2022년 매일방송 프로그램 만족도 조사

PREPARED BY NIELSEN KOREA JANUARY 2022



MBN

2022년 MBN 프로그램 만족도 조사

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



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

시청자 반응 조사

- 방영프로그램 품질평가 필요
- MBN 시청자 층 대상 프로그램 평가 점검

품질평가 기준 마련

- 공통 평가 항목, 장르별 평가 항목 마련
- 장르별 평가차원과 항목을 구성 (5점 척도로 평가)

종합적 관리 전략

- 주요 변수별 프로그램 품질 점수 산출
- 종합적 편성전략 수립

MBN 품질 평가 지수

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 800 표본

(1Group: 400 / 2Group: 400 표본) ※ 1Group과 2Group은

프로그램 장르, 시청률 등을 고려하여 배분



1Group 2Group

조사기간

2022년 12월 12일~2022년 12월 16일 (5일)



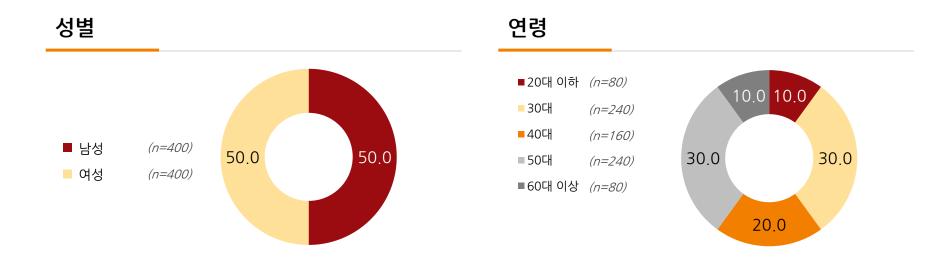
I. 개요

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





3. 응답자 구성 현황



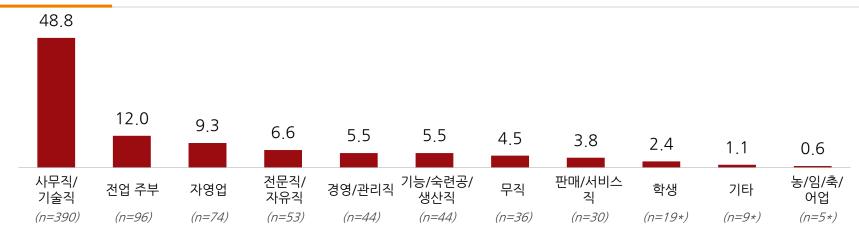
최종학력



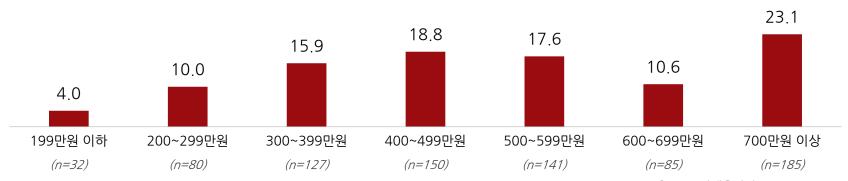
3. 응답자 구성 현황

- 응답자 직업은 '사무직/기술직'(48.8%)이 가장 높고, 다음으로 '전업주부'(12.0%)가 높게 나타남
- 월 평균 가구소득은 700만원 이상(23.1%)이 가장 높고, 그 다음으로 중간 소득층인 '400~499만원(18.8%)'이 높게 나타남

직업



월 평균 가구소득



II. MBN 시청자 시청 행태 분석

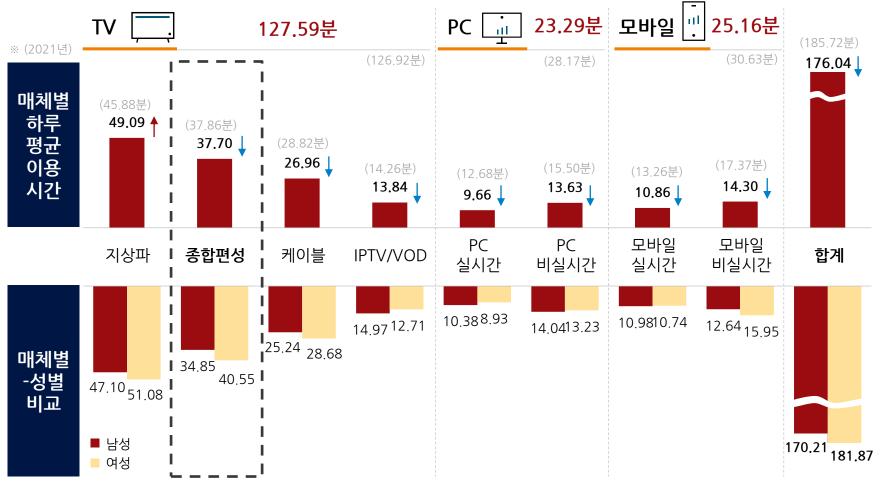
- 01 방송 시청 시간
- 02 MBN 시청 방법
- 03 MBN 방송 정보 습득 경로
- 04 MBN 시청 목적
- 05 콘텐츠 역량 평가





1. 방송 시청 시간

- MBN 시청자들은 하루 평균 176.04분 동안 방송을 시청하였으며, 이는 사회적 거리두기 해제의 영향으로 전년 대비 9분 가량 감소한 수치이며, PC와 모바일의 이용이 특히 감소하였음
- TV 이용 시간은 전년 대비 소폭 감소한 수치를 보였으며, 지상파 이용시간이 늘어난 가운데 종합 편성은 전년과 큰 차이를 보이지 않음
- 여성의 매체 이용 시간이 남성 대비 10분 가량 높은 특징을 보이며, 종편의 경우 5분 가량 차이를 보임



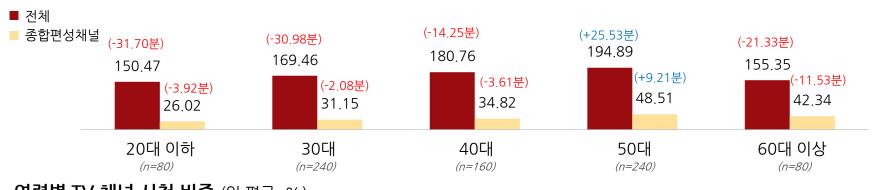
[Base : 전체응답자, n=800, Unit : 분]

1. 방송 시청 시간

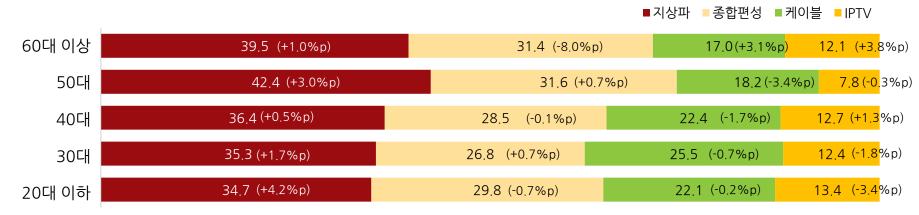
- 50대를 제외한 전 연령대에서 방송 시청 시간이 전년대비 감소하였으며, 2,30대의 방송 시청 시간이 특히 크게 감소하였음
- 60대의 경우, 종합편성 채널의 이용 시간이 특히 크게 감소하였음
- TV 채널(지상파, 종합편성, 케이블, IPTV) 중에서 '지상파'의 이용 비중 증가가 눈에 띄는 편이며, 60대의 경우, 종합편성 채널의 비중이 감소한 한 편, 케이블 및 IPTV 이용 비중이 증가하였음



※ ()안의 수치는 전년 대비 Gap값임



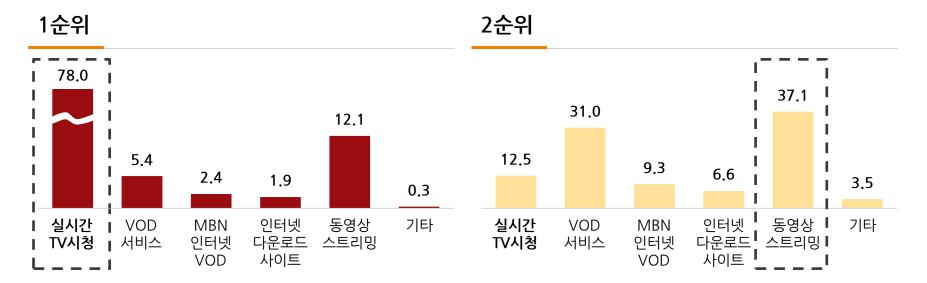
연령별 TV 채널 시청 비중 (일 평균, %)



[Base : 전체응답자, n=800, Unit : 분, %]

2. MBN 시청 방법

- MBN 시청자들이 1순위로 많이 이용하는 시청 방법은 '실시간TV시청'(78.0%)이고, 2순위로 '동영상 스트리밍'(37.1%)을 주로 이용하는 것으로 조사됨
- 1+2순위를 종합 분석하면,전체적으로 실시간 TV시청을 통한 이용률이 가장 높으며, 이는 연령대가 높아질 수록 이용률이 높아짐
- 20대 ~ 40대의 경우 동영상 스트리밍 사이트, 50~60대의 경우 VOD 서비스의 이용 비중이 상대적으로 높음



1+2순위 종합	전체	성	별	연령별						
172판귀 중합	건세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(800)	(400)	(400)	(80)	(240)	(160)	(240)	(80)		
실시간 TV시청	90.5	90.3	90.8	85.0	88.3	90.0	93.3	95.0		
VOD 서비스	36.4	35.5	37.3	35.0	29.6	38.1	40.0	43.8		
MBN 인터넷 VOD	11.6	13.3	10.0	18.8	13.3	7.5	10.4	11.3		
인터넷 다운로드 사이트	8.5	9.5	7.5	6.3	11.7	6.3	8.3	6.3		
동영상 스트리밍 사이트	49.3	49.0	49.5	53.8	54.2	57.5	42.5	33.8		
기타	3.8	2.5	5.0	1.3	2.9	0.6	5.4	10.0		

[Base: 전체응답자, n=800, Unit: %]

3. MBN 방송정보 습득 경로

- MBN 시청자들이 방송정보를 습득하는 주요 경로는 'TV 예고편 및 소개 프로그램'(56.4%)으로 조사되었고, 2순위로는 '인터넷 포털'(37.3%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 40-60세에서 TV를 통한 시청자의 정보습득 비중이 높게 나타났으며, 인터넷 포털은 40대, SNS는 20대에서 비중이 높은 경향을 보임
- 주변 지인에게서 방송정보를 습득하는 비중은 60대 이상에서 상대적으로 높았음

1순위 2순위 56.4 37.3 23.0 17.5 14.6 12.8 11.0 9.0 5.3 3.9 2.9 2.0 2.0 8.0 1.0 8.0 ▋인터넷 온,오프 주변 기타 온,오프 기타 I TV 종이 인터넷 주변 MBN SNS TV **MBN** 종이 SNS 예고편 포털 **▮ 예고편 ▮** 포털 방송 신문 라인 지인 방송 신문 라인 지인 밓 소개 ▮ 홈페이지 ▮ 및 소개 ▮ 홈페이지 동호회 동호회 프로그램 🛭 프로그램 [

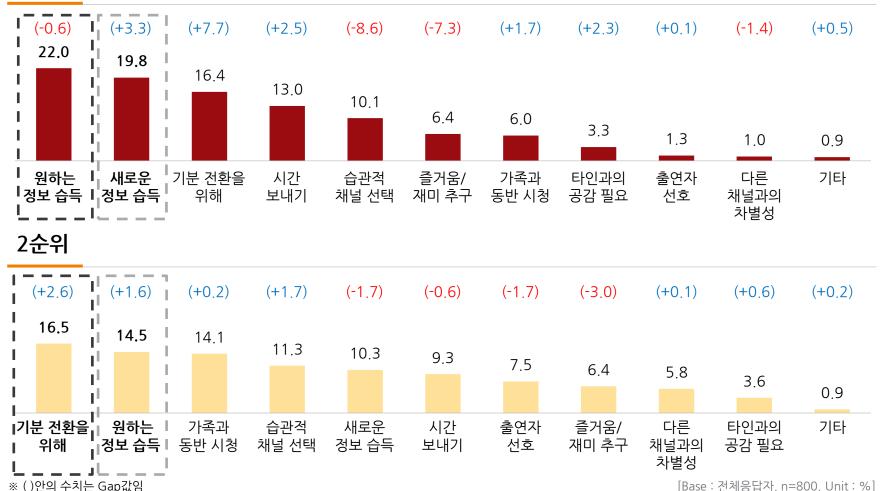
1 : 2人이 조하	전체	성별		연령별						
1+2순위 종합	건세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(800)	(400)	(400)	(80)	(240)	(160)	(240)	(80)		
TV 예고편 및 소개 프로그램	73.9	70.3	77.5	56.3	71.7	77.5	76.3	83.8		
인터넷 포털	60.3	61.5	59.0	63.8	60.4	67.5	59.2	45.0		
MBN 방송 홈페이지	21.8	24.8	18.8	18.8	20.4	16.3	24.2	32.5		
종이신문	5.9	6.5	5.3	8.8	8.3	2.5	5.0	5.0		
SNS	16.3	18.0	14.5	30.0	20.0	13.8	13.8	3.8		
온,오프라인 동호회	2.8	3.0	2.5	8.8	3.8	2.5	0.4	1.3		
주변 지인	17.5	15.0	20.0	12.5	14.2	19.4	19.2	23.8		
기타	1.8	1.0	2.5	1.3	1.3	0.6	2.1	5.0		

[Base: 전체응답자, n=800, Unit: %

4. MBN 시청 목적

- MBN의 시청 목적으로는 '원하는 정보 습득'(22.0%)과 '새로운 정보 습득'(19.8%)로 1순위임
- 전년 대비 '새로운 정보 습득', '기분 전환을 위해' 방송을 시청하는 이용자가 증가하였으며, '습관적 채널 선택' '즐거움/재미 추구' 등의 목적의 시청은 크게 감소하였음

1순위



[Base: 전체응답자, n=800, Unit: %]

4. MBN 시청 목적

- 1+2순위를 종합해 분석하면, 상대적으로 '정보 습득' 목적은 남성이, '기분 전환을 위해'와 '시간 보내기'는 여성이 높게 나타남
- 연령별로 살펴보면 5060대 이상에서 전년 대비 목적의 변화가 크게 일어났는데 '원하는 정보 습득', '즐거움/재미 추구' 목적의 시청은 줄어든 반면 '기분 전환' 목적의 이용은 증가한 것을 확인할 수 있음
- 40대의 경우 '습관적 채널 선택'은 감소한 반면', '기분 전환', '출연자 선호' 등의 이유가 전년 대비 크게 증가함

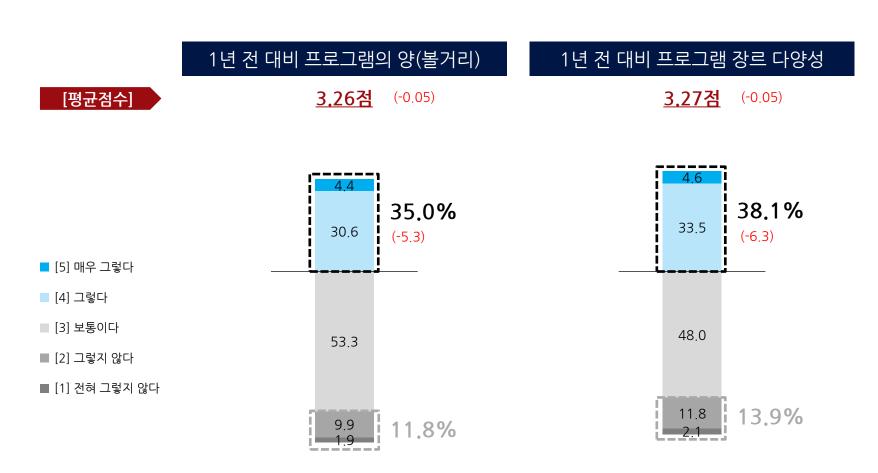
1+2순위 종합	전체	성팀	별			연령별		
1+2판위 중입	신세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(800)	(400)	(400)	(80)	(240)	(160)	(240)	(80)
새로운 정보 습득	34.3 (+6.7)	36.8 (+8.4)	31.8 (+5.0)	31.3 (+4.3)	27.9 (+4.2)	36.9 (+6.7)	38.8 (+9.0)	37.5 (+9.5)
기분 전환을 위해	32.9(+14.8)	30.5(+14.1)	35.3(+15.5)	26.3 (+4.3)	30.4(+10.1)	34.4(+12.6)	33.8(+20.9)	41.3(+25.3)
원하는 정보 습득	28.4 (-8.2)	31.0 (-8.8)	25.8 (-7.7)	25.0 (-11.0)	24.2 (-10.1)	30.6 (-2.5)	31.3 (-7.4)	31.3 (-13.8)
시간 보내기	27.1 (+1.9)	24.0 (-0.4)	30.3 (+4.3)	28.8 (+5.8)	33.3 (-0.9)	25.0 (-1.2)	25.0 (+5.2)	17.5 (+2.5)
즐거움/ 재미 추구	19.4 (-9.7)	21.5 (-5.1)	17.3 (-14.4)	23.8 (-4.3)	19.6 (-7.9)	22.5 (-2.3)	16.3 (-17.7)	17.5 (-11.5)
가족과 동반 시청	17.3 (+2.3)	14.8 (+1.2)	19.8 (+3.4)	23.8 (+1.8)	25.0 (+4.7)	13.8 (+2.4)	12.5 (+0.3)	8.8 (+0.8)
습관적 채널 선택	16.6 (-10.0)	17.0 (-9.8)	16.3 (-10.2)	20.0 (0.0)	14.6 (-10.2)	14.4 (-17.3)	18.8 (-10.0)	17.5 (-4.5)
출연자 선호	10.8 (+6.3)	12.8 (+7.2)	8.8 (+5.4)	5.0 (-2.0)	8.3 (+5.3)	15.6(+11.2)	10.4 (+6.5)	15.0 (+7.0)
다른 채널과의 차별성	6.8 (-2.6)	5.5 (-6.1)	8.0 (+1.0)	12.5 (+7.5)	7.9 (+3.2)	2.5 (-4.4)	6.7 (-6.5)	6.3 (-13.8)
타인과의 공감 필요	4.9 (-2.3)	5.3 (-1.0)	4.5 (-3.7)	2.5 (-7.5)	6.3 (-0.2)	3.8 (-4.7)	5.0 (-0.6)	5.0 (-4.0)
기타	1.8 (+1.0)	1.0 (+0.4)	2.5 (+1.5)	1.3 (+1.3)	2.5 (+1.8)	0.6 (-0.4)	1.7 (+0.3)	2.5 (+2.5)

※ ()안의 수치는 Gap값임

[Base : 전체응답자, n=800, Unit : %]

5. 콘텐츠 역량 평가

• MBN 콘텐츠 역량 평가 결과, 전년 대비 -5.3%p 감소한 35.0% 만이 전년 대비 프로그램의 볼거리가 양적으로 많아졌다고 응답하였으며, 역시 전년 대비 -6.3%p 감소한 38.1% 만이 프로그램 장르가 다양해졌다고 응답하였음

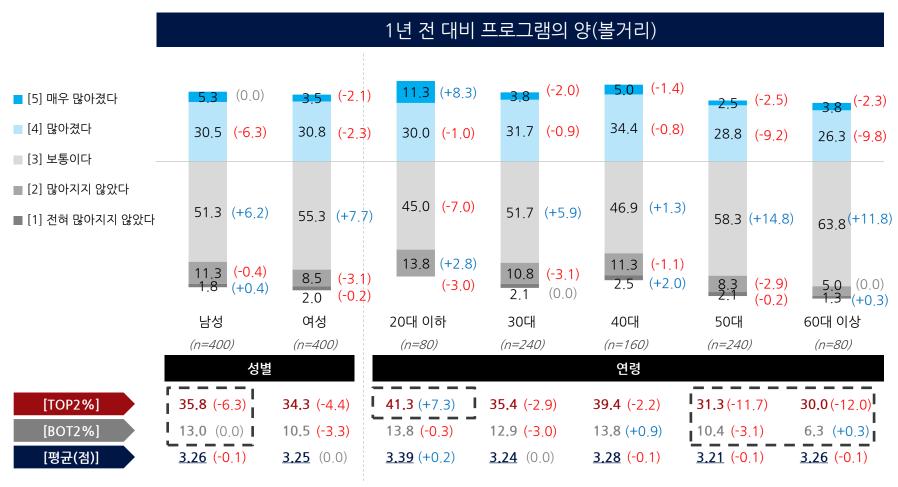


*프로그램 양: 1년 전과 비교해 MBN 프로그램의 볼거리가 많아졌다고 생각하십니까? *프로그램 장르 다양성: 1년 전과 비교해 MBN 프로그램의 장르가 다양해졌다고 생각하십니까?

※ ()안의 수치는 2021년 대비 Gap값임 [Base : 전체응답자, n=800, Unit : %]

5. 콘텐츠 역량 평가

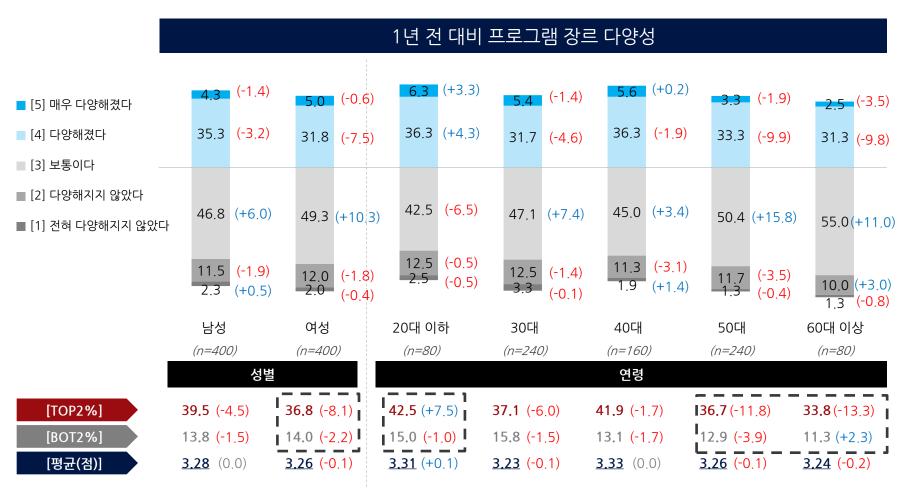
- MBN 프로그램의 양(볼거리)에서는 '남성', 50-60세'에서 전년 대비 볼거리가 많아졌다는 평가가 크게 감소함
- 반면 20대에서는 응답이 오히려 증가한 결과를 보임
- 전년 대비해서 남성의 '볼거리 감소' 인식이 여성 대비 큰 것으로 보임



^{*}Top2% = [4] + [5]의 비율 / *Bottom2% = [1] + [2]의 비율 ※ ()안의 수치는 Gap값임

5. 콘텐츠 역량 평가

- MBN 프로그램의 장르의 다양성 부분에서도 '50-60세'에서 전년 대비 장르가 다양화 되었다는 응답이 감소, 20대는 상대적으로 다양해졌다는 응답이 증가함
- 장르 다양화에 대해선 여성이 남성보다 부정 인식이 강해진 것으로 보임



^{*}Top2% = [4] + [5]의 비율 / *Bottom2% = [1] + [2]의 비율 ※ ()안의 수치는 Gap값임

III. MBN 프로그램 평가 분석

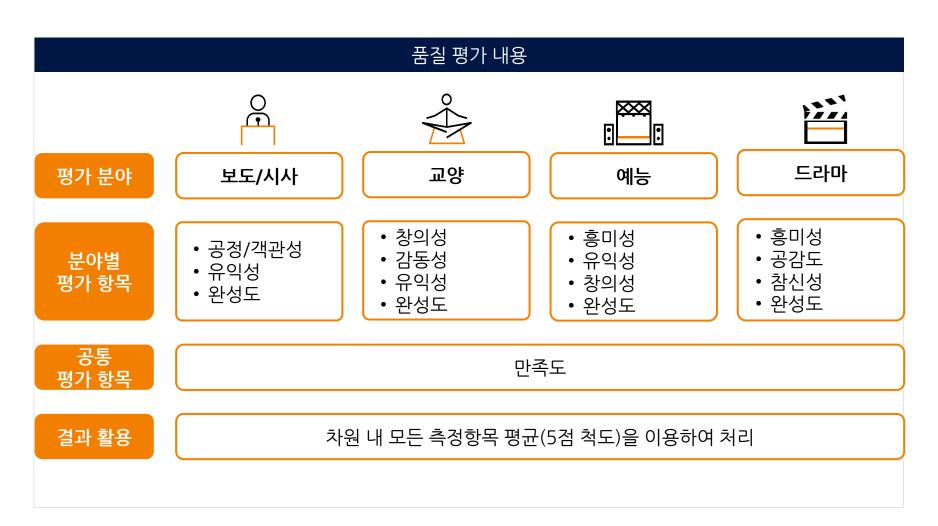
- 01 품질 평가 측정 개요
- 02 프로그램 전체 평가
- 03 보도/시사 프로그램 평가
- 04 교양 프로그램 평가
- 05 예능 프로그램 평가
- 06 드라마 프로그램 평가





1. 품질 평가 측정 개요

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



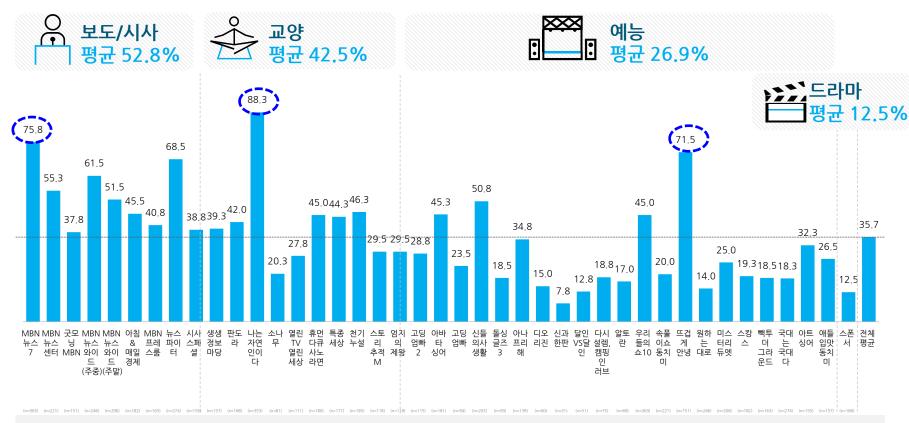
1. 품질 평가 측정 개요

- 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 평	가 내용			
	1	코도/시사		교양		예능		Ezfot
		공정성		소재성		편안함		편안함
	공정/	신뢰성	창의성	형식성	흥미성	재미	흥미성	재미
	객관성	객관성		독창성		스트레스 해소		스트레스 해소
		120		감 동 성		문화이해		스토리 공감
분야			감동성	기분전환	유익성	실생활 도움	공감도	메시지 공감
별	00111	이슈적절성		시청 후 여운		대화소재제공		캐릭터 공감
평가	유익성	시의성		정보 습 득		소재성		소재 참신성
항목		최신성	유익성	실생활 도움	창의성	형식성	참신성	스토리 참신성
				시의성		독창성		인물 참신성
		전반적 완성도		전반적 완성도		전반적 완성도		내용 이해도
	완성도	내용 이해도	완성도	내용 이해도	완성도	내용 이해도	완성도	연기력
		전달성		구성성		구성성		구성 및 연출
		즐김 정도		즐김 정도		즐김 정도		즐김 정도
공통		몰입도		몰입도		몰입도		몰입도
평가	만족도	지속시청의향	만족도	지속시청의향	만족도	지속시청의향	만족도	지속시청의향
항목		추천의향_온라인		추천의향_온라인		추천의향_온라인		추천의향_온라인
		추천의향_오프라인		추천의향_오프라인		추천의향_오프라인		추천의향_오프라인

2. 프로그램 전체 평가 - 시청경험1)

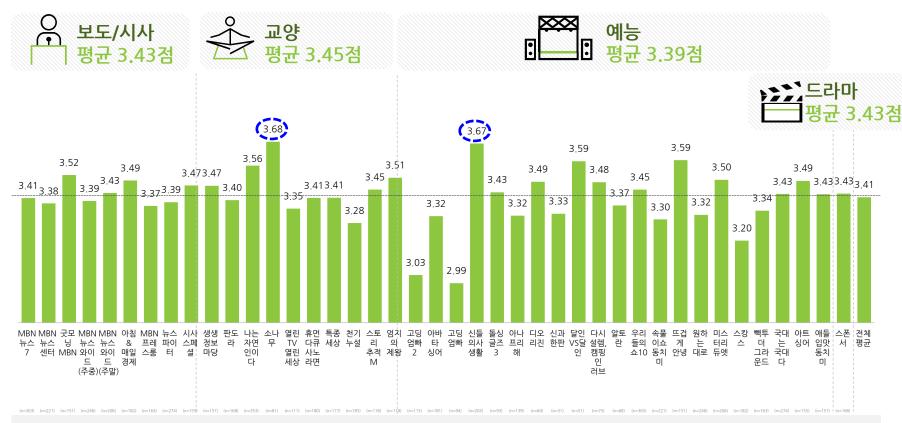
- MBN 평가 대상 프로그램의 시청경험률 평균은 전년 대비 감소한 35.7%(2021년 41.6%)이며, 보도/시사(52.8%) > 교양(42.5%) > 예능(26.9%)> 드라마(12.5%) 순으로 높게 나타남
- 구체적으로 시청경험이 가장 높은 프로그램은 교양 프로그램 〈나는 자연인이다〉(88.3%)로 나타난 반면, 시청경험이 가장 낮은 프로그램은 〈신과 한판〉(7.8%)임



- 장르와 관계없이 시청경험률이 가장 높은 프로그램은 〈나는 자연인이다〉, 〈MBN 뉴스7 〉, 〈뜨겁게안녕〉 순
- 장르와 관계없이 시청경험률이 가장 낮은 프로그램은 〈신과 한판〉, 〈스폰서〉, 〈달인 VS 달인〉 순

2. 프로그램 전체 평가 - MSI²⁾

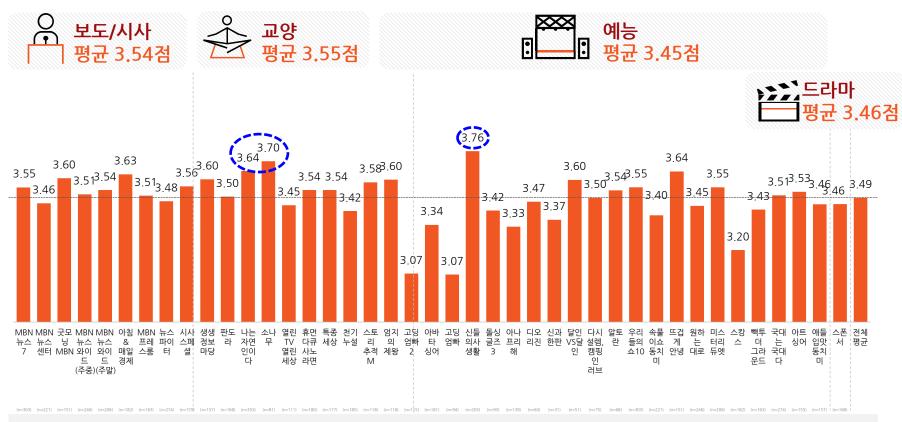
- MBN 평가 대상 프로그램의 MSI 평균은 3.41점이고, 교양(3.45점) > 보도/시사(3.43점)=드라마(3.43점)
 〉예능 (3.39점) 순으로 높게 나타남
- MSI가 가장 높은 프로그램은 〈소나무〉(3.68점), 〈그리스로마신화 신들의 사생활〉(3.67점) 순이며, 가장 낮은 프로 그램은 고딩 엄빠1/2 (2.99/3.03점)이었음



- 장르와 관계없이 MSI가 가장 높은 프로그램은 〈소나무〉, 〈그리스로마신화 신들의 사생활〉, 〈달인VS 달인〉, 〈뜨겁게 안녕〉 순
- 장르와 관계없이 MSI가 가장 낮은 프로그램은 〈고딩엄빠2〉, 〈고딩엄빠1〉 순

2. 프로그램 전체 평가 - 완성도3)

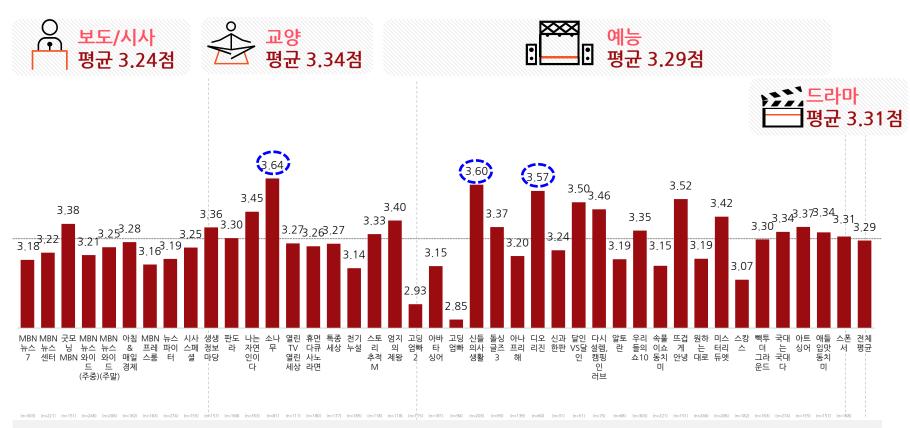
- MBN 평가 대상 프로그램의 완성도 평균은 3.49점이며,
 교양(3.55점) 〉보도/시사(3.54점) 〉드라마(3.46점) 〉 예능(3.45점) 순으로 높게 나타남
- 완성도가 가장 높은 프로그램은 예능 〈그리스 로마신화 신들의 사생활 〉(3.76점), 〈소나무〉(3.70점), 〈나는 자연인이다〉(3.64점) 순이었으며, 가장 완성도가 낮은 프로그램은 예능 〈고딩엄빠1〉, 〈고딩엄빠2〉임 (3.07점)



- 장르와 관계없이 완성도가 가장 높은 프로그램은 〈그리스 로마 신화 -신들의 사생활〉, 〈소나무〉, 〈나는 자연인이다〉순임
- 장르와 관계없이 만족도가 가장 낮은 프로그램은 〈고딩엄빠 1〉, 〈고딩엄빠2〉

2. 프로그램 전체 평가 - 만족도4)

- MBN 평가 대상 프로그램의 만족도 평균은 3.29점이고, 교양(3.34점) > 드라마 (3.31점) > 예능(3.29점) > 보도/시사(3.24점) 순으로 높게 나타남
- 만족도가 가장 높은 프로그램은 〈소나무〉(3.64점), 〈그리스 로마신화 신들의 사생활〉(3.60점), (로 나타났으며, 만족도가 낮은 프로그램은 〈고딩엄빠1〉(2.85점),〈고딩엄빠2〉(2.93점) 임



- 장르와 관계없이 만족도가 가장 높은 프로그램은 〈소나무〉, 〈그리스로마신화 신들의 사생활〉, 〈디오리진〉 순임
- 장르와 관계없이 만족도가 가장 낮은 프로그램은 〈고딩엄빠1〉, 〈고딩엄빠2〉 순임





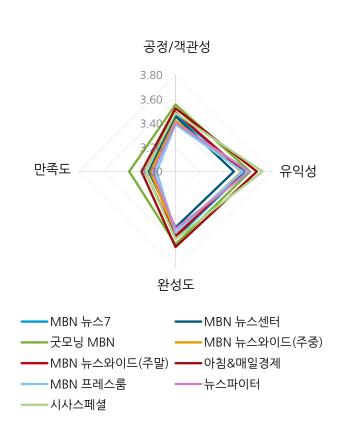
3. 보도/시사 프로그램 평가



3. 보도/시사 프로그램 평가

- 보도/시사 프로그램 총 9개 중 〈MBN 뉴스7〉이 시청률이 가장 높았으나, 만족도에서 다른 보도/시사 프로그램과 비교해 상대적으로 낮은 편이었음 (MSI 3.41점)
- 반면, 〈굿모닝 MBN〉이 공정/객관성, 만족도에서 1위에 해당하는 높은 점수를 받으며 보도/시사 프로그램 중 가장 높은 MSI 점수를 기록함 (3.52점)

보도/시사 프로그램 별 평가 종합



프로그램명	시청경험수 (응답률)	공정/ 객관성	유익성	완성도	만족도	MSI
MBN 뉴스7	303(75.8)	3.47	3.58	3.55	3.18	3.41
MBN 뉴스센터	221(55.3)	3.46	3.48	3.46	3.22	3.38
굿모닝 MBN	151(37.8)	3.56	3.62	3.60	3.38	3.52
MBN 뉴스와이드(주중)	246(61.5)	3.42	3.55	3.51	3.21	3.39
MBN 뉴스와이드(주말)	206(51.5)	3.49	3.56	3.54	3.25	3.43
아침&매일경제	182(45.5)	3.52	3.68	3.63	3.28	3.49
MBN 프레스룸	163(40.8)	3.39	3.56	3.51	3.16	3.37
뉴스파이터	274(68.5)	3.40	3.61	3.48	3.19	3.39
시사스페셜	155(38.8)	3.48	3.72	3.56	3.25	3.47

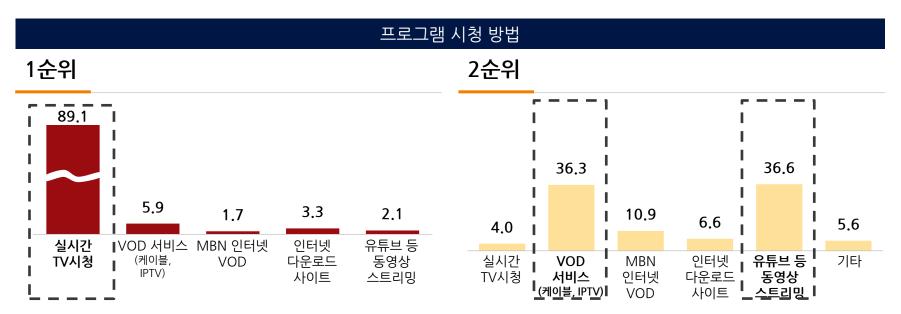
[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 명, %, 점]

- 〈MBN 종합뉴스(주중)〉 시청자는 남성의 비중이 높은 편이며, 연령별로는 50대 시청자의 비율이 가장 높았음
- 직업 별로는 일반 사무/기술직 시청자의 비중이 높은 편

MBN 뉴스7 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 6.3 60대 이상 전체 100.0 10.2 (303)(8.0)(10.0)주부 남성 (160)528 11.6 성별 (12.0)여성 (143)47.2 블루칼라 20대 이하 여성 8.3 (29)9.6 47.2 50대 (9.9)31.7 (50.0)30대 (86)28.4 (30.0)경영/관리 13.9 연령 40대 20.1 (61)/전문직 50대 31.7 (96)(12.1)60대 이상 (31)10.2 40대 자영업 (25)8.3 20.1 (20.0)사무직/기술직 (157)51.8 경영/관리직 (19)6.3 일반 사무 51.8 /기술직 전문직/자유직 (23)7.6 남성 (48.8)52.8 기능/숙련공/생산직 (14)4.6 30대 28.4 (50.0)(30.0)직업 판매/서비스직 (9)3.0 농/임/축/어업 (2) 0.7 전업 주부 (35)11.6 자영업 20대 이하 9.6 8.3 (9.3)학생 (7)2.3 (10.0)무직 (10)3.3 성별 연령 직업 기타 (2) 0.7

^{*}직업 분류: 자영업(자영업), 일반사무/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)

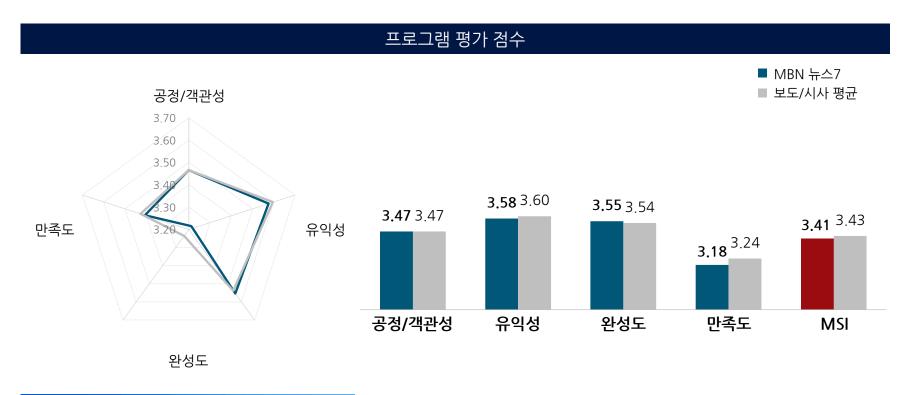
- 〈MBN 뉴스7〉시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(89.1%)으로 조사 되었으며,
 2순위로는 '동영상 스트리밍'(36.6%)와 'VOD 서비스'(36.3%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청' 및 'VOD 서비스'는 60대에서 다른 연령대 대비 이용 비중이 높은 편이며, '유튜브 등 동영상 스트리밍'은 '40-50대'이용률이 상대적으로 높게 나타남



1+2순위 종합	74 5 11	성별		연령별						
172판귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(303)	(160)	(143)	(29*)	(86)	(61)	(96)	(31)		
실시간 TV시청	93.1	91.9	94.4	82.8	94.2	90.2	94.8	100.0		
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	42.2	40.6	44.1	44.8	40.7	37.7	40.6	58.1		
MBN 인터넷 VOD	12.5	13.1	11.9	24.1	11.6	16.4	10.4	3.2		
인터넷 다운로드 사이트	6.6	8.1	4.9	17.2	8.1	6.6	3.1	3.2		
유튜브 등 동영상 스트리밍	39.9	40.6	39.2	31.0	36.0	47.5	43.8	32.3		
기타	5.6	5.6	5.6	0.0	9.3	1.6	7.3	3.2		

*Small base [Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 명, %]

- 보도/시사 프로그램 중 가장 높은 시청 경험 비율(75.8%)을 기록한 〈MBN 뉴스7〉의 평가 점수는 평균 (MSI) 3.41점으로, 보도/시사 프로그램 평균과 비슷한 점수임
- 다른 차원 대비 만족도(3.18점)에서 점수가 낮게 측정되었음
- 각 차원별 점수는 유익성(3.58점) 〉 완성도(3.55점) 〉 공정/객관성(3.47점) 〉 만족도(3.18점) 순임



MBN 뉴스7

진행자 : 김주하 방송시간 : 평일 저녁 7시

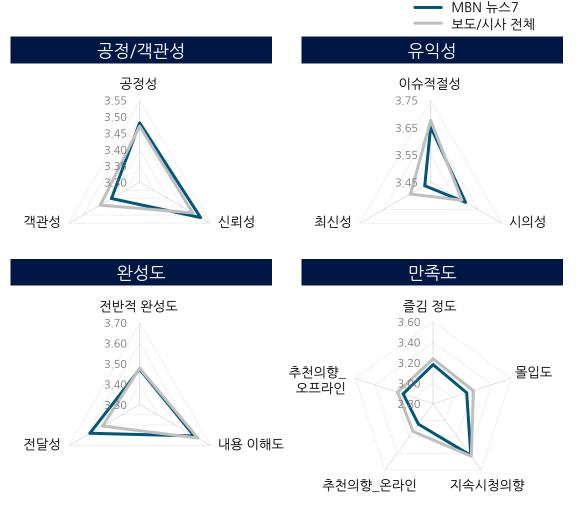


- 만족도를 제외한 모든 속성에서 평균과 비슷한 점수를 받음
- 만족도는 MBN 프레스룸(3.16점) 에 이어 2번 째로 낮게 측정되어 개선 필요

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 점]

• 공정/객관성 차원에서는 공정성 (3.48점) 과 신뢰성(3.51점)이, 유익성 차원에서는 시의성(3.60점)이, 완성도 차원에서는 전달성(3.58점)이 평균 대비 좋은 평가를 받았으며, 만족도 차원에서는 모든 속성이 평균 대비 낮은 평가를 받아 주의가 필요함

	MBN 뉴스7	보도/시사 전체
응답자수	(303)	(400)
MSI	3.41	3.43
공정/객관성 통합	3.47	3.47
공정성	3.48	3.47
신뢰성	3.51	3.49
객관성	3.40	3.44
유익성 통합	3.58	3.60
이슈적절성	3.65	3.68
시의성	3.60	3.58
최신성	3.48	3.54
완성도 통합	3.55	3.54
전반적 완성도	3.47	3.48
내용 이해도	3.61	3.63
전달성	3.58	3.51
만족도 통합	3.18	3.24
즐김 정도	3.18	3.24
몰입도	3.15	3.21
지속시청의향	3.43	3.44
추천의향_온라인	3.05	3.13
추천의향_오프라인	3.11	3.16



- 〈MBN 종합뉴스(주중)〉은 다른 지표에서는 성별 간 큰 차이는 없으나, 만족도 지표, 세부적으로는 즐김 정도, 지속시청 의향 등에서 여성이 남성 보다 덜 긍정적으로 프로그램을 평가함
- 연령별로는 30대의 평가가 50대 대비 상대적으로 소폭 낮은 편이었음

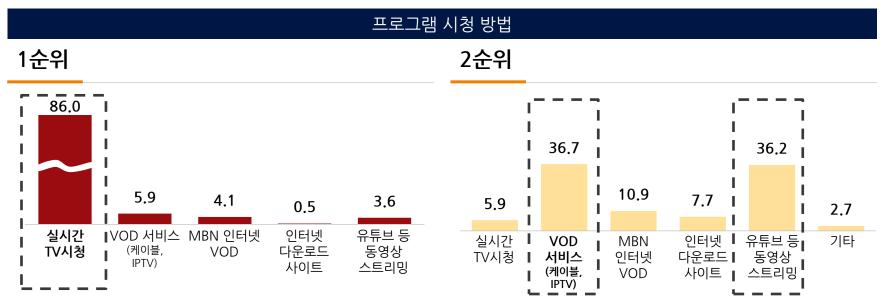
						Ş	성별					
MBN 뉴스7			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(17*)	(44)	(34)	(47)	(18*)	(160)	(12*)	(42)	(27*)	(49)	(13*)	(143)
MSI	3.75	3.31	3.47	3.38	3.32	3.41	3.43	3.34	3,36	3.42	3.60	3.40
공정/객관성 통합	3.78	3.30	3.50	3.50	3.33	3.46	3.36	3.44	3,38	3.53	3.67	3.47
공정성	3.88	3.41	3.65	3.49	3.39	3.53	3.17	3.43	3.33	3.49	3.62	3.43
신뢰성	3.71	3.34	3.50	3.62	3.33	3.49	3.67	3.50	3.41	3.53	3.85	3.54
객관성	3.76	3.16	3.35	3.40	3.28	3.35	3.25	3.38	3.41	3.57	3.54	3.45
유익성 통합	3.88	3.43	3.67	3.51	3.59	3.57	3.64	3.46	3.53	3.65	3.74	3.58
이슈적절성	3.94	3.45	3.71	3.53	3.78	3.62	3.83	3.62	3.52	3.80	3.77	3.69
시의성	3.71	3.45	3.71	3.60	3.61	3.59	3.33	3.50	3.56	3.71	3.85	3.60
최신성	4.00	3.39	3.59	3.40	3.39	3.50	3.75	3.26	3.52	3.45	3.62	3.45
완성도 통합	3.78	3.42	3.61	3.56	3.48	3.55	3.39	3.49	3.52	3.61	3.87	3.56
전반적 완성도	3.59	3.32	3.50	3.53	3.56	3.48	3.25	3.40	3.44	3.51	3.77	3.47
내용 이해도	3.76	3.55	3.59	3.64	3.44	3.59	3.42	3.48	3.63	3.71	3.92	3.62
전달성	4.00	3.39	3.74	3.51	3.44	3.57	3.50	3.60	3.48	3.59	3.92	3.59
만족도 통합	3.62	3.16	3.25	3.13	3.04	3.21	3.37	3.10	3.16	3.09	3.32	3.15
즐김 정도	3.53	3.09	3.26	3.26	3.06	3.22	3.50	3.10	3.04	3.06	3.46	3.14
몰입도	3.65	3.20	3.12	3.00	2.94	3.14	3.25	3.19	3.19	3.08	3.08	3.15
지속시청의향	4.00	3.27	3.56	3.51	3.33	3.49	3.42	3.24	3.44	3.35	3.54	3.36
추천의향_온라인	3.47	3.07	3.12	2.89	2.89	3.05	3.42	3.02	3.07	2.94	3.08	3.04
추천의향_오프라인	3.47	3.18	3.18	3.00	3.00	3.14	3.25	2.98	3.04	3.04	3.46	3.08

• 〈MBN 뉴스센터〉 시청자는 남성(55.7%)이 다소 많은 편으로, 연령별로는 40대의 비중이 전체 응답자 내 40대 비율 대비 소폭 높은 편, 직업별로는 자영업자, 경영/관리/전문직의 비중이 평균 대비 높음

MBN 뉴스센터 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 6.8 60대 이상 전체 9.5 (221)100.0 (10.0)주부 남성 (123)55.7 12.2 성별 (12.3)여성 (98)44.3 블루칼라 20대 이하 여성 44.3 (21)9.5 8.1 50대 29.4 (9.0)(50.0)30대 27.1 (60)(30.0)경영/관리 연령 40대 24.4 13.6 (54)/전문직 50대 29.4 (65)(13.0)60대 이상 9.5 (21)40대 자영업 (22)10.0 24.4 (20.0)사무직/기술직 (109)49.3 경영/관리직 (14)6.3 일반 사무 49.3 /기술직 전문직/자유직 (16)7.2 남성 55.7 (50.3)기능/숙련공/생산직 (12)5.4 30대 27.1 (50.0)(30.0)직업 판매/서비스직 (5) 2.3 농/임/축/어업 (1)0.5 전업 주부 (27)12.2 20대 이하 자영업 10.0 9.5 학생 (6)2.7 (10.0)(8.3)무직 (9)4.1 성별 연령 직업 기타 (0)0.0

^{*}직업 분류: **지영업**(자영업), **일반사무/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)

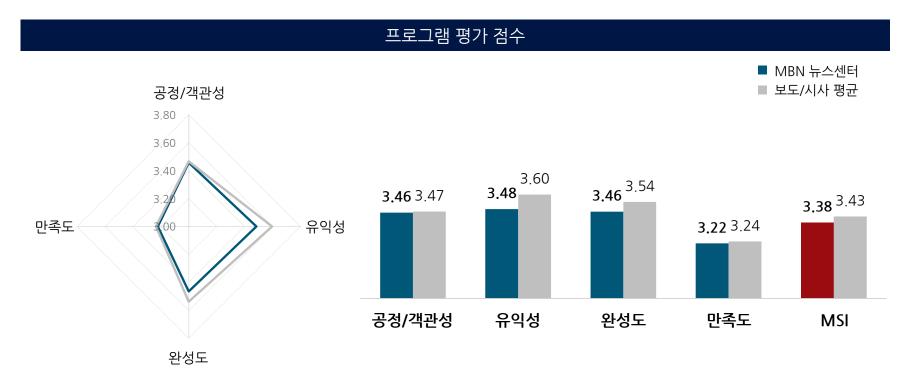
- 〈MBN 뉴스센터〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청' (86.0%)로 전년 대비 (2021년 79.2%) 실시간 TV 시청의 비중이 높게 조사 되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(36.7%)와 '동영상 스트리밍(36.2%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 40대,50대의 실시간 TV 시청 및 유튜브 등 동영상 스트리밍 이용률이 다른 연령대 대비 높은 편으로 보임



1+2순위 종합	74 5 11	성별		연령별						
172군귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(221)	(123)	(98)	(21*)	(60)	(54)	(65)	(21*)		
실시간 TV시청	91.9	90.2	93.9	81.0	88.3	92.6	95.4	100.0		
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	42.5	43.1	41.8	47.6	40.0	40.7	43.1	47.6		
MBN 인터넷 VOD	14.9	16.3	13.3	33.3	21.7	11.1	9.2	4.8		
인터넷 다운로드 사이트	8.1	6.5	10.2	23.8	11.7	5.6	3.1	4.8		
유튜브 등 동영상 스트리밍	39.8	42.3	36.7	14.3	35.0	50.0	44.6	38.1		
기타	2.7	1.6	4.1	0.0	3.3	0.0	4.6	4.8		

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 33

- 〈MBN 뉴스센터〉의 프로그램 평가 점수는 3.38점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.43점) 대비 낮은 편이며, 특히 유익성, 공정성 등에서 평가가 낮은 편
- 각 차원별 점수는 유익성(3.48점)〉 공정/객관성= 완성도(3.46점)〉 만족도(3.22점) 순임



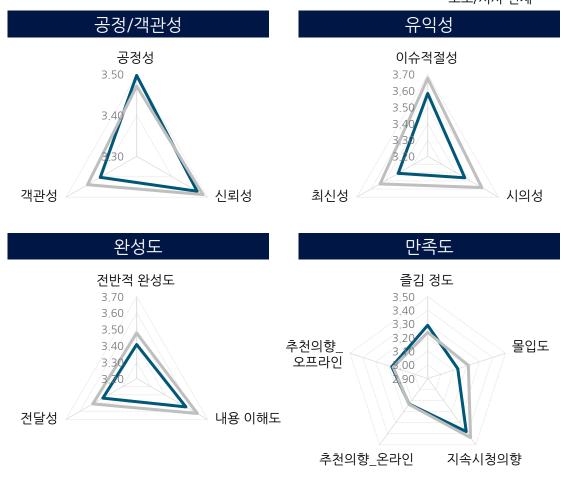


- 유익성, 완성도에서 보도/시사 평균 보다 특히 낮은 평가를 받음
- 다만, 절대 평가 점수 차원에서는 만족도(3.22점)에 대한 평가가 가장 낮음

- 공정/객관성 차원에서는 공정성(3.50점)이, 만족도 차원에서는 즐김 정도(3.29점), 추천의향_오프라인(3.18점)이 좋은 평가를 받았음
- 다만 유익성과 완성도 차원에서는 모든 속성이 평균 대비 낮은 평가를 받음
- 다인 규칙경과 건경도 시전에서는 포트 국경의 경문 및 구경로 3 대표 모든 모든 특히 유익성 차원의 시의성(3.46점), 최신성(3.41점)에서 평균 대비 점수 차이가 가장 많이 나타났음 ---- MBN 뉴스센터

보도/시사 전체

	MBN 뉴스센터	보도/시사 전체
응답자수	(221)	(400)
MSI	3.38	3.43
공정/객관성 통합	3.46	3.47
공정성	3.50	3.47
신뢰성	3.47	3.49
객관성	3.40	3.44
유익성 통합	3.48	3.60
이슈적절성	3.58	3.68
시의성	3.46	3.58
최신성	3.41	3.54
완성도 통합	3.46	3.54
전반적 완성도	3.41	3.48
내용 이해도	3.55	3.63
전달성	3.44	3.51
만족도 통합	3.22	3.24
즐김 정도	3.29	3.24
몰입도	3.13	3.21
지속시청의향	3.38	3.44
추천의향_온라인	3.13	3.13
추천의향_오프라인	3,18	3.16



- 〈MBN 뉴스센터〉는 성별 간 비교를 했을 때 각 차원 별로 점수의 차이가 크진 않으나 연령별로 비교했을 때,
 30대에서 평가가 상대적으로 낮은 편이었음
- 특히 평균 대비 낯게 평가된 유익성과 완성도 차원에서 30대 남성, 여성의 평가가 다른 연령대 대비 낯게 평가됨

						샹	j별					
MBN 뉴스센터			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(14*)	(30)	(33)	(35)	(11*)	(123)	(7*)	(30)	(21*)	(30)	(10*)	(98)
MSI	3.66	3.42	3.30	3.38	3.22	3.39	3.64	3.23	3.27	3.49	3.49	3,37
공정/객관성 통합	3.81	3.40	3.32	3.50	3.42	3.46	3.76	3.22	3.35	3.62	3.70	3.46
공정성	3.71	3.43	3.36	3.54	3.36	3.47	3.86	3.37	3.38	3.70	3.60	3.53
신뢰성	4.00	3.37	3.33	3.49	3.36	3.46	3.71	3.23	3.33	3.67	3.80	3.48
객관성	3.71	3.40	3.27	3.46	3.55	3.43	3.71	3.07	3.33	3.50	3.70	3.37
유익성 통합	3.74	3.42	3.54	3.50	3.30	3.50	3.19	3.37	3.43	3.57	3.73	3.47
이슈적절성	3.79	3.47	3.64	3.63	3.45	3.59	3.57	3.50	3.52	3.57	3.90	3.57
시의성	3.64	3.30	3.58	3.60	3.18	3.49	2.86	3.30	3.43	3.63	3.60	3.43
최신성	3.79	3.50	3.39	3.26	3.27	3.41	3.14	3.30	3.33	3.50	3.70	3.40
완성도 통합	3.64	3.47	3.42	3.53	3.18	3.47	3.81	3.21	3.46	3.54	3.70	3.46
전반적 완성도	3.64	3.53	3.39	3.43	3.18	3.45	3.43	3.10	3.33	3.50	3.70	3.36
내용 이해도	3.79	3.40	3.52	3.71	3.09	3.54	4.00	3.40	3.43	3.63	3.80	3.56
전달성	3.50	3.47	3.36	3.46	3.27	3.42	4.00	3.13	3.62	3.50	3.60	3.46
만족도 통합	3.54	3.40	3.07	3.14	3.07	3.22	3.74	3.16	3.01	3.34	3.10	3.22
즐김 정도	3.64	3.43	3.24	3.20	3.09	3.31	4.43	3.27	2.81	3.50	2.70	3.27
몰입도	3.36	3.37	2.82	3.09	2.91	3.10	3.86	3.13	3.00	3.20	3.10	3.17
지속시청의향	3.50	3.47	3.27	3.34	3.45	3.38	3.86	3.27	3.14	3.50	3.50	3.38
추천의향_온라인	3.57	3.33	2.91	3.09	2.91	3.14	3.29	3.07	3.00	3.23	3.10	3.12
추천의향_오프라인	3.64	3.40	3.09	3.00	3.00	3.20	3.29	3.07	3.10	3.27	3.10	3.15

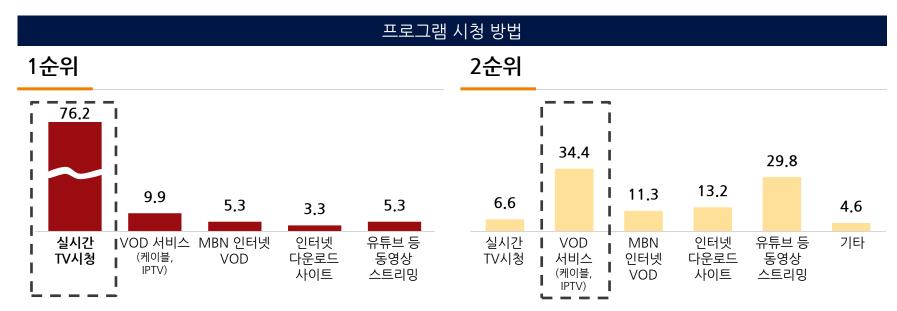
- 〈굿모닝 MBN〉 시청자는 전년도에는 남성, 여성 모두 유사한 비중을 보였으나, 22년도엔 남성의 비중이 증가
- 전반적으로 구성 평균 대비 40대 이하의 시청 비중이 높았으며, 직업별로는 일반 사무/기술직, 자영업자 중 시청하는 비중이 높았음

굿모닝 MBN 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 6.0 60대 이상 6.6 (7.3)전체 (151)100.0 (10.0)주부 남성 (85) 56.3 10.6 성별 (12.3)여성 (66)43.7 50대 25.8 블루칼라 8.6 (30.0)20대 이하 43.7 (21)13.9 여성 (9.0)(50.0)30대 (46)30.5 경영/관리 12.6 연령 40대 23.2 (35)/전문직 50대 (39)25.8 (13.0)40대 23.2 60대 이상 (10)6.6 (20.0)자영업 10.6 (16)사무직/기술직 (78)51.7 일반 사무 경영/관리직 (8) 5.3 51.7 /기술직 전문직/자유직 (11)7.3 (50.3)30대 30.5 56.3 남성 (30.0)기능/숙련공/생산직 5.3 (8) (50.0)직업 판매/서비스직 2.6 (4) 농/임/축/어업 0.7 (1) 20대 이하 전업 주부 10.6 (16)자영업 13.9 10.6 (10.0)(8.3)학생 (4) 2.6 무직 (5) 3.3 성별 연령 직업 기타 (0)0.0

*직업 분류: **지영업**(자영업), **일반사무/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: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *▲▼: 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 37

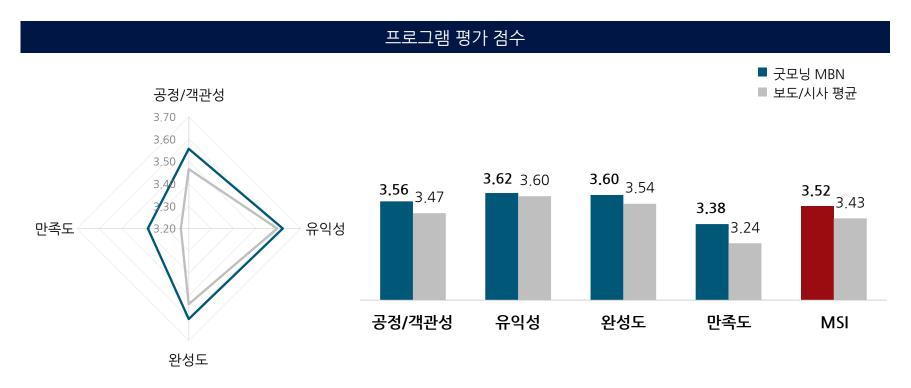
- 〈굿모닝 MBN〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(76.2%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(34.4%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청' 은50대, 'VOD 서비스'는 40대에서 이용이 높은 편
- 남성이 여성 대비 프로그램 시청에 다양한 방법을 쓰는 편



1 : 2스이 조하	74 511	성	별	연령별							
1+2순위 종합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상			
사례수	(151)	(85)	(66)	(21*)	(46)	(35)	(39)	(10*)			
실시간 TV시청	82.8	81.2	84.8	71.4	82.6	82.9	84.6	100.0			
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	44.4	42.4	47.0	28.6	45.7	48.6	41.0	70.0			
MBN 인터넷 VOD	16.6	18.8	13.6	52.4	10.9	11.4	12.8	0.0			
인터넷 다운로드 사이트	16.6	18.8	13.6	33.3	15.2	14.3	15.4	0.0			
유튜브 등 동영상 스트리밍	35.1	32.9	37.9	14.3	39.1	40.0	38.5	30.0			
기타	4.6	5.9	3.0	0.0	6.5	2.9	7.7	0.0			

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 38

- 프로그램 평가 점수는 3.52점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.43점) 대비 높은 편임
- 각 차원 별 점수는 유익성(3.62점) > 완성도(3.60점) > 공정/객관성(3.56점) > 만족도(3.38점) 순임
- 완성도 차원에서 보도/시사 평균 대비 점수가 가장 높게 평가됨





