

KISDI STAT

REPORT

2016. 3. 15 / Vol. 16-05


정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

어린이 방송매체 이용행태 분석

박선영

연구원, ICT통계정보연구실

III 분석 데이터 및 분석 목적

- 정보통신정책연구원(KISDI)이 매년 수행하고 있는 ‘방송매체 이용행태 조사’는 방송통신위원회가 주관하는 국가승인통계로 TV수상기와 라디오, PC, 스마트폰 등 다양한 시청취 매체에 대한 수용자의 인식과 시청행태의 변화를 정기적으로 분석하여 그 결과를 ‘방송매체 이용행태 조사’보고서로 제공하고 있음
- ‘방송매체 이용행태 조사’는 2000년 『TV 시청행태 연구』라는 명칭으로 제1회 조사 실시를 실시하였고 2015년의 경우 전국의 4,266가구에 거주하는 만 13세 이상 남녀 가구 7,553명을 대상으로 조사함
- 본 리포트는 ‘2015년 방송매체 이용행태 조사’ 결과 중에서 어린이 방송매체 이용 행태의 특성을 분석하고 시사점을 도출함

[표 1] 2015년 방송매체 이용행태 조사 개요

법적 근거	통계청 승인 일반·조사 통계(승인 번호 : 제16402호)
조사 지역	전국 16개 광역시·도
조사 방법	가구용과 개인용 설문지를 구성, 가구방문 일대일 면접 조사
조사 기간	2015년 6월 1일(월) ~ 2015년 8월 21일(금)
표본 크기	4,266가구에 거주하는 만 13세 이상 가구원 7,553명 조사
표본 추출	2010년 통계청 인구주택총조사 결과에 기반한 조사구 선정 방식
표본 오차	가구 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±.4%p 개인 조사: 95% 신뢰 수준에서 ±.2%p
응답률	15.8%(총 27,179가구 접촉, 거절 53.5%, 부재 29.6%, 가구 없음 1.0%) ※ 조사구 대체율: 19.3%(전체 420개 조사구 중 81개를 대체)

III 응답자 특성

- 어린이 방송매체 이용의 경우 가구 조사 응답자 중에서 만 13세 미만의 자녀를 둔 가구를 대상으로 조사함
- 가구의 경우 2010년 인구주택총조사 결과의 시도별 가구분포와 지역구분, 주택 유형, 가구주 연령, 가구원 수 정보를 이용, 가중치 부여

[표 2] 2015년 방송매체 이용행태 조사 가구 기준 응답자 분포(가중치 적용)

구분		사례 수	백분율(%)
전체		4,266	100.0
가구주 연령	20대 이하	368	8.6
	30대	868	20.3
	40대	921	21.6
	50대	1,079	25.3
	60세 이상	1,030	24.1
거주 지역	서울	869	20.4
	인천/경기	1,169	27.4
	대전/충청 /세종	454	10.6
	광주/전라	454	10.6
	부산/울산/경남	684	16.0
	대구/경북	451	10.6
	강원	138	3.2
	제주	47	1.1
주거	아파트	2,007	47.0
	단독주택	1,687	39.5
	다세대/연립주택	435	10.2
	오피스텔	56	1.3
	기타	81	1.9
가족 구성	독신가구	1,016	23.8
	1세대가구	775	18.2
	2세대가구	2,131	49.9
	3세대가구	294	6.9
	기타	50	1.2
어린이 연령 ¹⁾²⁾	전체	1,247	100.0
	3세 이하	418	33.5
	4-6세	315	25.3
	7-9세	292	23.4
	10-12세	222	17.8

주1) 방송법 제2조(정의) 3. “어린이”라 함은 13세 미만의 자를 말한다.(일부개정 2015.10.15. 방송통신심의위원회규칙 제113호)

