

맞벌이 가구의 미디어 이용 행태



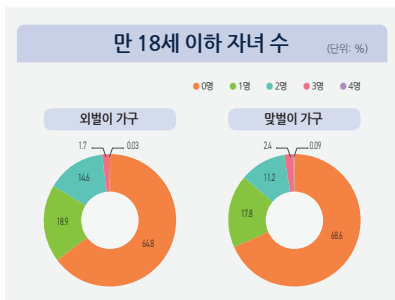
ISSN 2384-1672

KEYWORD



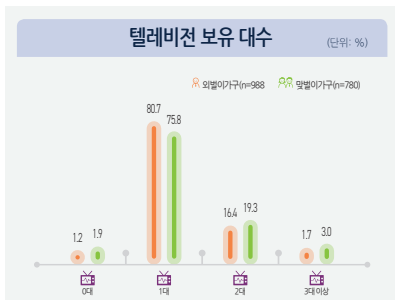
June. 15

19/11



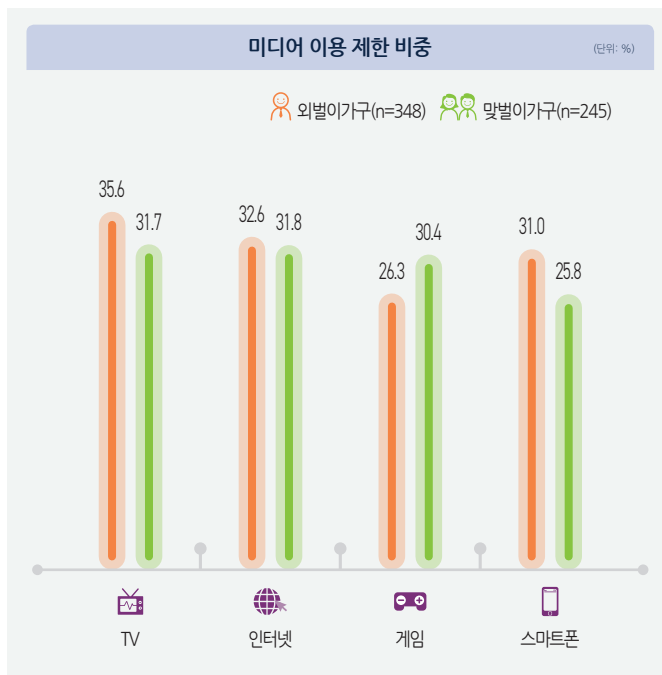
가구 특성

▶▶ 3



미디어 보유기기 현황

▶▶ 4



자녀의 미디어 이용 제한 행태

▶▶ 5

19-10호 (19.05.30)

SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석

이선희

19-09호 (19.05.15)

온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행태 분석

이선희

19-08호 (19.04.30)

