

정기통계품질진단 연구용역

『방송매체이용행태조사』
2010년 정기통계품질진단
연구용역 최종결과보고서

2010. 10. .

주 의

1. 이 보고서는 통계청에서 수행한 정기통계품질진단 연구
용역사업 중간보고서입니다.
2. 이 보고서에 대한 저작권 일체와 2차적 저작물 또는
편집저작물의 작성권은 통계청이 소유하며, 통계청은 정책상
필요시 보고서의 내용을 보완 또는 수정할 수 있습니다.

제 출 문

제 출 문

통계청장 귀하

본 보고서를 “방송매체이용행태조사” 연구용역
과제의 최종 연구결과물로 제출합니다.

2010년 10월 19 일

한신대학교 산학협력단장

연구진

책 임 연구원	한근식(한신대학교 컴퓨터공학부 교수)
연구원	한태인(한국방송통신대학교 이터닝학과 교수)
연구원 (표본설계진단)	염준근(동국대학교 통계학과 교수)
연구보조원	김도진(대림대학 사회체육과 교수)

품질보고서

『방송매체이용행태조사』 품질보고서

2010. 10. 19.

차 례

1. 개요	1
2. 통계품질정보	2
가. 차원별 품질 상태	2
(1) 관련성	2
(2) 정확성	3
(3) 시의성/정시성	4
(4) 비교성	5
(5) 일관성	5
(6) 접근성/명확성	6
나. 기타 품질관련 정보	6
(1) 일반적인 품질	6
(2) 활용성	7
3. 결론	7

1. 개요

「방송매체 이용행태 조사」는 전국의 16개 광역시도에 거주하고 있는 모든 가구와 가구원을 목표모집단으로 구성하였으며, 조사가구는 3,359 가구로서 가구방문 면접 조사로 조사원의 방문이 어려운 섬지역이나 산간벽지 등을 제외한 지역에 거주자로 조사 모집단을 제한하였다. 방송 환경 변화에 따른 지상파방송, 유선방송, 위성방송과 DMB 등 다양한 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 분석하여 수용자정책 수립, 민간기업체의 경영 계획 수립과 학계, 연구소 등의 학술연구를 지원하고 다양한 매체를 이용하는 시청자에게 기초 통계를 제공하는 방송통신 관련 대표 조사라고 볼 수 있다.

2. 통계품질정보

가. 차원별 품질 상태

(1) 관련성

관련성은 이용자관점에 초점을 둔 측면으로 통계의 포괄범위와 개념, 내용 등이 이용자요구에 부합되는 정도를 측정하는 개념이다. 즉, 통계이용자들에게 얼마나 의미있고 유용한 통계를 작성하여 제공하는가와 관련된 개념이다.

「방송매체이용행태조사」는 기획단계에서 방송통신위원회와 정보통신정책연구원 예산협의, 조사개선을 위한 자문회의, 용역업체 선정회의, 학계 전문가 및 방송통신위원회와 정보통신정책연구원 등 내부 수요자들의 의견수렴, 방송매체이용행태조사 지표 자문회의 등을 거쳐 이용자들의 요구가 반영된 조사를 시행하고 있다.

연구진 및 내·외진단위원들은 “이용자 편의사항”, “용어해설부문”, “기타오류” 등이 잘 갖추어진 통계로 진단하였다.

(2) 정확성

대부분의 통계는 알 수 없는 참값을 추정하게 되는데, 정확성은 이 추정된 값이 미지의 참값과 근접하는 정도를 말한다. 따라서 참값과 추정값의 차이, 즉 오차가 작을수록 정확성이 높은 통계가 된다.

「방송매체이용행태조사」는 조사메뉴얼과 조사표 및 면접원 메뉴얼, 조사시 활용할 수 있는 보기카드 등을 제공하고 있다.

표본설계는 용역업체에서 외부 자문교수를 추천해 실시하고 있으며, 이 과정에서 KCC, KISDI와 주기적인 보고체계를 이루고 있으며, 표본설계 관련 상세 내용을 보고서에 상술하여 이용자들의 편의를 도모하고 있다.

모집단은 통계청의 2005년 인구주택 총조사 결과를 바탕으로 작성한 265,350개의 표본 조사구 중 10%에 해당하는 26,535개의 일반 조사구를 표집틀로 하여 표본을 추출하였다. 표본 조사구에서 평균 10가구 내외(7-15가구)의 표본 가구를 조사하는 것을 원칙으로 하여 표본 조사구 330개로 추출하였으며, 조사구 대체를 위한 예비조사구도 330개를 추가로 추출하였으며, 표본 가구를 추출할 때는 전국 16개 시도를 1차 층화, 2차 층화를 적용할 경우에는 시부와 군부를 구분하여 적용하였다. 시부의 경우 조사구내 주거 유형 비율을 고려하였으며, 군부의 경우에는 조사구 내 농림어가 비율에 따라 2차 층화를 적용하였다.

실사는 용역사에 의뢰하여 진행하고 있으며 실사 및 조사원 교육 시 KISDI 담당자가 참관하여 조사과정에서의 품질을 관리하고 있다. 초기

응답자 접촉과 조사기간 중 응답자의 협조를 위해 방송매체이용행태조사 실시 홍보(KCC, KISDI)를 하였다.

용역업체 담당자는 실사조사원에게 가구 명부와 요도를 정확하게 이해시켰으며, 조사 가구의 주소와 전화번호를 확인, 가구 또는 조사구 대체를 할 경우 지침을 전달하였으며, 조사대상 거절 및 부재 시 대처방법에 관한 가이드라인을 제시하고 있었다. 자료수집 체계는 PQI(Project Quality Improvement) System에서 면접원, 배/회수 현황, 업무일지, 전화면접, 검증업무 등을 담당하고 있었다. 초별검증원은 항목 무응답, 불성실 응답(일부 문항에 대한 크로스체크)된 설문지를 확인하여 재조사 의뢰하며 1차 검증된 설문지는 에디팅 가이드(editing guide)를 바탕으로 실사연구원 및 보조연구원에 의해 이중확인작업(Double check System)이 실시되고, 완료된 설문지는 전문 코딩작업자에 의해 DB화 되는 시스템을 갖추고 있었다.

통계작성과 관련된 각종 자료가 문서화 되어 있으며 최종보고서 및 방송통신위원회와 정보통신정책연구원 홈페이지의 공표자료에 대한 철저한 오류점검으로 정확성 있는 고품질 통계를 생산하기위한 전문성유지 및 개선 노력이 매우 우수한 통계로 평가된다.

(3) 시의성 및 정시성

시의성은 작성기준시점과 결과공표시점간의 차이를 나타내는 통계의 현실 반영도와 관련된 개념이고, 정시성은 예고된 공표시기를 정확히 준수하는가에 대한 개념이다.

「방송매체이용행태조사」 자료의 공표와 관련하여 보고서에 조사기간과 공표예정일이 2개월 안팎의 차이를 나타내 통계의 현실 반영도가 매우 우수하다고 판단되며 통계이용자들이 사전에 공표일정 알 수 있도록

2006년부터는 매년 10월에 공표하고 있다.

(4) 비교성

통계자료는 시간 또는 공간이 달라도 동일한 개념, 분류, 측정도구, 측정과정 및 기초자료 등을 기준으로 집계되어 서로 비교가 가능해야 한다. 비교성은 시간적 및 공간적으로 자료가 비교 가능한 정도를 말한다. 즉, 특정통계에 대하여 다른 나라, 다른 도시 또는 다른 연도의 자료가 비교가 가능한지를 보는 개념이다.

「방송매체이용행태조사」결과는 연구진 및 내·외부 진단위원의 결과에서도 알 수 있듯이 다른 요인보다 비교성에서 부족하다. 이 전자료와의 비교 및 다수의 국제기구와 비교가 가능하도록 설계될 필요가 있다. 새로운 지표가 추가 되거나 변경되었을 때에는 방송매체이용행태 조사보고서 일러두기에 설명과 유의사항 등을 명시하여야 한다.

(5) 일관성

일관성은 동일한 경제·사회 현상에 관해 작성된 다른 통계자료와의 유사 또는 근접한 정도를 말한다. 서로 다른 기초자료나 작성 방법에 의해 작성되었다더라도 동일한 현상을 반영하는 통계자료들은 유사한 결과를 보여야 한다는 개념이다.

「방송매체이용행태조사」는 국내 유일의 방송과 통신 관련조사로서 유사규모의 동일주제 조사가 없는 상황이다.

작성된 통계의 일치성 및 항목간 집계결과의 일관성에 대해서는 통계 프로그램에 의한 빈도결과표와의 비교를 통해 점검하고 있으며, 조사표 내에서 점검질문 및 논리적 연결질문 등에 대한 응답값, 유사성 등을

점검하고 있다.

(6) 접근성 및 명확성

접근성은 이용자가 얼마나 쉽게 통계자료에 접근할 수 있는가 하는 물리적 조건을 말하며, 명확성은 이용자들의 통계자료 이용편의성 제 공정도를 나타내는 개념이다.

「방송매체이용행태조사」보고서는 비매품으로 관련 연구소, 공공기관, 연구자들에게 배포되어 활용되고 있으며 보고서를 수령하지 못한 일반 연구자들 및 이용자들을 위해 방송통신위원회 홈페이지와 정보통신정책연구원 홈페이지에 공표하고 있다. 다양한 매체를 통해 이용자들의 편의를 돕고 있다.

이와 함께, 이용자편의를 위해 조사개요, 용어의 정의 및 범위, 표본설계 내역, 무응답 처리 방법 등 주요 메타데이터를 제공하여 명확성이 매우 우수한 통계로 진단되었다.

나. 기타 품질관련 정보

(1) 일반적인 품질

「방송매체이용행태조사」는 2000년 10월에 「TV시청행태 연구」 첫 조사로 서울 지역 13세이상 1,000 표본으로 조사 2001년에는 전국 7대 도시(서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산)로, 2002년에는 1,200 표본으로 표본규모 확대가 이루어졌으며, 2003년에는 읍,면을 포함한 전국 단위로 1,500표본을, 2006년에는 3,000표본으로 실시하였으며, 2008년에 국가통계승인(2008. 10.14)을 받아 올해 첫 정기통계품질 진단의 대상이다.

10여년 간 조사를 시행하는 과정에서 표본의 증가와 전국 지역으로 조사 범위 확대가 이루어졌으며, 이러한 과정에서 조직리더의 통계품질 향상에 대한 비전이 높아 첫 정기통계품질 진단임에도 불구하고 전반적으로 만족도 높은 통계품질을 자랑하고 있다.

(2) 활용성

국가승인통계조사에 많은 비용이 소요되고 있으며 도출되는 결과는 보고서에 그치고 있는 것이 현실이다. 비용대비 조사통계의 효용성을 높이기 위해서는 원자료를 공개하는 것이 가장 바람직하다. 하지만 현실적으로 원자료의 공개는 자료의 왜곡된 해석으로 혼란을 초래할 수 있는 부분이 많다. 이를 보완하기 위해서는 보고서의 내용을 보다 구체화 할 필요가 있으며 보고서와 관련된 주요 내용, 또는 이벤트가 될 만한 사건이 있는 경우에는 이슈보고서를 제공한다면 현재보다 활용성을 높일 수 있다고 판단된다.

3. 결론

전반적으로 「방송매체이용행태조사」의 품질은 우수한 것으로 진단되었다. 통계작성절차별 단계와 품질차원별 진단에서 외부진단위원, 연구진 진단 모두 전반적으로 우수한 통계로 진단하였다. 그러나 통계 전반에 대한 품질을 향상시키기 위해서는 먼저 면접조사에 대한 통계청의 적극적인 홍보가 있어야 하며, 원자료 공개 및 대체를 위한 2차자료(이슈보고서)의 제공, 자료의 신뢰도를 높일 수 있도록 설문문항 개선, 대체표본비율 제공, 웹자료의 개선 등의 노력을 기울일 필요가 있다. 또한 통계청의 KOSIS에 방송매체와 관련된 통계 항목을 추가하여 국내 방송매체와 관련된 통계를 총괄함으로써 방송매체관련 연구 자료의 접근성을 향상 시킬 필요가 있다.

요약문

최종결과보고서 요약문

연구과제명	「방송매체이용행태조사」 정기통계 품질진단
주제어	품질진단, 방송매체이용행태
연구기간	2010.4 - 2010.10
연구기관	한신대학교 산학협력단
연구진구성	한근식(한신대학교 컴퓨터공학부 교수) 한태인(한국방송통신대학교 e-러닝학과 교수) 염준근(표본설계 진단, 동국대학교 통계학과 교수)
<p>방송매체이용행태조사는 방송통신 환경 변화에 따른 지상파방송, 유선방송, 위성방송과 DMB 등 다양한 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 분석하여 수용자정책 수립, 민간기업체의 경영 계획 수립과 학계, 연구소 등의 학술연구를 지원하고 다양한 매체를 이용하는 시청자에게 기초 통계를 제공하는 방송통신 관련 대표 조사라고 할 수 있다.</p> <p>2010년도 정기품질진단 결과 전반적인 품질이 우수한 것으로 나타났다.</p> <p>품질관리기반진단부문에서 방송통신위원회 사무관 1명, 주무관 1명이 담당하고 있었으며, 방송통신위원회에서는 2명의 연구원이 각각 통계관련 업무 20년, 2년간 담당하여 업무능력이 매우 우수하였으나 물적자원부문에서는 매년 전체예산이 다소 증가하였음에도 실사비용 충당으로 조사자료에 대한 2차분석 예산을 편성하지 못하는 것이 아쉽다.</p> <p>이용자 만족도에서는 전반적으로 만족스러운 수준으로 나타났다. “통계자료의 지불 비용 대비 품질의 만족도”에서는 가장 높은 만족도를 나타냈으며, “마이크로데이터 이용의 편리성”, “통계자료의 국가 간 비교 편리성” 등은 전체적으로 낮은 만족도를 나타냈다. FGI에서는 시계열성의 비교의 필요성과 설문문항의 개선, 대체표본의 비율 제공, 웹상의 정보 제공 개선 등의 요구가 있었다.</p> <p>세부 작성절차별 체계 점검표 분석을 통해 알 수 있듯이 모든 절차에 표준화된 메뉴얼을 활용함으로써 내·외부진단 및 연구진 진단에서 세부 작성절차가 매우 우수한 것으로 나타났다.</p> <p>수집자료의 정확성부문에서 “통계작성기획”, “조사통계 설계”, “자료수집”, “자료 입력 및 처리”, “자료분석 및 품질 평가”, “문서화 및 자료 제공”, “사후 관리” 전 부문에서 매우 우수한 것으로 나타났다.</p> <p>통계자료 서비스의 충실성 부문을 살펴보면, 공표자료에 일부 그림과 이에 대한 서술에 착오가 있어 “통계표 형식 및 내용”, “용어해설 부문”, “기타오류” 부문에서는 매우 우수한 것으로 나타났다.</p> <p>품질차원별 진단에서는 내·외부진단 및 연구진 진단에서 높은 점수를 나타냈으며, 일관성, 관련성, 정확성, 접근성, 시의성에서도 높은 점수를 얻었으나 비교성에서는 상대적으로 낮은 점수를 나타냈다. 이는 이전 자료와의 시계열적 비교가 부족하여 나타난 것으로 이전 자료와의 시계열적 비교를 통한 다면 통계의 활용성 증대에 도움이 될 것으로 판단된다.</p>	

차 례

제 1 장 「방송매체이용행태조사」 개요	1
제 1 절 품질진단 개요	1
제 2 절 통계 개요	6
제 3 절 중점 진단사항	11
제 2 장 「방송매체이용행태조사」 품질진단 결과	12
제 1 절 부문별 품질진단 결과	12
제 2 절 진단결과 종합	36
제 3 절 통계품질 개선방안	40
제 3 장 발전전략 및 로드맵	43
제 1 절 해외사례	43
제 2 절 발전전략 및 로드맵	54
참고문헌	57
부 록	58

표 차례

<표 1> 진단부문별 진단방법 및 배경	2
<표 2> 진단내용 종합 진단방법 및 배경	4
<표 3> 이용자의 응답현황	16
<표 4> 항목별 만족도 점수	20
<표 5> 항목별 중요지수	21
<표 6> 종합만족도 및 전반적 만족도	22
<표 7> 매트릭스 영역별 해석	23
<표 8> 항목별 포트폴리오 분석 결과	24
<표 9> 작성절차 및 품질차원별 내부, 외부 및 연구진 진단 비교	26
<표 10> 개선과제 및 실행방법	42
<표 11> 캐나다 통계청 대표 방송통계	49
<표 12> 커뮤니케이션 시장보고서의 주요통계	50
<표 13> PSB 텔레비전 조사 1차 보고서의 주요통계	52

그림 차례

<그림 1> 포트폴리오 매트릭스	22
<그림 2> 진단팀별 작성절차별 진단비교	27
<그림 3> 차원별 진단 결과	29

제 1 장 「방송매체이용행태조사」 품질진단 개요

제 1 절 품질진단 개요

1.1. 연구방법 및 목적

본 사업은 방송통신위원회(KCC)와 정보통신정책연구원(KISDI)에서 발간한 '2009년 방송매체이용행태 조사'보고서에 대한 통계품질을 진단하고자 하는 것으로 다음과 같은 준거기준을 가지고 시행하였다.