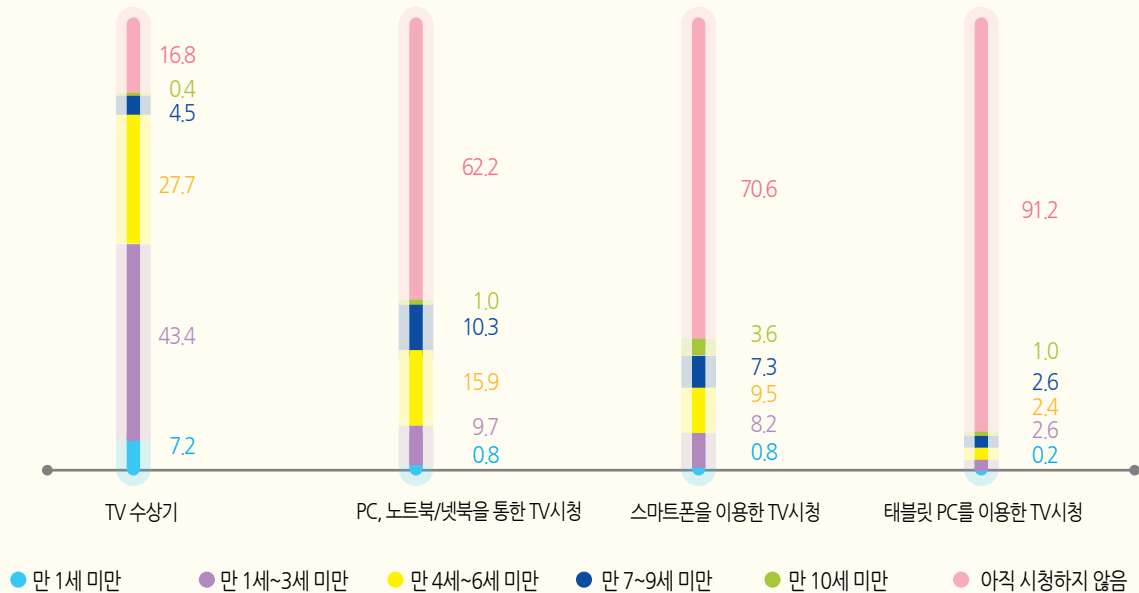
주2) 가구 조사 응답자 중에서 만 13세 미만의 자녀를 둔 가구주를 대상으로 조사함

III 어린이의 방송시청 이용 행태

- 어린이가 TV수상기를 이용하여 TV 프로그램을 처음 보기 시작한 시기는 만1세-3세가 43.4%로 가장 많으며 만4세-6세는 27.7%로 나타남. 취학 전(0~만6세) 어린이의 TV 프로그램 시청 시작 비율은 전체의 78.3%로 10명 중 8명이 TV수상기로 TV 프로그램을 이용하고 있음을 의미
- PC, 노트북/넷북을 이용해 TV 프로그램을 처음 시청한 비율은 전체의 37.8%이며 특히 만4세-6세가 15.9%로 나타나 TV수상기를 이용해서 TV 프로그램을 처음보기 시작하는 연령대보다 상대적으로 높게 나타남
- 어린이가 스마트폰과 태블릿PC를 이용해 TV 프로그램을 처음 보기 시작하는 비율은 각각 29.4%, 8.8%로 낮게 나타나 매체별 TV 프로그램 이용 차이를 보임

[그림 1] 어린이의 매체별 TV 프로그램 시청시작 시기 현황

(N=1,247가구, 단위: %)