- 평가 항목 모두 보도/시사 프로그램 평균 대비 높은 평가를 받음
- 만족성 차원(3.38점)에서 가장 낮은 평가 받았으나, 평균 대비 편차가 가장 큼

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 점]

- 보도/시사 평균과 점수가 같은 시의성을 제외하고 모든 속성에서 평균 대비 높은 점수를 기록함
- 공정/객관성 차원에서는 공정성(3.58점)이, 유익성 차원에서는 이슈적절성(3.74점)이, 완성도 차원에서는 내용 이해도(3.67점)이, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.49점)이 각 차원 내 가장 좋은 평가를 받았음

	보도/시사 전체
공정/객관성	유익성
공정성 3.60 3.50	이슈적절성 3.80 3.70
3 <i>4</i> 0 3 30 객관성 신뢰성	3.60 3.50 340 최신성 시의성
완성도	만족도
전반적 완성도 3.70 3.60 3.50 3.40 전달성 내용 이해도	즐김 정도 3.50 3.40 3.30 추천의향_ 320 3.10 오프라인 3.00 2.90

추천의향 온라인

	굿모닝 MBN	보도/시사 전체
응답자수	(151)	(400)
MSI	3.52	3.43
공정/객관성 통합	3.56	3.47
공정성	3.58	3.47
신뢰성	3.55	3.49
객관성	3.54	3.44
유익성 통합	3.62	3.60
이슈적절성	3.74	3.68
시의성	3.58	3.58
최신성	3.61	3.54
완성도 통합	3.60	3.54
전반적 완성도	3.56	3.48
내용 이해도	3.67	3.63
전달성	3.59	3.51
만족도 통합	3.38	3.24
즐김 정도	3.40	3.24
몰입도	3.42	3.21
지속시청의향	3.49	3.44
추천의향_온라인	3.32	3.13
추천의향_오프라인	3.28	3.16

지속시청의향

--- 굿모닝 MBN

• 〈굿모닝 MBN〉은 시청 비중이 높은 남성이 여성 대비 프로그램에 대해 긍정적으로 평가한 편임

						Ş	성별					
굿모닝 MBN			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
<i>사례수</i>	(16*)	(23*)	(22*)	(19*)	(5*)	(85)	(5*)	(23*)	(13*)	(20*)	(5*)	(66)
MSI	3.91	3.46	3.55	3.45	3.54	3.57	3.16	3.47	3.43	3.50	3.50	3.45
공정/객관성 통합	3.90	3.54	3.59	3.51	3.40	3.60	2.93	3.52	3.56	3.57	3.47	3.49
공정성	3.88	3.57	3.64	3.63	3.40	3.65	3.00	3.52	3.62	3.55	3.40	3.50
신뢰성	3.81	3.57	3.50	3.58	3.40	3.59	3.00	3.57	3.54	3.50	3.60	3.50
객관성	4.00	3.48	3.64	3.32	3.40	3.58	2.80	3.48	3.54	3.65	3.40	3.48
유익성 통합	3.90	3.59	3.65	3.56	3.73	3.67	2.93	3.49	3.49	3.77	3.87	3.56
이슈적절성	4.06	3.57	3.77	3.63	3.80	3.74	3.40	3.52	3.31	3.85	3.80	3.59
시의성	3.94	3.52	3.50	3.47	3.80	3.60	2.80	3.43	3.54	3.75	4.00	3.55
최신성	3.69	3.70	3.68	3.58	3.60	3.66	2.60	3.52	3.62	3.70	3.80	3.55
완성도 통합	4.04	3.49	3.65	3.56	3.67	3.66	3.20	3.52	3.62	3.53	3.67	3.53
전반적 완성도	4.06	3.57	3.55	3.53	3.60	3.65	2.80	3.48	3.54	3.45	3.60	3.44
내용 이해도	4.06	3.48	3.73	3.74	3.60	3.72	3.20	3.57	3.62	3.75	3.60	3.61
전달성	4.00	3.43	3.68	3.42	3.80	3.62	3.60	3.52	3.69	3.40	3.80	3.55
만족도 통합	3.85	3.30	3.41	3.28	3.44	3.44	3.40	3.40	3.22	3.28	3.20	3.31
즐김 정도	3.88	3.39	3.41	3.16	4.00	3.47	4.20	3.43	3.00	3.25	3.00	3.32
몰입도	4.06	3.09	3.32	3.16	3.60	3.38	4.00	3.43	3.23	3.55	3.40	3.47
지속시청의향	4.06	3.43	3.64	3.42	3.40	3.60	3.00	3.35	3.54	3.35	3.20	3.35
추천의향_온라인	3.69	3.35	3.27	3.47	3.20	3.41	3.00	3.43	3.08	3.10	3.20	3.21
추천의향_오프라인	3.56	3.26	3.41	3.21	3.00	3.33	2.80	3.35	3.23	3.15	3.20	3.21

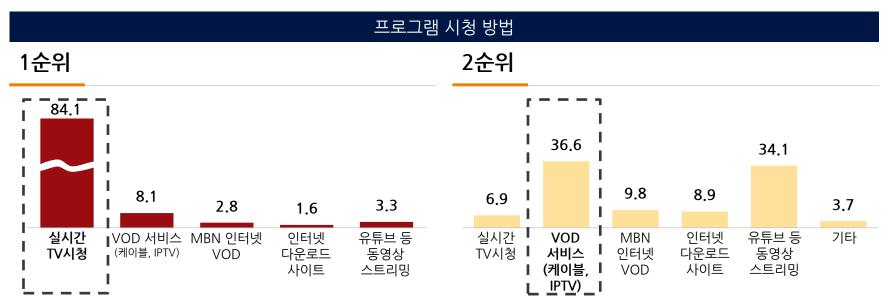
- 〈MBN 뉴스와이드(주중)〉 시청자는 남성(53.3%)이 좀 더 많은 편이고, 연령별로는 40대 이상의 구성 대비 시청 비중이 높은 편임
- 직업 별로는 경영/관리/전문직의 구성 대비 시청 비중이 높은 편임

MBN 뉴스와이드(주중) 시청 경험자 현황

	구분	사례수(명)	비율(%)					│ . 기타	4.0	•	
	전체	(246)	100.0			60대 이상	11.4	(7.3)	4.9		
성별	남성	(131)	53.3			(10.0)		주부	13.0		
6 E	여성	(115)	46.7					(12.3)			
	20대 이하	(23)	9.3	여성	46.7			블루칼라	8.1		
	30대	(62)	25.2	(50.0)		50대	30.1	(9.0)			
연령	40대	(59)	24.0			(30.0)		경영/관리 /전문직	14.6		
	50대	(74)	30.1					/ひとう (13.0)			
	60대 이상	(28)	11.4					(1 2 2 2)			
	자영업	(21)	8.5			4054	24.0	A			
	사무직/기술직	(125)	50.8				40대 (20.0)	24.0			
	경영/관리직	(18)	7.3				(20.0)		일반 사무	F0.0	
	전문직/자유직	(18)	7.3					크린 시구 /기술직	50.8		
	기능/숙련공/생산직	(12)	4.9	남성	53.3		25.2	(50.3)			
직업	판매/서비스직	(5)	2.0	(50.0)		30대	25.2				
	농/임/축/어업	(3)	1.2			(30.0)					
	전업 주부	(32)	13.0			20대 이하					
	학생	(4)	1.6			20 - 10,0)	9.3	자영업	8.5		
	무직	(7)	2.8		서병	(,0,0)	여려	(8.3)	2101		
	기타	(1)	0.4		성별		연령		직업		

^{*}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)

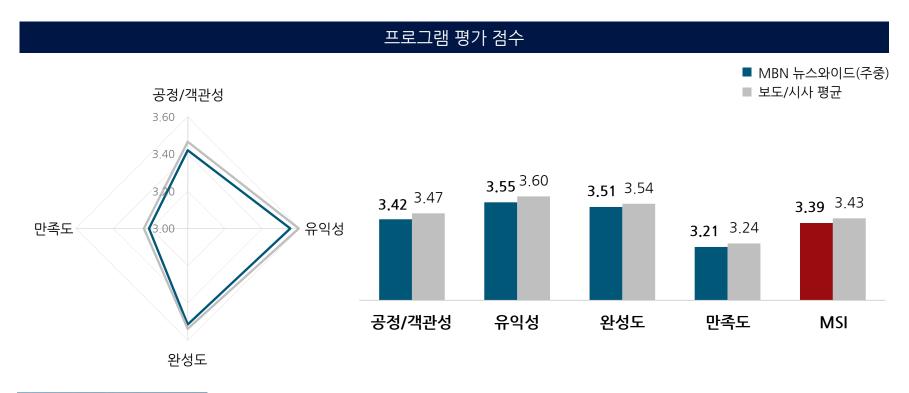
- 〈MBN 뉴스와이드〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(84.1%)으로 조사 되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(36.6%), '동영상 스트리밍(34.1%) 순으로 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'은 40대에서 이용률이 높고, 'VOD 서비스' 는 30대의 이용이 상대적으로 높은 편임
- '동영상 스트리밍'의 경우 타 연령 대비 40대, 50대에서의 이용이 높게 나타남



1+2순위 종합	전체	성	별		연령별							
TT2판귀 중합	신세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상				
사례수	(246)	(131)	(115)	(23*)	(62)	(59)	(74)	(28*)				
실시간 TV시청	91.1	90.1	92.2	73.9	90.3	94.9	91.9	96.4				
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	44.7	44.3	45.2	47.8	45.2	40.7	43.2	53.6				
MBN 인터넷 VOD	12.6	13.0	12.2	26.1	11.3	15.3	8.1	10.7				
인터넷 다운로드 사이트	10.6	11.5	9.6	30.4	11.3	8.5	9.5	0.0				
유튜브 등 동영상 스트리밍	37.4	38.2	36.5	21.7	37.1	40.7	40.5	35.7				
기타	3.7	3.1	4.3	0.0	4.8	0.0	6.8	3.6				

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 43

- 〈MBN 뉴스와이드 (주중)〉의 프로그램 평가 점수는 3.39점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.43점) 보다 소폭 낮으며, 모든 차원에서 보도/시사 평균 대비 낮은 점수를 보임
- 각 차원 별 점수는 유익성(3.55점) > 완성도(3.51점) > 공정/객관성(3.42점) > 만족도(3.21점) 순임



MBN 뉴스와이드

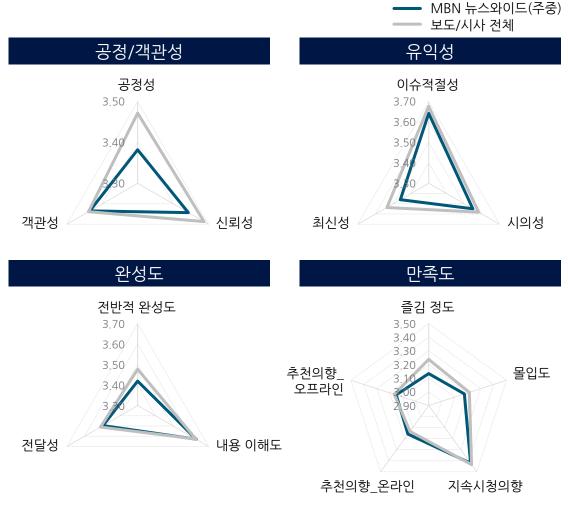


- 평가 항목 중 유익성 차원(3.55점)에서 가장 높은 평가를 받았음
- 다만, 모든 속성 차원에서 보도/시사 프로그램 평균 대비 낮은 평가를 받았으며, 특히 유익성 및 공정/객관성 차원에서 다른 차원 대비 평균 간의 격차가 크게 나타남

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 점]

- 만족도 차원의 추천의향_온라인(3.16점)을 제외하고는 모든 속성에서 평균 대비 낮은 점수를 기록함
- 특히 만족도 차원의 즐김 정도(3.13점)에서 평균 대비 편차가 가장 컸음

	MBN 뉴스 와이드(주중)	보도/시사 전체
응답자수	(246)	(400)
MSI	3.39	3.43
공정/객관성 통합	3.42	3.47
공정성	3.38	3.47
신뢰성	3.44	3.49
객관성	3.43	3.44
유익성 통합	3.55	3.60
이슈적절성	3.64	3.68
시의성	3.55	3.58
최신성	3.46	3.54
완성도 통합	3.51	3.54
전반적 완성도	3.42	3.48
내용 이해도	3.63	3.63
전달성	3.50	3.51
만족도 통합	3.21	3.24
즐김 정도	3.13	3.24
몰입도	3.17	3.21
지속시청의향	3.42	3.44
추천의향_온라인	3,16	3.13
추천의향_오프라인	3.15	3.16



• 〈MBN 뉴스와이드〉는 다른 프로그램과 마찬가지로 남성 시청자 층에서 여성 대비 높은 평가를 받았으며(3.45점), 특히 공정/객관성에서 남성이 3.51점, 여성이 3.32 점으로 평가하며, 성별 간 격차가 가장 컸음

		성별												
MBN 뉴스와이드 (주중)			남성	연령				여성	연령					
(ਜਨ <i>)</i>	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계		
사례수	(14*)	(29*)	(35)	(39)	(14*)	(131)	(9*)	(33)	(24*)	(35)	(14*)	(115)		
MSI	3.93	3.50	3.30	3.46	3.21	3.45	3,33	3.21	3,25	3.45	3.44	3,33		
공정/객관성 통합	4.00	3.56	3.30	3.53	3,38	3.51	3,33	3.17	3.29	3.39	3.52	3,32		
공정성	3.86	3.55	3.20	3.49	3.29	3.44	3.44	3.12	3.33	3.40	3.43	3.31		
신뢰성	3.93	3.55	3.31	3.56	3.50	3.53	3.44	3.21	3.25	3.46	3.50	3.35		
객관성	4.21	3.59	3.37	3.54	3.36	3.56	3.11	3.18	3.29	3.31	3.64	3.30		
유익성 통합	4.02	3.63	3.49	3.65	3.29	3.60	3.22	3.36	3.42	3.65	3.69	3.49		
이슈적절성	3.86	3.76	3.63	3.72	3.36	3.68	3.33	3.48	3.46	3.77	3.86	3.60		
시의성	4.14	3.52	3.40	3.77	3.21	3.60	3.11	3.36	3.38	3.74	3.64	3.50		
최신성	4.07	3.62	3.43	3.46	3.29	3.53	3.22	3.24	3.42	3.43	3.57	3.37		
완성도 통합	4.02	3.53	3.44	3.62	3.26	3.55	3.41	3.28	3.42	3.69	3.50	3.47		
전반적 완성도	3.93	3.45	3.37	3.49	3.14	3.46	3.22	3.18	3.38	3.54	3.50	3.37		
내용 이해도	4.14	3.52	3.60	3.82	3.36	3.68	3.44	3.36	3.58	3.83	3.50	3.57		
전달성	4.00	3.62	3.34	3.54	3.29	3.53	3.56	3.30	3.29	3.69	3.50	3.46		
만족도 통합	3.79	3.35	3.10	3.21	3.04	3.25	3.36	3.11	3.02	3.23	3.20	3.16		
즐김 정도	3.57	3.21	3.09	3.13	3.07	3.18	4.11	2.79	2.83	3.26	3.14	3.09		
몰입도	3.79	3.28	3.00	3.28	3.00	3.23	3.44	3.12	2.88	3.23	3.00	3.11		
지속시청의향	3.86	3.66	3.34	3.46	3.14	3.48	3.33	3.21	3.29	3.51	3.43	3.36		
추천의향_온라인	3.79	3.31	2.97	3.08	3.00	3.17	3.11	3.21	3.08	3.11	3.21	3.15		
추천의향_오프라인	3.93	3.31	3.09	3.08	3.00	3.21	2.78	3.21	3.00	3.03	3.21	3.08		

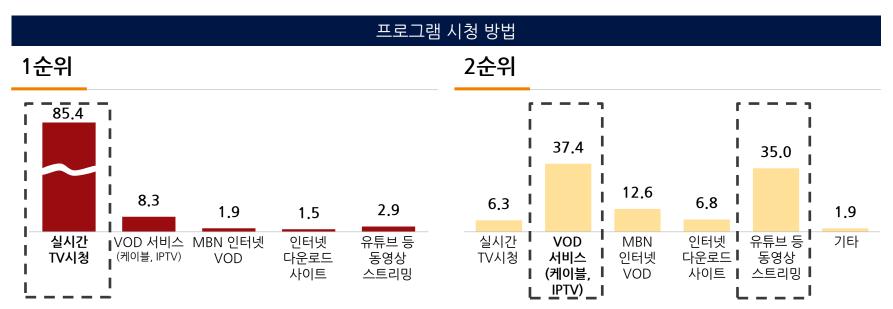
- 〈MBN 뉴스와이드〉 시청자는 전년 대비 (2021년 51.8%) 남성(56.8%)의 비중이 좀 더 많은 편
- 연령별로는 40대, 20대 에서 구성 대비 시청자 비중이 많은 편이며 직업별로는 블루칼라, 일반 사무/기술직, 자영업에서 구성 대비 시청자가 많은 편임

MBN 뉴스와이드(주말) 시청 경험자 현황

	구분	사례수(명)	비율(%)					기타		Ī	
	전체	(206)	100.0			60대 이상	9.2	(7.3)	5.8		
성별	남성	(117)	56.8			(10.0)		주부 (4.2.3)	10.2		
6 E	여성	(89)	43.2						(12.3)		
	20대 이하	(23)	11.2	여성	43.2	50대	29,1	블루칼라	10.2		
	30대	(58)	28.2	(50.0)		(30.0)		(9.0)	44.5		
연령	40대	(46)	22.3					경영/관리 /전문직	11.2		
	50대	(60)	29.1					(13.0)			
	60대 이상	(19)	9.2			40511					
	자영업	(19)	9.2			40대 (20.0)	22.3				
	사무직/기술직	(110)	53.4			(20.0)					
	경영/관리직	(12)	5.8					일반 사무	53.4		
	전문직/자유직	(11)	5.3		F.C. 0	EC 0			/기술직 (50.3)		
	기능/숙련공/생산직	(12)	5.8	남성 (50.0)	56.8	30대	28.2	(50.5)			
직업	판매/서비스직	(7)	3.4	(30.0)		(30.0)					
	농/임/축/어업	(2)	1.0								
	전업 주부	(21)	10.2			20대 이하	11.2	▲ 자영업		•	
	학생	(5)	2.4			(10.0)	11,2	(8.3)	9.2		
	무직	(7)	3.4		서벼		연령		지어		
	기타	(0)	0.0		성별		59		직업		

^{*}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)

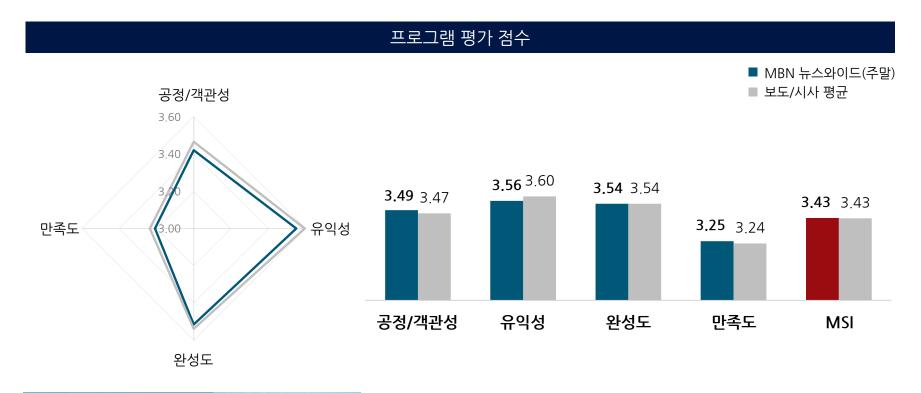
- 〈MBN 뉴스와이드〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(85.4%)로 조사 되었으며, 2순위는 'VOD 서비스'(37.4%), '동영상 스트리밍(35.0%) 순으로 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'은 40대,50대에서 이용률이 높으며, 'VOD 서비스' 는 30대, '동영상 스트리밍은 40대에서 이용률이 높은 편임



1+2순위 종합	전체	성	별	연령별						
TTZ판귀 중합	신세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(206)	(117)	(89)	(23*)	(58)	(46)	(60)	(19*)		
실시간 TV시청	91.7	90.6	93.3	87.0	87.9	93.5	93.3	100.0		
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	45.6	44.4	47.2	56.5	48.3	41.3	45.0	36.8		
MBN 인터넷 VOD	14.6	16.2	12.4	17.4	20.7	13.0	11.7	5.3		
인터넷 다운로드 사이트	8.3	9.4	6.7	17.4	3.4	10.9	6.7	10.5		
유튜브 등 동영상 스트리밍	37.9	36.8	39.3	21.7	37.9	41.3	38.3	47.4		
기타	1.9	2.6	1.1	0.0	1.7	0.0	5.0	0.0		

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %]

- 프로그램 평가 점수는 3.43점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.43점) 과 유사함
- 각 차원 별 점수는 유익성(3.56점) 〉 완성도(3.54점) 〉 공정/객관성(3.49점) 〉 만족도(3.25점) 순임



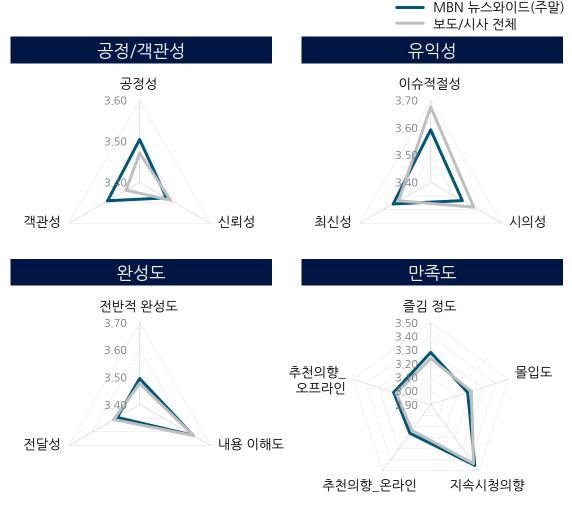
MBN 뉴스와이드 주말 전행: 김태일, 차유나



- 평가 항목 중 유익성 차원(3.56점)에서 가장 높은 평가를 받았음
- 특히, 공정/객관성에서 보도/시사 평균 대비 소폭 높은 점수를 받은 것이 특징

• 공정/객관성 차원에서는 공정성(3.50점) 및 객관성(3.49점)이, 유익성 차원에서는 최신성(3.56점)이, 완성도 차원에서는 전반적 완성도(3.50점)이, 만족도 차원에서는 몰입도를 제외한 즐김 정도(3.28점), 지속시청의향(3.45점), 추천의향 _온라인 (3.16점), 추천 의향_오프라인(3.18점) 모두 좋은 평가를 받음

	MBN 뉴스 와이드(주말)	보도/시사 전체
응답자수	(206)	(400)
MSI	3.43	3.43
공정/객관성 통합	3.49	3.47
공정성	3.50	3.47
신뢰성	3.48	3.49
객관성	3.49	3.44
유익성 통합	3.56	3.60
이슈적절성	3.59	3.68
시의성	3.53	3.58
최신성	3.56	3.54
완성도 통합	3.54	3.54
전반적 완성도	3.50	3.48
내용 이해도	3.63	3.63
전달성	3.50	3.51
만족도 통합	3.25	3.24
즐김 정도	3.28	3.24
몰입도	3.18	3.21
지속시청의향	3.45	3.44
추천의향_온라인	3.16	3.13
추천의향_오프라인	3.18	3.16



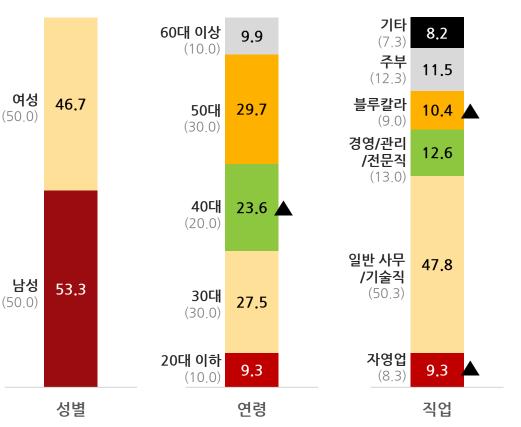
 〈MBN 뉴스와이드〉는 전반적으로 남성이 여성 대비 소폭 긍정적으로 평가하였으나, 완성도 측면에서는 여성의 평가가 조금 더 긍정적으로 나타났으며, 그 중 전달성 속성에서 여성의 만족도가 남성 대비 가장 크게 나타났음

						샹	 J별					
MBN 뉴스와이드 (조마)			남성	연령					여성	연령		
(주말)	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(16*)	(27*)	(27*)	(37)	(10*)	(117)	(7*)	(31)	(19*)	(23*)	(9*)	(89)
MSI	3.91	3.48	3.37	3.33	3,30	3.45	3,56	3.20	3.39	3.62	3.45	3.41
공정/객관성 통합	3.88	3.51	3.49	3.46	3.47	3.54	3.48	3.33	3.44	3.51	3.52	3.43
공정성	3.69	3.44	3.56	3.51	3.40	3.52	3.43	3.42	3.47	3.57	3.56	3.48
신뢰성	4.06	3.48	3.44	3.46	3.50	3.55	3.57	3.23	3.37	3.52	3.44	3.38
객관성	3.88	3.59	3.48	3.41	3.50	3.54	3.43	3.35	3.47	3.43	3.56	3.43
유익성 통합	3.83	3.56	3.54	3.54	3.27	3.56	3.76	3.39	3.47	3.77	3.67	3.56
이슈적절성	3.63	3.70	3.85	3.59	3.20	3.65	3.86	3.23	3.58	3.74	3.56	3.52
시의성	3.69	3.48	3.37	3.57	3.30	3.50	3.57	3.39	3.47	3.87	3.78	3.58
최신성	4.19	3.48	3.41	3.46	3.30	3.54	3.86	3.55	3.37	3.70	3.67	3.58
완성도 통합	4.06	3.52	3.43	3.35	3,33	3.50	3.71	3.37	3.56	3.81	3.70	3.58
전반적 완성도	4.00	3.52	3.41	3.27	3.40	3.47	3.86	3.35	3.42	3.65	3.78	3.53
내용 이해도	4.19	3.56	3.48	3.54	3.40	3.61	3.86	3.35	3.58	4.04	3.67	3.65
전달성	4.00	3.48	3.41	3.24	3.20	3.44	3.43	3.39	3.68	3.74	3.67	3.57
만족도 통합	3.88	3.40	3.14	3.12	3.20	3.30	3.40	2.91	3.22	3.50	3.13	3.19
즐김 정도	3.94	3.52	3.26	3.19	3.20	3.38	3.86	2.87	3.05	3.52	2.78	3.15
몰입도	3.69	3.22	2.96	3.19	3.10	3.21	3.71	2.87	3.21	3.35	3.11	3.16
지속시청의향	4.00	3.59	3.41	3.32	3.40	3.50	3.43	3.03	3.42	3.78	3.44	3.38
추천의향_온라인	3.88	3.37	3.07	2.95	3.20	3.22	2.86	2.84	3.16	3.39	3.11	3.08
추천의향_오프라인	3.88	3.30	3.00	2.97	3.10	3.19	3.14	2.94	3.26	3.43	3.22	3.18

- 〈아침&매일경제〉는 남성 시청자의 비중이 여성 대비 높은 편이며(53.3%), 연령별로는 40대(23.6%)의 구성 대비 시청경험률이 높음.
- 전체 직업 중에선 자영업자(9.3%) 및 블루칼라 업종 종사자 (10.4%) 들의 구성 대비 시청 경험이 높게 나타남

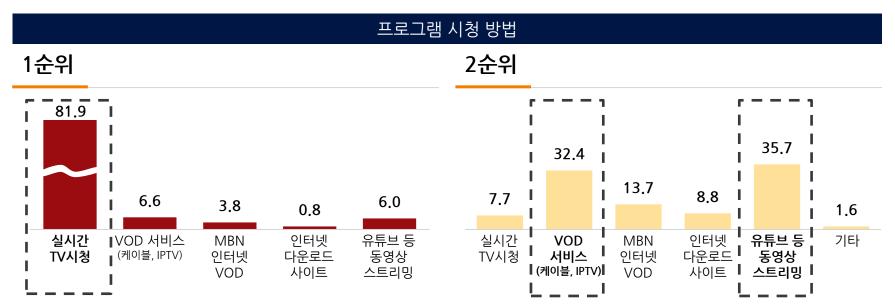
아침&매일경제 시청 경험자 현황

	구분	사례수(명)	비율(%)		
	전체	(182)	100.0		
서벼	남성	(97)	53.3		
성별	여성	(85)	46.7		
	20대 이하	(17)	9.3	여성	46
	30대	(50)	27.5	(50.0)	
연령	40대	(43)	23.6		
	50대	(54)	29.7		
	60대 이상	(18)	9.9		
	자영업	(17)	9.3		
	사무직/기술직	(87)	47.8		
	경영/관리직	(10)	5.5		
	전문직/자유직	(13)	7.1		
	기능/숙련공/생산직	(8)	4.4	남성	53,
직업	판매/서비스직	(9)	4.9	(50.0)	
	농/임/축/어업	(2)	1.1		
	전업 주부	(21)	11.5		
	학생	(2)	1.1		
	무직	(11)	6.0		411
	기타	(2)	1.1		성



^{*}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)

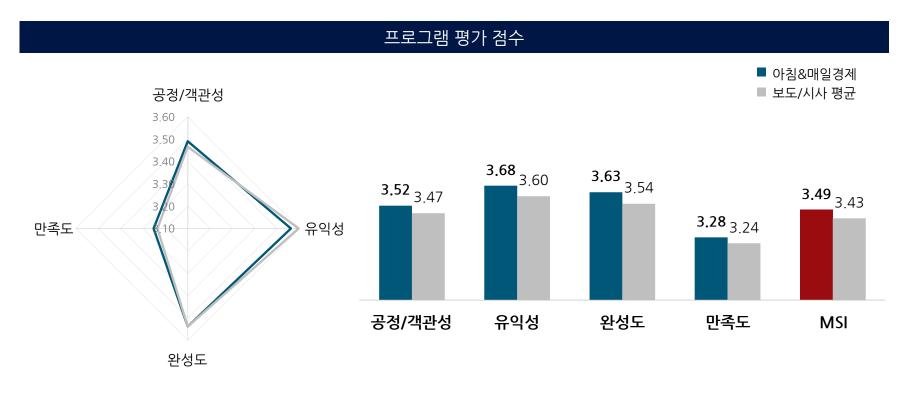
- 〈아침&매일경제〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(81.9%)로 조사되었으며, 2순위로는 '동영상 스트리밍'(35.7%), 'VOD 서비스'(32.4%) 순으로 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청' 및 'VOD 서비스'는 남성, 50대의 이용이 높은 반면, '동영상 스트리밍' 은 여성, 40대에서 주로 이용함



1+2순위 종합	74 5 11	성별		연령별					
172판귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(182)	(97)	(85)	(17*)	(50)	(43)	(54)	(18*)	
실시간 TV시청	89.6	91.8	87.1	76.5	86.0	90.7	94.4	94.4	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	39.0	41.2	36.5	64.7	30.0	25.6	40.7	66.7	
MBN 인터넷 VOD	17.6	15.5	20.0	23.5	26.0	14.0	13.0	11.1	
인터넷 다운로드 사이트	10.4	11.3	9.4	11.8	10.0	9.3	13.0	5.6	
유튜브 등 동영상 스트리밍	41.8	40.2	43.5	23.5	44.0	60.5	38.9	16.7	
기타	1.6	0.0	3.5	0.0	4.0	0.0	0.0	5.6	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 53

- 프로그램 평가 점수는 3.49점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.43점) 대비 소폭 높음
- 각 차원별 점수는 유익성(3.68점) 〉완성도 (3.63점) 〉 공정/객관성(3.52점) 〉 만족도(3.28점) 순으로 모든 차원이 보도/시사 평균 대비 높은 편임



아침 & 매일경제

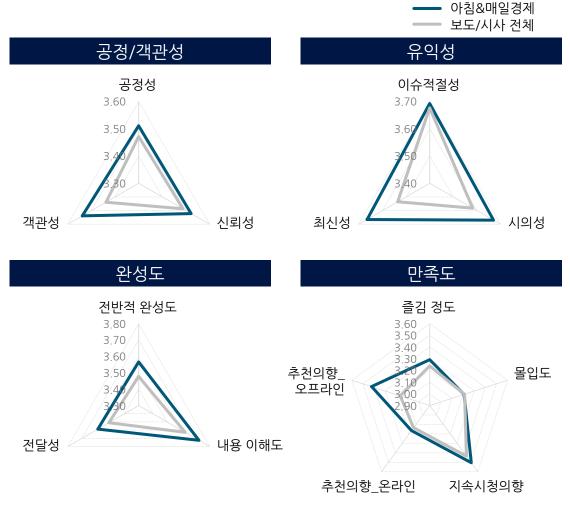
이행:이상후



- 모든 차원에서 보도/시사 평균 대비 높은 평가를 받았음
- 특히 완성도에서 보도/시사 평균 점수 대비 0.09점 높게 나타남

• 〈아침&매일 경제〉는 몰입도를 제외한 모든 속성에서 보도/시사 평균 대비 높은 평가를 받았으며 특히 '추천의향_오프라인' 속성에서 평균 대비 편차가 가장 큰 편

	아침&매일경제	보도/시사 전체
응답자수	(182)	(400)
MSI	3.49	3.43
공정/객관성 통합	3.52	3.47
공정성	3.51	3.47
신뢰성	3.52	3.49
객관성	3.54	3.44
유익성 통합	3.68	3.60
이슈적절성	3.69	3.68
시의성	3.67	3.58
최신성	3.66	3.54
완성도 통합	3.63	3.54
전반적 완성도	3.57	3.48
내용 이해도	3.73	3.63
전달성	3.59	3.51
만족도 통합	3.28	3.24
즐김 정도	3.29	3.24
몰입도	3.21	3.21
지속시청의향	3,51	3.44
추천의향_온라인	3,16	3.13
추천의향_오프라인	3.42	3.16



- 〈아침&매일경제〉는 남성(3.54점)이 여성(3.43점) 대비 MSI를 비롯한 모든 차원에서 프로그램에 대해 긍정적으로 평가함
- 특히 공정/객관성에서 남성이 여성 대비 평가가 가장 높았음(+0.16점), 세부적으로는 신뢰성 속성에서 (+0.19점) 성별 간의 격차가 가장 컸음

						Ķ	j별					
아침&매일경제			남성	연령			여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
<i>사례수</i>	(8*)	(19*)	(27*)	(30)	(13*)	(97)	(9*)	(31)	(16*)	(24*)	(5*)	(85)
MSI	2.82	3.46	3,61	3.65	3.74	3.54	3.71	3.25	3.45	3.49	3.71	3.43
공정/객관성 통합	2.67	3.44	3.67	3.81	3.79	3.60	3.41	3.28	3.40	3.58	3.87	3.44
공정성	2.50	3.42	3.63	3.83	3.77	3.58	3.44	3.35	3.31	3.50	4.00	3.44
신뢰성	2.50	3.58	3.63	3.80	3.85	3.61	3.44	3.23	3.44	3.58	3.80	3.42
객관성	3.00	3.32	3.74	3.80	3.77	3.62	3.33	3.26	3.44	3.67	3.80	3.45
유익성 통합	3.00	3.58	3.78	3.77	4.03	3.70	3.78	3.40	3.81	3.71	4.07	3.64
이슈적절성	2.75	3.63	3.70	3.87	4.15	3.72	3.67	3.35	3.75	3.92	4.00	3.66
시의성	3.25	3.42	3.85	3.73	4.08	3.71	3.67	3.35	3.81	3.71	4.20	3.62
최신성	3.00	3.68	3.78	3.70	3.85	3.68	4.00	3.48	3.88	3.50	4.00	3.65
완성도 통합	3.17	3.58	3.68	3.74	3.79	3.65	3.89	3.40	3.67	3.60	4.07	3.60
전반적 완성도	2.75	3.63	3.70	3.47	3.77	3.55	4.00	3.42	3.69	3.54	3.80	3.59
내용 이해도	3.63	3.68	3.74	3.87	3.92	3.78	3.89	3.45	3.75	3.67	4.20	3.66
전달성	3.13	3.42	3.59	3.90	3.69	3.63	3.78	3.32	3.56	3.58	4.20	3.54
만족도 통합	2.60	3.33	3.44	3.42	3.51	3.35	3.76	3.05	3,13	3.25	3.20	3.20
즐김 정도	2.88	3.68	3.44	3.57	3.69	3.52	3.78	2.68	2.75	3.42	3.00	3.04
몰입도	2.38	3.11	3.26	3.40	3.46	3.23	3.56	3.06	3.19	3.17	3.40	3.19
지속시청의향	2.75	3.42	3.63	3.70	3.77	3.56	3.78	3.32	3.38	3.54	3.40	3.45
추천의향_온라인	2.25	3.16	3.41	3.27	3.31	3.21	3.78	3.00	3.19	2.96	3.20	3.12
추천의향_오프라인	2.75	3.26	3.44	3.17	3.31	3.25	3.89	3.16	3.13	3.17	3.00	3.22

- 〈MBN 프레스룸〉 시청자는 남성이 여성 대비 많았으며(54.6%) 연령별로는 60대 이상, 40대에서 구성 대비 시청자 비중이 높은 편임
- 직업 별로는 경영/관리/전문직과 함께 자영업자들의 구성 대비 시청 비중이 높은 편으로 나타남

MBN 프레스룸 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 7.4 60대 이상 전체 (7.3)(163)100.0 12.3 (10.0)주부 남성 (89)546 8.0 성별 (12.3)여성 (74)45.4 블루칼라 7.4 여성 20대 이하 (14)8.6 45.4 (9.0)(50.0)50대 28.8 30대 (48)29.4 경영/관리 13.5 (30.0)/전문직 연령 20.9 40대 (34)(13.0)50대 28.8 (47)60대 이상 (20)123 자영업 40대 (22)135 20,9 (20.0)사무직/기술직 (82)50.3 일반 사무 50.3 경영/관리직 (13)8.0 /기술직 (50.3)전문직/자유직 (9)5.5 남성 54.6 기능/숙련공/생산직 (7)4.3 30대 (50.0)29,4 (30.0)직업 판매/서비스직 (4) 2.5 농/임/축/어업 0.6 (1)전업 주부 8.0 (13)자영업 20대 이하 13.5 8.6 (8.3)학생 (3) 1.8 (10.0)무직 (6)3.7 성별 연령 직업 기타

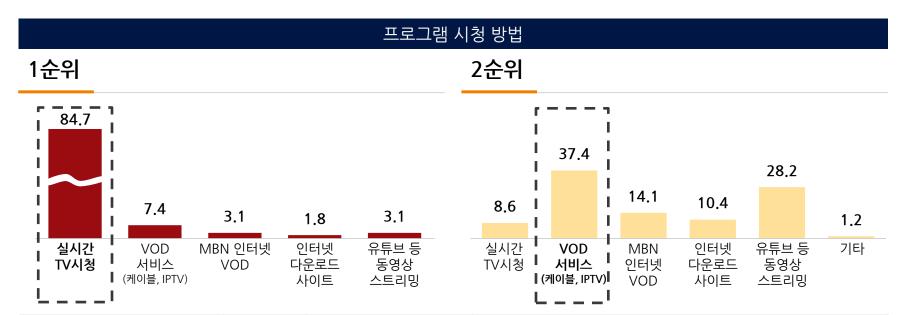
*직업 분류: 자영업(자영업), 일반사무/기술직(사무직/기술직), 경영(관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

1.8

(3)

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *▲▼: 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 57

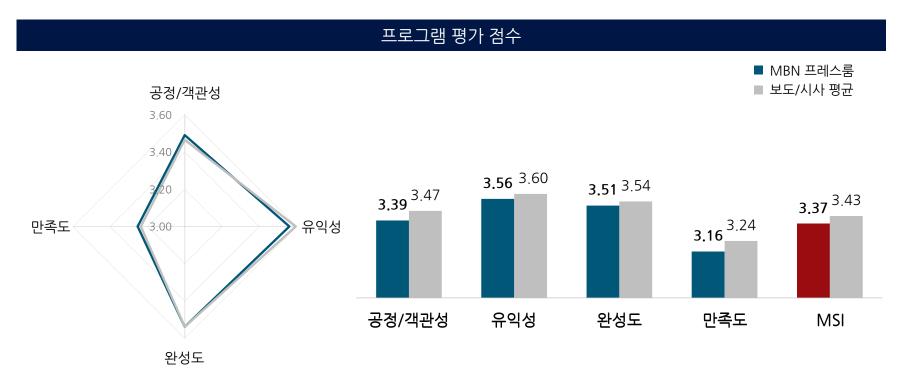
- 〈MBN 프레스룸〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(84.7%)으로 전년 대비 이용 방법이 집중된 편이었으며(2021년 75.5%), 2순위로는 'VOD 서비스'(37.4%)가 높게 나타남
- 구체적으로 분석해보면, 이용률이 가장 높은 '실시간 TV시청'의 경우 남성, 40대 이상에서 이용률이 높았으며, 'VOD 서비스'는 30대,50대에서 이용률이 높았음



1+2순위 종합	전체	성	별	연령별					
ITZ판귀 중합		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(163)	(89)	(74)	(14*)	(48)	(34)	(47)	(20*)	
실시간 TV시청	93.3	97.8	87.8	85.7	83.3	100.0	97.9	100.0	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	44.8	44.9	44.6	50.0	45.8	35.3	44.7	55.0	
MBN 인터넷 VOD	17.2	14.6	20.3	35.7	27.1	2.9	17.0	5.0	
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	12.3	10.1	14.9	7.1	18.8	11.8	10.6	5.0	
유튜브 등 동영상 스트리밍	31.3	31.5	31.1	21.4	22.9	47.1	29.8	35.0	
기타	1.2	1.1	1.4	0.0	2.1	2.9	0.0	0.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 58

- 프로그램 평가 점수는 3.37점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.43점) 대비 소폭 낮은 편임
- 각 차원 별 점수는 유익성(3.56점) > 완성도(3.51점) > 공정/객관성 (3.39점) > 만족도(3.16점) 순임





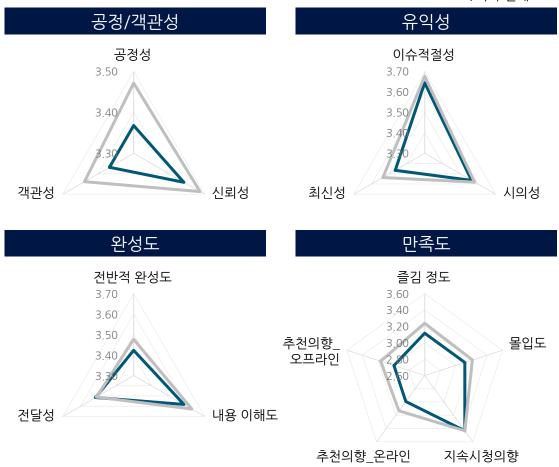
- 모든 차원에서 평균 대비 낮은 점수를 기록함
- 특히 프로그램의 공정/객관성, 만족도 차원에서 보도/시사 평균과의 격차가 크게 남

• 〈MBN 프레스룸〉은 완성도 차원의 전달성(3.52점)을 제외하고는 모든 속성에서 보도/시사 평균 대비 낮은 점수를 기록함

• 특히 추천의향_온라인(2.99점), 추천의향_오프라인(2.99점) 속성에서 보도/시사 전체 평균 대비 점수 차이가 크게 난 편임

MBN 프레스룸
 보도/시사 전체

	MBN 프레스룸	보도/시사 전체
응답자수	(163)	(400)
MSI	3.37	3.43
공정/객관성 통합	3.39	3.47
공정성	3.37	3.47
신뢰성	3.44	3.49
객관성	3.37	3.44
유익성 통합	3.56	3.60
이슈적절성	3.64	3.68
시의성	3.56	3.58
최신성	3.47	3.54
완성도 통합	3.51	3.54
전반적 완성도	3.42	3.48
내용 이해도	3.58	3.63
전달성	3.52	3.51
만족도 통합	3.16	3.24
즐김 정도	3.12	3.24
몰입도	3.12	3.21
지속시청의향	3.44	3.44
추천의향_온라인	2.99	3.13
추천의향_오프라인	2.99	3.16



- 〈MBN 프레스룸〉은 남성(3.41점)이 여성(3.32점) 대비 전반적으로 긍정적으로 평가함
- 특히 유익성 차원에서 남성(3.62점)과 여성(3.48점) 간의 격차가 크게 나타났고, 그 중에서도 시의성 속성에서의 격차가 크게 나타남

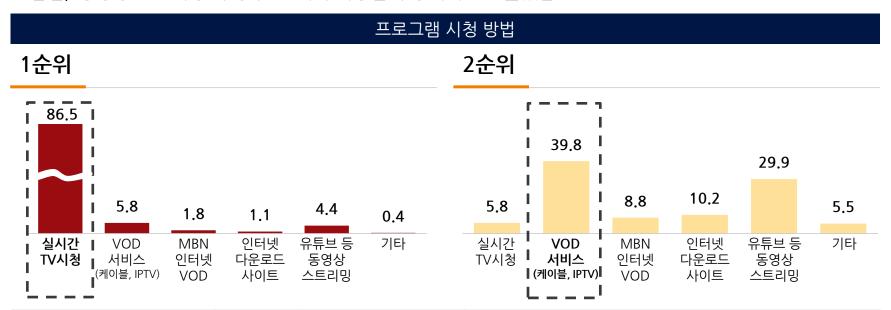
						샹	j별					
MBN 프레스룸			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
<i>사례수</i>	(8*)	(15*)	(19*)	(32)	(15*)	(89)	(6*)	(33)	(15*)	(15*)	(5*)	(74)
MSI	3.21	3.43	3.50	3,36	3,48	3.41	4.10	3.16	3.30	3.35	3,37	3.32
공정/객관성 통합	3.21	3.40	3.61	3.29	3.58	3.42	3,83	3.21	3.22	3.51	3.73	3.36
공정성	3.00	3.53	3.53	3.13	3.47	3.33	4.00	3.36	3.13	3.53	3.60	3.42
신뢰성	3.38	3.47	3.68	3.38	3.60	3.49	3.83	3.18	3.27	3.60	3.80	3.38
객관성	3.25	3.20	3.63	3.38	3.67	3.44	3.67	3.09	3.27	3.40	3.80	3.28
유익성 통합	3.21	3.56	3.77	3.63	3.71	3.62	4.06	3.30	3.60	3.47	3.67	3.48
이슈적절성	3.13	3.40	4.00	3.84	3.67	3.71	4.17	3.27	3.80	3.67	3.80	3.57
시의성	3.50	3.60	3.63	3.66	3.73	3.64	4.00	3.36	3.67	3.20	3.80	3.47
최신성	3.00	3.67	3.68	3.38	3.73	3.52	4.00	3.27	3.33	3.53	3.40	3.41
완성도 통합	3.38	3.62	3.56	3.47	3.62	3.53	4.28	3.34	3.38	3.56	3.47	3.48
전반적 완성도	3.00	3.53	3.47	3.38	3.60	3.43	4.00	3.21	3.53	3.53	3.40	3.42
내용 이해도	3.25	3.73	3.68	3.59	3.73	3.63	4.17	3.36	3.47	3.60	3.80	3.53
전달성	3.88	3.60	3.53	3.44	3.53	3.54	4.67	3.45	3.13	3.53	3.20	3.49
만족도 통합	3.13	3.27	3.23	3.19	3.20	3.21	4.17	2.94	3.11	3.05	2.92	3.09
즐김 정도	3.38	3.60	3.16	3.09	3.20	3.24	4.17	2.73	3.07	2.93	3.00	2.97
몰입도	2.88	3.13	2.95	3.22	3.33	3.13	4.00	3.03	3.20	3.07	2.80	3.14
지속시청의향	3.38	3.47	3.47	3.56	3.47	3.49	4.33	3.21	3.27	3.40	3.40	3.36
추천의향_온라인	2.75	3.07	3.32	3.00	3.13	3.08	4.00	2.82	2.80	2.80	2.60	2.89
추천의향_오프라인	3.25	3.07	3.26	3.06	2.87	3.09	4.33	2.91	3.20	3.07	2.80	3.11

- 〈뉴스파이터〉 시청자는 남녀가 유사한 비중이고, 연령별로는 40대 이상의 구성 대비 시청자 비중이 높았음
- 직업별로는 블루칼라 업종 종사자, 자영업자 들이 구성 대비 시청자 비중이 높았음

뉴스파이터 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 60대 이상 8.4 전체 100.0 (274)11.7 (7.3)(10.0)남성 (138)504 성별 12.4 여성 (136)49.6 (12.3)20대 이하 (23)8.4 여성 49.6 50대 블루칼라 12.8 (50.0)32.1 30대 (73)26.6 (30.0)(9.0)연령 40대 (58)21.2 경영/관리 10.6 50대 (88)32.1 /전문직 60대 이상 (32)117 (13.0)자영업 (30)109 40대 21.2 사무직/기술직 (123)44.9 (20.0)경영/관리직 (10)3.6 일반 사무 44.9 전문직/자유직 (19)6.9 /기술직 남성 기능/숙련공/생산직 (17)6.2 50.4 (50.3)30대 (50.4)26.6 직업 판매/서비스직 (17)6.2 (30.0)농/임/축/어업 (1)0.4 전업 주부 12.4 (34)자영업 20대 이하 10.9 8.4 (8.3)학생 (4) 1.5 (10.0)무직 (15)5.5 성별 연령 직업 기타 (4)1.5

^{*}직업 분류: 자영업(자영업), 일반사무/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)

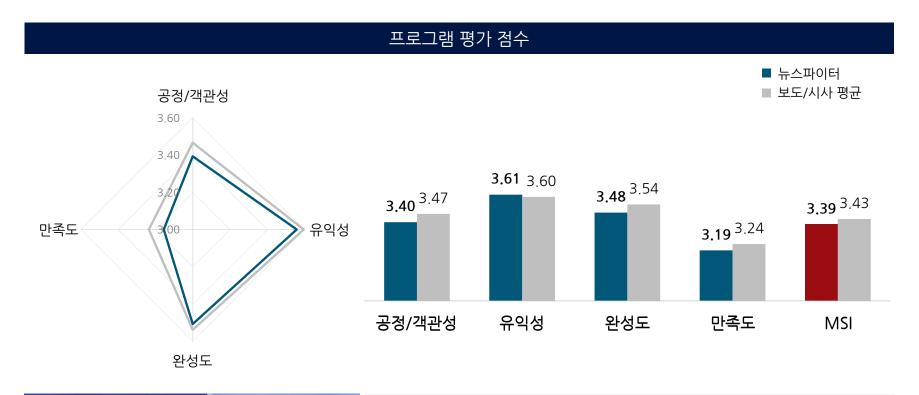
- 〈뉴스파이터〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(86.5%)으로 전년 대비 (2021년 83.4%) 집중된 것으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(39.8%)가 많이 이용됨
- 1+2순위를 종합적으로 보면, 이용률이 가장 높은 '실시간 TV시청' 과 'VOD 서비스' 모두 남성, 50-60대에서 이용률이 높았음
- 반면, '동영상 스트리밍'의 경우 40대의 이용률이 상대적으로 높았음



1+2순위 종합	전체	성	별	연령별					
172판귀 중합		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(274)	(138)	(136)	(23*)	(73)	(58)	(88)	(32)	
실시간 TV시청	92.3	94.2	90.4	91.3	90.4	87.9	96.6	93.8	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	45.6	48.6	42.6	47.8	39.7	43.1	50.0	50.0	
MBN 인터넷 VOD	10.6	10.1	11.0	13.0	12.3	6.9	9.1	15.6	
인터넷 다운로드 사이트	11.3	8.7	14.0	17.4	17.8	10.3	8.0	3.1	
유튜브 등 동영상 스트리밍	34.3	34.1	34.6	30.4	34.2	50.0	28.4	25.0	
기타	5.8	4.3	7.4	0.0	5.5	1.7	8.0	12.5	

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 명, %]

- 프로그램 평가 점수는 3.39점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.43점) 대비 소폭 낮은 수준임
- 각 차원 별 점수는 유익성(3.61점) > 완성도(3.48점) > 공정/객관성 (3.40점) > 만족도(3.19점) 순임





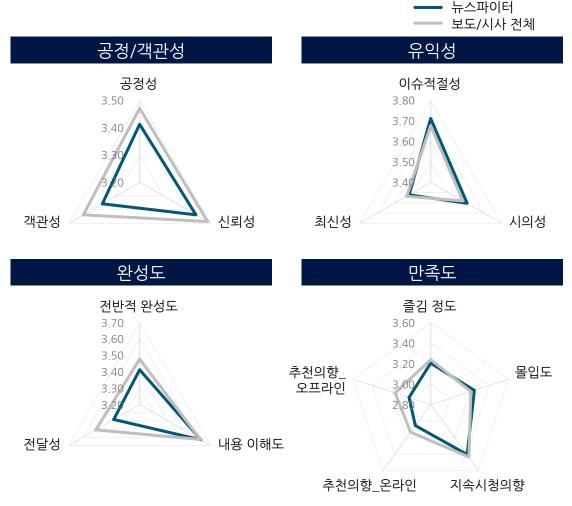


- 유익성에서는 보도/시사 프로그램 평균 대비 높은 점수를 받았으나 그 외 모든 차원에 서는 보도/시사 평균 대비 낮게 평가됨
- 특히 공정/객관성 차원에서 보도/시사 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 점]

- 유익성 차원의 이슈적절성(3.71점),시의성(3.61점) 및 만족도 차원에서의 몰입도(3.25점)가 평균 대비 좋은 평가를 받았음
- 전반적인 공정/객관성 세부 항목에서 보도/시사 평균 대비 낮은 수준으로 평가되었음

	뉴스파이터	보도/시사 전체
응답자수	(274)	(400)
MSI	3.39	3.43
공정/객관성 통합	3.40	3.47
공정성	3.41	3.47
신뢰성	3.44	3.49
객관성	3.36	3.44
유익성 통합	3.61	3.60
이슈적절성	3.71	3.68
시의성	3.61	3.58
최신성	3.52	3.54
완성도 통합	3.48	3.54
전반적 완성도	3.41	3.48
내용 이해도	3.63	3.63
전달성	3.38	3.51
만족도 통합	3.19	3.24
즐김 정도	3.20	3.24
몰입도	3.25	3.21
지속시청의향	3.41	3.44
추천의향_온라인	3.05	3.13
추천의향_오프라인	3.02	3.16



- 〈뉴스파이터〉는 전반적으로 남성 대비 여성에게 더욱 좋은 평가를 받았으며, 만족도를 제외한 공정/객관성, 유익성, 완성도 차원에서 남녀 간의 격차가 크게 나타난 편이었음
- 특히 공정/객관성 차원의 '신뢰성'에서 남성(3.33점)과 여성(3.54점)의 격차가 가장 크게 나타났음

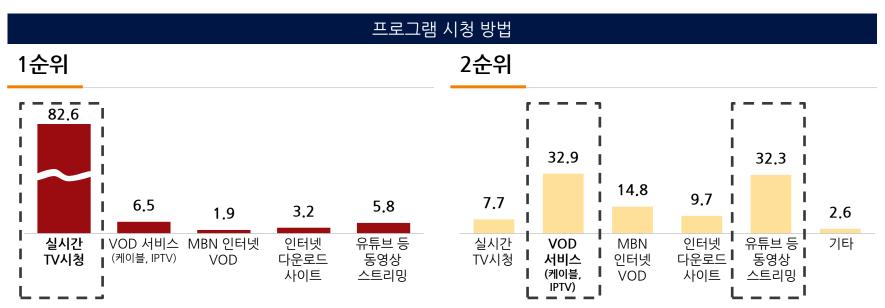
						Ķ	j별					
뉴스파이터			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(11*)	(25*)	(33)	(47)	(22*)	(138)	(12*)	(48)	(25*)	(41)	(10*)	(136)
MSI	2.97	3.17	3.44	3.42	3.44	3.34	3.82	3.27	3.61	3.40	3.39	3,43
공정/객관성 통합	2.67	3.16	3.41	3.40	3.52	3.32	3.86	3.30	3.65	3.49	3.50	3.49
공정성	2.91	3.16	3.39	3.47	3.50	3.36	3.92	3.33	3.64	3.41	3.40	3.47
신뢰성	2.73	3.20	3.42	3.38	3.55	3.33	4.00	3.33	3.60	3.61	3.60	3.54
객관성	2.36	3.12	3.42	3.36	3.50	3.28	3.67	3.23	3.72	3.44	3.50	3.44
유익성 통합	3.24	3.33	3.56	3.67	3.70	3.55	3.86	3.53	3.83	3.69	3.70	3.67
이슈적절성	3.45	3.36	3.61	3.74	3.73	3.62	4.08	3.65	4.00	3.80	3.80	3.81
시의성	3.09	3.32	3.42	3.79	3.82	3.57	3.67	3.48	3.88	3.68	3.70	3.65
최신성	3.18	3.32	3.64	3.49	3.55	3.48	3.83	3.46	3.60	3.59	3.60	3.57
완성도 통합	3.39	3.19	3.45	3.48	3.50	3.42	4.08	3.31	3.72	3.52	3,53	3,53
전반적 완성도	3.18	3.12	3.52	3.34	3.41	3.34	3.92	3.38	3.60	3.39	3.60	3.49
내용 이해도	3.45	3.36	3.55	3.70	3.73	3.59	4.08	3.48	3.76	3.71	3.80	3.68
전달성	3.55	3.08	3.30	3.40	3.36	3.33	4.25	3.08	3.80	3.46	3.20	3.44
만족도 통합	2.73	3.06	3.37	3.24	3.19	3.19	3.62	3.08	3.38	3.09	3.06	3.18
즐김 정도	3.09	3.08	3.48	3.34	3.36	3.31	3.33	3.10	3.12	3.12	2.60	3.10
몰입도	2.64	3.08	3.21	3.38	3.32	3.22	3.67	3.10	3.52	3.24	3.20	3.28
지속시청의향	2.64	3.16	3.48	3.55	3.41	3.37	3.75	3.21	3.76	3.44	3.40	3.44
추천의향_온라인	2.64	3.08	3.30	3.04	2.86	3.05	3.83	3.04	3.24	2.76	3.00	3.06
추천의향_오프라인	2.64	2.88	3.36	2.89	3.00	3.00	3.50	2.94	3.24	2.90	3.10	3.04

• 〈시사스페셜〉 시청자는 남성(56.1%)의 비중이 더욱 높은 것으로 나타났으며, 연령별로는 50대의 구성 대비 시청자 비중이 높음(36.1%), 직업별로는 자영업자, 경영/관리/전문직, 블루칼라 업종 종사자 등이 구성 대비 시청자 비중이 높음

시사스페셜 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 60대 이상 5.8 (7.3)전체 100.0 (155)10.3 (10.0)주부 8.4 남성 (87)56 1 성별 (12.3)여성 (68)43.9 블루칼라 11.0 43.9 20대 이하 (18)11.6 여성 (9.0)(50.0)50대 30대 (34)21.9 36.1 경영/관리 (30.0)15.5 연령 20.0 /전문직 40대 (31)(13.0)50대 36.1 (56)60대 이상 (16)103 자영업 (17)110 40대 20.0 사무직/기술직 (75)48.4 (200)일반 사무 경영/관리직 (13)8.4 48.4 /기술직 전문직/자유직 (11)7.1 (50.3)56.1 남성 기능/숙련공/생산직 (10)6.5 30대 21.9 (50.0)직업 판매/서비스직 (6) 3.9 (30.0)농/임/축/어업 0.6 (1) 전업 주부 8.4 (13)자영업 20대 이하 11.6 11.0 (8.3)학생 (1)0.6 (10.0)무직 (6)3.9 성별 연령 직업 기타 (2) 1.3

^{*}직업 분류: **지영업**(자영업), **일반사무/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)

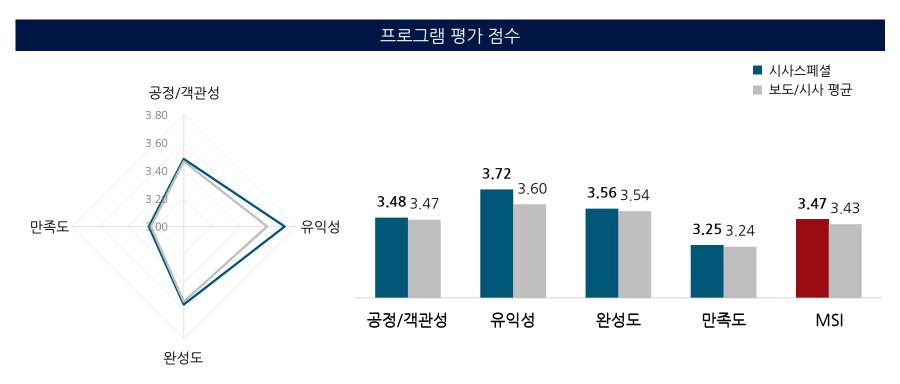
- 〈시사스페셜〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(82.6%)으로, 역시 전년 대비 (2021년 69.9%) 일원화된 편이며, 2순위로는 VOD서비스(32.9%), 동영상 스트리밍(32.3%)이 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 보면, 이용률이 가장 높은 '실시간 TV시청'과 'VOD 서비스'는 남성, 50대의 이용률이 높으며, '동영상 스트리밍'은 40대에서 이용률이 높았음



1+2순위 종합	74 5 11	성	별	연령별					
TTZ판귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(155)	(87)	(68)	(18*)	(34)	(31)	(56)	(16*)	
실시간 TV시청	90.3	92.0	88.2	83.3	88.2	90.3	91.1	100.0	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	39.4	42.5	35.3	38.9	23.5	41.9	46.4	43.8	
MBN 인터넷 VOD	16.8	14.9	19.1	33.3	17.6	9.7	14.3	18.8	
인터넷 다운로드 사이트	12.9	11.5	14.7	22.2	14.7	6.5	14.3	6.3	
유튜브 등 동영상 스트리밍	38.1	37.9	38.2	22.2	50.0	51.6	32.1	25.0	
기타	2.6	1.1	4.4	0.0	5.9	0.0	1.8	6.3	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %]

- 프로그램 평가 점수는 3.47점으로, 보도/시사 프로그램 전체 평균(3.43점) 대비 소폭 높은 편임
- 각 차원별 점수는 유익성(3.72점) 〉 완성도(3.56점) 〉 공정/객관성(3.48점) 〉 만족도(3.25점) 순임





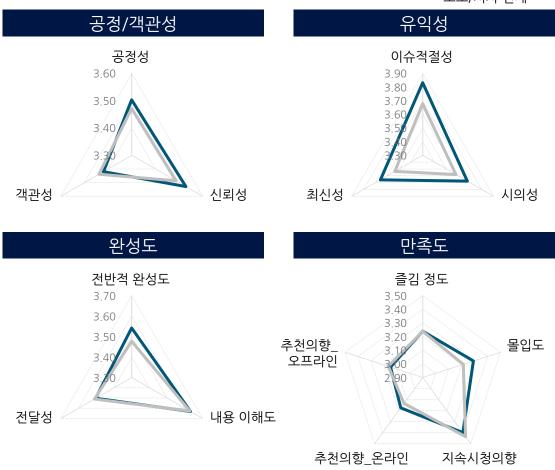
- 모든 차원에서 보도/시사 평균 대비 높은 평가를 받았음
- 특히 유익성 차원에서 전체 차원 중 보도/시사 평균 대비 가장 높은 평가를 받았음

