

2025년

MBN 시청자 만족도 조사 결과 보고서

2026. 01



CONTENTS

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



part

I

조사 개요

1. 조사 배경 및 목적
2. 조사 설계
3. 응답자 구성 현황



1. 조사배경 및 목적

조사 배경

- 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 반응조사

- 방영프로그램 품질평가 필요
- MBN 시청자층 대상 프로그램 평가 점검



품질평가 기준 마련

- 공통 평가항목, 장르별 평가항목 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. 조사 설계

- 본 조사의 설계는 다음과 같음

조사대상

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



조사방법

- On-Line Survey
(Web Survey)



표본 수

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



조사기간

- 2025년 12월 11일~2025년 12월 18일 (8일)



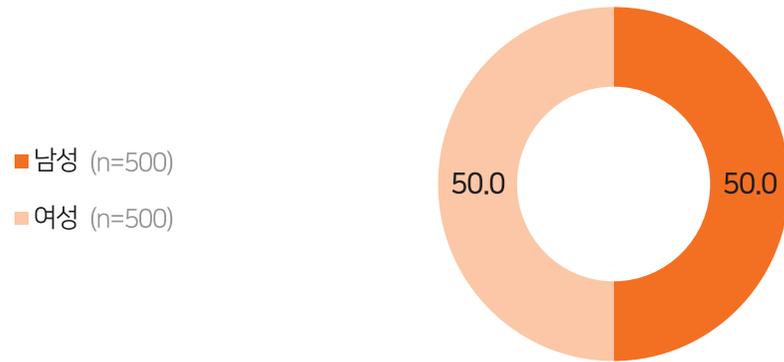
일러두기

※ 본 조사결과에 대한 분석 및 해석 시 다음과 같은 사항에 유의하여야 함

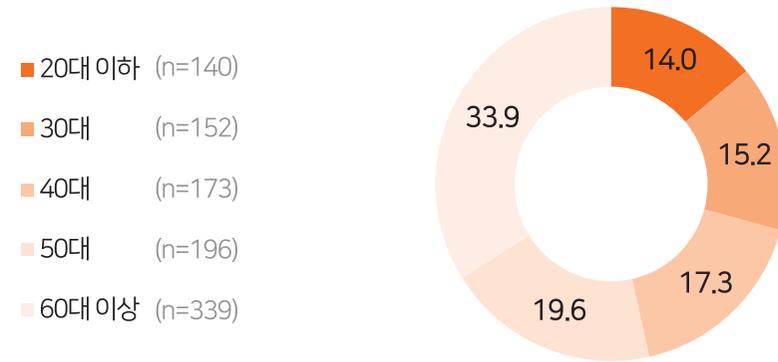
- 각 통계표 및 도표에 수록된 숫자는 적정 소수점 자리에서 반올림되어 있으므로 세부항목과 그 총계가 일치되지 않는 경우가 있으며, 표기된 비율 또는 점수로 단순 합산 및 비교할 경우 차이가 있을 수 있음
- 일부 설문 문항은 복수로 응답된 문항이 있으므로 그 합계는 100.0%를 넘을 수 있음
- 사례수가 30표본 미만으로 적은 경우 결과 해석에 주의가 필요함

3. 응답자 구성 현황

성별



연령



최종학력



[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 6

3. 응답자 구성 현황

- 응답자 직업은 '사무직/기술직'(37.0%)이 가장 높고, 다음으로 '전업주부'(18.3%)가 높게 나타남
- 월 평균 가구소득은 '700만원 이상'(21.5%)이 가장 높고, 중간 소득층인 '300~400만원 미만'(16.6%)이 높게 나타남

직업



월평균 가구소득



[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 7

part

II



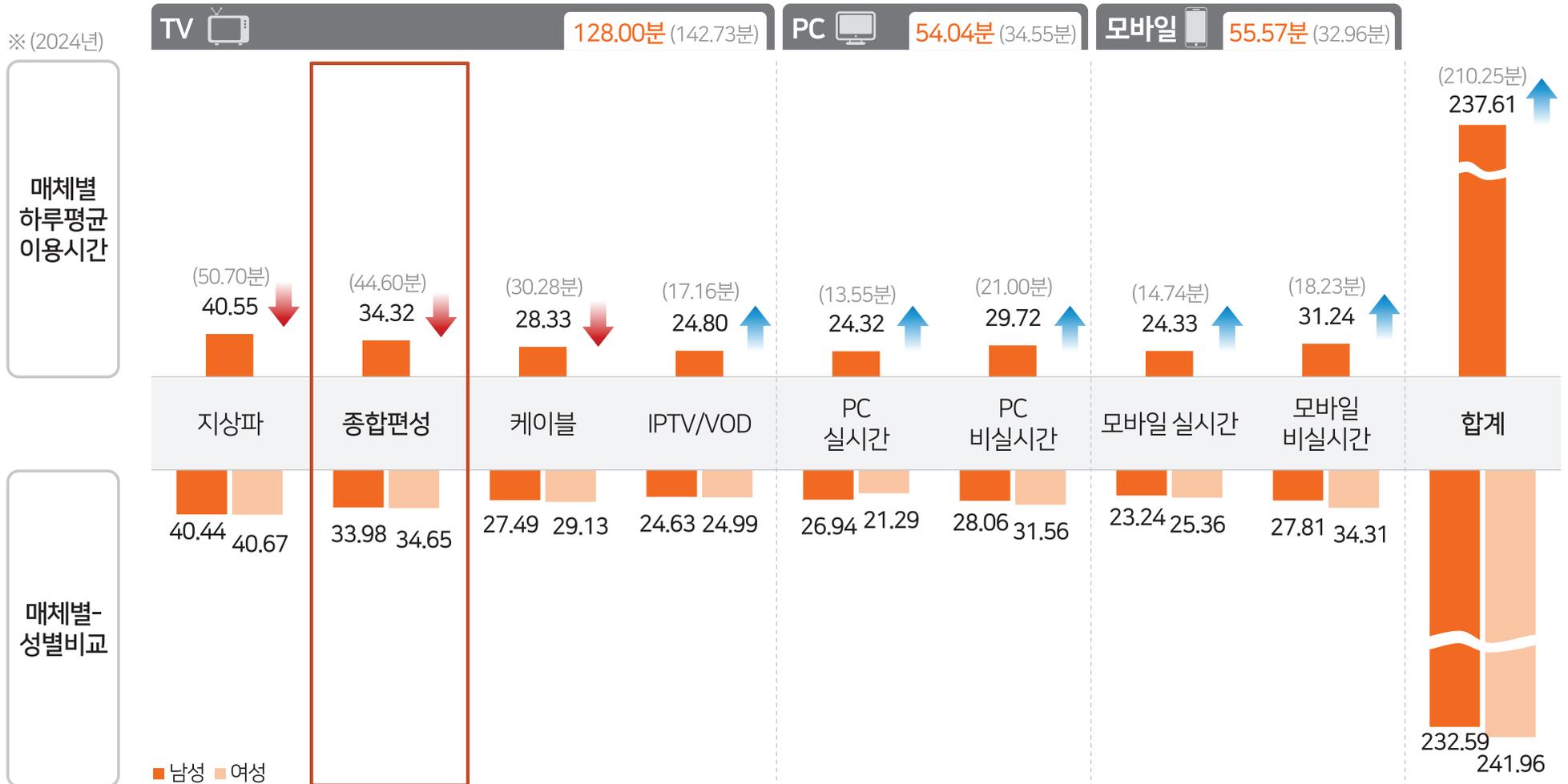
MBN 시청자 시청 행태 분석

1. 방송 시청 시간
2. MBN 시청 방법
3. MBN 방송 정보 습득 경로
4. MBN 시청 목적
5. 콘텐츠 역량 평가



1. 방송 시청 시간

- MBN 시청자들은 하루 평균 237.61분 동안 방송을 시청하였음
- PC/모바일 매체의 이용 시간이 전년 대비 증가 하였으며, 종합편성은 약 10분 가량 감소함
- 여성의 매체 이용 시간이 남성 대비 약 9분 가량 높은 특징을 보이며, 지상파와 종편은 여성의 이용 시간이 남성 대비 소폭 높게 나타남



[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : 분]

1. 방송 시청 시간

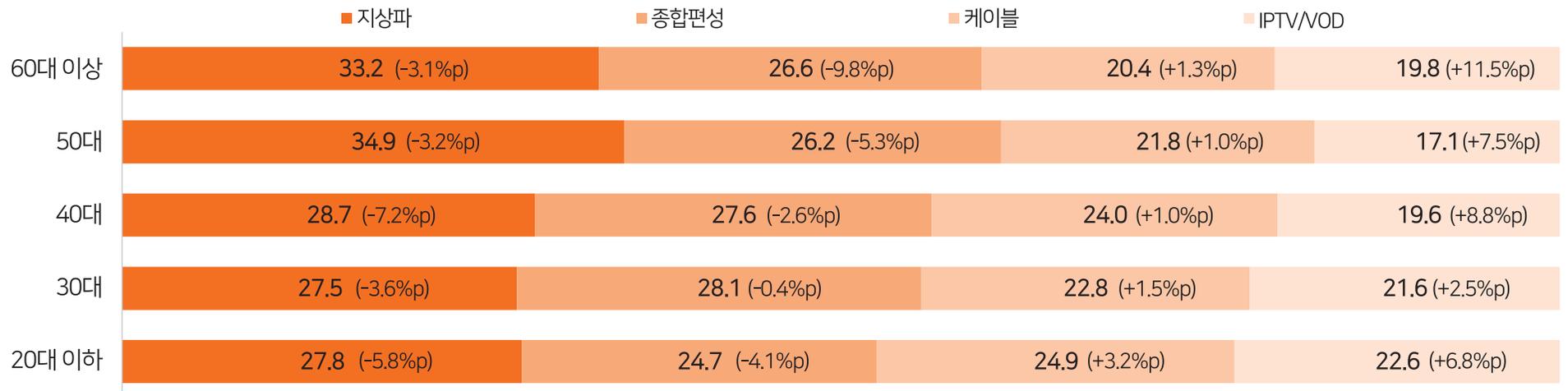
- 모든 연령대에서 전년대비 방송 시청 시간의 증가가 확인됨
- 반면, 종합편성 채널의 이용 시간은 모든 연령대에서 감소했고, 특히 60대 이상에서 전년 대비 크게 감소한 것으로 나타남

연령별 방송 시청시간 (일 평균, 분)

※ ()안의 수치는 전년 대비 Gap값임



연령별 TV 채널 시청 비중 (일 평균, %)



[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : 분]

2. MBN 시청 방법

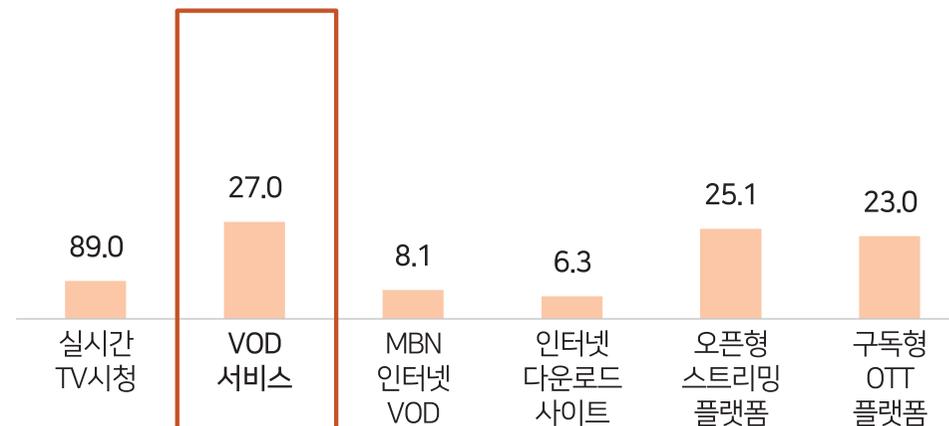
- MBN 시청자들이 1순위로 많이 이용하는 시청 방법은 '실시간 TV시청'(77.3%)이고, 2순위로 'VOD 서비스'(27.0%)를 주로 이용하는 것으로 조사됨
- 1+2순위를 종합 분석 시, '실시간 TV시청'을 통한 이용이 가장 높으며, 연령대가 높아질수록 이용률도 높아지는 경향이 나타남
- 이어서 '구독형 OTT 플랫폼' 이용률이 높게 나타났으며, 특히 30대 이하에서 이용률이 높게 조사됨

1순위



[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

2순위



[Base : 2순위 응답자, n=570, Unit : %]

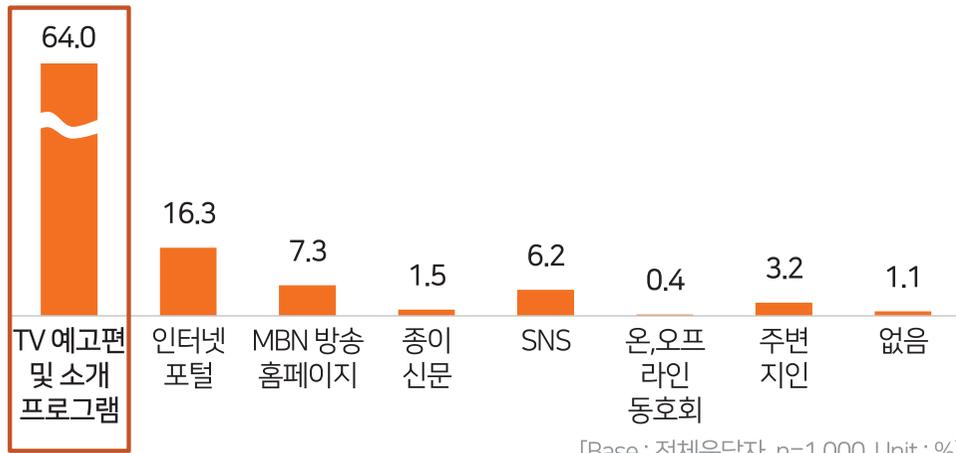
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(1,000)	(500)	(500)	(140)	(152)	(173)	(196)	(339)
실시간 TV시청	83.3	84.8	81.8	67.1	70.4	82.7	86.2	94.4
VOD 서비스	21.3	24.8	17.8	19.3	17.1	19.1	20.4	25.7
MBN 인터넷 VOD	5.4	7.4	3.4	7.9	2.0	3.5	7.7	5.6
인터넷 다운로드 사이트	4.2	4.0	4.4	7.9	3.3	2.3	4.1	4.1
오픈형 스트리밍 플랫폼	21.0	20.0	22.0	27.9	32.9	23.7	16.3	14.2
구독형 OTT 플랫폼	21.8	17.8	25.8	35.7	32.9	26.0	16.8	11.8

[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

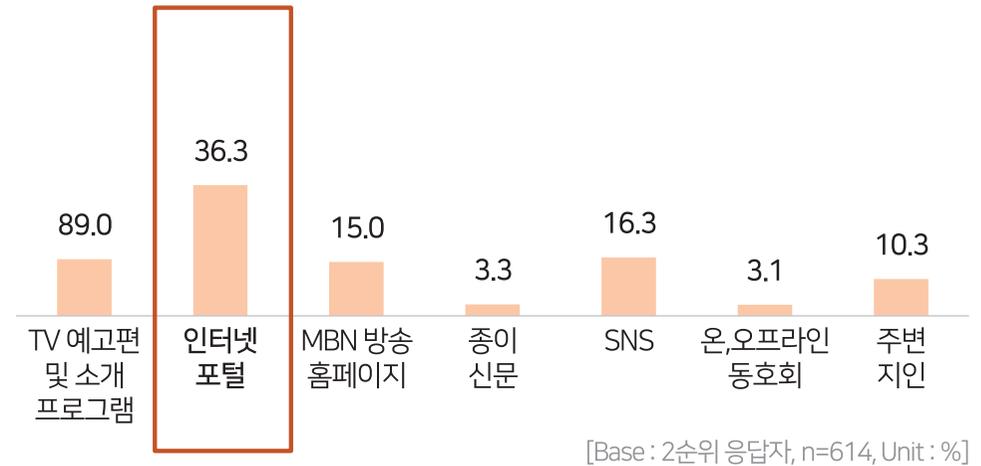
3. MBN 방송정보 습득 경로

- MBN 시청자들이 방송정보를 습득하는 주요 경로는 'TV 예고편 및 소개 프로그램'(64.0%)으로 조사되었고, 2순위로는 '인터넷 포털'(36.3%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합적으로 분석해보면, 모든 연령대에서 'TV'를 통한 MBN 방송정보 습득 비중이 가장 높게 나타남
- 연령별 분석 시, 'MBN 방송 홈페이지'는 60대 이상, '인터넷 포털'은 30-40대, 'SNS'는 30대 이하에서 비중이 높은 경향을 보임

1순위



2순위



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(1,000)	(500)	(500)	(140)	(152)	(173)	(196)	(339)
TV 예고편 및 소개 프로그램	73.7	71.4	76.0	57.1	63.2	68.2	80.1	84.4
인터넷 포털	38.6	39.4	37.8	44.3	53.3	49.1	37.2	25.1
MBN 방송 홈페이지	16.5	20.0	13.0	12.1	6.6	11.6	12.8	27.4
종이신문	3.5	5.0	2.0	7.9	2.6	3.5	1.5	3.2
SNS	16.2	18.4	14.0	35.0	26.3	14.5	10.2	8.3
온,오프라인 동호회	2.3	2.4	2.2	4.3	0.7	3.5	2.6	1.5
주변 지인	9.5	8.2	10.8	7.1	8.6	10.4	8.7	10.9
없음	1.1	1.2	1.0	0.7	0.7	2.3	1.5	0.6

[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

4. MBN 시청 목적

- MBN의 주요 시청 목적으로는 '습관적 채널 선택'(26.0%)과 '원하는 정보 습득'(19.5%)이 가장 높게 나타남
- 전년과 비교했을 때, '습관적 채널 선택'으로 시청하는 이용자가 증가하였음

1순위



[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

2순위



[Base : 2순위 응답자, n=745, Unit : %]

※ ()안의 수치는 전년 대비 Gap값임 13

4. MBN 시청 목적

- 전반적으로 '습관적 채널 선택'으로 시청하는 비율이 1+2순위 종합결과 가장 높게 나타남
- '습관적 채널 선택'과 '다른 채널과의 차별성'으로 MBN을 시청하는 비중은 전년 대비 상승한 것으로 나타남

1+2순위 종합	전체		성별				연령별									
			남성		여성		20대 이하		30대		40대		50대		60대 이상	
사례수	(1,000)		(500)		(500)		(140)		(152)		(173)		(196)		(339)	
습관적 채널 선택	32.6	(+1.7)	34.2	(+8.0)	31.0	(-4.6)	25.7	(-8.3)	27.6	(-2.7)	36.4	(+5.0)	39.3	(+8.0)	31.9	(+3.8)
즐거움/재미 추구	30.9	(-5.4)	28.6	(-5.4)	33.2	(-5.4)	16.4	(-13.6)	30.3	(-0.9)	26.6	(-12.4)	32.1	(-5.7)	38.6	(-2.5)
원하는 정보 습득	30.7	(-8.0)	30.0	(-12.4)	31.4	(-3.6)	31.4	(-4.6)	25.7	(-8.5)	31.2	(-8.6)	27.0	(-15.1)	34.5	(-5.2)
시간 보내기	23.6	(-1.0)	23.0	(+0.4)	24.2	(-2.4)	32.9	(-1.1)	32.2	(-4.2)	28.3	(+5.6)	23.5	(+5.0)	13.6	(-0.1)
새로운 정보 습득	14.5	(-7.4)	18.4	(-6.4)	10.6	(-8.4)	14.3	(-1.7)	13.8	(-5.7)	9.8	(-9.9)	14.3	(-13.5)	17.4	(-5.9)
기분 전환을 위해	13.1	(-2.5)	13.8	(-3.0)	12.4	(-2.0)	16.4	(+1.4)	17.1	(-1.1)	10.4	(-6.6)	14.8	(+2.8)	10.3	(-5.5)
가족과 동반 시청	10.7	(-1.8)	9.0	(-4.0)	12.4	(+0.4)	25.0	(+3.0)	13.8	(-0.1)	9.8	(-3.5)	6.1	(-0.1)	6.5	(-7.2)
다른 채널과의 차별성	10.1	(+1.2)	12.2	(+3.8)	8.0	(-1.4)	5.7	(+0.7)	7.2	(-0.2)	11.0	(+4.9)	10.2	(-2.2)	12.7	(-0.3)
출연자 선호	4.7	(+0.3)	4.0	(-0.8)	5.4	(+1.4)	3.6	(+2.6)	3.9	(+1.3)	4.6	(-0.7)	3.1	(-1.9)	6.5	(-0.3)
타인과의 공감 필요	3.6	(-1.9)	3.4	(-2.8)	3.8	(-1.0)	3.6	(-2.4)	1.3	(-5.2)	4.6	(-0.3)	2.0	(-3.8)	5.0	(+0.9)

[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

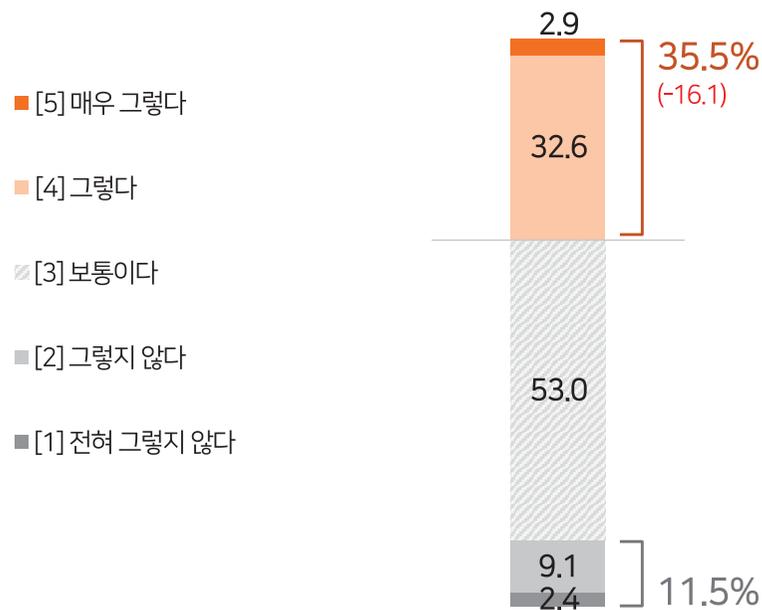
※ ()안의 수치는 전년 대비 Gap값임 14

5. 콘텐츠 역량 평가

- MBN 콘텐츠 역량 평가 결과, 35.5%가 전년 대비 프로그램의 볼거리가 양적으로 많아졌다고 응답하였으며, 37.2%가 프로그램 장르가 다양해졌다고 응답하였음

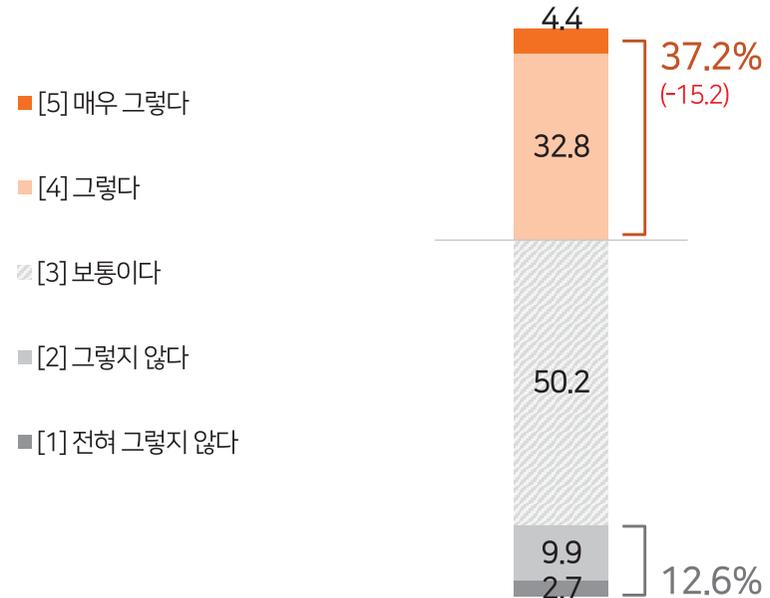
1년 전 대비 프로그램의 양(볼거리)

평균점수 **3.25점** (-0.23)



1년 전 대비 프로그램의 장르 다양성

평균점수 **3.26점** (-0.23)



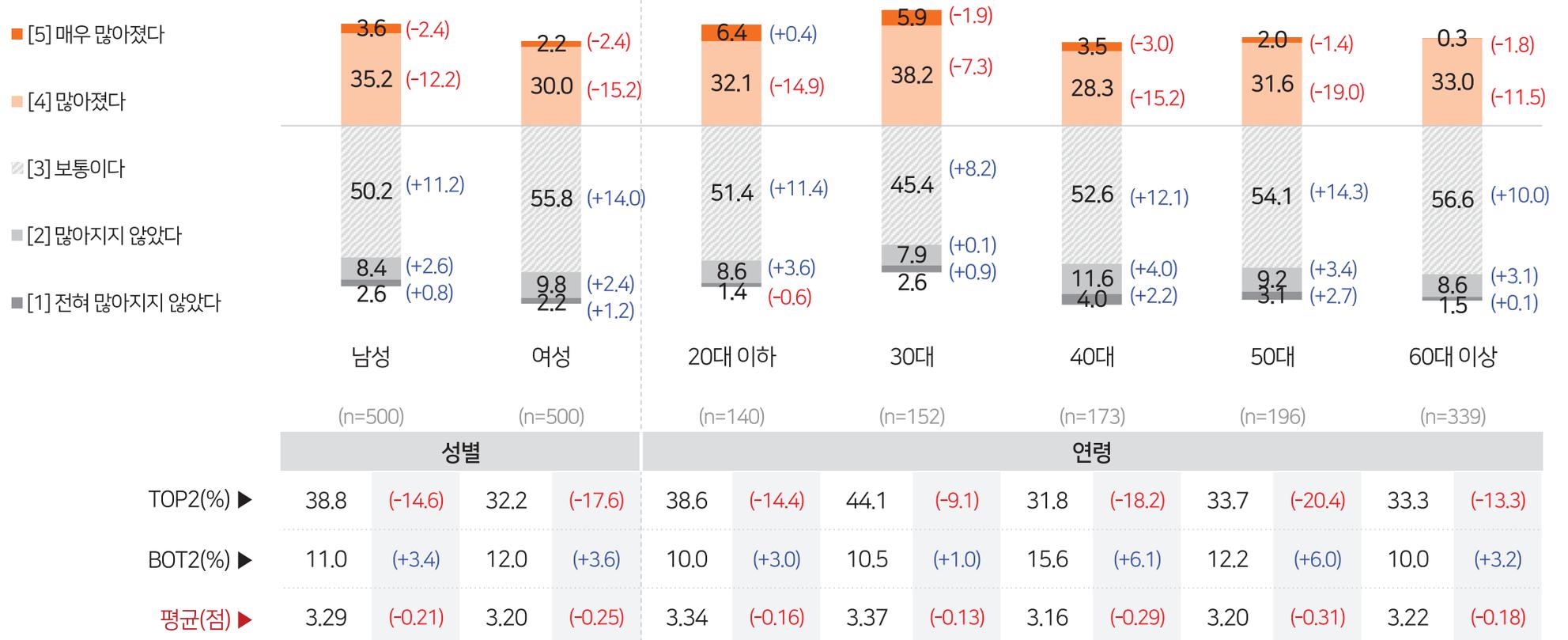
*프로그램 양 : 1년 전과 비교해 MBN 프로그램의 볼거리가 많아졌다고 생각하십니까?
 *프로그램 장르 다양성 : 1년 전과 비교해 MBN 프로그램의 장르가 다양해졌다고 생각하십니까?

[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]
 ※ ()안의 수치는 전년 대비 Gap값임 15

5. 콘텐츠 역량 평가

- MBN 프로그램의 양(볼거리)에서는 모든 연령대에서 전년도 대비 볼거리가 감소했다는 평가가 크게 증가함
- 성별로는 여성, 연령대별로는 40대, 50대에서 볼거리가 감소했다는 평가가 전년 대비 크게 증가한 것으로 조사됨

1년 전 대비 프로그램의 양(볼거리)



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

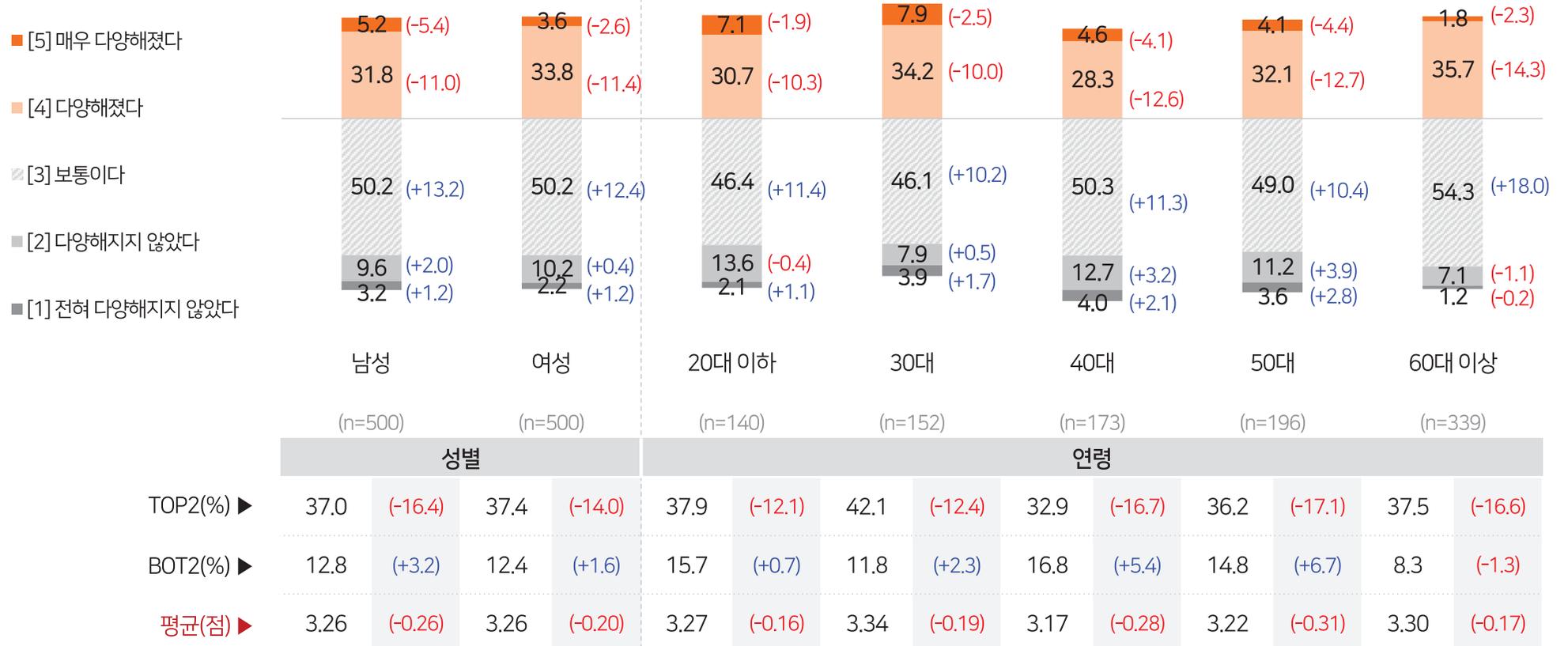
[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

※ ()안의 수치는 전년 대비 Gap값임 16

5. 콘텐츠 역량 평가

- MBN 프로그램의 장르 다양성에 대해 모든 연령대에서 전년도 대비 다양성이 감소했다는 평가가 크게 증가함
- 성별로는 남성, 연령대별로는 50대에서 장르 다양성이 감소했다는 평가가 전년 대비 크게 증가한 것으로 조사됨

1년 전 대비 프로그램의 장르 다양성



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

[Base : 전체응답자, n=1,000, Unit : %]

※ ()안의 수치는 전년 대비 Gap값임 17

part

III



MBN 프로그램 평가 분석

1. 품질 평가 측정 개요
2. 프로그램 전체 평가
3. 보도/시사 프로그램 평가
4. 교양 프로그램 평가
5. 예능 프로그램 평가
6. 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

☞ 품질 평가내용

	 보도/시사	 교양	 예능	 드라마
평가분야 ▶	보도/시사	교양	예능	드라마
분야별 평가 항목	<ul style="list-style-type: none"> • 공정/객관성 • 유익성 • 완성도 	<ul style="list-style-type: none"> • 창의성 • 감동성 • 유익성 • 완성도 	<ul style="list-style-type: none"> • 흥미성 • 유익성 • 창의성 • 완성도 	<ul style="list-style-type: none"> • 흥미성 • 공감도 • 참신성 • 완성도
공통 평가 항목	만족도			
결과 활용	차원내 모든 측정항목 평균(5점 척도)을 이용하여 처리			

1. 품질 평가 측정 개요

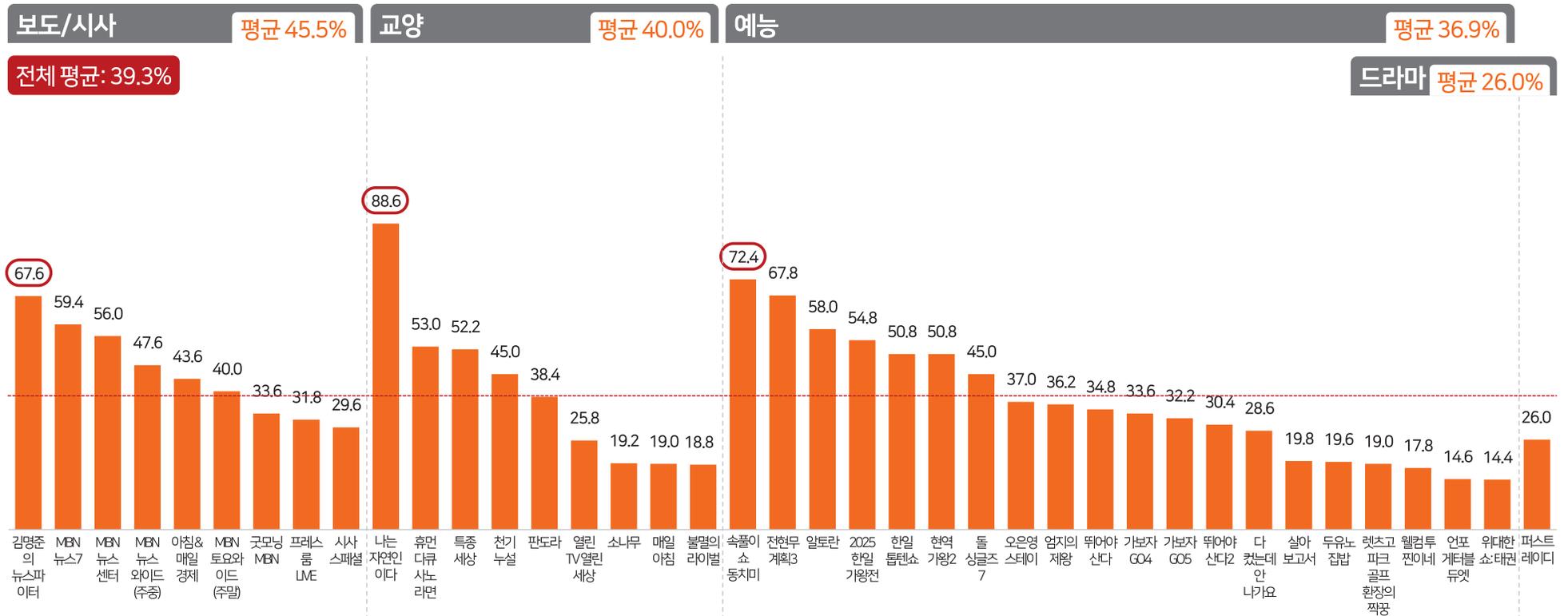
- 보도/시사 프로그램은 공정/객관성, 유익성, 완성도, 만족도
교양 프로그램은 창의성, 감동성, 유익성, 완성도, 만족도
예능 프로그램은 흥미성, 유익성, 창의성, 완성도, 만족도
드라마 프로그램은 흥미성, 공감도, 참신성, 완성도, 만족도를 평가함
- 방송 프로그램 장르의 특성에 따라 같은 차원이라도 세부 내용은 장르에 맞게 개발 및 측정되었음

☞ 세부 품질 평가 내용

	보도/시사 	교양 	예능 	드라마 
분야별 평가 항목	공정/객관성 <ul style="list-style-type: none"> • 공정성 • 신뢰성 • 객관성 	창의성 <ul style="list-style-type: none"> • 소재성 • 형식성 • 독창성 	흥미성 <ul style="list-style-type: none"> • 편안함 • 재미 • 스트레스 해소 	흥미성 <ul style="list-style-type: none"> • 편안함 • 재미 • 스트레스 해소
	유익성 <ul style="list-style-type: none"> • 이슈적절성 • 시의성 • 최신성 	감동성 <ul style="list-style-type: none"> • 감동성 • 기분전환 • 시청 후 여운 	유익성 <ul style="list-style-type: none"> • 문화이해 • 실생활 도움 • 대화소재제공 	공감도 <ul style="list-style-type: none"> • 스토리 공감 • 메시지 공감 • 캐릭터 공감
	완성도 <ul style="list-style-type: none"> • 전반적 완성도 • 내용 이해도 • 전달성 	유익성 <ul style="list-style-type: none"> • 정보습득 • 실생활 도움 • 시의성 	창의성 <ul style="list-style-type: none"> • 소재성 • 형식성 • 독창성 	참신성 <ul style="list-style-type: none"> • 소재 참신성 • 스토리 참신성 • 인물 참신성
공통 평가 항목	만족도 <ul style="list-style-type: none"> • 즐거움 정도 • 몰입도 • 지속시청의향 • 추천의향_온라인 • 추천의향_오프라인 	완성도 <ul style="list-style-type: none"> • 전반적 완성도 • 내용 이해도 • 구성성 	만족도 <ul style="list-style-type: none"> • 즐거움 정도 • 몰입도 • 지속시청의향 • 추천의향_온라인 • 추천의향_오프라인 	만족도 <ul style="list-style-type: none"> • 전반적 완성도 • 내용 이해도 • 연기력 • 구성 및 연출
		만족도 <ul style="list-style-type: none"> • 즐거움 정도 • 몰입도 • 지속시청의향 • 추천의향_온라인 • 추천의향_오프라인 	만족도 <ul style="list-style-type: none"> • 즐거움 정도 • 몰입도 • 지속시청의향 • 추천의향_온라인 • 추천의향_오프라인 	만족도 <ul style="list-style-type: none"> • 즐거움 정도 • 몰입도 • 지속시청의향 • 추천의향_온라인 • 추천의향_오프라인

2. 프로그램 전체 평가 - 시청경험1)

- MBN 평가 대상 프로그램의 시청경험률 평균은 전년 대비 감소한 39.3%(2024년 41.0%)이며, 보도/시사(45.5%) > 교양(40.0%) > 예능(36.9%) > 드라마(26.0%) 순으로 높게 나타남
- 장르별 시청경험률이 가장 높은 프로그램은 각각 보도/시사 부문 <김명준의 뉴스파이터> (67.6%), 교양 부문 <나는 자연인이다>(88.6%), 예능 부문 <속풀이쇼 동치미> (72.4%) 로 나타남

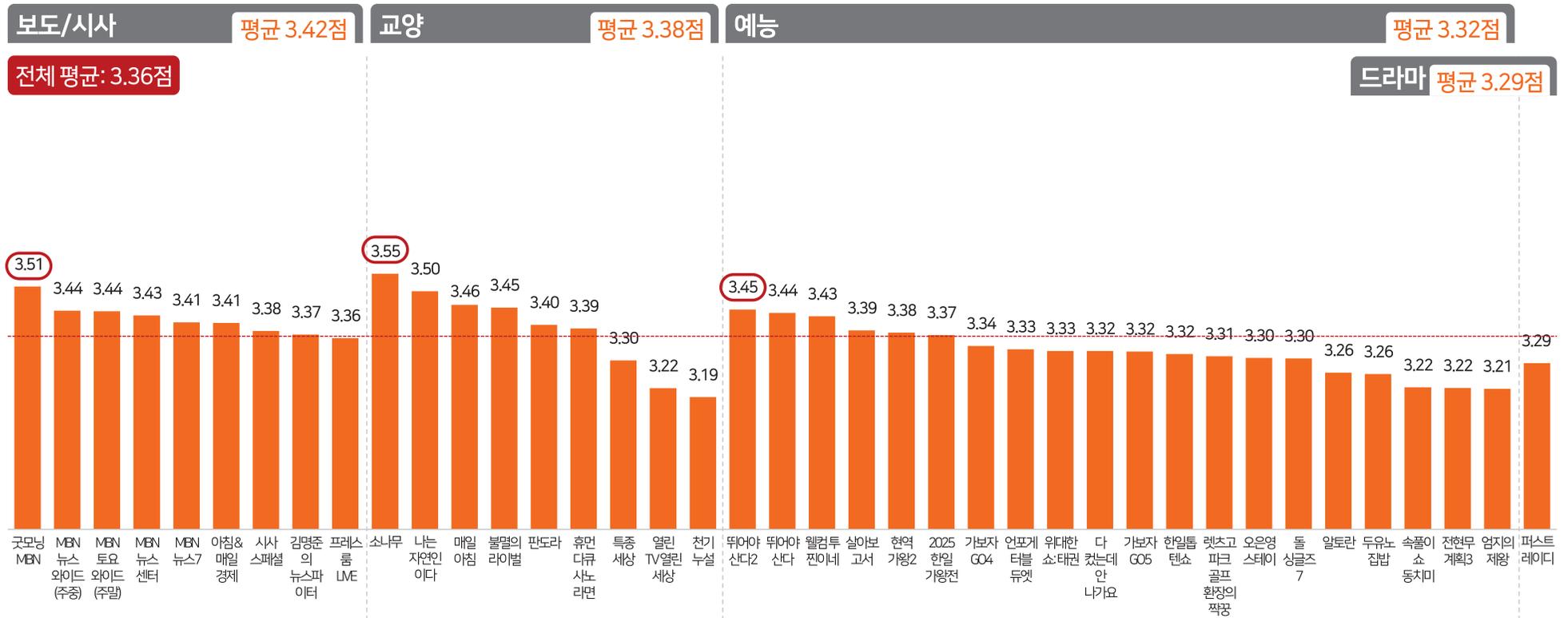


- 장르와 관계없이 시청경험률이 가장 높은 프로그램은 <나는 자연인이다>, <속풀이쇼 동치미>, <전현무계획3> 순
- 장르와 관계없이 시청경험률이 가장 낮은 프로그램은 <위대한쇼: 태권>, <언포게터블 듀엣>, <웰컴 투 찐이네> 순

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

2. 프로그램 전체 평가 - MSI2)

- MBN 평가 대상 프로그램의 MSI 평균은 3.36점(2024년 3.48점)이고, 보도/시사(3.42점) > 교양(3.38점) > 예능 (3.32점) > 드라마(3.29점) 순으로 높게 나타남
- 장르별 MSI가 가장 높은 프로그램은 각각 보도/시사 부문 <굿모닝 MBN> (3.51점), 교양 부문 <소나무> (3.55점), 예능 부문 <뛰어야 산다2> (3.45점) 로 나타남

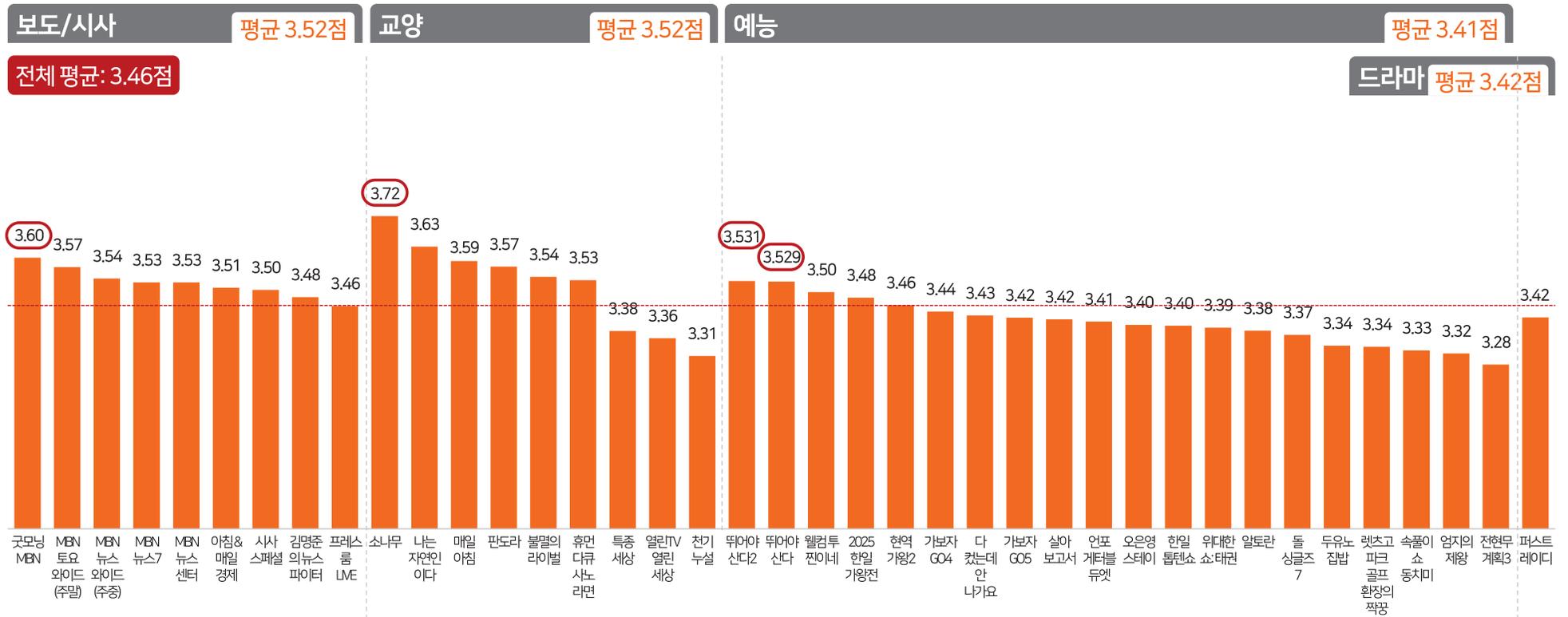


- 장르와 관계없이 MSI가 가장 높은 프로그램은 <소나무>, <굿모닝 MBN>, <나는 자연인이다> 순
- 장르와 관계없이 MSI가 가장 낮은 프로그램은 <천기누설>, <엄지의 제왕> 순

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

2. 프로그램 전체 평가 - 완성도3)

- MBN 평가 대상 프로그램의 완성도 평균은 3.46점(2024년 3.60점)이고, 보도/시사, 교양(각 3.52점) > 드라마 (3.42점) > 예능(3.41점) 순으로 높게 나타남
- 장르별 완성도가 가장 높은 프로그램은 각각 보도/시사 부문 <굿모닝 MBN> (3.60점), 교양 부문 <소나무> (3.72점), 예능 부문 <뛰어야 산다2>, <뛰어야 산다> (각 3.53점) 로 나타남

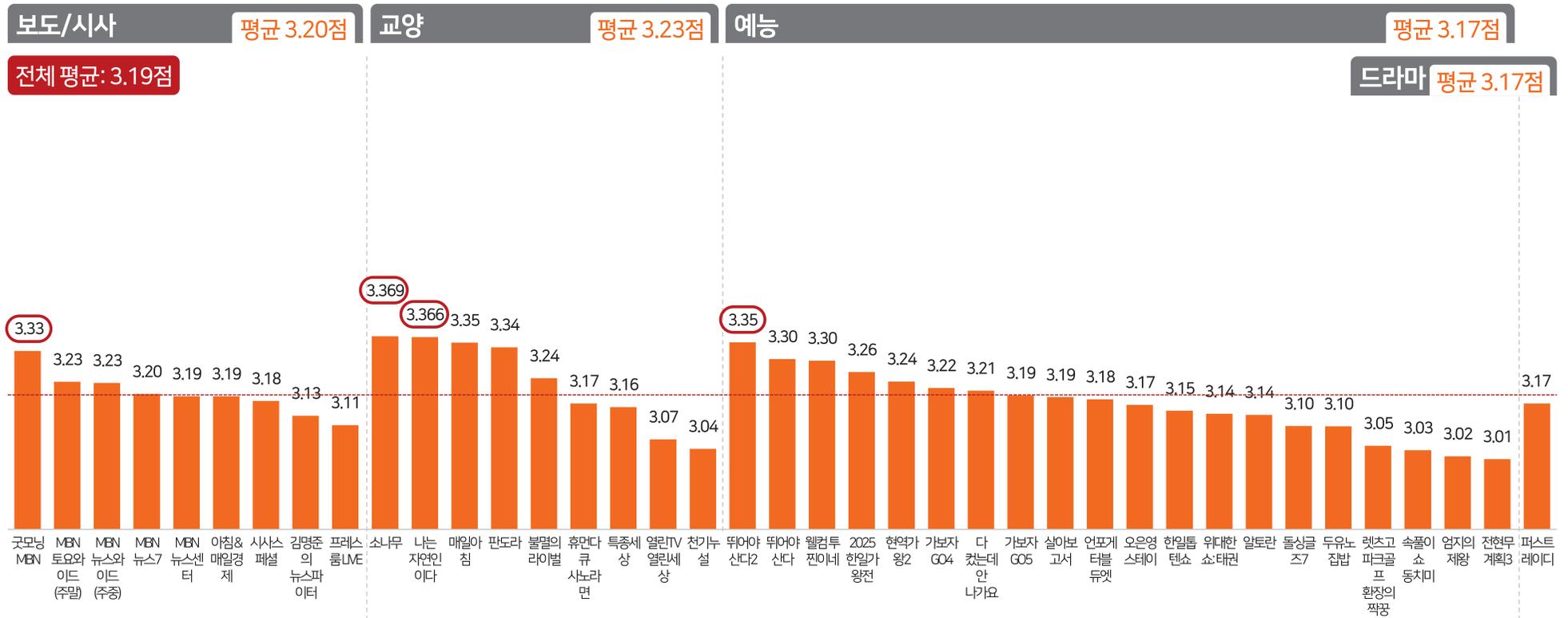


- 장르와 관계없이 완성도가 가장 높은 프로그램은 <소나무>, <나는 자연인이다>, <굿모닝 MBN> 순
- 장르와 관계없이 완성도가 가장 낮은 프로그램은 <전현무계획3>, <천기누설>, <엄지의 제왕> 순

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

2. 프로그램 전체 평가 - 만족도4)

- MBN 평가 대상 프로그램의 만족도 평균은 3.19점(2024년 3.31점)이고, 교양(3.23점) > 보도/시사(3.20점) > 예능, 드라마(각 3.17점) 순으로 높게 나타남
- 장르별 만족도가 가장 높은 프로그램은 각각 보도/시사 부문 <굿모닝 MBN> (3.33점), 교양 부문 <소나무>, <나는 자연인이다> (각 3.37점), 예능 부문 <웰컴 투 찐이네> (3.35점) 로 나타남



- 장르와 관계없이 만족도가 가장 높은 프로그램은 <소나무>, <나는 자연인이다>, <웰컴 투 찐이네> 순
- 장르와 관계없이 만족도가 가장 낮은 프로그램은 <속풀이쇼 동치미>, <엄지의제왕>, <전현무계획3> 순

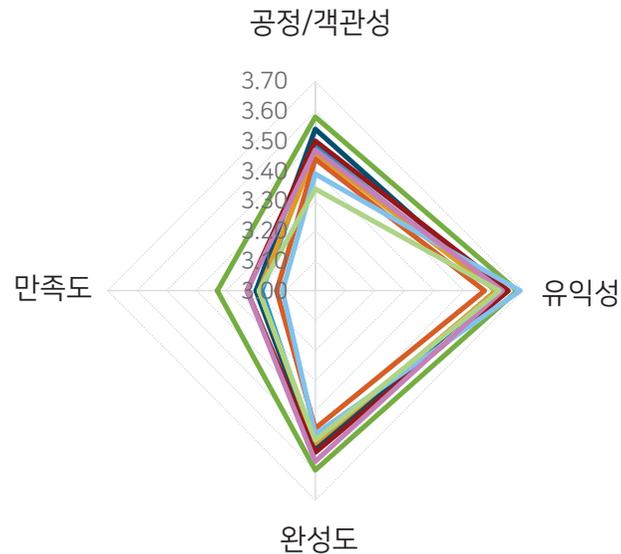
4) 만족도: 모든 프로그램 공통 평가 항목으로 즐거움 정도, 몰입도, 지속시청의향, 온라인 추천의향, 오프라인 추천의향으로 구성

3. 보도/시사 프로그램 평가

3. 보도/시사 프로그램 평가

- 보도/시사 프로그램 총 9개 중 <김명준의 뉴스파이터>가 시청경험수가 가장 높았으나, 종합평가는 <굿모닝 MBN>이 가장 높은 점수를 받음

보도/시사 프로그램별 평가 종합



프로그램명	시청경험수 (응답률)	공정/객관성	유익성	완성도	만족도	MSI
MBN 뉴스7	59.40	3.48	3.61	3.53	3.18	3.41
MBN 뉴스센터	56.00	3.54	3.61	3.53	3.20	3.43
굿모닝 MBN	33.60	3.58	3.68	3.60	3.33	3.51
아침 & 매일경제	43.60	3.46	3.61	3.51	3.19	3.41
프레스룸 LIVE	31.80	3.44	3.57	3.46	3.13	3.36
MBN 뉴스와이드(주중)	47.60	3.50	3.65	3.54	3.23	3.44
김명준의 뉴스파이터	67.60	3.39	3.69	3.48	3.11	3.37
MBN 토요일이드	40.00	3.47	3.63	3.57	3.23	3.44
시사스페셜	29.60	3.34	3.62	3.50	3.19	3.38

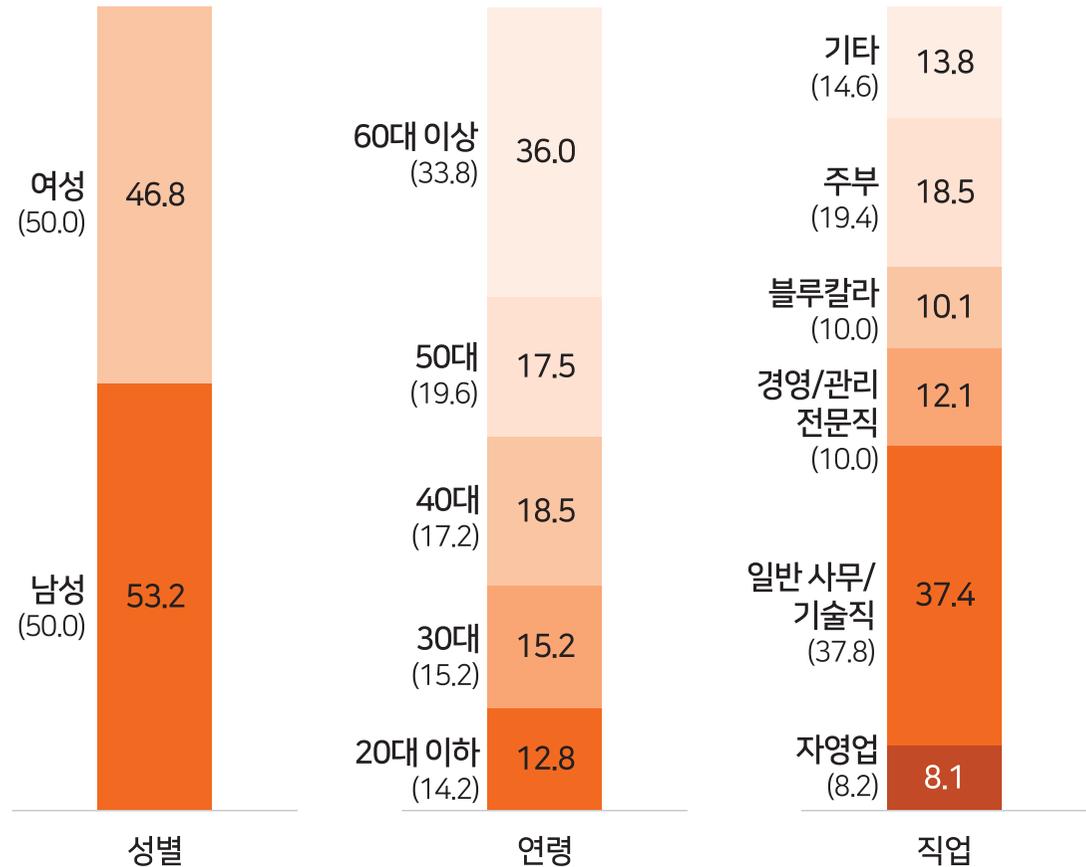
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 명, %, 점]

1) MBN 뉴스7

- <MBN 뉴스7> 시청자는 남성(53.2%)이 여성(46.8%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(36.0%), 직업별로는 일반 사무/기술직(37.4%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

MBN 뉴스7 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(297)	100.0
성별	남성	(158)	53.2
	여성	(139)	46.8
연령	20대 이하	(38)	12.8
	30대	(45)	15.2
	40대	(55)	18.5
	50대	(52)	17.5
	60대 이상	(107)	36.0
직업	자영업	(24)	8.1
	사무직/기술직	(111)	37.4
	경영/관리직	(17)	5.7
	전문직/자유직	(19)	6.4
	기능/숙련공/생산직	(16)	5.4
	판매/서비스직	(12)	4.0
	농/임/축/어업	(2)	0.7
	전업 주부	(55)	18.5
	학생	(12)	4.0
	무직	(29)	9.8
	기타	(0)	0.0



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

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 27

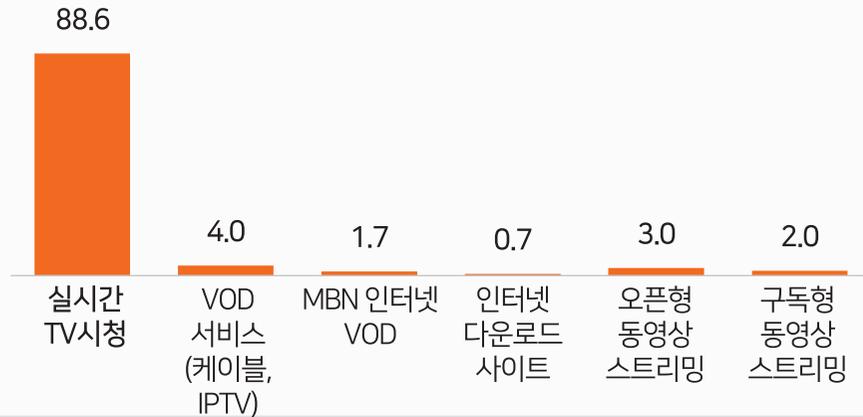
1) MBN 뉴스7

- <MBN 뉴스7> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(88.6%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 '오픈형 동영상 스트리밍'(35.6%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(92.3%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(94.2%), 연령대별로는 60대 이상(98.1%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : MBN 뉴스7 시청자, n=297, Unit : %]



2순위

[Base : MBN 뉴스7 시청자 중 2순위 응답자, n=135, Unit : %]



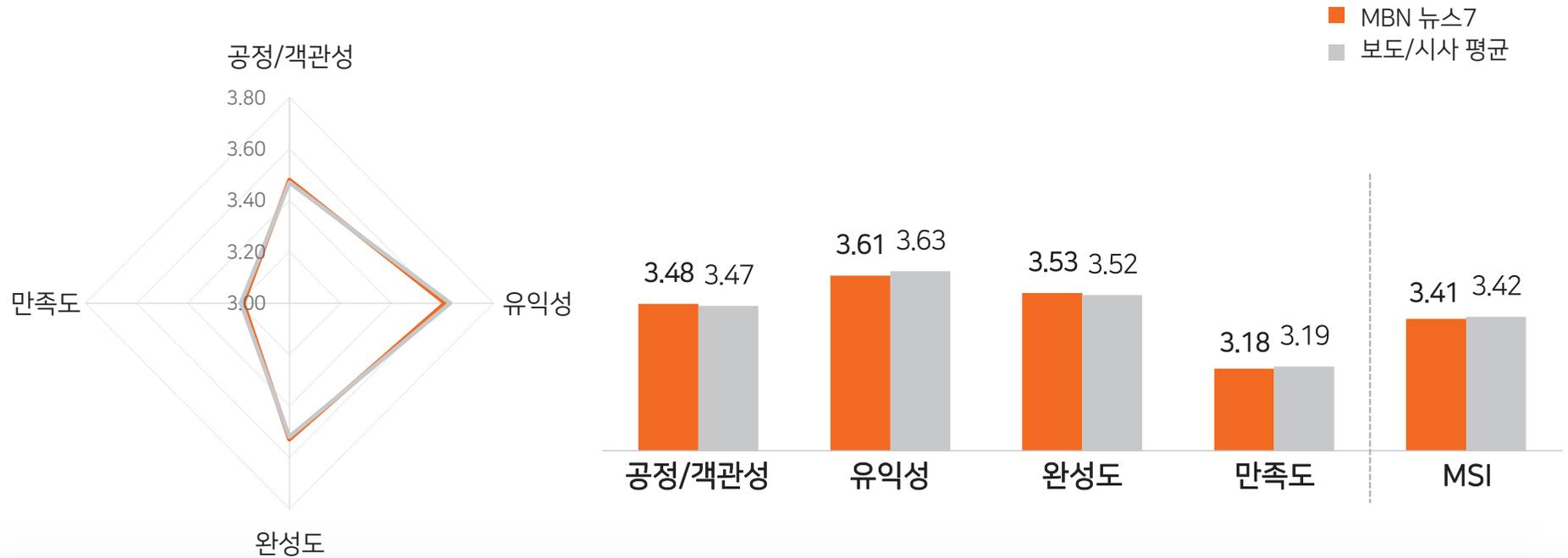
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(297)	(158)	(139)	(38)	(45)	(55)	(52)	(107)
실시간 TV시청	92.3	90.5	94.2	68.4	93.3	96.4	92.3	98.1
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	19.9	20.3	19.4	10.5	8.9	20.0	28.8	23.4
MBN 인터넷 VOD	4.7	5.7	3.6	10.5	2.2	3.6	5.8	3.7
인터넷 다운로드 사이트	3.7	5.7	1.4	21.1	2.2	1.8	1.9	0.0
오픈형 동영상 스트리밍	19.2	20.3	18.0	36.8	13.3	20.0	15.4	16.8
구독형 동영상 스트리밍	5.7	5.7	5.8	7.9	8.9	3.6	5.8	4.7

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : MBN 뉴스7 시청자, n=297, Unit : 명, %]

1) MBN 뉴스7

- <MBN 뉴스7>의 MSI는 3.41점으로, 보도/시사 프로그램 평균(3.42점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성(3.61점) > 완성도(3.53점) > 공정/객관성(3.48점) > 만족도(3.18점) 순임

프로그램 평가점수



- 공정/객관성, 완성도는 보도/시사 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 유익성, 만족도에서는 평균 대비 낮게 평가됨

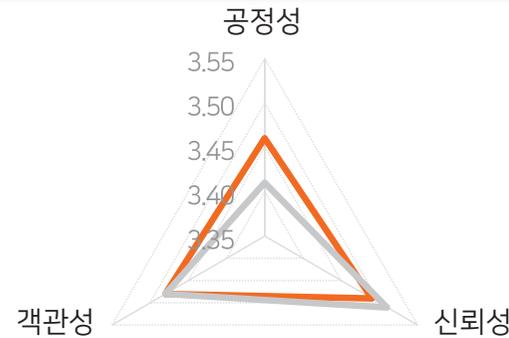
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

1) MBN 뉴스7

- <MBN 뉴스7>은 이슈적절성(3.72점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 내용 이해도(3.61점)에서 높은 평가를 받음

	MBN 뉴스7	보도/시사 전체
응답자수	(297)	(500)
MSI	3.41	3.42
공정/객관성 통합	3.48	3.47
공정성	3.46	3.41
신뢰성	3.49	3.51
객관성	3.48	3.48
유익성 통합	3.61	3.63
이슈적절성	3.72	3.71
시의성	3.60	3.63
최신성	3.51	3.56
완성도 통합	3.53	3.52
전반적 완성도	3.47	3.47
내용 이해도	3.61	3.61
전달성	3.50	3.49
만족도 통합	3.18	3.19
즐김 정도	3.06	3.06
몰입도	3.16	3.20
지속시청의향	3.44	3.44
추천의향_온라인	3.08	3.11
추천의향_오프라인	3.13	3.15

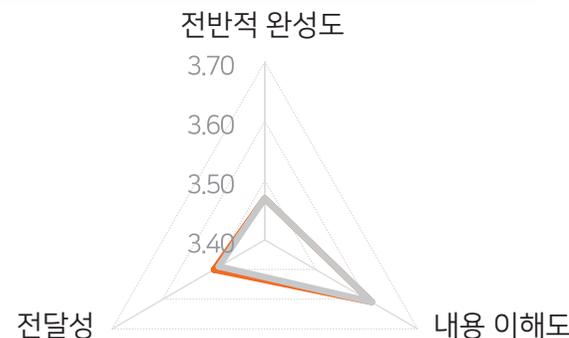
공정/객관성



유익성



완성도



만족도



1) MBN 뉴스7

- <MBN 뉴스7>의 MSI는 성별로는 남성(3.43점)에서 여성(3.38점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 60대 이상 남성(3.58점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.73점)과 여성 (3.71점) 모두 이슈적절성을 가장 높게 평가함

MBN 뉴스7	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(22)	(28)	(31)	(28)	(49)	(158)	(16)	(17)	(24)	(24)	(58)	(139)
MSI	3.57	3.39	3.26	3.31	3.58	3.43	3.18	3.49	3.49	3.26	3.41	3.38
공정/객관성 통합	3.64	3.29	3.33	3.38	3.72	3.50	3.23	3.47	3.56	3.38	3.51	3.46
공정성	3.55	3.25	3.39	3.43	3.69	3.49	3.19	3.47	3.54	3.29	3.48	3.42
신뢰성	3.86	3.21	3.23	3.43	3.76	3.51	3.19	3.59	3.50	3.42	3.50	3.46
객관성	3.50	3.39	3.39	3.29	3.71	3.49	3.31	3.35	3.63	3.42	3.53	3.48
유익성 통합	3.68	3.62	3.48	3.45	3.67	3.59	3.54	3.88	3.75	3.42	3.64	3.64
이슈적절성	3.77	3.79	3.65	3.54	3.84	3.73	3.63	4.00	3.83	3.50	3.67	3.71
시의성	3.68	3.57	3.52	3.46	3.65	3.58	3.44	3.76	3.79	3.38	3.67	3.63
최신성	3.59	3.50	3.29	3.36	3.51	3.45	3.56	3.88	3.63	3.38	3.57	3.58
완성도 통합	3.59	3.43	3.37	3.43	3.69	3.52	3.38	3.71	3.58	3.31	3.60	3.53
전반적 완성도	3.59	3.36	3.35	3.43	3.55	3.46	3.38	3.65	3.58	3.25	3.50	3.47
내용 이해도	3.77	3.50	3.48	3.46	3.67	3.58	3.38	3.82	3.75	3.42	3.71	3.64
전달성	3.41	3.43	3.26	3.39	3.84	3.51	3.38	3.65	3.42	3.25	3.60	3.49
만족도 통합	3.45	3.30	3.02	3.11	3.38	3.26	2.81	3.13	3.23	3.06	3.11	3.09
즐거움 정도	3.50	3.07	3.00	3.14	3.43	3.24	2.44	2.71	2.96	2.88	2.98	2.86
몰입도	3.45	3.43	3.00	3.04	3.33	3.25	2.81	3.24	3.29	3.04	3.02	3.07
지속시청의향	3.36	3.57	3.29	3.29	3.65	3.46	3.13	3.53	3.63	3.33	3.43	3.42
추천의향_온라인	3.64	3.29	2.84	2.96	3.18	3.16	2.88	3.00	3.17	2.96	2.98	3.00
추천의향_오프라인	3.32	3.14	2.97	3.11	3.29	3.17	2.81	3.18	3.13	3.08	3.12	3.09

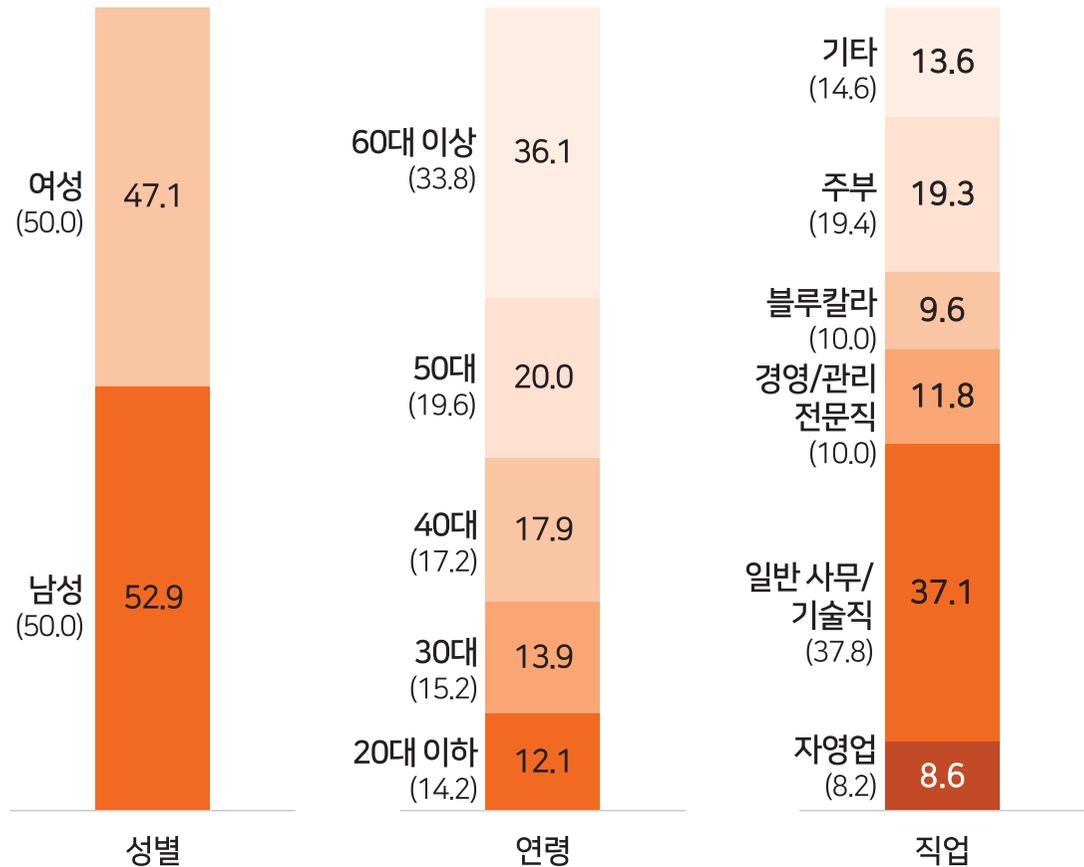
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

2) MBN 뉴스센터

- <MBN 뉴스센터> 시청자는 남성(52.9%)이 여성(47.1%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(36.1%), 직업별로는 일반 사무/기술직(37.1%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

MBN 뉴스센터 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(280)	100.0
성별	남성	(148)	52.9
	여성	(132)	47.1
연령	20대 이하	(34)	12.1
	30대	(39)	13.9
	40대	(50)	17.9
	50대	(56)	20.0
	60대 이상	(101)	36.1
직업	자영업	(24)	8.6
	사무직/기술직	(104)	37.1
	경영/관리직	(18)	6.4
	전문직/자유직	(15)	5.4
	기능/숙련공/생산직	(17)	6.1
	판매/서비스직	(8)	2.9
	농/임/축/어업	(2)	0.7
	전업 주부	(54)	19.3
	학생	(9)	3.2
	무직	(29)	10.4
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 32

2) MBN 뉴스센터

- <MBN 뉴스센터> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(87.9%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 '오픈형 동영상 스트리밍'(34.8%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(90.4%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(94.7%), 연령대별로는 60대 이상(98.0%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

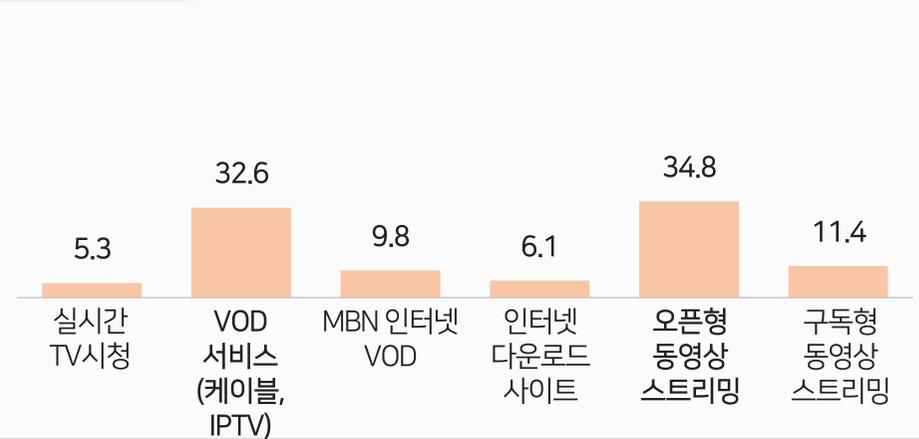
1순위

[Base : MBN 뉴스센터 시청자, n=280, Unit : %]



2순위

[Base : MBN 뉴스센터 시청자 중 2순위 응답자, n=132, Unit : %]



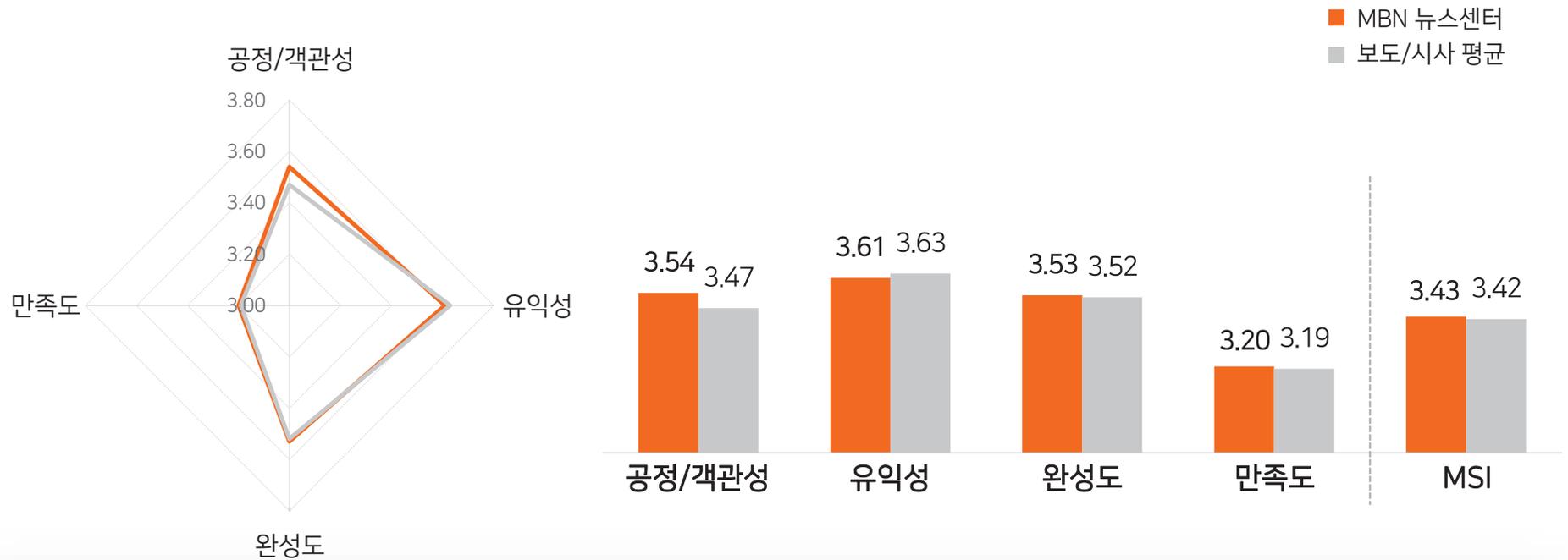
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(280)	(148)	(132)	(34)	(39)	(50)	(56)	(101)
실시간 TV시청	90.4	86.5	94.7	61.8	87.2	94.0	92.9	98.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	20.4	21.6	18.9	14.7	15.4	14.0	25.0	24.8
MBN 인터넷 VOD	6.1	8.8	3.0	26.5	0.0	4.0	1.8	5.0
인터넷 다운로드 사이트	3.9	4.7	3.0	17.6	2.6	4.0	0.0	2.0
오픈형 동영상 스트리밍	19.6	21.6	17.4	23.5	23.1	20.0	17.9	17.8
구독형 동영상 스트리밍	6.8	7.4	6.1	14.7	5.1	4.0	7.1	5.9

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : MBN 뉴스센터 시청자, n=280, Unit : 명, %]

2) MBN 뉴스센터

- <MBN 뉴스센터>의 MSI는 3.43점으로, 보도/시사 프로그램 평균(3.42점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성(3.61점) > 공정/객관성(3.54점) > 완성도(3.53점) > 만족도(3.20점) 순임

프로그램 평가점수



MBN 뉴스센터



- 공정/객관성, 완성도, 만족도는 보도/시사 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 유익성에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

2) MBN 뉴스센터

- <MBN 뉴스센터>는 이슈적절성(3.69점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 내용 이해도(3.62점)에서 높은 평가를 받음

	MBN 뉴스센터	보도/시사 전체
응답자수	(280)	(500)
MSI	3.43	3.42
공정/객관성 통합	3.54	3.47
공정성	3.46	3.41
신뢰성	3.60	3.51
객관성	3.56	3.48
유익성 통합	3.61	3.63
이슈적절성	3.69	3.71
시의성	3.59	3.63
최신성	3.55	3.56
완성도 통합	3.53	3.52
전반적 완성도	3.46	3.47
내용 이해도	3.62	3.61
전달성	3.50	3.49
만족도 통합	3.20	3.19
즐김 정도	3.07	3.06
몰입도	3.15	3.20
지속시청의향	3.48	3.44
추천의향_온라인	3.11	3.11
추천의향_오프라인	3.18	3.15

공정/객관성



유익성



완성도



만족도



2) MBN 뉴스센터

- <MBN 뉴스센터>의 MSI는 성별로는 여성(3.45점)에서 남성(3.41점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.74점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 이슈적절성, 내용 이해도(각 3.61점)를 가장 높게 평가했고, 여성은 이슈적절성(3.78점)을 가장 높게 평가함

MBN 뉴스센터	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(24)	(22)	(23)	(29)	(50)	(148)	(10)	(17)	(27)	(27)	(51)	(132)
MSI	3.74	3.29	3.25	3.24	3.48	3.41	3.26	3.44	3.37	3.49	3.51	3.45
공정/객관성 통합	3.81	3.38	3.36	3.32	3.63	3.52	3.37	3.47	3.44	3.67	3.63	3.56
공정성	3.75	3.32	3.26	3.28	3.58	3.46	3.30	3.18	3.41	3.52	3.57	3.45
신뢰성	3.83	3.55	3.48	3.34	3.66	3.58	3.40	3.65	3.44	3.74	3.69	3.62
객관성	3.83	3.27	3.35	3.34	3.66	3.52	3.40	3.59	3.48	3.74	3.63	3.60
유익성 통합	3.76	3.47	3.48	3.45	3.56	3.55	3.73	3.75	3.62	3.63	3.71	3.68
이슈적절성	3.71	3.50	3.48	3.62	3.66	3.61	3.80	3.94	3.67	3.70	3.82	3.78
시의성	3.71	3.41	3.48	3.45	3.58	3.53	3.70	3.59	3.63	3.63	3.69	3.65
최신성	3.88	3.50	3.48	3.28	3.44	3.49	3.70	3.71	3.56	3.56	3.63	3.61
완성도 통합	3.74	3.36	3.38	3.34	3.58	3.50	3.43	3.65	3.41	3.51	3.67	3.56
전반적 완성도	3.63	3.32	3.35	3.21	3.42	3.39	3.40	3.65	3.41	3.52	3.61	3.54
내용 이해도	3.92	3.45	3.48	3.48	3.66	3.61	3.40	3.71	3.44	3.59	3.76	3.63
전달성	3.67	3.32	3.30	3.34	3.66	3.49	3.50	3.59	3.37	3.41	3.63	3.52
만족도 통합	3.68	3.08	2.96	3.01	3.28	3.21	2.80	3.12	3.14	3.30	3.24	3.18
즐거움 정도	3.63	2.82	2.91	3.07	3.16	3.13	2.50	2.71	2.93	3.26	3.12	3.01
몰입도	3.71	3.09	2.70	2.97	3.16	3.13	2.80	3.18	3.11	3.33	3.20	3.17
지속시청의향	3.67	3.36	3.43	3.17	3.60	3.47	3.10	3.47	3.41	3.59	3.55	3.48
추천의향_온라인	3.63	3.09	2.87	2.97	3.16	3.14	2.80	3.12	3.11	3.15	3.08	3.08
추천의향_오프라인	3.79	3.05	2.87	2.90	3.32	3.20	2.80	3.12	3.15	3.19	3.24	3.16

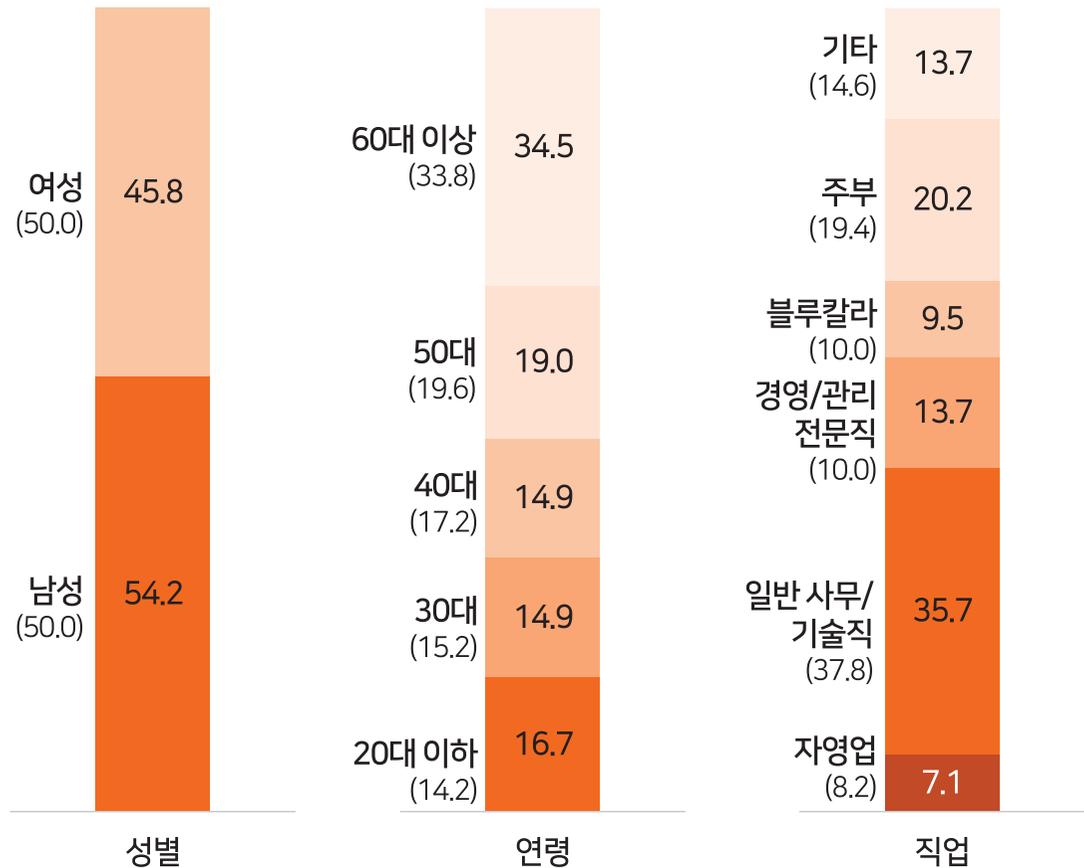
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

3) 굿모닝 MBN

- <굿모닝 MBN> 시청자는 남성(54.2%)이 여성(45.8%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(34.5%), 직업별로는 일반 사무/기술직(35.7%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

굿모닝 MBN 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(168)	100.0
성별	남성	(91)	54.2
	여성	(77)	45.8
연령	20대 이하	(28)	16.7
	30대	(25)	14.9
	40대	(25)	14.9
	50대	(32)	19.0
	60대 이상	(58)	34.5
직업	자영업	(12)	7.1
	사무직/기술직	(60)	35.7
	경영/관리직	(13)	7.7
	전문직/자유직	(10)	6.0
	기능/숙련공/생산직	(9)	5.4
	판매/서비스직	(5)	3.0
	농/임/축/어업	(2)	1.2
	전업 주부	(34)	20.2
	학생	(7)	4.2
	무직	(16)	9.5
	기타	(0)	0.0



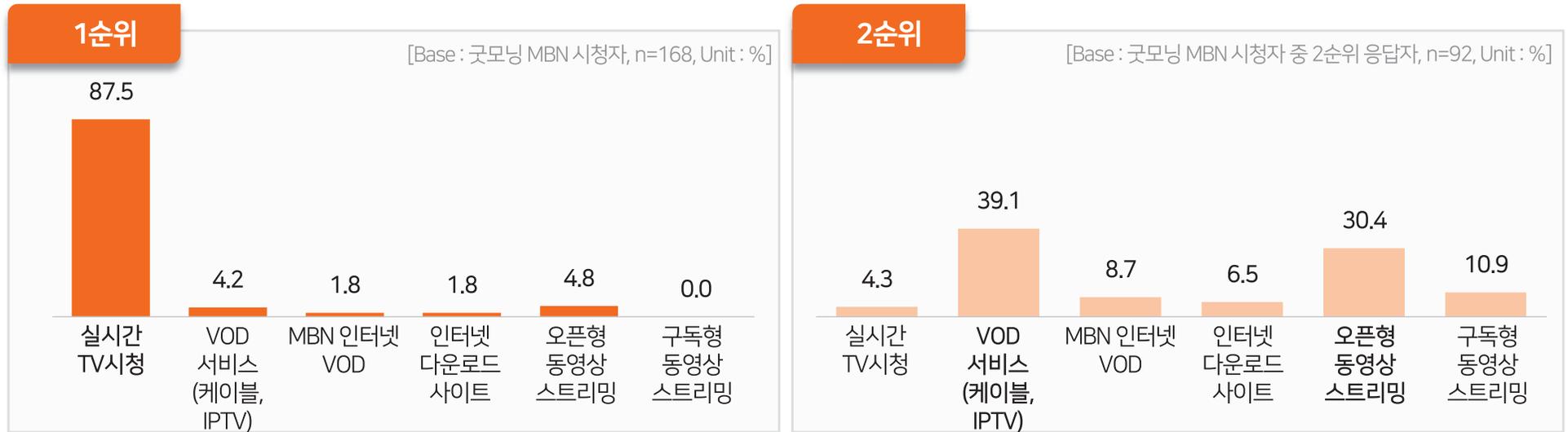
*직업 분류 : 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 37

3) 굿모닝 MBN

- <굿모닝 MBN> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(87.5%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(39.1%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(89.9%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(96.1%), 연령대별로는 60대 이상(98.3%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법