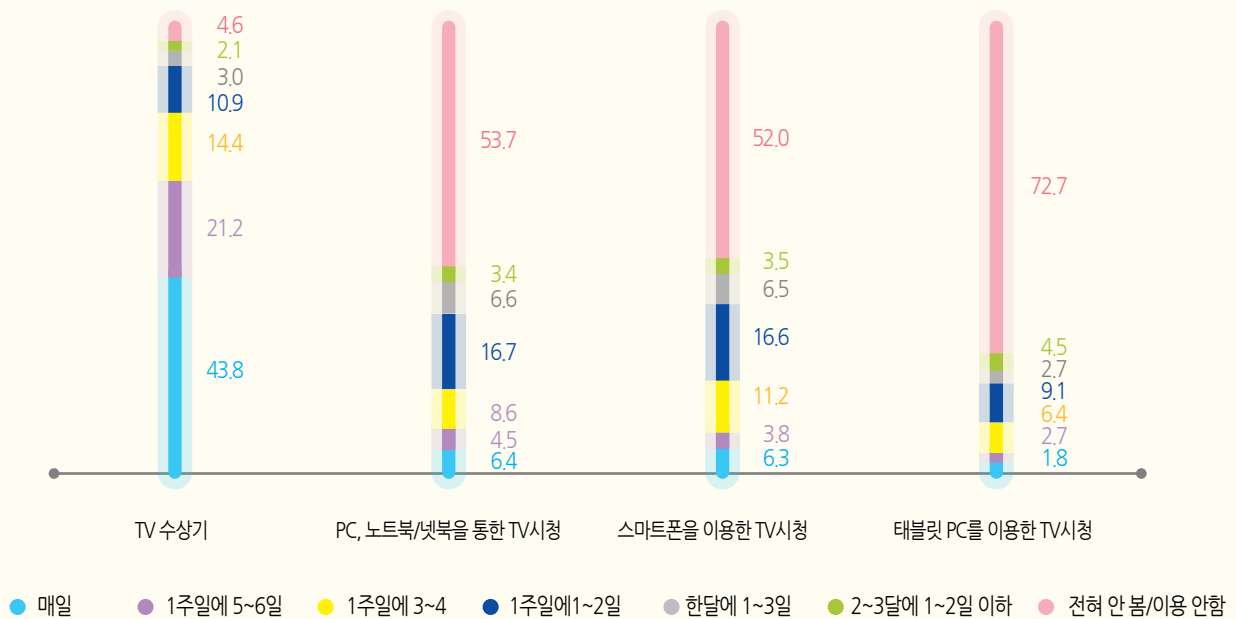


주) 방송 시청시작 시기는 어린이 스스로 채널을 선택해서 보는 시점 기준

- 어린이의 TV 프로그램 이용 빈도에서 '주 5일 이상'(매일, 1주일에 5~6일 포함) TV수상기를 이용해 TV 프로그램을 시청하는 비율은 65%로 가장 높게 나타났으며 PC, 노트북/넷북과 스마트폰을 이용한 TV 프로그램 시청 비율은 각 10.9%와 10.1%로 상대적으로 높게 나타남

[그림 2] 어린이의 TV 프로그램 시청 빈도

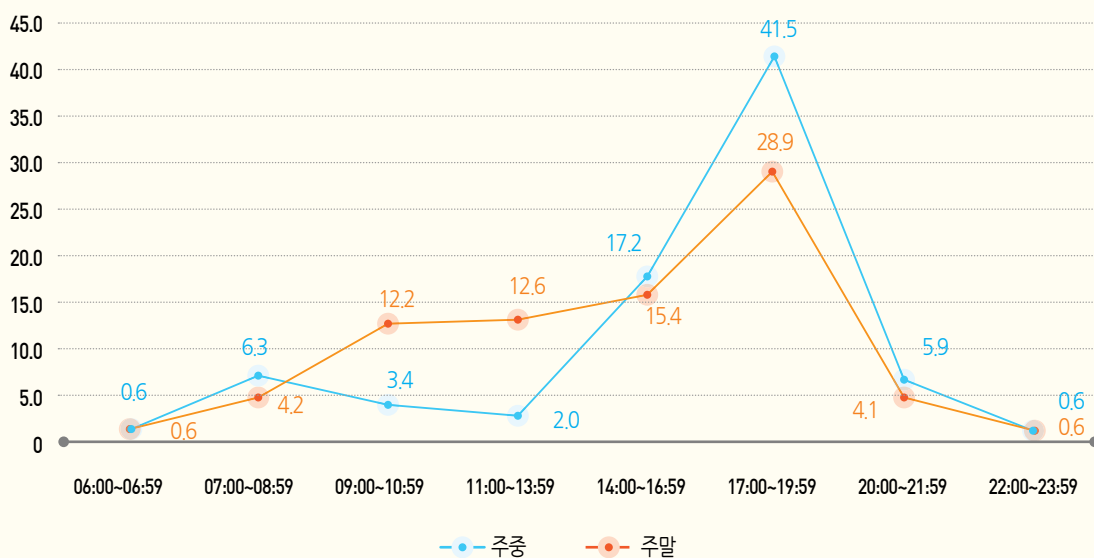
(N=1,247가구, 단위: %)



- 지난 일주일 동안, 어린이가 TV 수상기를 이용해서 TV 프로그램을 시청한 시간대는 주중과 주말 모두 저녁 시간인 17:00~19:59에 가장 높게 나타났으며 주중 저녁시간(41.5%)이 주말(28.9%)에 비해 높은 이용률을 보임

[그림 3] 어린이의 TV 프로그램 시청 시간대

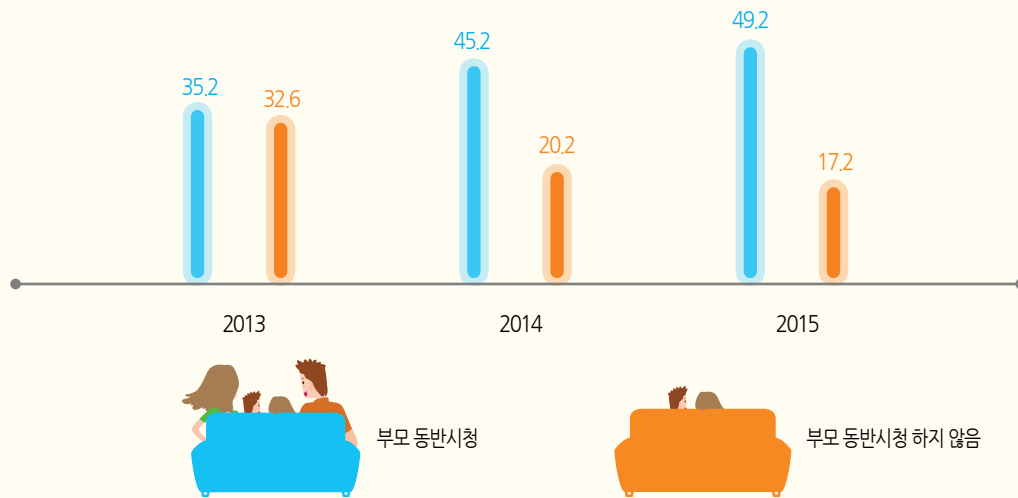
(N=1,247가구, 단위: %)