 공정/객관성 차원에서는 공정성(3.50점), 신뢰성(3.53점)이, 유익성 차원에서는 이슈적절성(3.83점), 시의성(3.68점), 최신성(3.66점) 모두, 완성도 차원에서는 전반적 완성도(3.54점)과 내용 이해도(3.63점)가, 만족도 차원에서는 몰입도(3.29점), 추천의향_온라인(3.17점)이 좋은 평가를 받았음

• 특히, 이슈적절성(3.83점)이 보도/시사 전체 평균 대비 높게 평가됨

 시사스페셜
 보도/시사 전체

	시사스페셜	보도/시사 전체			
응답자수	(155)	(400)			
MSI	3.47	3.43			
공정/객관성 통합	3.48	3.47			
공정성	3.50	3.47			
신뢰성	3.53	3.49			
객관성	3.42	3.44			
유익성 통합	3.72	3.60			
이슈적절성	3.83	3.68			
시의성	3.68	3.58			
최신성	3.66	3.54			
완성도 통합	3.56	3.54			
전반적 완성도	3.54	3.48			
내용 이해도	3.63	3.63			
전달성	3.50	3.51			
만족도 통합	3.25	3.24			
즐김 정도	3.24	3.24			
몰입도	3.29	3.21			
지속시청의향	3.40	3.44			
추천의향_온라인	3.17	3.13			
추천의향_오프라인	3.15	3.16			



- 〈시사스페셜〉은 전반적으로 남성과 여성에 유사한 평가를 받은 것으로 보여짐
- 다만, 차원중에선 유익성에서는 여성(3.76)이, 만족도에서는 남성(3.28점)이 상대적으로 높은 평가를 했으며 그 중 즐김 정도 및 지속시청의향에서 남성이 특히 여성 대비 좋은 평가를 한 것으로 확인됨

		성별										
시사스페셜		남성 연령					여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(7*)	(11*)	(22*)	(34)	(13*)	(87)	(11*)	(23*)	(9*)	(22*)	(3*)	(68)
MSI	3.28	3.21	3,53	3.51	3.64	3.48	3.74	3.26	3.75	3.37	3,60	3.45
공정/객관성 통합	3.14	3.21	3.61	3.53	3.64	3.49	3.76	3.33	3.67	3.35	3.78	3.47
공정성	3.14	3.27	3.55	3.62	3.69	3.53	3.82	3.30	3.56	3.36	4.00	3.47
신뢰성	3.29	3.27	3.68	3.53	3.54	3.52	3.73	3.35	3.78	3.55	3.67	3.54
객관성	3.00	3.09	3.59	3.44	3.69	3.44	3.73	3.35	3.67	3.14	3.67	3.40
유익성 통합	3,33	3.42	3.76	3.74	3.87	3.69	3.94	3.59	4.04	3.73	3.89	3.76
이슈적절성	3.57	3.55	4.00	3.82	3.92	3.83	4.09	3.70	4.22	3.68	4.00	3.84
시의성	3.14	3.27	3.59	3.79	4.15	3.68	3.91	3.52	3.78	3.68	3.67	3.68
최신성	3.29	3.45	3.68	3.59	3.54	3.56	3.82	3.57	4.11	3.82	4.00	3.78
완성도 통합	3.67	3.15	3.55	3.63	3.79	3.57	3.76	3.30	3.85	3.52	3.78	3.54
전반적 완성도	3.29	3.36	3.68	3.56	3.69	3.56	3.64	3.39	3.89	3.41	3.67	3.51
내용 이해도	4.14	3.00	3.55	3.65	3.85	3.61	3.91	3.39	4.00	3.68	3.67	3.66
전달성	3.57	3.09	3.41	3.68	3.85	3.55	3.73	3.13	3.67	3.45	4.00	3.44
만족도 통합	3.09	3.13	3.35	3.29	3.40	3.28	3.60	3.00	3.58	3.08	3.20	3.21
즐김 정도	3.43	3.27	3.14	3.50	3.38	3.36	2.91	3.00	3.33	3.14	3.33	3.09
몰입도	3.00	3.00	3.27	3.44	3.46	3.31	3.82	3.04	3.78	3.05	3.00	3.26
지속시청의향	3.29	3.36	3.68	3.35	3.62	3.47	3.64	3.04	3.78	3.23	3.33	3.31
추천의향_온라인	3.00	3.27	3.27	3.06	3.31	3.17	3.82	2.96	3.44	2.95	3.33	3.18
추천의향_오프라인	2.71	2.73	3.36	3.09	3.23	3.10	3.82	2.96	3.56	3.05	3.00	3.21





4. 교양 프로그램 평가



4. 교양 프로그램 평가

- 교양 프로그램 총 9개 중 〈나는 자연인이다〉의 시청경험수가 가장 많으며, 창의성 차원에서 가장 높은 점수를 받았음
- 다만, 감동성/유익성/완성도 측면에선 시청률이 가장 낮은 〈소나무〉 가 평가가 가장 좋았으며, 이에 따라 MSI 점수도 가장 높게 기록되었음(MSI 3.68점)

교양 프로그램 별 평가 종합



프로그램명	시청경험수 (응답률)	창의성	감동성	유익성	완성도	만족도	MSI
생생 정보마당	157(39.3)	3.42	3.43	3.59	3.60	3.36	3.47
판도라	168(42.0)	3.48	3.28	3.47	3.50	3.30	3.40
나는 자연인이다	353(88.3)	3.83	3.59	3.38	3.64	3.45	3.56
소나무	81(20.3)	3.67	3.74	3.68	3.70	3.64	3.68
열린TV 열린세상	111(27.8)	3.38	3.29	3.43	3.45	3.27	3.35
휴먼다큐 사노라면	180(45.0)	3.42	3.59	3.33	3.54	3.26	3.41
특종세상	177(44.3)	3.50	3.46	3.36	3.54	3.27	3.41
천기누설	185(46.3)	3.38	3.22	3.36	3.42	3.14	3.28
스토리추적 M	118(29.5)	3.52	3.39	3.50	3.58	3.33	3.45

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 명, %, 점]

생생 정보마당

기타

- 〈생생 정보마당〉 시청자는 남성(51.0%)이 상대적으로 많았으나, 여성 대비 큰 차이를 보이지 않았으며 연령별로는 40대에서 시청자가 구성 대비 많았음
- 직업별로는 주부, 자영업자의 시청이 구성 대비 상대적으로 많은 편으로 보임

생생 정보마당 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 5.7 60대 이상 전체 10.2 (157)100.0 (10.0)남성 주부 (80)51.0 14.0 성별 (12.3)여성 (77)49.0 20대 이하 (17)10.8 블루칼라 여성 50대 49.0 28.7 8.9 (9.0)(30.0)(50.0)30대 (44)28.0 경영/관리 연령 22.3 40대 (35)10.8 /전문직 50대 28.7 (45)(13.0)60대 이상 (16)10.2 40대 22.3 자영업 (17)10.8 (20.0)사무직/기술직 (78)49.7 일반 사무 경영/관리직 (7)4.5 49.7 /기술직 전문직/자유직 (10)6.4 (50.3)남성 30대 기능/숙련공/생산직 (7)4.5 51.0 28.0 (50.0)(30.0)직업 판매/서비스직 (6)3.8 농/임/축/어업 (1)0.6 전업 주부 (22)14.0 20대 이하 자영업 10.8 10.8 학생 (5) 3.2 (10.0)무직 (4) 2.5 성별 직업 연령

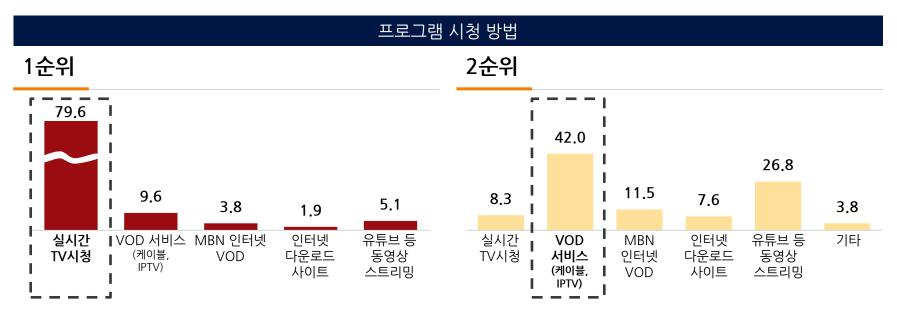
0.0

(0)

^{*}직업 분류: **지영업**(자영업), **일반사무/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)

생생 정보마당

- 〈생생 정보마당〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(79.6%)으로 조사되었 으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(42.0%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV 시청'은 여성, 40대 이상에서 높은 이용을 보였으며, 'VOD 서비스는'는 상대적으로 여성, 30대에서 많이 이용하는 것으로 보임

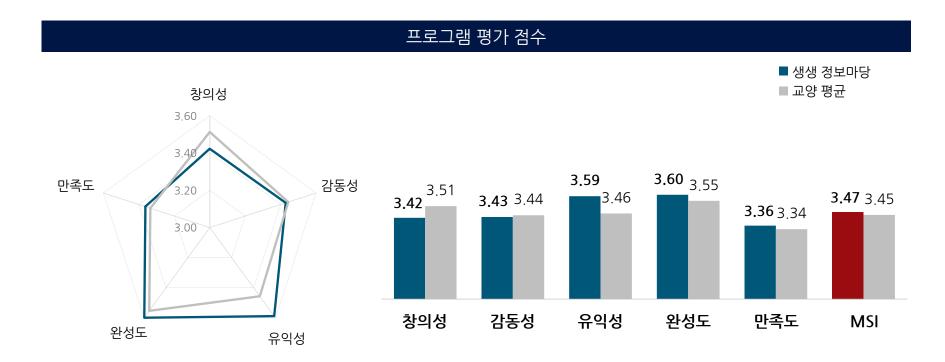


1+2순위 종 합	전체	성	별	연령별					
172군귀 중합	신세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(157)	(80)	(77)	(17*)	(44)	(35)	(45)	(16*)	
실시간 TV시청	87.9	86.3	89.6	58.8	88.6	97.1	88.9	93.8	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	51.6	50.0	53.2	41.2	54.5	45.7	51.1	68.8	
MBN 인터넷 VOD	15.3	16.3	14.3	41.2	20.5	11.4	8.9	0.0	
인터넷 다운로드 사이트	9.6	11.3	7.8	23.5	9.1	0.0	13.3	6.3	
유튜브 등 동영상 스트리밍	31.8	32.5	31.2	35.3	22.7	45.7	33.3	18.8	
기타	3.8	3.8	3.9	0.0	4.5	0.0	4.4	12.5	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 75

1) 생생 정보마당

- 프로그램 평가 점수는 3.47점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.45점) 대비 소폭 높은 수준임
- 각 차원 별 점수는 완성도(3.60점) > 유익성(3.59점) > 감동성(3.43점) > 창의성(3.42점) > 만족도(3.36점) 순임



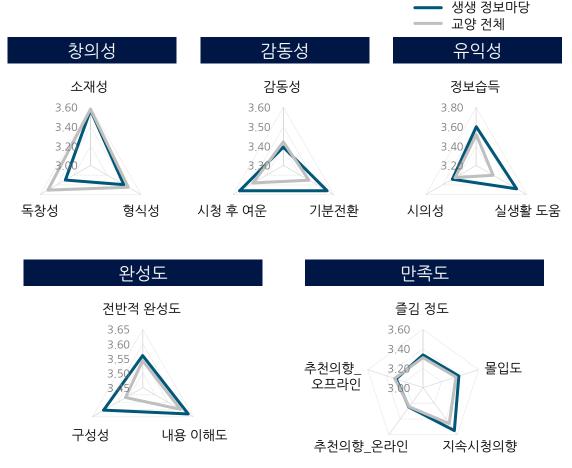


- 유익성(3.59점) 및 완성도(3.60점) 차원에서 특히 교양 프로그램 평균 대비 높은 평가를 받음
- 반면, 창의성은(3.42점), 감동성 (3.43점)은 교양 평균 대비 낮은 평가를 받음

1) 생생 정보마당

- 감동성, 추천의향_오프라인을 제외하고 감동성, 유익성, 완성도, 만족도 차원에서 평균대비 모두 좋은 평가를 받음
- 창의성 차원에서는 독창성(3.30점)에서 특히 평가가 좋지 않아 개선이 필요할 것으로 보임

	생생 정보마당	교양 전체
응답자수	(157)	(400)
MSI	3.47	3.45
창의성 통합	3.42	3.51
소재성	3.57	3.58
형식성	3.39	3.45
독창성	3.30	3.51
감동성 통합	3.43	3.44
감동성	3.39	3.42
기분전환	3.56	3.45
시청 후 여운	3.56	3.48
유익성 통합	3.59	3.46
정보습득	3.60	3.52
실생활 도움	3,68	3.40
시의성	3.48	3.45
완성도 통합	3.60	3.55
전반적 완성도	3.56	3.54
내용 이해도	3.63	3.60
구성성	3.61	3.52
만족도 통합	3.36	3.34
즐김 정도	3.34	3.31
몰입도	3.39	3.36
지속시청의향	3.55	3.46
추천의향_온라인	3.25	3.24
추천의향_오프라인	3.29	3.31



1) 생생 정보마당

• 〈생생 정보마당〉은 남성(3.56점)이 여성(3.37점) 대비 긍정적으로 평가했으며, 특히 감동성(3.54점), 만족도(3.48점) 등에서 남성의 여성 대비 긍정적 평가가 두드러졌던 것으로 보임

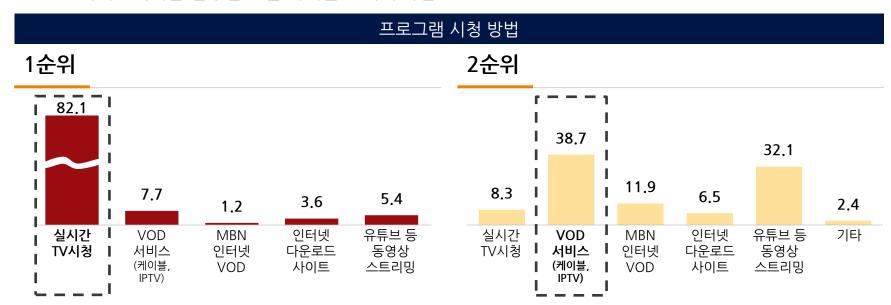
		성별										
생생 정보마당			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(12*)	(22*)	(20*)	(17*)	(9*)	(80)	(5*)	(22*)	(15*)	(28*)	(7*)	(77)
MSI	3.70	3.36	3.67	3.60	3,52	3,56	3,16	3.43	3.18	3.47	3.39	3.37
창의성 통합	3.67	3.39	3.67	3.39	3.41	3.50	3.00	3.38	3.16	3.44	3.43	3.34
소재성	4.08	3.45	3.75	3.53	3.56	3.65	3.40	3.59	3.27	3.54	3.57	3.49
형식성	3.50	3.55	3.75	3.24	3.22	3.49	3.00	3.36	3.20	3.29	3.57	3.30
독창성	3.42	3.18	3.50	3.41	3.44	3.38	2.60	3.18	3.00	3.50	3.14	3.22
감동성 통합	3.64	3.36	3.55	3.69	3.52	3.54	3,13	3.42	3.07	3.42	3.24	3.32
감동성	3.67	3.45	3.60	3.53	3.67	3.56	3.00	3.41	2.87	3.32	3.14	3.22
기분전환	3.75	3.32	3.65	4.00	3.56	3.64	3.20	3.55	3.33	3.54	3.57	3.48
시청 후 여운	3.50	3.32	3.40	3.53	3.33	3.41	3.20	3.32	3.00	3.39	3.00	3.25
유익성 통합	3.69	3.35	3.77	3.69	3.70	3.62	3.20	3.47	3.47	3.74	3.57	3.56
정보습득	3.67	3.36	3.85	3.76	3.67	3.65	2.80	3.55	3.40	3.75	3.57	3.55
실생활 도움	3.75	3.45	3.90	3.76	3.78	3.71	3.40	3.36	3.73	3.86	3.71	3.65
시의성	3.67	3.23	3.55	3.53	3.67	3.49	3.40	3.50	3.27	3.61	3.43	3.48
완성도 통합	3.97	3.36	3.82	3.78	3.63	3.69	3.07	3.48	3.51	3.57	3.62	3.51
전반적 완성도	3.92	3.27	3.80	3.71	3.56	3.63	3.20	3.41	3.53	3.57	3.57	3.49
내용 이해도	4.25	3.23	3.85	3.82	3.56	3.70	3.00	3.68	3.53	3.54	3.71	3.56
구성성	3.75	3.59	3.80	3.82	3.78	3.74	3.00	3.36	3.47	3.61	3.57	3.47
만족도 통합	3.58	3.34	3.59	3.49	3.42	3.48	3.32	3.41	2.91	3.29	3.20	3.24
즐김 정도	3.75	3.64	3.50	3.47	3.00	3.51	3.80	3.36	2.87	3.14	2.71	3.16
몰입도	3.42	3.14	3.75	3.47	3.56	3.45	2.80	3.50	3.07	3.43	3.29	3.32
지속시청의향	3.92	3.36	3.65	3.71	3.67	3.63	3.20	3.77	3.20	3.43	3.43	3.47
추천의향_온라인	3.33	3.27	3.60	3.47	3.44	3.43	3.00	3.18	2.67	3.14	3.29	3.06
추천의향_오프라인	3.50	3.27	3.45	3.35	3.44	3.39	3.80	3.23	2.73	3.29	3.29	3.19

- 〈판도라〉 시청자는 남성(58.3%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대 이상에서 구성 대비 높은 시청자 수를 보임
- 직업별로는 자영업, 일반 사무/기술직, 경영/관리/전문직 종사자의 시청자 비중이 상대적으로 높게 나타남

판도라 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 6.5 60대 이상 (7.3)전체 100.0 (168)11.9 (10.0)주부 남성 58.3 (98)10.7 성별 (12.3)여성 (70)41.7 여성 블루칼라 41.7 7.7 20대 이하 (13)7.7 (50.0)(9.0)50대 31.0 30대 (43)25.6 경영/관리 (30.0)/전문직 14.3 연령 40대 (40)23.8 (13.0)50대 31.0 (52)60대 이상 (20)11.9 자영업 (16)9.5 40대 23.8 사무직/기술직 51.2 (86)(20.0)일반 사무 경영/관리직 6.5 (11)/기술직 51.2 전문직/자유직 (13)7.7 남성 (50.3)58.3 (50.0)기능/숙련공/생산직 (6) 3.6 30대 25.6 직업 판매/서비스직 (6) 3.6 (30.0)농/임/축/어업 (1) 0.6 전업 주부 (18)10 7 자영업 20대 이하 9.5 7.7 (8.3)학생 (4) 2.4 (10.0)무직 (6)3.6 성별 연령 직업 기타 (1)0.6

^{*}직업 분류: 자영업(자영업), 일반사무/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)

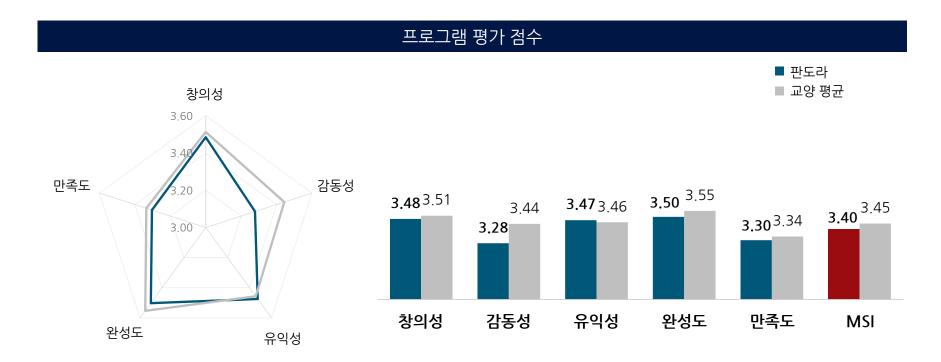
- 〈판도라〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(82.1%)으로 역시 전년(2021년 75.9%) 대비 일원화된 것으로 나타남, 2순위로는 'VOD 서비스'(38.7%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'은 30대에서 이용률이 높은 반면, '동영상 스트리밍'은 여성, 40/50대에서 이용률이 높은 것으로 나타남
- VOD 서비스에서는 연령별로 큰 차이를 보이지 않음



1+2순위 종합	전체	성	별	연령별					
172군귀 중입	신세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(168)	(98)	(70)	(13*)	(43)	(40)	(52)	(20*)	
실시간 TV시청	90.5	89.8	91.4	84.6	93.0	90.0	86.5	100.0	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	46.4	45.9	47.1	30.8	46.5	45.0	46.2	60.0	
MBN 인터넷 VOD	13.1	14.3	11.4	46.2	11.6	5.0	15.4	5.0	
인터넷 다운로드 사이트	10.1	12.2	7.1	23.1	11.6	12.5	7.7	0.0	
유튜브 등 동영상 스트리밍	37.5	34.7	41.4	15.4	34.9	47.5	42.3	25.0	
기타	2.4	3.1	1.4	0.0	2.3	0.0	1.9	10.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 80

- 프로그램 평가 점수는 3.40점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.45점) 대비 소폭 낮은 편임
- 각 차원별 점수는 완성도(3.50점) 〉 창의성(3.48점) 〉 유익성(3.47점) 〉 만족도 (3.30점) 〉 감동성(3.28점) 순으로, 감동성에서 특히 전체 평균 대비 평가가 낮은 편이었음

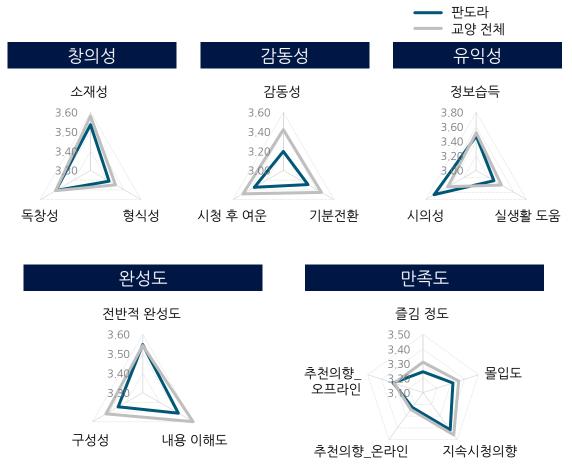




- 모든 차원에서 교양 점수 평균 대비 낮은 점수를 기록하였음
- 특히 감동성 차원의 경우 교양 평균보다 0.16점 낮게 평가됨

- 유익성 차원의 '시의성'(3.67점), 완성도 차원의 '전반적 완성도'(3.55점), 만족도 차원의 '추천의향_오프라인'(3.32점) 에서는 교양 전체 평균 대비 평가가 좋았으나, 이를 제외한 나머지 속성에서는 모두 전체 평균 대비 낮은 점수를 기록함
- 특히 감동성 차원의 감동성(3.20점) 측면에서 전체 교양 평균 대비 0.22점으로 가장 편차가 커 개선이 필요함

	판도라	교양 전체
응답자수	(168)	(400)
MSI	3.40	3.45
창의성 통합	3.48	3.51
소재성	3.54	3.58
형식성	3.41	3.45
독창성	3.51	3.51
감동성 통합	3.28	3.44
감동성	3.20	3.42
기분전환	3.29	3.45
시청 후 여운	3.35	3.48
유익성 통합	3.47	3.46
정보습득	3.48	3.52
실생활 도움	3.28	3.40
시의성	3,67	3.45
완성도 통합	3.50	3.55
전반적 완성도	3,55	3.54
내용 이해도	3.51	3.60
구성성	3.45	3.52
만족도 통합	3.30	3.34
즐김 정도	3.24	3.31
몰입도	3.32	3.36
지속시청의향	3.42	3.46
추천의향_온라인	3.23	3.24
추천의향_오프라인	3,32	3.31



- 〈판도라〉는 남성이 여성 대비 소폭 긍정적으로 평가했으나, 전반적으로 다른 프로그램 대비 성별 간 차이는 크지 않은 것으로 보임
- 다만, 감동성 차원의 '기분전환'(3.19점), 완성도 차원의 '구성성'(3.36점) 측면에서는 남성 대비 여성의 평가가 부정적인 편이었음

		성별										
판도라			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(8*)	(24*)	(25*)	(28*)	(13*)	(98)	(5*)	(19*)	(15*)	(24*)	(7*)	(70)
MSI	3.76	3.35	3.41	3.47	3.24	3.42	3.32	3.31	3.25	3.57	3.13	3.37
창의성 통합	3.71	3.42	3.51	3.67	3.31	3.52	3.53	3.40	3.36	3,53	3.29	3.43
소재성	3.63	3.50	3.44	3.79	3.46	3.57	3.80	3.37	3.33	3.67	3.29	3.49
형식성	4.00	3.42	3.40	3.61	3.15	3.48	3.60	3.47	3.13	3.29	3.14	3.31
독창성	3.50	3.33	3.68	3.61	3.31	3.51	3.20	3.37	3.60	3.63	3.43	3.50
감동성 통합	3.67	3.26	3.27	3.36	3.18	3.31	3.00	3.21	3.11	3.44	2.95	3.23
감동성	3.63	3.17	3.16	3.21	3.00	3.19	3.20	3.21	3.07	3.33	3.00	3.20
기분전환	3.63	3.38	3.44	3.36	3.23	3.39	2.80	3.16	3.13	3.38	2.71	3.16
시청 후 여운	3.75	3.25	3.20	3.50	3.31	3.36	3.00	3.26	3.13	3.63	3.14	3.33
유익성 통합	3.67	3.42	3.60	3.48	3.18	3.47	3.60	3.37	3.33	3.69	3.29	3.48
정보습득	3.63	3.46	3.60	3.54	3.38	3.52	3.20	3.21	3.47	3.67	3.14	3.41
실생활 도움	3.38	3.42	3.40	3.14	2.85	3.26	3.60	3.21	3.20	3.50	3.00	3.31
시의성	4.00	3.38	3.80	3.75	3.31	3.63	4.00	3.68	3.33	3.92	3.71	3.71
완성도 통합	3.83	3.42	3.64	3.50	3.28	3.51	3.27	3.37	3.40	3.76	3.19	3.49
전반적 완성도	4.13	3.46	3.60	3.50	3.23	3.53	3.60	3.53	3.33	3.83	3.29	3.57
내용 이해도	3.38	3.38	3.60	3.61	3.38	3.50	3.40	3.26	3.47	3.88	3.29	3.53
구성성	4.00	3.42	3.72	3.39	3.23	3.51	2.80	3.32	3.40	3.58	3.00	3.36
만족도 통합	3.85	3.27	3.18	3.41	3.23	3.33	3.24	3.23	3.13	3.47	3.03	3.27
즐김 정도	3.38	3.50	2.96	3.54	2.92	3.29	3.60	3.05	3.07	3.33	3.00	3.19
몰입도	4.13	3.33	3.04	3.46	3.46	3.38	2.60	3.26	3.13	3.46	3.00	3.23
지속시청의향	4.25	3.17	3.40	3.54	3.38	3.45	3.20	3.32	3.27	3.63	3.00	3.37
추천의향_온라인	3.88	3.13	3.20	3.14	3.23	3.22	3.00	3.21	3.13	3.42	3.00	3.23
추천의향_오프라인	3.63	3.21	3.28	3.36	3.15	3.30	3.80	3.32	3.07	3.50	3.14	3.34

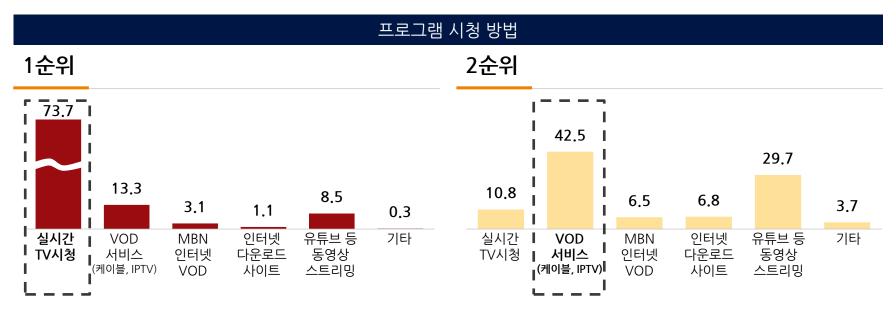
- MBN 전체 프로그램 중 가장 시청 경험률이 높은 것으로 조사된 〈나는 자연인이다〉 시청자는 성별에 큰 차이가 없었으며, 연령별로는 40대 이상의 시청이 구성 대비 소폭 많은 것으로 보임
- 직업 별로는, 블루칼라 업종 종사자, 주부 층에서 구성 대비 시청자의 비중이 소폭 높은 것으로 확인됨

나는 자연인이다 시청 경험자 현황

	구분	사례수(명)	비율(%)					7151		
	전체	(353)	100.0			60대 이상	10.5	기타 (7.3)	6.8	
성별	남성	(176)	49.9			(10.0)		주부	13.0	
0 2	여성	(177)	50.1					(12.3)	13.0	
	20대 이하	(33)	9.3	여성	50.1	50대	20.2	블루칼라	10.2	
	30대	(100)	28.3	(50.0)	30.1	(30.0)	30.3	(9.0)	10,2	
연령	40대	(76)	21.5					경영/관리 /전문직	11.9	
	50대	(107)	30.3					/ ひ世 句 (13.0)	11.5	
	60대 이상	(37)	10.5					()		
	자영업	(27)	7.6			40대 (20.0)	21.5			
	사무직/기술직	(178)	50.4			(20.0)				
	경영/관리직	(17)	4.8					일반 사무		
	전문직/자유직	(25)	7.1					/기술직	50.4	
	기능/숙련공/생산직	(21)	5.9	남성	49.9	30대	28.3	(50.3)		
직업	판매/서비스직	(12)	3.4	(50.0)		(30.0)	20.5			
	농/임/축/어업	(3)	8.0							
	전업 주부	(46)	13.0			20대 이하	0.2.	자영업		
	학생	(9)	2.5			(10.0)	9.3	(8.3)	7.6	
	무직	(12)	3.4		성별		연령		직업	
	기타	(3)	8.0		ÖZ		じる		H	

^{*}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)

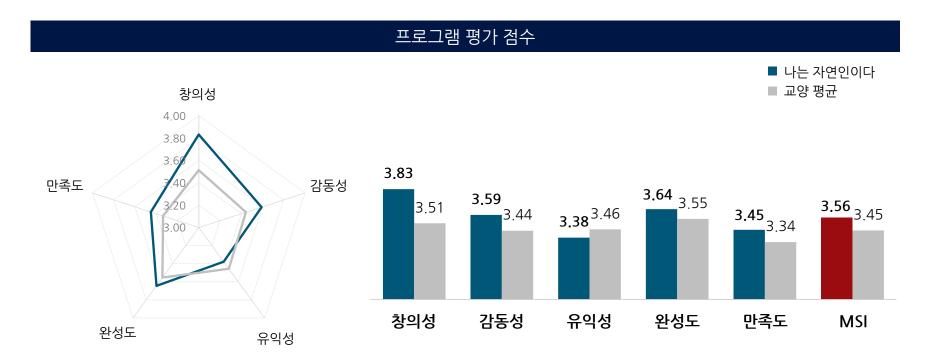
- 〈나는 자연인이다〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(73.7%)로 전년 대비해당 방법의 이용률이 소폭 감소함(2021년 77.1%), 2순위로는 'VOD 서비스'(42.5%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'은 연령이 높을 수록 이용률이 높았으며, 'VOD 서비스'는 30대, 50대의 이용률이 높았던 반면 '동영상 스트리밍'은 40대, 60대에서 이용률이 높았음



1+2순위 종합	74 5 11	성	별			연령별		
172판귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(353)	(176)	(177)	(33)	(100)	(76)	(107)	(37)
실시간 TV시청	84.4	85.2	83.6	75.8	83.0	85.5	86.0	89.2
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	55.8	54.5	57.1	51.5	58.0	48.7	60.7	54.1
MBN 인터넷 VOD	9.6	11.4	7.9	21.2	7.0	13.2	7.5	5.4
인터넷 다운로드 사이트	7.9	8.5	7.3	18.2	11.0	9.2	3.7	0.0
유튜브 등 동영상 스트리밍	38.2	38.1	38.4	33.3	38.0	43.4	34.6	43.2
기타	4.0	2.3	5.6	0.0	3.0	0.0	7.5	8.1

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 명, %]

- 프로그램 평가 점수는 3.56점으로 교양 프로그램 전체 평균(3.45점) 대비 0.11점 높게 나타났으며, 특히 창의성 차원(3.83점)에서 교양 전체 평균 대비 높은 차이를 기록함
- 각 차원별 점수는 창의성(3.83점) 〉 완성도(3.64점) 〉 감동성(3.59점) 〉 만족도(3.45점) 〉 유익성(3.38점)
 순으로 높음

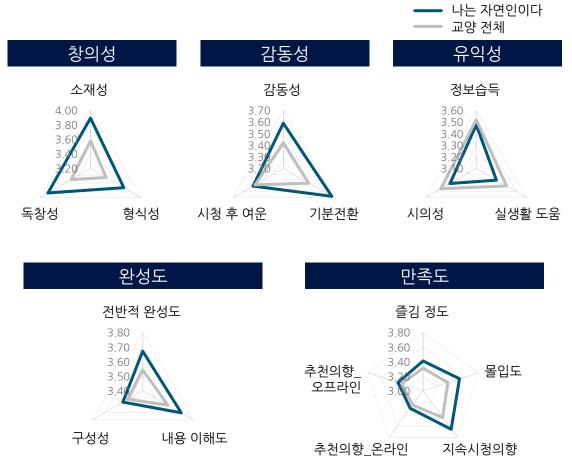




- 유익성을 제외한 모든 차원에서 교양 프로그램 평균보다 높게 평가됨
- 특히 창의성 차원은 가장 높게 평가된 동시에 교양 프로그램 평균보다 약 0.32점 높아 매우 긍정적으로 평가됨

- 〈나는 자연인이다〉는 창의성, 감동성, 완성도, 만족도 차원에서는 모두 교양 평균 대비 높은 점수를 보임
- 특히 창의성 차원에서는 '독창성'(3.88점), 감동성에서는 '감동성'(3.59점), 완성도에서는 '전반적 완성도'(3.67점),만족도 차원에서는 '지속 시청 의향'(3.66점) 이 교양 평균 대비 평가가 더욱 좋았음

	나는 자연인이다	교양 전체
응답자수	(353)	(400)
MSI	3.56	3.45
창의성 통합	3.83	3.51
소재성	3.89	3.58
형식성	3.73	3.45
독창성	3,88	3.51
감동성 통합	3.59	3.44
감동성	3.59	3.42
기분전환	3,68	3.45
시청 후 여운	3.50	3.48
유익성 통합	3.38	3.46
정보습득	3.48	3.52
실생활 도움	3.30	3.40
시의성	3.36	3.45
완성도 통합	3.64	3.55
전반적 완성도	3.67	3.54
내용 이해도	3.71	3.60
구성성	3.56	3.52
만족도 통합	3.45	3.34
즐김 정도	3.41	3.31
몰입도	3,53	3.36
지속시청의향	3,66	3.46
추천의향_온라인	3,30	3.24
추천의향_오프라인	3,36	3.31



 〈나는 자연인이다〉는 창의성 차원에서는 남성과 여성의 평가가 유사한 수준이나 나머지 차원에서는 남성이 여성 대비 좀 더 긍정적으로 평가한 것으로 나타남. 특히 만족도 측면의 몰입도 및 지속시청의향에서 남성이 여성 대비 더 긍정적으로 평가함

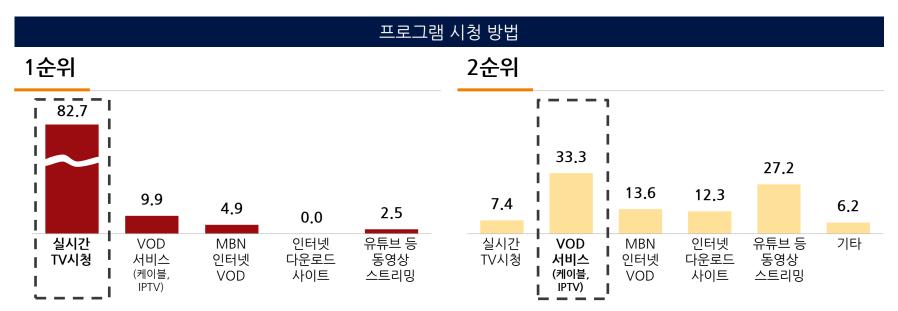
						Ķ	성별					
나는 자연인이다			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(18*)	(45)	(42)	(54)	(17*)	(176)	(15*)	(55)	(34)	(53)	(20*)	(177)
MSI	3.69	3.53	3.80	3.55	3.65	3.63	3.41	3.41	3.60	3.61	3.34	3.50
창의성 통합	3.85	3.65	4.00	3.83	3.90	3.84	3,53	3.85	3.92	3.89	3.67	3.83
소재성	4.00	3.76	4.10	3.94	3.88	3.93	3.53	3.89	3.94	3.98	3.50	3.85
형식성	3.56	3.64	3.93	3.72	3.76	3.74	3.53	3.80	3.76	3.74	3.50	3.72
독창성	4.00	3.56	3.98	3.83	4.06	3.84	3.53	3.85	4.06	3.96	4.00	3.92
감동성 통합	3.67	3.58	3.79	3.59	3.73	3.66	3.44	3.36	3.63	3.71	3.38	3.53
감동성	3.67	3.58	3.81	3.61	3.53	3.65	3.47	3.45	3.65	3.64	3.30	3.53
기분전환	3.61	3.67	3.93	3.65	3.94	3.74	3.27	3.33	3.76	3.91	3.65	3.62
시청 후 여운	3.72	3.49	3.64	3.50	3.71	3.57	3.60	3.29	3.47	3.58	3.20	3.43
유익성 통합	3.35	3.33	3.56	3.43	3.43	3.43	3,31	3.27	3.35	3.44	3.17	3.33
정보습득	3.56	3.36	3.71	3.59	3.47	3.55	3.00	3.33	3.59	3.53	3.30	3.41
실생활 도움	3.11	3.33	3.48	3.33	3.41	3.35	3.33	3.18	3.21	3.38	3.10	3.25
시의성	3.39	3.31	3.50	3.35	3.41	3.39	3.60	3.31	3.26	3.42	3.10	3.33
완성도 통합	3.89	3.60	3.85	3.59	3.73	3.70	3.49	3.42	3.76	3.72	3.52	3.59
전반적 완성도	3.94	3.53	3.95	3.59	3.71	3.71	3.60	3.47	3.94	3.66	3.50	3.63
내용 이해도	3.78	3.64	3.81	3.70	3.88	3.74	3.47	3.42	3.79	3.89	3.75	3.67
구성성	3.94	3.62	3.79	3.46	3.59	3.64	3.40	3.38	3.56	3.60	3.30	3.47
만족도 통합	3.70	3.50	3.78	3.42	3.54	3.57	3,33	3.25	3.44	3.43	3.13	3.34
즐김 정도	3.67	3.47	3.81	3.39	3.53	3.55	3.73	3.16	3.32	3.36	2.85	3.27
몰입도	3.67	3.56	3.76	3.56	3.65	3.63	3.13	3.33	3.65	3.60	3.10	3.43
지속시청의향	3.61	3.67	3.98	3.69	3.82	3.76	3.47	3.47	3.71	3.64	3.40	3.56
추천의향_온라인	3.72	3.33	3.67	3.20	3.29	3.41	3.27	3.18	3.15	3.26	3.05	3.19
추천의향_오프라인	3.83	3.47	3.69	3.28	3.41	3.49	3.07	3.13	3.38	3.28	3.25	3.23

- 〈소나무〉 는 전체 교양 프로그램 중 시청 경험자가 가장 적었으며, 남성 대비 여성층의 높은 시청 경험을 보였음(55.6%)
- 연령별로는 40대와 20대 이하에서, 직업별로는 주부와 자영업자 층에서 구성 대비 평균 시청자 수가 많았음

소나무 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 60대 이상 기타 전체 (81) 100.0 9.9 9.9 (7.3)(10.0)남성 (36)44.4 성별 여성 주부 55.6 (45)17.3 50대 (12.3)20대 이하 (11)13.6 25.9 (30.0)여성 블루칼라 55.6 30대 (23)28.4 4.9 (50.0)(9.0)연령 40대 (18)22.2 경영/관리 12.3 /전문직 50대 25.9 (21)40대 (13.0)60대 이상 (8) 9.9 22.2 (20.0)자영업 (9)11 1 사무직/기술직 (36)44.4 일반 사무 경영/관리직 (5) 6.2 /기술직 44.4 전문직/자유직 (5) 6.2 30대 (50.3)28.4 기능/숙련공/생산직 (2) 2.5 (30.0)남성 44.4 직업 판매/서비스직 (1)1.2 (50.0)농/임/축/어업 (1) 1.2 전업 주부 17.3 20대 이하 (14)자영업 13,6 11.1 (10.0)(8.3)학생 (5) 6.2 무직 (2) 2.5 성별 연령 직업 기타 (1)1.2

^{*}직업 분류: 자영업(자영업), 일반사무/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)

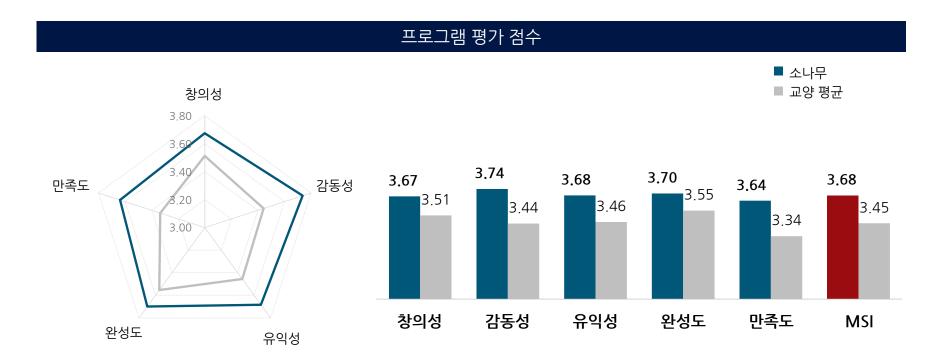
- 〈소나무〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(82.7%)로 전년 대비(2021년 67.8%) 비중이 크게 높아진 것으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(33.3%)가 높게 나타남
- 프로그램의 주요 시청자인 여성층은 '실시간 TV 시청', 'VOD 서비스'의 이용이 높은 편이며, 남성층은 '동영상 스트리밍' 이용이 상대적으로 높은 편



1+2순위 종합	74 511	성	별	연령별				
TT2판귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(81)	(36)	(45)	(11*)	(23*)	(18*)	(21*)	(8*)
실시간 TV시청	90.1	86.1	93.3	90.9	87.0	94.4	90.5	87.5
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	43.2	41.7	44.4	27.3	52.2	38.9	42.9	50.0
MBN 인터넷 VOD	18.5	30.6	8.9	54.5	13.0	11.1	19.0	0.0
인터넷 다운로드 사이트	12.3	8.3	15.6	18.2	13.0	22.2	0.0	12.5
유튜브 등 동영상 스트리밍	29.6	30.6	28.9	9.1	30.4	33.3	28.6	50.0
기타	6.2	2.8	8.9	0.0	4.3	0.0	19.0	0.0

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 90

- 프로그램 평가 점수는 3.68점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.45점) 대비 0.23점 높은 점수임
- 각 차원별 점수는 감동성(3.74점) > 완성도 (3.70점) > 유익성(3.68점) > 창의성(3.67점) > 만족도(3.64점) 순임



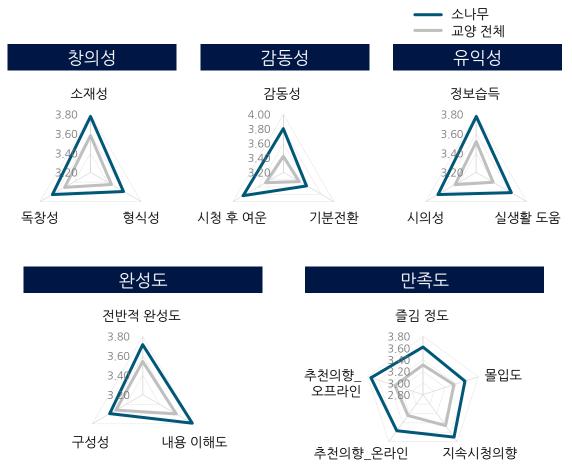


- 모든 차원에서 평균 대비 높은 점수를 받았음
- 특히, 감동성(3.74점,+0.30점), 만족도(3.64점,+0.30점), 유익성(3.68점, +0.22점) 차원에서 교양 프로그램 평균 대비 높은 점수를 받음

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 점]

• 〈소나무〉는 모든 차원 내 모든 속성에서 교양 평균 대비 높은 점수를 받음. 그 중, 창의성 차원에서는 소재성(3.78점)이, 감동성 차원에서는 감동성(3.80점)이, 유익성 차원 에서는 정보습득(3.78점)이 가장 평균 대비 좋은 평가를 받았음

	소나무	교양 전체
응답자수	(81)	(400)
MSI	3.68	3.45
창의성 통합	3.67	3.51
소재성	3.78	3.58
형식성	3.59	3.45
독창성	3.65	3.51
감동성 통합	3.74	3.44
감동성	3,80	3.42
기분전환	3.57	3.45
시청 후 여운	3.84	3.48
유익성 통합	3.68	3.46
정보습득	3.78	3.52
실생활 도움	3,62	3.40
시의성	3.65	3.45
완성도 통합	3.70	3.55
전반적 완성도	3.72	3.54
내용 이해도	3.79	3.60
구성성	3.59	3.52
만족도 통합	3.64	3.34
즐김 정도	3.62	3.31
몰입도	3.56	3.36
지속시청의향	3.70	3.46
추천의향_온라인	3.57	3.24
추천의향_오프라인	3.74	3.31



- 〈소나무〉는 시청 경험은 여성 층의 비중이 다소 높지만, 전반적인 평가에서 남성 층의 평가가 여성 대비 월등이 높았음
- 특히, 만족도 차원의 '즐김 정도'에서 남성이 여성 대비 +0.69점 더 높은 평가를 하였으며, 창의성 차원의 '형식성' 에서도 +0.53점 더 높은 평가를 하는 등 전반적으로 남성들에 평가가 더 좋았음

	성별											
소나무			남성	연령				여성	연령			
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(6*)	(11*)	(9*)	(5*)	(5*)	(36)	(5*)	(12*)	(9*)	(16*)	(3*)	(45)
MSI	4.14	3.61	3.98	4.22	3.82	3.91	3.68	3.32	3.48	3.51	3.86	3.50
창의성 통합	4.17	3.48	4.26	4.27	3.80	3.94	3.67	3.19	3.37	3.52	4.11	3.46
소재성	4.33	3.45	4.33	4.20	4.00	4.00	3.80	3.25	3.33	3.88	4.00	3.60
형식성	4.33	3.55	4.00	4.40	3.40	3.89	3.80	3.17	3.33	3.25	4.00	3.36
독창성	3.83	3.45	4.44	4.20	4.00	3.94	3.40	3.17	3.44	3.44	4.33	3.42
감동성 통합	3.56	3.70	3.85	4.60	4.07	3.89	3.93	3.39	3.63	3.54	4.33	3.61
감동성	3.33	3.55	3.78	4.80	4.00	3.81	4.00	3.50	3.89	3.75	4.67	3.80
기분전환	3.33	3.82	3.56	4.20	3.80	3.72	3.80	3.25	3.56	3.25	4.33	3.44
시청 후 여운	4.00	3.73	4.22	4.80	4.40	4.14	4.00	3.42	3.44	3.63	4.00	3.60
유익성 통합	4.33	3.73	4.07	3.80	3.80	3.94	3.47	3.39	3.33	3.60	3.67	3.48
정보습득	4.00	3.45	4.22	4.00	4.40	3.94	4.00	3.25	3.44	3.81	4.33	3.64
실생활 도움	4.33	4.00	4.11	4.00	3.40	4.00	3.00	3.42	3.22	3.38	3.33	3.31
시의성	4.67	3.73	3.89	3.40	3.60	3.86	3.40	3.50	3.33	3.63	3.33	3.49
완성도 통합	4.39	3.52	3.93	4.07	3.60	3.85	3.40	3.42	3.63	3.71	3.67	3.58
전반적 완성도	4.50	3.55	4.00	4.00	3.60	3.89	3.60	3.33	3.67	3.69	3.67	3.58
내용 이해도	4.50	3.64	4.11	4.00	3.40	3.92	3.20	3.58	3.78	3.88	3.67	3.69
구성성	4.17	3.36	3.67	4.20	3.80	3.75	3.40	3.33	3.44	3.56	3.67	3.47
만족도 통합	4.20	3.64	3.87	4.32	3.84	3.91	3.84	3.27	3.47	3.33	3.67	3.42
즐김 정도	4.50	3.82	3.67	4.80	3.60	4.00	4.60	3.17	3.22	3.00	3.67	3.31
몰입도	4.33	3.36	4.00	4.00	3.80	3.83	3.40	3.08	3.67	3.31	3.33	3.33
지속시청의향	3.83	3.64	4.33	4.40	4.00	4.00	4.00	3.33	3.44	3.38	3.67	3.47
추천의향_온라인	3.83	3.64	3.78	3.80	3.80	3.75	3.60	3.33	3.33	3.44	3.67	3.42
추천의향_오프라인	4.50	3.73	3.56	4.60	4.00	3.97	3.60	3.42	3.67	3.50	4.00	3.56

무직

기타

- 〈열린TV 열린세상〉 시청자는 남성과 여성의 비율이 비슷했으나, 남성이 (51.4%)이 소폭으로 더 시청했으며. 연령별로는 40/50대에서 구성 대비 많이 시청하였음
- 직업 별로는 경영/관리/전문직, 블루칼라 업종 종사자, 주부 층에서 구성 대비 시청자 비중이 높았음

열린TV 열린세상 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 60대 이상 3.6 4.5 전체 (7.3)(111)100.0 (10.0)주부 13.5 남성 (57)514 성별 (12.3)여성 (54)48.6 20대 이하 (10)9.0 블루칼라 50대 48.6 40.5 14.4 여성 (9.0)(30.0)30대 (24)21.6 (50.0)연령 40대 (27)24.3 경영/관리 50대 15.3 /전문직 (45)40.5 (13.0)60대 이상 (5) 4.5 자영업 (11)99 40대 사무직/기술직 24.3 (48)43.2 (20.0)경영/관리직 (7)6.3 일반 사무 전문직/자유직 (10)90 43.2 /기술직 기능/숙련공/생산직 (9)8.1 51.4 남성 (50.3)30대 직업 (50.0)판매/서비스직 (6) 5.4 21,6 (30.0)농/임/축/어업 0.9 (1)전업 주부 (15)13 5 자영업 20대 이하 9.9 9.0 (8.3)학생 (0)0.0 (10.0)

성별

*직업 분류: **지영업**(자영업), **일반사무/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)

2.7

0.9

(3)

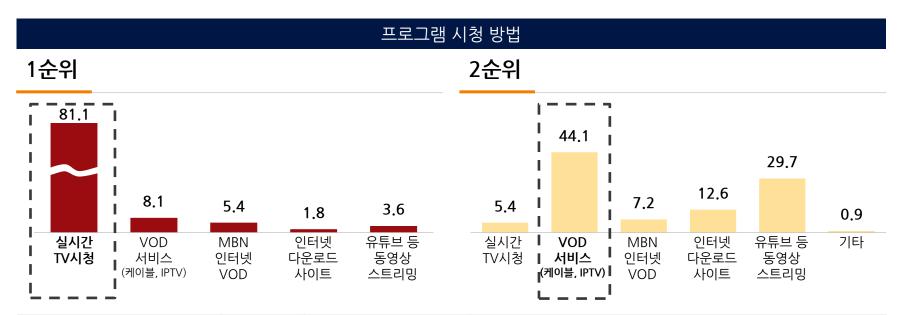
(1)

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *▲▼: 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 94

연령

직업

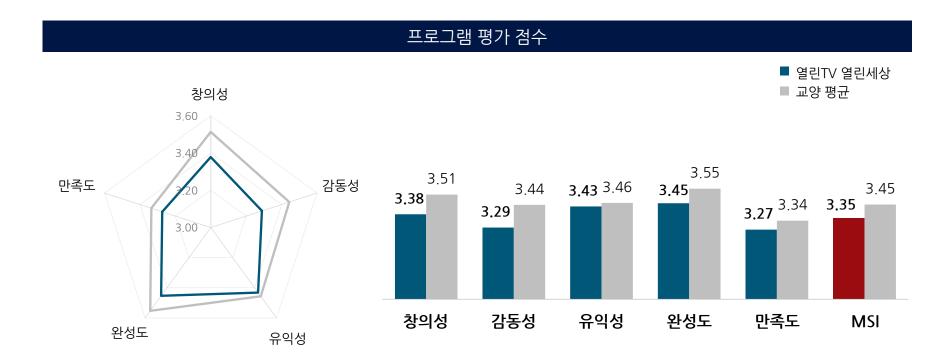
- 〈열린TV 열린세상〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(81.1%)로, 전년 대비 이용 방법이 집중되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(44.1%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 시청자 비중이 높은 50대, 남성에서는 '실시간 TV 시청'의 이용률이 높은 것으로 나타났으며, '동영상 스트리밍'은 여성 층의 이용이 남성 대비 높은 것으로 나타남



1 : 2人이 조하	전체	성	별	연령별						
1+2순위 종합	건세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(111)	(57)	(54)	(10*)	(24*)	(27*)	(45)	(5*)		
실시간 TV시청	86.5	89.5	83.3	80.0	79.2	81.5	93.3	100.0		
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	52.3	52.6	51.9	60.0	54.2	40.7	53.3	80.0		
MBN 인터넷 VOD	12.6	12.3	13.0	20.0	16.7	11.1	11.1	0.0		
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	14.4	14.0	14.8	40.0	20.8	11.1	8.9	0.0		
유튜브 등 동영상 스트리밍	33.3	31.6	35.2	0.0	25.0	55.6	33.3	20.0		
기타	0.9	0.0	1.9	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0		

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 95

- 프로그램 평가 점수는 3.35점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.45점) 대비 -0.10점 낮음
- 각 차원 별 점수는 완성도(3.45점) > 유익성(3.43점) > 창의성(3.38점) > 감동성(3.29점) > 만족도(3.27점) 순임





• 모든 차원에서 전반적으로 교양 프로그램 평균 대비 낮은 평가를 받았으며, 그 중 창의성 및 감동성의 경우 교양 평균 점수 대비 0.10점 이상 낮게 나타남

• 〈열린 TV 열린세상〉은 만족도 차원의 '즐김 정도'(3.32점)을 제외하고는 모두 교양 전체 평균 낮게 평가되었으며, 특히 창의성 차원에서는 독창성(3.39점, -0.12점)이, 감동성 차원에서는 감동성(3.18점, -0.24점)이, 완성도 차원에선 전반적 완성도(3.37점, -0.17)가, 만족도 차원에서는 지속시청의향(3.32점, -0.14점) 이 중점적으로 개선이 필요할 것으로 보임

구성성

내용 이해도

	열린TV 열린세상	교양 전체
응답자수	(111)	(400)
MSI	3,35	3.45
창의성 통합	3.38	3.51
소재성	3.34	3.58
형식성	3.41	3.45
독창성	3.39	3.51
감동성 통합	3.29	3.44
감동성	3.18	3.42
기분전환	3.32	3.45
시청 후 여운	3.37	3.48
유익성 통합	3.43	3.46
정보습득	3.50	3.52
실생활 도움	3.38	3.40
시의성	3.42	3.45
완성도 통합	3.45	3.55
전반적 완성도	3.37	3.54
내용 이해도	3.48	3.60
구성성	3.51	3.52
만족도 통합	3.27	3.34
즐김 정도	3.32	3.31
몰입도	3.27	3.36
지속시청의향	3.32	3.46
추천의향_온라인	3.24	3.24
추천의향_오프라인	3.21	3.31



추천의향 온라인

지속시청의향

• 〈열린TV 열린세상〉은 여성이 남성 대비 프로그램에 대해 긍정적으로 평가한 편이며 특히, 감동성 차원에서 남성 대비 여성의 평가가 좋았음 (3.40점)

		성별										
열린TV 열린세상			남성	연령			여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(6*)	(6*)	(18*)	(23*)	(4*)	(57)	(4*)	(18*)	(9*)	(22*)	(1*)	(54)
MSI	3.28	3,38	3,31	3,26	3.40	3.30	3.96	3.44	3.55	3.25	3.24	3.41
창의성 통합	3.11	3.44	3.39	3.35	3.33	3.35	4.08	3.54	3.48	3.15	3.67	3.41
소재성	3.17	3.83	3.33	3.30	3.50	3.37	3.75	3.39	3.44	3.14	3.00	3.31
형식성	3.33	3.50	3.39	3.30	3.25	3.35	4.00	3.83	3.44	3.05	4.00	3.46
독창성	2.83	3.00	3.44	3.43	3.25	3.32	4.50	3.39	3.56	3.27	4.00	3.46
감동성 통합	3.06	3.06	3.31	3.13	3.25	3.18	3.92	3.44	3.59	3.21	3.00	3.40
감동성	2.67	2.67	3.00	2.96	3.50	2.95	4.25	3.33	3.67	3.27	3.00	3.43
기분전환	2.83	3.17	3.56	3.17	3.25	3.26	4.00	3.56	3.44	3.09	3.00	3.37
시청 후 여운	3.67	3.33	3.39	3.26	3.00	3.33	3.50	3.44	3.67	3.27	3.00	3.41
유익성 통합	3.83	3.39	3.37	3.28	3.50	3.39	3.83	3.41	3.78	3.35	3.33	3.48
정보습득	4.33	3.67	3.44	3.43	3.50	3.56	3.50	3.33	3.78	3.32	4.00	3.43
실생활 도움	3.83	3.17	3.50	3.17	3.50	3.37	4.50	3.28	3.78	3.14	3.00	3.39
시의성	3.33	3.33	3.17	3.22	3.50	3.25	3.50	3.61	3.78	3.59	3.00	3.61
완성도 통합	3.28	3.61	3.35	3.38	3.58	3.40	4.25	3.43	3.63	3.41	3.33	3.51
전반적 완성도	3.33	3.33	3.56	3.09	3.50	3.32	4.50	3.28	3.56	3.32	3.00	3.43
내용 이해도	3.50	3.83	3.22	3.52	3.50	3.46	4.00	3.33	3.67	3.50	3.00	3.50
구성성	3.00	3.67	3.28	3.52	3.75	3.42	4.25	3.67	3.67	3.41	4.00	3.61
만족도 통합	3.20	3.40	3.19	3.19	3.35	3.22	3.80	3.41	3.38	3.16	3.00	3,33
즐김 정도	3.00	4.17	3.22	3.30	2.75	3.30	4.00	3.61	3.11	3.14	3.00	3.35
몰입도	2.67	3.17	3.33	3.17	3.75	3.21	3.75	3.44	3.33	3.18	3.00	3.33
지속시청의향	3.50	3.17	3.17	3.30	3.50	3.28	3.75	3.33	3.56	3.27	3.00	3.37
추천의향_온라인	3.50	3.17	3.06	3.13	3.50	3.18	4.00	3.33	3.44	3.14	3.00	3.31
추천의향_오프라인	3.33	3.33	3.17	3.04	3.25	3.16	3.50	3.33	3.44	3.09	3.00	3.26

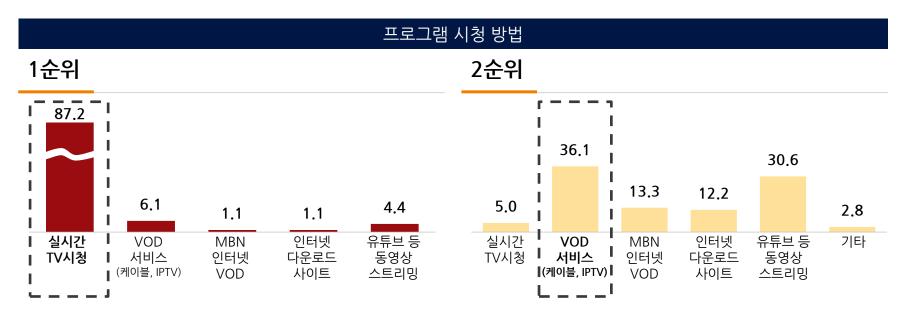
- 〈휴먼다큐 사노라면〉 시청자는 성별에 상관없이 유사하며, 연령별로는 50대가 구성 대비 시청자 비중이 높았음
- 직업별로는 자영업자 중 시청자 비중이 구성 대비 높았음

휴먼다큐 사노라면 시청	경험자 현황
--------------	--------

	구분	사례수(명)	비율(%)					7151			
	전체	(180)	100.0			60대 이상 (10.0)	8.3	기타 (7.3)	7.8		
성별	남성	(90)	50.0			(10.0)		주부	11.7		
0 2	여성	(90)	50.0		여성 (50.0) 50.0	E0 0				(12.3)	11.7
	20대 이하	(16)	8.9				50대	24.4	▲ 블루칼라	9.4	
	30대	(50)	27.8			(30.0)	34.4	(9.0)	3.1		
연령	40대	(37)	20.6					경영/관리 /전문직	10.6		
	50대	(62)	34.4					(13.0)			
	60대 이상	(15)	8.3								
	자영업	(19)	10.6			40대	20.6				
	사무직/기술직	(90)	50.0			(20.0)	20.0				
	경영/관리직	(9)	5.0					일반 사무 /기술직	50.0		
	전문직/자유직	(10)	5.6					(50.3)	50,0		
	기능/숙련공/생산직	(10)	5.6	남성	50.0	30대	27.8				
직업	판매/서비스직	(6)	3.3	(50.0)		(30.0)	27.0				
	농/임/축/어업	(1)	0.6								
	전업 주부	(21)	11.7			20대 이하		자영업	10.6		
	학생	(2)	1.1			(10.0)	8.9	(8.3)	10.6		
	무직	(8)	4.4		성별		연령		직업		
	기타	(4)	2.2		6 달		28		역입		

^{*}직업 분류: 자영업(자영업), 일반사무/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)

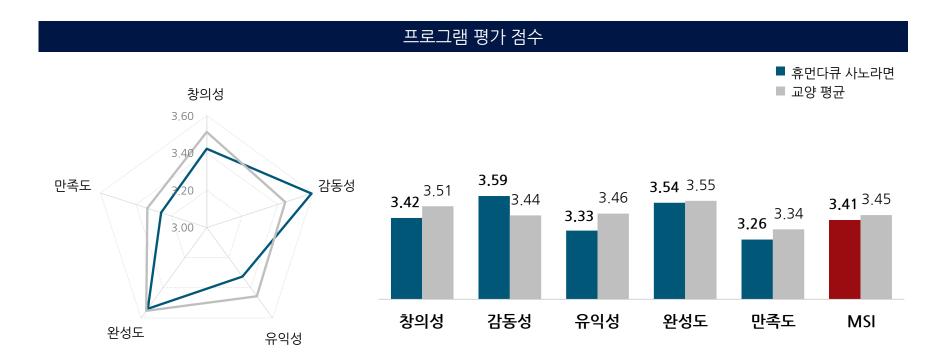
- 〈휴먼다큐 사노라면〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(87.2%)이고 (2021년 78.6%) 2순위로는 'VOD 서비스'(36.1%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청' 및 'VOD 서비스'는 50대의 이용률이 높은 반면, '동영상 스트리밍'은 40대의 이용률이 높음



