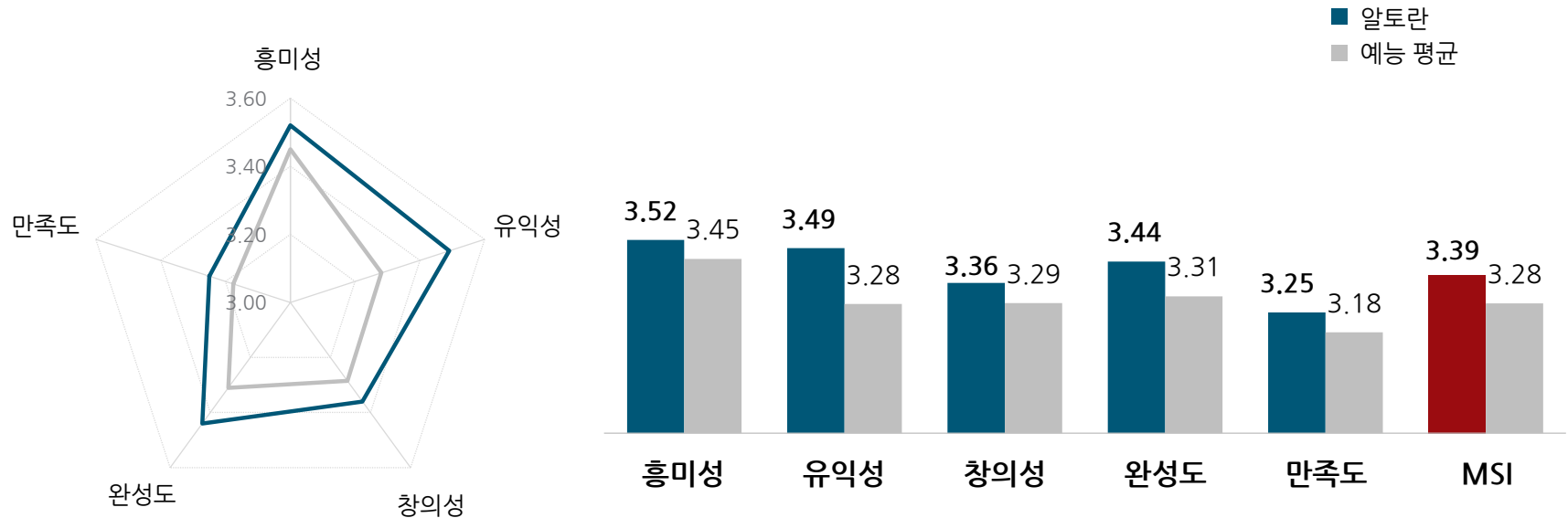
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 161

8) 알토란

- 프로그램 평가 점수는 3.39점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.28점)보다 높게 평가를 받음
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.52점) > 유익성(3.49점) > 완성도(3.44점) > 창의성(3.36점) > 만족도(3.25점) 순임

프로그램 평가 점수



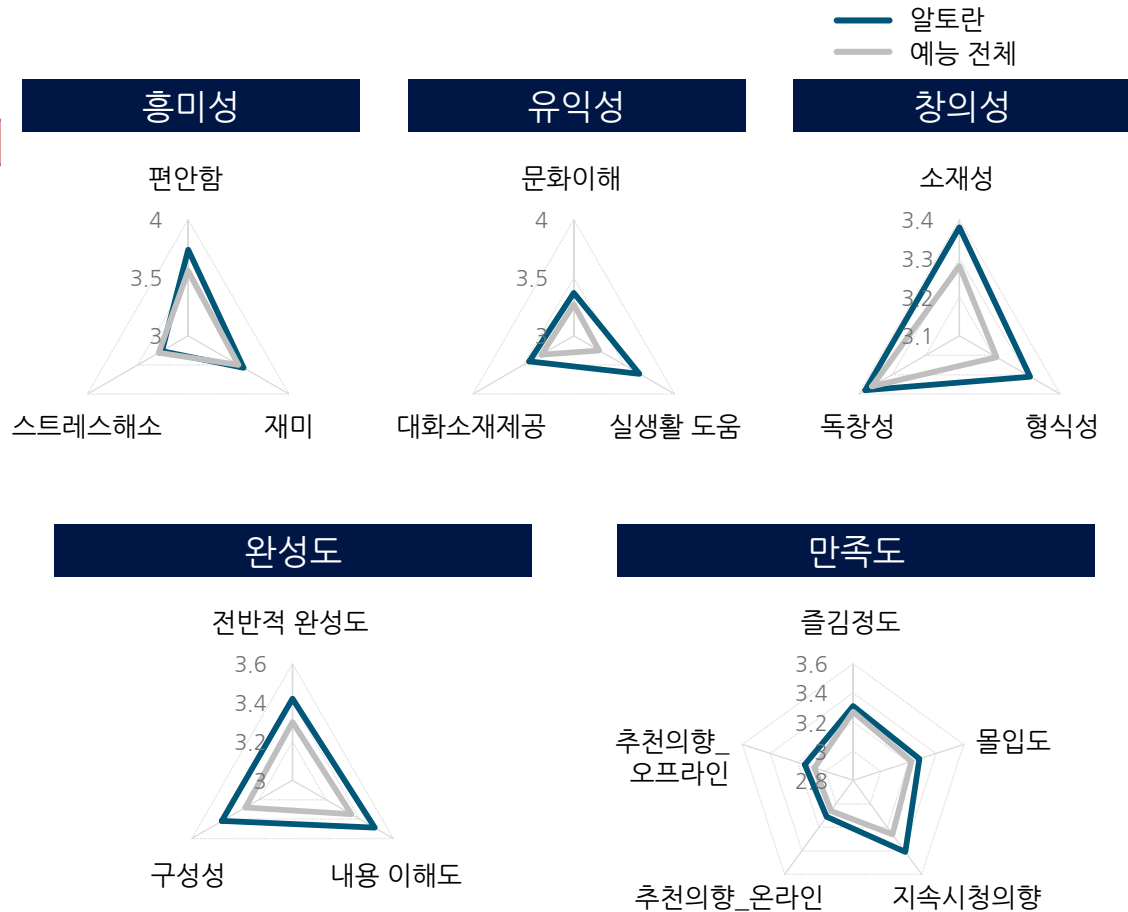
- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 보다 상대적으로 높은 평가를 받음
- 특히, 유익성(3.49점) 및 완성도(3.44점) 차원에서 예능 프로그램 평균보다 높은 평가를 받았으며, 특히 유익성은 예능 평균 대비 0.21점 높은 수준임

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 점]

8) 알토란

- 흥미성 차원에서는 편안함(3.74점)이, 유익성 차원에서는 실생활 도움(3.65점)이, 창의성 차원에서는 소재성 및 독창성(3.38점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.49점)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.41점)이 좋은 평가를 받았음
- 특히 흥미성 차원의 편안함(3.74점) 항목이 예능 프로그램 전체 대비 상대적으로 높게 평가됨

	알토란	예능 전체
응답자 수	323	500
MSI	3.39	3.29
흥미성 통합	3.52	3.45
편안함	3.74	3.56
재미	3.55	3.50
스트레스 해소	3.26	3.29
유익성 통합	3.49	3.28
문화이해	3.37	3.27
실생활 도움	3.65	3.25
대화소재제공	3.44	3.32
창의성 통합	3.36	3.28
소재성	3.38	3.28
형식성	3.31	3.21
독창성	3.38	3.36
완성도 통합	3.44	3.31
전반적 완성도	3.42	3.30
내용이해도	3.49	3.35
구성성	3.42	3.28
만족도 통합	3.25	3.18
즐김정도	3.31	3.27
몰입도	3.28	3.22
지속시청의향	3.41	3.26
추천의향_온라인	3.11	3.06
추천의향_오프라인	3.15	3.08



8) 알토란

- <알토란>은 남성과 여성의 유사한 수준이나 남성(3.40점)이 근소하게 높은 것으로 나타남
- 특히 흥미성(3.55점), 창의성(3.38점), 만족도(3.26점) 차원은 남성이, 유익성(3.50점), 완성도(3.46점) 차원은 여성이 높게 평가함

알토란	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(35)	(61)	(24*)	(26*)	(148)	(35)	(65)	(21)	(46)	(8*)	(175)
MSI	2.62	3.13	3.43	3.51	3.64	3.40	3.31	3.27	3.21	3.64	3.80	3.39
흥미성 통합	2.67	3.27	3.62	3.53	3.83	3.55	3.49	3.37	3.24	3.72	3.83	3.49
편안함	2.50	3.51	3.93	3.54	3.92	3.75	3.66	3.58	3.52	4.00	4.13	3.73
재미	3.50	3.34	3.59	3.50	3.96	3.58	3.51	3.42	3.19	3.76	4.00	3.53
스트레스해소	2.00	2.94	3.33	3.54	3.62	3.30	3.29	3.11	3.00	3.41	3.38	3.22
유익성 통합	2.83	3.13	3.52	3.65	3.65	3.46	3.44	3.37	3.33	3.75	3.92	3.50
문화이해	3.00	3.06	3.43	3.50	3.69	3.39	3.29	3.15	3.33	3.63	3.75	3.35
실생활 도움	2.50	3.20	3.67	3.83	3.77	3.59	3.60	3.55	3.52	3.96	4.38	3.70
대화소재제공	3.00	3.14	3.46	3.63	3.50	3.41	3.43	3.40	3.14	3.67	3.63	3.46
창의성 통합	2.33	3.14	3.38	3.47	3.69	3.38	3.30	3.23	3.19	3.56	3.50	3.34
소재성	2.50	3.20	3.44	3.50	3.85	3.45	3.23	3.20	3.24	3.50	3.75	3.31
형식성	2.00	3.11	3.26	3.42	3.58	3.29	3.29	3.22	3.29	3.52	3.38	3.33
독창성	2.50	3.11	3.43	3.50	3.65	3.39	3.37	3.26	3.05	3.65	3.38	3.37
완성도 통합	2.83	3.06	3.42	3.64	3.77	3.42	3.38	3.34	3.24	3.72	3.88	3.46
전반적 완성도	3.00	3.09	3.41	3.54	3.77	3.41	3.34	3.34	3.24	3.67	3.75	3.43
내용 이해도	3.00	2.97	3.38	3.75	3.81	3.41	3.46	3.42	3.24	3.87	4.00	3.55
구성성	2.50	3.11	3.48	3.63	3.73	3.45	3.34	3.26	3.24	3.63	3.88	3.40
만족도 통합	2.50	3.09	3.29	3.35	3.42	3.26	3.09	3.12	3.11	3.50	3.85	3.25
즐김정도	3.00	3.29	3.44	3.21	3.42	3.36	3.03	3.18	3.19	3.48	4.13	3.27
몰입도	2.50	3.06	3.34	3.33	3.50	3.29	3.23	3.12	2.95	3.57	3.88	3.27
지속시청의향	3.00	3.09	3.48	3.50	3.62	3.41	3.14	3.22	3.24	3.80	4.38	3.41
추천의향_온라인	2.00	3.00	3.08	3.38	3.19	3.11	2.97	3.03	3.00	3.30	3.50	3.11
추천의향_오프라인	2.00	3.03	3.08	3.33	3.35	3.14	3.06	3.05	3.19	3.37	3.38	3.17

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함



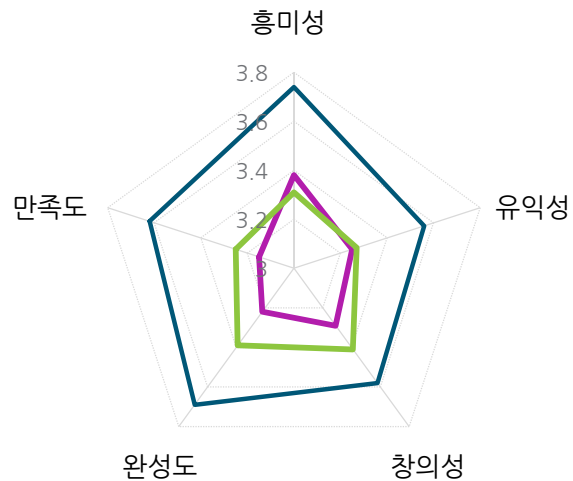
6. 드라마 프로그램 평가



6. 드라마 프로그램 평가

- 드라마 프로그램 총 3개 중 <우아한 가>는, 모든 차원(흥미성, 공감도, 참신성, 완성도, 만족도)에서 3.5점대 이상의 점수(MSI 3.64점)를 얻었으며, 가장 높게 평가된 차원은 흥미성(3.74점) 차원임
- 다음으로 <최고의 치킨>이 참신성 및 완성도 차원에서 높은 점수를 얻어 드라마 프로그램 중 두 번째로 좋은 평가를 받았음(MSI 3.32점)

드라마 프로그램별 평가 종합



프로그램명	시청경험수 (응답률)	흥미성	공감도	참신성	완성도	만족도	MSI
우아한 가	180(36.0)	3.74	3.56	3.58	3.69	3.62	3.64
레벨업	112(22.4)	3.38	3.25	3.29	3.22	3.15	3.26
최고의 치킨	122(24.4)	3.31	3.27	3.41	3.39	3.25	3.32

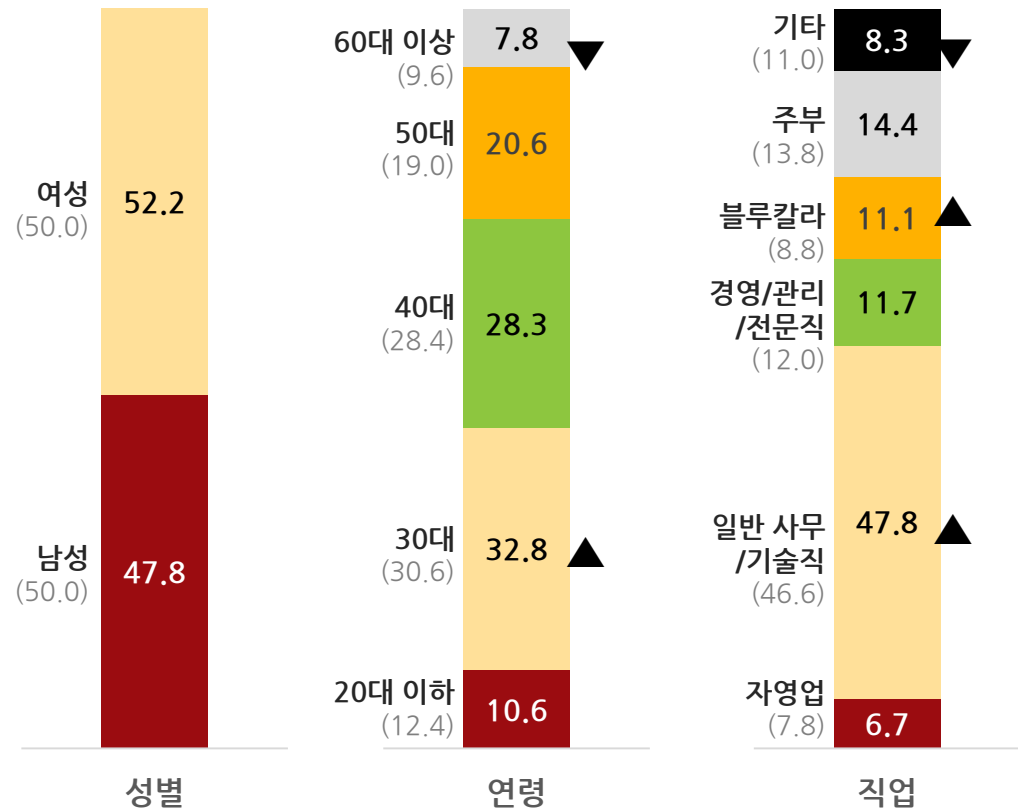
— 우아한 가 — 레벨업 — 최고의 치킨

1) 우아한 가

- 〈우아한 가〉 시청자는 여성(52.2%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대(32.8%) > 40대(28.3%) > 50대(20.6%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 47.8%, 전업주부가 14.4%, 경영/관리/전문직 11.7%로 구성되어 있음