첫째, 관련성, 정확성, 시의성, 비교성, 일관성, 및 접근성 부문에서 품질진단을 하였다.

둘째, 품질진단에 대한 절차로 품질기반진단, 이용자 만족도 및 요구사항 반영실태, 세부 작성절차별 체계 진단, 수집 자료의 정확성 진단, 통계자료 서비스 진단 등 5단계로 구분하여 진단하였다.

본 연구의 궁극적인 목적은 통계품질진단 주요 부문별로 통계품질 상태를 진단하여 현재 상태를 점검하고, 문제점을 파악한 후 향후의 개선과제 및 개선방안을 제시하는 품질개선 로드맵을 작성하려는 것이다.

1.2. 연구내용

제품에 대한 품질관리(quality management)는 결국 이용자가 요구하는 품질을 확보하기 위하여 조직과 조직 구성원들이 목표를 세우고, 이를 효율적이고 합리적으로 달성할 수 있도록 체계를 수립하고 활동하는 것을 의미한다. 품질관리를 위한 체계와 활동은 크게 계획(Plan), 실시(Do), 검토(Check), 행동(Act)이

라는 4단계(PDCA cycle) 과정으로 구성된다.

통계품질진단에 대한 5개 부문별 진단방법과 배경은 <표 1>과 같음.

<표 1> 진단부문별 진단방법 및 배경

부 문	진단방법	진단배경
품질기반 진단	- 품질관리기반 현황표를 이용하여 해당통계의 작성 여건 및 통계담당자 인식 진단	- 고품질 통계 생산을 위한 품질관리기반 파악
이용자 만족도 및 요구사항 반영실태	- 통계이용실태 및 만족도를 파악하기 위해 이용자를 대상으로 설문조사 등 실시	- 이용자 적합성(Fitness for use)에 근거하여 이용자가 직접 평가
세부 작성절차별 체계	- 통계품질에 영향을 미치는 품질지표를 품질진단서라는 질문형식의 체크리스트로 설계하여 내부 및 외부진단 실시	- '생산과정의 품질이 제품의 품질을 결정한다.'는 과정중심(Process-Oriented)의 품질정의에 근거
수집 자료의 정확성	- 현장조사원 또는 응답자/보고자를 대상으로 응답/보고내용과 응답/보고 환경 점검	- 자료수집(현장조사)의 품질을 개선하기위한 현지실태 파악
통계자료 서비스	- 보도자료, 보고서, DB 등 공표자료에 수록한 내용의 오류와 이용자 편의사항 점검	- 이용자 적합성(Fitness for Use)에 근거하여 통계자료 서비스의 충실성 및 편의성 파악

* 출처: 통계품질관리 이렇게 합니다. 통계청 2010.

첫째, 품질기반 진단은 세부 진단계획을 수립하고, 해당 통계담당자에게 '품질관리기반 현황표' 작성을 의뢰한 후 면담을 통해 조사된 내용을 다시 확인하고, 그 결과를 분석하여 작성환경을 진단하는 과정이다. 이 과정을 통해 통계의 보다 높은 수준의 품질을 달성하기 위한 기초적인 인프라를 파악하고자 한다.

둘째, 이용자만족도 및 요구사항 반영실태 진단은 통계생산자가 간과하고 있는 통계이용자들의 요구사항을 통계작성 및 자료제공 과정에 반영하기 위한 것이다. 이를 통해 파악된 이용자의 만족도는 이용자적합성에 바탕을 두고 이용자가 직접 진단한 평가점수이며 통계이용자들이 통계활용 실태와 만족도를 측정하려고 하였다. 이를 위해서 통계의 전문가와 일반인 이용자로 구성된 표적집단면접(Focus Group Interviewing, FGI)을 대상으로 해당 통계의 전반적인 이용자만족도 설문조사를 실시하였다.

셋째, 세부 작성절차별 체계 진단은 통계작성과정이 통계작성의 본래 목적을 실현하기 위해 적합하게 이루어지고 있는지를 세부 작성절차별 진단서를 이용하여 진단하는 것이다. 진단작업은 진단서를 통계작성담당자가 직접 작성하는 내부진단과 외부전문가를 초빙하여 진단하는 외부진단으로 구분하여 시행하였다. 또한 이를 근거로 연구진의 진단을 별도로 시행하였으며 주로 대상통계의 작성절차에 대해 개선사항을 중심으로 의견서를 함께 제출하도록 하여 진단보다는 개선에 더 집중하였다. 이 과정에서 정량적인 분석뿐만 아니라 정성적으로 심층적인 분석을 실시하였다.

넷째, 수집 자료의 정확성 진단은 통계자료가 수집되는 시스템의 효율성에 대한 진단으로 이 진단의 절차는 자료수집방법의 타당성과 절차적 오류는 없는지를 진단하는 것이다. 조사를 관리하고 있는 조사 현장을 방문하여 실사과정에서 발생할 수 있는 여러 가지 문제점을 파악하였다. 실사업체(한국리서치)의 담당직원과 조사과정 및 진행에 대한 의견을 수렴하였고 조사원과 직접 면접 진행사항을 수행하여 품질진단을 수행하였다.

다섯째, 통계자료 서비스 진단은 작성된 통계가 오류 없는 충실한 정보를 제공한다면 이용자들은 만족스럽게 그 통계를 이용할 것이므로 주로 발생하는 오류의 유형과 발생 원인을 파악하여 이러한 오류의 재발방지 방안을 모색하고, 이용자에게 필요한 기본정보가 통계간행물에 충분히 제공되고 있는지를 점검하

여 미흡한 점을 보완하도록 함으로써 통계서비스의 질을 향상시키기 위한 것이다. 이를 위해서는 발간 보고서의 구체적인 내용분석을 실시하였다.

또한 5개 부분별 진단이 모두 완료되면 부분별 주요내용을 분석하고 품질차원별로 분석하여 종합하였다. 본 내용에 대한 진단방법 및 진단배경은 다음 <표 2>와 같음.

<표 2> 진단내용 종합 진단방법 및 배경

진단결과 종합	진단방법	진단배경
절차별 종합 및 분석	- 통계작성절차, 품질차원별 진단 결과를 종합하여 분석	- 진단과정에서 나타난 통계의 품질상태를 종합하고 개선 요구사항을 발굴
품질요약보고서 작성	- 품질요약보고서 작성	- 통계의 차원별 품질 파악
개선과제 도출 및 개선방안 마련	- 실행기간별 개선과제 및 실행 방법 제시	- 구체적인 개선과제를 도출하여 작성기관의 이행 유도

■ 품질차원

가. 관련성(relevance)

관련성은 통계 이용자에게 얼마나 의미 있고 유용한 통계를 작성하여 제공하고 있는가에 관련된 개념으로 통계를 작성하는 과정에서 통계의 작성목적을 명확히 설정하여 이를 달성하기 위한 여러 가지 활동이 통계의 관련성을 높일 수 있다.

나. 정확성(accuracy)

대부분의 통계는 알 수 없는 참값을 추정함으로써 작성되는데 정확성은 이러한 참값과 추정된 값과의 근접성에 관한 개념이다.

다. 시의성/정시성(timeliness/punctuality)

통계의 시의성은 작성기준시점과 결과발표시점간의 차이를 나타내는 통계의 현실 반영도와 관련된 개념이고 정시성은 예고된 공표시기를 정확히 준수하는가에 대한 개념이다.

라. 비교성(comparability)

비교성은 시간 또는 공간이 달라도 통계 자료가 공통된 기준(통계의 개념, 측정도구, 측정과정 및 기초자료 등)을 근거로 집계되어 서로 신뢰할 만한 비교가 가능한지를 진단하는 요소이다.

마. 일관성(coherence)

서로 다른 출처, 작성방법에 따라 작성된 통계자료지만 동일한 사회현상을 반영하는 경우 각 통계가 얼마나 유사한지를 나타내는 요소이다.

바. 접근성/명확성(accessibility/clarity)

접근성은 이용자가 통계자료에 손쉽게 접근할 수 있는 정도, 활용가능한 통계표와 그 통계가 어떻게 만들어졌는지에 대한 정보의 이용가능성을 의미한다.

따라서 통계품질진단사업은 품질관리기반, 이용자 만족도 및 요구사항 반영 실태, 세부 작성절차별 체계, 수집 자료의 정확성, 통계자료 서비스 등 진단 부문별 진단결과에서 관련성, 정확성, 시의성/정시성, 비교성, 일관성, 접근성/명확성 등 6가지 차원의 품질 수준을 측정하고 각 차원의 품질 수준을 높이기 위해 통계의 개선방향을 제시하는 것이다.

제 2 절 통계 개요

○ 「방송매체 이용행태 조사」의 목적과 필요성

방송 환경변화에 따른 지상파방송, 유선방송, 위성방송과 DMB 등 다양한 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 분석하여 수용자정책 수립, 민간기업체의 경영 계획 수립과 학계, 연구소 등의 학술연구를 지원하고 다양한 매체를 이용하는 시청자에게 기초통계를 제공하는데 그 목적이 있다.

○ 승인 및 작성기관

승인기관 : 통계청

작성기관 : 방송통신위원회

○ 조사 연혁

- 2000. 10. : 「TV시청행태 연구」 1라는 명칭으로 제 1회 조사 실시(서울 지역 13세 이상 1,000 표본조사)
- 2001. 7. : 전국 7대 도시(서울, 부산, 대구, 인천, 광주, 대전, 울산)로 조사 지역 확대(13세 이상 69세 이하 1,000 표본)
- 2002. 8. : 표본 규모 확대(전국 7대 도시 13세 이상 69세 이하 1,200 표본)
- 2003. 10. : 읍·면을 포함한 전국 단위로 조사 대상 확대(전국 13세 이상 69세 이하 1,500 표본)
- 2006. 10. : 표본 규모 확대(전국 13세 이상 69세 이하 2,000 표본)
- 2007. 10. : 표본 규모 확대(전국 13세 이상 69세 이하 3,000 표본)
- 2008. 10. : 통계청 국가통계 승인(2008. 10. 14), 제 9회 조사 실시
- 2009. 6. : 제 10회 조사 실시 '방송매체 이용행태 조사'로 명칭 변경(전

국 3,359가구 가구원 전원조사)

○ 통계종류 및 승인번호

통계종류 : 일반, 조사통계

승인번호 : 제16402호

○ 조사 항목

가. 가구 설문

매체 보유와 유료방송 가입

-매체별 보유실태

-유료방송 가입현황과 유형

유선 방송 이용 현황

-유선방송 가입 유형

-유선 방송 가입 시 주요 고려요인

-유선 방송 해지 또는 비가입 이유

위성방송 이용 현황

-위성방송 가입 유형

-위성방송 가입 이전 유선 TV가입 여부

-위성방송 가입 시 주요 고려요인

-위성방송 해지 또는 비가입 이유

자녀의 방송 매체 이용 현황

나. 개인 설문

매체 이용

-매체별 이용 빈도와 이용량

-신규 매체로 인한 매체 이용변화

-관심 분야별 주이용매체

매체 이용시간(Media Diary) 분석

- 시간대별 매체 이용률
- 매체 이용자별 평균 시간과 이용률

지상파 방송 이용행태

- 지상파 방송 시청정도
- 지상파 방송 만족도
- 지역 방송국 제작/편성 프로그램 평가(지방 거주자)

라디오 청취행태

- 라디오 청취 장소와 청취방법
- 인터넷 라디오 청취 여부와 평균 청취시간
- 라디오 청취 이유
- 프로그램 유형별 청취정도와 만족도

유료방송 이용행태

- 유료 방송 유형별 평균 시청시간
- 유료 방송 채널별 시청정도와 만족도

유선방송 이용행태

- 채널별 시청정도와 만족도
- 유선 방송 전환 가능성
- 향후 6개월 이내 유선 방송 가입의향과 가입희망 유형
- 유선 방송 Contents와 사업자 만족도
- 디지털 유선방송 이용희망 여부

위성방송 이용행태

- 위성방송 프리미엄 채널 이용여부
- 위성방송 Contents와 사업자 만족도
- 위성방송 채널별 시청정도와 만족도
- 위성방송 전환 가능성

-위성방송 향후 가입의향

IPTV 이용행태

-IPTV 인지도

-IPTV 향후 가입 의향

-IPTV Contents와 사업자 만족도

DMB 이용행태(지상파/위성)

-DMB 가입시기

-DMB 수신장비

-DMB 서비스 만족도

-DMB 향후 이용의향과 시기

데이터 방송 이용행태

-데이터 방송인지와 이용경험

-데이터 방송이용 또는 비이용 이유

인터넷 방송 이용행태

-인터넷을 통한 TV 시청 여부

-인터넷을 통한 TV 시청 이용시간

-인터넷을 통한 TV 시청 시 비용 지불 여부

매체 중요도와 미디어 대체

-일상생활에서 매체 중요도

-신규 매체로 인한 기존 매체 이용 변화

인구통계학적 특성

-주거지역, 성별, 연령, 직업, 결혼여부, 가족구성, 월평균 가구소득, 학력 등

○ 작성주기 및 조사 기간

작성주기 : 연 1 회

조사실시기간 : 2009년 6월 15일(월)~8월 7일(금)

○ 작성방법 및 체계

- 조사모집단 : 전국의 16개 광역시도에 거주하고 있는 모든 가구와 가구원을 목표 모집단으로 구성하였으며, 조사 가구는 3,359가구이다(조사원 방문이 어려운 섬지역이나 산간벽지 제외).
- 층화 : 1차 추출단위는 인구주택조사구이고, 2차 추출단위는 가구 및 가구원이다.
- 표본설계 : 현재 대한민국에 거주하는 모든 가구내의 만13세 이상 가구원 전체이며 인구주택총조사 상의 아파트 조사구와 일반조사구 내의 가구를 조사대상으로 선정

○ 결과 공표주기

공표 주기 : 매년

공표 방법 및 시기

-공표기관 : 방송통신위원회

-공표방법 : 「방송매체 이용행태 조사」 발간

-공표시기 : 매년 10월

○ 통계작성 환경의 특성

「방송매체 이용행태 조사」 통계는 법적 근거에 의해 통계청과 방송통신위원회에서 작성하고 있다.

제 3 절 중점 진단 사항

- 방송매체 이용행태 조사 보고서의 중점 진단사항은 다음과 같다.
- 품질기반 점검표를 이용하여 통계의 작성여건 및 통계 담당자의 인식을 진단한다.
- 통계이용실태 및 만족정도를 파악하고 만족도가 낮은 부분의 개선사항을 점검한다.
- 통계작성 전반에 걸친 세부 작성 절차별 체계를 ‘생산과정의 품질이 제품의 품질을 결정한다’는 과정 중심의 통계 품질을 진단한다.
- 조사 주기가 1년으로, 매년 조사를 실시해야 할 정도로 시의성을 요구하는 것인지에 대한 점검한다.
- 기획단계에서부터 자료분석 단계에 걸쳐 편이가 발생할 수 있는 부분에 대해 용역사의 책임자, 조사감독원, 조사원, 실사전반에 걸쳐 수집자료의 정확성을 진단한다.
- 이용자 적합성에 근거하여 공표자료의 수치오류와 이용자 편리성을 점검한다.

제 2 장 「방송매체이용행태조사」 품질진단 결과

제 1 절 부문별 품질진단 결과

1.1. 품질관리기반 진단

■ 인적 자원 여건

- 「방송매체 이용행태 조사」 통계작성 기관인 방송통신위원회와 정보통신정책연구원으로 방송통신위원회의 사무관 1명, 주무관 1명이 담당하고 있으며 정보통신정책연구원 동향분석실의 통계작성 인력은 연구위원 1명, 주임연구원 1명으로 구성되어 있다.
- 인적자원의 통계업무 경력 및 전담 정도는 방송통신위원회의 사무관은 통계담당 경력 2년, 주무관은 1년의 정도의 경력, 정보통신정책연구원은 연구위원은 20년 경력에 현업무를 1년 10개월째 진행하고 있으며 주임연구원은 통계업무경력 2년에 현업무를 5년 5개월째 담당하고 있으며 연구위원과 주임연구원의 업무 비율은 각각 30% 정도를 차지하며 업무관련 전문성은 높은 것으로 나타났다. 차후 업무의 전담비율을 높일 필요가 있다.