전자상거래 이용 현황과 구매 행태

오윤석

맞벌이 가구의 미디어 이용 행태

고세란
부연구위원, ICT통계정보연구실

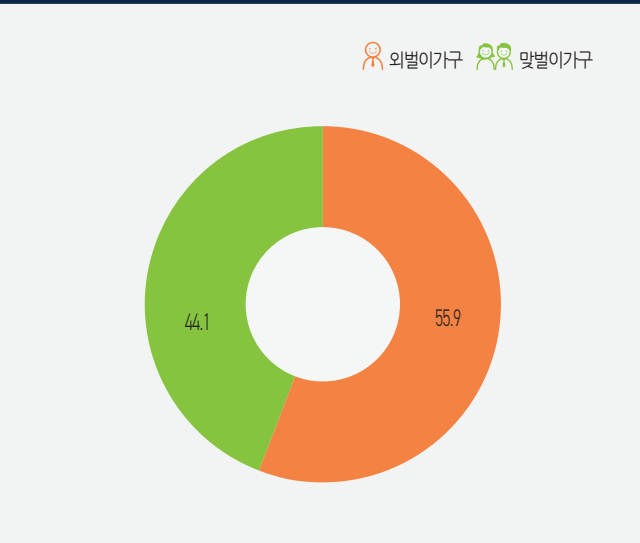
III 분석 데이터 및 분석 목적

- 한국미디어패널조사는 2010년부터 매년 실시되는 동일 표본 추적 조사로 2018년 사업에서는 4,162 가구와 가구원 9,426명을 대상으로 미디어 보유기기 현황, 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 활용 현황, 미디어 다이어리 등을 조사함
- 본 보고서의 목적은 맞벌이 가구와 외벌이 가구의 미디어 이용 행태를 비교하는 것이며, 이를 위해 두 가구 유형에 따른 미디어 기기 보유 현황과 자녀에 대한 미디어 이용제한 여부 및 제한강도를 분석하고 시사점을 도출함
- 본 보고서에서는 2018년 조사된 4,162가구 중 가구주와 가구주의 배우자가 함께 조사된 1,768가구를 분석대상으로 한정함
- 가구주와 가구주의 배우자 중 1명이 직업이 있는 경우를 외벌이 가구로, 2명 모두 직업이 있는 경우 맞벌이 가구로 정의함
- 자녀의 미디어 이용제한과 관련된 미디어 이용 지침 분석은 만 18세 이하의 자녀가 있는 593가구를 대상으로 진행함

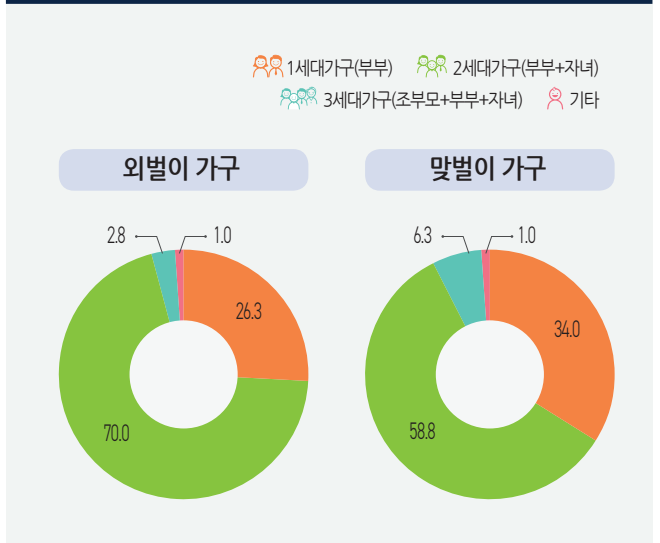
III 가구 특성

- 분석대상 1,768가구 중 맞벌이 가구는 780가구로 전체 가구 중 44%를 차지하며, 외벌이 가구는 988가구로 56%를 차지함
- 가족구성을 살펴볼 때 맞벌이 가구가 외벌이 가구에 비해 부부로만 이루어진 1세대 가구의 비중이 8%p 정도 더 높고, 조부모와 함께 거주하는 3세대 가구의 비중도 4%p 정도 더 높은 것으로 나타남. 반면, 외벌이 가구는 부부와 자녀로 이루어진 2세대 가구의 비중이 70%로 맞벌이 가구에 비해 11%p정도 높은 것으로 집계됨
- 만 18세 이하 자녀의 수로 가구를 나눠보았을 때도 맞벌이 가구의 경우 자녀가 없는 가구가 69%를 차지하며, 이는 외벌이 가구보다 4%p정도 높은 수치임
- 맞벌이 가구의 경우 가구소득이 500만원 이상인 가구가 30%로 가장 큰 비중을 차지한 반면 외벌이 가구는 가구소득이 300-400만원 미만일 때 가장 큰 비중을 차지하여 가구유형에 따른 소득의 격차가 있음을 보여줌

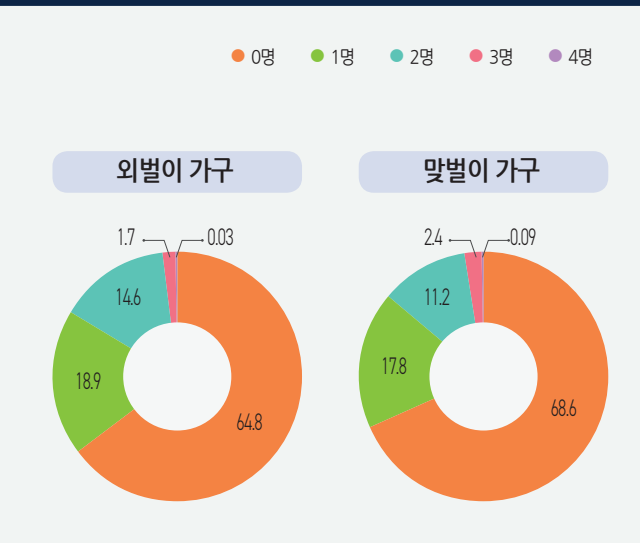
[그림 1] 가구유형 (단위: %)