III 부모의 미디어 이용 지침에 따른 어린이 방송시청 행태

- TV 프로그램을 시청할 때 ‘부모와 자녀가 함께 방송을 본다’는 응답은 ’13년 35.2%, ’14년 45.2%, ’15년 49.2%로 나타나 지속적으로 증가하는 추세를 보임

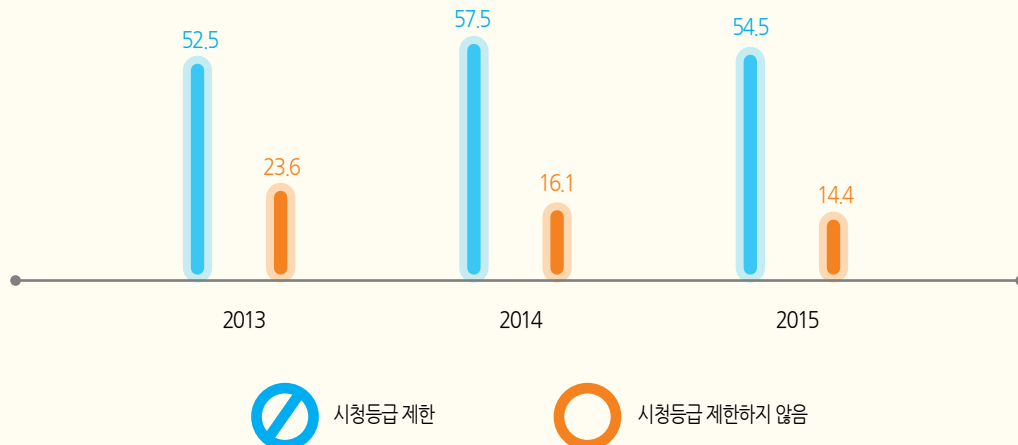
[그림 4] 어린이의 부모 동반시청 여부 (2013년 N=1,110가구, 2014년 N=1,016가구, 2015년 N=1,247가구, 단위: %)



주) 부모 동반시청 여부는 5점 척도(① '전혀 그렇지 않다' ~ ⑤ '정말 그렇다') 문항에서 '정말 그렇다'와 '그런 편이다'의 응답을 합산한 수치임

- 프로그램별 시청연령 등급에 맞추어 ‘어린이의 프로그램 시청을 제한 한다’는 응답은 최근 3년 동안 50% 이상으로 나타나 부모 10명 중 5명이 방송시청 등급을 준수하는 것으로 나타남

[그림 5] 부모의 자녀 방송시청 등급 제한 현황 (2013년 N=1,110가구, 2014년 N=1,016가구, 2015년 N=1,247가구, 단위: %)