■ 물적 자원 여건

- 물적 자원 여건 중 통계 작성을 위한 예산을 살펴보면, 2007년 2억 4500만원, 2008년 3억원, 2009년 3억3천만원으로 통계작성 예산이 다소 증가한 것으로 나타났다.
- 2009년 총 예산은 2008년에 비해 외부기관 위탁비의 증가율이 큰 것으로 나타났다.
- 실제로 담당부서에서는 통계청의 권고사항인 16개 광역시도별 의미

있는 결과를 도출하기 위해서는 표본규모 확대를 위해 예산이 부족하다고 생각하고 있었다.

-물적 자원 여건 중 통계 작성을 위해 보유하거나 이용하고 있는 통계분석패키지는 PC형 SAS, SPSS 였다.

■ 조직관리실태 및 통계작성 담당자 인식

-조직의 리더는 통계품질을 높이기 위해 노력하고 있었으며, 통계품질 개선을 위한 비전을 갖고 통계품질 개선을 위해 노력하고 있었다. 통계작성 담당자 역시 통계작성에 대한 인식이 높은 것으로 나타나 통계품질의 관리가 잘 이루어지는 것으로 판단된다.

1.2. 이용자 만족도 및 요구사항 반영실태

■ 표적집단면접(FGI)

표적집단면접은 3명의 신문방송관련 전공교수와 1명 연구위원, 1명의 관계기관 부장 등 방송매체 관련 기관의 5명을 초빙하여 사회자의 진행으로 1시간 30분 동안 진행되었다.

○ 표본설계

- 「2009년 방송매체 이용행태 조사」 보고서는 샘플링이 잘 되어 있고 가구 위주의 조사이긴 하지만 개별 질문도 포함되어 다른 조사와 차별성을 갖고 있다. 하지만 가구단위 조사의 경우 방법론적으로 가구원 전원 조사를 하게 되면 자료에 대한 신뢰성에 의문이 들 수 있으며 설사 가구원 전수 조사라는 점을 고려할 때 가구에 대한 실제 회신율을 제공하는 것이 바람직하다.
- 2,500샘플을 일반적으로 조사하면 500샘플 정도는 심층적인 추가분석

을 실시하는 것도 의미있는 결과를 이끌 수 있는 것이라 판단되며, 지방의 읍, 면까지 조사하므로 미디어의 지역 차이 및 소외 계층의 문제도 살펴 볼 필요가 있다.

○설문문항 수정

-미디어 환경변화에 대한 신속한 반영이 부족해 실제 활용에는 범위가 떨어지고 있어 표본의 타당성 및 데이터의 누적성을 고려했을 때 설문내용 중 활용도가 낮은 부분은 과감히 삭제하면서 새로운 미디어 트렌드를 반영하는 작업이 필요하다.

-인터넷에 대한 이용 개념이 다양하기 때문에 인터넷을 통한 매체 접촉을 세분화하고 만족도의 경우 사업자에 대한 만족도 등은 미디어 이용자 입장에서는 꼭 필요한 지 고려할 필요하다.

○시계열 통계의 제공

제한적이지만 정보통신정책연구원의 홈페이지에서는 이전자료와 비교를 제공하고 있으나 보고서에서는 통계의 정확성 일치성 등의 특징을 보여주는 이전통계와의 비교 결과를 제시하지 못하고 있다.

○이슈 보고서

일반적으로 신규매체의 등장으로 기존의 지상파 이용이 줄어 들것 같지만 조사결과는 그렇지 않았다. 이러한 보고서의 특징들 결과 부분에 제공한다면 의미있는 보고서가 될 것 같다.

○원자료 공개

누적된 자료를 모아서 제공하고 국가승인통계는 국가별로 공통된 항목들에 대한 자료를 제공할 필요가 있으며, 이러한 점을 고려해 매체별로

공통된 항목이 필요하다. 매체 간 비교가 가능하도록 질문을 설계할 필요가 있으며 국가 승인 통계라면 raw data 내지 2차 자료 공개가 필요하다.

■ 일반인그룹면접(FGI)

일반인그룹면접은 4명의 방송관련 대학원생과 1명의 방송국 연구원 등의 일반 연구원들 4명을 초빙하여 사회자의 진행으로 1시간 30분 동안 진행되었다.

○보고서의 내용 보강

방송매체이용행태조사 보고서는 주로 연구목적으로 활용하고 있지만 내용의 깊이에 있어서는 연구목적으로 활용되기에는 부족한 것으로 판단된다. 포괄적인 내용 보다는 하나의 매체에 대해 구체적인 내용을 제시할 필요가 있다.

○질문문항의 적절성

- 방송매체 이용행태 조사의 설문 문항이 너무 많아 응답자가 피곤하게 느낄 것으로 판단되며 필요 없는 문항은 삭제가 요구되며 이에 상응하는 충분한 보상이 필요하다.
- 방송통신위원회는 방송과 통신위원회가 합쳐진 것으로 방송과 통신을 구분할 때 방송매체 이용행태 조사 보고서는 방송에 치우친 점이 있어 보고서의 균형이 필요하다.
- 보고서의 내용 중 유료방송부분을 보면 방송위원회일 때 기준인데 현재의 분류는 어떻게 왜 변경되었는지 대한 서술이 필요하다.

○ 보고서의 디자인

책자로 발간되는 방송매체 이용행태 조사 보고서와 달리 web에서 제공되는 보고서에는 color가 포함되고, chapter별로 구분할 수 있는 페이지를 넣어 주면 보다 편리하게 이용할 수 있을 것으로 판단된다.

○ 원자료 제공 및 이슈 보고서

raw data 제공 요구가 큰 것으로 나타났으며, 이는 일반 이용자들이 자료의 활용을 목적으로 필요로 하고 있다. 1차 자료 제공에는 분석의 왜곡등을 고려했을 때 2차 자료 및 이슈보고서를 정기적으로 제공하고, 다년간의 자료를 통합분석 자료를 제시한다면 해결될 것으로 판단된다.

■ 이용자 만족도 조사

이용자 만족도 조사는 방송통신위원회와 정보통신정책연구원에서 제공받은 126명의 이용자를 대상으로 전문 리서치회사에 의뢰하여 전화조사를 시행한 결과 총 66명의 유효표본을 얻었다. 무응답의 사유는 아래와 같다.

<표 3> 이용자의 응답현황 (단위: 명)

응답	무응답							합계
	이용경험 없음	바쁘다	담당자 없음	기타	부재중	연락불가	퇴사	
66	26	19	1	1	2	10	1	126

응답자의 성별 분포는 54.55%가 남성이었으며 여성은 45.45% 였다.

귀하의 성별은 무엇입니까?				
성별	빈도	백분율	누적 빈도	누적 백분율
남자	36	54.55	36	54.55
여자	30	45.45	66	100

응답자의 연령별 분포는 30대가 25명, 40대가 23명으로 전체의 72% 이상을 차지하고 있는 것으로 나타났으며 20대와 50대는 28%미만으로 나타났다.

귀하의 (만)연령은 어떻게 됩니까?				
연령	빈도	백분율	누적 빈도	누적 백분율
20대	13	19.7	13	19.7
30대	25	37.88	38	57.58
40대	23	34.85	61	92.42
50대	5	7.58	66	100

응답자의 직업별 분포는 공공기관, 언론기관, 연구기관이 각각 27.27%, 25.76%, 24.24%로 전체 직업의 76% 이상을 차지하는 것으로 나타났다.

귀하의 근무처 또는 직업은 무엇입니까?				
직업	빈도	백분율	누적 빈도	누적 백분율
공공기관	18	27.27	18	27.27
언론기관	17	25.76	35	53.03
연구기관	16	24.24	51	77.27
학계	5	7.58	56	84.85
기타민간기업및단체	4	6.06	60	90.91
학생	5	7.58	65	98.48
기타	1	1.52	66	100

- 연구활동 및 업무 등의 통계자료활용 비중에 있어 빈도에 있어 “높은편” 이 상에서 66.67%로 나타나 이용자들의 통계자료활용 비중이 큰 것을 알 수 있었으며
- “방송매체이용행태조사” 결과의 이용빈도는 “월 1회정도”이 33.33%, “분기 1회정도”가 27.27%, “연 1회정도”가 21.21%, “주 1회이상”으로 15.15%로 나타나 활용빈도가 높은 것으로 나타났다.
- “방송매체이용행태조사” 자료의 이용 및 활용용도는 “연구, 학술, 학습활동”이 59.09%,로 가장 높게 나타났으며 다음으로 “정책수립 및 평가”이 25.76%, “사업 및 경영 계획수립”, “표본조사의 모집단”, 업무외 개인적 관심“순으로 나타났다.
- “방송매체이용행태조사” 자료의 이용경로는 54.55%가 “홈페이지”방문이라고 응답하였으며, “작성부서에 직접요청”이용은 18.18%, “언론보도자료”이용은 15.15%로 나타났다.
- “방송매체이용행태조사” 자료 이용 시 유의사항, 관련개념, 용어의 정의 등의 적절성에 있어 “대체로 그렇다”는 응답자는 45.45%로 높게 나타났으며, 다음으로 “보통이다”라는 응답자는 34.85%, “매우 그렇다”라는 응답은 18.18%로 나타나 자료집 이용시 유의사항, 관련개념, 용어의 정의 등이 잘 되어있는 것으로 나타났다.
- 마이크로데이터 이용에 대해 “매우 편리하다”는 응답은 17.91%, “대체로 편리하다”는 응답은 25.37%로 나타났으며 “보통”이라는 응답이 43.28%로 가장 높게 나타났다.

- 국가간 비교에 대해서 50.75%가 “편리하다”라고 응답한 반면에 “대체로 불편하다”는 응답도 7.46%로 나타났다. 이는 정보화통계조사자료가 국제기구에 주요지표를 제공하는 반면에 여타국가에 관한 지표를 보고서에 실지 않았기 때문이라고 판단된다.
- 통계품질이 이전과 비교하여“향상되었다”는 응답자는 62.69%로 가장 많았으며, “매우 향상되었다”는 응답도 20.9%에 달하여 전체응답자의 83.59%가 품질이 향상되었다고 응답하여 통계품질이 개선된 것을 알 수 있다.

■ 만족도 분석

항목별 만족도는 5점 척도(1: 전혀그렇지않다, 5:매우 그렇다)로 전반적 만족 수준은 3.80점으로 나타났다. ‘통계자료의 지불 비용 대비 품질의 만족도’에 있어 4.25점으로 가장 높은 만족도를 나타냈으며, ‘마이크로데이터 이용의 편리성’은 3.49점, ‘통계자료의 국가 간 비교 편리성’은 3.39로 가장 낮은 만족도를 나타냈다.

<표 4 >항목별 만족도 점수(5점 척도)

항목	만족도 평균(표준편차)
1.통계자료 공표시기 적절성	3.82(0.77)
2.통계자료 예고 공표 일정 준수	3.82(0.87)
3.통계자료 검색의 편리성	3.80(0.89)
4.통계자료 이용시 유의사항/관련개념/용어정의 제공	3.84(0.78)
5.통계자료의 설명자료 제공의 충분성	3.80(0.85)
6.통계자료 지표의 다양성	3.73(0.72)
7.통계자료의 신뢰성	3.94(0.83)
8.마이크로데이터 이용의 편리성	3.49(0.83)
9.통계자료 지불 비용 대비 품질의 만족성	4.25(0.69)
10.통계자료의 시계열 비교 편리성	3.61(0.87)
11.통계자료의 국가 간 비교 편리성	3.39(0.72)
전반적 만족도(체감만족도)	3.80(0.66)

■ 항목 중요지수

- 11개의 세부 항목별 중요도 및 종합만족도를 산출하기 위해 아래와 같은 계산식을 이용하였다.

<p>항목중요도산출 : 항목중요도(w_i) = $\frac{r_i^2}{\sum r_i^2}$</p> <p>(가중치) r_i는 i번째 항목의 전반적 만족도와의 상관계수</p> <p>종합만족도 계산 : 종합만족도(s) = $\sum S_i \times w_i$</p> <p>S_i은 i번째 항목 만족도, w_i: i번째 항목 중요도</p>
--

* 출처 : 통계품질관리 이렇게 합니다. 통계청. 2010

- 항목별 중요수준을 살펴보면, '통계자료 지표의 다양성', '통계자료 시계열 비교 편리성', '설명자료 제공의 충분성', '공표시기의 적절성', '공표 일정 준수' 등의 항목이 비교적 높게 나타났으며, '마이크로데이터 이용의 편리성', '통계자료의 신뢰성' 등의 항목에 대한 중요도가 비교적 낮게 나타났다.
- 만족도와 중요도를 고려한 종합만족도는 3.72점으로 나타났다.

<표 5> 항목별 중요지수

항목	항목만족도 (S_i)	전반적(체감)만족도와의 상관관계수(r_i)	항목중요도 (w_i)	(S_i)*(w_i)
1.통계자료 공표시기 적절성	3.82	0.677	0.102	0.3896
2.통계자료 예고 공표 일정 준수	3.82	0.670	0.100	0.3820
3.통계자료 검색의 편리성	3.80	0.641	0.092	0.3116
4.통계자료 이용시 유의사항/관련개념/용어정의 제공	3.84	0.593	0.079	0.3034
5.통계자료의 설명자료 제공의 충분성	3.80	0.676	0.102	0.3876
6.통계자료 지표의 다양성	3.73	0.719	0.115	0.4290
7.통계자료의 신뢰성	3.94	0.556	0.069	0.2719
8.마이크로데이터 이용의 편리성	3.49	0.502	0.056	0.1954
9.통계자료 지불 비용 대비품질의 만족성	4.25	0.593	0.079	0.3358
10.통계자료의 시계열 비교 편리성	3.61	0.692	0.107	0.3863
11.통계자료의 국가 간 비교 편리성	3.39	0.663	0.098	0.3322
합계	3.80		1.000	종합만족도 :3.7248

■ 전반적인 만족수준

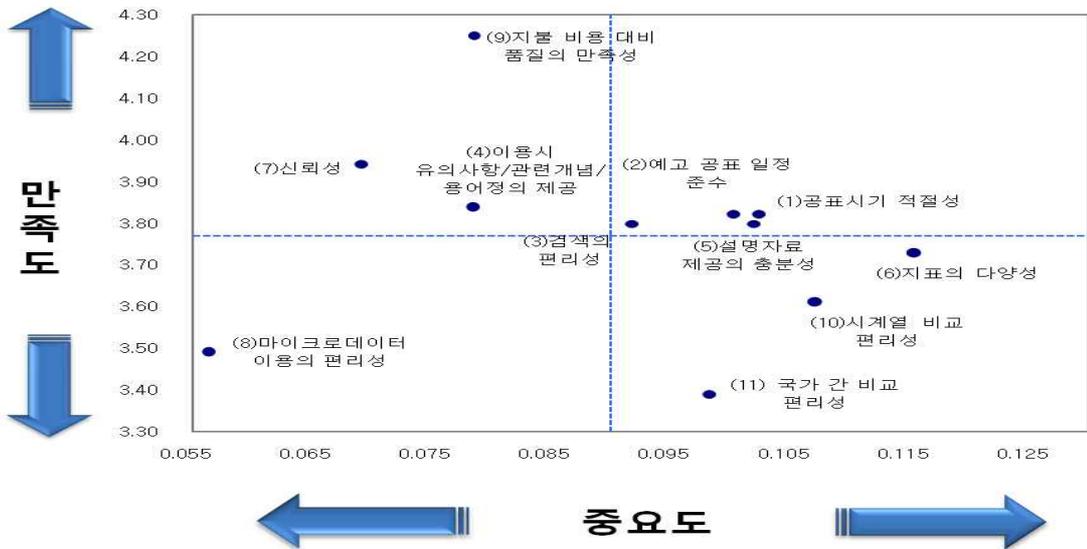
- 방송매체이용행태조사에 대해 11개 문항을 5점척도로 조사한 결과 종합 만족도 및 전반적인 만족도는 다음과 같다.

<표 6> 종합만족도 및 전반적 만족도

사례수	종합만족도	전반적(체감) 만족도
66	3.72	3.80

■ 포트폴리오 분석

- 만족도 개선을 위한 포트폴리오 분석을 위해 항목별 만족도와 중요도를 좌표평면에 표시한 포트폴리오 매트릭스(Portfolio Matrix)로 살펴보면 <그림 1>과 같다.