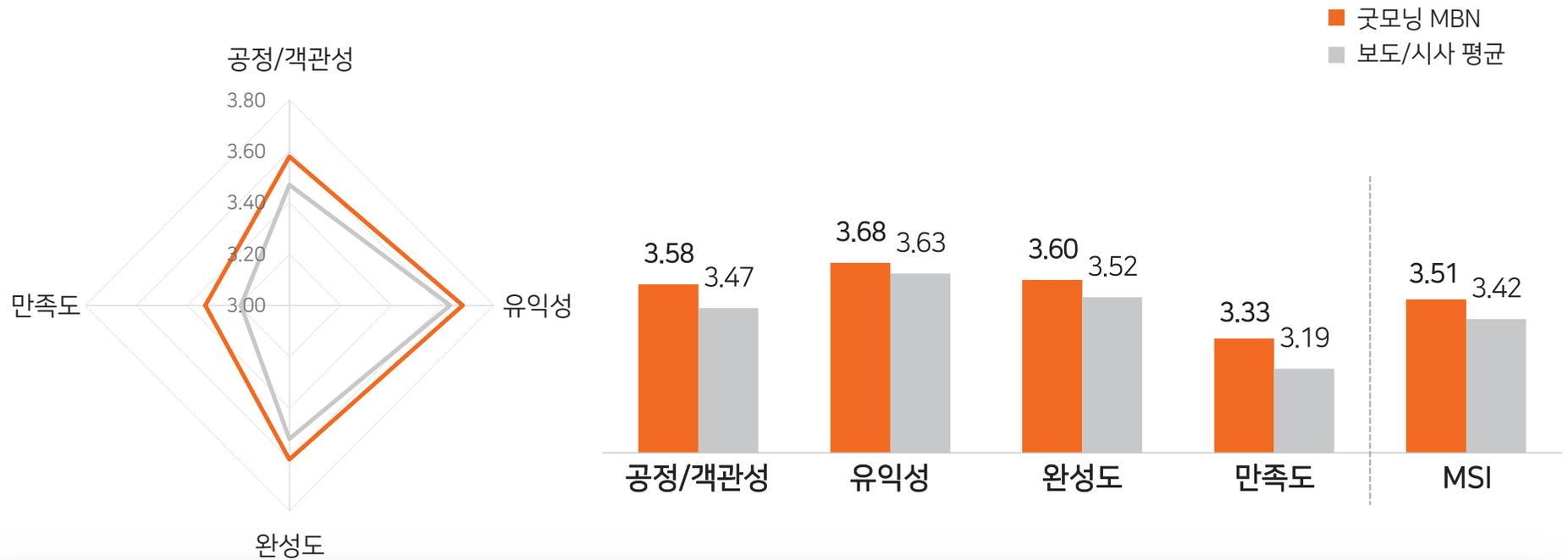
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(168)	(91)	(77)	(28)	(25)	(25)	(32)	(58)
실시간 TV시청	89.9	84.6	96.1	64.3	84.0	96.0	96.9	98.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	25.6	30.8	19.5	32.1	24.0	12.0	31.3	25.9
MBN 인터넷 VOD	6.5	6.6	6.5	17.9	0.0	4.0	6.3	5.2
인터넷 다운로드 사이트	5.4	8.8	1.3	17.9	0.0	4.0	6.3	1.7
오픈형 동영상 스트리밍	21.4	23.1	19.5	32.1	24.0	28.0	15.6	15.5
구독형 동영상 스트리밍	6.0	8.8	2.6	3.6	12.0	4.0	6.3	5.2

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 굿모닝 MBN 시청자, n=168, Unit : 명, %]

3) 굿모닝 MBN

- <굿모닝 MBN>의 MSI는 3.51점으로, 보도/시사 프로그램 평균(3.42점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성(3.68점) > 완성도(3.60점) > 공정/객관성(3.58점) > 만족도(3.33점) 순임

프로그램 평가 점수



굿모닝 MBN



- 모든 차원에서 보도/시사 프로그램 평균 대비 점수가 높음

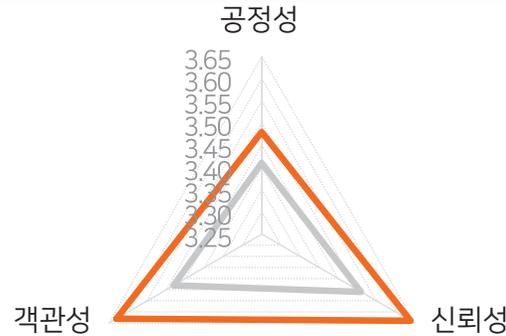
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

3) 굿모닝 MBN

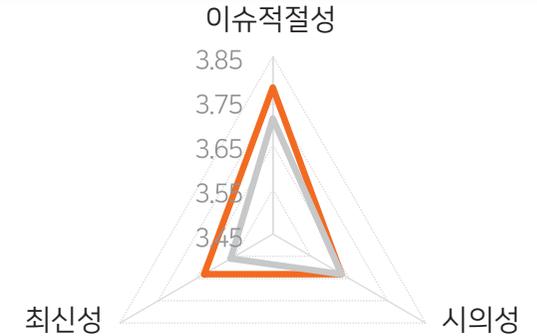
- <굿모닝 MBN>는 이슈적절성(3.78점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 신뢰성, 내용 이해도(각 3.64점)에서 높은 평가를 받음

	굿모닝 MBN	보도/시사 전체
응답자수	(168)	(500)
MSI	3.51	3.42
공정/객관성 통합	3.58	3.47
공정성	3.48	3.41
신뢰성	3.64	3.51
객관성	3.63	3.48
유익성 통합	3.68	3.63
이슈적절성	3.78	3.71
시의성	3.63	3.63
최신성	3.63	3.56
완성도 통합	3.60	3.52
전반적 완성도	3.56	3.47
내용 이해도	3.64	3.61
전달성	3.60	3.49
만족도 통합	3.33	3.19
즐김 정도	3.27	3.06
몰입도	3.27	3.20
지속시청의향	3.57	3.44
추천의향_온라인	3.21	3.11
추천의향_오프라인	3.31	3.15

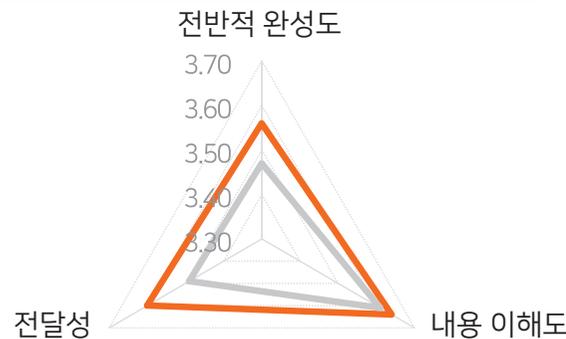
공정/객관성



유익성



완성도



만족도



3) 굿모닝 MBN

- <굿모닝 MBN>의 MSI는 성별로는 남성(3.57점)에서 여성(3.45점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 30대 남성(3.87점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.71점)과 여성 (3.86점) 모두 이슈적절성을 가장 높게 평가함

굿모닝 MBN	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(21)	(14)	(12)	(15)	(29)	(91)	(7)	(11)	(13)	(17)	(29)	(77)
MSI	3.72	3.87	3.42	3.39	3.46	3.57	3.33	3.51	3.35	3.60	3.43	3.45
공정/객관성 통합	3.65	3.86	3.58	3.49	3.52	3.60	3.33	3.55	3.44	3.71	3.57	3.55
공정성	3.43	3.86	3.58	3.47	3.45	3.53	3.14	3.36	3.38	3.59	3.45	3.43
신뢰성	3.71	3.86	3.58	3.60	3.52	3.64	3.43	3.64	3.46	3.76	3.69	3.64
객관성	3.81	3.86	3.58	3.40	3.59	3.65	3.43	3.64	3.46	3.76	3.59	3.60
유익성 통합	3.70	4.00	3.56	3.44	3.53	3.63	3.86	3.88	3.64	3.80	3.66	3.74
이슈적절성	3.86	4.07	3.67	3.47	3.59	3.71	4.00	3.91	3.85	3.94	3.76	3.86
시의성	3.67	3.93	3.50	3.47	3.52	3.60	3.57	3.82	3.38	3.76	3.66	3.65
최신성	3.57	4.00	3.50	3.40	3.48	3.57	4.00	3.91	3.69	3.71	3.55	3.70
완성도 통합	3.73	3.98	3.42	3.44	3.55	3.62	3.38	3.70	3.36	3.71	3.59	3.57
전반적 완성도	3.67	3.93	3.42	3.40	3.48	3.57	3.43	3.73	3.31	3.71	3.52	3.55
내용 이해도	3.62	4.00	3.42	3.53	3.66	3.65	3.43	3.73	3.38	3.82	3.66	3.64
전달성	3.90	4.00	3.42	3.40	3.52	3.65	3.29	3.64	3.38	3.59	3.59	3.53
만족도 통합	3.77	3.74	3.25	3.25	3.32	3.47	2.97	3.16	3.11	3.34	3.10	3.15
즐거움 정도	3.67	3.71	3.17	3.27	3.38	3.45	2.86	2.82	3.00	3.18	3.14	3.05
몰입도	3.71	3.50	3.08	3.13	3.21	3.34	2.71	3.18	3.15	3.47	3.14	3.18
지속시청의향	3.90	3.86	3.42	3.60	3.55	3.67	3.43	3.55	3.23	3.59	3.45	3.45
추천의향_온라인	3.62	3.71	3.33	3.13	3.21	3.38	3.00	3.09	3.08	3.18	2.83	3.00
추천의향_오프라인	3.95	3.93	3.25	3.13	3.28	3.51	2.86	3.18	3.08	3.29	2.97	3.08

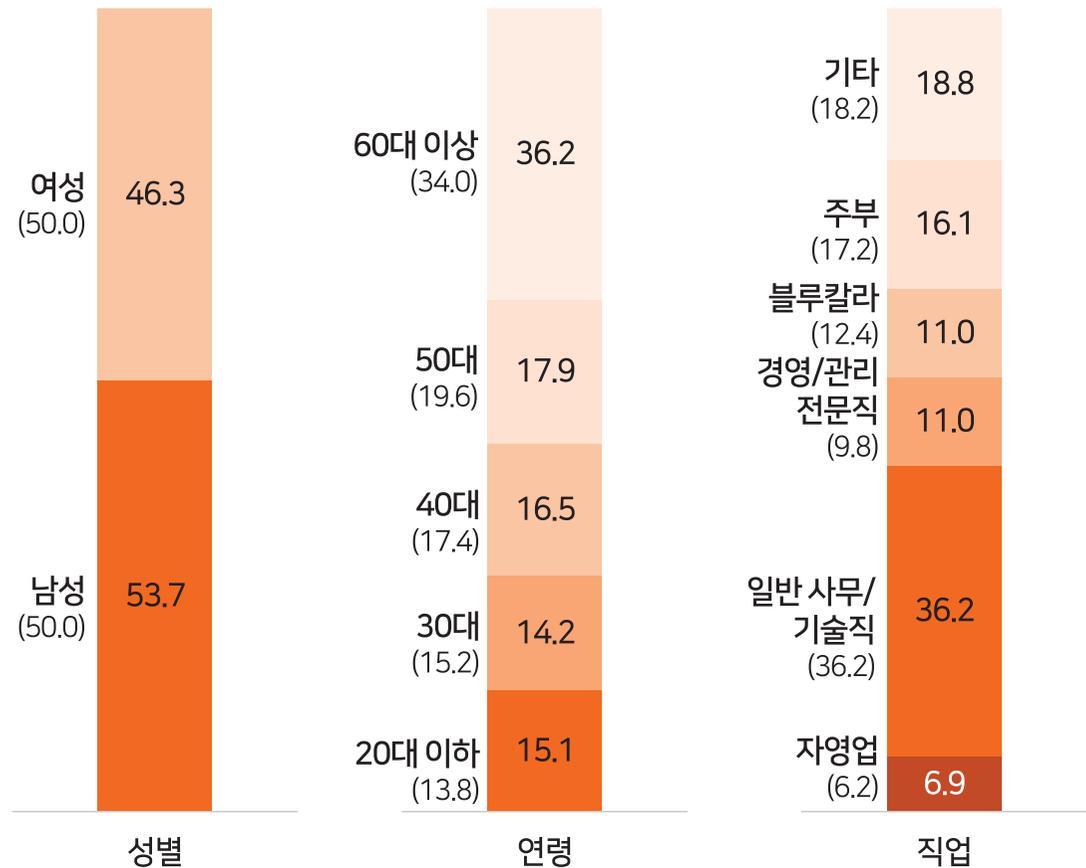
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

4) 아침 & 매일경제

- <아침 & 매일경제> 시청자는 남성(53.7%)이 여성(46.3%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(36.2%), 직업별로는 일반 사무/기술직(36.2%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

아침 & 매일경제 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(218)	100.0
성별	남성	(117)	53.7
	여성	(101)	46.3
연령	20대 이하	(33)	15.1
	30대	(31)	14.2
	40대	(36)	16.5
	50대	(39)	17.9
	60대 이상	(79)	36.2
직업	자영업	(15)	6.9
	사무직/기술직	(79)	36.2
	경영/관리직	(9)	4.1
	전문직/자유직	(15)	6.9
	기능/숙련공/생산직	(13)	6.0
	판매/서비스직	(10)	4.6
	농/임/축/어업	(1)	0.5
	전업 주부	(35)	16.1
	학생	(14)	6.4
	무직	(27)	12.4
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 42

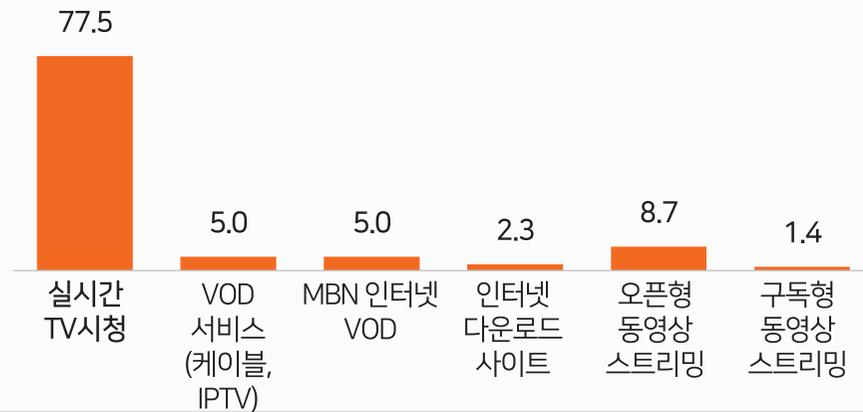
4) 아침 & 매일경제

- <아침 & 매일경제> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(77.5%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(41.1%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(83.0%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(87.1%), 연령대별로는 60대 이상(87.3%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 아침 & 매일경제 시청자, n=218, Unit : %]



2순위

[Base : 아침 & 매일경제 시청자 중 2순위 응답자, n=112, Unit : %]



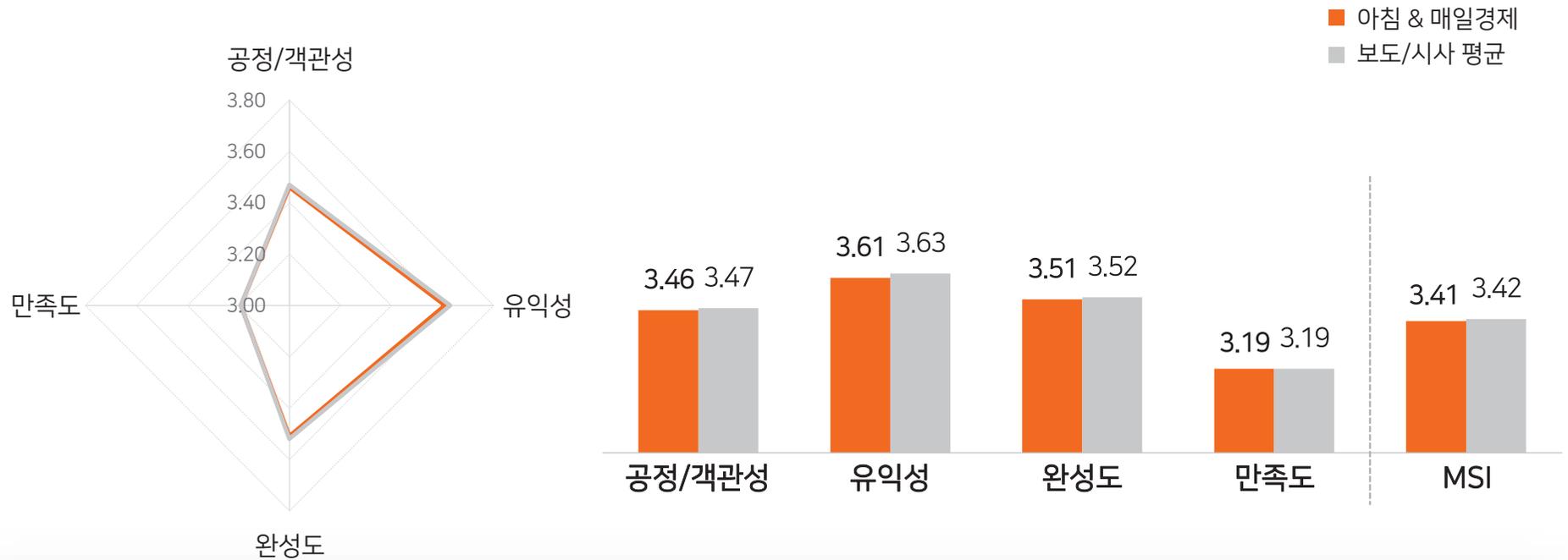
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(218)	(117)	(101)	(33)	(31)	(36)	(39)	(79)
실시간 TV시청	83.0	79.5	87.1	75.8	77.4	83.3	84.6	87.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	26.1	30.8	20.8	21.2	25.8	33.3	25.6	25.3
MBN 인터넷 VOD	9.6	11.1	7.9	12.1	12.9	8.3	12.8	6.3
인터넷 다운로드 사이트	7.8	6.8	8.9	9.1	9.7	5.6	5.1	8.9
오픈형 동영상 스트리밍	21.1	24.8	16.8	33.3	22.6	19.4	15.4	19.0
구독형 동영상 스트리밍	3.7	5.1	2.0	9.1	3.2	0.0	2.6	3.8

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 아침 & 매일경제 시청자, n=218, Unit : 명, %]

4) 아침 & 매일경제

- <아침 & 매일경제>의 MSI는 3.41점으로, 보도/시사 프로그램 평균(3.42점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성(3.61점) > 완성도(3.51점) > 공정/객관성(3.46점) > 만족도(3.19점) 순임

프로그램 평가 점수



아침 & 매일경제



- 공정/객관성, 유익성, 완성도는 보도/시사 프로그램 평균 대비 점수가 낮으나, 만족도에서는 동일하게 평가됨

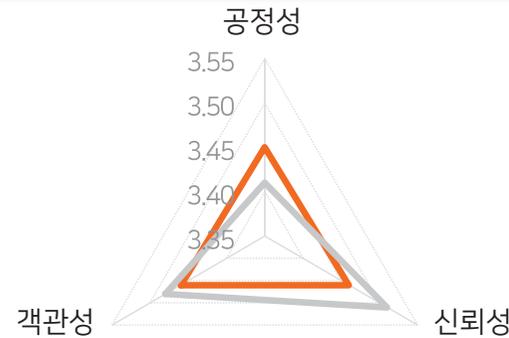
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

4) 아침 & 매일경제

- <아침 & 매일경제>는 이슈적절성(3.66점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 시의성(3.63점)에서 높은 평가를 받음

	아침 & 매일경제	보도/시사 전체
응답자수	(218)	(500)
MSI	3.41	3.42
공정/객관성 통합	3.46	3.47
공정성	3.45	3.41
신뢰성	3.46	3.51
객관성	3.46	3.48
유익성 통합	3.61	3.63
이슈적절성	3.66	3.71
시의성	3.63	3.63
최신성	3.55	3.56
완성도 통합	3.51	3.52
전반적 완성도	3.44	3.47
내용 이해도	3.56	3.61
전달성	3.53	3.49
만족도 통합	3.19	3.19
즐김 정도	3.06	3.06
몰입도	3.19	3.20
지속시청의향	3.44	3.44
추천의향_온라인	3.11	3.11
추천의향_오프라인	3.17	3.15

공정/객관성



유익성



완성도



만족도



4) 아침 & 매일경제

- <아침 & 매일경제>의 MSI는 성별로는 남성(3.49점)에서 여성(3.31점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 30대 남성(3.71점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.70점)과 여성(3.61점) 모두 이슈적절성을 가장 높게 평가함

아침 & 매일경제	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(19)	(21)	(16)	(26)	(35)	(117)	(14)	(10)	(20)	(13)	(44)	(101)
MSI	3.53	3.71	3.55	3.41	3.36	3.49	3.30	2.96	3.21	3.34	3.44	3.31
공정/객관성 통합	3.65	3.83	3.60	3.42	3.44	3.56	3.40	3.07	3.22	3.31	3.45	3.34
공정성	3.68	3.71	3.63	3.46	3.40	3.55	3.36	3.00	3.30	3.31	3.45	3.35
신뢰성	3.58	3.81	3.63	3.46	3.46	3.56	3.36	3.20	3.20	3.38	3.43	3.35
객관성	3.68	3.95	3.56	3.35	3.46	3.57	3.50	3.00	3.15	3.23	3.48	3.34
유익성 통합	3.77	3.75	3.75	3.67	3.50	3.66	3.57	3.30	3.40	3.49	3.70	3.55
이슈적절성	3.68	3.76	3.88	3.65	3.63	3.70	3.64	3.60	3.40	3.62	3.70	3.61
시의성	3.79	3.81	3.75	3.73	3.51	3.69	3.50	3.20	3.45	3.46	3.73	3.55
최신성	3.84	3.67	3.63	3.62	3.37	3.59	3.57	3.10	3.35	3.38	3.66	3.50
완성도 통합	3.68	3.75	3.71	3.50	3.51	3.61	3.24	3.13	3.38	3.38	3.52	3.40
전반적 완성도	3.53	3.71	3.69	3.42	3.37	3.51	3.21	3.10	3.30	3.38	3.45	3.35
내용 이해도	3.74	3.81	3.75	3.50	3.60	3.66	3.21	3.20	3.40	3.46	3.61	3.46
전달성	3.79	3.71	3.69	3.58	3.57	3.65	3.29	3.10	3.45	3.31	3.50	3.40
만족도 통합	3.22	3.61	3.30	3.21	3.12	3.27	3.11	2.60	3.00	3.23	3.22	3.10
즐김 정도	2.89	3.62	3.06	3.15	3.03	3.15	3.00	2.60	2.65	2.92	3.18	2.96
몰입도	3.16	3.57	3.38	3.12	3.06	3.22	2.93	2.70	3.25	3.31	3.23	3.15
지속시청의향	3.42	3.86	3.75	3.46	3.43	3.56	3.43	2.50	3.20	3.46	3.43	3.30
추천의향_온라인	3.26	3.48	3.13	3.12	3.03	3.18	3.07	2.50	2.95	3.15	3.14	3.03
추천의향_오프라인	3.37	3.52	3.19	3.19	3.06	3.24	3.14	2.70	2.95	3.31	3.14	3.08

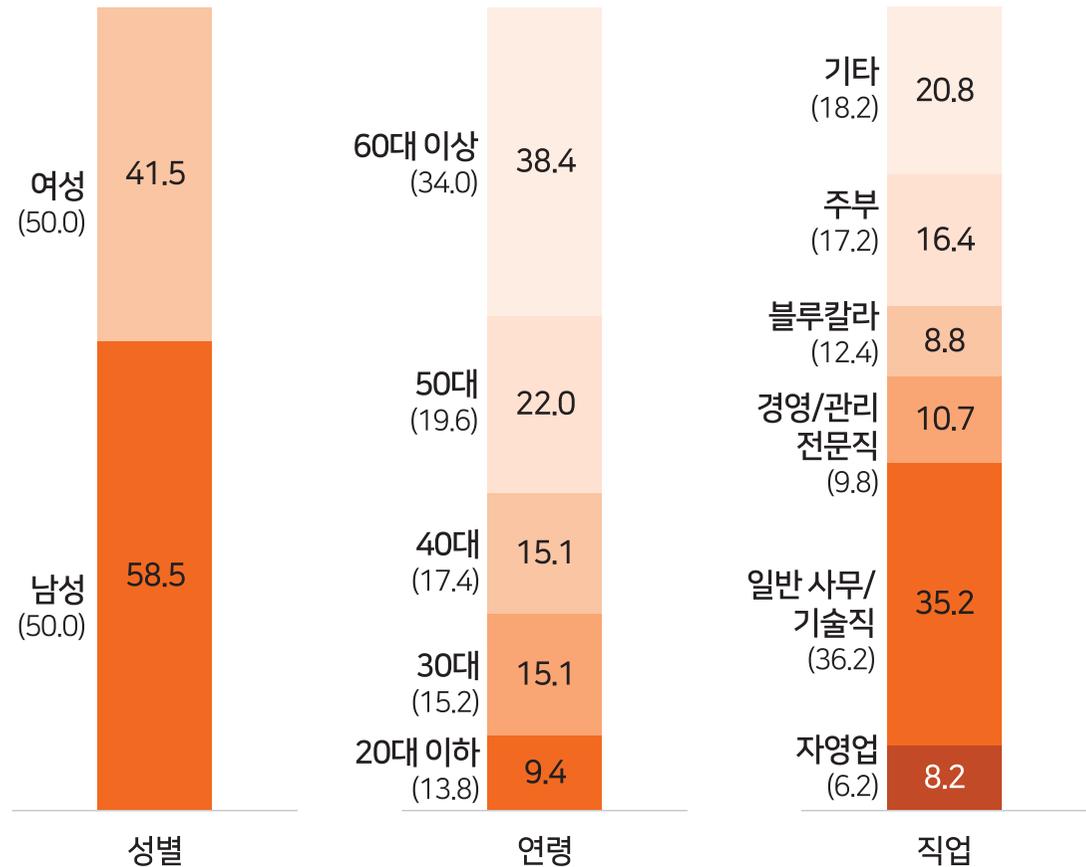
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

5) 프레스룸 LIVE

- <프레스룸 LIVE> 시청자는 남성(58.5%)이 여성(41.5%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(38.4%), 직업별로는 일반 사무/기술직(35.2%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

프레스룸 LIVE 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(159)	100.0
성별	남성	(93)	58.5
	여성	(66)	41.5
연령	20대 이하	(15)	9.4
	30대	(24)	15.1
	40대	(24)	15.1
	50대	(35)	22.0
	60대 이상	(61)	38.4
	직업	자영업	(13)
사무직/기술직		(56)	35.2
경영/관리직		(7)	4.4
전문직/자유직		(10)	6.3
기능/숙련공/생산직		(9)	5.7
판매/서비스직		(5)	3.1
농/임/축/어업		(0)	0.0
전업 주부		(26)	16.4
학생		(10)	6.3
무직		(23)	14.5
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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 47

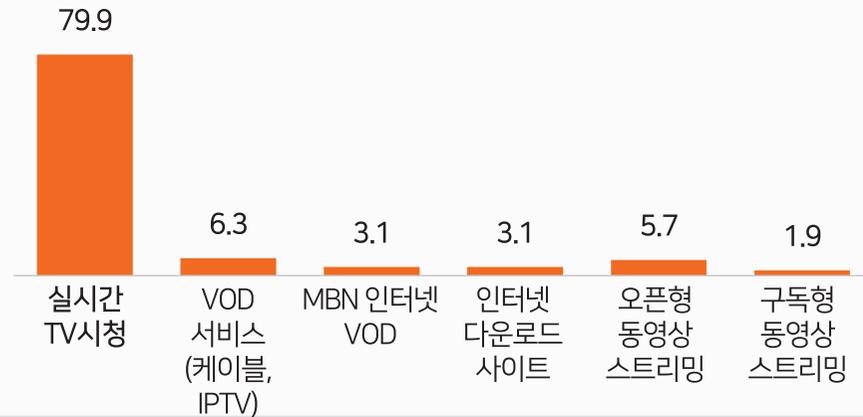
5) 프레스룸 LIVE

- <프레스룸 LIVE> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(79.9%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 '오픈형 동영상 스트리밍'(33.0%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(86.2%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 남성(87.1%), 연령대별로는 60대 이상(93.4%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 프레스룸 LIVE 시청자, n=159, Unit : %]



2순위

[Base : 프레스룸 LIVE 시청자 중 2순위 응답자, n=91, Unit : %]



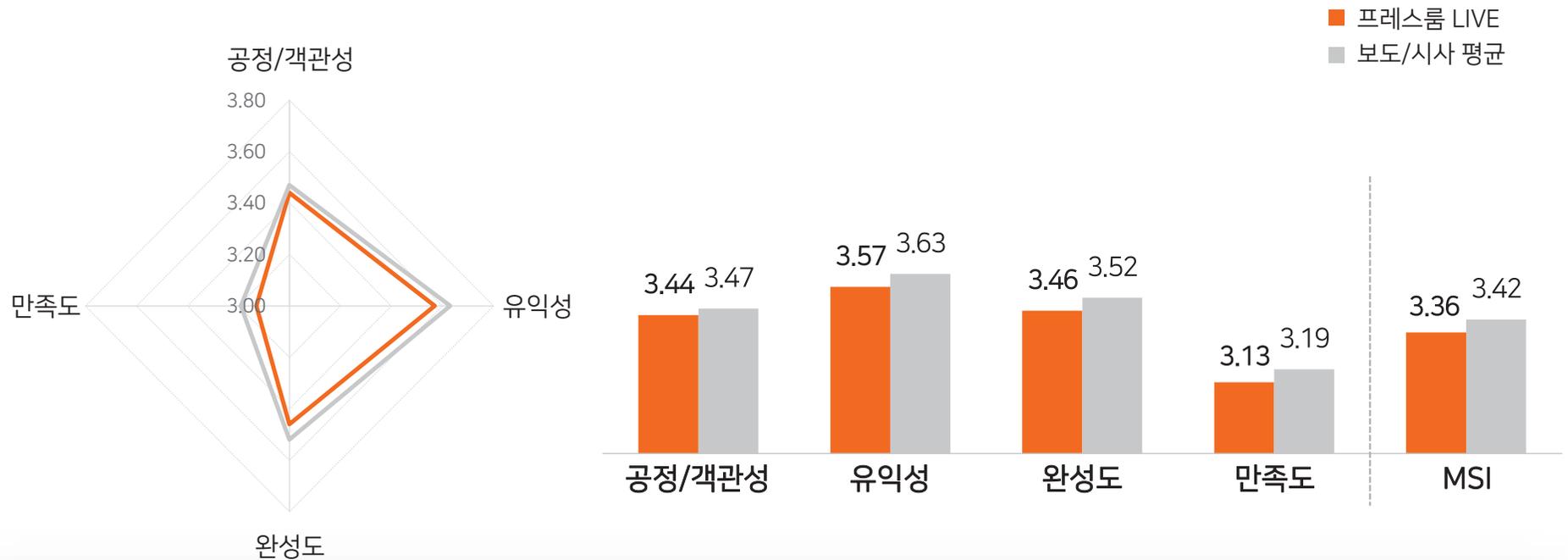
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(159)	(93)	(66)	(15)	(24)	(24)	(35)	(61)
실시간 TV시청	86.2	87.1	84.8	73.3	70.8	87.5	88.6	93.4
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	23.9	28.0	18.2	0.0	41.7	33.3	20.0	21.3
MBN 인터넷 VOD	11.3	10.8	12.1	20.0	12.5	0.0	8.6	14.8
인터넷 다운로드 사이트	6.9	6.5	7.6	13.3	12.5	4.2	2.9	6.6
오픈형 동영상 스트리밍	24.5	28.0	19.7	40.0	25.0	25.0	20.0	23.0
구독형 동영상 스트리밍	4.4	4.3	4.5	6.7	8.3	0.0	8.6	1.6

*사례수 30미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 프레스룸 LIVE 시청자, n=159, Unit : 명, %]

5) 프레스룸 LIVE

- <프레스룸 LIVE>의 MSI는 3.36점으로, 보도/시사 프로그램 평균(3.42점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성(3.57점) > 완성도(3.46점) > 공정/객관성(3.44점) > 만족도(3.13점) 순임

프로그램 평가 점수



프레스룸 LIVE



- 모든 차원에서 보도/시사 프로그램 평균 대비 점수가 낮음

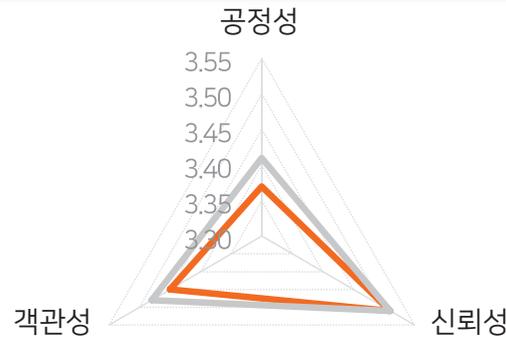
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

5) 프레스룸 LIVE

- <프레스룸 LIVE>는 이슈적절성(3.62점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 시의성(3.58점)에서 높은 평가를 받음

	프레스룸 LIVE	보도/시사 전체
응답자수	(159)	(500)
MSI	3.36	3.42
공정/객관성 통합	3.44	3.47
공정성	3.37	3.41
신뢰성	3.51	3.51
객관성	3.45	3.48
유익성 통합	3.57	3.63
이슈적절성	3.62	3.71
시의성	3.58	3.63
최신성	3.51	3.56
완성도 통합	3.46	3.52
전반적 완성도	3.38	3.47
내용 이해도	3.54	3.61
전달성	3.45	3.49
만족도 통합	3.13	3.19
즐김 정도	2.97	3.06
몰입도	3.16	3.20
지속시청의향	3.36	3.44
추천의향_온라인	3.10	3.11
추천의향_오프라인	3.07	3.15

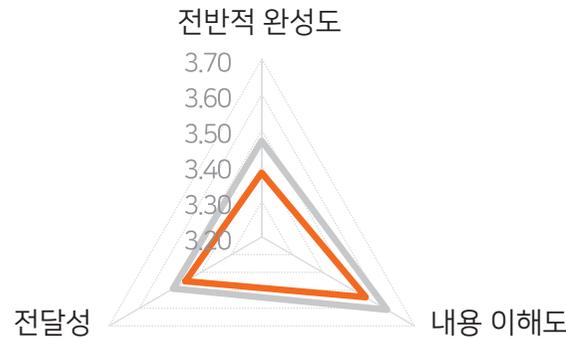
공정/객관성



유익성



완성도



만족도



5) 프레스룸 LIVE

- <프레스룸 LIVE>의 MSI는 성별로는 남성(3.37점)에서 여성(3.35점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 30대 남성(3.77점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.58점)과 여성(3.67점) 모두 이슈적절성을 가장 높게 평가함

프레스룸 LIVE	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(9)	(16)	(14)	(22)	(32)	(93)	(6)	(8)	(10)	(13)	(29)	(66)
MSI	3.61	3.77	3.43	3.19	3.21	3.37	3.20	3.11	3.31	3.41	3.43	3.35
공정/객관성 통합	3.81	3.94	3.69	3.24	3.29	3.50	3.33	3.17	3.30	3.46	3.39	3.36
공정성	3.89	3.94	3.79	3.23	3.19	3.48	3.17	3.00	3.20	3.31	3.24	3.21
신뢰성	4.00	3.94	3.64	3.32	3.38	3.56	3.33	3.38	3.30	3.62	3.45	3.44
객관성	3.56	3.94	3.64	3.18	3.31	3.46	3.50	3.13	3.40	3.46	3.48	3.42
유익성 통합	3.59	3.94	3.69	3.44	3.39	3.56	3.39	3.25	3.50	3.74	3.68	3.59
이슈적절성	3.78	4.00	3.64	3.32	3.47	3.58	3.33	3.38	3.60	3.69	3.83	3.67
시의성	3.56	3.81	3.79	3.41	3.44	3.56	3.33	3.25	3.50	3.92	3.69	3.62
최신성	3.44	4.00	3.64	3.59	3.25	3.54	3.50	3.13	3.40	3.62	3.52	3.47
완성도 통합	3.63	3.73	3.57	3.27	3.39	3.47	3.22	3.21	3.43	3.54	3.51	3.44
전반적 완성도	3.56	3.81	3.57	3.23	3.28	3.43	3.17	3.13	3.30	3.38	3.38	3.32
내용 이해도	3.89	3.69	3.57	3.41	3.44	3.54	3.17	3.25	3.40	3.69	3.69	3.55
전달성	3.44	3.69	3.57	3.18	3.44	3.44	3.33	3.25	3.60	3.54	3.45	3.45
만족도 통합	3.49	3.59	3.03	2.97	2.94	3.13	3.00	2.93	3.14	3.11	3.26	3.15
즐거움 정도	3.33	3.50	2.79	2.95	2.91	3.04	2.50	3.00	2.70	2.77	3.03	2.88
몰입도	3.56	3.38	2.93	3.05	2.88	3.08	3.33	3.13	3.30	3.15	3.38	3.29
지속시청의향	3.56	3.81	3.36	3.14	3.25	3.37	3.17	3.25	3.30	3.38	3.45	3.36
추천의향_온라인	3.56	3.56	3.07	2.95	2.94	3.13	3.00	2.50	3.30	3.15	3.10	3.06
추천의향_오프라인	3.44	3.69	3.00	2.77	2.75	3.02	3.00	2.75	3.10	3.08	3.31	3.14

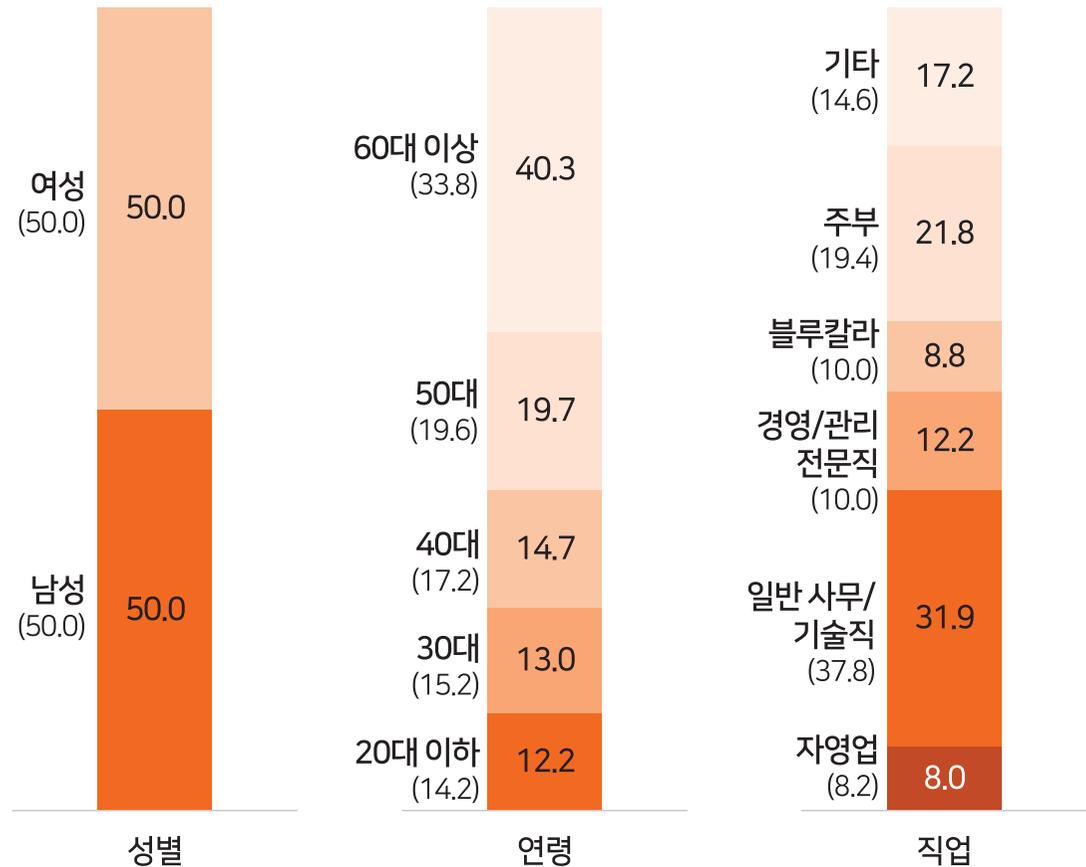
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

6) MBN 뉴스와이드(주중)

- <MBN 뉴스와이드(주중)> 시청자는 남성(50.0%)과 여성(50.0%)의 비중이 동일하게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(40.3%), 직업별로는 일반 사무/기술직(31.9%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

MBN 뉴스와이드(주중) 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(238)	100.0
성별	남성	(119)	50.0
	여성	(119)	50.0
연령	20대 이하	(29)	12.2
	30대	(31)	13.0
	40대	(35)	14.7
	50대	(47)	19.7
	60대 이상	(96)	40.3
직업	자영업	(19)	8.0
	사무직/기술직	(76)	31.9
	경영/관리직	(15)	6.3
	전문직/자유직	(14)	5.9
	기능/숙련공/생산직	(9)	3.8
	판매/서비스직	(10)	4.2
	농/임/축/어업	(2)	0.8
	전업 주부	(52)	21.8
	학생	(8)	3.4
	무직	(33)	13.9
	기타	(0)	0.0



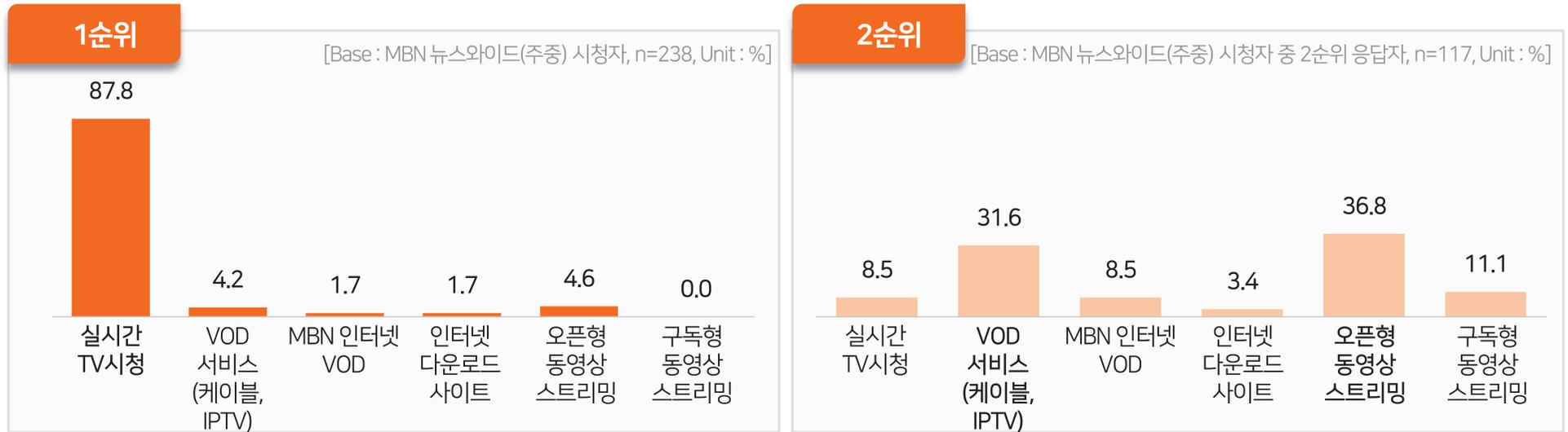
*직업 분류 : 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 52

6) MBN 뉴스와이드(주중)

- <MBN 뉴스와이드(주중)> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(87.8%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 '오픈형 동영상 스트리밍'(36.8%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(92.0%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(95.0%), 연령대별로는 60대 이상(100.0%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법



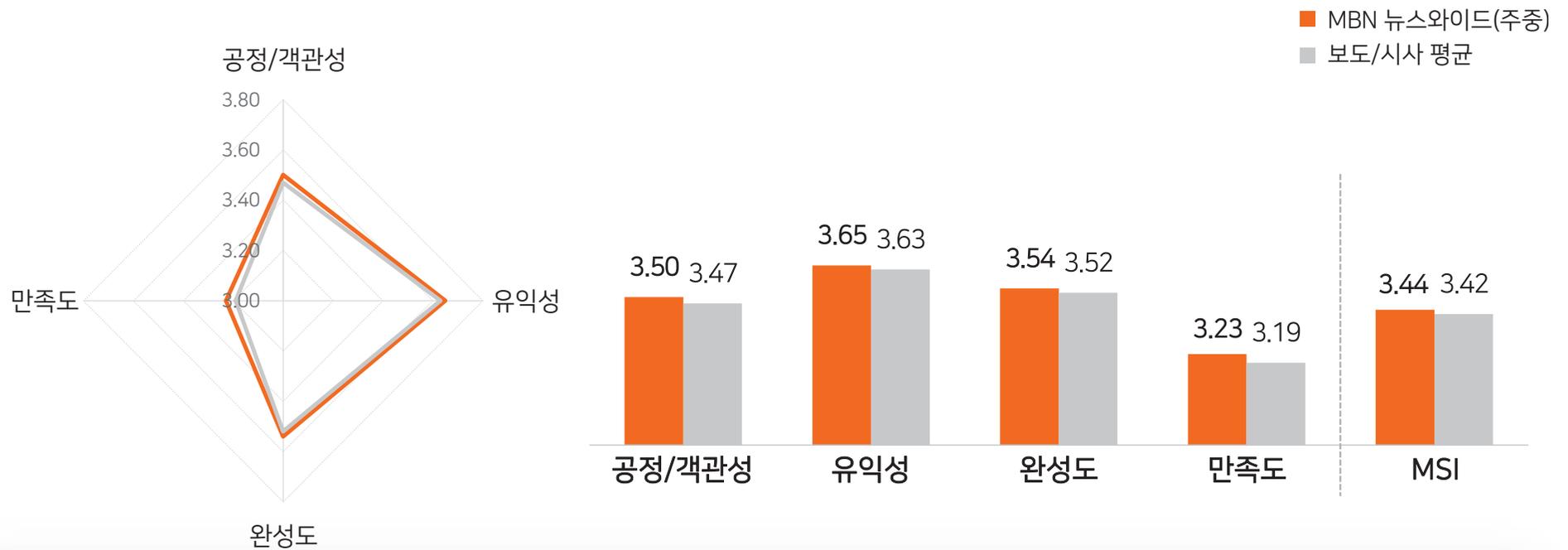
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(238)	(119)	(119)	(29)	(31)	(35)	(47)	(96)
실시간 TV시청	92.0	89.1	95.0	65.5	93.5	91.4	91.5	100.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	19.7	21.8	17.6	17.2	19.4	14.3	27.7	18.8
MBN 인터넷 VOD	5.9	8.4	3.4	17.2	3.2	0.0	4.3	6.3
인터넷 다운로드 사이트	3.4	5.9	0.8	13.8	3.2	2.9	0.0	2.1
오픈형 동영상 스트리밍	22.7	19.3	26.1	27.6	9.7	28.6	25.5	21.9
구독형 동영상 스트리밍	5.5	6.7	4.2	10.3	3.2	5.7	6.4	4.2

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base: MBN 뉴스와이드(주중) 시청자, n=238, Unit: 명, %]

6) MBN 뉴스와이드(주중)

- <MBN 뉴스와이드(주중)>의 MSI는 3.44점으로, 보도/시사 프로그램 평균(3.42점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성(3.65점) > 완성도(3.54점) > 공정/객관성(3.50점) > 만족도(3.23점) 순임

프로그램 평가 점수



MBN 뉴스와이드



- 모든 차원에서 보도/시사 프로그램 평균 대비 점수가 높음

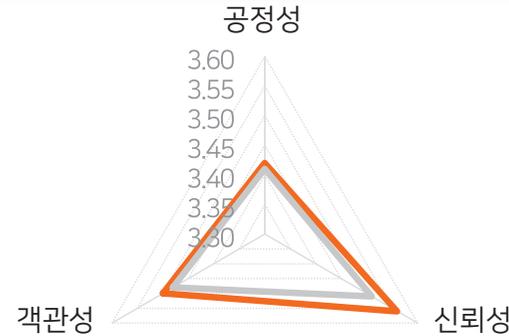
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

6) MBN 뉴스와이드(주중)

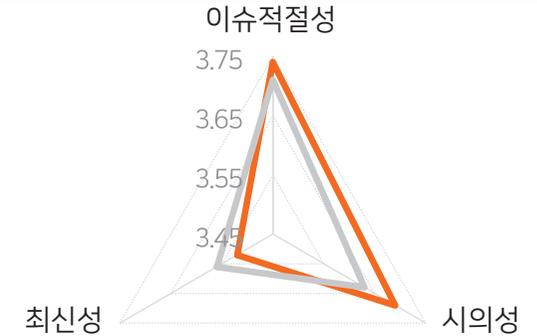
- <MBN 뉴스와이드(주중)>는 이슈적절성(3.74점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 시의성(3.69점)에서 높은 평가를 받음

	MBN 뉴스와이드 (주중)	보도/시사 전체
응답자수	(238)	(500)
MSI	3.44	3.42
공정/객관성 통합	3.50	3.47
공정성	3.42	3.41
신뢰성	3.56	3.51
객관성	3.50	3.48
유익성 통합	3.65	3.63
이슈적절성	3.74	3.71
시의성	3.69	3.63
최신성	3.52	3.56
완성도 통합	3.54	3.52
전반적 완성도	3.47	3.47
내용 이해도	3.61	3.61
전달성	3.53	3.49
만족도 통합	3.23	3.19
즐김 정도	3.08	3.06
몰입도	3.19	3.20
지속시청의향	3.47	3.44
추천의향_온라인	3.20	3.11
추천의향_오프라인	3.21	3.15

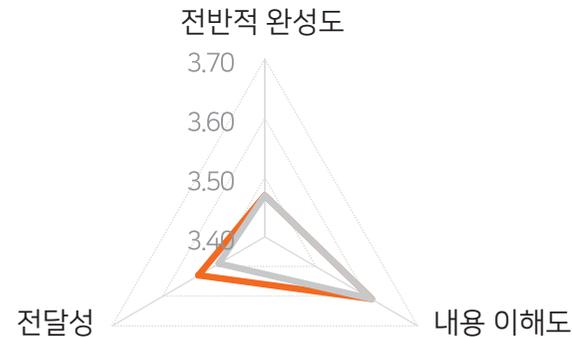
공정/객관성



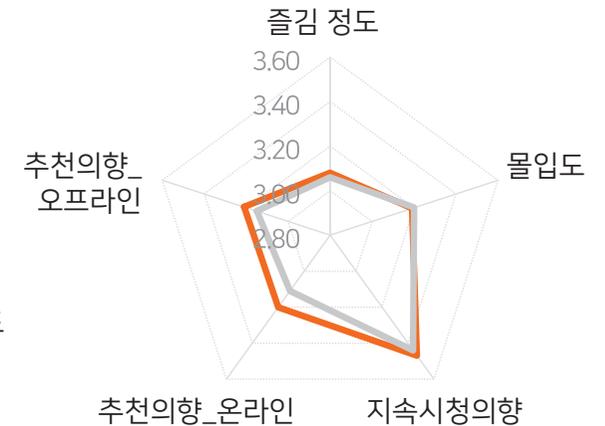
유익성



완성도



만족도



6) MBN 뉴스와이드(주중)

- <MBN 뉴스와이드(주중)>의 MSI는 성별로는 여성(3.49점)에서 남성(3.40점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.55점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.70점)과 여성(3.79점) 모두 이슈적절성을 가장 높게 평가함

MBN 뉴스와이드(주중)	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(20)	(17)	(14)	(22)	(46)	(119)	(9)	(14)	(21)	(25)	(50)	(119)
MSI	3.55	3.48	3.06	3.37	3.42	3.40	3.28	3.53	3.39	3.53	3.54	3.49
공정/객관성 통합	3.47	3.41	3.10	3.32	3.57	3.43	3.30	3.45	3.44	3.71	3.62	3.56
공정성	3.25	3.35	3.07	3.18	3.54	3.34	3.22	3.36	3.38	3.68	3.56	3.50
신뢰성	3.70	3.59	3.14	3.36	3.57	3.50	3.33	3.50	3.57	3.68	3.68	3.61
객관성	3.45	3.29	3.07	3.41	3.61	3.44	3.33	3.50	3.38	3.76	3.62	3.57
유익성 통합	3.72	3.69	3.43	3.59	3.53	3.58	3.63	3.90	3.63	3.69	3.73	3.72
이슈적절성	3.70	3.71	3.43	3.73	3.76	3.70	3.56	3.93	3.67	3.76	3.86	3.79
시의성	3.70	3.94	3.64	3.64	3.50	3.64	3.56	3.86	3.67	3.80	3.76	3.75
최신성	3.75	3.41	3.21	3.41	3.33	3.41	3.78	3.93	3.57	3.52	3.58	3.62
완성도 통합	3.62	3.53	3.07	3.36	3.51	3.45	3.41	3.71	3.49	3.55	3.73	3.62
전반적 완성도	3.60	3.29	3.21	3.36	3.43	3.40	3.33	3.71	3.52	3.44	3.58	3.54
내용 이해도	3.75	3.53	3.07	3.41	3.57	3.50	3.56	3.93	3.52	3.64	3.82	3.72
전달성	3.50	3.76	2.93	3.32	3.52	3.45	3.33	3.50	3.43	3.56	3.80	3.61
만족도 통합	3.46	3.38	2.81	3.26	3.20	3.24	2.98	3.23	3.16	3.31	3.26	3.23
즐김 정도	3.35	3.00	2.64	3.14	3.22	3.13	2.89	2.86	3.00	3.20	3.06	3.04
몰입도	3.40	3.29	2.79	3.14	3.11	3.15	3.00	3.21	3.19	3.28	3.28	3.24
지속시청의향	3.50	3.71	2.93	3.45	3.39	3.41	3.33	3.57	3.48	3.52	3.56	3.52
추천의향_온라인	3.55	3.41	2.86	3.18	3.17	3.24	2.89	3.21	3.14	3.28	3.16	3.17
추천의향_오프라인	3.50	3.47	2.86	3.41	3.11	3.25	2.78	3.29	3.00	3.28	3.22	3.17

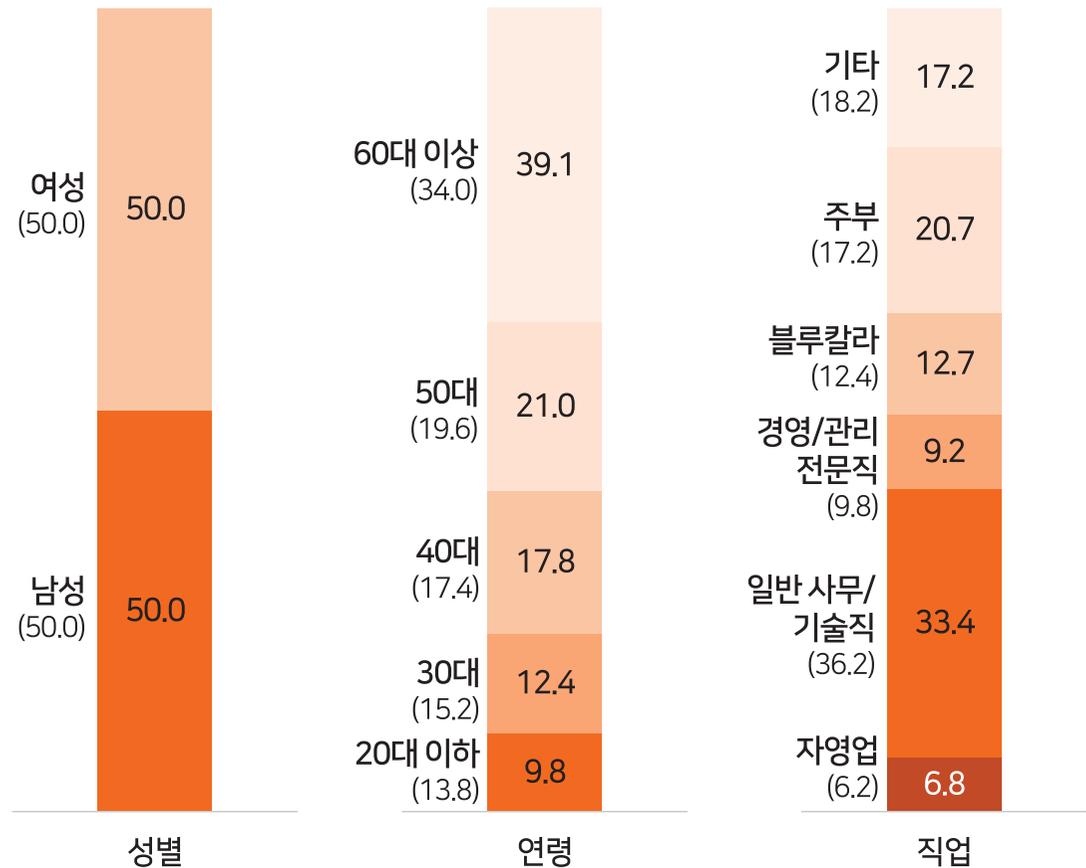
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

7) 김명준의 뉴스파이터

- <김명준의 뉴스파이터> 시청자는 남성(50.0%)과 여성(50.0%)의 비중이 동일하게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(39.1%), 직업별로는 일반 사무/기술직(33.4%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

김명준의 뉴스파이터 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(338)	100.0
성별	남성	(169)	50.0
	여성	(169)	50.0
연령	20대 이하	(33)	9.8
	30대	(42)	12.4
	40대	(60)	17.8
	50대	(71)	21.0
	60대 이상	(132)	39.1
직업	자영업	(23)	6.8
	사무직/기술직	(113)	33.4
	경영/관리직	(10)	3.0
	전문직/자유직	(21)	6.2
	기능/숙련공/생산직	(24)	7.1
	판매/서비스직	(17)	5.0
	농/임/축/어업	(2)	0.6
	전업 주부	(70)	20.7
	학생	(12)	3.6
	무직	(46)	13.6
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 57

7) 김명준의 뉴스파이터

- <김명준의 뉴스파이터> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(83.7%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(36.2%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(87.6%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(89.3%), 연령대별로는 60대 이상(93.9%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

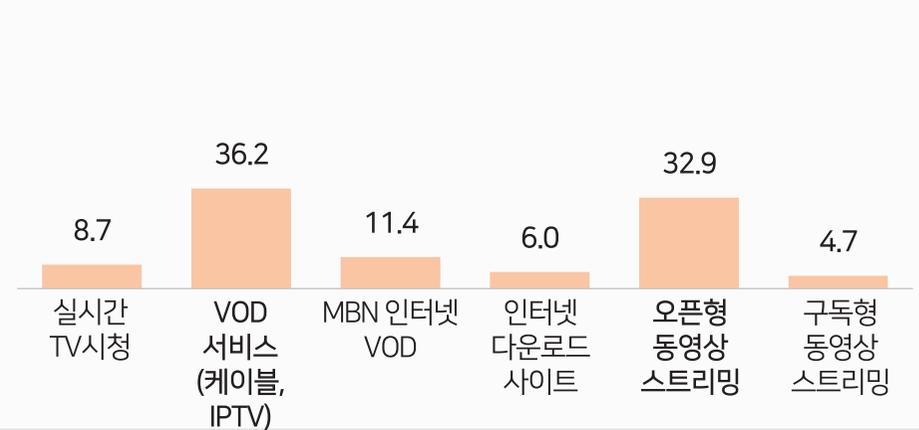
1순위

[Base : 김명준의 뉴스파이터 시청자, n=338, Unit : %]



2순위

[Base : 김명준의 뉴스파이터 시청자 중 2순위 응답자, n=149, Unit : %]



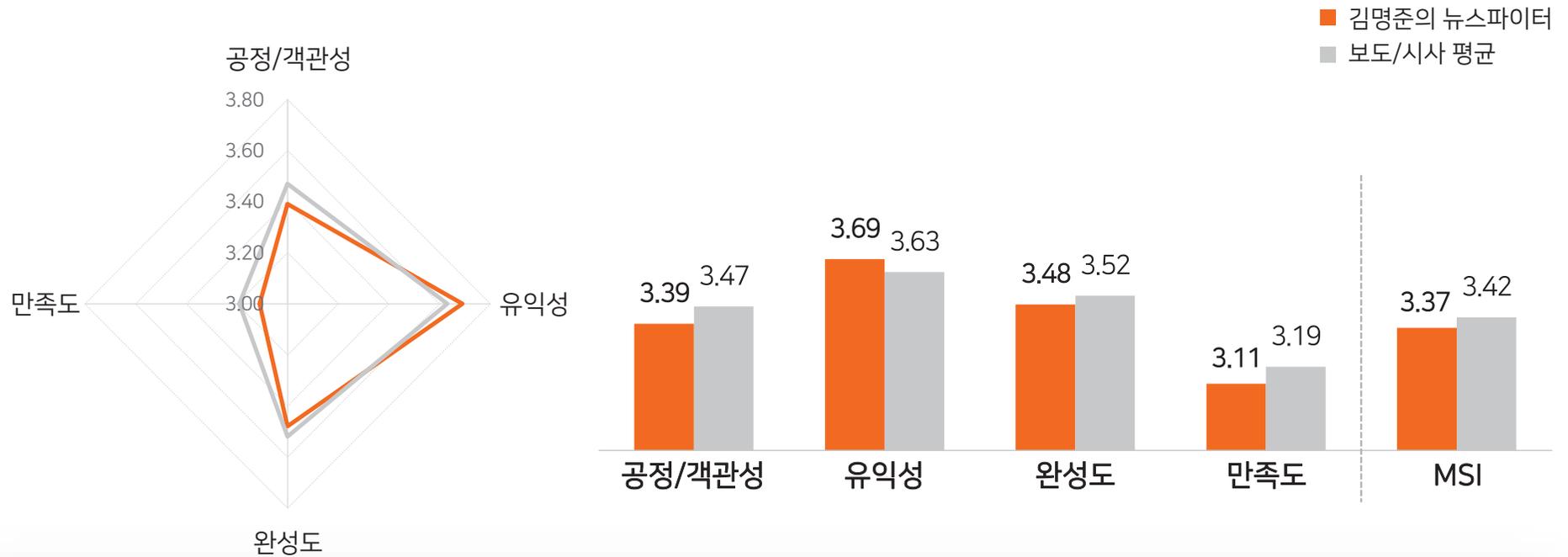
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(338)	(169)	(169)	(33)	(42)	(60)	(71)	(132)
실시간 TV시청	87.6	85.8	89.3	87.9	69.0	86.7	87.3	93.9
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	21.9	25.4	18.3	12.1	33.3	25.0	18.3	21.2
MBN 인터넷 VOD	7.1	7.1	7.1	3.0	7.1	10.0	7.0	6.8
인터넷 다운로드 사이트	4.1	4.7	3.6	9.1	7.1	0.0	1.4	5.3
오픈형 동영상 스트리밍	19.5	23.1	16.0	27.3	21.4	15.0	22.5	17.4
구독형 동영상 스트리밍	3.8	5.3	2.4	3.0	9.5	0.0	7.0	2.3

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 김명준의 뉴스파이터 시청자, n=338, Unit : 명, %]

7) 김명준의 뉴스파이터

- <김명준의 뉴스파이터>의 MSI는 3.37점으로, 보도/시사 프로그램 평균(3.42점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성(3.69점) > 완성도(3.48점) > 공정/객관성(3.39점) > 만족도(3.11점) 순임

프로그램 평가 점수



김명준의 뉴스파이터



- 유익성은 보도/시사 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 공정/객관성, 완성도, 만족도에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

7) 김명준의 뉴스파이터

- <김명준의 뉴스파이터>는 이슈적절성(3.81점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 시의성, 내용 이해도 (각 3.66점)에서 높은 평가를 받음

	김명준의 뉴스파이터	보도/시사 전체
응답자수	(338)	(500)
MSI	3.37	3.42
공정/객관성 통합	3.39	3.47
공정성	3.33	3.41
신뢰성	3.46	3.51
객관성	3.38	3.48
유익성 통합	3.69	3.63
이슈적절성	3.81	3.71
시의성	3.66	3.63
최신성	3.62	3.56
완성도 통합	3.48	3.52
전반적 완성도	3.44	3.47
내용 이해도	3.66	3.61
전달성	3.35	3.49
만족도 통합	3.11	3.19
즐김 정도	2.98	3.06
몰입도	3.21	3.20
지속시청의향	3.33	3.44
추천의향_온라인	2.99	3.11
추천의향_오프라인	3.02	3.15

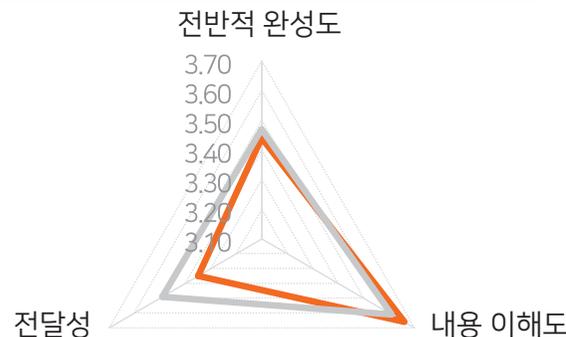
공정/객관성



유익성



완성도



만족도



7) 김명준의 뉴스파이터

- <김명준의 뉴스파이터>의 MSI는 성별로는 남성(3.40점)에서 여성(3.35점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 30대 남성(3.68점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.81점)과 여성(3.80점) 모두 이슈적절성을 가장 높게 평가함

김명준의 뉴스파이터	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(20)	(24)	(31)	(37)	(57)	(169)	(13)	(18)	(29)	(34)	(75)	(169)
MSI	3.31	3.68	3.47	3.27	3.35	3.40	3.30	3.03	3.25	3.49	3.41	3.35
공정/객관성 통합	3.28	3.72	3.46	3.29	3.36	3.41	3.23	3.02	3.30	3.45	3.47	3.37
공정성	3.30	3.58	3.45	3.14	3.26	3.32	3.23	2.89	3.31	3.44	3.43	3.34
신뢰성	3.35	3.75	3.55	3.35	3.46	3.48	3.15	3.22	3.41	3.50	3.52	3.44
객관성	3.20	3.83	3.39	3.38	3.37	3.42	3.31	2.94	3.17	3.41	3.45	3.33
유익성 통합	3.58	3.89	3.77	3.63	3.69	3.71	3.51	3.43	3.54	3.92	3.72	3.68
이슈적절성	3.70	3.92	3.94	3.68	3.82	3.81	3.54	3.56	3.76	4.03	3.83	3.80
시의성	3.45	3.88	3.77	3.54	3.67	3.66	3.46	3.28	3.48	4.00	3.68	3.65
최신성	3.60	3.88	3.61	3.68	3.58	3.65	3.54	3.44	3.38	3.74	3.64	3.59
완성도 통합	3.48	3.83	3.66	3.31	3.43	3.51	3.36	3.09	3.34	3.64	3.52	3.46
전반적 완성도	3.55	3.79	3.65	3.22	3.37	3.47	3.38	3.17	3.21	3.47	3.52	3.41
내용 이해도	3.50	3.96	3.65	3.49	3.65	3.64	3.46	3.22	3.59	3.97	3.75	3.69
전달성	3.40	3.75	3.68	3.22	3.28	3.42	3.23	2.89	3.24	3.47	3.31	3.28
만족도 통합	3.05	3.45	3.17	3.02	3.09	3.14	3.18	2.77	2.99	3.16	3.13	3.08
즐거움 정도	2.90	3.46	3.00	2.97	3.09	3.08	2.77	2.39	2.90	3.00	2.96	2.88
몰입도	3.00	3.54	3.32	3.05	3.12	3.19	3.46	3.00	3.10	3.26	3.29	3.24
지속시청의향	3.35	3.46	3.58	3.22	3.23	3.34	3.31	2.94	3.31	3.44	3.36	3.32
추천의향_온라인	3.05	3.38	2.90	2.89	3.02	3.02	3.23	2.89	2.76	3.03	2.99	2.96
추천의향_오프라인	2.95	3.42	3.06	2.97	3.02	3.07	3.15	2.61	2.90	3.06	3.03	2.98

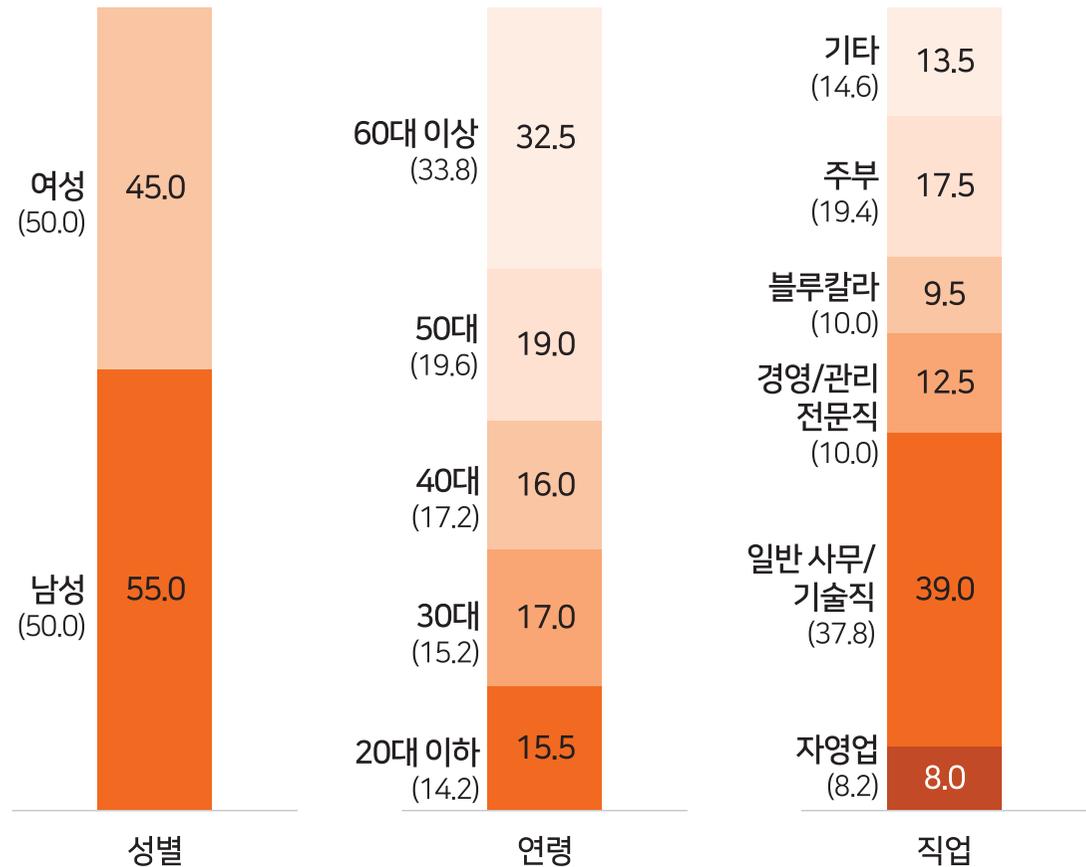
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

8) MBN 토요와이드

- <MBN 토요와이드> 시청자는 남성(55.0%)이 여성(45.0%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(32.5%), 직업별로는 일반 사무/기술직(39.0%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

MBN 토요와이드 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(200)	100.0
성별	남성	(110)	55.0
	여성	(90)	45.0
연령	20대 이하	(31)	15.5
	30대	(34)	17.0
	40대	(32)	16.0
	50대	(38)	19.0
	60대 이상	(65)	32.5
직업	자영업	(16)	8.0
	사무직/기술직	(78)	39.0
	경영/관리직	(14)	7.0
	전문직/자유직	(11)	5.5
	기능/숙련공/생산직	(12)	6.0
	판매/서비스직	(6)	3.0
	농/임/축/어업	(1)	0.5
	전업 주부	(35)	17.5
	학생	(8)	4.0
	무직	(19)	9.5
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 62

8) MBN 토요와이드

- <MBN 토요와이드> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(81.0%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(37.0%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(88.0%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(92.2%), 연령대별로는 60대 이상(95.4%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : MBN 토요와이드 시청자, n=200, Unit : %]



2순위

[Base : MBN 토요와이드 시청자 중 2순위 응답자, n=100, Unit : %]



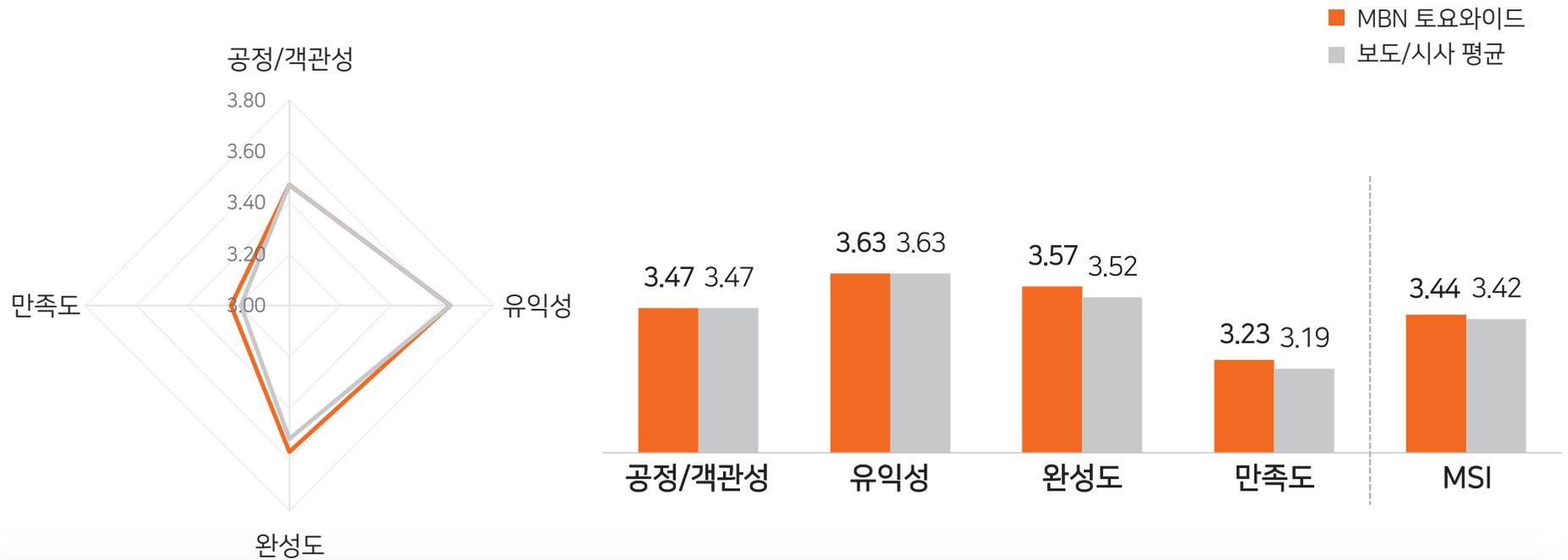
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(200)	(110)	(90)	(31)	(34)	(32)	(38)	(65)
실시간 TV시청	88.0	84.5	92.2	71.0	85.3	90.6	89.5	95.4
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	24.5	30.9	16.7	19.4	20.6	21.9	28.9	27.7
MBN 인터넷 VOD	6.0	7.3	4.4	19.4	0.0	0.0	5.3	6.2
인터넷 다운로드 사이트	6.0	9.1	2.2	22.6	2.9	6.3	5.3	0.0
오픈형 동영상 스트리밍	19.0	18.2	20.0	25.8	14.7	21.9	21.1	15.4
구독형 동영상 스트리밍	6.5	6.4	6.7	6.5	8.8	9.4	2.6	6.2

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : MBN 토요와이드 시청자, n=200, Unit : 명, %]

8) MBN 토요와이드

- <MBN 토요와이드>의 MSI는 3.44점으로, 보도/시사 프로그램 평균(3.42점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성(3.63점) > 완성도(3.57점) > 공정/객관성(3.47점) > 만족도(3.23점) 순임

프로그램 평가점수



- 완성도, 만족도는 보도/시사 프로그램 평균 대비 점수가 높으며, 공정/객관성, 유익성에서는 동일하게 평가됨

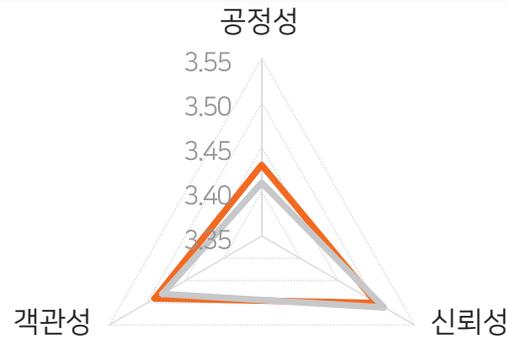
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

8) MBN 토요와이드

- <MBN 토요와이드>는 이슈적절성(3.69점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 시의성(3.61점)에서 높은 평가를 받음

	MBN 토요와이드	보도/시사 전체
응답자수	(200)	(500)
MSI	3.44	3.42
공정/객관성 통합	3.47	3.47
공정성	3.43	3.41
신뢰성	3.50	3.51
객관성	3.49	3.48
유익성 통합	3.63	3.63
이슈적절성	3.69	3.71
시의성	3.61	3.63
최신성	3.60	3.56
완성도 통합	3.57	3.52
전반적 완성도	3.55	3.47
내용 이해도	3.58	3.61
전달성	3.60	3.49
만족도 통합	3.23	3.19
즐김 정도	3.08	3.06
몰입도	3.23	3.20
지속시청의향	3.49	3.44
추천의향_온라인	3.17	3.11
추천의향_오프라인	3.21	3.15

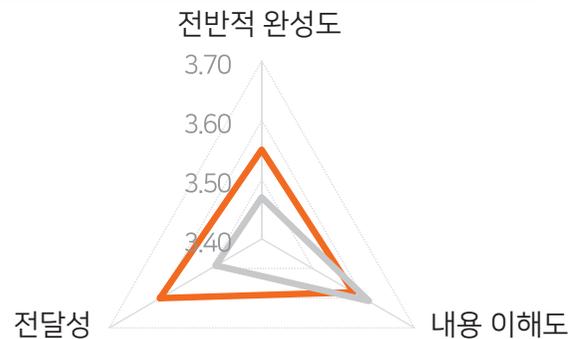
공정/객관성



유익성



완성도



만족도



8) MBN 토요일이드

- <MBN 토요일이드>의 MSI는 성별로는 남성(3.45점)에서 여성(3.43점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 60대 이상 남성(3.58점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.68점)과 여성(3.69점) 모두 이슈적절성을 가장 높게 평가함

MBN 토요일이드	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(22)	(21)	(14)	(18)	(35)	(110)	(9)	(13)	(18)	(20)	(30)	(90)
MSI	3.55	3.44	3.23	3.29	3.58	3.45	3.40	3.55	3.41	3.30	3.48	3.43
공정/객관성 통합	3.44	3.41	3.40	3.20	3.67	3.46	3.48	3.49	3.48	3.42	3.52	3.48
공정성	3.27	3.33	3.36	3.17	3.69	3.41	3.33	3.31	3.50	3.45	3.53	3.46
신뢰성	3.68	3.43	3.29	3.17	3.69	3.50	3.44	3.62	3.50	3.45	3.50	3.50
객관성	3.36	3.48	3.57	3.28	3.63	3.48	3.67	3.54	3.44	3.35	3.53	3.49
유익성 통합	3.64	3.75	3.48	3.50	3.67	3.62	3.81	3.87	3.44	3.42	3.74	3.64
이슈적절성	3.68	3.67	3.64	3.56	3.77	3.68	3.78	3.85	3.39	3.55	3.87	3.69
시의성	3.64	3.71	3.43	3.44	3.77	3.64	3.67	3.69	3.50	3.35	3.70	3.58
최신성	3.59	3.86	3.36	3.50	3.46	3.55	4.00	4.08	3.44	3.35	3.67	3.64
완성도 통합	3.55	3.52	3.40	3.43	3.69	3.55	3.56	3.92	3.50	3.37	3.69	3.60
전반적 완성도	3.55	3.57	3.43	3.33	3.60	3.52	3.56	3.92	3.56	3.30	3.63	3.58
내용 이해도	3.55	3.43	3.36	3.61	3.63	3.54	3.56	3.92	3.50	3.40	3.73	3.62
전달성	3.55	3.57	3.43	3.33	3.83	3.59	3.56	3.92	3.44	3.40	3.70	3.60
만족도 통합	3.55	3.22	2.87	3.14	3.41	3.29	3.00	3.17	3.29	3.12	3.17	3.17
즐거움 정도	3.45	3.05	2.79	3.28	3.20	3.18	2.78	2.62	3.00	3.00	3.07	2.94
몰입도	3.82	3.10	2.86	3.00	3.40	3.29	2.89	3.15	3.28	3.10	3.20	3.16
지속시청의향	3.50	3.48	3.29	3.33	3.66	3.49	3.56	3.46	3.50	3.35	3.53	3.48
추천의향_온라인	3.45	3.24	2.64	3.11	3.37	3.23	2.89	3.23	3.39	3.05	2.97	3.10
추천의향_오프라인	3.55	3.24	2.79	3.00	3.40	3.25	2.89	3.38	3.28	3.10	3.10	3.16

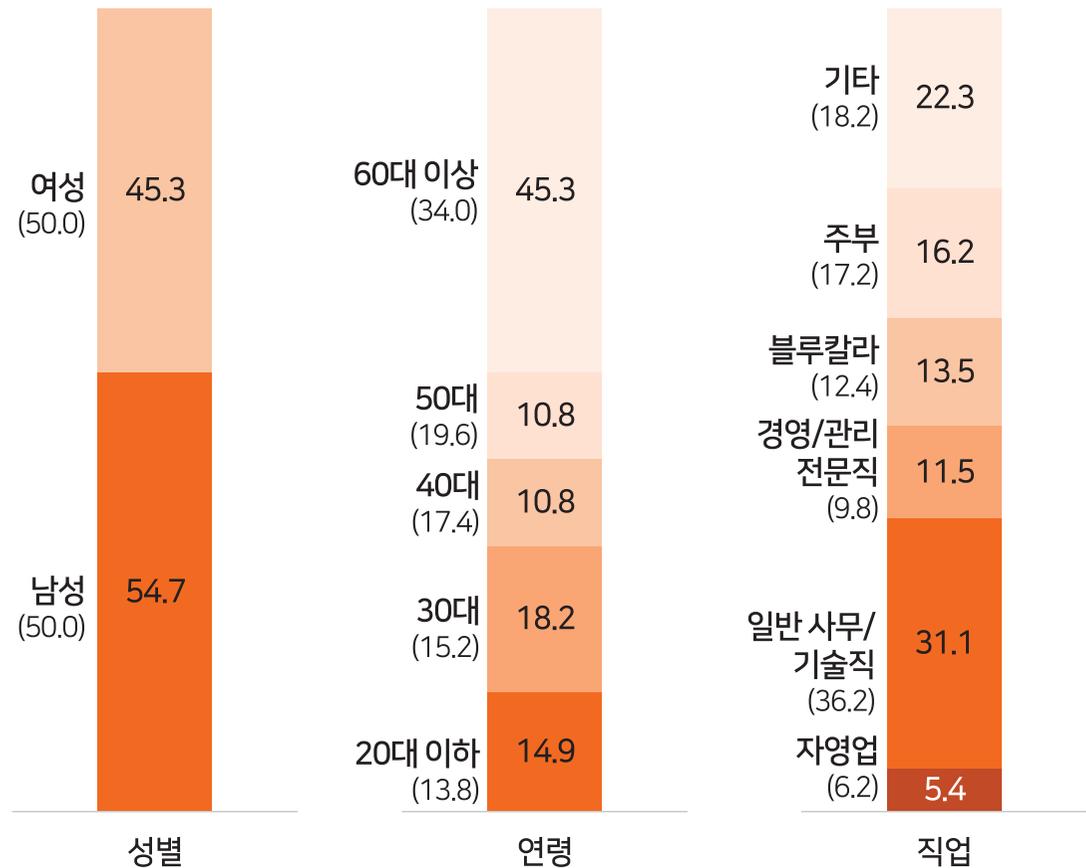
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

9) 시사스페셜

- <시사스페셜> 시청자는 남성(54.7%)이 여성(45.3%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(45.3%), 직업별로는 일반 사무/기술직(31.1%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

시사스페셜 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(148)	100.0
성별	남성	(81)	54.7
	여성	(67)	45.3
연령	20대 이하	(22)	14.9
	30대	(27)	18.2
	40대	(16)	10.8
	50대	(16)	10.8
	60대 이상	(67)	45.3
직업	자영업	(8)	5.4
	사무직/기술직	(46)	31.1
	경영/관리직	(9)	6.1
	전문직/자유직	(8)	5.4
	기능/숙련공/생산직	(11)	7.4
	판매/서비스직	(7)	4.7
	농/임/축/어업	(2)	1.4
	전업 주부	(24)	16.2
	학생	(10)	6.8
	무직	(23)	15.5
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 67

9) 시사스페셜

- <시사스페셜> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(72.3%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스', '오픈형 동영상 스트리밍'(각 25.3%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(81.1%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 남성(81.5%), 연령대별로는 60대 이상(89.6%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 시사스페셜 시청자, n=148, Unit : %]



2순위

[Base : 시사스페셜 시청자 중 2순위 응답자, n=91, Unit : %]



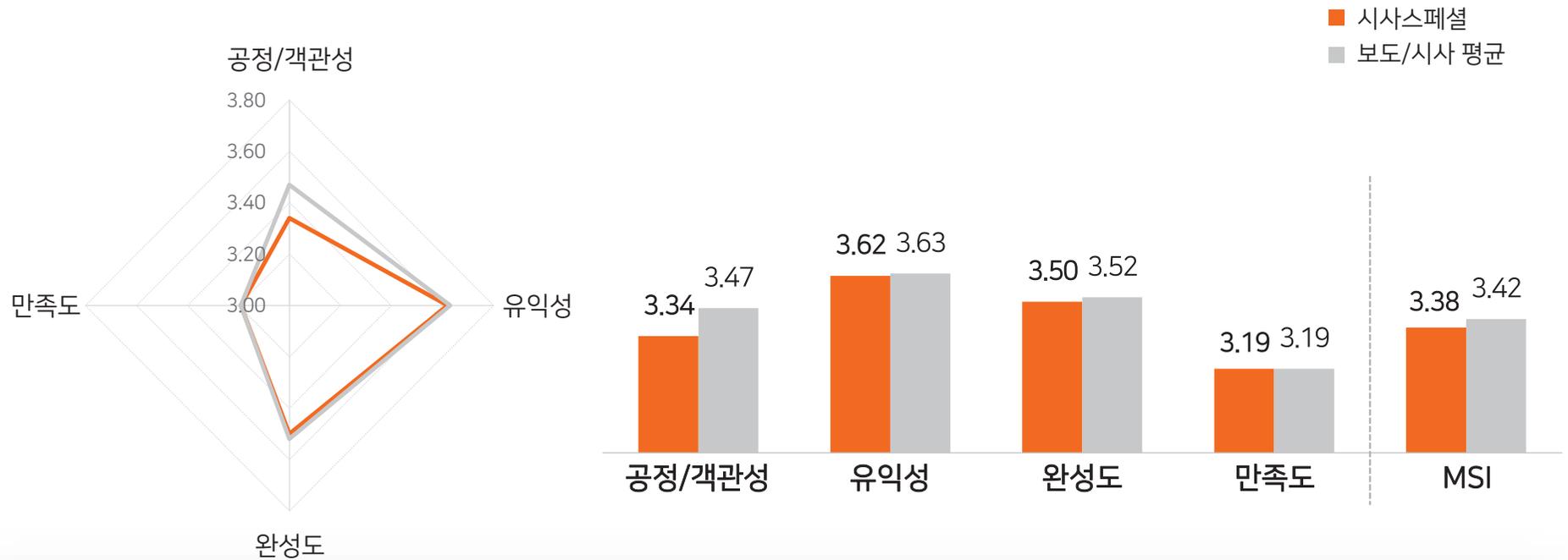
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(148)	(81)	(67)	(22)	(27)	(16)	(16)	(67)
실시간 TV시청	81.1	81.5	80.6	68.2	66.7	81.3	87.5	89.6
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	24.3	28.4	19.4	4.5	44.4	18.8	37.5	20.9
MBN 인터넷 VOD	10.8	12.3	9.0	22.7	7.4	6.3	12.5	9.0
인터넷 다운로드 사이트	10.8	9.9	11.9	22.7	3.7	6.3	6.3	11.9
오픈형 동영상 스트리밍	25.0	28.4	20.9	45.5	22.2	31.3	18.8	19.4
구독형 동영상 스트리밍	9.5	6.2	13.4	4.5	11.1	6.3	6.3	11.9