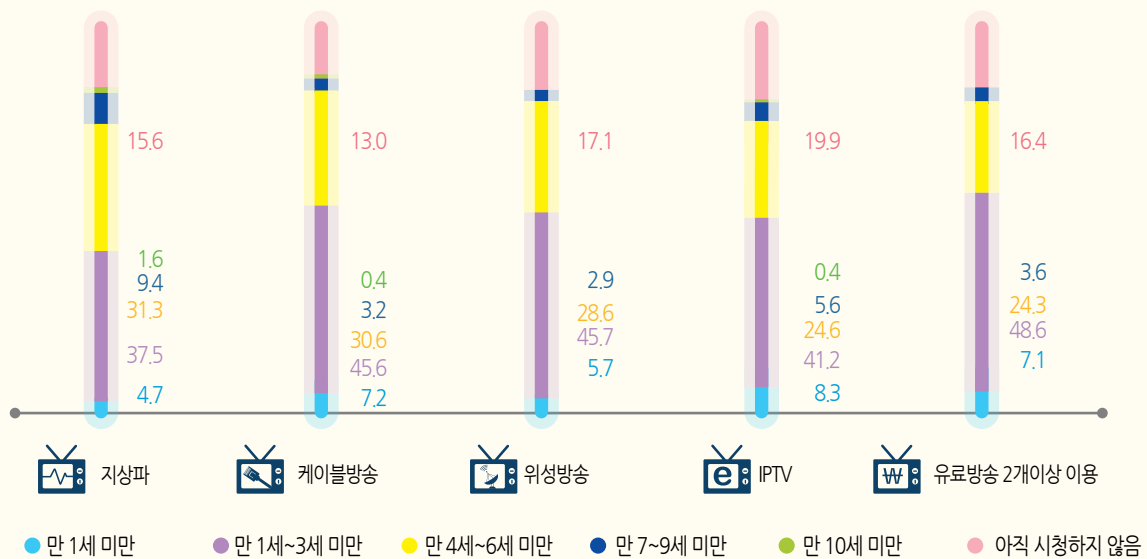


주) 어린이 방송시청 등급 제한 응답은 5점 척도(① '전혀 그렇지 않다' ~ ⑤ '정말 그렇다') 문항에서 '정말 그렇다'와 '그런 편이다'의 응답을 합산한 수치임

III 부모의 유료방송 이용 유형별 어린이 방송시청 행태

- 부모의 유료방송 이용 유형별 어린이의 TV수상기 방송시청 시작 시기를 살펴보면, 부모가 유료방송을 이용하는 그룹에서 어린이가 어릴수록 TV 프로그램을 처음 접하는 시기의 비율이 높게 나타나는 특징을 보임
 - * TV수상기를 통한 TV프로그램 시청은 지상파, 종합·중계유선방송, 위성방송, IPTV 시청 포함
- ‘유료방송 2개 이상 이용’하는 부모의 자녀가 TV수상기를 통해 TV 프로그램을 처음 보기 시작하는 시기는 ‘만 3세 미만’(만1세 미만, 만 1-3세 미만 포함)에서 55.7%로 가장 높은 비중을 보임. 특히 취학 전(0~만6세) 자녀에서는 80%로 나타나 복수 유료방송을 이용하는 부모의 자녀 10명 중 8명은 TV 프로그램을 시청하고 있음을 시사([그림 6] 참조)
- 케이블방송, 위성방송 및 IPTV를 이용하는 부모의 자녀는 ‘만3세 미만’에서 각각 52.8%, 51.4%, 49.5% 순으로 높게 나타난 반면 지상파만을 이용하는 부모의 자녀는 만3세 미만에서 42.2%로 상대적으로 낮게 나타남

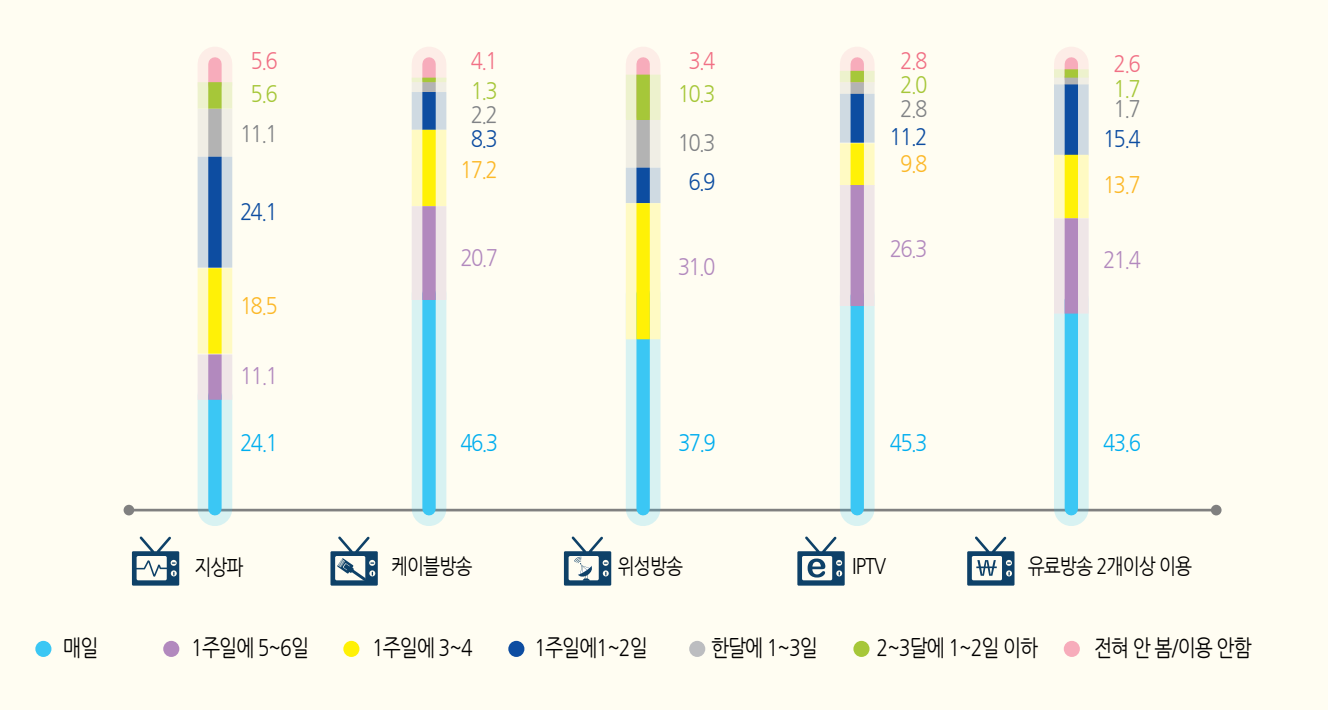
[그림 6] 부모의 방송이용 매체에 따른 어린이의 TV수상기¹⁾ 방송시청 시작 시기²⁾ (N=1,247가구, 단위: %)