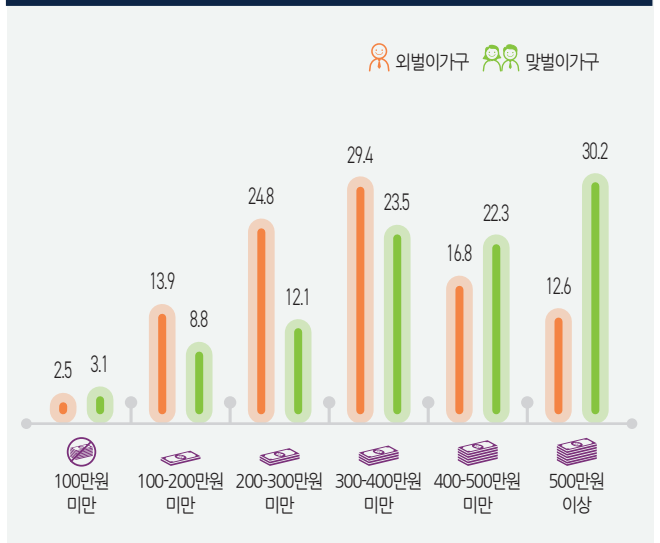
[그림 2] 가족 구성 (단위: %)



[그림 3] 만 18세 이하 자녀 수 (단위: %)



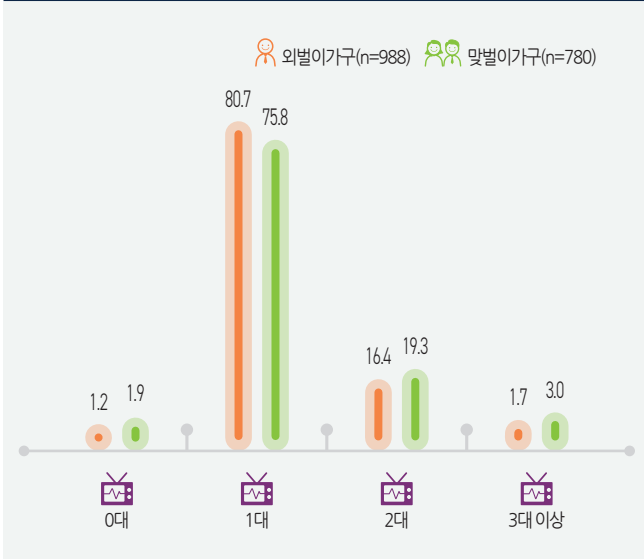
[그림 4] 가구소득 (단위: %)



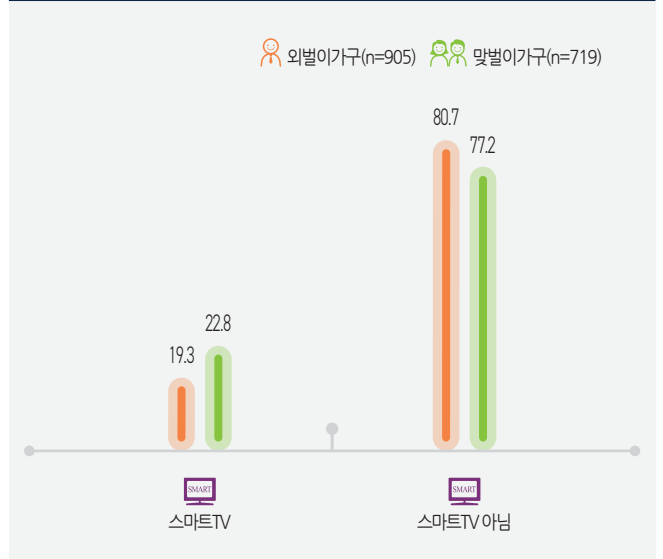
III 미디어 보유기기 현황

- 맞벌이 가구의 경우 텔레비전 보유대수가 2대 이상인 경우가 24%로 외벌이 가구보다 4%p 정도 높은 것으로 나타남
- 스마트 TV 보유 여부를 살펴볼 때 맞벌이 가정의 경우가 23%로 외벌이 가구보다 4%p 정도 높은 것으로 조사됨

[그림 5] 텔레비전 보유 대수 (단위: %)



[그림 6] 스마트TV 보유 여부 (단위: %)