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 시사스페셜 시청자, n=148, Unit : 명, %]

9) 시사스페셜

- <시사스페셜>의 MSI는 3.38점으로, 보도/시사 프로그램 평균(3.42점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성(3.62점) > 완성도(3.50점) > 공정/객관성(3.34점) > 만족도(3.19점) 순임

프로그램 평가 점수



시사스페셜



- 공정/객관성, 유익성, 완성도는 보도/시사 프로그램 평균 대비 점수가 낮으나, 만족도에서는 동일하게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

9) 시사스페셜

- <시사스페셜>은 시의성(3.64점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 내용 이해도(3.63점)에서 높은 평가를 받음

	시사스페셜	보도/시사 전체
응답자수	(148)	(500)
MSI	3.38	3.42
공정/객관성 통합	3.34	3.47
공정성	3.32	3.41
신뢰성	3.35	3.51
객관성	3.36	3.48
유익성 통합	3.62	3.63
이슈적절성	3.61	3.71
시의성	3.64	3.63
최신성	3.62	3.56
완성도 통합	3.50	3.52
전반적 완성도	3.47	3.47
내용 이해도	3.63	3.61
전달성	3.42	3.49
만족도 통합	3.19	3.19
즐김 정도	2.95	3.06
몰입도	3.22	3.20
지속시청의향	3.45	3.44
추천의향_온라인	3.16	3.11
추천의향_오프라인	3.19	3.15

공정/객관성



유익성



완성도



만족도



9) 시사스페셜

- <시사스페셜>의 MSI는 성별로는 남성(3.46점)에서 여성(3.29점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 30대 남성(3.82점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 시의성(3.79점)을 가장 높게 평가한 반면, 여성은 내용 이해도(3.55점)를 가장 높게 평가함

시사스페셜	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(13)	(18)	(8)	(13)	(29)	(81)	(9)	(9)	(8)	(3)	(38)	(67)
MSI	3.64	3.82	3.14	3.24	3.34	3.46	3.22	3.16	3.14	2.90	3.40	3.29
공정/객관성 통합	3.49	3.83	3.04	3.23	3.21	3.38	3.22	3.11	3.04	2.56	3.47	3.30
공정성	3.38	3.78	3.00	3.38	3.10	3.33	3.33	3.11	3.00	2.33	3.47	3.30
신뢰성	3.62	3.83	3.00	3.15	3.28	3.41	3.11	2.89	3.00	2.67	3.53	3.28
객관성	3.46	3.89	3.13	3.15	3.24	3.40	3.22	3.33	3.13	2.67	3.42	3.31
유익성 통합	3.79	4.19	3.38	3.46	3.66	3.74	3.41	3.52	3.29	3.22	3.56	3.49
이슈적절성	3.69	4.06	3.50	3.31	3.69	3.69	3.56	3.44	3.25	2.00	3.71	3.52
시의성	4.00	4.28	3.25	3.54	3.66	3.79	3.33	3.44	3.38	3.67	3.47	3.45
최신성	3.69	4.22	3.38	3.54	3.62	3.73	3.33	3.67	3.25	4.00	3.50	3.49
완성도 통합	3.74	3.93	3.54	3.26	3.45	3.58	3.26	3.26	3.13	2.89	3.59	3.41
전반적 완성도	3.92	3.83	3.88	3.08	3.45	3.59	3.33	3.22	3.00	3.00	3.42	3.31
내용 이해도	3.85	3.94	3.88	3.38	3.55	3.69	3.33	3.56	3.25	3.00	3.71	3.55
전달성	3.46	4.00	2.88	3.31	3.34	3.46	3.11	3.00	3.13	2.67	3.63	3.37
만족도 통합	3.57	3.53	2.83	3.11	3.16	3.27	3.09	2.91	3.13	2.93	3.16	3.10
즐김 정도	3.54	3.44	2.63	2.92	2.97	3.12	2.78	2.56	2.63	2.00	2.84	2.73
몰입도	3.46	3.67	2.88	3.15	3.10	3.27	3.11	3.00	3.25	3.00	3.18	3.15
지속시청의향	3.85	3.78	3.50	3.38	3.41	3.57	3.22	3.11	3.38	3.33	3.37	3.31
추천의향_온라인	3.46	3.44	2.50	3.08	3.10	3.17	3.22	2.89	3.25	3.00	3.16	3.13
추천의향_오프라인	3.54	3.33	2.63	3.00	3.21	3.20	3.11	3.00	3.13	3.33	3.24	3.18

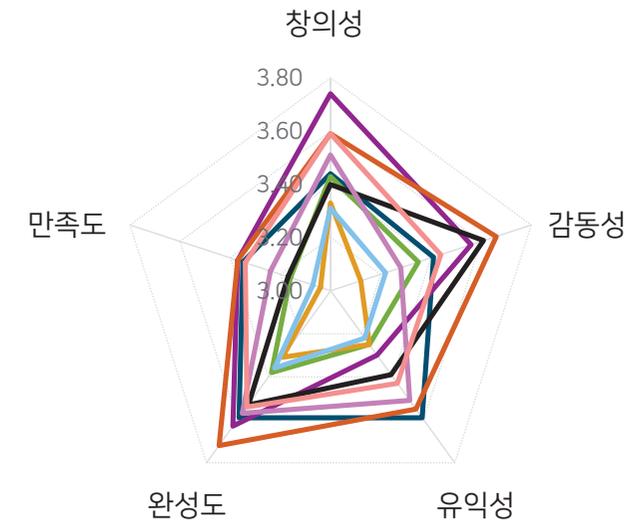
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

4. 교양 프로그램 평가

4. 교양 프로그램 평가

- 교양 프로그램 총 9개 중 <나는 자연인이다>의 시청경험수가 가장 높았으나, 종합평가는 <소나무>가 가장 높은 점수를 받음

교양 프로그램별 평가 종합



프로그램명	시청경험수 (응답률)	창의성	감동성	유익성	완성도	만족도	MSI
매일아침	19.00	3.44	3.41	3.59	3.59	3.35	3.46
나는 자연인이다	88.60	3.74	3.56	3.30	3.63	3.37	3.50
특종세상	52.20	3.43	3.35	3.25	3.38	3.16	3.30
천기누설	45.00	3.33	3.12	3.25	3.31	3.04	3.19
소나무	19.20	3.59	3.66	3.55	3.72	3.37	3.55
휴먼다큐 사노라면	53.00	3.40	3.61	3.39	3.53	3.17	3.39
열린TV 열린세상	25.80	3.31	3.22	3.22	3.36	3.07	3.22
판도라	38.40	3.51	3.28	3.51	3.57	3.24	3.40
불멸의 라이벌	18.80	3.59	3.44	3.43	3.54	3.34	3.45

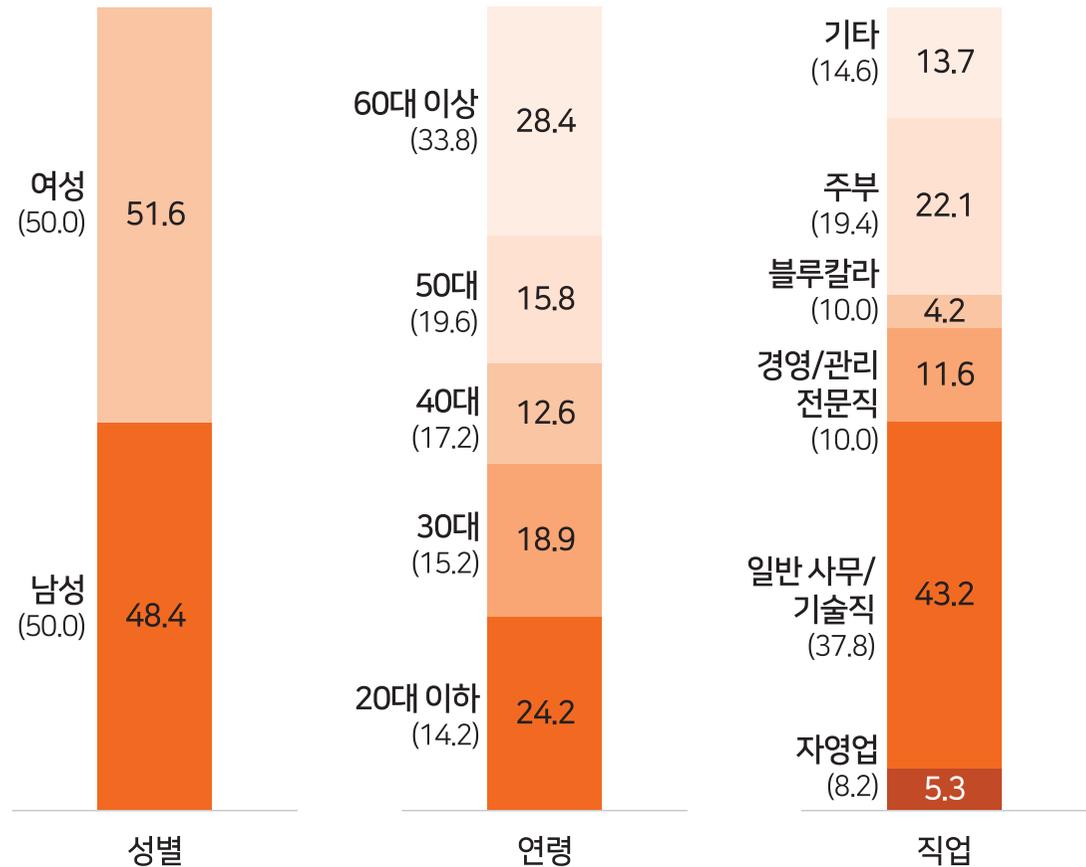
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 명, %, 점]

1) 매일아침

- <매일아침> 시청자는 여성(51.6%)이 남성(48.4%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(28.4%), 직업별로는 일반 사무/기술직(43.2%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

매일아침 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(95)	100.0
성별	남성	(46)	48.4
	여성	(49)	51.6
연령	20대 이하	(23)	24.2
	30대	(18)	18.9
	40대	(12)	12.6
	50대	(15)	15.8
	60대 이상	(27)	28.4
직업	자영업	(5)	5.3
	사무직/기술직	(41)	43.2
	경영/관리직	(5)	5.3
	전문직/자유직	(6)	6.3
	기능/숙련공/생산직	(3)	3.2
	판매/서비스직	(1)	1.1
	농/임/축/어업	(0)	0.0
	전업 주부	(21)	22.1
	학생	(4)	4.2
	무직	(9)	9.5
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 74

1) 매일아침

- <매일아침> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(73.7%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(33.3%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(82.1%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(89.8%), 연령대별로는 60대 이상(100.0%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 매일아침 시청자, n=95, Unit : %]



2순위

[Base : 매일아침 시청자 중 2순위 응답자, n=60, Unit : %]



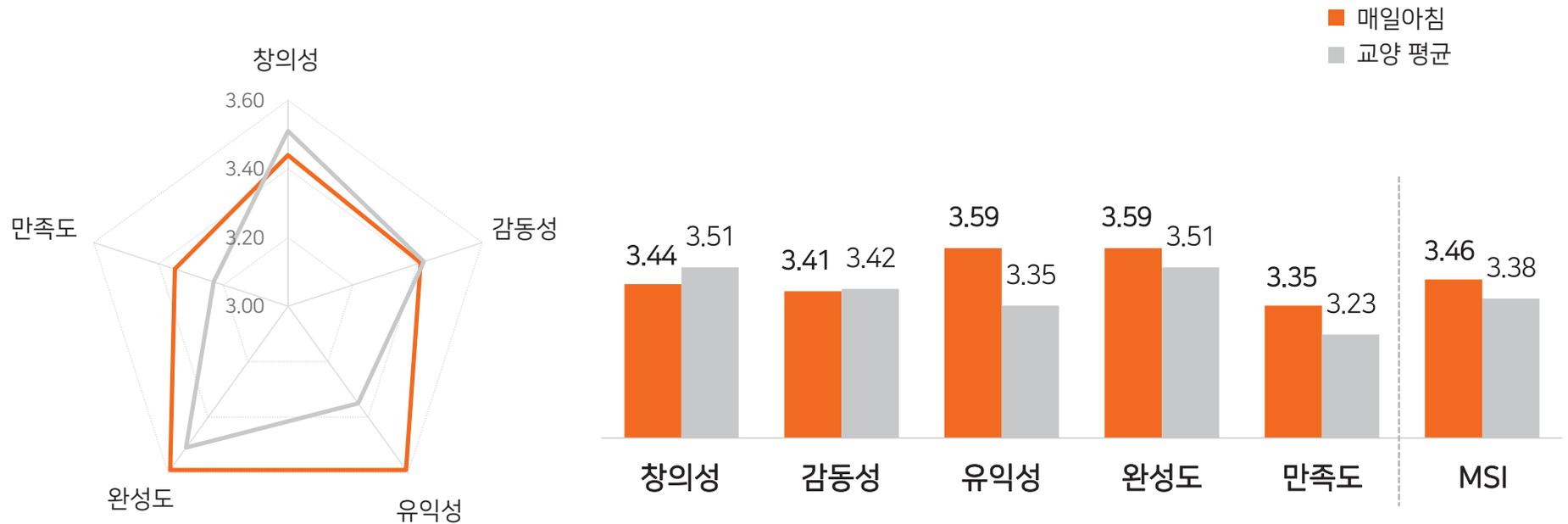
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(95)	(46)	(49)	(23)	(18)	(12)	(15)	(27)
실시간 TV시청	82.1	73.9	89.8	52.2	83.3	91.7	86.7	100.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	30.5	39.1	22.4	30.4	27.8	16.7	46.7	29.6
MBN 인터넷 VOD	9.5	10.9	8.2	21.7	5.6	0.0	6.7	7.4
인터넷 다운로드 사이트	6.3	10.9	2.0	21.7	5.6	0.0	0.0	0.0
오픈형 동영상 스트리밍	23.2	28.3	18.4	34.8	16.7	41.7	13.3	14.8
구독형 동영상 스트리밍	11.6	10.9	12.2	13.0	11.1	0.0	20.0	11.1

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 매일아침 시청자, n=95, Unit : 명, %]

1) 매일아침

- <매일아침>의 MSI는 3.46점으로, 교양 프로그램 평균(3.38점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성, 완성도(각 3.59점) > 창의성(3.44점) > 감동성(3.41점) > 만족도(3.35점) 순임

프로그램 평가점수



- 유익성, 완성도, 만족도는 교양 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 창의성, 감동성에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

1) 매일아침

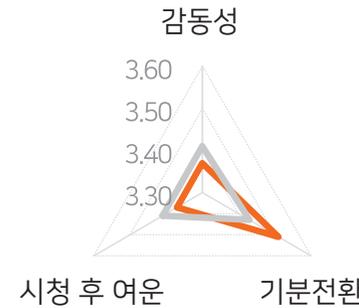
- <매일아침>은 내용 이해도(3.68점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 실생활 도움(3.62점)에서 높은 평가를 받음

	매일아침	교양 전체
응답자수	(95)	(500)
MSI	3.46	3.38
창의성 통합	3.44	3.51
소재성	3.36	3.53
형식성	3.41	3.44
독창성	3.54	3.55
감동성 통합	3.41	3.42
감동성	3.37	3.41
기분전환	3.51	3.43
시청 후 여운	3.37	3.41
유익성 통합	3.59	3.35
정보습득	3.59	3.46
실생활 도움	3.62	3.27
시의성	3.56	3.32
완성도 통합	3.59	3.51
전반적 완성도	3.57	3.52
내용 이해도	3.68	3.58
구성성	3.52	3.44
만족도 통합	3.35	3.23
즐김 정도	3.12	3.04
몰입도	3.28	3.29
지속시청의향	3.51	3.44
추천의향_온라인	3.45	3.17
추천의향_오프라인	3.39	3.21

창의성



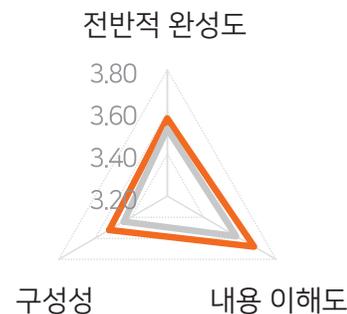
감동성



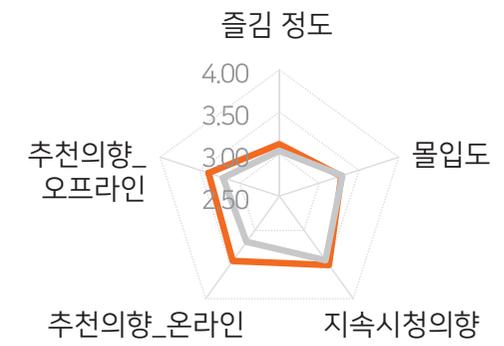
유익성



완성도



만족도



1) 매일아침

- <매일아침>의 MSI는 성별로는 남성(3.50점)에서 여성(3.42점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 40대 여성(3.75점) 에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.67점)과 여성(3.69점) 모두 내용 이해도를 가장 높게 평가함

매일아침	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(16)	(10)	(5)	(6)	(9)	(46)	(7)	(8)	(7)	(9)	(18)	(49)
MSI	3.71	3.41	3.45	3.11	3.53	3.50	2.97	3.53	3.75	3.59	3.34	3.42
창의성 통합	3.73	3.37	3.47	2.94	3.59	3.49	2.95	3.21	3.81	3.70	3.30	3.38
소재성	3.56	3.30	3.20	3.00	3.56	3.39	2.86	3.13	3.86	3.56	3.28	3.33
형식성	3.94	3.20	3.40	2.83	3.33	3.46	3.00	3.25	3.71	3.89	3.17	3.37
독창성	3.69	3.60	3.80	3.00	3.89	3.63	3.00	3.25	3.86	3.67	3.44	3.45
감동성 통합	3.65	3.37	3.67	3.00	3.48	3.47	2.76	3.54	3.52	3.59	3.33	3.36
감동성	3.63	3.30	3.60	2.83	3.44	3.41	2.86	3.38	3.57	3.56	3.28	3.33
기분전환	3.69	3.30	3.80	3.17	3.44	3.50	2.86	3.75	3.57	3.78	3.50	3.51
시청 후 여운	3.63	3.50	3.60	3.00	3.56	3.50	2.57	3.50	3.43	3.44	3.22	3.24
유익성 통합	3.71	3.63	3.40	3.33	3.59	3.59	3.33	3.79	3.90	3.48	3.54	3.59
정보습득	3.63	3.60	3.40	3.33	3.56	3.54	3.43	3.88	3.86	3.44	3.61	3.63
실생활 도움	3.69	3.70	3.60	3.33	3.67	3.63	3.43	3.88	3.86	3.56	3.50	3.61
시의성	3.81	3.60	3.20	3.33	3.56	3.59	3.14	3.63	4.00	3.44	3.50	3.53
완성도 통합	3.77	3.40	3.53	3.28	3.59	3.57	3.19	3.75	3.81	3.78	3.56	3.61
전반적 완성도	3.75	3.50	3.40	3.00	3.67	3.54	3.14	3.75	3.86	3.78	3.50	3.59
내용 이해도	3.75	3.50	3.60	3.67	3.78	3.67	3.29	4.00	3.86	3.89	3.56	3.69
구성성	3.81	3.20	3.60	3.17	3.33	3.48	3.14	3.50	3.71	3.67	3.61	3.55
만족도 통합	3.71	3.32	3.28	3.03	3.44	3.44	2.74	3.43	3.71	3.47	3.12	3.27
즐거움 정도	3.50	3.10	3.20	3.00	3.44	3.30	2.29	2.38	3.57	3.56	2.89	2.94
몰입도	3.63	3.40	3.40	2.83	3.44	3.41	2.43	3.63	3.57	3.33	3.00	3.16
지속시청의향	3.56	3.50	3.20	3.00	3.56	3.43	3.43	3.88	3.86	3.56	3.39	3.57
추천의향_온라인	3.88	3.30	3.40	3.33	3.44	3.54	2.86	3.75	3.86	3.44	3.17	3.37
추천의향_오프라인	4.00	3.30	3.20	3.00	3.33	3.50	2.71	3.50	3.71	3.44	3.17	3.29

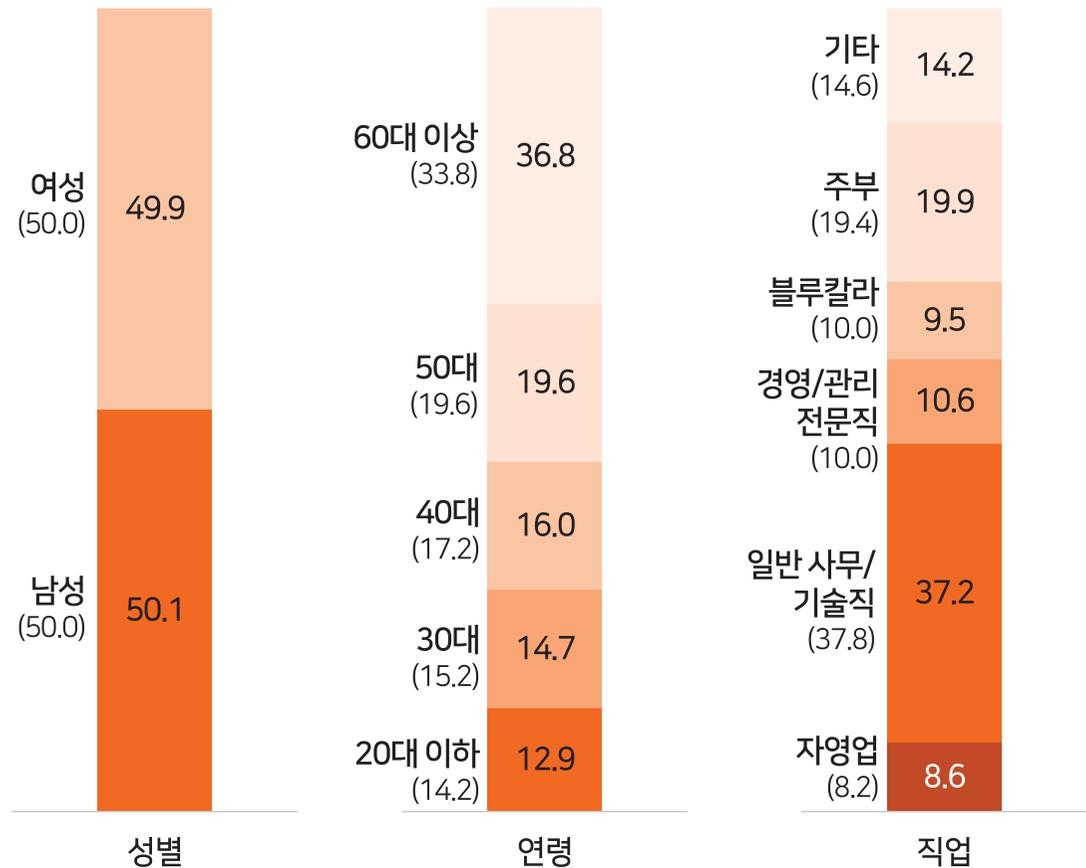
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

2) 나는 자연인이다

- <나는 자연인이다> 시청자는 남성(50.1%)이 여성(49.9%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(36.8%), 직업별로는 일반 사무/기술직(37.2%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

나는 자연인이다 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(443)	100.0
성별	남성	(222)	50.1
	여성	(221)	49.9
연령	20대 이하	(57)	12.9
	30대	(65)	14.7
	40대	(71)	16.0
	50대	(87)	19.6
	60대 이상	(163)	36.8
직업	자영업	(38)	8.6
	사무직/기술직	(165)	37.2
	경영/관리직	(23)	5.2
	전문직/자유직	(24)	5.4
	기능/숙련공/생산직	(23)	5.2
	판매/서비스직	(17)	3.8
	농/임/축/어업	(2)	0.5
	전업 주부	(88)	19.9
	학생	(14)	3.2
	무직	(49)	11.1
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 79

2) 나는 자연인이다

- <나는 자연인이다> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(73.8%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(35.6%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(81.7%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 남성(82.9%), 연령대별로는 60대 이상(92.0%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

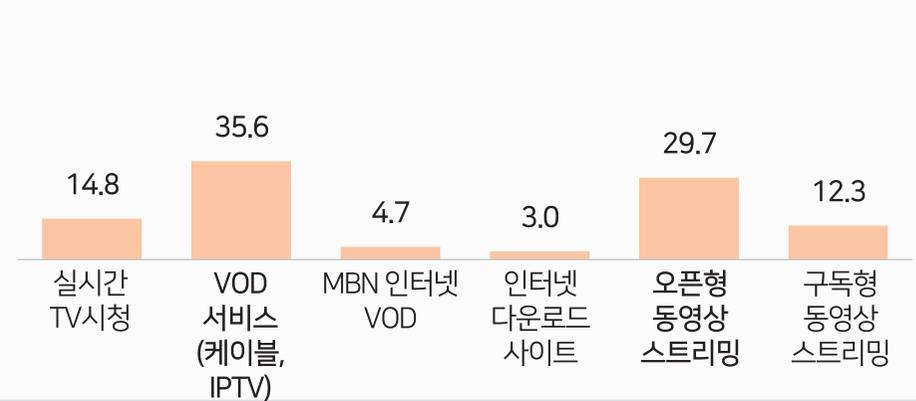
1순위

[Base : 나는 자연인이다 시청자, n=443, Unit : %]



2순위

[Base : 나는 자연인이다 시청자 중 2순위 응답자, n=236, Unit : %]



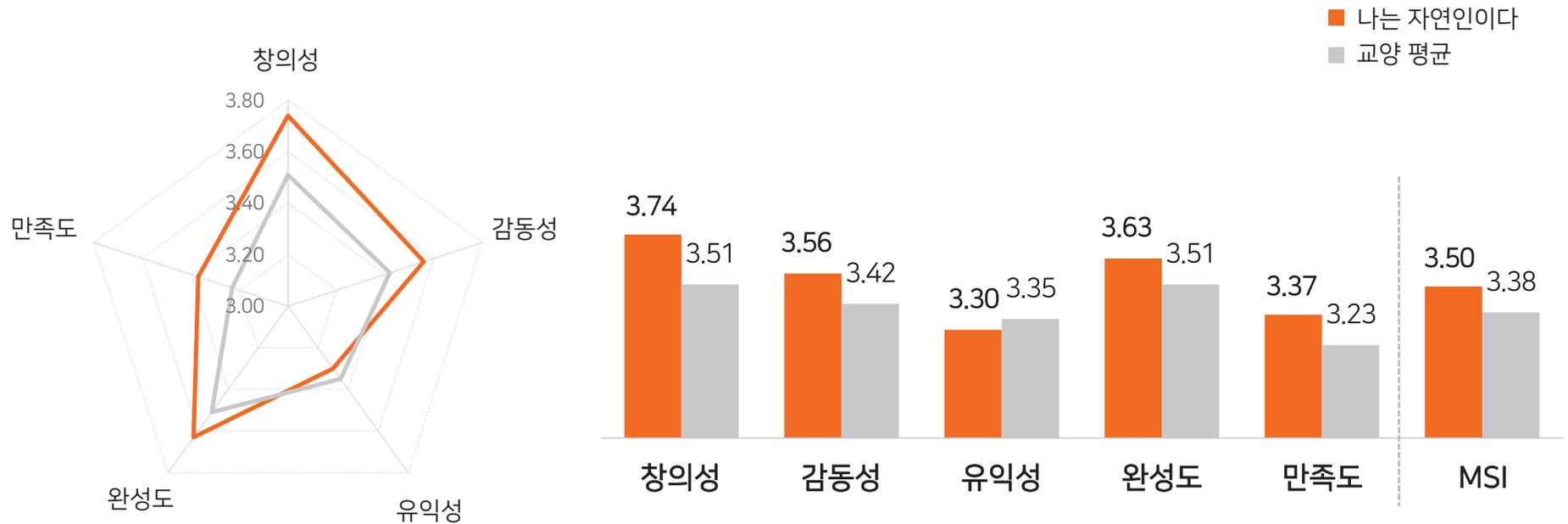
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(443)	(222)	(221)	(57)	(65)	(71)	(87)	(163)
실시간 TV시청	81.7	82.9	80.5	70.2	75.4	81.7	74.7	92.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	32.7	36.0	29.4	21.1	23.1	31.0	46.0	34.4
MBN 인터넷 VOD	4.1	4.5	3.6	1.8	1.5	1.4	3.4	7.4
인터넷 다운로드 사이트	2.3	2.3	2.3	8.8	0.0	1.4	1.1	1.8
오픈형 동영상 스트리밍	22.6	26.1	19.0	42.1	29.2	29.6	11.5	16.0
구독형 동영상 스트리밍	9.9	9.0	10.9	10.5	15.4	9.9	10.3	7.4

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 나는 자연인이다 시청자, n=443, Unit : 명, %]

2) 나는 자연인이다

- <나는 자연인이다>의 MSI는 3.50점으로, 교양 프로그램 평균(3.38점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 창의성(3.74점) > 완성도(3.63점) > 감동성(3.56점) > 만족도(3.37점) > 유익성(3.30점) 순임

프로그램 평가 점수



- 창의성, 감동성, 완성도, 만족도는 교양 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 유익성에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

2) 나는 자연인이다

- <나는 자연인이다>는 소재성(3.84점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 형식성(3.71점)에서 높은 평가를 받음

	나는 자연인이다	교양 전체
응답자수	(443)	(500)
MSI	3.50	3.38
창의성 통합	3.74	3.51
소재성	3.84	3.53
형식성	3.71	3.44
독창성	3.69	3.55
감동성 통합	3.56	3.42
감동성	3.51	3.41
기분전환	3.65	3.43
시청 후 여운	3.50	3.41
유익성 통합	3.30	3.35
정보습득	3.46	3.46
실생활 도움	3.19	3.27
시의성	3.24	3.32
완성도 통합	3.63	3.51
전반적 완성도	3.68	3.52
내용 이해도	3.67	3.58
구성성	3.54	3.44
만족도 통합	3.37	3.23
즐김 정도	3.16	3.04
몰입도	3.43	3.29
지속시청의향	3.62	3.44
추천의향_온라인	3.26	3.17
추천의향_오프라인	3.35	3.21

창의성



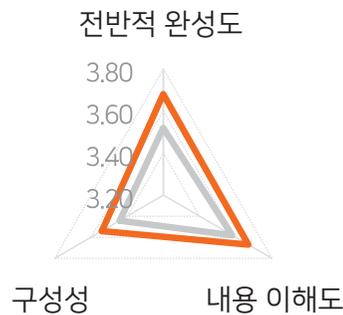
감동성



유익성



완성도



만족도



2) 나는 자연인이다

- <나는 자연인이다>의 MSI는 성별로는 남성(3.60점)에서 여성(3.40점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.72점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.89점)과 여성(3.79점) 모두 소재성을 가장 높게 평가함

나는 자연인이다	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(32)	(35)	(35)	(44)	(76)	(222)	(25)	(30)	(36)	(43)	(87)	(221)
MSI	3.72	3.62	3.46	3.69	3.57	3.60	3.34	3.52	3.38	3.27	3.44	3.40
창의성 통합	3.88	3.81	3.80	3.83	3.72	3.79	3.77	3.90	3.81	3.52	3.64	3.70
소재성	3.97	3.91	3.83	4.02	3.79	3.89	4.00	4.07	3.92	3.58	3.68	3.79
형식성	3.97	3.94	3.74	3.68	3.68	3.77	3.88	3.80	3.72	3.47	3.59	3.65
독창성	3.69	3.57	3.83	3.80	3.70	3.72	3.44	3.83	3.81	3.51	3.67	3.66
감동성 통합	3.71	3.60	3.64	3.65	3.62	3.64	3.35	3.56	3.36	3.40	3.56	3.47
감동성	3.53	3.60	3.66	3.59	3.55	3.58	3.36	3.63	3.42	3.33	3.48	3.45
기분전환	3.81	3.63	3.71	3.75	3.71	3.72	3.44	3.57	3.36	3.60	3.70	3.58
시청 후 여운	3.78	3.57	3.54	3.61	3.59	3.61	3.24	3.47	3.31	3.28	3.49	3.39
유익성 통합	3.49	3.44	3.11	3.53	3.44	3.41	3.16	3.22	3.14	3.08	3.24	3.18
정보습득	3.59	3.71	3.26	3.59	3.62	3.57	3.40	3.37	3.22	3.21	3.44	3.34
실생활 도움	3.41	3.34	3.06	3.52	3.38	3.36	2.84	3.00	2.97	2.95	3.14	3.02
시의성	3.47	3.26	3.03	3.48	3.32	3.32	3.24	3.30	3.22	3.07	3.14	3.17
완성도 통합	3.92	3.74	3.56	3.77	3.60	3.70	3.59	3.78	3.56	3.35	3.60	3.57
전반적 완성도	3.91	3.80	3.63	3.89	3.66	3.76	3.64	3.83	3.58	3.40	3.64	3.61
내용 이해도	3.88	3.71	3.54	3.80	3.68	3.72	3.64	3.83	3.58	3.44	3.66	3.62
구성성	3.97	3.71	3.51	3.64	3.46	3.62	3.48	3.67	3.53	3.21	3.49	3.47
만족도 통합	3.64	3.54	3.28	3.66	3.51	3.53	3.05	3.29	3.17	3.11	3.29	3.21
즐거움 정도	3.53	3.09	3.14	3.59	3.41	3.37	2.52	2.97	2.89	2.84	3.15	2.95
몰입도	3.72	3.66	3.43	3.64	3.54	3.59	3.08	3.33	3.31	3.16	3.36	3.28
지속시청의향	3.66	3.94	3.63	3.89	3.78	3.78	3.32	3.40	3.28	3.44	3.61	3.46
추천의향_온라인	3.56	3.54	3.06	3.57	3.37	3.41	3.08	3.33	3.14	2.95	3.11	3.11
추천의향_오프라인	3.72	3.46	3.14	3.64	3.45	3.48	3.24	3.40	3.25	3.14	3.20	3.23

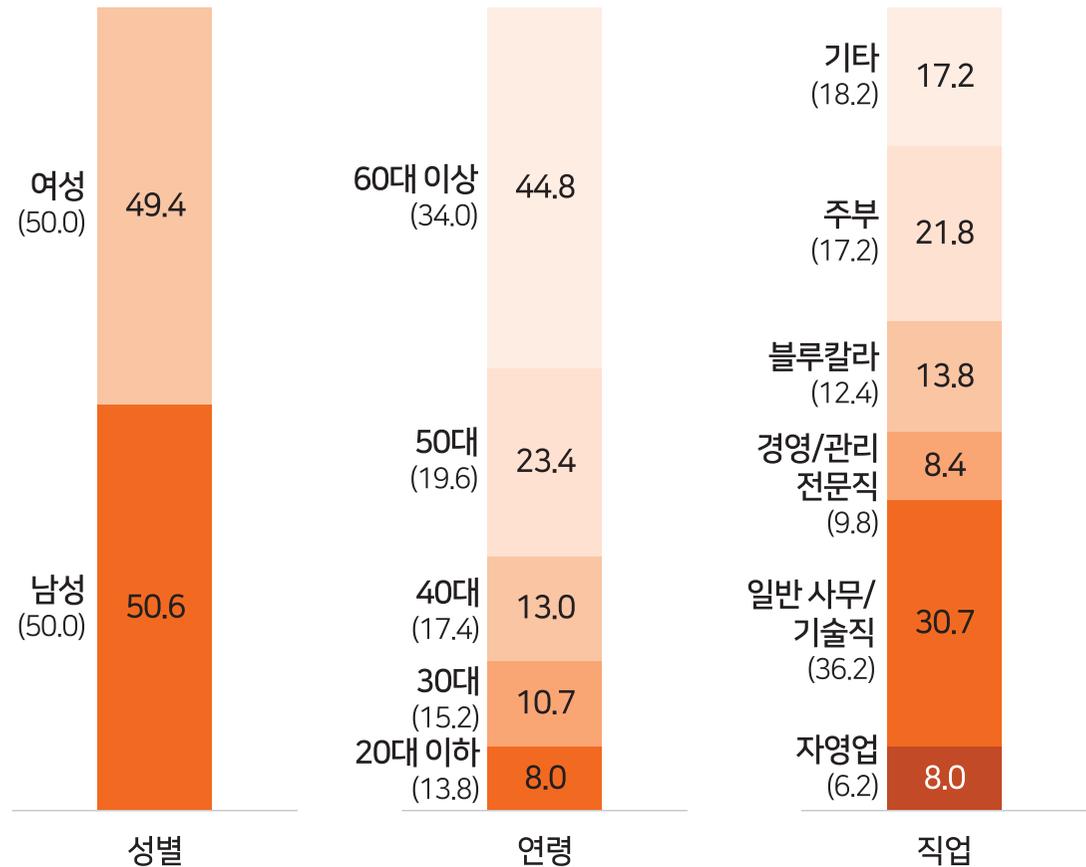
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

3) 특종세상

- <특종세상> 시청자는 남성(50.6%)이 여성(49.4%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(44.8%), 직업별로는 일반 사무/기술직(30.7%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

특종세상 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(261)	100.0
성별	남성	(132)	50.6
	여성	(129)	49.4
연령	20대 이하	(21)	8.0
	30대	(28)	10.7
	40대	(34)	13.0
	50대	(61)	23.4
	60대 이상	(117)	44.8
직업	자영업	(21)	8.0
	사무직/기술직	(80)	30.7
	경영/관리직	(9)	3.4
	전문직/자유직	(13)	5.0
	기능/숙련공/생산직	(18)	6.9
	판매/서비스직	(16)	6.1
	농/임/축/어업	(2)	0.8
	전업 주부	(57)	21.8
	학생	(8)	3.1
	무직	(37)	14.2
	기타	(0)	0.0



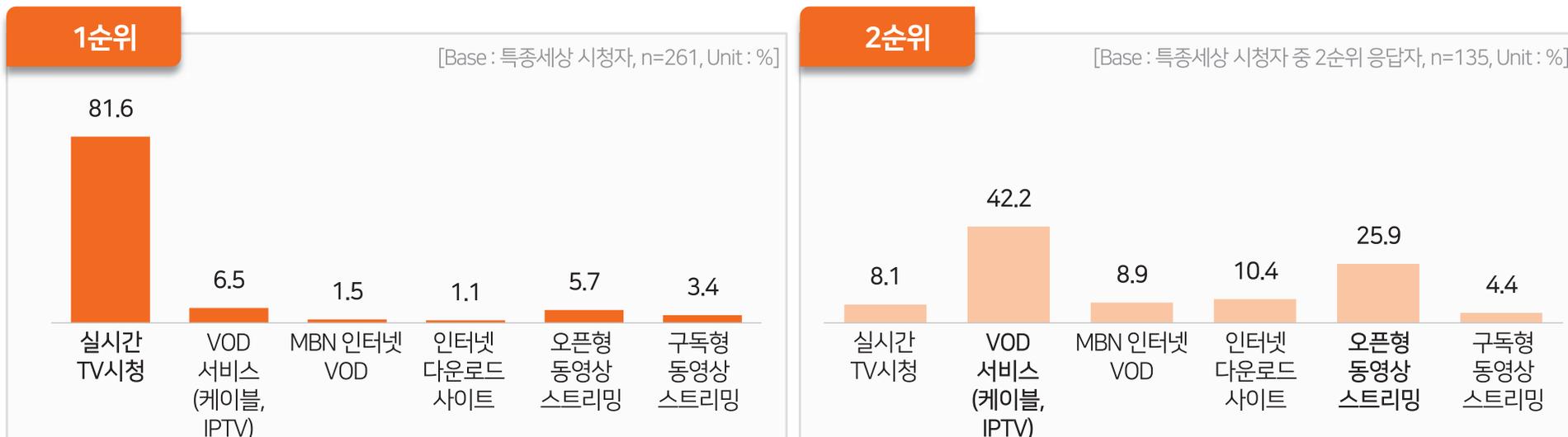
*직업 분류 : 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 84

3) 특종세상

- <특종세상> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(81.6%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(42.2%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(85.8%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(89.1%), 연령대별로는 60대 이상(92.3%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법



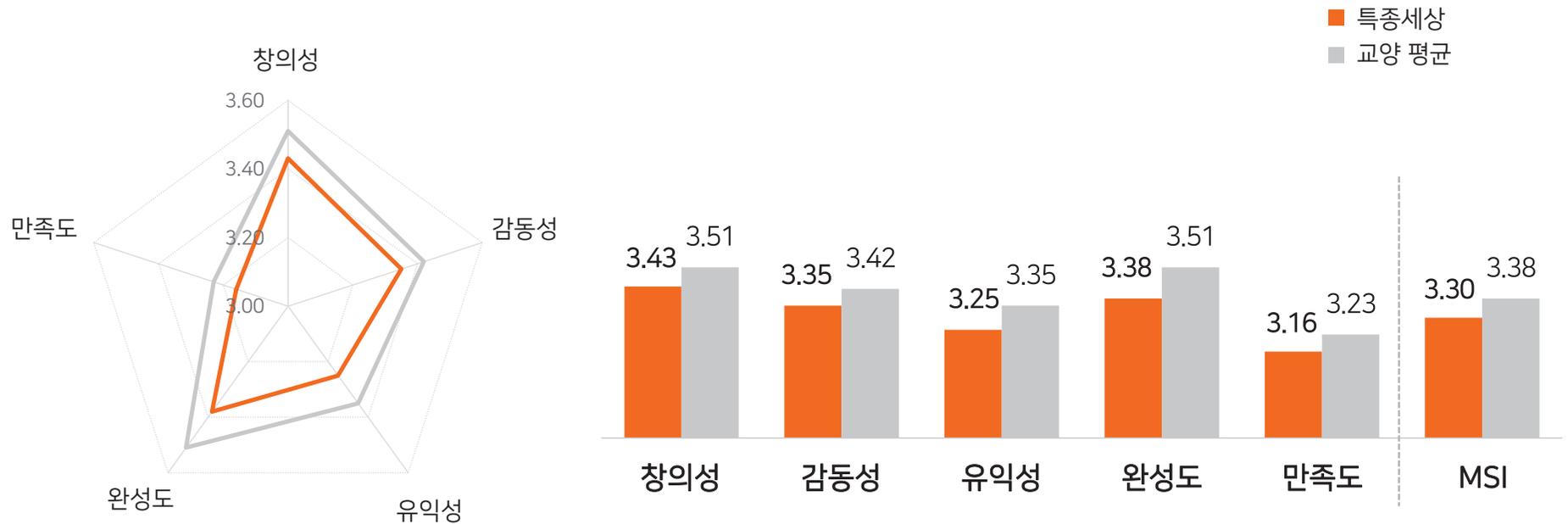
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(261)	(132)	(129)	(21)	(28)	(34)	(61)	(117)
실시간 TV시청	85.8	82.6	89.1	66.7	71.4	88.2	85.2	92.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	28.4	32.6	24.0	9.5	53.6	26.5	27.9	26.5
MBN 인터넷 VOD	6.1	6.8	5.4	9.5	3.6	5.9	8.2	5.1
인터넷 다운로드 사이트	6.5	6.8	6.2	14.3	10.7	2.9	3.3	6.8
오픈형 동영상 스트리밍	19.2	22.7	15.5	47.6	14.3	17.6	19.7	15.4
구독형 동영상 스트리밍	5.7	6.8	4.7	9.5	7.1	0.0	9.8	4.3

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 특종세상 시청자, n=261, Unit : 명, %]

3) 특종세상

- <특종세상>의 MSI는 3.30점으로, 교양 프로그램 평균(3.38점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 창의성(3.43점) > 완성도(3.38점) > 감동성(3.35점) > 유익성(3.25점) > 만족도(3.16점) 순임

프로그램 평가점수



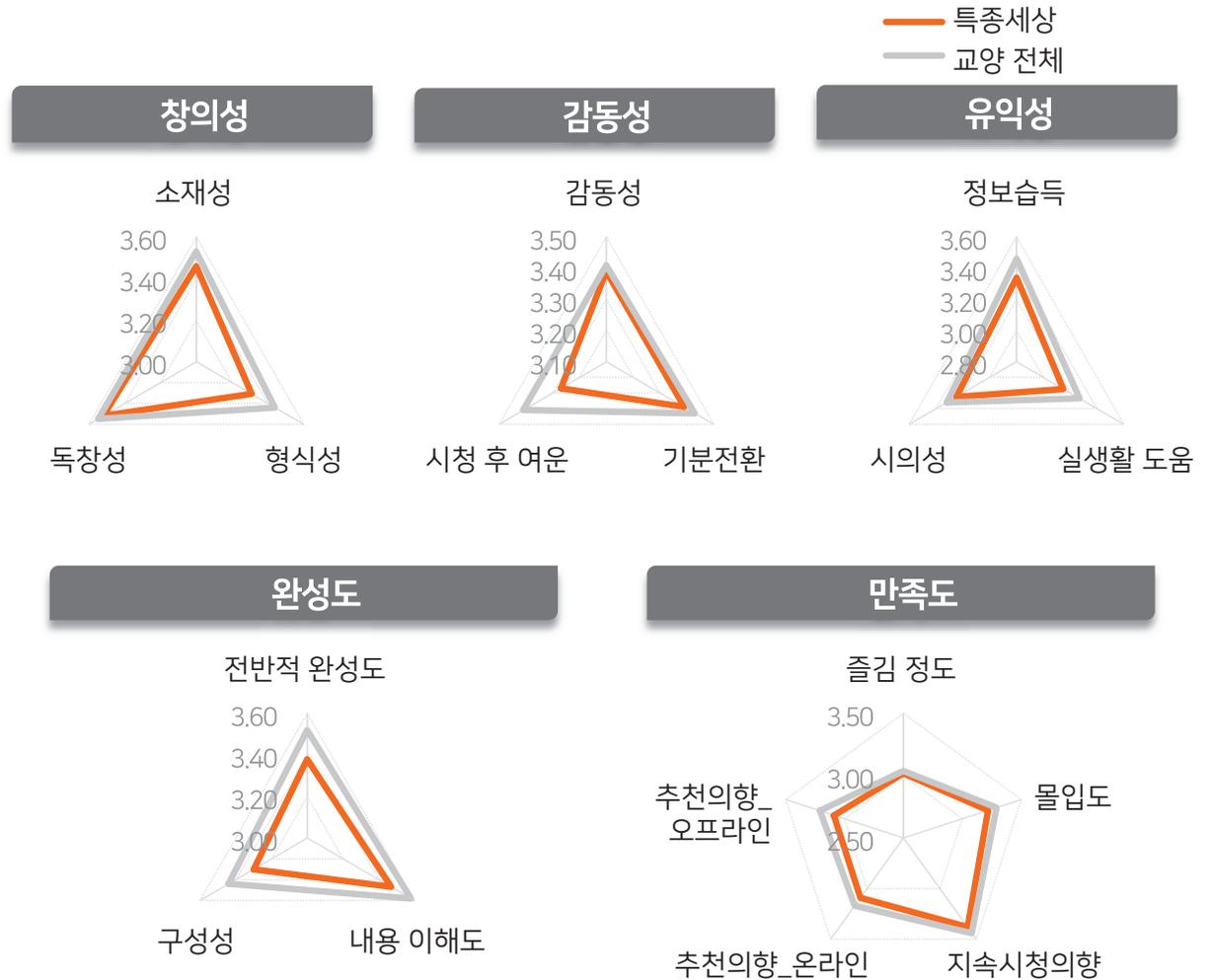
- 모든 차원에서 교양 프로그램 평균 대비 점수가 낮음

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

3) 특종세상

- <특종세상>은 독창성(3.52점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 내용 이해도(3.47점)에서 높은 평가를 받음

	특종세상	교양 전체
응답자수	(261)	(500)
MSI	3.30	3.38
창의성 통합	3.43	3.51
소재성	3.46	3.53
형식성	3.31	3.44
독창성	3.52	3.55
감동성 통합	3.35	3.42
감동성	3.39	3.41
기분전환	3.39	3.43
시청 후 여운	3.27	3.41
유익성 통합	3.25	3.35
정보습득	3.34	3.46
실생활 도움	3.15	3.27
시의성	3.25	3.32
완성도 통합	3.38	3.51
전반적 완성도	3.38	3.52
내용 이해도	3.47	3.58
구성성	3.30	3.44
만족도 통합	3.16	3.23
즐김 정도	3.02	3.04
몰입도	3.22	3.29
지속시청의향	3.38	3.44
추천의향_온라인	3.09	3.17
추천의향_오프라인	3.09	3.21



3) 특중세상

- <특중세상>의 MSI는 성별로는 남성(3.37점)에서 여성(3.22점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 30대 남성(3.52점) 에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.60점)과 여성(3.45점) 모두 독창성을 가장 높게 평가함

특중세상	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(15)	(18)	(17)	(34)	(48)	(132)	(6)	(10)	(17)	(27)	(69)	(129)
MSI	3.44	3.52	3.10	3.24	3.49	3.37	3.09	2.51	3.10	3.29	3.34	3.22
창의성 통합	3.40	3.61	3.14	3.44	3.68	3.51	3.28	2.53	3.25	3.37	3.50	3.36
소재성	3.27	3.67	3.24	3.50	3.77	3.56	3.33	2.80	3.18	3.37	3.49	3.36
형식성	3.40	3.50	3.06	3.24	3.50	3.36	3.33	2.60	3.12	3.22	3.39	3.26
독창성	3.53	3.67	3.12	3.59	3.77	3.60	3.17	2.20	3.47	3.52	3.62	3.45
감동성 통합	3.44	3.57	3.27	3.25	3.49	3.40	3.22	2.57	3.16	3.43	3.40	3.30
감동성	3.53	3.56	3.29	3.21	3.56	3.43	3.50	2.50	3.24	3.52	3.43	3.36
기본전환	3.60	3.67	3.35	3.35	3.56	3.50	3.33	2.60	3.12	3.52	3.32	3.28
시청 후 여운	3.20	3.50	3.18	3.18	3.33	3.28	2.83	2.60	3.12	3.26	3.43	3.26
유익성 통합	3.29	3.52	3.08	3.16	3.45	3.32	2.89	2.47	3.04	3.23	3.31	3.18
정보습득	3.33	3.67	3.18	3.35	3.50	3.42	2.83	2.40	3.18	3.37	3.39	3.26
실생활 도움	3.20	3.56	3.06	3.00	3.38	3.24	2.83	2.40	2.82	3.15	3.20	3.06
시의성	3.33	3.33	3.00	3.12	3.48	3.29	3.00	2.60	3.12	3.19	3.35	3.21
완성도 통합	3.49	3.54	3.27	3.36	3.53	3.45	3.11	2.53	3.14	3.32	3.48	3.31
전반적 완성도	3.53	3.56	3.29	3.35	3.54	3.46	3.17	2.60	3.00	3.33	3.48	3.30
내용 이해도	3.47	3.61	3.29	3.56	3.63	3.55	3.17	2.50	3.29	3.41	3.57	3.40
구성성	3.47	3.44	3.24	3.18	3.44	3.35	3.00	2.50	3.12	3.22	3.41	3.24
만족도 통합	3.51	3.41	2.87	3.09	3.37	3.25	3.00	2.46	2.99	3.16	3.14	3.07
즐김 정도	3.40	3.50	2.88	3.00	3.31	3.21	2.67	2.20	2.71	2.93	2.93	2.83
몰입도	3.47	3.44	2.94	3.15	3.42	3.30	3.00	2.30	3.12	3.22	3.26	3.15
지속시청의향	3.67	3.44	3.12	3.38	3.60	3.47	3.00	2.60	3.06	3.37	3.43	3.29
추천의향_온라인	3.60	3.44	2.71	2.94	3.23	3.16	3.33	2.70	2.94	3.11	3.01	3.02
추천의향_오프라인	3.40	3.22	2.71	2.97	3.27	3.13	3.00	2.50	3.12	3.15	3.07	3.05

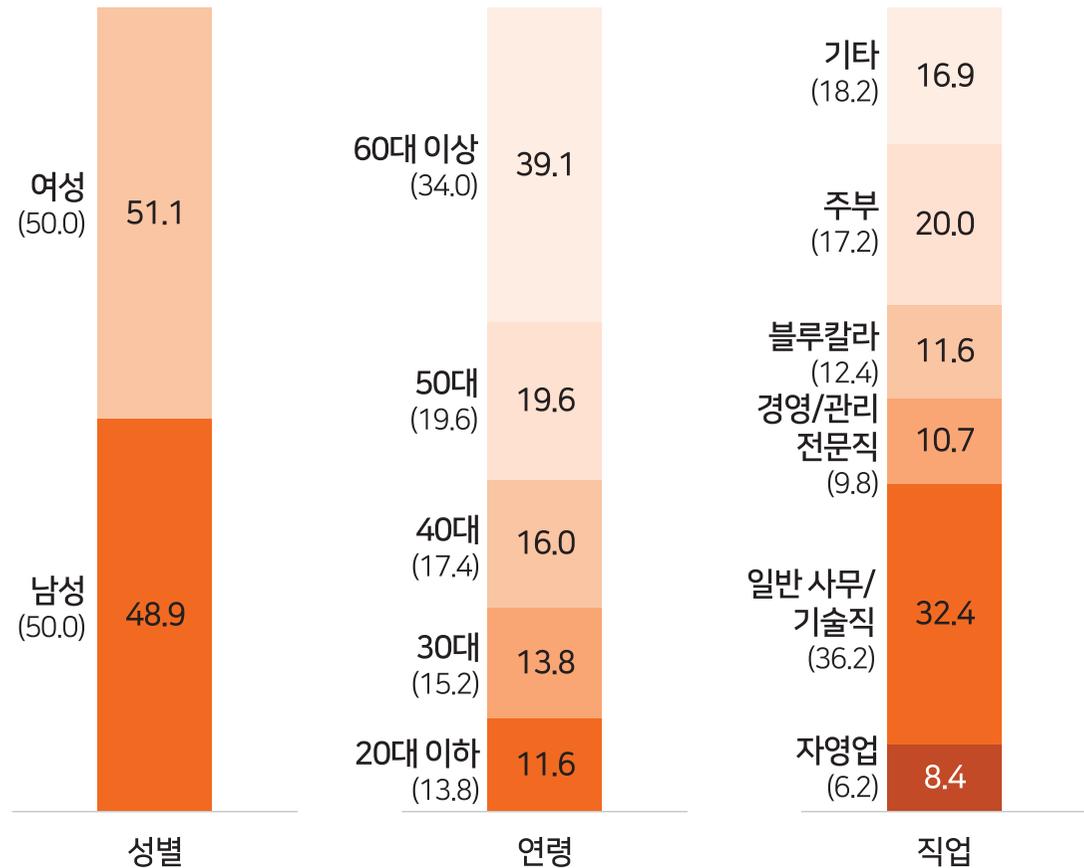
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

4) 천기누설

- <천기누설> 시청자는 여성(51.1%)이 남성(48.9%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(39.1%), 직업별로는 일반 사무/기술직(32.4%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

천기누설 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(225)	100.0
성별	남성	(110)	48.9
	여성	(115)	51.1
연령	20대 이하	(26)	11.6
	30대	(31)	13.8
	40대	(36)	16.0
	50대	(44)	19.6
	60대 이상	(88)	39.1
직업	자영업	(19)	8.4
	사무직/기술직	(73)	32.4
	경영/관리직	(8)	3.6
	전문직/자유직	(16)	7.1
	기능/숙련공/생산직	(15)	6.7
	판매/서비스직	(8)	3.6
	농/임/축/어업	(3)	1.3
	전업 주부	(45)	20.0
	학생	(9)	4.0
	무직	(29)	12.9
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 89

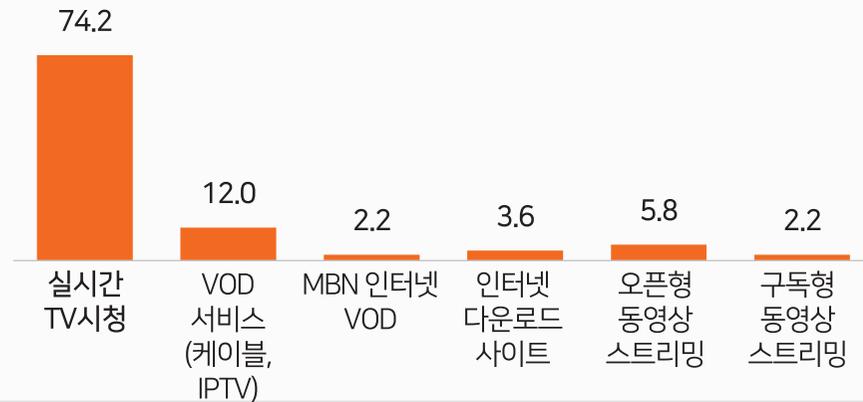
4) 천기누설

- <천기누설> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(74.2%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 '오픈형 동영상 스트리밍'(33.3%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(82.7%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(87.0%), 연령대별로는 60대 이상(93.2%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 천기누설 시청자, n=225, Unit : %]



2순위

[Base : 천기누설 시청자 중 2순위 응답자, n=123, Unit : %]



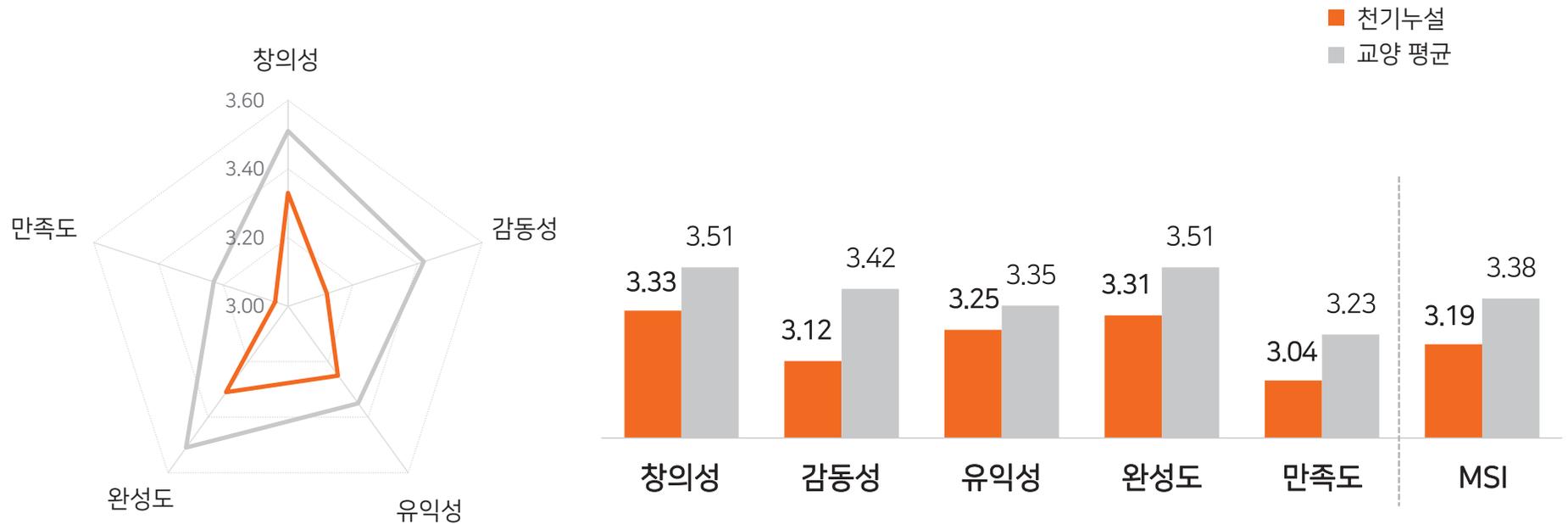
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(225)	(110)	(115)	(26)	(31)	(36)	(44)	(88)
실시간 TV시청	82.7	78.2	87.0	69.2	71.0	80.6	79.5	93.2
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	27.1	35.5	19.1	7.7	45.2	36.1	29.5	21.6
MBN 인터넷 VOD	7.1	9.1	5.2	11.5	9.7	5.6	4.5	6.8
인터넷 다운로드 사이트	5.3	7.3	3.5	3.8	12.9	0.0	4.5	5.7
오픈형 동영상 스트리밍	24.0	25.5	22.6	42.3	12.9	27.8	20.5	22.7
구독형 동영상 스트리밍	8.4	10.0	7.0	19.2	3.2	2.8	13.6	6.8

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 천기누설 시청자, n=225, Unit : 명, %]

4) 천기누설

- <천기누설>의 MSI는 3.19점으로, 교양 프로그램 평균(3.38점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 창의성(3.33점) > 완성도(3.31점) > 유익성(3.25점) > 감동성(3.12점) > 만족도(3.04점) 순임

프로그램 평가 점수



- 모든 차원에서 교양 프로그램 평균 대비 점수가 낮음

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

4) 천기누설

- <천기누설>은 독창성(3.44점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 내용 이해도(3.39점)에서 높은 평가를 받음

	천기누설	교양 전체
응답자수	(225)	(500)
MSI	3.19	3.38
창의성 통합	3.33	3.51
소재성	3.34	3.53
형식성	3.23	3.44
독창성	3.44	3.55
감동성 통합	3.12	3.42
감동성	3.06	3.41
기분전환	3.19	3.43
시청 후 여운	3.11	3.41
유익성 통합	3.25	3.35
정보습득	3.33	3.46
실생활 도움	3.28	3.27
시의성	3.13	3.32
완성도 통합	3.31	3.51
전반적 완성도	3.28	3.52
내용 이해도	3.39	3.58
구성성	3.25	3.44
만족도 통합	3.04	3.23
즐김 정도	2.84	3.04
몰입도	3.14	3.29
지속시청의향	3.22	3.44
추천의향_온라인	2.96	3.17
추천의향_오프라인	3.02	3.21

창의성



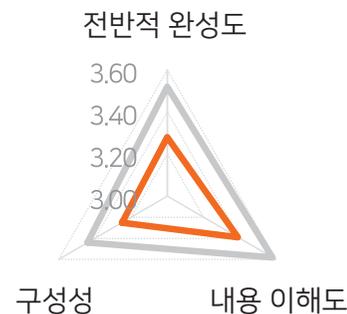
감동성



유익성



완성도



만족도



4) 천기누설

- <천기누설>의 MSI는 성별로는 남성(3.27점)에서 여성(3.11점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 30대 남성(3.57점) 에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.51점)과 여성(3.37점) 모두 독창성을 가장 높게 평가함

천기누설	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(15)	(19)	(18)	(25)	(33)	(110)	(11)	(12)	(18)	(19)	(55)	(115)
MSI	3.21	3.57	3.03	3.26	3.27	3.27	3.44	2.62	2.98	3.04	3.22	3.11
창의성 통합	3.29	3.63	3.26	3.43	3.47	3.43	3.70	2.78	3.07	3.16	3.34	3.24
소재성	3.33	3.74	3.22	3.28	3.42	3.40	3.91	2.92	3.11	3.11	3.35	3.28
형식성	3.07	3.63	3.17	3.44	3.45	3.38	3.36	2.67	2.94	3.05	3.18	3.09
독창성	3.47	3.53	3.39	3.56	3.55	3.51	3.82	2.75	3.17	3.32	3.49	3.37
감동성 통합	3.13	3.60	2.81	3.23	3.27	3.22	3.18	2.61	2.76	3.02	3.16	3.02
감동성	3.13	3.42	2.72	3.04	3.21	3.12	3.27	2.58	2.78	3.05	3.11	3.01
기분전환	3.20	3.63	3.00	3.40	3.36	3.34	3.18	2.67	2.83	2.95	3.20	3.04
시청 후 여운	3.07	3.74	2.72	3.24	3.24	3.22	3.09	2.58	2.67	3.05	3.16	3.00
유익성 통합	3.24	3.65	3.09	3.24	3.18	3.27	3.45	2.83	3.13	3.25	3.28	3.22
정보습득	3.40	3.74	3.28	3.32	3.21	3.36	3.64	3.00	3.22	3.26	3.35	3.30
실생활 도움	3.47	3.58	3.06	3.24	3.27	3.31	3.45	2.67	3.11	3.26	3.36	3.24
시의성	2.87	3.63	2.94	3.16	3.06	3.14	3.27	2.83	3.06	3.21	3.15	3.12
완성도 통합	3.27	3.61	3.24	3.35	3.35	3.37	3.61	2.89	3.22	3.19	3.30	3.26
전반적 완성도	3.20	3.63	3.28	3.32	3.36	3.36	3.55	2.83	3.06	3.26	3.25	3.21
내용 이해도	3.27	3.63	3.22	3.52	3.42	3.43	3.64	3.08	3.33	3.26	3.40	3.36
구성성	3.33	3.58	3.22	3.20	3.27	3.31	3.64	2.75	3.28	3.05	3.24	3.20
만족도 통합	3.16	3.43	2.84	3.14	3.16	3.15	3.35	2.25	2.81	2.76	3.09	2.93
즐김 정도	3.00	3.37	2.50	2.96	3.06	2.99	2.82	1.75	2.56	2.63	2.93	2.69
몰입도	3.07	3.47	3.00	3.28	3.21	3.22	3.45	2.75	2.94	2.84	3.18	3.07
지속시청의향	3.40	3.53	3.39	3.28	3.33	3.37	3.64	2.25	2.94	2.95	3.24	3.08
추천의향_온라인	3.20	3.32	2.67	3.08	3.15	3.09	3.36	2.17	2.72	2.63	3.00	2.84
추천의향_오프라인	3.13	3.47	2.67	3.12	3.06	3.09	3.45	2.33	2.89	2.74	3.09	2.96

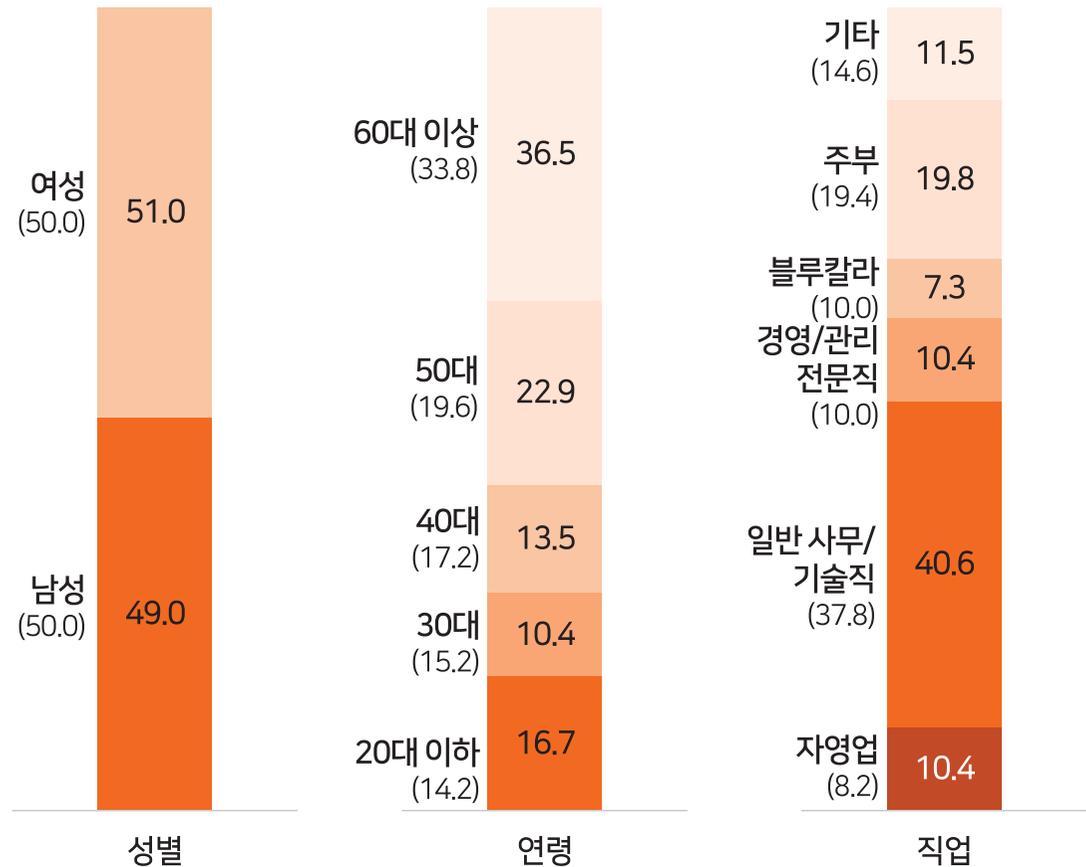
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

5) 소나무

- <소나무> 시청자는 여성(51.0%)이 남성(49.0%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(36.5%), 직업별로는 일반 사무/기술직(40.6%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

소나무 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(96)	100.0
성별	남성	(47)	49.0
	여성	(49)	51.0
연령	20대 이하	(16)	16.7
	30대	(10)	10.4
	40대	(13)	13.5
	50대	(22)	22.9
	60대 이상	(35)	36.5
직업	자영업	(10)	10.4
	사무직/기술직	(39)	40.6
	경영/관리직	(3)	3.1
	전문직/자유직	(7)	7.3
	기능/숙련공/생산직	(3)	3.1
	판매/서비스직	(4)	4.2
	농/임/축/어업	(0)	0.0
	전업 주부	(19)	19.8
	학생	(4)	4.2
	무직	(7)	7.3
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 94

5) 소나무

- <소나무> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(74.0%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(37.9%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(78.1%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(83.7%), 연령대별로는 40대(92.3%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 소나무 시청자, n=96, Unit : %]



2순위

[Base : 소나무 시청자 중 2순위 응답자, n=58, Unit : %]



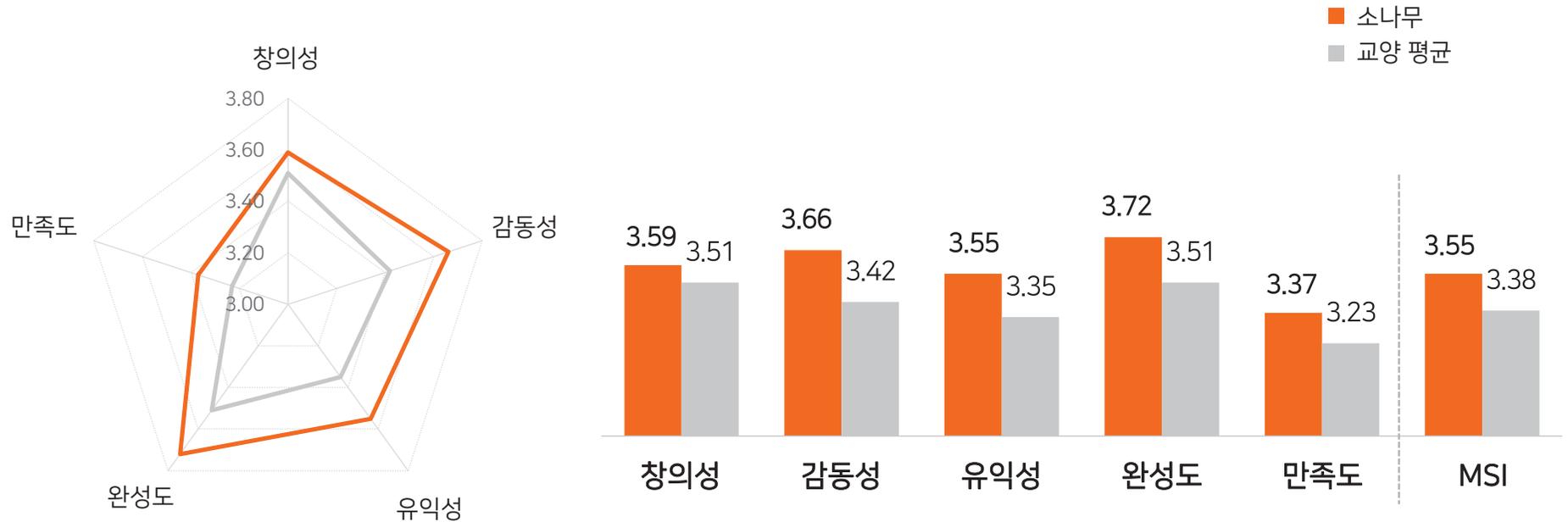
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(96)	(47)	(49)	(16)	(10)	(13)	(22)	(35)
실시간 TV시청	78.1	72.3	83.7	43.8	50.0	92.3	86.4	91.4
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	31.3	29.8	32.7	25.0	60.0	23.1	31.8	28.6
MBN 인터넷 VOD	9.4	10.6	8.2	18.8	0.0	0.0	9.1	11.4
인터넷 다운로드 사이트	7.3	14.9	0.0	37.5	0.0	0.0	4.5	0.0
오픈형 동영상 스트리밍	24.0	25.5	22.4	37.5	30.0	23.1	18.2	20.0
구독형 동영상 스트리밍	10.4	10.6	10.2	6.3	30.0	7.7	9.1	8.6

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 소나무 시청자, n=96, Unit : 명, %]

5) 소나무

- <소나무>의 MSI는 3.55점으로, 교양 프로그램 평균(3.38점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 완성도(3.72점) > 감동성(3.66점) > 창의성(3.59점) > 유익성(3.55점) > 만족도(3.37점) 순임

프로그램 평가 점수



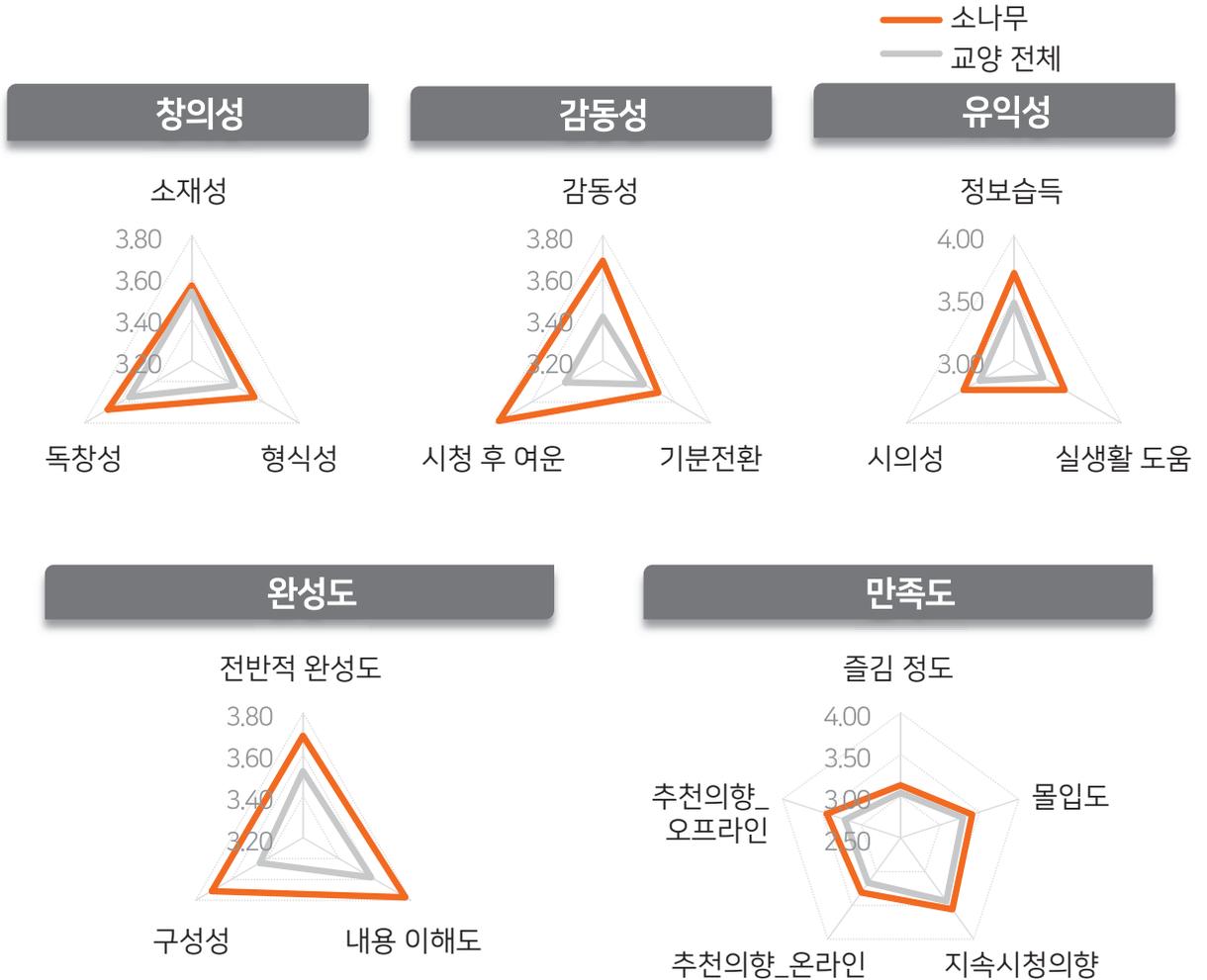
- 모든 차원에서 교양 프로그램 평균 대비 점수가 높음

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

5) 소나무

- <소나무>는 시청 후 여운(3.78점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 내용 이해도(3.77점)에서 높은 평가를 받음

	소나무	교양 전체
응답자수	(96)	(500)
MSI	3.55	3.38
창의성 통합	3.59	3.51
소재성	3.56	3.53
형식성	3.55	3.44
독창성	3.67	3.55
감동성 통합	3.66	3.42
감동성	3.68	3.41
기분전환	3.51	3.43
시청 후 여운	3.78	3.41
유익성 통합	3.55	3.35
정보습득	3.70	3.46
실생활 도움	3.47	3.27
시의성	3.47	3.32
완성도 통합	3.72	3.51
전반적 완성도	3.69	3.52
내용 이해도	3.77	3.58
구성성	3.71	3.44
만족도 통합	3.37	3.23
즐김 정도	3.13	3.04
몰입도	3.41	3.29
지속시청의향	3.56	3.44
추천의향_온라인	3.31	3.17
추천의향_오프라인	3.44	3.21



5) 소나무

- <소나무>의 MSI는 성별로는 남성(3.60점)에서 여성(3.51점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 60대 이상 남성(3.78점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 시청 후 여운(3.79점)을 가장 높게 평가한 반면, 여성은 내용 이해도(3.80점)를 가장 높게 평가함

소나무	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(14)	(5)	(5)	(11)	(12)	(47)	(2)	(5)	(8)	(11)	(23)	(49)
MSI	3.73	3.21	3.69	3.36	3.78	3.60	2.68	3.49	3.46	3.72	3.50	3.51
창의성 통합	3.67	3.33	3.73	3.48	3.86	3.65	2.33	3.67	3.42	3.88	3.51	3.54
소재성	3.50	3.00	3.80	3.64	4.00	3.64	2.00	3.60	3.38	3.91	3.43	3.49
형식성	3.79	3.60	3.40	3.45	3.58	3.60	2.00	3.80	3.38	3.73	3.52	3.51
독창성	3.71	3.40	4.00	3.36	4.00	3.70	3.00	3.60	3.50	4.00	3.57	3.63
감동성 통합	3.71	3.20	3.93	3.45	3.83	3.65	3.00	3.53	3.67	3.82	3.67	3.66
감동성	3.71	3.20	4.20	3.64	3.83	3.72	3.00	3.60	3.63	3.82	3.61	3.63
기분전환	3.50	3.40	3.40	3.18	3.67	3.45	3.00	3.40	3.50	3.64	3.65	3.57
시청 후 여운	3.93	3.00	4.20	3.55	4.00	3.79	3.00	3.60	3.88	4.00	3.74	3.78
유익성 통합	3.81	3.33	3.67	3.27	3.72	3.60	2.67	3.47	3.42	3.61	3.55	3.50
정보습득	3.71	3.60	3.80	3.55	4.00	3.74	3.00	3.40	3.75	3.73	3.70	3.65
실생활 도움	4.00	3.20	3.60	3.00	3.67	3.55	2.50	3.40	3.25	3.45	3.48	3.39
시의성	3.71	3.20	3.60	3.27	3.50	3.49	2.50	3.60	3.25	3.64	3.48	3.45
완성도 통합	3.86	3.07	3.87	3.48	3.92	3.70	3.17	3.67	3.58	4.00	3.74	3.74
전반적 완성도	3.79	3.00	3.80	3.36	4.00	3.66	3.00	3.80	3.63	4.09	3.61	3.71
내용 이해도	4.00	3.00	3.80	3.55	3.92	3.74	3.50	3.60	3.50	4.00	3.87	3.80
구성성	3.79	3.20	4.00	3.55	3.83	3.70	3.00	3.60	3.63	3.91	3.74	3.71
만족도 통합	3.66	3.16	3.44	3.22	3.67	3.48	2.40	3.28	3.33	3.45	3.22	3.26
즐김 정도	3.50	3.20	3.20	3.09	3.42	3.32	1.50	3.00	3.25	3.00	2.91	2.94
몰입도	3.64	3.60	3.40	3.36	3.50	3.51	3.00	3.20	3.00	3.55	3.35	3.31
지속시청의향	3.71	3.20	3.60	3.36	4.08	3.66	2.50	3.60	3.63	3.55	3.43	3.47
추천의향_온라인	3.71	3.00	3.20	3.09	3.50	3.38	2.50	3.20	3.25	3.64	3.13	3.24
추천의향_오프라인	3.71	2.80	3.80	3.18	3.83	3.53	2.50	3.40	3.50	3.55	3.26	3.35

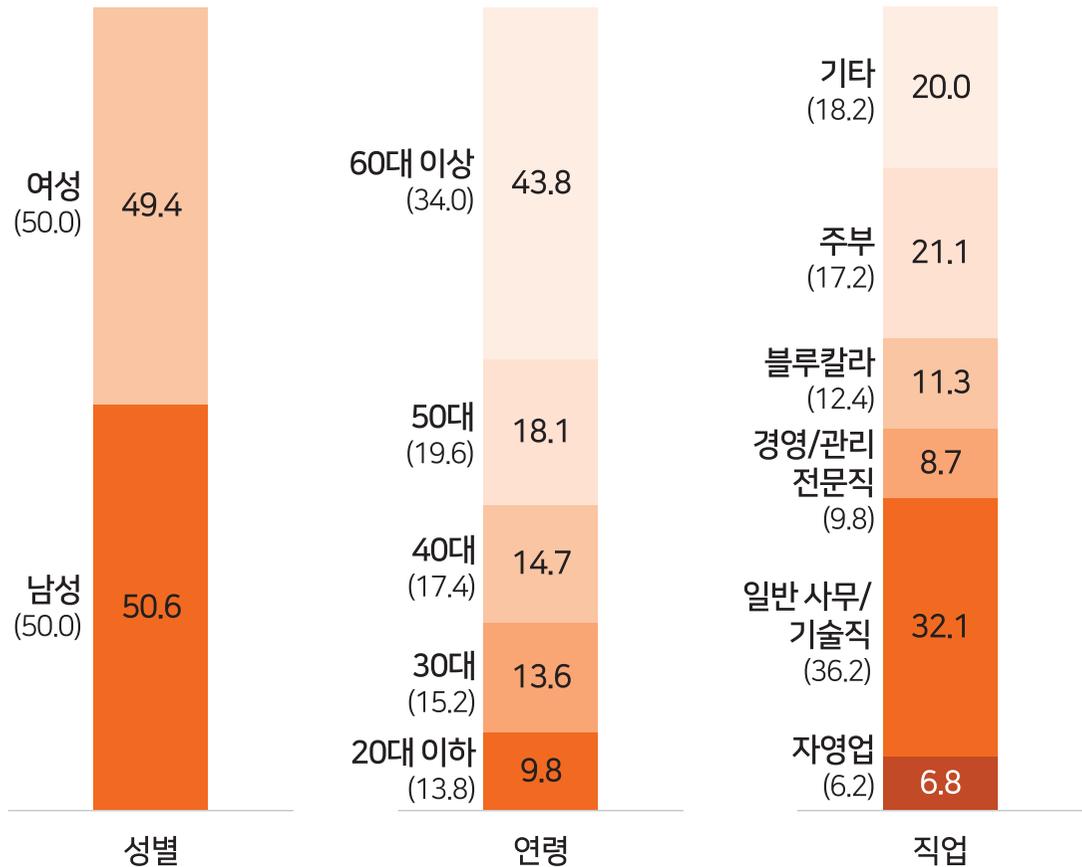
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

6) 휴먼다큐 사노라면

- <휴먼다큐 사노라면> 시청자는 남성(50.6%)이 여성(49.4%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(43.8%), 직업별로는 일반 사무/기술직(32.1%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

휴먼다큐 사노라면 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(265)	100.0
성별	남성	(134)	50.6
	여성	(131)	49.4
연령	20대 이하	(26)	9.8
	30대	(36)	13.6
	40대	(39)	14.7
	50대	(48)	18.1
	60대 이상	(116)	43.8
직업	자영업	(18)	6.8
	사무직/기술직	(85)	32.1
	경영/관리직	(9)	3.4
	전문직/자유직	(14)	5.3
	기능/숙련공/생산직	(16)	6.0
	판매/서비스직	(12)	4.5
	농/임/축/어업	(2)	0.8
	전업 주부	(56)	21.1
	학생	(11)	4.2
	무직	(42)	15.8
	기타	(0)	0.0



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

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 99

6) 휴먼다큐 사노라면

- <휴먼다큐 사노라면> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(77.4%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(32.3%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(84.5%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(87.0%), 연령대별로는 60대 이상(93.1%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 휴먼다큐 사노라면 시청자, n=265, Unit : %]



2순위

[Base : 휴먼다큐 사노라면 시청자 중 2순위 응답자, n=127, Unit : %]