주1) TV수상기를 통한 TV프로그램 시청은 지상파, 종합·중계유선방송, 위성방송, IPTV 시청 포함
 주2) 방송 시청시작 시기는 어린이 스스로 채널을 선택해서 보는 시점 기준

- 부모의 방송이용 매체에 따른 어린이의 TV수상기 방송이용을 살펴보면, 케이블방송과 IPTV에 가입한 가구의 어린이 방송시청 이용 비중은 높은 것으로 나타남
- ‘주5일 이상’(매일, 1주일에 5~6일 포함) 이용하는 비율은 IPTV 71.6%, 케이블방송 67% 순으로 높게 나타났으며 ‘유료방송 2개 이상 이용’하는 비율도 65%로 나타남([그림 7] 참조)
- 지상파만을 이용하는 부모의 자녀들은 ‘주5일 이상’ 35.2%로 나타나 타 매체에 비해 상대적으로 낮은 비중을 보임

[그림 7] 부모의 방송이용 매체에 따른 어린이의 TV수상기¹⁾ 방송이용 빈도 (N=1,247가구, 단위: %)



주1) TV수상기를 통한 TV프로그램 시청은 지상파, 종합·중계유선방송, 위성방송, IPTV 시청 포함

III 결과 요약 및 시사점

- 취학 전(0~만6세) 어린이가 TV수상기를 이용하여 스스로 채널을 선택해 방송 시청하는 비율은 78.3%로 나타나 10명 중 8명이 TV수상기로 방송시청을 하고 있는 것으로 나타남. 특히 만1세-3세가 43.4%로 가장 많으며 만4세-6세가 27.7% 순으로 높게 나타나 만1세-3세 어린이의 방송시청 비중이 높은 것으로 나타남
- 매체별로 어린이의 TV 프로그램 시청은 TV수상기가 95.4%, 스마트폰 48%, PC/노트북/넷북 46.3%, 태블릿PC 27.3%로 나타나 어린이의 경우 개인미디어를 통한 방송시청보다 보호자의 통제가 가능한 TV 시청 비중이 압도적으로 높은 특징을 보임
- 지난 일주일 동안, 어린이의 TV 프로그램 시청 시간대를 살펴보면 주중에는 17:00~19:59로 나타나 저녁시간에 집중된 반면 주말의 경우 아침시간(09:00~10:59)부터 저녁시간(17:00~19:59)까지 점진적으로 TV시청이 증가하는 특징을 보임. 어린이의 주시청시간대인 저녁시간(17:00~19:59)에 어린이프로그램을 편성할 수 있도록 어린이프로그램 편성 시간대 기준 마련이 필요함(정철운, 2015)
- TV 프로그램을 시청할 때 ‘부모와 자녀가 함께 방송을 본다’는 응답은 ’13년 35.2%, ’14년 45.2%, ’15년 49.2%로 나타나 지속적으로 증가하는 추세를 보임
- 프로그램 시청연령등급에 맞추어 ‘어린이의 시청을 제한 한다’는 응답은 최근 3년 동안 부모의 50% 이상이 ‘시청등급에 맞춰 프로그램 시청을 제한 한다’고 응답하여 부모 10명 중 5명이 시청 등급을 제한하는 것으로 나타남

- 부모가 유료방송을 이용하는 그룹에서 방송시청 시작 시기는 어린이의 연령이 낮을수록 비중이 높게 나타났으며 이는 유료방송이 지상파보다 어린이 대상 전문 채널수가 많고 어린이용 VOD 서비스 이용이 반영된 것으로 판단됨

III 참고문헌

송진식(2015). 'TV 어린이 프로, 시청연령 표기 들쭉날쭉'(2015. 10. 1). 《경향비즈》.