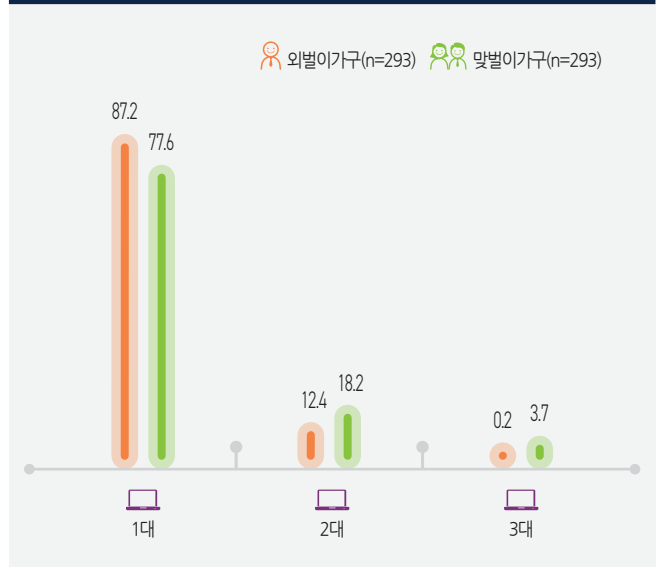


- 노트북 보유 현황의 경우, 맞벌이 가구의 38%가 노트북을 보유하고 있으며 이는 외벌이 가구보다 8%p 정도 높은 수치임
- 또한 노트북을 보유하고 있는 가구 중 맞벌이 가구의 22%가 노트북을 2대 이상 소유하고 있는 것으로 나타나며, 외벌이 가구보다 10%p 정도 높게 나타남

[그림 7] 노트북 컴퓨터 보유 여부 (단위: %)

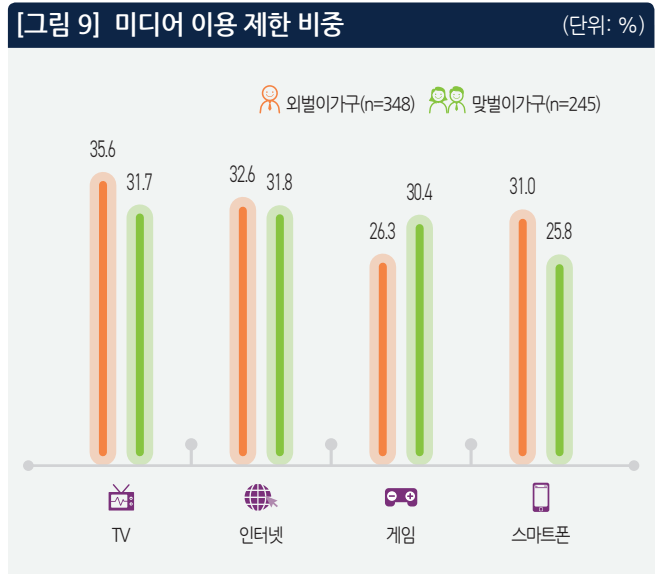


[그림 8] 노트북 컴퓨터 보유 대수 (단위: %)



III 자녀의 미디어 이용 제한 행태

- 만 18세이하 자녀가 있는 가정 내 TV시청, 인터넷, 게임, 스마트폰 이용 제한 여부를 살펴보면, 게임을 제외한 미디어의 이용제한 비중은 맞벌이 가구에 비해 외벌이 가구가 더 높은 것으로 조사됨



- 미디어 이용 제한 강제 강도를 기기별로 살펴보면, 미디어 이용을 제한하는 가구 중에서는 외벌이 가구가 맞벌이 가구보다 상대적으로 제한을 더 강하게 하는 경향을 보여줌

- 또한, 모든 미디어 기기에서 외벌이 가구가 맞벌이 가구에 비해 자녀의 미디어 이용을 더 적극적으로 제한하는 것으로 나타남

※ 맞벌이 가구의 이용제한 비중이 높았던 게임이용의 경우도 외벌이 가구의 90%가 '다소 강제적' 혹은 '매우 강제적'으로 제한하고 있는 반면, 맞벌이 가구는 77%에 그쳐 제한 강제 정도는 제한 여부와 상관없이 외벌이 가구의 경우가 강하게 나타남을 알 수 있음