1+2순위 종합	전체	성	별	연령별						
172판귀 중합	신세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(180)	(90)	(90)	(16*)	(50)	(37)	(62)	(15*)		
실시간 TV시청	92.2	91.1	93.3	93.8	84.0	89.2	98.4	100.0		
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	42.2	45.6	38.9	37.5	34.0	43.2	46.8	53.3		
MBN 인터넷 VOD	14.4	15.6	13.3	25.0	22.0	10.8	11.3	0.0		
인터넷 다운로드 사이트	13.3	13.3	13.3	18.8	20.0	13.5	8.1	6.7		
유튜브 등 동영상 스트리밍	35.0	32.2	37.8	18.8	38.0	43.2	33.9	26.7		
기타	2.8	2.2	3.3	6.3	2.0	0.0	1.6	13.3		

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 100

- 프로그램 평가 점수는 3.41점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.45점) 대비 소폭 낮은 편
- 각 차원별 점수는 감동성(3.59점) > 완성도(3.54점) > 창의성(3.42점) > 유익성(3.33점) > 만족도(3.26점) 순임

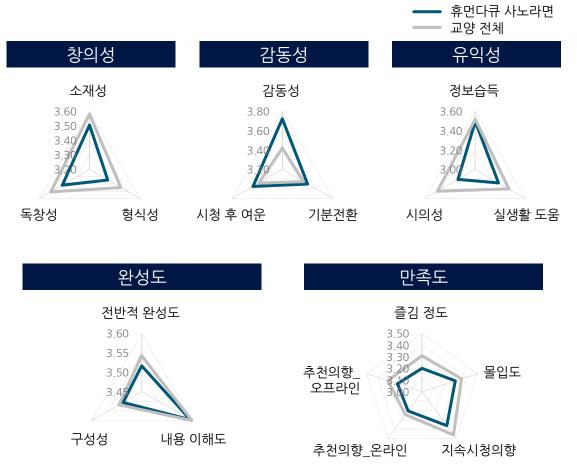




• 창의성이나 유익성, 만족도 등의 측면에서는 교양 전체 평균 대비 다소 아쉬운 평가를 받았으나, 감동성(3.59점) 차원에서 교양 평균 대비 큰 폭으로 높은 점수 얻음

- 〈휴먼다큐 사노라면〉은 감동성 차원에서는 모든 속성에서 평균 대비 좋은 점수를 받았으나, 나머지 차원에서는 모든 속성이 평균 대비 낮게 나타남
- 창의성 차원에서는 형식성(3.34점), 유익성 차원에서는 시의성(3.21점), 만족도 차원에서 즐김 정도(3.20점) 등에서 주로 개선이 필요할 것으로 보임

	휴먼다큐 사노라면	교양 전체
응답자수	(180)	(400)
MSI	3.41	3.45
창의성 통합	3.42	3.51
소재성	3.51	3.58
형식성	3.34	3.45
독창성	3.42	3.51
감동성 통합	3.59	3.44
감동성	3.72	3.42
기분전환	3.50	3.45
시청 후 여운	3.55	3.48
유익성 통합	3.33	3.46
정보습득	3.49	3.52
실생활 도움	3.28	3.40
시의성	3.21	3.45
완성도 통합	3.54	3.55
전반적 완성도	3.52	3.54
내용 이해도	3.59	3.60
구성성	3.51	3.52
만족도 통합	3.26	3.34
즐김 정도	3.20	3.31
몰입도	3.30	3.36
지속시청의향	3.36	3.46
추천의향_온라인	3.21	3.24
추천의향_오프라인	3.22	3.31



- 〈휴먼다큐 사노라면〉은 유익성을 제외하고 모든 차원에서 남성이 여성 대비 프로그램에 대해 좋은 평가를 했음
- 특히 창의성 차원의 '형식성'(3.47점), 감동성 차원의 '기분전환'(3.58점), 완성도 차원의 '내용 이해도'(3.69점), 만족도 차원의 추천의향 온라인(3.34점) 등에서 남녀 간의 평가 차이가 크게 나타남

	성별											
휴먼다큐 사노라면			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(8*)	(16*)	(21*)	(35)	(10*)	(90)	(8*)	(34)	(16*)	(27*)	(5*)	(90)
MSI	3.14	3.36	3.42	3,63	3.37	3.46	3.54	3.08	3,50	3.43	3.99	3.35
창의성 통합	3.13	3.33	3.54	3,63	3.53	3.50	3.42	3.09	3.42	3.43	4.27	3.34
소재성	3.38	3.50	3.52	3.69	3.70	3.59	3.50	3.29	3.50	3.37	4.20	3.42
형식성	3.13	3.31	3.43	3.63	3.50	3.47	3.13	2.91	3.31	3.41	4.20	3.22
독창성	2.88	3.19	3.67	3.57	3.40	3.44	3.63	3.06	3.44	3.52	4.40	3.39
감동성 통합	3.29	3.42	3.62	3.79	3.63	3.62	3.79	3.26	3.81	3.57	4.33	3.56
감동성	3.50	3.56	3.90	3.91	3.70	3.79	4.25	3.24	3.75	3.81	4.40	3.66
기분전환	3.38	3.31	3.48	3.77	3.70	3.58	3.50	3.18	3.75	3.33	4.40	3.42
시청 후 여운	3.00	3.38	3.48	3.69	3.50	3.50	3.63	3.38	3.94	3.56	4.20	3.60
유익성 통합	3.00	3.29	3.25	3.50	3.17	3.32	3.46	3.09	3.46	3.44	3.73	3.33
정보습득	3.13	3.38	3.43	3.86	3.40	3.56	3.38	3.15	3.69	3.56	4.00	3.43
실생활 도움	3.00	3.19	3.05	3.31	3.10	3.18	3.75	3.09	3.50	3.48	3.80	3.38
시의성	2.88	3.31	3.29	3.31	3.00	3.23	3.25	3.03	3.19	3.30	3.40	3.18
완성도 통합	3.17	3.50	3.49	3.79	3.50	3.58	3.75	3.19	3.56	3.65	4.13	3.50
전반적 완성도	3.00	3.38	3.57	3.80	3.30	3.54	3.75	3.15	3.56	3.70	4.00	3.49
내용 이해도	3.38	3.69	3.43	3.89	3.80	3.69	3.63	3.24	3.44	3.70	4.20	3.50
구성성	3.13	3.44	3.48	3.69	3.40	3.51	3.88	3.18	3.69	3.56	4.20	3.50
만족도 통합	3,13	3,31	3.28	3.53	3.16	3.35	3.38	2.91	3.34	3.21	3.68	3.16
즐김 정도	3.25	3.13	3.05	3.49	3.00	3.24	3.63	3.09	3.25	3.00	3.40	3.16
몰입도	2.88	3.31	3.43	3.46	3.50	3.38	3.25	2.88	3.50	3.33	4.00	3.22
지속시청의향	3.25	3.50	3.29	3.71	3.10	3.47	3.38	2.91	3.50	3.37	4.00	3.26
추천의향_온라인	3.13	3.38	3.29	3.54	2.90	3.34	3.38	2.82	3.19	3.15	3.40	3.07
추천의향_오프라인	3.13	3.25	3.33	3.43	3.30	3.33	3.25	2.85	3.25	3.22	3.60	3.11

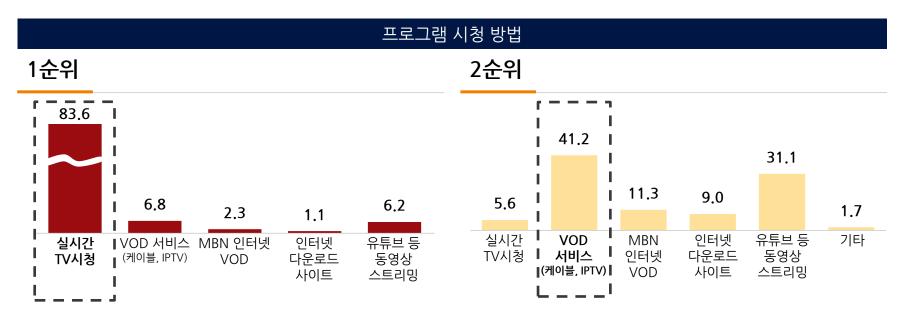
- 〈현장르포 특종세상〉는 남성과 여성의 시청 경험이 비슷했으나 남성이 소폭 더 높았고 (남성 50.8%),
 연령별로는 50대에서 특히 구성 대비 시청 경험률이 높았음
- 직업별로는 자영업자 및 블루칼라 직종 종사자의 시청 경험이 상대적으로 높았음

현장르포 특종세상 시청 경험자 현황

	구분	사례수(명)	비율(%)					기타	
	전체	(177)	100.0			60대 이상 (10.0)	10.2	(7.3) 6.2	
성별	남성	(90)	50.8			(10.0)		주부 (12.2) 13.0	
6 E	여성	(87)	49.2					(12.3)	
	20대 이하	(10)	5.6	여성	49.2			블루칼라 42.6 ▲	
	30대	(41)	23.2	(50.0)		50대	39.5	(9.0) 13.0	
연령	40대	(38)	21.5			(30.0)	35.5	경영/관리	
	50대	(70)	39.5					/전문직 9.0 (13.0)	
	60대 이상	(18)	10.2					(13.0)	
	자영업	(19)	10.7						
	사무직/기술직	(85)	48.0			40대	24.5		
	경영/관리직	(9)	5.1			(20.0)	21.5		
	전문직/자유직	(7)	4.0					/기술직 48.0 (50.3)	
	기능/숙련공/생산직	(11)	6.2	남성 (50.0)	50.8			(30.3)	
직업	판매/서비스직	(10)	5.6	(50.0)	(50.0)		30대	23.2	
	농/임/축/어업	(2)	1.1			(30.0)	Z3,Z		
	전업 주부	(23)	13.0			20대 이하		자영업 10.7	
	학생	(1)	0.6			(10.0)	5.6	(8.3) 10.7	
	무직	(7)	4.0		성별		연령	2101	
	기타	(3)	1.7		6일		29	직업	

^{*}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)

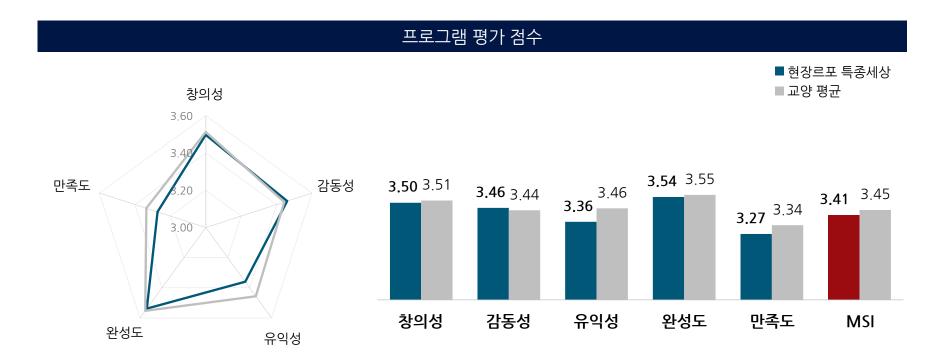
- 〈현장르포 특종세상〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(83.6%)이고,(2021년 78.4%) 2순위로는 'VOD 서비스'(41.2%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 남성, 50대는 '실시간 TV 시청', 'VOD 서비스'의 이용이 높은
- '동영상 스트리밍'은 여성, 40대에서 이용률이 상대적으로 높았음



1+2순위 종합	74 5 11	성	별	연령별						
172판귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(177)	(90)	(87)	(10*)	(41)	(38)	(70)	(18*)		
실시간 TV시청	89.3	92.2	86.2	80.0	82.9	78.9	97.1	100.0		
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	48.0	52.2	43.7	70.0	48.8	34.2	48.6	61.1		
MBN 인터넷 VOD	13.6	12.2	14.9	20.0	14.6	23.7	8.6	5.6		
인터넷 다운로드 사이트	10.2	11.1	9.2	10.0	9.8	13.2	10.0	5.6		
유튜브 등 동영상 스트리밍	37.3	30.0	44.8	20.0	43.9	50.0	34.3	16.7		
기타	1.7	2.2	1.1	0.0	0.0	0.0	1.4	11.1		

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 105

- 프로그램 평가 점수는 3.41점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.45점)보다 소폭 낮은 점수임
- 각 차원별 점수는 완성도(3.54점) > 창의성(3.50점) > 감동성(3.46점) > 유익성(3.36점) > 만족도(3.27점) 순으로 높음

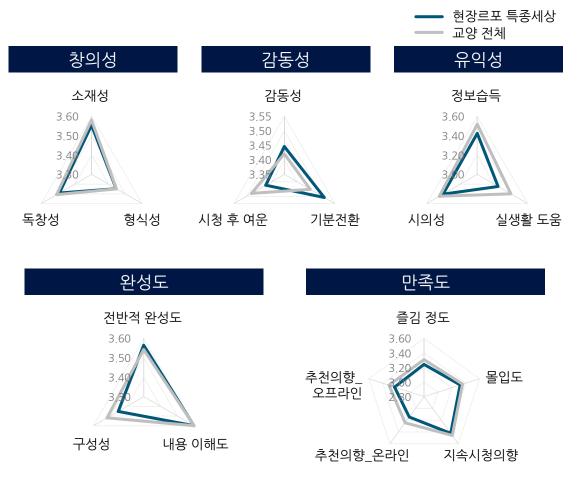




- 전반적인 MSI는 교양 프로그램 전체 점수 대비 유사한 점수를 보임(3.41점)
- 다만, 유익성 차원에서는 전체 평균 대비 -0.10 점 낮게 점수가 기록되어 개선이 필요할 것으로 보임

• 감동성 차원의 감동성(3.45점), 기분전환(3.51점), 및 완성도 차원의 전반적 완성도(3.56점) 등에선 좋은 평가를 받았으나, 창의성, 유익성, 만족도 내 모든 속성은 교양 평균 대비 낮게 평가 되어 개선이 필요할 것으로 보임

	현장르포 특종세상	교양 전체
응답자수	(177)	(400)
MSI	3.41	3.45
창의성 통합	3.50	3.51
소재성	3.55	3.58
형식성	3.45	3.45
독창성	3.49	3.51
감동성 통합	3.46	3.44
감동성	3.45	3.42
기분전환	3,51	3.45
시청 후 여운	3.42	3.48
유익성 통합	3.36	3.46
정보습득	3.42	3.52
실생활 도움	3.25	3.40
시의성	3.41	3.45
완성도 통합	3.54	3.55
전반적 완성도	3.56	3.54
내용 이해도	3.60	3.60
구성성	3.45	3.52
만족도 통합	3.27	3.34
즐김 정도	3.24	3.31
몰입도	3.32	3.36
지속시청의향	3.42	3.46
추천의향_온라인	3.15	3.24
추천의향_오프라인	3.23	3.31



• 〈현장르포 특종세상〉은 전반적으로 남성 대비 여성 시청자에 좋은 평가를 받았으나, 만족도 차원에서는 남성에서의 평가가 오히려 좋았으며, 특히 만족도 내 '즐김 정도'에서 남성이 좋은 평가를 주었음

		성별										
현장르포 특종세상	남성 연령					여성 연령						
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(3*)	(12*)	(21*)	(40)	(14*)	(90)	(7*)	(29*)	(17*)	(30)	(4*)	(87)
MSI	2.90	3.27	3.43	3.37	3.45	3,37	4.11	3.41	3.38	3.32	3.82	3.45
창의성 통합	2.89	3.47	3.60	3.38	3.60	3.46	4.24	3.52	3.51	3.36	3.92	3.54
소재성	4.00	3.42	3.62	3.53	3.64	3.57	4.14	3.59	3.53	3.33	3.75	3.54
형식성	2.33	3.67	3.62	3.23	3.57	3.40	4.43	3.34	3.59	3.33	3.75	3.49
독창성	2.33	3.33	3.57	3.38	3.57	3.41	4.14	3.62	3.41	3.40	4.25	3.57
감동성 통합	2.67	3.14	3.52	3.39	3.55	3.39	4.24	3.48	3.51	3.37	4.00	3,53
감동성	2.00	3.08	3.52	3.35	3.64	3.36	4.00	3.52	3.59	3.37	4.00	3.54
기분전환	2.67	3.25	3.52	3.50	3.43	3.43	4.43	3.45	3.59	3.47	4.00	3.59
시청 후 여운	3.33	3.08	3.52	3.33	3.57	3.38	4.29	3.48	3.35	3.27	4.00	3.47
유익성 통합	3.00	3.33	3.35	3.23	3.33	3.28	4.14	3.39	3.49	3.26	3.83	3.44
정보습득	2.67	3.17	3.33	3.35	3.36	3.30	4.43	3.52	3.47	3.37	4.00	3.55
실생활 도움	3.00	3.42	3.29	3.15	3.21	3.22	3.86	3.14	3.41	3.13	3.75	3.28
시의성	3.33	3.42	3.43	3.18	3.43	3.31	4.14	3.52	3.59	3.27	3.75	3.51
완성도 통합	3.00	3.17	3.46	3.53	3.60	3.46	4.19	3.55	3.51	3.59	3.92	3.62
전반적 완성도	3.33	3.25	3.57	3.55	3.71	3.53	4.14	3.66	3.47	3.47	3.75	3.60
내용 이해도	3.33	3.08	3.48	3.58	3.71	3.50	4.29	3.62	3.47	3.73	4.00	3.70
구성성	2.33	3.17	3.33	3.45	3.36	3.33	4.14	3.38	3.59	3.57	4.00	3.57
만족도 통합	2.93	3.25	3.30	3.34	3.30	3.30	3.89	3.23	3.09	3.15	3.60	3.25
즐김 정도	4.00	3.42	3.33	3.35	3.29	3.37	3.86	3.17	2.82	3.00	3.50	3.11
몰입도	1.67	3.42	3.05	3.38	3.43	3.26	3.86	3.34	3.24	3.37	3.75	3.39
지속시청의향	2.67	3.25	3.29	3.53	3.64	3.42	4.29	3.41	3.24	3.27	4.00	3.43
추천의향_온라인	3.00	2.92	3.43	3.25	2.93	3.19	3.86	3.03	3.06	3.00	3.25	3.10
추천의향_오프라인	3.33	3.25	3.38	3.20	3.21	3.26	3.57	3.17	3.12	3.13	3.50	3.20

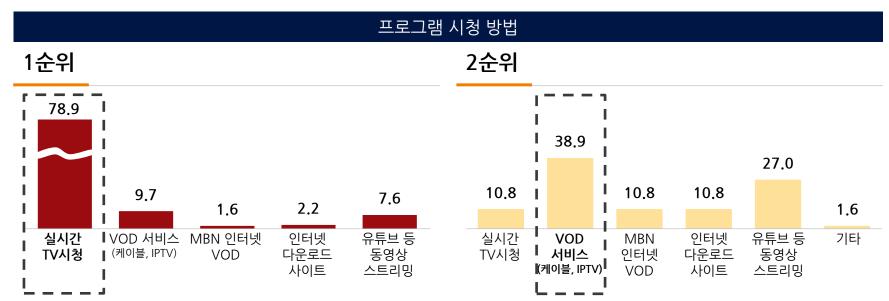
- 〈천기누설〉 시청자는 여성(51.4%)이 소폭 많았으며, 연령별로는 40 대 이상의 시청자가 구성 대비 시청을 많이 하는 것으로 나타남
- 직업별로는 블루칼라 직종 종사자 중 구성 대비 시청하는 응답자가 많은 것으로 나타남

천기누설 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 60대 이상 7.0 전체 100.0 (185)11.4 (10.0)주부 남성 48 6 (90)8.1 성별 (12.3)여성 (95)51.4 블루칼라 20대 이하 (16)8.6 15.1 여성 50대 (9.0)51.4 30.3 30대 (50)27.0 (50.0)(30.0)경영/관리 연령 40대 (42)22.7 10.8 /전문직 50대 30.3 (56)(13.0)60대 이상 (21)11.4 자영업 40대 (16)8.6 22.7 (20.0)사무직/기술직 (93)50.3 일반 사무 경영/관리직 (9) 4.9 50.3 /기술직 전문직/자유직 (11)5.9 (50.3)기능/숙련공/생산직 (14)7.6 남성 48.6 30대 27.0 (50.0)직업 판매/서비스직 (30.0)(13)7.0 농/임/축/어업 (1) 0.5 전업 주부 8.1 (15)자영업 20대 이하 8.6 8.6 (8.3)학생 (3) 1.6 (10.0)무직 (6)3.2 성별 직업 연령 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 : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 명, %] *▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 109

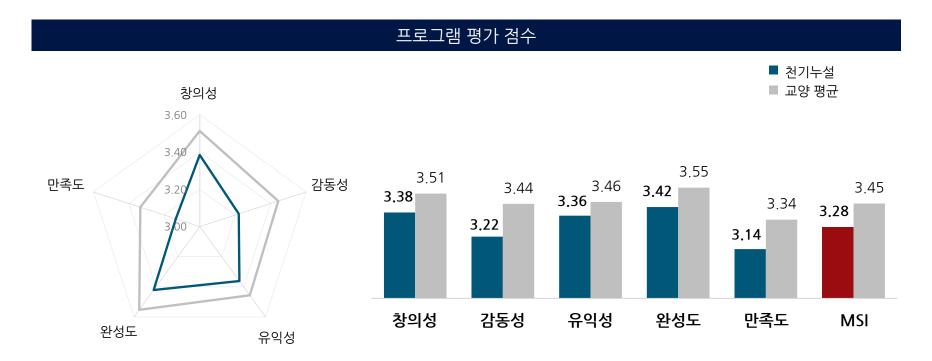
- 〈천기누설〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(78.9%)이고, 2순위로는 'VOD 서비스'(38.9%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'은 50대 이상에서 이용이 많았으며 'VOD 서비스'는 남성에서 이용이 많았으나 연령 간은 큰 차이가 나지 않았으며, '동영상 스트리밍'은 40대에서 그 이용자가 많았음



1+2순위 종합	74 511	성	별	연령별					
I +2군위 중입	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(185)	(90)	(95)	(16*)	(50)	(42)	(56)	(21*)	
실시간 TV시청	89.7	90.0	89.5	93.8	84.0	85.7	94.6	95.2	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	48.6	52.2	45.3	37.5	48.0	47.6	46.4	66.7	
MBN 인터넷 VOD	12.4	11.1	13.7	18.8	22.0	4.8	10.7	4.8	
인터넷 다운로드 사이트	13.0	13.3	12.6	18.8	14.0	14.3	12.5	4.8	
유튜브 등 동영상 스트리밍	34.6	33.3	35.8	31.3	28.0	47.6	35.7	23.8	
기타	1.6	0.0	3.2	0.0	4.0	0.0	0.0	4.8	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %]

- 프로그램 평가 점수는 3.28점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.45점) 대비 -0.17점 낮게 평가되어 전체 교양 프로그램 중 MSI가 가장 낮았음
- 각 차원 별 점수는 완성도(3.42점) 〉 창의성(3.38점) 〉 유익성(3.36점) 〉 감동성(3.22점) 〉 만족도(3.14점) 순임



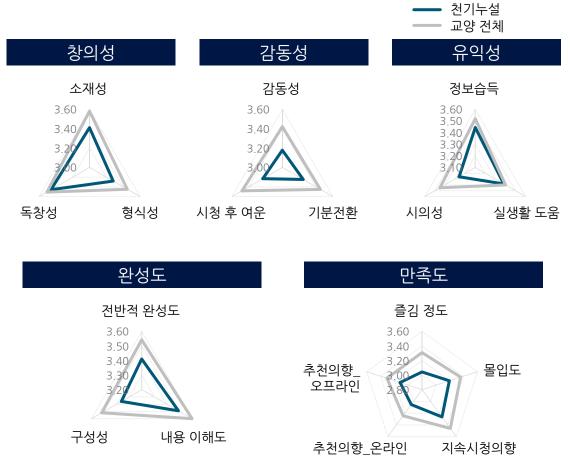


- 모든 속성에서 교양 전체 프로그램 평균 대비 낮게 평가되었음
- 특히 감동성(3.22점) 차원은 교양 전체 평균 점수보다 -0.22점 낮게 평가되었으며, 전체 차원 중 가장 평균 대비 차이가 큰 차원이었음

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 점

• 모든 차원에서 교양 전체 평균 대비 낮은 점수를 기록했으며, 차원 별로는 창의성에선, '소재성'/ '형식성'(3.41점 3.28점), 감동성에선 '감동성'(3.18점), 유익성 차원에서는 '시의성'(3.26점), 완성도 차원에선 '전반적 완성도'(3.41점), 만족도 차원에서는 '지속시청의향(3.26점)이 평균 대비 가장 큰 차이를 보이는 속성이었음

	천기누설	교양 전체
응답자수	(185)	(400)
MSI	3.28	3.45
창의성 통합	3.38	3.51
소재성	3.41	3.58
형식성	3.28	3.45
독창성	3.46	3.51
감동성 통합	3.22	3.44
감동성	3.18	3.42
기분전환	3.25	3.45
시청 후 여운	3.23	3.48
유익성 통합	3.36	3.46
정보습득	3.44	3.52
실생활 도움	3.38	3.40
시의성	3.26	3.45
완성도 통합	3.42	3.55
전반적 완성도	3.41	3.54
내용 이해도	3.49	3.60
구성성	3.36	3.52
만족도 통합	3.14	3.34
즐김 정도	3.04	3.31
몰입도	3.19	3.36
지속시청의향	3.26	3.46
추천의향_온라인	3.05	3.24
추천의향_오프라인	3.12	3.31



• 남성에선 50대, 여성에선 30대에서 시청 경험이 가장 많은 것으로 조사되었으며, 나머지 차원에선 큰 차이가 없었으나, '즐김 정도'(3.18점), '추천의향_온라인'(3.12점) 등에서 남성이 여성 대비 긍정적으로 평가하며, 만족도 차원 내 속성 전반에서 남성과 여성 간의 편차가 크게 나타났음

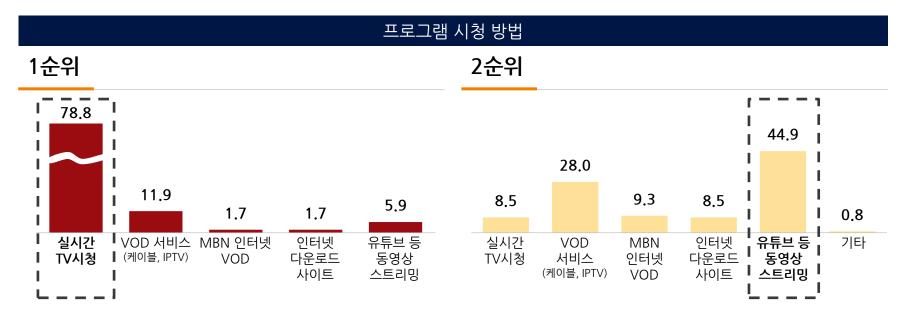
						샹	j별					
천기누설			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
<i>사례수</i>	(10*)	(16*)	(20*)	(30)	(14*)	(90)	(6*)	(34)	(22*)	(26*)	(7*)	(95)
MSI	2.96	3.19	3.31	3.42	3.39	3.30	3.63	3.10	3.40	3.27	3.39	3.27
창의성 통합	3.13	3.23	3.47	3.54	3.45	3.41	3.89	3.13	3.58	3.24	3.76	3.36
소재성	3.20	3.44	3.25	3.60	3.43	3.42	3.67	3.18	3.68	3.27	3.86	3.40
형식성	3.20	3.13	3.55	3.40	3.36	3.36	4.00	2.91	3.50	3.08	3.57	3.21
독창성	3.00	3.13	3.60	3.63	3.57	3.46	4.00	3.29	3.55	3.38	3.86	3.46
감동성 통합	2.83	3.10	3.23	3.34	3.33	3.22	3.44	3.06	3.35	3.23	3.38	3.22
감동성	3.30	2.94	3.15	3.27	3.29	3.19	3.67	3.00	3.23	3.15	3.43	3.17
기분전환	2.60	3.13	3.30	3.43	3.29	3.23	3.17	3.09	3.55	3.19	3.57	3.26
시청 후 여운	2.60	3.25	3.25	3.33	3.43	3.23	3.50	3.09	3.27	3.35	3.14	3.23
유익성 통합	2.80	3.21	3.28	3.47	3.50	3.31	3.94	3.25	3.62	3.32	3.38	3.41
정보습득	2.80	3.13	3.35	3.53	3.36	3.31	4.00	3.41	3.68	3.54	3.71	3.57
실생활 도움	3.00	3.25	3.35	3.57	3.50	3.39	3.83	3.26	3.64	3.23	3.29	3.38
시의성	2.60	3.25	3.15	3.30	3.64	3.23	4.00	3.09	3.55	3.19	3.14	3.28
완성도 통합	3.17	3.46	3.40	3.50	3.55	3.44	4.06	3.13	3.52	3.45	3.67	3.40
전반적 완성도	3.30	3.38	3.45	3.53	3.57	3.47	3.83	3.00	3.45	3.54	3.71	3.36
내용 이해도	3.00	3.56	3.35	3.57	3.57	3.46	4.33	3.38	3.59	3.38	3.86	3.53
구성성	3.20	3.44	3.40	3.40	3.50	3,40	4.00	3.00	3.50	3.42	3.43	3.33
만족도 통합	2.92	3.05	3.24	3.32	3.21	3.19	3,13	2.99	3.13	3.16	3.00	3.08
즐김 정도	3.20	3.06	3.05	3.37	3.07	3.18	2.33	2.94	2.82	3.08	3.00	2.92
몰입도	2.80	3.13	3.30	3.27	3.29	3.20	3.33	3.06	3.18	3.38	3.00	3.19
지속시청의향	2.90	3.06	3.30	3.47	3.29	3.27	3.33	3.12	3.41	3.35	3.14	3.26
추천의향_온라인	2.70	3.00	3.25	3.20	3.21	3.12	3.33	2.94	3.00	3.00	2.86	2.99
추천의향_오프라인	3.00	3.00	3.30	3.30	3.21	3.20	3.33	2.91	3.23	3.00	3.00	3.04

- 〈스토리추적 M〉 시청자는 여성 대비 남성 시청자(55.9%)가 더 많은 편으로, 20대 이하와 40대, 50대에서 구성 대비 시청자 비중이 높은 편으로 조사됨
- 직업별로는 일반 사무/기술직, 자영업, 블루칼라 업종 종사자 쪽에서 구성 대비 시청자 비중이 높았음

스토리추적 M 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 4.2 60대 이상 6.8 (7.3)전체 (118)100.0 (10.0)9.3 남성 (66)55.9 성별 (13.0)여성 (52)44 1 블루칼라 10.2 20대 이하 여성 44.1 (13)110 (9.0)50대 34.7 (50.0)경영/관리 30대 (31)26.3 (30.0)11.0 /전문직 연령 40대 (25)21.2 (13.0)50대 (41)347 60대 이상 (8) 6.8 자영업 (11)9.3 40대 21.2 사무직/기술직 (20.0)559 (66)일반 사무 경영/관리직 (6) 55.9 5 1 /기술직 전문직/자유직 (7)5.9 (50.3)남성 55.9 기능/숙련공/생산직 (7)5.9 30대 26.3 (50.0)직업 판매/서비스직 (4) 3.4 (30.0)농/임/축/어업 (1)8.0 전업 주부 (11)9.3 20대 이하 자영업 11.0 9.3 (10.0)학생 (0)0 0 무직 (3) 2 5 성별 연령 직업 기타 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)

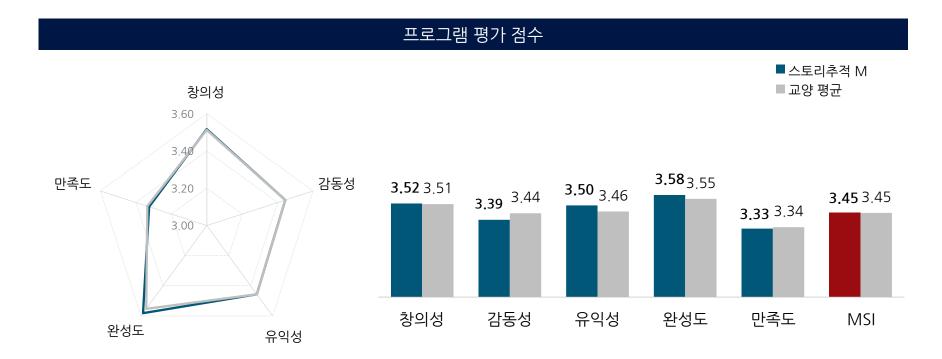
- 〈스토리추적 M〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(78.8%)로 전년 대비 이용률이 증가 하였고(73.6%)이고, 2순위로는 '유튜브 등 동영상 스트리밍(44.9%)이 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청' 과 'VOD 서비스'의 경우 남성,50대의 이용률이 높으며, '동영상 스트리밍'은 여성, 30대의 이용률이 높은 편임



1+2순위 종합	74 7 .11	성	별	연령별					
172판귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(118)	(66)	(52)	(13*)	(31)	(25*)	(41)	(8*)	
실시간 TV시청	87.3	89.4	84.6	69.2	87.1	88.0	90.2	100.0	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	39.8	45.5	32.7	53.8	32.3	32.0	46.3	37.5	
MBN 인터넷 VOD	11.0	7.6	15.4	23.1	12.9	4.0	9.8	12.5	
인터넷 다운로드 사이트	10.2	10.6	9.6	15.4	6.5	12.0	12.2	0.0	
유튜브 등 동영상 스트리밍	50.8	47.0	55.8	38.5	58.1	64.0	41.5	50.0	
기타	0.8	0.0	1.9	0.0	3.2	0.0	0.0	0.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 115

- 프로그램 평가 점수는 3.45점으로, 교양 프로그램 전체 평균(3.45점)과 같음
- 각 차원 별 점수는 완성도(3.58점) 〉 창의성(3.52점) 〉유익성(3.50점) 〉감동성(3.39점) 〉 만족도(3.33점) 순임



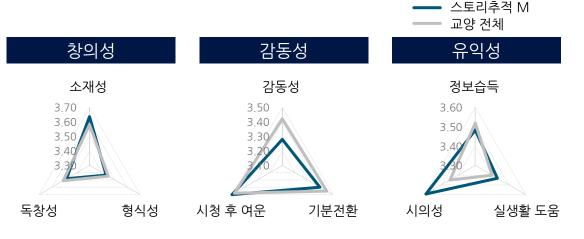


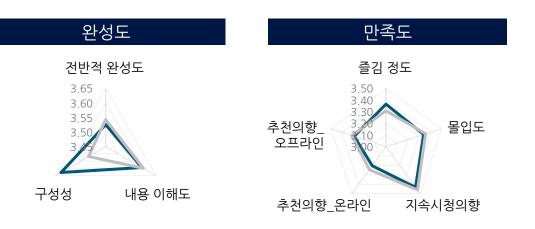
• 완성도, 유익성, 창의성 등에서는 교양 평균 대비 소폭 높은 점수를 보였으나, 감동성, 만족도 등에선 평균 대비 소폭 낮은 점수를 기록함

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 점]

- 창의성 차원에서는 '소재성'(3.64점) 이, 감동성 차원에서는 '시청 후 여운'(3.50점)이, 유익성 차원에서는 '실생활 도움'(3.43점), '시의성'(3.59점)이, 완성도 차원에서는 '구성성'(3.63점), 만족도 차원에서는 '즐김 정도'(3.36점)가 평균 대비 좋은 평가를 받았음
- 다만, 감동성 차원에 '감동성'은 교양 전체 평균 대비 -0.14점 낮게 기록되어 다음 시즌이 제작된다면 개선이 필요할 것으로 보임

	스토리추적 M	교양 전체
응답자수	(118)	(400)
MSI	3.45	3.45
창의성 통합	3.52	3.51
소재성	3.64	3.58
형식성	3.43	3.45
독창성	3.48	3.51
감동성 통합	3.39	3.44
감동성	3.28	3.42
기분전환	3.40	3.45
시청 후 여운	3.50	3.48
유익성 통합	3.50	3.46
정보습득	3.48	3.52
실생활 도움	3.43	3.40
시의성	3.59	3.45
완성도 통합	3.58	3.55
전반적 완성도	3.53	3.54
내용 이해도	3.59	3.60
구성성	3,63	3.52
만족도 통합	3.33	3.34
즐김 정도	3.36	3.31
몰입도	3.34	3.36
지속시청의향	3.43	3.46
추천의향_온라인	3.20	3.24
추천의향_오프라인	3.29	3.31





• 〈스토리추적 M〉은 대 부분 속성에서 남녀 간 평가의 큰 차이를 보이진 않았지만, 감동성 차원에서는 남성이 여성 대비 긍정적인 평가를 한 편임

		성별										
스토리추적M			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(9*)	(12*)	(12*)	(27*)	(6*)	(66)	(4*)	(19*)	(13*)	(14*)	(2*)	(52)
MSI	3.22	3.48	3.59	3.49	3.37	3.46	4.24	3,33	3.66	3.19	2.97	3.43
창의성 통합	3.15	3.53	3.61	3.54	3.61	3.51	4.33	3.42	3.74	3.33	3.00	3.53
소재성	3.44	3.75	3.67	3.67	3.67	3.65	4.75	3.42	3.92	3.36	3.00	3.62
형식성	3.11	3.50	3.67	3.30	3.33	3.38	4.00	3.42	3.77	3.29	3.00	3.50
독창성	2.89	3.33	3.50	3.67	3.83	3.48	4.25	3.42	3.54	3.36	3.00	3.48
감동성 통합	3.30	3.36	3.50	3.47	3.44	3.43	4.25	3.28	3.56	3.05	2.83	3.35
감동성	2.67	3.25	3.50	3.33	3.00	3.23	4.25	3.16	3.69	3.07	3.00	3.35
기분전환	3.44	3.33	3.50	3.52	3.67	3.48	4.00	3.26	3.46	3.00	3.00	3.29
시청 후 여운	3.78	3.50	3.50	3.56	3.67	3.58	4.50	3.42	3.54	3.07	2.50	3.40
유익성 통합	3.26	3.58	3.69	3.59	3.11	3.52	4.08	3.39	3.79	3.24	2.83	3.48
정보습득	3.22	3.58	3.58	3.59	3.33	3.52	3.75	3.37	3.85	3.21	2.50	3.44
실생활 도움	3.22	3.50	3.83	3.48	3.00	3.47	4.00	3.32	3.54	3.21	3.00	3.38
시의성	3.33	3.67	3.67	3.70	3.00	3.58	4.50	3.47	4.00	3.29	3.00	3.62
완성도 통합	3.26	3.58	3.72	3.68	3.39	3.59	4.50	3.39	3.82	3.43	3.00	3.58
전반적 완성도	3.22	3.50	3.58	3.63	3.33	3.52	4.50	3.37	3.85	3.29	3.00	3.54
내용 이해도	3.22	3.58	3.83	3.67	3.33	3.59	4.50	3.42	3.77	3.50	3.00	3.60
구성성	3.33	3.67	3.75	3.74	3.50	3.65	4.50	3.37	3.85	3.50	3.00	3.60
만족도 통합	3.16	3.38	3.48	3,31	3.33	3.34	4.10	3.25	3.49	3.03	3.10	3.31
즐김 정도	3.56	3.67	3.42	3.33	3.33	3.44	4.00	3.11	3.46	3.00	4.00	3.27
몰입도	3.00	3.25	3.42	3.37	3.17	3.29	4.00	3.42	3.38	3.29	3.00	3.40
지속시청의향	3.22	3.58	3.42	3.41	3.33	3.41	4.25	3.32	3.69	3.29	3.00	3.46
추천의향_온라인	3.11	3.08	3.67	3.15	3.33	3.24	4.25	3.16	3.31	2.71	3.00	3.15
추천의향_오프라인	2.89	3.33	3.50	3.30	3.50	3.30	4.00	3.26	3.62	2.86	2.50	3.27





5. 예능 프로그램 평가

- 〈속풀이쇼 동치미〉가 시청경험수는 가장 높으나, 종합 평가는 〈그리스로마신화 신들의 사생활〉이 흥미성, 유익성, 완성도,만족도 차원에서 높은 점수를 얻으면서 가장 좋은 평가를 받았음(MSI 3.67점)
- 창의성에서는 〈아바타싱어〉(3.65점)가 가장 좋은 평가를 얻었음

예능 프로그램 별 평가 종합 흥미성 4.00 만족도 유익성 완성도 창의성 고딩엄빠2 - 엄지의 제왕 아바타싱어 -고딩엄빠 그리스로마신화 신들의사생활돌싱글즈3 아나프리해 미오리진 신과한판 달인VS달인 ■다시 설렘, 캠핑인 러브 -알토란 -우리들의쇼10 ---속풀이쇼 동치미 -뜨겁게 안녕 - 워하는대로 - 빽투더그라운드 -----국대는국대다 - 아트싱어 애들입맛 동치미

프로그램명	시청 경험수 (응답률)	흥미성	유익성	창의성	완성도	만족도	MSI
엄지의제왕	115(28.8)	3.60	3.62	3.37	3.60	3.40	3.51
고딩엄빠2	181(45.3)	2.90	3.03	3.28	3.07	2.93	3.03
어싱레베이	94(23.5)	3.42	3.14	3.65	3.34	3.15	3.32
고딩엄빠	203(50.8)	2.80	3.00	3.35	3.07	2.85	2.99
그리스로마신화신들의사생활	93(23.3)	3.77	3.64	3.64	3.76	3.60	3.67
돌싱글즈3	139(34.8)	3.53	3.31	3.59	3.42	3.37	3.43
아나프리해	60(15.0)	3.39	3.31	3.44	3.33	3.20	3.32
디오리진	31(7.8)	3.42	3.41	3.51	3.47	3.57	3.49
신과한판	51(12.8)	3.44	3.27	3.40	3.37	3.24	3.33
달인VS달인	75(18.8)	3.68	3.57	3.63	3.60	3.50	3.59
다시 설렘, 캠핑인 러브	68(17.0)	3.52	3.46	3.50	3.50	3.46	3.48
알토란	180(45.0)	3.46	3.46	3.33	3.54	3.19	3.37
우리들의쇼10	80(20.0)	3.74	3.32	3.35	3.55	3.35	3.45
속풀이쇼동치미	286(71.5)	3.48	3.29	3.30	3.40	3.15	3.30
뜨겁게안녕	56(14.0)	3,68	3.51	3.64	3.64	3.52	3.59
원하는대로	100(25.0)	3.52	3.29	3.27	3.45	3.19	3.32
미스터리듀엣	77(19.3)	3.68	3.35	3.52	3.55	3.42	3.50
스캉스	74(18.5)	3.30	3.16	3.35	3.20	3.07	3.20
빽투더그라운드	73(18.3)	3.57	3.10	3.36	3.43	3.30	3.34
국대는국대다	129(32.3)	3.56	3.28	3.50	3.51	3.34	3.43
아트싱어	58(14.5)	3.55	3.53	3.56	3.53	3.37	3.49
애 들 입맛동치미	106(26.5)	3.62	3.43	3.34	3.46	3.34	3.43

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 명, %, 점]

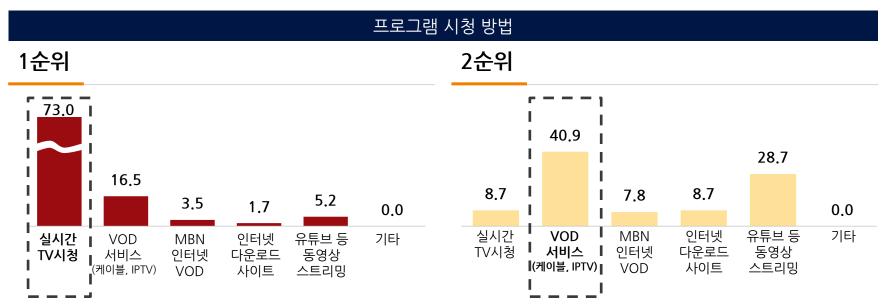
- 〈엄지의 제왕〉시청자는 남성과 여성이 비슷한 수준이나 남성(50.4%)이 소폭 많은 것으로 조사되었으며,
 연령별로는 40대와 60대 이상에서 구성 대비 시청자 비중이 높은 것으로 나타남
- 직업 별로는 주부 층을 중심으로 일반 사무/기술직, 자영업자들의 구성 대비 시청자 비중이 높았음

엄지의 제왕 시청 경험자 현황

	구분	사례수(명)	비율(%)					기타 5 2	-
	전체	(115)	100.0			60대 이상	13.0	<u> </u>	
성별	남성	(58)	50.4			(10.0)		주부 16.5 /	
6 E	여성	(57)	49.6					(12.3)	
	20대 이하	(11)	9.6		49.6	רסבוו		블루칼라 <u>5.2</u>	
	30대	(25)	21.7	여성	49.0	50대 (30.0)	27.0	(9.0)	
연령	40대	(33)	28.7	(50.0)		(33.3)		경영/관리 12.2	
	50대	(31)	27.0					/전문직	
	60대 이상	(15)	13.0					(13.0)	
	자영업	(11)	9.6			40대	20.7		
	사무직/기술직	(59)	51.3			(20.0)	28.7		
	경영/관리직	(5)	4.3					일반 사무 51.3	
	전문직/자유직	(9)	7.8					/기술식	
	기능/숙련공/생산직	(3)	2.6	1 1 1 4	50.4	30대		(50.3)	
직업	판매/서비스직	(3)	2.6	남성 (50.0)		(30.0)	21.7		
	농/임/축/어업	(0)	0.0	(30.0)					
	전업 주부	(19)	16.5			20대 이하	0.6	자영업	
	학생	(3)	2.6			(10.0)	9.6	(8.3) 9.6	
	무직	(3)	2.6		서벼		여려	2101	
	기타	(0)	0.0		성별		연령	직업	

^{*}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)

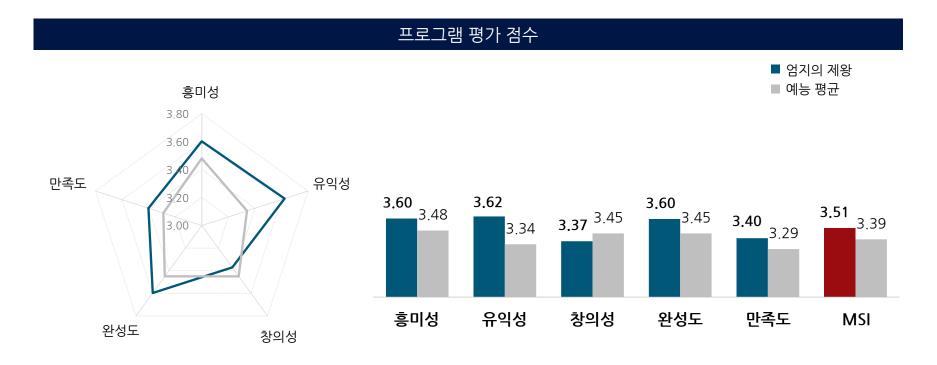
- 〈엄지의 제왕〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(73.0%), 2순위로는 'VOD 서비스'(40.9%)가 높게 나타남
- '실시간 TV시청' 및 'VOD 서비스' 모두 40대에서 이용률이 가장 높았으며, '동영상 스트리밍'의 경우 40대, 50대에서 이용률이 높게 나타남



1+2순위 종합	74 5 11	성	별	연령별					
172판귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(115)	(58)	(57)	(11*)	(25*)	(33)	(31)	(15*)	
실시간 TV시청	81.7	82.8	80.7	54.5	76.0	87.9	80.6	100.0	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	57.4	56.9	57.9	63.6	64.0	54.5	48.4	66.7	
MBN 인터넷 VOD	11.3	13.8	8.8	27.3	8.0	12.1	12.9	0.0	
인터넷 다운로드 사이트	10.4	10.3	10.5	36.4	12.0	6.1	9.7	0.0	
유튜브 등 동영상 스트리밍	33.9	32.8	35.1	18.2	32.0	39.4	38.7	26.7	
기타	5.2	3.4	7.0	0.0	8.0	0.0	9.7	6.7	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 122

- 프로그램 평가 점수는 3.51점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 보다 +0.12 점 높음
- 각 차원별 점수는 유익성(3.62점) 〉 완성도 =흥미성(3.60점) 〉 만족도(3.40점) 〉 창의성(3.37점) 순임

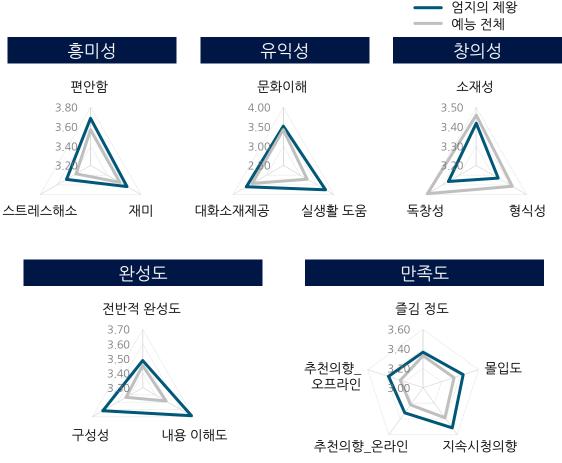




- 대부분 차원에서 평균 대비 높은 점수를 받았으나, 창의성(3.37점)에선 개선이 필요한 것으로 평가됨
- 유익성에서 평균 대비 특히 높은 점수를 받음(+0.28점)

- 창의성을 제외한 모든 차원 내 모든 속성에서 평균 대비 높은 평가를 받았으며, 흥미성에선 '편안함'(3.69점), 유익성에선 '실생활 도움'(3.76점), 완성도에선 '내용 이해도'(3.69점), 만족도에선 '지속 시청의향'(3.51점) 에서 특히 평가가 좋았음
- 반면 창의성 차원의 '독창성'(3.37점)은 예능 프로그램 전체 대비 상대적으로 낮아 개선이 요구됨

	엄지의 제왕	예능 전체
응답자 수	(115)	(400)
MSI	3.51	3.39
흥미성 통합	3.60	3.48
편안함	3.69	3.55
재미	3,63	3.54
스트레스 해소	3.49	3.36
유익성 통합	3.62	3.34
문화이해	3,51	3.41
실생활 도움	3.76	3.20
대화소재제공	3,60	3.41
창의성 통합	3.37	3.45
소재성	3.42	3.45
형식성	3.33	3.41
독창성	3.37	3.49
완성도 통합	3.60	3.45
전반적완성도	3.49	3.44
내용이해도	3.69	3.48
구성성	3,62	3.42
만족도 통합	3.40	3.29
즐김 정도	3,37	3.32
몰입도	3.43	3.33
지속시청의향	3,51	3.37
추천의향_온라인	3,32	3.22
추천의향_오프라인	3.37	3.24



- 〈엄지의 제왕〉은 남성에게 모든 차원에서 상대적으로 더 높은 평가를 받았음
- 특히, 유익성 차원 의 '문화이해' (+0.25점), 만족도 차원의 '즐김 정도'(+0.34점) 에서 남성이 여성 대비 높은 평가를 했음

		성별											
엄지의 제왕			남성	연령					여성	연령			
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	
사례수	(7*)	(14*)	(17*)	(14*)	(6*)	(58)	(4*)	(11*)	(16*)	(17*)	(9*)	(57)	
MSI	3,53	3.56	3.43	3.66	4.11	3.60	3,68	3.23	3.47	3.55	3.15	3.41	
흥미성 통합	3.48	3.57	3.49	3.76	4.33	3.66	3,83	3.36	3.60	3.63	3.37	3.54	
편안함	3.29	3.64	3.53	3.93	4.50	3.72	3.50	3.36	3.81	3.82	3.44	3.65	
재미	3.43	3.57	3.59	3.79	4.33	3.69	4.00	3.36	3.69	3.59	3.44	3.58	
스트레스해소	3.71	3.50	3.35	3.57	4.17	3.57	4.00	3.36	3.31	3.47	3.22	3.40	
유익성 통합	3.57	3.55	3.53	3.74	4.11	3.65	3,58	3.36	3.67	3.82	3.33	3.60	
문화이해	3.71	3.71	3.41	3.79	3.67	3.64	3.25	3.27	3.44	3.65	3.00	3.39	
실생활 도움	3.57	3.57	3.59	3.86	4.50	3.74	3.75	3.36	3.88	4.00	3.67	3.77	
대화소재제공	3.43	3.36	3.59	3.57	4.17	3.57	3.75	3.45	3.69	3.82	3.33	3.63	
창의성 통합	3.52	3.50	3.33	3.48	4.06	3.51	3.42	3.03	3.35	3.31	3.04	3.23	
소재성	3.57	3.93	3.41	3.36	4.17	3.62	3.25	3.09	3.38	3.29	2.89	3.21	
형식성	3.57	3.29	3.24	3.36	4.00	3.40	3.75	3.18	3.25	3.35	3.00	3.26	
독창성	3.43	3.29	3.35	3.71	4.00	3.50	3.25	2.82	3.44	3.29	3.22	3.23	
완성도 통합	3.62	3.64	3.45	3.76	4.33	3.68	3,83	3.24	3.52	3.73	3.26	3.51	
전반적 완성도	3.43	3.71	3.35	3.64	4.33	3.62	3.50	3.18	3.31	3.65	3.00	3.35	
내용 이해도	3.86	3.57	3.47	3.86	4.50	3.74	3.75	3.36	3.56	3.82	3.67	3.63	
구성성	3.57	3.64	3.53	3.79	4.17	3.69	4.25	3.18	3.69	3.71	3.11	3.54	
만족도 통합	3.49	3.54	3.36	3,61	3.87	3.53	3.70	3.18	3,31	3.36	2.91	3.27	
즐김 정도	3.57	3.71	3.29	3.64	3.50	3.53	4.25	3.27	3.13	3.18	2.78	3.19	
몰입도	3.29	3.57	3.35	3.71	4.00	3.55	4.00	3.09	3.31	3.47	3.00	3.32	
지속시청의향	3.71	3.50	3.53	3.86	3.83	3.66	3.75	3.27	3.38	3.53	3.00	3.37	
추천의향_온라인	3.43	3.43	3.29	3.36	4.00	3.43	2.75	3.27	3.38	3.29	2.89	3.21	
추천의향_오프라인	3.43	3.50	3.35	3.50	4.00	3.50	3.75	3.00	3.38	3.35	2.89	3.25	

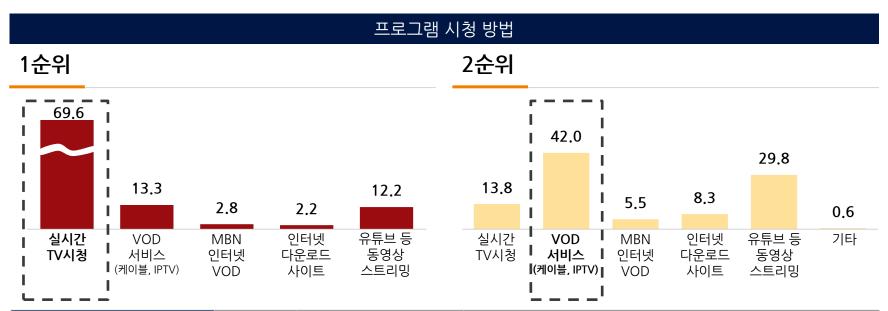
- 〈고딩엄빠2〉 시청자는 여성이 남성 대비 높은 시청 경험(52.5%)을 보였으며, 연령별로는 40대 및 20대 이하에서 특히 구성 대비 시청 경험이 높았음
- 직업 별로는 주부를 중심으로, 일반 사무/기술직, 자영업자들의 구성 대비 시청이 많은 것으로 나타남

고딩엄빠2 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 6.6 60대 이상 8.3 전체 (181)100.0 (7.3)(10.0)남성 47 5 (86)성별 14.9 여성 (95)52.5 50대 18.2 (12.3)블루칼라 20대 이하 (30.0)(24)13.3 여성 6.1 52.5 (9.0)30대 (54)29.8 (50.0)경영/관리 9.9 연령 40대 (55)304 /전문직 50대 (33)18.2 (13.0)40대 30,4 60대 (15)83 (20.0)자영업 (18)9.9 사무직/기술직 (95)52.5 일반 사무 경영/관리직 (7)3.9 52.5 /기술직 전문직/자유직 (11)6.1 30대 29.8 (50.3)기능/숙련공/생산직 (6)3.3 남성 47.5 (30.0)(50.0)직업 판매/서비스직 2.2 (4) 농/임/축/어업 0.6 (1)전업 주부 (27)149 20대 이하 13.3 자영업 9.9 학생 (8) 4.4 (10.0)(8.3)무직 (4) 2.2 성별 연령 직업 기타 (0)0.0

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 명, %]

^{*}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)

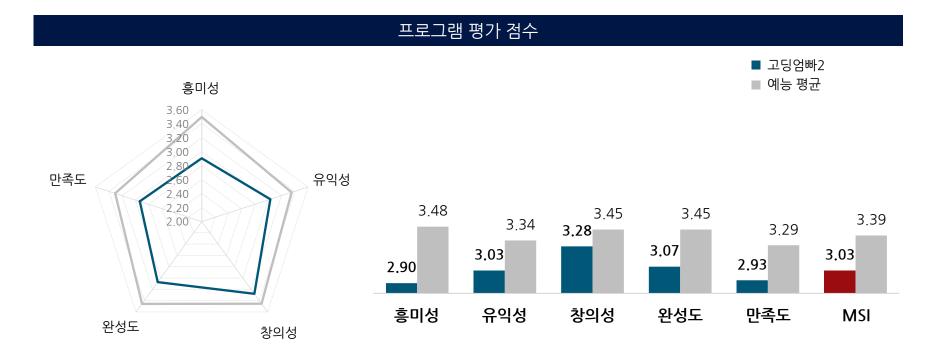
- 〈고딩엄빠2〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(69.6%) 으로 조사 되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(42.0%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청' 및 'VOD 서비스'의 경우 여성, 50대에서 이용률이 높았던 반면, '동영상 스트리밍'의 경우 남성, 30대/40대의 이용률이 높았던 것으로 나타남



1 : 2人이 조하	74 511	성	별	연령별					
1+2순위 종합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(181)	(86)	(95)	(24*)	(54)	(55)	(33)	(15*)	
실시간 TV시청	83.4	80.2	86.3	66.7	83.3	83.6	93.9	86.7	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	55.2	51.2	58.9	50.0	51.9	47.3	66.7	80.0	
MBN 인터넷 VOD	8.3	11.6	5.3	12.5	3.7	12.7	9.1	0.0	
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	10.5	11.6	9.5	29.2	13.0	5.5	6.1	0.0	
유튜브 등 동영상 스트리밍	42.0	45.3	38.9	41.7	46.3	50.9	24.2	33.3	
기타	0.6	0.0	1.1	0.0	1.9	0.0	0.0	0.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 127

- 프로그램 평가 점수는 3.03점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점)보다 상당히 낮게 평가되며, 전체 예능 프로그램 중 〈고딩엄빠1〉을 이어 MSI 점수가 가장 낮게 평가됨
- 각 차원 별 점수는 창의성(3.28점) 〉 완성도(3.07점) 〉 유익성(3.03점) 〉 만족도(2.93점) 〉 흥미성(2.90점)
 순임

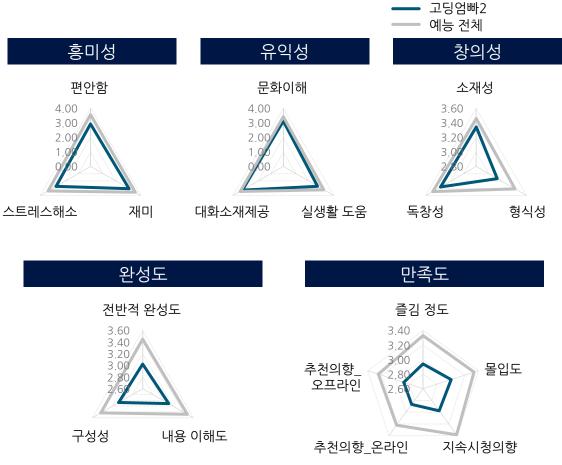




- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 보다 상당히 낮은 수준으로 평가됨
- 특히, 흥미성(2.90점) 에서 예능 프로그램 평균보다 -0.58점 낮은 점수를 받음

• 〈고딩엄빠2〉는 모든 차원 내 모든 속성에서 예능 전체 평균 대비 상당히 좋지 않게 평가되었으며, 특히 흥미성 차원의 '편안함'(2.93점), 유익성의 '실생활 도움'(2.72점), 창의성에서 '형식성'(3.13점), 완성도에서는 '전반적 완성도'(3.02점), 만족도 차원에서는 '지속시청의향'(2.98점)이 특히 평균 대비 좋지 않은 평가를 받았음

	고딩엄빠2	예능 전체
응답자수	(181)	(400)
MSI	3.03	3.39
흥미성 통합	2.90	3.48
편안함	2.93	3.55
재미	3.06	3.54
스트레스 해소	2.73	3.36
유익성 통합	3.03	3.34
문화이해	3.12	3.41
실생활 도움	2.72	3.20
대화 소재제공	3.26	3.41
창의성 통합	3.28	3.45
소재성	3.34	3.45
형식성	3.13	3.41
독창성	3.36	3.49
완성도 통합	3.07	3.45
전반적완성도	3.02	3.44
내용이해도	3.12	3.48
구성성	3.08	3.42
만족도 통합	2.93	3.29
즐김 정도	2.94	3.32
몰입도	3.01	3.33
지속시청의향	2.98	3.37
추천의향_온라인	2.87	3.22
추천의향_오프라인	2.88	3.24



• 〈고딩엄빠2〉는 남성과 여성 간의 평가가 다소 크게 차이 난 프로그램이며 특히 흥미성 차원의 '편안함', 유익성 차원의 '실생활 도움' 등에서 여성 시청자의 평가가 크게 떨어진 것으로 보임