우아한 가 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		180	100.0
성별	남성	86	47.8
	여성	94	52.2
연령	20대 이하	19	10.6
	30대	59	32.8
	40대	51	28.3
	50대	37	20.6
	60대 이상	14	7.8
직업	자영업	12	6.7
	사무직/기술직	86	47.8
	경영/관리직	6	3.3
	전문직/자유직	15	8.3
	기능/숙련공/생산직	6	3.3
	판매/서비스직	10	5.6
	농/임/축/어업	4	2.2
	전업 주부	26	14.4
	학생	4	2.2
	무직	10	5.6
	기타	1	0.6



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

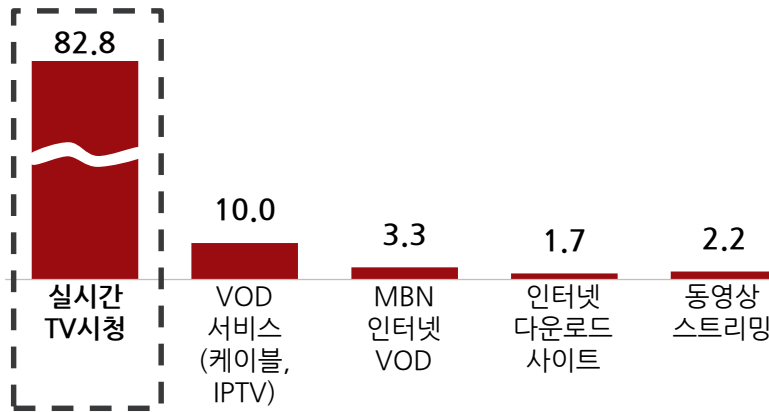
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 167

1) 우아한 가

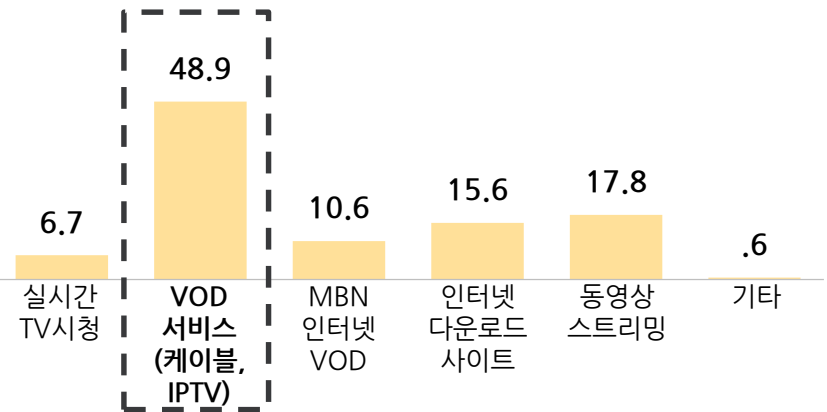
- <우아한 가> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법은 ‘실시간 TV시청’(82.8%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(48.9%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 50대, ‘VOD 서비스’의 경우 여성 및 50대, ‘동영상 스트리밍’은 30대가 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(180)	(86)	(94)	(19*)	(59)	(51)	(37)	(14*)
실시간 TV시청	89.4	89.5	89.4	84.2	84.7	94.1	94.6	85.7
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	58.9	52.3	64.9	63.2	55.9	56.9	64.9	57.1
Youtube 등 동영상 스트리밍	20.0	19.8	20.2	15.8	27.1	15.7	16.2	21.4
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	17.2	20.9	13.8	10.5	18.6	21.6	13.5	14.3
MBN 인터넷 VOD	13.9	17.4	10.6	26.3	11.9	11.8	10.8	21.4
기타	.6	0.0	1.1	0.0	1.7	0.0	0.0	0.0

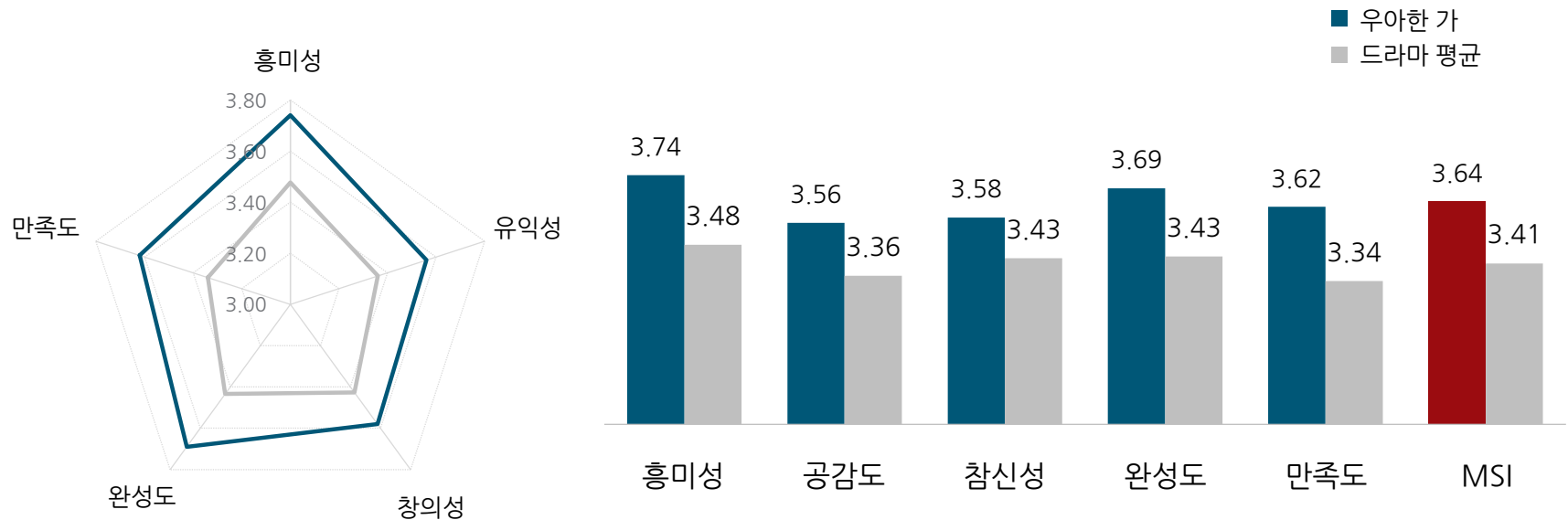
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 168

1) 우아한 가

- 프로그램 평가 점수는 3.64점으로, 드라마 프로그램 전체 평균(3.41점)보다 높게 평가를 받음
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.74점) > 완성도(3.69점) > 만족도(3.62점) > 참신성(3.58점) > 공감도(3.56점) 순임

프로그램 평가 점수



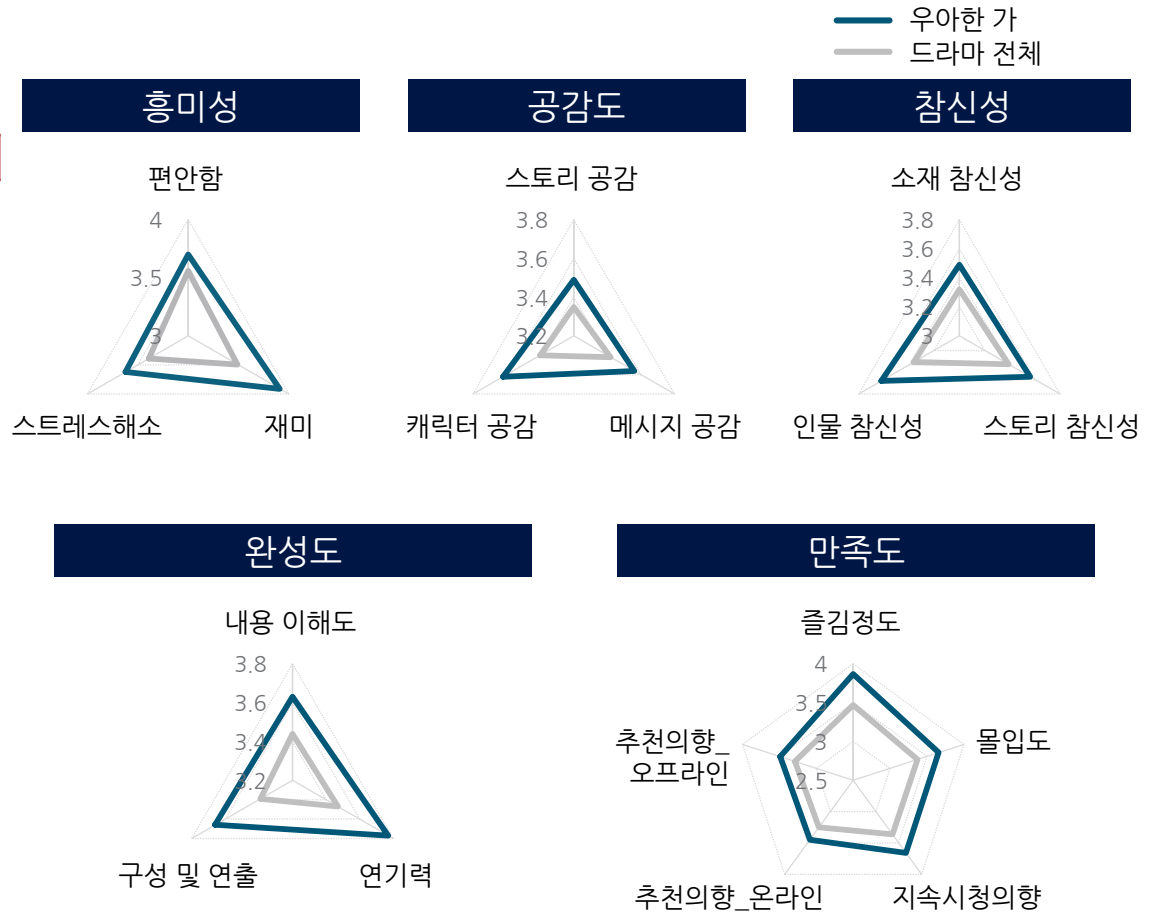
- 모든 차원에서 드라마 프로그램 평균 보다 상대적으로 높은 평가를 받음
- 특히, 흥미성(3.74점) 및 완성도(3.69점) 차원에서 드라마 프로그램 평균보다 높은 평가를 받았으며, 흥미성 및 완성도는 드라마 평균 대비 0.26점 높은 수준임

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %, 점]

1) 우아한 가

- 흥미성 차원에서는 재미(3.91점)가, 공감도 차원에서는 캐릭터 공감(3.62점)이, 참신성 차원에서는 스토리 참신성(3.61점)이, 완성도 차원에서는 연기력(3.77점)이, 만족도 차원에서는 즐길정도(3.87점)가 좋은 평가를 받았음
- 특히 완성도 차원의 연기력(3.77점) 항목이 드라마 프로그램 전체 대비 상대적으로 높게 평가됨

	우아한 가	드라마 전체
응답자 수	180	500
MSI	3.64	3.40
흥미성 통합	3.74	3.48
편안함	3.70	3.56
재미	3.91	3.49
스트레스 해소	3.62	3.39
공감도 통합	3.56	3.36
스토리 공감	3.49	3.32
메시지 공감	3.56	3.39
캐릭터 공감	3.62	3.36
참신성 통합	3.58	3.43
소재 참신성	3.57	3.46
스토리 참신성	3.61	3.38
인물 참신성	3.57	3.44
완성도 통합	3.69	3.43
내용 이해도	3.63	3.44
연기력	3.77	3.47
구성 및 연출	3.66	3.39
만족도 통합	3.62	3.34
즐김정도	3.87	3.47
몰입도	3.66	3.37
지속 시청의향	3.66	3.36
추천의향_온라인	3.45	3.25
추천의향_오프라인	3.49	3.29



1) 우아한 가

- <우아한 가>는 남성보다 여성(3.70점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으나, 사례수가 적어 연령별/성별 차이에 따른 유의한 해석에 어려움이 있음
- 모든 차원(흥미성, 공감도, 참신성, 완성도, 만족도)에서 여성이 높게 평가함

우아한 가	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(1*)	(20*)	(37)	(15*)	(13*)	(86)	(18*)	(39)	(14*)	(22*)	(1*)	(94)
MSI	3.12	3.36	3.52	3.82	3.79	3.57	3.74	3.58	3.64	3.99	1.94	3.70
흥미성 통합	4.33	4.45	4.63	4.80	4.95	4.67	4.83	4.74	4.60	4.06	3.00	3.80
편안함	5.00	5.55	5.68	5.67	5.85	5.69	5.50	5.69	5.57	4.05	3.00	3.71
재미	4.00	4.60	4.68	4.00	4.00	3.77	4.17	3.97	3.86	4.23	3.00	4.04
스트레스해소	4.00	3.20	3.54	3.73	4.00	3.57	3.83	3.56	3.36	3.91	3.00	3.66
공감도 통합	2.67	3.22	3.41	3.89	3.64	3.47	3.74	3.48	3.57	3.95	1.67	3.63
스토리 공감	3.00	3.25	3.32	3.93	3.85	3.49	3.67	3.26	3.36	3.91	2.00	3.49
메시지 공감	3.00	3.10	3.41	3.73	3.62	3.42	3.67	3.62	3.50	4.09	1.00	3.69
캐릭터 공감	2.00	3.30	3.49	4.00	3.46	3.51	3.89	3.56	3.86	3.86	2.00	3.72
참신성 통합	1.33	3.43	3.47	3.80	3.79	3.54	3.54	3.52	3.57	3.98	1.00	3.61
소재 참신성	2.00	3.20	3.51	3.67	3.77	3.49	3.61	3.56	3.50	4.00	1.00	3.64
스토리 참신성	1.00	3.50	3.51	3.73	3.77	3.56	3.56	3.49	3.57	4.18	1.00	3.65
인물 참신성	1.00	3.60	3.38	4.00	3.85	3.58	3.44	3.51	3.64	3.77	1.00	3.55
완성도 통합	2.33	3.37	3.46	3.91	4.00	3.59	3.87	3.68	3.64	4.02	3.00	3.78
내용 이해도	2.00	3.60	3.35	3.80	3.92	3.56	3.61	3.74	3.50	3.82	4.00	3.70
연기력	2.00	3.40	3.43	3.93	4.23	3.62	4.33	3.69	3.79	4.14	2.00	3.91
구성 및 연출	3.00	3.10	3.59	4.00	3.85	3.58	3.67	3.62	3.64	4.09	3.00	3.73
만족도 통합	4.20	3.36	3.58	3.73	3.65	3.57	3.72	3.51	3.76	3.95	1.40	3.67
즐김정도												
몰입도	3.00	3.15	3.57	3.93	3.69	3.55	3.89	3.69	3.57	3.95	2.00	3.76
지속시청의향	4.00	3.35	3.49	3.87	3.77	3.57	3.78	3.56	3.79	4.05	2.00	3.73
추천의향_온라인	4.00	3.20	3.51	3.47	3.38	3.42	3.72	3.18	3.79	3.73	1.00	3.48
추천의향_오프라인	5.00	3.40	3.49	3.47	3.54	3.49	3.61	3.28	3.64	3.82	1.00	3.50