<그림 1> 포트폴리오 매트릭스

- 포트폴리오 매트릭스는 항목별 중요도와 만족도의 평균을 중심으로 각 항목을 4개의 영역으로 구분하며, 각 영역은 다음과 같이 해석할 수 있다.

<표 7> 매트릭스 영역별 해석

영역	해석
권장영역	중요도도 높고 만족도도 높은 항목
차별화영역	중요도는 낮으나 만족도는 높은 항목
1차 개선영역	중요도는 높으나 만족도가 낮은 항목
2차 개선영역	중요도가 낮고 만족도도 낮은 항목

- ‘권장영역’은 중요도와 만족도가 모두 높은 영역으로 ‘예고 공표 일정’, ‘공표 시기의 적절성’, ‘설명자료 제공의 충분성’, ‘검색의 편리성’이 항목이 포함된다. 이 영역은 현재 상태를 적극적으로 유지 및 관리해야 하는 항목을 나타내며, 방송매체이용행태조사 보고서의 공표일과 관련된 것과 자료에 대한 이용자의 편리성에서 높은 중요도와 만족도를 나타냈다.
- ‘차별화영역’ 중요도는 낮으나 만족도는 높은 영역으로 ‘지불비용 대비 만족도’, ‘통계 자료의 신뢰성’, ‘통계자료 이용 시 유의사항/관련개념/용어정의 제공’이 포함된다. 이 영역은 방송매체이용행태조사 보고서의 효율성과 보고서의 내용을 이해하는데 도움을 주는 영역에서 나타났으며, 어느 정도 유지 및 관리를 해야 하는 항목을 나타냈다.
- ‘1차 개선영역’은 중요도는 높으나 만족도가 낮은 영역으로 ‘통계자료의 지표의 다양성’, ‘통계자료의 시계열 비교의 편리성’, ‘통계자료의 국가간 비교의 편리성’ 항목이 포함되며 특히, 국가간 비교는 자료의 의미있는 해석을 할 수 있는 정보이기 때문에 보고서 꼭 첨부하여야 할 내용이다. 또한, FGI에서 제시되었지만 ‘방송매체’라는 것은 방송과 통신의 융합적인 개념이라고 생각하면 방송과 통신에 관련된 지표들이 적절히 포함되어야 하나 통신에 관련된 지표가 방송에 관한 지표보다 상대적으로 부족

한 것으로 판단되며, 적극적인 개선이 필요하다.

- '2차 개선영역'은 중요도와 만족도가 낮은 영역으로 "마이크로데이터 이용의 편리성" 항목이 포함되며 이 영역은 중요도도 낮지만 만족도도 낮아 일정부분의 개선이 필요하다.

<표 8> 항목별 포트폴리오 분석 결과

항목	중요도 (X축)	만족도 (Y축)	결과
1.통계자료 공표시기 적절성	0.102	70.59	권장영역
2.통계자료 예고 공표 일정 준수	0.100	70.59	권장영역
3.통계자료 검색의 편리성	0.092	70.10	권장영역
4.통계자료 이용시 유의사항/관련개념/용어정의 제공	0.079	71.08	차별화영역
5.통계자료의 설명자료 제공의 충분성	0.102	70.10	권장영역
6.통계자료 지표의 다양성	0.115	68.14	1차 개선영역
7.통계자료의 신뢰성	0.069	73.53	차별화영역
8.마이크로데이터 이용의 편리성	0.056	62.25	2차 개선영역
9.통계자료 지불 비용 대비 품질의 만족성	0.079	81.37	차별화영역
10.통계자료의 시계열 비교 편리성	0.107	65.20	1차 개선영역
11.통계자료의 국가 간 비교 편리성	0.098	59.80	1차 개선영역
평균	0.091	69.34	-

1.3 세부 작성절차별 체계

○통계작성 계획

예산편성, 설문문항 선정작업, 조사개선연구, 용역사 선정 등을 위한

전문가회의 등이 수시로 개최되고 있으며 방송통신위원회와 정보통신 정책연구와 실사업체가 유기적으로 협조가 잘 이루어지고 있어 통계 생산을 위한 기획력이 매우 우수한 것으로 나타났다.

○조사통계 표본설계

통계청의 2005년 인구주택총조사를 모집단으로 활용하여 외부전문가의 자문을 받아 실사업체인 한국리서치에서 직접 표본을 추출하고 있다. 표본설계관련 주요 내용들이 보고서에 상술되어 있어 이용자들의 편의를 도모하고 있다.

○자료수집

외부용역에 의해 자료가 수집되며, 조사원의 교육, 조사관련지침서 등이 잘 갖추어져 있다. 조사원 교육, 실사 등에 정보통신정책연구원의 담당자가 참여하여 자료수집과정에 관심을 보이고 있다.

○자료입력 및 처리

데이터 클리닝 작업, 코딩(Coding) 및 펀칭(Punching) 작업 등이 메뉴얼에 의해 충실히 수행되고 있으며 무응답은 무응답처리지침에 의해 수행되고 주요 무응답처리 방법은 보고서에 서술되었다.

○자료분석 및 품질평가

집계 결과간에 일관성을 유지하고 있으며, 최종 통계자료에 대한 검증은 체계적으로 하고 있다.

○문서화 및 자료제공

조사결과는 국가 기관 및 관련 부처에 제공되고 있으며, 조사결과는 언론, 홈페이지를 통해 공표하며 DB는 통계청 국가통계DB에 구축된다.

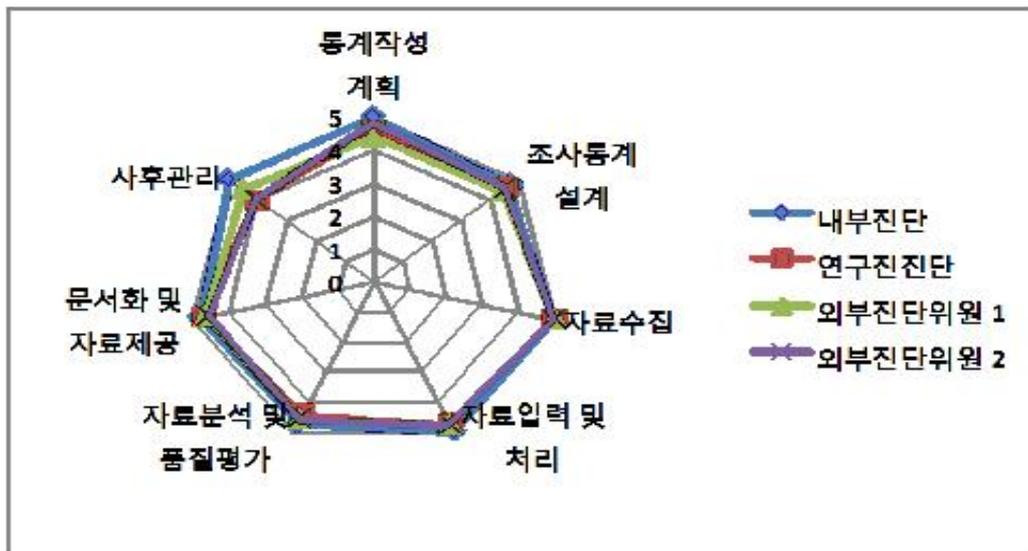
○사후관리

-고품질의 통계 생산을 위한 전문성 유지 및 개선 노력을 하고 있으며, 통계작성 방법의 타당성에 대한 지속적인 검토를 하고 있다.

<표 9> 작성절차 및 품질차원별 내부, 외부 및 연구진 진단 비교

작성절차 차별 분류	작성절차별 품질진단 지표	품질 차원별 분류	내부진단	외부진단 1	외부진단 2	연구진진단
1. 통계 작성기 획	1-1. 통계작성 목적 제시	관련성	5	5	5	5
	1-2. 이용자의 요구 및 이용실태를 파악	관련성	5	4	5	5
	1-3. 개념, 용어, 분류체계등의타당성검토	관련성	5	4	4	4
	1-4. 표준화된 정의, 기준 및 분류체계 준수	비교성	5	4	5	4
	1-5. 통계작성 개편작업의 적절성	정확성	5	5	5	5
2. 통계 설계	2-1. 통계작성대상의 명확한 정의	정확성	5	5	5	5
	2-2. 응답자가 이해하기 쉽고 작성하기 편리한 조사표 설계	정확성	5	4	5	5
	2-3. 조사항목을 추가, 변경 시 사전검토	정확성	4	4	4	4
	2-4. 표본오차 관련 지표 작성	정확성	5	5	5	5
	2-5. 표본규모의 적절성	정확성	4	4	3	4
	2-6. 표본수준 유지를 위한 적절한 표본관리	정확성	5	4	5	4
	2-7. 표본설계에 대한 상세 정보를 제공	정확성	5	5	5	5
3. 자료 수집	3-1. 조사직원을 위한 지침 제공	정확성	5	5	5	5
	3-2. 조사직원에 대한 체계적인 교육 실시	정확성	5	5	5	5
	3-3. 현장조사 실시에 대한 체계적인 관리	정확성	5	5	5	5
	3-4. 조사기획자가 현장조사에 대한 단계별 업무량 파악 여부	정확성	5	5	5	5
	3-5. 조사기획자가 조사직원의 조사관련 지식 숙지 여부 파악	정확성	5	5	5	5
	3-6. 현장조사 질의사항의 시의적절한 처리 및 직원 간 공유	정확성	5	5	5	5
4. 자료 입력 및 처리	4-1. 자료 입력을 위한 표준화된 체계	정확성	5	5	5	5
	4-2. 체계적 자료 내용검토(에디팅)작업	정확성	5	5	5	5
	4-3. 무응답 실태를 파악 및 분석	정확성	5	4	5	4
	4-4. 현장조사, 집계, 분석 단계까지 내용검토 절차	정확성	5	5	4	5
5. 자료 분석 및 품질평 가	5-1. 관련통계 등과의 비교분석을 통해 결과를 검증	일관성	4	5	4	4
	5-2. 시계열자료의 연속성	비교성	4	3	4	3
	5-3. 집계결과와 통계표간 일관성	일관성	5	5	5	5
	5-4. 경제사회현상, 통계작성법 변경 등이 미치는 영향 분석	비교성	5	4	4	4
	5-5. 모수 추정절차의 적절성	정확성	5	5	5	5
	5-6. 중간 통계자료에 대한 검증	정확성	5	5	5	5
	5-7. 최종 통계자료에 대한 검증	정확성	5	5	5	5
	5-8. 잠정치, 확정치 간의 불일치 분석 및 관리	정확성	-	-	-	-
6. 문서 화 및 자료제 공	6-1. 통계작성과 관련 각종 자료 문서화	정확성	4	4	4	4
	6-2. 간행물 수록자료에 대한 오류 점검	정확성	5	5	4	5
	6-3. 간행물에 설명자료를 수록	접근성/명확성	5	5	5	5
	6-4. 개편 작업 후 개편내용 공개	접근성/명확성	4	4	4	4
	6-5. 조사한 항목을 모두 공표	접근성/명확성	5	5	5	5
	6-6. 공표시 모든 이용자가 조사결과를 동시에 이용	접근성/명확성	5	5	5	5
	6-7. 결과 자료를 적절한 시점에 공표	시의성/정시성	5	5	5	5
	6-8. 결과 자료의 공표절차 준수	시의성/정시성	5	4	5	4
	6-9. 다양한 매체를 이용한 결과자료 제공	접근성/명확성	5	5	4	5
	6-10. 자료제공 시 개인 비밀보호 장치	관련성	-	-	-	-
	6-11. 동일 주제의 다른 통계자료와 비교 분석	일관성	-	-	-	-
7. 사후 관리	7-1. 새로운 정보요구에 신속 대응 가능한 통계작성 체계	관련성	-	4	-	3
	7-2. 고품질 통계 생산을 위한 전문성 유지 및 개선 노력	정확성	5	5	4	5
	7-3. 통계 작성방법에 대하여 타당성 검토	-	-	-	-	-
	7-4. 합리적이고 효율적으로 통계를 작성하기 위한 품질관리	-	-	-	-	-

- 세부 작성절차에 참여한 진단팀의 평균 점수는 5점 만점에 4.67점으로 높았으며 내부진단은 4.89점으로 내부, 외부 및 연구진 진단보다 다소 높게 나타났다. 이는 연구진 및 외부진단위원의 경우보다 통계품질을 긍정적으로 평가하는 것으로 판단할 수 있으며, 사후관리 및 관련성의 경우 내부진단의 경우 평가하지 않은 반면 외부진단위원의 평가는 전체를 비교했을 때 상대적으로 낮은 점수로 평가한 것에서 기인 한 것이라고 판단된다.
- 종합진단에서 “자료수집”에서 5점으로 가장 높았으며 “자료입력 및 처리”가 4.81점, “조사통계 설계, 자료분석 및 품질 평가”순으로 나타났다. 나머지 세부 작성절차도 높은 평가를 받았다. 특히 “자료수집”에 있어서는 이는 조사직원 및 응답자를 위한 세부적인 지침과 가이드라인, 보기카드 등 잘 구성하고 조사직원의 교육이 철저하게 이루어지고 있음을 시사하고 있다. 또한 현장조사의 체계적인 관리, 조사 직원의 업무량 조사는 보다 나은 현장 환경을 만드는데 긍정적인 작용을 한 것으로 판단된다.



<그림 2> 진단팀별 작성절차별 진단비교

■ 진단위원들의 세부작성절차별 체계에 대한 품질차원별 진단 내용은 아래와 같다.

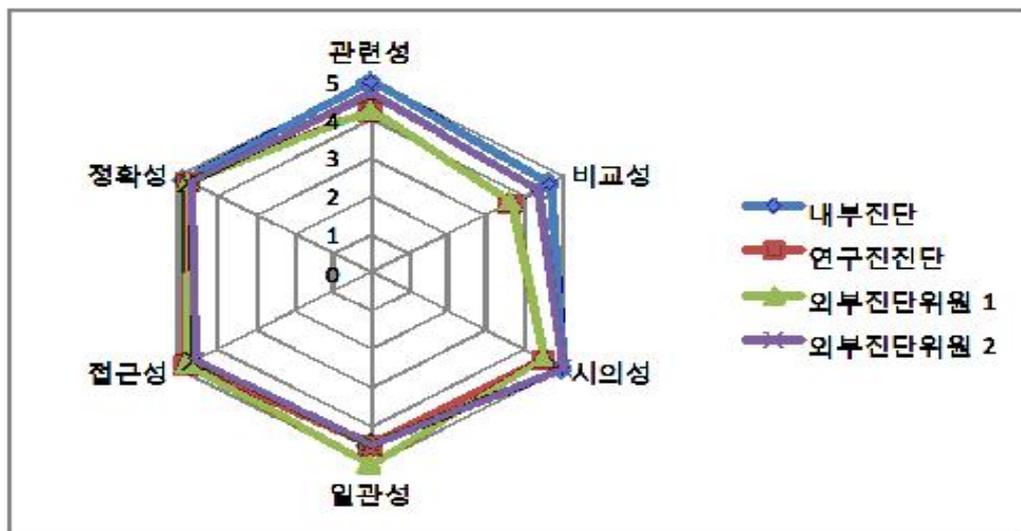
-세부 작성절차별 체계를 품질차원별로 살펴보면 “정확성”이 전체 평균 4.78점으로 가장 높게 나타났으며 “시의성”, “접근성”이 4.75점, “일관성”이 4.63점 등으로 나타나 품질 차원 평균 4.59점으로 높게 나타났다. 정확성 측면에서 보면 표본설계는 용역업체에서 외부 자문교수를 추천해 실시하고 있으며, 이 과정에서 KCC, KISDI와 주기적인 보고체계를 이루고 있으며, 표본설계관련 상세 내용을 보고서에 상술하여 이용자들의 편의를 도모하고 있다. 모집단은 통계청의 2005년 인구주택 총조사 결과를 바탕으로 작성한 265,350개의 표본 조사구 중 10%에 해당하는 26,535개의 일반 조사구를 표집틀로 하여 표본을 추출하였다. 표본 조사구에서 평균 10가구 내외(7-15가구)의 표본 가구를 조사하는 것을 원칙으로 하여 표본 조사구 330개로 추출하였으며, 조사구 대체를 위한 예비조사구도 330개를 추가로 추출하였으며, 표본 가구를 추출할 때는 전국 16개 시도를 1차 층화, 2차 층화를 적용할 경우에는 시부와 군부를 구분하여 적용하였다. 시부의 경우 조사구내 주거 유형 비율을 고려하였으며, 군부의 경우에는 조사구 내 농림어가 비율에 따라 2차 층화를 적용하였다. 실사는 용역사에 의뢰하여 진행하고 있으며 실사 및 조사원 교육시 KISDI 담당자가 참관하여 조사과정에서의 품질을 관리하고 있다. 초기응답자 접촉과 조사기간 중 응답자의 협조를 위해 방송매체이용행태조사 실시 홍보(KCC, KISDI)를 하였다.