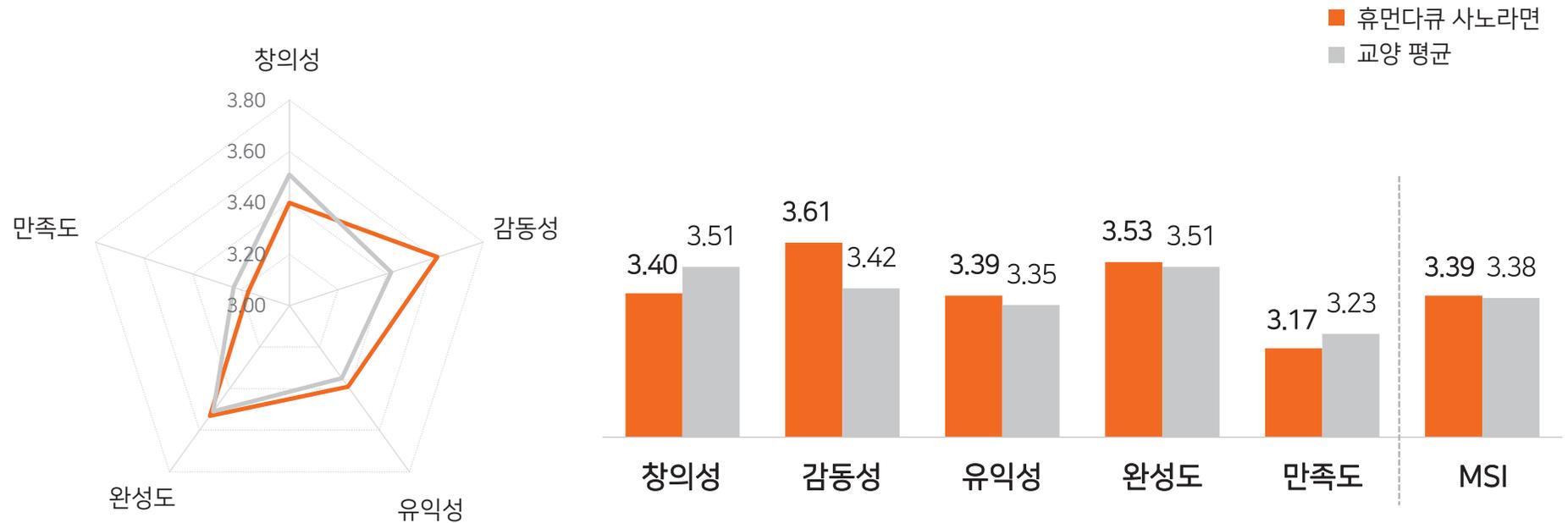
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(265)	(134)	(131)	(26)	(36)	(39)	(48)	(116)
실시간 TV시청	84.5	82.1	87.0	69.2	75.0	79.5	83.3	93.1
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	25.7	29.1	22.1	11.5	33.3	30.8	31.3	22.4
MBN 인터넷 VOD	7.5	9.0	6.1	11.5	8.3	7.7	10.4	5.2
인터넷 다운로드 사이트	4.9	4.5	5.3	19.2	5.6	2.6	2.1	3.4
오픈형 동영상 스트리밍	18.1	22.4	13.7	38.5	11.1	12.8	18.8	17.2
구독형 동영상 스트리밍	7.2	9.0	5.3	11.5	2.8	5.1	10.4	6.9

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 휴먼다큐 사노라면 시청자, n=265, Unit : 명, %]

6) 휴먼다큐 사노라면

- <휴먼다큐 사노라면>의 MSI는 3.39점으로, 교양 프로그램 평균(3.38점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 감동성(3.61점) > 완성도(3.53점) > 창의성(3.40점) > 유익성(3.39점) > 만족도(3.17점) 순임

프로그램 평가 점수



- 감동성, 유익성, 완성도는 교양 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 창의성, 만족도에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

6) 휴먼다큐 사노라면

- <휴먼다큐 사노라면>은 감동성(3.73점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 시청 후 여운(3.63점)에서 높은 평가를 받음

	휴먼다큐 사노라면	교양 전체
응답자수	(265)	(500)
MSI	3.39	3.38
창의성 통합	3.40	3.51
소재성	3.42	3.53
형식성	3.30	3.44
독창성	3.48	3.55
감동성 통합	3.61	3.42
감동성	3.73	3.41
기분전환	3.47	3.43
시청 후 여운	3.63	3.41
유익성 통합	3.39	3.35
정보습득	3.57	3.46
실생활 도움	3.27	3.27
시의성	3.33	3.32
완성도 통합	3.53	3.51
전반적 완성도	3.55	3.52
내용 이해도	3.61	3.58
구성성	3.44	3.44
만족도 통합	3.17	3.23
즐김 정도	2.95	3.04
몰입도	3.29	3.29
지속시청의향	3.42	3.44
추천의향_온라인	3.08	3.17
추천의향_오프라인	3.12	3.21

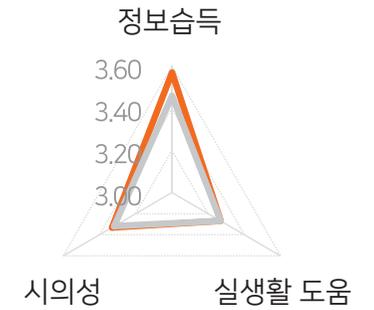
창의성



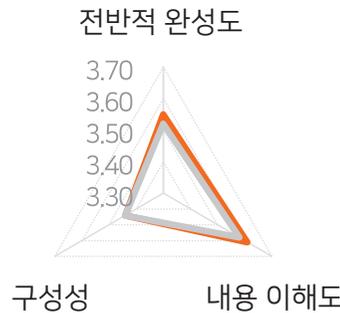
감동성



유익성



완성도



만족도



6) 휴먼다큐 사노라면

- <휴먼다큐 사노라면>의 MSI는 성별로는 남성(3.45점)에서 여성(3.33점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.55점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.77점)과 여성(3.69점) 모두 감동성을 가장 높게 평가함

휴먼다큐 사노라면	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(17)	(21)	(22)	(29)	(45)	(134)	(9)	(15)	(17)	(19)	(71)	(131)
MSI	3.55	3.43	3.37	3.38	3.52	3.45	3.31	3.14	3.21	3.32	3.40	3.33
창의성 통합	3.67	3.44	3.35	3.40	3.57	3.49	3.04	2.91	3.20	3.33	3.44	3.30
소재성	3.59	3.48	3.36	3.45	3.67	3.53	3.11	2.93	3.24	3.21	3.45	3.31
형식성	3.41	3.43	3.23	3.28	3.47	3.37	2.89	2.87	3.12	3.16	3.38	3.22
독창성	4.00	3.43	3.45	3.48	3.58	3.57	3.11	2.93	3.24	3.63	3.48	3.38
감동성 통합	3.65	3.60	3.64	3.56	3.73	3.65	3.48	3.60	3.43	3.63	3.61	3.58
감동성	4.18	3.62	3.95	3.48	3.78	3.77	3.22	3.80	3.59	3.84	3.72	3.69
기분전환	3.29	3.48	3.27	3.55	3.71	3.51	3.56	3.27	3.12	3.53	3.49	3.43
시청 후 여운	3.47	3.71	3.68	3.66	3.69	3.66	3.67	3.73	3.59	3.53	3.61	3.61
유익성 통합	3.55	3.30	3.24	3.36	3.56	3.42	3.52	3.11	3.31	3.21	3.44	3.36
정보습득	3.76	3.48	3.59	3.52	3.80	3.65	3.78	3.33	3.41	3.37	3.55	3.50
실생활 도움	3.35	3.19	2.95	3.34	3.40	3.28	3.33	2.93	3.24	3.11	3.37	3.26
시의성	3.53	3.24	3.18	3.21	3.49	3.34	3.44	3.07	3.29	3.16	3.39	3.31
완성도 통합	3.75	3.56	3.67	3.53	3.61	3.61	3.52	3.33	3.22	3.51	3.51	3.45
전반적 완성도	3.71	3.71	3.73	3.52	3.69	3.66	3.67	3.33	3.24	3.37	3.48	3.43
내용 이해도	3.88	3.57	3.73	3.55	3.69	3.67	3.44	3.47	3.35	3.58	3.62	3.55
구성성	3.65	3.38	3.55	3.52	3.47	3.50	3.44	3.20	3.06	3.58	3.44	3.38
만족도 통합	3.32	3.30	3.12	3.19	3.27	3.24	3.11	2.91	3.04	3.07	3.16	3.10
즐거움 정도	3.24	3.24	2.86	3.03	3.09	3.08	2.56	2.27	2.76	2.84	2.97	2.82
몰입도	3.18	3.33	3.36	3.34	3.29	3.31	3.33	3.07	3.12	3.21	3.35	3.27
지속시청의향	3.53	3.43	3.41	3.45	3.47	3.46	3.22	3.13	3.29	3.42	3.45	3.37
추천의향_온라인	3.35	3.33	2.86	3.00	3.29	3.17	3.11	2.87	3.00	2.89	3.01	2.98
추천의향_오프라인	3.29	3.19	3.09	3.10	3.22	3.18	3.33	3.20	3.00	3.00	3.03	3.06

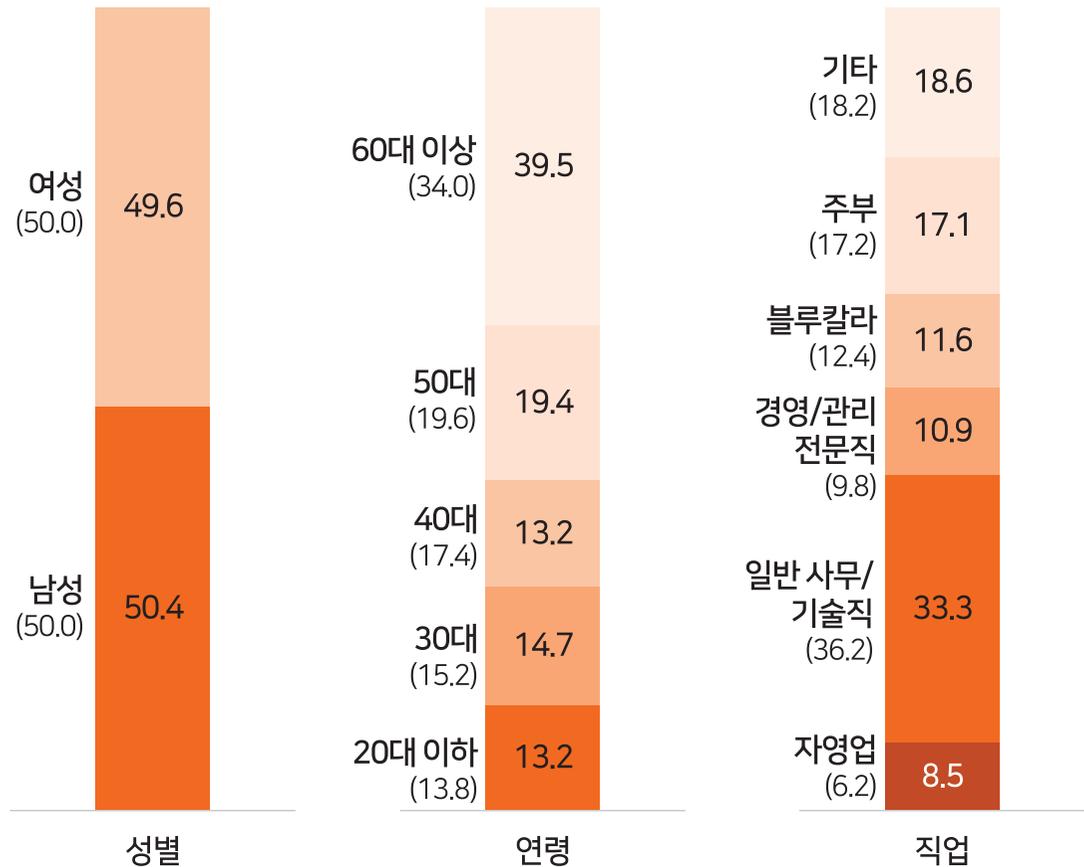
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

7) 열린TV 열린세상

- <열린TV 열린세상> 시청자는 남성(50.4%)이 여성(49.6%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(39.5%), 직업별로는 일반 사무/기술직(33.3%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

열린TV 열린세상 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(129)	100.0
성별	남성	(65)	50.4
	여성	(64)	49.6
연령	20대 이하	(17)	13.2
	30대	(19)	14.7
	40대	(17)	13.2
	50대	(25)	19.4
	60대 이상	(51)	39.5
직업	자영업	(11)	8.5
	사무직/기술직	(43)	33.3
	경영/관리직	(6)	4.7
	전문직/자유직	(8)	6.2
	기능/숙련공/생산직	(7)	5.4
	판매/서비스직	(7)	5.4
	농/임/축/어업	(1)	0.8
	전업 주부	(22)	17.1
	학생	(6)	4.7
	무직	(18)	14.0
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 104

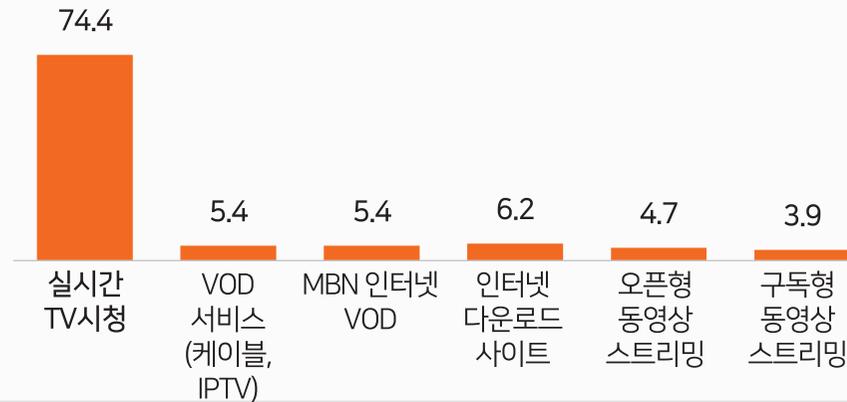
7) 열린TV 열린세상

- <열린TV 열린세상> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(74.4%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(35.1%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(83.7%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 남성(86.2%), 연령대별로는 50대(96.0%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 열린TV 열린세상 시청자, n=129, Unit : %]



2순위

[Base : 열린TV 열린세상 시청자 중 2순위 응답자, n=77, Unit : %]



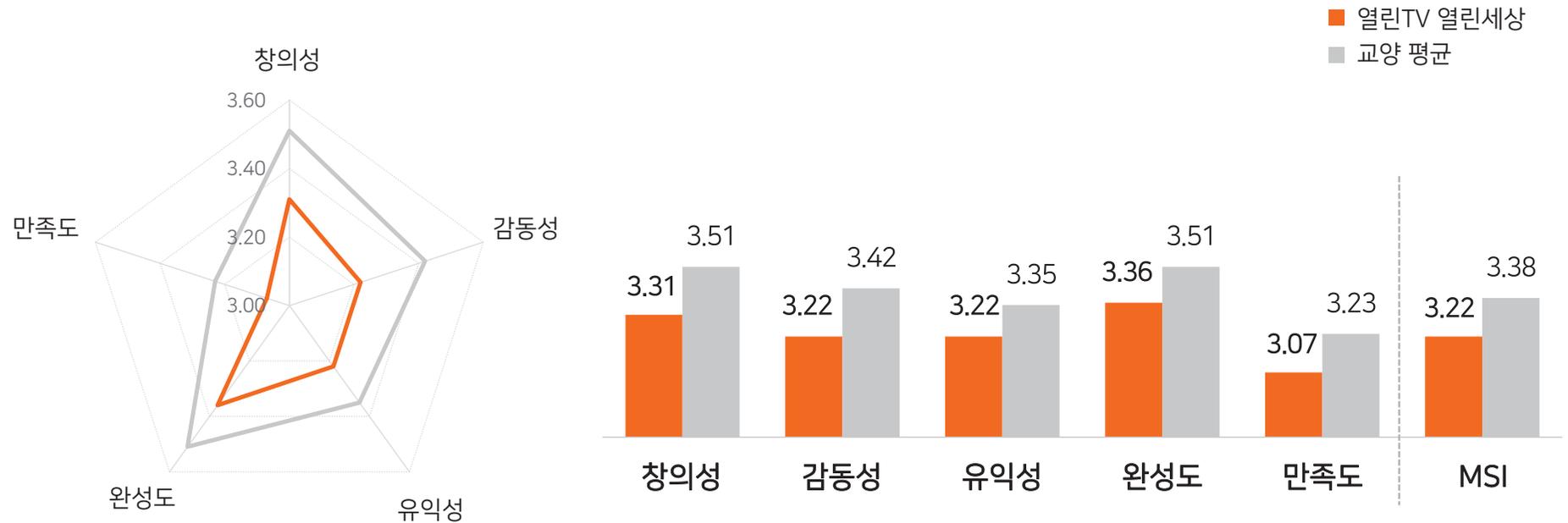
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(129)	(65)	(64)	(17)	(19)	(17)	(25)	(51)
실시간 TV시청	83.7	86.2	81.3	76.5	63.2	82.4	96.0	88.2
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	26.4	33.8	18.8	11.8	26.3	29.4	36.0	25.5
MBN 인터넷 VOD	10.9	15.4	6.3	17.6	21.1	5.9	8.0	7.8
인터넷 다운로드 사이트	10.1	9.2	10.9	17.6	10.5	5.9	4.0	11.8
오픈형 동영상 스트리밍	22.5	24.6	20.3	41.2	21.1	11.8	20.0	21.6
구독형 동영상 스트리밍	6.2	3.1	9.4	0.0	15.8	5.9	4.0	5.9

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 열린TV 열린세상 시청자, n=129, Unit : 명, %]

7) 열린TV 열린세상

- <열린TV 열린세상>의 MSI는 3.22점으로, 교양 프로그램 평균(3.38점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 완성도(3.36점) > 창의성(3.31점) > 유익성, 감동성(각 3.22점) > 만족도(3.07점) 순임

프로그램 평가 점수



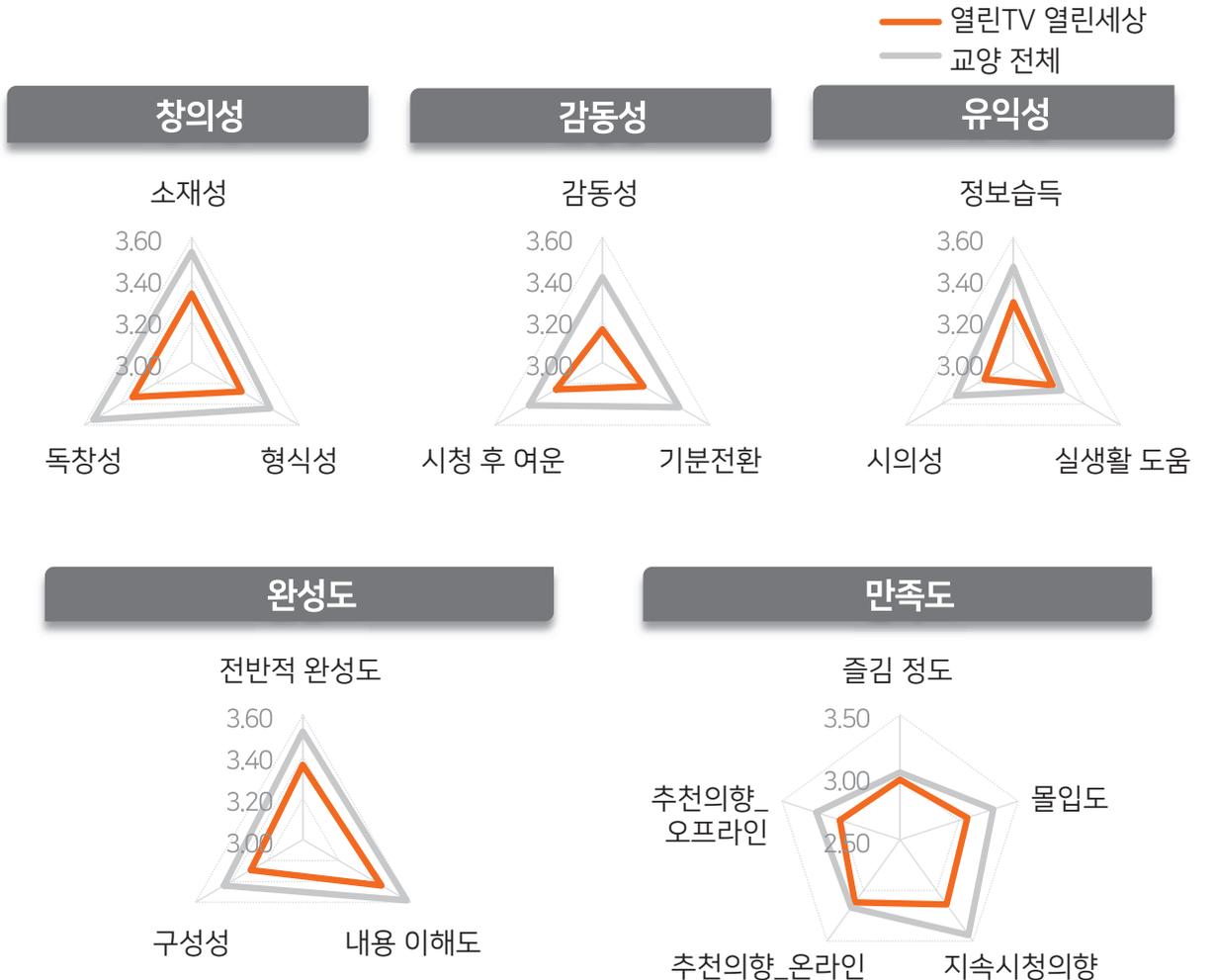
- 모든 차원에서 교양 프로그램 평균 대비 점수가 낮음

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

7) 열린TV 열린세상

- <열린TV 열린세상>은 내용 이해도(3.44점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 전반적 완성도(3.36점)에서 높은 평가를 받음

	열린TV 열린세상	교양 전체
응답자수	(129)	(500)
MSI	3.22	3.38
창의성 통합	3.31	3.51
소재성	3.33	3.53
형식성	3.28	3.44
독창성	3.33	3.55
감동성 통합	3.22	3.42
감동성	3.16	3.41
기분전환	3.23	3.43
시청 후 여운	3.26	3.41
유익성 통합	3.22	3.35
정보습득	3.29	3.46
실생활 도움	3.22	3.27
시의성	3.16	3.32
완성도 통합	3.36	3.51
전반적 완성도	3.36	3.52
내용 이해도	3.44	3.58
구성성	3.29	3.44
만족도 통합	3.07	3.23
즐김 정도	2.98	3.04
몰입도	3.07	3.29
지속시청의향	3.14	3.44
추천의향_온라인	3.12	3.17
추천의향_오프라인	3.01	3.21



7) 열린TV 열린세상

- <열린TV 열린세상>의 MSI는 성별로는 남성(3.29점)에서 여성(3.14점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.69점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 정보습득, 전반적 완성도, 내용 이해도(각 3.43점)를 가장 높게 평가했고, 여성은 내용 이해도(3.45점)를 가장 높게 평가함

열린TV 열린세상	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(10)	(12)	(8)	(18)	(17)	(65)	(7)	(7)	(9)	(7)	(34)	(64)
MSI	3.69	3.45	3.13	3.16	3.15	3.29	3.18	3.03	2.99	2.99	3.22	3.14
창의성 통합	3.70	3.56	3.29	3.33	3.20	3.39	3.29	3.10	2.89	3.19	3.34	3.23
소재성	3.80	3.50	3.25	3.22	3.29	3.38	3.29	3.14	2.89	3.29	3.38	3.27
형식성	3.80	3.67	3.25	3.33	3.06	3.38	3.14	3.00	2.89	3.14	3.29	3.17
독창성	3.50	3.50	3.38	3.44	3.24	3.40	3.43	3.14	2.89	3.14	3.35	3.25
감동성 통합	3.63	3.47	3.13	3.13	3.12	3.27	3.19	3.29	3.04	2.86	3.24	3.17
감동성	3.60	3.25	3.13	3.11	3.00	3.18	3.14	3.14	3.22	3.14	3.12	3.14
기분전환	3.60	3.42	3.50	3.06	3.00	3.25	3.29	3.43	3.00	2.86	3.29	3.22
시청 후 여운	3.70	3.75	2.75	3.22	3.35	3.37	3.14	3.29	2.89	2.57	3.29	3.14
유익성 통합	3.60	3.33	3.29	3.19	3.24	3.30	3.24	2.95	3.04	3.00	3.22	3.14
정보습득	3.70	3.50	3.50	3.28	3.35	3.43	3.14	3.00	3.11	2.86	3.26	3.16
실생활 도움	3.40	3.50	3.50	3.11	3.18	3.29	3.29	3.00	2.89	3.00	3.24	3.14
시의성	3.70	3.00	2.88	3.17	3.18	3.18	3.29	2.86	3.11	3.14	3.15	3.13
완성도 통합	3.80	3.58	3.29	3.28	3.14	3.38	3.24	3.24	3.19	3.38	3.42	3.34
전반적 완성도	3.80	3.50	3.38	3.33	3.29	3.43	3.14	3.29	3.22	3.43	3.29	3.28
내용 이해도	3.90	3.67	3.38	3.39	3.06	3.43	3.29	3.29	3.33	3.29	3.59	3.45
구성성	3.70	3.58	3.13	3.11	3.06	3.28	3.29	3.14	3.00	3.43	3.38	3.30
만족도 통합	3.72	3.37	2.85	2.98	3.09	3.18	3.06	2.77	2.89	2.71	3.03	2.95
즐거움 정도	3.50	3.42	2.88	2.89	2.94	3.09	3.14	2.43	2.56	2.71	3.03	2.88
몰입도	3.50	3.33	2.75	2.89	3.12	3.11	3.14	3.00	2.89	2.86	3.09	3.03
지속시청의향	3.80	3.42	3.00	3.17	3.24	3.31	3.14	2.86	3.11	2.57	3.00	2.97
추천의향_온라인	3.90	3.42	3.00	3.00	3.18	3.26	3.00	2.86	3.11	2.71	3.03	2.98
추천의향_오프라인	3.90	3.25	2.63	2.94	3.00	3.12	2.86	2.71	2.78	2.71	3.00	2.89

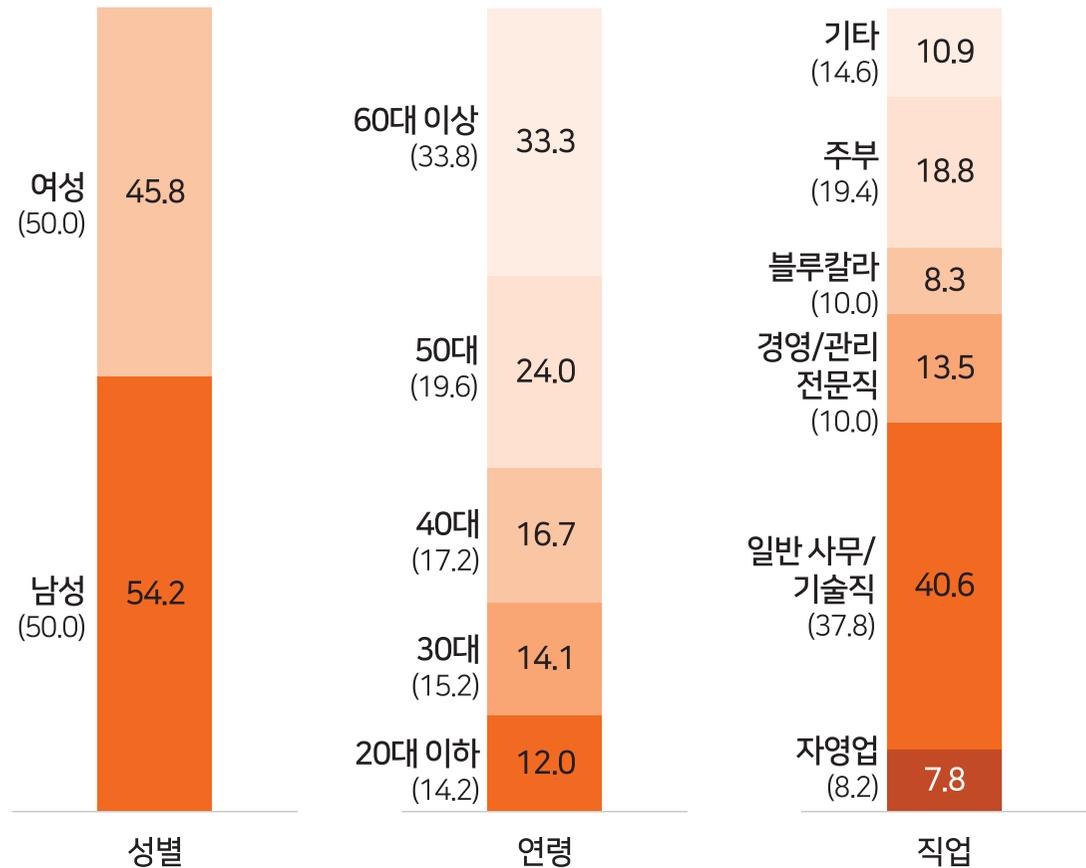
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

8) 판도라

- <판도라> 시청자는 남성(54.2%)이 여성(45.8%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(33.3%), 직업별로는 일반 사무/기술직(40.6%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

판도라 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(192)	100.0
성별	남성	(104)	54.2
	여성	(88)	45.8
연령	20대 이하	(23)	12.0
	30대	(27)	14.1
	40대	(32)	16.7
	50대	(46)	24.0
	60대 이상	(64)	33.3
직업	자영업	(15)	7.8
	사무직/기술직	(78)	40.6
	경영/관리직	(13)	6.8
	전문직/자유직	(13)	6.8
	기능/숙련공/생산직	(7)	3.6
	판매/서비스직	(8)	4.2
	농/임/축/어업	(1)	0.5
	전업 주부	(36)	18.8
	학생	(4)	2.1
	무직	(17)	8.9
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 109

8) 판도라

- <판도라> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(83.3%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(34.2%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(91.1%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(98.9%), 연령대별로는 60대 이상(96.9%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

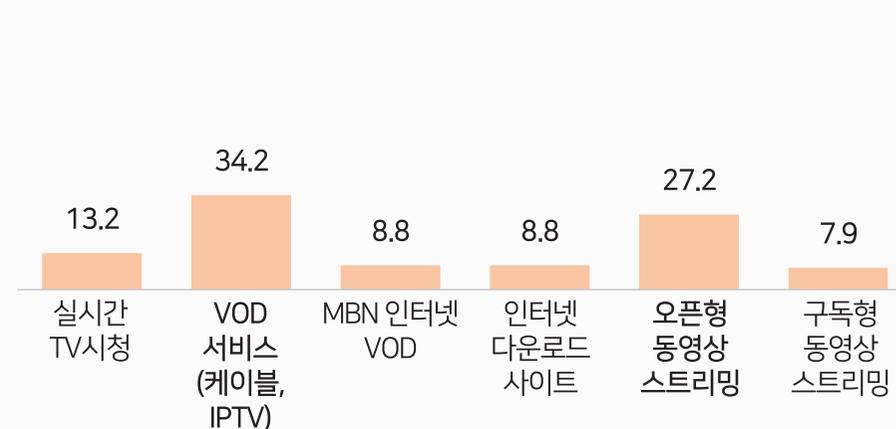
1순위

[Base : 판도라 시청자, n=192, Unit : %]



2순위

[Base : 판도라 시청자 중 2순위 응답자, n=114, Unit : %]



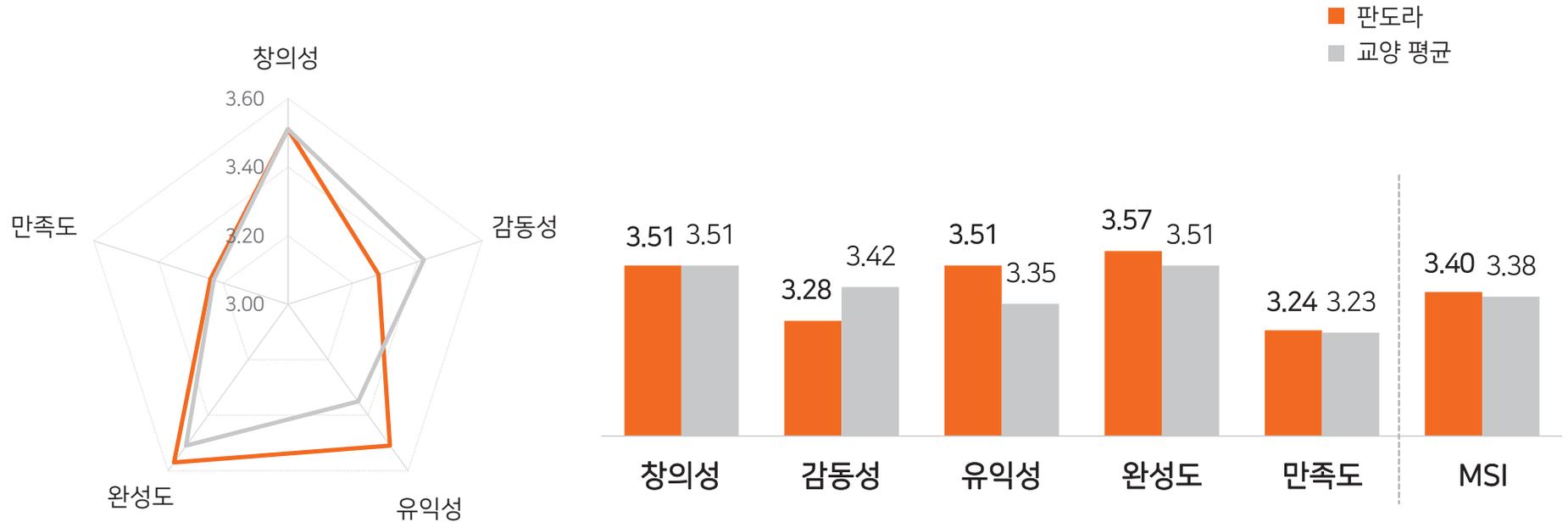
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(192)	(104)	(88)	(23)	(27)	(32)	(46)	(64)
실시간 TV시청	91.1	84.6	98.9	73.9	88.9	90.6	93.5	96.9
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	26.0	29.8	21.6	13.0	22.2	28.1	26.1	31.3
MBN 인터넷 VOD	7.8	10.6	4.5	21.7	3.7	3.1	6.5	7.8
인터넷 다운로드 사이트	5.7	6.7	4.5	17.4	3.7	6.3	2.2	4.7
오픈형 동영상 스트리밍	22.4	26.9	17.0	34.8	18.5	21.9	21.7	20.3
구독형 동영상 스트리밍	6.3	7.7	4.5	8.7	7.4	9.4	6.5	3.1

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 판도라 시청자, n=192, Unit : 명, %]

8) 판도라

- <판도라>의 MSI는 3.40점으로, 교양 프로그램 평균(3.38점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 완성도(3.57점) > 유익성, 창의성(각 3.51점) > 감동성(3.28점) > 만족도(3.24점) 순임

프로그램 평가 점수



- 유익성, 완성도, 만족도는 교양 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 감동성에서는 평균 대비 낮게 평가됨

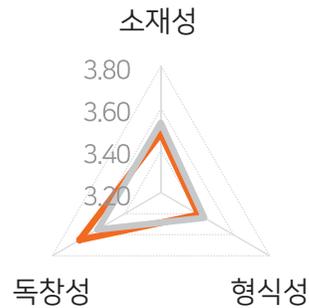
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

8) 판도라

- <판도라>는 시의성(3.71점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 독창성(3.65점)에서 높은 평가를 받음

	판도라	교양 전체
응답자수	(192)	(500)
MSI	3.40	3.38
창의성 통합	3.51	3.51
소재성	3.48	3.53
형식성	3.41	3.44
독창성	3.65	3.55
감동성 통합	3.28	3.42
감동성	3.22	3.41
기분전환	3.26	3.43
시청 후 여운	3.35	3.41
유익성 통합	3.51	3.35
정보습득	3.46	3.46
실생활 도움	3.35	3.27
시의성	3.71	3.32
완성도 통합	3.57	3.51
전반적 완성도	3.56	3.52
내용 이해도	3.62	3.58
구성성	3.54	3.44
만족도 통합	3.24	3.23
즐김 정도	3.04	3.04
몰입도	3.29	3.29
지속시청의향	3.48	3.44
추천의향_온라인	3.19	3.17
추천의향_오프라인	3.22	3.21

창의성



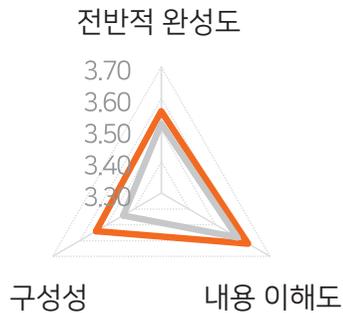
감동성



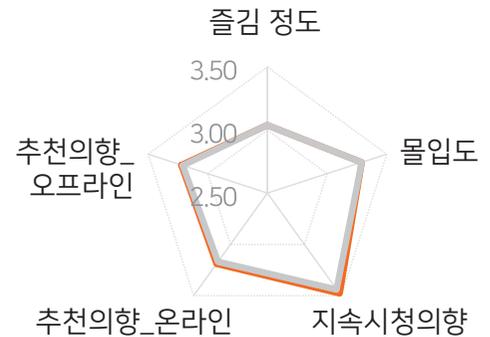
유익성



완성도



만족도



8) 판도라

- <판도라>의 MSI는 성별로는 남성(3.45점)에서 여성(3.34점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 60대 이상 남성(3.70점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.71점)과 여성(3.70점) 모두 시의성을 가장 높게 평가함

판도라	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(19)	(16)	(16)	(21)	(32)	(104)	(4)	(11)	(16)	(25)	(32)	(88)
MSI	3.65	3.35	3.11	3.25	3.70	3.45	3.04	3.40	3.26	3.31	3.42	3.34
창의성 통합	3.56	3.44	3.25	3.40	3.85	3.55	3.33	3.45	3.38	3.51	3.50	3.47
소재성	3.42	3.13	3.19	3.38	3.81	3.45	3.50	3.55	3.25	3.48	3.66	3.51
형식성	3.63	3.38	3.06	3.29	3.84	3.50	3.00	3.45	3.13	3.32	3.38	3.31
독창성	3.63	3.81	3.50	3.52	3.91	3.70	3.50	3.36	3.75	3.72	3.47	3.58
감동성 통합	3.68	3.15	3.00	3.06	3.59	3.34	2.75	3.24	3.08	3.11	3.38	3.20
감동성	3.74	3.00	2.81	3.05	3.56	3.29	2.75	3.18	2.94	3.04	3.38	3.15
기분전환	3.58	3.19	3.06	3.10	3.56	3.34	2.75	3.09	3.00	3.16	3.34	3.17
시청 후 여운	3.74	3.25	3.13	3.05	3.66	3.40	2.75	3.45	3.31	3.12	3.41	3.28
유익성 통합	3.65	3.46	3.23	3.43	3.77	3.55	3.17	3.52	3.33	3.40	3.58	3.46
정보습득	3.63	3.50	3.13	3.48	3.63	3.50	3.25	3.55	3.44	3.32	3.44	3.41
실생활 도움	3.74	3.00	3.13	3.29	3.72	3.43	2.75	3.45	3.13	3.12	3.44	3.26
시의성	3.58	3.88	3.44	3.52	3.97	3.71	3.50	3.55	3.44	3.76	3.88	3.70
완성도 통합	3.77	3.52	3.25	3.44	3.89	3.62	3.42	3.70	3.33	3.49	3.57	3.52
전반적 완성도	3.95	3.50	3.25	3.33	3.91	3.63	3.50	3.82	3.25	3.44	3.50	3.48
내용 이해도	3.63	3.50	3.19	3.57	3.97	3.63	3.25	3.73	3.44	3.60	3.69	3.60
구성성	3.74	3.56	3.31	3.43	3.78	3.60	3.50	3.55	3.31	3.44	3.53	3.47
만족도 통합	3.61	3.26	2.94	3.04	3.51	3.31	2.75	3.20	3.23	3.14	3.22	3.17
즐거움 정도	3.53	2.94	2.63	3.10	3.38	3.16	2.50	2.82	2.88	2.80	3.06	2.90
몰입도	3.74	3.19	2.81	3.00	3.53	3.30	2.75	3.36	3.19	3.24	3.38	3.27
지속시청의향	3.53	3.56	3.31	3.24	3.75	3.51	3.50	3.45	3.56	3.44	3.41	3.45
추천의향_온라인	3.63	3.44	2.94	2.81	3.47	3.28	2.50	3.18	3.25	3.12	3.03	3.09
추천의향_오프라인	3.63	3.19	3.00	3.05	3.41	3.28	2.50	3.18	3.25	3.08	3.22	3.15

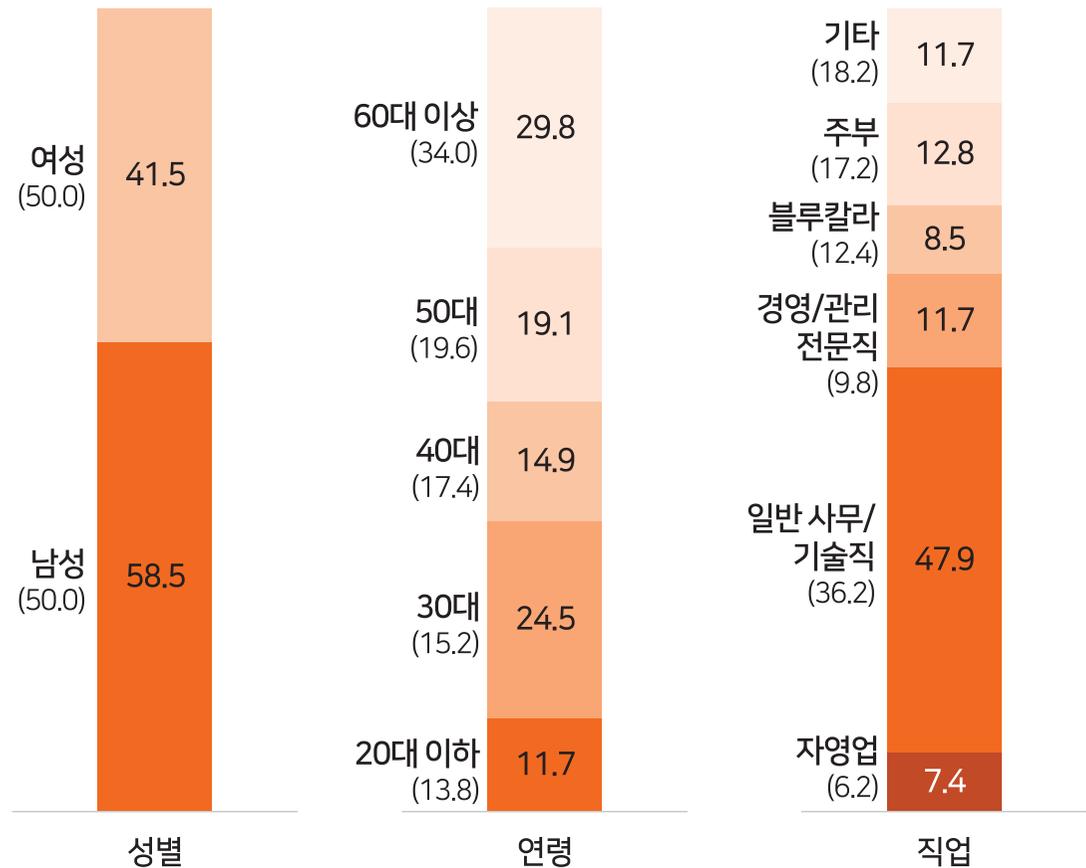
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

9) 불멸의 라이벌

- <불멸의 라이벌> 시청자는 남성(58.5%)이 여성(41.5%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(29.8%), 직업별로는 일반 사무/기술직(47.9%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

불멸의 라이벌 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(94)	100.0
성별	남성	(55)	58.5
	여성	(39)	41.5
연령	20대 이하	(11)	11.7
	30대	(23)	24.5
	40대	(14)	14.9
	50대	(18)	19.1
	60대 이상	(28)	29.8
직업	자영업	(7)	7.4
	사무직/기술직	(45)	47.9
	경영/관리직	(5)	5.3
	전문직/자유직	(6)	6.4
	기능/숙련공/생산직	(6)	6.4
	판매/서비스직	(2)	2.1
	농/임/축/어업	(0)	0.0
	전업 주부	(12)	12.8
	학생	(5)	5.3
	무직	(6)	6.4
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 114

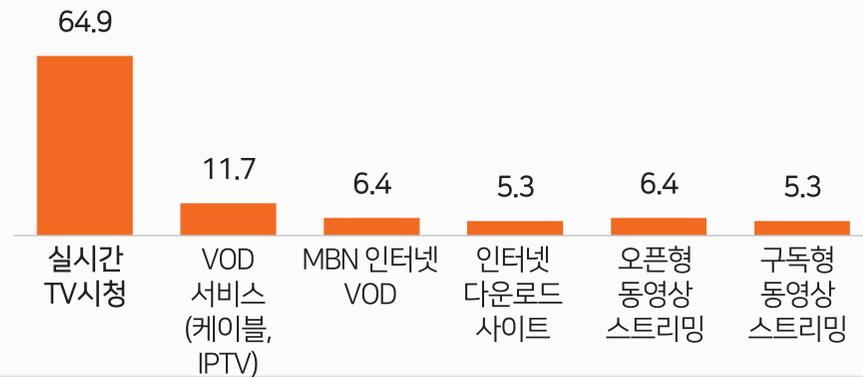
9) 불멸의 라이벌

- <불멸의 라이벌> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(64.9%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(40.0%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(72.3%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 남성(72.7%), 연령대별로는 60대 이상(85.7%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 불멸의 라이벌 시청자, n=94, Unit : %]



2순위

[Base : 불멸의 라이벌 시청자 중 2순위 응답자, n=55, Unit : %]



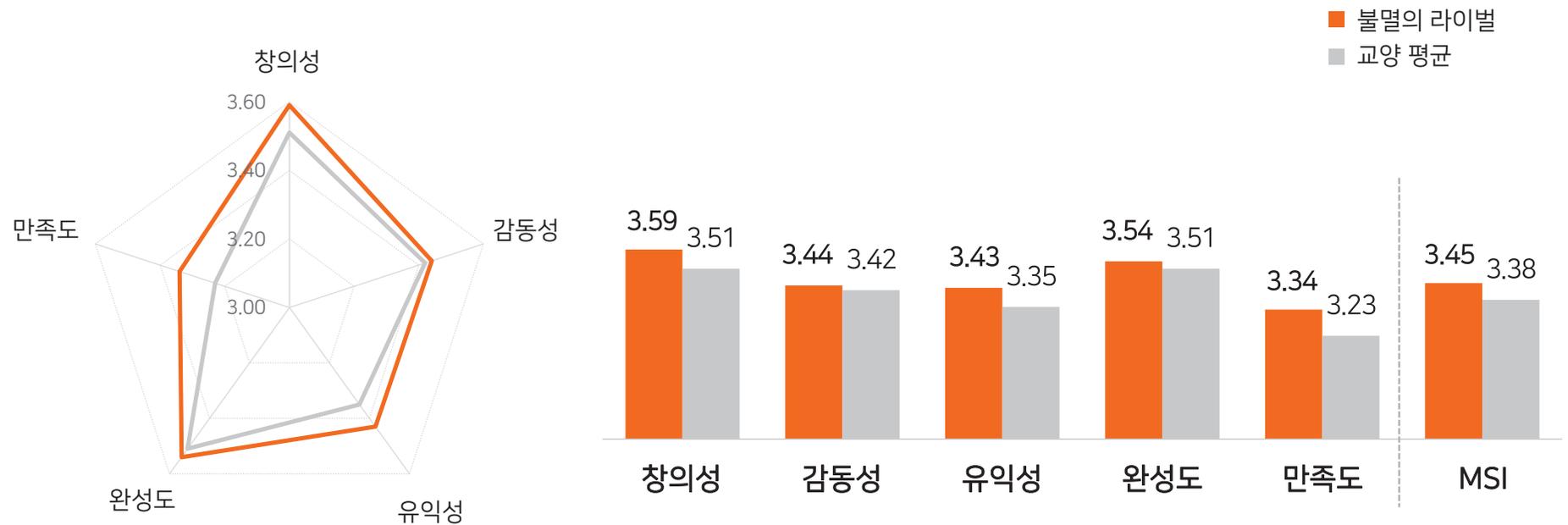
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(94)	(55)	(39)	(11)	(23)	(14)	(18)	(28)
실시간 TV시청	72.3	72.7	71.8	45.5	65.2	64.3	83.3	85.7
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	35.1	41.8	25.6	18.2	34.8	42.9	50.0	28.6
MBN 인터넷 VOD	13.8	20.0	5.1	9.1	21.7	7.1	5.6	17.9
인터넷 다운로드 사이트	10.6	9.1	12.8	27.3	13.0	14.3	5.6	3.6
오픈형 동영상 스트리밍	19.1	20.0	17.9	36.4	21.7	14.3	11.1	17.9
구독형 동영상 스트리밍	7.4	1.8	15.4	9.1	8.7	14.3	0.0	7.1

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 불멸의 라이벌 시청자, n=94, Unit : 명, %]

9) 불멸의 라이벌

- <불멸의 라이벌>의 MSI는 3.45점으로, 교양 프로그램 평균(3.38점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 창의성(3.59점) > 완성도(3.54점) > 감동성(3.44점) > 유익성(3.43점) > 만족도(3.34점) 순임

프로그램 평가 점수



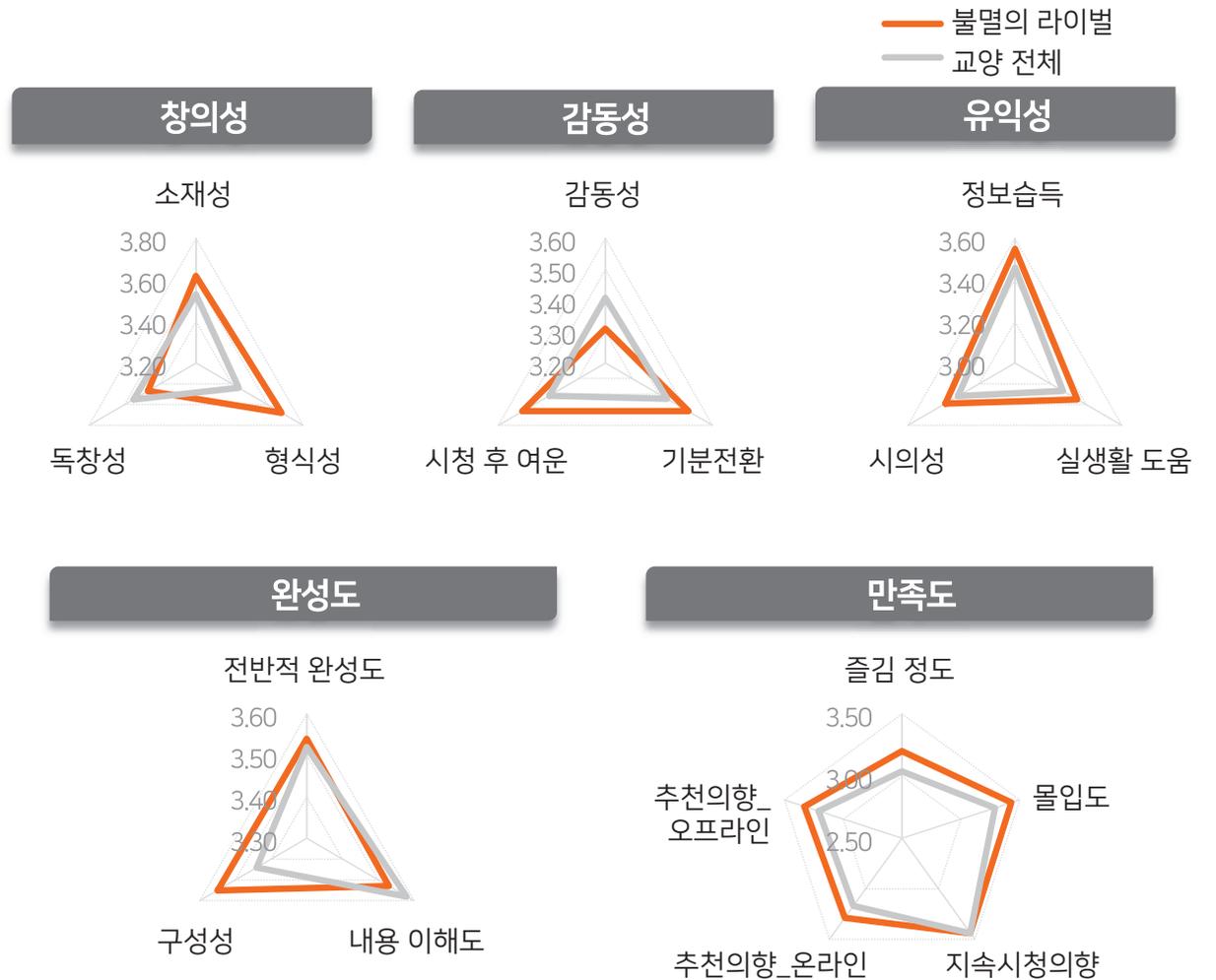
- 모든 차원에서 교양 프로그램 평균 대비 점수가 높음

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

9) 불멸의 라이벌

- <불멸의 라이벌>은 형식성(3.68점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 소재성(3.62점)에서 높은 평가를 받음

	불멸의 라이벌	교양 전체
응답자수	(94)	(500)
MSI	3.45	3.38
창의성 통합	3.59	3.51
소재성	3.62	3.53
형식성	3.68	3.44
독창성	3.47	3.55
감동성 통합	3.44	3.42
감동성	3.31	3.41
기분전환	3.51	3.43
시청 후 여운	3.51	3.41
유익성 통합	3.43	3.35
정보습득	3.55	3.46
실생활 도움	3.35	3.27
시의성	3.39	3.32
완성도 통합	3.54	3.51
전반적 완성도	3.54	3.52
내용 이해도	3.53	3.58
구성성	3.55	3.44
만족도 통합	3.34	3.23
즐김 정도	3.20	3.04
몰입도	3.43	3.29
지속시청의향	3.44	3.44
추천의향_온라인	3.29	3.17
추천의향_오프라인	3.33	3.21



9) 불멸의 라이벌

- <불멸의 라이벌>의 MSI는 성별로는 남성(3.50점)에서 여성(3.39점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 50대 여성(3.71점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.76점)과 여성(3.56점) 모두 형식성을 가장 높게 평가함

불멸의 라이벌	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(8)	(16)	(8)	(11)	(12)	(55)	(3)	(7)	(6)	(7)	(16)	(39)
MSI	3.62	3.54	3.44	3.28	3.59	3.50	3.57	2.94	3.64	3.71	3.32	3.39
창의성 통합	3.67	3.73	3.71	3.55	3.61	3.65	3.56	3.10	3.61	3.86	3.46	3.50
소재성	3.75	3.81	3.75	3.45	3.67	3.69	3.67	3.14	3.50	4.00	3.44	3.51
형식성	4.00	3.94	3.75	3.55	3.58	3.76	3.67	3.14	3.83	4.00	3.44	3.56
독창성	3.25	3.44	3.63	3.64	3.58	3.51	3.33	3.00	3.50	3.57	3.50	3.41
감동성 통합	3.75	3.60	3.29	3.21	3.64	3.51	3.33	3.00	3.50	3.76	3.27	3.35
감동성	3.75	3.31	3.13	2.91	3.67	3.35	3.33	2.86	3.50	3.71	3.13	3.26
기분전환	3.88	3.69	3.63	3.45	3.58	3.64	3.33	3.00	3.33	3.86	3.25	3.33
시청 후 여운	3.63	3.81	3.13	3.27	3.67	3.55	3.33	3.14	3.67	3.71	3.44	3.46
유익성 통합	3.58	3.63	3.38	3.18	3.61	3.49	3.56	2.81	3.83	3.67	3.23	3.35
정보습득	3.63	3.81	3.50	3.45	3.75	3.65	4.00	2.71	3.83	3.71	3.31	3.41
실생활 도움	3.50	3.50	3.13	3.18	3.42	3.36	3.33	3.00	4.00	3.57	3.13	3.33
시의성	3.63	3.56	3.50	2.91	3.67	3.45	3.33	2.71	3.67	3.71	3.25	3.31
완성도 통합	3.79	3.48	3.58	3.45	3.67	3.58	3.78	3.05	3.61	3.86	3.44	3.50
전반적 완성도	3.75	3.44	3.63	3.45	3.75	3.58	4.00	3.00	3.83	3.86	3.31	3.49
내용 이해도	3.88	3.44	3.38	3.64	3.58	3.56	3.67	3.00	3.50	4.00	3.44	3.49
구성성	3.75	3.56	3.75	3.27	3.67	3.58	3.67	3.14	3.50	3.71	3.56	3.51
만족도 통합	3.43	3.39	3.33	3.13	3.48	3.35	3.60	2.83	3.63	3.51	3.26	3.31
즐거움 정도	3.25	3.50	3.25	3.00	3.50	3.33	2.67	3.00	3.17	3.14	3.00	3.03
몰입도	3.50	3.44	3.13	3.09	3.58	3.36	3.67	3.00	4.00	3.86	3.38	3.51
지속시청의향	3.50	3.44	3.50	3.27	3.67	3.47	3.67	2.86	4.00	3.57	3.25	3.38
추천의향_온라인	3.50	3.25	3.38	3.09	3.33	3.29	4.00	2.43	3.50	3.57	3.31	3.28
추천의향_오프라인	3.38	3.31	3.38	3.18	3.33	3.31	4.00	2.86	3.50	3.43	3.38	3.36

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

5. 예능 프로그램 평가

5. 예능 프로그램 평가

- 예능 프로그램 총 20개 중 <속풀이쇼 동치미>의 시청경험수가 가장 높았으나, 종합평가는 <뛰어야 산다2>가 가장 높은 점수를 받음

예능 프로그램별 평가 종합



프로그램명	시청 경험수 (응답률)	흥미성	유익성	창의성	완성도	만족도	MSI
웰컴 투 찐이네	17.80	3.54	3.38	3.42	3.50	3.35	3.43
뛰어야 산다2	30.40	3.58	3.43	3.48	3.53	3.30	3.45
엄지의 제왕	36.20	3.34	3.33	3.20	3.32	3.02	3.21
한일토크쇼	50.80	3.57	3.24	3.35	3.40	3.14	3.32
언포게터블 듀엣	14.60	3.44	3.28	3.42	3.41	3.19	3.33
전현무계획3	67.80	3.44	3.26	3.18	3.28	3.03	3.22
렛츠고파크골프환장의 짝꿍	19.00	3.40	3.36	3.35	3.34	3.18	3.31
속풀이쇼 동치미	72.40	3.44	3.27	3.18	3.33	3.01	3.22
알토란	58.00	3.43	3.38	3.21	3.38	3.05	3.26
현역가왕2	50.80	3.68	3.30	3.32	3.46	3.24	3.38
다 컷는데 안 나가요	28.60	3.45	3.31	3.48	3.43	3.10	3.32
살아보고서	19.80	3.46	3.42	3.44	3.42	3.26	3.39
뛰어야 산다	34.80	3.56	3.39	3.51	3.53	3.30	3.44
오은영 스테이	37.00	3.34	3.41	3.35	3.40	3.14	3.30
두유노집밥	19.60	3.32	3.34	3.29	3.34	3.10	3.26
위대한쇼: 태권	14.40	3.44	3.23	3.45	3.39	3.19	3.33
2025 한일가왕전	54.80	3.58	3.29	3.41	3.48	3.21	3.37
돌싱글즈7	45.00	3.38	3.27	3.33	3.37	3.22	3.30
가보자G04	33.60	3.46	3.34	3.41	3.44	3.17	3.34
가보자G05	32.20	3.48	3.32	3.36	3.42	3.15	3.32

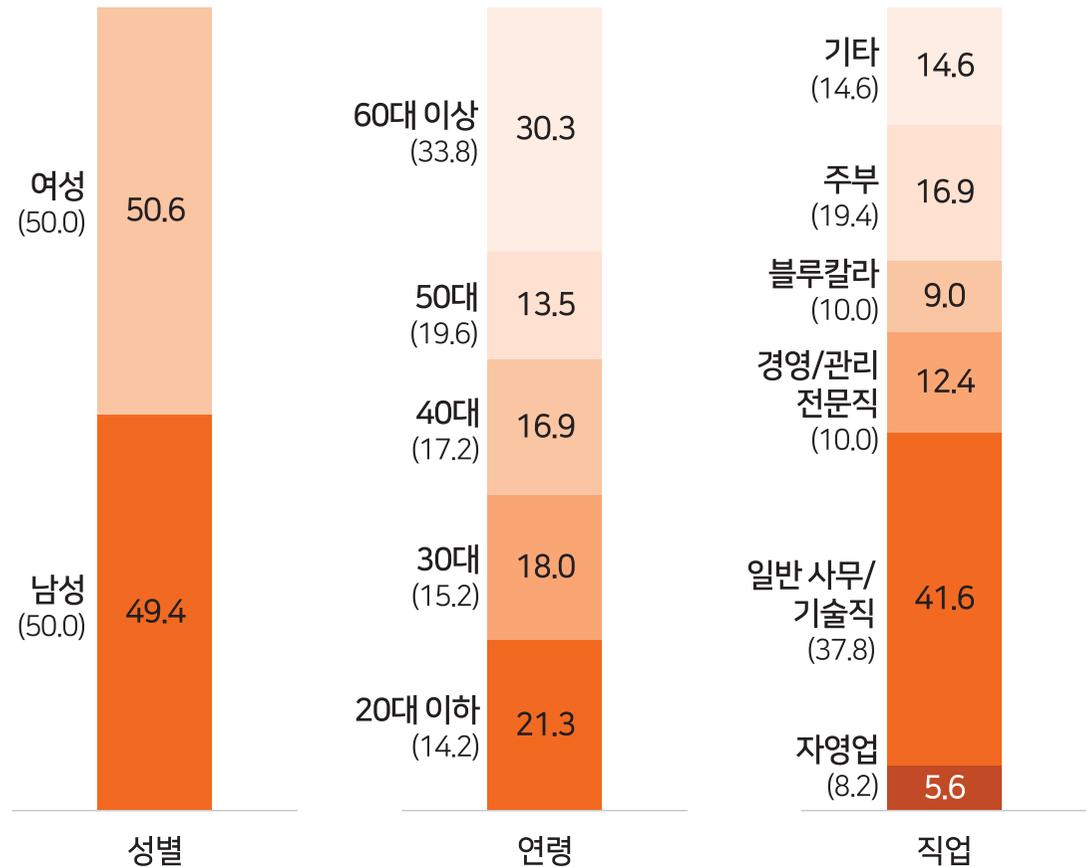
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 명, %, 점]

1) 웰컴 투 찐이네

- <웰컴 투 찐이네> 시청자는 여성(50.6%)이 남성(49.4%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(30.3%), 직업별로는 일반 사무/기술직(41.6%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

웰컴 투 찐이네 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(89)	100.0
성별	남성	(44)	49.4
	여성	(45)	50.6
연령	20대 이하	(19)	21.3
	30대	(16)	18.0
	40대	(15)	16.9
	50대	(12)	13.5
	60대 이상	(27)	30.3
직업	자영업	(5)	5.6
	사무직/기술직	(37)	41.6
	경영/관리직	(5)	5.6
	전문직/자유직	(6)	6.7
	기능/숙련공/생산직	(4)	4.5
	판매/서비스직	(4)	4.5
	농/임/축/어업	(0)	0.0
	전업 주부	(15)	16.9
	학생	(4)	4.5
	무직	(9)	10.1
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 121

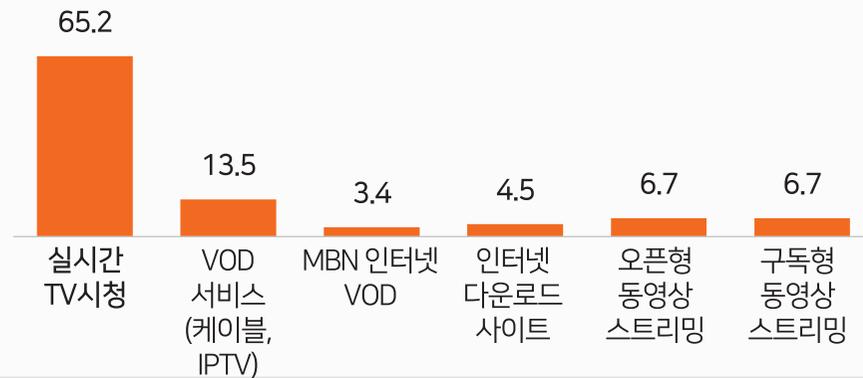
1) 웰컴 투 찐이네

- <웰컴 투 찐이네> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(65.2%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 '오픈형 동영상 스트리밍'(29.8%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(76.4%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(84.4%), 연령대별로는 60대 이상(88.9%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base: 웰컴 투 찐이네 시청자, n=89, Unit: %]



2순위

[Base: 웰컴 투 찐이네 시청자 중 2순위 응답자, n=57, Unit: %]



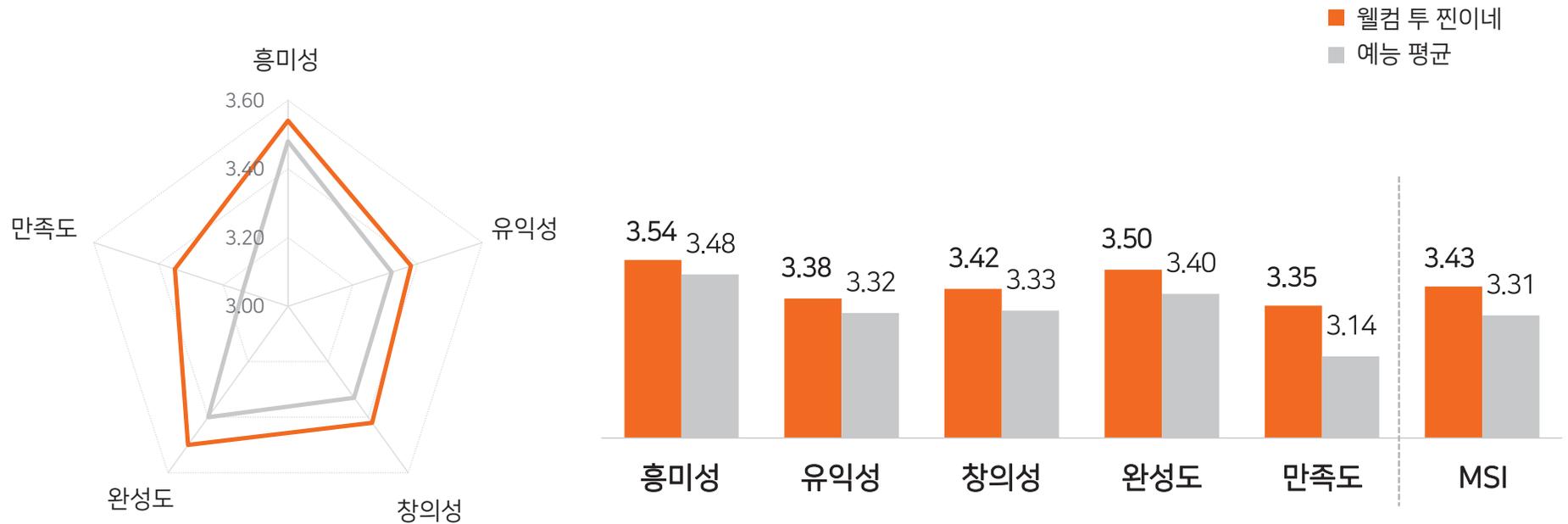
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(89)	(44)	(45)	(19)	(16)	(15)	(12)	(27)
실시간 TV시청	76.4	68.2	84.4	42.1	87.5	80.0	83.3	88.9
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	29.2	31.8	26.7	10.5	25.0	46.7	50.0	25.9
MBN 인터넷 VOD	12.4	15.9	8.9	26.3	6.3	0.0	8.3	14.8
인터넷 다운로드 사이트	7.9	13.6	2.2	31.6	0.0	0.0	0.0	3.7
오픈형 동영상 스트리밍	25.8	29.5	22.2	42.1	31.3	26.7	16.7	14.8
구독형 동영상 스트리밍	12.4	13.6	11.1	10.5	6.3	13.3	16.7	14.8

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base: 웰컴 투 찐이네 시청자, n=89, Unit: 명, %]

1) 웰컴 투 찐이네

- <웰컴 투 찐이네>의 MSI는 3.43점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.54점) > 완성도(3.50점) > 창의성(3.42점) > 유익성(3.38점) > 만족도(3.35점) 순임

프로그램 평가점수



- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높음

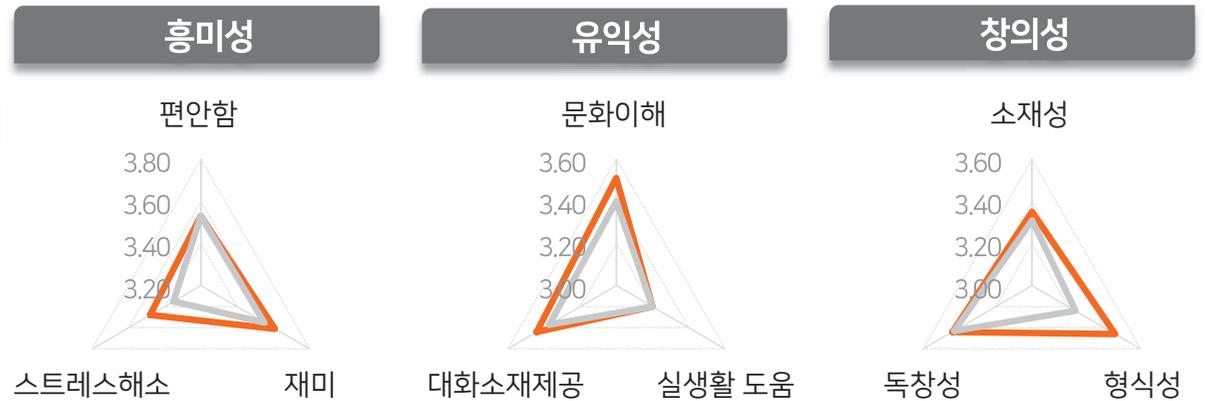
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

1) 웰컴 투 찐이네

- <웰컴 투 찐이네>는 재미(3.61점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 전반적 완성도, 내용 이해도(각 3.54점) 에서 높은 평가를 받음

	웰컴 투 찐이네	예능 전체
응답자수	(89)	(500)
MSI	3.43	3.31
흥미성 통합	3.54	3.48
편안함	3.53	3.53
재미	3.61	3.55
스트레스 해소	3.48	3.35
유익성 통합	3.38	3.32
문화이해	3.51	3.40
실생활 도움	3.20	3.20
대화소재제공	3.44	3.37
창의성 통합	3.42	3.33
소재성	3.35	3.31
형식성	3.46	3.24
독창성	3.44	3.43
완성도 통합	3.50	3.40
전반적 완성도	3.54	3.39
내용 이해도	3.54	3.46
구성성	3.42	3.35
만족도 통합	3.35	3.14
즐김 정도	3.22	2.99
몰입도	3.42	3.24
지속시청의향	3.38	3.27
추천의향_온라인	3.37	3.10
추천의향_오프라인	3.36	3.13

— 웰컴 투 찐이네
— 예능 전체



1) 웰컴 투 찐이네

- <웰컴 투 찐이네>의 MSI는 성별로는 남성(3.45점)에서 여성(3.40점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 60대 이상 남성(3.63점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 재미(3.64점)를 가장 높게 평가한 반면, 여성은 문화이해(3.67점)를 가장 높게 평가함

웰컴 투 찐이네	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(12)	(10)	(7)	(4)	(11)	(44)	(7)	(6)	(8)	(8)	(16)	(45)
MSI	3.54	3.30	3.18	3.59	3.63	3.45	3.28	3.61	3.37	3.50	3.34	3.40
흥미성 통합	3.47	3.47	3.48	3.75	3.70	3.55	3.71	3.78	3.33	3.58	3.42	3.53
편안함	3.33	3.50	3.29	3.75	3.64	3.48	3.71	3.83	3.25	3.75	3.50	3.58
재미	3.58	3.40	3.71	3.75	3.82	3.64	3.71	3.67	3.50	3.63	3.50	3.58
스트레스해소	3.50	3.50	3.43	3.75	3.64	3.55	3.71	3.83	3.25	3.38	3.25	3.42
유익성 통합	3.44	3.20	3.14	3.50	3.48	3.36	3.29	3.56	3.50	3.54	3.29	3.41
문화이해	3.25	3.30	3.29	3.25	3.55	3.34	3.71	3.67	3.63	3.88	3.56	3.67
실생활 도움	3.50	3.00	2.86	3.50	3.27	3.23	2.86	3.00	3.38	3.50	3.13	3.18
대화소재제공	3.58	3.30	3.29	3.75	3.64	3.50	3.29	4.00	3.50	3.25	3.19	3.38
창의성 통합	3.56	3.17	3.10	3.58	3.82	3.46	3.19	3.61	3.25	3.38	3.42	3.37
소재성	3.42	3.10	3.14	3.50	3.73	3.39	3.29	3.50	3.25	3.13	3.38	3.31
형식성	3.58	3.30	3.29	3.50	3.73	3.50	3.29	3.83	3.38	3.38	3.38	3.42
독창성	3.67	3.10	2.86	3.75	4.00	3.50	3.00	3.50	3.13	3.63	3.50	3.38
완성도 통합	3.56	3.30	3.19	3.58	3.73	3.48	3.43	3.72	3.38	3.63	3.48	3.51
전반적 완성도	3.50	3.60	3.14	3.75	3.82	3.57	3.57	3.83	3.50	3.50	3.38	3.51
내용 이해도	3.67	3.00	3.43	3.50	3.73	3.48	3.29	3.83	3.25	3.88	3.69	3.60
구성성	3.50	3.30	3.00	3.50	3.64	3.41	3.43	3.50	3.38	3.50	3.38	3.42
만족도 통합	3.63	3.34	3.06	3.55	3.49	3.43	2.97	3.47	3.38	3.43	3.20	3.27
즐김 정도	3.58	3.40	3.00	3.50	3.55	3.43	2.57	3.17	3.38	3.50	2.75	3.02
몰입도	3.75	3.60	3.14	3.75	3.45	3.55	3.00	3.50	3.13	3.50	3.31	3.29
지속시청의향	3.42	3.30	3.00	3.50	3.82	3.43	3.00	3.67	3.50	3.38	3.25	3.33
추천의향_온라인	3.50	3.40	3.14	3.75	3.36	3.41	3.14	3.50	3.38	3.25	3.38	3.33
추천의향_오프라인	3.92	3.00	3.00	3.25	3.27	3.34	3.14	3.50	3.50	3.50	3.31	3.38

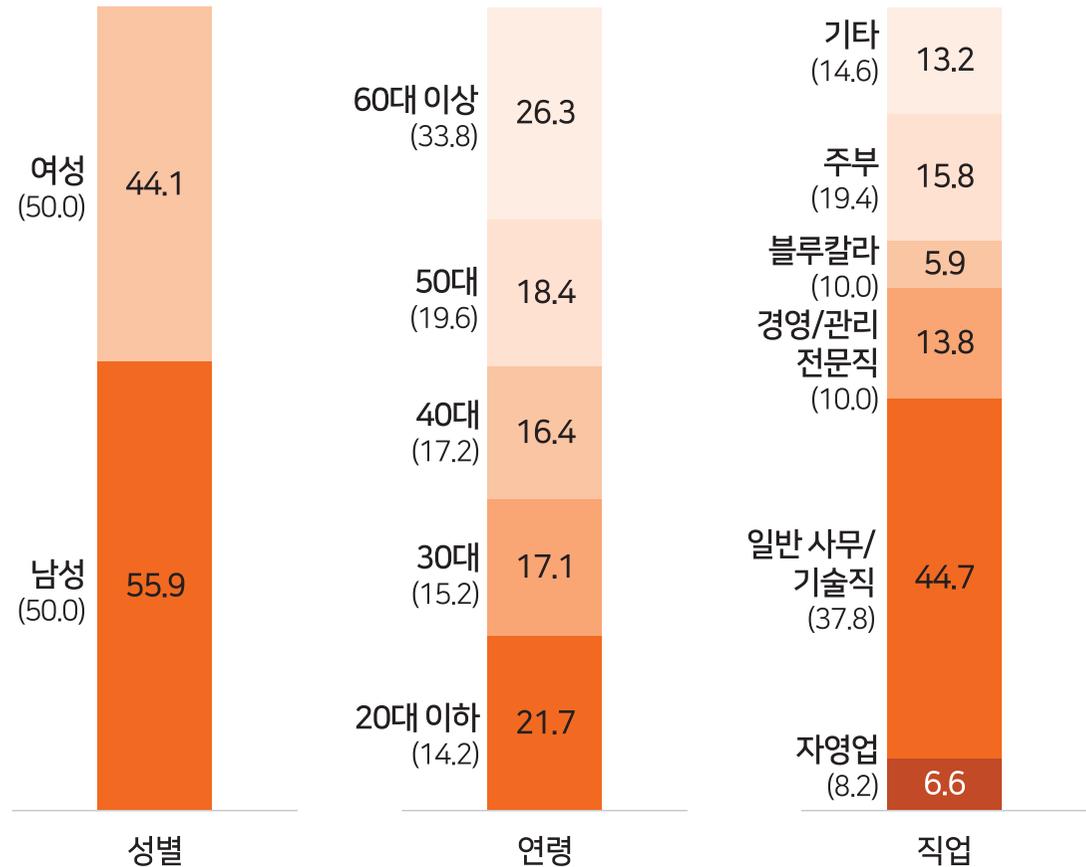
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

2) 뛰어야 산다2

- <뛰어야 산다2> 시청자는 남성(55.9%)이 여성(44.1%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(26.3%), 직업별로는 일반 사무/기술직(44.7%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

뛰어야 산다2 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(152)	100.0
성별	남성	(85)	55.9
	여성	(67)	44.1
연령	20대 이하	(33)	21.7
	30대	(26)	17.1
	40대	(25)	16.4
	50대	(28)	18.4
	60대 이상	(40)	26.3
직업	자영업	(10)	6.6
	사무직/기술직	(68)	44.7
	경영/관리직	(10)	6.6
	전문직/자유직	(11)	7.2
	기능/숙련공/생산직	(3)	2.0
	판매/서비스직	(5)	3.3
	농/임/축/어업	(1)	0.7
	전업 주부	(24)	15.8
	학생	(9)	5.9
	무직	(11)	7.2
	기타	(0)	0.0



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

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 126

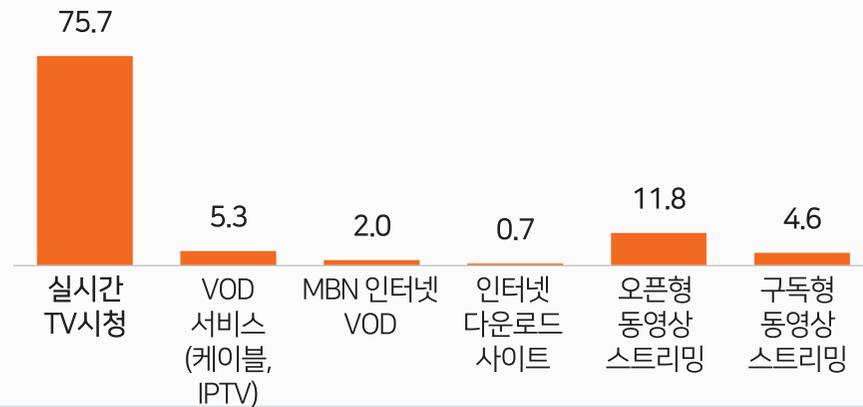
2) 뛰어야 산다2

- <뛰어야 산다2> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(75.7%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(27.3%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(84.2%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(88.1%), 연령대별로는 60대 이상(97.5%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 뛰어야 산다2 시청자, n=152, Unit : %]



2순위

[Base : 뛰어야 산다2 시청자 중 2순위 응답자, n=88, Unit : %]



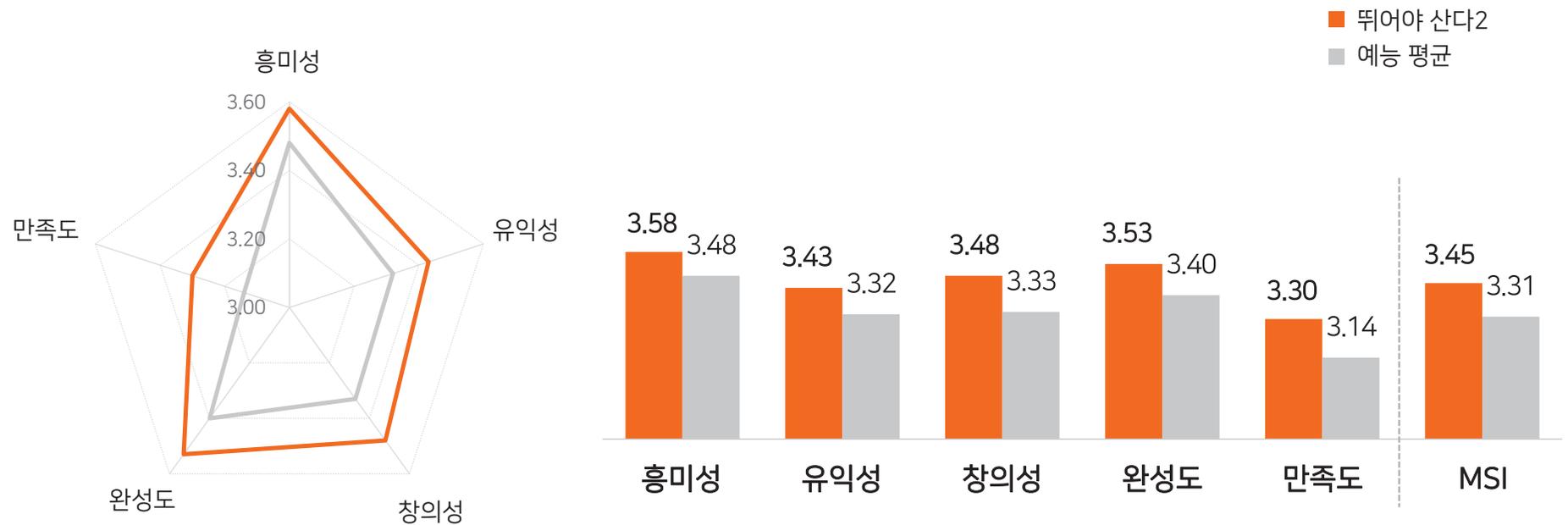
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(152)	(85)	(67)	(33)	(26)	(25)	(28)	(40)
실시간 TV시청	84.2	81.2	88.1	60.6	73.1	96.0	92.9	97.5
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	21.1	21.2	20.9	12.1	15.4	12.0	25.0	35.0
MBN 인터넷 VOD	7.9	9.4	6.0	15.2	7.7	0.0	10.7	5.0
인터넷 다운로드 사이트	8.6	14.1	1.5	24.2	7.7	4.0	0.0	5.0
오픈형 동영상 스트리밍	25.7	28.2	22.4	42.4	23.1	28.0	25.0	12.5
구독형 동영상 스트리밍	10.5	10.6	10.4	3.0	15.4	20.0	7.1	10.0

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 뛰어야 산다2 시청자, n=152, Unit : 명, %]

2) 뛰어야 산다2

- <뛰어야 산다2>의 MSI는 3.45점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.58점) > 완성도(3.53점) > 창의성(3.48점) > 유익성(3.43점) > 만족도(3.30점) 순임

프로그램 평가점수



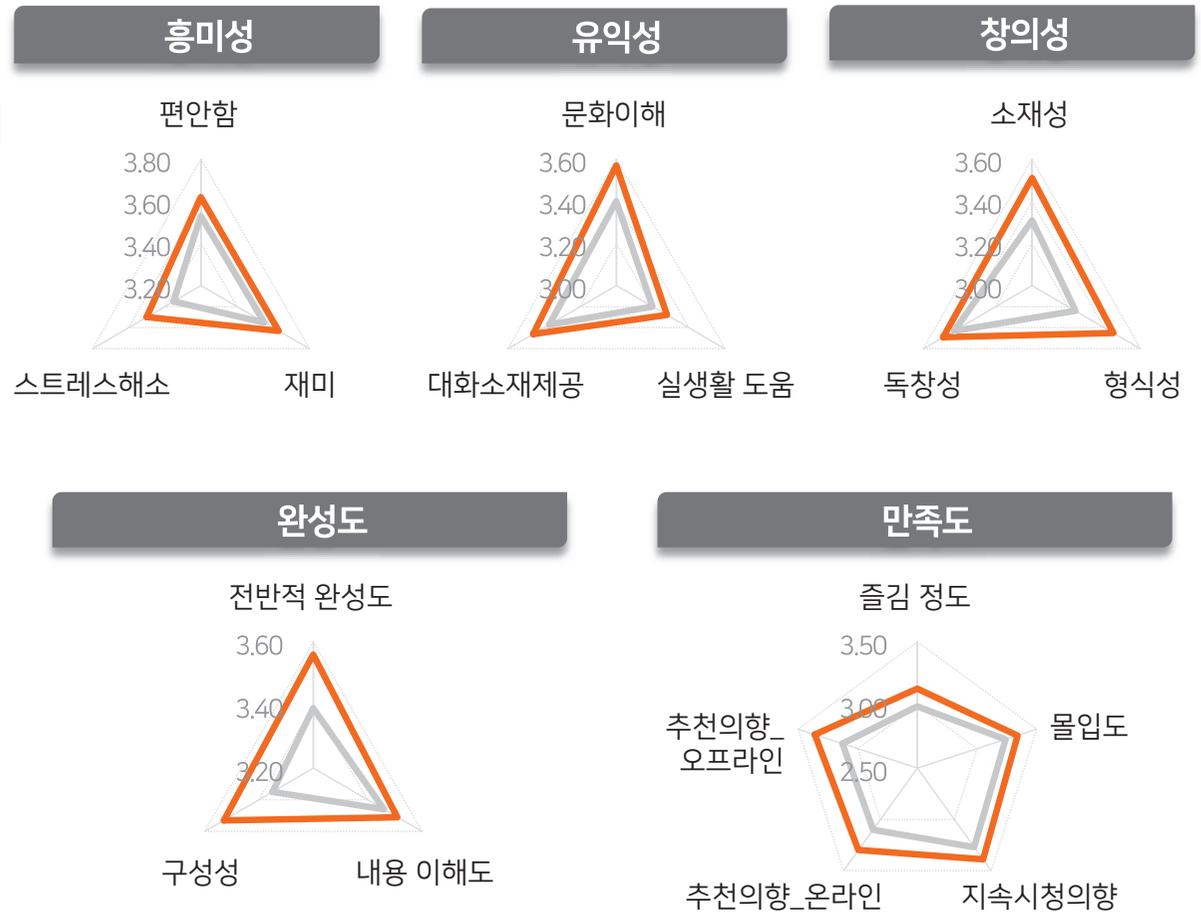
- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높음

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

2) 뛰어야 산다2

- <뛰어야 산다2>는 재미(3.63점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 편안함(3.62점)에서 높은 평가를 받음

	뛰어야 산다2	예능 전체
응답자수	(152)	(500)
MSI	3.45	3.31
흥미성 통합	3.58	3.48
편안함	3.62	3.53
재미	3.63	3.55
스트레스 해소	3.50	3.35
유익성 통합	3.43	3.32
문화이해	3.57	3.40
실생활 도움	3.28	3.20
대화소재제공	3.46	3.37
창의성 통합	3.48	3.33
소재성	3.51	3.31
형식성	3.45	3.24
독창성	3.49	3.43
완성도 통합	3.53	3.40
전반적 완성도	3.56	3.39
내용 이해도	3.51	3.46
구성성	3.53	3.35
만족도 통합	3.30	3.14
즐김 정도	3.13	2.99
몰입도	3.34	3.24
지속시청의향	3.39	3.27
추천의향_온라인	3.30	3.10
추천의향_오프라인	3.36	3.13



2) 뛰어야 산다2

- <뛰어야 산다2>의 MSI는 성별로는 남성(3.50점)에서 여성(3.38점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.61점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 재미(3.68점)를 가장 높게 평가한 반면, 여성은 편안함(3.67점)을 가장 높게 평가함