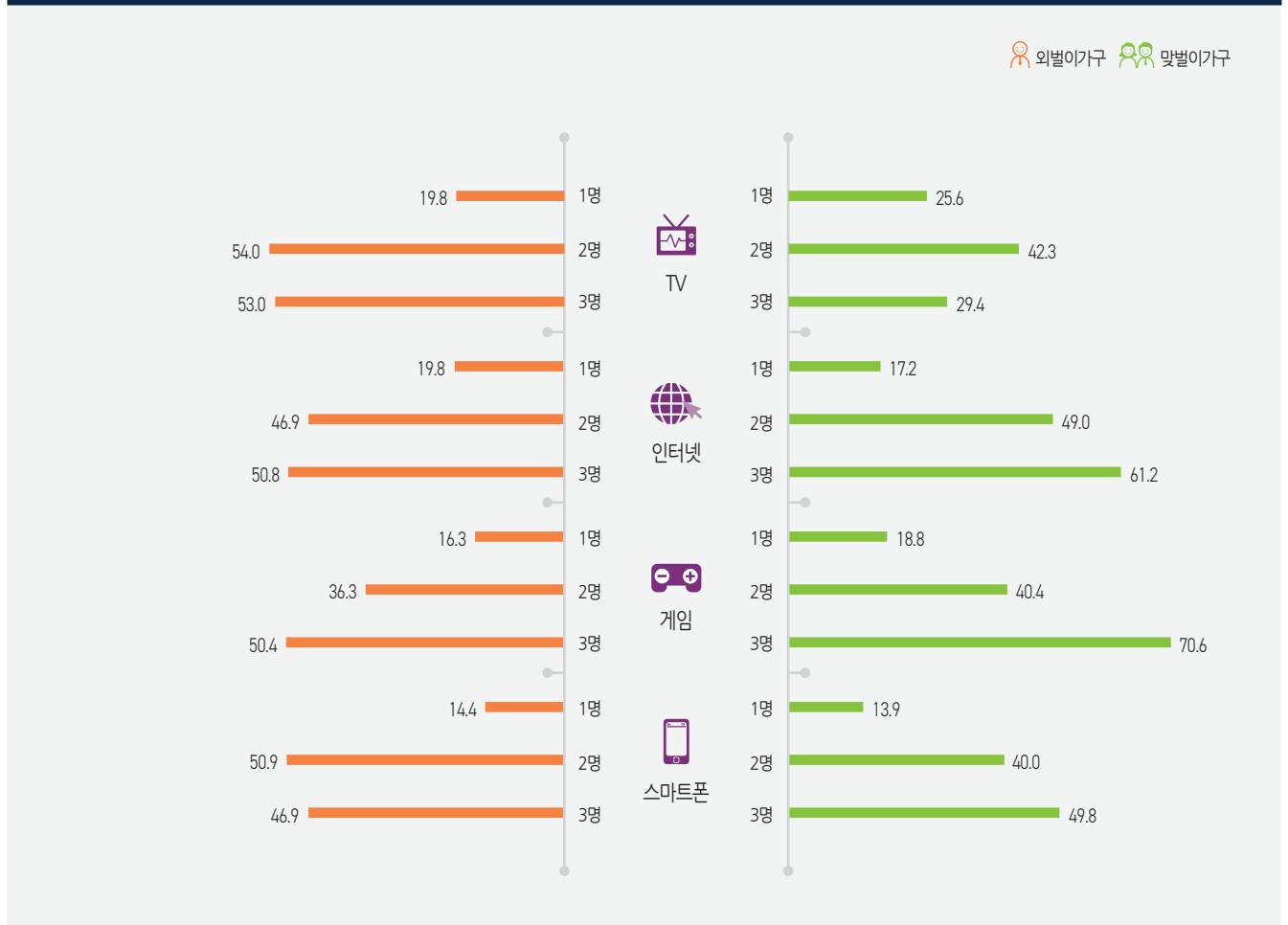
[표 1] 미디어 이용 제한 강제 정도

구분	TV		인터넷		게임		스마트폰	
	외벌이가구	맞벌이가구	외벌이가구	맞벌이가구	외벌이가구	맞벌이가구	외벌이가구	맞벌이가구
매우 강제적임	12.7%	12.2%	22.2%	23.0%	29.9%	19.0%	22.1%	9.2%
다소 강제적인 편임	65.2%	49.7%	76.9%	71.9%	60.1%	58.2%	68.1%	67.5%
별로 강제적이지 않음	22.1%	36.2%	0.0%	0.0%	10.0%	18.4%	9.5%	23.3%
거의 의미 없음	0.0%	2.0%	0.9%	5.1%	0.0%	4.5%	0.3%	0.0%
가구수	n=124	n=78	n=100	n=65	n=91	n=75	n=108	n=63