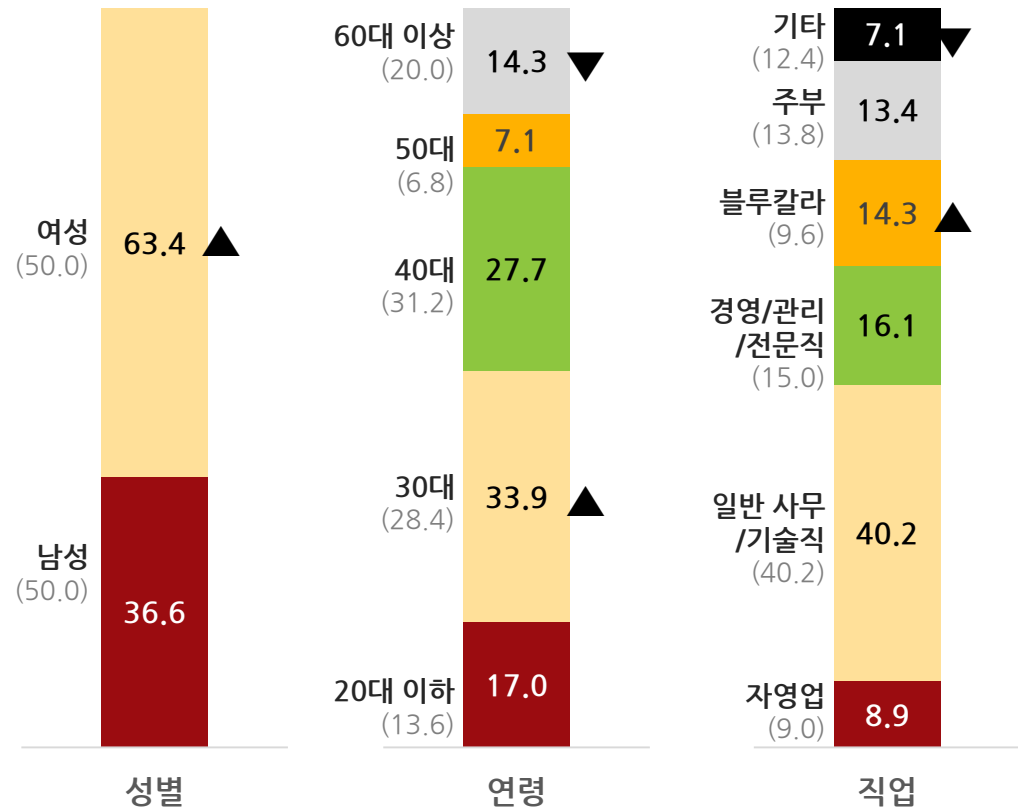
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

2) 레벨업

- <레벨업> 시청자는 여성(63.4%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대(33.9%) > 40대(27.7%) 순, 직업별로는 사무/기술직이 40.2%, 경영/관리/전문직 16.1%, 블루칼라 14.3%로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 여성 및 30대에서 상대적으로 응답 비중이 높았음

레벨업 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		112	100.0
성별	남성	41	36.6
	여성	71	63.4
연령	20대 이하	19	17.0
	30대	38	33.9
	40대	31	27.7
	50대	8	7.1
	60대 이상	16	14.3
직업	자영업	10	8.9
	사무직/기술직	45	40.2
	경영/관리직	6	5.4
	전문직/자유직	12	10.7
	기능/숙련공/생산직	7	6.3
	판매/서비스직	9	8.0
	농/임/축/어업	0	0.0
	전업 주부	15	13.4
	학생	6	5.4
	무직	2	1.8
	기타	0	0.0



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

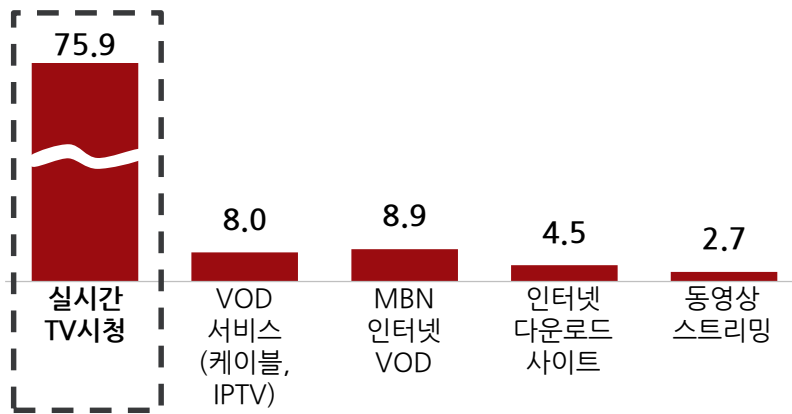
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함

2) 레벨업

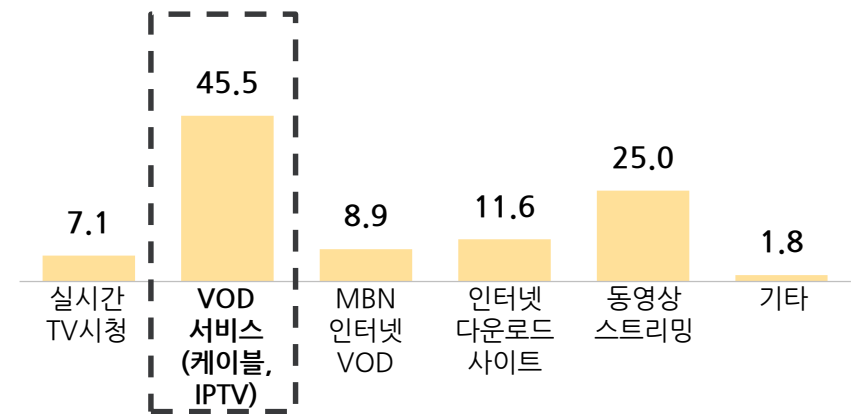
- <레벨업> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법은 ‘실시간 TV시청’(75.9%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(45.5%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 남성 및 40대, ‘VOD 서비스’의 경우 남성 및 40대, ‘동영상 스트리밍’은 여성 및 50대가 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(112)	(41)	(71)	(19*)	(38)	(31)	(8*)	(16*)
실시간 TV시청	83.0	85.4	81.7	73.7	78.9	90.3	87.5	87.5
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	53.6	56.1	52.1	42.1	57.9	61.3	25.0	56.3
Youtube 등 동영상 스트리밍	27.7	22.0	31.0	31.6	34.2	16.1	50.0	18.8
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	17.9	12.2	21.1	26.3	18.4	9.7	25.0	18.8
MBN 인터넷 VOD	16.1	22.0	12.7	26.3	7.9	19.4	12.5	18.8
기타	1.8	2.4	1.4	0.0	2.6	3.2	0.0	0.0

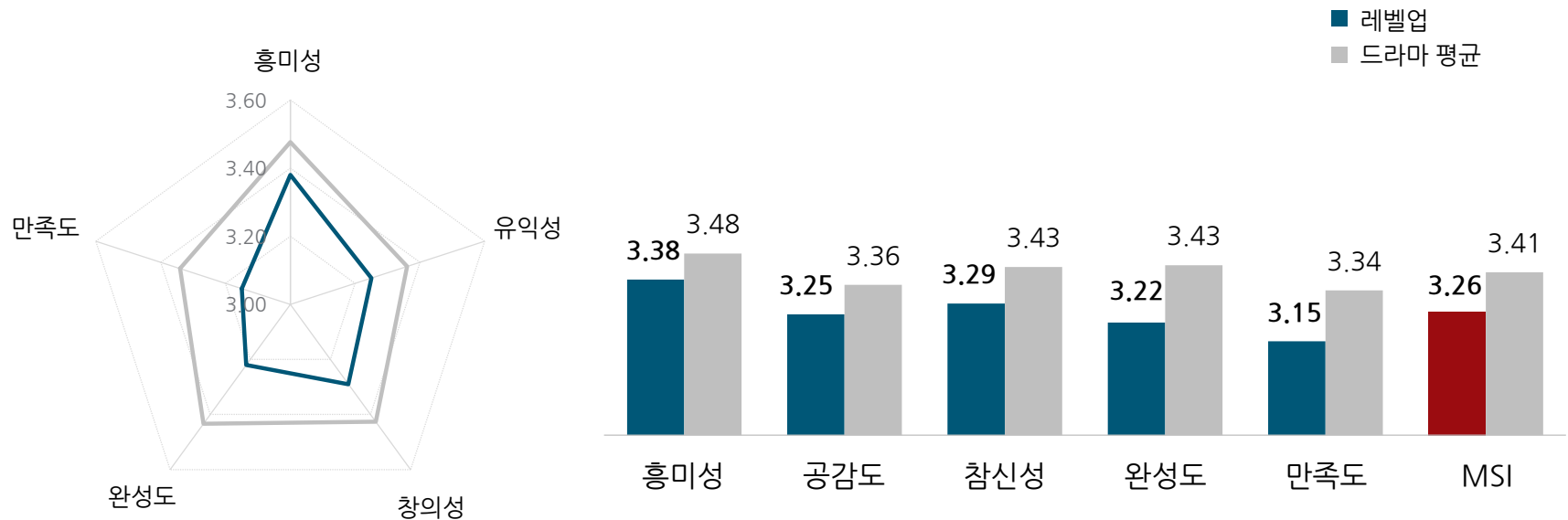
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 173

2) 레벨업

- 프로그램 평가 점수는 3.26점으로, 드라마 프로그램 전체 평균(3.41점)보다 낮게 평가를 받음
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.38점) > 참신성(3.29점) > 공감도(3.25점) > 완성도(3.22점) > 만족도(3.15점) 순임

프로그램 평가 점수



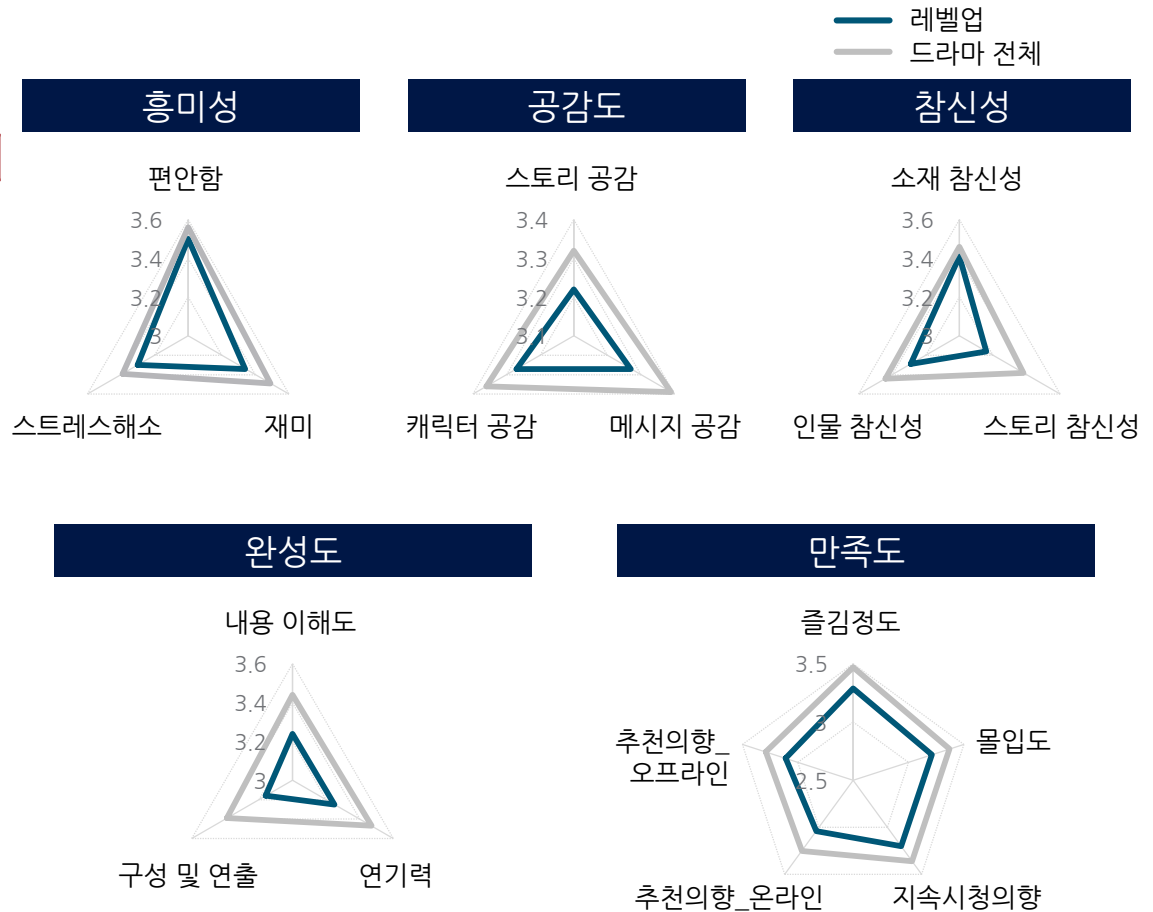
- 모든 차원에서 드라마 프로그램 평균 보다 상대적으로 낮은 평가를 받음
- 특히, 완성도(3.22점) 및 만족도(3.15점) 차원에서 드라마 프로그램 평균보다 낮은 평가를 받았으며, 특히 완성도는 드라마 평균 대비 0.21점 낮은 수준임

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %, 점]

2) 레벨업

- 흥미성 차원에서는 편안함(3.50점)이, 공감도 차원에서는 메시지 및 캐릭터 공감(3.27점)이, 참신성 차원에서는 소재 참신성(3.41점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.24점)가, 만족도 차원에서는 즐길정도 (3.29점)가 좋은 평가를 받았음
- 특히 공감도 차원의 메시지 공감(3.27점) 항목은 드라마 프로그램 전체 대비 상대적으로 낮게 평가됨

	레벨업	드라마 전체
응답자 수	112	500
MSI	3.26	3.40
흥미성 통합	3.38	3.48
편안함	3.50	3.56
재미	3.34	3.49
스트레스 해소	3.30	3.39
공감도 통합	3.25	3.36
스토리 공감	3.22	3.32
메시지 공감	3.27	3.39
캐릭터 공감	3.27	3.36
참신성 통합	3.29	3.43
소재 참신성	3.41	3.46
스토리 참신성	3.16	3.38
인물 참신성	3.29	3.44
완성도 통합	3.22	3.43
내용 이해도	3.24	3.44
연기력	3.25	3.47
구성 및 연출	3.16	3.39
만족도 통합	3.15	3.34
즐김정도	3.29	3.47
몰입도	3.21	3.37
지속 시청의향	3.20	3.36
추천의향_온라인	3.04	3.25
추천의향_오프라인	3.11	3.29



2) 레벨업

- <레벨업>은 남성보다 여성(3.31점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으나, 사례수가 적어 연령별/성별 차이에 따른 유의한 해석에 어려움이 있음
- 모든 차원(흥미성, 공감도, 참신성, 완성도, 만족도)에서 여성이 높게 평가함

레벨업	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	-	(7*)	(24*)	(3*)	(7*)	(41)	(19*)	(31)	(7*)	(5*)	(9*)	(71)
MSI	-	3.39	3.03	3.65	3.16	3.16	3.33	3.32	3.26	3.16	3.35	3.31
흥미성 통합	-	3.76	3.08	3.78	3.29	3.28	3.35	3.52	3.38	3.40	3.41	3.44
편안함	-	4.00	3.25	3.67	3.29	3.41	3.53	3.45	3.57	3.80	3.78	3.55
재미	-	3.71	2.96	3.67	3.43	3.22	3.16	3.65	3.29	3.20	3.33	3.41
스트레스해소	-	3.57	3.04	4.00	3.14	3.22	3.37	3.45	3.29	3.20	3.11	3.35
공감도 통합	-	3.24	2.99	3.33	3.14	3.08	3.33	3.38	3.38	3.20	3.37	3.35
스토리 공감	-	3.14	2.88	3.33	3.29	3.02	3.37	3.32	3.43	3.20	3.33	3.34
메시지 공감	-	3.29	3.08	3.33	3.00	3.12	3.21	3.42	3.43	3.40	3.33	3.35
캐릭터 공감	-	3.29	3.00	3.33	3.14	3.10	3.42	3.39	3.29	3.00	3.44	3.37
참신성 통합	-	3.38	3.07	3.89	3.00	3.17	3.33	3.34	3.29	3.40	3.48	3.36
소재 참신성	-	3.57	3.04	4.33	2.86	3.20	3.42	3.55	3.29	3.80	3.78	3.54
스토리 참신성	-	3.14	3.00	4.00	2.86	3.07	3.16	3.23	3.14	3.20	3.33	3.21
인물 참신성	-	3.43	3.17	3.33	3.29	3.24	3.42	3.26	3.43	3.20	3.33	3.32
완성도 통합	-	3.33	3.08	3.56	3.05	3.15	3.32	3.27	3.19	2.87	3.33	3.25
내용 이해도	-	3.29	3.13	3.33	3.29	3.20	3.32	3.32	3.14	2.60	3.44	3.27
연기력	-	3.43	3.13	3.67	3.29	3.24	3.37	3.19	3.29	3.00	3.33	3.25
구성 및 연출	-	3.29	3.00	3.67	2.57	3.02	3.26	3.29	3.14	3.00	3.22	3.24
만족도 통합	-	3.27	2.97	3.53	3.27	3.11	3.26	3.17	3.06	3.01	3.15	3.17
즐김정도	-	3.00	3.12	3.00	4.25	3.23	3.42	3.35	2.80	3.75	3.17	3.32
몰입도	-	3.00	3.04	3.67	2.86	3.05	3.37	3.32	3.29	2.80	3.33	3.30
지속시청의향	-	3.57	2.92	3.67	3.29	3.15	3.37	3.23	2.71	3.20	3.33	3.23
추천의향_온라인	-	3.43	2.71	3.67	3.29	3.00	3.21	2.97	3.14	2.80	3.11	3.06
추천의향_오프라인	-	3.29	2.96	3.67	3.29	3.12	3.16	3.10	3.43	2.80	2.89	3.10