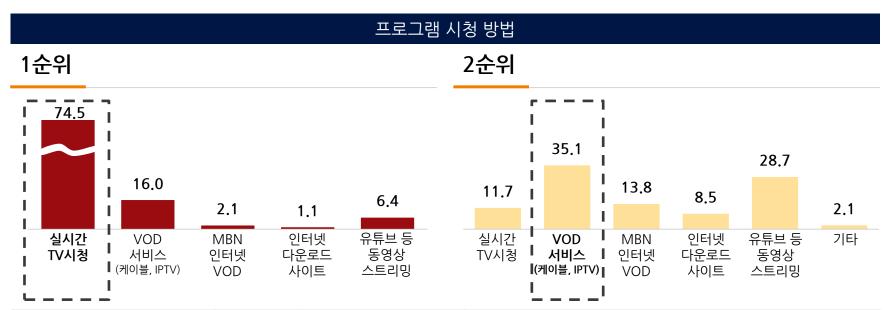
						Ş	성별					
고딩엄빠2			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(14*)	(22*)	(29*)	(14*)	(7*)	(86)	(10*)	(32)	(26*)	(19*)	(8*)	(95)
MSI	3.26	2.84	3.29	3.39	3.28	3.18	3.29	2.68	2.90	3.18	2.54	2,89
흥미성 통합	3.12	2.62	3.37	3,33	3.05	3.10	3.30	2.52	2.76	2.91	2.25	2.72
편안함	3.21	2.59	3.38	3.43	2.86	3.12	3.20	2.59	2.77	2.95	2.38	2.76
재미	3.14	2.59	3.48	3.50	3.29	3.19	3.70	2.75	2.92	3.11	2.38	2.94
스트레스해소	3.00	2.68	3.24	3.07	3.00	3.01	3.00	2.22	2.58	2.68	2.00	2.47
유익성 통합	3.21	2.89	3.25	3.43	3.24	3.18	3.23	2.60	2.96	3.25	2.63	2.90
문화이해	3.29	2.77	3.31	3.71	3.71	3.27	3.30	2.59	3.04	3.53	2.75	2.99
실생활 도움	3.00	2.73	3.10	3.29	2.71	2.99	2.90	2.19	2.54	2.74	2.25	2.47
대화소재제공	3.36	3.18	3.34	3.29	3.29	3.29	3.50	3.03	3.31	3.47	2.88	3.23
창의성 통합	3.48	2.92	3.34	3.67	3.71	3.34	3.37	2.91	3.33	3.54	3.21	3.22
소재성	3.71	2.95	3.38	3.50	3.86	3.38	3.60	3.03	3.42	3.47	3.25	3.31
형식성	3.21	2.91	3.31	3.71	3.43	3.27	3.30	2.63	3.08	3.47	2.88	3.01
독창성	3.50	2.91	3.34	3.79	3.86	3.37	3.20	3.06	3.50	3.68	3.50	3.36
완성도 통합	3.38	2.80	3.38	3.43	3.29	3.23	3.20	2.70	2.92	3.33	2.54	2.93
전반적 완성도	3.21	2.73	3.28	3.50	3.29	3.16	3.10	2.72	2.92	3.26	2.38	2.89
내용 이해도	3.50	2.73	3.52	3.43	3.29	3.28	3.30	2.72	2.88	3.42	2.75	2.97
구성성	3.43	2.95	3.34	3.36	3.29	3.26	3.20	2.66	2.96	3.32	2.50	2.92
만족도 통합	3.17	2.90	3.17	3.21	3.17	3.11	3.32	2.68	2.68	2.99	2.25	2.77
즐김 정도	3.14	2.86	3.07	3.21	2.86	3.03	3.60	2.81	2.77	2.84	2.38	2.85
몰입도	3.07	2.86	3.17	3.29	3.14	3.09	3.30	2.88	2.81	3.16	2.50	2.93
지속시청의향	3.00	2.86	3.34	3.36	3.43	3.17	3.40	2.72	2.69	3.05	2.13	2.80
추천의향_온라인	3.21	2.95	3.10	3.07	3.29	3.09	3.20	2.59	2.54	2.89	2.13	2.66
추천의향_오프라인	3.43	2.95	3.17	3.14	3.14	3.15	3.10	2.41	2.62	3.00	2.13	2.63

- 〈아바타싱어〉 시청자는 남성이 여성 대비 높은 시청률 (55.3%)을 보였으며, 연령별로는 20대 이하 ~ 40대(31.9%)의 구성 대비 시청률이 높았음
- 직업별로는 자영업자, 일반 사무/기술직 종사자의 시청이 구성 대비 높은 경향을 보임

아바타싱어 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 6.4 60대 이상 (7.3)7.4 전체 (94)100.0 (10.0)주부 8.5 남성 (52)55 3 (12.3)성별 여성 (42)44.7 20.2 50대 블루칼라 6.4 20대 이하 12.8 여성 44.7 (12)(30.0)(9.0)(50.0)경영/관리 11.7 30대 (32)34.0 /전문직 연령 40대 (24)25.5 (13.0)50대 (19)20.2 40대 25.5 (20.0)60대 (7)7 4 자영업 (9)96 사무직/기술직 57.4 (54)일반 사무 57.4 경영/관리직 (2) 2.1 /기술직 전문직/자유직 (9)96 (50.3)30대 34.0 남성 55.3 기능/숙련공/생산직 (4) 4.3 (30.0)(50.0)직업 판매/서비스직 (2) 2.1 농/임/축/어업 0.0 (0)전업 주부 (8) 8.5 20대 이하 12.8 자영업 9.6 학생 (3) 3.2 (10.0)(8.3)무직 (2) 2.1 성별 연령 직업 기타 (1)1.1

^{*}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)

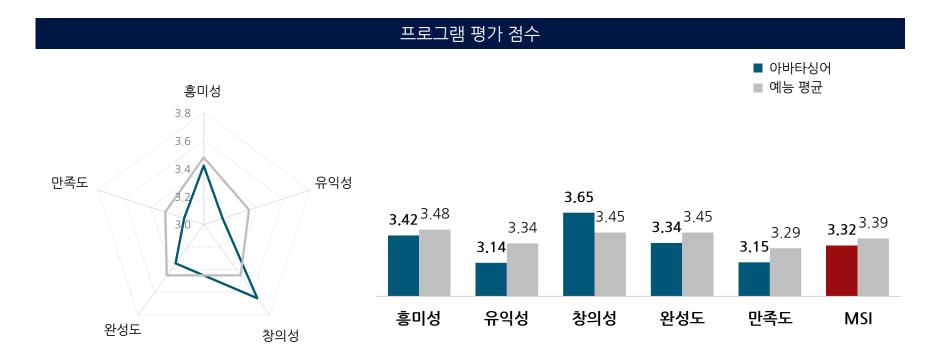
- 〈아바타싱어〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(74.5%) 으로 조사 되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(35.1%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV 시청' 및 'VOD 서비스'의 경우 모두 남성 대비 여성의 이용이 높은 것으로 나타났으며, '동영상 스트리밍'의 경우 남성의 이용이 반대로 많은 것으로 나타남



1+2순위 종합	74 511	성별		연령별					
I +2군위 중입	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(94)	(52)	(42)	(12*)	(32)	(24*)	(19*)	(7*)	
실시간 TV시청	86.2	84.6	88.1	66.7	93.8	91.7	78.9	85.7	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	51.1	48.1	54.8	50.0	50.0	33.3	73.7	57.1	
MBN 인터넷 VOD	16.0	11.5	21.4	33.3	18.8	8.3	15.8	0.0	
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	9.6	11.5	7.1	25.0	12.5	0.0	5.3	14.3	
유튜브 등 동영상 스트리밍	35.1	40.4	28.6	25.0	21.9	66.7	21.1	42.9	
기타	2.1	3.8	0.0	0.0	3.1	0.0	5.3	0.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 132

- 프로그램 평가 점수는 3.32점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점)보다 소폭 낮게 평가됨
- 각 차원 별 점수는 창의성(3.65점) 〉흥미성(3.42점) 〉완성도(3.34점) 〉 만족도(3.15점) 〉유익성(3.14점) 순임

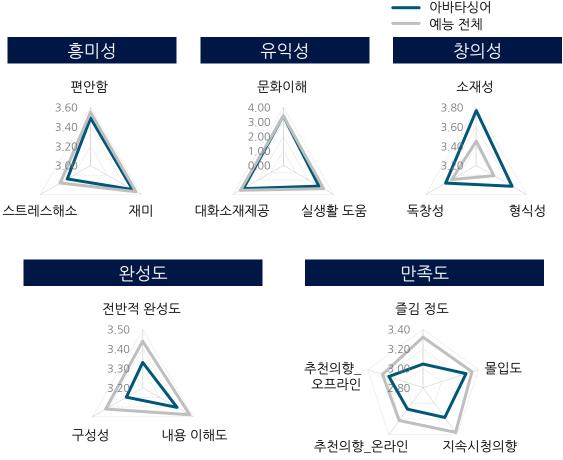




창의성 차원(3.65점)에서는 전체 예능 평균 대비 상당히 높은 수준으로 평가되었으나, 유익성(3.14점), 만족도(3.15점) 등에서 평가가 떨어져 전체 MSI는 평균 대비 낮은 수준으로 기록됨

- 〈아바타싱어〉는 창의성 차원에서는 모든 속성이 예능 전체 평균 대비 높게 평가되었으나, 나머지 차원 내속성은 모두 평균 대비 낮은 점수를 기록함
- 특히, 흥미성 차원의 '스트레스 해소'(3.28점), 유익성 차원의 '실생활 도움'(2.83점), 완성도 차원의 '구성성'(3.30점), 만족도 차원의 '즐김 정도'(3.04점) 등은 평균 대비 차이가 큰 편이었음

	아바타싱어	예능 전체
응답자수	(94)	(400)
MSI	3,32	3.39
흥미성 통합	3.42	3.48
편안함	3.49	3.55
재미	3.50	3.54
스트레스 해소	3.28	3.36
유익성 통합	3.14	3.34
문화이해	3.41	3.41
실생활 도움	2.83	3.20
대화 소재제공	3.18	3.41
창의성 통합	3.65	3.45
소재성	3.77	3.45
형식성	3,63	3.41
독창성	3,56	3.49
완성도 통합	3.34	3.45
전반적완성도	3.33	3.44
내용이해도	3.40	3.48
구성성	3.30	3.42
만족도 통합	3.15	3.29
즐김 정도	3.04	3.32
몰입도	3.27	3.33
지속시청의향	3.18	3.37
추천의향_온라인	3.07	3.22
추천의향_오프라인	3.17	3.24



• 〈아바타싱어〉는 전반적으로 남성이 여성 대비 긍정적으로 평가한 프로그램, 모든 차원 점수에서 0.1~ 0.2점 정도의 성별 간 차이를 보였으며, 특히 흥미성 차원의 '스트레스 해소' 속성에서 +0.50점, 창의성 차원의 '형식성'에서 +0.49점 등 남성이 여성 대비 높은 평가를 함

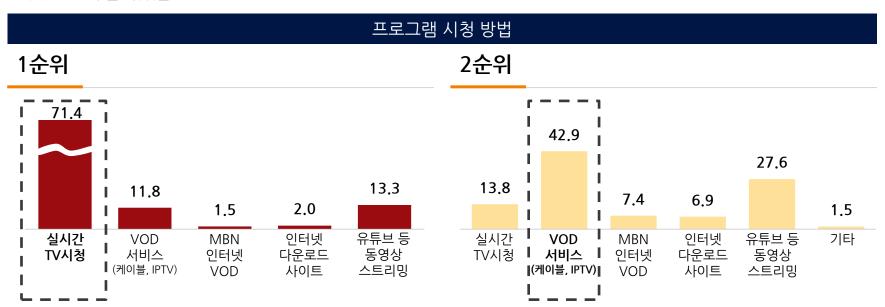
	성별											
아바타싱어		남성 연령							여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(6*)	(19*)	(17*)	(8*)	(2*)	(52)	(6*)	(13*)	(7*)	(11*)	(5*)	(42)
MSI	3.88	3,31	3.44	3.43	3.09	3.43	3.28	3.17	3.29	3.08	3.15	3.18
흥미성 통합	4.28	3.28	3.65	3.42	3.67	3.55	3,33	3.41	3.38	2.94	3.33	3.26
편안함	4.17	3.26	3.71	3.63	3.00	3.56	3.67	3.77	3.43	3.00	3.00	3.40
재미	4.50	3.37	3.59	3.38	4.00	3.60	3.50	3.54	3.43	2.91	3.80	3.38
스트레스해소	4.17	3.21	3.65	3.25	4.00	3.50	2.83	2.92	3.29	2.91	3.20	3.00
유익성 통합	3.33	3.14	3.27	3.21	3.17	3.22	3.06	3.00	3.29	3.00	2.93	3.05
문화이해	4.00	3.21	3.65	3.63	3.50	3.52	3.17	3.00	3.57	3.36	3.60	3.29
실생활 도움	2.67	3.00	2.94	2.88	3.50	2.94	2.83	2.69	3.00	2.45	2.60	2.69
대화소재제공	3.33	3.21	3.24	3.13	2.50	3.19	3.17	3.31	3.29	3.18	2.60	3.17
창의성 통합	4.17	3.82	3.61	3.92	2.67	3.76	3.44	3.51	3.48	3.61	3.47	3.52
소재성	3.67	4.00	3.76	3.75	3.00	3.81	3.50	3.77	3.71	3.82	3.60	3.71
형식성	4.67	3.79	3.65	4.00	3.00	3.85	3.50	3.15	3.43	3.45	3.40	3.36
독창성	4.17	3.68	3.41	4.00	2.00	3.63	3.33	3.62	3.29	3.55	3.40	3.48
완성도 통합	4.22	3.26	3.49	3.50	3.00	3.47	3,11	3.08	3.43	3.12	3.33	3.18
전반적 완성도	4.50	3.26	3.65	3.25	2.50	3.50	3.33	3.00	3.29	3.00	3.20	3.12
내용 이해도	4.33	3.32	3.47	3.88	3.00	3.56	2.83	3.23	3.43	3.09	3.60	3.21
구성성	3.83	3.21	3.35	3.38	3.50	3.37	3.17	3.00	3.57	3.27	3.20	3.21
만족도 통합	3.60	3.16	3.29	3.23	3.00	3.26	3.40	2.98	3.03	2.87	2.88	3.01
즐김 정도	3.50	3.05	3.18	3.13	3.00	3.15	3.83	2.92	2.57	2.64	2.80	2.90
몰입도	3.83	3.11	3.35	3.25	3.50	3.31	3.50	3.15	3.14	3.27	3.00	3.21
지속시청의향	3.83	3.32	3.35	3.25	3.00	3.37	3.50	2.92	3.00	2.73	2.80	2.95
추천의향_온라인	3.33	3.26	3.24	3.25	2.50	3.23	3.00	2.69	3.29	2.82	2.80	2.88
추천의향_오프라인	3.50	3.05	3.35	3.25	3.00	3.23	3.17	3.23	3.14	2.91	3.00	3.10

• 〈고딩엄빠1〉 시청자는 여성(54.7%)이 많았으며, 연령별로는 〈고딩엄빠2〉와 마찬가지로,40대, 직업별로는 주부, 일반 사무/기술직, 자영업자 들의 구성 대비 시청이 많았음

고딩엄빠 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 6.4 60대 이상 8.9 전체 (203)100.0 (10.0)남성 (92)45.3 주부 성별 14.8 여성 (1111)54.7 (12.3)50대 21.7 20대 이하 (22)10.8 블루칼라 (30.0)6.4 여성 (9.0)54.7 30대 (62)30.5 경영/관리 (50.0)10.3 연령 40대 (57)28.1 /전문직 50대 21.7 (44)(13.0)40대 28.1 60대 (18)89 (20.0)자영업 (21)103 사무직/기술직 (105)51.7 일반 사무 경영/관리직 (9) 4.4 51.7 /기술직 전문직/자유직 (12)5.9 (50.3)30대 기능/숙련공/생산직 30.5 (7)3.4 남성 45.3 (30.0)직업 판매/서비스직 (5) 2.5 (50.0)농/임/축/어업 (1)0.5 전업 주부 14.8 (30)자영업 20대 이하 10.8 10.3 (8.3)학생 (7)3.4 (10.0)무직 (6) 3.0 성별 연령 직업 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)

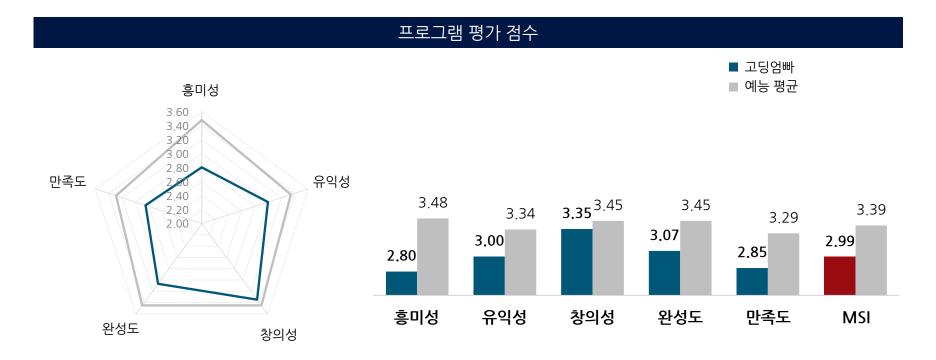
- 〈고딩엄빠1〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(71.4%) 였으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(42.9%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청', 'VOD 서비스' 등은 여성에서 소폭 이용률이 높은 것으로 확인되며, '동영상 스트리밍'의 경우 성별로는 큰 차이를 보이지 않으나 30대에서 그 이용률이 높은 것으로 확인되었음



1+2순위 종합	24 5 11	성	별			연령별		
172군귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(203)	(92)	(111)	(22*)	(62)	(57)	(44)	(18*)
실시간 TV시청	85.2	83.7	86.5	86.4	83.9	84.2	86.4	88.9
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	54.7	52.2	56.8	40.9	53.2	56.1	56.8	66.7
MBN 인터넷 VOD	8.9	9.8	8.1	27.3	4.8	7.0	9.1	5.6
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	8.9	13.0	5.4	9.1	9.7	10.5	9.1	0.0
유튜브 등 동영상 스트리밍	40.9	41.3	40.5	36.4	46.8	42.1	36.4	33.3
기타	1.5	0.0	2.7	0.0	1.6	0.0	2.3	5.6

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 137

- 프로그램 평가 점수는 2.99점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 매우 낮으며, 전체 예능 프로그램 중 가장 MSI 점수가 낮은 프로그램이었음
- 각 차원 별 점수는 창의성(3.35점) > 완성도 (3.07점) >유익성(3.00점) > 만족도(2.85점) > 흥미성(2.80점)
 순이나 창의성을 제외하고는 모든 차원에서 평균과의 점수 차이가 크게 남

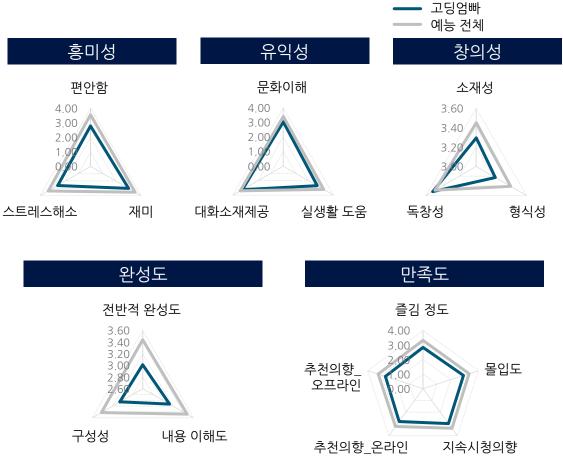




- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 크게 낮은 수준으로 평가됨
- 특히, 흥미성에서 예능 프로그램 평균 대비 -0.68점 낮은 점수를 기록함

- 〈고딩엄빠1〉은 전체 예능프로그램 중 MSI 점수가 가장 낮았으며, 창의성 차원의 '독창성(3.52점)을 제외하고는 모든 차원 내 속성이 전체 예능 평균 대비 낮은 프로그램이었음
- 특히, 흥미성 차원의 '편안함'(2.78점), 유익성 차원의 '실생활 도움'(2.70점), 완성도 차원의 '내용이해도'(3.13점), 만족도 차원의 '즐김 정도'(2.83점) 등은 평균 대비 큰 편차를 보여 개선이 필요해 보임

	고딩엄빠	예능 전체
응답자수	(203)	(400)
MSI	2.99	3.39
흥미성 통합	2.80	3.48
편안함	2.78	3.55
재미	3.01	3.54
스트레스 해소	2.61	3.36
유익성 통합	3.00	3.34
문화이해	3.04	3.41
실생활 도움	2.70	3.20
대화 소재제공	3.25	3.41
창의성 통합	3.35	3.45
소재성	3.30	3.45
형식성	3.23	3.41
독창성	3.52	3.49
완성도 통합	3.07	3.45
전반적완성도	3.01	3.44
내용이해도	3.13	3.48
구성성	3.05	3.42
만족도 통합	2.85	3.29
즐김 정도	2.83	3.32
몰입도	2.92	3.33
지속시청의향	2.98	3.37
추천의향_온라인	2.79	3.22
추천의향_오프라인	2.72	3.24



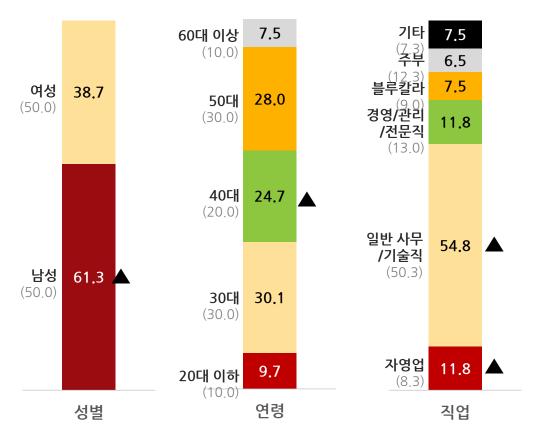
- 〈고딩엄빠1〉은 〈고딩엄빠2〉와 마찬가지로 남성 대비 여성에서의 평가가 저조했음
- 특히 흥미성 차원에서는 '스트레스 해소', 유익성 차원에서는 '실생활 도움', 창의성 차원에서는 '형식성', 완성도 차원에서는 '내용 이해도', 만족도 차원에서는 '지속시청의향' 등에서 남녀 간의 격차가 큰 것으로 나타남

						ķ	성별					
고딩엄빠	남성 연령					여성 연령						
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(11*)	(26*)	(28*)	(18*)	(9*)	(92)	(11*)	(36)	(29*)	(26*)	(9*)	(111)
MSI	3.04	2.90	3,22	3.39	3.51	3.17	3,13	2.69	2.89	3.00	2.56	2,85
흥미성 통합	2.97	2.60	3.13	3.35	3.37	3.03	3.03	2.56	2.66	2.64	2.15	2.62
편안함	2.73	2.46	3.21	3.22	3.33	2.96	3.18	2.58	2.69	2.65	2.00	2.64
재미	3.36	2.85	3.36	3.44	3.44	3.24	3.27	2.81	2.83	2.85	2.33	2.83
스트레스해소	2.82	2.50	2.82	3.39	3.33	2.89	2.64	2.28	2.45	2.42	2.11	2.38
유익성 통합	3.12	2.94	3.15	3.41	3.52	3.17	3.09	2.64	2.95	3.03	2.52	2.85
문화이해	3.18	3.04	3.25	3.56	3.89	3.30	2.91	2.50	2.90	3.12	2.89	2.82
실생활 도움	3.00	2.73	2.93	3.17	3.33	2.97	2.82	2.31	2.62	2.62	1.89	2.48
대화소재제공	3.18	3.04	3.29	3.50	3.33	3.25	3.55	3.11	3.34	3.35	2.78	3.24
창의성 통합	3,15	3.24	3.46	3.67	3.85	3.44	3.18	2.99	3.40	3.58	3.15	3.27
소재성	2.82	3.23	3.46	3.61	3.78	3.38	3.09	3.08	3.21	3.54	3.11	3.23
형식성	3.09	3.38	3.32	3.67	3.89	3.43	3.09	2.78	3.21	3.35	2.78	3.05
독창성	3.55	3.12	3.61	3.72	3.89	3.51	3.36	3.11	3.79	3.85	3.56	3.52
완성도 통합	3,15	2.99	3.26	3.43	3.56	3.23	3.33	2.62	2.92	3.23	2.81	2.93
전반적 완성도	2.91	3.08	3.21	3.33	3.33	3.17	3.45	2.67	2.83	3.04	2.67	2.87
내용 이해도	3.82	2.92	3.32	3.50	3.56	3.33	3.18	2.64	3.00	3.31	3.00	2.97
구성성	2.73	2.96	3.25	3.44	3.78	3.20	3.36	2.56	2.93	3.35	2.78	2.94
만족도 통합	2.91	2.79	3.13	3.22	3.36	3.05	3.05	2.65	2.66	2.72	2.33	2.68
즐김 정도	3.00	2.81	3.07	3.39	3.22	3.07	3.27	2.69	2.59	2.54	2.11	2.64
몰입도	2.91	2.69	3.25	3.28	3.44	3.08	3.00	2.81	2.79	2.88	2.22	2.79
지속시청의향	3.00	2.96	3.39	3.39	3.44	3.23	3.00	2.81	2.76	2.69	2.56	2.77
추천의향_온라인	2.82	2.81	3.11	2.94	3.44	2.99	2.82	2.56	2.62	2.73	2.33	2.62
추천의향_오프라인	2.82	2.69	2.82	3.11	3.22	2.88	3.18	2.39	2.52	2.73	2.44	2.59

- 〈그리스로마신화 신들의 사생활〉 시청자는 남성(61.3%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대에서 구성 대비 시청자가 많았음
- 직업별로는 일반 사무/기술직, 자영업자의 비중이 상대적으로 높은 편으로 확인됨

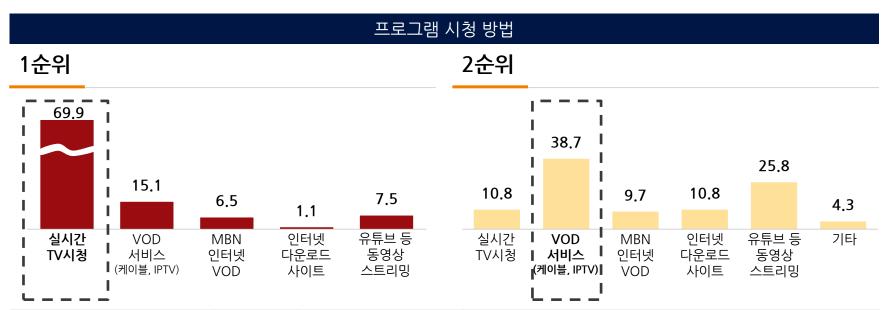
그리스로마신화 신들의 사생활 시청 경험자 현황

	구분	사례수(명)	비율(%)
	전체	(93)	100.0
성별	남성	(57)	61.3
6 E	여성	(36)	38.7
	20대 이하	(9)	9.7
	30대	(28)	30.1
연령	40대	(23)	24.7
	50대	(26)	28.0
	60대 이상	(7)	7.5
	자영업	(11)	11.8
	사무직/기술직	(51)	54.8
	경영/관리직	(5)	5.4
	전문직/자유직	(6)	6.5
	기능/숙련공/생산직	(6)	6.5
직업	판매/서비스직	(1)	1.1
	농/임/축/어업	(0)	0.0
	전업 주부	(6)	6.5
	학생	(3)	3.2
	무직	(3)	3.2
	기타	(1)	1.1



^{*}직업 분류: **자영업**(자영업), **일반사무/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)

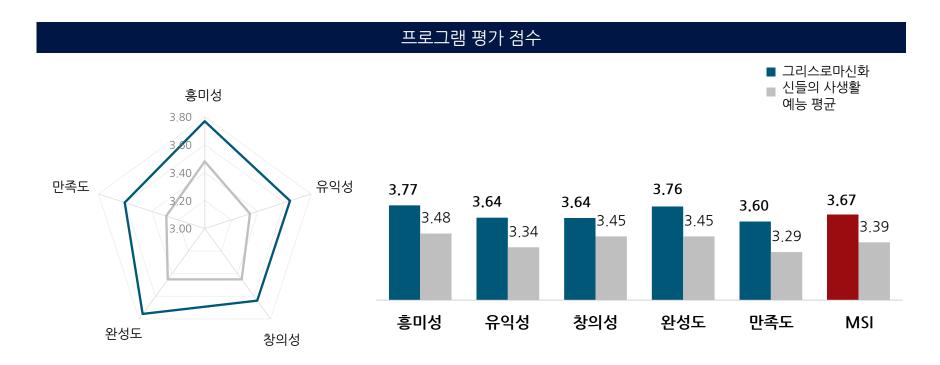
- 〈그리스로마신화 신들의 사생활〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(69.9%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(38.7%)가 높게 나타남
- '실시간 TV시청'은 남녀간 비율이 비슷했으나, 'VOD 서비스'는 여성이, '동영상 스트리밍'은 남성의 이용이 더욱 높은 것으로 조사됨



1+2순위 종합	74 511	성별		연령별					
I + 2 군위 중입	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(93)	(57)	(36)	(9*)	(28*)	(23*)	(26*)	(7*)	
실시간 TV시청	80.6	80.7	80.6	33.3	82.1	91.3	84.6	85.7	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	53.8	52.6	55.6	77.8	46.4	52.2	50.0	71.4	
MBN 인터넷 VOD	16.1	15.8	16.7	44.4	17.9	17.4	7.7	0.0	
인터넷 다운로드 사이트	11.8	12.3	11.1	11.1	17.9	4.3	11.5	14.3	
유튜브 등 동영상 스트리밍	33.3	35.1	30.6	33.3	28.6	34.8	38.5	28.6	
기타	4.3	3.5	5.6	0.0	7.1	0.0	7.7	0.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 142

- 프로그램 평가 점수는 3.67점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 상당히 높게 나타났으며, 전체 예능 프로그램 중 가장 MSI 점수가 높은 것으로 나타남
- 각 차원별 점수는 흥미성 (3.77점) > 완성도(3.76점)> 유익성 = 창의성(3.64점) > 만족도(3.60점) 순임

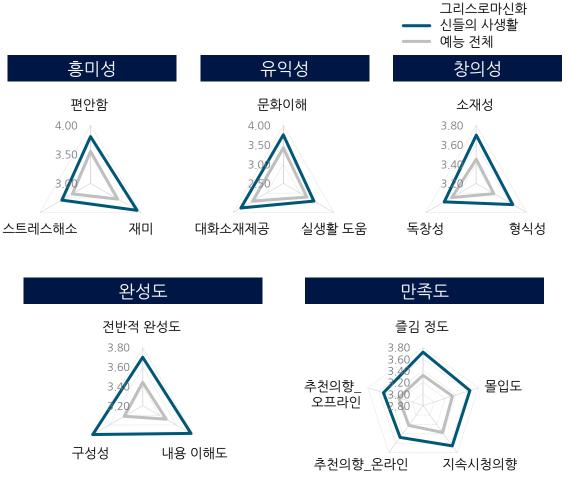




- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 높게 평가됨
- 특히, 만족도에서 예능 평균 대비+0.31점 높게 평가됨

• 〈그리스로마신화 - 신들의 사생활〉은 모든 차원 내 모든 속성에서 전체 예능 평균 대비 긍정적으로 평가되었으며, 흥미성 차원에서는 '재미'(3.92점), 유익성에서는 '대화소재제공'(3.76점). 창의성에서는 '소재성'(3.70점), 완성도에서는 '구성성'(3.80점), 만족도에서는 '즐김 정도'(3.72점) 에서 평균 대비 특히 좋은 평가를 받음

	그리스로마신화 신들의 사생활	예능 전체
응답자 수	(93)	(400)
MSI	3.67	3.39
흥미성 통합	3.77	3.48
편안함	3,81	3.55
재미	3.92	3.54
스트레스 해소	3.57	3.36
유익성 통합	3.64	3.34
문화이해	3.75	3.41
실생활 도움	3.41	3.20
대화소재제공	3.76	3.41
창의성 통합	3.64	3.45
소재성	3.70	3.45
형식성	3,63	3.41
독창성	3.58	3.49
완성도 통합	3.76	3.45
전반적완성도	3.70	3.44
내용이해도	3.77	3.48
구성성	3.80	3.42
만족도 통합	3.60	3.29
즐김 정도	3.72	3.32
몰입도	3.65	3.33
지속시청의향	3.66	3.37
추천의향_온라인	3.47	3.22
추천의향_오프라인	3.52	3.24



5) 그리스로마신화 - 신들의 사생활

• 〈그리스로마신화 - 신들의 사생활〉은 전반적으로는 성별간 비슷한 수준의 MSI 점수를 보였으나, 남성은 흥미성,만족도에서, 여성은 창의성, 완성도에서의 평가가 반대편 성별 대비 높았음

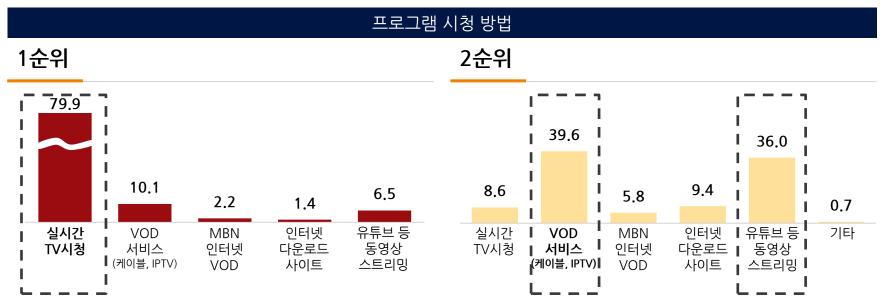
	성별													
그리스로마신화 시트의 사생화			남성	연령					여성	연령				
신들의 사생활	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계		
사례수	(6*)	(19*)	(16*)	(10*)	(6*)	(57)	(3*)	(9*)	(7*)	(16*)	(1*)	(36)		
MSI	3.71	3.61	3.78	3.63	3.71	3.68	3.47	3.27	3.84	3.74	5.00	3.66		
흥미성 통합	3.50	3.60	4.04	3.93	3.94	3.81	3,44	3.22	3.90	3.85	5.00	3.70		
편안함	4.17	3.53	4.06	3.90	4.00	3.86	3.33	3.44	3.86	3.81	5.00	3.72		
재미	3.33	3.79	4.13	4.10	4.17	3.93	3.67	3.22	4.29	4.13	5.00	3.92		
스트레스해소	3.00	3.47	3.94	3.80	3.67	3.63	3.33	3.00	3.57	3.63	5.00	3.47		
유익성 통합	3.72	3.61	3.73	3.63	3.50	3.65	3,33	3.26	3.71	3.77	5.00	3.63		
문화이해	3.50	3.68	3.69	3.90	4.17	3.75	3.33	3.22	3.71	4.06	5.00	3.75		
실생활 도움	3.50	3.58	3.56	3.30	2.83	3.44	3.00	3.11	3.57	3.38	5.00	3.36		
대화소재제공	4.17	3.58	3.94	3.70	3.50	3.75	3.67	3.44	3.86	3.88	5.00	3.78		
창의성 통합	3.72	3.49	3.71	3.57	3.72	3.61	3.22	3.33	3.90	3.77	5.00	3.68		
소재성	4.17	3.53	3.75	3.80	3.83	3.74	3.33	3.22	3.86	3.75	5.00	3.64		
형식성	3.50	3.53	3.63	3.60	3.67	3.58	3.33	3.44	3.86	3.81	5.00	3.72		
독창성	3.50	3.42	3.75	3.30	3.67	3.53	3.00	3.33	4.00	3.75	5.00	3.67		
완성도 통합	3.83	3.68	3.79	3.73	3.61	3.73	3.89	3.19	3.86	4.02	5.00	3.80		
전반적 완성도	3.50	3.68	3.94	3.60	3.50	3.70	3.33	3.22	3.86	3.88	5.00	3.69		
내용 이해도	4.00	3.63	3.75	3.90	3.67	3.75	4.00	3.11	4.00	4.00	5.00	3.81		
구성성	4.00	3.74	3.69	3.70	3.67	3.74	4.33	3.22	3.71	4.19	5.00	3.89		
만족도 통합	3.73	3.65	3.69	3.42	3.73	3.64	3.47	3.33	3.83	3.46	5.00	3.54		
즐김 정도	3.83	3.79	3.81	3.40	3.83	3.74	4.67	3.44	3.71	3.56	5.00	3.69		
몰입도	4.17	3.58	3.75	3.60	3.67	3.70	3.67	3.11	3.86	3.56	5.00	3.56		
지속시청의향	3.33	3.74	3.81	3.50	4.00	3.70	3.67	3.22	4.00	3.50	5.00	3.58		
추천의향_온라인	3.67	3.58	3.50	3.30	3.67	3.53	2.67	3.33	3.86	3.25	5.00	3.39		
추천의향_오프라인	3.67	3.58	3.56	3.30	3.50	3.53	2.67	3.56	3.71	3.44	5.00	3.50		

 〈돌싱글즈3〉시청자는 성별 간 비슷했으나. 남성(51.1%) 시청자가 소폭 더 많은 것으로 조사되었으며, 연령별로는 30대, 직업별로는 일반 사무/기술직, 자영업자 층에서 구성 대비 시청 경험이 더 많은 것으로 조사되었음

돌싱글즈3 시청 경험자 현황 구성 사례수(명) 비율(%) 기타 2.9 60대 이상 5.8 (7.3)전체 (139)100.0 (10.0)주부 11.5 남성 (71)51 1 성별 (12.3)여성 (68)48.9 블루칼라 50대 25.2 8.6 20대 이하 (30.0)(9.0)8.6 (12)48.9 여성 경영/관리 30대 (46)33.1 12.2 (50.0)/전문직 연령 40대 27.3 (38)(13.3)50대 25.2 (35)40대 27.3 60대 이상 (8) 5 8 (20.0)자영업 (15)108 사무직/기술직 (75)54.0 일반 사무 54.0 경영/관리직 (9) 6.5 /기술직 전문직/자유직 (8) 5.8 (50.3)기능/숙련공/생산직 5.8 남성 (8) 51.1 33.1 30대 (50.0)직업 판매/서비스직 2.2 (3) (30.0)농/임/축/어업 0.7 (1)전업 주부 (16)11 5 자영업 20대 이하 10.8 8.6 (8.3)학생 (3) 2.2 (10.0)무직 (1)0.7 성별 연령 직업 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)

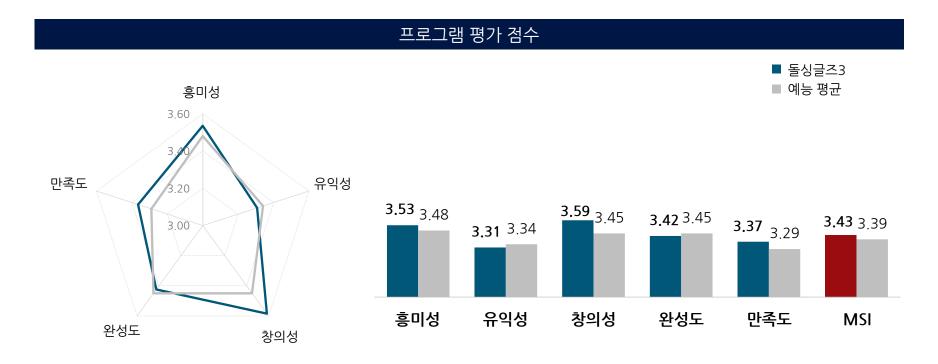
- 〈돌싱글즈3〉를 시청하는 주요 방법으로 '실시간 TV시청'(79.9%)가 1순위, 'VOD 서비스'(39.6%) 및, '유튜브 등 동영상 스트리밍'(36.0%) 등이 2순위로 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 살펴보면, '실시간 TV시청'의 경우 여성, 40대 에서 이용이 상대적으로 높으며, 'VOD 서비스'의 경우 여성, 50대에서 이용률이 높게 나타났음
- 30대의 경우 다른 연령층 대비 다양한 방법을 이용해 시청한 것으로 보임



1+2순위 종합	전체	성	별	연령별					
172판귀 중합	신세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(139)	(71)	(68)	(12*)	(46)	(38)	(35)	(8*)	
실시간 TV시청	88.5	83.1	94.1	75.0	87.0	92.1	88.6	100.0	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	49.6	47.9	51.5	50.0	39.1	50.0	60.0	62.5	
MBN 인터넷 VOD	7.9	9.9	5.9	16.7	10.9	5.3	5.7	0.0	
인터넷 다운로드 사이트	10.8	15.5	5.9	16.7	17.4	7.9	5.7	0.0	
유튜브 등 동영상 스트리밍	42.4	42.3	42.6	41.7	43.5	44.7	40.0	37.5	
기타	0.7	1.4	0.0	0.0	2.2	0.0	0.0	0.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %]

- 프로그램 평가 점수는 3.43점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점)과 유사하나 소폭 높은 점수를 받았으며, 이는 전 시즌 대비 -0.08점 낮아진 점수임
- 각 차원별 점수는 창의성(3.59점) 〉흥미성(3.53점) 〉완성도(3.42점) 〉 만족도(3.37점) 〉유익성(3.31점) 순임

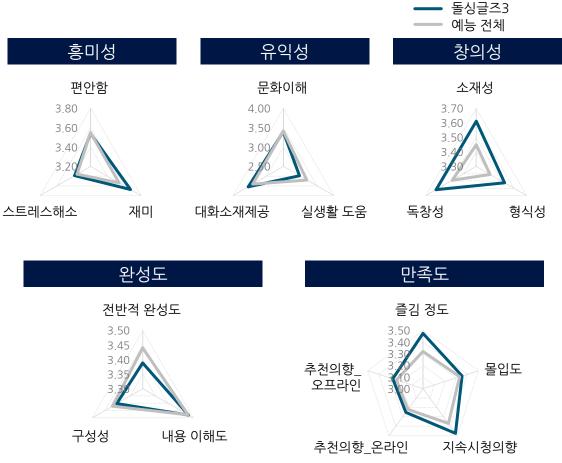




- MSI 기준 : 돌싱글즈 시즌1 = 시즌2(3.51점) > 시즌3 (3.43점)
- · 창의성, 흥미성, 만족도 등에서는 예능 프로그램 평균 대비 높게 평가되었으나 유익성, 완성도 등에서 평균 대비 낮은 평가를 받음

- 〈돌싱글즈3〉는 흥미성 차원에서는 '재미'(3.68점)가, 유익성 차원에서는 '대화소재제공'(3.55점)이, 창의성 차원에서는 '소재성'(3.61점)이, 만족도 차원에서는 '즐김 정도'(3.47점)가 평균 대비 높은 평가를 받았음
- 반면, 완성도 차원에서는 속성 모두 평균 대비 비슷하거나 낮은 점수를 보임

	돌싱글즈3	예능 전체
응답자 수	(139)	(400)
MSI	3.43	3.39
흥미성 통합	3.53	3.48
편안함	3.54	3.55
재미	3.68	3.54
스트레스 해소	3.39	3.36
유익성 통합	3.31	3.34
문화이해	3.40	3.41
실생활 도움	2.98	3.20
대화소재제공	3.55	3.41
창의성 통합	3.59	3.45
소재성	3,61	3.45
형식성	3,53	3.41
독창성	3.62	3.49
완성도 통합	3.42	3.45
전반적완성도	3.39	3.44
내용이해도	3.48	3.48
구성성	3.40	3.42
만족도 통합	3.37	3.29
즐김 정도	3.47	3.32
몰입도	3,35	3.33
지속시청의향	3.47	3.37
추천의향_온라인	3.25	3.22
추천의향_오프라인	3.27	3.24



- 〈돌싱글즈3〉는 흥미성에서는 비슷했으나, 나머지 차원에서 여성의 평가가 남성 대비 높은 것으로 조사되었음
- 특히 유익성 차원의 '문화이해'(3.46점), 창의성 차원의 '독창성'(3.74점), 완성도 차원의 '내용이해도'(3.56점), 만족도 차원의 '즐김 정도', '몰입도'(3.53점) 등의 속성에서 여성의 평가가 더욱 긍정적이었음

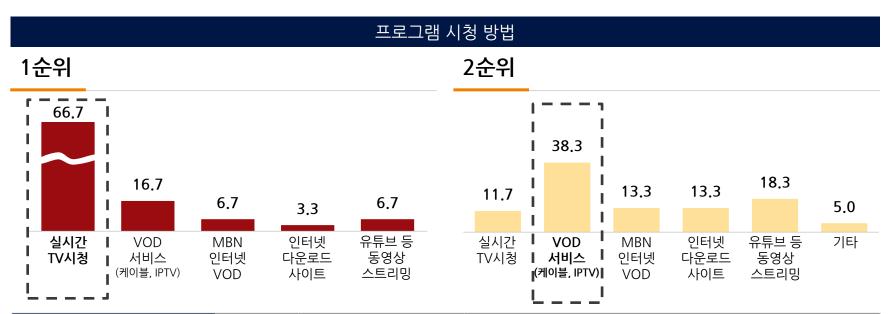
						Ą	성별					
돌싱글즈3			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(8*)	(21*)	(22*)	(16*)	(4*)	(71)	(4*)	(25*)	(16*)	(19*)	(4*)	(68)
MSI	3,23	3.51	3.24	3.54	3.50	3.40	3,53	3,35	3.57	3.49	3,66	3.47
흥미성 통합	3.17	3,63	3.45	3.67	3.58	3.53	3.42	3.40	3.63	3.58	4.00	3.54
편안함	3.25	3.67	3.32	3.88	3.75	3.56	3.75	3.40	3.56	3.47	4.00	3.51
재미	2.88	3.52	3.68	3.75	3.50	3.55	3.50	3.60	3.88	4.05	4.00	3.81
스트레스해소	3.38	3.71	3.36	3.38	3.50	3.48	3.00	3.20	3.44	3.21	4.00	3.29
유익성 통합	3.17	3.37	3.06	3.42	3.58	3.27	3.33	3.20	3.54	3.32	3.58	3.34
문화이해	3.13	3.48	3.14	3.44	3.75	3.34	3.25	3.32	3.56	3.58	3.50	3.46
실생활 도움	3.13	2.95	2.73	3.25	3.25	2.99	3.00	2.88	3.06	2.95	3.25	2.97
대화소재제공	3.25	3.67	3.32	3.56	3.75	3.49	3.75	3.40	4.00	3.42	4.00	3.60
창의성 통합	3.17	3.60	3.47	3.69	3.42	3.52	4.17	3.45	3.79	3.68	3.67	3.65
소재성	2.88	3.62	3.50	3.88	3.50	3.55	4.00	3.44	3.94	3.68	3.75	3.68
형식성	3.25	3.57	3.50	3.63	3.25	3.51	4.50	3.36	3.63	3.53	3.50	3.54
독창성	3.38	3.62	3.41	3.56	3.50	3.51	4.00	3.56	3.81	3.84	3.75	3.74
완성도 통합	3.54	3.38	3.18	3.52	3.50	3.38	3.25	3.32	3.56	3.63	3.58	3.48
전반적 완성도	3.38	3.14	3.18	3.50	3.50	3.28	3.50	3.40	3.63	3.47	3.75	3.50
내용 이해도	3.88	3.38	3.18	3.50	3.50	3.41	3.00	3.40	3.56	3.89	3.50	3.56
구성성	3.38	3.62	3.18	3.56	3.50	3.44	3.25	3.16	3.50	3.53	3.50	3.37
만족도 통합	3.15	3.53	3.12	3.46	3.45	3.34	3.50	3.36	3.43	3.35	3.55	3.39
즐김 정도	3.00	3.71	3.18	3.63	3.25	3.42	3.75	3.52	3.69	3.26	4.00	3.53
몰입도	2.88	3.43	3.23	3.44	3.25	3.30	3.00	3.40	3.50	3.47	3.25	3.41
지속시청의향	3.25	3.67	3.27	3.50	3.75	3.46	3.75	3.48	3.44	3.42	3.75	3.49
추천의향_온라인	3.50	3.38	2.91	3.38	3.50	3.25	3.50	3.24	3.19	3.26	3.25	3.25
추천의향_오프라인	3.13	3.48	3.00	3.38	3.50	3.27	3.50	3.16	3.31	3.32	3.50	3.28

• 〈아나프리해〉 시청자는 남성의 비중이 여성 대비 큰 편으로 나타났으며 연령별로는 30대/40대, 직업별로는 자영업, 일반 사무/기술직 종사자 층에서 구성 대비 높은 시청 비중을 보임

아나프리해 시청 경험자 현황 구성 사례수(명) 비율(%) 기타 6.7 8.3 60대 이상 전체 (60)100.0 (10.0)남성 (39)65 0 8.3 성별 (12.3)여성 50대 (21)35.0 16.7 여성 35.0 블루칼라 11.7 (30.0)20대 이하 (5) 8.3 (50.0)(9.0)30대 (19)31.7 경영/관리 8.3 /전문직 연령 40대 (21)35.0 (13.0)50대 16.7 (10)40대 35,0 60대 이상 (5) 83 (20.0)자영업 (6)100 사무직/기술직 55.0 (33)일반 사무 55.0 경영/관리직 (2) 3.3 /기술직 남성 65.0 전문직/자유직 5 0 (3) (50.3)(50.0)기능/숙련공/생산직 (6) 100 30대 31.7 (30.0)직업 판매/서비스직 (1)1.7 농/임/축/어업 0.0 (0)전업 주부 (5) 8.3 자영업 10.0 20대 이하 8.3 (8.3)학생 (2) 3.3 (10.0)무직 (1)1.7 성별 연령 직업 기타 (1)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)

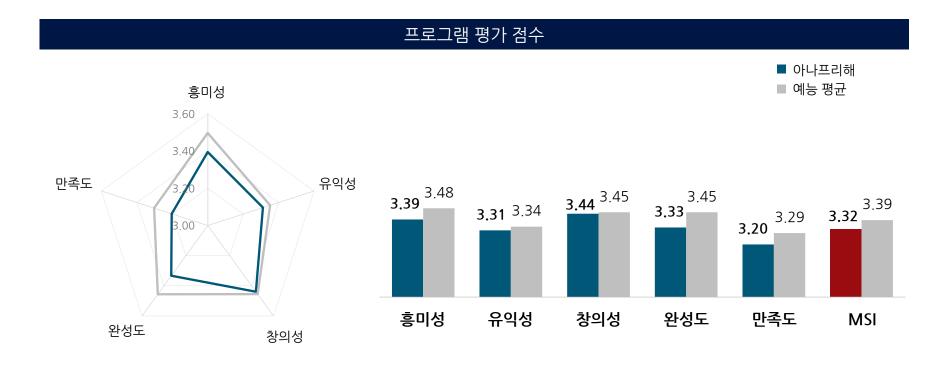
• 〈아나프리해〉를 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(66.7%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(38.3%) 가 높게 나타났으며, '동영상 스트리밍' 이용은 다른 프로그램 대비 저조한 편이었음(18.3%)



1+2순위 종합	74 511	성	별	연령별					
I +2군위 중입	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(60)	(39)	(21*)	(5*)	(19*)	(21*)	(10*)	(5*)	
실시간 TV시청	78.3	76.9	81.0	60.0	89.5	81.0	60.0	80.08	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	55.0	51.3	61.9	60.0	63.2	42.9	60.0	60.0	
MBN 인터넷 VOD	20.0	25.6	9.5	40.0	15.8	28.6	10.0	0.0	
인터넷 다운로드 사이트	16.7	23.1	4.8	40.0	10.5	9.5	30.0	20.0	
유튜브 등 동영상 스트리밍	25.0	20.5	33.3	0.0	15.8	38.1	30.0	20.0	
기타	5.0	2.6	9.5	0.0	5.3	0.0	10.0	20.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 152

- 프로그램 평가 점수는 3.32점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 소폭 낮았음
- 각 차원별 점수는 창의성(3.44점) 〉흥미성(3.39점) 〉 완성도(3.33점) 〉 유익성(3.31점)〉 만족도(3.20점) 순임



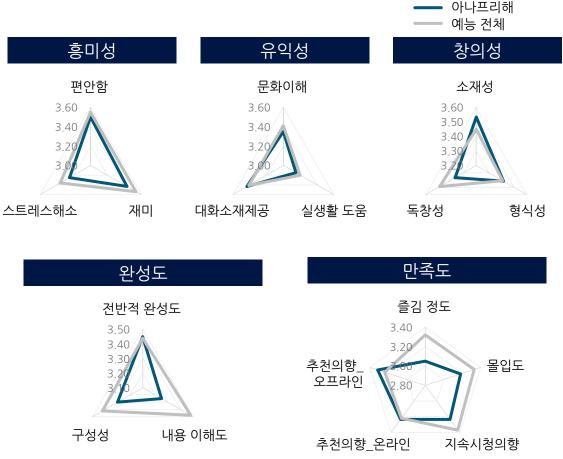


• 모든 속성에서 전체 예능 평균 대비 점수가 낮은 편이었으며, 특히 완성도 차원에서 전체 평균 대비 -0.12점 낮은 점수를 기록해 편차가 큰 것으로 나타남

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 점]

- 〈아나프리해〉는 창의성 차원의 '소재성'(3.53점), 만족도 차원의 '추천의향' (온라인 3.23점 오프라인 3.32점) 에서는 평균 대비 높은 평가를 받았으나 , 나머지 속성들에서는 모두 평균과 유사하거나 낮은 평가를 받음
- 특히, 완성도 차원의 '내용 이해도'(3.25점)에서 평균 대비 낮은 평가를 받았고, 절대적으로는 '실생활도움'(3.15점)에 대한 점수가 낮아 다음 시즌이 제작된다면 개선이 필요할 것으로 보임

	아나프리해	예능 전체
응답자 수	(60)	(400)
MSI	3.32	3.39
흥미성 통합	3.39	3.48
편안함	3.50	3.55
재미	3.43	3.54
스트레스 해소	3.25	3.36
유익성 통합	3.31	3.34
문화이해	3.35	3.41
실생활 도움	3.15	3.20
대화소재제공	3.43	3.41
창의성 통합	3.44	3.45
소재성	3,53	3.45
형식성	3.42	3.41
독창성	3.37	3.49
완성도 통합	3,33	3.45
전반적완성도	3.45	3.44
내용이해도	3.25	3.48
구성성	3.30	3.42
만족도 통합	3.20	3.29
즐김 정도	3.05	3.32
몰입도	3.18	3.33
지속시청의향	3.23	3.37
추천의향_온라인	3.23	3.22
추천의향_오프라인	3.32	3.24



* 여성 시청자 30샘플 미만으로 데이터 참고

						Ę	 성별					
아나프리해			남성	연령			여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(3*)	(13*)	(15*)	(6*)	(2*)	(39)	(2*)	(6*)	(6*)	(4*)	(3*)	(21*)
MSI	3.82	3.39	3.04	3,66	2.91	3.30	3.85	3.21	3.45	3,37	3.08	3.35
흥미성 통합	3.22	3.33	3.11	3.89	2.83	3.30	3.83	3.61	3.50	3.42	3.67	3.57
편안함	3.33	3.31	3.27	4.00	3.00	3.38	4.00	3.67	3.67	3.75	3.67	3.71
재미	3.33	3.46	3.07	3.83	3.00	3.33	4.00	3.83	3.50	3.25	3.67	3.62
스트레스해소	3.00	3.23	3.00	3.83	2.50	3.18	3.50	3.33	3.33	3.25	3.67	3.38
유익성 통합	3.67	3.49	3.13	3.56	2.83	3.34	3.33	3.06	3.50	3.25	3.11	3.25
문화이해	3.00	3.54	3.13	3.67	3.00	3.33	3.50	3.00	3.67	3.25	3.67	3.38
실생활 도움	4.67	3.31	2.93	3.33	2.50	3.23	2.50	2.83	3.17	3.50	2.67	3.00
대화소재제공	3.33	3.62	3.33	3.67	3.00	3.46	4.00	3.33	3.67	3.00	3.00	3.38
창의성 통합	4.22	3.33	3.11	3.72	2.83	3.35	4.33	3.39	3.67	3.67	3.33	3.60
소재성	4.33	3.46	3.20	3.83	3.00	3.46	4.00	3.50	4.00	3.75	3.00	3.67
형식성	4.67	3.31	3.13	3.50	3.00	3.36	5.00	3.17	3.50	3.50	3.33	3.52
독창성	3.67	3.23	3.00	3.83	2.50	3.23	4.00	3.50	3.50	3.75	3.67	3.62
완성도 통합	4.00	3.41	2.96	3.78	2.83	3.31	3.33	3.06	3.50	3.58	3.56	3.38
전반적 완성도	4.33	3.38	3.13	3.83	3.00	3.41	4.00	3.17	3.50	3.75	3.67	3.52
내용 이해도	3.33	3.38	2.80	3.67	2.50	3.15	3.00	3.17	3.67	3.50	3.67	3.43
구성성	4.33	3.46	2.93	3.83	3.00	3.36	3.00	2.83	3.33	3.50	3.33	3.19
만족도 통합	3.93	3.38	2.95	3.47	3.10	3.26	4.20	3.03	3.23	3.10	2.27	3.10
즐김 정도	3.00	3.31	3.00	3.33	3.00	3.15	5.00	2.83	2.83	2.75	1.67	2.86
몰입도	4.00	3.15	3.00	3.33	3.00	3.18	3.00	3.17	3.50	3.25	2.67	3.19
지속시청의향	3.67	3.31	3.07	3.67	3.00	3.28	4.00	3.17	3.33	3.25	2.00	3.14
추천의향_온라인	4.67	3.38	2.73	3.50	3.50	3.26	4.00	3.17	3.33	3.25	2.33	3.19
추천의향_오프라인	4.33	3.77	2.93	3.50	3.00	3.41	5.00	2.83	3.17	3.00	2.67	3.14

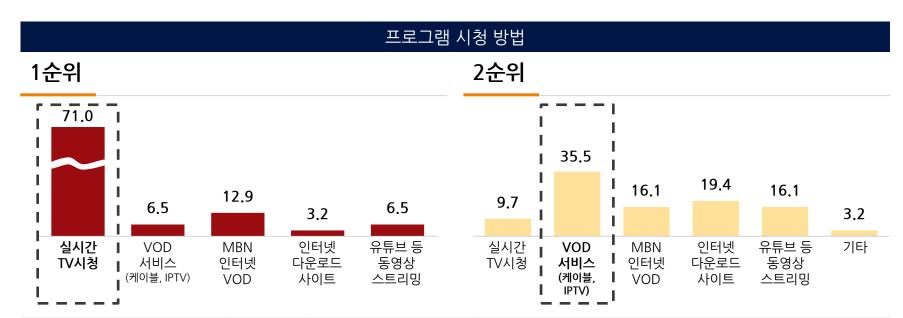
- 〈디오리진〉 시청자는 전체 예능 프로그램 중 가장 적은 것으로 조사되었으며, 남성의 비중(64.5%)이 여성 대비 높으며, 연령별로는 20대 이하~40대에서 구성 대비 시청자의 비중이 높은 것으로 나타남
- 직업별로는 자영업, 일반 사무/기술직 종사자에서 구성 대비 시청자의비중이 높았음

디오리진 시청 경험자 현황

	구분	사례수(명)	비율(%)			60대 이상		기타				
	전체	(31)	100.0			(10.0)	6.5	(7.3) 9.7				
성별	남성	(20)	64.5			50대	6.5	블루칼라				
70 E	여성	(11)	35.5	여성	여성 35.5	(30.0)		(9.0) 9.7				
	20대 이하	(7)	22.6	(50.0)		40대	25.0	경영/관리 (건무기 9.7				
	30대	(12)	38.7			(20.0)	25.8	/전문직 (13.0)				
연령	40대	(8)	25.8			(==:=)		(13.0)				
	50대	(2)	6.5									
	60대 이상	(2)	6.5									
	자영업	(5)	16.1					ALW 115				
	사무직/기술직	(17)	54.8			30대	38.7	▲ 일반 사무 54.8 /기술직				
	경영/관리직	(0)	0.0			(30.0)		(50.3)				
	전문직/자유직	(3)	9.7	남성	64.5							
	기능/숙련공/생산직	(2)	6.5	(50.0)								
직업	판매/서비스직	(1)	3.2									
	농/임/축/어업	(0)	0.0			20511 01-1	22.6					
	전업 주부	(0)	0.0			20대 이하 (10.0)	22.6	자영업 16.1				
	학생	(3)	9.7			(10.0)		(8.3)				
	무직	(0)	0.0		서버		어려	7101	_			
	기타	(0)	0.0		성별		연령	직업				

^{*}직업 분류: 자영업(자영업), 일반사무/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)

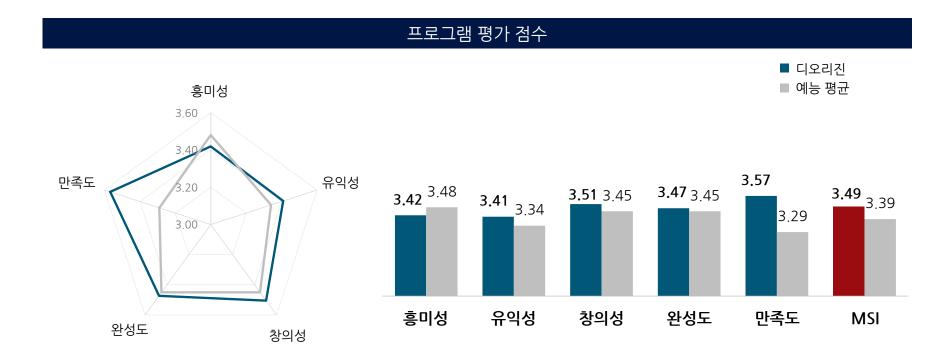
• 〈디오리진〉을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(71.0%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(35.5%)가 높게 나타났으며, '동영상 스트리밍'은 16.1% 로 높지 않은 것으로 조사됨



1 : 2人이 조하	전체	성	별	연령별					
1+2순위 종합	건세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(31)	(20*)	(11*)	(7*)	(12*)	(8*)	(2*)	(2*)	
실시간 TV시청	80.6	90.0	63.6	71.4	83.3	87.5	50.0	100.0	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	41.9	40.0	45.5	28.6	50.0	37.5	50.0	50.0	
MBN 인터넷 VOD	29.0	25.0	36.4	57.1	16.7	12.5	50.0	50.0	
인터넷 다운로드 사이트	22.6	20.0	27.3	28.6	25.0	25.0	0.0	0.0	
유튜브 등 동영상 스트리밍	22.6	20.0	27.3	14.3	16.7	37.5	50.0	0.0	
기타	3.2	5.0	0.0	0.0	8.3	0.0	0.0	0.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 157

- 프로그램 평가 점수는 3.49점으로, 전체 예능 프로그램 평균(3.39점) 대비 +0.10점 높은 점수를 받음
- 각 차원별 점수는 만족도(3.57점) > 창의성(3.51점) > 완성도 (3.47점) > 흥미성(3.42점)>유익성(3.41점) 순임

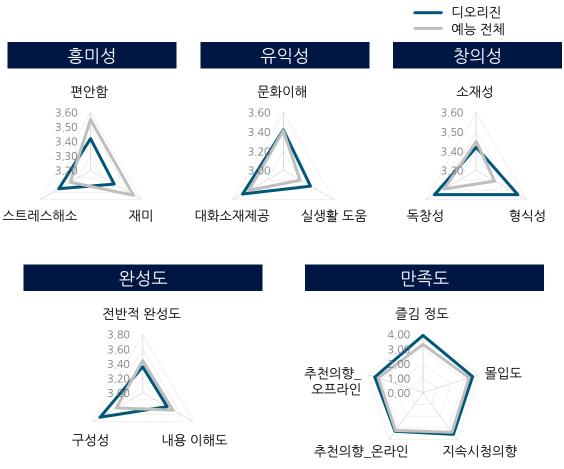




• 흥미성을 제외한 모든 차원에서 전체 예능 평균 대비 높은 점수를 기록했으며, 특히 만족도(3.57점)에서 예능 프로그램 평균 대비 +0.28점의 높은 평가를 받음