- 가구를 자녀의 수로 나뉘보았을 때 TV를 제외한 미디어의 경우, 외벌이 가구와 맞벌이 가구 모두 자녀의 수가 많아질수록 미디어 이용을 제한하는 것으로 나타남

[그림 10] 자녀 수에 따른 미디어 이용 제한 비중

(단위: %)



주1: 외벌이가구 표본: 자녀 1명 n=187, 2명 n=144, 3명 n=16
 맞벌이가구 표본: 자녀 1명 n=139, 2명 n=87, 3명 n=19
 주2: 자녀의 수가 4명 이상인 경우는 표본 과소로 제외함

- 만 6세-18세 사이의 자녀를 둔 맞벌이 가구 자녀들의 하루 평균 TV이용시간은 115분으로 외벌이 가구 자녀들의 이용시간(120분)과 큰 차이가 없는 것으로 나타남
 ※ 평균이용시간의 차이가 통계적으로 유의하지 않은 것으로 나타남

[표 2] 자녀의 평균 TV 이용시간

구분	맞벌이	외벌이
TV 이용시간	115.0분	120.0분
가구수	n=204	n=284

주: TV 이용시간은 가정용TV, 전광판TV, 휴대용TV, 차량용TV를 이용한 시간을 모두 포함함

III 결과 요약 및 시사점

- 맞벌이 가구의 상대적으로 높은 소득수준은 미디어 보유현황에 영향을 줄 것으로 예측되며, 이는 맞벌이 가구가 TV, 노트북 등의 미디어 보유기기 대수가 더 많은 것과 연관성이 있는 것으로 보임
- 맞벌이 가구가 외벌이 가구에 비해 TV 를 더 많이 보유하고 있으며, 스마트 TV 보유율도 높아 TV 활용에 있어서 적극성을 띠는 것으로 보여짐
- 외벌이 가구가 자녀의 미디어 이용 제한을 많이 하고, 그 제한 강도가 강한 것은 외벌이 가구의 경우 부모 중 한명이 자녀의 미디어 사용을 제어하기 쉽지만, 맞벌이의 경우는 그렇지 못하기 때문으로 유추할 수 있음
- TV를 제외한 인터넷, 게임과 스마트폰의 미디어 경우 자녀의 수가 많아질수록 가구 내 미디어 이용을 제한하는 비중이 높아지는 것으로 나타남
- 자녀들의 TV 이용시간의 경우, 맞벌이 가구와 외벌이 가구 자녀들의 이용시간이 큰 차이가 없는 것으로 나타남
- 결론적으로 외벌이 가구와 맞벌이 가구는 미디어 이용 행태에 차이를 보이고 있으며, 두 가구 유형이 차이가 나는 원인 및 파급효과에 대한 추가적인 연구가 필요할 것으로 보임