뛰어야 산다2	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(24)	(18)	(9)	(16)	(18)	(85)	(9)	(8)	(16)	(12)	(22)	(67)
MSI	3.61	3.40	3.50	3.43	3.51	3.50	3.50	3.55	3.28	3.50	3.29	3.38
흥미성 통합	3.69	3.46	3.67	3.54	3.57	3.59	3.81	3.63	3.52	3.69	3.44	3.58
편안함	3.67	3.44	3.67	3.50	3.61	3.58	4.00	3.63	3.56	3.92	3.50	3.67
재미	3.88	3.61	3.78	3.50	3.61	3.68	3.78	3.63	3.63	3.67	3.36	3.57
스트레스해소	3.54	3.33	3.56	3.63	3.50	3.51	3.67	3.63	3.38	3.50	3.45	3.49
유익성 통합	3.56	3.33	3.41	3.42	3.41	3.44	3.56	3.67	3.21	3.67	3.33	3.43
문화이해	3.75	3.44	3.44	3.50	3.44	3.54	3.67	3.88	3.50	3.75	3.45	3.60
실생활 도움	3.33	3.17	3.33	3.38	3.22	3.28	3.33	3.50	2.94	3.67	3.18	3.27
대화소재제공	3.58	3.39	3.44	3.38	3.56	3.48	3.67	3.63	3.19	3.58	3.36	3.43
창의성 통합	3.67	3.44	3.56	3.33	3.61	3.53	3.48	3.71	3.17	3.53	3.42	3.42
소재성	3.71	3.33	3.89	3.25	3.67	3.55	3.67	3.75	3.19	3.58	3.41	3.46
형식성	3.71	3.44	3.33	3.31	3.50	3.49	3.56	3.63	3.19	3.58	3.32	3.40
독창성	3.58	3.56	3.44	3.44	3.67	3.55	3.22	3.75	3.13	3.42	3.55	3.40
완성도 통합	3.69	3.44	3.63	3.40	3.63	3.56	3.59	3.63	3.46	3.47	3.42	3.49
전반적 완성도	3.88	3.44	3.78	3.44	3.50	3.61	3.56	3.63	3.50	3.50	3.41	3.49
내용 이해도	3.46	3.44	3.67	3.31	3.72	3.51	3.56	3.63	3.56	3.42	3.45	3.51
구성성	3.75	3.44	3.44	3.44	3.67	3.58	3.67	3.63	3.31	3.50	3.41	3.46
만족도 통합	3.52	3.34	3.33	3.44	3.39	3.42	3.22	3.30	3.15	3.27	3.01	3.15
즐거움 정도	3.21	3.11	3.22	3.50	3.22	3.25	2.56	2.75	2.94	3.42	3.00	2.97
몰입도	3.50	3.33	3.44	3.56	3.33	3.44	3.22	3.38	3.31	3.17	3.09	3.21
지속시청의향	3.58	3.44	3.44	3.25	3.67	3.49	3.56	3.38	3.19	3.33	3.09	3.25
추천의향_온라인	3.67	3.39	3.22	3.38	3.33	3.44	3.44	3.50	3.13	3.08	2.86	3.12
추천의향_오프라인	3.63	3.44	3.33	3.50	3.39	3.48	3.33	3.50	3.19	3.33	3.00	3.21

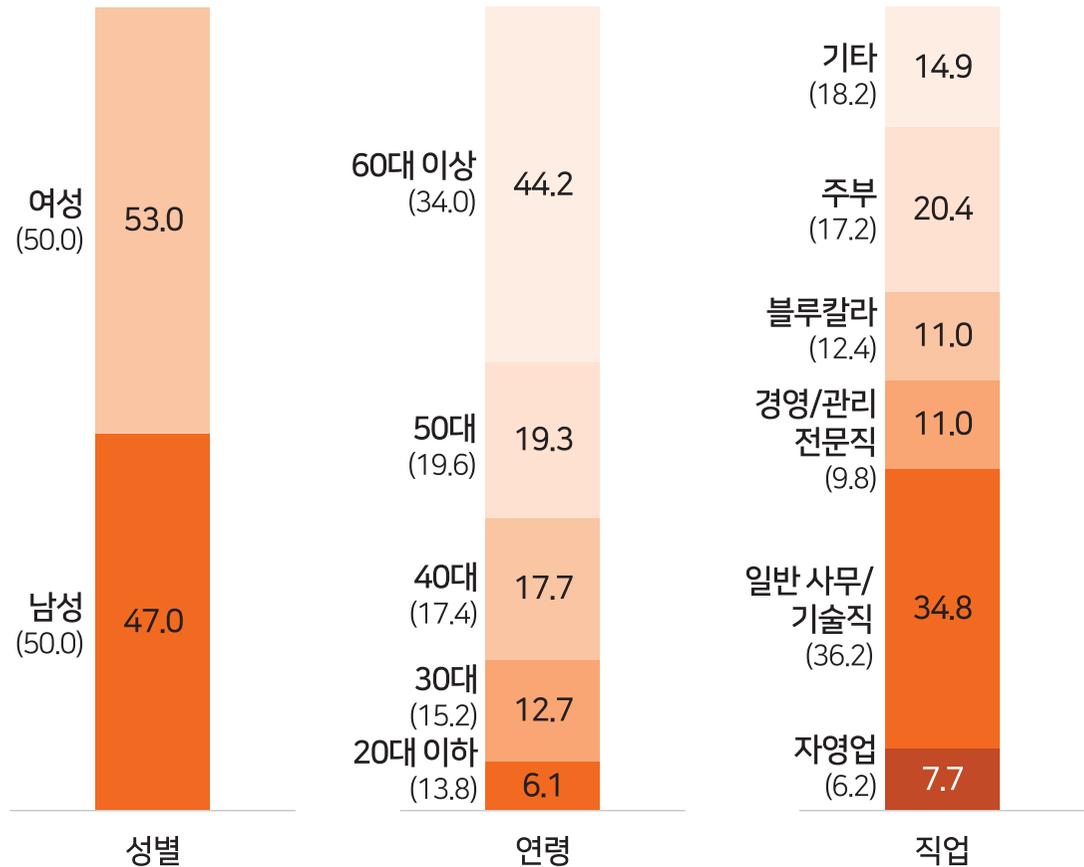
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

3) 업지의 제왕

- <업지의 제왕> 시청자는 여성(53.0%)이 남성(47.0%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(44.2%), 직업별로는 일반 사무/기술직(34.8%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

업지의 제왕 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(181)	100.0
성별	남성	(85)	47.0
	여성	(96)	53.0
연령	20대 이하	(11)	6.1
	30대	(23)	12.7
	40대	(32)	17.7
	50대	(35)	19.3
	60대 이상	(80)	44.2
직업	자영업	(14)	7.7
	사무직/기술직	(63)	34.8
	경영/관리직	(10)	5.5
	전문직/자유직	(10)	5.5
	기능/숙련공/생산직	(12)	6.6
	판매/서비스직	(7)	3.9
	농/임/축/어업	(1)	0.6
	전업 주부	(37)	20.4
	학생	(4)	2.2
	무직	(23)	12.7
	기타	(0)	0.0



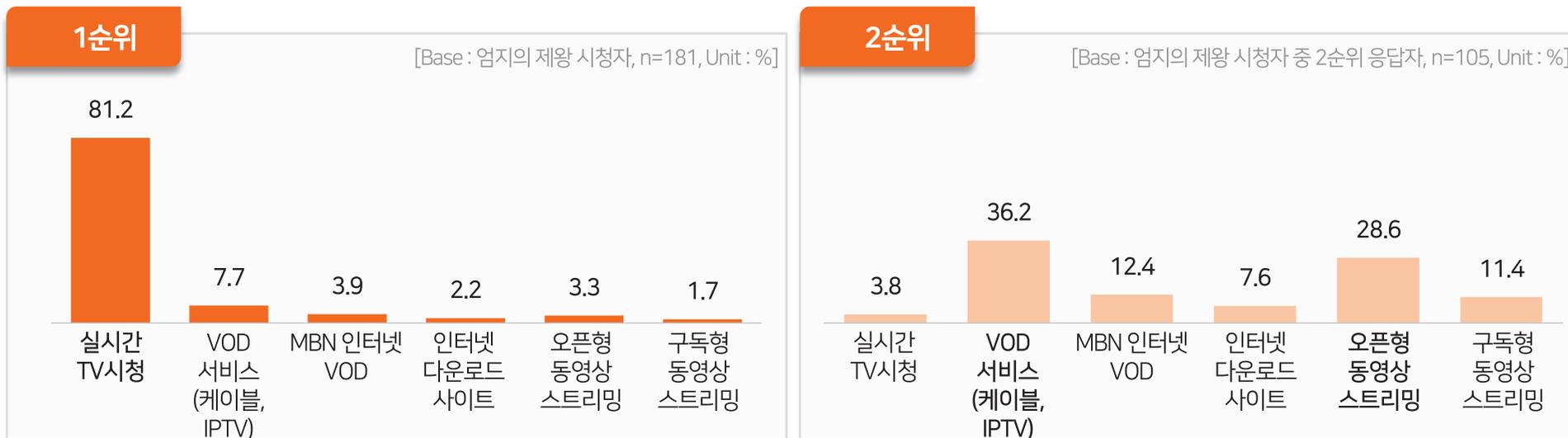
*직업 분류 : 자영업(자영업), 일반 사무/기술직(사무직/기술직), 경영/관리/전문직(경영/관리직, 전문직/자유직), 블루칼라(기능/숙련공/생산직, 판매/서비스직, 농/임/축/어업), 주부(전업 주부), 기타(학생, 무직, 기타)

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 131

3) 업지의 제왕

- <업지의 제왕> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(81.2%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(36.2%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(83.4%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 남성(84.7%), 연령대별로는 60대 이상(90.0%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법



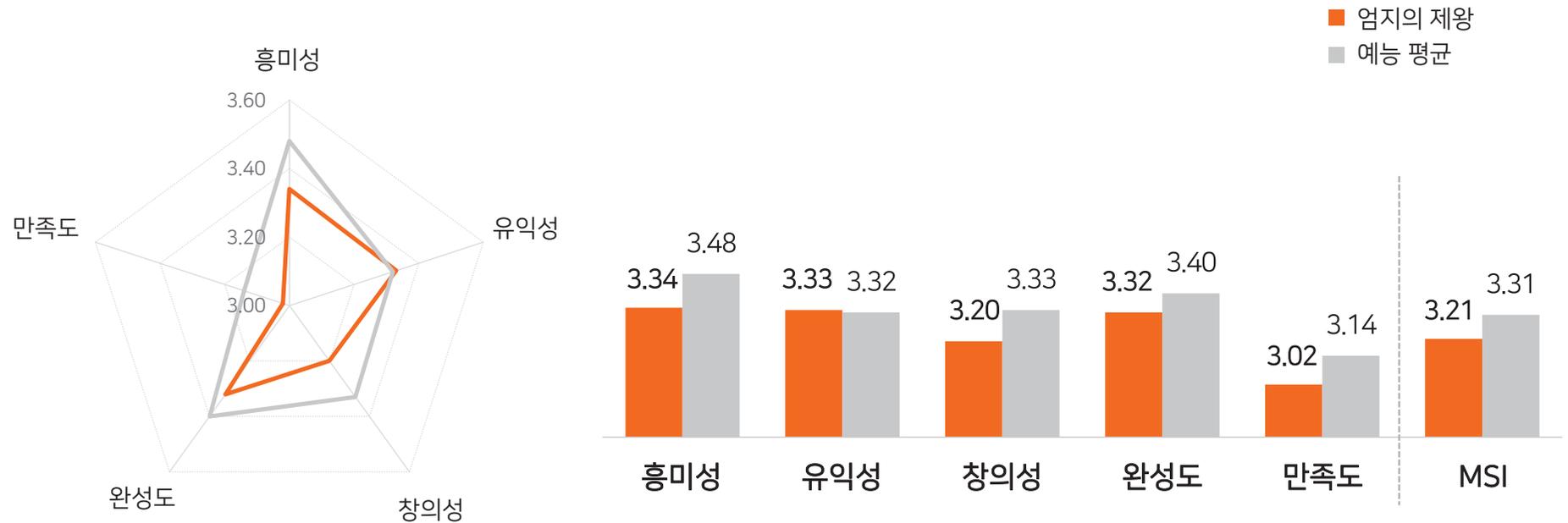
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(181)	(85)	(96)	(11)	(23)	(32)	(35)	(80)
실시간 TV시청	83.4	84.7	82.3	72.7	69.6	78.1	85.7	90.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	28.7	40.0	18.8	9.1	39.1	31.3	37.1	23.8
MBN 인터넷 VOD	11.0	10.6	11.5	18.2	21.7	12.5	2.9	10.0
인터넷 다운로드 사이트	6.6	8.2	5.2	18.2	8.7	0.0	8.6	6.3
오픈형 동영상 스트리밍	19.9	22.4	17.7	36.4	4.3	21.9	17.1	22.5
구독형 동영상 스트리밍	8.3	5.9	10.4	0.0	17.4	6.3	5.7	8.8

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 업지의 제왕 시청자, n=181, Unit : 명, %]

3) 엄지의 제왕

- <엄지의 제왕>의 MSI는 3.21점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.34점) > 유익성(3.33점) > 완성도(3.32점) > 창의성(3.20점) > 만족도(3.02점) 순임

프로그램 평가점수



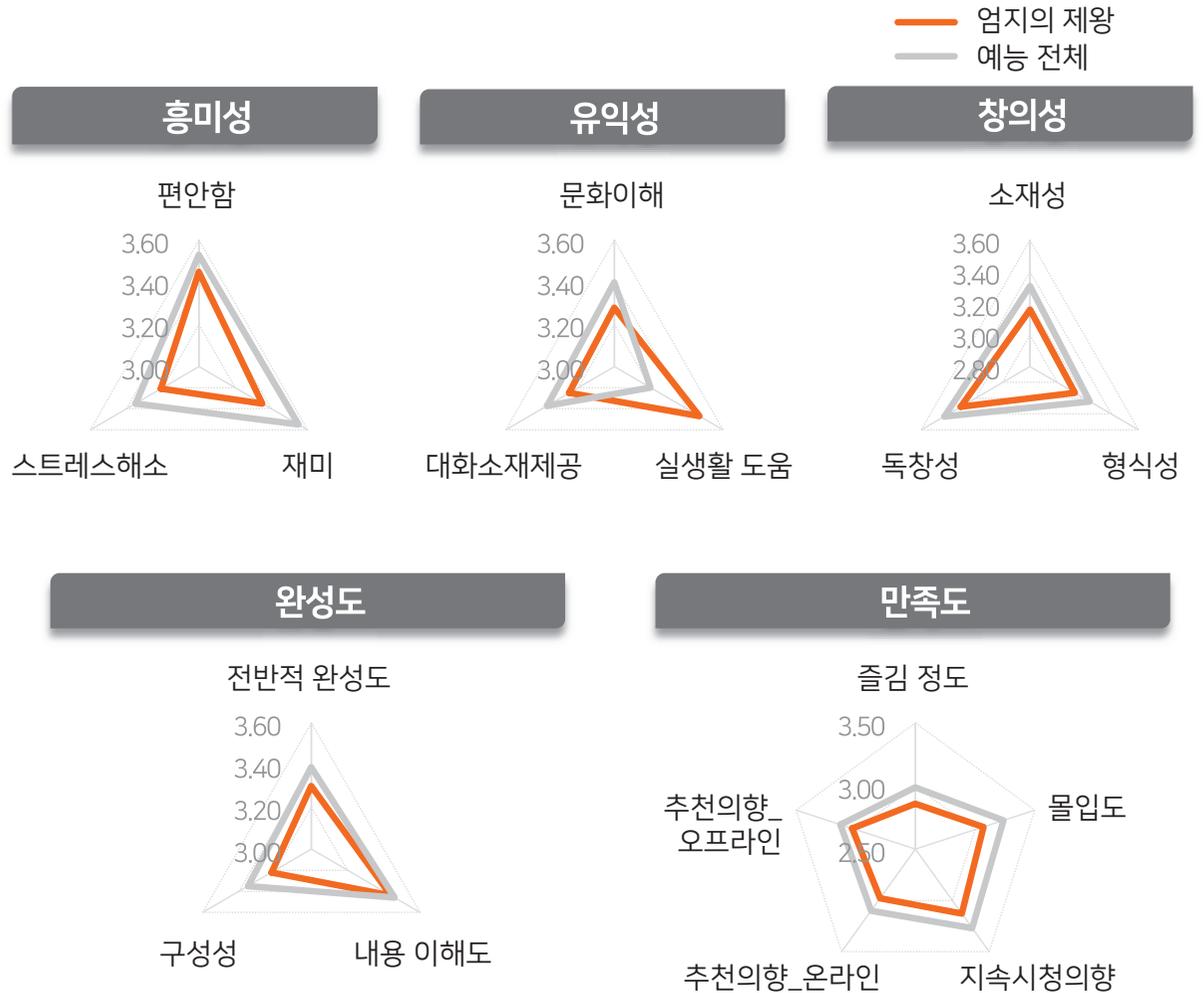
- 유익성은 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 흥미성, 창의성, 완성도, 만족도에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

3) 업지의 제왕

- <업지의 제왕>은 실생활 도움(3.47점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 편안함(3.45점)에서 높은 평가를 받음

	업지의 제왕	예능 전체
응답자수	(181)	(500)
MSI	3.21	3.31
흥미성 통합	3.34	3.48
편안함	3.45	3.53
재미	3.35	3.55
스트레스 해소	3.21	3.35
유익성 통합	3.33	3.32
문화이해	3.28	3.40
실생활 도움	3.47	3.20
대화소재제공	3.25	3.37
창의성 통합	3.20	3.33
소재성	3.16	3.31
형식성	3.13	3.24
독창성	3.31	3.43
완성도 통합	3.32	3.40
전반적 완성도	3.30	3.39
내용 이해도	3.44	3.46
구성성	3.22	3.35
만족도 통합	3.02	3.14
즐김 정도	2.86	2.99
몰입도	3.07	3.24
지속시청의향	3.13	3.27
추천의향_온라인	2.98	3.10
추천의향_오프라인	3.03	3.13



3) 업지의 제왕

- <업지의 제왕>의 MSI는 성별로는 남성(3.33점)에서 여성(3.11점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 40대 남성(3.61점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 내용 이해도(3.52점)를 가장 높게 평가한 반면, 여성은 실생활 도움(3.47점)을 가장 높게 평가함

업지의 제왕	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(9)	(14)	(12)	(20)	(30)	(85)	(2)	(9)	(20)	(15)	(50)	(96)
MSI	3.50	3.37	3.61	3.11	3.28	3.33	3.53	2.56	3.01	3.33	3.17	3.11
흥미성 통합	3.63	3.38	3.56	3.20	3.48	3.42	3.17	2.89	3.10	3.60	3.29	3.26
편안함	3.78	3.36	3.58	3.30	3.47	3.46	3.00	3.11	3.35	3.80	3.46	3.45
재미	3.44	3.29	3.58	3.15	3.60	3.42	3.00	2.89	3.15	3.67	3.30	3.28
스트레스해소	3.67	3.50	3.50	3.15	3.37	3.39	3.50	2.67	2.80	3.33	3.12	3.05
유익성 통합	3.48	3.48	3.86	3.22	3.22	3.38	3.83	2.52	3.22	3.58	3.35	3.29
문화이해	3.11	3.50	3.83	3.25	3.23	3.35	4.00	2.56	2.95	3.53	3.30	3.21
실생활 도움	3.78	3.50	3.92	3.25	3.33	3.47	3.50	2.67	3.55	3.67	3.52	3.47
대화소재제공	3.56	3.43	3.83	3.15	3.10	3.32	4.00	2.33	3.15	3.53	3.24	3.20
창의성 통합	3.41	3.17	3.58	3.13	3.39	3.32	3.50	2.63	3.00	3.22	3.16	3.09
소재성	3.33	3.21	3.50	3.10	3.37	3.29	3.50	2.56	2.95	3.07	3.14	3.04
형식성	3.22	3.21	3.50	3.05	3.30	3.25	3.50	2.56	3.00	3.27	3.04	3.03
독창성	3.67	3.07	3.75	3.25	3.50	3.42	3.50	2.78	3.05	3.33	3.30	3.21
완성도 통합	3.59	3.55	3.83	3.17	3.33	3.43	3.50	2.67	3.13	3.49	3.26	3.22
전반적 완성도	3.56	3.43	3.83	3.20	3.30	3.40	3.50	2.56	3.20	3.40	3.26	3.21
내용 이해도	3.67	3.50	3.92	3.30	3.47	3.52	3.50	2.78	3.20	3.80	3.40	3.36
구성성	3.56	3.71	3.75	3.00	3.23	3.36	3.50	2.67	3.00	3.27	3.12	3.08
만족도 통합	3.44	3.33	3.38	2.94	3.11	3.18	3.60	2.27	2.78	3.00	2.94	2.87
즐김 정도	3.33	3.14	3.08	2.90	3.03	3.06	3.00	2.22	2.55	2.80	2.76	2.68
몰입도	3.56	3.36	3.50	2.85	3.13	3.20	4.00	2.33	2.75	3.13	3.06	2.96
지속시청의향	3.44	3.29	3.58	3.00	3.23	3.26	3.50	2.22	3.00	3.20	3.10	3.02
추천의향_온라인	3.33	3.50	3.33	2.95	3.03	3.16	4.00	2.33	2.85	2.87	2.84	2.82
추천의향_오프라인	3.56	3.36	3.42	3.00	3.13	3.22	3.50	2.22	2.75	3.00	2.96	2.86

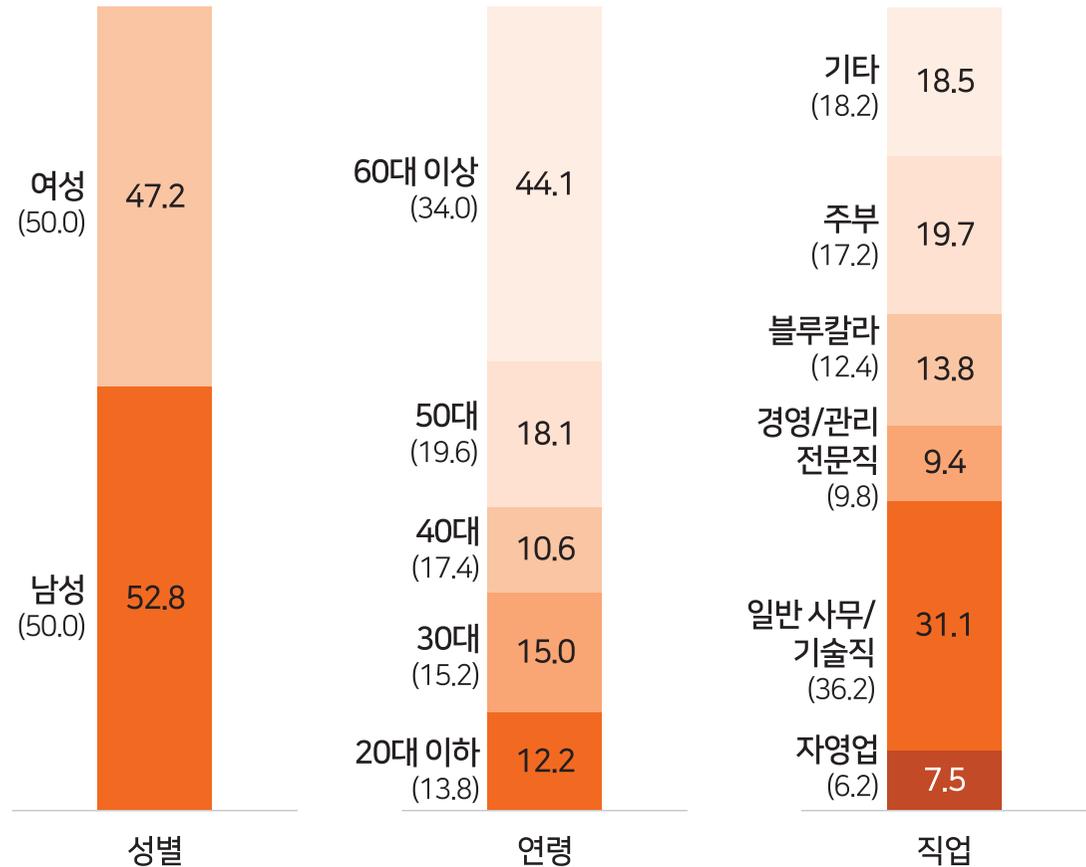
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

4) 한일톱텐쇼

- <한일톱텐쇼> 시청자는 남성(52.8%)이 여성(47.2%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(44.1%), 직업별로는 일반 사무/기술직(31.1%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

한일톱텐쇼 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(254)	100.0
성별	남성	(134)	52.8
	여성	(120)	47.2
연령	20대 이하	(31)	12.2
	30대	(38)	15.0
	40대	(27)	10.6
	50대	(46)	18.1
	60대 이상	(112)	44.1
직업	자영업	(19)	7.5
	사무직/기술직	(79)	31.1
	경영/관리직	(7)	2.8
	전문직/자유직	(17)	6.7
	기능/숙련공/생산직	(19)	7.5
	판매/서비스직	(14)	5.5
	농/임/축/어업	(2)	0.8
	전업 주부	(50)	19.7
	학생	(10)	3.9
	무직	(37)	14.6
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 136

4) 한일토크쇼

- <한일토크쇼> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(79.9%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(38.6%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(85.0%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(87.5%), 연령대별로는 60대 이상(95.5%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

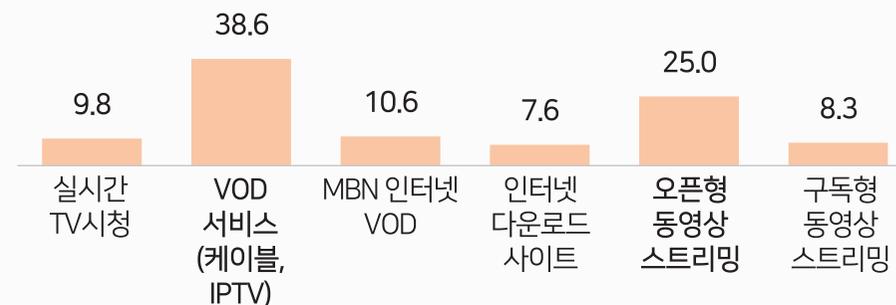
1순위

[Base : 한일토크쇼 시청자, n=254, Unit : %]



2순위

[Base : 한일토크쇼 시청자 중 2순위 응답자, n=132, Unit : %]



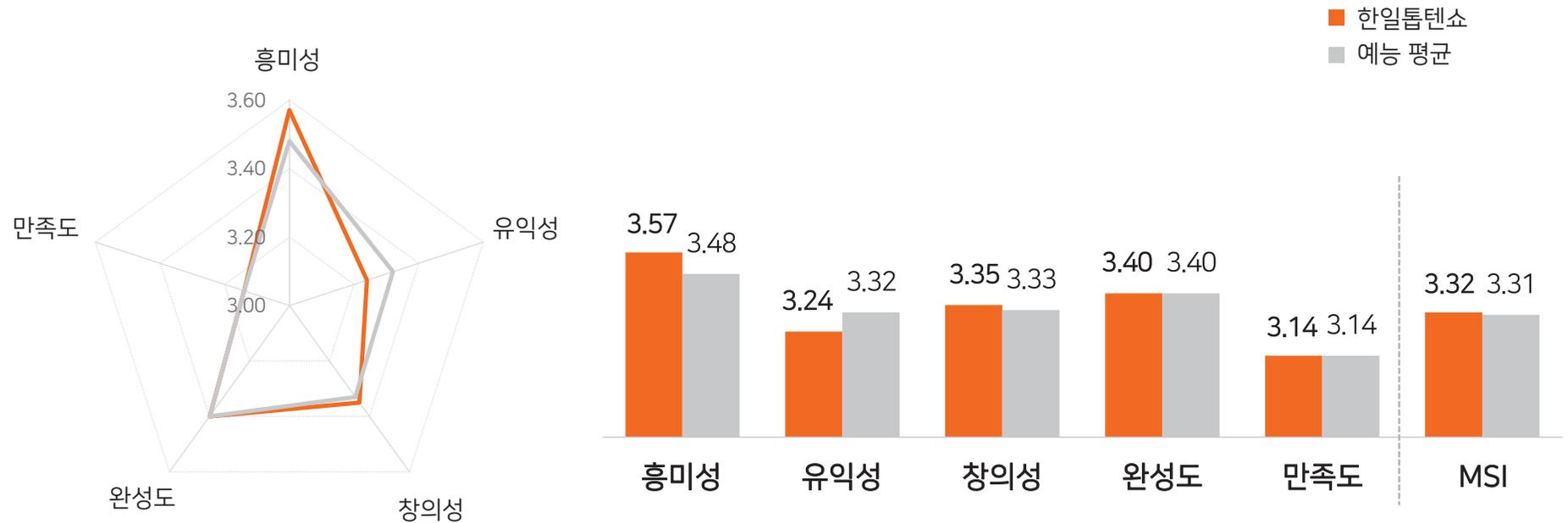
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(254)	(134)	(120)	(31)	(38)	(27)	(46)	(112)
실시간 TV시청	85.0	82.8	87.5	74.2	73.7	70.4	84.8	95.5
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	26.4	26.1	26.7	9.7	21.1	33.3	37.0	26.8
MBN 인터넷 VOD	7.5	8.2	6.7	6.5	15.8	3.7	8.7	5.4
인터넷 다운로드 사이트	5.5	6.0	5.0	9.7	7.9	0.0	6.5	4.5
오픈형 동영상 스트리밍	19.7	22.4	16.7	25.8	23.7	22.2	21.7	15.2
구독형 동영상 스트리밍	7.9	9.7	5.8	19.4	10.5	3.7	8.7	4.5

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 한일토크쇼 시청자, n=254, Unit : 명, %]

4) 한일톱텐쇼

- <한일톱텐쇼>의 MSI는 3.32점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.57점) > 완성도(3.40점) > 창의성(3.35점) > 유익성(3.24점) > 만족도(3.14점) 순임

프로그램 평가 점수



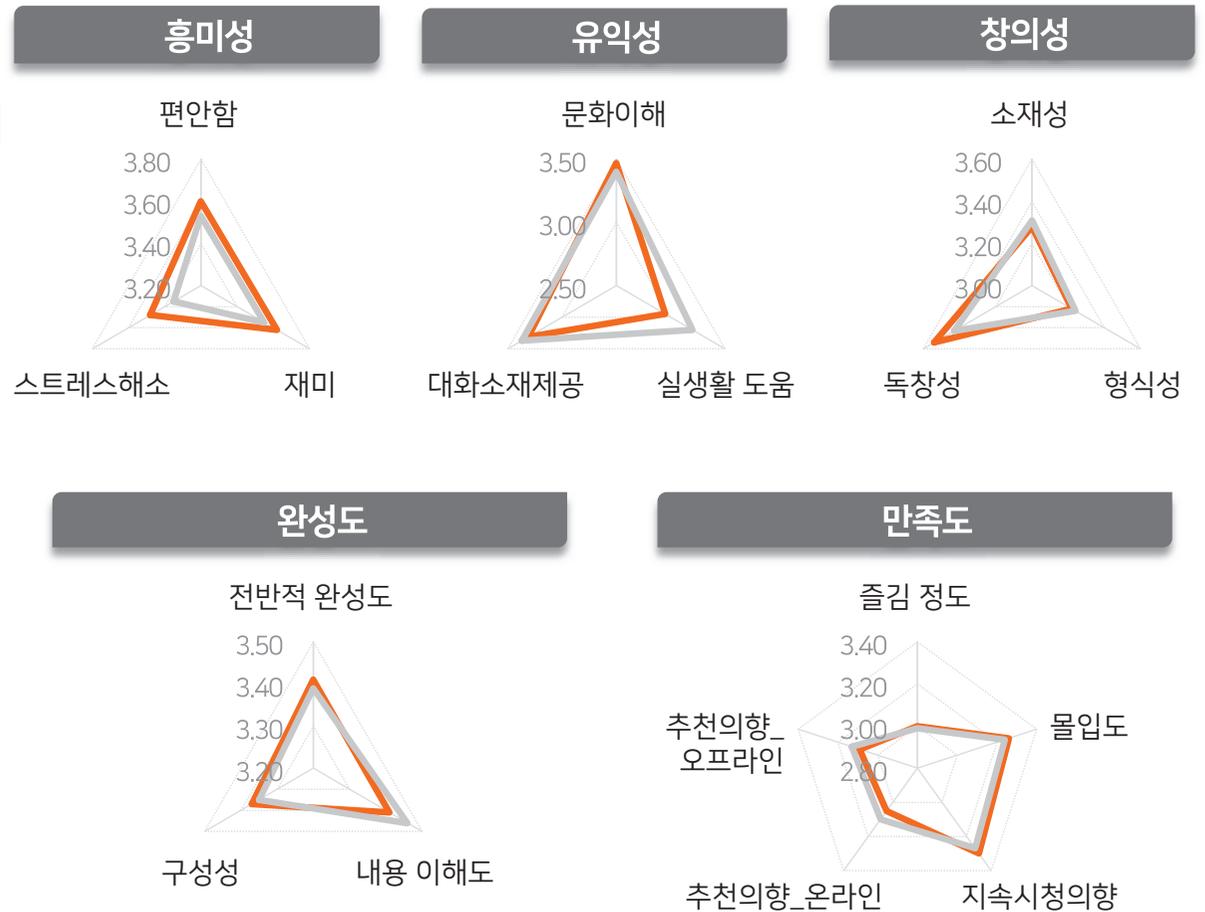
- 흥미성, 창의성은 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 유익성에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

4) 한일톱텐쇼

- <한일톱텐쇼>는 재미(3.62점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 편안함(3.60점)에서 높은 평가를 받음

	한일톱텐쇼	예능 전체
응답자수	(254)	(500)
MSI	3.32	3.31
흥미성 통합	3.57	3.48
편안함	3.60	3.53
재미	3.62	3.55
스트레스 해소	3.48	3.35
유익성 통합	3.24	3.32
문화이해	3.47	3.40
실생활 도움	2.95	3.20
대화소재제공	3.31	3.37
창의성 통합	3.35	3.33
소재성	3.28	3.31
형식성	3.22	3.24
독창성	3.54	3.43
완성도 통합	3.40	3.40
전반적 완성도	3.41	3.39
내용 이해도	3.41	3.46
구성성	3.37	3.35
만족도 통합	3.14	3.14
즐김 정도	3.00	2.99
몰입도	3.26	3.24
지속시청의향	3.30	3.27
추천의향_온라인	3.05	3.10
추천의향_오프라인	3.09	3.13



4) 한일톱텐쇼

- <한일톱텐쇼>의 MSI는 성별로는 남성(3.33점)에서 여성(3.30점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.66점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 재미(3.64점)를 가장 높게 평가한 반면, 여성은 편안함(3.62점)을 가장 높게 평가함

한일톱텐쇼	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(20)	(22)	(12)	(28)	(52)	(134)	(11)	(16)	(15)	(18)	(60)	(120)
MSI	3.66	3.55	3.33	3.04	3.26	3.33	3.37	3.06	3.00	3.24	3.45	3.30
흥미성 통합	3.75	3.80	3.58	3.25	3.58	3.57	3.52	3.40	3.20	3.48	3.73	3.56
편안함	3.70	3.82	3.42	3.36	3.60	3.58	3.45	3.50	3.20	3.56	3.80	3.62
재미	3.90	3.82	3.75	3.25	3.65	3.64	3.55	3.50	3.27	3.44	3.75	3.59
스트레스해소	3.65	3.77	3.58	3.14	3.48	3.49	3.55	3.19	3.13	3.44	3.63	3.48
유익성 통합	3.62	3.58	3.25	2.98	3.20	3.28	3.36	3.02	2.87	3.19	3.30	3.20
문화이해	3.90	3.73	3.42	3.29	3.38	3.50	3.64	3.19	3.20	3.44	3.52	3.43
실생활 도움	3.25	3.36	3.00	2.75	2.96	3.03	3.09	2.69	2.53	2.72	2.98	2.86
대화소재제공	3.70	3.64	3.33	2.89	3.25	3.31	3.36	3.19	2.87	3.39	3.40	3.30
창의성 통합	3.72	3.58	3.50	3.31	3.30	3.43	3.42	2.92	3.07	3.22	3.38	3.26
소재성	3.85	3.64	3.42	3.18	3.19	3.38	3.45	3.00	2.93	3.11	3.25	3.18
형식성	3.65	3.50	3.50	3.18	3.10	3.30	3.36	2.94	3.13	2.94	3.22	3.14
독창성	3.65	3.59	3.58	3.57	3.62	3.60	3.45	2.81	3.13	3.61	3.68	3.47
완성도 통합	3.88	3.56	3.39	3.10	3.26	3.38	3.42	3.17	3.16	3.43	3.56	3.42
전반적 완성도	3.85	3.59	3.42	3.07	3.29	3.39	3.45	3.13	3.20	3.39	3.60	3.44
내용 이해도	3.90	3.68	3.42	3.11	3.25	3.40	3.45	3.19	3.13	3.50	3.53	3.43
구성성	3.90	3.41	3.33	3.11	3.23	3.34	3.36	3.19	3.13	3.39	3.53	3.40
만족도 통합	3.48	3.35	3.10	2.74	3.10	3.12	3.24	2.89	2.81	3.01	3.35	3.16
즐거움 정도	3.45	3.45	2.83	2.79	2.98	3.07	3.09	2.50	2.53	2.78	3.15	2.93
몰입도	3.55	3.36	3.25	2.75	3.21	3.19	3.36	3.13	2.87	3.06	3.58	3.33
지속시청의향	3.65	3.45	3.33	2.89	3.25	3.28	3.36	3.00	2.93	3.22	3.52	3.32
추천의향_온라인	3.35	3.23	3.08	2.68	3.00	3.03	3.18	2.94	2.73	3.00	3.18	3.07
추천의향_오프라인	3.40	3.27	3.00	2.61	3.04	3.04	3.18	2.88	3.00	3.00	3.32	3.16

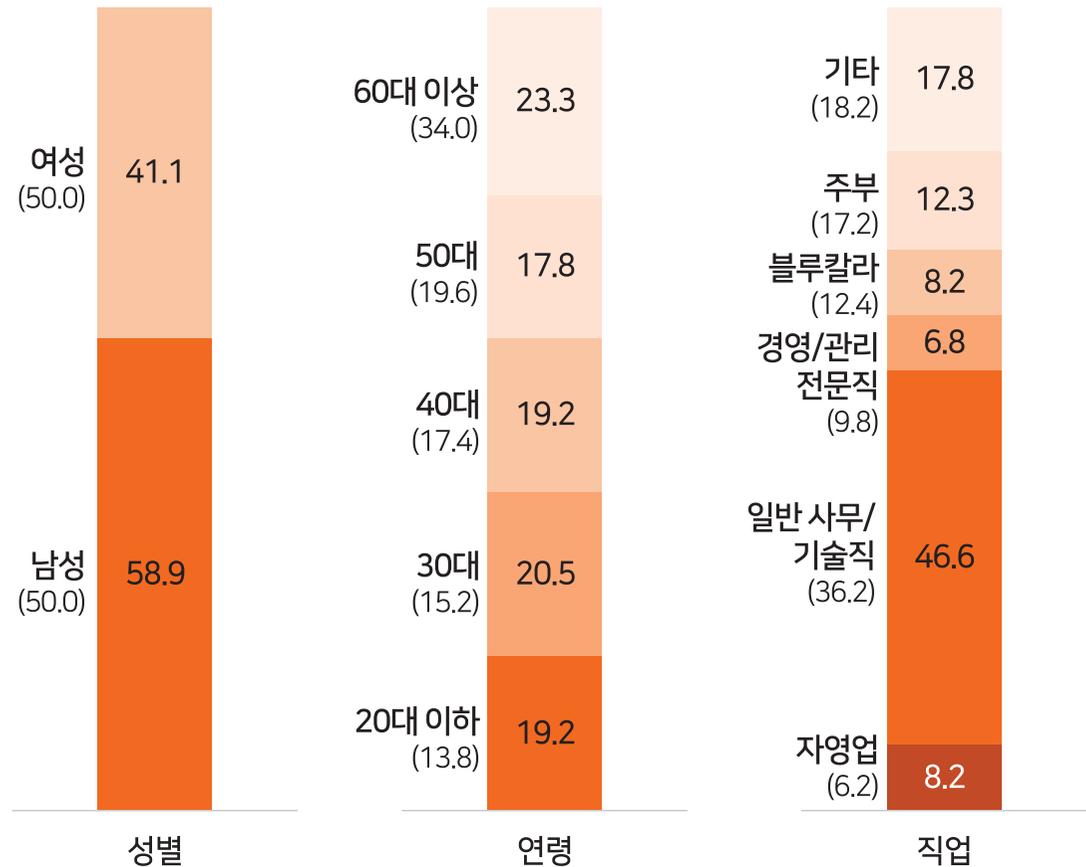
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

5) 언포게터블 듀엣

- <언포게터블 듀엣> 시청자는 남성(58.9%)이 여성(41.1%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(23.3%), 직업별로는 일반 사무/기술직(46.6%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

언포게터블 듀엣 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(73)	100.0
성별	남성	(43)	58.9
	여성	(30)	41.1
연령	20대 이하	(14)	19.2
	30대	(15)	20.5
	40대	(14)	19.2
	50대	(13)	17.8
	60대 이상	(17)	23.3
직업	자영업	(6)	8.2
	사무직/기술직	(34)	46.6
	경영/관리직	(3)	4.1
	전문직/자유직	(2)	2.7
	기능/숙련공/생산직	(4)	5.5
	판매/서비스직	(2)	2.7
	농/임/축/어업	(0)	0.0
	전업 주부	(9)	12.3
	학생	(5)	6.8
	무직	(8)	11.0
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 141

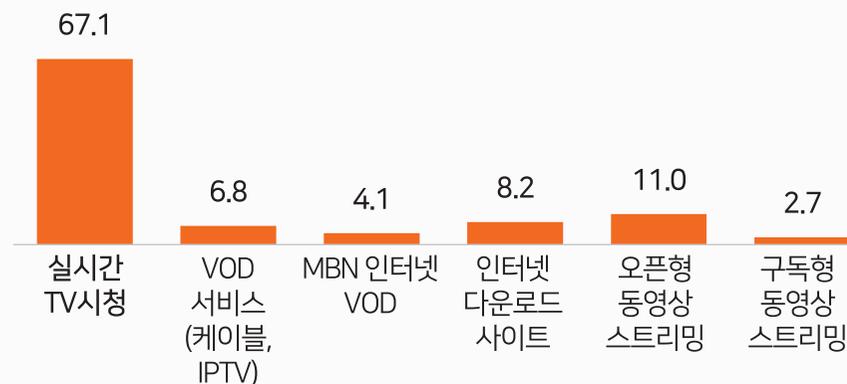
5) 언포게터블 듀엣

- <언포게터블 듀엣> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(67.1%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(33.3%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(76.7%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 남성과 여성 모두 76.7%로 동일하며, 연령대별로는 60대 이상(94.1%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 언포게터블 듀엣 시청자, n=73, Unit : %]



2순위

[Base : 언포게터블 듀엣 시청자 중 2순위 응답자, n=54, Unit : %]



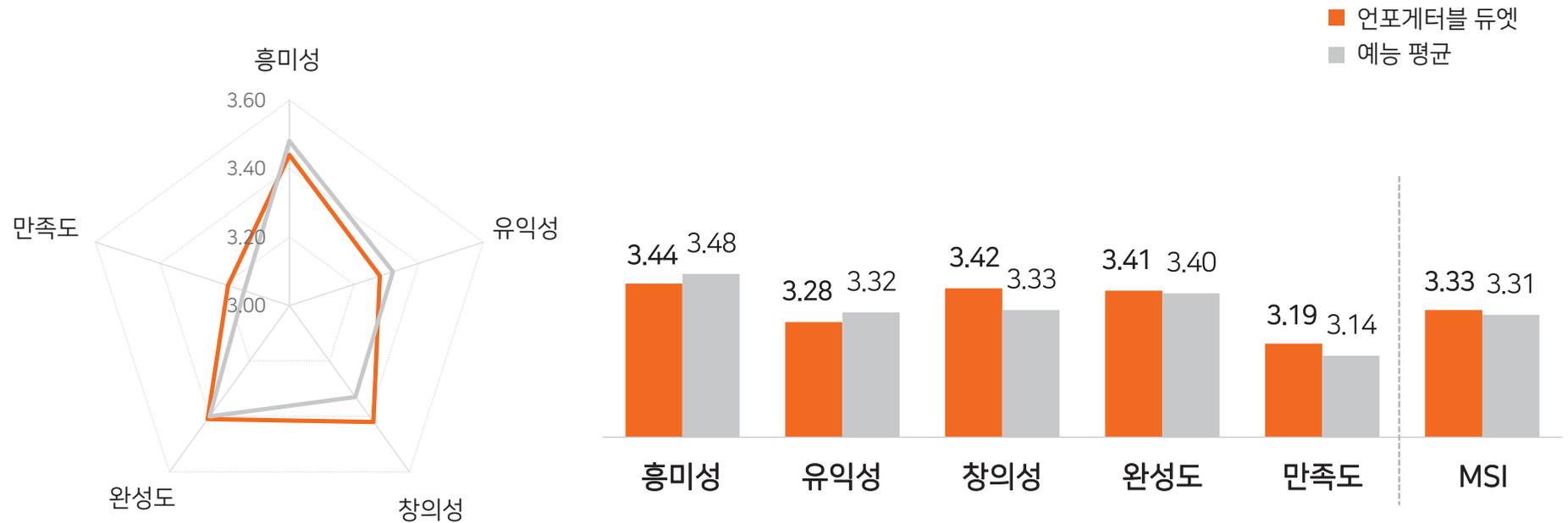
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(73)	(43)	(30)	(14)	(15)	(14)	(13)	(17)
실시간 TV시청	76.7	76.7	76.7	57.1	66.7	78.6	84.6	94.1
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	31.5	32.6	30.0	14.3	40.0	35.7	38.5	29.4
MBN 인터넷 VOD	13.7	18.6	6.7	14.3	13.3	7.1	15.4	17.6
인터넷 다운로드 사이트	13.7	11.6	16.7	21.4	13.3	21.4	15.4	0.0
오른형 동영상 스트리밍	28.8	30.2	26.7	57.1	26.7	14.3	23.1	23.5
구독형 동영상 스트리밍	9.6	14.0	3.3	14.3	13.3	7.1	0.0	11.8

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 언포게터블 듀엣 시청자, n=73, Unit : 명, %]

5) 언포게터블 듀엣

- <언포게터블 듀엣>의 MSI는 3.33점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.44점) > 창의성(3.42점) > 완성도(3.41점) > 유익성(3.28점) > 만족도(3.19점) 순임

프로그램 평가점수



- 창의성, 완성도, 만족도는 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 흥미성, 유익성에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

5) 언포게터블 듀엣

- <언포게터블 듀엣>은 재미(3.55점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 내용 이해도(3.48점)에서 높은 평가를 받음

	언포게터블 듀엣	예능 전체
응답자수	(73)	(500)
MSI	3.33	3.31
흥미성 통합	3.44	3.48
편안함	3.40	3.53
재미	3.55	3.55
스트레스 해소	3.37	3.35
유익성 통합	3.28	3.32
문화이해	3.41	3.40
실생활 도움	3.14	3.20
대화소재제공	3.30	3.37
창의성 통합	3.42	3.33
소재성	3.45	3.31
형식성	3.37	3.24
독창성	3.45	3.43
완성도 통합	3.41	3.40
전반적 완성도	3.40	3.39
내용 이해도	3.48	3.46
구성성	3.36	3.35
만족도 통합	3.19	3.14
즐김 정도	3.10	2.99
몰입도	3.22	3.24
지속시청의향	3.23	3.27
추천의향_온라인	3.18	3.10
추천의향_오프라인	3.22	3.13



5) 언포게터블 듀엣

- <언포게터블 듀엣>의 MSI는 성별로는 남성(3.40점)에서 여성(3.24점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.66점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 재미(3.67점)를 가장 높게 평가한 반면, 여성은 내용 이해도(3.50점)를 가장 높게 평가함

언포게터블 듀엣	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(12)	(9)	(6)	(11)	(5)	(43)	(2)	(6)	(8)	(2)	(12)	(30)
MSI	3.66	3.41	3.38	3.32	2.92	3.40	3.59	2.64	3.46	3.35	3.30	3.24
흥미성 통합	3.69	3.74	3.56	3.45	3.00	3.54	3.50	2.83	3.54	3.50	3.28	3.29
편안함	3.67	3.44	4.00	3.45	2.60	3.49	3.50	2.67	3.50	3.50	3.33	3.27
재미	4.08	4.11	3.33	3.27	3.20	3.67	3.50	3.00	3.63	3.50	3.33	3.37
스트레스해소	3.33	3.67	3.33	3.64	3.20	3.47	3.50	2.83	3.50	3.50	3.17	3.23
유익성 통합	3.56	3.52	3.50	3.00	3.00	3.33	3.67	2.50	3.46	3.33	3.31	3.21
문화이해	3.58	3.56	3.50	3.36	3.40	3.49	4.00	2.67	3.38	3.50	3.42	3.30
실생활 도움	3.42	3.56	3.33	2.64	2.60	3.14	3.50	2.33	3.50	3.00	3.25	3.13
대화소재제공	3.67	3.44	3.67	3.00	3.00	3.37	3.50	2.50	3.50	3.50	3.25	3.20
창의성 통합	3.69	3.41	3.44	3.55	3.13	3.50	3.67	2.67	3.58	3.50	3.39	3.32
소재성	3.83	3.56	3.50	3.55	3.20	3.58	4.00	2.67	3.63	3.00	3.25	3.27
형식성	3.67	3.22	3.33	3.55	3.20	3.44	3.50	2.67	3.38	4.00	3.33	3.27
독창성	3.58	3.44	3.50	3.55	3.00	3.47	3.50	2.67	3.75	3.50	3.58	3.43
완성도 통합	3.75	3.37	3.17	3.39	3.20	3.43	3.83	2.72	3.54	3.50	3.50	3.38
전반적 완성도	3.92	3.33	3.00	3.36	3.20	3.44	4.00	2.67	3.38	3.50	3.50	3.33
내용 이해도	3.67	3.33	3.33	3.45	3.40	3.47	4.00	2.83	3.63	3.50	3.67	3.50
구성성	3.67	3.44	3.17	3.36	3.00	3.40	3.50	2.67	3.63	3.50	3.33	3.30
만족도 통합	3.63	3.18	3.30	3.25	2.52	3.27	3.40	2.53	3.30	3.10	3.15	3.08
즐김 정도	3.67	3.33	3.33	3.00	2.60	3.26	3.00	2.50	3.25	3.00	2.75	2.87
몰입도	3.33	3.11	3.33	3.55	2.80	3.28	4.00	2.67	3.00	3.50	3.25	3.13
지속시청의향	3.83	3.00	3.33	3.27	2.80	3.33	3.50	2.50	3.38	3.00	3.17	3.10
추천의향_온라인	3.67	3.11	3.17	3.18	2.20	3.19	3.50	2.50	3.50	3.00	3.25	3.17
추천의향_오프라인	3.67	3.33	3.33	3.27	2.20	3.28	3.00	2.50	3.38	3.00	3.33	3.13

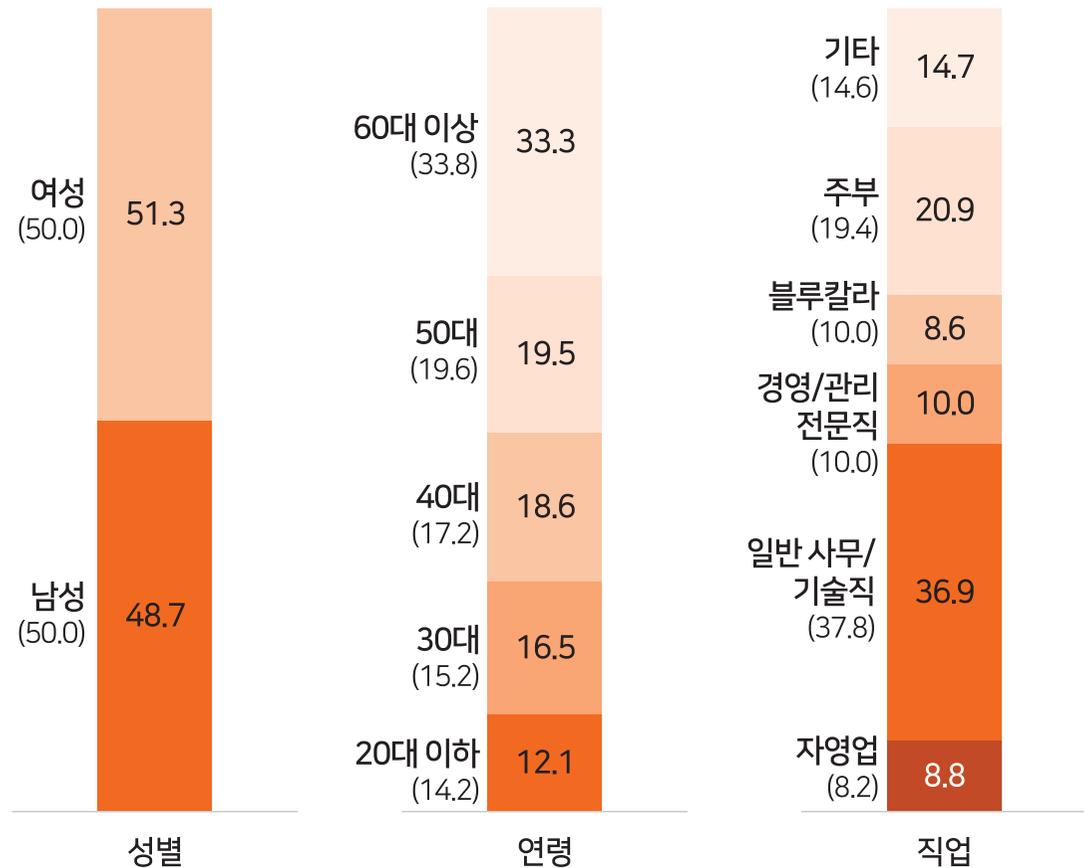
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

6) 전현무계획3

- <전현무계획3> 시청자는 여성(51.3%)이 남성(48.7%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(33.3%), 직업별로는 일반 사무/기술직(36.9%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

전현무계획3 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(339)	100.0
성별	남성	(165)	48.7
	여성	(174)	51.3
연령	20대 이하	(41)	12.1
	30대	(56)	16.5
	40대	(63)	18.6
	50대	(66)	19.5
	60대 이상	(113)	33.3
직업	자영업	(30)	8.8
	사무직/기술직	(125)	36.9
	경영/관리직	(15)	4.4
	전문직/자유직	(19)	5.6
	기능/숙련공/생산직	(14)	4.1
	판매/서비스직	(14)	4.1
	농/임/축/어업	(1)	0.3
	전업 주부	(71)	20.9
	학생	(15)	4.4
	무직	(35)	10.3
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 146

6) 전현무계획3

- <전현무계획3> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(70.5%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(35.6%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(77.0%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 남성(77.6%), 연령대별로는 60대 이상(93.8%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 전현무계획3 시청자, n=339, Unit : %]



2순위

[Base : 전현무계획3 시청자 중 2순위 응답자, n=163, Unit : %]



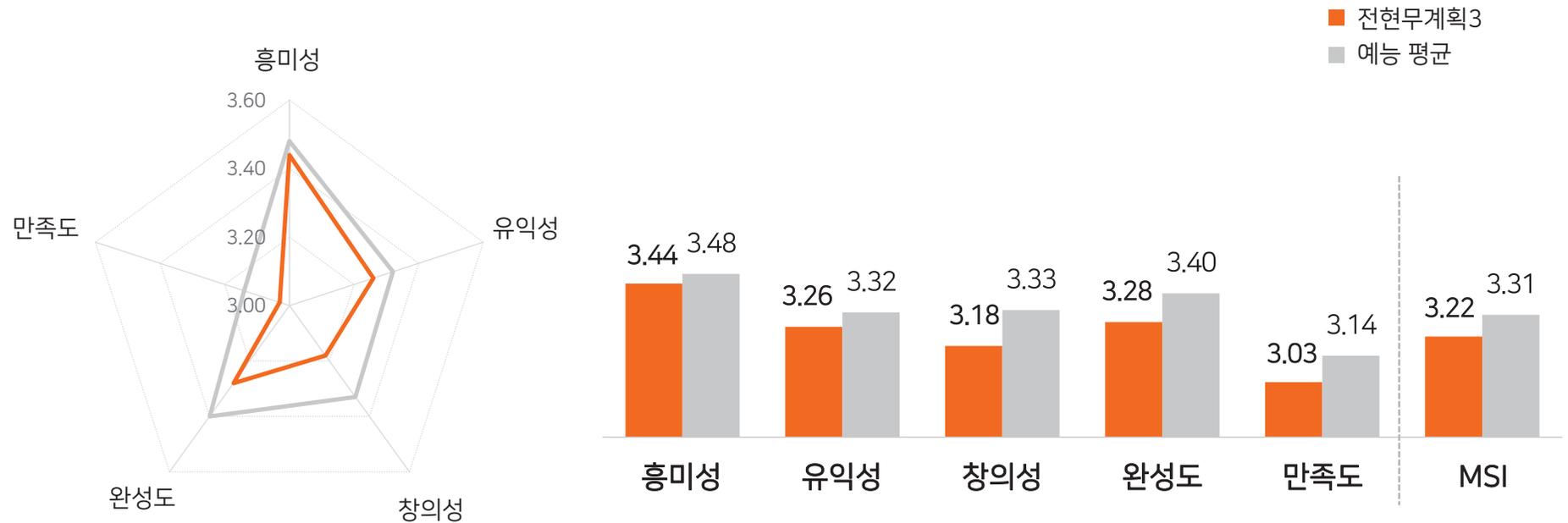
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(339)	(165)	(174)	(41)	(56)	(63)	(66)	(113)
실시간 TV시청	77.0	77.6	76.4	61.0	58.9	71.4	78.8	93.8
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	28.6	33.9	23.6	12.2	23.2	25.4	40.9	31.9
MBN 인터넷 VOD	5.3	6.1	4.6	12.2	1.8	6.3	4.5	4.4
인터넷 다운로드 사이트	2.7	4.8	0.6	14.6	0.0	3.2	0.0	0.9
오픈형 동영상 스트리밍	18.9	18.2	19.5	36.6	26.8	30.2	6.1	9.7
구독형 동영상 스트리밍	15.6	10.9	20.1	19.5	28.6	19.0	13.6	7.1

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 전현무계획3 시청자, n=339, Unit : 명, %]

6) 전현무계획3

- <전현무계획3>의 MSI는 3.22점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.44점) > 완성도(3.28점) > 유익성(3.26점) > 창의성(3.18점) > 만족도(3.03점) 순임

프로그램 평가 점수



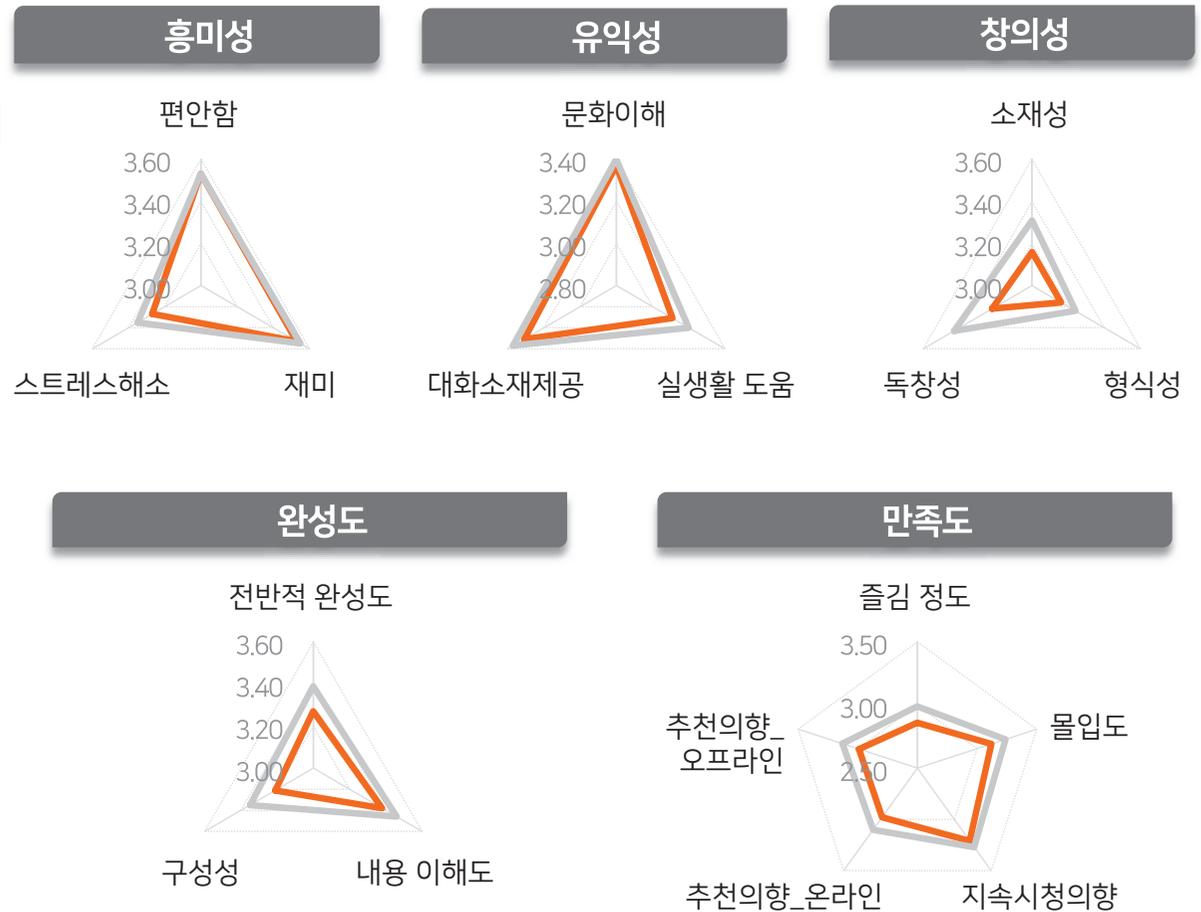
- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 점수가 낮음

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

6) 전현무계획3

- <전현무계획3>는 편안함, 재미(각 3.53점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 내용 이해도(3.38점)에서 높은 평가를 받음

	전현무계획3	예능 전체
응답자수	(339)	(500)
MSI	3.22	3.31
흥미성 통합	3.44	3.48
편안함	3.53	3.53
재미	3.53	3.55
스트레스 해소	3.27	3.35
유익성 통합	3.26	3.32
문화이해	3.37	3.40
실생활 도움	3.11	3.20
대화소재제공	3.31	3.37
창의성 통합	3.18	3.33
소재성	3.16	3.31
형식성	3.16	3.24
독창성	3.22	3.43
완성도 통합	3.28	3.40
전반적 완성도	3.27	3.39
내용 이해도	3.38	3.46
구성성	3.21	3.35
만족도 통합	3.03	3.14
즐김 정도	2.86	2.99
몰입도	3.12	3.24
지속시청의향	3.21	3.27
추천의향_온라인	2.98	3.10
추천의향_오프라인	2.99	3.13



6) 전현무계획3

- <전현무계획3>의 MSI는 성별로는 남성(3.26점)에서 여성(3.17점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.55점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 재미(3.55점)를 가장 높게 평가한 반면, 여성은 편안함(3.56점)을 가장 높게 평가함

전현무계획3	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(26)	(30)	(31)	(31)	(47)	(165)	(15)	(26)	(32)	(35)	(66)	(174)
MSI	3.55	3.32	3.17	3.26	3.14	3.26	3.26	3.27	3.11	3.14	3.15	3.17
흥미성 통합	3.60	3.39	3.47	3.55	3.34	3.45	3.51	3.49	3.41	3.42	3.42	3.43
편안함	3.54	3.60	3.52	3.61	3.34	3.50	3.60	3.58	3.59	3.57	3.53	3.56
재미	3.77	3.37	3.55	3.58	3.51	3.55	3.53	3.54	3.50	3.51	3.52	3.52
스트레스해소	3.50	3.20	3.35	3.45	3.17	3.32	3.40	3.35	3.13	3.17	3.21	3.22
유익성 통합	3.44	3.39	3.18	3.22	3.18	3.27	3.49	3.41	3.11	3.20	3.25	3.26
문화이해	3.38	3.30	3.26	3.29	3.30	3.30	3.67	3.50	3.19	3.51	3.42	3.43
실생활 도움	3.23	3.33	3.10	3.13	3.02	3.15	3.20	3.23	2.97	3.00	3.09	3.08
대화소재제공	3.69	3.53	3.19	3.23	3.23	3.35	3.60	3.50	3.19	3.09	3.23	3.26
창의성 통합	3.56	3.29	3.12	3.26	3.13	3.25	3.13	3.15	3.02	3.17	3.11	3.11
소재성	3.58	3.30	3.13	3.19	3.13	3.24	3.27	3.12	2.94	3.17	3.06	3.09
형식성	3.77	3.27	3.06	3.23	3.04	3.24	3.27	3.12	2.97	3.11	3.08	3.09
독창성	3.35	3.30	3.16	3.35	3.21	3.27	2.87	3.23	3.16	3.23	3.18	3.17
완성도 통합	3.64	3.39	3.17	3.33	3.20	3.32	3.40	3.33	3.15	3.16	3.27	3.25
전반적 완성도	3.65	3.33	3.19	3.39	3.19	3.33	3.33	3.31	3.16	3.11	3.21	3.21
내용 이해도	3.54	3.43	3.29	3.42	3.28	3.38	3.40	3.50	3.28	3.34	3.39	3.38
구성성	3.73	3.40	3.03	3.19	3.13	3.27	3.47	3.19	3.00	3.03	3.21	3.16
만족도 통합	3.52	3.20	3.01	3.06	2.97	3.12	2.97	3.08	2.98	2.91	2.89	2.95
즐거움 정도	3.42	3.10	2.94	2.94	2.81	3.01	2.73	2.54	2.78	2.77	2.74	2.72
몰입도	3.31	3.33	3.10	3.16	2.96	3.15	3.13	3.31	3.09	3.06	3.02	3.09
지속시청의향	3.73	3.20	3.19	3.23	3.19	3.28	3.13	3.27	3.13	3.06	3.14	3.14
추천의향_온라인	3.58	3.23	2.84	3.00	2.96	3.09	2.93	3.12	2.91	2.89	2.76	2.88
추천의향_오프라인	3.54	3.13	2.97	2.97	2.96	3.08	2.93	3.19	2.97	2.80	2.82	2.91

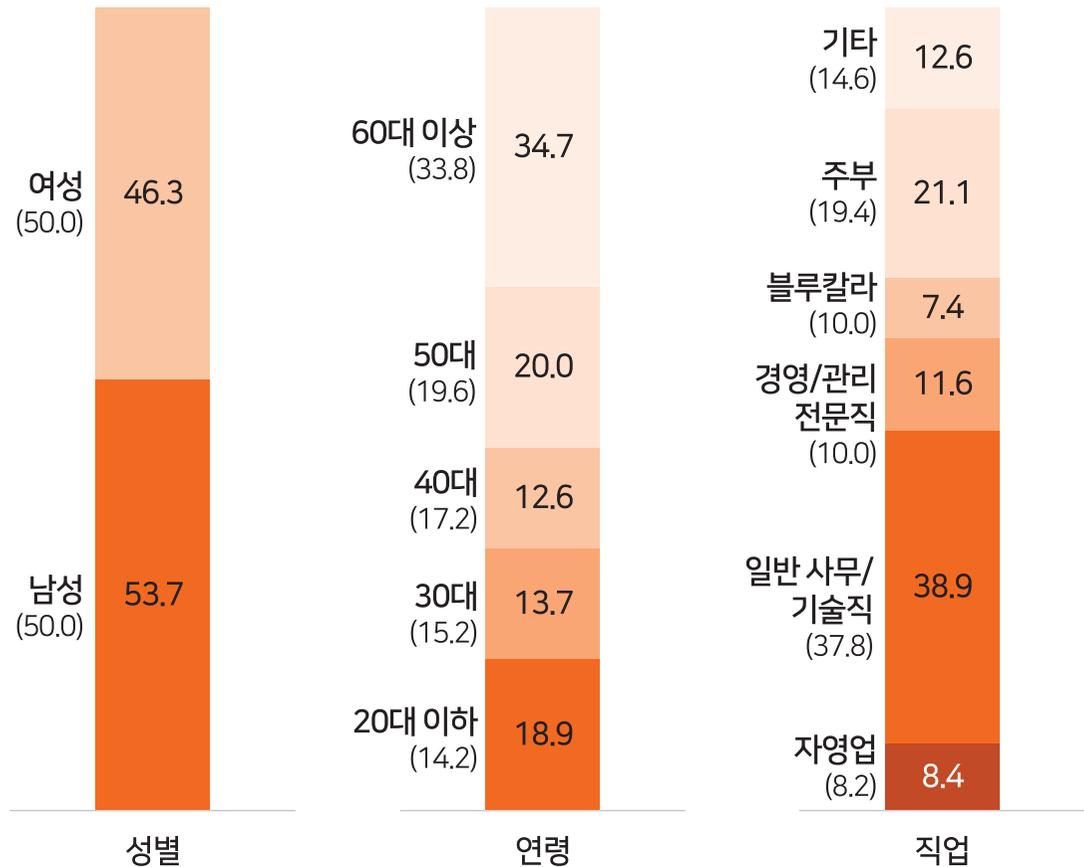
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

7) 렛츠고 파크골프 환장의 짝꿍

- <렛츠고 파크골프 환장의 짝꿍> 시청자는 남성(53.7%)이 여성(46.3%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(34.7%), 직업별로는 일반 사무/기술직(38.9%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

렛츠고 파크골프 환장의 짝꿍 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(95)	100.0
성별	남성	(51)	53.7
	여성	(44)	46.3
연령	20대 이하	(18)	18.9
	30대	(13)	13.7
	40대	(12)	12.6
	50대	(19)	20.0
	60대 이상	(33)	34.7
직업	자영업	(8)	8.4
	사무직/기술직	(37)	38.9
	경영/관리직	(6)	6.3
	전문직/자유직	(5)	5.3
	기능/숙련공/생산직	(3)	3.2
	판매/서비스직	(3)	3.2
	농/임/축/어업	(1)	1.1
	전업 주부	(20)	21.1
	학생	(5)	5.3
	무직	(7)	7.4
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 151

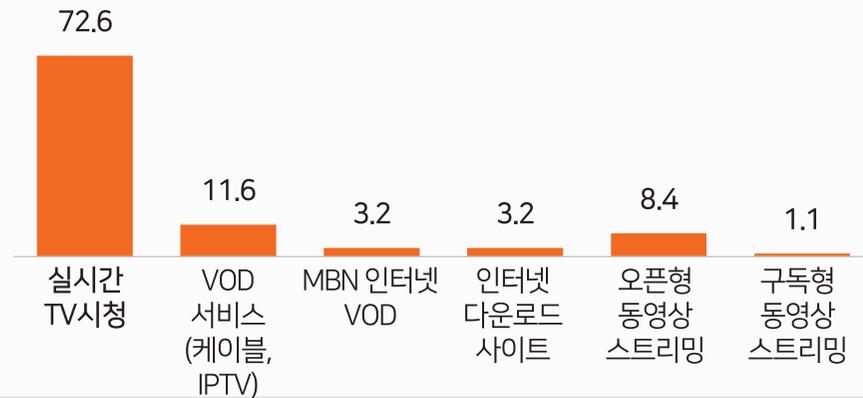
7) 렛츠고파크골프환장의 짝꿍

- <렛츠고파크골프환장의 짝꿍> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(72.6%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(28.3%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(82.1%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(88.6%), 연령대별로는 40대(100.0%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 렛츠고파크골프환장의 짝꿍 시청자, n=95, Unit : %]



2순위

[Base : 렛츠고파크골프환장의 짝꿍 시청자 중 2순위 응답자, n=53, Unit : %]



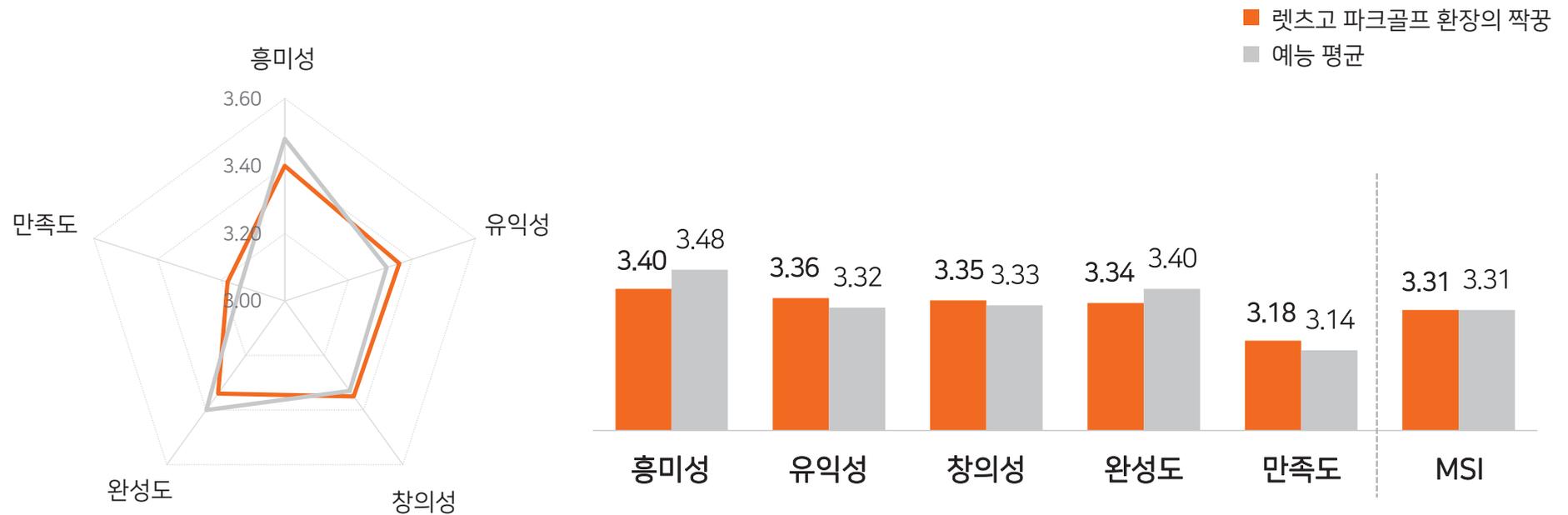
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(95)	(51)	(44)	(18)	(13)	(12)	(19)	(33)
실시간 TV시청	82.1	76.5	88.6	50.0	76.9	100.0	84.2	93.9
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	27.4	27.5	27.3	22.2	30.8	16.7	31.6	30.3
MBN 인터넷 VOD	8.4	9.8	6.8	11.1	7.7	8.3	5.3	9.1
인터넷 다운로드 사이트	11.6	17.6	4.5	33.3	15.4	8.3	0.0	6.1
오픈형 동영상 스트리밍	21.1	19.6	22.7	44.4	15.4	25.0	10.5	15.2
구독형 동영상 스트리밍	5.3	3.9	6.8	5.6	7.7	0.0	10.5	3.0

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 렛츠고파크골프환장의 짝꿍 시청자, n=95, Unit : 명, %]

7) 렛츠고파크골프 환장의 짝꿍

- <렛츠고파크골프 환장의 짝꿍>의 MSI는 3.31점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)과 동일하게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.40점) > 유익성(3.36점) > 창의성(3.35점) > 완성도(3.34점) > 만족도(3.18점) 순임

프로그램 평가 점수



- 유익성, 창의성, 만족도는 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 흥미성, 완성도에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

7) 렛츠고 파크골프 환장의 짝꿍

- <렛츠고 파크골프 환장의 짝꿍>은 편안함(3.51점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 문화이해(3.49점)에서 높은 평가를 받음

	렛츠고 파크골프 환장의 짝꿍	예능 전체
응답자수	(95)	(500)
MSI	3.31	3.31
흥미성 통합	3.40	3.48
편안함	3.51	3.53
재미	3.38	3.55
스트레스 해소	3.33	3.35
유익성 통합	3.36	3.32
문화이해	3.49	3.40
실생활 도움	3.27	3.20
대화소재제공	3.31	3.37
창의성 통합	3.35	3.33
소재성	3.44	3.31
형식성	3.18	3.24
독창성	3.43	3.43
완성도 통합	3.34	3.40
전반적 완성도	3.29	3.39
내용 이해도	3.41	3.46
구성성	3.31	3.35
만족도 통합	3.18	3.14
즐김 정도	2.94	2.99
몰입도	3.31	3.24
지속시청의향	3.23	3.27
추천의향_온라인	3.18	3.10
추천의향_오프라인	3.26	3.13

— 렛츠고 파크골프 환장의 짝꿍
— 예능 전체

흥미성



유익성



창의성



완성도



만족도



7) 렛츠고 파크골프 환장의 짝꿍

- <렛츠고 파크골프 환장의 짝꿍>의 MSI는 성별로는 남성(3.39점)에서 여성(3.22점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.56점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 편안함(3.53점)을 가장 높게 평가했고, 여성은 편안함, 문화이해(각 3.48점)를 가장 높게 평가함

렛츠고 파크골프 환장의 짝꿍	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(16)	(10)	(5)	(6)	(14)	(51)	(2)	(3)	(7)	(13)	(19)	(44)
MSI	3.56	3.16	3.05	3.44	3.47	3.39	2.79	3.45	3.15	3.38	3.13	3.22
흥미성 통합	3.44	3.30	3.20	3.50	3.60	3.44	2.83	3.67	3.05	3.62	3.32	3.36
편안함	3.44	3.60	3.40	3.67	3.57	3.53	2.50	3.67	3.14	3.62	3.58	3.48
재미	3.38	3.30	3.40	3.50	3.57	3.43	2.50	3.33	3.14	3.62	3.26	3.32
스트레스해소	3.50	3.00	2.80	3.33	3.64	3.35	3.50	4.00	2.86	3.62	3.11	3.30
유익성 통합	3.60	3.33	3.20	3.44	3.50	3.46	2.67	3.67	3.19	3.28	3.21	3.23
문화이해	3.56	3.50	3.00	3.67	3.57	3.51	2.50	4.00	3.43	3.69	3.37	3.48
실생활 도움	3.56	3.20	3.40	3.33	3.43	3.41	2.50	3.67	3.00	3.08	3.16	3.11
대화소재제공	3.69	3.30	3.20	3.33	3.50	3.47	3.00	3.33	3.14	3.08	3.11	3.11
창의성 통합	3.54	3.13	3.00	3.50	3.52	3.40	2.83	3.33	3.19	3.59	3.18	3.30
소재성	3.56	3.40	3.20	3.67	3.57	3.51	2.50	3.33	3.29	3.77	3.21	3.36
형식성	3.44	3.00	2.80	3.33	3.36	3.25	3.00	3.00	3.00	3.31	3.00	3.09
독창성	3.63	3.00	3.00	3.50	3.64	3.43	3.00	3.67	3.29	3.69	3.32	3.43
완성도 통합	3.56	3.20	3.00	3.33	3.50	3.39	3.00	3.33	3.19	3.41	3.23	3.27
전반적 완성도	3.50	3.00	3.00	3.50	3.50	3.35	3.00	3.33	3.14	3.31	3.21	3.23
내용 이해도	3.69	3.20	2.80	3.33	3.57	3.43	3.00	3.00	3.43	3.54	3.37	3.39
구성성	3.50	3.40	3.20	3.17	3.43	3.39	3.00	3.67	3.00	3.38	3.11	3.20
만족도 통합	3.60	2.96	2.92	3.43	3.33	3.31	2.70	3.33	3.14	3.17	2.88	3.03
즐거움 정도	3.44	2.50	2.80	3.33	3.14	3.10	3.00	3.00	3.00	2.85	2.53	2.75
몰입도	3.56	2.80	3.00	3.67	3.50	3.35	3.00	3.67	3.29	3.46	3.05	3.25
지속시청의향	3.69	3.10	2.80	3.17	3.50	3.37	2.50	3.67	3.00	3.08	3.05	3.07
추천의향_온라인	3.50	3.20	2.80	3.67	3.21	3.31	2.50	3.00	3.29	3.23	2.84	3.02
추천의향_오프라인	3.81	3.20	3.20	3.33	3.29	3.43	2.50	3.33	3.14	3.23	2.95	3.07

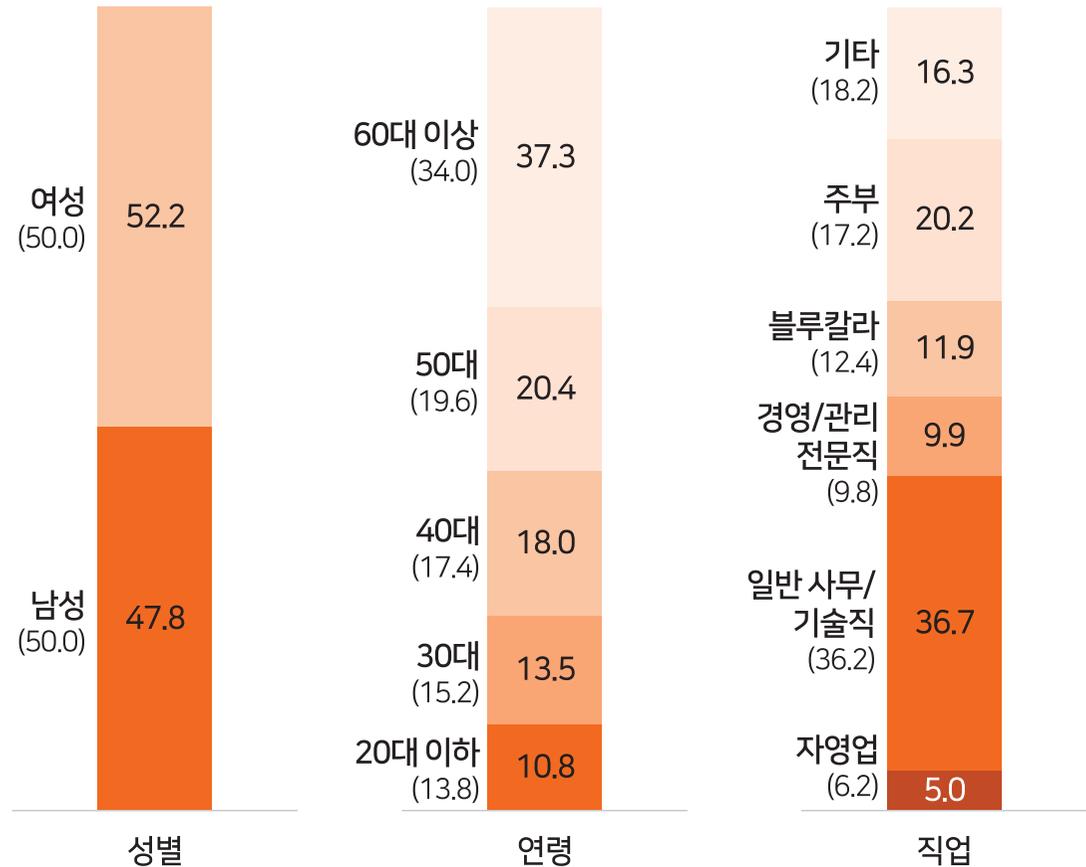
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

8) 속풀이쇼 동치미

- <속풀이쇼 동치미> 시청자는 여성(52.2%)이 남성(47.8%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(37.3%), 직업별로는 일반 사무/기술직(36.7%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

속풀이쇼 동치미 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(362)	100.0
성별	남성	(173)	47.8
	여성	(189)	52.2
연령	20대 이하	(39)	10.8
	30대	(49)	13.5
	40대	(65)	18.0
	50대	(74)	20.4
	60대 이상	(135)	37.3
직업	자영업	(18)	5.0
	사무직/기술직	(133)	36.7
	경영/관리직	(12)	3.3
	전문직/자유직	(24)	6.6
	기능/숙련공/생산직	(23)	6.4
	판매/서비스직	(19)	5.2
	농/임/축/어업	(1)	0.3
	전업 주부	(73)	20.2
	학생	(14)	3.9
	무직	(45)	12.4
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 156

8) 속풀이쇼 동치미

- <속풀이쇼 동치미> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(81.2%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(36.2%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(85.6%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(86.8%), 연령대별로는 60대 이상(91.9%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 속풀이쇼 동치미 시청자, n=362, Unit : %]



2순위

[Base : 속풀이쇼 동치미 시청자 중 2순위 응답자, n=174, Unit : %]



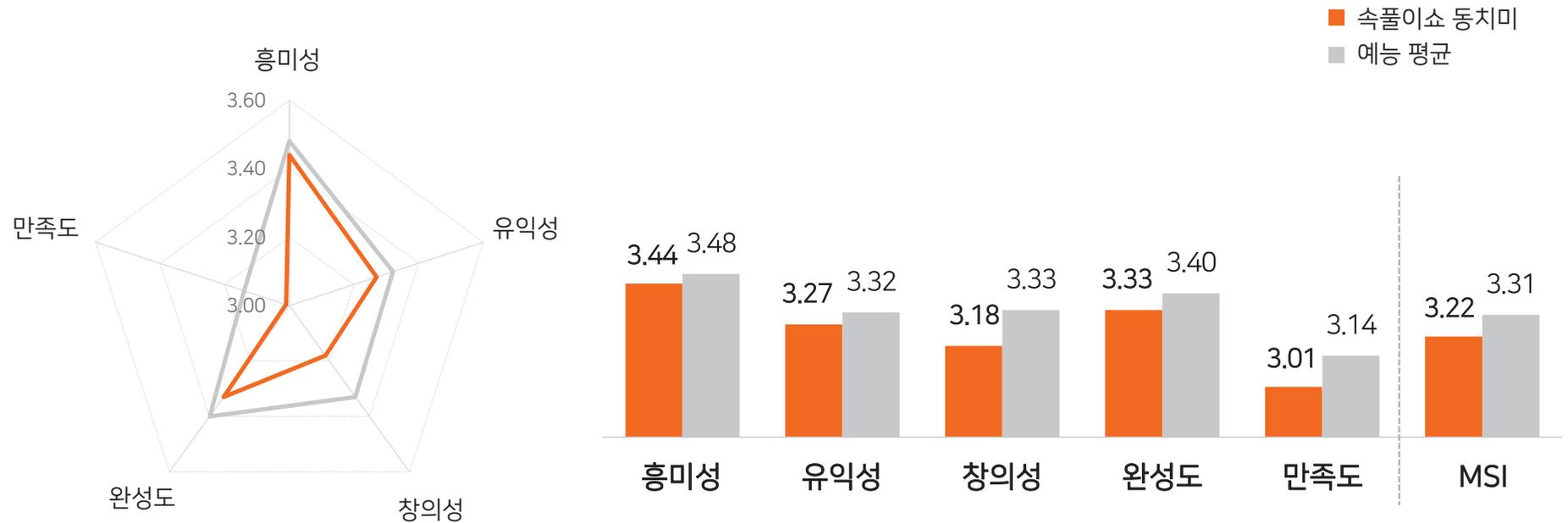
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(362)	(173)	(189)	(39)	(49)	(65)	(74)	(135)
실시간 TV시청	85.6	84.4	86.8	84.6	75.5	81.5	85.1	91.9
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	27.3	29.5	25.4	7.7	34.7	30.8	29.7	27.4
MBN 인터넷 VOD	5.8	8.7	3.2	5.1	4.1	4.6	9.5	5.2
인터넷 다운로드 사이트	4.4	3.5	5.3	5.1	6.1	1.5	6.8	3.7
오픈형 동영상 스트리밍	17.7	22.5	13.2	33.3	20.4	15.4	12.2	16.3
구독형 동영상 스트리밍	7.2	8.1	6.3	15.4	10.2	1.5	6.8	6.7