- 흥미성 차원에서는 '스트레스 해소'(3.45점)가, 유익성 차원에서는 '실생활 도움'(3.32점), '대화소재제공'(3.48점)이, 창의성 차원에서는 '형식성'(3.55점), '독창성'(3.55점)이, 완성도 차원에서는 '구성성'(3.68점)이, 만족도 차원에서는 모든 지표가 평균 대비 좋은 평가를 얻음
- 특히 만족도 차원의 즐김 정도(3.94점)는 평균 대비 +0.62점의 매우 긍정적인 평가를 받은 것으로 나타남

	디오리진	예능 전체
응답자 수	(31)	(400)
MSI	3.49	3.39
흥미성 통합	3.42	3.48
편안함	3.42	3.55
재미	3.39	3.54
스트레스 해소	3,45	3.36
유익성 통합	3.41	3.34
문화이해	3.42	3.41
실생활 도움	3.32	3.20
대화 소재제공	3.48	3.41
창의성 통합	3.51	3.45
소재성	3.42	3.45
형식성	3.55	3.41
독창성	3.55	3.49
완성도 통합	3.47	3.45
전반적완성도	3.35	3.44
내용이해도	3.39	3.48
구성성	3,68	3.42
만족도 통합	3.57	3.29
즐김 정도	3.94	3.32
몰입도	3,58	3.33
지속시청의향	3.55	3.37
추천의향_온라인	3.29	3.22
추천의향_오프라인	3.48	3.24



• * Seg별 시청자 30샘플 미만으로 데이터 참고

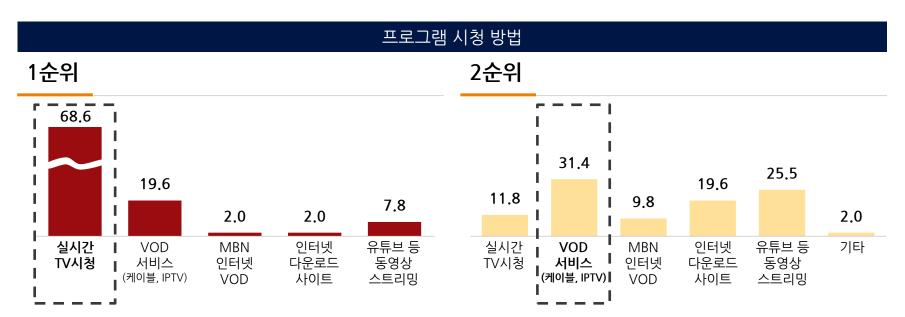
	성별											
디오리진			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(9*)	(6*)	(1*)	(2*)	(20*)	(2*)	(6*)	(6*)	(4*)	(3*)	(11*)
MSI	4.15	3,33	3,33	4.65	3.26	3.47	3.85	3.21	3.45	3,37	3.08	3,51
흥미성 통합	4.00	3.19	3.28	4.67	3.67	3.42	3.83	3.61	3.50	3.42	3.67	3.42
편안함	4.00	3.11	3.33	5.00	3.50	3.40	4.00	3.67	3.67	3.75	3.67	3.45
재미	4.00	3.00	3.33	4.00	4.00	3.35	4.00	3.83	3.50	3.25	3.67	3.45
스트레스해소	4.00	3.44	3.17	5.00	3.50	3.50	3.50	3.33	3.33	3.25	3.67	3.36
유익성 통합	4.33	3.22	3.33	4.67	3.17	3.43	3.33	3.06	3.50	3.25	3.11	3.36
문화이해	4.50	3.11	3.50	4.00	3.50	3.45	3.50	3.00	3.67	3.25	3.67	3.36
실생활 도움	4.00	3.22	3.17	5.00	3.00	3.35	2.50	2.83	3.17	3.50	2.67	3.27
대화소재제공	4.50	3.33	3.33	5.00	3.00	3.50	4.00	3.33	3.67	3.00	3.00	3.45
창의성 통합	4.00	3.33	3.39	4.67	3.33	3.48	4.33	3.39	3.67	3.67	3.33	3.55
소재성	4.00	3.22	3.50	5.00	3.50	3.50	4.00	3.50	4.00	3.75	3.00	3.27
형식성	3.50	3.33	3.50	4.00	3.50	3.45	5.00	3.17	3.50	3.50	3.33	3.73
독창성	4.50	3.44	3.17	5.00	3.00	3.50	4.00	3.50	3.50	3.75	3.67	3.64
완성도 통합	4.00	3.33	3.33	4.67	2.83	3.42	3.33	3.06	3.50	3.58	3.56	3.58
전반적 완성도	4.00	3.00	3.17	4.00	2.50	3.15	4.00	3.17	3.50	3.75	3.67	3.73
내용 이해도	4.00	3.33	3.33	5.00	3.00	3.45	3.00	3.17	3.67	3.50	3.67	3.27
구성성	4.00	3.67	3.50	5.00	3.00	3.65	3.00	2.83	3.33	3.50	3.33	3.73
만족도 통합	4.30	3.47	3.33	4.60	3.30	3.55	4.20	3.03	3.23	3.10	2.27	3.60
즐김 정도	5.00	4.00	3.50	5.00	3.00	3.90	5.00	2.83	2.83	2.75	1.67	4.00
몰입도	4.00	3.56	3.33	4.00	3.50	3.55	3.00	3.17	3.50	3.25	2.67	3.64
지속시청의향	4.50	3.11	3.50	5.00	3.50	3.50	4.00	3.17	3.33	3.25	2.00	3.64
추천의향_온라인	4.00	3.00	3.17	5.00	3.00	3.25	4.00	3.17	3.33	3.25	2.33	3.36
추천의향_오프라인	4.00	3.67	3.17	4.00	3.50	3.55	5.00	2.83	3.17	3.00	2.67	3.36

• 〈신과 한판〉 시청자는 남성(60.8%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대/40대에서 구성 대비 시청자 비율이 높았으며, 직업별로는 자영업, 일반 사무/기술직 종사자 중 시청한 응답자가 상대적으로 많았음

신과 한판 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 5.9 60대 이상 7.8 (50.0)전체 (51) 100.0 (10.0)7.8 남성 (31)608 성별 (12,3) **블루칼라** 여성 5.9 (20)39.2 50대 19.6 39.2 여성 (9.0)20대 이하 (4) 7.8 (30.0)5.9 (50.0)경영/관리 30대 (17)33.3 /전문직 연령 (16)31.4 40대 (13.0)50대 (10)19.6 40대 31.4 60대 이상 (4) 78 (200)자영업 (7)137 일반 사무 60.8 사무직/기술직 (31)60.8 /기술직 경영/관리직 (1)2.0 (50.0)전문직/자유직 (2) 3.9 남성 60.8 기능/숙련공/생산직 (50.0)(2) 3.9 30대 33.3 직업 판매/서비스직 (1)2.0 (30.0)농/임/축/어업 (0)0.0 전업 주부 (4) 7.8 자영업 20대 이하 13.7 7.8 학생 (2) 3.9 (8.3)(10.0)무직 (1)2.0 성별 연령 직업 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)

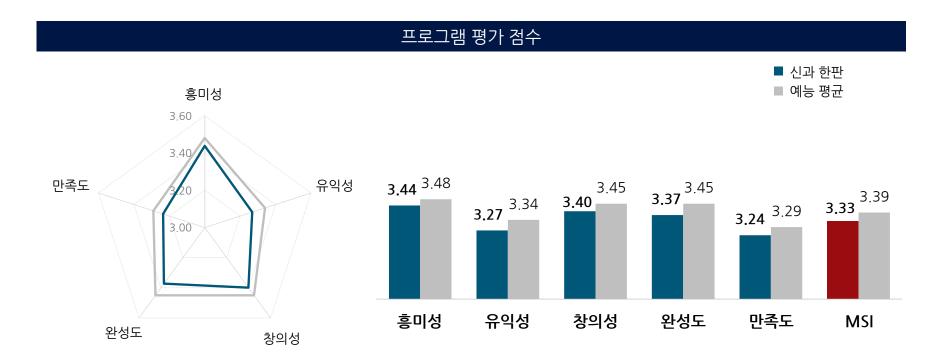
• 〈신과 한판〉을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(68.6%)이고, 2순위로는 'VOD 서비스'(31.4%) 가 높게 나타남



1+2순위 종합	74 511	성	별	연령별					
I +2군위 중입	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(51)	(31)	(20*)	(4*)	(17*)	(16*)	(10*)	(4*)	
실시간 TV시청	80.4	74.2	90.0	75.0	88.2	81.3	70.0	75.0	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	51.0	51.6	50.0	75.0	52.9	50.0	30.0	75.0	
MBN 인터넷 VOD	11.8	12.9	10.0	25.0	11.8	12.5	10.0	0.0	
인터넷 다운로드 사이트	21.6	25.8	15.0	25.0	17.6	18.8	30.0	25.0	
유튜브 등 동영상 스트리밍	33.3	32.3	35.0	0.0	23.5	37.5	60.0	25.0	
기타	2.0	3.2	0.0	0.0	5.9	0.0	0.0	0.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 162

- 프로그램 평가 점수는 3.33점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 -0.06점 낮은 점수를 기록함
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.44점) 〉 창의성(3.40점) 〉 완성도(3.37점)〉 유익성(3.27점) 〉 만족도(3.24점) 순임

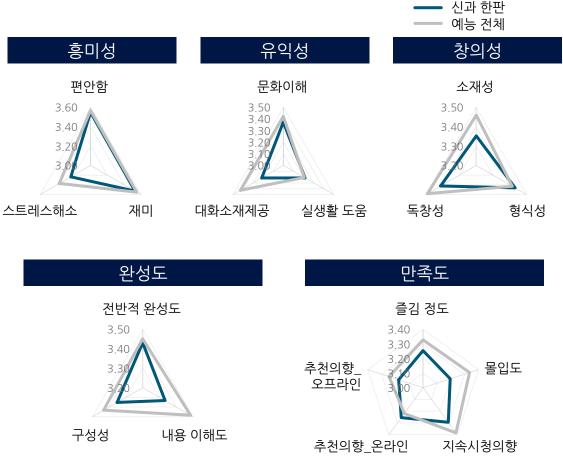




- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 소폭 낮은 평가를 받았음
- 그 중 특히, 완성도 차원에서 예능 평균 대비 -0.08점 낮게 평가됨

- 유익성 차원의 '실생활 도움'(3.22점), 창의성 차원의 '형식성'(3.43점), 만족도 차원의 '추천의향_온라인' (3.21점)이, 평균 대비 소폭 높은 평가를 받았음
- 다만, 흥미성 차원의 '스트레스 해소'(3.24점), 창의성 차원의 '소재성'(3.35점), 완성도 차원의 '내용이해도'(3.33점), 만족도 차원의 '몰입도'(3.20점) 등에선 평균 대비 낮아 개선이 필요할 것으로 보임

	신과 한판	예능 전체
응답자 수	(51)	(400)
MSI	3,33	3.39
흥미성 통합	3.44	3.48
편안함	3.55	3.55
재미	3.53	3.54
스트레스 해소	3.24	3.36
유익성 통합	3.27	3.34
문화이해	3.37	3.41
실생활 도움	3,22	3.20
대화 소재제공	3.22	3.41
창의성 통합	3.40	3.45
소재성	3.35	3.45
형식성	3.43	3.41
독창성	3.41	3.49
완성도 통합	3.37	3.45
전반적완성도	3.43	3.44
내용이해도	3.33	3.48
구성성	3.35	3.42
만족도 통합	3.24	3.29
즐김 정도	3.25	3.32
몰입도	3.20	3.33
지속시청의향	3.29	3.37
추천의향_온라인	3.25	3.22
추천의향_오프라인	3.18	3.24



* 여성 시청자 30샘플 미만으로 데이터 참고

						Ą	 성별					
신과 한판			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(11*)	(12*)	(3*)	(3*)	(31)	(2*)	(6*)	(4*)	(7*)	(1*)	(20*)
MSI	3.97	3.34	3.27	3.51	3.02	3.34	3.76	2.79	3.28	3.59	3.76	3.31
흥미성 통합	4.17	3.39	3.42	3.67	3.11	3.45	3.67	2.89	3.50	3.67	4.00	3.42
편안함	4.50	3.45	3.33	4.33	3.33	3.55	4.00	3.00	3.50	3.86	4.00	3.55
재미	4.00	3.45	3.75	3.33	3.00	3.55	4.00	3.00	3.50	3.71	4.00	3.50
스트레스해소	4.00	3.27	3.17	3.33	3.00	3.26	3.00	2.67	3.50	3.43	4.00	3.20
유익성 통합	3.50	3.33	3.19	3.67	2.78	3.27	3.33	2.72	3.25	3.67	3.67	3.27
문화이해	4.00	3.45	3.42	4.00	3.33	3.52	3.00	2.67	3.25	3.43	4.00	3.15
실생활 도움	3.00	3.45	3.00	4.00	2.67	3.23	3.00	2.83	3.25	3.57	3.00	3.20
대화소재제공	3.50	3.09	3.17	3.00	2.33	3.06	4.00	2.67	3.25	4.00	4.00	3.45
창의성 통합	4.33	3.39	3.36	3.22	3.00	3.39	4.33	2.94	3.08	3.71	3.67	3.42
소재성	4.00	3.36	3.17	3.33	3.00	3.29	4.00	3.00	3.00	3.86	4.00	3.45
형식성	4.50	3.45	3.42	3.00	3.00	3.42	5.00	2.83	3.00	3.71	4.00	3.45
독창성	4.50	3.36	3.50	3.33	3.00	3.45	4.00	3.00	3.25	3.57	3.00	3.35
완성도 통합	4.00	3.27	3.33	3.67	3.22	3.38	3.33	2.78	3.50	3.76	3.67	3.37
전반적 완성도	4.50	3.18	3.33	3.67	3.67	3.42	4.00	2.83	3.50	3.71	4.00	3.45
내용 이해도	3.50	3.36	3.25	4.00	3.00	3.35	3.00	2.83	3.50	3.71	3.00	3.30
구성성	4.00	3.27	3.42	3.33	3.00	3.35	3.00	2.67	3.50	3.86	4.00	3.35
만족도 통합	3.90	3.33	3.13	3.40	3.00	3.26	4.00	2.70	3.15	3.31	3.80	3.19
즐김 정도	3.50	3.45	3.33	4.00	2.67	3.39	5.00	2.50	3.25	2.86	3.00	3.05
몰입도	4.00	3.36	3.25	2.67	3.00	3.26	3.00	2.67	3.25	3.29	4.00	3.10
지속시청의향	3.50	3.27	3.17	4.00	3.33	3.32	4.00	2.67	3.25	3.43	4.00	3.25
추천의향_온라인	4.00	3.36	3.08	3.33	3.00	3.26	4.00	3.00	2.75	3.43	4.00	3.25
추천의향_오프라인	4.50	3.18	2.83	3.00	3.00	3.10	4.00	2.67	3.25	3.57	4.00	3.30

기타

- 〈달인VS달인〉 시청자는 남성(57.3%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 20대 이하 40대의 구성 대비 시청 경험자가 많았음
- 직업별로는 자영업, 일반 사무/기술직 중 시청자가 많았음

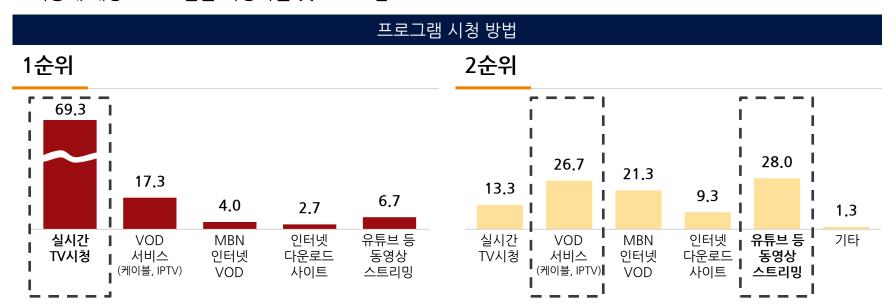
달인VS달인 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 60대 이상 2.7 8.0 전체 (7.3)(75) 100.0 (10.0)남성 (43)57 3 6.7 성별 (12.3)여성 (32)42.7 50대 28.0 블루칼라 5.3 여성 (30.0)42.7 20대 이하 (9) (9.0)12.0 (50.0)경영/관리 13.3 30대 (23)30.7 /전문직 연령 40대 (20)267 (13.0)50대 28.0 (21)40대 26.7 60대 이상 (2) 2 7 (20.0)자영업 (11)147 사무직/기술직 52.0 (39)일반 사무 52.0 /기술직 경영/관리직 5.3 (4) (50.3)전문직/자유직 (6) 8.0 57.3 남성 30대 30.7 기능/숙련공/생산직 (3) 40 (50.0)(30.0)직업 판매/서비스직 (1)1.3 농/임/축/어업 0.0 (0)전업 주부 (5) 6.7 자영업 14.7 20대 이하 12.0 (8.3)학생 (2) 2.7 (10.0)무직 (4) 5.3 성별 연령 직업

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)

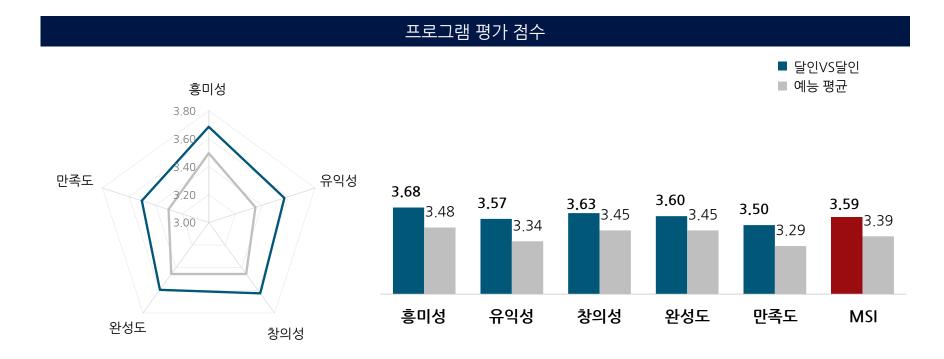
- 〈달인 VS 달인〉을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(69.3%)이고, 2순위로는 '유튜브 등 동영상 스트리밍'(28.0%), VOD서비스(26.7%) 순으로 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 살펴보면, 여성층은 '실시간 TV 시청'(84.4%)를 제외하고 'VOD 서비스'(56.3%)와 '유튜브 등 동영상 스트리밍'(37.5%)에 집중된 시청을 하는 반면, 남성 층은 상대적으로 다양한 방법을 이용해 해당 프로그램을 시청하는 것으로 보임



1+2순위 종합	전체	성	별	연령별						
172판귀 중합	선세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(75)	(43)	(32)	(9*)	(23*)	(20*)	(21*)	(2*)		
실시간 TV시청	82.7	81.4	84.4	66.7	91.3	75.0	85.7	100.0		
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	44.0	34.9	56.3	55.6	47.8	40.0	38.1	50.0		
MBN 인터넷 VOD	25.3	32.6	15.6	44.4	21.7	35.0	9.5	50.0		
인터넷 다운로드 사이트	12.0	16.3	6.3	22.2	13.0	10.0	9.5	0.0		
유튜브 등 동영상 스트리밍	34.7	32.6	37.5	11.1	21.7	40.0	57.1	0.0		
기타	1.3	2.3	0.0	0.0	4.3	0.0	0.0	0.0		

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 167

- MSI 점수는 3.59점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 +0.20점의 상당히 높은 점수를 기록함
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.68점) > 창의성(3.63점) > 완성도(3.60점) >유익성(3.57점) > 만족도(3.50점) 순임

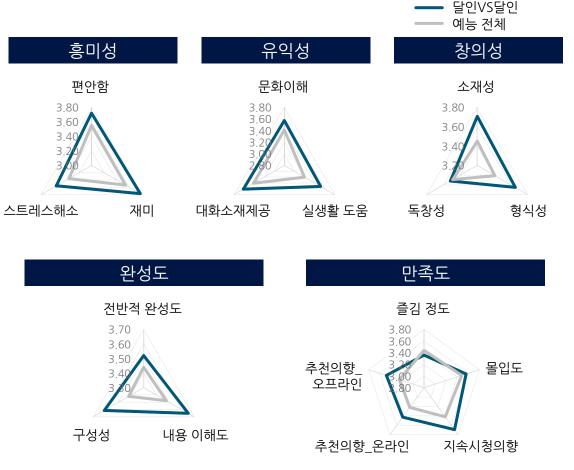




- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 상당히 높은 평가를 받았음
- 특히 유익성 차원에서 예능 평균 대비 +0.23점 높게 평가됨

• 〈달인 VS 달인〉은 모든 차원 내 모든 속성에서 전체 예능 평균 대비 높은 점수를 기록했으며, 그 중 흥미성 차원에서는 '재미'(3.77점)가, 유익성 차원에서는 '실생활 도움'(3.52점)이, 창의성 차원에서는 '소재성' (3.71점)이, 완성도 차원에서는 '구성성'(3.61점)이, 만족도 차원에서는 '지속시청의향'(3.69점)이 평균 대비 뛰어난 평가를 받았음

	달인VS달인	예능 전체
응답자 수	(75)	(400)
MSI	3.59	3.39
흥미성 통합	3.68	3.48
편안함	3.72	3.55
재미	3.77	3.54
스트레스 해소	3.56	3.36
유익성 통합	3.57	3.34
문화이해	3.57	3.41
실생활 도움	3.52	3.20
대화 소재제공	3.61	3.41
창의성 통합	3.63	3.45
소재성	3.71	3.45
형식성	3.65	3.41
독창성	3.52	3.49
완성도 통합	3.60	3.45
전반적완성도	3.52	3.44
내용이해도	3,65	3.48
구성성	3,61	3.42
만족도 통합	3.50	3.29
즐김 정도	3.36	3.32
몰입도	3.56	3.33
지속시청의향	3.69	3.37
추천의향_온라인	3.43	3.22
추천의향_오프라인	3.48	3.24



- 〈달인VS달인〉은 전반적으로 여성 대비 남성이 긍정적으로 평가하는 경향을 보였으며, 모든 차원에서 해당 평가가 나왔음
- 특히, 유익성 차원에서 남성이 여성 보다 훨씬 긍정적으로 평가함

						Ą	 성별					
달인VS달인			남성	연령				여성 연령				
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(6*)	(13*)	(14*)	(8*)	(2*)	(43)	(2*)	(6*)	(4*)	(7*)	(1*)	(32)
MSI	3.77	3.54	3.72	4.04	2.94	3.70	3.76	2.79	3.28	3.59	3.76	3.44
흥미성 통합	3.50	3.49	3.93	4.13	3.33	3.74	3.67	2.89	3.50	3.67	4.00	3.60
편안함	3.17	3.54	4.07	4.38	3.00	3.79	4.00	3.00	3.50	3.86	4.00	3.63
재미	3.50	3.62	3.93	4.25	4.00	3.84	4.00	3.00	3.50	3.71	4.00	3.69
스트레스해소	3.83	3.31	3.79	3.75	3.00	3.60	3.00	2.67	3.50	3.43	4.00	3.50
유익성 통합	4.11	3.54	3.69	4.00	3.17	3.74	3.33	2.72	3.25	3.67	3.67	3.34
문화이해	3.83	3.46	3.93	4.25	3.00	3.79	3.00	2.67	3.25	3.43	4.00	3.28
실생활 도움	4.17	3.62	3.36	3.88	3.50	3.65	3.00	2.83	3.25	3.57	3.00	3.34
대화소재제공	4.33	3.54	3.79	3.88	3.00	3.77	4.00	2.67	3.25	4.00	4.00	3.41
창의성 통합	3.33	3.59	3.64	4.25	2.67	3.65	4.33	2.94	3.08	3.71	3.67	3.59
소재성	3.83	3.69	3.57	4.13	3.00	3.72	4.00	3.00	3.00	3.86	4.00	3.69
형식성	3.00	3.85	3.64	4.50	2.50	3.72	5.00	2.83	3.00	3.71	4.00	3.56
독창성	3.17	3.23	3.71	4.13	2.50	3.51	4.00	3.00	3.25	3.57	3.00	3.53
완성도 통합	3.94	3.46	3.79	4.08	2.83	3.72	3.33	2.78	3.50	3.76	3.67	3.43
전반적 완성도	3.50	3.46	3.64	4.13	2.50	3.60	4.00	2.83	3.50	3.71	4.00	3.41
내용 이해도	4.33	3.31	4.00	3.88	3.00	3.77	3.00	2.83	3.50	3.71	3.00	3.50
구성성	4.00	3.62	3.71	4.25	3.00	3.79	3.00	2.67	3.50	3.86	4.00	3.38
만족도 통합	3.90	3.58	3.61	3.88	2.80	3.66	4.00	2.70	3.15	3.31	3.80	3.30
즐김 정도	3.33	3.62	3.64	3.75	1.50	3.51	5.00	2.50	3.25	2.86	3.00	3.16
몰입도	4.17	3.38	3.50	4.00	3.00	3.63	3.00	2.67	3.25	3.29	4.00	3.47
지속시청의향	4.33	3.77	3.64	4.00	4.00	3.86	4.00	2.67	3.25	3.43	4.00	3.47
추천의향_온라인	3.83	3.38	3.50	3.88	3.00	3.56	4.00	3.00	2.75	3.43	4.00	3.25
추천의향_오프라인	3.83	3.77	3.79	3.75	2.50	3.72	4.00	2.67	3.25	3.57	4.00	3.16

- 〈다시 설렘, 캠핑 인 러브〉 시청자는 남성(58.8%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 20대 이하, 40대에서 구성 대비 높은 시청 경험을 보임
- 직업별로는 일반 사무/기술직 종사자와 자영업자에서 구성 대비 시청자가 많은 것으로 나타남

다시 설렘, 캠핑 인 러브 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 60대 이상 4.4 전체 (68)100.0 (10.0)10.3 남성 (40)58.8 (12.3)성별 여성 (28)41.2 50대 25.0 블루칼라 8.8 여성 41.2 (30.0)(9.0)20대 이하 (8) 11.8 (50.0)경영/관리 30대 (19)27.9 13.2 /전문직 연령 40대 (21)30.9 (13.0)50대 (17)250 40대 30.9 60대 이상 (3) 4.4 (20.0)자영업 (7)10.3 사무직/기술직 (37)544 일반 사무 54.4 경영/관리직 (4) 5.9 /기술직 전문직/자유직 (5) 7.4 58.8 (50.3)남성 30대 기능/숙련공/생산직 27.9 (5) 7.4 (50.0)(30.0)직업 판매/서비스직 (0)0.0 농/임/축/어업 (1)1.5 전업 주부 (7)10.3 20대 이하 자영업 11.8 10.3 학생 (10.0)(2) 29

0 0

0.0

(0)

(0)

무직

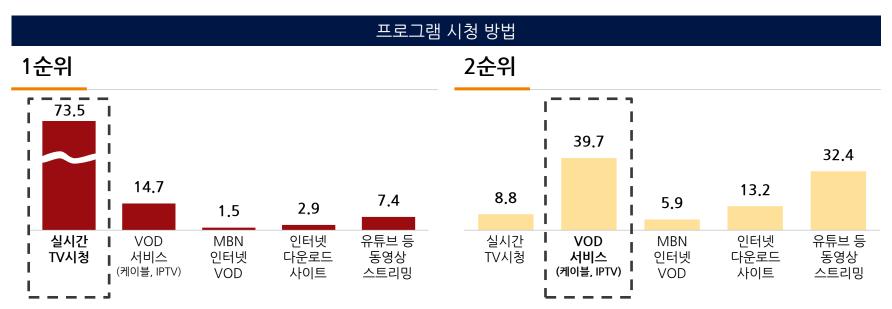
기타

직업

연령

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

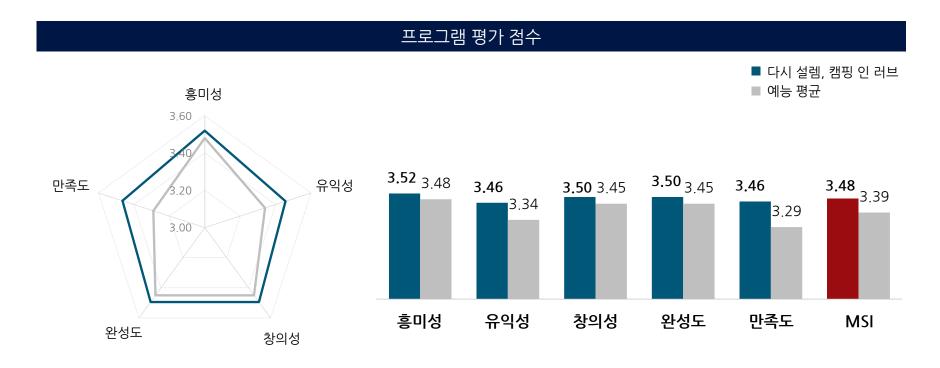
• 〈다시 설렘, 캠핑 인 러브〉를 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(73.5%)이고, 2순위로는 'VOD 서비스'(39.7%)가 높게 나타남



 1+2순위 종합	전체	성	별	연령별						
TTZ판귀 중입	전세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(68)	(40)	(28*)	(8*)	(19*)	(21*)	(17*)	(3*)		
실시간 TV시청	82.4	82.5	82.1	75.0	78.9	90.5	76.5	100.0		
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	54.4	55.0	53.6	75.0	52.6	47.6	58.8	33.3		
MBN 인터넷 VOD	7.4	10.0	3.6	12.5	10.5	9.5	0.0	0.0		
인터넷 다운로드 사이트	16.2	15.0	17.9	37.5	21.1	4.8	17.6	0.0		
유튜브 등 동영상 스트리밍	39.7	37.5	42.9	0.0	36.8	47.6	47.1	66.7		

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 172

- 프로그램 평가 점수는 3.48점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 +0.09점 높은 점수를 기록함
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.52점) > 창의성 = 완성도(3.50점) > 유익성 =만족도(3.46점) 순임

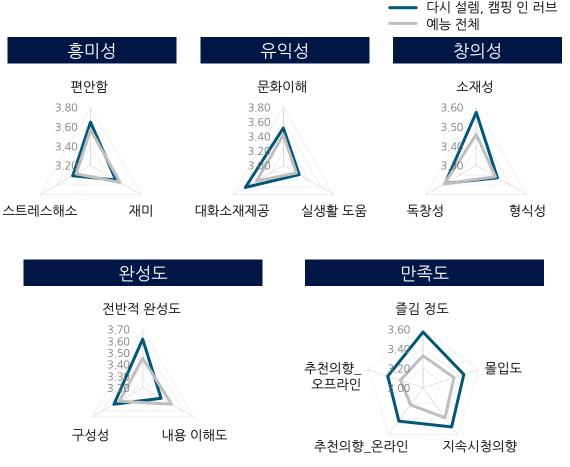




- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 높은 평가를 받았음
- 특히 만족도 차원에서 예능 평균 대비 +0.17점 높게 평가되며 가장 큰 편차를 보임

- 흥미성 차원의 '재미'(3.50점), 창의성 차원의 '독창성'(3.49점), 완성도 차원의 '내용이해도'(3.38점)에서 평균 대비 같거나 낮은 점수를 보였으나, 나머지 속성에선 모두 좋은 평가를 받은 것으로 보임
- 특히 유익성 차원의 '대화 소재제공'(3.60점), 완성도 차원의 '전반적 완성도'(3.62점), 만족도 차원의 '즐김 정도'(3.57점) 등이 이 프로그램의 장점으로, 평균 대비 높은 편차를 기록함

	다시 설렘, 캠핑 인 러브	예능 전체
응답자 수	(68)	(400)
MSI	3.48	3.39
흥미성 통합	3.52	3.48
편안함	3.65	3.55
재미	3.50	3.54
스트레스 해소	3,41	3.36
유익성 통합	3.46	3.34
문화이해	3,51	3.41
실생활 도움	3.25	3.20
대화 소재제공	3,60	3.41
창의성 통합	3.50	3.45
소재성	3.57	3.45
형식성	3,43	3.41
독창성	3.49	3.49
완성도 통합	3.50	3.45
전반적완성도	3.62	3.44
내용이해도	3.38	3.48
구성성	3.49	3.42
만족도 통합	3.46	3.29
즐김 정도	3.57	3.32
몰입도	3.44	3.33
지속시청의향	3.50	3.37
추천의향_온라인	3.43	3.22
추천의향_오프라인	3.38	3.24



• 여성 시청자 30샘플 미만으로 데이터 참고

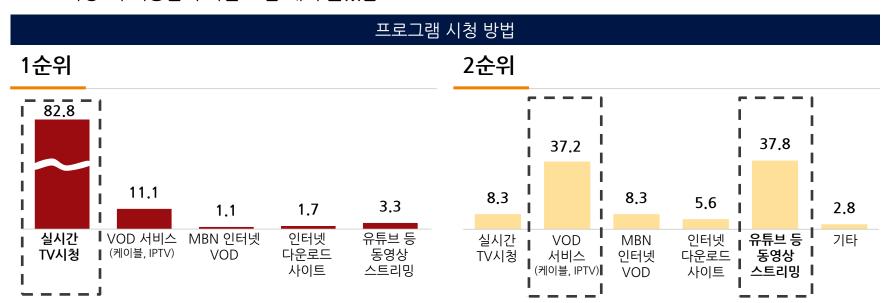
						Ç	 성별					
다시 설렘, 캠핑 인 러브			남성	연령					여성	연령		
60 U 4=	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(4*)	(10*)	(15*)	(10*)	(1*)	(40)	(4*)	(9*)	(6*)	(7*)	(2*)	(28*)
MSI	3.82	3,36	3,69	3,65	2.94	3.59	3.68	3.04	3.50	3,53	2.74	3,33
흥미성 통합	4.00	3.23	3.76	3.70	3.00	3.62	3.25	3.15	3.67	3.62	3.00	3.38
편안함	4.00	3.50	3.93	3.80	3.00	3.78	3.75	3.22	3.50	3.71	3.00	3.46
재미	4.00	3.30	3.60	3.70	3.00	3.58	3.25	3.22	3.83	3.43	3.00	3.39
스트레스해소	4.00	2.90	3.73	3.60	3.00	3.50	2.75	3.00	3.67	3.71	3.00	3.29
유익성 통합	3.75	3.47	3.67	3.57	3.00	3.58	3.08	3.22	3.61	3.33	2.67	3.27
문화이해	3.50	3.60	3.93	3.60	3.00	3.70	2.50	3.22	3.67	3.57	2.50	3.25
실생활 도움	3.50	3.20	3.53	3.50	3.00	3.43	3.00	3.11	3.33	2.71	2.50	3.00
대화소재제공	4.25	3.60	3.53	3.60	3.00	3.63	3.75	3.33	3.83	3.71	3.00	3.57
창의성 통합	3.75	3.43	3.62	3.57	3.00	3.56	4.17	2.89	3.61	3.62	2.83	3.40
소재성	3.75	3.60	3.67	3.40	3.00	3.58	4.00	3.11	3.83	3.71	3.50	3.57
형식성	4.00	3.30	3.53	3.50	3.00	3.50	4.75	2.67	3.33	3.57	2.50	3.32
독창성	3.50	3.40	3.67	3.80	3.00	3.60	3.75	2.89	3.67	3.57	2.50	3.32
완성도 통합	3.75	3.33	3.67	3.67	3.00	3.58	3.67	3.19	3.44	3.57	2.83	3.38
전반적 완성도	4.25	3.50	3.93	3.90	3.00	3.83	4.00	3.22	3.33	3.29	2.50	3.32
내용 이해도	3.50	3.10	3.47	3.40	3.00	3.35	3.25	3.22	3.50	3.86	3.00	3.43
구성성	3.50	3.40	3.60	3.70	3.00	3.55	3.75	3.11	3.50	3.57	3.00	3.39
만족도 통합	3.85	3.36	3.71	3.70	2.80	3.61	4.00	2.87	3.30	3.51	2.50	3.26
즐김 정도	3.75	3.70	3.67	3.90	2.00	3.70	4.75	3.00	3.17	3.57	2.50	3.39
몰입도	4.00	3.10	3.67	3.80	3.00	3.58	4.00	2.78	3.33	3.57	2.50	3.25
지속시청의향	3.75	3.30	3.80	3.90	3.00	3.68	4.00	2.67	3.50	3.57	2.50	3.25
추천의향_온라인	4.00	3.30	3.73	3.50	3.00	3.58	3.75	2.89	3.33	3.43	2.50	3.21
추천의향_오프라인	3.75	3.40	3.67	3.40	3.00	3.53	3.50	3.00	3.17	3.43	2.50	3.18

- 〈알토란〉 시청자는 여성(57.8%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대와 50대의 구성 대비 시청자가 많은 것으로 나타났음
- 직업 별로는 블루칼라 업종 종사자, 주부 층에서 구성 대비 시청자가 많았음

알토란 시청 경험자 현황 구성 사례수(명) 비율(%) 기타 60대 이상 6.7 8.9 전체 100.0 (180)(10.0)남성 42 2 (76)주부 성별 14.4 여성 (104)57.8 (12.3)20대 이하 (16)8.9 50대 30.6 여성 (30.0)블루칼라 30대 (49)27.2 57.8 15.6 (50.0)(9.0)연령 40대 24.4 (44)경영/관리 50대 (55)30.6 /전문직 10.6 60대 이상 (16)8.9 (13.0)40대 자영업 (14)78 24.4 (20.0)사무직/기술직 45.0 (81)경영/관리직 (8) 4.4 일반 사무 전문직/자유직 (11)6.1 45.0 /기술직 기능/숙련공/생산직 (11)6.1 (50.3)30대 남성 27.2 42.2 직업 판매/서비스직 8.9 (30.0)(16)(50.0)농/임/축/어업 (1)0.6 전업 주부 (26)14.4 자영업 20대 이하 8.9 7.8 (8.3)학생 (2) (10.0)1.1 무직 (7)3.9 성별 직업 연령 기타 (3) 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)

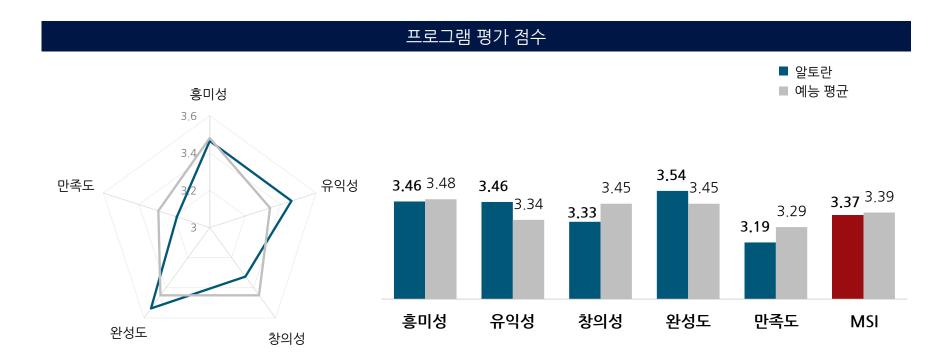
- 〈알토란〉을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(82.8%)으로 조사되었으며, 2순위로는 '동영상 스트리밍(37.8%), 'VOD 서비스'(37.2%) 순으로 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 살펴보면, '실시간 TV시청'의 경우는 남성, 50대가, 'VOD 서비스'는 남성에서 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타났으며, 〈알토란〉을 주로 시청하는 여성, 40대의 경우 '동영상 스트리밍'의 이용률이 다른 그룹 대비 높았음

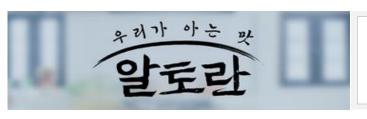


1+2순위 종합	전체	성	별	연령별						
172판귀 중합	신세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(180)	(76)	(104)	(16*)	(49)	(44)	(55)	(16*)		
실시간 TV시청	91.1	93.4	89.4	87.5	87.8	88.6	96.4	93.8		
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	48.3	52.6	45.2	50.0	44.9	47.7	45.5	68.8		
MBN 인터넷 VOD	9.4	10.5	8.7	12.5	18.4	2.3	7.3	6.3		
인터넷 다운로드 사이트	7.2	6.6	7.7	18.8	4.1	9.1	7.3	0.0		
유튜브 등 동영상 스트리밍	41.1	35.5	45.2	31.3	38.8	52.3	40.0	31.3		
기타	2.8	1.3	3.8	0.0	6.1	0.0	3.6	0.0		

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 177

- 프로그램 평가 점수는 3.37점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 과 유사하나 소폭 낮았음
- 각 차원별 점수는 완성도(3.54점) > 유익성 = 흥미성(3.46점) > 창의성(3.33점) > 만족도(3.19점) 순임



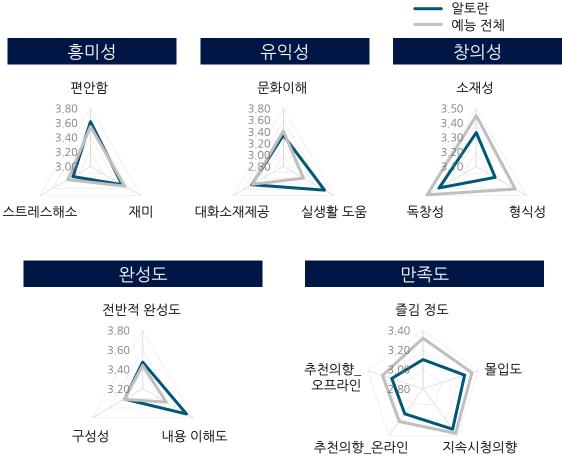


- 유익성,완성도 차원에서 예능 프로그램 평균 보다 높은 평가를 받음
- 반면 흥미성, 창의성,만족도 차원에서는 평균 대비 평가가 좋지 못했으며 특히 창의성(3.33점)이 예능 평균 대비 -0.12점 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 점]

- 흥미성 차원의 '편안함'(3.62점), 유익성 차원의 '실생활 도움'(3.62점), 완성도 차원의 '전반적 완성도'(3.47점), '내용 이해도'(3.72점)가 좋은 평가를 받았으며, 특히 '실생활 도움'(3.62점)이 평균 점수 대비 크게 높게 평가 되었음
- 반면 만족도 차원의 '즐김 정도'(3.10점)는 평균 대비 점수가 낮게 평가됨

	알토란	예능 전체
응답자 수	(180)	(400)
MSI	3,37	3.39
흥미성 통합	3,46	3.48
편안함	3,62	3.55
재미	3.50	3.54
스트레스 해소	3.28	3.36
유익성 통합	3.46	3.34
문화이해	3.34	3.41
실생활 도움	3,62	3.20
대화소재제공	3.43	3.41
창의성 통합	3,33	3.45
소재성	3.33	3.45
형식성	3.25	3.41
독창성	3.39	3.49
완성도 통합	3.54	3.45
전반적완성도	3.47	3.44
내용이해도	3.72	3.48
구성성	3.42	3.42
만족도 통합	3.19	3.29
즐김 정도	3.10	3.32
몰입도	3.25	3.33
지속시청의향	3.32	3.37
추천의향_온라인	3.12	3.22
추천의향_오프라인	3.14	3.24



- 〈알토란〉은 남성과 여성의 평가가 유사했으나, 유익성 차원에서 여성의 평가가 더욱 높게 나타남
- 다만, 완성도 차원의 '전반적 완성도'(3.55점), 만족도 차원의 '즐김 정도'(3.18점), '추천의향_온라인(3.20점)' 등에서는 남성의 평가가 높게 나타남

						Ş	성별					
알토란			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
<i>사례수</i>	(10*)	(14*)	(21*)	(21*)	(10*)	(76)	(6*)	(35)	(23*)	(34)	(6*)	(104)
MSI	2.98	3.26	3.38	3.47	3.68	3,37	4.02	3,13	3.49	3,38	3.62	3.37
흥미성 통합	3.40	3.24	3.43	3.52	3.87	3.47	3.94	3.18	3.59	3.50	3.83	3.46
편안함	3.40	3.64	3.62	3.86	4.00	3.71	4.17	3.26	3.61	3.65	3.83	3.55
재미	3.60	3.43	3.38	3.48	4.00	3.53	3.67	3.17	3.70	3.53	4.00	3.48
스트레스해소	3.20	2.64	3.29	3.24	3.60	3.18	4.00	3.11	3.48	3.32	3.67	3.35
유익성 통합	2.77	3.26	3.51	3.52	3.70	3.39	4.17	3.17	3.61	3.60	3.94	3.51
문화이해	2.80	3.07	3.38	3.57	3.60	3.33	4.17	2.94	3.61	3.32	4.00	3.35
실생활 도움	2.80	3.43	3.76	3.62	3.80	3.54	4.33	3.37	3.65	3.82	4.00	3.67
대화소재제공	2.70	3.29	3.38	3.38	3.70	3.32	4.00	3.20	3.57	3.65	3.83	3.51
창의성 통합	2.93	3.36	3.29	3.46	3.57	3.34	4.11	3.12	3.36	3.27	3.72	3.32
소재성	3.10	3.29	3.10	3.43	3.70	3.30	4.17	3.14	3.35	3.32	4.00	3.36
형식성	2.70	3.36	3.24	3.48	3.40	3.28	4.00	2.97	3.35	3.21	3.67	3.23
독창성	3.00	3.43	3.52	3.48	3.60	3.43	4.17	3.26	3.39	3.29	3.50	3.37
완성도 통합	3.33	3.57	3.46	3.63	3.77	3.55	4.06	3.35	3.62	3.54	3.56	3.53
전반적 완성도	3.50	3.64	3.29	3.62	3.90	3.55	4.00	3.29	3.57	3.35	3.33	3.41
내용 이해도	3.80	3.64	3.67	3.86	3.80	3.75	4.33	3.54	3.70	3.76	3.67	3.70
구성성	2.70	3.43	3.43	3.43	3.60	3.36	3.83	3.23	3.61	3.50	3.67	3.46
만족도 통합	2.68	3.03	3.27	3.30	3.58	3.20	3.90	2.95	3.34	3.16	3.27	3.18
즐김 정도	2.80	2.93	3.14	3.38	3.60	3.18	3.67	2.69	3.35	3.06	3.17	3.04
몰입도	2.60	3.00	3.24	3.43	3.50	3.20	3.83	3.06	3.43	3.32	3.33	3.29
지속시청의향	2.80	3.07	3.38	3.38	3.70	3.29	4.00	3.11	3.43	3.35	3.50	3.34
추천의향_온라인	2.70	3.14	3.29	3.19	3.60	3.20	4.17	2.91	3.22	2.91	3.17	3.07
추천의향_오프라인	2.50	3.00	3.29	3.14	3.50	3.12	3.83	2.97	3.26	3.15	3.17	3.15

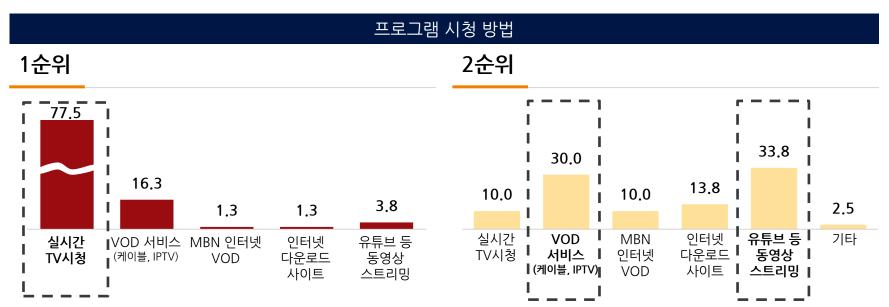
- 〈우리들의 쇼10〉 시청자는 남성이 여성 대비 높은 시청 경험(55.0%)을 보였으며, 연령별로는 20대 이하, 50대에서 구성 대비 시청자 비중이 높았음
- 직업 별로는 블루칼라, 기타 업종 종사자가 구성 대비 시청자 비중이 높았음

우리들의 쇼10 시청 경험자 현황

	구분	사례수(명)	비율(%)					71.EL		i
	전체	(80)	100.0			60대 이상	2.7	기타 (7.3)	10.0	
성별	남성	(44)	55.0			(10.0)				
ÖΞ	여성	(36)	45.0					주부 (12.3)	11.3	
	20대 이하	(9)	11.3	여성	45.0	50511				
	30대	(22)	27.5	(50.0)	50대 (30.0)	33.8	블루칼라	15.0		
연령	40대	(14)	17.5		(30.0)		(9.0)			
	50대	(27)	33.8				경영/관리	12.5		
	60대	(8)	10.0					/전문직 (13.0)	12.5	
	자영업	(6)	7.5			40대	17.5	(13.0)		
	사무직/기술직	(35)	43.8			(20.0)				
	경영/관리직	(4)	5.0							
	전문직/자유직	(6)	7.5					일반 사무	43.8	
	기능/숙련공/생산직	(8)	10.0	남성 (50.0)	55.0	30대		/기술직 (50.3)	43.0	
직업	판매/서비스직	(4)	5.0	(50.0)		(30.0)		(30.3)		
	농/임/축/어업	(0)	0.0							
	전업 주부	(9)	11.3			20대 이하	11.3	▲ 자영업		
	학생	(2)	2.5			(10.0)	11,3	(8.3)	7.5	
	무직	(5)	6.3		성별		연령		직업	
	기타	(1)	1.3		성달		29		역입	

^{*}직업 분류: 자영업(자영업), 일반시무/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)

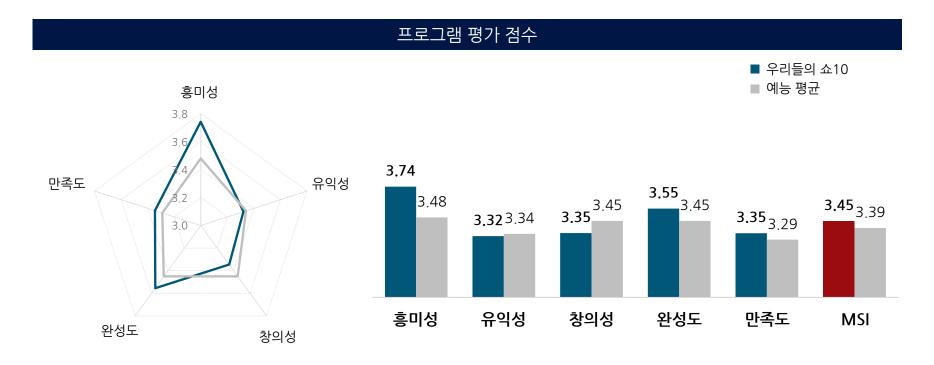
- 〈우리들의 쇼10〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(77.5%) 으로 조사 되었으며, 2순위로는 '동영상 스트리밍'(33.8%), 'VOD 서비스(30.0%) 순으로 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'는 성별 간 이용률의 크게 차이가 나지 않았으나, 'VOD 서비스'의 경우 남성, '동영상 스트리밍'의 경우 여성에서의 이용이 상대적으로 많았음



1+2순위 종합	24 5 11	성	별	연령별							
172판귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상			
사례수	(80)	(44)	(36)	(9*)	(22*)	(14*)	(27*)	(8*)			
실시간 TV시청	87.5	86.4	88.9	77.8	81.8	85.7	92.6	100.0			
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	46.3	50.0	41.7	66.7	50.0	14.3	48.1	62.5			
MBN 인터넷 VOD	11.3	11.4	11.1	33.3	18.2	0.0	7.4	0.0			
인터넷 다운로드 사이트(유, 무료)	15.0	18.2	11.1	11.1	18.2	28.6	11.1	0.0			
유튜브 등 동영상 스트리밍	37.5	31.8	44.4	11.1	27.3	71.4	37.0	37.5			
기타	2.5	2.3	2.8	0.0	4.5	0.0	3.7	0.0			

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 182

- 프로그램 평가 점수는 3.45점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 소폭 높게 평가됨
- 각 차원 별 점수는 흥미성(3.74점) 〉 완성도(3.55점) 〉 창의성 = 만족도(3.35점) 〉 유익성(3.32점) 순임



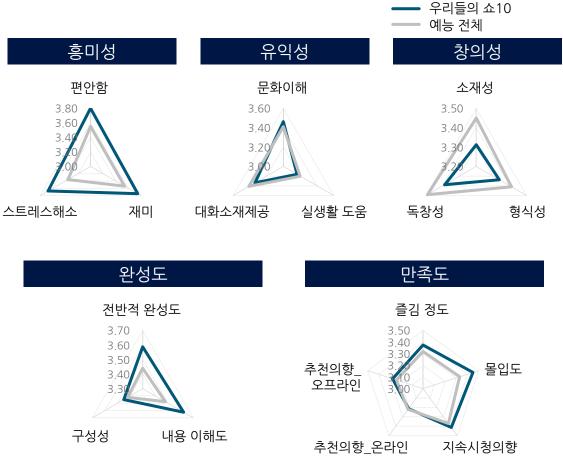


- 흥미성(3.74점), 완성도(3.55점), 만족도(3.35점) 차원에서 예능 전체 평균 대비 좋은 평가를 받았으며 , 특히 흥미성에서 평균 대비 +0.26점의 높은 점수를 기록함
- 반면, 유익성, 창의성 차원에서 평가가 소폭 낮은 편이었음

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 점]

- 흥미성, 완성도 차원 내 모든 속성에서 전체 평균 대비 평가가 크게 좋았으나, 창의성 차원에서는 반대로 모든 속성에서의 평가가 평균 대비 낮은 결과를 보임
- 특히 창의성 차원의 '소재성'(3.31점) 속성에서 평균과의 차이가 크게 나타나 MSI 하락에 영향을 미친 것으로 보임

	우리들의 쇼10	예능 전체
응답자수	(80)	(400)
MSI	3.45	3.39
흥미성 통합	3.74	3.48
편안함	3.80	3.55
재미	3.75	3.54
스트레스 해소	3.68	3.36
유익성 통합	3.32	3.34
문화이해	3.46	3.41
실생활 도움	3.16	3.20
대화 소재제공	3.34	3.41
창의성 통합	3.35	3.45
소재성	3.31	3.45
형식성	3.34	3.41
독창성	3.39	3.49
완성도 통합	3.55	3.45
전반적완성도	3.59	3.44
내용이해도	3,63	3.48
구성성	3.45	3.42
만족도 통합	3.35	3.29
즐김 정도	3.38	3.32
몰입도	3.45	3.33
지속시청의향	3.41	3.37
추천의향_온라인	3.21	3.22
추천의향_오프라인	3.28	3.24



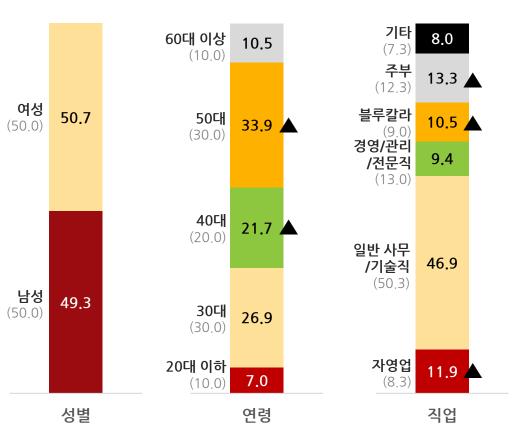
- 〈우리들의 쇼10〉는 남성과 여성 간 유사하나, 여성에서의 평가가 약간 더 긍정적이었음
- 특히, 흥미성, 유익성 차원에서 여성의 평가가 남성 대비 크게 높았으며, 그 중 흥미성 차원의 '스트레스 해소'(3.78점),유익성 차원의 '실생활 도움(3.31점)'에서 남녀 간 평가의 큰 편차를 보임

						Ş	성별					
우리들의 쇼10			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(6*)	(11*)	(8*)	(14*)	(5*)	(44)	(3*)	(11*)	(6*)	(13*)	(3*)	(36)
MSI	3.19	3.52	3.28	3.47	3.56	3.42	4.10	3.40	3,82	3.35	3.08	3.48
흥미성 통합	3.17	3.79	3.50	3.86	3.80	3.67	4.11	3.67	4.00	3.87	3.56	3.82
편안함	3.50	3.91	3.75	3.71	3.80	3.75	4.67	3.64	4.00	3.85	3.67	3.86
재미	3.00	3.91	3.38	4.00	3.60	3.68	3.67	3.73	4.00	3.92	3.67	3.83
스트레스해소	3.00	3.55	3.38	3.86	4.00	3.59	4.00	3.64	4.00	3.85	3.33	3.78
유익성 통합	3.06	3.24	3.25	3,33	3.33	3.26	4.11	3.39	3.67	3.18	3.11	3.40
문화이해	3.50	3.18	3.63	3.36	3.60	3.41	4.33	3.45	3.50	3.46	3.33	3.53
실생활 도움	3.17	2.91	2.88	3.21	3.00	3.05	4.33	3.18	3.67	3.08	3.00	3.31
대화소재제공	2.50	3.64	3.25	3.43	3.40	3.32	3.67	3.55	3.83	3.00	3.00	3.36
창의성 통합	3.44	3.33	3.13	3.40	3.47	3.35	3.67	3.21	3.89	3.23	2.89	3.34
소재성	3.50	3.18	2.88	3.43	3.40	3.27	4.00	3.27	3.83	3.23	2.67	3.36
형식성	3.50	3.45	3.00	3.29	3.60	3.34	3.67	3.18	3.83	3.23	3.00	3.33
독창성	3.33	3.36	3.50	3.50	3.40	3.43	3.33	3.18	4.00	3.23	3.00	3.33
완성도 통합	3.00	3.73	3.33	3.69	3.73	3.55	4.00	3.52	3.89	3.49	3.00	3.56
전반적 완성도	3.00	3.73	3.38	3.93	3.60	3.61	3.67	3.45	4.00	3.46	3.33	3.56
내용 이해도	3.17	3.82	3.38	3.71	4.00	3.64	4.00	3.64	3.83	3.54	3.00	3.61
구성성	2.83	3.64	3.25	3.43	3.60	3.39	4.33	3.45	3.83	3.46	2.67	3.53
만족도 통합	3.23	3.51	3.23	3.23	3.52	3.33	4.40	3.27	3.73	3.12	2.93	3.36
즐김 정도	3.83	3.73	3.38	3.14	3.20	3.43	4.00	3.36	3.50	3.08	3.00	3.31
몰입도	3.33	3.27	2.88	3.43	4.00	3.34	4.67	3.45	4.00	3.31	3.33	3.58
지속시청의향	3.17	3.64	3.00	3.14	3.80	3.32	4.33	3.45	3.83	3.38	3.00	3.53
추천의향_온라인	2.50	3.45	3.50	3.07	3.20	3.18	4.67	3.18	3.67	2.92	2.67	3.25
추천의향_오프라인	3.33	3.45	3.38	3.36	3.40	3.39	4.33	2.91	3.67	2.92	2.67	3.14

- 〈속풀이쇼 동치미〉 시청자는 남성과 여성이 유사하나 여성에서 소폭 더 높은 시청 경험률을 보였으며(50.7%), 연령별로는 40대/50대에서 구성 대비 시청 경험률이 높았음
- 직업별로는 블루칼라 업종 종사자와 주부 층에서 구성 대비 높은 시청 경험을 보임

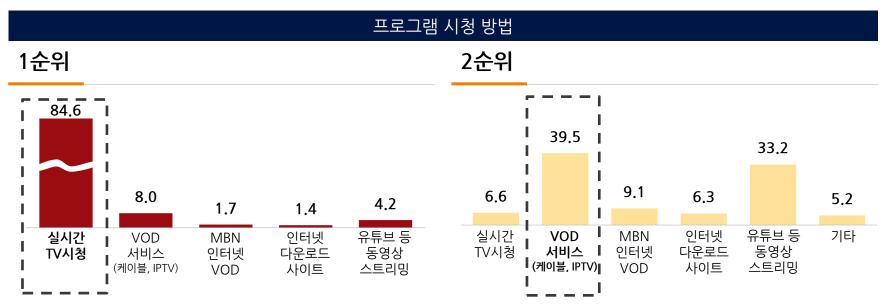
속풀이쇼 동치미 시청 경험자 현황

	구분	사례수(명)	비율(%)
	전체	(286)	100.0
성별	남성	(141)	49.3
0 ≥	여성	(145)	50.7
	20대 이하	(20)	7.0
	30대	(77)	26.9
연령	40대	(62)	21.7
	50대	(97)	33.9
	60대 이상	(30)	10.5
	자영업	(34)	11.9
	사무직/기술직	(134)	46.9
	경영/관리직	(11)	3.8
	전문직/자유직	(16)	5.6
	기능/숙련공/생산직	(17)	5.9
직업	판매/서비스직	(12)	4.2
	농/임/축/어업	(1)	0.3
	전업 주부	(38)	13.3
	학생	(2)	0.7
	무직	(15)	5.2
	기타	(6)	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)

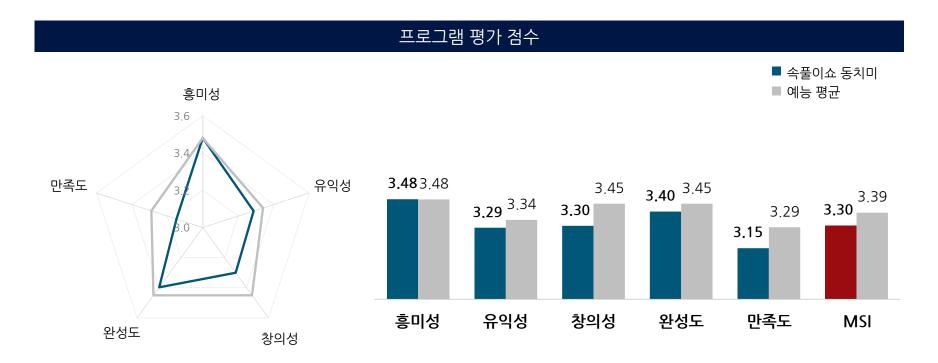
- 〈속풀이쇼 동치미〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(84.6%)로 전년 대비 TV 시청이 늘어난 것으로 조사(2021년 78.9%)되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(39.5%)가 높게 나타남
- 세부 집단별로는 '실시간 TV시청'은 남성, 50대에서 이용률이 높았던 반면, 'VOD 서비스'는 남성, 40대에서 이용률이 높게 나타났으며, '동영상 스트리밍'은 여성, 40대에서 이용률이 다른 그룹 대비 높게 나타남



1+2순위 종합	74 5 11	성	별	연령별						
172판귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(286)	(141)	(145)	(20*)	(77)	(62)	(97)	(30)		
실시간 TV시청	91.3	92.9	89.7	75.0	88.3	87.1	96.9	100.0		
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	47.6	52.5	42.8	55.0	45.5	50.0	45.4	50.0		
MBN 인터넷 VOD	10.8	10.6	11.0	10.0	16.9	6.5	10.3	6.7		
인터넷 다운로드 사이트	7.7	8.5	6.9	20.0	9.1	6.5	6.2	3.3		
유튜브 등 동영상 스트리밍	37.4	30.5	44.1	30.0	36.4	50.0	36.1	23.3		
기타	5.2	5.0	5.5	10.0	3.9	0.0	5.2	16.7		

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 187

- 프로그램 평가 점수는 3.30점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 보다 -0.09 점 낮게 기록됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.48점) > 완성도(3.40점) > 창의성(3.30점) > 유익성(3.29점) > 만족도(3.15점) 순임