용역업체 담당자는 실사조사원에게 가구 명부와 요도를 정확하게 이해시켰으며, 조사 가구의 주소와 전화번호를 확인, 가구 또는 조사구 대체를 할 경우 지침을 전달하였으며, 조사대상 거절 및 부재 시 대처방법에 관한 가이드라인을 제시하고 있었다. 자료수집 체계는 PQI(Project

Quality Improvement) System에서 면접원, 배/회수 현황, 업무일지, 전화면접, 검증업무 등을 담당하고 있었다. 초별검증원은 항목 무응답, 불성실 응답(일부 문항에 대한 크로스체크)된 설문지를 확인하여 재조사 의뢰하며 1차 검증된 설문지는 에디팅 가이드(editing guide)를 바탕으로 실사연구원 및 보조연구원에 의해 이중확인작업(Double check System)이 실시되고, 완료된 설문지는 전문 코딩작업자에 의해 DB화 되는 시스템을 갖추고 있었다.

통계작성과 관련된 각종 자료가 문서화 되어 있으며 최종보고서 및 방송통신위원회와 정보통신정책연구원 홈페이지의 공표자료에 대한 철저한 오류점검으로 정확성 있는 고품질 통계를 생산하기위한 전문성유지 및 개선 노력이 매우 우수한 통계로 평가된다.

-품질차원별로 진단위원들 간의 편차는 연구진 진단과 내부 진단에서 약간의 차이를 나타냈으며 전반적으로 품질차원에서 우수한 것으로 진단되었다.



<그림 3> 차원별 진단 결과

1.4 수집자료의 정확성 진단결과

○기획단계

-예산신청 및 확보, 표본설계 및 표본사업체 확보, 설문지 검토자문회의, 용역사 선정 등의 기획부문이 우수한 것으로 나타났다.

○용역사 계약

-용역사의 계약 시 외부위원 및 내부위원을 선정하여 위탁업체 선정을 위한 평가회의를 거치고 있으며, 이 내용을 녹취하여 보관하고 있어 공정성을 확보하고 있는 것을 알 수 있었다.

○용역사의 조사과정

- 조사원 선발은 과거 방송매체 이용행태 조사 및 MCR, ACR과 같은 미디어 관련 대규모 면접 조사경험이 있는 슈퍼바이저 및 면접원을 우선적으로 선발하고 있으며, 필요한 면접원 수는 100명 정도이며, 중도 탈락자를 고려하여 120명 이상을 선발하여 면접원 교육을 실시하고 있었다.

-조사원 교육은 조사 담당 연구원이 직접 슈퍼바이저와 면접원에게 설문 내용 및 조사 지침에 대해서 교육하고 있었으며, 연구 담당 기관과 조사의 목적에 대해서 충분히 면접원들이 이해할 수 있도록 교육을 진행하고 있었다. 실사 시작 전 서울뿐만 아니라 대전, 대구, 부산, 광주 사무소를 방문하여 슈퍼 바이저 및 면접원을 대상으로 조사원 교육을 실시하고 있었다.

- 실사관리는 용역사에서 자체 개발하여 운영중인 PQI 시스템을 이용하여 슈퍼바이저는 면접원에 대하여 일별/주별 단위로 진행상황을 검토하고 통제하고 있었으며, PQI 시스템을 통해 조사의 모든 과정을 실

시간으로 점검할 수 있도록 하였다. 1일 통제 시스템을 통해 면접원은 해당 슈퍼바이저에게 1일 조사활동을 보고하고 있으며, 주간 통제 시스템을 통해 면접원이 한 주에 진행할 수 있는 부수에 못 미치는 경우 조사 진행 독려 및 조사 진행에 있어 문제점을 파악하고 해결할 수 있도록 하였다.

○수집된 자료의 처리 및 코딩 검증 방법

슈퍼바이저는 면접원이 완성해 온 설문지에 대해 100% 검증을 실시하고 있으며, 이상이 발견된 설문지는 면접원이 재조사를 실시하도록 하고 있다. 별도의 전화 검증팀이 전체 조사 대상 중 30%를 임의로 선정하여 전화 검증을 실시한 후 편차팀에 설문지를 이관하여 데이터 입력 작업 진행 자료 입력 시스템 상에 설문지 구조와 동일하게 입력 로직을 적용하여, 논리적 에러를 검증하고 있으며, 설문지 응답 상에 논리적 에러가 있으며 데이터 입력이 불가능하도록 구성되어 있었다.

○ 조사원의 조사량 및 실사자료의 전달 방법

조사원들은 일주일에 5가구 정도 조사 진행을 하고 있으며, 실사과정에서의 문제점은 갑과 우선 논의하여 협의하며, 최종 보고서 및 SPSS 파일, 용역 업체에서 개발한 분석 소프트웨어인 H-DAS 및 DB 파일로 전달하고 있다.

1.5 통계자료 서비스의 충실성

○ 공표자료의 오류

공표자료 오류 점검 결과 '용어해설 부문'과 '기타오류'에서 전혀 문제가 없었으나 수치자료와 통계표 형식 및 내용에는 몇 가지 오류가 있었던

것으로 나타났으나 전반적으로 우수하게 나타났다.

○수치자료 점검

방송통신위원회에서 2009년 10월 발간한 “2009년 방송매체 이용행태조사” 보고서는 방송통신위원회 홈페이지(www.kcc.go.kr)와 정보통신정책연구원 홈페이지(www.kisdi.re.kr)에서 검색할 수 있다. 본 점검에서는 “2009년 방송매체 이용행태 조사”보고서와 홈페이지에 게재된 DB를 함께 살펴보았다.

이전 보고서와의 비교 시 일관성을 유지하기 위해 보고서 앞부분에 “이용자를 위하여”를 통해 변경내용을 알 수 있도록 설명을 제시하고 있다. 이와 함께 통계작성 방법이 메타자료에서 기술한 통계작성방법과 일치하고 있다.

○표 형식 및 내용 점검

통계표상 한글, 영문의 표기위치, 방법 등이 통일되어 있으며 통계표에 수록된 항목들과 내용이 일치하고 있다. 그러나 보고서의 일부 내용이 항목 및 수치자료가 일치하지 않는 곳이 있다.

-보고서 63쪽 : 63쪽 표에서 “TV 이용빈도”의 전체 사례수가 6,214로 서술하고 있으나 실제 사례 수는 6,215로 잘못 서술됨

-보고서 113쪽, 114쪽 : 113쪽 4-5번째 줄에서 “99% 가입할 의사가 없음”으로 서술하였으나 114쪽 그림 “위성방송 가입의향”에서는 가입할 의향이 있다고 잘못 나타냄

-보고서 129쪽 : 129쪽 그림 “데이터 방송 이용하지 않는 이유”에서 단위 (%) 누락

-보고서 55쪽, 57쪽, 59쪽 : 55쪽, 57쪽, 59쪽 등 그림에서는 단위표시의

일관성이 없음(전체표기와 계급구간 내 동시표기).

-보고서 96쪽 : 96쪽 그림에서 계급구간 내 단위표시와 전체단위표시가 다르게 표시.

통계표는 이용자가 쉽게 표를 이해할 수 있도록 적절하게 크기로 구성되어 있다. 통계표의 수치는 비율의 경우 소수점 한자리로 통일되어 있으며 5점 척도를 이용한 자료는 소수점 두자리로 통일되어 일관성이 있다. 각종 통계표의 단위 표기는 대체로 일관된 위치에 놓여있다. 통계표를 이해하는데 필요한 주석이 통계표의 하단에 위치해 있다.

○용어해설 부분

주요용어에 대한 정의는 보고서의 조사개요(24쪽~28쪽)에 적절하게 작성되어 있으며, 간행물 전체에서 동일내용에 대해서는 동일한 용어를 사용하고 있다.

○단위 부분

자료출처의 통계표와 단위가 서로 일치하고 있으며, 같은 내용을 다루는 통계표상에서 통계단위가 일관된 위치에 놓여 있는 것으로 나타났다. 통계표간의 단위 위치도 일관성이 있었다.

○주석 부분

주석부분에 있어서 주석과 통계표의 내용이 일치하고 있으며 주석내용이 이용자들에게 필요한 주석이 적절하게 표기되어 있는 것으로 나타났다.

○기타오류 점검

통계표의 목차와 본문의 제목 및 페이지가 일치하고 있으며, 한글 및 영문 표기가 적절하게 서술되어 있다. 통계표 및 그림의 제목이 내용을 대표하며 내용에 적합하게 서술되어 있다.

■ 이용자편의사항 진단결과

이용자 편의사항 5점 척도 결과 '이용자를 위하여'와 '모집단 및 표본 설계'에서는 전혀 문제가 없었으나 조사정보, 자료집계 및 추정에서는 몇 가지 오류가 있었으나 전반적으로 이용자편의사항 진단결과는 높은 점수를 나타냈다.

○이용자를 위하여

2009년 10월 보고서의 첫 부분에 「이용자를 위하여」에서 본 통계조사결과 활용에 필요한 기본적인 사항을 소개하여 이용자들의 편의를 도모하고 있다.

보고서의 14쪽~45쪽에 「조사배경과 목적」, 「조사 설계」, 「주요 조사 항목」, 「주요 용어 정의」, 「표본 구성과 응답자 특성」 등 통계자료 활용에 참고가 되는 내용을 싣고 있으며 이전 보고서와의 시계열 비교시 고려해야 할 내용을 조사개요에 명시하고 있다.

보고서의 그림 밑에는 보고서를 이해할 수 있도록 주석을 달아 이용자가 그림을 이해하기 쉽게 명시하고 있다.

「2009년 방송매체 이용행태조사」 이외의 다른 매체를 통해 자료가 제공되는 경로를 첫 부분에 「이용자를 위하여」에 표시하고 있다.

통계작성방법과 자료 수집방법에 대한 추가 정보를 문의할 수 있도록 보고서의 361쪽에 주소, e-mail, 홈페이지, 전화번호 등의 연락처를 제공하고 있다.

○조사정보

통계의 조사 목적(17쪽), 법적 근거(17쪽), 조사 연혁(17쪽), 조사설계(19쪽), 주요조사항목(20쪽), 주요 용어 정의(24쪽), 표본수와 표본구성 방법(29쪽), 표본설계(30쪽) 등이 복서 및 홈페이지에 잘 명시되어 있다.

○모집단 및 표본설계

통계작성이나 표본추출을 위한 목표모집단(30쪽)을 명시하고 있으며, 조사 및 통계작성의 실제 조사모집단(32쪽)을 명시하고 있다. 한편, 목표모집단과 조사모집단의 차이 즉 모집단의 Coverage에 대한 설명은 33쪽에 서술하고 있다. 표본추출에 사용되는 표본추출틀(30쪽), 층화, 표본설계 방법(31쪽~35쪽) 등을 설명하고 있다.

○자료집계 및 추정

모수 추정시 사용하는 가중치의 부여 방법 및 추정절차를 보고서의 35쪽에서 45쪽에 설명하고 있다.

주요 항목별 표본오차는(41쪽~42쪽)산출 수식 및 추정방법이 설명되어 있으며 최종적으로 조사 완료된 가구수 3,359개, 응답자 6,404개에 대한 95% 신뢰 수준 하에서의 표본오차($\pm 2.0\%p, \pm 1.5\%p$)가 41쪽에 서술되는 등 「2009년 방송매체 이용행태조사」의 품질수준을 제시하고 있다.

무응답 조정에 대해서는 보고서의 37쪽과 39쪽에 서술하고 있다. 조사가구와 응답자의 분포에 대해 43쪽에서 45쪽에 구체적으로 상술하고 있다.

제 2 절 진단결과 종합

2.1 품질관리기반

○ 「방송매체 이용행태 조사」 보고서는 첫 품질진단을 받음에도 불구하고 승인통계에서 진단하고 있는 부분을 충분히 만족하고 있는 보고서로 판단된다. 담당인력의 전문성과 리더의 통계품질 개선을 위한 꾸준한 노력 등이 우수한 통계 품질을 제공하는 것으로 판단된다.

통계 작성을 위한 예산은 매년 조금씩 증가하고 있지만, 실제로 통계청의 권고사항인 16개 광역 시도별 의미 있는 결과를 도출하기 위해서는 표본규모 확대를 위해서는 예산이 부족한 것으로 판단되며, 표본 규모의 확대는 통계담당자의 연구인력 확보와 더불어 진행되어야 할 것으로 판단된다.

전문가들의 의견수렴은 철저히 하고 있으나 일반이용자들의 의견수렴은 미약하다. 이를 개선하기 위해 본 조사결과에 대한 문의, 자료요청 등이 있을 때 이용자들의 연락처, 이용목적 등 간단한 내용을 기록하고 요청 또는 문의 내용에 대한 결과를 요청자들에게 통보해 주는 등의 활동을 지속적인 활동을 한다면 일반이용자의 만족도가 높아질 것이다.

2.2 이용자만족도 조사

■ FGI 결과

○ 표본설계 및 2차 분석

- 「방송매체 이용행태 조사」 보고서는 샘플링이 잘 되어 있고 가구 위주의 조사이긴 하지만 개별 질문도 포함되어 다른 조사와 차별성을 갖고 있다. 하지만 가구단위 조사의 경우 방법론적으로 가구원 전원 조사

를 하게 되면 자료에 대한 신뢰성에 의문이 들 수 있으며 설사 가구원 전수 조사라는 점을 고려할 때 가구에 대한 실제 회신율을 제공하여야 한다. 심층적인 추가분석을 실시하는 것도 의미있는 결과를 이끌 수 있는 것이라 판단되며, 미디어의 지역 차이 및 소외 계층의 문제도 살펴 볼 필요가 있다.

○ 설문문항 수정

미디어 환경변화에 대한 신속한 반영이 부족해 실제 활용에는 범위가 떨어지고 있어 표본의 타당성 및 데이터의 누적성을 고려했을 때 설문내용 중 활용도가 낮은 부분은 과감히 삭제하여 응답자의 응답의 신뢰를 높이고 새로운 미디어트렌드를 반영하는 작업이 필요하다. 또한 제공되는 보고서의 내용 중 유료방송부분을 보면 방송위원회 일 때 기준인데 현재의 분류는 어떻게 왜 변경되었는지 대한 기술이 요구된다.

○ 시계열 통계의 제공

일반이용자의 경우 전년도 자료와의 비교를 통해 변화된 추이에 대한 정보를 획득하여 자료에 대한 의미를 살리려고 하였다. 이는 통계자료의 정확성 일치성 등의 특징을 보여주기 위해 이전통계와의 비교가 필요하다.

○ 원자료 제공 및 이슈 보고서

일반 이용자는 원자료를 통한 2차적인 분석을 이용자 자신이 활용해 보고 싶어 하고 있다. 이는 자료의 활용차원에서는 의미있는 일이 될 수 있지만 1차 자료 제공에는 분석의 왜곡 등을 고려했을 때 2차 자료 및 이슈보고서를 정기적으로 제공하고, 다년간의 자료를 통합분석 자료를

제시한다면 해결될 것으로 판단된다.

2.3 세부작성절차별 체계

○세부 작성절차별 체계에 대한 진단 지표별 진단을 살펴보면 대부분의 통계작성절차에서 높은 점수를 나타냈다. 그 중 가장 낮은 점수를 나타낸 “사후관리”에는 방송매체의 특성상 새로운 매체에 대한 즉각적인 반영이 필요할 뿐만 아니라 관련분야에 전문성을 유지하도록 노력하여야 할 것이다. 전반적으로 첫 통계품질 진단임에도 고품질의 통계 품질을 제공하고 있으며 품질향상을 위한 지속적인 노력이 계속되기 바란다.

○진단위원들의 세부작성절차별 체계에 대한 품질차원별 진단에서 전반적으로 높은 점수를 나타냈다. 그 중 비교성 4.09점을 나타내 품질차원별 진단요인 중 가장 낮은 점수를 나타냈다. 이는 FGI의 결과에서도 나타났듯이 이전 통계자료와의 비교를 필요로 하고 있으며 이는 사용자 입장에서 보다 양질의 통계자료 서비스를 받는다는 차원에서 꼭 필요하다.