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 속풀이쇼 동치미 시청자, n=362, Unit : 명, %]

8) 속풀이쇼 동치미

- <속풀이쇼 동치미>의 MSI는 3.22점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.44점) > 완성도(3.33점) > 유익성(3.27점) > 창의성(3.18점) > 만족도(3.01점) 순임

프로그램 평가점수



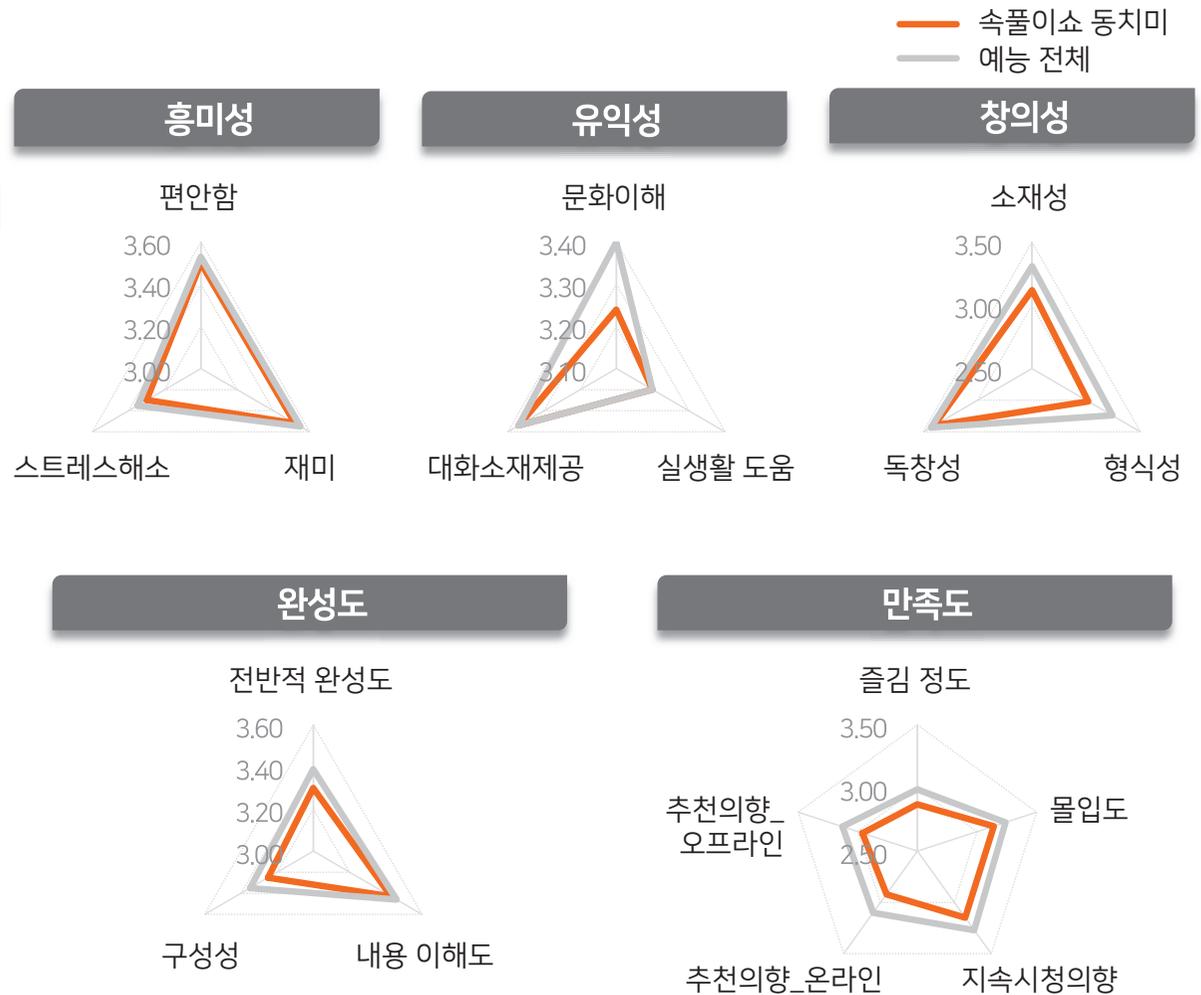
- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 점수가 낮음

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

8) 속풀이쇼 동치미

- <속풀이쇼 동치미>는 재미(3.52점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 편안함(3.50점)에서 높은 평가를 받음

	속풀이쇼 동치미	예능 전체
응답자수	(362)	(500)
MSI	3.22	3.31
흥미성 통합	3.44	3.48
편안함	3.50	3.53
재미	3.52	3.55
스트레스 해소	3.30	3.35
유익성 통합	3.27	3.32
문화이해	3.24	3.40
실생활 도움	3.20	3.20
대화소재제공	3.37	3.37
창의성 통합	3.18	3.33
소재성	3.12	3.31
형식성	3.02	3.24
독창성	3.40	3.43
완성도 통합	3.33	3.40
전반적 완성도	3.30	3.39
내용 이해도	3.43	3.46
구성성	3.25	3.35
만족도 통합	3.01	3.14
즐김 정도	2.87	2.99
몰입도	3.14	3.24
지속시청의향	3.15	3.27
추천의향_온라인	2.92	3.10
추천의향_오프라인	2.96	3.13



8) 속풀이쇼 동치미

- <속풀이쇼 동치미>의 MSI는 성별로는 남성(3.30점)에서 여성(3.14점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.65점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 편안함(3.58점)을 가장 높게 평가한 반면, 여성은 재미(3.47점)를 가장 높게 평가함

속풀이쇼 동치미	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(24)	(26)	(31)	(36)	(56)	(173)	(15)	(23)	(34)	(38)	(79)	(189)
MSI	3.65	3.48	3.19	3.10	3.27	3.30	3.29	3.17	2.98	3.10	3.19	3.14
흥미성 통합	3.86	3.74	3.40	3.36	3.46	3.53	3.40	3.48	3.23	3.35	3.39	3.36
편안함	3.92	3.81	3.42	3.42	3.52	3.58	3.47	3.61	3.26	3.45	3.44	3.43
재미	3.88	3.73	3.48	3.36	3.55	3.57	3.60	3.57	3.32	3.53	3.46	3.47
스트레스해소	3.79	3.69	3.29	3.31	3.32	3.43	3.13	3.26	3.09	3.08	3.27	3.19
유익성 통합	3.76	3.54	3.20	3.17	3.21	3.33	3.22	3.29	3.08	3.18	3.28	3.22
문화이해	3.50	3.62	3.16	3.19	3.29	3.32	3.20	3.22	2.88	3.18	3.27	3.17
실생활 도움	3.88	3.38	3.10	3.17	3.07	3.25	3.07	3.30	3.09	3.08	3.18	3.15
대화소재제공	3.92	3.62	3.35	3.14	3.29	3.40	3.40	3.35	3.26	3.29	3.39	3.34
창의성 통합	3.69	3.32	3.29	3.06	3.33	3.31	3.36	3.09	2.87	2.96	3.13	3.06
소재성	3.71	3.42	3.16	3.06	3.23	3.28	3.33	3.09	2.88	2.76	3.03	2.98
형식성	3.50	3.35	3.19	2.83	3.13	3.16	3.33	3.00	2.65	2.79	2.95	2.90
독창성	3.88	3.19	3.52	3.28	3.63	3.50	3.40	3.17	3.09	3.34	3.41	3.31
완성도 통합	3.69	3.63	3.29	3.20	3.36	3.40	3.40	3.28	3.15	3.29	3.25	3.26
전반적 완성도	3.71	3.50	3.35	3.19	3.29	3.37	3.33	3.22	3.24	3.21	3.23	3.23
내용 이해도	3.71	3.77	3.19	3.28	3.46	3.46	3.47	3.52	3.21	3.47	3.41	3.40
구성성	3.67	3.62	3.32	3.14	3.34	3.38	3.40	3.09	3.00	3.18	3.13	3.13
만족도 통합	3.40	3.29	2.95	2.87	3.09	3.09	3.16	2.91	2.73	2.85	3.02	2.93
즐거움 정도	3.21	3.23	2.84	2.83	3.02	3.01	2.87	2.65	2.59	2.68	2.84	2.74
몰입도	3.50	3.38	3.00	2.97	3.14	3.17	3.13	3.13	2.91	3.16	3.18	3.12
지속시청의향	3.50	3.42	3.19	2.97	3.23	3.24	3.20	3.04	2.94	3.00	3.15	3.07
추천의향_온라인	3.42	3.12	2.84	2.72	3.04	3.00	3.33	2.83	2.56	2.68	2.95	2.84
추천의향_오프라인	3.38	3.31	2.87	2.86	3.00	3.05	3.27	2.91	2.65	2.74	2.96	2.88

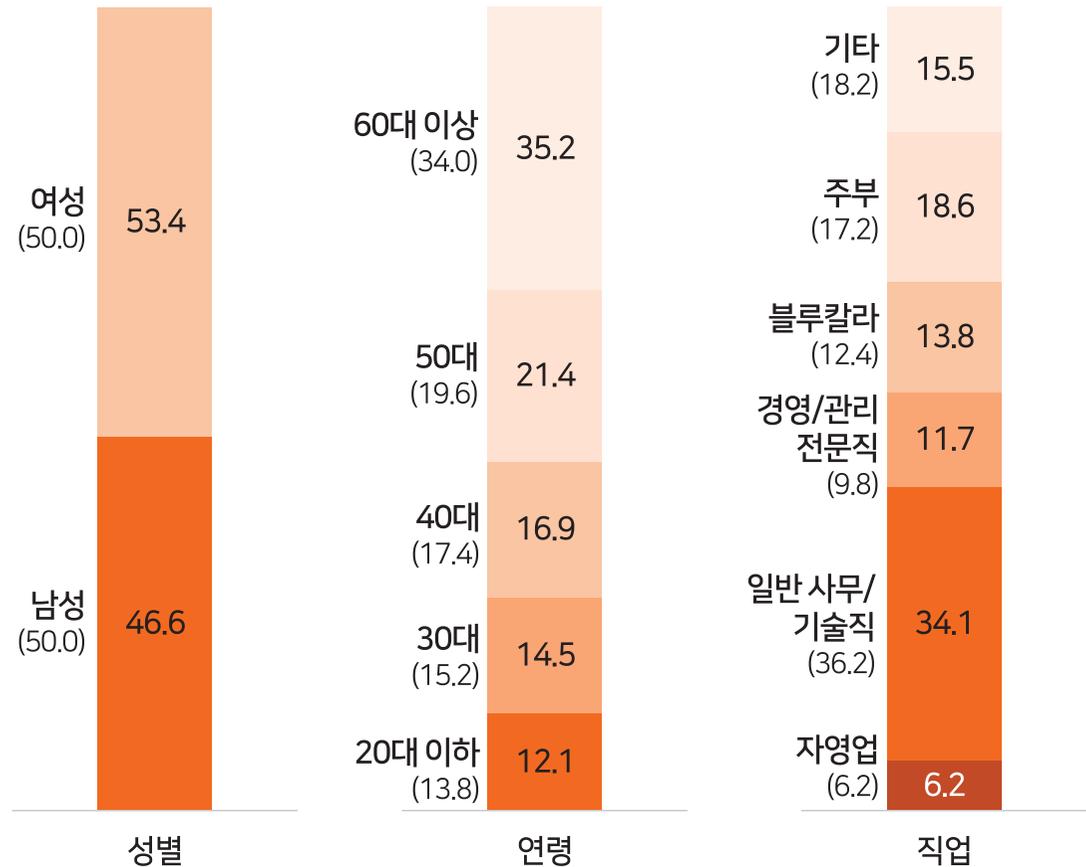
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

9) 알토란

- <알토란> 시청자는 여성(53.4%)이 남성(46.6%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(35.2%), 직업별로는 일반 사무/기술직(34.1%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

알토란 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(290)	100.0
성별	남성	(135)	46.6
	여성	(155)	53.4
연령	20대 이하	(35)	12.1
	30대	(42)	14.5
	40대	(49)	16.9
	50대	(62)	21.4
	60대 이상	(102)	35.2
직업	자영업	(18)	6.2
	사무직/기술직	(99)	34.1
	경영/관리직	(13)	4.5
	전문직/자유직	(21)	7.2
	기능/숙련공/생산직	(21)	7.2
	판매/서비스직	(18)	6.2
	농/임/축/어업	(1)	0.3
	전업 주부	(54)	18.6
	학생	(11)	3.8
	무직	(34)	11.7
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 161

9) 알토란

- <알토란> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(81.4%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(41.0%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(85.5%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(88.4%), 연령대별로는 60대 이상(91.2%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 알토란 시청자, n=290, Unit : %]



2순위

[Base : 알토란 시청자 중 2순위 응답자, n=139, Unit : %]



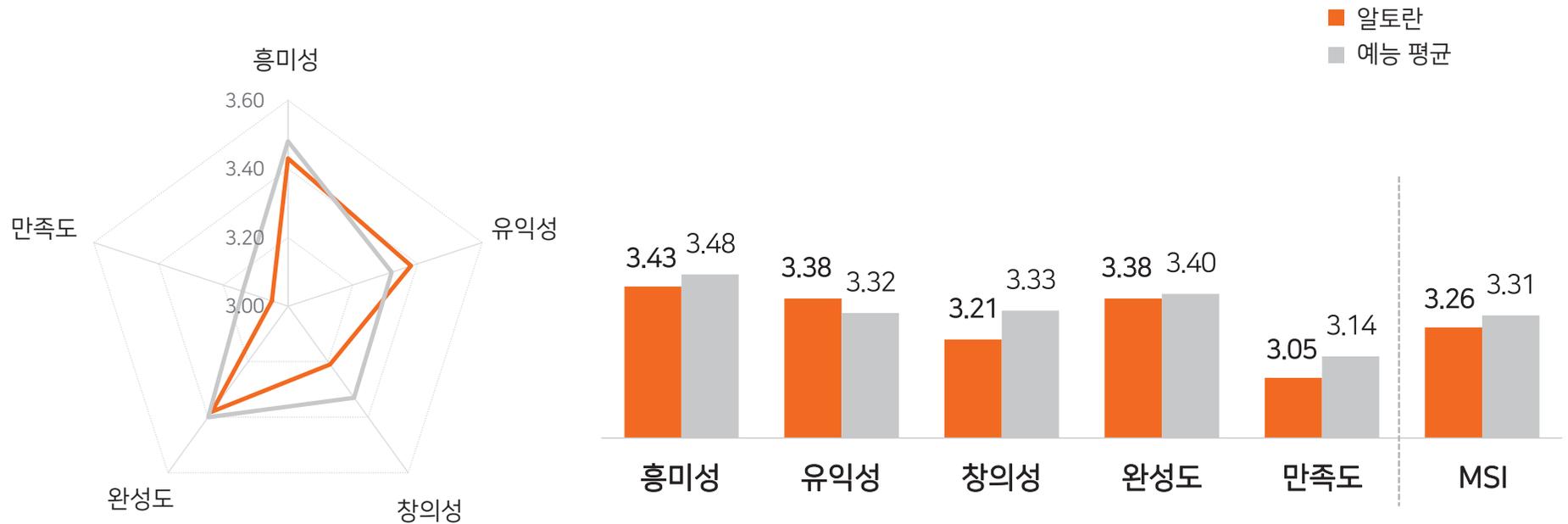
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(290)	(135)	(155)	(35)	(42)	(49)	(62)	(102)
실시간 TV시청	85.5	82.2	88.4	82.9	71.4	87.8	85.5	91.2
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	27.9	34.1	22.6	22.9	31.0	28.6	32.3	25.5
MBN 인터넷 VOD	5.9	8.1	3.9	11.4	9.5	4.1	4.8	3.9
인터넷 다운로드 사이트	5.9	6.7	5.2	8.6	4.8	2.0	3.2	8.8
오픈형 동영상 스트리밍	16.2	19.3	13.5	20.0	16.7	14.3	14.5	16.7
구독형 동영상 스트리밍	6.6	7.4	5.8	5.7	9.5	4.1	8.1	5.9

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 알토란 시청자, n=290, Unit : 명, %]

9) 알토란

- <알토란>의 MSI는 3.26점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.43점) > 유익성, 완성도(각 3.38점) > 창의성(3.21점) > 만족도(3.05점) 순임

프로그램 평가 점수



- 유익성은 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 흥미성, 창의성, 완성도, 만족도에서는 평균 대비 낮게 평가됨

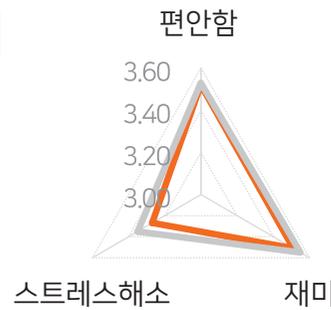
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

9) 알토란

- <알토란>은 실생활 도움(3.58점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 편안함(3.52점)에서 높은 평가를 받음

	알토란	예능 전체
응답자수	(290)	(500)
MSI	3.26	3.31
흥미성 통합	3.43	3.48
편안함	3.52	3.53
재미	3.51	3.55
스트레스 해소	3.27	3.35
유익성 통합	3.38	3.32
문화이해	3.29	3.40
실생활 도움	3.58	3.20
대화소재제공	3.28	3.37
창의성 통합	3.21	3.33
소재성	3.19	3.31
형식성	3.09	3.24
독창성	3.33	3.43
완성도 통합	3.38	3.40
전반적 완성도	3.34	3.39
내용 이해도	3.48	3.46
구성성	3.33	3.35
만족도 통합	3.05	3.14
즐김 정도	2.87	2.99
몰입도	3.14	3.24
지속시청의향	3.23	3.27
추천의향_온라인	3.00	3.10
추천의향_오프라인	2.99	3.13

흥미성



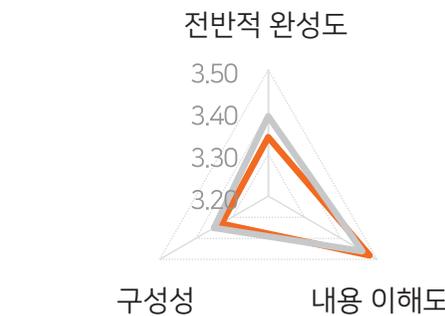
유익성



창의성



완성도



만족도



9) 알토란

- <알토란>의 MSI는 성별로는 남성(3.29점)에서 여성(3.24점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 30대 남성(3.48점) 에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 편안함(3.54점)을 가장 높게 평가한 반면, 여성은 실생활 도움(3.65점)을 가장 높게 평가함

알토란	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(18)	(22)	(23)	(33)	(39)	(135)	(17)	(20)	(26)	(29)	(63)	(155)
MSI	3.42	3.48	3.23	3.17	3.27	3.29	3.34	2.99	3.16	3.18	3.35	3.24
흥미성 통합	3.67	3.56	3.45	3.38	3.42	3.47	3.37	3.15	3.31	3.34	3.55	3.40
편안함	3.72	3.55	3.61	3.55	3.41	3.54	3.47	3.15	3.35	3.48	3.70	3.50
재미	3.72	3.68	3.61	3.36	3.44	3.53	3.41	3.35	3.50	3.41	3.62	3.50
스트레스해소	3.56	3.45	3.13	3.24	3.41	3.35	3.24	2.95	3.08	3.14	3.33	3.19
유익성 통합	3.63	3.45	3.33	3.21	3.31	3.36	3.45	3.17	3.23	3.40	3.54	3.40
문화이해	3.44	3.32	3.35	3.27	3.23	3.30	3.41	2.95	3.04	3.21	3.46	3.27
실생활 도움	3.78	3.55	3.61	3.30	3.44	3.50	3.53	3.30	3.50	3.72	3.83	3.65
대화소재제공	3.67	3.50	3.04	3.06	3.26	3.27	3.41	3.25	3.15	3.28	3.33	3.29
창의성 통합	3.50	3.41	3.25	3.13	3.26	3.28	3.31	2.93	3.01	3.05	3.25	3.14
소재성	3.50	3.45	3.26	3.15	3.18	3.27	3.29	2.95	3.00	3.03	3.22	3.12
형식성	3.50	3.41	3.13	2.91	3.10	3.16	3.24	2.80	2.92	2.97	3.11	3.03
독창성	3.50	3.36	3.35	3.33	3.51	3.41	3.41	3.05	3.12	3.14	3.41	3.26
완성도 통합	3.46	3.58	3.43	3.32	3.32	3.40	3.43	3.10	3.38	3.34	3.44	3.37
전반적 완성도	3.44	3.45	3.30	3.27	3.38	3.36	3.35	3.10	3.35	3.31	3.38	3.32
내용 이해도	3.67	3.68	3.43	3.52	3.38	3.51	3.41	3.20	3.38	3.45	3.59	3.46
구성성	3.28	3.59	3.57	3.18	3.21	3.33	3.53	3.00	3.42	3.28	3.35	3.32
만족도 통합	3.08	3.42	2.89	2.94	3.11	3.08	3.20	2.74	2.99	2.94	3.11	3.02
즐거움 정도	3.06	3.41	2.61	2.79	3.03	2.96	2.88	2.40	2.81	2.66	2.92	2.78
몰입도	3.11	3.32	3.13	3.09	3.13	3.15	3.18	2.80	3.08	3.07	3.29	3.14
지속시청의향	3.22	3.55	3.22	3.12	3.28	3.27	3.29	2.85	3.12	3.21	3.32	3.20
추천의향_온라인	3.00	3.36	2.78	2.94	3.10	3.04	3.24	2.80	2.96	2.83	3.03	2.97
추천의향_오프라인	3.00	3.45	2.70	2.76	3.03	2.97	3.41	2.85	3.00	2.93	2.98	3.01

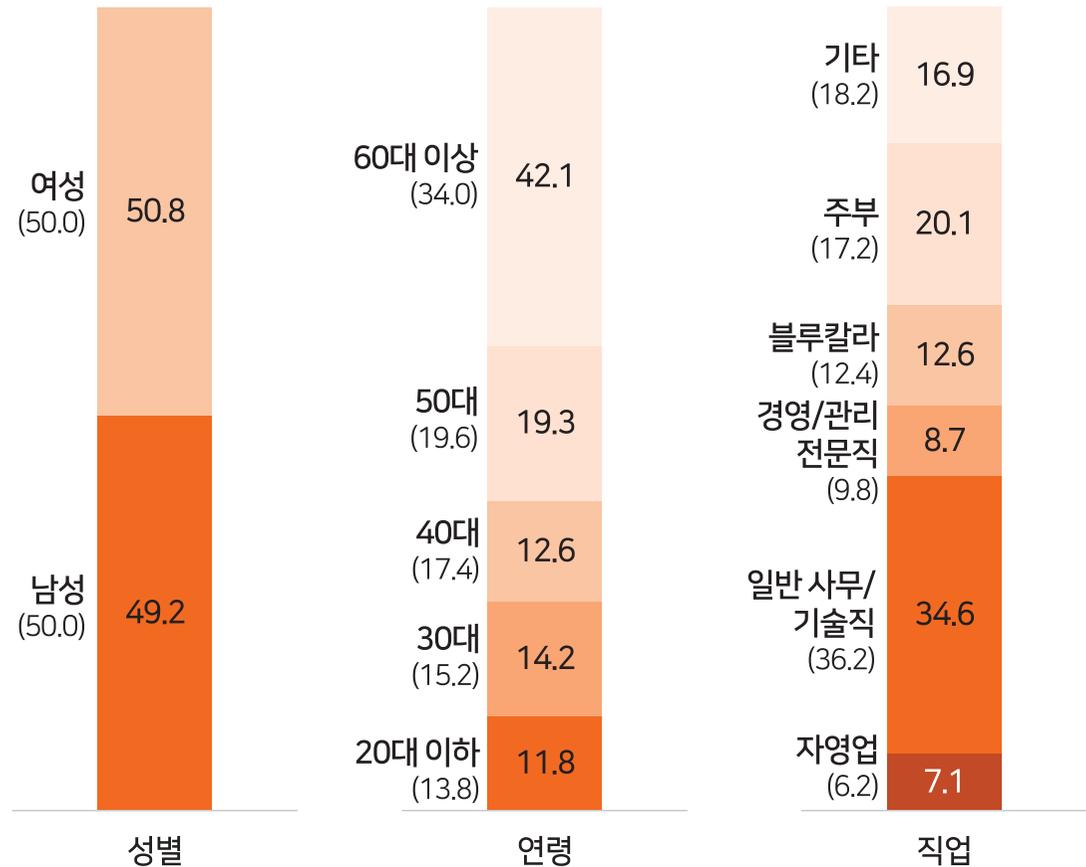
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

10) 현역가왕2

- <현역가왕2> 시청자는 여성(50.8%)이 남성(49.2%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(42.1%), 직업별로는 일반 사무/기술직(34.6%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

현역가왕2 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(254)	100.0
성별	남성	(125)	49.2
	여성	(129)	50.8
연령	20대 이하	(30)	11.8
	30대	(36)	14.2
	40대	(32)	12.6
	50대	(49)	19.3
	60대 이상	(107)	42.1
직업	자영업	(18)	7.1
	사무직/기술직	(88)	34.6
	경영/관리직	(8)	3.1
	전문직/자유직	(14)	5.5
	기능/숙련공/생산직	(14)	5.5
	판매/서비스직	(16)	6.3
	농/임/축/어업	(2)	0.8
	전업 주부	(51)	20.1
	학생	(9)	3.5
	무직	(34)	13.4
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 166

10) 현역가왕2

- <현역가왕2> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(81.5%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(38.1%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(85.0%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(88.4%), 연령대별로는 60대 이상(96.3%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 현역가왕2 시청자, n=254, Unit : %]



2순위

[Base : 현역가왕2 시청자 중 2순위 응답자, n=139, Unit : %]



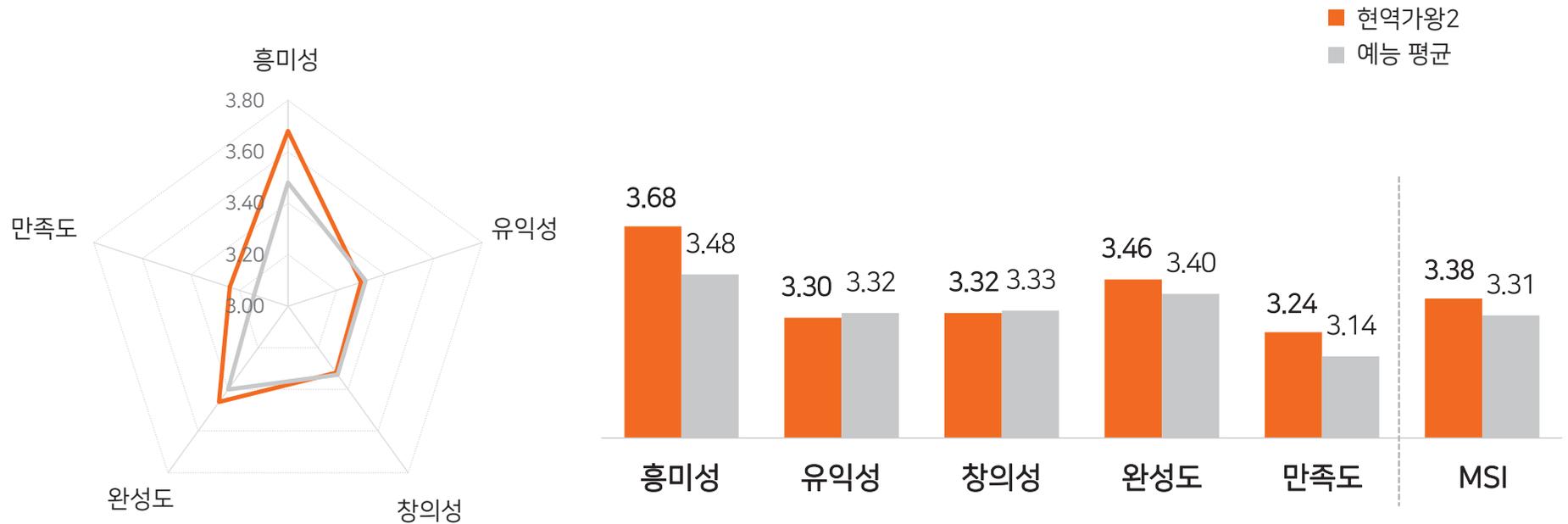
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(254)	(125)	(129)	(30)	(36)	(32)	(49)	(107)
실시간 TV시청	85.0	81.6	88.4	70.0	72.2	75.0	85.7	96.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	24.4	26.4	22.5	3.3	27.8	34.4	26.5	25.2
MBN 인터넷 VOD	7.5	11.2	3.9	10.0	8.3	0.0	14.3	5.6
인터넷 다운로드 사이트	6.7	8.0	5.4	10.0	11.1	6.3	4.1	5.6
오픈형 동영상 스트리밍	20.9	23.2	18.6	36.7	27.8	18.8	18.4	15.9
구독형 동영상 스트리밍	10.2	11.2	9.3	20.0	13.9	6.3	10.2	7.5

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 현역가왕2 시청자, n=254, Unit : 명, %]

10) 현역가왕2

- <현역가왕2>의 MSI는 3.38점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.68점) > 완성도(3.46점) > 창의성(3.32점) > 유익성(3.30점) > 만족도(3.24점) 순임

프로그램 평가점수



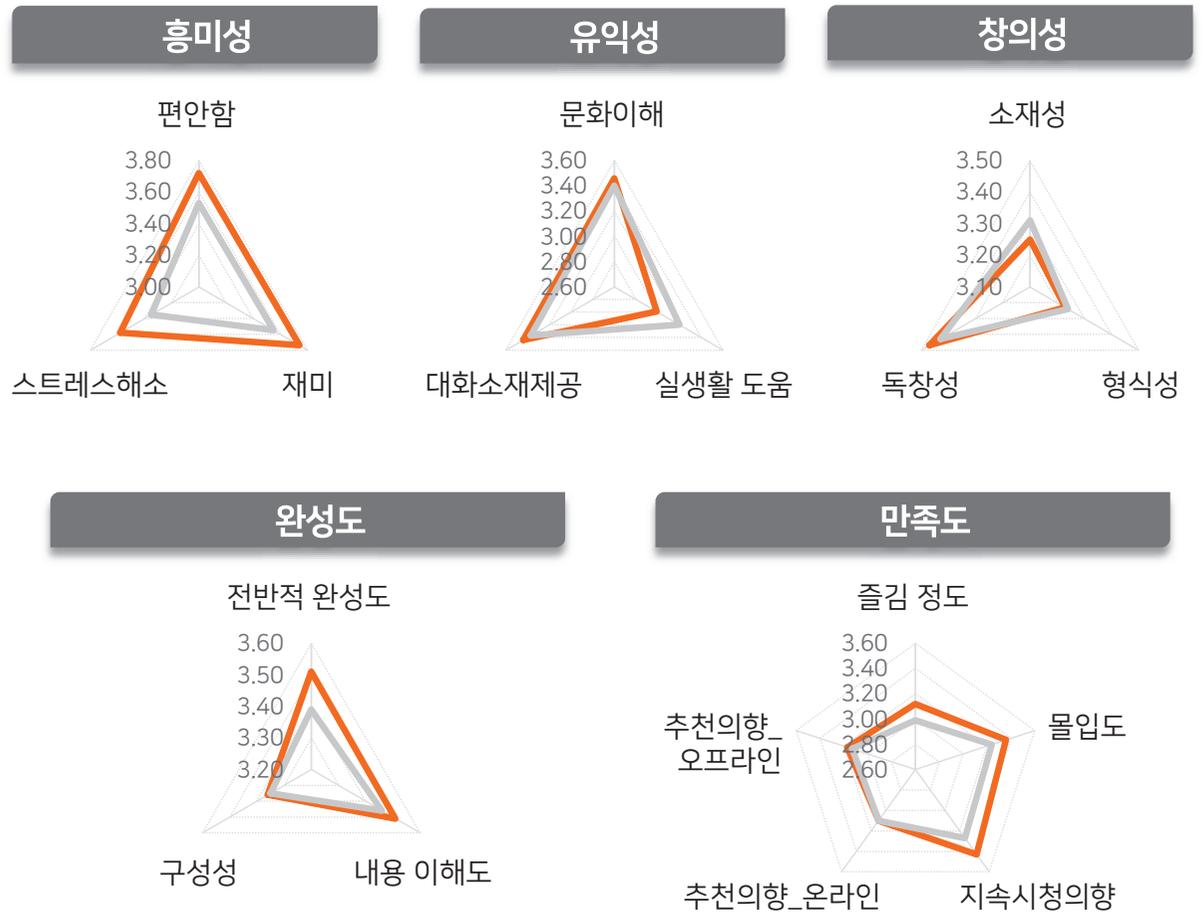
- 흥미성, 완성도, 만족도는 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 유익성, 창의성에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

10) 현역가왕2

- <현역가왕2>는 재미(3.74점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 편안함(3.72점)에서 높은 평가를 받음

	현역가왕2	예능 전체
응답자수	(254)	(500)
MSI	3.38	3.31
흥미성 통합	3.68	3.48
편안함	3.72	3.53
재미	3.74	3.55
스트레스 해소	3.58	3.35
유익성 통합	3.30	3.32
문화이해	3.46	3.40
실생활 도움	2.99	3.20
대화소재제공	3.44	3.37
창의성 통합	3.32	3.33
소재성	3.25	3.31
형식성	3.23	3.24
독창성	3.47	3.43
완성도 통합	3.46	3.40
전반적 완성도	3.51	3.39
내용 이해도	3.51	3.46
구성성	3.36	3.35
만족도 통합	3.24	3.14
즐김 정도	3.12	2.99
몰입도	3.36	3.24
지속시청의향	3.43	3.27
추천의향_온라인	3.10	3.10
추천의향_오프라인	3.17	3.13



10) 현역가왕2

- <현역가왕2>의 MSI는 성별로는 남성(3.42점)에서 여성(3.34점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 60대 이상 여성(3.52점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.81점)과 여성(3.68점) 모두 재미를 가장 높게 평가함

현역가왕2	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(18)	(20)	(16)	(25)	(46)	(125)	(12)	(16)	(16)	(24)	(61)	(129)
MSI	3.50	3.44	3.41	3.36	3.42	3.42	3.25	3.24	2.97	3.22	3.52	3.34
흥미성 통합	3.74	3.80	3.71	3.64	3.79	3.74	3.39	3.42	3.25	3.58	3.84	3.62
편안함	3.78	3.85	3.63	3.76	3.80	3.78	3.33	3.38	3.31	3.75	3.87	3.67
재미	3.72	3.80	3.81	3.60	3.96	3.81	3.58	3.44	3.31	3.63	3.89	3.68
스트레스해소	3.72	3.75	3.69	3.56	3.61	3.65	3.25	3.44	3.13	3.38	3.75	3.52
유익성 통합	3.39	3.35	3.40	3.33	3.27	3.33	3.19	3.25	2.75	3.22	3.43	3.26
문화이해	3.61	3.55	3.44	3.36	3.52	3.50	3.50	3.25	2.88	3.58	3.54	3.43
실생활 도움	3.17	2.90	3.13	3.24	2.91	3.04	2.75	2.94	2.50	2.75	3.16	2.94
대화소재제공	3.39	3.60	3.63	3.40	3.37	3.45	3.33	3.56	2.88	3.33	3.59	3.43
창의성 통합	3.48	3.22	3.48	3.37	3.35	3.37	3.11	3.19	3.04	3.11	3.44	3.27
소재성	3.28	3.20	3.44	3.28	3.24	3.27	3.00	3.31	3.13	3.08	3.34	3.23
형식성	3.39	3.25	3.44	3.24	3.26	3.30	3.08	3.25	2.81	2.96	3.33	3.16
독창성	3.78	3.20	3.56	3.60	3.54	3.54	3.25	3.00	3.19	3.29	3.66	3.41
완성도 통합	3.67	3.50	3.46	3.41	3.47	3.49	3.50	3.35	3.04	3.39	3.55	3.43
전반적 완성도	3.78	3.45	3.56	3.56	3.54	3.57	3.42	3.38	3.13	3.33	3.61	3.45
내용 이해도	3.72	3.60	3.50	3.40	3.46	3.51	3.58	3.44	3.19	3.63	3.56	3.51
구성성	3.50	3.45	3.31	3.28	3.41	3.39	3.50	3.25	2.81	3.21	3.49	3.33
만족도 통합	3.34	3.38	3.16	3.18	3.30	3.28	3.12	3.09	2.84	2.98	3.42	3.20
즐김 정도	3.06	3.30	3.13	3.16	3.26	3.20	2.67	2.88	2.63	2.79	3.38	3.05
몰입도	3.67	3.45	3.31	3.24	3.17	3.32	3.17	3.31	2.94	3.29	3.64	3.40
지속시청의향	3.50	3.40	3.31	3.40	3.63	3.49	3.25	3.25	2.81	3.13	3.66	3.36
추천의향_온라인	3.22	3.45	2.81	3.00	3.22	3.16	3.25	3.00	2.81	2.83	3.16	3.05
추천의향_오프라인	3.28	3.30	3.25	3.08	3.20	3.21	3.25	3.00	3.00	2.83	3.28	3.12

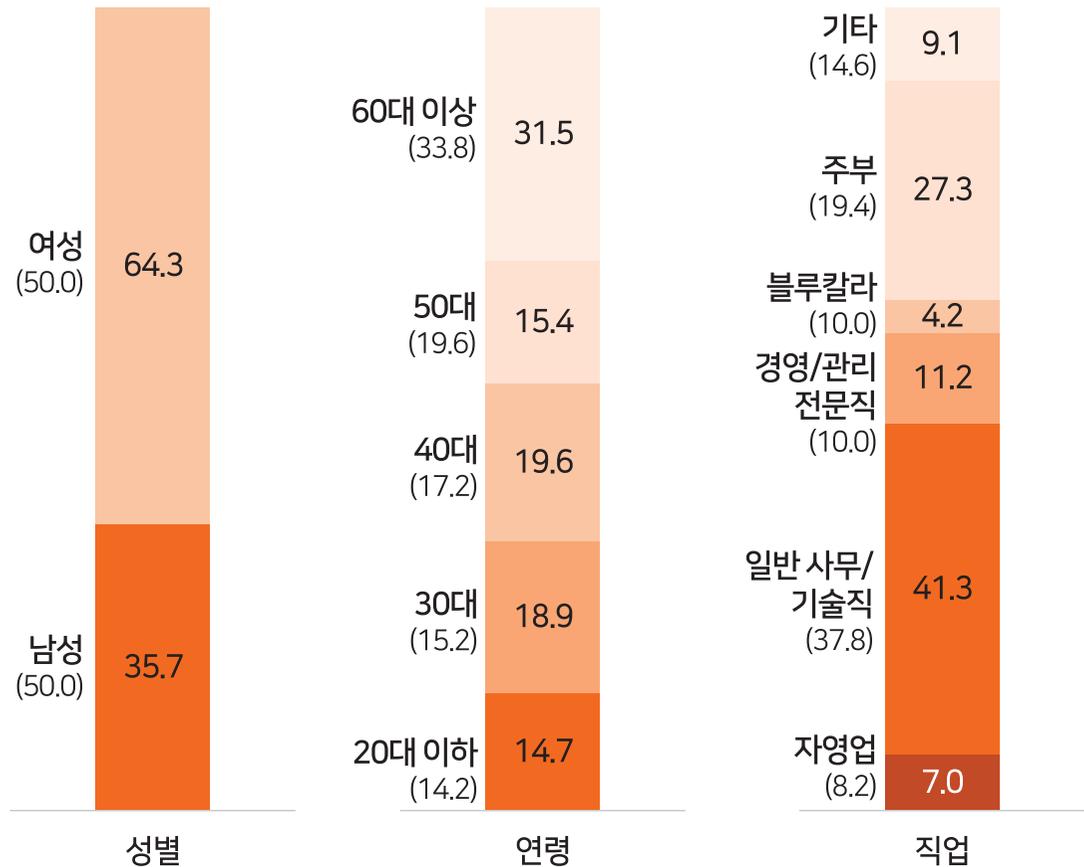
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

11) 다 컸는데 안 나가요

- <다 컸는데 안 나가요> 시청자는 여성(64.3%)이 남성(35.7%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(31.5%), 직업별로는 일반 사무/기술직(41.3%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

다 컸는데 안 나가요 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(143)	100.0
성별	남성	(51)	35.7
	여성	(92)	64.3
연령	20대 이하	(21)	14.7
	30대	(27)	18.9
	40대	(28)	19.6
	50대	(22)	15.4
	60대 이상	(45)	31.5
직업	자영업	(10)	7.0
	사무직/기술직	(59)	41.3
	경영/관리직	(8)	5.6
	전문직/자유직	(8)	5.6
	기능/숙련공/생산직	(2)	1.4
	판매/서비스직	(4)	2.8
	농/임/축/어업	(0)	0.0
	전업 주부	(39)	27.3
	학생	(4)	2.8
	무직	(9)	6.3
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 171

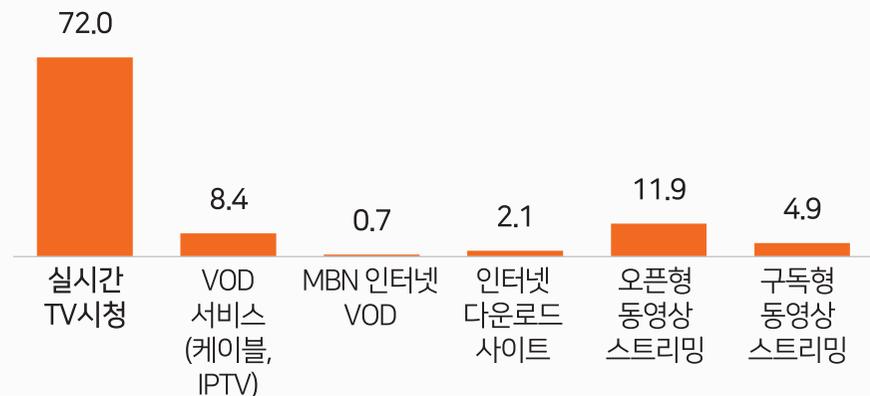
11) 다 컸는데 안 나가요

- <다 컸는데 안 나가요> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(72.0%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 '오픈형 동영상 스트리밍'(30.8%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(79.0%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(82.6%), 연령대별로는 60대 이상(95.6%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base: 다 컸는데 안 나가요 시청자, n=143, Unit: %]



2순위

[Base: 다 컸는데 안 나가요 시청자 중 2순위 응답자, n=78, Unit: %]



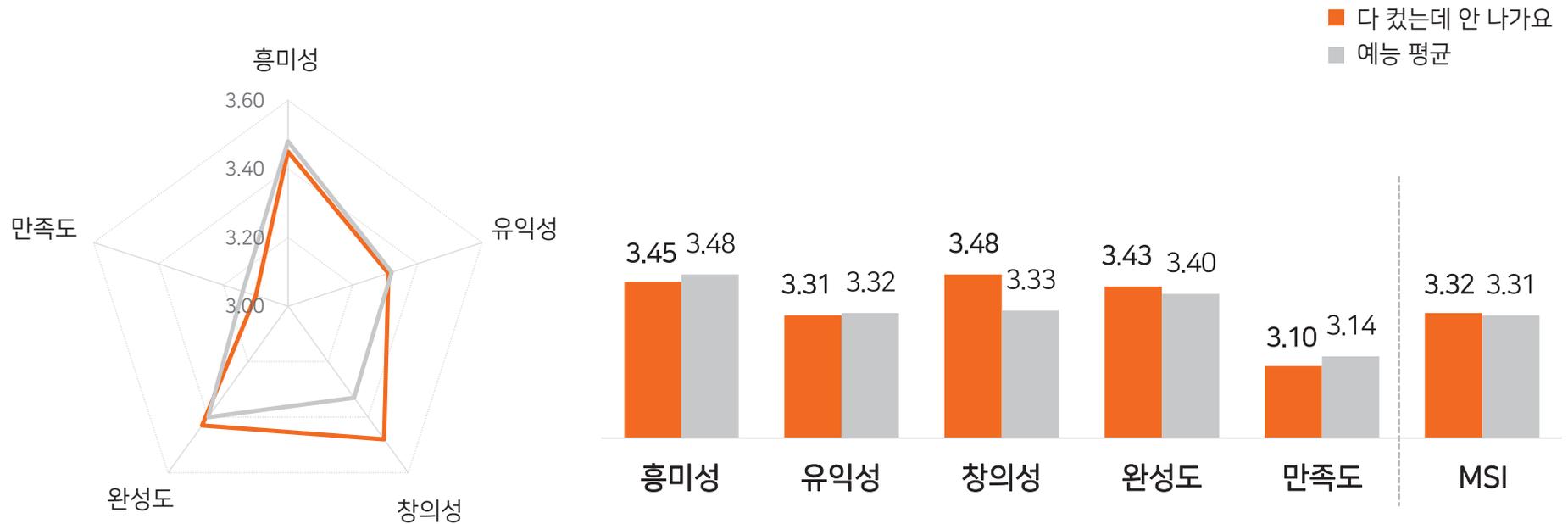
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(143)	(51)	(92)	(21)	(27)	(28)	(22)	(45)
실시간 TV시청	79.0	72.5	82.6	47.6	59.3	85.7	90.9	95.6
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	22.4	33.3	16.3	23.8	18.5	14.3	27.3	26.7
MBN 인터넷 VOD	6.3	7.8	5.4	9.5	3.7	3.6	9.1	6.7
인터넷 다운로드 사이트	4.9	13.7	0.0	23.8	7.4	0.0	0.0	0.0
오픈형 동영상 스트리밍	28.7	25.5	30.4	57.1	33.3	35.7	4.5	20.0
구독형 동영상 스트리밍	13.3	9.8	15.2	4.8	37.0	10.7	13.6	4.4

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base: 다 컸는데 안 나가요 시청자, n=143, Unit: 명, %]

11) 다 컷는데 안 나가요

- <다 컷는데 안 나가요>의 MSI는 3.32점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 창의성(3.48점) > 흥미성(3.45점) > 완성도(3.43점) > 유익성(3.33점) > 만족도(3.10점) 순임

프로그램 평가 점수



- 창의성, 완성도는 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 흥미성, 유익성, 만족도에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

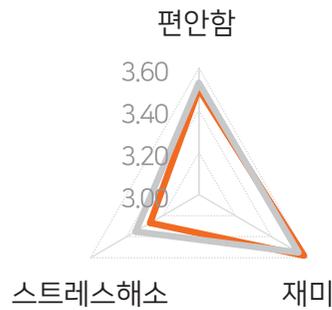
11) 다 컷는데 안 나가요

- <다 컷는데 안 나가요>는 소재성(3.60점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 재미(3.58점)에서 높은 평가를 받음

	다 컷는데 안 나가요	예능 전체
응답자수	(143)	(500)
MSI	3.32	3.31
흥미성 통합	3.45	3.48
편안함	3.50	3.53
재미	3.58	3.55
스트레스 해소	3.27	3.35
유익성 통합	3.31	3.32
문화이해	3.43	3.40
실생활 도움	3.10	3.20
대화소재제공	3.38	3.37
창의성 통합	3.48	3.33
소재성	3.60	3.31
형식성	3.33	3.24
독창성	3.52	3.43
완성도 통합	3.43	3.40
전반적 완성도	3.38	3.39
내용 이해도	3.53	3.46
구성성	3.37	3.35
만족도 통합	3.10	3.14
즐김 정도	2.83	2.99
몰입도	3.23	3.24
지속시청의향	3.22	3.27
추천의향_온라인	3.10	3.10
추천의향_오프라인	3.13	3.13

— 다 컷는데 안 나가요
— 예능 전체

흥미성



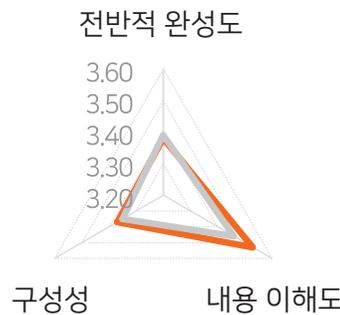
유익성



창의성



완성도



만족도



11) 다 컷는데 안 나가요

- <다 컷는데 안 나가요>의 MSI는 성별로는 남성(3.39점)에서 여성(3.29점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.73점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 소재성(3.75점)을 가장 높게 평가한 반면, 여성은 재미(3.58점)를 가장 높게 평가함

다 컷는데 안 나가요	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(12)	(12)	(6)	(6)	(15)	(51)	(9)	(15)	(22)	(16)	(30)	(92)
MSI	3.73	3.20	2.93	3.43	3.44	3.39	3.28	3.67	3.18	3.28	3.19	3.29
흥미성 통합	3.89	3.36	3.00	3.44	3.47	3.48	3.56	3.80	3.36	3.40	3.28	3.43
편안함	3.75	3.42	3.17	3.17	3.60	3.49	3.78	3.80	3.27	3.63	3.37	3.50
재미	4.00	3.33	3.17	3.67	3.60	3.59	3.67	4.07	3.50	3.50	3.40	3.58
스트레스해소	3.92	3.33	2.67	3.50	3.20	3.37	3.22	3.53	3.32	3.06	3.07	3.22
유익성 통합	3.64	3.25	3.11	3.50	3.31	3.37	3.15	3.67	3.12	3.25	3.22	3.27
문화이해	3.50	3.42	3.33	3.50	3.33	3.41	3.11	4.00	3.18	3.31	3.53	3.45
실생활 도움	3.58	3.08	2.83	3.50	3.20	3.25	3.00	3.47	2.95	3.06	2.83	3.02
대화소재제공	3.83	3.25	3.17	3.50	3.40	3.45	3.33	3.53	3.23	3.38	3.30	3.34
창의성 통합	3.83	3.33	3.06	3.61	3.78	3.58	3.26	3.76	3.32	3.48	3.38	3.43
소재성	4.08	3.50	3.33	3.83	3.80	3.75	3.56	4.00	3.36	3.50	3.40	3.52
형식성	3.67	3.00	2.83	3.67	3.60	3.39	3.33	3.60	3.23	3.38	3.13	3.29
독창성	3.75	3.50	3.00	3.33	3.93	3.61	2.89	3.67	3.36	3.56	3.60	3.48
완성도 통합	3.67	3.19	3.17	3.50	3.56	3.44	3.63	3.78	3.27	3.33	3.33	3.42
전반적 완성도	3.42	3.08	3.33	3.50	3.40	3.33	3.67	3.87	3.18	3.31	3.33	3.41
내용 이해도	3.75	3.25	3.17	3.50	3.73	3.53	3.67	3.87	3.36	3.38	3.53	3.53
구성성	3.83	3.25	3.00	3.50	3.53	3.47	3.56	3.60	3.27	3.31	3.13	3.32
만족도 통합	3.65	2.98	2.57	3.23	3.24	3.20	3.00	3.47	2.97	3.08	2.91	3.05
즐거움 정도	3.50	2.75	2.67	3.17	2.93	3.02	2.78	2.93	2.73	2.75	2.57	2.72
몰입도	3.67	3.17	2.50	3.33	3.20	3.24	2.78	3.80	3.09	3.31	3.13	3.23
지속시청의향	3.67	3.08	2.67	3.33	3.47	3.31	3.11	3.67	3.05	3.19	3.03	3.17
추천의향_온라인	3.67	3.00	2.50	3.00	3.33	3.20	3.22	3.47	2.95	3.00	2.90	3.05
추천의향_오프라인	3.75	2.92	2.50	3.33	3.27	3.22	3.11	3.47	3.05	3.13	2.90	3.09

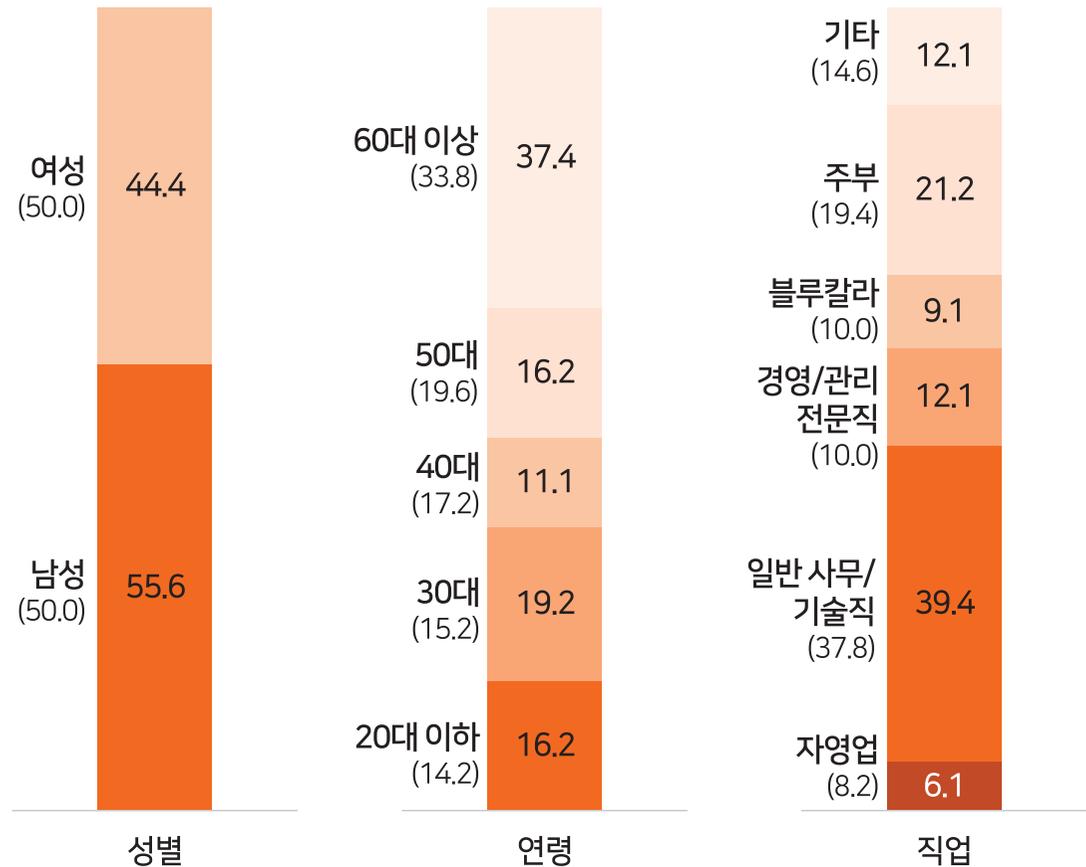
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

12) 살아보고서

- <살아보고서> 시청자는 남성(55.6%)이 여성(44.4%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(37.4%), 직업별로는 일반 사무/기술직(39.4%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

살아보고서 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(99)	100.0
성별	남성	(55)	55.6
	여성	(44)	44.4
연령	20대 이하	(16)	16.2
	30대	(19)	19.2
	40대	(11)	11.1
	50대	(16)	16.2
	60대 이상	(37)	37.4
직업	자영업	(6)	6.1
	사무직/기술직	(39)	39.4
	경영/관리직	(5)	5.1
	전문직/자유직	(7)	7.1
	기능/숙련공/생산직	(5)	5.1
	판매/서비스직	(3)	3.0
	농/임/축/어업	(1)	1.0
	전업 주부	(21)	21.2
	학생	(5)	5.1
	무직	(7)	7.1
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 176

12) 살아보고서

- <살아보고서> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(70.7%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 '오픈형 동영상 스트리밍'(27.0%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(79.8%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(88.6%), 연령대별로는 50대(93.8%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 살아보고서 시청자, n=99, Unit : %]



2순위

[Base : 살아보고서 시청자 중 2순위 응답자, n=63, Unit : %]



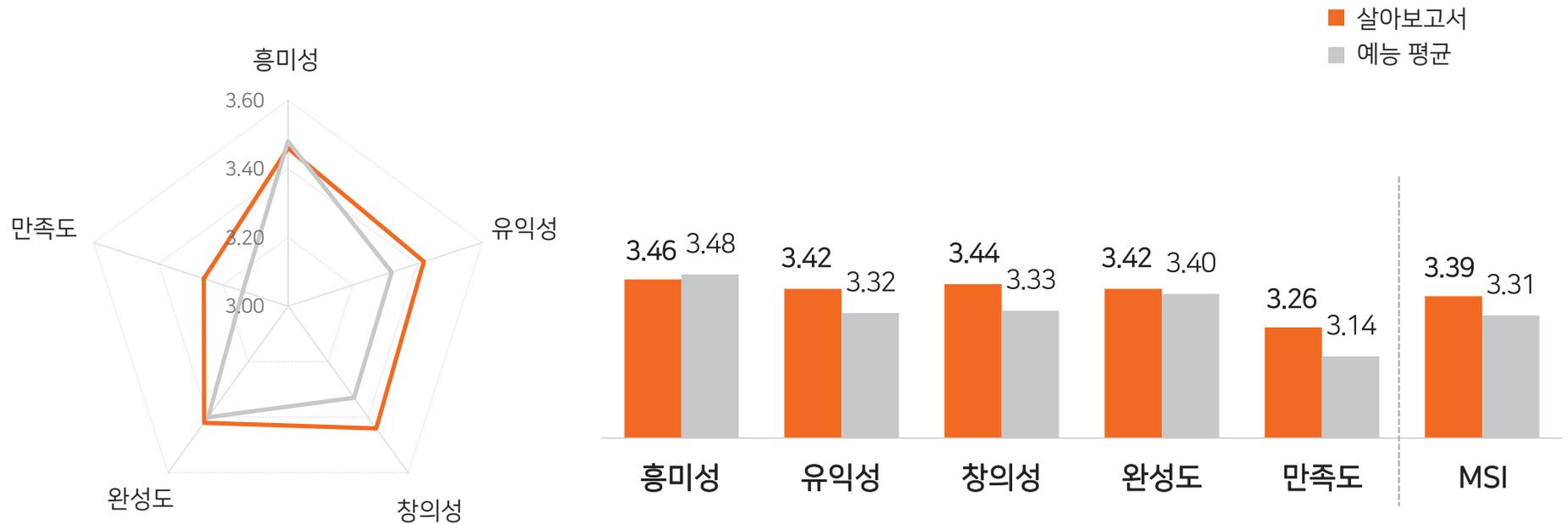
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(99)	(55)	(44)	(16)	(19)	(11)	(16)	(37)
실시간 TV시청	79.8	72.7	88.6	43.8	78.9	90.9	93.8	86.5
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	30.3	34.5	25.0	18.8	10.5	45.5	37.5	37.8
MBN 인터넷 VOD	11.1	14.5	6.8	37.5	0.0	0.0	6.3	10.8
인터넷 다운로드 사이트	8.1	12.7	2.3	37.5	5.3	0.0	6.3	0.0
오픈형 동영상 스트리밍	25.3	23.6	27.3	31.3	36.8	27.3	12.5	21.6
구독형 동영상 스트리밍	9.1	7.3	11.4	6.3	15.8	0.0	12.5	8.1

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 살아보고서 시청자, n=99, Unit : 명, %]

12) 살아보고서

- <살아보고서>의 MSI는 3.39점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.46점) > 창의성(3.44점) > 유익성, 완성도(각 3.42점) > 만족도(3.26점) 순임

프로그램 평가 점수



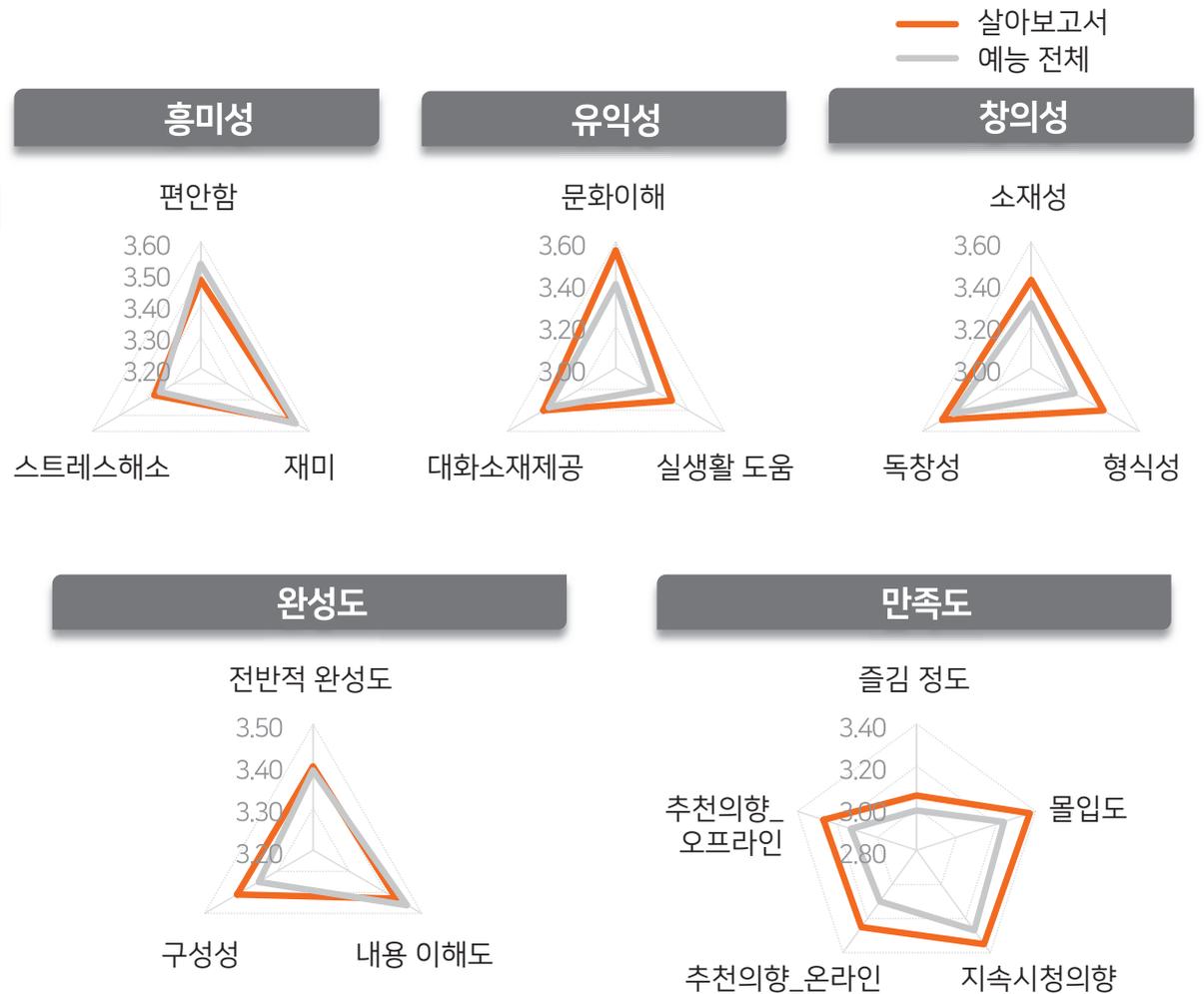
- 유익성, 창의성, 완성도, 만족도는 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 흥미성에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

12) 살아보고서

- <살아보고서>는 문화이해(3.56점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 재미(3.54점)에서 높은 평가를 받음

	살아보고서	예능 전체
응답자수	(99)	(500)
MSI	3.39	3.31
흥미성 통합	3.46	3.48
편안함	3.48	3.53
재미	3.54	3.55
스트레스 해소	3.37	3.35
유익성 통합	3.42	3.32
문화이해	3.56	3.40
실생활 도움	3.31	3.20
대화소재제공	3.40	3.37
창의성 통합	3.44	3.33
소재성	3.42	3.31
형식성	3.40	3.24
독창성	3.49	3.43
완성도 통합	3.42	3.40
전반적 완성도	3.40	3.39
내용 이해도	3.43	3.46
구성성	3.41	3.35
만족도 통합	3.26	3.14
즐김 정도	3.06	2.99
몰입도	3.37	3.24
지속시청의향	3.35	3.27
추천의향_온라인	3.25	3.10
추천의향_오프라인	3.27	3.13



12) 살아보고서

- <살아보고서>의 MSI는 성별로는 남성(3.41점)에서 여성(3.36점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 30대 여성(3.63점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 독창성(3.56점)을 가장 높게 평가한 반면, 여성은 문화이해(3.70점)를 가장 높게 평가함

살아보고서	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(15)	(11)	(3)	(9)	(17)	(55)	(1)	(8)	(8)	(7)	(20)	(44)
MSI	3.55	3.31	3.12	3.27	3.46	3.41	3.53	3.63	3.10	3.13	3.43	3.36
흥미성 통합	3.53	3.52	3.22	3.30	3.51	3.47	3.67	3.83	3.13	3.33	3.48	3.46
편안함	3.47	3.45	3.33	3.22	3.47	3.42	3.00	4.00	3.13	3.43	3.65	3.57
재미	3.67	3.55	3.33	3.33	3.53	3.53	4.00	4.00	3.25	3.57	3.45	3.55
스트레스해소	3.47	3.55	3.00	3.33	3.53	3.45	4.00	3.50	3.00	3.00	3.35	3.27
유익성 통합	3.40	3.21	3.44	3.33	3.45	3.37	3.33	3.92	3.21	3.24	3.53	3.49
문화이해	3.40	3.36	3.33	3.44	3.53	3.44	3.00	4.25	3.38	3.71	3.65	3.70
실생활 도움	3.53	2.91	3.33	3.33	3.53	3.36	3.00	3.63	3.00	2.86	3.35	3.25
대화소재제공	3.27	3.36	3.67	3.22	3.29	3.31	4.00	3.88	3.25	3.14	3.60	3.52
창의성 통합	3.60	3.42	3.22	3.26	3.61	3.49	3.67	3.58	3.04	3.19	3.48	3.38
소재성	3.47	3.45	3.33	3.33	3.59	3.47	4.00	3.75	3.00	3.00	3.45	3.36
형식성	3.67	3.27	3.00	3.11	3.59	3.44	4.00	3.50	3.13	3.00	3.50	3.36
독창성	3.67	3.55	3.33	3.33	3.65	3.56	3.00	3.50	3.00	3.57	3.50	3.41
완성도 통합	3.44	3.27	3.22	3.26	3.49	3.38	3.33	3.79	3.17	3.24	3.53	3.46
전반적 완성도	3.33	3.27	3.33	3.11	3.53	3.35	3.00	3.88	3.25	3.43	3.45	3.48
내용 이해도	3.47	3.27	3.33	3.56	3.47	3.44	3.00	3.63	3.00	3.14	3.65	3.43
구성성	3.53	3.27	3.00	3.11	3.47	3.36	4.00	3.88	3.25	3.14	3.50	3.48
만족도 통합	3.69	3.20	2.73	3.24	3.33	3.36	3.60	3.28	3.00	2.86	3.23	3.15
즐거움 정도	3.33	2.91	2.67	3.22	3.18	3.15	3.00	3.00	2.88	2.71	3.05	2.95
몰입도	3.87	3.55	3.00	3.11	3.29	3.45	4.00	3.50	3.13	3.00	3.30	3.27
지속시청의향	3.67	3.45	2.67	3.33	3.53	3.47	4.00	3.38	2.88	3.00	3.30	3.20
추천의향_온라인	3.73	3.09	2.67	3.33	3.35	3.36	4.00	3.13	3.13	2.71	3.20	3.11
추천의향_오프라인	3.87	3.00	2.67	3.22	3.29	3.35	3.00	3.38	3.00	2.86	3.30	3.18

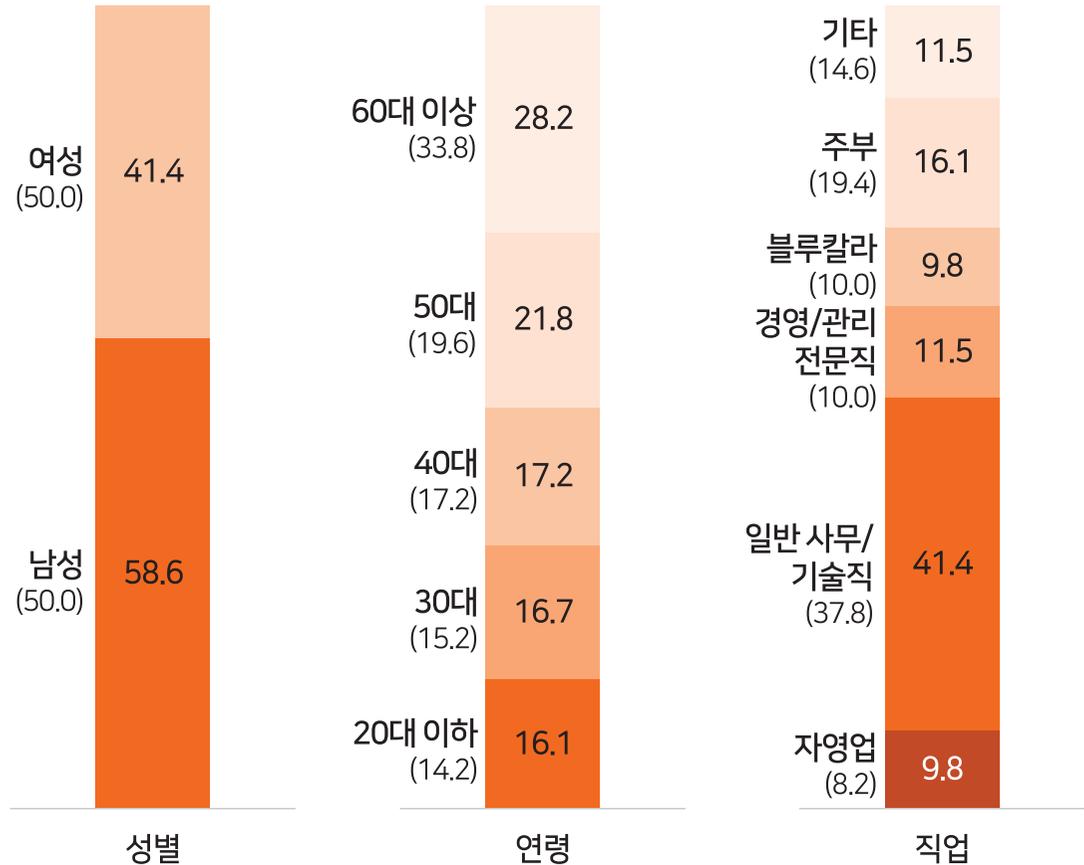
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

13) 뛰어야 산다

- <뛰어야 산다> 시청자는 남성(58.6%)이 여성(41.4%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(28.2%), 직업별로는 일반 사무/기술직(41.4%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

뛰어야 산다 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(174)	100.0
성별	남성	(102)	58.6
	여성	(72)	41.4
연령	20대 이하	(28)	16.1
	30대	(29)	16.7
	40대	(30)	17.2
	50대	(38)	21.8
	60대 이상	(49)	28.2
직업	자영업	(17)	9.8
	사무직/기술직	(72)	41.4
	경영/관리직	(11)	6.3
	전문직/자유직	(9)	5.2
	기능/숙련공/생산직	(10)	5.7
	판매/서비스직	(6)	3.4
	농/임/축/어업	(1)	0.6
	전업 주부	(28)	16.1
	학생	(8)	4.6
	무직	(12)	6.9
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 181

13) 뛰어어야 산다

- <뛰어야 산다> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(70.1%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(29.7%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(80.5%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(84.7%), 연령대별로는 60대 이상(91.8%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 뛰어어야 산다 시청자, n=174, Unit : %]



2순위

[Base : 뛰어어야 산다 시청자 중 2순위 응답자, n=101, Unit : %]



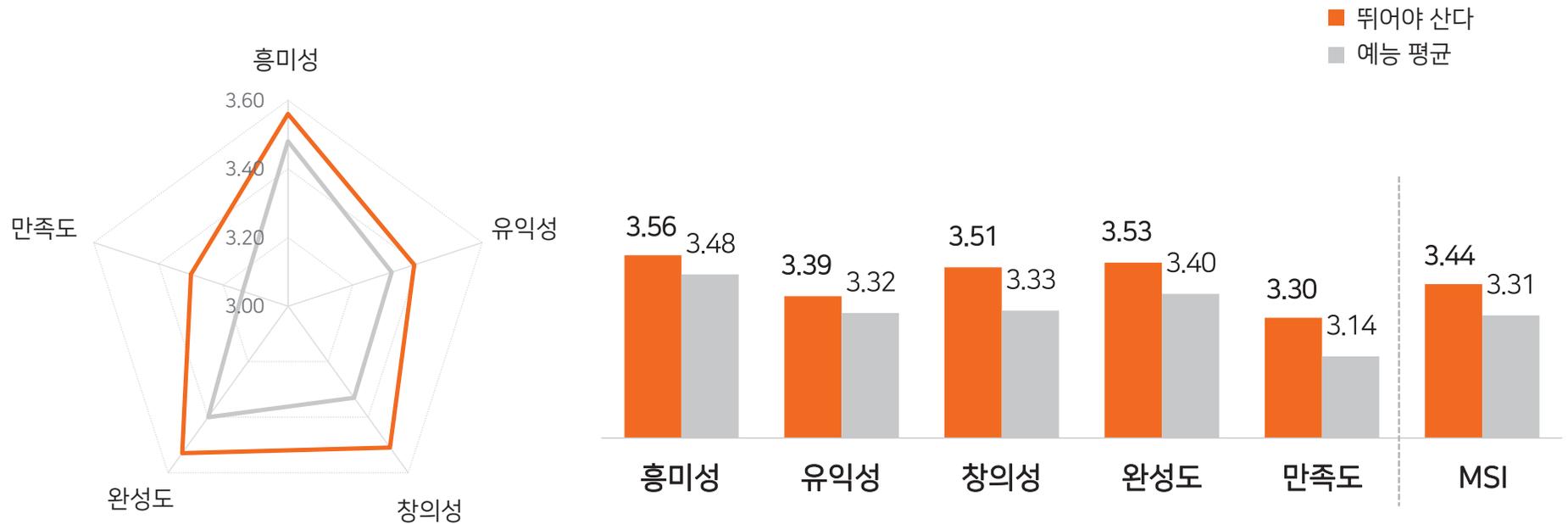
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(174)	(102)	(72)	(28)	(29)	(30)	(38)	(49)
실시간 TV시청	80.5	77.5	84.7	60.7	65.5	86.7	86.8	91.8
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	29.3	29.4	29.2	25.0	24.1	26.7	31.6	34.7
MBN 인터넷 VOD	7.5	6.9	8.3	14.3	0.0	0.0	2.6	16.3
인터넷 다운로드 사이트	6.3	7.8	4.2	25.0	3.4	3.3	2.6	2.0
오픈형 동영상 스트리밍	23.6	24.5	22.2	21.4	27.6	36.7	21.1	16.3
구독형 동영상 스트리밍	10.9	9.8	12.5	7.1	13.8	13.3	13.2	8.2

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 뛰어어야 산다 시청자, n=174, Unit : 명, %]

13) 뛰어야 산다

- <뛰어야 산다>의 MSI는 3.44점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.56점) > 완성도(3.53점) > 창의성(3.51점) > 유익성(3.39점) > 만족도(3.30점) 순임

프로그램 평가점수



- 모든 차원에서 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높음

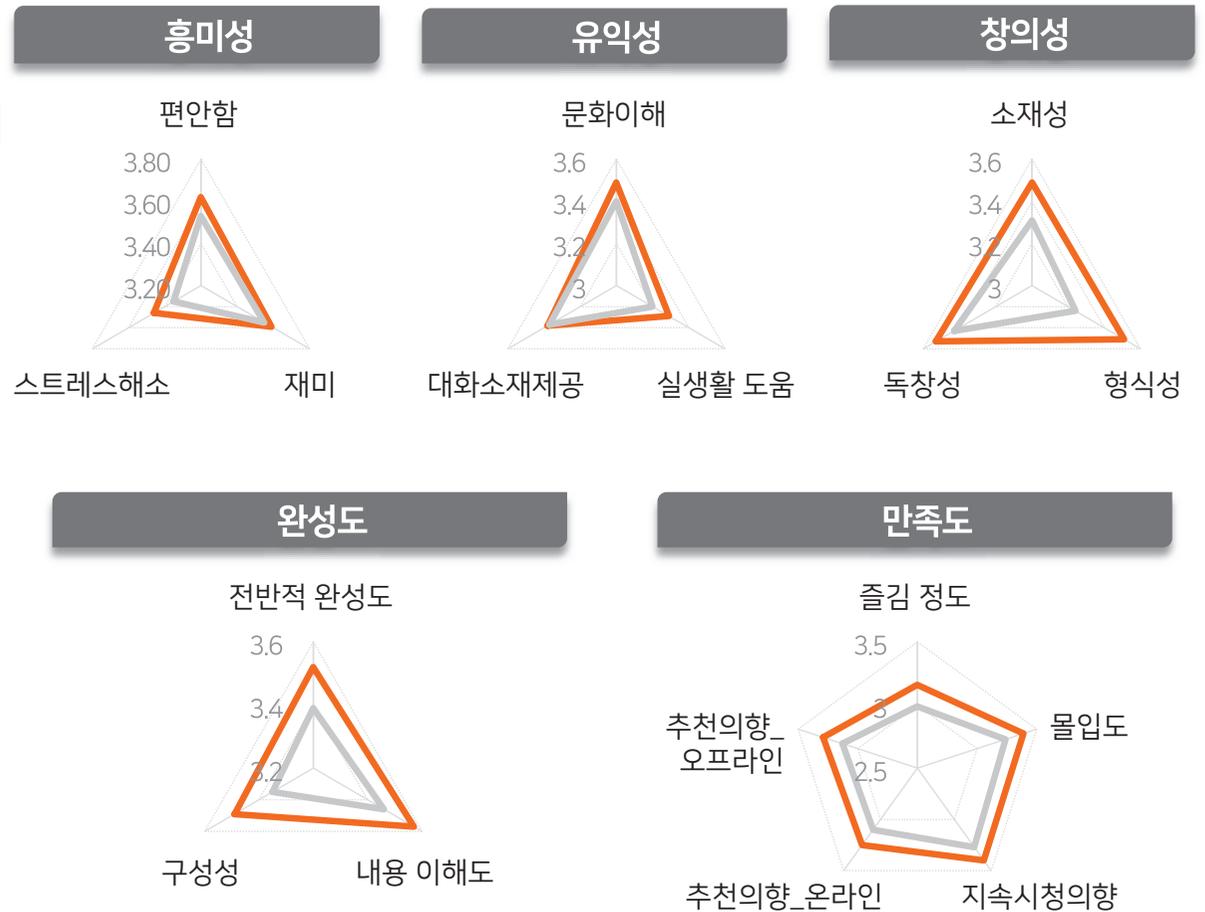
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

13) 뛰어야 산다

- <뛰어야 산다>는 편안함(3.62점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 재미(3.59점)에서 높은 평가를 받음

	뛰어야 산다	예능 전체
응답자수	(174)	(500)
MSI	3.44	3.31
흥미성 통합	3.56	3.48
편안함	3.62	3.53
재미	3.59	3.55
스트레스 해소	3.46	3.35
유익성 통합	3.39	3.32
문화이해	3.49	3.40
실생활 도움	3.29	3.20
대화소재제공	3.38	3.37
창의성 통합	3.51	3.33
소재성	3.49	3.31
형식성	3.51	3.24
독창성	3.53	3.43
완성도 통합	3.53	3.40
전반적 완성도	3.52	3.39
내용 이해도	3.57	3.46
구성성	3.49	3.35
만족도 통합	3.30	3.14
즐김 정도	3.16	2.99
몰입도	3.39	3.24
지속시청의향	3.40	3.27
추천의향_온라인	3.25	3.10
추천의향_오프라인	3.29	3.13

— 뛰어야 산다
— 예능 전체



13) 뛰어야 산다

- <뛰어야 산다>의 MSI는 성별로는 여성(3.47점)에서 남성(3.41점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 40대 여성(3.64점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 재미(3.61점)를 가장 높게 평가한 반면, 여성은 편안함(3.69점)을 가장 높게 평가함

뛰어야 산다	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(22)	(18)	(17)	(21)	(24)	(102)	(6)	(11)	(13)	(17)	(25)	(72)
MSI	3.58	3.45	3.27	3.30	3.43	3.41	3.25	3.41	3.64	3.36	3.54	3.47
흥미성 통합	3.68	3.48	3.49	3.46	3.57	3.54	3.39	3.39	3.74	3.53	3.65	3.58
편안함	3.55	3.56	3.59	3.48	3.67	3.57	3.83	3.36	3.77	3.59	3.84	3.69
재미	3.95	3.44	3.53	3.48	3.58	3.61	3.33	3.45	3.85	3.53	3.56	3.57
스트레스해소	3.55	3.44	3.35	3.43	3.46	3.45	3.00	3.36	3.62	3.47	3.56	3.47
유익성 통합	3.53	3.46	3.12	3.22	3.35	3.34	2.89	3.52	3.64	3.31	3.55	3.45
문화이해	3.73	3.61	3.06	3.24	3.46	3.43	3.00	3.55	3.77	3.41	3.76	3.58
실생활 도움	3.27	3.39	3.12	3.14	3.29	3.25	2.67	3.55	3.38	3.29	3.44	3.35
대화소재제공	3.59	3.39	3.18	3.29	3.29	3.35	3.00	3.45	3.77	3.24	3.44	3.42
창의성 통합	3.68	3.48	3.33	3.33	3.53	3.48	3.28	3.39	3.64	3.37	3.77	3.56
소재성	3.55	3.56	3.35	3.33	3.46	3.45	3.00	3.45	3.54	3.35	3.88	3.56
형식성	3.82	3.44	3.47	3.29	3.46	3.50	3.33	3.45	3.69	3.29	3.64	3.51
독창성	3.68	3.44	3.18	3.38	3.67	3.49	3.50	3.27	3.69	3.47	3.80	3.60
완성도 통합	3.59	3.48	3.35	3.35	3.57	3.48	3.61	3.58	3.72	3.47	3.64	3.60
전반적 완성도	3.59	3.56	3.29	3.38	3.54	3.48	3.50	3.55	3.69	3.53	3.56	3.57
내용 이해도	3.55	3.50	3.29	3.38	3.71	3.50	3.67	3.55	3.69	3.53	3.84	3.68
구성성	3.64	3.39	3.47	3.29	3.46	3.45	3.67	3.64	3.77	3.35	3.52	3.56
만족도 통합	3.49	3.38	3.15	3.20	3.27	3.30	3.13	3.27	3.52	3.20	3.27	3.29
즐김 정도	3.32	3.33	2.94	3.19	3.21	3.21	2.67	3.09	3.54	2.94	3.08	3.10
몰입도	3.50	3.56	3.29	3.33	3.17	3.36	3.33	3.45	3.69	3.24	3.40	3.42
지속시청의향	3.55	3.39	3.29	3.24	3.38	3.37	3.33	3.36	3.54	3.35	3.52	3.44
추천의향_온라인	3.50	3.28	3.12	3.05	3.25	3.25	3.17	3.18	3.46	3.24	3.20	3.25
추천의향_오프라인	3.59	3.33	3.12	3.19	3.33	3.32	3.17	3.27	3.38	3.24	3.16	3.24

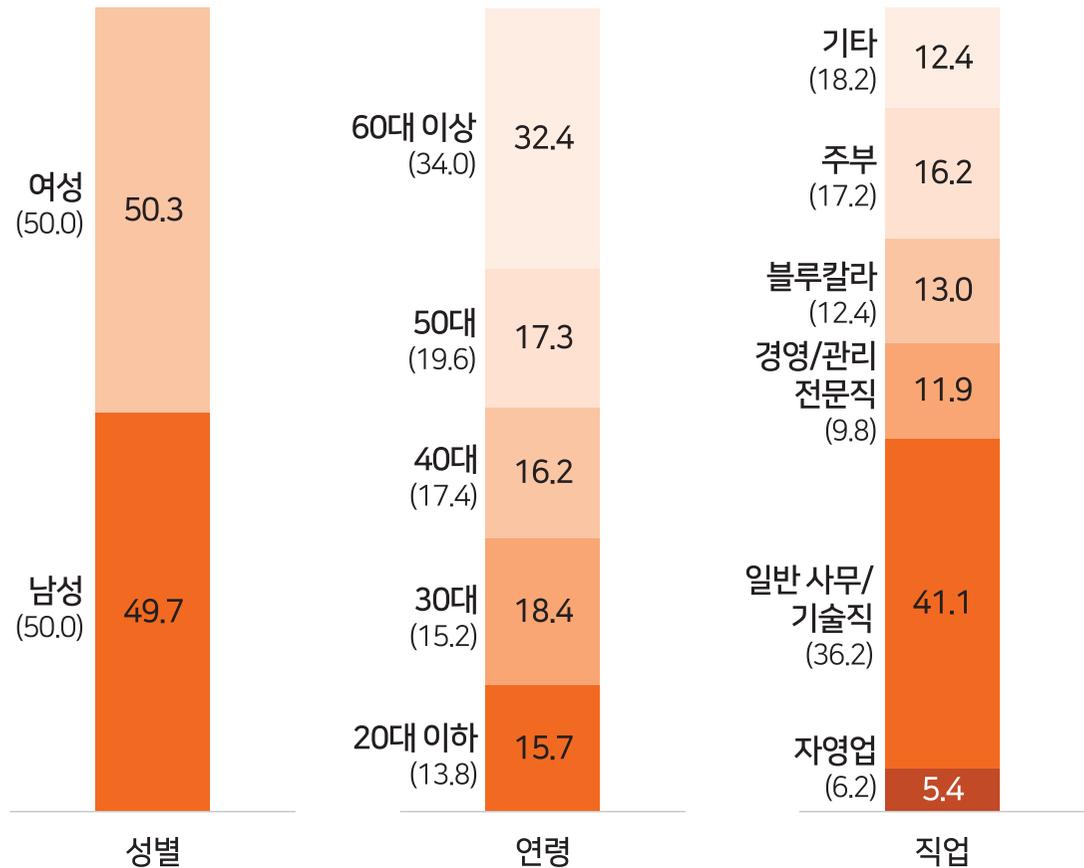
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

14) 오은영 스테이

- <오은영 스테이> 시청자는 여성(50.3%)이 남성(49.7%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(32.4%), 직업별로는 일반 사무/기술직(41.1%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

오은영 스테이 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(185)	100.0
성별	남성	(92)	49.7
	여성	(93)	50.3
연령	20대 이하	(29)	15.7
	30대	(34)	18.4
	40대	(30)	16.2
	50대	(32)	17.3
	60대 이상	(60)	32.4
직업	자영업	(10)	5.4
	사무직/기술직	(76)	41.1
	경영/관리직	(9)	4.9
	전문직/자유직	(13)	7.0
	기능/숙련공/생산직	(11)	5.9
	판매/서비스직	(12)	6.5
	농/임/축/어업	(1)	0.5
	전업 주부	(30)	16.2
	학생	(6)	3.2
	무직	(17)	9.2
	기타	(0)	0.0