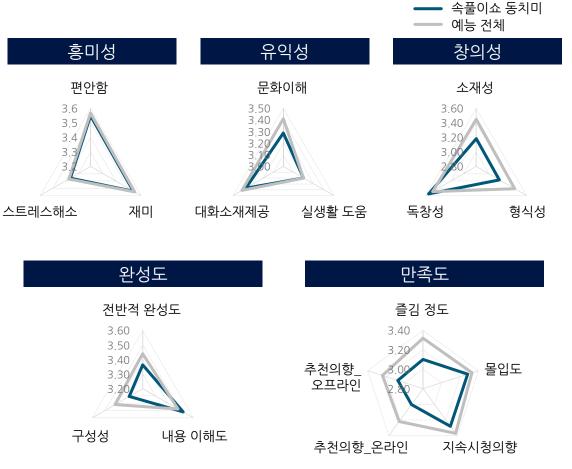




흥미성에선 평균과 유사한 점수를 보였으나, 이를 제외한 대부분의 차원에서 평균 대비 낮은 점수를 보였으며, 특히 창의성 차원(3.30)에서 예능 프로그램 평균 대비 - 0.15점 낮게 평가됨

- 흥미성 차원의 '재미'(3.60점), 창의성 차원의 '독창성'(3.55점), 완성도 차원의 '내용이해도'(3.52점)에서, 평균 대비 좋은 점수를 기록함
- 반면, 창의성 차원의 '소재성'(3.18점), '형식성'(3.17점), 만족도 차원의 '즐김 정도'(3.10점), '추천의향_온라인'(3.00)점 등에서 평균 대비 낮은 평가를 받음

	속풀이쇼 동치미	예능 전체
응답자 수	(286)	(400)
MSI	3.30	3.39
흥미성 통합	3.48	3.48
편안함	3.53	3.55
재미	3,60	3.54
스트레스 해소	3.32	3.36
유익성 통합	3.29	3.34
문화이해	3.29	3.41
실생활 도움	3.20	3.20
대화소재제공	3.37	3.41
창의성 통합	3.30	3.45
소재성	3.18	3.45
형식성	3.17	3.41
독창성	3.55	3.49
완성도 통합	3.40	3.45
전반적완성도	3.36	3.44
내용이해도	3.52	3.48
구성성	3.31	3.42
만족도 통합	3.15	3.29
즐김 정도	3.10	3.32
몰입도	3.28	3.33
지속시청의향	3.28	3.37
추천의향_온라인	3.00	3.22
추천의향_오프라인	3.07	3.24



- 〈속풀이쇼 동치미〉는 전반적으로 여성의 평가가 남성 대비 좋은 편으로, 특히 흥미성, 완성도 차원에서 여성의 평가가 남성 대비 긍정적으로 나타났음
- 속성별로는 유익성 차원의 '대화소재제공'(+0.29점), 완성도 차원의 '내용 이해도'(+0.28점),만족도 차원의 '몰입도'(+0.21점) 등의 속성에서 여성의 선호가 유의미하게 높았음

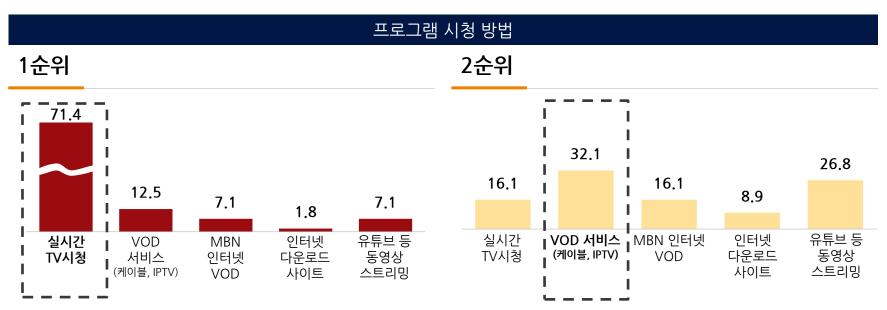
						샹	J별					
속풀이쇼 동치미			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(10*)	(26*)	(35)	(50)	(20*)	(141)	(10*)	(51)	(27*)	(47)	(10*)	(145)
MSI	2.99	3.15	3.14	3.35	3.48	3.26	3.66	3.05	3.62	3.44	3.38	3.35
흥미성 통합	3.27	3.27	3.22	3.57	3.68	3.42	3.57	3.13	3.85	3.77	3.67	3.54
편안함	3.40	3.31	3.29	3.56	3.75	3.46	3.70	3.20	3.93	3.77	3.80	3.59
재미	3.40	3.31	3.34	3.64	3.90	3.52	3.60	3.31	3.93	3.91	3.70	3.67
스트레스해소	3.00	3.19	3.03	3.50	3.40	3.28	3.40	2.88	3.70	3.64	3.50	3.36
유익성 통합	2.97	3.06	3.22	3.29	3.53	3.24	3.57	2.99	3.64	3.45	3.43	3,33
문화이해	2.50	3.19	3.34	3.28	3.50	3.26	3.30	3.00	3.48	3.51	3.60	3.32
실생활 도움	3.20	3.00	3.20	3.24	3.65	3.24	3.50	2.73	3.67	3.30	3.00	3.16
대화소재제공	3.20	3.00	3.11	3.34	3.45	3.23	3.90	3.24	3.78	3.55	3.70	3.52
창의성 통합	2.90	3.19	3.09	3.41	3.58	3.28	3.60	3.12	3.60	3.30	3.43	3.32
소재성	2.70	3.27	2.94	3.40	3.40	3.21	3.50	2.90	3.56	3.09	3.30	3.15
형식성	2.70	3.19	2.94	3.22	3.50	3.15	3.60	2.96	3.52	3.15	3.20	3.19
독창성	3.30	3.12	3.37	3.60	3.85	3.47	3.70	3.49	3.74	3.68	3.80	3.63
완성도 통합	3.07	3.22	3.18	3.43	3.45	3.30	4.07	3.18	3.67	3.59	3.50	3.49
전반적 완성도	3.20	3.12	3.09	3.46	3.50	3.29	4.10	3.16	3.56	3.53	3.40	3.43
내용 이해도	2.90	3.31	3.34	3.50	3.50	3.38	4.30	3.31	3.81	3.81	3.60	3.66
구성성	3.10	3.23	3.11	3.32	3.35	3.24	3.80	3.08	3.63	3.43	3.50	3.37
만족도 통합	2.86	3.05	3.07	3.18	3.28	3.12	3.58	2.91	3.46	3.23	3.08	3.17
즐김 정도	3.60	3.15	3.09	3.16	3.35	3.20	3.20	2.63	3.48	3.11	3.00	3.01
몰입도	2.60	3.12	3.14	3.24	3.45	3.18	3.80	3.00	3.56	3.66	3.20	3.39
지속시청의향	2.80	3.23	3.14	3.22	3.55	3.22	3.80	2.94	3.70	3.47	3.30	3.34
추천의향_온라인	2.70	2.81	3.00	3.16	2.95	2.99	3.50	3.00	3.22	2.83	2.90	3.01
추천의향_오프라인	2.60	2.96	2.97	3.14	3.10	3.02	3.60	2.98	3.33	3.09	3.00	3.12

• 〈뜨겁게 안녕〉 시청자는 남성과 여성이 유사했으며, 연령별로는 30대, 직업별로는 블루칼라, 일반 사무/기술직 종사자들의 구성 대비 시청 비중이 높은 편이었음

				뜨겁게 인	<u>반</u> 녕 시청	성 경험자 현황				
	구분	사례수(명)	비율(%)			60대 이상	3,6	기타	- 1	ı
	전체	(56)	100.0			(10.0)	3.0	(7.3)	5.4	
성별	남성	(29)	51.8			(10.0)		주부 (12.3)	7.1	
0.5	여성	(27)	48.2			50대	28,6			
	20대 이하	(5)	8.9	여성	48.2	(30.0)		블루칼라 (9.0)	16.1	
	30대	(22)	39.3	(50.0)						
연령	40대	(11)	19.6					경영/관리 /전문직	10.7	
	50대	(16)	28.6			40대	19,6	7位で当 (13.0)		
	60대 이상	(2)	3.6			(20.0)	13.0	(,		
	자영업	(5)	8.9							
	사무직/기술직	(29)	51.8							
	경영/관리직	(1)	1.8					일반 사무	51.8	
	전문직/자유직	(5)	8.9			30대	39.3	/기술직	31.0	
	기능/숙련공/생산직	(5)	8.9	남성	51.8	(30.0)	39.3	(50.3)		
직업	판매/서비스직	(3)	5.4	(50.0)		(==,,				
	농/임/축/어업	(1)	1.8							
	전업 주부	(4)	7.1			20대 이하	0.0	자영업		
	학생	(0)	0.0			(10.0)	8.9	(8.3)	8.9	
	무직	(2)	3.6		성별		연령 ?			
	기타	(1)	1.8		ÖZ		긴정		직업	

^{*}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)

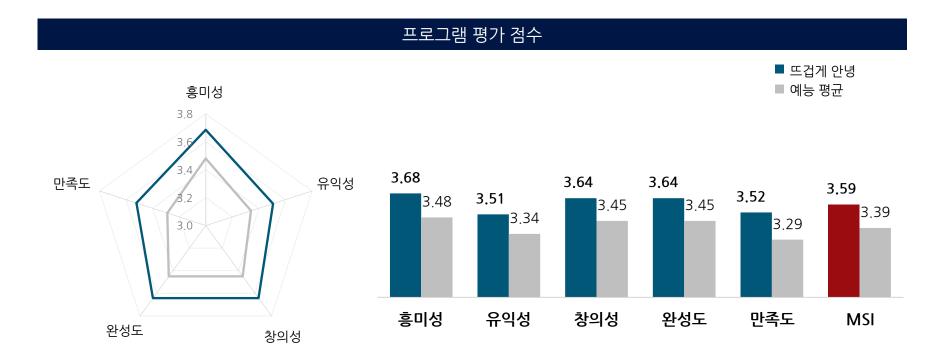
• 〈뜨겁게 안녕〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(71.4%)으로 조사되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(32.1%)가 높게 나타남



1 : 그人이 조하	74 511	성	별			연령별		
1+2순위 종합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(56)	(29*)	(27*)	(5*)	(22*)	(11*)	(16*)	(2*)
실시간 TV시청	87.5	96.6	77.8	80.0	77.3	100.0	93.8	100.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	44.6	44.8	44.4	40.0	54.5	18.2	50.0	50.0
MBN 인터넷 VOD	23.2	17.2	29.6	40.0	27.3	27.3	12.5	0.0
인터넷 다운로드 사이트	10.7	10.3	11.1	40.0	9.1	0.0	12.5	0.0
유튜브 등 동영상 스트리밍	33.9	31.0	37.0	0.0	31.8	54.5	31.3	50.0

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 192

- 프로그램 평가 점수는 3.59점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) +0.20점 높아 상당히 긍정적으로 평가된 프로그램임
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.68점) 〉 창의성 = 완성도(3.64점) 〉 만족도(3.52점) 〉 유익성(3.51점) 순임

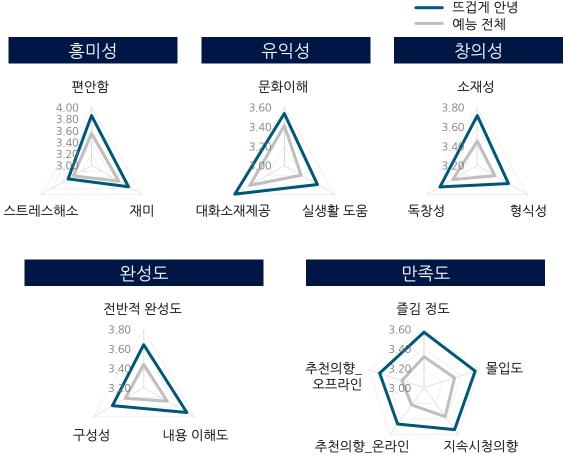




- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 평가가 좋은 편
- 특히, 만족도 차원에서 예능 평균 대비 +0.23점 높게 평가되었음

• 〈뜨겁게 안녕〉은 모든 차원 내 모든 속성에서 상당히 긍정적인 평가를 받았으며, 그 중 흥미성 차원에서는 '편안함'(3.86점), 유익성 차원에서는 '실생활 도움'(3.39점), 창의성 차원에서는 '소재성'(3.71점), 완성도 차원에서는 '내용이해도'(3.71점), 만족도 차원에서는 '즐김 정도'(3.57점)에서 예능 평균 대비 높은 평가를 기록함

	뜨겁게 안녕	예능 전체
응답자 수	(56)	(400)
MSI	3.59	3.39
흥미성 통합	3,68	3.48
편안함	3.86	3.55
재미	3.73	3.54
스트레스 해소	3.46	3.36
유익성 통합	3.51	3.34
문화이해	3.54	3.41
실생활 도움	3.39	3.20
대화소재제공	3.59	3.41
창의성 통합	3.64	3.45
소재성	3,71	3.45
형식성	3.57	3.41
독창성	3.64	3.49
완성도 통합	3.64	3.45
전반적완성도	3.64	3.44
내용이해도	3.71	3.48
구성성	3.57	3.42
만족도 통합	3.52	3.29
즐김 정도	3.57	3.32
몰입도	3,55	3.33
지속시청의향	3.54	3.37
추천의향_온라인	3.46	3.22
추천의향_오프라인	3.48	3.24



• * Seg별 시청자 30샘플 미만으로 데이터 참고

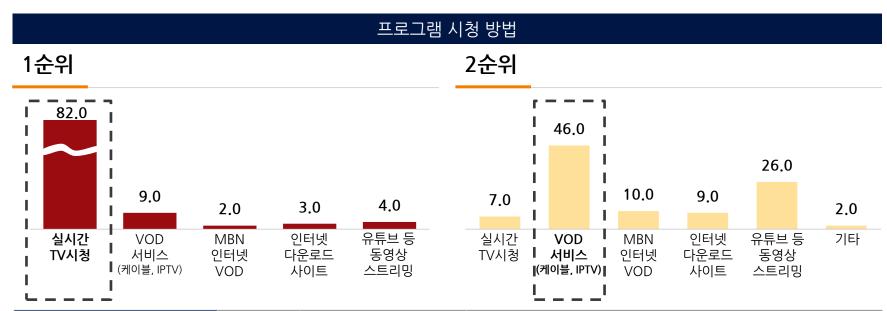
						Ą	성별					
뜨겁게 안녕			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(9*)	(6*)	(10*)	(2*)	(29*)	(3*)	(13*)	(5*)	(6*)	(-)	(27*)
MSI	2.59	3.67	3,66	3.70	3.59	3.60	4.20	3.34	3.80	3,62	-	3.58
흥미성 통합	3.67	3.74	3.72	3.73	3.50	3.71	4.22	3.41	3.93	3.67	-	3.65
편안함	5.00	3.78	3.50	3.70	4.50	3.83	4.33	3.77	4.00	3.83	-	3.89
재미	4.00	3.89	4.00	3.80	3.00	3.83	4.33	3.38	3.80	3.67	-	3.63
스트레스해소	2.00	3.56	3.67	3.70	3.00	3.48	4.00	3.08	4.00	3.50	-	3.44
유익성 통합	1.33	3.41	3.67	3.77	3.50	3.45	4.33	3.33	3.67	3.61	-	3.57
문화이해	2.00	3.56	3.83	3.80	3.50	3.59	4.67	3.08	3.60	3.67	-	3.48
실생활 도움	1.00	3.33	3.50	3.60	3.50	3.31	4.00	3.23	3.60	3.67	-	3.48
대화소재제공	1.00	3.33	3.67	3.90	3.50	3.45	4.33	3.69	3.80	3.50	-	3.74
창의성 통합	2.67	3.63	3.83	3.67	3.50	3.61	4.33	3.38	3.87	3.83	-	3.68
소재성	3.00	3.67	4.17	3.60	3.50	3.69	4.00	3.62	3.60	4.00	-	3.74
형식성	2.00	3.78	3.67	3.60	3.50	3.55	4.33	3.23	4.00	3.67	-	3.59
독창성	3.00	3.44	3.67	3.80	3.50	3.59	4.67	3.31	4.00	3.83	-	3.70
완성도 통합	3.00	3.81	3.56	3.87	3.67	3.71	4.00	3.28	3.93	3.67	-	3.57
전반적 완성도	3.00	3.78	3.67	4.00	3.00	3.72	3.67	3.23	4.00	3.83	-	3.56
내용 이해도	4.00	3.78	3.67	3.80	4.00	3.79	4.00	3.38	4.00	3.67	-	3.63
구성성	2.00	3.89	3.33	3.80	4.00	3.62	4.33	3.23	3.80	3.50	-	3.52
만족도 통합	2.40	3.71	3.57	3.56	3.70	3.54	4.13	3.32	3.68	3.43	-	3.50
즐김 정도	3.00	3.89	3.83	3.60	3.50	3.69	4.00	3.31	3.40	3.50	_	3.44
몰입도	1.50	3.67	3.67	3.60	4.00	3.52	4.33	3.23	4.00	3.67	-	3.59
지속시청의향	2.50	3.67	3.33	3.80	3.50	3.55	4.33	3.31	3.60	3.50	-	3.52
추천의향_온라인	2.50	3.67	3.50	3.50	4.00	3.52	3.67	3.38	3.60	3.17	-	3.41
추천의향_오프라인	2.50	3.67	3.50	3.30	3.50	3.41	4.33	3.38	3.80	3.33	-	3.56

- 〈원하는대로〉 시청자는 여성(51.0%)이 소폭 높게 나타났으나 전반적으로 남녀 비율이 비슷했음
- 연령별로는 30대-50대에서 구성 대비 소폭 시청자 비중이 높았으며, 직업별로는 블루칼라 직종 종사자, 경영/관리/전문직 종사자 층에서 구성 대비 이용자 비중이 높게 나타남

원하는대로 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 60대 이상 6.0 6.0 (7.3)전체 (100) 100.0 (10.0)주부 남성 (49)49 0 11.0 성별 (12.3)여성 (51)51.0 32.0 블루칼라 20대 이하 50대 (8) 8.0 13.0 여성 51.0 (30.0)(9.0)30대 (32)32.0 (50.0)연령 40대 (22)22.0 경영/관리 14.0 50대 (32)32.0 /전문직 (13.0)60대 이상 (6)6.0 40대 22.0 자영업 (9)9.0 (20.0)사무직/기술직 (47)47 0 경영/관리직 (5) 5 0 일반 사무 47.0 전문직/자유직 (9)9.0 /기술직 기능/숙련공/생산직 (7)7.0 (50.3)남성 49.0 32.0 30대 직업 판매/서비스직 (5) 5.0 (50.0)(30.0)농/임/축/어업 (1)1.0 전업 주부 (11)11.0 20대 이하 자영업 9.0 8.0 학생 (100)(0)(8.3)0 0 무직 (5) 5.0 성별 연령 직업 기타 (1)1.0

^{*}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)

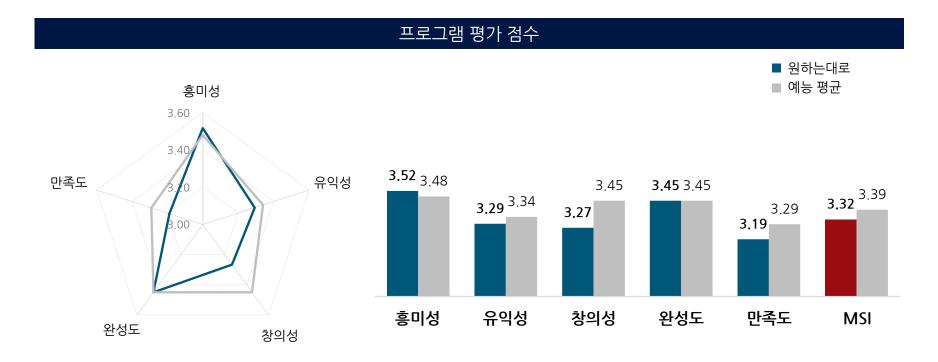
- 〈원하는대로〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(82.0%)으로 조사 되었으며, 2순위로는 'VOD 서비스'(46.0%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, '실시간 TV시청'의 경우 50대에서 30대 대비 이용률이 높은 반면, 'VOD 서비스'는 30대의 이용률이 상대적으로 높았음



1+2순위 종합	74 511	성	별	연령별					
T+2판취 중입	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(100)	(49)	(51)	(8*)	(32)	(22*)	(32)	(6*)	
실시간 TV시청	89.0	89.8	88.2	100.0	84.4	86.4	90.6	100.0	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	55.0	53.1	56.9	50.0	62.5	40.9	56.3	66.7	
MBN 인터넷 VOD	12.0	14.3	9.8	25.0	12.5	0.0	18.8	0.0	
인터넷 다운로드 사이트	12.0	12.2	11.8	12.5	15.6	13.6	9.4	0.0	
유튜브 등 동영상 스트리밍	30.0	30.6	29.4	12.5	21.9	59.1	21.9	33.3	
기타	2.0	0.0	3.9	0.0	3.1	0.0	3.1	0.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 197

- 프로그램 평가 점수는 3.32점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 보다 소폭 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.52점) 〉 완성도(3.45점) 〉 유익성(3.29점) 〉 창의성(3.27점) 〉 만족도(3.19점) 순으로 흥미성에 대한 평가는 평균 대비 소폭 높았으나, 창의성 차원에서 평균 대비 -0.18점 낮게 평가되어 개선이 필요할 것으로 보임

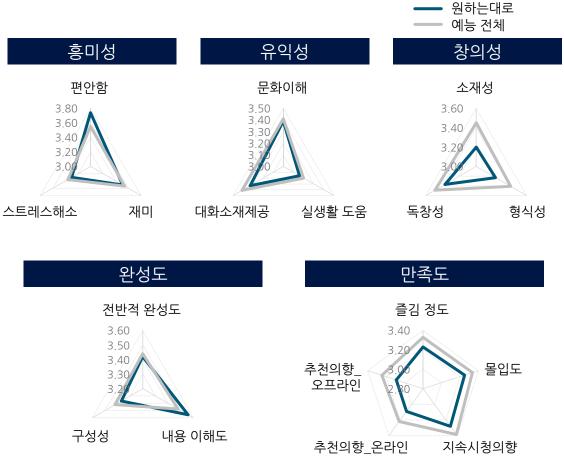




- 흥미성 차원에서는 예능 프로그램 평균 대비 소폭 높은 점수를 받음
- 다만, 창의성 차원의 경우 예능 프로그램 평균 대비 -0.18점, 만족도에서는 -0.10점 낮은 점수를 받음

- 흥미성 차원의 '편안함'(3.74점), 완성도 차원의 '내용이해도'(3.56점)에서는 평균 대비 높은 평가를 받음
- 다만 창의성 차원의 '소재성'(3.20점), 만족도 차원의 '추천의향_오프라인(3.09점) 등에서 평균 대비 다소 낮은 평가를 받으며 이 부분에서 개선이 필요할 것으로 보임

	원하는대로	예능 전체
응답자 수	(100)	(400)
MSI	3,32	3.39
흥미성 통합	3.52	3.48
편안함	3.74	3.55
재미	3.51	3.54
스트레스 해소	3.30	3.36
유익성 통합	3.29	3.34
문화이해	3.39	3.41
실생활 도움	3.16	3.20
대화소재제공	3.33	3.41
창의성 통합	3.27	3.45
소재성	3.20	3.45
형식성	3.23	3.41
독창성	3.37	3.49
완성도 통합	3.45	3.45
전반적완성도	3.42	3.44
내용이해도	3.56	3.48
구성성	3.37	3.42
만족도 통합	3.19	3.29
즐김 정도	3.23	3.32
몰입도	3.25	3.33
지속시청의향	3.28	3.37
추천의향_온라인	3.09	3.22
추천의향_오프라인	3.09	3.24



- 〈원하는대로〉는 전반적으로 여성(3.36점)에게서 남성(3.29점)대비 약간 더 긍정적인 평가를 받았으며, 완성도를 제외한 모든 차원에서 여성의 점수가 더욱 높게 기록됨
- 특히 속성별로 보면, 흥미성 차원의 '스트레스해소'(3.39점), 유익성 차원의 '문화이해'(3.51점), 만족도 차원의 '몰입도'(3.37점) 등에서 여성 시청자의 평가가 유의미하게 좋았던 프로그램이었음

						ķ	성별					
원하는대로			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(5*)	(11*)	(12*)	(17*)	(4*)	(49)	(3*)	(21*)	(10*)	(15*)	(2*)	(51)
MSI	2.79	3.47	3.14	3.40	3.37	3.29	4.53	3.03	3.56	3.42	3.65	3,36
흥미성 통합	3.13	3.61	3.28	3.57	3.75	3.48	4.33	3.25	3.67	3.69	4.00	3.56
편안함	3.40	4.00	3.58	3.82	3.75	3.76	4.33	3.48	3.90	3.80	4.00	3.73
재미	3.00	3.55	3.25	3.65	3.75	3.47	4.33	3.24	3.60	3.73	4.00	3.55
스트레스해소	3.00	3.27	3.00	3.24	3.75	3.20	4.33	3.05	3.50	3.53	4.00	3.39
유익성 통합	2.60	3.33	3.22	3.35	3.25	3.23	4.44	3.05	3.60	3.36	3.67	3.35
문화이해	2.60	3.36	3.25	3.41	3.25	3.27	5.00	3.10	3.70	3.60	4.00	3.51
실생활 도움	2.80	3.09	3.00	3.29	2.75	3.08	4.00	3.00	3.50	3.20	3.50	3.24
대화소재제공	2.40	3.55	3.42	3.35	3.75	3.35	4.33	3.05	3.60	3.27	3.50	3.31
창의성 통합	2.73	3.39	3.08	3.41	3.25	3.24	4.56	2.79	3.67	3.40	3,83	3.29
소재성	2.40	3.45	3.08	3.29	3.00	3.16	4.33	2.76	3.60	3.40	3.50	3.24
형식성	3.00	3.27	3.00	3.35	3.25	3.20	4.33	2.86	3.50	3.33	4.00	3.25
독창성	2.80	3.45	3.17	3.59	3.50	3.37	5.00	2.76	3.90	3.47	4.00	3.37
완성도 통합	2.73	3.61	3.25	3.67	3.58	3.45	4.67	3.13	3.47	3.64	3.50	3.45
전반적 완성도	3.00	3.73	2.92	3.82	3.75	3.49	4.67	3.00	3.30	3.60	3.50	3.35
내용 이해도	3.00	3.45	3.58	3.71	3.50	3.53	5.00	3.38	3.60	3.60	3.50	3.59
구성성	2.20	3.64	3.25	3.47	3.50	3.33	4.33	3.00	3.50	3.73	3.50	3,41
만족도 통합	2.76	3.44	2.97	3.18	3.15	3.14	4.60	2.97	3.46	3.16	3.40	3.24
즐김 정도	3.20	3.55	3.17	3.18	3.25	3.27	5.00	2.81	3.70	3.00	3.50	3.20
몰입도	2.20	3.55	2.92	3.29	3.00	3.12	5.00	3.00	3.30	3.60	3.50	3.37
지속시청의향	3.00	3.64	3.00	3.35	3.25	3.29	4.33	2.95	3.50	3.33	3.50	3.27
추천의향_온라인	2.60	3.27	2.92	3.06	3.25	3.04	4.33	3.00	3.40	2.93	3.00	3.14
추천의향_오프라인	2.80	3.18	2.83	3.00	3.00	2.98	4.33	3.10	3.40	2.93	3.50	3.20

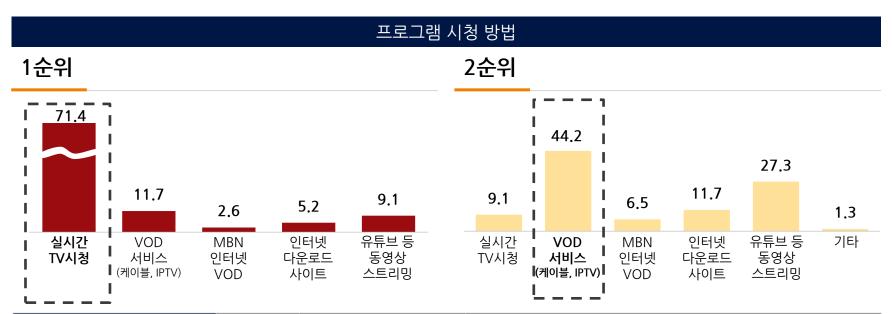
- 〈미스터리듀엣〉 시청자는 여성의 비중(51.9%)이 약간 더 높게 조사되었으나, 전반적으로는 유사한 시청경험을 보임
- 연령별로는 30대, 직업별로는 블루칼라 업종 종사자, 경영/관리/전문직 종사자 층에서 구성 대비 시청 경험이 소폭 높은 것으로 나타남

미스터리듀엣 시청 경험자 현황

	구성	사례수(명)	비율(%)					기타		1
	전체	(77)	100.0			60대 이상	6.5	(7.3)	6.5	
성별	남성	(37)	48.1			(10.0)		주 부	9.1	
0 Z	여성	(40)	51.9			50대	26,0	(12.3)		
	20대 이하	(8)	10.4		54.0	(30.0)	20.0	블루칼라	11.7	
	30대	(28)	36.4	여성	51.9	<u> </u>		(9.0)		
연령	40대	(16)	20.8	(50.0)				경영/관리	14.3	
	50대	(20)	26.0			405	20.0	/전문직 (13.0)		
	60대 이상	(5)	6.5			40대 (20.0)	20.8	(15.0)		
	자영업	(6)	7.8			(20.0)				
	사무직/기술직	(39)	50.6							
	경영/관리직	(3)	3.9					일반 사무		
	전문직/자유직	(8)	10.4			אחרון	26.4	ᄱᄓᄉᄁ	50.6	
	기능/숙련공/생산직	(5)	6.5		48.1	30대 (30.0)	36.4	(50.3)		
직업	판매/서비스직	(4)	5.2	남성 (50.0)		(33.0)				
	농/임/축/어업	(0)	0.0	(50.0)						
	전업 주부	(7)	9.1			20대 이하	10.4	710101		
	학생	(0)	0.0			(10.0)	10.4	자영업 (8.3)	7.8	
	무직	(4)	5.2		서벼		어려	_ (0.5)-	2101	
	기타	(1)	1.3		성별		연령		직업	

^{*}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)

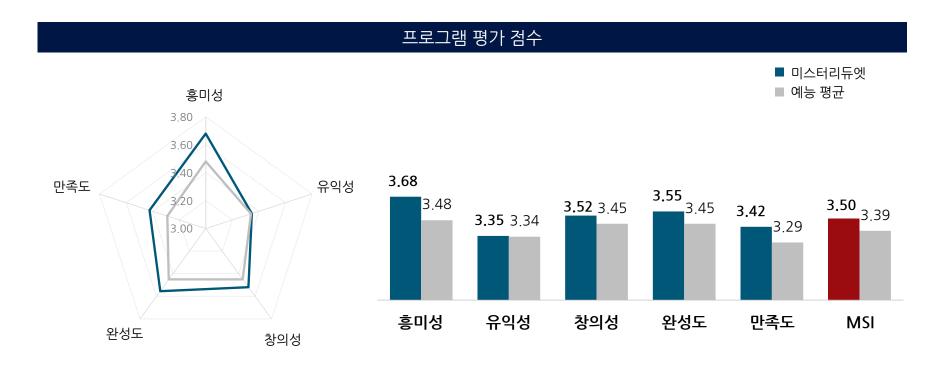
- 〈미스터리듀엣〉을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(71.4%)이고, 2순위로는 'VOD 서비스' (44.2%)가 높게 나타남
- 세부 집단별로는 '실시간 TV시청'의 경우 남성의 이용이 여성 대비 높았고, 'VOD 서비스'의 경우 반대로 여성 층의 이용이 남성 대비 높았던 것으로 나타남



1 : 2人이 조하	74 511	성	별	연령별					
1+2순위 종합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	
사례수	(77)	(37)	(40)	(8*)	(28*)	(16*)	(20*)	(5*)	
실시간 TV시청	80.5	83.8	77.5	100.0	71.4	75.0	85.0	100.0	
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	55.8	54.1	57.5	62.5	64.3	43.8	45.0	80.0	
MBN 인터넷 VOD	9.1	5.4	12.5	12.5	17.9	0.0	5.0	0.0	
인터넷 다운로드 사이트	16.9	21.6	12.5	25.0	10.7	25.0	20.0	0.0	
유튜브 등 동영상 스트리밍	36.4	35.1	37.5	0.0	32.1	56.3	45.0	20.0	
기타	1.3	0.0	2.5	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 202

- 프로그램 평가 점수는 3.50점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 +0.11점 높았음
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.68점) > 완성도(3.55점) > 창의성(3.52점) > 만족도(3.42점) > 유익성(3.35점) 순임

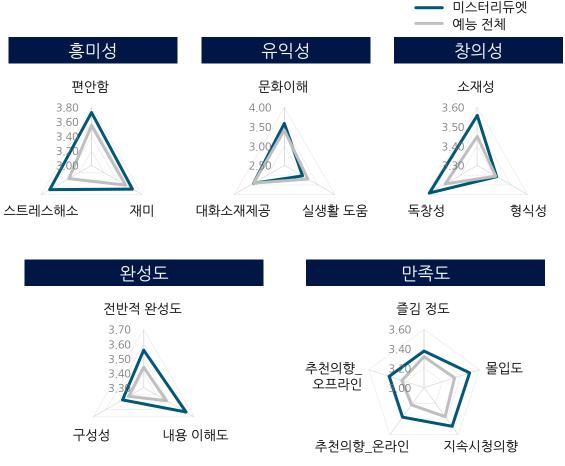




- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균(3.39점) 대비 높게 평가됨
- 특히, 흥미성(3.68점)은 예능 평균 대비 +0.20점 높게 평가되어 긍정적

• 흥미성 차원에서는 '스트레스 해소'(3.66점), 유익성 차원에서는 '문화이해'(3.58점), 창의성 차원에서는 '소재성' (3.56점), 완성도 차원에서는 '내용 이해도'(3.64점), 만족도 차원에서는 '추천의향_오프라인 (3.38점)에서 평균 대비 좋은 평가를 받았음

	미스터리듀엣	예능 전체
응답자 수	(77)	(400)
MSI	3.50	3.39
흥미성 통합	3.68	3.48
편안함	3.73	3.55
재미	3,65	3.54
스트레스 해소	3,66	3.36
유익성 통합	3.35	3.34
문화이해	3.58	3.41
실생활 도움	3.04	3.20
대화소재제공	3.42	3.41
창의성 통합	3.52	3.45
소재성	3.56	3.45
형식성	3.42	3.41
독창성	3.58	3.49
완성도 통합	3.55	3.45
전반적완성도	3.56	3.44
내용이해도	3.64	3.48
구성성	3.47	3.42
만족도 통합	3.42	3.29
즐김 정도	3.38	3.32
몰입도	3.49	3.33
지속시청의향	3.49	3.37
추천의향_온라인	3,38	3.22
추천의향_오프라인	3,38	3.24



- 〈미스터리듀엣〉은 대체로 여성이 만족도를 제외한 모든 차원에서 남성 보다 상대적으로 프로그램에 대해 높게 평가하였음
- 특히 유익성 차원의 '문화이해'(3.75점), 창의성 차원의 '독창성'(3.75점), 완성도 차원의 '전반적 완성도' (3.65점) 등에서 평균 대비 큰 편차를 보이며 여성 층에 소구된 것으로 보임

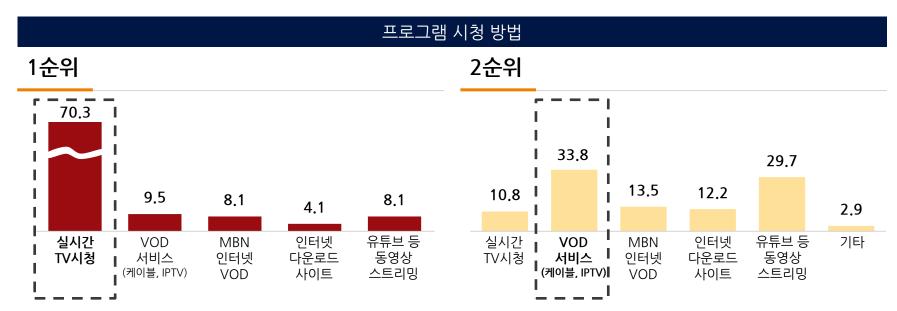
						ķ	j별					
미스터리듀엣			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(3*)	(10*)	(8*)	(12*)	(4*)	(37)	(5*)	(18*)	(8*)	(8*)	(1*)	(40)
MSI	2.63	3.55	3.52	3.55	3.49	3.46	4.06	3.51	3.60	3.21	3.18	3.53
흥미성 통합	3,11	3.67	3.67	3.75	3.75	3.66	4.00	3.81	3.54	3.50	3.00	3.70
편안함	4.33	3.70	3.75	3.67	3.75	3.76	3.80	3.78	3.75	3.50	3.00	3.70
재미	2.67	3.60	3.75	3.75	3.75	3.62	4.20	3.83	3.25	3.50	3.00	3.68
스트레스해소	2.33	3.70	3.50	3.83	3.75	3.59	4.00	3.83	3.63	3.50	3.00	3.73
유익성 통합	2.67	3.13	3.42	3.42	3.25	3.26	3.80	3.46	3.50	3.08	3.00	3.43
문화이해	3.67	3.00	3.88	3.42	3.25	3.41	4.20	3.72	3.75	3.50	4.00	3.75
실생활 도움	2.00	3.00	2.88	3.08	3.00	2.92	3.60	3.06	3.38	3.00	2.00	3.15
대화소재제공	2.33	3.40	3.50	3.75	3.50	3.46	3.60	3.61	3.38	2.75	3.00	3.38
창의성 통합	2.11	3.57	3.46	3.50	3.67	3.41	4.27	3.52	3.75	3.21	4.33	3.62
소재성	2.33	3.50	3.50	3.50	4.00	3.46	4.20	3.61	3.63	3.38	4.00	3.65
형식성	2.00	3.60	3.25	3.50	3.75	3.38	4.00	3.28	3.88	3.00	4.00	3.45
독창성	2.00	3.60	3.63	3.50	3.25	3.41	4.60	3.67	3.75	3.25	5.00	3.75
완성도 통합	2.56	3.67	3.54	3.75	3.33	3.54	4.13	3.48	3.71	3.25	3.67	3.57
전반적 완성도	2.33	3.50	3.38	3.75	3.50	3.46	4.20	3.61	3.75	3.38	3.00	3.65
내용 이해도	2.33	3.80	4.00	3.75	3.50	3.68	4.20	3.44	4.00	3.13	4.00	3.60
구성성	3.00	3.70	3.25	3.75	3.00	3.49	4.00	3.39	3.38	3.25	4.00	3.45
만족도 통합	2.67	3.64	3.53	3.42	3.45	3.44	4.08	3.36	3.53	3.10	2.40	3.41
즐김 정도	2.67	3.50	3.88	3.42	3.25	3.46	3.40	3.39	3.50	3.00	2.00	3.30
몰입도	3.00	3.60	3.38	3.58	4.25	3.57	4.20	3.22	3.63	3.25	3.00	3.43
지속시청의향	2.33	3.70	3.75	3.33	3.25	3.43	4.40	3.44	3.50	3.38	3.00	3.55
추천의향_온라인	2.33	3.70	3.38	3.42	3.50	3.41	4.20	3.33	3.38	3.00	2.00	3.35
추천의향_오프라인	3.00	3.70	3.25	3.33	3.00	3.35	4.20	3.39	3.63	2.88	2.00	3.40

- 〈스캉스〉 시청자는 남성(52.7%) 시청자가 소폭 많은 것으로 조사되었으며, 연령별로는 30대, 40대에서 구성 대비 시청 경험이 많았음
- 직업별로는 경영/관리/전문직, 블루칼라 업종 종사자 중 구성 대비 시청자 비중이 높았음

스캉스 시청 경험자 현황 구성 사례수(명) 비율(%) 기타 60대 이상 5.4 6.8 전체 (7.3)(74)100.0 (10.0)주부 남성 (39)52.7 9.5 성별 (12.3)여성 (35)47.3 50대 29.7 20대 이하 (6) 8.1 47.3 블루칼라 14.9 (30.0)여성 30대 (24)32.4 (9.0)(50.0)연령 40대 (18)24.3 경영/관리 50대 16.2 (22)29.7 /전문직 60대 이상 (4) 5.4 (13.0)40대 24.3 자영업 (4) 5.4 (20.0)사무직/기술직 (35)47.3 경영/관리직 (4) 5.4 전문직/자유직 (8) 10.8 일반 사무 47.3 52.7 기능/숙련공/생산직 /기술직 (6) 8.1 30대 32.4 남성 (50.3)직업 판매/서비스직 (5) 6.8 (30.0)(50.0)농/임/축/어업 (0)0.0 전업 주부 (7)9.5 20대 이하 자영업 8.1 학생 (100)(1)(8.3)5.4 1.4 무직 (3) 4.1 성별 연령 직업 기타 (1) 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)

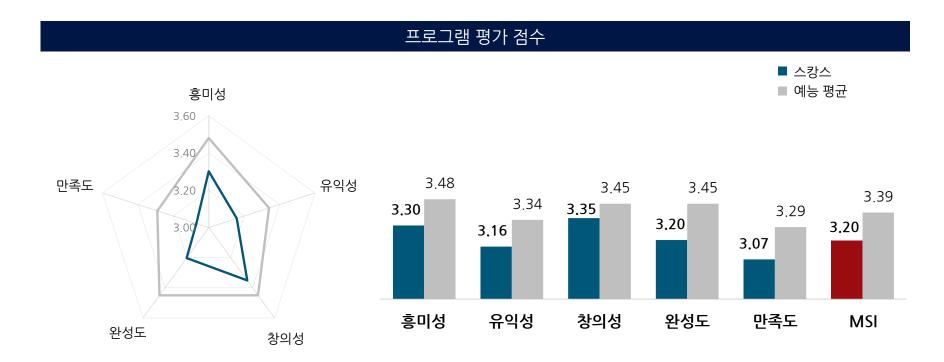
- 〈스캉스〉를 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(70.3%), 2순위로는 'VOD 서비스'(33.8%), '동영상 스트리밍'(29.7%) 순으로 높게 나타남
- 세부 집단별로는 '실시간 TV시청'은 남성 시청자의 이용이 높았으며, 여성 시청자는 상대적으로 다양한 방법을 통해 프로그램을 시청하는 것으로 나타남



1 : 그人이 조하	74 511	성	별			연령별	연령별			
1+2순위 종합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상		
사례수	(74)	(39)	(35)	(6*)	(24*)	(18*)	(22*)	(4*)		
실시간 TV시청	81.1	89.7	71.4	100.0	75.0	72.2	86.4	100.0		
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	43.2	43.6	42.9	50.0	45.8	38.9	45.5	25.0		
MBN 인터넷 VOD	21.6	17.9	25.7	33.3	25.0	22.2	13.6	25.0		
인터넷 다운로드 사이트	16.2	10.3	22.9	16.7	20.8	16.7	13.6	0.0		
유튜브 등 동영상 스트리밍	37.8	38.5	37.1	0.0	33.3	50.0	40.9	50.0		

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 207

- 프로그램 평가 점수는 3.20점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점)대비 낮은 평가를 받음
- 각 차원별 점수는 창의성(3.35점) 〉흥미성(3.30점) 〉 완성도(3.20점) 〉 유익성(3.16점) 〉 만족도(3.07점) 순임

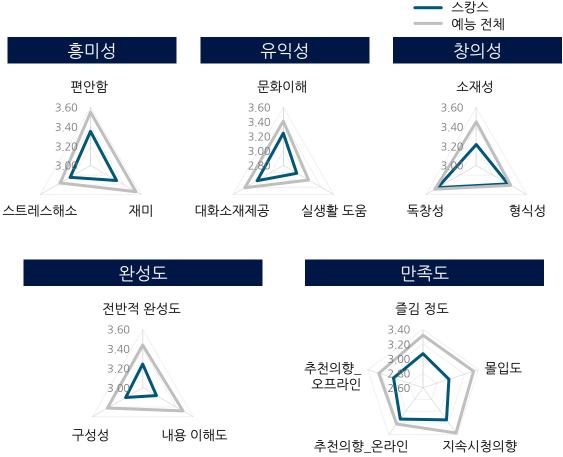




- 모든 차원에서 예능 평균 대비 낮은 평가를 받았음
- 특히, 완성도 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 -0.25점의 낮은 평가를 받음

- 〈스캉스〉는 모든 차원 내 모든 속성에서 예능 전체 평균 대비 낮은 평가를 받음
- 대부분의 지표가 낮게 평가되었으나, 그 중 흥미성 차원의 '재미'(3.31점), 유익성 차원의 '대화소재제공'(3.22점), 창의성 차원의 '소재성'(3.22점), 완성도 차원의 '내용이해도'(3.16점), 만족도 차원의 '몰입도'(2.97점) 등이 평균과의 큰 격차를 보임

	스캉스	예능 전체
응답자 수	(74)	(400)
MSI	3.20	3.39
흥미성 통합	3.30	3.48
편안함	3.35	3.55
재미	3.31	3.54
스트레스 해소	3.24	3.36
유익성 통합	3.16	3.34
문화이해	3.24	3.41
실생활 도움	3.01	3.20
대화소재제공	3.22	3.41
창의성 통합	3.35	3.45
소재성	3.22	3.45
형식성	3.38	3.41
독창성	3.46	3.49
완성도 통합	3.20	3.45
전반적완성도	3.24	3.44
내용이해도	3.16	3.48
구성성	3.20	3.42
만족도 통합	3.07	3.29
즐김 정도	3.07	3.32
몰입도	2.97	3.33
지속시청의향	3.15	3.37
추천의향_온라인	3.14	3.22
추천의향_오프라인	3.03	3.24



- 〈스캉스〉는 남녀간 평가가 전반적으로 유사한 편이었으나, 창의성, 만족도 차원에서는 남성이, 유익성, 완성도 차원에서는 여성의 평가가 소폭 더 긍정적이었던 것으로 나타남
- 성별 간 차이가 가장 크게 났던 포인트는 유익성 차원의 '문화 이해', 완성도 차원의 '내용 이해도', 만족도 차원의 '즐김 정도' 등이었음

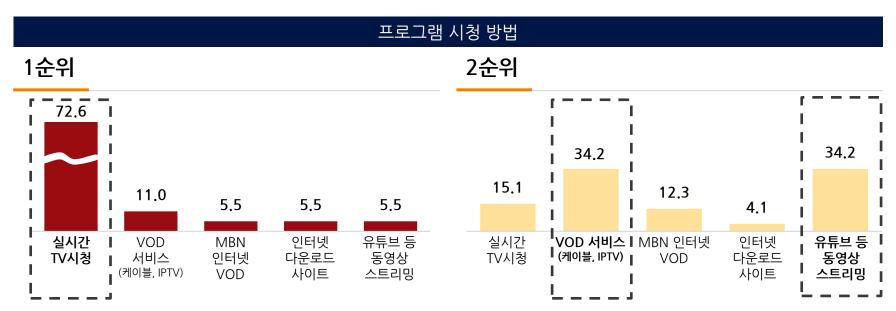
						ķ	성별					
스캉스			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(3*)	(11*)	(8*)	(13*)	(4*)	(39)	(3*)	(13*)	(10*)	(9*)	(-)	(35)
MSI	2.78	3.26	2.93	3.39	3.13	3.19	3.88	3.10	3.40	2.94	-	3.21
흥미성 통합	3.67	3.30	2.96	3.44	3.17	3.29	3.89	3.23	3.43	3.11	-	3.31
편안함	4.00	3.55	3.00	3.54	3.50	3.46	3.67	3.08	3.30	3.22	-	3.23
재미	3.67	3.18	3.00	3.38	3.25	3.26	3.67	3.31	3.60	3.11	-	3.37
스트레스해소	3.33	3.18	2.88	3.38	2.75	3.15	4.33	3.31	3.40	3.00	-	3.34
유익성 통합	2.33	3.15	2.83	3.38	3.08	3.09	3.89	3.08	3.40	3.04	-	3,23
문화이해	1.67	3.09	3.13	3.54	3.00	3.13	3.67	3.15	3.60	3.33	-	3.37
실생활 도움	2.33	3.09	2.75	3.23	3.25	3.03	3.67	2.69	3.20	3.00	-	3.00
대화소재제공	3.00	3.27	2.63	3.38	3.00	3 13	4.33	3.38	3.40	2.78	-	3.31
창의성 통합	3.11	3.48	3.08	3.59	3.17	3.38	3.56	3.23	3.53	3.15	-	3,32
소재성	3.00	3.36	3.00	3.46	3.25	3.28	3.33	2.85	3.50	3.11	-	3.14
형식성	3.33	3.64	3.00	3.62	3.00	3.41	3.67	3.15	3.40	3.44	-	3.34
독 창성	3.00	3.45	3.25	3.69	3.25	3.44	3.67	3.69	3.70	2.89	-	3.49
완성도 통합	2.00	3.06	3.00	3.56	3.00	3.13	3.89	3.10	3.50	3.11	-	3.29
전반적 완성도	2.67	2.91	3.13	3.46	3.25	3.15	4.00	3.23	3.50	3.11	-	3.34
내용 이해도	1.67	2.91	2.88	3.62	2.75	3.03	3.67	3.15	3.60	3.11	-	3.31
구성성	1.67	3.36	3.00	3.62	3.00	3.21	4.00	2.92	3.40	3.11	- 1	3 20
만족도 통합	2.80	3.29	2.83	3.15	3.20	3.10	4.07	2.97	3.24	2.56	-	3.03
즐김 정도	3.33	3.55	3.00	3.23	3.00	3.26	3.67	3.00	3.00	2.22	-	2.86
몰입도	2.00	3.00	2.63	3.31	3.25	2.97	4.00	2.69	3.40	2.56	-	2.97
지속시청의향	2.67	3.45	2.75	3.15	3.50	3.15	4.33	3.00	3.40	2.67	-	3.14
추천의향_온라인	2.67	3.36	3.00	3.00	3.25	3.10	4.00	3.23	3.20	2.78	-	3.17
추천의향_오프라인	3.33	3.09	2.75	3.08	3.00	3.03	4.33	2.92	3.20	2.56	-	3.03

- 〈빽투더그라운드〉 시청자는 남성(64.4%)이 여성 대비 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대를 비롯해 20대 이하에서 구성 대비 시청자 비중이 높았음
- 직업 별로는 블루칼라 업종 종사자, 경영/관리/전문직, 자영업자의 시청이 구성 대비 높았던 것으로 나타남

빽투더그라운드 시청 경험자 현황 구성 사례수(명) 비율(%) 기타 60대 이상 8.2 전체 (7.3)9.6 (73)100.0 (10.0)남성 (47)64 4 주부 4.1 성별 여성 35.6 (12.3)(26)35.6 여성 블루칼라 20대 이하 16.4 (8) 11.0 (50.0)30.1 50대 (9.0)(30.0)30대 (19)26.0 연령 40대 (18)247 경영/관리 15.1 50대 (22)30.1 /전문직 60대 이상 (6)8.2 (13.0)24.7 40대 자영업 (7)9.6 (20.0)사무직/기술직 (33)45.2 경영/관리직 (4) 5.5 일반 사무 남성 64.4 전문직/자유직 45.2 /기술직 (7)96 (50.0)(50.3)기능/숙련공/생산직 (6) 8.2 30대 26.0 직업 판매/서비스직 8.2 (6) (30.0)농/임/축/어업 0.0 (0)전업 주부 (3) 4 1 자영업 20대 이하 11.0 9.6 (8.3) 학생 (10.0)(0)0.0 무직 (4) 5.5 성별 연령 직업 기타 (3) 4.1

^{*}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)

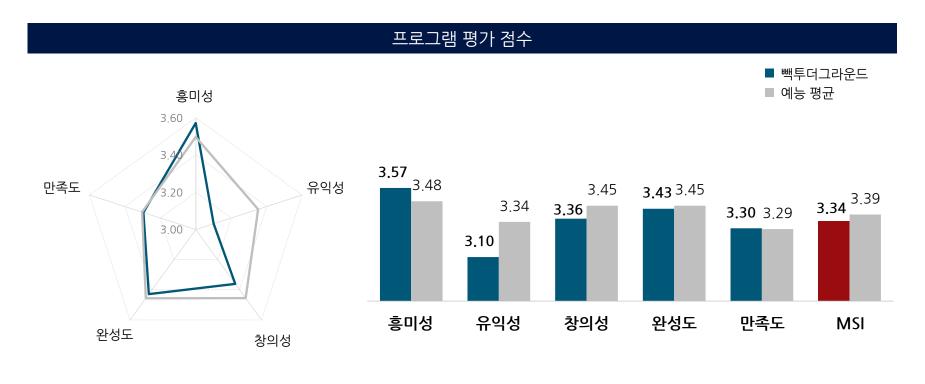
〈빽투더그라운드〉를 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(72.6%)이고, 2순위로는 'VOD 서비스' 와 '동영상 스트리밍'(34.2%)이 높게 나타남



1+2순위 종합	74 5 11	성	별			연령별		
172군귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(73)	(47)	(26*)	(8*)	(19*)	(18*)	(22*)	(6*)
실시간 TV시청	87.7	93.6	76.9	75.0	84.2	94.4	86.4	100.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	45.2	44.7	46.2	62.5	31.6	44.4	50.0	50.0
MBN 인터넷 VOD	17.8	17.0	19.2	12.5	26.3	22.2	13.6	0.0
인터넷 다운로드 사이트	9.6	6.4	15.4	12.5	15.8	0.0	13.6	0.0
유튜브 등 동영상 스트리밍	39.7	38.3	42.3	37.5	42.1	38.9	36.4	50.0

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %]

- 프로그램 평가 점수는 3.34점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 소폭 낮은 평가를 받음
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.57점) 〉 완성도(3.43점) 〉 창의성(3.36점) 〉 만족도(3.30점) 〉 유익성(3.10점) 순임

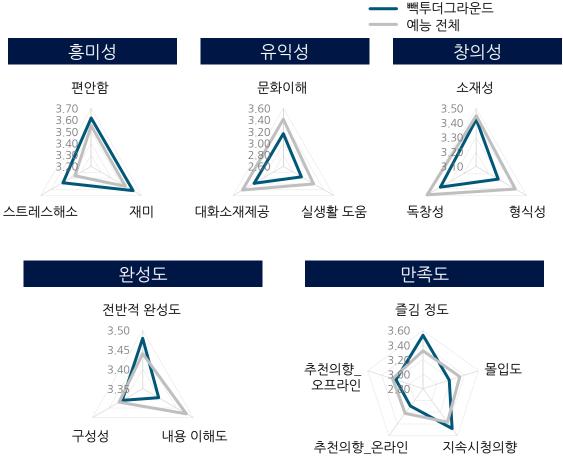




• 흥미성 차원에서 높은 평가를 받았으나, 유익성 차원에서는 예능 전체 평균 대비 -0.24점 낮게 평가 되었음

• 흥미성 차원 내 모든 속성에서 평균 대비 높게 평가 되었으나 반대로 유익성 및 창의성 차원에서는 평가가 낮은 편이었으며, 특히 유익성 차원 내 속성에 대해서는 모두 -0.20점 이상의 편차를 보임

	빽투더그라운드	예능 전체
응답자 수	(73)	(400)
MSI	3.34	3.39
흥미성 통합	3.57	3.48
편안함	3.62	3.55
재미	3,62	3.54
스트레스 해소	3.48	3.36
유익성 통합	3.10	3.34
문화이해	3.16	3.41
실생활 도움	2.96	3.20
대화소재제공	3.18	3.41
창의성 통합	3.36	3.45
소재성	3.42	3.45
형식성	3.27	3.41
독창성	3.38	3.49
완성도 통합	3.43	3.45
전반적완성도	3.48	3.44
내용이해도	3.40	3.48
구성성	3.41	3.42
만족도 통합	3.30	3.29
즐김 정도	3,53	3.32
몰입도	3.18	3.33
지속시청의향	3.48	3.37
추천의향_온라인	3.10	3.22
추천의향_오프라인	3.19	3.24



• 여성 시청자 30샘플 미만으로 데이터 참고

	성별											
빽투더그라운드	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(4*)	(8*)	(13*)	(17*)	(5*)	(47)	(4*)	(11*)	(5*)	(5*)	(1*)	(26*)
MSI	3.28	3.40	3,15	3.42	3.51	3.34	3.78	3.27	3.67	2.91	3.24	3.35
흥미성 통합	3.58	3.58	3.46	3.69	3.87	3.62	3.50	3.45	3.87	3.07	4.00	3.49
편안함	3.75	3.75	3.69	3.65	3.80	3.70	3.25	3.73	3.80	2.60	4.00	3.46
재미	3.75	3.63	3.46	3.71	4.00	3.66	3.50	3.36	4.00	3.40	4.00	3.54
스트레스해소	3.25	3.38	3.23	3.71	3.80	3.49	3.75	3.27	3.80	3.20	4.00	3.46
유익성 통합	2.58	3.00	3.05	3.12	3.47	3.07	3.75	3.09	3.53	2.47	3.00	3.15
문화이해	2.00	3.13	3.23	3.29	3.60	3.17	3.75	3.00	3.40	2.80	3.00	3.15
실생활 도움	3.00	2.88	2.92	2.76	3.40	2.91	3.50	3.09	3.60	2.00	3.00	3.04
대화소재제공	2.75	3.00	3.00	3.29	3.40	3.13	4.00	3.18	3.60	2.60	3.00	3.27
창의성 통합	3.42	3.54	3.10	3.43	3.20	3.33	3.67	3.39	3.87	2.87	3.00	3.41
소재성	3.75	3.50	3.38	3.47	3.20	3.45	3.75	3.36	3.80	2.80	3.00	3.38
형식성	3.00	3.63	2.92	3.47	3.20	3.28	3.75	3.09	3.80	2.80	3.00	3.27
독창성	3.50	3.50	3.00	3.35	3.20	3.28	3.50	3.73	4.00	3.00	3.00	3.58
완성도 통합	3.33	3.67	3,13	3.59	3.53	3.45	3.75	3.36	3.53	3.13	3.00	3.40
전반적 완성도	3.50	3.50	3.08	3.59	3.60	3.43	3.75	3.55	3.60	3.60	3.00	3.58
내용 이해도	3.25	3.63	3.08	3.59	3.60	3.43	3.75	3.27	3.40	3.20	3.00	3.35
구성성	3.25	3.88	3.23	3.59	3.40	3.49	3.75	3.27	3.60	2.60	3.00	3.27
만족도 통합	3.40	3.30	3.06	3.34	3.48	3.28	4.05	3.13	3.60	2.96	3.20	3.33
즐김 정도	4.25	3.88	3.31	3.53	3.20	3.55	3.75	3.27	3.80	3.40	4.00	3.50
몰입도	2.25	3.13	3.08	3.29	3.80	3.17	3.75	3.09	3.80	2.40	3.00	3.19
지속시청의향	3.75	3.50	3.23	3.59	4.00	3.53	4.25	3.27	3.40	3.00	3.00	3.38
추천의향_온라인	3.50	2.88	2.92	3.12	3.20	3.06	4.00	2.91	3.60	2.60	3.00	3.15
추천의향_오프라인	3.25	3.13	2.77	3.18	3.20	3.06	4.50	3.09	3.40	3.40	3.00	3.42

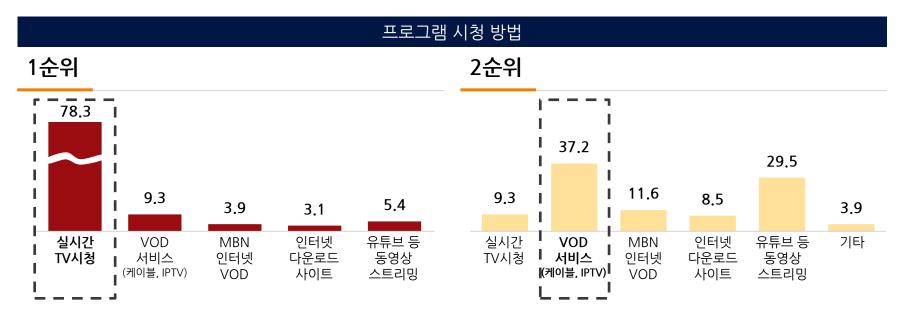
20) 국대는 국대다

- 〈국대는 국대다〉 시청자는 남성이(67.4%) 여성 대비 훨씬 많은 편이었으며, 연령별로는 40대 이상의 시청자가 많은 것으로 나타남
- 직업 별로는 블루칼라 , 자영업자의 구성 대비 시청자 비중이 높았음

국대는 국대다 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 7.8 전체 (7.3)100.0 (129)60대 이상 12.4 (10.0)남성 67 4 (87)주부 7.8 성별 여성 여성 32.6 (12.3)(42)32.6 (50.0)블루칼라 11.6 20대 이하 5.4 (7)(9.0)30대 (32)24.8 50대 33.3 경영/관리 12.4 연령 40대 24.0 (30.0)(31)/전문직 50대 33.3 (43)(13.0)60대 이상 (16)12 4 자영업 (14)109 사무직/기술직 (64)49.6 40대 24.0 일반 사무 경영/관리직 6.2 (20.0)(8) 49.6 /기술직 남성 67.4 전문직/자유직 6.2 (8) (50.3)(50.0)기능/숙련공/생산직 (9)7.0 30대 직업 판매/서비스직 (5) 3.9 (30.0)24.8 농/임/축/어업 (1)8.0 전업 주부 7.8 자영업 (10)20대 이하 10.9 (8.3)학생 (1)8.0 (10.0)5.4 무직 (4) 3.1 성별 연령 직업 기타 (5) 3.9

^{*}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)

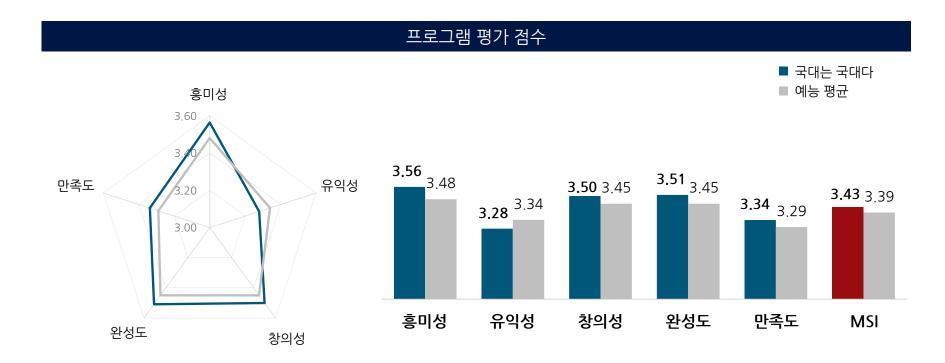
- 〈국대는 국대다〉를 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(78.3%)이고, 2순위로는 'VOD 서비스'(37.2%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 살펴보면, '실시간 TV시청'은 남성, 50대 이상, 'VOD 서비스'는 여성, 30대, '동영상 스트리밍'은 여성, 40대에서 상대적으로 많이 이용하는 것으로 나타남