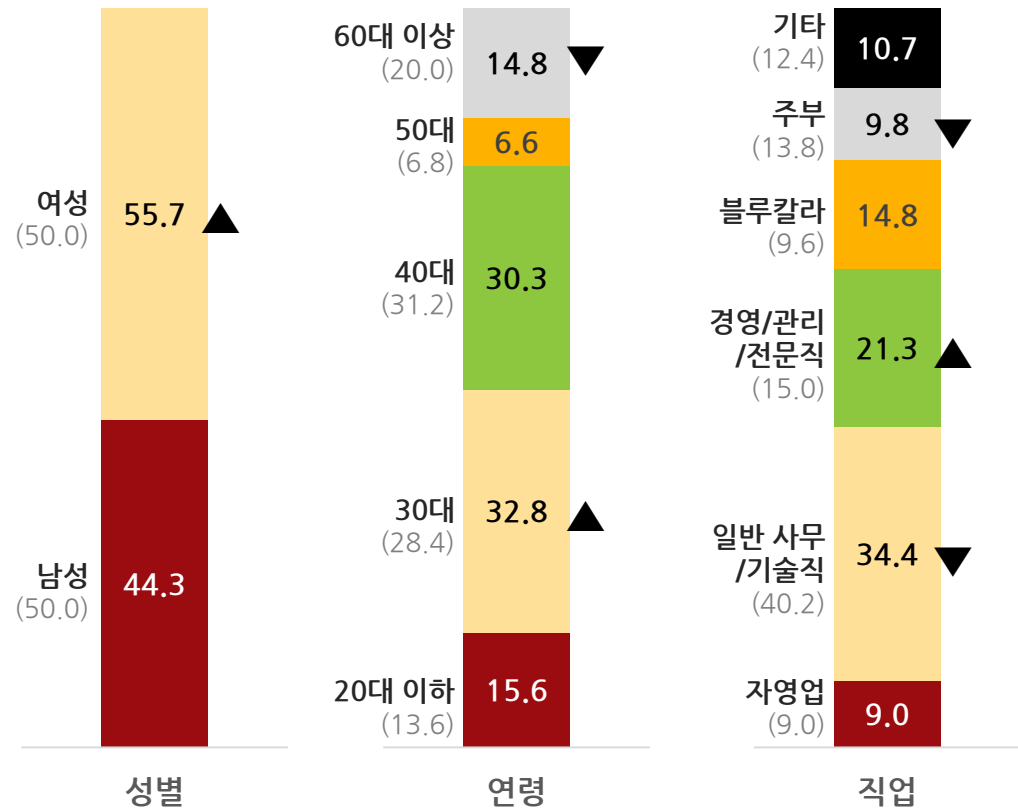
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

3) 최고의 치킨

- <최고의 치킨> 시청자는 여성(55.7%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대(32.8%) > 40대(30.3%), 직업별로는 사무/기술직이 34.4%, 경영/관리/전문직 21.3%, 블루칼라 14.8% 순으로 구성되어 있음
- 전체 응답자 비율과 비교해보면, 여성 및 30대에서 상대적으로 높은 비중을 보임

최고의 치킨 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		122	100.0
성별	남성	54	44.3
	여성	68	55.7
연령	20대 이하	19	15.6
	30대	40	32.8
	40대	37	30.3
	50대	8	6.6
	60대 이상	18	14.8
직업	자영업	11	9.0
	사무직/기술직	42	34.4
	경영/관리직	8	6.6
	전문직/자유직	18	14.8
	기능/숙련공/생산직	9	7.4
	판매/서비스직	8	6.6
	농/임/축/어업	1	0.8
	전업 주부	12	9.8
	학생	5	4.1
	무직	5	4.1
	기타	3	2.5



*직업 분류: 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

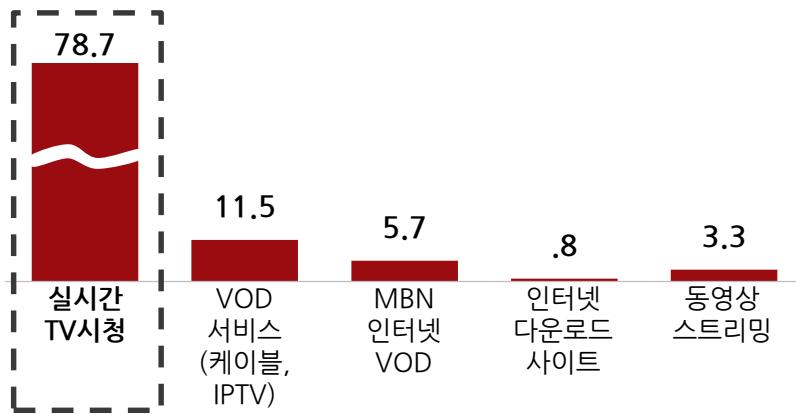
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함

3) 최고의 치킨

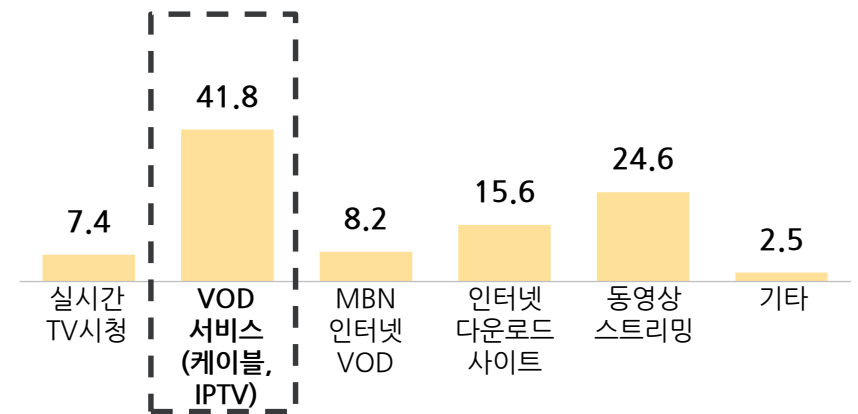
- 〈 최고의 치킨 〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법은 ‘실시간 TV시청’(78.7%)으로 조사되었으며, 2순위로는 ‘VOD 서비스’(41.8%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, ‘실시간 TV시청’의 경우 남성 및 40대, ‘VOD 서비스’의 경우 남성 및 40대, ‘동영상 스트리밍’은 여성 및 20대 이하가 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남

프로그램 시청 방법

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(122)	(54)	(68)	(19*)	(40)	(37)	(8*)	(18*)
실시간 TV시청	86.1	87.0	85.3	89.5	80.0	91.9	87.5	83.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	53.3	61.1	47.1	42.1	52.5	64.9	50.0	44.4
Youtube 등 동영상 스트리밍	27.9	18.5	35.3	36.8	37.5	13.5	12.5	33.3
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	16.4	16.7	16.2	10.5	15.0	18.9	37.5	11.1
MBN 인터넷 VOD	13.9	14.8	13.2	15.8	12.5	8.1	12.5	27.8
기타	2.5	1.9	2.9	5.3	2.5	2.7	0.0	0.0

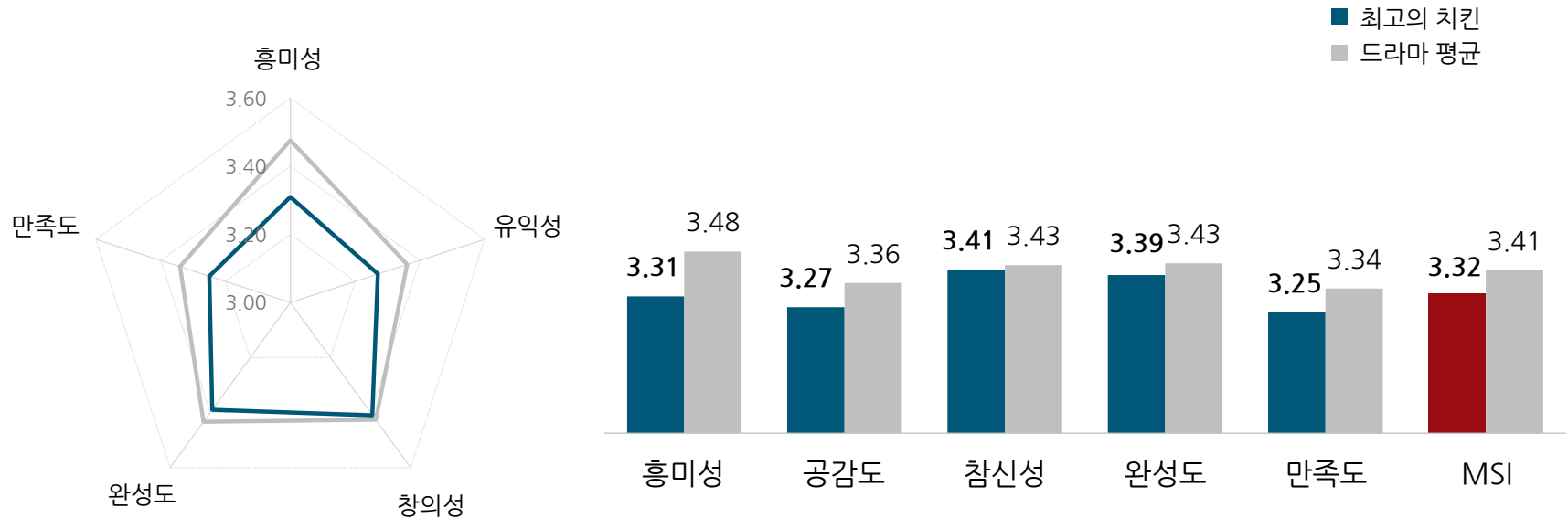
[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 178

3) 최고의 치킨

- 프로그램 평가 점수는 3.32점으로, 드라마 프로그램 전체 평균(3.41점)보다 낮게 평가를 받음
- 각 차원별 점수는 참신성(3.41점) > 완성도(3.39점) > 흥미성(3.31점) > 공감도(3.27점) > 만족도(3.25점) 순임

프로그램 평가 점수



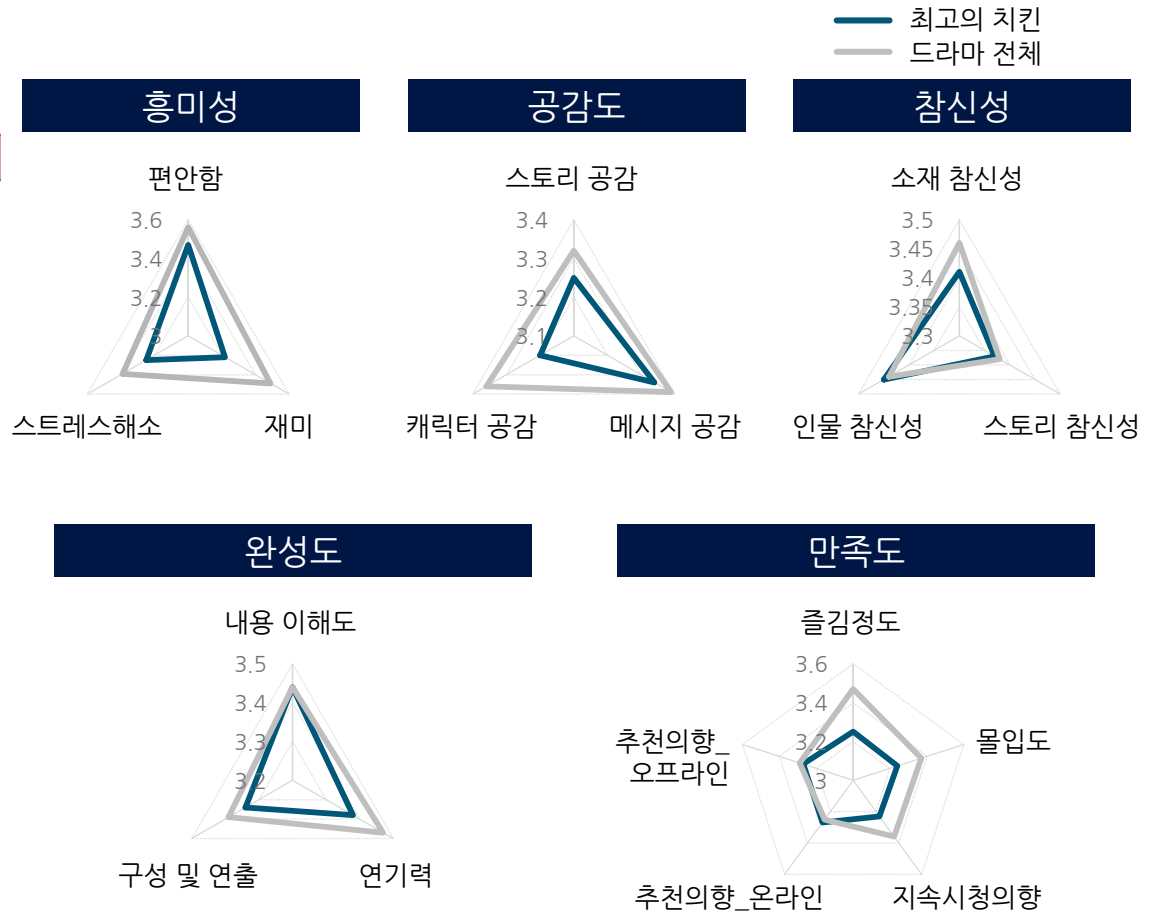
- 모든 차원에서 드라마 프로그램 평균 보다 상대적으로 낮은 평가를 받음
- 흥미성(3.31점) 및 공감도(3.27점) 차원에서 드라마 프로그램 평균보다 낮은 평가를 받았으며, 특히 흥미성은 드라마 평균 대비 0.17점 낮은 수준임

[Base : 프로그램별 응답자, n=500, Unit : 명, %, 점]

3) 최고의 치킨

- 흥미성 차원에서는 편안함(3.47점)이, 공감도 차원에서는 메시지 공감(3.34점)이, 참신성 차원에서는 인물 참신성(3.45점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.44점)가, 만족도 차원에서는 추천의향_온라인,오프라인(3.27점)이 좋은 평가를 받았음
- 특히 만족도 차원의 즐거움정도(3.25점) 항목이 드라마 프로그램 전체 대비 상대적으로 낮게 평가됨

	최고의 치킨	드라마 전체
응답자 수	122	500
MSI	3.32	3.40
흥미성 통합	3.31	3.48
편안함	3.47	3.56
재미	3.22	3.49
스트레스 해소	3.25	3.39
공감도 통합	3.27	3.36
스토리 공감	3.25	3.32
메시지 공감	3.34	3.39
캐릭터 공감	3.20	3.36
참신성 통합	3.41	3.43
소재 참신성	3.41	3.46
스토리 참신성	3.37	3.38
인물 참신성	3.45	3.44
완성도 통합	3.39	3.43
내용 이해도	3.44	3.44
연기력	3.38	3.47
구성 및 연출	3.34	3.39
만족도 통합	3.25	3.34
즐거움정도	3.25	3.47
몰입도	3.24	3.37
지속 시청의향	3.23	3.36
추천의향_온라인	3.27	3.25
추천의향_오프라인	3.27	3.29



3) 최고의 치킨

- <최고의 치킨>은 남성보다 여성(3.42점)에게 상대적으로 더 높은 평가를 받았으나, 사례수가 적어 연령별/성별 차이에 따른 유의한 해석에 어려움이 있음
- 모든 차원(흥미성, 공감도, 참신성, 완성도, 만족도)에서 남성이 높게 평가함