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

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 186

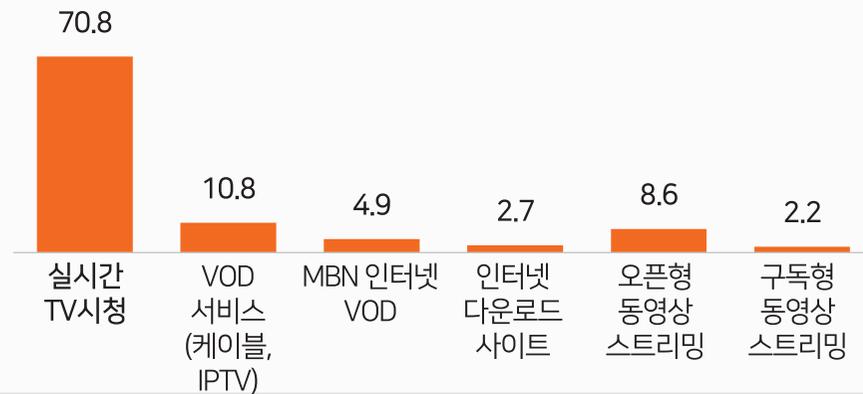
14) 오은영 스테이

- <오은영 스테이> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(70.8%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(34.3%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(77.8%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 남성(79.3%), 연령대별로는 60대 이상(90.0%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 오은영 스테이 시청자, n=185, Unit : %]



2순위

[Base : 오은영 스테이 시청자 중 2순위 응답자, n=105, Unit : %]



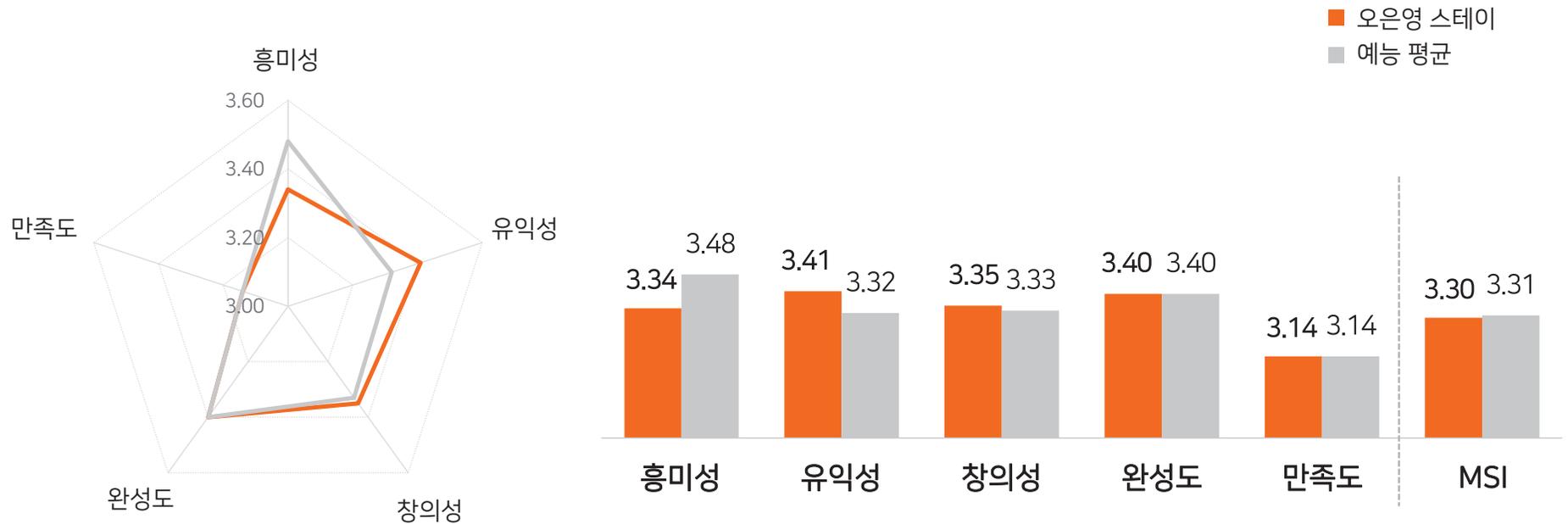
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(185)	(92)	(93)	(29)	(34)	(30)	(32)	(60)
실시간 TV시청	77.8	79.3	76.3	69.0	58.8	83.3	78.1	90.0
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	30.3	35.9	24.7	24.1	29.4	33.3	31.3	31.7
MBN 인터넷 VOD	9.2	8.7	9.7	17.2	11.8	6.7	6.3	6.7
인터넷 다운로드 사이트	8.1	8.7	7.5	6.9	11.8	0.0	9.4	10.0
오픈형 동영상 스트리밍	20.5	21.7	19.4	31.0	29.4	16.7	12.5	16.7
구독형 동영상 스트리밍	10.8	9.8	11.8	20.7	11.8	6.7	15.6	5.0

*사례수 30미만은 해석시 주의 요함 [Base : 오은영 스테이 시청자, n=185, Unit : 명, %]

14) 오은영 스테이

- <오은영 스테이>의 MSI는 3.30점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성(3.41점) > 완성도(3.40점) > 창의성(3.35점) > 흥미성(3.34점) > 만족도(3.14점) 순임

프로그램 평가점수



- 유익성, 창의성은 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 흥미성에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

14) 오은영 스테이

- <오은영 스테이>는 재미, 대화소재제공, 내용 이해도(각 3.45점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 실생활 도움(3.41점)에서 높은 평가를 받음

	오은영 스테이	예능 전체
응답자수	(185)	(500)
MSI	3.30	3.31
흥미성 통합	3.34	3.48
편안함	3.36	3.53
재미	3.45	3.55
스트레스 해소	3.19	3.35
유익성 통합	3.41	3.32
문화이해	3.37	3.40
실생활 도움	3.41	3.20
대화소재제공	3.45	3.37
창의성 통합	3.35	3.33
소재성	3.36	3.31
형식성	3.31	3.24
독창성	3.38	3.43
완성도 통합	3.40	3.40
전반적 완성도	3.40	3.39
내용 이해도	3.45	3.46
구성성	3.35	3.35
만족도 통합	3.14	3.14
즐김 정도	3.04	2.99
몰입도	3.22	3.24
지속시청의향	3.18	3.27
추천의향_온라인	3.11	3.10
추천의향_오프라인	3.15	3.13

— 오은영 스테이
— 예능 전체

흥미성



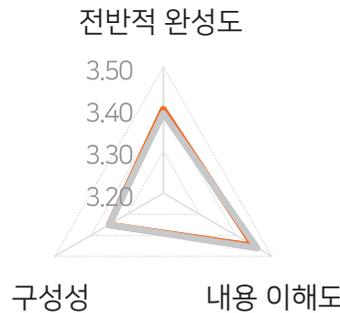
유익성



창의성



완성도



만족도



14) 오은영 스테이

- <오은영 스테이>의 MSI는 성별로는 여성(3.32점)에서 남성(3.29점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.88점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 독창성(3.45점)을 가장 높게 평가한 반면, 여성은 대화소재제공(3.53점)을 가장 높게 평가함

오은영 스테이	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(15)	(15)	(14)	(21)	(27)	(92)	(14)	(19)	(16)	(11)	(33)	(93)
MSI	3.88	3.51	3.13	2.96	3.19	3.29	3.67	3.16	2.99	3.54	3.34	3.32
흥미성 통합	3.93	3.44	3.14	2.97	3.20	3.30	3.69	3.28	3.21	3.52	3.32	3.37
편안함	3.93	3.47	3.14	3.00	3.26	3.33	3.64	3.21	3.38	3.55	3.36	3.40
재미	4.07	3.47	3.29	3.10	3.33	3.41	3.71	3.68	3.25	3.64	3.33	3.48
스트레스해소	3.80	3.40	3.00	2.81	3.00	3.15	3.71	2.95	3.00	3.36	3.27	3.24
유익성 통합	3.91	3.56	3.12	3.02	3.36	3.37	3.86	3.26	3.00	3.82	3.49	3.46
문화이해	4.13	3.40	2.93	3.10	3.37	3.37	3.71	3.11	2.88	3.82	3.45	3.37
실생활 도움	3.87	3.67	3.14	2.81	3.41	3.35	3.86	3.32	3.00	3.73	3.55	3.47
대화소재제공	3.73	3.60	3.29	3.14	3.30	3.38	4.00	3.37	3.13	3.91	3.48	3.53
창의성 통합	3.80	3.56	3.31	3.13	3.33	3.39	3.69	2.98	3.04	3.45	3.40	3.30
소재성	3.93	3.53	3.43	2.90	3.30	3.37	3.86	3.05	3.06	3.45	3.42	3.35
형식성	3.73	3.73	3.21	3.10	3.26	3.37	3.71	3.00	2.94	3.36	3.30	3.25
독창성	3.73	3.40	3.29	3.38	3.44	3.45	3.50	2.89	3.13	3.55	3.48	3.31
완성도 통합	4.02	3.76	3.24	3.03	3.26	3.41	3.60	3.26	3.13	3.61	3.44	3.39
전반적 완성도	4.13	3.53	3.29	3.00	3.26	3.39	3.64	3.21	3.13	3.64	3.48	3.41
내용 이해도	3.93	3.87	3.21	3.14	3.26	3.43	3.71	3.42	3.19	3.55	3.52	3.47
구성성	4.00	3.87	3.21	2.95	3.26	3.40	3.43	3.16	3.06	3.64	3.33	3.30
만족도 통합	3.80	3.36	2.96	2.77	2.95	3.12	3.57	3.06	2.74	3.40	3.16	3.16
즐거움 정도	3.80	3.27	2.71	2.81	3.07	3.11	3.21	2.68	2.56	3.09	3.18	2.97
몰입도	3.67	3.53	3.00	2.90	2.96	3.16	3.79	3.21	2.81	3.73	3.15	3.27
지속시청의향	3.67	3.33	3.29	2.81	2.93	3.14	3.64	3.21	2.75	3.36	3.21	3.22
추천의향_온라인	3.87	3.20	2.86	2.71	2.89	3.05	3.71	3.00	2.69	3.55	3.12	3.16
추천의향_오프라인	4.00	3.47	2.93	2.62	2.89	3.11	3.50	3.21	2.88	3.27	3.15	3.18

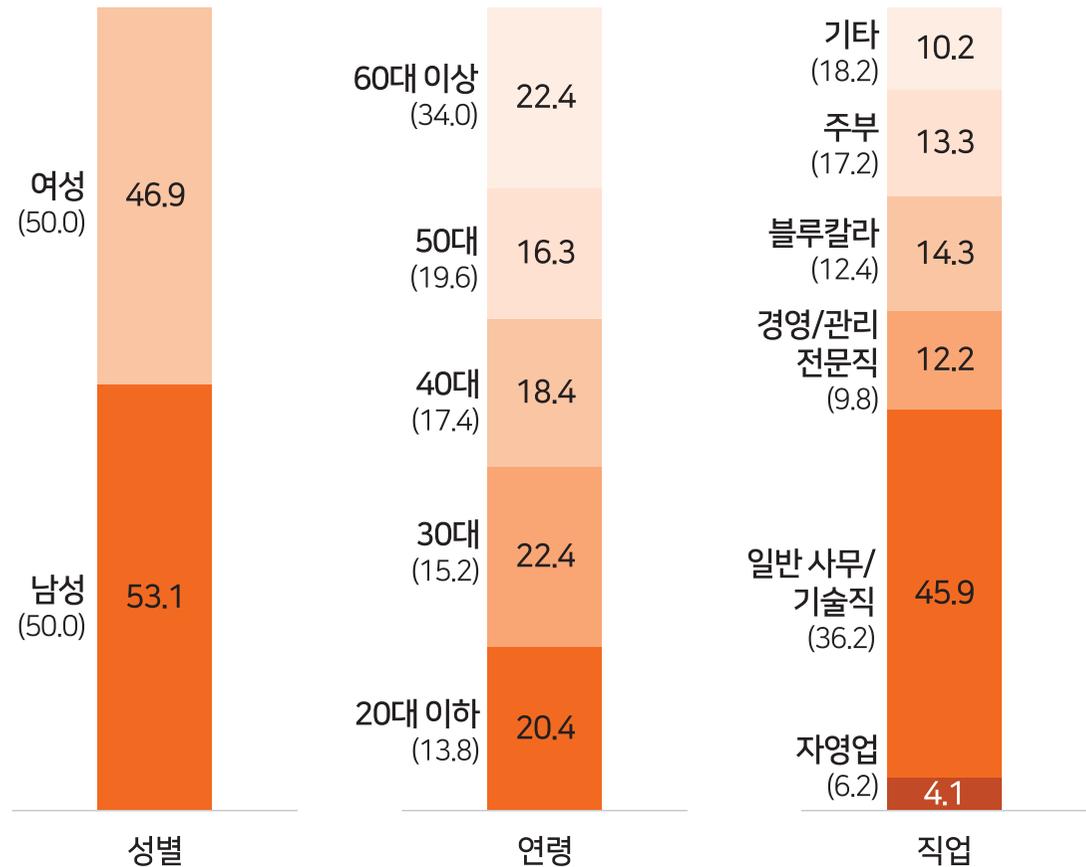
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

15) 두유노집밥

- <두유노집밥> 시청자는 남성(53.1%)이 여성(46.9%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 30대와 60대 이상(각 22.4%), 직업별로는 일반 사무/기술직(45.9%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

두유노집밥 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(98)	100.0
성별	남성	(52)	53.1
	여성	(46)	46.9
연령	20대 이하	(20)	20.4
	30대	(22)	22.4
	40대	(18)	18.4
	50대	(16)	16.3
	60대 이상	(22)	22.4
직업	자영업	(4)	4.1
	사무직/기술직	(45)	45.9
	경영/관리직	(7)	7.1
	전문직/자유직	(5)	5.1
	기능/숙련공/생산직	(10)	10.2
	판매/서비스직	(4)	4.1
	농/임/축/어업	(0)	0.0
	전업 주부	(13)	13.3
	학생	(6)	6.1
	무직	(4)	4.1
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 191

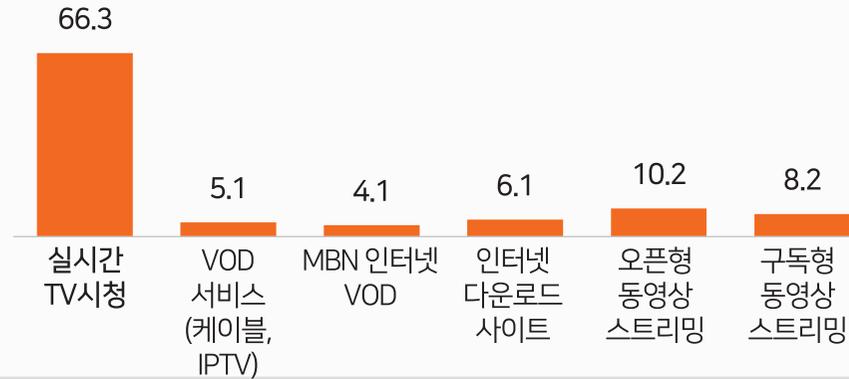
15) 두유노집밥

- <두유노집밥> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(66.3%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(35.0%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(70.4%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(76.1%), 연령대별로는 40대(94.4%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 두유노집밥 시청자, n=98, Unit : %]



2순위

[Base : 두유노집밥 시청자 중 2순위 응답자, n=60, Unit : %]



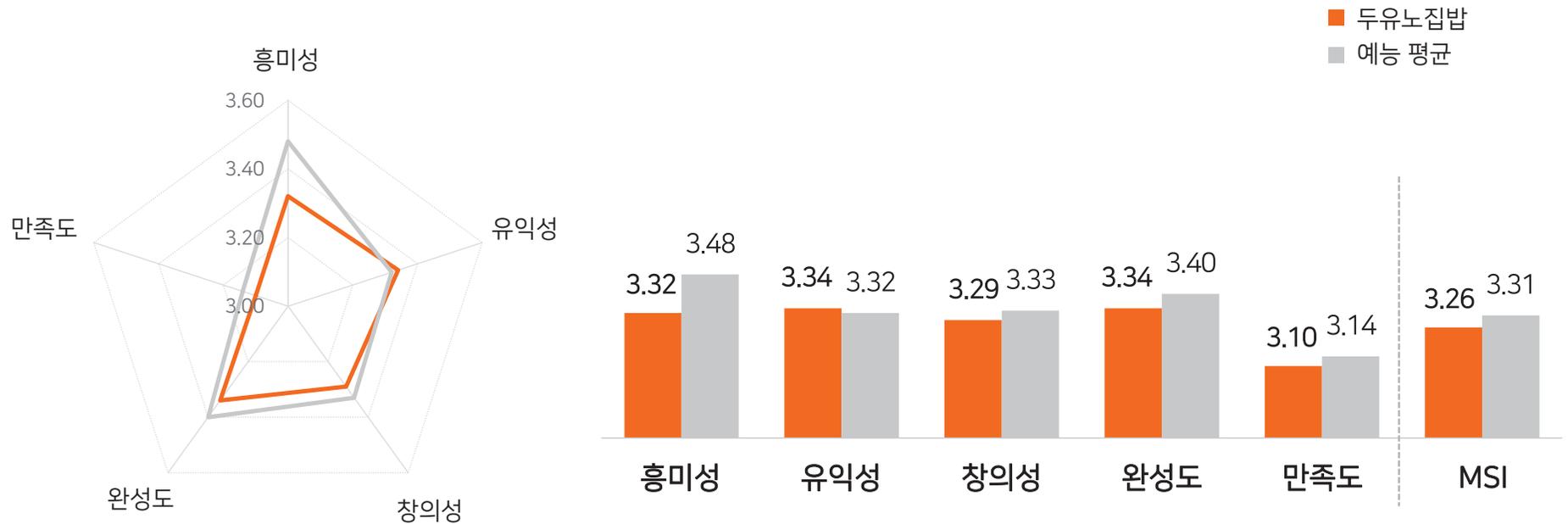
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(98)	(52)	(46)	(20)	(22)	(18)	(16)	(22)
실시간 TV시청	70.4	65.4	76.1	55.0	59.1	94.4	68.8	77.3
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	26.5	30.8	21.7	20.0	31.8	22.2	43.8	18.2
MBN 인터넷 VOD	14.3	23.1	4.3	10.0	18.2	16.7	12.5	13.6
인터넷 다운로드 사이트	10.2	11.5	8.7	20.0	9.1	0.0	12.5	9.1
오픈형 동영상 스트리밍	24.5	28.8	19.6	35.0	13.6	11.1	25.0	36.4
구독형 동영상 스트리밍	15.3	15.4	15.2	25.0	22.7	0.0	6.3	18.2

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 두유노집밥 시청자, n=98, Unit : 명, %]

15) 두유노집밥

- <두유노집밥>의 MSI는 3.26점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 유익성, 완성도(각 3.34점) > 흥미성(3.32점) > 창의성(3.29점) > 만족도(3.10점) 순임

프로그램 평가 점수



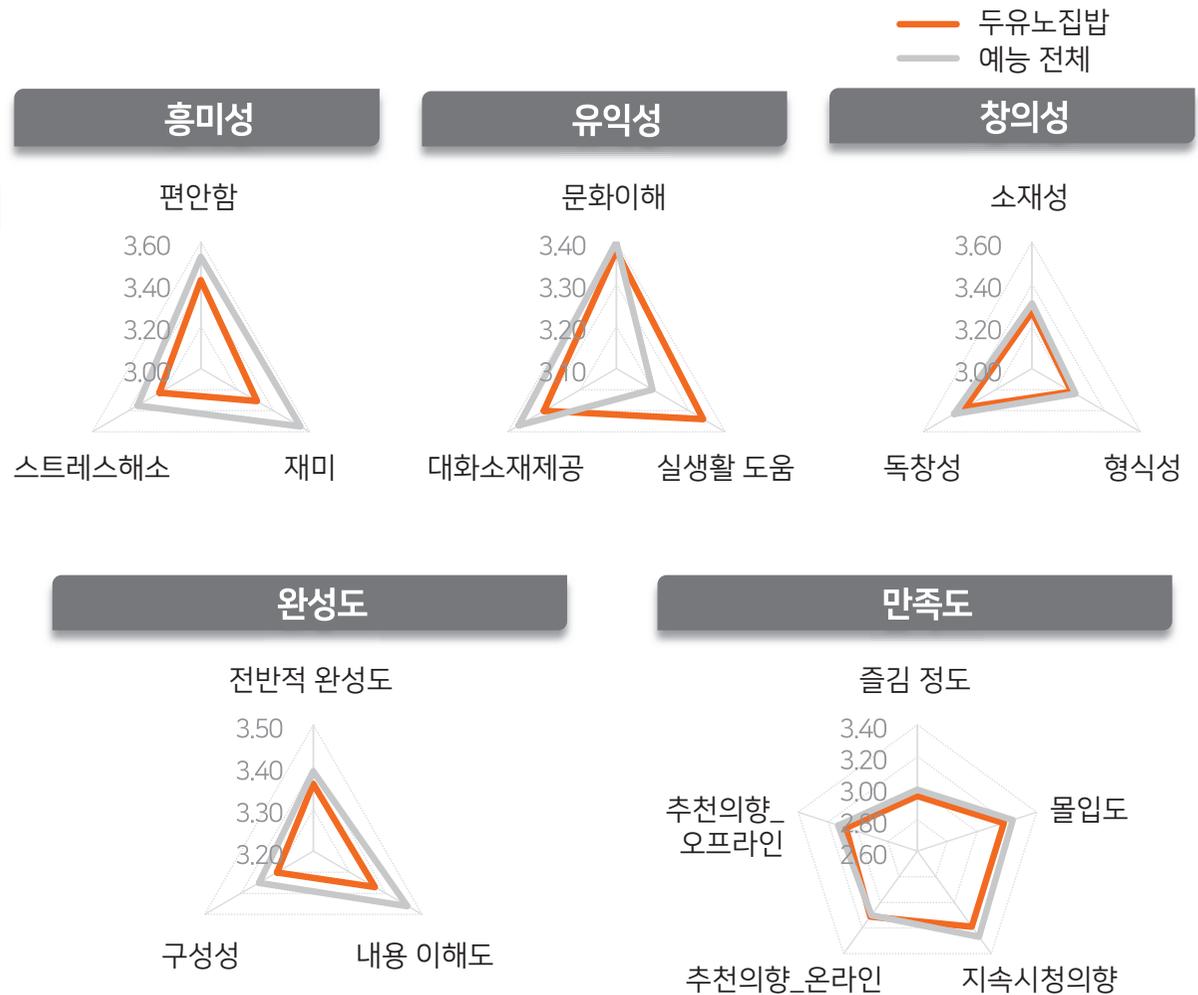
- 유익성은 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 흥미성, 창의성, 완성도, 만족도에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

15) 두유노집밥

- <두유노집밥>은 편안함(3.42점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 문화이해(3.38점)에서 높은 평가를 받음

	두유노집밥	예능 전체
응답자수	(98)	(500)
MSI	3.26	3.31
흥미성 통합	3.32	3.48
편안함	3.42	3.53
재미	3.31	3.55
스트레스 해소	3.23	3.35
유익성 통합	3.34	3.32
문화이해	3.38	3.40
실생활 도움	3.34	3.20
대화소재제공	3.30	3.37
창의성 통합	3.29	3.33
소재성	3.27	3.31
형식성	3.22	3.24
독창성	3.37	3.43
완성도 통합	3.34	3.40
전반적 완성도	3.36	3.39
내용 이해도	3.37	3.46
구성성	3.30	3.35
만족도 통합	3.10	3.14
즐김 정도	2.95	2.99
몰입도	3.18	3.24
지속시청의향	3.19	3.27
추천의향_온라인	3.11	3.10
추천의향_오프라인	3.08	3.13



15) 두유노집밥

- <두유노집밥>의 MSI는 성별로는 남성(3.38점)에서 여성(3.12점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.76점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 독창성(3.52점)을 가장 높게 평가한 반면, 여성은 편안함(3.35점)을 가장 높게 평가함

두유노집밥	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(13)	(13)	(7)	(10)	(9)	(52)	(7)	(9)	(11)	(6)	(13)	(46)
MSI	3.76	3.36	3.54	3.26	2.84	3.38	3.26	2.89	3.10	3.25	3.17	3.12
흥미성 통합	3.82	3.41	3.67	3.37	2.74	3.42	3.38	2.96	3.27	3.33	3.15	3.20
편안함	4.08	3.31	3.86	3.50	2.56	3.48	3.57	3.11	3.55	3.50	3.15	3.35
재미	3.69	3.31	3.57	3.50	2.89	3.40	3.43	2.89	3.36	3.17	3.15	3.20
스트레스해소	3.69	3.62	3.57	3.10	2.78	3.38	3.14	2.89	2.91	3.33	3.15	3.07
유익성 통합	3.79	3.46	3.62	3.33	2.96	3.46	3.33	3.00	3.15	3.50	3.18	3.20
문화이해	3.77	3.31	3.71	3.40	3.22	3.48	3.29	3.11	3.36	3.33	3.23	3.26
실생활 도움	3.69	3.54	3.86	3.50	2.67	3.46	3.43	2.89	3.00	3.83	3.15	3.20
대화소재제공	3.92	3.54	3.29	3.10	3.00	3.42	3.29	3.00	3.09	3.33	3.15	3.15
창의성 통합	3.69	3.26	3.43	3.47	3.00	3.38	3.24	2.93	3.21	3.33	3.21	3.17
소재성	3.77	2.92	3.57	3.30	3.22	3.35	3.43	2.89	3.27	3.33	3.08	3.17
형식성	3.38	3.54	3.43	3.50	2.44	3.29	3.14	2.78	3.27	3.17	3.31	3.15
독창성	3.92	3.31	3.29	3.60	3.33	3.52	3.14	3.11	3.09	3.50	3.23	3.20
완성도 통합	4.00	3.33	3.57	3.17	2.89	3.42	3.33	3.00	3.12	3.50	3.36	3.25
전반적 완성도	4.08	3.31	3.57	3.10	2.89	3.42	3.14	3.00	3.36	3.50	3.38	3.28
내용 이해도	4.00	3.46	3.57	3.10	2.89	3.44	3.57	3.00	3.00	3.83	3.31	3.28
구성성	3.92	3.23	3.57	3.30	2.89	3.40	3.29	3.00	3.00	3.17	3.38	3.17
만족도 통합	3.60	3.35	3.46	3.08	2.71	3.27	3.11	2.69	2.89	2.87	3.03	2.92
즐김 정도	3.62	2.92	3.57	2.80	2.67	3.12	3.00	2.56	2.64	2.83	2.85	2.76
몰입도	3.69	3.46	3.57	3.30	2.78	3.38	3.00	2.78	2.82	3.00	3.15	2.96
지속시청의향	3.77	3.54	3.43	3.10	2.78	3.37	3.14	2.67	3.09	3.17	3.00	3.00
추천의향_온라인	3.31	3.46	3.29	3.20	2.67	3.21	3.29	2.67	3.09	2.67	3.15	3.00
추천의향_오프라인	3.62	3.38	3.43	3.00	2.67	3.25	3.14	2.78	2.82	2.67	3.00	2.89

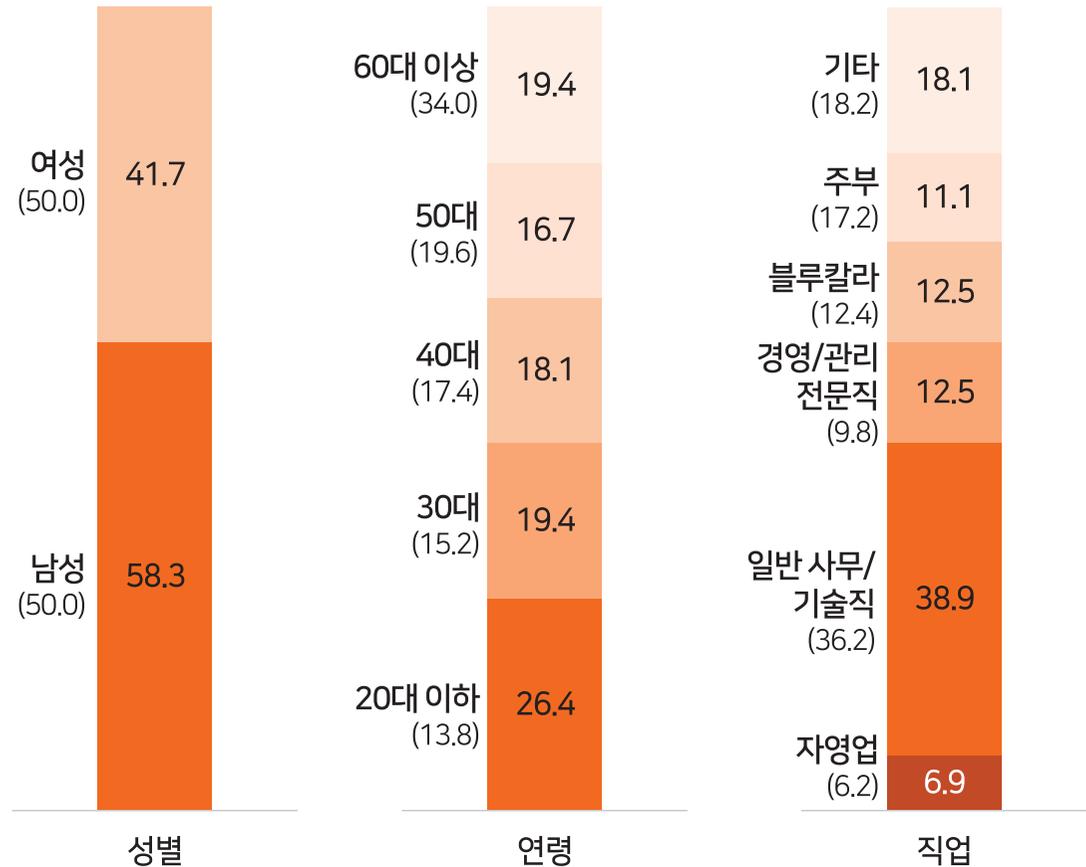
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

16) 위대한쇼: 태권

- <위대한쇼: 태권> 시청자는 남성(58.3%)이 여성(41.7%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 20대 이하(26.4%), 직업별로는 일반 사무/기술직(38.9%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

위대한쇼: 태권 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(72)	100.0
성별	남성	(42)	58.3
	여성	(30)	41.7
연령	20대 이하	(19)	26.4
	30대	(14)	19.4
	40대	(13)	18.1
	50대	(12)	16.7
	60대 이상	(14)	19.4
직업	자영업	(5)	6.9
	사무직/기술직	(28)	38.9
	경영/관리직	(4)	5.6
	전문직/자유직	(5)	6.9
	기능/숙련공/생산직	(4)	5.6
	판매/서비스직	(5)	6.9
	농/임/축/어업	(0)	0.0
	전업 주부	(8)	11.1
	학생	(7)	9.7
	무직	(6)	8.3
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 196

16) 위대한쇼: 태권

- <위대한쇼: 태권> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(61.1%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(31.8%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(69.4%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(73.3%), 연령대별로는 60대 이상(85.7%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 위대한쇼: 태권 시청자, n=72, Unit : %]



2순위

[Base : 위대한쇼: 태권 시청자 중 2순위 응답자, n=44, Unit : %]



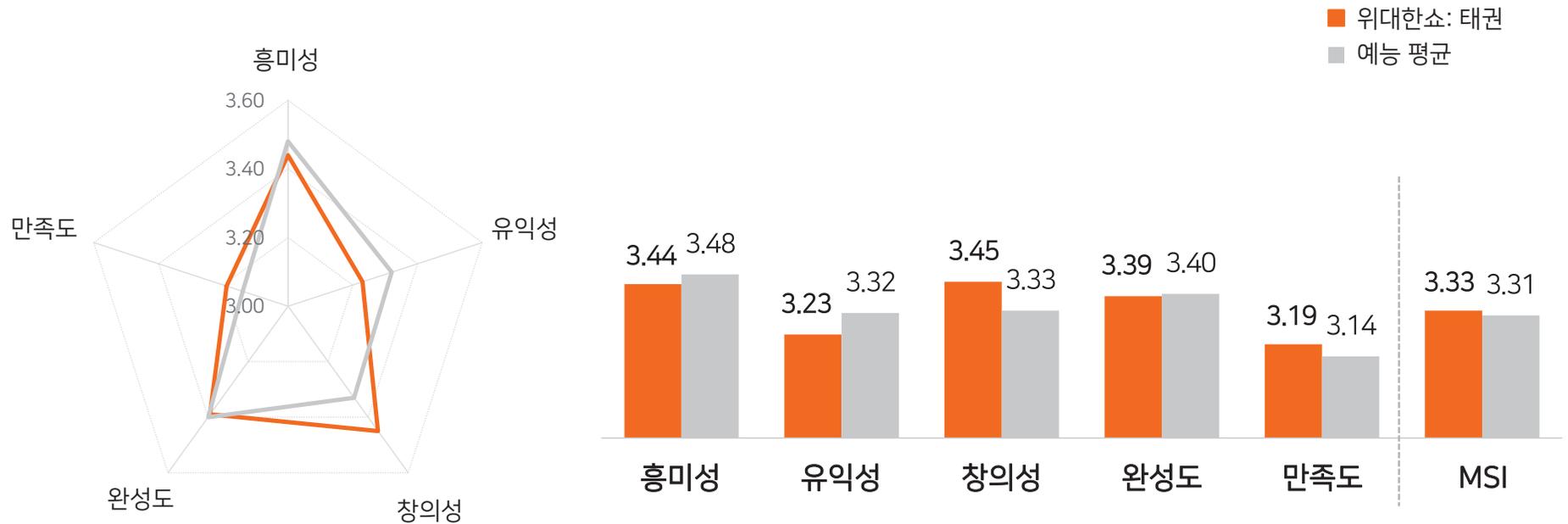
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(72)	(42)	(30)	(19)	(14)	(13)	(12)	(14)
실시간 TV시청	69.4	66.7	73.3	68.4	42.9	69.2	83.3	85.7
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	27.8	35.7	16.7	5.3	57.1	38.5	41.7	7.1
MBN 인터넷 VOD	16.7	23.8	6.7	21.1	28.6	7.7	8.3	14.3
인터넷 다운로드 사이트	11.1	11.9	10.0	10.5	7.1	7.7	8.3	21.4
오픈형 동영상 스트리밍	22.2	21.4	23.3	36.8	21.4	15.4	25.0	7.1
구독형 동영상 스트리밍	13.9	16.7	10.0	15.8	21.4	15.4	8.3	7.1

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 위대한쇼: 태권 시청자, n=72, Unit : 명, %]

16) 위대한쇼: 태권

- <위대한쇼: 태권>의 MSI는 3.33점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 창의성(3.45점) > 흥미성(3.44점) > 완성도(3.39점) > 유익성(3.23점) > 만족도(3.19점) 순임

프로그램 평가 점수



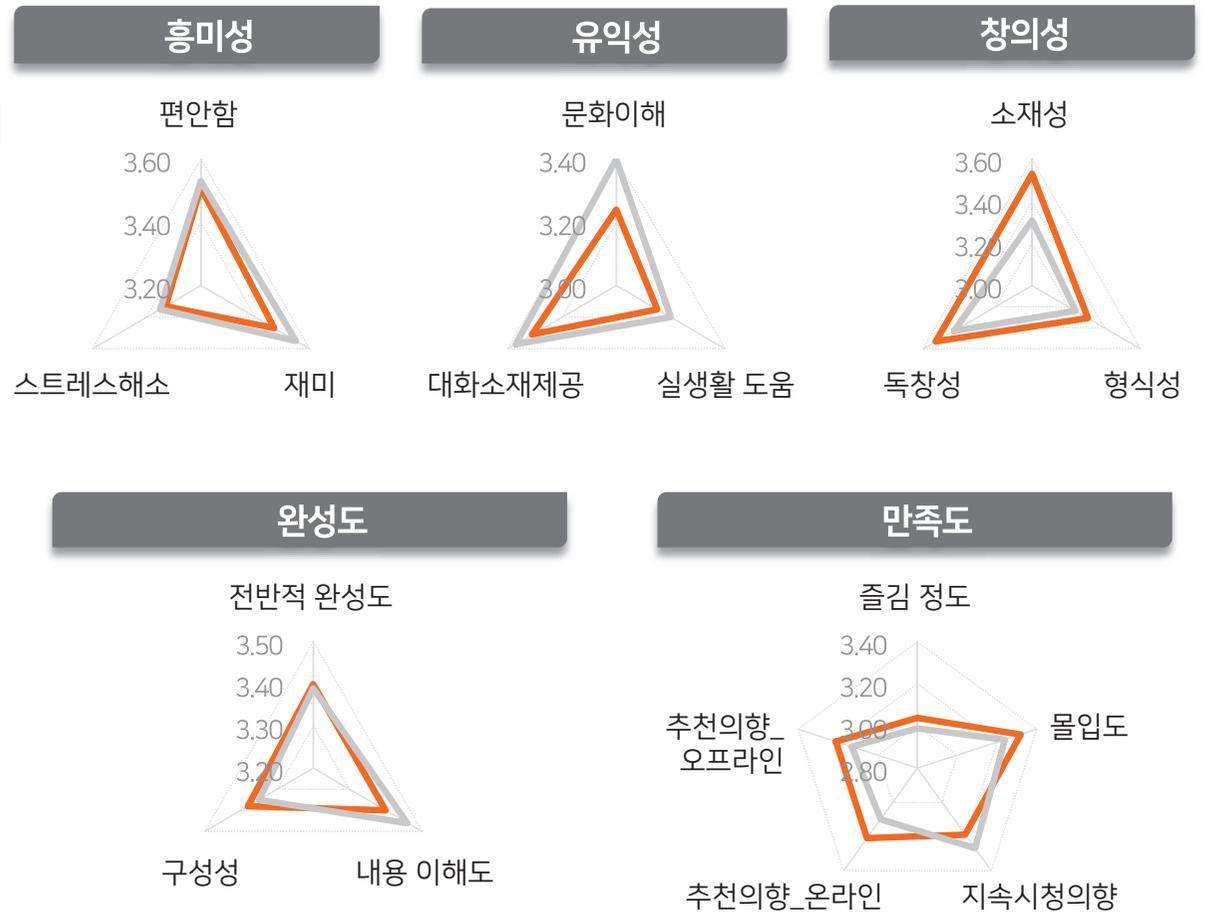
- 창의성, 만족도는 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 흥미성, 유익성, 완성도에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

16) 위대한쇼: 태권

- <위대한쇼: 태권>은 소재성, 독창성(각 3.53점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 편안함(3.51점)에서 높은 평가를 받음

	위대한쇼: 태권	예능 전체
응답자수	(72)	(500)
MSI	3.33	3.31
흥미성 통합	3.44	3.48
편안함	3.51	3.53
재미	3.47	3.55
스트레스 해소	3.33	3.35
유익성 통합	3.23	3.32
문화이해	3.24	3.40
실생활 도움	3.15	3.20
대화소재제공	3.31	3.37
창의성 통합	3.45	3.33
소재성	3.53	3.31
형식성	3.31	3.24
독창성	3.53	3.43
완성도 통합	3.39	3.40
전반적 완성도	3.40	3.39
내용 이해도	3.40	3.46
구성성	3.38	3.35
만족도 통합	3.19	3.14
즐김 정도	3.04	2.99
몰입도	3.32	3.24
지속시청의향	3.19	3.27
추천의향_온라인	3.21	3.10
추천의향_오프라인	3.21	3.13



16) 위대한쇼: 태권

- <위대한쇼: 태권>의 MSI는 성별로는 남성(3.42점)에서 여성(3.19점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 50대 여성(3.85점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 편안함(3.69점)을 가장 높게 평가한 반면, 여성은 재미, 독창성(각 3.37점)을 가장 높게 평가함

위대한쇼: 태권	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(12)	(9)	(6)	(10)	(5)	(42)	(7)	(5)	(7)	(2)	(9)	(30)
MSI	3.50	3.41	3.84	3.09	3.42	3.42	3.27	2.73	3.05	3.85	3.33	3.19
흥미성 통합	3.56	3.67	3.78	3.27	3.47	3.53	3.38	2.60	3.29	4.33	3.44	3.31
편안함	3.75	3.89	4.17	3.30	3.40	3.69	3.29	2.60	3.29	4.00	3.44	3.27
재미	3.75	3.67	3.83	3.10	3.40	3.55	3.29	2.80	3.43	4.50	3.44	3.37
스트레스해소	3.17	3.44	3.33	3.40	3.60	3.36	3.57	2.40	3.14	4.50	3.44	3.30
유익성 통합	3.44	3.22	3.89	3.03	3.27	3.34	3.19	2.73	2.76	3.50	3.33	3.08
문화이해	3.42	3.22	3.33	3.10	3.00	3.24	3.14	2.60	3.14	4.50	3.44	3.23
실생활 도움	3.50	3.33	4.00	2.80	3.20	3.33	3.14	2.60	2.43	3.00	3.22	2.90
대화소재제공	3.42	3.11	4.33	3.20	3.60	3.45	3.29	3.00	2.71	3.00	3.33	3.10
창의성 통합	3.56	3.59	3.78	3.33	3.60	3.55	3.33	2.73	3.48	4.00	3.37	3.32
소재성	3.92	3.67	3.83	3.20	3.80	3.67	3.14	2.80	3.71	4.00	3.33	3.33
형식성	3.17	3.44	3.67	3.30	3.20	3.33	3.43	2.80	3.14	4.00	3.33	3.27
독창성	3.58	3.67	3.83	3.50	3.80	3.64	3.43	2.60	3.57	4.00	3.44	3.37
완성도 통합	3.58	3.44	3.94	3.10	3.33	3.46	3.38	2.87	3.10	4.50	3.37	3.30
전반적 완성도	3.50	3.44	3.83	3.20	3.40	3.45	3.29	3.00	3.14	4.50	3.44	3.33
내용 이해도	3.58	3.44	4.17	3.10	3.40	3.50	3.29	2.80	3.14	4.50	3.33	3.27
구성성	3.67	3.44	3.83	3.00	3.20	3.43	3.57	2.80	3.00	4.50	3.33	3.30
만족도 통합	3.42	3.24	3.83	2.88	3.44	3.31	3.14	2.72	2.80	3.30	3.22	3.03
즐김 정도	3.33	3.33	3.50	2.80	3.40	3.24	2.86	2.60	2.43	3.00	3.00	2.77
몰입도	3.42	3.44	4.00	3.30	3.40	3.48	3.29	2.80	2.71	3.50	3.33	3.10
지속시청의향	3.25	3.00	4.00	2.90	3.60	3.26	3.29	2.80	2.71	3.50	3.33	3.10
추천의향_온라인	3.58	3.22	3.83	2.60	3.40	3.29	3.14	2.80	3.00	3.50	3.22	3.10
추천의향_오프라인	3.50	3.22	3.83	2.80	3.40	3.31	3.14	2.60	3.14	3.00	3.22	3.07

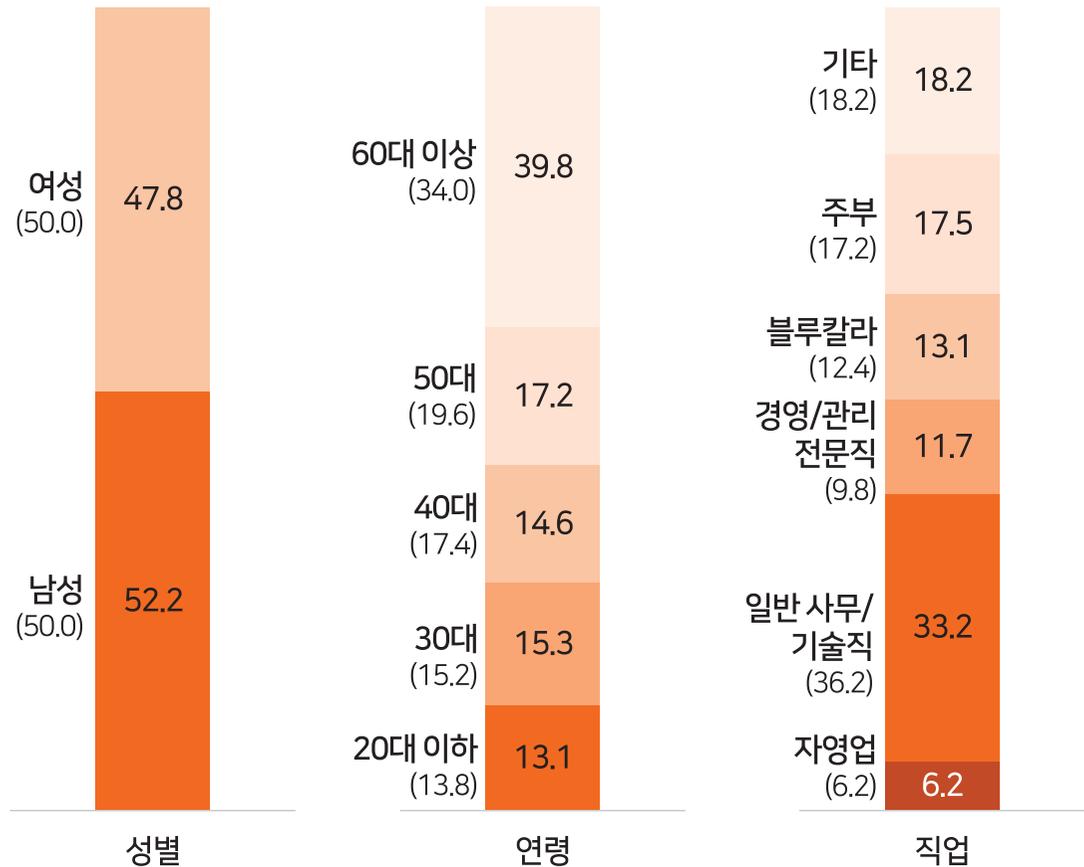
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

17) 2025 한일가왕전

- <2025 한일가왕전> 시청자는 남성(52.2%)이 여성(47.8%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(39.8%), 직업별로는 일반 사무/기술직(33.2%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

2025 한일가왕전 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(274)	100.0
성별	남성	(143)	52.2
	여성	(131)	47.8
연령	20대 이하	(36)	13.1
	30대	(42)	15.3
	40대	(40)	14.6
	50대	(47)	17.2
	60대 이상	(109)	39.8
직업	자영업	(17)	6.2
	사무직/기술직	(91)	33.2
	경영/관리직	(11)	4.0
	전문직/자유직	(21)	7.7
	기능/숙련공/생산직	(18)	6.6
	판매/서비스직	(16)	5.8
	농/임/축/어업	(2)	0.7
	전업 주부	(48)	17.5
	학생	(10)	3.6
	무직	(40)	14.6
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 201

17) 2025 한일가왕전

- <2025 한일가왕전> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(77.7%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(34.2%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(85.8%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(87.8%), 연령대별로는 60대 이상(94.5%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 2025 한일가왕전 시청자, n=274, Unit : %]



2순위

[Base : 2025 한일가왕전 시청자 중 2순위 응답자, n=146, Unit : %]



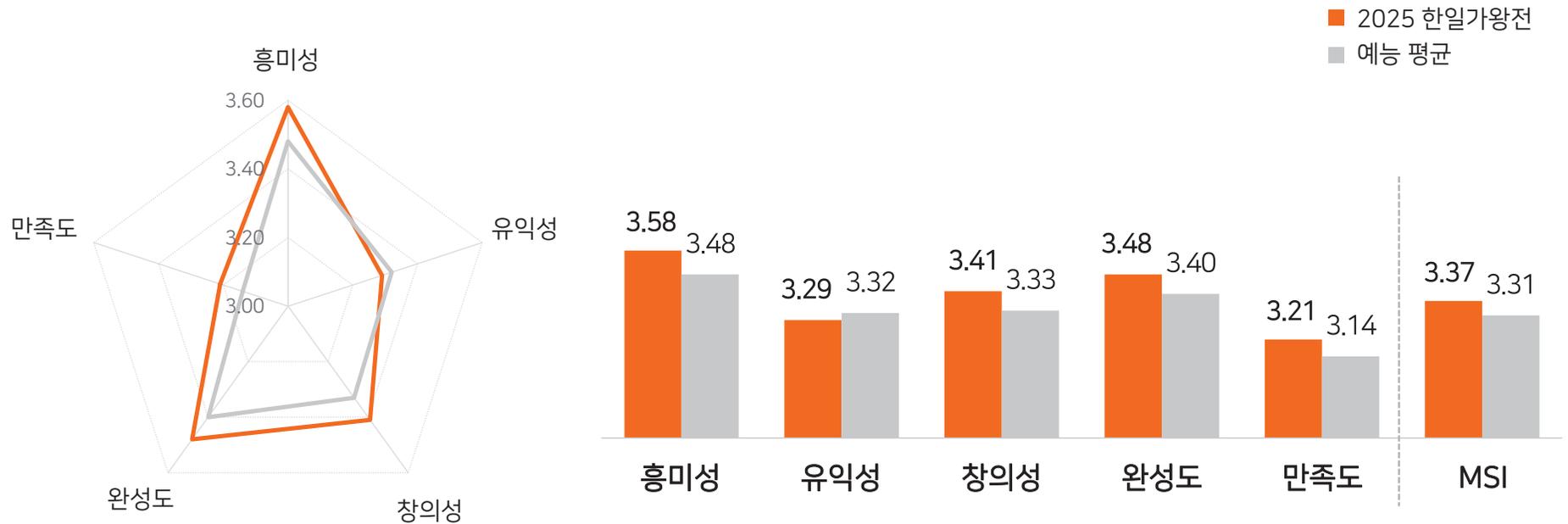
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(274)	(143)	(131)	(36)	(42)	(40)	(47)	(109)
실시간 TV시청	85.8	83.9	87.8	80.6	71.4	80.0	87.2	94.5
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	27.7	29.4	26.0	8.3	28.6	32.5	38.3	27.5
MBN 인터넷 VOD	7.3	10.5	3.8	13.9	9.5	5.0	6.4	5.5
인터넷 다운로드 사이트	4.4	4.9	3.8	8.3	2.4	2.5	4.3	4.6
오픈형 동영상 스트리밍	20.8	23.1	18.3	30.6	28.6	15.0	21.3	16.5
구독형 동영상 스트리밍	7.3	7.7	6.9	8.3	11.9	2.5	8.5	6.4

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 2025 한일가왕전 시청자, n=274, Unit : 명, %]

17) 2025 한일가왕전

- <2025 한일가왕전>의 MSI는 3.37점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.58점) > 완성도(3.48점) > 창의성(3.41점) > 유익성(3.29점) > 만족도(3.21점) 순임

프로그램 평가점수



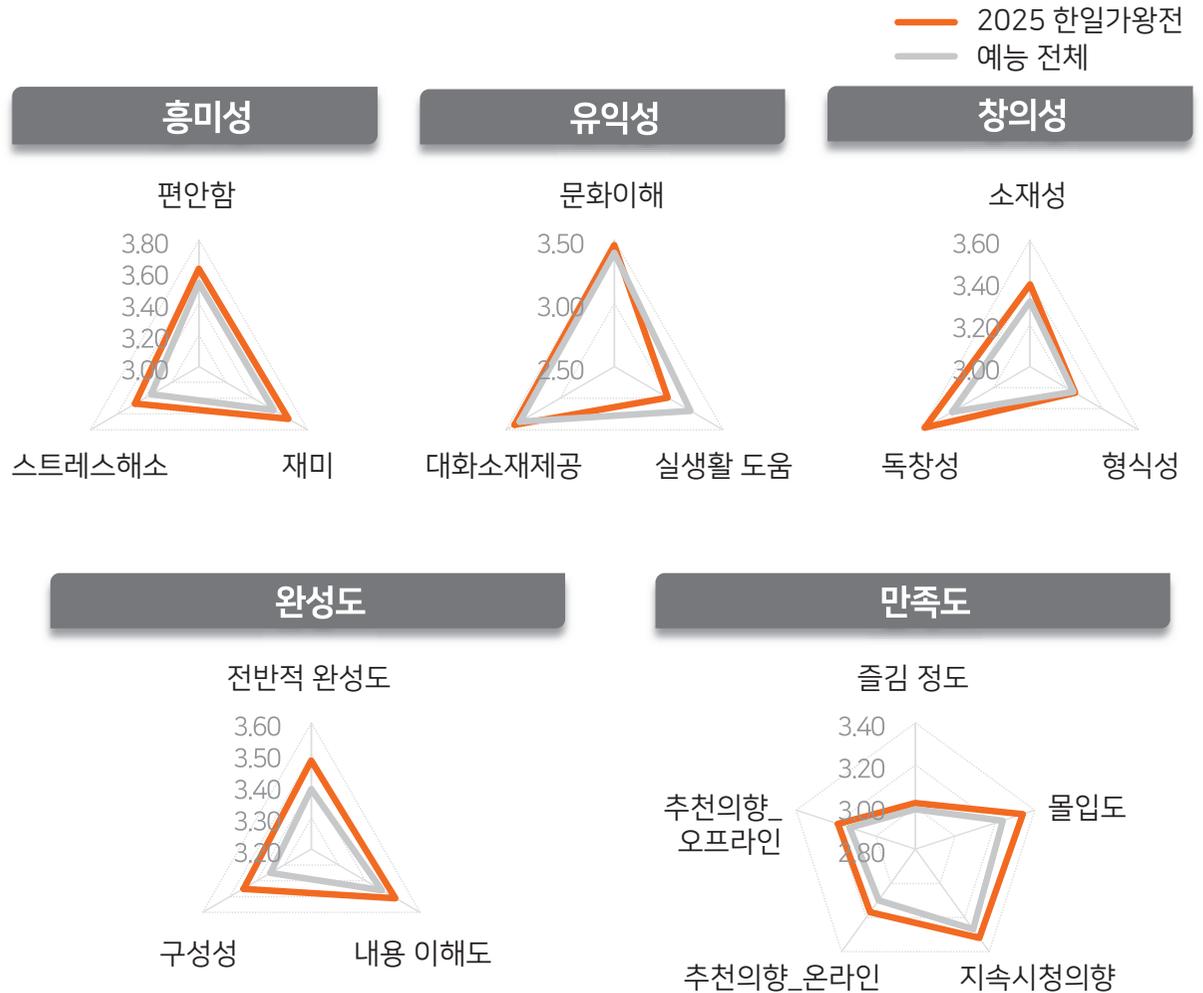
- 흥미성, 창의성, 완성도, 만족도는 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 유익성에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

17) 2025 한일가왕전

- <2025 한일가왕전>은 재미(3.66점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 편안함(3.62점)에서 높은 평가를 받음

	2025 한일가왕전	예능 전체
응답자수	(274)	(500)
MSI	3.37	3.31
흥미성 통합	3.58	3.48
편안함	3.62	3.53
재미	3.66	3.55
스트레스 해소	3.47	3.35
유익성 통합	3.29	3.32
문화이해	3.46	3.40
실생활 도움	2.99	3.20
대화소재제공	3.42	3.37
창의성 통합	3.41	3.33
소재성	3.39	3.31
형식성	3.25	3.24
독창성	3.58	3.43
완성도 통합	3.48	3.40
전반적 완성도	3.48	3.39
내용 이해도	3.51	3.46
구성성	3.45	3.35
만족도 통합	3.21	3.14
즐김 정도	3.02	2.99
몰입도	3.34	3.24
지속시청의향	3.32	3.27
추천의향_온라인	3.17	3.10
추천의향_오프라인	3.19	3.13



17) 2025 한일가왕전

- <2025 한일가왕전>의 MSI는 성별로는 남성(3.40점)에서 여성(3.34점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.58점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.68점)과 여성(3.63점) 모두 재미를 가장 높게 평가함

2025 한일가왕전	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(23)	(23)	(21)	(26)	(50)	(143)	(13)	(19)	(19)	(21)	(59)	(131)
MSI	3.58	3.44	3.38	3.24	3.40	3.40	3.47	3.05	3.01	3.30	3.53	3.34
흥미성 통합	3.81	3.62	3.62	3.40	3.64	3.62	3.46	3.28	3.14	3.62	3.75	3.54
편안함	3.87	3.57	3.67	3.38	3.74	3.66	3.54	3.26	3.26	3.57	3.80	3.58
재미	3.91	3.70	3.67	3.42	3.70	3.68	3.46	3.47	3.11	3.71	3.86	3.63
스트레스해소	3.65	3.61	3.52	3.38	3.48	3.52	3.38	3.11	3.05	3.57	3.59	3.42
유익성 통합	3.55	3.46	3.33	3.14	3.25	3.32	3.46	2.96	3.02	3.14	3.42	3.25
문화이해	3.65	3.65	3.52	3.23	3.46	3.49	3.54	3.11	3.21	3.43	3.58	3.43
실생활 도움	3.17	3.00	2.90	3.00	2.94	2.99	3.31	2.74	2.74	2.81	3.14	2.98
대화소재제공	3.83	3.74	3.57	3.19	3.34	3.49	3.54	3.05	3.11	3.19	3.54	3.35
창의성 통합	3.55	3.26	3.54	3.42	3.45	3.45	3.51	3.05	3.05	3.30	3.55	3.36
소재성	3.48	3.35	3.62	3.35	3.36	3.41	3.77	3.21	2.95	3.33	3.46	3.36
형식성	3.30	3.17	3.38	3.23	3.30	3.28	3.46	2.89	2.84	3.19	3.41	3.22
독창성	3.87	3.26	3.62	3.69	3.70	3.64	3.31	3.05	3.37	3.38	3.80	3.51
완성도 통합	3.70	3.55	3.56	3.26	3.49	3.50	3.56	3.11	3.18	3.48	3.64	3.46
전반적 완성도	3.74	3.48	3.57	3.23	3.44	3.48	3.62	3.05	3.37	3.52	3.63	3.49
내용 이해도	3.70	3.57	3.62	3.27	3.54	3.53	3.54	3.26	3.05	3.57	3.66	3.49
구성성	3.65	3.61	3.48	3.27	3.50	3.50	3.54	3.00	3.11	3.33	3.63	3.40
만족도 통합	3.39	3.36	3.05	3.07	3.25	3.23	3.40	2.94	2.79	3.09	3.38	3.19
즐김 정도	3.35	2.91	2.81	3.15	3.12	3.08	3.23	2.63	2.53	2.71	3.22	2.95
몰입도	3.30	3.70	3.10	3.15	3.38	3.34	3.46	3.00	2.89	3.24	3.63	3.35
지속시청의향	3.48	3.43	3.24	3.08	3.44	3.35	3.38	3.05	2.79	3.10	3.56	3.28
추천의향_온라인	3.52	3.35	3.00	3.04	3.16	3.20	3.54	2.95	2.79	3.29	3.17	3.14
추천의향_오프라인	3.30	3.39	3.10	2.92	3.16	3.17	3.38	3.05	2.95	3.10	3.34	3.21

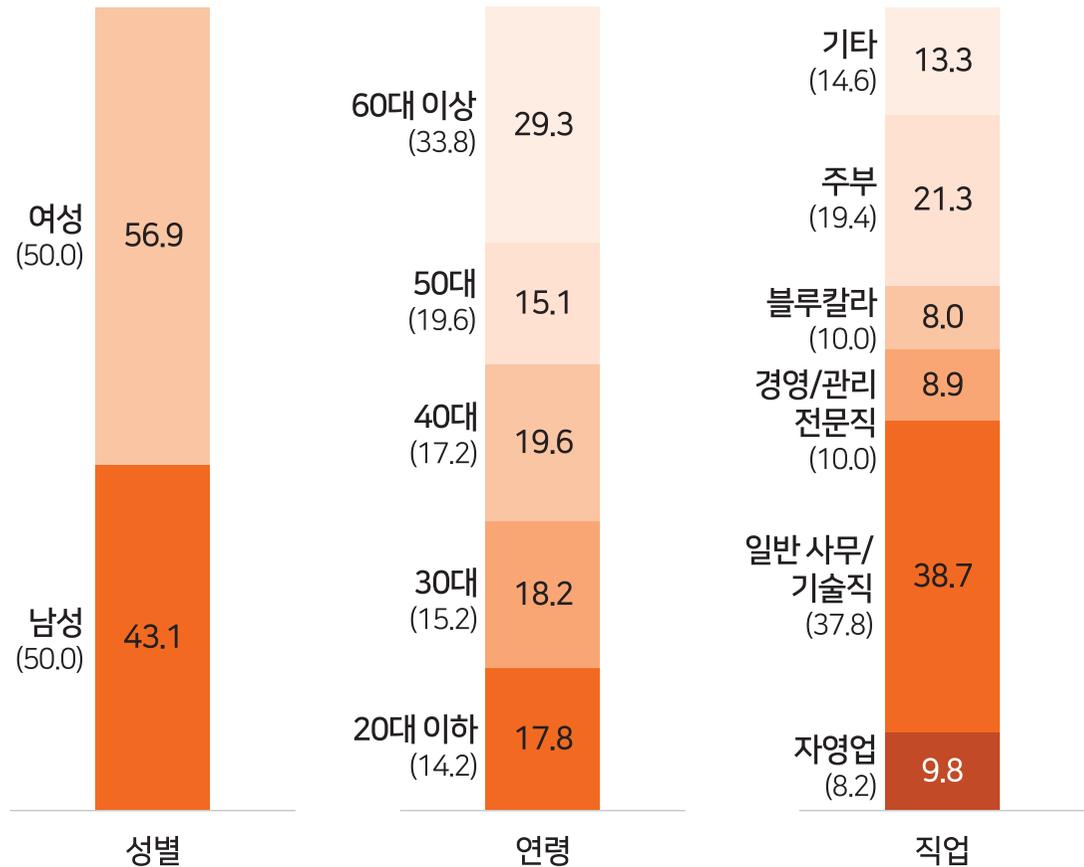
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

18) 돌싱글즈7

- <돌싱글즈7> 시청자는 여성(56.9%)이 남성(43.1%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(29.3%), 직업별로는 일반 사무/기술직(38.7%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

돌싱글즈7 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(225)	100.0
성별	남성	(97)	43.1
	여성	(128)	56.9
연령	20대 이하	(40)	17.8
	30대	(41)	18.2
	40대	(44)	19.6
	50대	(34)	15.1
	60대 이상	(66)	29.3
직업	자영업	(22)	9.8
	사무직/기술직	(87)	38.7
	경영/관리직	(9)	4.0
	전문직/자유직	(11)	4.9
	기능/숙련공/생산직	(8)	3.6
	판매/서비스직	(10)	4.4
	농/임/축/어업	(0)	0.0
	전업 주부	(48)	21.3
	학생	(10)	4.4
	무직	(20)	8.9
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 206

18) 돌싱글즈7

- <돌싱글즈7> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(66.2%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 '오픈형 동영상 스트리밍'(26.4%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(73.3%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 남성(74.2%), 연령대별로는 60대 이상(92.4%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 돌싱글즈7 시청자, n=225, Unit : %]



2순위

[Base : 돌싱글즈7 시청자 중 2순위 응답자, n=125, Unit : %]



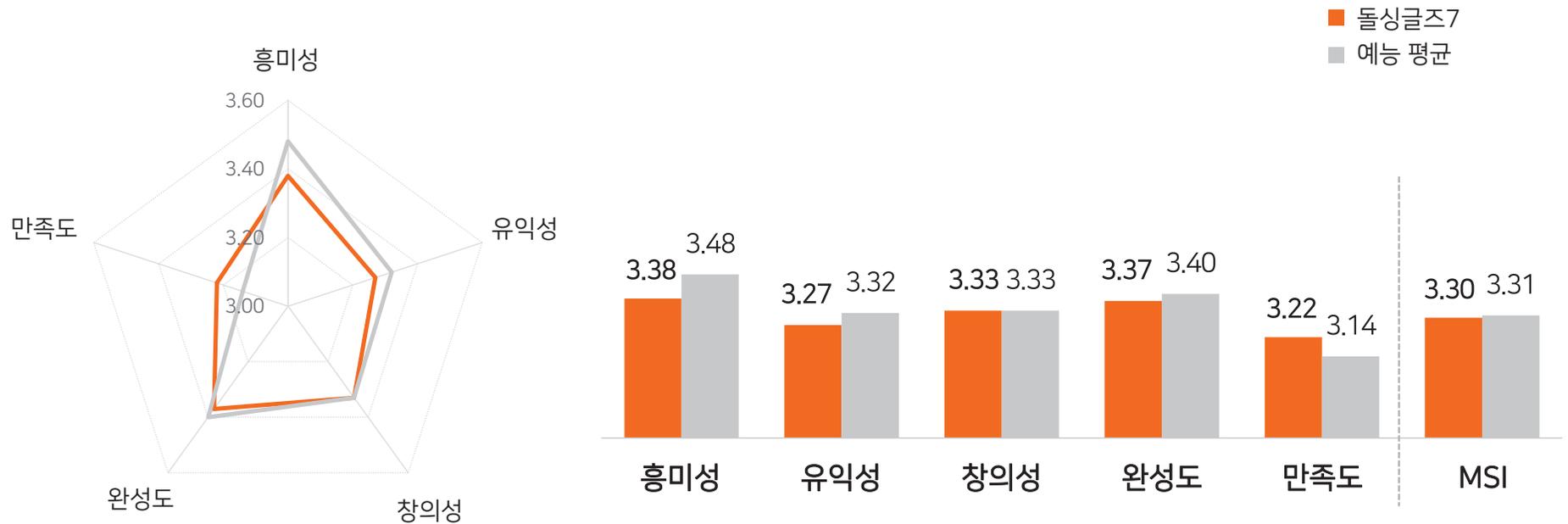
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(225)	(97)	(128)	(40)	(41)	(44)	(34)	(66)
실시간 TV시청	73.3	74.2	72.7	55.0	58.5	72.7	76.5	92.4
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	24.9	27.8	22.7	22.5	19.5	22.7	38.2	24.2
MBN 인터넷 VOD	5.8	7.2	4.7	10.0	4.9	4.5	5.9	4.5
인터넷 다운로드 사이트	3.1	7.2	0.0	15.0	2.4	0.0	0.0	0.0
오픈형 동영상 스트리밍	23.1	24.7	21.9	25.0	26.8	36.4	11.8	16.7
구독형 동영상 스트리밍	25.3	19.6	29.7	35.0	43.9	25.0	17.6	12.1

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 돌싱글즈7 시청자, n=225, Unit : 명, %]

18) 돌싱글즈7

- <돌싱글즈7>의 MSI는 3.30점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 낮게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.38점) > 완성도(3.37점) > 창의성(3.33점) > 유익성(3.27점) > 만족도(3.22점) 순임

프로그램 평가점수



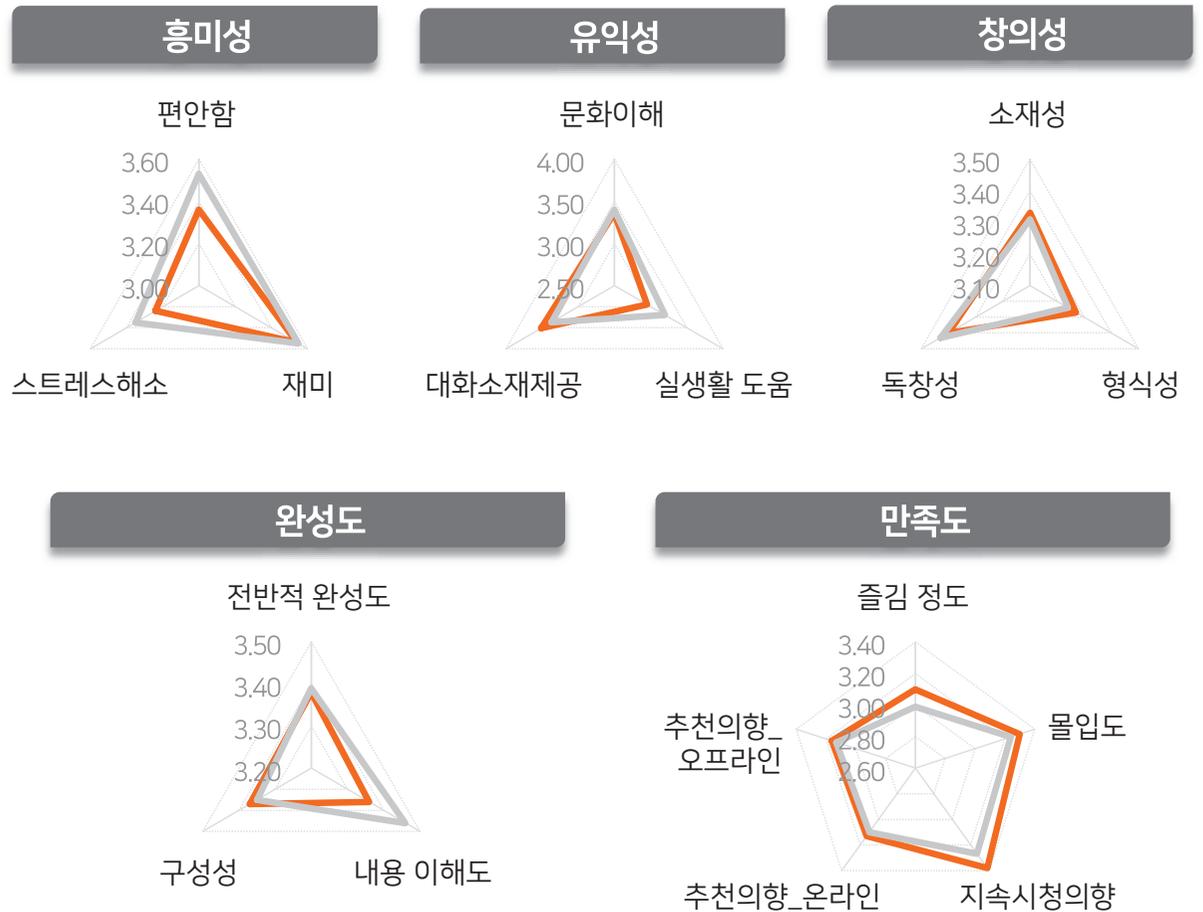
- 만족도는 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 흥미성, 유익성, 완성도에서는 평균 대비 낮게 평가됨

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

18) 돌싱글즈7

- <돌싱글즈7>은 재미(3.54점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 대화소재제공(3.51점)에서 높은 평가를 받음

	돌싱글즈7	예능 전체
응답자수	(225)	(500)
MSI	3.30	3.31
흥미성 통합	3.38	3.48
편안함	3.36	3.53
재미	3.54	3.55
스트레스 해소	3.24	3.35
유익성 통합	3.27	3.32
문화이해	3.36	3.40
실생활 도움	2.95	3.20
대화소재제공	3.51	3.37
창의성 통합	3.33	3.33
소재성	3.33	3.31
형식성	3.27	3.24
독창성	3.40	3.43
완성도 통합	3.37	3.40
전반적 완성도	3.38	3.39
내용 이해도	3.36	3.46
구성성	3.37	3.35
만족도 통합	3.22	3.14
즐김 정도	3.10	2.99
몰입도	3.30	3.24
지속시청의향	3.38	3.27
추천의향_온라인	3.13	3.10
추천의향_오프라인	3.16	3.13



18) 돌싱글즈7

- <돌싱글즈7>의 MSI는 성별로는 남성(3.41점)에서 여성(3.23점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 30대 여성(3.77점) 에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.59점)과 여성(3.50점) 모두 재미를 가장 높게 평가함

돌싱글즈7	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(22)	(21)	(17)	(16)	(21)	(97)	(18)	(20)	(27)	(18)	(45)	(128)
MSI	3.56	3.51	3.21	3.42	3.29	3.41	3.19	3.77	3.04	3.16	3.14	3.23
흥미성 통합	3.58	3.49	3.31	3.48	3.40	3.46	3.31	3.93	3.12	3.43	3.12	3.32
편안함	3.73	3.29	3.18	3.44	3.38	3.41	3.39	3.90	3.15	3.33	3.13	3.32
재미	3.59	3.67	3.65	3.50	3.52	3.59	3.39	4.20	3.33	3.56	3.31	3.50
스트레스해소	3.41	3.52	3.12	3.50	3.29	3.37	3.17	3.70	2.89	3.39	2.91	3.13
유익성 통합	3.62	3.46	3.25	3.38	3.25	3.40	3.22	3.57	3.04	3.11	3.10	3.18
문화이해	3.55	3.52	3.24	3.31	3.33	3.40	3.22	3.75	3.19	3.22	3.31	3.33
실생활 도움	3.68	3.14	3.12	3.31	3.05	3.27	2.61	2.85	2.56	2.89	2.71	2.71
대화소재제공	3.64	3.71	3.41	3.50	3.38	3.54	3.83	4.10	3.37	3.22	3.27	3.49
창의성 통합	3.53	3.56	3.25	3.48	3.32	3.43	3.28	3.63	3.16	3.15	3.19	3.26
소재성	3.55	3.71	3.12	3.25	3.24	3.39	3.33	3.80	3.26	3.11	3.13	3.29
형식성	3.64	3.33	3.35	3.50	3.38	3.44	3.11	3.60	3.04	3.00	3.07	3.14
독창성	3.41	3.62	3.29	3.69	3.33	3.46	3.39	3.50	3.19	3.33	3.38	3.35
완성도 통합	3.48	3.49	3.20	3.42	3.32	3.39	3.26	3.87	3.15	3.11	3.40	3.36
전반적 완성도	3.32	3.62	3.35	3.31	3.43	3.41	3.28	3.95	3.15	3.11	3.33	3.35
내용 이해도	3.50	3.29	3.06	3.56	3.29	3.34	3.28	3.75	3.22	3.11	3.47	3.38
구성성	3.64	3.57	3.18	3.38	3.24	3.41	3.22	3.90	3.07	3.11	3.40	3.34
만족도 통합	3.58	3.53	3.09	3.38	3.22	3.37	2.99	3.83	2.84	3.07	2.98	3.10
즐김 정도	3.68	3.33	2.82	3.13	3.29	3.28	2.61	3.65	2.89	3.00	2.82	2.96
몰입도	3.50	3.67	3.18	3.38	3.29	3.41	3.11	3.85	3.11	3.00	3.13	3.22
지속시청의향	3.68	3.57	3.24	3.63	3.43	3.52	3.17	4.10	2.93	3.22	3.20	3.28
추천의향_온라인	3.45	3.52	3.00	3.44	3.00	3.29	3.00	3.75	2.70	3.11	2.84	3.02
추천의향_오프라인	3.59	3.57	3.24	3.31	3.10	3.37	3.06	3.80	2.59	3.00	2.89	3.01

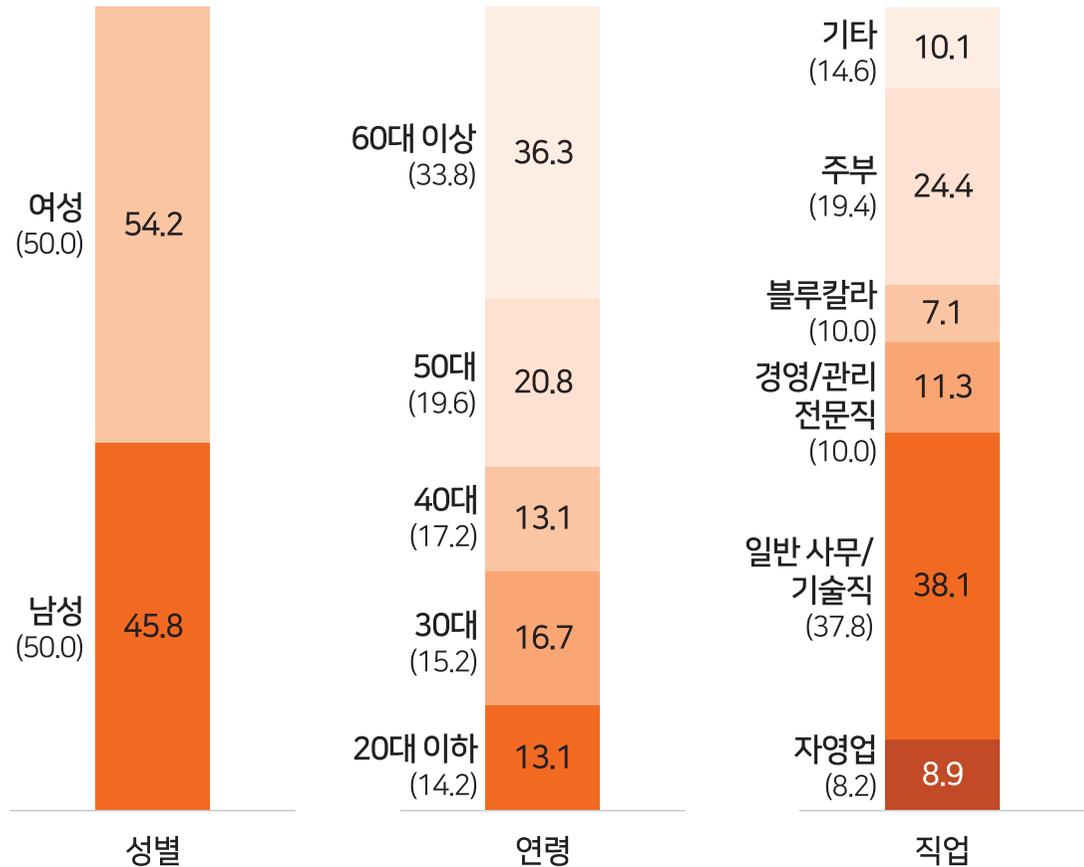
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

19) 가보자G04

- <가보자G04> 시청자는 여성(54.2%)이 남성(45.8%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(36.3%), 직업별로는 일반 사무/기술직(38.1%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

가보자G04 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(168)	100.0
성별	남성	(77)	45.8
	여성	(91)	54.2
연령	20대 이하	(22)	13.1
	30대	(28)	16.7
	40대	(22)	13.1
	50대	(35)	20.8
	60대 이상	(61)	36.3
직업	자영업	(15)	8.9
	사무직/기술직	(64)	38.1
	경영/관리직	(8)	4.8
	전문직/자유직	(11)	6.5
	기능/숙련공/생산직	(7)	4.2
	판매/서비스직	(4)	2.4
	농/임/축/어업	(1)	0.6
	전업 주부	(41)	24.4
	학생	(4)	2.4
	무직	(13)	7.7
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 211

19) 가보자G04

- <가보자G04> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(70.8%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(31.5%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(75.6%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(75.8%), 연령대별로는 60대 이상(91.8%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 가보자G04 시청자, n=168, Unit : %]



2순위

[Base : 가보자G04 시청자 중 2순위 응답자, n=92, Unit : %]



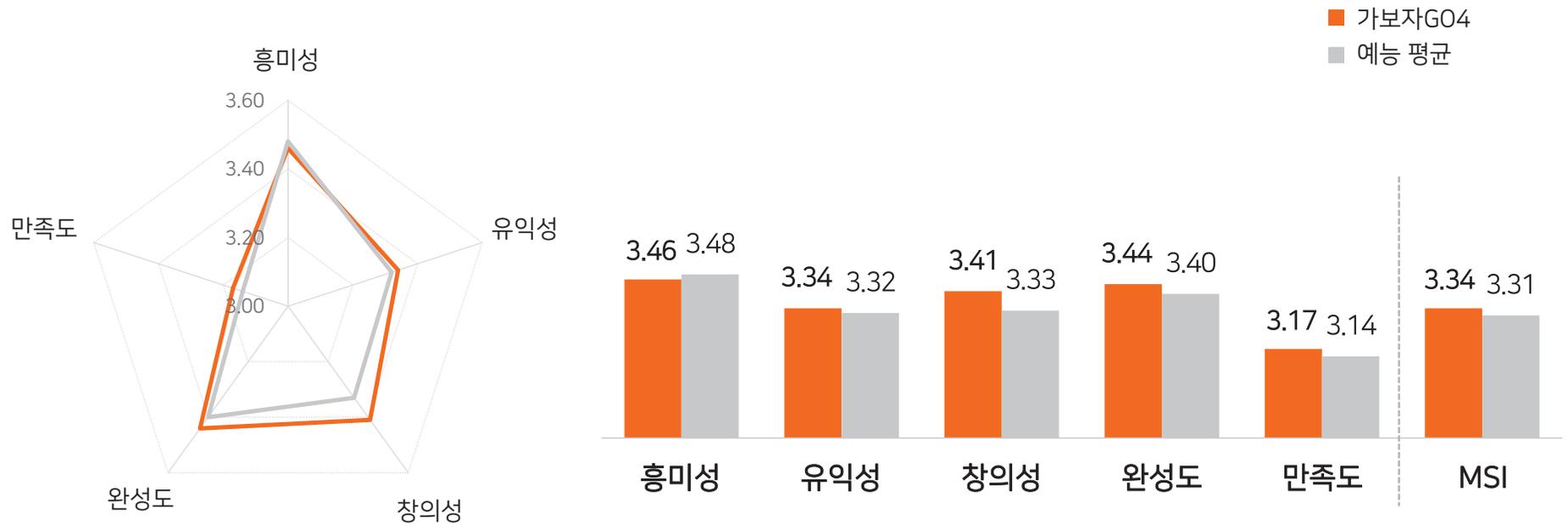
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(168)	(77)	(91)	(22)	(28)	(22)	(35)	(61)
실시간 TV시청	75.6	75.3	75.8	45.5	57.1	81.8	77.1	91.8
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	29.2	33.8	25.3	36.4	14.3	18.2	45.7	27.9
MBN 인터넷 VOD	4.8	5.2	4.4	18.2	0.0	4.5	0.0	4.9
인터넷 다운로드 사이트	8.3	11.7	5.5	27.3	14.3	0.0	5.7	3.3
오픈형 동영상 스트리밍	22.6	22.1	23.1	31.8	35.7	36.4	8.6	16.4
구독형 동영상 스트리밍	14.3	14.3	14.3	9.1	32.1	13.6	11.4	9.8

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 가보자G04 시청자, n=168, Unit : 명, %]

19) 가보자GO4

- <가보자GO4>의 MSI는 3.34점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.46점) > 완성도(3.44점) > 창의성(3.41점) > 유익성(3.34점) > 만족도(3.17점) 순임

프로그램 평가 점수



- 유익성, 창의성, 완성도, 만족도는 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으나, 흥미성에서는 평균 대비 낮게 평가됨

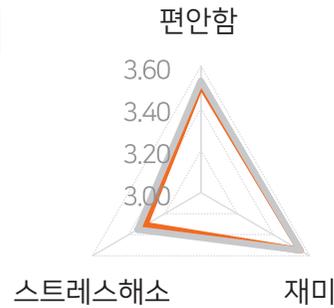
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

19) 가보자G04

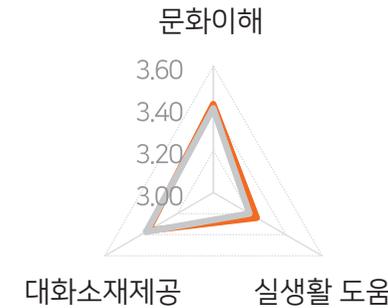
- <가보자G04>는 재미(3.55점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 편안함, 내용 이해도(각 3.51점)에서 높은 평가를 받음

	가보자G04	예능 전체
응답자수	(168)	(500)
MSI	3.34	3.31
흥미성 통합	3.46	3.48
편안함	3.51	3.53
재미	3.55	3.55
스트레스 해소	3.31	3.35
유익성 통합	3.34	3.32
문화이해	3.42	3.40
실생활 도움	3.24	3.20
대화소재제공	3.36	3.37
창의성 통합	3.41	3.33
소재성	3.42	3.31
형식성	3.32	3.24
독창성	3.48	3.43
완성도 통합	3.44	3.40
전반적 완성도	3.43	3.39
내용 이해도	3.51	3.46
구성성	3.39	3.35
만족도 통합	3.17	3.14
즐김 정도	3.01	2.99
몰입도	3.27	3.24
지속시청의향	3.29	3.27
추천의향_온라인	3.10	3.10
추천의향_오프라인	3.16	3.13

흥미성



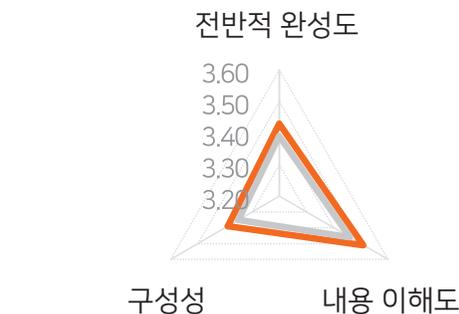
유익성



창의성



완성도



만족도



19) 가보자G04

- <가보자G04>의 MSI는 성별로는 남성(3.43점)에서 여성(3.27점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.73점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 독창성(3.61점)을 가장 높게 평가한 반면, 여성은 재미(3.54점)를 가장 높게 평가함

가보자G04	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(17)	(16)	(5)	(14)	(25)	(77)	(5)	(12)	(17)	(21)	(36)	(91)
MSI	3.73	3.43	3.20	3.30	3.33	3.43	3.15	3.41	3.12	3.31	3.28	3.27
흥미성 통합	3.59	3.52	3.73	3.31	3.39	3.47	3.40	3.64	3.18	3.46	3.51	3.45
편안함	3.65	3.38	3.80	3.50	3.48	3.52	3.60	3.83	3.18	3.43	3.58	3.51
재미	3.71	3.63	3.80	3.43	3.44	3.56	3.40	3.75	3.35	3.57	3.56	3.54
스트레스해소	3.41	3.56	3.60	3.00	3.24	3.32	3.20	3.33	3.00	3.38	3.39	3.30
유익성 통합	3.76	3.56	3.20	3.33	3.25	3.44	3.40	3.39	3.08	3.29	3.27	3.26
문화이해	3.76	3.44	3.20	3.29	3.32	3.43	3.80	3.75	3.18	3.38	3.39	3.42
실생활 도움	3.71	3.69	3.20	3.29	3.12	3.40	3.20	3.08	3.06	3.24	3.06	3.11
대화소재제공	3.82	3.56	3.20	3.43	3.32	3.49	3.20	3.33	3.00	3.24	3.36	3.25
창의성 통합	3.88	3.42	3.07	3.40	3.48	3.52	3.20	3.33	3.20	3.40	3.34	3.32
소재성	3.71	3.44	3.00	3.57	3.44	3.49	3.40	3.58	3.18	3.38	3.36	3.36
형식성	3.82	3.19	3.20	3.29	3.48	3.44	3.20	3.25	3.00	3.38	3.22	3.22
독창성	4.12	3.63	3.00	3.36	3.52	3.61	3.00	3.17	3.41	3.43	3.44	3.37
완성도 통합	3.69	3.33	3.07	3.36	3.52	3.46	3.47	3.61	3.20	3.35	3.51	3.42
전반적 완성도	3.59	3.25	3.00	3.50	3.52	3.44	3.20	3.67	3.12	3.33	3.56	3.42
내용 이해도	3.88	3.19	3.20	3.29	3.56	3.48	3.80	3.75	3.35	3.33	3.61	3.53
구성성	3.59	3.56	3.00	3.29	3.48	3.45	3.40	3.42	3.12	3.38	3.36	3.33
만족도 통합	3.73	3.36	3.04	3.17	3.15	3.32	2.64	3.22	3.02	3.14	2.98	3.04
즐거움 정도	3.53	3.31	3.00	3.00	3.20	3.25	2.20	2.83	2.82	2.90	2.81	2.80
몰입도	3.82	3.63	3.20	3.14	3.12	3.39	2.80	3.42	3.24	3.24	3.08	3.18
지속시청의향	3.65	3.44	3.20	3.21	3.32	3.39	3.00	3.67	3.12	3.29	3.08	3.21
추천의향_온라인	3.88	3.25	2.80	3.07	3.00	3.25	2.60	3.00	3.00	3.10	2.94	2.98
추천의향_오프라인	3.76	3.19	3.00	3.43	3.12	3.32	2.60	3.17	2.94	3.19	2.97	3.02