발간번호	제목	저자	발간일
19-10호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤희	2019-05-30
19-09호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행태 분석	이선희	2019-05-15
19-08호	전자상거래 이용 현황과 구매 행태	오윤석	2019-04-30
19-07호	지상파 3사와 지상파 3사 계열 PP의 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2019-04-15
19-06호	인터넷 전문은행 사용자 특성	심동녘	2019-03-30
19-05호	부모와 자녀의 미디어 이용, 그리고 미디어 이용제한	하형석	2019-03-15
19-04호	밀레니얼세대와 Z세대의 미디어 이용	신지형	2019-02-28
19-03호	1인 가구, 능동적 미디어 활용자	정용찬	2019-02-15
19-02호	2018년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2019-01-31
19-01호	2018년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2019-01-15
18-24호	라디오 보유와 이용행태 변화	김윤희	2018-12-31
18-23호	빅데이터로 본 스마트시티: 뉴스 네트워크 분석을 중심으로	이호	2018-12-15
18-22호	소셜 미디어 이용에 따른 정치적 성향 및 변화 분석	유은, 이창준, 홍아름	2018-11-30
18-21호	PC의 재도구화: 기능적 재조직화 가설	이재현, 강민지	2018-11-15
18-20호	어린이와 청소년의 휴대폰 보유 및 이용행태 분석	김윤희	2018-10-31
18-19호	유무선 전화 이용과 정치의식	신지형	2018-10-15
18-18호	인터넷 뉴스/토론 게시판의 댓글·게시글 작성자의 인구통계학적 특성	오주현	2018-09-30
18-17호	이동통신서비스요금 지출 규모에 따른 인터넷, 모바일 이용행태 차이 분석	김성중	2018-09-15
18-16호	라디오 실시간 청취와 라디오 다시듣기(AOD) 청취의 이용행태	오윤석	2018-08-31
18-15호	청소년의 미디어 이용-7년간의 변화, 그리고 부모의 미디어 이용과의 관계	하형석	2018-08-15
18-14호	스마트폰, 능동적 매체 이용의 촉매자	정용찬	2018-07-30
18-13호	IPTV사업자의 방송사업매출 추이 분석	이선희	2018-07-15
18-12호	대중교통에서의 미디어 이용	신지형	2018-06-30
18-11호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤희	2018-06-15
18-10호	스마트폰 이용 제한 가구와 그렇지 않은 가구의 스마트폰 이용행태 비교	오윤석	2018-05-30
18-09호	블록체인과 4차 산업혁명: 뉴스 네트워크 분석을 중심으로	이호	2018-05-15
18-08호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용 행태 분석	이선희	2018-04-30
18-07호	방송산업 종사자 수 시계열 추이 분석	노희윤	2018-04-15
18-06호	유료방송 서비스 가입 추세 분석	신지형	2018-03-31
18-05호	중고휴대폰(공기계) 보유 현황	김윤희	2018-03-15
18-04호	방송프로그램 국내판매·구매 추이 분석	노희윤	2018-02-28
18-03호	2017년 방송매체 이용행태조사 주요 결과	정용찬, 김윤희	2018-02-15
18-02호	가족구성에 따른 고령자들의 미디어 이용 및 활용능력 비교	오윤석	2018-01-30
18-01호	방송사의 드라마 프로그램 제작과 유통 현황 분석	이선희	2018-01-15
17-24호	2017년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2017-12-30
17-23호	2017년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2017-12-15
17-22호	데이터기반 통화 (VOIP) 사용자의 특성 및 통신 이용패턴	남충현	2017-11-30

KISDI ICT통계정보연구실☆☆

KISDI ICT통계정보연구실에서는 다음과 같은 정부 승인통계 조사를 매년 진행하고 있습니다. 조사 결과는 정부 정책 수립과 민간 기업의 경영계획 수립, 대학 연구소의 학술연구에 활용되고 있으며, 일반 이용자에게는 기초 정보와 지식을 제공하는 역할을 합니다.

한국미디어패널조사

- ◆ **조사 목적** : 빠르게 변화하는 미디어 환경에서 우리나라 가구와 가구 내 개인의 미디어 소비가 중장기적으로 어떻게 변화하는지를 파악
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 5,109 가구 및 해당 가구의 만 6세 이상 가구원 약 12,000 여명을 2011년부터 추적조사

방송산업 실태조사

- ◆ **조사 목적** : 방송사업자의 종사자와 시설, 프로그램 제작과 수출입, 방송 편성 현황 등 방송산업 전반에 대한 실태 파악
- ◆ **조사 방법** : 전수조사 인터넷 설문조사
- ◆ **조사 대상** : 과학기술정보통신부 · 방송통신위원회에 등록된 방송사업자

방송매체 이용행태 조사

- ◆ **조사 목적** : TV 수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청 행태를 분석
- ◆ **조사 방법** : 가구 방문 일대일 면접조사
- ◆ **조사 대상** : 전국 4,200가구, 13세 이상 가구원 전원 조사

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개☆☆

미디어통계포털(KISDI STAT)

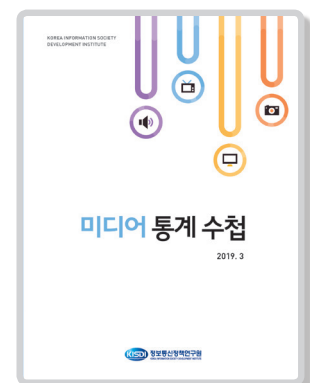
KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

미디어 통계수첩(2019년 발간)

미디어 통계 수첩은 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체이용행태조사, 과학기술정보통신부와 방송통신위원회의 방송산업실태조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성한 소책자입니다. KISDI STAT 사이트에서 내려받을 수 있습니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동