최고의 치킨	성별											
	남성						여성					
	연령						연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	-	(10*)	(30)	(4*)	(1*0)	(54)	(19*)	(30)	(7*)	(4*)	(8*)	(68)
MSI	-	3.37	3.03	3.49	3.36	3.19	3.40	3.42	3.37	3.28	3.56	3.42
흥미성 통합	-	3.40	3.04	3.58	3.50	3.23	3.32	3.39	3.52	3.17	3.42	3.37
편안함	-	3.60	3.20	3.50	3.70	3.39	3.58	3.50	3.57	3.25	3.63	3.53
재미	-	3.20	2.97	3.75	3.40	3.15	3.21	3.30	3.43	3.00	3.38	3.28
스트레스해소	-	3.40	2.97	3.50	3.40	3.17	3.16	3.37	3.57	3.25	3.25	3.31
공감도 통합	-	3.30	3.01	3.17	3.17	3.10	3.26	3.44	3.38	3.42	3.54	3.40
스토리 공감	-	3.20	2.90	3.25	3.20	3.04	3.21	3.53	3.43	3.25	3.63	3.43
메시지 공감	-	3.50	3.10	3.25	3.20	3.20	3.32	3.43	3.71	3.75	3.50	3.46
캐릭터 공감	-	3.20	3.03	3.00	3.10	3.07	3.26	3.37	3.00	3.25	3.50	3.31
참신성 통합	-	3.57	3.07	3.92	3.40	3.28	3.56	3.44	3.57	3.33	3.67	3.51
소재 참신성	-	3.30	3.13	4.00	3.40	3.28	3.47	3.47	3.71	3.25	3.75	3.51
스토리 참신성	-	3.50	3.03	4.00	3.50	3.28	3.58	3.30	3.57	3.50	3.50	3.44
인물 참신성	-	3.90	3.03	3.75	3.30	3.30	3.63	3.57	3.43	3.25	3.75	3.57
완성도 통합	-	3.30	3.19	3.50	3.37	3.27	3.49	3.52	3.29	3.17	3.67	3.49
내용 이해도	-	3.40	3.43	3.25	3.20	3.37	3.53	3.47	3.43	3.25	3.75	3.50
연기력	-	3.30	3.00	3.50	3.40	3.17	3.58	3.57	3.29	3.00	3.88	3.54
구성 및 연출	-	3.20	3.13	3.75	3.50	3.26	3.37	3.53	3.14	3.25	3.38	3.41
만족도 통합	-	3.32	2.93	3.35	3.36	3.11	3.38	3.36	3.20	3.30	3.53	3.36
즐김정도	-	3.10	3.03	3.25	3.80	3.20	3.16	3.40	3.00	3.75	3.25	3.29
몰입도	-	3.20	2.83	3.50	3.30	3.04	3.53	3.30	3.29	3.25	3.63	3.40
지속시청의향	-	3.30	2.90	3.75	3.30	3.11	3.42	3.23	3.14	3.25	3.63	3.32
추천의향_온라인	-	3.30	2.93	3.25	3.20	3.07	3.32	3.50	3.43	3.25	3.50	3.43
추천의향_오프라인	-	3.70	2.93	3.00	3.20	3.13	3.47	3.37	3.14	3.00	3.63	3.38

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함



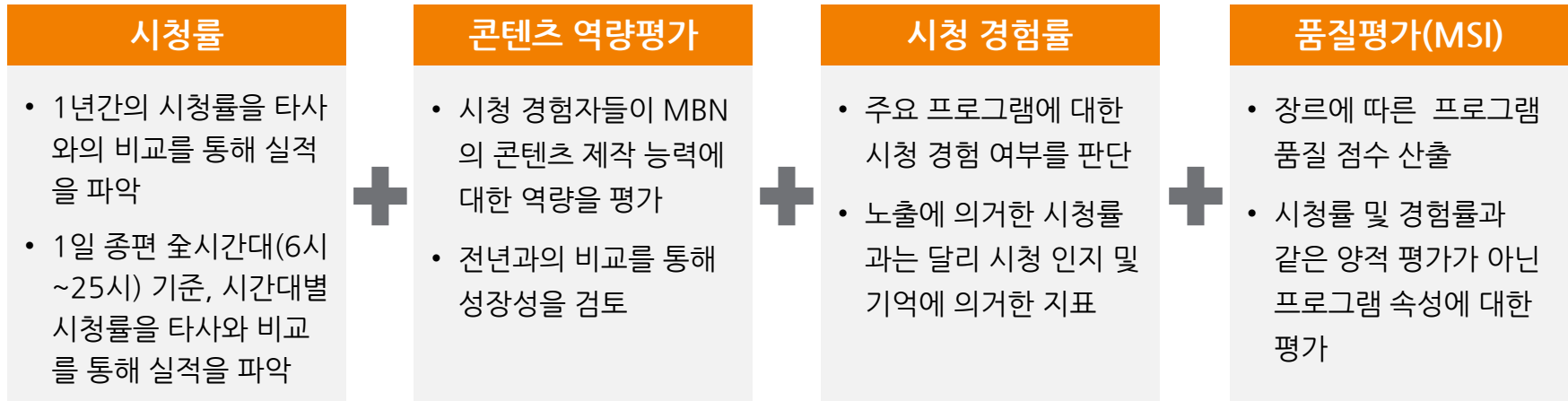
IV. MBN 프로그램 종합 평가

- 01 2019년 MBN 프로그램 종합 평가
- 02 프로그램별 시청률 연계 평가
- 03 채널별 이미지 평가



1. 2019년 MBN 프로그램 종합 평가

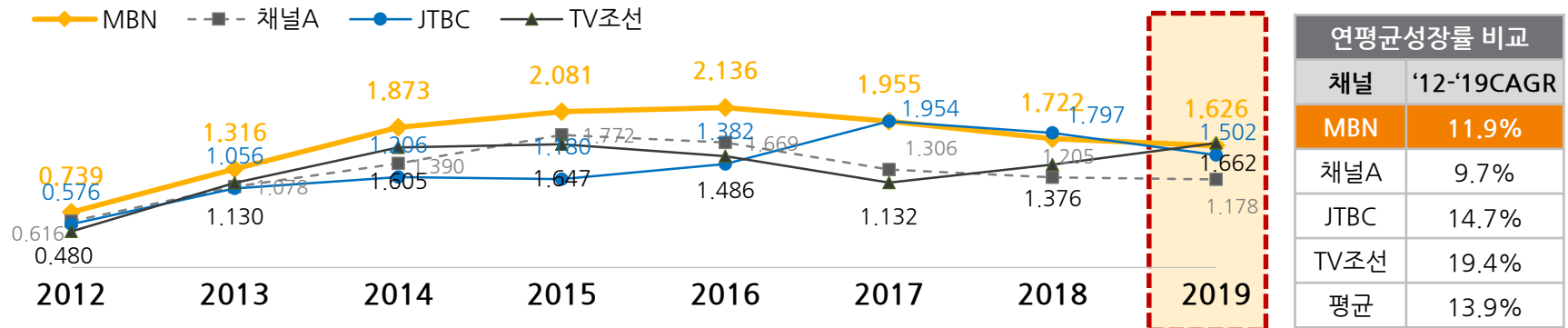
- 프로그램 종합 평가는 시청률과 콘텐츠 역량평가, 시청 경험률, 품질평가 등을 종합적으로 정리하고 논의함
- 2019년도 MBN 프로그램의 현주소를 파악하고, 채널 및 프로그램 관리 전략 수립이 필요함



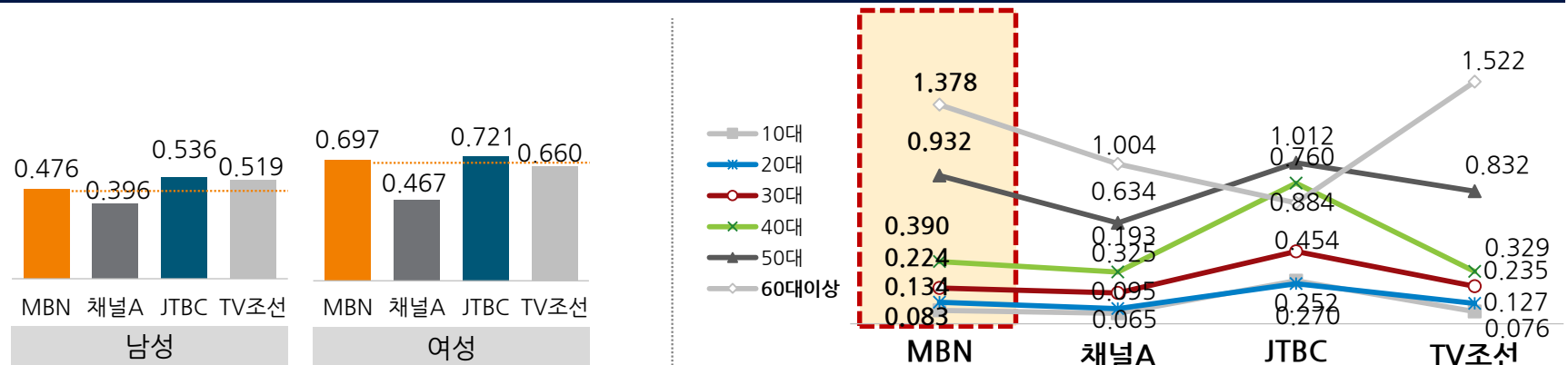
1) MBN 시청률 평가

- MBN 시청률은 '16년까지 지속적으로 상승하다가 '17년 이후 하락세를 보이며, 2019년 1.626%로 집계됨
- '19년 기준 시청률이 상승세인 TV조선을 제외하고, 전년대비 JTBC의 하락폭보다 낮은 수준이며, '12년-'19년 연평균성장률은 11.9%로 나타남
- MBN 주요 시청층은 여성 및 50대 이상의 고연령층으로, 낮은 연령층으로의 시청자 확대가 필요함

2012-2019 종편 채널 시청률 추이 (유료가입가구기준, %)



2019 성별/연령별 종편 채널 시청률 (개인 %)



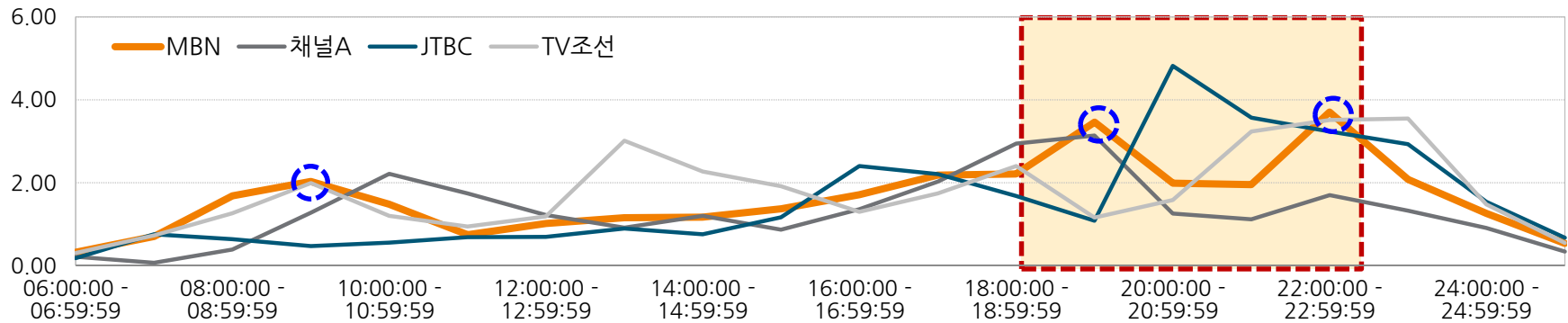
(1)분석채널: 종편 4개 채널(MBN, 채널A, JTBC, TV조선) (2)분석타겟: 유료채널 시청가구 (3)산출기간: 2012년 1월 1일 ~ 2019년 12월 31일

(4)분석시간대: 종편 전시간대 (06:00 ~ 26:00) (5)분석지역: 전국(National)

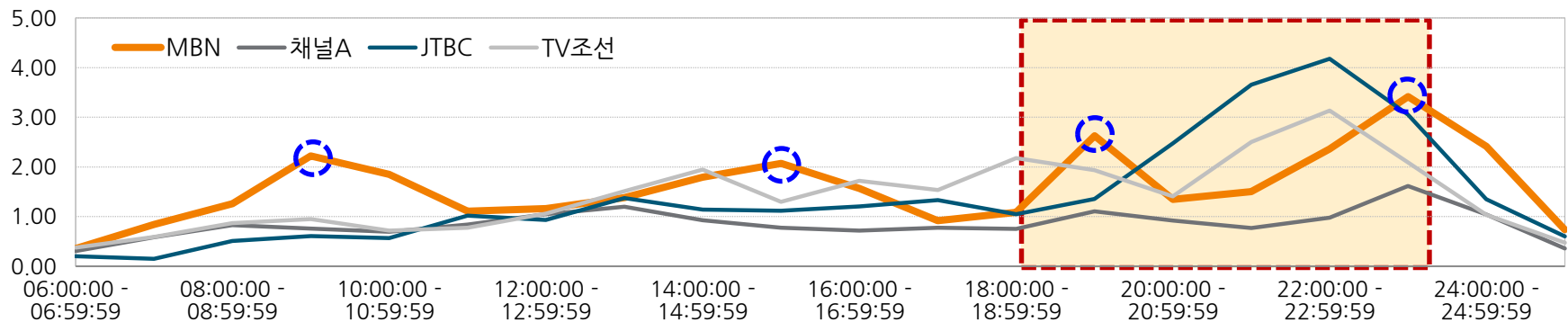
2) MBN 프로그램 편성 평가

- 주중 시간대별 종편 채널 시청률 추이를 살펴보면, MBN의 경우 오전시간대와 오후 7시, 오후 10시에 타사 대비 우위에 있으나 저녁 8시에는 JTBC의 시청률이 큰 폭으로 상승하여 시청률 교체 현상이 나타남.
- 주말의 경우 전반적으로 시청률 우위에 있으며 특히 오전 9시와 오후 6시 이후에 강세를 보임. 주말 오전 9시 및 오후 7시에는 보도/시사 프로그램, 오후 10시 이후에는 주로 예능 프로그램을 방영함

2019년 **주중** 시간대별 종편 채널 시청률 추이 (유료가입가구기준, %)



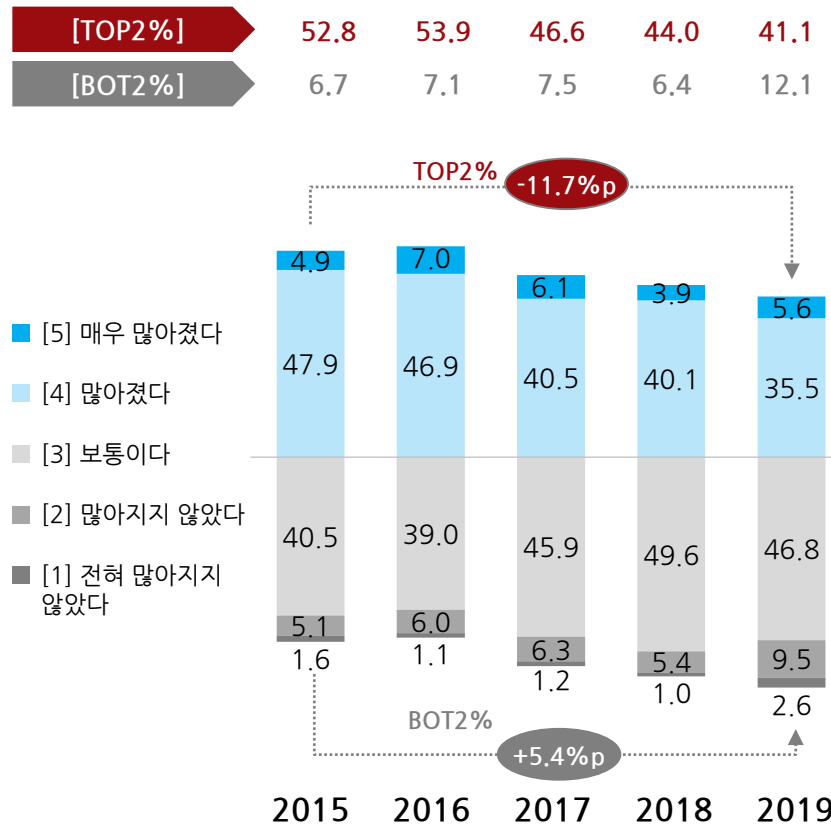
2019년 **주말** 시간대별 종편 채널 시청률 추이 (유료가입가구기준, %)