방송통신위원회(2015). 『2015년 방송매체이용행태조사』.

정철운(2015). '종편에선 여전히 새벽 4시 어린이 프로그램'(2015. 6. 17). 《미디어오늘》.

KISDI STAR

REPORT **목록**

"지난 호는 KISDI STAT 홈페이지 <http://stat.kisdi.re.kr> 에서 보실 수 있습니다"

발간번호	제목	저자	발간일
16-04호	복수 미디어 이용자 특성과 방송 프로그램 시청 행위 분석	이선희	2016-2-29
16-03호	인지육구와 미디어 이용 행태	하형석	2016-2-15
16-02호	주요국의 ICT 발전지수 변화 추세 분석	정부연	2016-1-30
16-01호	방송사업자의 방송 프로그램 제작·구매비 추이 분석	유선실	2016-1-15
15-19호	한국 ICT산업 동향 및 추세 분석	주재욱	2015-12-30
15-18호	어린이, 청소년 휴대폰보유 및 이용행태 분석	김윤화	2015-12-15
15-17호	2015년 미디어보유와 이용행태 변화	한국미디어패널조사 연구팀	2015-11-30
15-16호	독신가구의 미디어 이용행태	김욱준	2015-11-15
15-15호	복수방송채널사용사업자(MPP)의 방송사업매출 추이 분석	이선희	2015-10-30
15-14호	대학생의 미디어 이용 행태	하형석	2015-10-15
15-13호	EIU의 ICT 세계화 지수를 통해 본 주요국 ICT 부문의 대외 개방성 비교	주재욱	2015-09-30
15-12호	방송 사업자 유형별 매출 추이 분석	유선실	2015-09-15
15-11호	주요국의 ICT 제조업과 서비스업 성과 비교	정부연	2015-08-30
15-10호	유료방송 가입 유형별 미디어 소비 특성	정용찬	2015-08-15
15-09호	휴대폰 평균사용기간 및 교체시기 분석	김윤화	2015-07-30
15-08호	라디오 이용 행태 추이 분석	박선영	2015-07-15
15-07호	한국 ICT 제조업 동향 및 국제 비교	주재욱	2015-06-30
15-06호	연령대별 수면 전후의 미디어 이용	하형석	2015-06-30
15-05호	은퇴연령계층의 미디어 이용	신지형	2015-06-15
15-04호	10대 이용자들의 미디어 이용행태 분석	주재욱	2015-05-30
15-03호	종합유선방송 매출 추이 분석	유선실	2015-05-15
15-02호	가구의 결합상품 이용추이 분석 : 2012 ~ 2014	김욱준	2015-04-30
15-01호	스마트폰 보급 확산과 세대간 미디어 이용 특징 변화	정용찬	2015-04-15

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

15-03-02호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2015-03-25
15-03-01호	VOD 시청과 동영상 콘텐츠 소비	신지형	2015-03-25
15-02-02호	ICT 발전지수로 본 주요국 ICT 경쟁력 비교	주재욱	2015-02-25
15-02-01호	방송채널사용사업자(PP)의 프로그램 제작과 구매 추이 분석	이선희	2015-02-25
15-01-02호	멀티미디어 시대의 N스크린 이용	하형석	2015-01-26