2.4 수집자료의 정확성

○예산신청 및 확보, 표본설계 및 표본사업체 확보, 설문지 검토자문회의, 용역사 선정 등의 절차가 매우 체계적으로 운영되고 있다. 용역사 선정시 문제의 소지를 최소화하기 위해 평가위원풀에서 랜덤하게 평가위원들을 선정하고 있으며, 평가위원들의 양해아래 평가현장을 녹취하는 등 공정한 선정을 위해 노력하고 있다. 또한, 용역사로부터 중간 보고를 주 1회이상 받고 있었으며, 설문 문항 및 보고서를 주기적으로 수정하였다. 최종보고서 검수를 위한 자문회의를 거치는 등 양질의 통계

자료 생산을 위해 노력하였으며, 통계청 승인 후 KCC홈페이지와 KISDI홈페이지에 공개하는 등 정보공개에도 신속하게 대응하였다.

그러나 실사단계에 동행하여 면접원과 같이 설문응답 과정에서 설문문항의 수가 지나치게 많아 응답자가 피곤함을 느꼈을 뿐만 아니라 면접원 역시 장시간의 문항에 대한 설명 등으로 피곤함을 느끼는 것으로 판단된다. 따라서 설문 문항의 과감 삭제가 요구되었다. 또한 가구원 전원조사라는 점을 감안했을 때 가구원 전원의 응답을 얻는 데는 많은 어려움이 있었다.

2.5 통계자료 서비스의 충실성

○ 「방송매체이용행태조사」보고서, 홈페이지 DB 등 발간물의 오류를 점검, 이용자 편의사항 등 전반적으로 우수한 것으로 나타났다.

하지만 통계형식 및 내용, 자료집계 등에서는 몇 가지 문제점을 나타냈다. 통계형식 및 내용에서는 수치의 일관성을 유지하지 못한 것으로 나타났으며, 자료집계 등에서는 표본추출 단위가 블록단위이기 때문에 현실적으로 무응답에 대한 대체가 쉽게 이루어질 수 있다. 무응답의 문제보다 블록단위로 표본을 추출했을 경우에는 회신율에 대한 정보를 제공하여 사용자의 이해를 돕는 것이 바람직하다.

제 3 절 통계품질개선 방안

○ 원자료 공개(2차 자료)

국가승인통계조사에 많은 비용이 소요되고 있으며 도출되는 결과는 보고서에 그치고 있는 것이 현실이다. 비용대비 조사통계의 효용성을 높이기 위해서는 원자료를 공개하는 것이 가장 바람직하다. 하지만 현실적으로 원자료의 공개는 자료의 왜곡된 해석으로 혼란을 초래할 수 있는 부분이 많다. 이를 보완하기 위해서는 보고서의 내용을 보다 구체화 할 필요가 있으며 보고서와 관련된 주요 내용, 또는 이벤트가 될 만한 사건이 있는 경우에는 이슈보고서를 통해 궁금증을 해소 시킬 필요가 있다. 이러한 보고서의 2차분석 결과 및 이슈보고서는 KCC, KISDI의 충분한 예산확보를 통해 보다 양질의 부차적인 보고서를 제시할 수 있으리라 판단된다.

○ 국가간 비교

새로운 방송매체의 등장과 미디어 환경변화 속에 속속 새로운 매체들이 등장하고 있다. 이러한 매체들의 신속한 변화에 대응하기 위해 “방송매체이용행태조사” 보고서 역시 그때그때 변화에 충실히 반응하고 있다. "TV시청행태조사"에서 새로운 매체가 등장하면서 보고서의 제목도 변화하였고 이러한 변화에 발맞춰 새로운 문항도 개발되었다. 방송매체의 빠른 변화에도 불구하고 주요 지표의 국가간 비교 내용을 신지 않고 있어 국가간 비교 내용을 보고서에 제시하여 이용자들의 편의를 증진시켜야 할 필요가 있다.

○ 지표의 개선

표본의 타당성 및 데이터의 누적성을 고려해 설문내용 중 활용도가 낮은 부분은 과감한 삭제가 요구되며 새로운 미디어트렌드를 반영하는

작업이 필요하다. 또한 인터넷에 대한 이용 개념이 다양하기 때문에 인터넷을 통한 매체 접촉을 세분화하고 매체의 활용빈도를 고려해서 설문문항을 배치해야 하며, 보고서의 내용이 “방송+통신”이라는 점을 고려했을 때 치우침 없이 통계자료를 생산해 내야 할 것으로 판단된다. 이를 위해서는 설문문항 개선을 위한 지속적인 자문위원회가 개최되어야 하며 매체의 활용빈도에 대한 파일럿 테스트가 필요하다.

○ 무응답을 및 대체가구조사율 제시

무응답에 대비해 조사구역을 넓게 선정하여 무응답에 대비하고 있었다. 하지만 거절로 인한 조사구역 내의 다른 가구를 조사하는 비율을 제공하지 않고 있어, 이러한 거절로 인한 다른 가구 조사율을 제공하여야 한다. 또한, 이러한 거절율은 지역별, 주거형태(아파트, 주택) 등을 고려해 구체적인 제공을 해야만 자료에 대한 신뢰를 높일 수 있을 것으로 판단된다.

○ 통계 전담 비율 증가 및 표본수 확대

“방송매체이용행태 조사”의 통계담당자의 전담 비율은 30%로 보고서의 질을 높이기 위해서는 전담비율을 높일 필요가 있으며, 신뢰로운 결과를 얻기 위해서는 표본 확대가 필요하다.

통계품질 개선 방안을 중심으로 요약하면 주요지표의 국가간 비교, 지표의 활용성을 분석하여 방송통신융합정책에 적절하게 대응할 수 있는 지표·항목의 필요, 조사 시 무응답을 및 대체가구를 제시를 통한 자료의 신뢰성 확보가 필요하다. 또한 연구 인력의 확보를 통한 2차 분석의 실시 등이 있다. 아래 표는 개선과제 및 실행 방법에 대한 구체적인 사항이다.

<표 10> 개선과제 및 실행 방법

개선과제	실행방법	기대효과	예상되는 문제점
주요지표의 국가간 비교성 확보	관련 국가간 통계자료의 확보	이용자의 편의 증진과 보고서의 활용 증대	없음.
지표의 활용성 분석을 통해 방송통신융합정책에 적절한 지표의 개선	자문회의를 통한 관련 지표 개발	방송통신융합정책에 적절한 대비 및 대응 효과	없음.
무응답율 및 대체가 구조사를 제시	표본설계에 포함.	조사 자료의 신뢰성 확보.	없음.
2차분석을 위한 전담연구인력 확충	예산 확보를 통한 인력 수급.	이용자의 활용도 증대 및 자료의 신뢰성 확보.	예산

제 3 장 발전전략 및 로드맵

제 1 절 해외사례

미국, 캐나다, 영국의 해외 사례를 통해 우리나라의 방송통신과 관련된 이용행태를 비교하여 볼 수 있으며, 이에 대한 시사점을 찾을 수 있다.

■ 미국

미국은 민간단체와 민간기업 주도로 수용자 조사가 이루어지고 있다.

○ TVB(Television Bureau of Advertising)

TVB는 미국의 TV 방송업계를 대변하고 TV 광고를 증진하는 협회로 TV 방송관련 업체들, 광고판매대행사들, 신디케이터들, TV 방송국 등의 회원사로 이루어져 있다. TVB는 자체적으로 통계자료 집계를 위한 조사를 실시하지는 않으나 협회의 주목적이 TV광고 시장의 확대 및 증진이므로 TV 방송과 광고에 관련된 많은 통계자료들을 보유하고 있고 이들 자료를 바탕으로 업무에 직접 관련되거나 회원사에게 유용한 통계자료들을 가공하여 제공한다. 이렇게 제공되는 통계자료들에는 TV 시청률 관련 통계 및 시청자 트렌드 분석 자료, 전국 및 지역별 TV 보유 가구수 및 케이블 침투율, 각 TV 마켓별 소비자 통계, TV 광고비 총액 및 광고 산업별, 광고주별, TV방송 유형별 광고비 추이 등이 포함된다. 이러한 통계자료들은 보통 FCC의 TV 방송국 데이터, 닐슨의 TV 시청률 데이터, TNS Media Intelligence사의 매체별 광고비 지출 데이터에 기초하여 산출된다.

○닐슨 미디어 리서치(Nielsen Media Research)

미국에서는 닐슨이 유일한 TV 시청률 조사 기관이다. 과거에 AGB나 아비트론(Arbitron) 등의 회사들이 미국의 TV 시청률 조사 시장에 진입하여 닐슨과 경쟁하기도 했으나 모두 이 시장에서 철수하고 현재는 닐슨이 독점적 지위를 점하고 있다. 닐슨은 전국 대상의 네트워크 TV 시청률 조사를 피플미터(people meter)를 통해 실시하고 있으며 다이어리(diary)와 미터(set meter)를 통한 로컬 TV 시청률 측정을 하고 있다.

미국에는 현재 210개에 달하는 로컬 TV 마켓이 있는데 이중 대부분은 전통적인 다이어리 방법에 의해 시청률을 1년에 네 번에 걸쳐 측정하고 로컬 마켓 중 상위 56개 지역에 대해서는 미터와 다이어리 방식을 혼용하여 시청률 조사를 실시하고 있다. 시청률 조사를 함에 있어 총 TV인구추정(TV universe estimate)은 닐슨의 자체 서베이(Enumeration Survey)를 통해 이루어지는데 이 조사과정에서 미국 내 총 TV 보유 가구수, 가구 당 TV 보유대수, TV 수신방법별(cable, ADS(alternate delivery system), interconnect 등) 침투율, 가구당 기타 매체 보유수 등의 자료가 수집된다.

전국 네트워크 시청률 조사는 무작위 추출을 통해 모집된 5,100 가구를 대상으로 피플미터를 설치하여 이루어진다. 이들 패널 가구들의 모집을 위해 닐슨은 통계청의 인구조사 (U.S. Census) 자료를 기반으로 6,000 곳이 넘는 작은 규모의 표본추출 지역들(도시지역과 시골지역을 포함)을 무작위 추출한 후 조사원을 직접 보내서 각 지역의 가구수를 일일이 집계하고 그 지역 내에서 무작위 추출을 다시 실시하여 패널 가구를 모집하는 방식으로 진행한다. 모집된 패널 가구의 모든 TV에는 피플미터가 설치되며 가구 구성원과 방문자를 포함한 모든 TV 시청자들의 개인 정보와 TV 시청 채널 및 프로그램 자료가 기록된다.

전체 210개 로컬 TV 마켓을 대상으로 한 다이어리 조사는 2월, 5월, 7월, 11월에 일주일 단위의 시청률 패턴을 다이어리 방식에 의해 측정한다. 이들 로컬 마켓 중 상위 56개 마켓에서는 미터에 의한 자동화된 채널조사와 다이어리가 동시에 사용된다. 미터에 의해 이루어지는 로컬 TV 시청률 조사를 위해서는 보통 한 마켓당 400~500 가구 정도(전국 피플미터와 겹치지 않는 표본)가 모집된다.

연중 실시되는 이러한 시청률조사를 바탕으로 닐슨은 기본적인 시청률 자료 외에도 TV 프로그램 유형별·시간대별 시청률, TV 시청시간 트렌드 등의 자료를 수집, 제공한다.

○ 아비트론(Arbitron)

아비트론은 라디오에 대해 닐슨과 유사한 조사를 하는 기관으로 미국 내에서 독점적으로 라디오 청취 데이터를 수집, 제공한다. 여기에서는 로컬 라디오 마켓별로 라디오 청취 패턴 및 라디오 청취율 데이터를 다이어리방법에 의해 집계한다.

○ TNS Media Intelligence

이 회사는 매체별 광고비 데이터를 제공하는 대표적인 조사기관으로 18개의 광고매체에 대한 광고비를 집계한다. 산업군별, 개별 광고주별, 개별 브랜드별, 매체별, 매체 내에서 각 세부카테고리별(TV의 경우 로컬 스포츠 광고, 전국 네트워크 광고, 신디케이트 프로그램 광고 등) 광고비를 집계하여 발표하며 또한 방송광고를 이용하는 광고주수나 방송광고총액 등의 자료를 제공한다.

■ 캐나다 (통계청: Statistics Canada)

캐나다 정부의 공식 인구조사기관인 캐나다 통계청은 캐나다의 인구, 경제, 자원, 사회 전반에 대한 조사를 실시하여 데이터를 국민들에게 제공하는 역할을 한다. 통계청의 데이터들은 선출된 의원들이나 정부 관료들, 경제인들, 협회 및 비영리 단체들뿐만 아니라 일반 국민들이 정보에 기반한 의사결정을 내릴 수 있도록 돕는 것을 목적으로 한다.

통계청에서는 5년마다 인구조사를 실시하고 있는데 이를 통해 기본적인 경제지표와 노동력지표 데이터를 산업군별로 제공한다. 통계청에서 집계되는 경제관련 지표로는 캐나다 국내 총 노동력과 산업 군별 노동력(Canada's workforce), 소득(Earning of Canadians) 등이 있다. 통계청은 또한 센서스 외에도 350개가 넘는 서베이들을 통해 실제로 캐나다 국민생활과 관련된 모든 분야들에 대한 데이터를 지속적으로 집계한다.

방송과 직접적으로 관련된 것으로 통계청에서 실시하는 조사에는 연례 케이블 TV 서베이(Annual Cable Television Survey)와 라디오와 TV 방송 서베이(Radio and Television Broadcasting Survey)가 있다. 또한 통계청에서는 외부기관(Bureau of Broadcast Measurement)에서 집계한 데이터를 바탕으로 TV 시청 데이터뱅크(Television Viewing Databank)와 라디오 청취 데이터뱅크(Radio Listening Databank)를 제공하고 있다. 다음의 표는 이들 서베이 및 데이터뱅크에 대한 요약 설명이다.

<표 11> 캐나다 통계청 대표 방송 통계

조사제목	기간	주체	방법	조사대상	조사내용
연례 케이블 TV 서베이	연1회	통계청, CRTC	우편 서베이 (강제적 참여)	CRTC에 의해 허가 받은, 방송 프로그램 송신업에 있는 모든 업체. 이들 업체들은 북미산업분류법에 의한 "케이블 및 기타 프로그램 배급 산업(51751)"에 해당하는 업체들임. 우편 리스트는 CRTC의 라이선싱 데이터베이스로부터 추출.	모기업 단위에서의 각종 재무 데이터(대차대조표, 수입 및 지출 데이터, 현금흐름)와 개별 자회사 단위에서의 수입/지출 및 영업수익 데이터.
라디오와 TV 방송 서베이	연1회	통계청, CRTC	우편 서베이 (강제적 참여)	CRTC에 의해 허가 받은 모든, 공공, 민간, 비영리 방송 프로그램 공급업체들. 북미표준산업분류법에 의한 "라디오 방송(51511)"과 "TV 방송(51512)"에 해당하는 업체들임.	각 개별 회사별 각종 재무 데이터(대차대조표, 수입 및 지출 데이터 및 영업수익 데이터).
라디오 청취 데이터뱅크	연1회	BBM	우편 다이어리 조사 (자발적 참여)	층화표본추출법에 의한 패널가구들. 1가구당 1 다이어리.	표본 가구 내 12세 이상의 모든 가구원들을 대상으로 1주일간 라디오 청취 내용을 15분 간격으로 다이어리 기입을 통해 측정. 인구통계학적 프로파일 및 사용 언어도 집계됨.
TV 시청 데이터뱅크	연1회	BBM	우편 서베이 (자발적 참여)	층화표본추출법에 의한 패널가구들. 12세 이상 가구원당 1 다이어리.	표본가구 내 12세 이상의 모든 가구원들을 대상으로 1주일간 TV 시청 내용을 15분 간격으로 다이어리 기입을 통해 측정. 인구통계학적 프로파일 및 사용.

○연례 케이블 TV 서베이(Annual Cable Television Survey)

캐나다 내의 방송프로그램 배급 및 송신 관련 산업(케이블과 무선방송)에 관한 재무 및 영업 데이터를 집계하는 서베이이다. 이 서베이는 해당 산업군의 재정적 상태와 캐나다 전체 경제에서 차지하는 비중에 관한 정보를 제공한다. 서베이 데이터는 주로 CRTC에서 정책과 규제법을 입안하고 성과를 측정하기 위해 사용하고 업계 관련자들에 의해 시장분석 자료로 사용되며 업계 컨설턴트나 이해집단들에 의해 CRTC나 다른 정부기관에 보고하기 위한 보고서를 만드는 자료로 활용되기도 한다. 통계청에서는 통계자료 수집에 필요한 금전적 또는 인적 투자에 있어 중복을 피하고 응답자들의 부담을 줄이기 위해 CRTC와 협력하여 이 서베이를 공동 시행하고 있다.