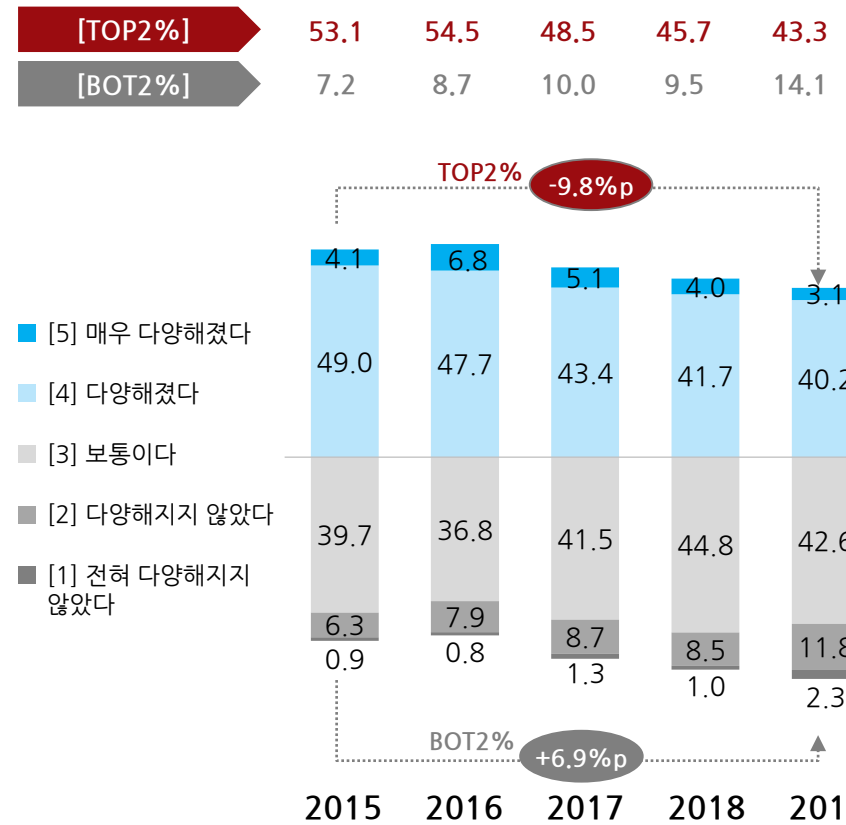
3) 콘텐츠 역량 평가

- 최근 5년 기준으로 MBN 콘텐츠에 대한 볼거리 및 다양성에 대한 긍정적인 평가가 매년 감소세를 보임
- 특히, 양적평가에서 전년대비 긍정적인 평가는 '15년 대비 '19년에 11.7%p 감소했으며, 다양성 평가에서는 전년대비 긍정적인 평가가 같은 기간 9.8%p 감소함
- 이에 따라 콘텐츠의 양적/질적 측면을 모두 강화해야 할 필요성이 있음

2015-2019 MBN 볼거리 양 평가



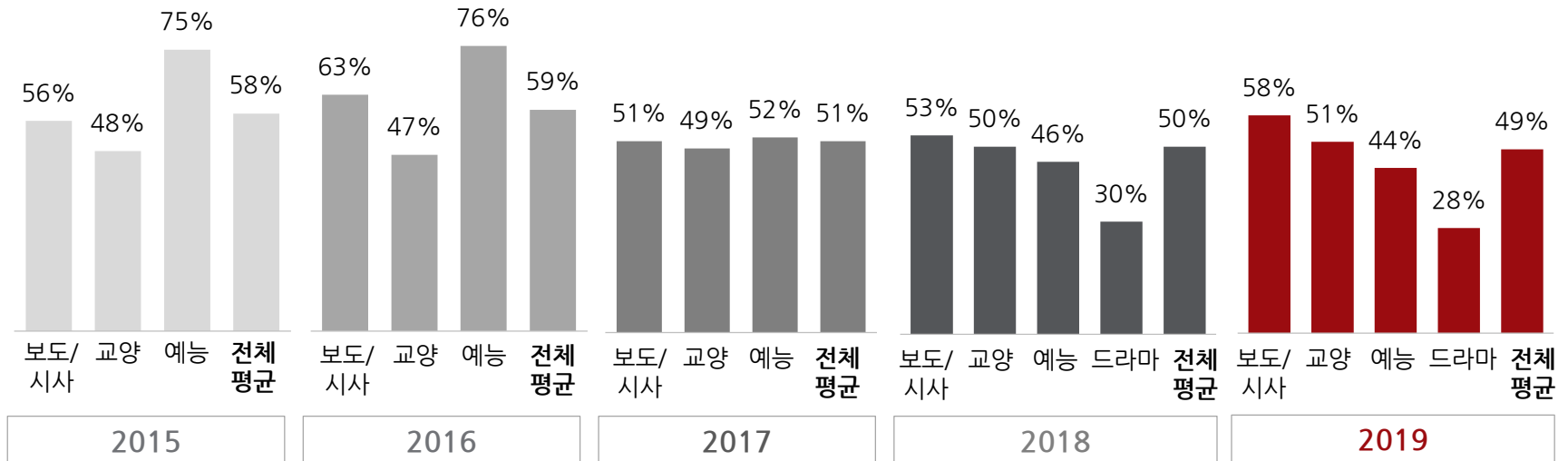
2015-2019 MBN 볼거리 다양성 평가



4) 프로그램 시청 경험 평가

- 2019년 MBN 프로그램 시청 경험률은 평균 49% 수준으로 나타남
- 전반적으로 보도/시사 및 교양의 시청 경험률은 상승하였으며, 보도/시사의 시청 경험률의 경우 큰 폭으로 상승세를 보임
- 예능과 드라마의 시청 경험률은 소폭 하락함

2015-2019 시청 경험률 비교



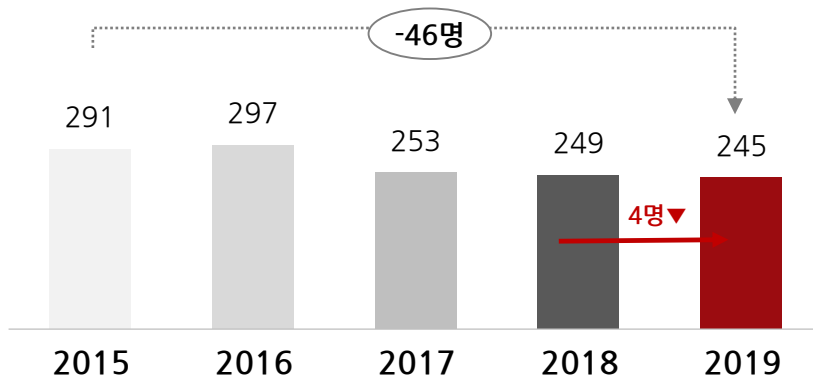
2015-2019 장르별 프로그램 1편당 응답자수(명)

장르	2015년	2016년	2017년	2018년	2019년	증가율('19-'18)
보도/시사	278	317	257	266	290	△24
교양	238	235	245	248	257	△9
예능	376	379	260	245	218	▽27
드라마	-	-	-	152	138	▽14
평균	291	297	253	249	245	▽4

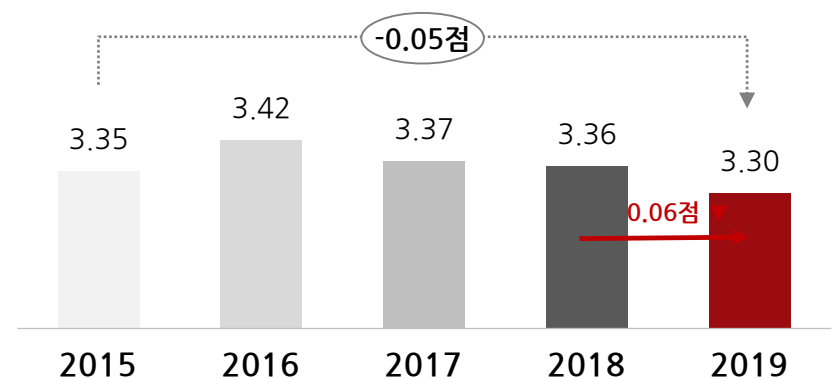
5) 프로그램 시청 품질 평가(MSI)

- 최근 5년간 프로그램 당 평가자 수는 전반적으로 하락세를 보이며, '15년 대비 '19년에 46명 감소함 (291명('15)→297명('16)→253명('17)→249명('18)→245명('19))
- 프로그램 시청 만족도인 품질평가지수(MSI)는 상승세를 보였던 2016년 이후 전반적으로 하락세를 보임 (3.35점('15)→3.42점('16)→3.37점('17)→ 3.36점('18) → 3.30점('19))

2015-2019 MBN 프로그램 평가자 수 추이(명)



2015-2019 MBN 프로그램 품질평가점수 추이(점)

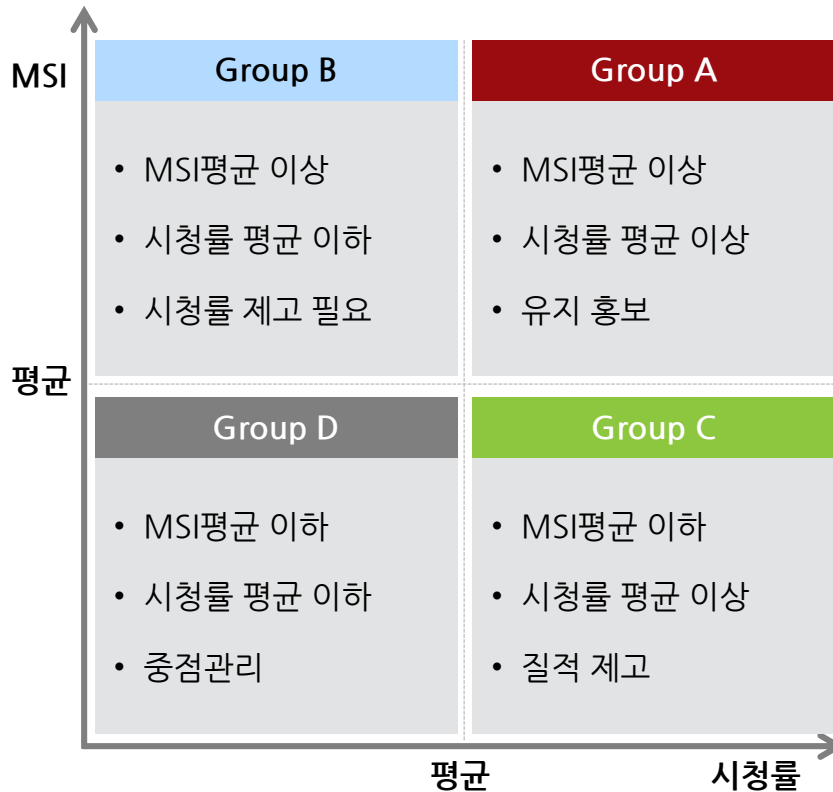


구분	2015				2016				2017				2018				2019			
	프로그램 수	평가자 수	프로그램당 평가자 수	품질평가점수	프로그램 수	평가자 수	프로그램당 평가자 수	품질평가점수	프로그램 수	평가자 수	프로그램당 평가자 수	품질평가점수	프로그램 수	평가자 수	프로그램당 평가자 수	품질평가점수	프로그램 수	평가자 수	프로그램당 평가자 수	품질평가점수
보도/시사	6	1,665	278	3.35	10	2,345	317	3.40	8	2,055	257	3.39	8	2,127	266	3.45	9	2,614	290	3.28
교양	8	1,907	238	3.33	7	2,218	235	3.43	10	2,445	245	3.36	10	2,481	248	3.40	10	2,567	257	3.31
예능	6	2,255	376	3.36	6	2,276	379	3.42	7	1,817	260	3.35	5	1,223	245	3.37	8	1,742	218	3.29
드라마	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	152	152	3.22	3	414	138	3.41
전체	20	5,827	291	3.35	23	6,839	297	3.42	25	6,317	253	3.37	24	5,983	249	3.36	30	7,337	245	3.30

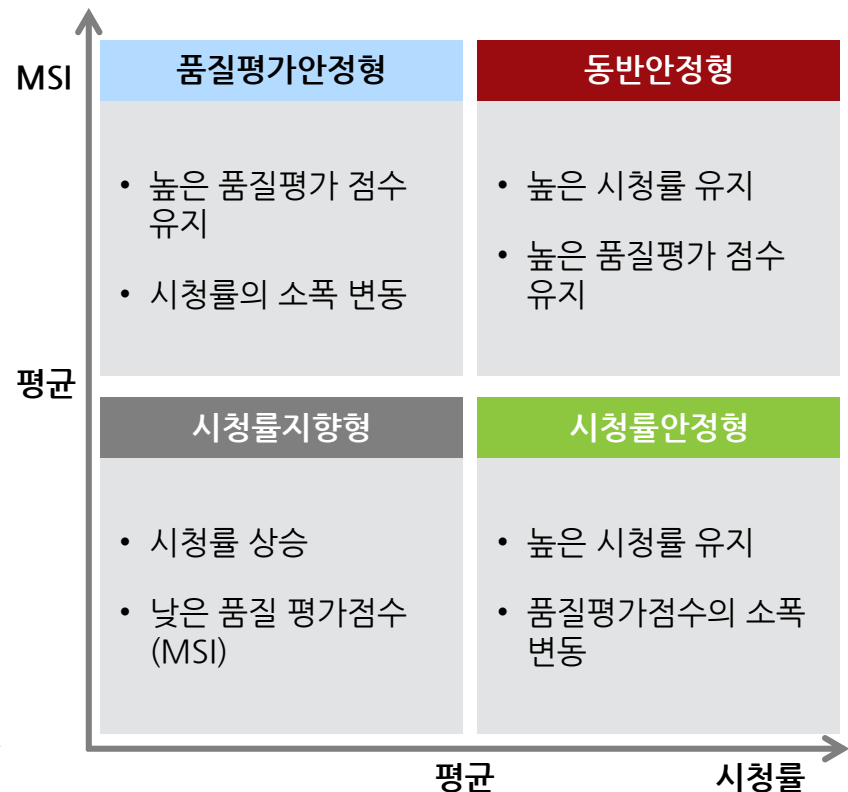
2. 프로그램별 시청률 연계 평가

- 시청률 연계 평가는 시청률과 함께 프로그램을 입체적으로 평가함으로써 향후 MBN 프로그램 관리를 위해 필요하며, 이는 품질평가와 시청률의 연계 평가를 통해 프로그램을 분류, 프로그램 전략 지표로 활용 가능함
- 연계 평가의 다년간 시계열 분석을 통해 장기 프로그램 계획 및 관리 전략을 수립하도록 함