15-01-01호	유료방송 디지털 전환 추이 분석	박선영	2015-01-26
14-12-02호	한국 정보통신산업의 장기 추세 분석	정혁	2014-12-23
14-12-01호	2011년~2014년 미디어보유와 이용행태 변화	신지형,하형석	2014-12-23
14-11-02호	가구 내 미디어 이용 지침 유무가 어린이 및 청소년의 미디어 이용행태에 미치는 영향 분석	김윤화,차보선	2014-11-25
14-11-01호	스마트 시대의 실시간 라디오 청취	신지형	2014-11-25
14-10-02호	안드로이드와 IOS 이용자 비교	하형석	2014-10-25
14-10-01호	ICT 산업 생산지수를 통해 본 한국 ICT 산업 추이	정혁	2014-10-25
14-09-02호	데스크톱 PC와 노트북 PC 이용자 특성	차보선	2014-09-25
14-09-01호	유료방송 가입과 동영상 콘텐츠 소비	신지형	2014-09-25
14-08-02호	노트북PC와 태블릿PC 이용자 특성 및 이용행태 비교	김윤화,하형석	2014-08-25
14-08-01호	방송프로그램 시청 가능 기기 보유와 이용 특성	정용찬	2014-08-25
14-07-02호	방송채널사용사업자(PP)의 광고 매출 추이 분석	유선실	2014-07-25
14-07-01호	동영상 콘텐츠 소비와 디바이스	신지형	2014-07-25
14-06-02호	스마트세대 20대의 직업별 매체 이용 행태	정용찬	2014-06-25
14-06-01호	스마트폰 이용여부에 따른 삶의 만족도	김나영	2014-06-25
14-05-02호	전업주부 미디어 이용행태	김윤화	2014-05-25
14-05-01호	유무선전화서비스 이용 현황	신지형	2014-05-25
14-04-02호	TV 시청 중 매체 동시 이용 행태	정용찬	2014-04-25
14-04-01호	게임이용현황 분석	신선	2014-04-25
14-03-02호	미디어 활용 능력 현황 분석	김나영	2014-03-25
14-03-01호	대중교통수단 이용 시의 동영상 콘텐츠 이용현황	신지형	2014-03-25
14-02-02호	N스크린 이용행태 및 추이	김윤화	2014-02-25
14-02-01호	유선전화 없는 가구의 방송매체 이용 행태	정용찬	2014-02-25
14-01-02호	클라우드 서비스 이용현황	김민철	2014-01-25
14-01-1호	결합상품 이용현황 분석	신선	2014-01-25
13-12호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용 추이 분석	김윤화, 신선	2013-12-26
13-11-3호	스마트폰 보유 및 이용행태 변화 - 2012년과 2013년의 비교	김민철	2013-11-25
13-11-2호	인터넷 동영상 서비스 이용 현황	신지형	2013-11-29
13-11-1호	유료방송 비가입가구의 방송매체 이용 행태	정용찬	2013-11-25
13-10호	종이책과 전자책의 독서 현황 분석	신선	2013-10-25
13-09-2호	스마트 기기 보유 여부에 따른 미디어 활용 능력 분석	하태림	2013-09-25
13-09-1호	온라인 상거래 이용자의 미디어 이용행태	신지형	2013-09-25
13-08-2호	개인의 온-오프라인 유료콘텐츠 지출성향 분석	김윤화	2013-08-26
13-08-1호	IPTV 이용 행태 분석	정용찬	2013-08-26
13-07-2호	종이신문과 인터넷신문의 열독 현황과 패턴분석	신선	2013-07-25
13-07-1호	가구내 TV보유현황 및 가구원의 TV시청시간 비교	김민철	2013-07-25
13-06-2호	온라인 커뮤니티 활동과 사회·정치적 참여 활동 현황	하태림	2013-06-25
13-06-1호	1인가구의 유료방송서비스 가입 및 이용행태	신지형	2013-06-25
13-05-2호	지상파TV 방송프로그램 시청행태 분석 : 실시간 시청과 VOD 시청행태 비교	김윤화	2013-05-25
13-05-1호	스마트세대 20대의 미디어 이용 행태	정용찬	2013-05-25
13-04-2호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용현황	신선	2013-04-25
13-04-1호	한국형 창조경제지수의 필요성과 개발방향	김민철	2013-04-25
13-03-2호	LTE 스마트폰과 3G 스마트폰 사용자 비교분석	하태림	2013-03-25

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 면접 조사
- ◆ 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: 미래창조과학부 · 방송통신위원회에 등록된 방송사업자

방송매체 이용행태 조사

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

KISDI STAT 사이트 및 미디어 통계수첩 소개 ☆☆☆

■ 방송·뉴미디어 통계정보시스템(KISDI STAT)

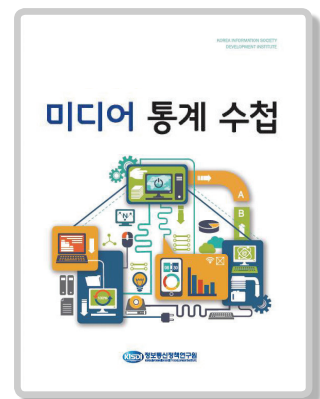
KISDI STAT 사이트는 방송시장과 미디어 이용에 관한 다양한 조사 결과 데이터와 분석보고서를 편리하게 조회하고 활용할 수 있도록 만든 통계정보시스템입니다. 본 사이트에서는 한국미디어패널조사, 방송산업 실태조사, 해외방송통계 자료의 조건검색과 원시자료 다운로드가 가능하고, 최신 이슈를 데이터에 기초하여 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.

■ 미디어 통계수첩 소개

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



▲ 클릭하면 사이트로 이동



▲ 클릭하면 사이트로 이동