1+2순위 종합	7-1 -5-II	성	별			연령별		
172판귀 중합	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(129)	(87)	(42)	(7*)	(32)	(31)	(43)	(16*)
실시간 TV시청	87.6	88.5	85.7	100.0	84.4	80.6	90.7	93.8
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	46.5	44.8	50.0	42.9	53.1	48.4	41.9	43.8
MBN 인터넷 VOD	15.5	16.1	14.3	28.6	15.6	6.5	20.9	12.5
인터넷 다운로드 사이트	11.6	12.6	9.5	14.3	12.5	16.1	11.6	0.0
유튜브 등 동영상 스트리밍	34.9	33.3	38.1	14.3	34.4	48.4	27.9	37.5
기타	3.9	4.6	2.4	0.0	0.0	0.0	7.0	12.5

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 217

- 프로그램 평가 점수는 3.43점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 소폭 높은 평가를 받음
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.56점) 〉 완성도(3.51점) 〉 창의성(3.50점) 〉 만족도(3.34점) 〉 유익성(3.28점)
 순임

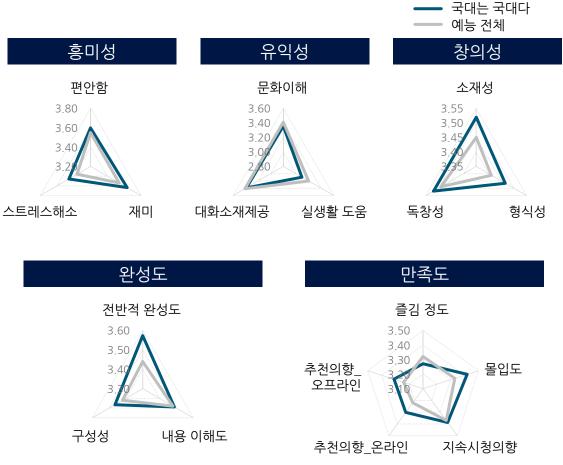




- 유익성을 제외한 창의성, 완성도, 만족도 등 차원에서 예능 평균 대비 높은 평가를 받아 예능으로서 긍정적인 프로그램으로 보임
- 차원 중에선 흥미성에서 평균 대비 +0.08점 높은 평가를 받음

- 유익성 내 모든 속성, 만족도 차원의 '즐김 정도'를 제외하고 모든 속성에서 평균 대비 긍정적으로 평가됨
- 흥미성 차원에서는 '스트레스 해소'(3.46점), 창의성 차원에서는 '소재성'(3.52점), 완성도 차원에서는 '전반적 완성도'(3.57점), 만족도 차원에서는 '몰입도'(3.42점)에서 평균 대비 평가가 가장 좋은 것으로 나타남

	국대는 국대다	예능 전체
응답자 수	(129)	(400)
MSI	3.43	3.39
흥미성 통합	3.56	3.48
편안함	3,60	3.55
재미	3.64	3.54
스트레스 해소	3.46	3.36
유익성 통합	3.28	3.34
문화이해	3.36	3.41
실생활 도움	3.09	3.20
대화 소재제공	3.39	3.41
창의성 통합	3.50	3.45
소재성	3.52	3.45
형식성	3.47	3.41
독창성	3.52	3.49
완성도 통합	3.51	3.45
전반적완성도	3.57	3.44
내용이해도	3.49	3.48
구성성	3.47	3.42
만족도 통합	3.34	3.29
즐김 정도	3.27	3.32
몰입도	3.42	3.33
지속시청의향	3.39	3.37
추천의향_온라인	3,30	3.22
추천의향_오프라인	3,31	3.24



- 〈국대는 국대다〉는 시청은 남성 층에서 더욱 높았으나, 흥미성을 제외하고는 모든 차원에서 남성 대비 여성이 조금 더 긍정적으로 평가하는 경향을 보임
- 특히, 유익성 차원의 '대화소재제공'(3.57점), 창의성 차원의 '형식성'(3.60점), 완성도 차원의 '구성성'(3.62점), 만족도 차원의 '추천의향_온라인'(3.45점) 속성에서 여성의 평가가 더욱 긍정적이었음

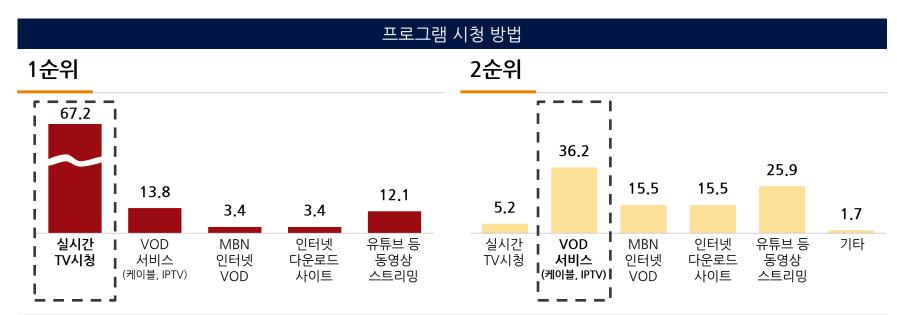
						성	j별					
국대는 국대다			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(4*)	(15*)	(22*)	(32)	(14*)	(87)	(3*)	(17*)	(9*)	(11*)	(2*)	(42)
MSI	3.76	3.34	3.47	3.39	3.34	3.41	4.41	3.52	3.40	3.24	3.00	3.46
흥미성 통합	3.83	3.49	3.59	3.59	3.55	3.58	4.44	3.63	3.48	3.27	3.00	3.53
편안함	4.00	3.53	3.68	3.59	3.64	3.63	4.33	3.65	3.44	3.27	3.00	3.52
재미	4.00	3.67	3.59	3.66	3.57	3.64	4.67	3.82	3.44	3.27	3.00	3.62
스트레스해소	3.50	3.27	3.50	3.53	3.43	3.46	4.33	3.41	3.56	3.27	3.00	3,45
유익성 통합	3.42	3.13	3.32	3.18	3.29	3,23	4.33	3.53	3.19	3.09	3.00	3.37
문화이해	3.50	3.40	3.45	3.31	3.43	3.39	4.67	3.41	3.00	3.00	3.00	3.29
실생활 도움	3.75	2.80	3.05	3.00	3.00	3.01	3.67	3.59	3.11	2.82	3.00	3.26
대화소재제공	3.00	3.20	3.45	3.22	3.43	3.30	4.67	3.59	3.44	3.45	3.00	3.57
창의성 통합	3.92	3.31	3.52	3.52	3.40	3.48	4.44	3.67	3.48	3.21	3.17	3.54
소재성	3.75	3.33	3.45	3.59	3.64	3.53	4.33	3.71	3.44	3.00	3.50	3.50
형식성	4.25	3.20	3.41	3.50	3.14	3.40	4.67	3.65	3.56	3.36	3.00	3.60
독창성	3.75	3.40	3.68	3.47	3.43	3.52	4.33	3.65	3.44	3.27	3.00	3.52
완성도 통합	3.58	3.47	3.50	3.48	3.50	3.49	4.33	3.63	3.41	3.39	3.17	3.55
전반적 완성도	3.75	3.40	3.64	3.66	3.64	3.61	4.00	3.59	3.44	3.36	3.00	3.50
내용 이해도	3.75	3.47	3.45	3.44	3.50	3.47	4.67	3.65	3.22	3.27	3.50	3.52
구성성	3.25	3.53	3.41	3.34	3.36	3.39	4.33	3.65	3.56	3.55	3.00	3.62
만족도 통합	3.95	3.32	3.44	3.26	3.13	3.33	4.47	3.29	3.42	3.22	2.80	3.36
즐김 정도	4.00	3.60	3.27	3.34	2.86	3.32	4.00	3.00	3.33	3.09	3.00	3.17
몰입도	3.50	3.33	3.64	3.22	3.43	3.39	4.67	3.59	3.22	3.27	3.00	3.48
지속시청의향	3.75	3.33	3.55	3.34	3.21	3.39	4.33	3.24	3.44	3.36	3.00	3.38
추천의향_온라인	4.00	3.20	3.32	3.16	3.07	3.23	4.67	3.47	3.44	3.27	2.50	3.45
추천의향_오프라인	4.50	3.13	3.41	3.25	3.07	3.30	4.67	3.18	3.67	3.09	2.50	3.33

• 〈아트싱어〉 시청자는 남성(58.6%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 30대, 40대에서 구성 대비 시청 경험이 높았으며, 직업별로는 자영업자, 블루칼라, 경영/관리/전문직 종사자 사이에서 구성 대비 시청 경험이 높게 나타남

아트싱어 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 60대 이상 5.2 5.2 전체 (58)100.0 3.4 (10.0)남성 (34)586 성별 블루칼라 12.1 여성 (24)41.4 50대 24.1 (9.0)여성 41.4 (30.0)20대 이하 8.6 (5) (50.0)30대 (22)37.9 경영/관리 19.0 /전문직 연령 40대 (14)24.1 (13.0)50대 24.1 (14)40대 24.1 60대 이상 5 2 (3) (20.0)자영업 (6) 103 사무직/기술직 (29)50.0 경영/관리직 (4) 6.9 일반 사무 50.0 /기술직 전문직/자유직 (7)12 1 남성 58.6 (50.3)30대 37.9 기능/숙련공/생산직 (3) 5.2 (50.0)(30.0)직업 판매/서비스직 5.2 (3) 농/임/축/어업 1 7 (1)전업 주부 (2) 3.4 자영업 20대 이하 10.3 8.6 (8.3)학생 (0)0.0 (10.0)무직 (3) 5.2 성별 연령 직업 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)

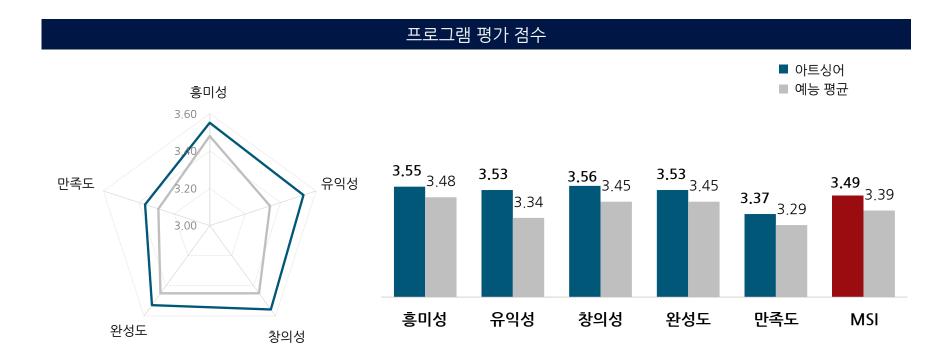
• 〈아트싱어〉을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(67.2%)이고, 2순위로는 'VOD 서비스'(36.2%)가 높게 나타남



1+2순위 종합	74 511	성	별			연령별		
I + 2 군취 중입	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(58)	(34)	(24*)	(5*)	(22*)	(14*)	(14*)	(3*)
실시간 TV시청	72.4	79.4	62.5	80.0	68.2	64.3	85.7	66.7
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	50.0	44.1	58.3	40.0	45.5	57.1	50.0	66.7
MBN 인터넷 VOD	19.0	23.5	12.5	40.0	9.1	14.3	35.7	0.0
인터넷 다운로드 사이트	19.0	20.6	16.7	40.0	31.8	7.1	7.1	0.0
유튜브 등 동영상 스트리밍	37.9	32.4	45.8	0.0	40.9	57.1	21.4	66.7
기타	1.7	0.0	4.2	0.0	4.5	0.0	0.0	0.0

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 222

- 프로그램 평가 점수는 3.49점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 +0.10점 높은 점수를 기록함
- 각 차원별 점수는 창의성(3.56점) 〉흥미성(3.55점) 〉유익성 =완성도(3.53점) 〉 만족도(3.37점) 순임

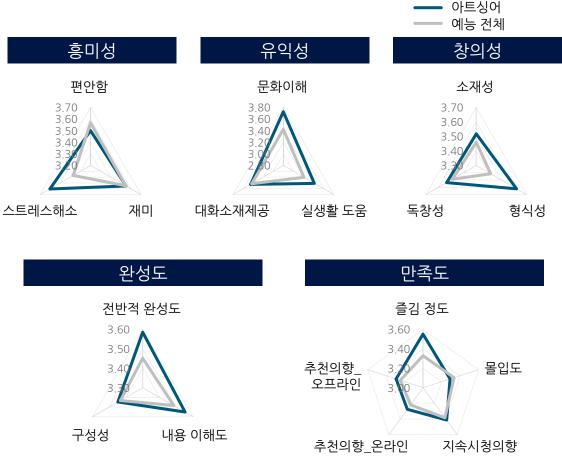




- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 높은 평가를 받았음
- 특히 유익성 차원에서 예능 평균 대비 +0.19점 높게 평가됨

- 만족도 차원의 '몰입도'(3.29점), 흥미성 차원의 '편안함'(3.50점), '재미'(3.55점)를 제외하고 모든 차원 내모든 속성에서 좋은 평가를 받았음
- 그 중 흥미성 차원의 '스트레스 해소'(3.60점), 유익성 차원의 '문화 이해'(3.72점), 창의성 차원의 '형식성'(3.62점), 만족도 차원의 '즐김 정도'(3.55점) 등은 평균 대비 +0.20점 이상 높은 속성들로 프로그램의 장점으로 평가되는 속성들임

	아트싱어	예능 전체
응답자 수	(58)	(400)
MSI	3.49	3,39
흥미성 통합	3.55	3.48
편안함	3.50	3.55
재미	3.55	3.54
스트레스 해소	3,60	3.36
유익성 통합	3.53	3.34
문화이해	3.72	3.41
실생활 도움	3.41	3.20
대화 소재제공	3.45	3.41
창의성 통합	3.56	3.45
소재성	3.52	3.45
형식성	3.62	3.41
독창성	3,53	3.49
완성도 통합	3,53	3.45
전반적완성도	3.59	3.44
내용이해도	3.55	3.48
구성성	3.45	3.42
만족도 통합	3.37	3.29
즐김 정도	3.55	3.32
몰입도	3.29	3.33
지속시청의향	3.41	3.37
추천의향_온라인	3,28	3.22
추천의향_오프라인	3.29	3.24



• 여성 시청자 30샘플 미만으로 데이터 참고

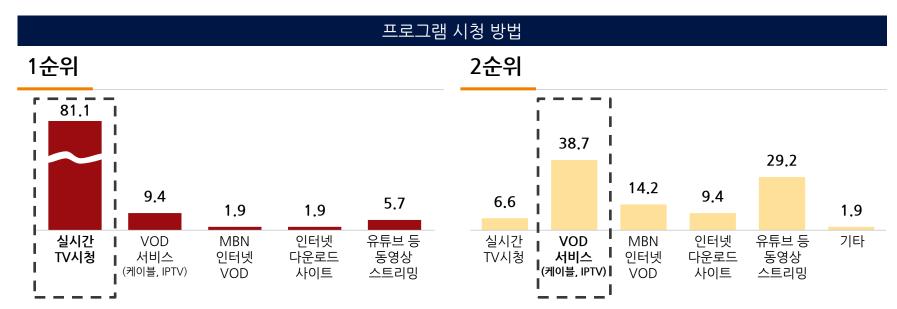
						Ç	 성별					
아트싱어			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(3*)	(10*)	(7*)	(12*)	(2*)	(34)	(2*)	(12*)	(7*)	(2*)	(1*)	(24*)
MSI	2.69	3.54	3.50	3,53	3.47	3.45	4.65	3.22	3.98	3.09	3.18	3.55
흥미성 통합	2.78	3.73	3.76	3.53	3.00	3.54	4.67	3.22	4.05	3.17	3.00	3.57
편안함	3.67	3.70	3.71	3.50	3.00	3.59	4.50	2.92	3.86	3.50	3.00	3.38
재미	2.67	3.70	3.71	3.50	3.00	3.50	4.50	3.33	4.14	3.00	3.00	3.63
스트레스해소	2.00	3.80	3.86	3.58	3.00	3.53	5.00	3.42	4.14	3.00	3.00	3.71
유익성 통합	2.33	3.40	3.67	3.44	3.33	3.37	4.50	3.50	4.05	3.33	4.00	3.75
문화이해	1.67	3.50	4.00	4.08	4.00	3.68	4.00	3.42	4.29	4.00	4.00	3.79
실생활 도움	2.33	3.40	3.71	3.17	2.50	3.24	5.00	3.33	3.86	3.50	4.00	3.67
대화소재제공	3.00	3.30	3.29	3.08	3.50	3.21	4.50	3.75	4.00	2.50	4.00	3.79
창의성 통합	2.89	3.33	3.62	3.67	3.83	3.50	4.83	3.39	4.05	2.83	3.00	3.64
소재성	2.67	3.20	3.57	3.50	4.00	3.38	4.50	3.50	4.14	3.00	3.00	3.71
형식성	3.33	3.40	3.86	3.50	4.00	3.56	5.00	3.50	4.00	3.00	3.00	3.71
독창성	2.67	3.40	3.43	4.00	3.50	3.56	5.00	3.17	4.00	2.50	3.00	3.50
완성도 통합	2.33	3.67	3.43	3.78	3.67	3.54	4.50	3.14	3.90	3.67	3.00	3.51
전반적 완성도	2.67	3.90	3.57	3.92	3.50	3.71	4.00	3.08	3.71	4.00	3.00	3.42
내용 이해도	2.33	3.50	3.57	4.00	3.50	3.59	5.00	3.00	4.00	3.50	3.00	3.50
구성성	2.00	3.60	3.14	3.42	4.00	3.32	4.50	3.33	4.00	3.50	3.00	3.63
만족도 통합	2.93	3.54	3.23	3.35	3.50	3.35	4.70	3.00	3.91	2.70	3.00	3.38
즐김 정도	3.33	3.90	3.57	3.42	2.50	3.53	5.00	3.33	4.00	2.50	3.00	3.58
몰입도	2.67	3.40	3.00	3.08	3.50	3.15	4.50	3.17	3.86	3.50	3.00	3.50
지속시청의향	2.33	3.70	3.14	3.50	4.00	3.41	4.50	3.08	4.00	2.50	3.00	3.42
추천의향_온라인	3.00	3.30	3.14	3.42	4.00	3.32	5.00	2.67	3.86	2.50	3.00	3.21
추천의향_오프라인	3.33	3.40	3.29	3.33	3.50	3.35	4.50	2.75	3.86	2.50	3.00	3.21

• 〈애들입맛 동치미〉 시청자는 남성(57.5%)이 상대적으로 많았으며, 연령별로는 40대 이상에서 구성 대비 시청자 수가 많았으며 직업별로는 자영업, 블루칼라 업종 종사자 중 구성 대비 시청자가 많았음

애들입맛 동치미 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 전체 (106)100.0 11.3 (7.3)60대 이상 14.2 남성 (61)57 5 (100)성별 주부 8.5 여성 (45)42.5 (12.3)여성 42.5 20대 이하 (9) 8.5 블루칼라 10.4 (50.0)(9.0)30대 (19)179 50대 32.1 경영/관리 연령 40대 (29)27.4 (30.0)11.3 /전문직 50대 32.1 (34)(13.0)60대 이상 (15)14 2 자영업 (11)104 사무직/기술직 (51)48.1 40대 27.4 일반 사무 경영/관리직 (5) 4.7 (20.0)48.1 /기술직 전문직/자유직 (7)6.6 (50.3)남성 57.5 기능/숙련공/생산직 (6) 5.7 (50.0)직업 판매/서비스직 (5) 4.7 30대 17.9 농/임/축/어업 0.0 (0)(30.0)전업 주부 (9)8.5 자영업 10.4 20대 이하 8.5 (8.3)학생 (2) 1.9 (10.0)무직 (7)6.6 성별 연령 직업 기타 (3) 2.8

^{*}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)

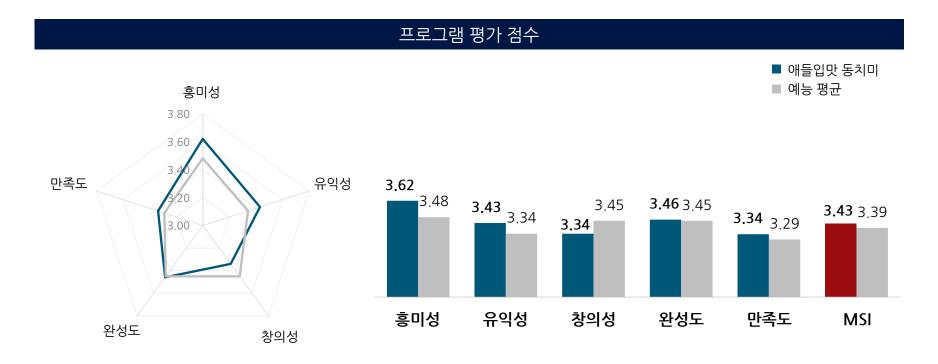
- 〈애들입맛 동치미〉를 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(81.1%)이고, 2순위로는 'VOD 서비스'(38.7%)가 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 살펴보면, '실시간 TV시청'과 '유튜브 등 동영상 스트리밍' 은 여성 시청자의 이용률이 높았던 반면, 'VOD 서비스'는 남성 시청자의 이용이 높았음



1+2순위 종합	전체	성	별	(9*) (19*) (29*) (34) (15*) 88.9 84.2 75.9 97.1 93.3 55.6 36.8 48.3 47.1 60.0 22.2 21.1 13.8 17.6 6.7				
172판귀 중합	신세	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(106)	(61)	(45)	(9*)	(19*)	(29*)	(34)	(15*)
실시간 TV시청	87.7	85.2	91.1	88.9	84.2	75.9	97.1	93.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	48.1	52.5	42.2	55.6	36.8	48.3	47.1	60.0
MBN 인터넷 VOD	16.0	16.4	15.6	22.2	21.1	13.8	17.6	6.7
인터넷 다운로드 사이트	11.3	13.1	8.9	22.2	15.8	6.9	11.8	6.7
유튜브 등 동영상 스트리밍	34.9	31.1	40.0	11.1	36.8	51.7	26.5	33.3
기타	1.9	1.6	2.2	0.0	5.3	3.4	0.0	0.0

[Base: 프로그램 별 응답자, n=400, Unit: 명, %] *사례수 30 미만은 해석 시 주의 227

- 프로그램 평가 점수는 3.43점으로, 예능 프로그램 전체 평균(3.39점) 대비 소폭 높은 점수를 기록함
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.62점) 〉 완성도(3.46점) 〉 유익성(3.43점)〉 창의성 = 만족도(3.34점) 순임

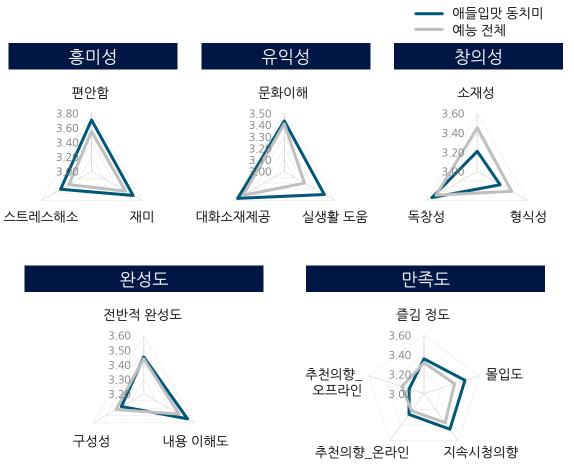




- 대부분 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 같거나 높은 평가를 받았음
- 다만, 창의성 차원(3.34점)에서는 평균 대비 -0.11점 낮게 평가됨

• 대부분 차원 및 속성에서 평균 대비 좋은 평가를 받은 프로그램이나, 창의성 차원의 '소재성'(3.21점), '형식성'(3.27점), 완성도 차원의 '구성성'(3.38점) 등에서는 개선의 여지가 있는 것으로 평가됨

	애들입맛 동치미	예능 전체
응답자 수	(106)	(400)
MSI	3.43	3.39
흥미성 통합	3.62	3.48
편안함	3.71	3.55
재미	3,66	3.54
스트레스 해소	3.49	3.36
유익성 통합	3.43	3.34
문화이해	3.43	3.41
실생활 도움	3.40	3.20
대화 소재제공	3.46	3.41
창의성 통합	3.34	3.45
소재성	3.21	3.45
형식성	3.27	3.41
독창성	3.54	3.49
완성도 통합	3.46	3.45
전반적완성도	3.45	3.44
내용이해도	3,55	3.48
구성성	3.38	3.42
만족도 통합	3.34	3.29
즐김 정도	3,36	3.32
몰입도	3.44	3.33
지속시청의향	3.45	3.37
추천의향_온라인	3.26	3.22
추천의향_오프라인	3.16	3.24



- 〈애들입맛 동치미〉는 전반적으로 남성 보다는 여성 시청자 사이에서 긍정적으로 평가하는 경향을 보임
- 특히, 흥미성 차원 내 모든 속성을 비롯해, 유익성 차원의 '실생활 도움'(3.53점), 완성도 차원의 '전반적 완성도'(3.60점), '내용 이해도'(3.67점), 만족도 차원의 '몰입도'(3.58점) 등에서 여성이 남성 보다 훨씬 긍정적으로 평가함

						ķ	J별					
애들입맛 동치미			남성	연령					여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(4*)	(10*)	(16*)	(20*)	(11*)	(61)	(5*)	(9*)	(13*)	(14*)	(4*)	(45)
MSI	3,41	3,38	3.16	3.46	3.49	3,37	3.95	3.36	3.56	3.29	3.79	3.50
흥미성 통합	4.33	3.40	3.23	3.67	3.55	3.53	4.20	3.63	3.72	3.50	4.33	3.74
편안함	4.50	3.30	3.31	3.80	3.64	3.61	4.60	3.67	3.77	3.57	4.50	3.84
재미	4.50	3.60	3.25	3.60	3.64	3.57	4.20	3.67	3.77	3.57	4.25	3.78
스트레스해소	4.00	3.30	3.13	3.60	3.36	3.41	3.80	3.56	3.62	3.36	4.25	3.60
유익성 통합	3.08	3.27	3.15	3.53	3.61	3.37	3.80	3.37	3.56	3.38	3.75	3.51
문화이해	2.75	3.40	3.25	3.50	3.73	3.41	3.80	3.44	3.62	3.14	3.75	3.47
실생활 도움	3.25	3.10	2.94	3.50	3.64	3.30	4.00	3.44	3.46	3.43	3.75	3.53
대화소재제공	3.25	3.30	3.25	3.60	3.45	3.41	3.60	3.22	3.62	3.57	3.75	3.53
창의성 통합	3.00	3.33	3.15	3.45	3.39	3.31	3.80	3.07	3.56	3.17	3.67	3.38
소재성	2.75	3.40	2.88	3.40	3.18	3.18	3.20	3.11	3.54	2.93	3.75	3.24
형식성	3.00	3.20	3.06	3.40	3.55	3.28	4.00	2.89	3.46	3.00	3.50	3.27
독창성	3.25	3.40	3.50	3.55	3.45	3.48	4.20	3.22	3.69	3.57	3.75	3.62
완성도 통합	3.25	3.47	3.15	3.48	3.52	3.38	4.27	3.37	3.59	3,33	3.83	3.56
전반적 완성도	3.50	3.40	2.94	3.45	3.64	3.34	4.40	3.22	3.69	3.43	3.75	3.60
내용 이해도	3.50	3.50	3.31	3.55	3.45	3.46	4.00	3.67	3.62	3.43	4.25	3.67
구성성	2.75	3.50	3.19	3.45	3.45	3.34	4.40	3.22	3.46	3.14	3.50	3.42
만족도 통합	3.40	3.40	3.14	3.29	3.44	3.30	3.80	3.36	3.43	3.16	3.55	3.38
즐김 정도	3.75	3.30	3.13	3.25	3.45	3.30	4.00	3.56	3.31	3.14	4.00	3.44
몰입도	3.00	3.30	3.38	3.40	3.36	3.34	4.00	3.22	3.62	3.50	4.00	3.58
지속시청의향	3.75	3.70	3.19	3.35	3.73	3.46	3.60	3.33	3.54	3.29	3.75	3.44
추천의향_온라인	3.75	3.40	3.06	3.25	3.27	3.26	3.80	3.44	3.31	3.00	3.00	3.27
추천의향_오프라인	2.75	3.30	2.94	3.20	3.36	3.15	3.60	3.22	3.38	2.86	3.00	3.18





6. 드라마 프로그램 평가



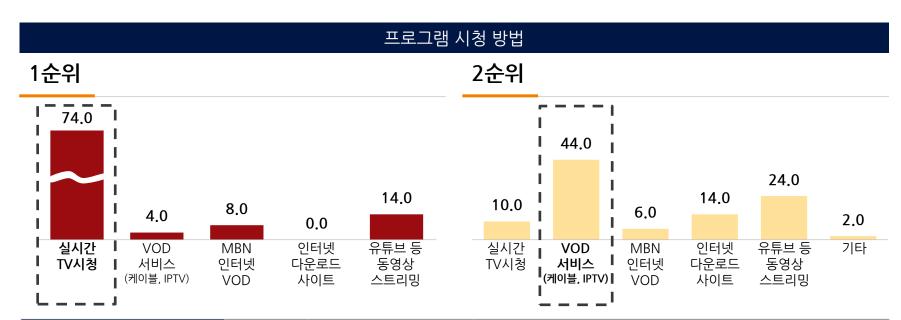
- 〈스폰서〉 시청자는 여성(56.0%)이 남성 대비 많았으며, 연령별로는 40대에서 구성 대비 시청자 비중이 높았음
- 직업별로는 블루칼라, 일반 사무/기술직 종사자의 구성 대비 시청자 비중이 높은 것으로 나타남

스폰서 시청 경험자 현황 구분 사례수(명) 비율(%) 기타 6.0 60대 이상 6.0 (7.3)전체 (50) 100.0 (10.0)주부 8.0 남성 (22)44 0 성별 (12.3)여성 (28)56.0 26.0 50대 블루칼라 14.0 20대 이하 (5) 10.0 (30.0)(9.0)여성 30대 (15)30.0 **56.0** ▲ (50.0)경영/관리 연령 (14)28.0 40대 12.0 /전문직 50대 (13)26.0 (13.0)60대 이상 (3) 6.0 40대 28.0 (20.0)자영업 (3) 6.0 사무직/기술직 (27)54.0 경영/관리직 (1)2.0 일반 사무 54.0 전문직/자유직 (5) 100 /기술직 기능/숙련공/생산직 (3) 6.0 (50.3)30대 30.0 남성 44.0 직업 판매/서비스직 (30.0)(3) 6.0 (50.0)농/임/축/어업 (1)2.0 전업 주부 8.0 (4) 자영업 20대 이하 10.0 (8.3)학생 (0)(10.0)6.0 0.0 무직 (3) 6.0 성별 직업 연령 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 : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 명, %] *▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 232

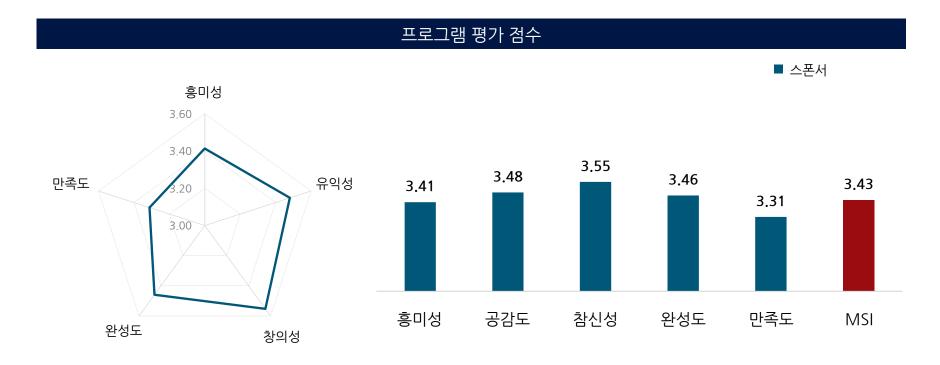
• 〈스폰서〉 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(74.0%)이고, 2순위는 'VOD 서비스'(44.0%)로 다른 프로그램 대비 이용률이 높게 나타남



1+2순위 종합	74 511	성	별			연령별		
I +2군위 중입	전체	남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(50)	(22*)	(28*)	(5*)	(15*)	(14*)	(13*)	(3*)
실시간 TV시청	84.0	86.4	82.1	100.0	73.3	78.6	92.3	100.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	48.0	50.0	46.4	60.0	53.3	28.6	61.5	33.3
MBN 인터넷 VOD	14.0	18.2	10.7	20.0	13.3	14.3	15.4	0.0
인터넷 다운로드 사이트	14.0	18.2	10.7	0.0	13.3	14.3	15.4	33.3
유튜브 등 동영상 스트리밍	38.0	27.3	46.4	20.0	46.7	64.3	15.4	0.0
기타	2.0	0.0	3.6	0.0	0.0	0.0	0.0	33.3

[Base : 프로그램 별 응답자, n=400, Unit : 명, %]

• 프로그램 평가 점수는 3.43점이고, 각 차원별 점수는 참신성(3.55점) 〉 공감도 (3.48점) 〉 완성도(3.46점) 〉 흥미성(3.41점) 〉 만족도(3.31점) 순임

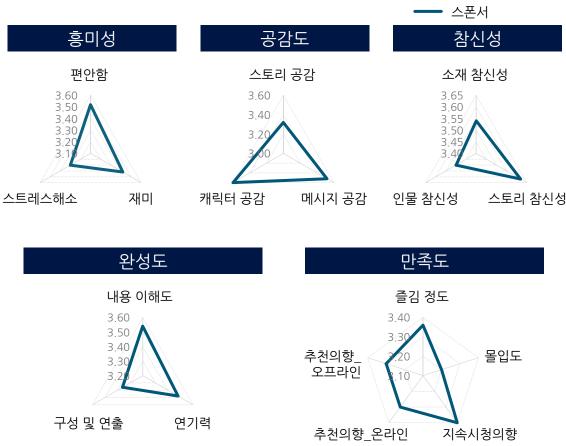




• 참신성 차원에서는 높은 평가를 받았으나, 흥미성, 만족도 차원에서는 상대적으로 낮은 평가를 받았음

• 흥미성 차원에서는 '편안함'(3.62점)이, 공감도 차원에서는 '캐릭터 공감'(3.60점)이, 참신성 차원에서는 '스토리 참신성'(3.62점)이, 완성도 차원에서는 '내용 이해도'(3.54점)가, 만족도 차원에서는 '지속 시청의향'(3.40점)이 좋은 평가를 받았음

	스폰서
응답자 수	(50)
MSI	3,43
흥미성 통합	3.41
편안함	3,52
재미	3.42
스트레스 해소	3.30
공감도 통합	3.48
스토리 공감	3.32
메시지 공감	3,52
캐릭터 공감	3,60
참신성 통합	3,55
소재 참신성	3.54
스토리 참신성	3,62
인물 참신성	3.50
완성도 통합	3.46
내용 이해도	3.54
연기력	3.48
구성 및 연출	3.36
만족도 통합	3.31
즐김 정도	3,36
몰입도	3.20
지속 시청의향	3.40
추천의향_온라인	3.30
추천의향_오프라인	3.30



• Seg 별 샘플 수 부족으로 데이터 참고

스폰서			남성	연령			성별 -		여성	연령		
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(2*)	(5*)	(5*)	(8*)	(2*)	(22*)	(3*)	(10*)	(9*)	(5*)	(1*)	(28*)
MSI	3.09	3.34	3.34	3,51	3.65	3.41	4.57	3.51	3.19	3,16	3.18	3.45
흥미성 통합	2.83	2.87	3.27	3.67	4.33	3.38	4.67	3.53	3.15	3,13	3.00	3.44
편안함	3.50	3.20	3.00	4.00	4.50	3.59	4.67	3.50	3.22	3.20	3.00	3.46
재미	3.00	2.60	3.60	3.63	4.00	3.36	4.67	3.60	3.11	3.20	3.00	3.46
스트레스 해소	2.00	2.80	3.20	3.38	4.50	3.18	4.67	3.50	3.11	3.00	3.00	3.39
공감도 통합	2.83	3.47	3.27	3.42	3.00	3.30	4.89	3.90	3.07	3,33	3.33	3.62
스토리 공감	2.50	3.00	3.20	3.25	3.00	3.09	5.00	3.70	2.78	3.60	3.00	3.50
메시지 공감	2.50	3.60	3.40	3.50	3.00	3.36	4.67	4.10	3.11	3.20	3.00	3.64
캐릭터 공감	3.50	3.80	3.20	3.50	3.00	3.45	5.00	3.90	3.33	3.20	4.00	3.71
참신성 통합	3.67	3.60	3.33	3.50	3.83	3.53	4.67	3.80	3.30	3.00	3.33	3.57
소재 참신성	3.00	3.80	3.20	3.63	4.00	3.55	5.00	3.70	3.33	2.60	4.00	3.54
스토리 참신성	4.00	3.80	3.80	3.25	4.00	3.64	4.33	4.00	3.33	3.00	3.00	3.61
인물 참신성	4.00	3.20	3.00	3.63	3.50	3.41	4.67	3.70	3.22	3.40	3.00	3.57
완성도 통합	2.17	3.67	3.47	3.75	3.67	3.52	4.33	3.33	3.33	3.27	3.00	3.42
내용 이해도	2.50	3.40	3.80	4.00	3.50	3.64	4.00	3.30	3.67	3.20	3.00	3.46
연기력	2.50	4.00	3.20	3.50	4.00	3.50	4.67	3.40	3.22	3.40	3.00	3.46
구성 및 연출	1.50	3.60	3.40	3.75	3.50	3.41	4.33	3.30	3.11	3.20	3.00	3.32
만족도 통합	3.60	3.20	3.36	3.33	3.50	3.35	4.40	3.18	3.13	3.12	3.20	3.29
즐김 정도	4.00	2.80	3.60	3.25	3.50	3.32	4.67	3.60	3.00	3.00	3.00	3.39
몰입도	3.00	3.20	3.20	3.38	3.50	3.27	4.33	3.00	3.00	3.00	3.00	3.14
지속 시청의향	3.00	2.80	3.60	3.63	3.50	3.36	4.00	3.20	3.33	3.60	4.00	3.43
추천의향_온라인	4.00	3.40	3.20	3.13	3.50	3.32	4.67	3.20	3.11	3.00	3.00	3.29
추천의향_오프라인	4.00	3.80	3.20	3.25	3.50	3.45	4.33	2.90	3.22	3.00	3.00	3.18

IV. MBN 프로그램 종합 평가

- 01 2022년 MBN 프로그램 종합 평가
- 02 프로그램 별 시청률 연계 평가
- 03 채널별 이미지 평가





1. 2022년 MBN 프로그램 종합 평가

- 프로그램 종합 평가는 시청률과 콘텐츠 역량평가, 시청 경험률, 품질평가 등을 종합적으로 정리하고 논의함
- 2022년도 MBN 프로그램의 현주소를 파악하고, 채널 및 프로그램 관리 전략 수립이 필요함

시청률

- 1년간의 시청률을 타사 와의 비교를 통해 실적 을 파악
- 1일 종편 全시간대(06 시~26시) 기준, 시간대 별 시청률을 타사와 비 교를 통해 실적을 파악

콘텐츠 역량평가

- 시청 경험자들이 MBN
 의 콘텐츠 제작 능력에
 대한 역량을 평가
- 전년과의 비교를 통해 성장성을 검토

о п = -

 주요 프로그램에 대한 시청 경험 여부를 판단

시청 경험률

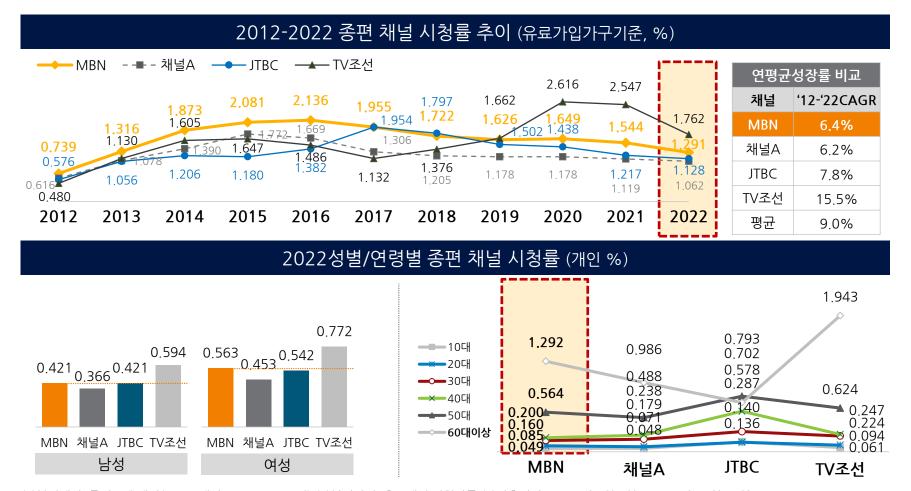
• 노출에 의거한 시청률 과는 달리 시청 인지 및 기억에 의거한 지표

품질평가(MSI)

- 장르에 따른 프로그램
 품질 점수 산출
- 시청률 및 경험률과 같은 양적 평가가 아닌 프로그램 속성에 대한 평가

1) MBN 시청률 평가

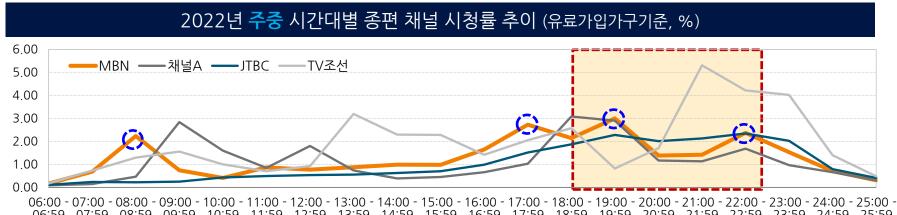
- MBN 시청률은 2022년에 타 종합편성 방송사들과 함께 전년 대비 하락했으며, 10년 간의 연평균 성장률 측면에서 채널A 에 이어 두 번째로 낮은 성장률을 보였음
- MBN 주요 시청층은 여성 및 60대 이상의 고연령층으로, JTBC를 제외한 다른 종합편성 방송사와 비슷한 유형의 구성을 보임



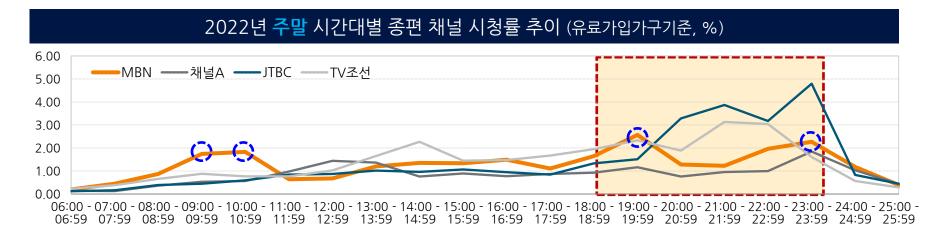
(1)분석채널: 종편 4개 채널(MBN, 채널A, JTBC, TV조선) (2)분석타깃: 유료채널 시청가구 (3)산출기간: 2022년 1월 1일 ~ 2022년 12월 31일 (4)분석시간대: 종편 全시간대 (06:00 ~ 26:00) (5)분석지역: 전국(National)

2) MBN 프로그램 편성 평가

- 주중 시간대별 종편 채널 시청률 추이를 살펴보면, MBN의 경우 오전 8시와 오후 5시, 7시, 10시에 다른 시간대 대비 시청률 우위에 있으나, 오전 8시 시간 대를 제외하면 경쟁사들과 큰 차이를 보이진 않음
- 주말의 경우에는 MBN이 오전 9- 10시, 7시 시간대에 시청률 강세를 보임. 그 이후 심야 시간대 까지는 JTBC와 TV조선이 강세를 보이는 것으로 나타남

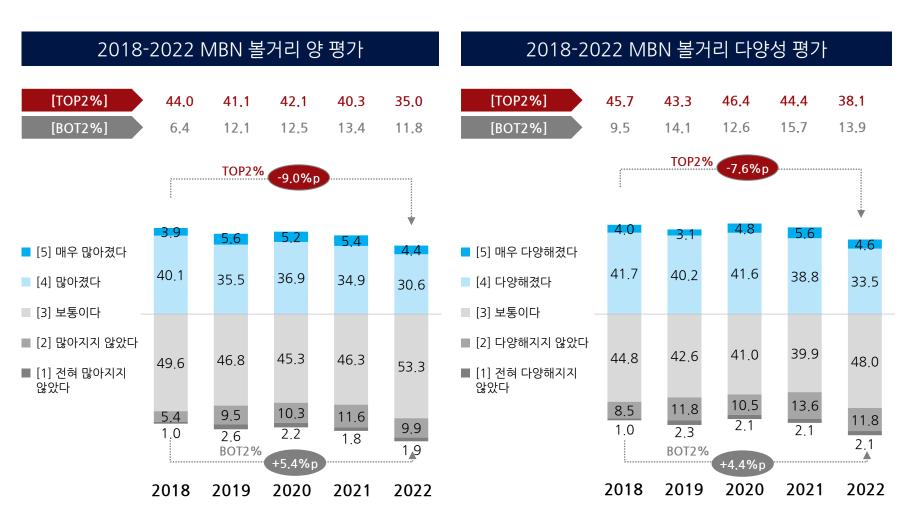


06:59 07:59 08:59 09:59 10:59 11:59 12:59 13:59 14:59 15:59 16:59 17:59 18:59 19:59 20:59 21:59 22:59 23:59 24:59 25:59



3) 콘텐츠 역량 평가

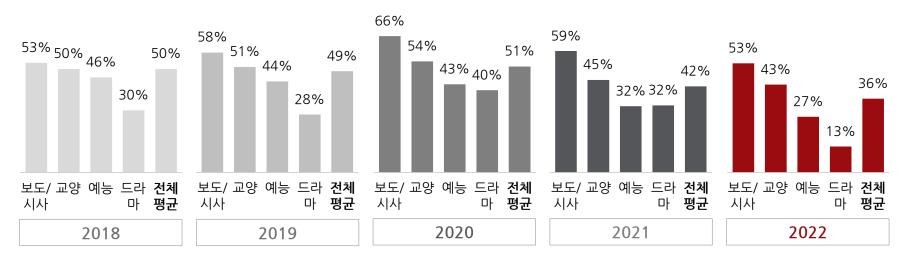
- 최근 5년 기준으로 MBN 콘텐츠에 대한 볼거리 및 다양성에 대한 긍정적인 평가는 전반적으로 감소하는 추세를 보임
- 특히 22년 들어 볼거리와 다양성에 대한 긍정 응답은 4~5% 감소, 부정 응답은 7~8% 가량 증가 하였음



4) 프로그램 시청 경험 평가

- 2022년 MBN 프로그램 시청 경험률은 평균 35.7% 로 전년에 이어 모든 장르에서 시청 경험률이 감소한 것으로 나타남
- 그 중 보도/시사 및 드라마 장르에서 시청 경험의 감소폭이 큰 것으로 나타남

2018-2022 시청 경험률 비교



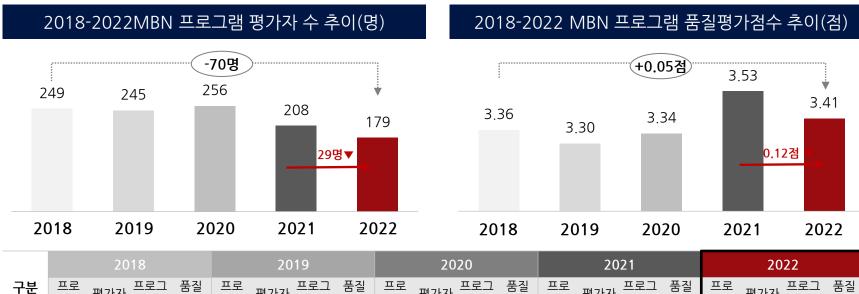
2018-2022장르별 프로그램 1편당 응답자수(명)

장르	2018년	2019년	2020년	2021년	2022년	증가율('22-'21)
보도/시사	266	290	330	293	264	▽29
교양	248	257	269	223	213	▽10
예능	245	218	213	160	135	▽25
드라마	152	138	199	162	63	▽99
평균	249	245	256	208	179	▽29

^{*2022}년 응답자수는 전년도와 동일 기준 적용을 위해 전체 응답자수를 500명으로 환산해서 계산됨

5) 프로그램 시청 품질 평가(MSI)

- 최근 5년간 프로그램 당 평가자 수는 '21년에 이어 '22년에도 감소를 이어감 (249명('18)→245명('19)→256명('20) → 208명('21)→ 179명('22)
- 프로그램 시청 만족도인 품질평가지수(MSI)는 '21년까지 상승세를 보이다가 '22년 들어 일부 하락함 (3.36점('18) → 3.30점('19) → 3.34점('20) → 3.53점('21) → 3.41점('22)



	2018 2019			2020			2021				2022									
구분	프로 그램 수	평가자 수	프로그 램당 평 가자수	품질 평가 점수	프로 그램 수	평가자 수	프로그 램당 평 가자수	품질 평가 점수	프로 그램 수	평가자 수	프로그 램당 평 가자수	품질 평가 점수	프로 그램 수	평가자 수	프로그 램당 평 가자수	품질 평가 점수	프로 그램 수	평가자 수	프로그 램당 평 가자수	품질 평가 점수
보도/ 시사	8	2,127	266	3.45	9	2,614	290	3.28	8	2,638	330	3.34	8	2,346	293	3.51	9	2,376	264	3.43
교양	10	2,481	248	3.40	10	2,567	257	3.31	9	2,418	269	3.37	9	2,010	223	3.52	9	1,925	214	3.45
예능	5	1,223	245	3.37	8	1,742	218	3.29	15	3,200	213	3.33	16	2,562	160	3.42	22	2,963	135	3.39
드라마	1	152	152	3.22	3	414	138	3.41	1	199	199	3.27	1	162	162	3.67	1	63	63	3.43
전체	24	5,983	249	3.36	30	7,337	245	3.30	33	8,455	256	3.34	34	7,080	208	3.53	41	7,327	179	3.41

^{*2022}년 평가자수와 프로그램당 평가자수는 전년도와 동일 기준 적용을 위해 전체 응답자수를 500명으로 환산해서 계산됨

2. 프로그램 별 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 Group B 품질평가안정형 동반안정형 Group A MSI MSI • MSI평균 이상 • MSI평균 이상 • 높은 품질평가 점수 • 높은 시청률 유지 유지 • 시청률 평균 이하 • 시청률 평균 이상 • 높은 품질평가 점수 • 시청률의 소폭 변동 유지 • 시청률 제고 필요 • 유지 홍보 평균 평균 시청률안정형 시청률지향형 Group D Group C • MSI평균 이하 • MSI평균 이하 • 높은 시청률 유지 • 시청률 상승 • 시청률 평균 이하 • 시청률 평균 이상 • 낮은 품질 평가점수 • 품질평가점수의 소폭 변동 (MSI) • 중점관리 • 질적 제고 평균 시청률 평균 시청률

1) 2022 프로그램 별 시청률 연계 평가(종합)

- 장르 관계없이 종합적으로 살펴보면, 시청률 및 품질평가 점수가 모두 평균 이상인 프로그램은 보도/시사 프로그램 〈MBN뉴스와이드(주말)〉, 〈아침&매일경제〉, 교양 프로그램 〈나는 자연인이다〉, 예능 프로그램 〈돌싱글즈3〉, 〈달인VS달인〉, 〈우리들의 쇼10〉,〈국대는 국대다〉, 〈아트싱어〉임
- 예능 〈고딩엄빠〉, 〈고딩엄빠2〉는 시청률은 중간 수준이나 품질 평가에서 눈에 띄게 평가가 낮아 개선이 필요

2022 프로그램 별 시청률 연계 평가 단기 모형



Group B

- 굿모닝 MBN
- 시사스페셜 생생 정보마당 소나무

- 스토리추적 M 엄지의 제왕
- **설상시스를 사회 시**1도 스되다
- 디오리진 디오리진 다시 설렘, 캠핑인 러브 뜨겁게 안녕 미스터리듀엣 애들입맛 동치미

Group A

- MBN 뉴스와이드(주말)
- 아침&매일경제
- 나는 자연인이다
- 돌싱글즈3
- 달인VS달인
- 우리들의 쇼10
- 국대는국대다
- 아트싱어

Group D

- MBN 프레스룸 열린TV 열린세상
- 천기누설
- 아바타싱어
- 고딩엄빠
- 아나프리해
- 신과하판 할토라
- 원하는대로
- ㅈ카ㅈ
- 빽투더그라운드

Group C

- MBN 뉴스7(주중)
- MBN 뉴스센터(주말)
- MBN 뉴스와이드(주중)
- 뉴스파이터
- 판도라
- 휴먼다큐 사노라면
- 특종세상
- 고딩엄빠2
- 속풀이쇼 동치미

*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) 2022 프로그램 별 시청률 연계 평가(보도/시사)

- 보도/시사 중 〈아침&매일경제〉는 전년도에 이어 시청률과 품질 평가에서 모두 높은 점수를 얻어 꾸준히 유지 및 홍보가 필요한 대표 보도/시사 프로그램이며, 금년도엔 〈MBN 뉴스와이드(주말)〉 도 좋은 평가를 얻음
- 반면, 〈MBN 프레스룸〉은 품질 제고가 필요하며, 〈굿모닝MBN〉, 〈시사스페셜〉은 시청률 제고를 위한 마케팅 활동이 필요한 것으로 나타남



*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) 2022 프로그램 별 시청률 연계 평가(교양)

- 교양 프로그램을 살펴보면, 〈나는 자연인이다〉가 전년에 이어 시청률과 품질 평가(MSI)에서 모두 높은 점수를 얻었으며, 전년에 좋은 평가 및 시청률을 얻었던 〈휴먼다큐 사노라면〉은 품질 평가가 다소 떨어짐
- 〈소나무〉 등은 품질 평가는 가장 긍정적으로 받았으나, 시청률이 낮은 프로그램으로 마케팅 및 홍보가 강화가 되어야 하는 프로그램으로 평가됨

2022 프로그램 별 시청률 연계 평가 단기 모형 Group B Group A B Α High • 소나무 • 생생 정보마당 • 나는 자연인이다 • 소나무 • 스토리추적 M 나는 자연인이다 실평가 생생 정보마당 스토리추적 M Group D Group C 휴먼다큐 사노라면 특종세상 열린TV 열린세상 • 판도라 • 천기누설 • 휴먼다큐 사노라면 판도라 • 특종세상 • 열린TV 열린세상 천기누설 • D Low 시청륰 High Low

1) 2022 프로그램 별 시청률 연계 평가(예능)

- 예능 프로그램을 살펴보면, 〈돌싱글즈3〉, 〈달인VS달인〉, 〈다시 설렘, 캠핑인 러브〉, 〈우리들의 쇼10〉, 〈국대는 국대다〉, 〈아트싱어〉, 〈애들입맛 동치미〉는 시청률과 MSI가 모두 높아 A그룹으로 분류됨
- 반면, <아바타싱어〉, 〈고딩엄빠〉, 〈아나프리해〉, 〈알토란〉, 〈스캉스〉, 〈빽투더그라운드〉, 〈원하는대로〉 등 시청률과 품질평가지수(MSI) 모두 낮게 나옴
- 전년 대비 (21년 3개), D그룹에 속한 프로그램 수가 많아진 것으로 나타남

2022 프로그램 별 시청률 연계 평가 단기 모형



Group B

- 엄지의 제왕
- 그리스로마신화 신들의사생활
- 디오리진
- 뜨겁게 안녕
- 미스터리듀엣

Group A

- 돌싱글즈3
- 달인VS달인
- 다시 설렘, 캠핑인 러브
- 우리들의 쇼10
- 국대는국대다
- 아트싱어
- 애들입맛 동치미

Group D

- 아바타싱어
- 고딩엄빠
- 아나프리해
- 알토란
- 스캉스
- 빽투더그라운드
- 워하는대로

Group C

- 신과하판
- 고딩엄빠2
- 속풀이쇼 동치미

*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

2) 2021-2022 프로그램 별 시청률 연계 평가

- 2021년 대비 2022년에는 다년 간 진행한 프로그램 중 품질 평가는 상승하였으나, 시청률에서 대부분 프로그램이 전년 대비 감소하면서, 동반안정형 프로그램은 〈MBN7〉, 〈아침&매일경제〉가 유이했음
- 보도/시사 프로그램 〈천기누설〉, 〈열린 TV 열린세상〉 등은 시청률과 품질 평가 모두 2년 연속 낮게 평가되었음

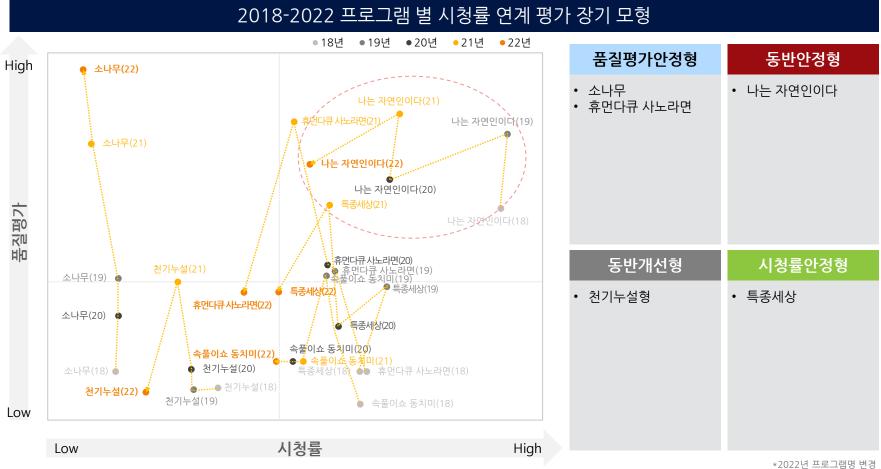
2021-2022 프로그램 별 시청률 연계 평가 장기 모형 21년22년 품질평가안정형 동반안정형 High ● 소나무 • 시사스페셜 • MBN 뉴스7 • 굿모닝 MBN • 아침&매일경제 • 나는 자연인이다 ● 속풀이쇼 동치미 굿모닝 MBN • 엄지의 제왕 질평가 아침 & 매일경제 생생 정보마당 시사스페셜 • 아침 & 시사스페셜 굿모닝 MBN 동반개선형 시청률안정형 ● MBN 뉴스와이드 뉴스파이터 MBN 뉴스센터 ● 뉴스백이니 MBN 종합뉴스(주말) MBN 프레스룪 ●● 알토란 천기누설 • MBN 뉴스센터 ● 현장르포 특종세상 열린TV 열린세상 • 열린TV 열린세상 • 뉴스파이터 MBN 뉴스와이드 소나무 MBN 프레스룸 속풀이쇼 동치미 엄지의 제왕 휴먼다큐 사노라면 생생 정보마당 천기누설 나는 자연인이다 천기누설 ● 열린TV 열린세상 ● 알토란 Low 〈시청률 연계평가의 경우 21년과 22년에 방영된 프로그램을 기준으로 함 > 시청률 High Low

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

*2022년 프로그램명 변경 MBN 종합뉴스(주중) -> MBN 뉴스7, MBN 종합뉴스(주말) -> MBN 뉴스센터, 현장르포 특종세상 -> 특종세상 *MBN 뉴스와이드의 경우 22년도는 주중 데이터 기준으로 분석

3) 2018-2022 프로그램 별 시청률 연계 평가

- 최근 5년 기준으로 보면, 〈나는 자연인이다〉가 높은 시청률과 함께 꾸준히 품질평가가 상승하는 동반안정형 프로그램으로 평가되었으며, 〈소나무〉, 〈휴먼다큐 사노라면〉 가 같은 경우 5주년 간 비교해봤을 때 시청률은 비슷하나,품질 평가에서 꾸준한 상승을 보임
- 반면, 〈천기누설〉은 시청률, 품질 평가 모두 꾸준히 낮아 개선이 필요한 프로그램임



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

*2022년 프로그램명 변경 현장르포 특종세상 -> 특종세상

3. 2022 채널별 이미지 평가

 종합편성채널 4개(MBN, 채널A, JTBC, TV조선)의 주요 이미지를 살펴보면, TV조선을 제외한 채널A, JTBC, MBN 등이 '재미', '대중성', '감동성', 신뢰성', '공감성' 등에서 겹치는 이미지를 보이는 것으로 나타나며, MBN의 경우 '친근감, 공정성' 등의 이미지와 상대적으로 가까운 것으로 나타남

2022 채널별 이미지 대응일치분석 모형 • 방송국 • 이미지



Channel		채널별 주요 이미지 TOP5									
MBN	친근감	공정성	공감성	감동성	신뢰성						
채널A	대중성	감동성	신뢰성	공감성	재미						
JTBC	재미	완성도	감동성	신뢰성	선도적						
TV조선	독창성	소신발언									

① 종합편성채널 주요 이미지

• TV조선을 제외한 MBN, JTBC, 채널 A 등에서 **재미, 대중성**, **감동성, 신뢰성 등** 이미지가 공통적으로 나타나는 편

② MBN 주요 이미지

• MBN이 가진 주요 이미지는 친근감, 공정성, 공감성 등 이며 타 종합채널과 차별되는 두드러진 특색으로 보임

③ 채널별 특색

- 채널별로 살펴보면, 채널A의 주된 JTBC는 종합 편성 채널 중 가장 이미지는 <u>대중성,감동성이며</u> TV 조선은 독창성, 소신 발언임.
 - 재미 완성도 를 확보한 채널임

4.2022년 MBN 프로그램 종합 평가



- 2022년에는 JTBC를 제외한 종합편성 전반에서 전년 대비 시청의 감소가 있었던 것으로 나타나며, MBN 또한, 이용 방법에 가리지 않고 전년 대비 큰 하락을 보였음. 이는 사회적 거리두기 해제로 인한 전반적인 미디어 시청 시간의 감소의 영향도 있지만, 주요 이용층인 50대 이상에서 이용 이유로 '습관적 채널 선택(10.1%)'이 줄어든 영향이 있는 것으로 보임
- MBN은 22년에 만족도 평가(MSI)는 평균 3.41점으로 전년 대비 -0.12점 감소하였으며, 시청 경험(35.7%) 또한 전년 대비 -7%p 감소함. 모든 장르에서 시청경험과 만족도 평가에서의 감소를 보였으며, 그 중 보도/시사, 드라마 장르에서의 시청 경험과 MSI 점수의 하락폭이타 장르 대비 큰 편이었음
- 주중/주말 시간대별 시청률 추이를 살펴보면, MBN은 주중에는 오전 8시와 오후 5시, 저녁 7시, 10시 그리고 주말 오전 시간대, 저녁 7시에 시청률 우위를 보이나, 주중/주말 모두 밤 9시이후에는 TV조선, JTBC 등 경쟁 종합편성 채널 방송국에 열위인 것으로 나타남
- 프로그램 별로는 전체 MBN 프로그램 중 보도/시사 프로그램〈MBN뉴스7〉, 〈아침& 매일경제〉, 교양 프로그램인 〈나는 자연인이다〉 등이 시청률과 품질평가가 꾸준히 좋게 평가되고 있으며, 〈소나무〉는 시청률은 비슷하나, 품질평가에서의 5년 연속 개선이 있었음 2022년 신규로 방영된 프로그램 중에선 〈뜨겁게 안녕〉이 시청 경험, 품질 평가에서 모두 좋은 평가를 받았으며, 반면 〈고딩엄빠〉, 〈고딩엄빠2〉는 품질 평가에서 다른 프로그램 대비크게 낮게 평가되어, 개선이 필요한 것으로 나타남

Thank you.