시청률 연계 평가 단기 모형



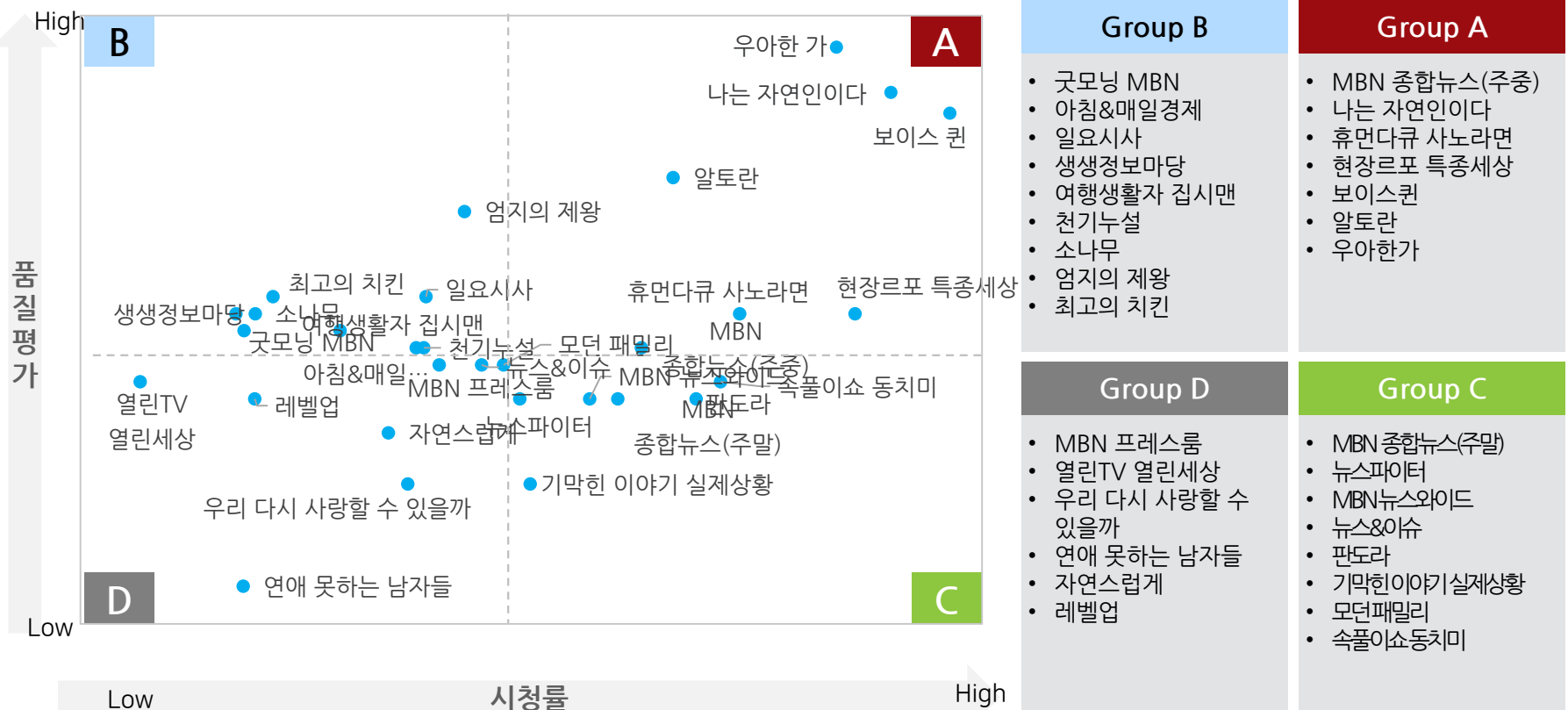
시청률 연계 평가 장기 모형



1) 2019 프로그램별 시청률 연계 평가(종합)

- 장르 관계없이 종합적으로 살펴보면, 시청률 및 품질평가 점수가 모두 평균 이상인 프로그램은 보도/시사 프로그램 <MBN뉴스(주중)>, 교양 프로그램 <나는 자연인이다>, <휴먼다큐 사노라면>, <현장르포 특종세상>, 예능 프로그램 <보이스퀸>, <알토란>, 드라마 프로그램 <우아한 가>로 나타났으며, MBN 대표 프로그램으로 관리할 필요가 있음

2019 프로그램별 시청률 연계 평가 단기 모형

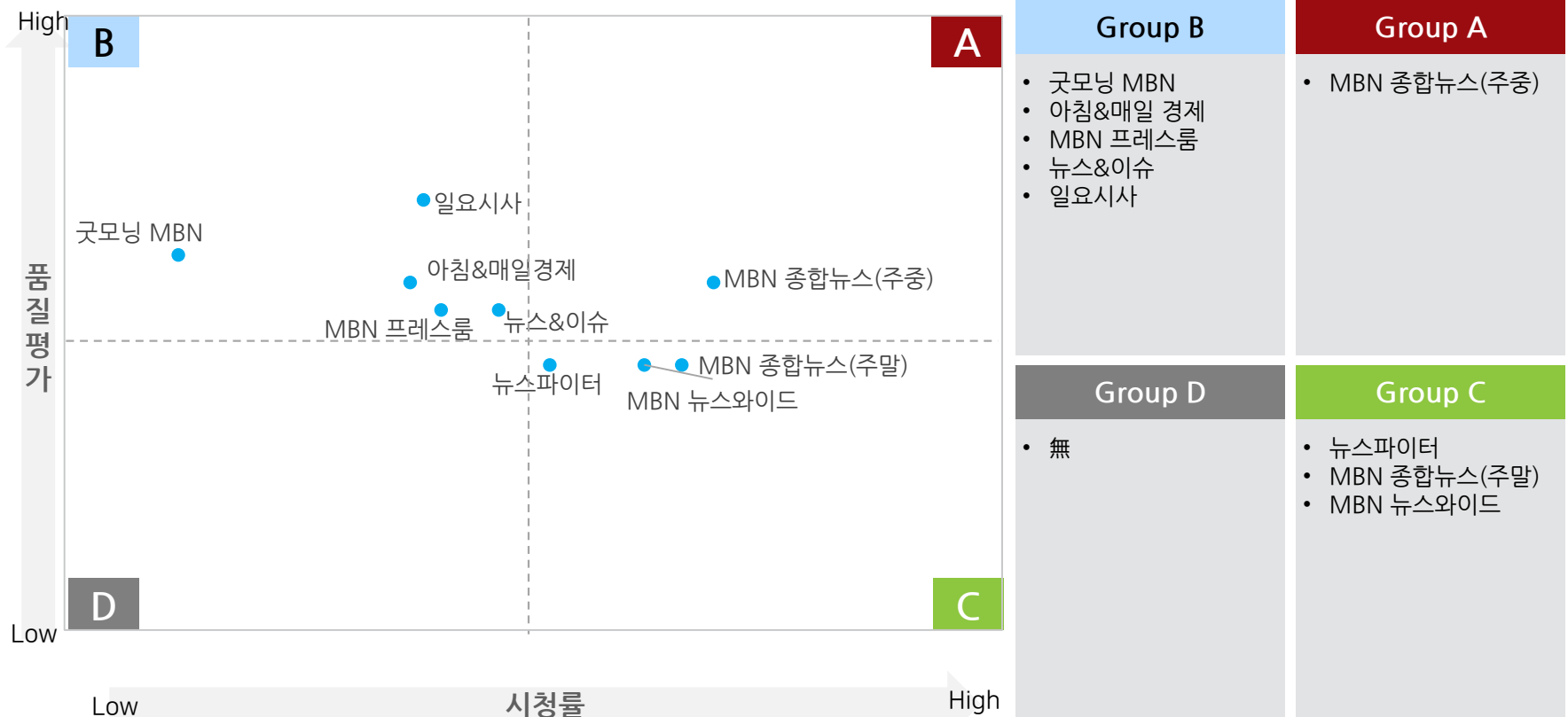


*Group A (유지홍보) : 전체 시청률 및 MSI 평균 이상 / Group B (시청률 제고 필요) : 전체 시청률 평균 이하, MSI 평균 이상
 Group C (질적 제고) : 전체 시청률 평균 이상, MSI 평균 이하 / Group D (중점관리) : 전체 시청률 및 MSI 평균 이하

1) 2019 프로그램별 시청률 연계 평가(보도/시사)

- 보도/시사 프로그램을 살펴보면, <MBN 뉴스8(주중)>은 보도/시사 평균값의 시청률 및 MSI와 동일하거나 높은 수준이며, 이는 꾸준히 유지 및 홍보가 필요함
- 반면, <굿모닝 MBN>, <아침&매일 경제>, <MBN 프레스룸>, <뉴스&이슈>, <일요시사>의 경우 시청률 제고를 위한 마케팅 활동 등이 필요한 것으로 나타났으며, <뉴스파이터>, <MBN 종합뉴스(주말)>, <MBN 뉴스와이드>는 품질 제고가 필요함.

2019 프로그램별 시청률 연계 평가 단기 모형

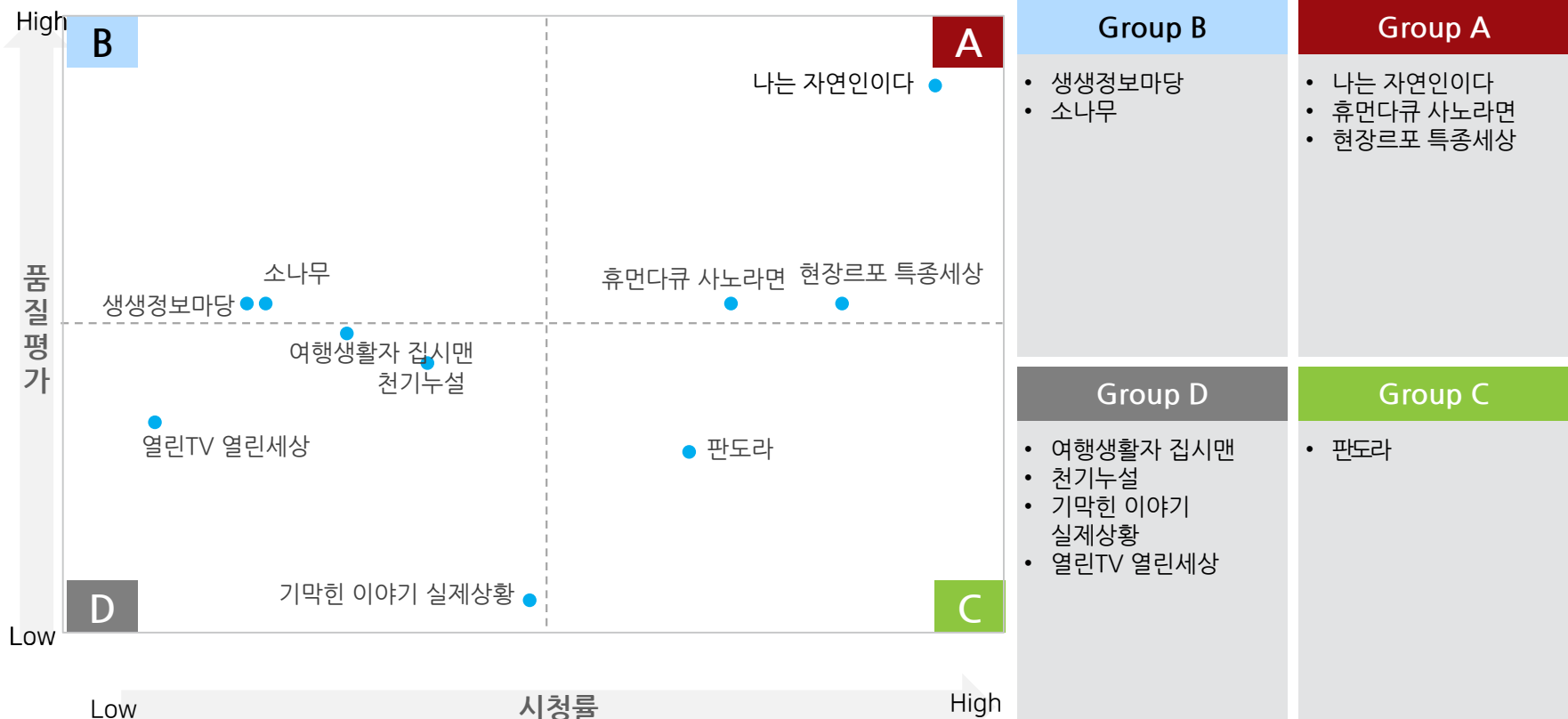


*Group A (유지홍보) : 보도/시사 시청률 및 MSI 평균 이상 / Group B (시청률 제고 필요) : 보도/시사 시청률 평균 이하, MSI 평균 이상
 Group C (질적 제고) : 보도/시사 시청률 평균 이상, MSI 평균 이하 / Group D (중점관리) : 보도/시사 시청률 및 MSI 평균 이하

1) 2019 프로그램별 시청률 연계 평가(교양)

- 교양 프로그램을 살펴보면, <나는 자연인이다>, <휴먼다큐 사노라면>, <현장르포 특종세상>은 교양 평균값 대비 시청률과 MSI 모두 높아 A그룹으로 분류됨
- <여행생활자 집시맨>, <천기누설>, <기막힌 이야기 실제상황>, <열린TV 열린세상>의 경우, 시청률 제고를 위한 마케팅 활동과 품질 제고를 위한 구성 및 제작요소 등의 변경이 요구됨

2019 프로그램별 시청률 연계 평가 단기 모형

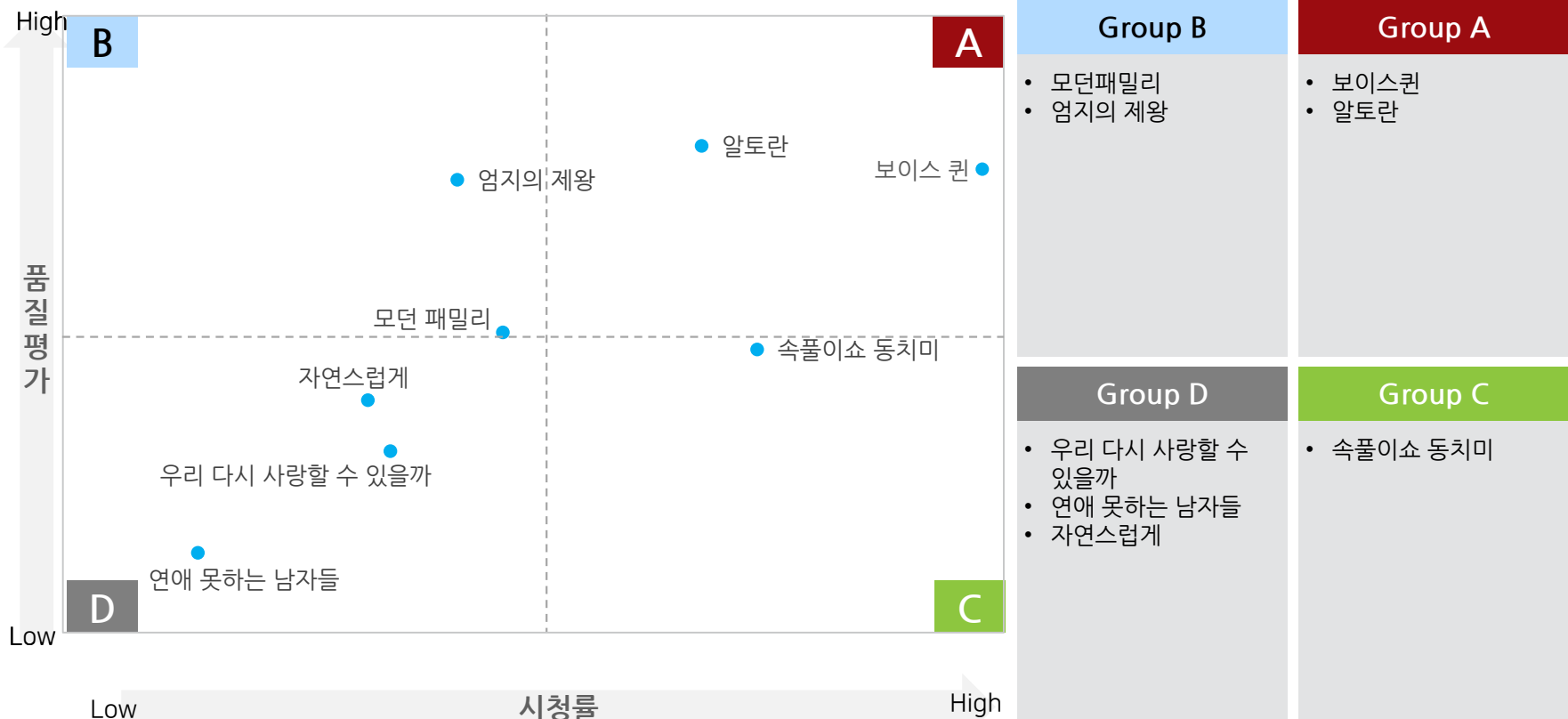


*Group A (유지홍보) : 교양 시청률 및 MSI 평균 이상 / Group B (시청률 제고 필요) : 교양 시청률 평균 이하, MSI 평균 이상
 Group C (질적 제고) : 교양 시청률 평균 이상, MSI 평균 이하 / Group D (중점관리) : 교양 시청률 및 MSI 평균 이하

1) 2019 프로그램별 시청률 연계 평가(예능)

- 예능 프로그램을 살펴보면, <보이스퀸>, <알토란>이 A그룹으로 분류됨
- 반면, <자연스럽게>, <우리 다시 사랑할 수 있을까>, <연애 못하는 남자들>은 시청률과 MSI 모두 낮게 나왔으며, <연애 못하는 남자들>은 2019년 12월부로 방영 종료됨