○라디오와 TV 방송 서베이(Radio and Television Broadcasting Survey)

이 서베이는 캐나다의 공중파 라디오와 TV 방송국과 네트워크에 대한 재무 및 영업 관련 데이터를 집계하기 위한 것이다. 집계되는 자료의 내용은 연례 케이블 TV 서베이의 유사하며 통계 데이터의 주사용자와 용도도 비슷하다. 이 서베이도 역시 투자의 중복과 응답자의 부담을 피하기 위해 CRTC와 협력 하에 공동 시행되고 있다.

○TV 시청 데이터 뱅크(Television-Viewing Data Bank)

이 데이터베이스는 캐나다인의 인구 통계적 특성별, 지역별, 방송국별, 시청자 범주별, 교육 수준 및 직업별 TV 시청 패턴에 대한 통계자료를 제공한다. 이 자료는 캐나다의 라디오 청취율 및 TV 시청률 조사기관인 BBM의 데이터에 근거해서 산출되며 통계청 웹사이트를 통해 배포된다.

○라디오 청취 데이터 뱅크(Radio-Listening Data Bank)

캐나다인의 인구통계학적 특성별, 지역별, 방송국별, 청취자 범주별, 교육 수준 및 직업별 라디오 청취 패턴에 대한 통계자료가 제공된다. 이 또한 BBM의 데이터에 근거하여 산출되며 자료는 통계청 웹사이트를 통해 배포된다.

라디오 및 TV 데이터뱅크의 자료들은 보통 방송업계에서는 방송 프로그램의 편성에 자료로 사용하며 정부에서는 공공정책 및 규제의 모니터링 및 정책 입안에 사용하고 컨설턴트나 연구자들은 시장조사 자료로 활용한다.

■영국 Ofcom

방송과 통신의 규제기관으로 방송과 통신 영역의 공식 통계를 발간하고 있다. 웹사이트(<http://www.ofcom.org.uk>)에서는 통합 전 기존 5개 규제기관의 자료와 Ofcom이 발간한 자료의 데이터베이스를 구축하고 있다.

○ Digital Television Update

디지털 텔레비전 보급률을 분기별로 갱신하고 있다. 영국 전체 가구 대비 디지털 텔레비전 보유가구 비율과 함께 플랫폼 (위성, 지상파 디지털, 케이블)별 시장점유율, 보급률도 함께 제시하고 있다.

○The Communication Market 2005

Ofcom의 커뮤니케이션 영역에 대한 연간 통계조사보고서이다. 방송과

통신 융합 현상에 대비하여 통신 영역을 포함한 영국 커뮤니케이션 산업 전반에 걸쳐 포괄적인 정보를 제공하고 있다. 라디오, 텔레비전, 통신 분야의 최근 통계 정보를 포함하고 있다.

텔레비전의 경우, 매출액, 디지털 방송 보급률, 시청률 등을 다룬다. 라디오의 경우, 매출액, 청취 형태, 라디오 산업 합병 등 산업 전반에 걸쳐 광범위한 정보를 담고 있다. 이 보고서는 ITC의 Public View 조사의 뒤를 이어 실시하는 Ofcom의 거주 추적 조사(Residential Tracker Survey)의 결과도 포함한다. 보고서에 수록된 방송관련 통계는 표와 같다.

<표 12> 커뮤니케이션 시장 보고서의 주요 통계

구분	주요 내용
개관	디지털 서비스 이용가능성; 보급률; 커뮤니케이션 도구 채택 현황; 방송 광고 수익; 매체별 소비; 주파수
라디오 산업	방송사수; 광고점유율; 방송수익; 청취시간 점유율; 지역별 DAB 커버리지
라디오 청취자	이용가능성; 유형별 방송사; 디지털 라디오 가구 보급률; 청취율; 청취시간; 청취장소; 청취 빈도; 청취 프로파일; 청취시간 점유율, 도달률
텔레비전 산업	수입원별 수익과 부문별 수익; 광고시장 점유율; 광고 수익; 유형별 프로그램 시간; 자체제작시간; 프로그램 비용; 플랫폼별 채널 수용자 점유율; 채널구성(portfolio) 수용자 점유율; 할당 (quota) 성과; 지역권별 제작지출; 독립제작사 프로그램 방송 시간 비율; 방송사업자의 시간대 성과; 재방 비율; 유럽 프로그램 편성; 5개 채널의 주시청시간대 산출물; 산출물과 프로그램 비용
텔레비전 시청자	다채널 플랫폼의 이용가능성과 보급 실태; 텔레비전 서비스 방송수; 시청자 프로파일; 유료 텔레비전 가입비용; 유료시청 (pay-per view) 사용; 점유율; 도달률; 다채널 가정의 각종 채널 시청, 섹스, 욕설, 폭력, 침해에 대한 태도; 뉴스의 정보원 추세; 뉴스의 불편부당성에 관한 태도; 뉴스 시청 추세; 텔레비전 규제에 대해 시청자들이 생각하는 이유; 어린이 시청지도시간(Watershed)에 대한 의견; 광고에 대한 태도; 선호채널 추세

○ PSB(공공서비스방송) 텔레비전 조사

2003년 커뮤니케이션 법은 Ofcom이 최소 5년에 한 번씩 공공서비스 방송 환경에 대한 조사를 실시하도록 하고 있다. 여기서 공공서비스방송은 BBC의 모든 텔레비전 채널 뿐만 아니라 ITV1, 채널 4와 채널 5, S4C와 Teletext를 포함한다. Ofcom은 이들 방송사업자들이 시청자들에게 정보를 제공하고, 교육과 오락 프로그램을 제공하는 역할과 광범위한 장르에 걸쳐 다양한 시청자를 위해 질 높은 프로그램을 편성하는지를 측정한다.

2003년 조사는 10월부터 1년간 3 단계로 나누어져 모든 공공서비스방송의 심층 분석을 포함하여 광범위하게 수행되었다. 1단계에서는 현재 상태를 측정하는데 중점을 두었고, 2단계에서는 디지털 환경에서 공공서비스 방송의 미래 전망과 함의를 조사했다. 3단계에서는 디지털 환경에서 공공서비스 방송을 유지하고 강화하기 위한 제안과 권고를 작성했다. 여기서 전체 공공서비스 방송구조, 국가와 지역에서 공공서비스 방송, 채널 4의 미래, 통치와 규제 등을 다루었다. 1단계 조사 당시 6,000여 다채널 텔레비전 시청가구에 대한 조사결과와 지난 5년간의 방송자료의 포괄적인 분석이 이루어졌다. 1차 조사 보고서에 포함된 통계들은 표와 같다.

<표 13> PSB 텔레비전 조사 1차 보고서의 주요 통계

항목	주요 내용
전체 추세	프로그램 구매 비용; 전체방송시간; 채널별 장르 비율
프로그램 편성	자체 제작 프로그램 편성; 5개 채널의 장르별 지출; 어린이 프로그램 편성 시간; 지역 프로그램 편성시간; 지역 뉴스 시청자 점유율; BBC 채널별 지출; Sky 디지털의 장르별 채널수
시청추세	시청자 점유율; 채널별 프로파일; 다채널 가구와 지상파 시청가구의 장르별 주간 도달률; 시청시간 장르별 구성비
텔레비전의 역할	텔레비전의 역할에 관한 설문조사 결과; 프로그램 장르의 개인적, 사회적 중요성; 수용자 만족도
시장발전	연도별 텔레비전 채널의 수; 텔레비전 수익원
수용자 행위	플랫폼별 비지상파 채널 시청구성
변화의 함의	다채널 플랫폼의 채널별 점유율; 플랫폼별 만족도; 수신료 제도 지지율

■ 해외 사례의 미국은 민간단체와 민간기업 주도로 수용자 조사를 실시하고 있었으며, 캐나다는 통계청에서는 인구조사를 실시하고 있는데 이를 통해 기본적인 경제지표와 노동력지표 데이터를 산업군별로 제공한다. 통계청에서 집계되는 경제관련 지표로는 캐나다 국내 총 노동력과 산업 군별 노동력(Canada's workforce), 소득(Earning of Canadians) 등이 있다. 통계청은 또한 센서스 외에도 350개가 넘는 서베이들을 통해 실제적으로 캐나다 국민생활과 관련된 모든 분야들에 대한 데이터를 지속적으로 집계한다.

방송과 직접적으로 관련된 것으로 통계청에서 실시하는 조사에는 연례 케이블 TV 서베이(Annual Cable Television Survey)와 라디오와 TV 방송 서베이(Radio and Television Broadcasting Survey)가 있다. 또한 통계청에서는 외부기관(Bureau of Broadcast Measurement)에서 집계한 데이터를 바탕으로 TV 시청 데이터뱅크(Television Viewing Databank)와 라디오 청취 데이터뱅크(Radio Listening Databank)를 제공하고 있

다. 설문조사 방법은 우편 서베이 방식을 선택하고 있으며, 자료의 중요성에 따라 강제적 참여 방식과 자발적 참여 방식을 취하고 있다.

영국의 Ofcom은 방송과 통신의 규제기관으로 방송과 통신 영역의 공식 통계를 발간하고 있다. 웹사이트에서는 통합 전 기존 5개 규제기관의 자료와 Ofcom이 발간한 자료의 데이터베이스를 구축하여 자료를 제공하고 있다.

해외의 경우에는 민간기관과 정부기관 등의 다양한 하위 기관 및 유관 기관에서 각 매체별로 세분화하여 분석 보고서를 제시하고 있으며, 예를 들어 TV의 장르별 조사, 텔레비전의 역할에 관한 설문조사 결과; 프로그램 장르의 개인적, 사회적 중요성 등 다양한 세분화 보고서를 제시하고 있다. 우리나라의 경우 방송통신위원회에서 발간하는 방송매체이용행태 조사 보고서가 유일하다는 점에서 방송과 통신에 대한 심도있는 분석을 위해서는 세분화된 보고서의 발간이 필요하다.

제 2 절 발전전략 및 로드맵

방송매체이용행태조사는 방송환경변화에 따른 지상파 방송, 유선방송, 위성 방송 등과 같은 다양한 매체에 대한 이용자의 전반적인 인식과 시청행태의 변화를 파악하고 국민들의 TV시청행태를 비롯한 새로운 방송 매체에 대한 이용행태의 변화를 분석하여 방송정책 수립의 기초자료로 활용할 뿐만 아니라 관공서, 학계, 연구 등 다양한 분야에서 필요로 한다. 이러한 방송매체이용행태조사의 과급력을 고려한다면 현장에서 비확률오차와 보고서 작성 과정의 확률오차를 최대한 줄이는 것이 선행되어야 할 것이다. 또한 자료의 특성을 감안하여 1인 가구의 등장이 많아지고 있어 가구원 수에 대한 방송매체 이용행태에 대한 비교도 필요할 것으로 판단된다. 뿐만 아니라 매체이용의 상호영향력 등의 비교, 신규매체의 등장으로 매체환경의 변화까지 파악할 필요가 있다. 이를 위한 단계별 발전전략은 다음과 같다.

○ 1단계 : 현장요원의 교육/재교육

실사업체의 관리, 현장 면접원의 교육은 신뢰로운 자료를 만드는 기초가 된다. 작성기관에서는 실사업체의 주기적인 보고와 실사현장, 면접원 교육 현장에 주기적인 참여가 필요하다.

면접원 교육은 필수적이며 담당 면접원의 교육의 질에 대한 관리와 평가는 실사업체에 일임하는 것보다 작성기관에서 주기적 면접원 교육에 대한 피드백이 필요하다. 이와 함께 면접 시 응답자에게 본 조사의 중요성과 응답의 결과가 어떻게 영향을 미치는지에 대한 구체적인 설명과 조사 결과가 어디에 어떻게 공지되는지 제시하여야 한다. 문서로 발간되는 보고서에는 일반이용자는 시각적으로 보고서의 내용을 파악할 수 있게 컬러의 요구도 있었으며, 홈페이지에서 제공되는 보고서는 간단한 검색 기능이 포함되어

야 한다.

○ 2단계 : 국가간 비교 분석

방송매체이용행태조사의 인구통계학적(연령, 직업, 소득, 가구구성 등) 특성의 내용을 세분화하여 각 집단별 매체 이용 행태에 대한 다이어리 분석을 통해 의미있는 자료의 도출이 필요하다. 또한 다이어리 분석 항목을 확대하여 개별 이용자의 미디어 이용 시간 및 장소 뿐만 아니라 개인용, 이동형 매체(스마트 폰등)의 이용 시간과 행태를 세부적으로 파악할 필요가 있다.

미디어의 변화를 이해하면서 방송매체이용행태조사의 의미있는 정보제공을 위해 국가간 비교 분석이 필요하다. 현재의 가구단위 조사방식을 지속하면서 데이터의 연차별 비교 분석이 필요하며 또한 국가간 비교를 통해 향후 트렌드 분석이 필요하다.

○ 3단계 : 연구 활용 확대

방송매체이용에 대한 패널을 구축하여 지속적인 추적을 통한 방송매체 이용에 대한 변화 추이를 살펴볼 필요가 있다. 패널에 대한 추적 조사를 통해 인구통계학적(연령, 직업, 소득, 가구구성 등) 특성의 변화에 따른 방송매체 이용행태 변화 추이를 밝힐 필요가 있다.

또한 학계의 의견을 수렴하여 매체 이용에 있어 이슈가 된 부분에 대해서는 이슈보고서를 제시하여 연구적 활용의 가치를 높이는 것이 중요하다. 또한 국가통계자료로서 일반이용자들이 쉽게 이용할 수 있는 시스템의 구축이 필요하며 이는 다양한 연구 수탁을 통해 이루어 질 수 있다고 판단된다.

○ 4단계 : 국가 통계로서 활용

방송매체이용행태조사 보고서의 정기적인 발간 외에 대내외 홍보집 발간하여 방송매체이용행태조사 보고서의 활용을 늘릴 필요가 있으며, 이는 향후 방송매체의 주요지표로 활용할 수 있다고 판단된다.

참고문헌

1. 방송통신위원회(2005). 방송통계 관리시스템 개선방안 연구.
2. 방송통신위원회(2009). 2009년 방송매체 이용행태 조사
3. 통계청(2010). 통계품질관리 이렇게 합니다.
4. 한국리서치(2010). 2010년 방송매체 이용행태 조사 제안서
5. 한국리서치(2010). 2010년 방송매체 이용행태 조사 보기카드 및 가이드라인
6. 한국리서치(2010). 2010년 방송매체 이용행태 조사 면접원 메뉴얼
7. <http://www.ofcom.org.uk>
8. <http://www.ofcom.org.uk/consult/condocs/psb/psb>

부록 1. 정확성진단 점검표

수집자료 정확성 점검 결과보고

부	문	통계 II	
통	계	명	방송매체이용행태조사
승	인	번호	제 16402 호
작	성	기관	방송통신위원회
품질진단팀	연구원	한 태 인	
	연구보조원	김 도 진	

제1부 점검계획

- 점검을 위해 채택된 점검방법, 대상, 내용, 일정 등에 대하여 기술

1. 점검 방법

- ✓ **실사준비, 조사원 선발 및 교육, 실사관리, 자료입력, 조사표 및 원자료 관리 등 각 부문별 정확성 점검을 위한 점검대상, 점검내용, 방법 등 기술**

- 점검을 위해 채택된 점검방법, 대상, 내용, 일정 등에 대하여 기술

1. 방송매체이용행태조사 보고서의 조사용역을 담당하고 있는 KISDI 방문
2. KISDI 작성책임자 면담

-2010년 5월 24일, 15:00~17:30, KISDI 000 책임연구원 면담

한국리서치 용역담당자 면담

-2010년 6월 4일, 13:30~15:00, 000연구원 면담.

3. 면담내용

- 본조사 실사 경험
- 실사준비과정
- 조사원선발과정
- 조사원 교육
- 실사관리
- 조사지침서
- 수집된 자료의 처리 및 코딩
- 대체표본 사용 방법
- 무응답률은 ?
- 답례품은 ?
- 실사과정을 정보화진흥원에 보고하는지?
- 조사원의 업무부담은?
- 실사 후 정보화진흥원에 제공하는 자료는?
- 최종보고서의 작성은 어느 곳에서 하는지?