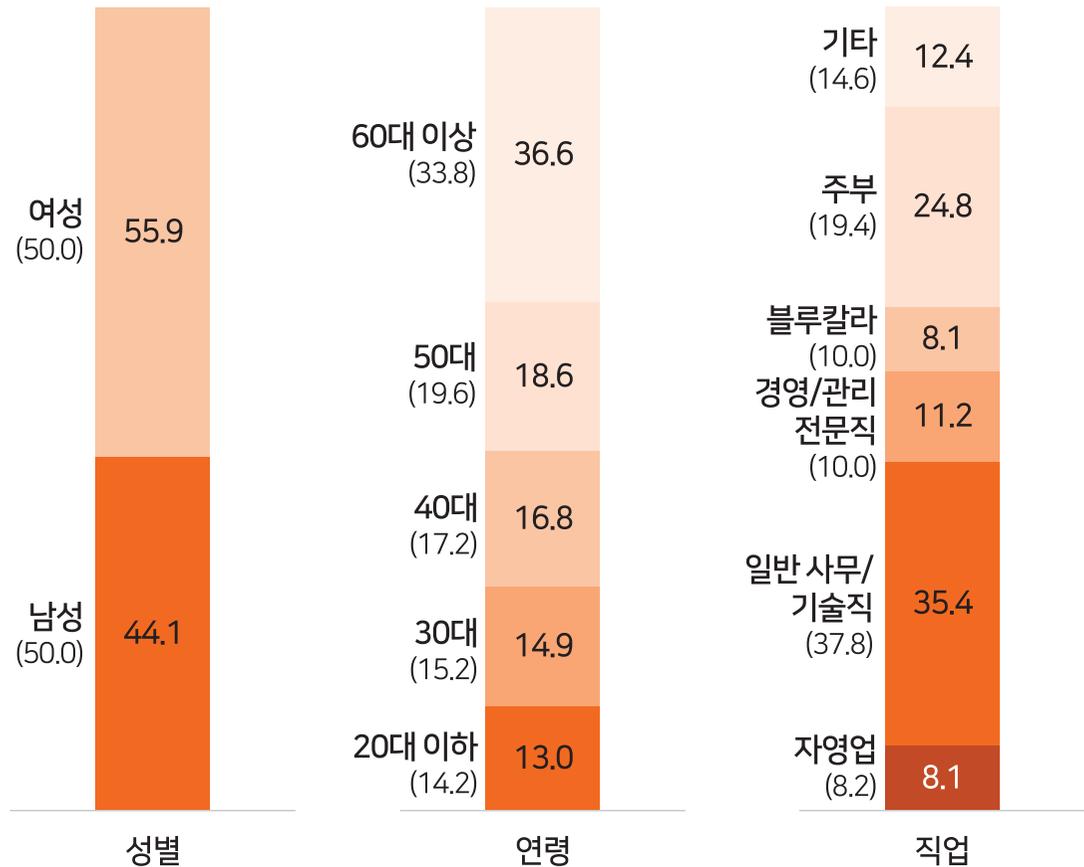
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

20) 가보자G05

- <가보자G05> 시청자는 여성(55.9%)이 남성(44.1%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(36.6%), 직업별로는 일반 사무/기술직(35.4%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

가보자G05 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(161)	100.0
성별	남성	(71)	44.1
	여성	(90)	55.9
연령	20대 이하	(21)	13.0
	30대	(24)	14.9
	40대	(27)	16.8
	50대	(30)	18.6
	60대 이상	(59)	36.6
직업	자영업	(13)	8.1
	사무직/기술직	(57)	35.4
	경영/관리직	(9)	5.6
	전문직/자유직	(9)	5.6
	기능/숙련공/생산직	(6)	3.7
	판매/서비스직	(6)	3.7
	농/임/축/어업	(1)	0.6
	전업 주부	(40)	24.8
	학생	(4)	2.5
	무직	(16)	9.9
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 216

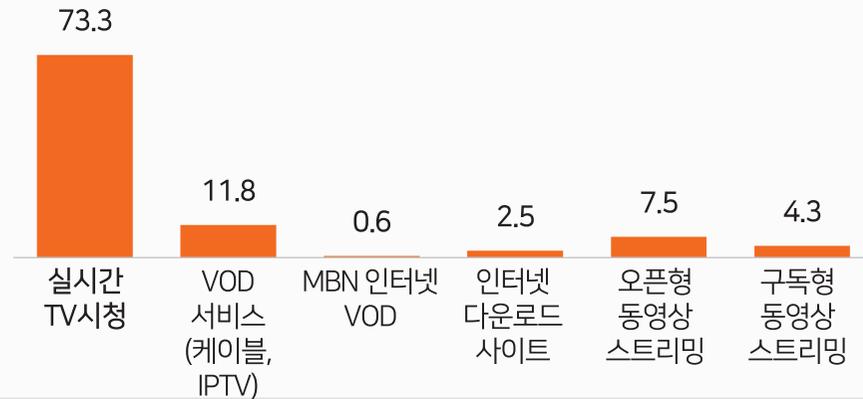
20) 가보자G05

- <가보자G05> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(73.3%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 '오픈형 동영상 스트리밍'(29.7%)이 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(79.5%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(82.2%), 연령대별로는 60대 이상(88.1%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 가보자G05 시청자, n=161, Unit : %]



2순위

[Base : 가보자G05 시청자 중 2순위 응답자, n=91, Unit : %]



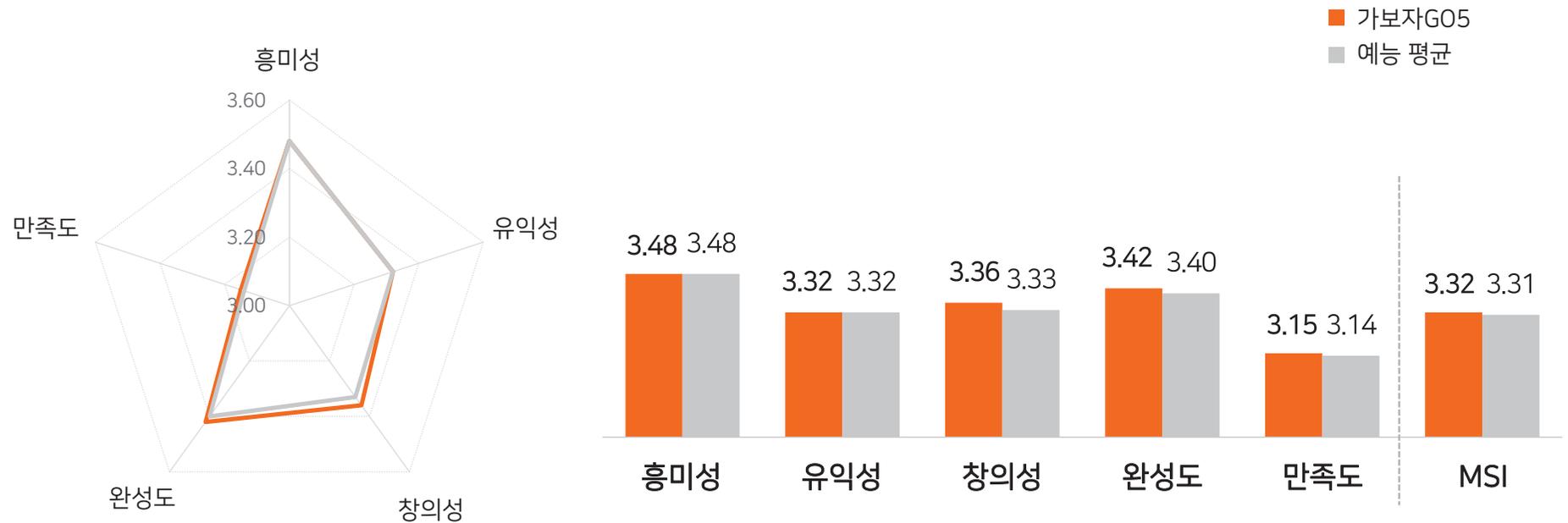
1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(161)	(71)	(90)	(21)	(24)	(27)	(30)	(59)
실시간 TV시청	79.5	76.1	82.2	47.6	75.0	81.5	86.7	88.1
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	28.0	32.4	24.4	38.1	25.0	11.1	36.7	28.8
MBN 인터넷 VOD	4.3	4.2	4.4	4.8	4.2	7.4	0.0	5.1
인터넷 다운로드 사이트	6.2	11.3	2.2	28.6	8.3	0.0	0.0	3.4
오픈형 동영상 스트리밍	24.2	23.9	24.4	42.9	25.0	33.3	16.7	16.9
구독형 동영상 스트리밍	14.3	11.3	16.7	9.5	12.5	14.8	16.7	15.3

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 가보자G05 시청자, n=161, Unit : 명, %]

20) 가보자G05

- <가보자G05>의 MSI는 3.32점으로, 예능 프로그램 평균(3.31점)보다 높게 평가됨
- 각 차원별 점수는 흥미성(3.48점) > 완성도(3.42점) > 창의성(3.36점) > 유익성(3.32점) > 만족도(3.15점) 순임

프로그램 평가 점수



- 창의성, 완성도, 만족도는 예능 프로그램 평균 대비 점수가 높으며, 흥미성, 유익성에서는 동일하게 평가됨

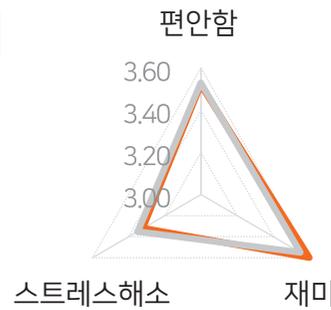
[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

20) 가보자G05

- <가보자G05>는 재미(3.60점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 편안함(3.52점)에서 높은 평가를 받음

	가보자G05	예능 전체
응답자수	(161)	(500)
MSI	3.32	3.31
흥미성 통합	3.48	3.48
편안함	3.52	3.53
재미	3.60	3.55
스트레스 해소	3.32	3.35
유익성 통합	3.32	3.32
문화이해	3.40	3.40
실생활 도움	3.26	3.20
대화소재제공	3.30	3.37
창의성 통합	3.36	3.33
소재성	3.32	3.31
형식성	3.32	3.24
독창성	3.46	3.43
완성도 통합	3.42	3.40
전반적 완성도	3.42	3.39
내용 이해도	3.43	3.46
구성성	3.42	3.35
만족도 통합	3.15	3.14
즐김 정도	2.95	2.99
몰입도	3.16	3.24
지속시청의향	3.35	3.27
추천의향_온라인	3.14	3.10
추천의향_오프라인	3.14	3.13

흥미성



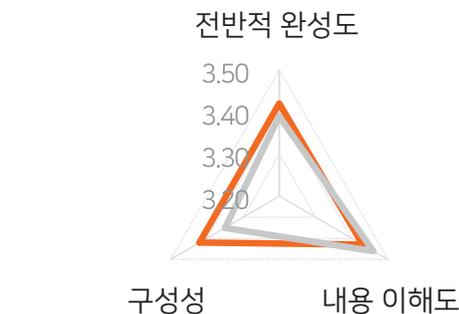
유익성



창의성



완성도



만족도



20) 가보자G05

- <가보자G05>의 MSI는 성별로는 남성(3.47점)에서 여성(3.21점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.82점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성(3.73점)과 여성(3.50점) 모두 재미를 가장 높게 평가함

가보자G05	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(14)	(14)	(6)	(14)	(23)	(71)	(7)	(10)	(21)	(16)	(36)	(90)
MSI	3.82	3.53	3.22	3.30	3.40	3.47	3.20	3.46	2.93	3.33	3.24	3.21
흥미성 통합	3.79	3.64	3.56	3.31	3.58	3.58	3.48	3.70	3.10	3.50	3.44	3.40
편안함	3.71	3.50	3.50	3.36	3.61	3.55	3.57	3.70	3.24	3.44	3.58	3.49
재미	4.14	3.79	3.67	3.36	3.70	3.73	3.43	3.90	3.24	3.63	3.50	3.50
스트레스해소	3.50	3.64	3.50	3.21	3.43	3.45	3.43	3.50	2.81	3.44	3.25	3.22
유익성 통합	3.83	3.55	3.39	3.33	3.28	3.46	3.29	3.50	2.86	3.25	3.30	3.21
문화이해	3.71	3.57	3.50	3.43	3.43	3.52	3.43	3.70	2.86	3.44	3.36	3.30
실생활 도움	3.86	3.43	3.33	3.36	3.22	3.42	3.43	3.30	2.90	3.19	3.14	3.13
대화소재제공	3.93	3.64	3.33	3.21	3.17	3.44	3.00	3.50	2.81	3.13	3.39	3.19
창의성 통합	3.71	3.52	3.06	3.33	3.57	3.50	3.14	3.57	2.86	3.46	3.34	3.26
소재성	3.50	3.57	3.00	3.43	3.48	3.45	3.14	3.50	2.76	3.56	3.25	3.21
형식성	4.00	3.29	3.17	3.36	3.48	3.49	3.00	3.40	2.90	3.38	3.22	3.18
독창성	3.64	3.71	3.00	3.21	3.74	3.55	3.29	3.80	2.90	3.44	3.56	3.39
완성도 통합	3.83	3.62	3.22	3.26	3.55	3.54	3.24	3.53	3.06	3.44	3.41	3.33
전반적 완성도	3.93	3.79	3.33	3.21	3.48	3.56	3.43	3.50	3.10	3.44	3.31	3.31
내용 이해도	3.57	3.50	3.00	3.43	3.70	3.52	3.14	3.80	3.05	3.44	3.42	3.36
구성성	4.00	3.57	3.33	3.14	3.48	3.52	3.14	3.30	3.05	3.44	3.50	3.33
만족도 통합	3.87	3.40	3.00	3.29	3.17	3.36	3.00	3.20	2.83	3.15	2.93	2.98
즐김 정도	3.64	3.14	3.00	3.50	3.04	3.27	2.43	2.80	2.43	3.00	2.75	2.70
몰입도	3.71	3.43	3.33	3.14	3.17	3.34	3.14	3.30	2.71	3.00	3.11	3.02
지속시청의향	4.14	3.71	2.83	3.36	3.39	3.55	3.29	3.50	3.05	3.31	3.14	3.20
추천의향_온라인	3.79	3.36	2.67	3.29	3.09	3.28	3.14	3.30	3.00	3.25	2.83	3.02
추천의향_오프라인	4.07	3.36	3.17	3.14	3.17	3.38	3.00	3.10	2.95	3.19	2.81	2.96

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

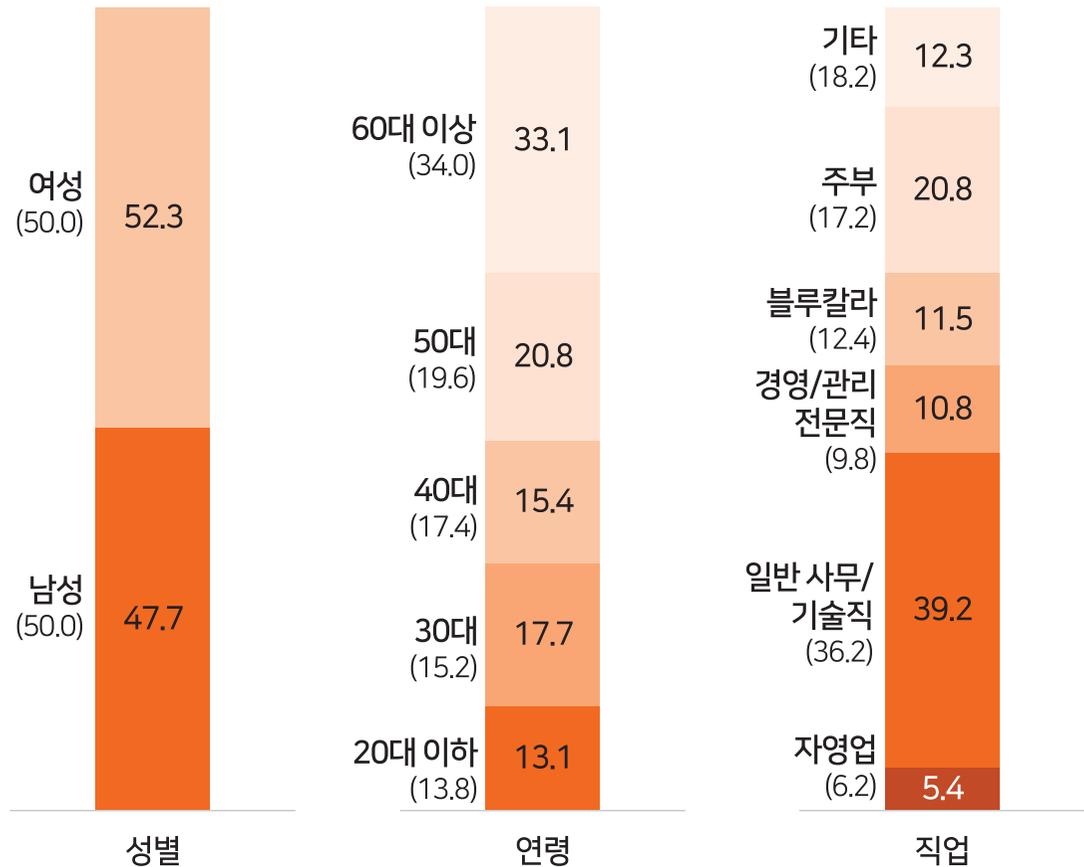
6. 드라마 프로그램 평가

1) 퍼스트레이디

- <퍼스트레이디> 시청자는 여성(52.3%)이 남성(47.7%) 대비 높게 나타남
- 연령대별로는 60대 이상(33.1%), 직업별로는 일반 사무/기술직(39.2%)에서 시청자 비중이 가장 높게 나타남

퍼스트레이디 시청 경험자 현황

구분		사례수(명)	비율(%)
전체		(130)	100.0
성별	남성	(62)	47.7
	여성	(68)	52.3
연령	20대 이하	(17)	13.1
	30대	(23)	17.7
	40대	(20)	15.4
	50대	(27)	20.8
	60대 이상	(43)	33.1
직업	자영업	(7)	5.4
	사무직/기술직	(51)	39.2
	경영/관리직	(7)	5.4
	전문직/자유직	(7)	5.4
	기능/숙련공/생산직	(8)	6.2
	판매/서비스직	(7)	5.4
	농/임/축/어업	(0)	0.0
	전업 주부	(27)	20.8
	학생	(5)	3.8
	무직	(11)	8.5
	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=500, Unit : 명, %]
*▲▼ : 전체 Demo 비율 대비 유의한 차이가 있는 경우 표시함 222

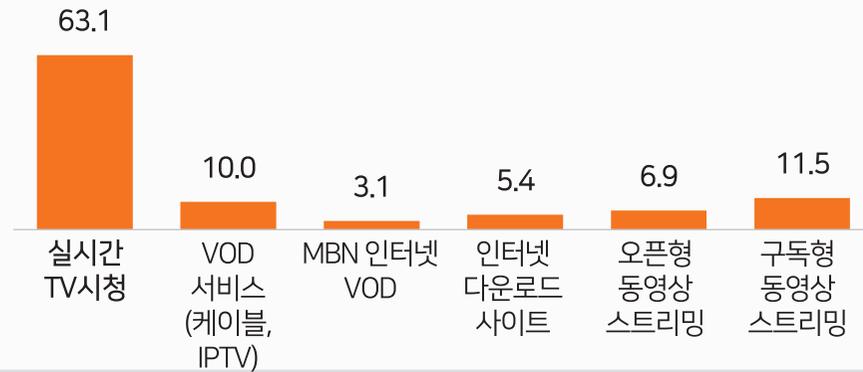
1) 퍼스트레이디

- <퍼스트레이디> 시청자들이 방송을 시청하는 주요 방법 1순위는 '실시간 TV시청'(63.1%)이 가장 높게 나타났고, 2순위로는 'VOD 서비스'(27.6%)가 가장 높게 나타남
- 1+2순위를 종합하여 분석하면, '실시간 TV시청'(73.8%)이 가장 높게 나타났고 성별로는 여성(76.5%), 연령대별로는 50대(88.9%)에서 가장 높게 나타남

프로그램 시청 방법

1순위

[Base : 퍼스트레이디 시청자, n=130, Unit : %]



2순위

[Base : 퍼스트레이디 시청자 중 2순위 응답자, n=76, Unit : %]



1+2순위 종합	전체	성별		연령별				
		남성	여성	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상
사례수	(130)	(62)	(68)	(17)	(23)	(20)	(27)	(43)
실시간 TV시청	73.8	71.0	76.5	52.9	60.9	85.0	88.9	74.4
VOD 서비스 (케이블, IPTV)	26.2	30.6	22.1	11.8	26.1	25.0	25.9	32.6
MBN 인터넷 VOD	9.2	17.7	1.5	11.8	17.4	5.0	11.1	4.7
인터넷 다운로드 사이트	10.8	11.3	10.3	17.6	8.7	15.0	7.4	9.3
오픈형 동영상 스트리밍	19.2	24.2	14.7	47.1	4.3	5.0	22.2	20.9
구독형 동영상 스트리밍	19.2	16.1	22.1	23.5	26.1	20.0	11.1	18.6

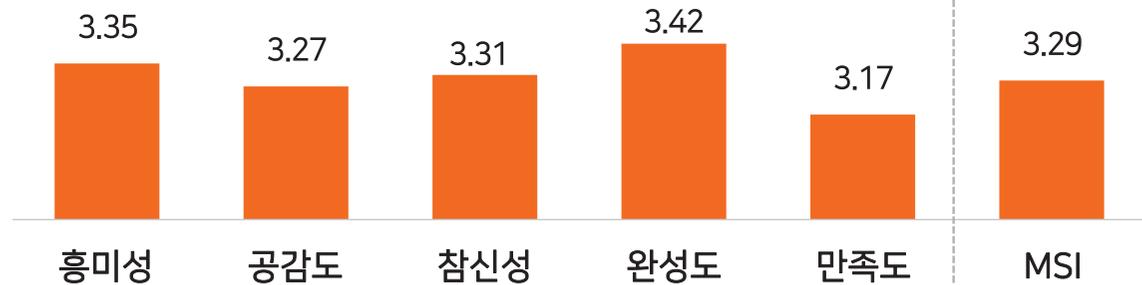
*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함 [Base : 퍼스트레이디 시청자, n=130, Unit : 명, %]

1) 퍼스트레이디

- <퍼스트레이디>의 MSI는 3.29점으로 나타남
- 각 차원별 점수는 완성도(3.42점) > 흥미성(3.35점) > 참신성(3.31점) > 공감도(3.27점) > 만족도(3.17점) 순임

프로그램 평가 점수

■ 퍼스트레이디



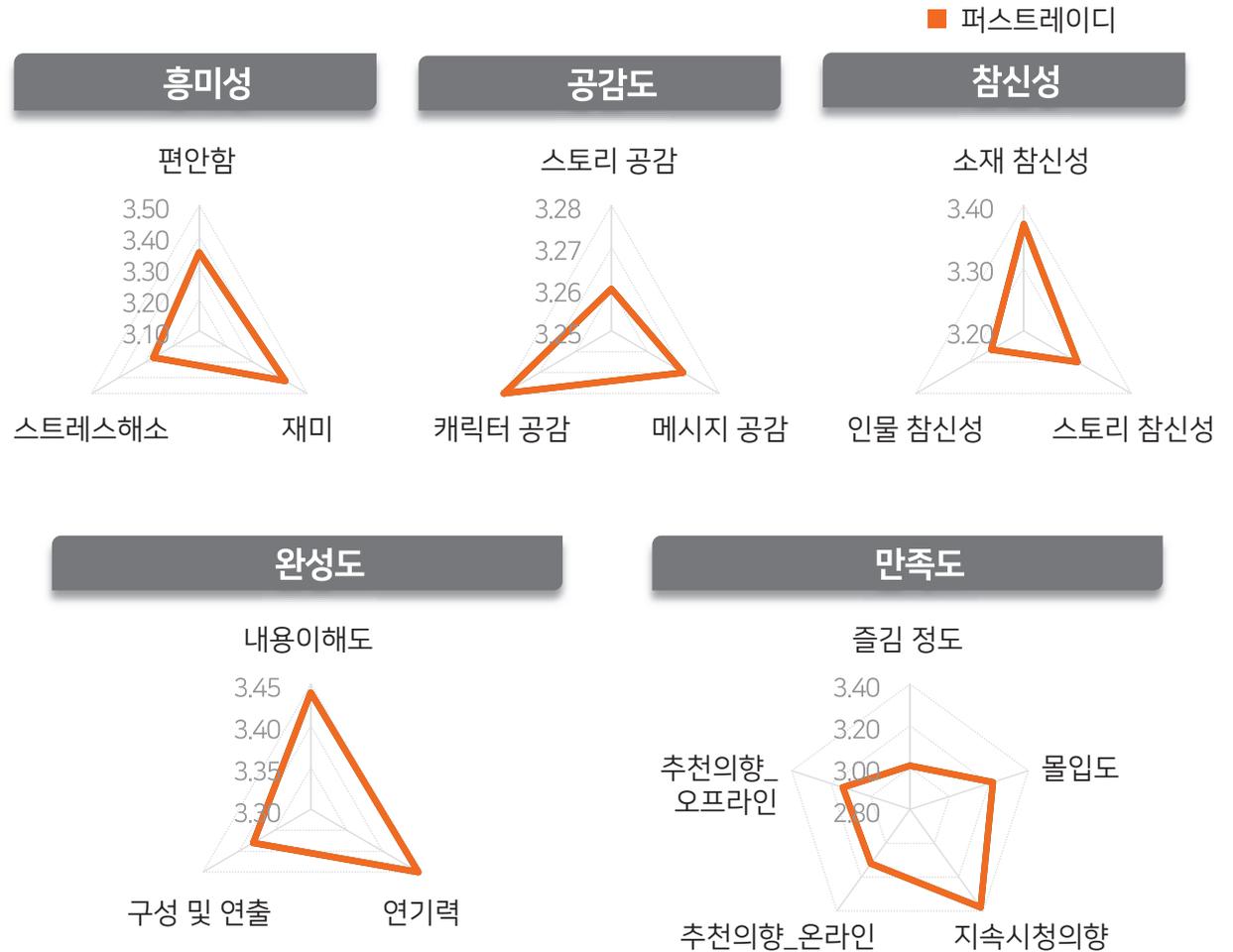
- 드라마 장르 프로그램은 <퍼스트레이디> 한 작품으로 퍼스트레이디 평가 점수와 드라마 장르 평균이 동일하게 나타남

[Base : 프로그램 별 응답자, n=500, Unit : 점]

1) 퍼스트레이디

- <퍼스트레이디>는 연기력(3.45점)에서 가장 높은 평가를 받았으며, 다음으로 내용 이해도(3.44점)에서 높은 평가를 받음

	퍼스트레이디
응답자수	(130)
MSI	3.29
흥미성 통합	3.35
편안함	3.35
재미	3.42
스트레스 해소	3.27
공감도 통합	3.27
스토리 공감	3.26
메시지 공감	3.27
캐릭터 공감	3.28
참신성 통합	3.31
소재 참신성	3.37
스토리 참신성	3.30
인물 참신성	3.26
완성도 통합	3.42
내용 이해도	3.44
연기력	3.45
구성 및 연출	3.38
만족도 통합	3.17
즐김 정도	3.01
몰입도	3.22
지속 시청의향	3.38
추천의향_온라인	3.12
추천의향_오프라인	3.14



1) 퍼스트레이디

- <퍼스트레이디>의 MSI는 성별로는 남성(3.42점)에서 여성(3.17점) 보다 높게 나타났고, 연령대별로는 20대 이하 남성(3.70점)에서 가장 높게 나타남
- 세부 차원별로는 남성은 재미, 소재 참신성(각 3.56점)을 가장 높게 평가한 반면, 여성은 연기력(3.44점)을 가장 높게 평가함

퍼스트레이디	성별											
	남성 연령						여성 연령					
	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계	20대 이하	30대	40대	50대	60대 이상	소계
사례수	(12)	(12)	(6)	(17)	(15)	(62)	(5)	(11)	(14)	(10)	(28)	(68)
MSI	3.70	3.61	3.56	3.11	3.33	3.42	3.58	2.82	3.03	3.18	3.31	3.17
흥미성 통합	3.86	3.69	3.72	3.08	3.44	3.50	3.40	2.94	3.02	3.27	3.36	3.21
편안함	3.92	3.58	3.67	3.18	3.40	3.50	3.00	2.91	3.07	3.30	3.43	3.22
재미	3.92	3.83	4.00	3.06	3.47	3.56	3.60	3.00	3.14	3.40	3.39	3.29
스트레스해소	3.75	3.67	3.50	3.00	3.47	3.44	3.60	2.91	2.86	3.10	3.25	3.12
공감도 통합	3.56	3.67	3.61	3.14	3.22	3.39	3.67	2.88	3.00	3.07	3.31	3.17
스토리 공감	3.58	3.67	3.67	3.00	3.33	3.39	3.80	2.73	2.93	2.90	3.39	3.15
메시지 공감	3.42	3.50	3.83	3.24	3.27	3.39	3.40	2.91	2.93	3.20	3.32	3.16
캐릭터 공감	3.67	3.83	3.33	3.18	3.07	3.39	3.80	3.00	3.14	3.10	3.21	3.19
참신성 통합	3.81	3.61	3.50	3.08	3.33	3.42	3.67	2.82	3.02	3.23	3.36	3.21
소재 참신성	4.00	3.67	3.67	3.12	3.60	3.56	3.60	2.73	3.14	3.20	3.32	3.19
스토리 참신성	3.75	3.75	3.33	3.06	3.20	3.39	3.80	2.82	3.00	3.10	3.43	3.22
인물 참신성	3.67	3.42	3.50	3.06	3.20	3.32	3.60	2.91	2.93	3.40	3.32	3.21
완성도 통합	3.72	3.64	3.67	3.29	3.27	3.47	3.80	3.09	3.24	3.37	3.49	3.38
내용 이해도	3.83	3.58	3.83	3.29	3.27	3.50	3.80	3.09	3.36	3.30	3.46	3.38
연기력	3.50	3.67	3.67	3.29	3.40	3.47	3.80	3.09	3.29	3.40	3.61	3.44
구성 및 연출	3.83	3.67	3.50	3.29	3.13	3.45	3.80	3.09	3.07	3.40	3.39	3.31
만족도 통합	3.60	3.52	3.40	3.01	3.35	3.34	3.44	2.56	2.91	3.06	3.15	3.01
즐거움 정도	3.75	3.67	3.50	2.88	3.13	3.32	2.40	2.18	2.64	2.70	3.04	2.72
몰입도	3.58	3.50	3.00	3.00	3.40	3.31	3.80	2.73	3.07	3.30	3.14	3.13
지속시청의향	3.58	3.58	3.67	3.12	3.60	3.47	3.80	2.82	3.14	3.40	3.43	3.29
추천의향_온라인	3.50	3.33	3.50	3.00	3.27	3.27	3.60	2.45	2.86	3.10	3.07	2.97
추천의향_오프라인	3.58	3.50	3.33	3.06	3.33	3.34	3.60	2.64	2.86	2.80	3.07	2.96

*사례수 30 미만은 해석 시 주의 요함

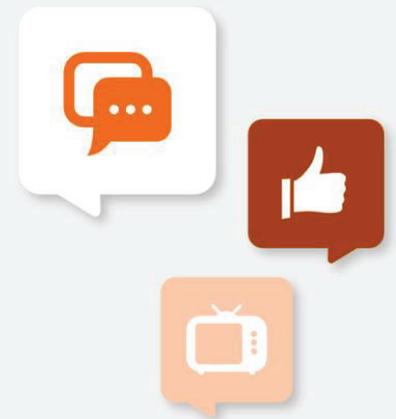
part

IV



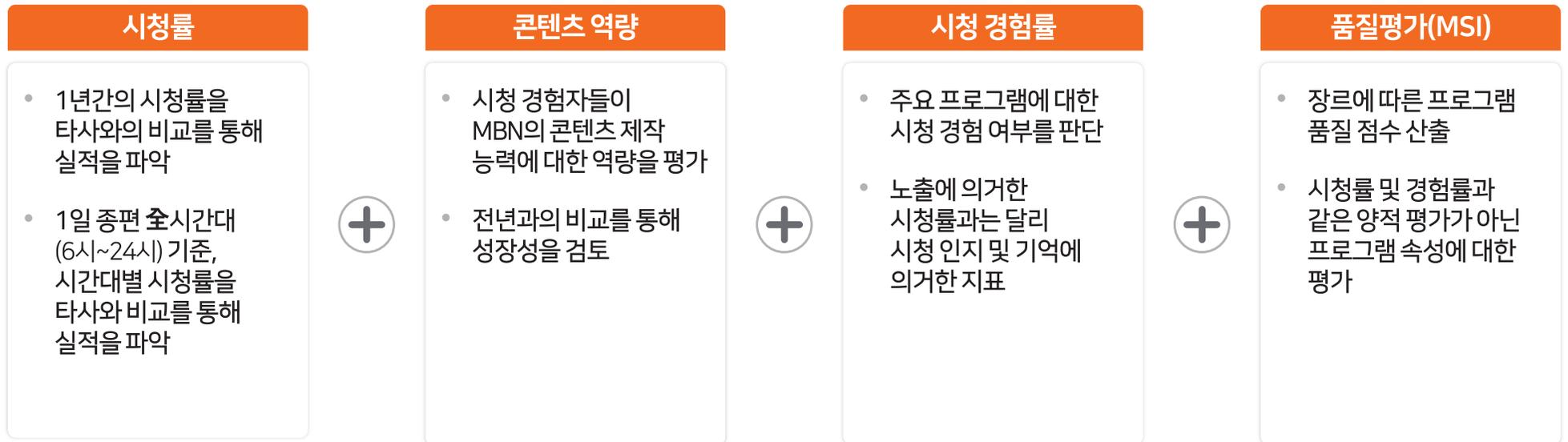
MBN 프로그램 종합 평가

1. 2025년 MBN 프로그램 종합 평가
2. 프로그램별 시청률 연계 평가
3. 2025년 채널별 이미지 평가
4. 2025년 MBN 프로그램 종합 평가
5. 2025년 방송시장 환경
6. MBN 디지털 미디어 운영 전략(안)



1. 2025년 MBN 프로그램 종합 평가

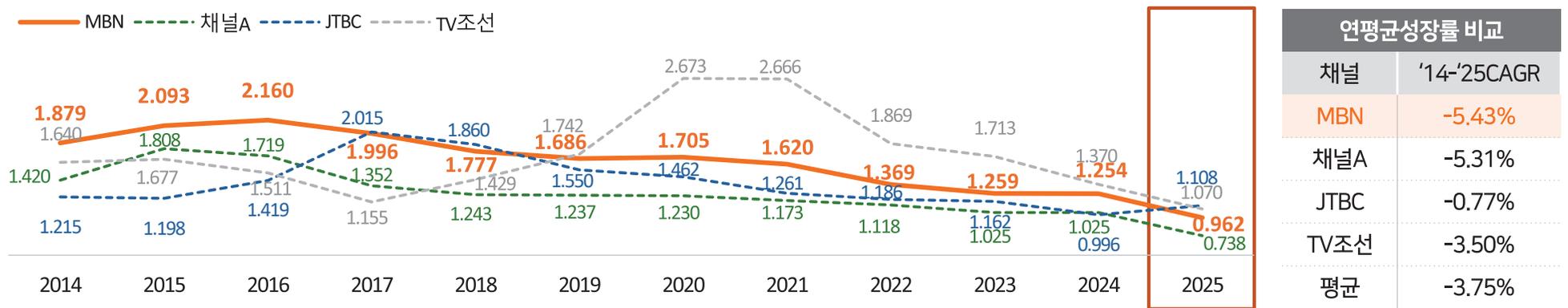
- 프로그램 종합 평가는 시청률과 콘텐츠 역량평가, 시청 경험률, 품질평가 등을 종합적으로 정리하고 논의함
- 2025년도 MBN 프로그램의 현주소를 파악하고, 채널 및 프로그램 관리 전략 수립이 필요함



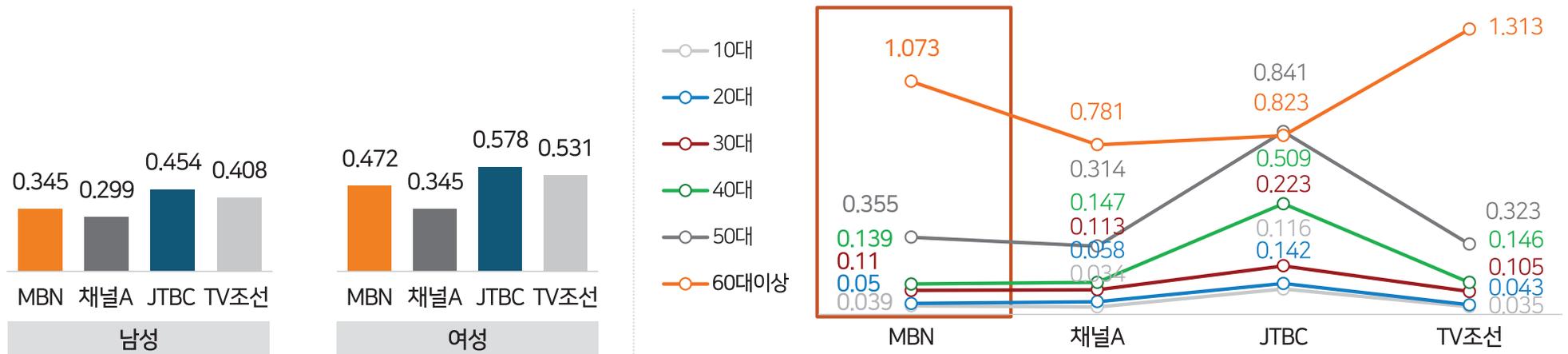
1) MBN 시청률 평가

- 4개 종합편성채널의 시청률은 JTBC를 제외하고 전년 대비 모두 하락한 것으로 확인되며, MBN과 채널A의 연평균 성장률이 가장 낮게 나타남
- MBN 주요 시청층은 여성 및 60대 이상의 고연령층으로, 타 종편 채널에서도 유사한 경향으로 나타남

2014-2025 종편 채널 시청률 추이 (유료가입가구기준, %)



2025 성별/연령별 종편 채널 시청률 (개인 %)

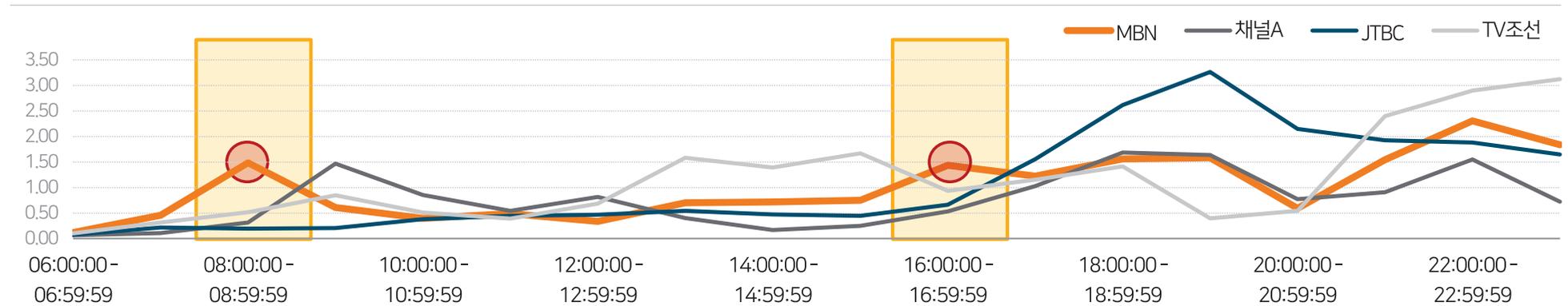


(1)분석채널: 종편 4개 채널(MBN, 채널A, JTBC, TV조선) (2)분석타겟: 유료채널 시청가구 (3)산출기간: 2025년 1월 1일 ~ 2025년 12월 31일
 (4)분석시간대: 종편 소시간대 (06:00 ~ 24:00) (5)분석지역: 전국(National)

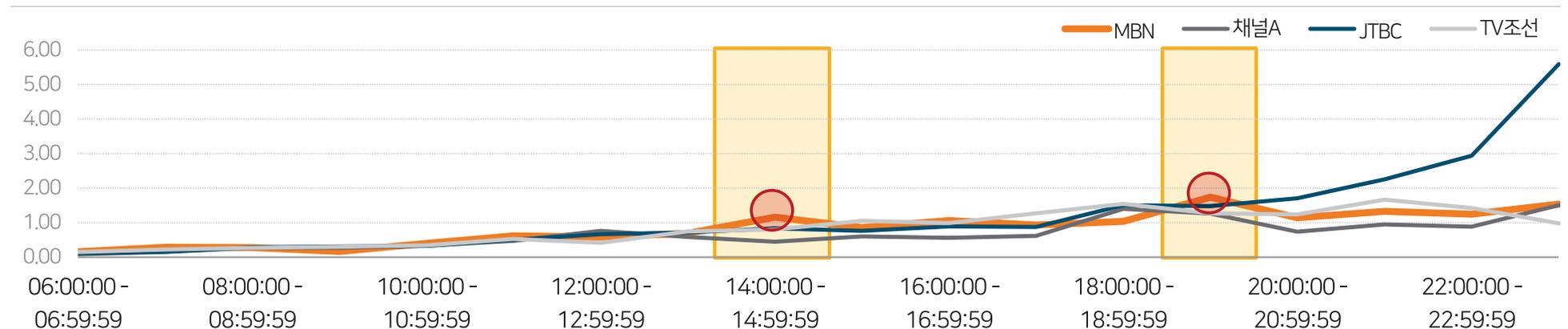
2) MBN 프로그램 편성 평가

- 주중 시간대별 종편 채널 시청률 추이를 살펴보면, MBN의 경우 오전 8시와 오후 4시에 다른 종편 채널 대비 시청률 우위에 있으나, 오전 8시와 오후 4시 시간대를 제외하면 경쟁사들과 큰 차이를 보이지 않음
- 주말의 경우에는 MBN이 오후 2시, 7시 시간대에 다른 종편 채널 대비 시청률 우위에 있으나, 경쟁사들과 큰 차이를 보이지는 않음. 저녁 8시 이후부터 심야 시간대까지는 JTBC가 강세를 보이는 것으로 나타남

2025년 주중 시간대별 종편 채널 시청률 추이 (유료가입가구기준, %)



2025년 주말 시간대별 종편 채널 시청률 추이 (유료가입가구기준, %)

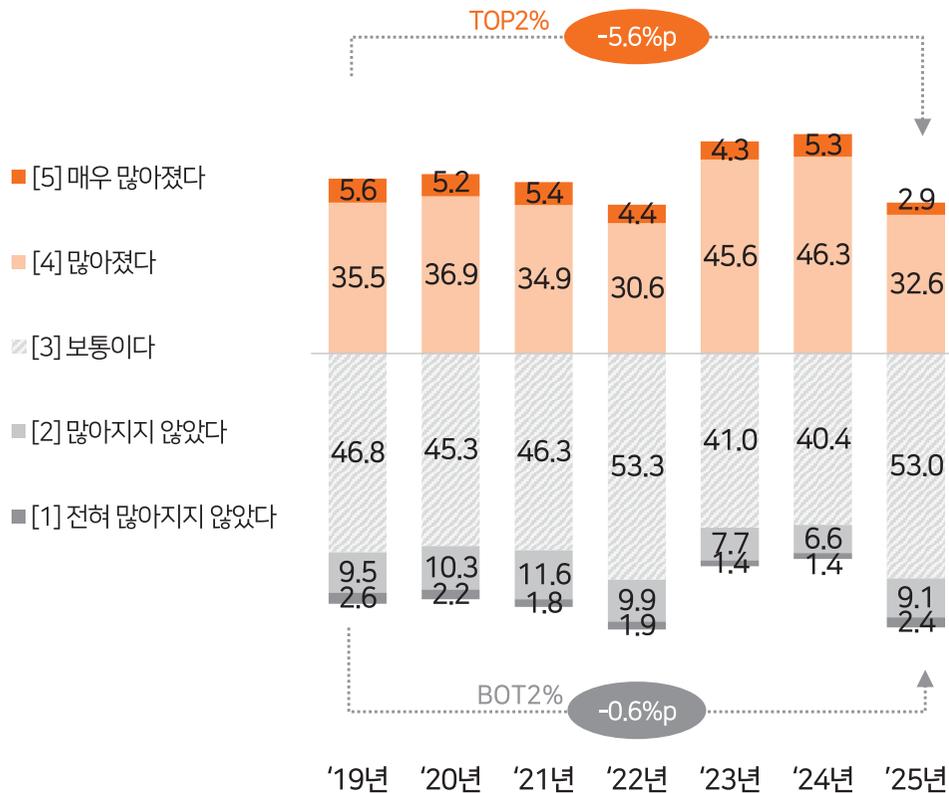


3) 콘텐츠 역량 평가

- 볼거리 양에 대한 긍정적 평가가 24년에 51.6%로 가장 높게 나타난 후, 25년에는 35.5%로 큰 폭으로 하락한 것으로 나타남
- 볼거리 다양성에 대한 긍정적 평가가 24년에 52.4%로 가장 높게 나타난 후, 25년에는 37.2%로 큰 폭으로 하락한 것으로 나타남

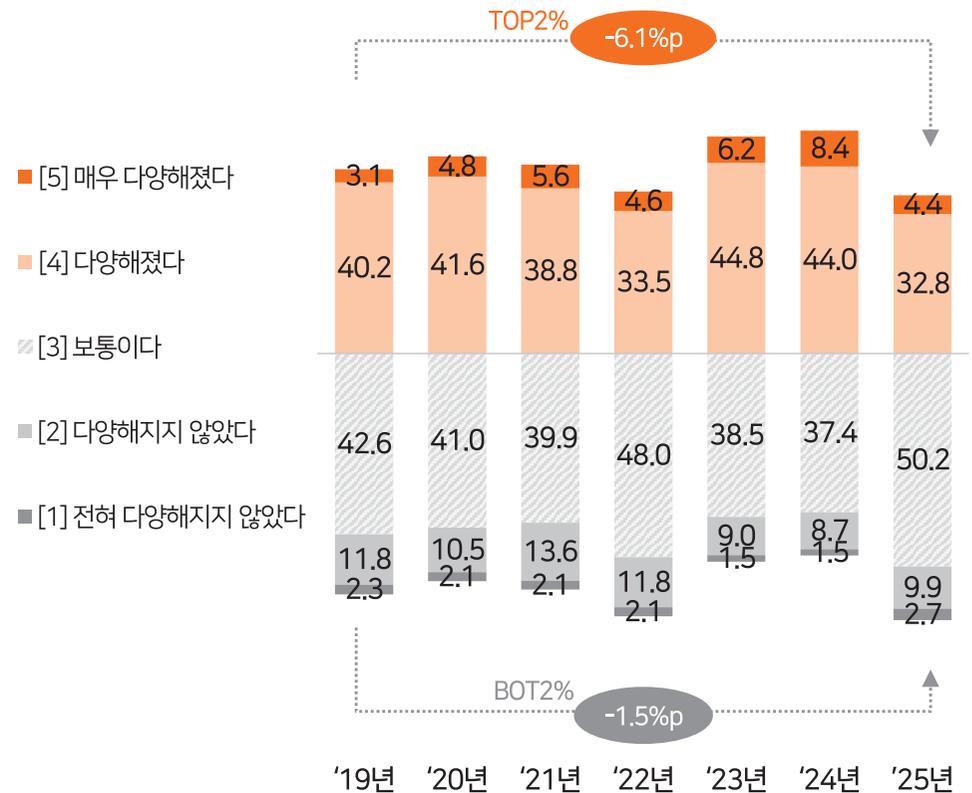
2019-2025 MBN 볼거리 양 평가

TOP2(%) ▶	41.1	42.1	40.3	35.0	49.9	51.6	35.5
BOT2(%) ▶	12.1	12.5	13.4	11.8	9.1	8.0	11.5



2019-2025 MBN 볼거리 다양성 평가

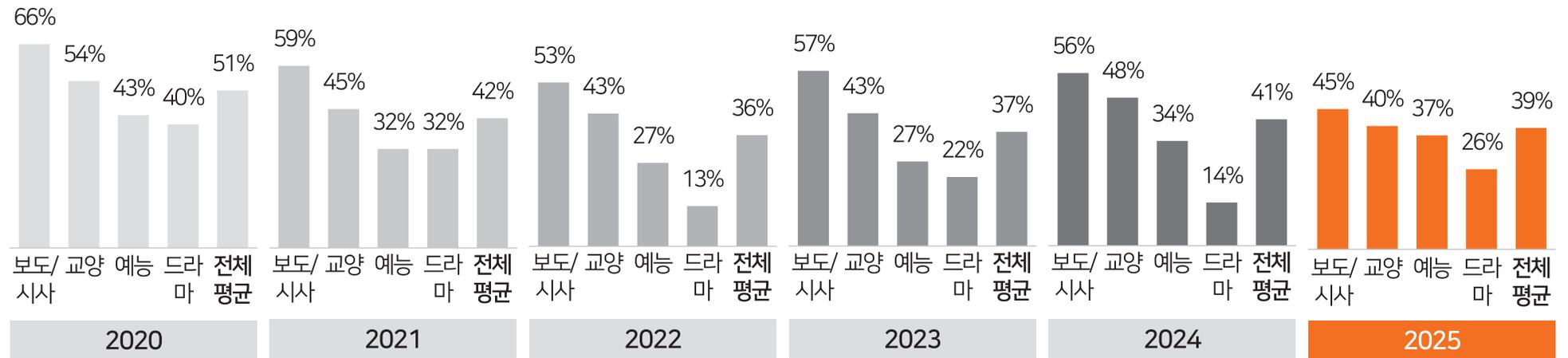
TOP2(%) ▶	43.3	46.4	44.4	38.1	51.0	52.4	37.2
BOT2(%) ▶	14.1	12.6	15.7	13.9	10.5	10.2	12.6



4) 프로그램 시청 경험 평가

- 2025년 MBN 프로그램 시청 경험률은 평균 39.3%로, 예능, 드라마 장르의 시청 경험률 증가가 확인됨
- 반면, 보도/시사, 교양 장르의 시청 경험률은 감소한 것으로 나타남

2020-2025 시청 경험률 비교



2020-2025 장르별 프로그램 1편당 응답자수(명)

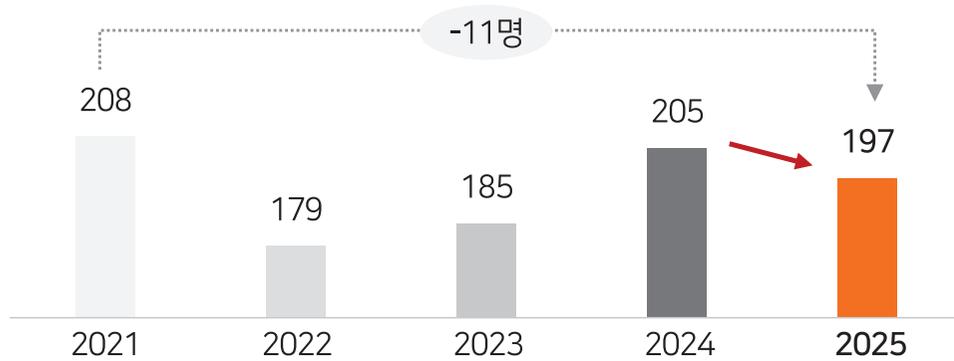
장르	2020년	2021년	2022년	2023년	2024년	2025년	증가율('25-'24)
보도/시사	330	293	264	284	282	227	▽55
교양	269	223	213	215	241	200	▽41
예능	213	160	135	137	168	184	△16
드라마	199	162	63	112	72	130	△58
평균	256	208	179	185	201	197	▽4

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

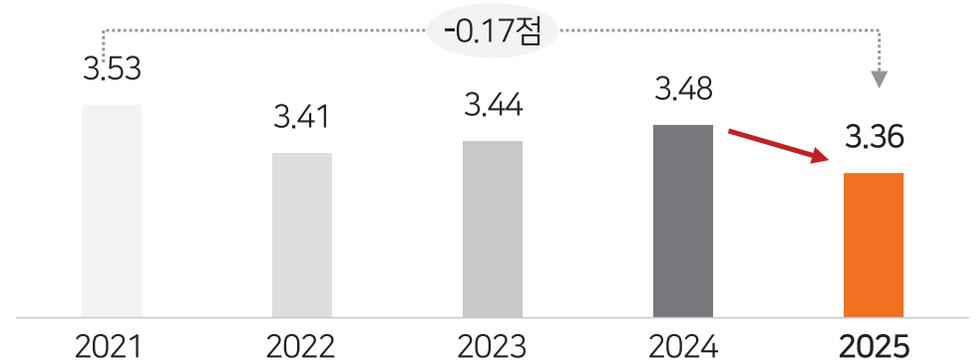
5) 프로그램 시청 품질 평가(MSI)

- 최근 5년간 프로그램 당 평가자 수는 22년부터 24년까지 증가했으나, 25년에 다시 감소함
(208명(21) → 179명(22) → 185명(23) → 205명(24) → 197명(25))
- 프로그램 시청 만족도인 품질평가지수(MSI)는 22년부터 24년까지 증가했으나, 25년에 다시 감소함
(3.53점(21) → 3.41점(22) → 3.44점(23) → 3.48점(24) → 3.36점(25))

2021-2025 MBN 프로그램 평가자 수 추이(명)



2021-2025 MBN 프로그램 품질평가점수 추이(점)



구분	2021				2022				2023				2024				2025			
	프로그램 수	평가자 수	프로그램당 평가자수	품질평가 점수	프로그램 수	평가자 수	프로그램당 평가자수	품질평가 점수	프로그램 수	평가자 수	프로그램당 평가자수	품질평가 점수	프로그램 수	평가자 수	프로그램당 평가자수	품질평가 점수	프로그램 수	평가자 수	프로그램당 평가자수	품질평가 점수
보도/ 시사	8	2,346	293	3.51	9	2,376	264	3.43	9	2,552	284	3.46	9	2,539	282	3.54	9	2,046	227	3.42
교양	9	2,010	223	3.52	9	1,925	214	3.45	11	2,370	215	3.44	9	2,166	241	3.49	9	1,800	200	3.38
예능	16	2,562	160	3.42	22	2,963	135	3.39	24	3,298	137	3.43	20	3,355	168	3.44	20	3,688	184	3.32
드라마	1	162	162	3.67	1	63	63	3.43	1	112	112	3.45	2	144	72	3.56	1	130	130	3.29
전체	34	7,080	208	3.53	41	7,327	179	3.41	45	8,332	185	3.44	40	8,204	205	3.48	39	7,664	197	3.36

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

2. 프로그램별 시청률 연계 평가

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

시청률 연계 평가 단기 모형



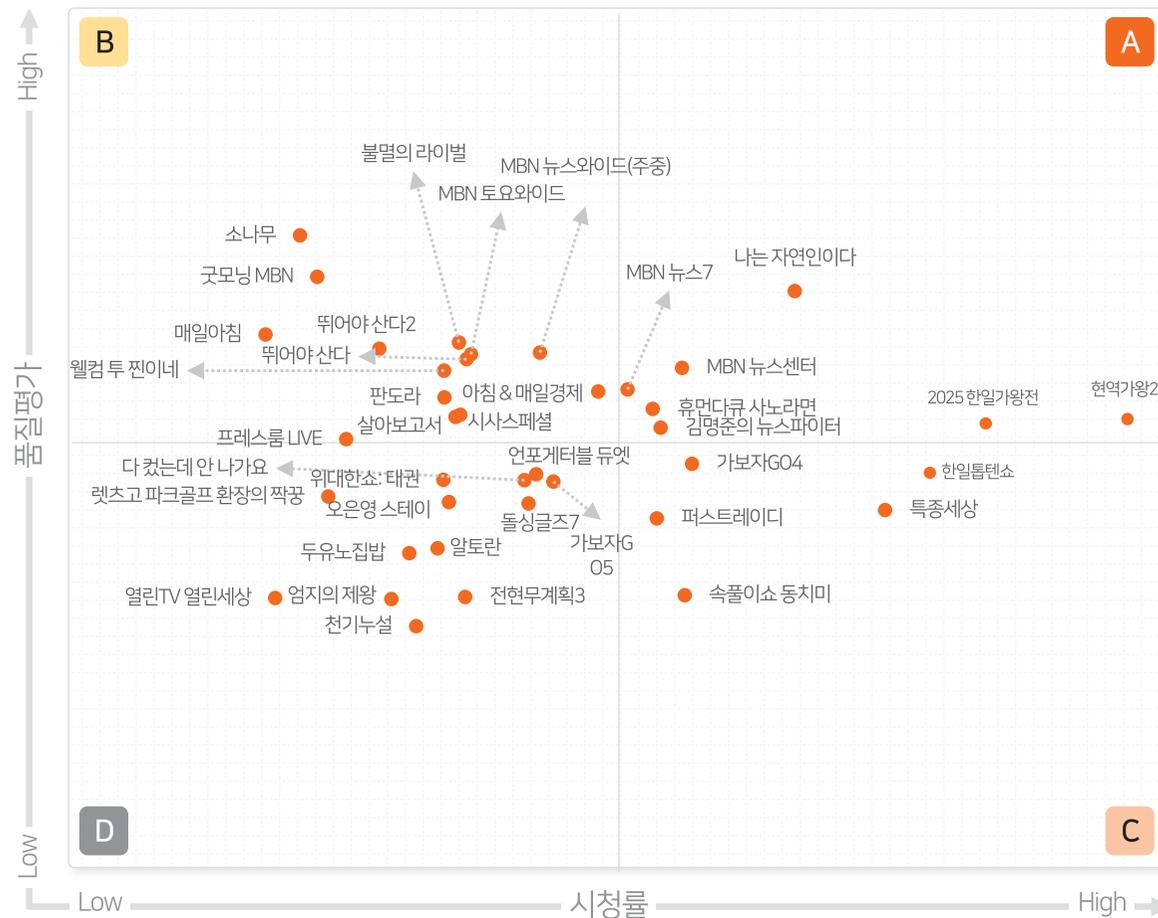
시청률 연계 평가 장기 모형



1) 2025 프로그램 별 시청률 연계 평가(종합)

- 장르 관계없이 종합적으로 살펴보면, 시청률 및 품질평가 점수가 모두 평균 이상인 프로그램은 보도/시사 프로그램 <MBN 뉴스7>, <MBN 뉴스센터>, <김명준의 뉴스파이터>, 교양 프로그램 <나는 자연인이다>, <휴먼다큐 사노라면> 예능 프로그램 <현역가왕2>, <2025 한일가왕전> 임

2025 프로그램 별 시청률 연계 평가 단기 모형



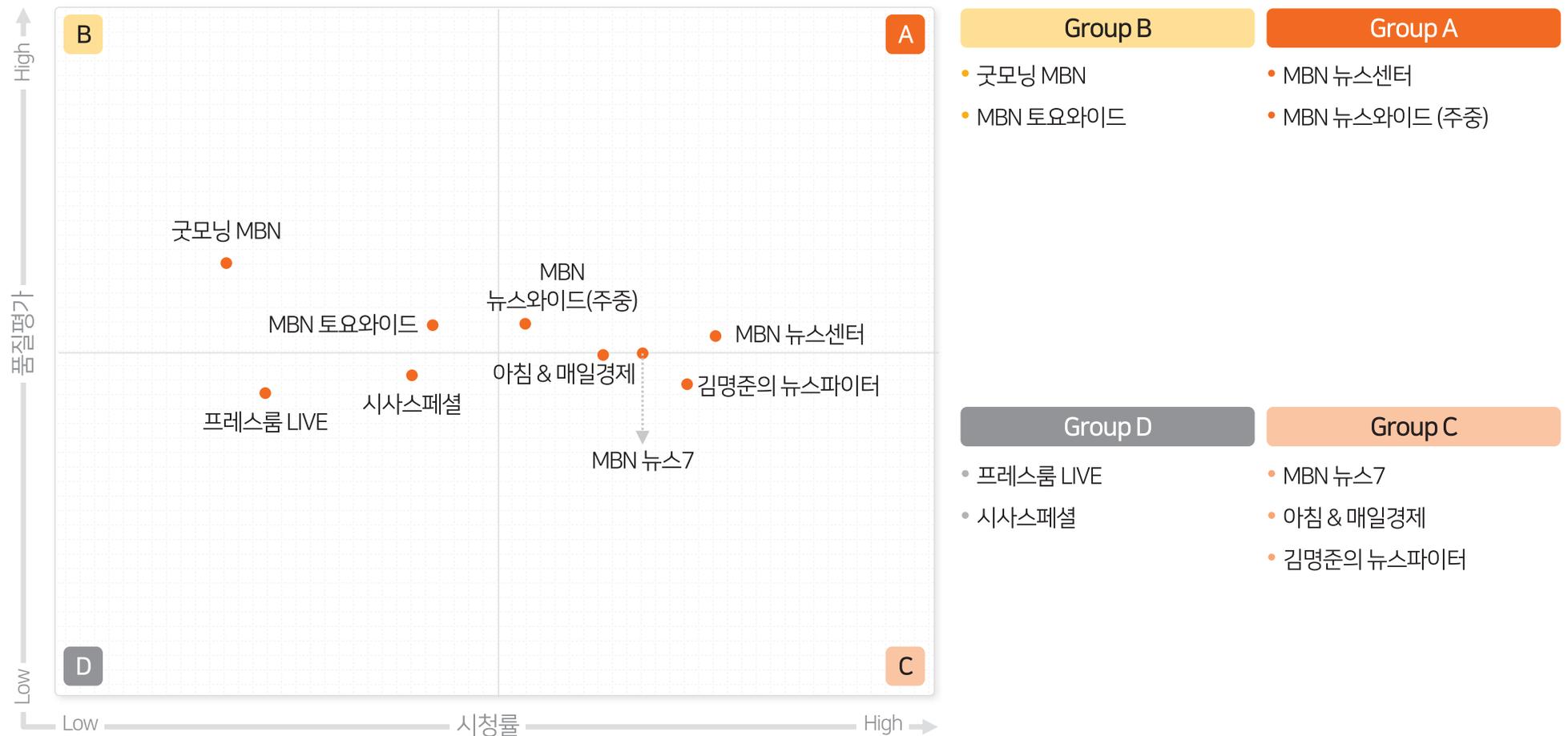
Group B	Group A
<ul style="list-style-type: none"> 굿모닝 MBN 아침 & 매일경제 프레스룸 LIVE MBN 뉴스와이드(주중) MBN 토요일와이드 시사스페셜 매일아침 	<ul style="list-style-type: none"> 소나무 판도라 불멸의 라이벌 웰컴 투 찐이네 뛰어야 산다2 살아보고서 뛰어야 산다 MBN 뉴스7 MBN 뉴스센터 김명준의 뉴스파이터 나는 자연인이다 휴먼다큐 사노라면 현역가왕2 2025 한일가왕전
Group D	Group C
<ul style="list-style-type: none"> 천기누설 열린TV 열린세상 엄지의 제왕 언포게터블 듀엣 전현무계획3 렛츠고파크골프 환장의 짝꿍 	<ul style="list-style-type: none"> 특종세상 한일토크쇼 속풀이쇼 동치미 가보자GO4 퍼스트레이디 알토란 다 컸는데 안 나가요 오은영 스테이 두유노집밥 위대한쇼: 태권 돌싱글즈7 가보자GO5

*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) 2025 프로그램 별 시청률 연계 평가(보도/시사)

- 보도/시사 중 시청률 및 품질평가 점수가 모두 평균 이상인 프로그램은 <MBN 뉴스센터>, <MBN 뉴스와이드(주중)> 임
- 반면, <MBN 뉴스7>, <아침 & 매일경제>, <김명준의 뉴스파이터>는 품질 제고가 필요하며, <굿모닝 MBN>, <MBN 토요일이드>는 시청률 제고를 위한 마케팅 활동이 필요한 것으로 나타남

2025 프로그램 별 시청률 연계 평가 단기 모형

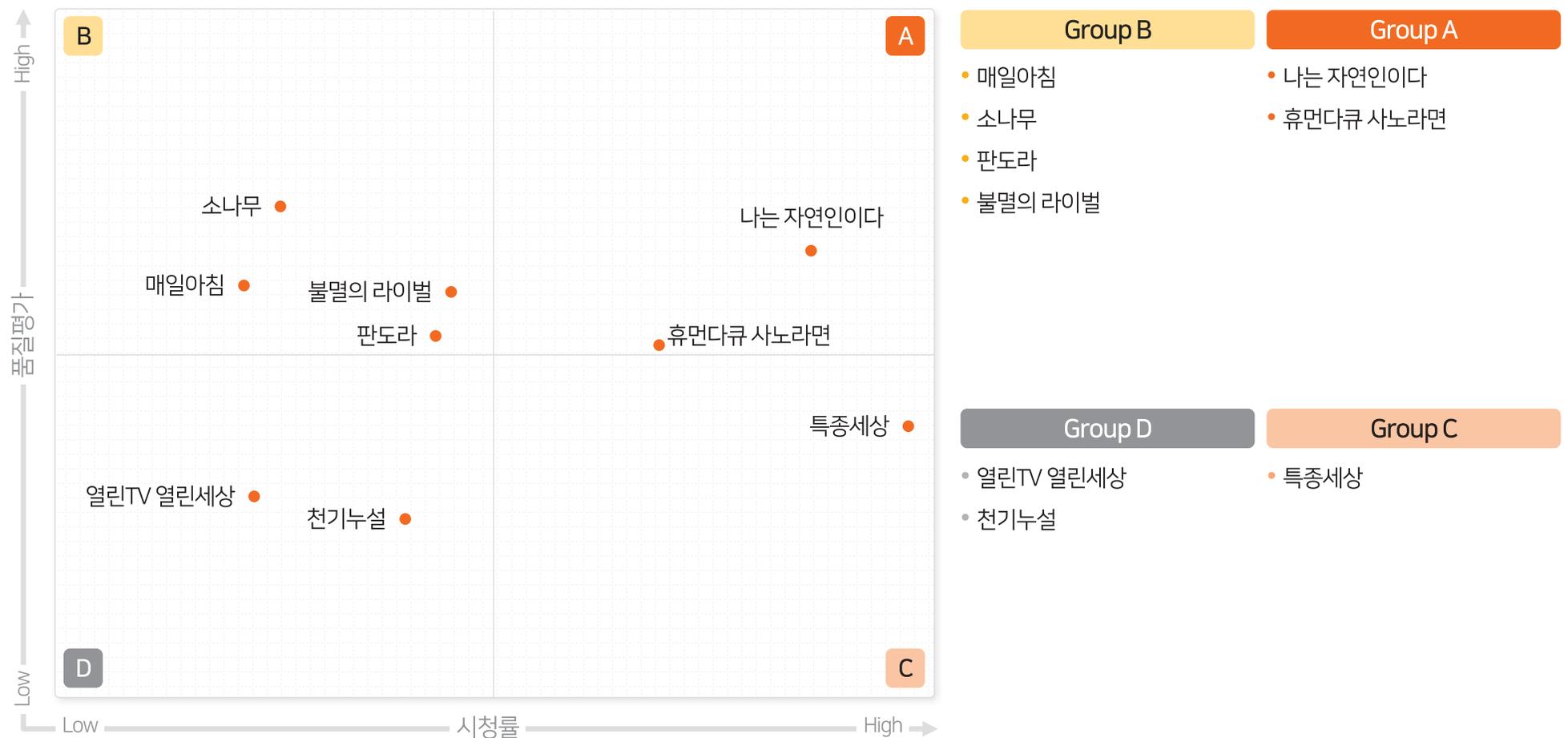


*Group A (유지홍보): 전체 시청률 및 MSI 평균 이상 / Group B(시청률 제고 필요): 전체 시청률 평균 이하, MSI 평균 이상
 Group C(질적 제고): 전체 시청률 평균 이상, MSI 평균 이하 / Group D(중점관리): 전체 시청률 및 MSI 평균 이하

1) 2025 프로그램 별 시청률 연계 평가(교양)

- 교양 중 시청률 및 품질평가 점수가 모두 평균 이상인 프로그램은 <나는 자연인이다>, <휴먼다큐 사노라면> 으로 전년도에 이어 시청률 및 품질평가 모두에서 높은 평가를 받음
- 반면, <특종세상>은 품질 제고가 필요하며, <매일아침>, <소나무>, <판도라>, <불멸의 라이벌>은 시청률 제고를 위한 마케팅 활동이 필요한 것으로 나타남

2025 프로그램 별 시청률 연계 평가 단기 모형



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

1) 2025 프로그램 별 시청률 연계 평가(예능)

- 예능 중 시청률 및 품질평가 점수가 모두 평균 이상인 프로그램은 <현역가왕2>, <2025 한일가왕전> 임
- 반면, <한일토크쇼>는 품질 제고가 필요하며, <웰컴 투 찐이네>, <뛰어야 산다2>, <살아보고서>, <뛰어야 산다>, <언포게터블 듀엣>, <다 컸는데 안 나가요>, <위대한쇼: 태권>, <가보자GO4>, <가보자GO5>는 시청률 제고를 위한 마케팅 활동이 필요한 것으로 나타남

2025 프로그램 별 시청률 연계 평가 단기 모형



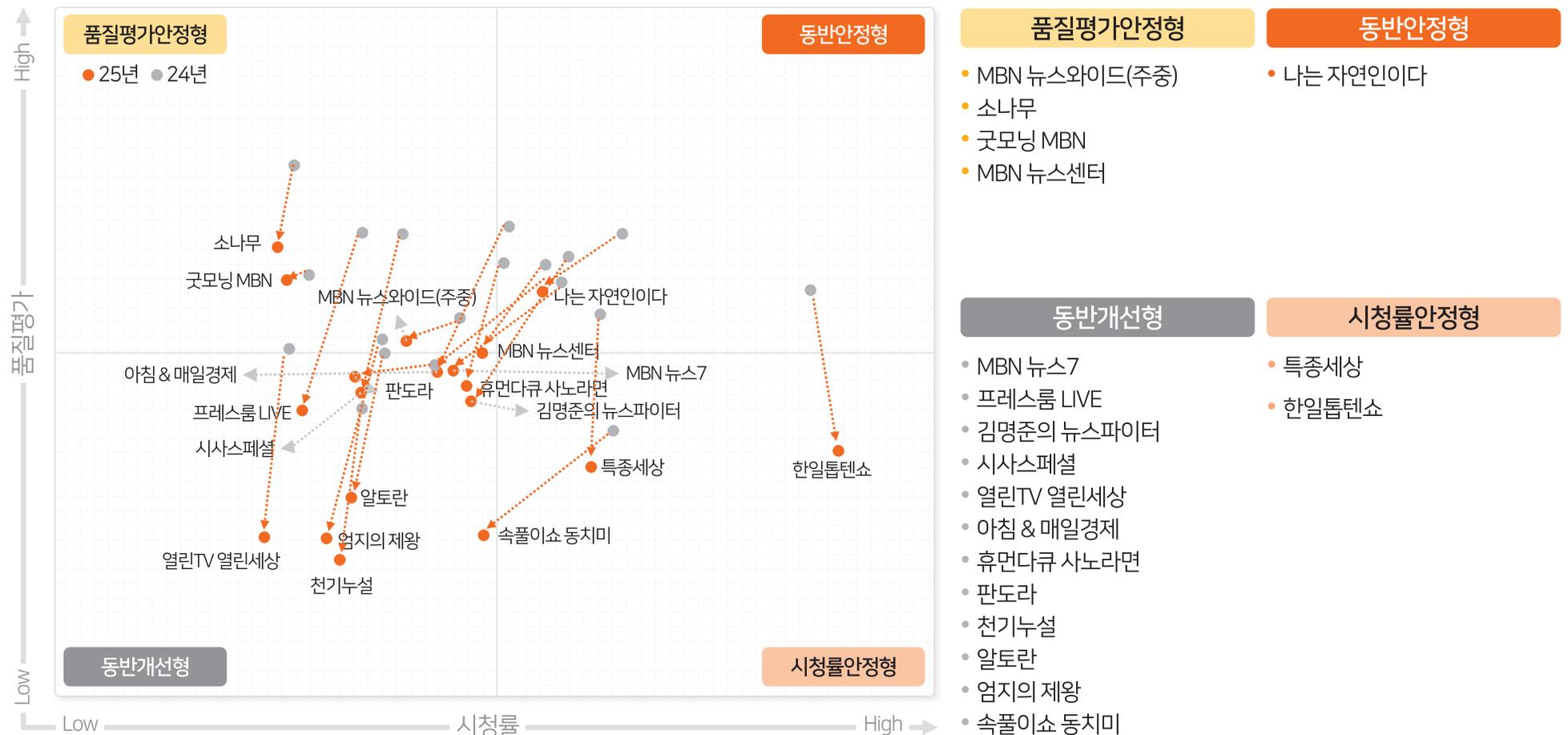
*Group A (유지홍보): 전체 시청률 및 MSI 평균 이상 / Group B (시청률 제고 필요): 전체 시청률 평균 이하, MSI 평균 이상
 Group C (질적 제고): 전체 시청률 평균 이상, MSI 평균 이하 / Group D (중점관리): 전체 시청률 및 MSI 평균 이하

*<현역가왕2>는 높은 시청률로 인해 그래프 상 미표시

2) 2024-2025 프로그램 별 시청률 연계 평가

- 24년에 이어 25년에도 품질평가와 시청률이 우수한 동반안정형 프로그램은 <나는 자연인이다>로 확인됨
- 전반적으로 모든 프로그램에서 품질 평가 점수가 하락한 것으로 나타남

2024-2025 프로그램 별 시청률 연계 평가장기 모형



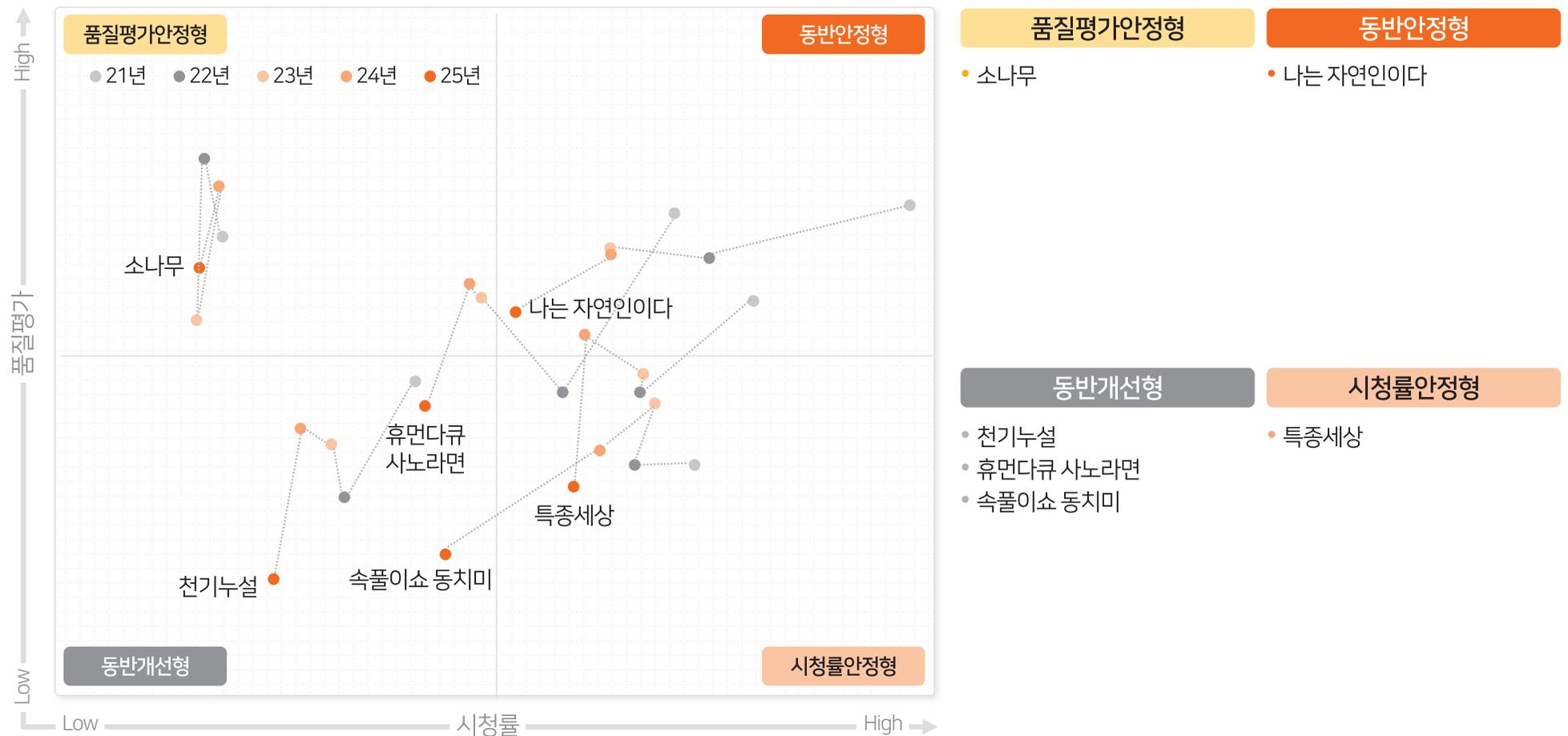
* 동반안정형: 높은 시청률 및 높은 품질평가 점수
 시청률안정형: 높은 시청률, 낮은 품질평가점수

/ 품질평가안정형: 높은 품질평가 점수, 낮은 시청률
 / 동반개선형: 낮은 품질평가 점수 및 낮은 시청률

3) 2021-2025 프로그램 별 시청률 연계 평가

- 최근 5년 기준으로 보면, <나는 자연인이다>는 높은 품질평가와 시청률을 꾸준히 유지하고 있음
- <소나무>는 시청률은 낮지만, 높은 품질평가를 지속적으로 유지하고 있음
- <특종세상>은 평균 이상의 시청률을 기록하였으나 품질평가가 하락함
- <천기누설>은 시청률, 품질평가 모두 꾸준히 낮아 개선이 필요한 프로그램이며, <휴먼다큐 사노라면>, <속풀이쇼 동치미>는 이전 대비 시청률과 품질평가가 모두 하락함

2024-2025 프로그램 별 시청률 연계 평가장기 모형

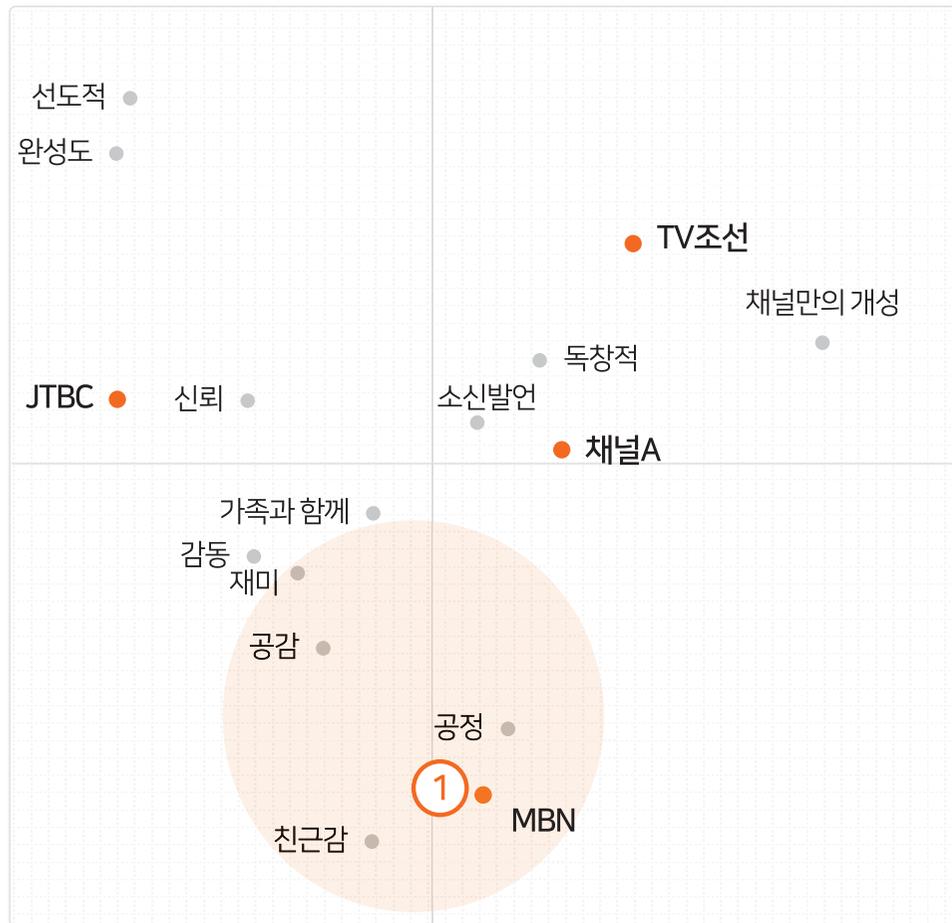


* 동반안정형: 높은 시청률 및 높은 품질평가 점수 / 품질평가안정형: 높은 품질평가 점수, 낮은 시청률
 시청률안정형: 높은 시청률, 낮은 품질평가점수 / 동반개선형: 낮은 품질평가 점수 및 낮은 시청률

3. 2025년 채널별 이미지 평가

- 종합편성채널 4개(MBN, 채널A, JTBC, TV조선)의 주요 이미지를 조사한 결과, MBN의 주요 이미지로는 '채널만의 개성', '재미', '공감', '가족과 함께', '소신 발언' 등으로 나타남
- 모든 종합편성채널에서 주요 이미지로 '채널만의 개성'이 가장 높게 나타남

2025년 채널별 이미지 대응일치분석 모형



Channel	채널별 주요 이미지 TOP5				
1 MBN	채널만의 개성	재미	공감	가족과 함께	소신 발언
JTBC	채널만의 개성	재미	공감	완성도	가족과 함께
TV조선	채널만의 개성	독창적	소신 발언	재미	가족과 함께
채널A	채널만의 개성	독창적	공감	소신 발언	재미

① 종합편성채널 주요 이미지

- 종합편성채널 4개 모두 '채널만의 개성'이 가장 높게 나타남

② MBN 주요 이미지

- MBN은 전체 이미지 중 **공정, 친근감, 공감** 등 이 타 종합채널 대비 상대적으로 강하게 전달되는 이미지로 확인됨

③ 채널별 특색

- 채널A는 **소신발언, 독창적** 이미지, TV조선은 **독창적, 채널만의 개성** 이미지가 상대적으로 강하게 나타남
- JTBC는 **신뢰, 감동** 등의 이미지가 타 종합채널 대비 상대적으로 강하게 나타남

4.2025년 MBN 프로그램 종합 평가

The logo for MBN is displayed in a bold, orange, sans-serif font. It is positioned to the left of a large, stylized orange arrow that points towards the right, framing the main content area. The arrow is composed of two curved segments that meet at a point on the right side.

MBN

- JTBC를 제외한 종합편성채널 전반의 시청률이 전년 대비 감소세를 보인 가운데, 특히 MBN과 채널A의 하락 폭이 큰 것으로 파악됨. 이는 주 타깃 층인 50대와 60대 이상 연령층의 시청률 급감이 전체 지표 하락을 주도한 것으로 분석됨
- MBN의 2025년 개별 프로그램 품질평가(MSI)는 평균 3.36점으로 전년 대비 0.12점 하락하였으며, 시청 경험(39.3%) 또한 전년 대비 1.7%p 하락함. 모든 장르에서 전반적인 MSI가 전년 대비 하락함에 따라 프로그램 품질 개선의 필요성이 두드러짐
- <나는 자연인이다>가 전년에 이어 품질 및 시청률 측면에서 견고한 성과를 기록했음에도 불구하고, 24년과 25년에 모두 방영된 전 프로그램에서 MSI 점수가 하락하는 양상이 관찰되어 채널 전체의 콘텐츠 품질 관리가 시급한 과제임을 시사함

5.2025년 방송시장 환경

- 2025년 방송 시장은 방송 광고 매출과 유료 방송 가입자 수 2년 연속 하락하는 역성장을 보임
- 방송 제작 전반에 AI 기술 활용이 자연스럽게 퍼졌고, 국내외 굵직한 이슈들로 인해 시청자들이 방대한 정보 노출로 '정치 피로' 현상을 겪으며 TV시청보다는 유튜브 등 1인 미디어로의 이동이 크게 증가하고 있음

2025년 방송시장 이슈

① 방송 시장 2년 연속 역성장

- 2025년 방송 광고는 2024년 대비 13.8% 하락한 2조 7,744억원을 기록
- 2025년 상반기 유료 방송 가입자 수는 2024년 하반기 보다 13만 8,546명 감소한 3,622 만명을 기록
*출처 : 방송통신위원회(2025. 11.)



② 'AI 기술' 선택이 아닌 필수인 시대

- 보조 도구로 인식되었던 AI 기술이 방송 제작 현장에 깊숙이 침투하면서, 뉴스에 이어 예능, 교양 등 전방위 영역에서 빠르게 AI가 활용되고 있음
- 예) KBS AI(KBS), AI 김주하(MBN), 심야괴담(MBC) 등



③ 정치/시사 뉴스의 과잉

- 미국 트럼프 정부 2기 출범에 따른 관세 문제와 계엄 사태 여파로 인한 조기 대선 정국과 이재명 정부 출범, 그리고 APEC 정상회담, 코스피 5000 시대 등 국내외적으로 연일 굵직한 뉴스가 생산된 한해임
- 뉴스의 과잉 시대에 시청자들은 방대한 정치·사회적 정보에 노출되며 이른바 '정치 피로' 현상을 겪으며 '숏츠', '릴스'로 대변되는 요약 뉴스에 대한 인기가 점점 커지고 있음



6. MBN 디지털 미디어 운영 전략(안)

- MBN은 빠르게 변화하고 있는 미디어 환경에 대응하기 위해 유튜브와 OTT 등과 연계한 디지털 미디어 운영을 강화할 필요가 있음

MBN 디지털 미디어 활용 방안

방안

1

“AI 기반 뉴스 큐레이션 및 숏폼 브랜딩 고도화”

- MBN은 생성형 AI를 활용하여 시청자가 관심 있는 키워드를 중심으로 뉴스를 요약해주는 맞춤형 서비스인 '뉴스 큐레이터 프로그램'과 유튜브 쇼츠 전용 '1분 뉴스 해설' 브랜드 등을 강화하여 출퇴근 시간대의 뉴스 소비자를 공략할 필요가 있음
- 일반 시청자들의 눈높이에서 뉴스를 해설해 주는 SBS의 '뉴스머그'와 JTBC의 '장르만 여의도', 친근한 명칭과 요약 뉴스로 독자브랜드를 선보인 MBC의 '엠빅뉴스'와 SBS의 '스브스뉴스' 등을 벤치마킹하여 독자적 브랜드를 구축할 필요가 있음

방안

2

“IP를 활용한 경쟁력 확장”

- MBN은 '한일토크쇼'와 '현역가왕' 시리즈를 통해 확보한 강력한 트롯 IP를 활용할 필요가 있음
- MBN MUSIC 채널의 멤버십 기능을 강화하여 팬덤 커뮤니티를 구축하고, 미공개 연습 영상이나 비하인드 스토리를 숏폼으로 독점 제공하여 충성도를 높이는 방안을 제안함
- 또한, 미디어 커머스 전략으로 '한일토크쇼' 출연진의 굿즈나 지역 축제와 연계된 여행 상품 등을 모바일 플랫폼과 연계하여 판매함으로써 부가 수익을 창출하는 전략이 필요할 것으로 보임

Thank You

권민오 부서장

연구2부

mokwon@embrain.com | +82-2-3406-3989

박주찬 팀장

연구2부 2팀

jcpark81@embrain.com | +82-2-3406-3974

손성규 매니저

연구2부 2팀

ssg130509@embrain.com | +82-2-3406-3951