2019 프로그램별 시청률 연계 평가 단기 모형

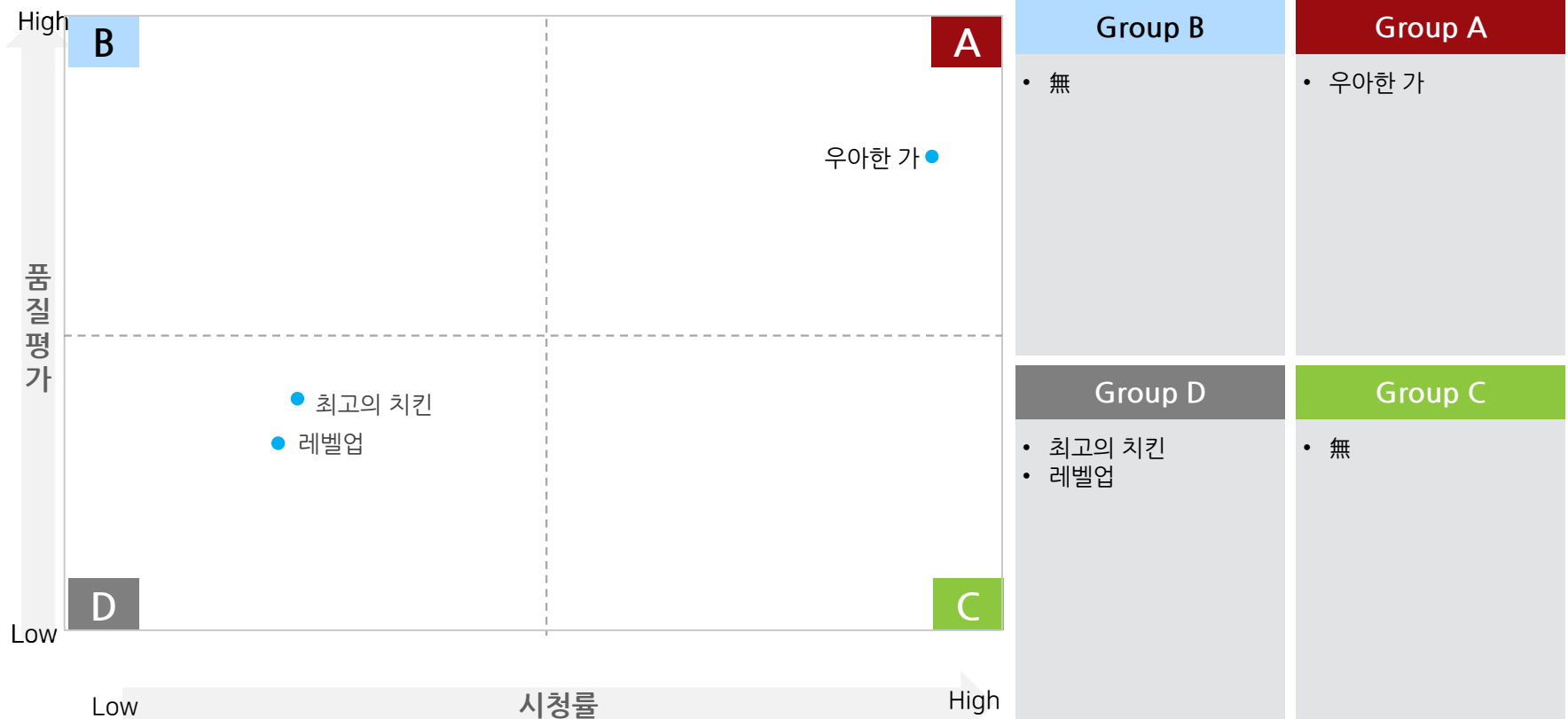


*Group A (유지홍보) : 예능 시청률 및 MSI 평균 이상 / Group B (시청률 제고 필요) : 예능 시청률 평균 이하, MSI 평균 이상
 Group C (질적 제고) : 예능 시청률 평균 이상, MSI 평균 이하 / Group D (중점관리) : 예능 시청률 및 MSI 평균 이하

1) 2019 프로그램별 시청률 연계 평가(드라마)

- 드라마 프로그램을 살펴보면, <우아한 가>는 시청률 및 MSI와 높은 수준이기에 A그룹으로 분류됨
- 특히 전체 프로그램 중 MSI가 가장 높게 나타남

2019 프로그램별 시청률 연계 평가 단기 모형



*Group A (유지홍보) : 드라마 시청률 및 MSI 평균 이상 / Group B (시청률 제고 필요) : 드라마 시청률 평균 이하, MSI 평균 이상
 Group C (질적 제고) : 드라마 시청률 평균 이상, MSI 평균 이하 / Group D (중점관리) : 드라마 시청률 및 MSI 평균 이하

2) 2018-2019 프로그램별 시청률 연계 평가

- 2018년 대비 2019년에는 품질평가 영역에서 <알토란>과 <천기누설>을 제외한 프로그램에서 소폭 하락하여 시청률안정형 프로그램이 증가한 형태로 나타남
- <현장르포 특종세상>의 경우 가장 큰 폭으로 시청률이 상승하였으며, <나는 자연인이다>은 높은 품질평가 점수를 유지하며 시청률 상승함

2018-2019 프로그램별 시청률 연계 평가 장기 모형



품질평가안정형

- 뉴스파이터
- 열린TV 열린세상
- 아침&매일경제
- 여행생활자 집시맨
- 기막힌 이야기 실제 상황

동반안정형

- 생생 정보마당
- 나는 자연인이다
- 소나무
- 현장르포 특종세상
- 알토란

시청률지향형

- 뉴스&이슈
- 굿모닝MBN
- 천기누설

시청률안정형

- MBN 종합뉴스(주중)
- MBN 종합뉴스(주말)
- MBN 뉴스와이드
- 속풀이쇼 동치미
- 판도라
- 휴먼다큐 사노라면
- 엄지의 제왕

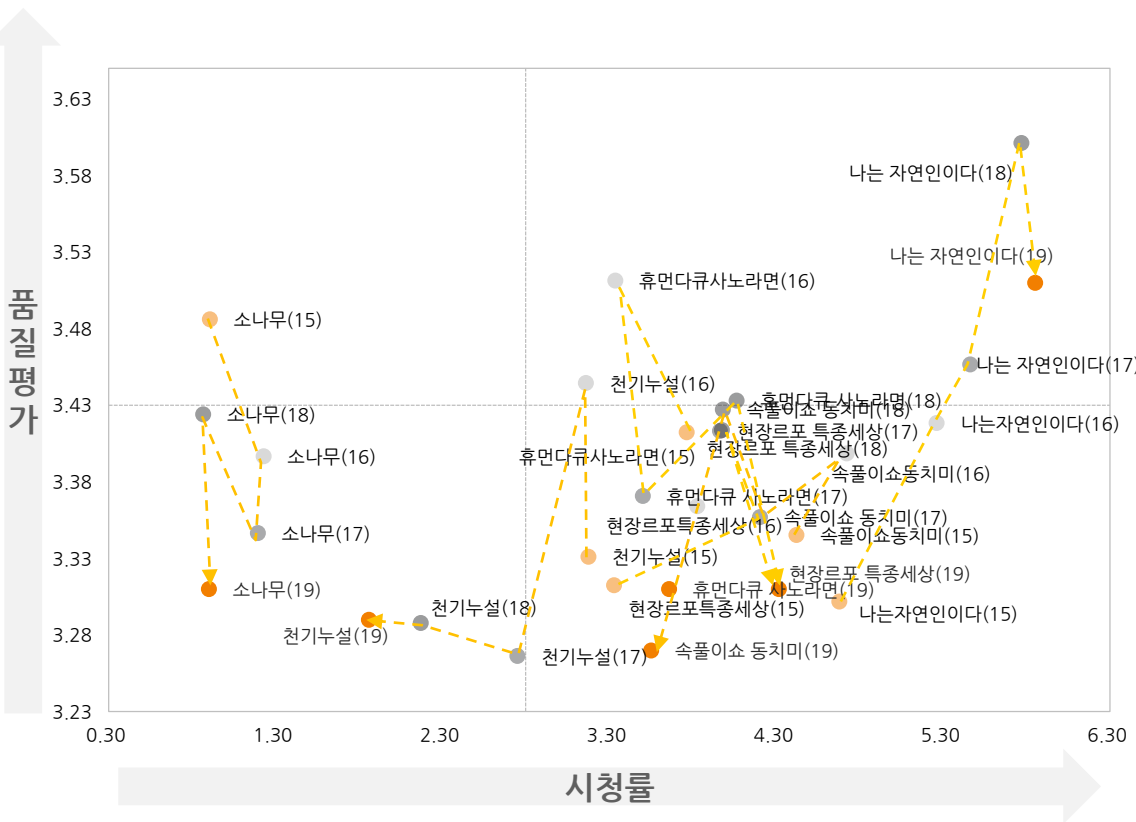
< 시청률 연계평가의 경우 18년과 19년에 방영된 프로그램을 기준으로 함 >

* 동반안정형 : 높은 시청률 및 높은 품질평가 점수 유지 / 품질평가안정형 : 높은 품질평가 점수 유지, 시청률 소폭 변동
시청률안정형 : 높은 시청률 유지, 품질평가점수 소폭 변동 / 시청률지향형 : 낮은 품질평가 점수, 시청률 상승

3) 2015-2019 프로그램별 시청률 연계 평가

- 최근 5년간 전반적으로 대부분의 프로그램이 시청률 부분에서 유지 혹은 상승세를 보이며, 일부 교양 프로그램의 경우 2015년 대비 품질평가 점수 부분에서 하락세를 보임
- 최근 5년 기준으로 시청률 및 품질평가점수가 상승한 프로그램은 <나는 자연인이다>, <현장르포 특종세상>임

2015-2019 프로그램별 시청률 연계 평가 장기 모형



품질평가안정형

- 속풀이쇼동치미
- 천기누설

동반안정형

- 나는 자연인이다
- 현장르포특종세상

시청률지향형

- 無

시청률안정형

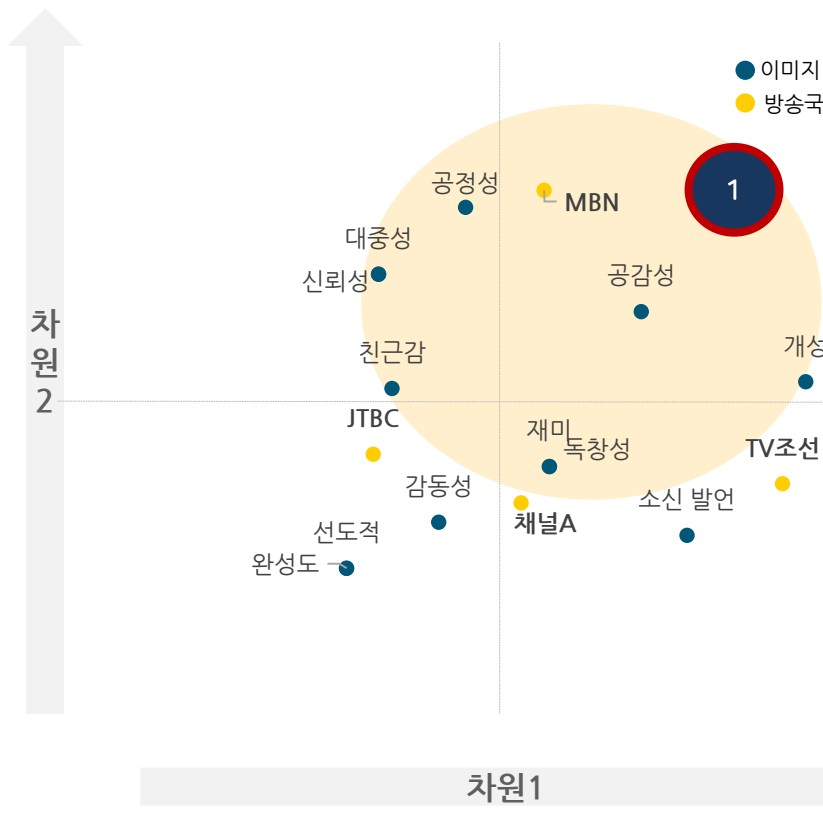
- 소나무
- 휴먼다큐사노라면

* 동반안정형 : 높은 시청률 및 높은 품질평가 점수 유지 / 품질평가안정형 : 높은 품질평가 점수 유지, 시청률 소폭 변동
 시청률안정형 : 높은 시청률 유지, 품질평가점수 소폭 변동 / 시청률지향형 : 낮은 품질평가 점수, 시청률 상승

3. 2019 채널별 이미지 평가

- 종합편성채널 4개(MBN, 채널A, JTBC, TV조선)의 주요 이미지를 살펴보면, 종합편성채널은 개성, 재미, 소신 발언 등의 이미지를 전반적으로 가지고 있고, 그 중 MBN은 개성, 재미, 친근감, 대중성, 공감성 등의 이미지와 상대적으로 가까운 것으로 나타남.

2019 채널별 이미지 대응일치분석 모형



Channel	채널별 주요 이미지 TOP5				
MBN	2	개성	재미	친근감	대중성
채널A	3	개성	재미	소신 발언	
JTBC		재미	선도적	대중성	완성도
TV조선		개성	소신 발언	독창성	재미

① 종합편성채널 주요 이미지

- 채널별 주요 속성은 각각 상이한 편이나, 평균적으로 개성, 재미, 대중성, 소신발언의 이미지가 주로 나타남

② MBN 주요 이미지

- MBN의 주요 이미지는 개성, 재미, 친근감, 대중성, 공감성임
- 이 중 개성, 재미, 친근감, 대중성 속성은 채널에 대한 접근성을 높을 수 있는 특징이기도 함

③ 채널별 특색

- 채널별로 살펴보면, 채널A의 주된 이미지는 개성, 재미, 소신발언임.
- JTBC는 다른 채널보다 전반적으로 채널별 이미지가 높게 나타남. 주된 이미지는 재미, 선도적, 대중성, 완성도로 나타남
- TV조선의 주된 이미지는 개성, 소신 발언, 독창성, 재미임.

4.2019년 MBN 프로그램 종합 평가

- 종편 시청률은 2018년 대비 2019년 TV조선만 시청률 상승세를 보이며, MBN은 채널A, JTBC와 함께 시청률 하락세를 보이거나, 가장 하락폭이 작은 편임
- 주요 시청층은 50대 이상의 고연령층으로 나타났으며, 그 중 60대 이상의 시청이 가장 안정적인 시청층을 차지하고 있음. 다만 20~40대의 경우 JTBC가 상대적으로 더 강세를 보이고 있어, 낮은 연령층으로 시청층 확대가 필요한 것으로 판단됨
- 주중 시간대별 종편 채널 시청률 추이를 살펴보면, MBN의 경우 오전시간대와 오후 7시, 오후 10시에 타사 대비 우위에 있으나 저녁 8시에는 JTBC의 시청률이 큰 폭으로 상승하여 시청률 교체 현상이 나타남.
- 주말의 경우 전반적으로 시청률 우위에 있으며 특히 오전 9시와 오후 6시 이후에 강세를 보임. 주말 오전 9시 및 오후 7시에는 보도/시사 프로그램, 오후 10시 이후에는 주로 예능 프로그램을 방영함
- 2019년 전체 MBN 프로그램 시청 경험률은 약 50% 수준으로 나타나며, 보도/시사 및 교양 프로그램의 시청 경험은 상승세로 나타남
- MBN 프로그램 콘텐츠 역량 성장성(불거리의 양 및 다양성)에 대해서는 40% 이상이 긍정적으로 응답하였으며, 매년 감소세를 보이고 있어 양적, 질적 측면 강화가 필요함
- MBN 프로그램 만족도 평가(MSI)는 3.30점으로 상승세를 보였던 2016년 이후 전반적으로 하락세를 보임

MBN

The background of the slide is a solid yellow color with a series of white, wavy, horizontal lines that create a sense of depth and movement, resembling a stylized ocean or a series of hills. The Nielsen logo is centered in the middle of the slide. It consists of the word "nielsen" in a white, lowercase, serif font. Below the word, there is a horizontal row of eight white dots, evenly spaced, which is a part of the Nielsen brand identity.

nielsen

• • • • • • • •