4. 조사원 면담

- 군포 지역 조사원 면담 및 실사 참관

□ 최종자료 DB화

- 2009.12.1일자로 KCC와 KISDI홈페이지에서 PDF파일형태로 무료 제공

□ 최종보고서 검토를 위한 자문회의 개최여부

- 일 시 : 2009년 9월 23일(수) 10:00~15:00
- 장 소 : KISDI 동향분석실/우정소 회의실
- 주 제 : 「방송매체 이용행태 조사」 보고서 검토회의
- 참석자 : 총 17인
 - 순천향대학교 000 교수, 서울대학교 000 교수, 선문대학교 000 교수 외 2명
 - KCC 000 사무관 외 2명
 - 한국리서치 000 부장, 000 연구원, 000 연구원 외 2명
 - KISDI 000 책임연구원, 000 주임연구원 외 2명
- 주요내용: 현장보고서 <별첨 2> 2009 최종보고서 검수를 위한 자문회의(2009.09.23)

□ 최종자료 공표방법 및 절차

- 용역기간 마감일인 2009년 10월로부터 한달 이내인 11월에 통계청에 최종자료 공표를 위한 품질진단 과정을 거고 통계청에 승인통계 업로드
- 통계청 승인통계 보고 후 KCC에 연락하여 KCC홈페이지 및 KISDI홈페이지에 최종과일을 공표하였음

□ 실사종료 후 실사과정에서의 문제점 등을 정리하여 향후 조사에 대비하고 있는지? (근거자료)

- ‘방송매체 이용행태 조사’의 차기년도 사업방향 검토 논의
- 일 시 : 2009년 10월 23일(금) 10:00~15:00
- 장 소 : KISDI 동향분석실/우정소 회의실
- 주 제 : 2010년 방송매체이용행태조사 수행계획과 방향
- 참석자 : 총 15인
 - 순천향대학교 000, 서울대학교 000, 선문대학교 000, TVN 000, KOBACO 000 외 4명
 - KISDI 000 책임연구원, 000 주임연구원 외 4명
- 주요내용: 현장보고서 <별첨 3> 2010년 방송매체이용행태조사 수행계획 (2009.10.23)

2. 면담(현장방문) 일정

일시	면담대상자/참석자	장소	주요 점검사항
5월 24일	000책임연구원/000,000	KISDI	조사과정 전반
6월 4일	000연구원/000,000	한국리서치	실사과정 전반
6월 4일	000면접원/000,000	실사장소	면접과정

제2부 점검결과 요약

○ 점검결과 주요 문제점 및 개선의견 정리

부 문	문제점	개선의견
면접과정	문항이 많아 장시간의 문항응답으로 피곤을 호소하고 있으며, 문항응답에 불성실함을 나타냄.	지나치게 많은 문항은 응답자에게 부담을 줄 뿐만 아니라 차후의 설문에 대한 거부감을 줄수 있기 때문에 대폭적인 문항의 축소가 필요함.
응답과정	본 조사는 가구원 전원 조사로서 면접원이 방문할 시 가구원이 전원 모두 있지 않음. 면접원이 가구원에게 설문지를 대신 맡겨 응답을 받고 있음. 이는 응답자체의 신뢰도에 영향을 줌.	설문 응답자의 선정 방식을 달리할 필요가 있음.

제3부 점검결과 종합

- 점검결과를 통해 현장조사의 오류 유형과 발생 원인을 종합적으로 분석하고, 정확성 제고를 위한 방안 기술

-작성담당자와 용역업체의 관계

보고서 작성 담당자(KISDI)는 표본설계과정, 설문문항의 선택과정 등 각 항목별 전문가 집단 의견 청취와 용역업체로부터 주기적인 보고체계를 잘 이루고 있는 것으로 판단된다.

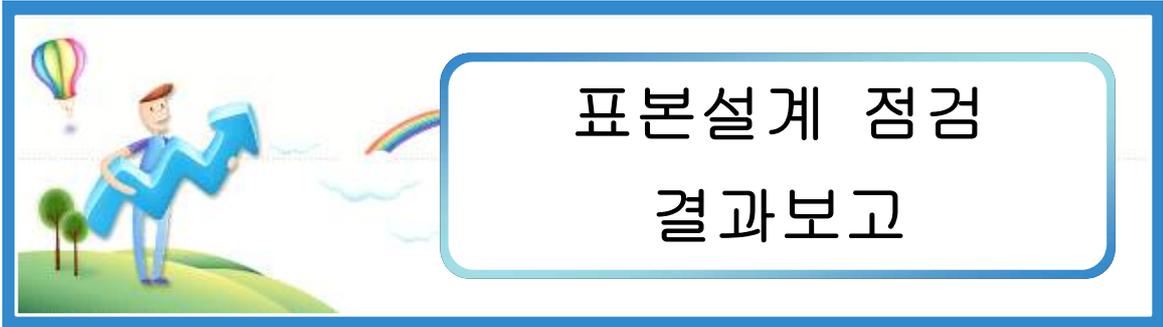
-설문문항

설문문항이 지나치게 많아 응답자가 설문응답에 걸리는 시간이 1시간 이상 되고 있으며, 이는 응답자에게 신뢰로운 결과를 얻을 수 없음. 따라서 설문문항의 축소가 필요하며 현장에서는 응답자에게 피로감을 덜게해 줄 수 있도록 휴식시간을 갖을 필요가 있음.

-응답자에 대한 배려

응답자에게 단지 답례품을 제공하는 것으로 그쳐서는 안됨. 응답의 결과는 통계 처리 후 분석되어 방송통신위원회와 정보통신정책연구원 홈페이지에 공표된다는 사실과 응답사업체에서 원하는 경우 그 자료를 활용할 수 있다는 사실을 알려주어야 함.

부 록 2. 표본설계 점검



부	문	통계 II	
통	계	명	방송매체이용행태조사
승	인	번호	제16402호
작	성	기관	방송통신위원회
품질 진단 팀	연구원	한 태 인	
	연구보조원	김 도 진	

▶ 점검 개요

○ 표본설계 점검 시 검토한 자료(표본보고서 등), 면담자, 면담일시 등 기술

1. 검토 자료 :	1) 2009년 방송매체 이용행태조사 보고서 2) 표본 설계내역
2. 면담 일시 :	2010년 6월 14일
3. 면담자 :	한국리서치 000 연구원`

▶ 조사 개요

조 사 명	방송매체이용행태조사	
작성기관명	방송통신위원회, 정보통신정책연구원	
전 수 / 표 본 조 사	전수()	표본(○)
표 본 설 계 체 주	자체설계()	외부용역(○) 【용역사업자:한국리서치】
조 사 목 적	방송환경에 따른 지상파, 유선방송, 위성방송과 DMB 등의 다양한 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 분석하고 수용자의 정책수립, 민간의 학술연구 지원을 목적으로 한다.	
조 사 대 상	총 3,359가구(13세 이상 가구원 전원 조사)	
조 사 방 법	방문면접조사	



표본설계 개요

구분	내용
모집단	조사시점 현재 대한민국에 거주하는 모든 가구 내의 만 13세 이상 가구원 전체
표본추출틀	<ul style="list-style-type: none"> · 2005 인구주택총조사의 조사구 중 통계청에서 활용하고 있는 10% 표본조사구를 제외한 90% 조사구 · 전체 모집단 조사구 수: 265,350개 가구 수 : 15,887,128호
표본추출방법	<p>층화2단계 확률비례계통추출법</p> <ul style="list-style-type: none"> · 조사구내 가구 수에 비례하는 확률비례계통추출 법 · 1차추출단위는 인구주택 조사구, 2차추출단위는 가구 및 가구원 <ul style="list-style-type: none"> - 층화 : 전체 56개 층 구성 <ul style="list-style-type: none"> *1차 층화 : 전국 16개 시도(서울: 4개 권 역), 6개 특별·광역시와 9개 도 지역으로 1 차 층화(1차 층의 수 : 28개) *2차 층화 : 시부- 아파트 조사구와 일반조 사구 군부-조사구내 농림어가와 비농림어가 조 사구로 구분 *표본설계 상의 전체 층의 수는 56개
표본크기	<p>표본규모 : 표본조사구 수 330개</p> <p style="text-align: center;">각 조사구에서 10가구 표본가구</p>

가중치	<p>-가중치 산정: 설계가중치, 무응답에 대한 조정, 사후층화에 대한 조정 등의 세 가지 요인을 통합하여 산정</p> <p>-각종 모비율 추정을 위한 추정량</p> $\hat{p} = \frac{\sum_{h=1}^L \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{j=1}^{m_{hi}} w_{hij} y_{hij}}{\sum_{h=1}^L \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{j=1}^{m_{hi}} w_{hij}} = \frac{\sum_{h=1}^L \sum_{i=1}^{n_h} \sum_{j=1}^{m_{hi}} w_{hij} y_{hij}}{w_{\dots}}$
추정식	<p>모비율 추정량의 추정분산</p> $\text{var}(\hat{p}) = \sum_{h=1}^L \frac{n_h (1 - f_h)}{n_h - 1} \sum_{i=1}^{n_h} (e_{hi.} - \overline{e_{h..}})^2$

점검결과 요약

○ 점검결과 주요 문제점 및 개선의견 정리

부문	문제점	개선의견
조사설계	<p>-표본 추출틀이 2005년도 인구주택 총 조사이기 때문에 실제 조사 지역의 행정, 환경적 변화를 충분히 반영하기 어려움</p>	<p>-조사구 추출 작업을 진행할 때 각 지역 별 실사팀의 의견을 종합하여 반영</p>

	<p>-조사구 대체 시 세부 층화가 많아서 각 층별로 충분한 대체조사구가 필요함</p> <p>-13세 이상 가구원 전원 조사인 점을 고려할 때 전체적으로 실사 진행 일정이 다소 촉박한 편임</p> <p>-전체 표본 수가 3,300가구로 세부 집단 별로 나누어서 분석하기에는 표본이 적은 편임</p>	<p>-56개 층으로 층화가 이루어져 있으며, 각 층별로 3배수 이상의 대체조사구 필요</p> <p>-과거 조사 진행에 대한 리뷰를 통해 실사 비용 및 일정에 대한 조정이 필요</p> <p>-매년 조사 진행시 조사표본 확대를 진행하여, 16개 시·도별 세부 분석이 가능한 수준까지 샘플을 확대할 필요가 있음</p>
--	--	---



점검결과 종합

- 점검결과를 종합적으로 분석하여 현재 표본설계 상 보완이 필요한 사항, 개선방안, 발전전략 등 제시

1. 2009년 TV시청행태 조사는 표본 설계를 위한 조사구 자료 분석 및 표본 추출 과정을 자문 교수에 의해서 진행하고 있어 표본 설계와 조사구 자료 추출 과정에 발생할 수 있는 오류를 최소화하였음.

2. 세부 층화가 총 56개 층으로 이루어져서 조사구 대체 시 각 층별로 충분한 대체조사구가 필요하여, 각 층별로 3배수 이상의 대체 조사구는 있어야 실사 진행이 원활하게 이루어질 수 있다는 의견이 있었음.

3. 면접원이 3, 4회 이상 한 가구를 방문하여야 하므로, 중,고등학생이나 직장인은 저녁 시간을 제외하고는 면접이 어려운 경우가 많았음.

※향후 조사 계획을 세울 때, 조사 비용과 일정에 대한 조정이 어느 정도 필요한 것으로 생각됨.

4. 전체 표본 수가 3,300가구로 표본오차가 가구 조사 항목은 $\pm 2.0\%p$ 이고, 개인 조사 항목은 $\pm 1.5\%p$ 이지만 각 시·도 단위로 나누게 되면 샘플 수의 차이에 따라 4~9%정도로 표본오차가 발생하게 되어 16개 시·도 단위로 결과 데이터를 공표하기는 어려운 문제점이 있음.

부 록 3. FGI 결과 요약 (전문가 및 일반인 그룹)



부	문	통계 II					
통	계	명	방송매체이용행태조사				
승	인	번	호	제 16402호			
작	성	기	관	방송통신위원회			
F	G	I	일	자	2010년 5월24일		
품질 진단 팀	연	구	원	한	태	인	
	연	구	보	조	원	김	도

제1부

회의 준비 및 진행과정

I. 회의 준비과정

1. 참석자 선정

<ul style="list-style-type: none"> 참석자 선정방법 		<ul style="list-style-type: none"> 참석자 현황 (집단 구분에 ✓하고 인원수를 각각 기입)
<ul style="list-style-type: none"> * 어떤 방법으로 표적 집단을 선정하였는지 기술 통계생산기관 추천 5 명 연구진 추천 4 명 		<input type="checkbox"/> 전문 이용자 집단 <ul style="list-style-type: none"> - 정책고객(기업경영정책수립자 포함) 3 명 - 교수 1 명 - 연구원 1 명 - 기타() 1 명
<ul style="list-style-type: none"> 실시 장소 	KISDI 회의실	<input type="checkbox"/> 일반 이용자 집단 <ul style="list-style-type: none"> - 대학원생 3 명 - 대학생 1 명 - 일반인 1 명 - 기타(연구원) 1 명
<ul style="list-style-type: none"> 소요 시간 	1시간 30분 (전문 집단) 1시간 20분 (일반 집단)	

2. 회의 참석자 명부

연번	성명	소속(부서명까지 기재)	직위
1	000	전파진흥원	부장
2	000	순천향대학교	교수
3	000	한국방송광고공사	연구위원
4	000	서울산업대학교	교수
5	000	경기대학교	교수
6	000	연세대학교 대학원	대학원생
7	000	숙명여대 대학원	대학원생
8	000	연세대학교 대학원	대학원생
9	000	MBC시청자 연구소	연구원
10			

II . 회의 진행과정

회의 진행	
사전 인터뷰 가이드 및 방송매체이용행태조사 보고서 및 설문지 제공	◦ 사회자 : 000
1. 인터뷰 가이드 제공	◦ 기록자 : 000
2. 보고서제공	◦ 관찰자 : 000 통계청
3.설문지제공	◦ 녹음·녹화 여부 : 녹음

제2부

회의록

○ FGI 실시과정에서 기록한 내용을 부문별로 정리

부 문	문제점 지적사항	개선의견 내용	핵심어
표본설계	<p>1.가구 위주의 조사이긴 하지만 개별 질문도 포함되어 다른 조사와 차별성을 갖고 있다. 하지만 가구 단위 조사의 경우 방법론적으로 가구원 전원 조사를 하게 되면 자료에 대한 신뢰성에 의문이 들 수 있으며 설사 가구원 전수 조사라는 점을 고려할 때 가구에 대한 실제 회신율 제공이 필요.</p> <p>2.심층적인추가분석 을 실시하는 것도 의미있는 결과를 이끌 수 있는 것이라 판단되며, 미디어의 지역 차이 및 소외 계층의 문제도 살펴 볼 필요가 있음.</p>	<p>1. 회신율 제공</p> <p>2. 2차 분석</p>	회신율
지표의 개선	<p>1.표본의 타당성 및 데이터의 누적성을 고려했을 때 설문내용 중 활용도가 낮은 부분은 과감히 삭제하면서 새로운 미디어 트렌드를 반영.</p> <p>2. 설문문항 중 사업자에 대한 만족도 등 미디어 이용자 입장에 꼭 필요한 문항인지 고려.</p> <p>3. 설문문항이 많아 응답자가 신뢰로운 응답을 하기에는 문제가 있음.</p> <p>4. 방송통신위원회는 방송과 통신위원회가 합쳐진 것으로 방송과 통신을 구분할 때 방송에 치우치는 지표 설계.</p>	1.2.3.4 지표개선	지표개선

부 문	문제점 지적사항	개선의견 내용	핵심어
이슈보고서	1.신규매체의 등장으로 기존의 지상파 이용이 줄어들 것 같지만 조사결과는 그렇지 않았다. 이슈된 내용에 대해서는 이슈보고서 작성.	이슈보고서 및 2차 보고서 작성	2차 보고서
원자료 공개	1. 국가 승인 통계로서 raw data 또는 2차 자료 공개	1. 홈페이지를 통한 제공	원자료
보고서 내용 보강 및 디자인	1.포괄적 내용과 함께 하나의 매체에 대한 구체적인 내용 제시 2. 웹제공 보고서는 장(chapter) 별 구분 컬러 삽입	1. 이슈보고서 및 2차 보고서 작성 2. 보고서 및 웹 자료 개선	2차 보고서

제3부

FGI 결과 요약 및 개선 요구사항

○ FGI 회의록을 토대로 간략하게 정리

· 주요 토의 내용

- 보고서의 웹 자료 개선 및 장별 구분 컬러 삽입
- 가구원 조사라는 점을 감안할 때 가구구성원의 회신율 제공
- 보고서의 내용보완
- 미디어의 트렌드 반영 및 방송과 통신에 치우침 없는 지표 제공
- 원자료 공개 및 2차 자료 웹 제공

○ FGI 회의록을 토대로 개선 요구사항 정리

· 주요 개선의견

- 보고서의 웹 자료에 장(chapter)별, 부록별 구분이 필요
- 회신율 및 대체가구조사율 제시.
- 매체의 특성 및 주요사항에 대해서는 별책 부록으로 제시 필요.
- 미디어의 트렌드 반영 및 지표의 활용성을 고려한 지표 개선 필요.
- 원자료 및 2차 자료에 대해서는 이용자의 접근이 용이하게 할 필요가 있음.