

KISDI STAT

REPORT

2016. 12. 15 / Vol. 16-23


정보통신정책연구원
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

KISDI STAT Report는 ICT, 방송, 통신의 최신 이슈를 데이터에 기반하여 분석하는 온라인 정기간행물입니다. KISDI ICT통계정보연구실의 전문가들이 이슈를 선정하고 작성하여 매월 15일과 30일에 온라인으로 배포합니다.

오프라인 활동 정도별 미디어 이용행태

오윤석
 연구원, ICT통계정보연구실

III 분석 데이터 및 분석 목적

- 한국미디어패널조사는 2010년부터 매년 실시되는 동일 표본 추적 조사로 2016년 사업에서는 4,233가구와 가구원 9,788명을 대상으로 미디어 기기 보유 현황, 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 활용 현황, 미디어 다이어리 등을 조사함
- 2016 한국미디어패널조사에서는 스페셜섹션을 통해 개인의 가치관과 라이프스타일에 관하여 ① 오프라인 활동 정도, ② 추구하는 가치, ③ 성격, ④ 구매형태, ⑤ 식사행태, ⑥ 정치 행태, ⑦ 정치 성향을 조사함
- 본 보고서에서는 스페셜섹션 중 오프라인 활동 정도에 대한 조사결과를 제시하고, 오프라인 활동 정도별 미디어 이용시간에 대해 알아봄. 또한 미디어 이용시간에 대해 연령별 분석을 같이 진행함

III 오프라인 활동

- 2016년 한국미디어패널조사에서 스페셜섹션 중 오프라인 활동 관련 문항은 다음과 같음

[표 1] 오프라인 활동 측정 문항

문항	세부내용
스포츠/야외활동	축구, 야구, 골프, 헬스, 등산, 여행 등을 본인이 직접 행하는 것을 말함. 스포츠 경기 관람은 제외
친교활동	친목 모임, 친구 방문, 사교적 모임 등
사회/정치활동	자원봉사, 지역단체 활동, 정당활동, 환경운동단체 모임 등
종교활동	예배, 예불, 기도회 등 종교적 목적으로 만나는 활동
창작적 취미활동	취미로서 하는 글짓기, 그림 그리기, 악기 연주, 수공예, 요리 등
공연/문화 관람활동	공연장 관람, 극장 영화관, 박물관, 갤러리 관람 등
스포츠 관람활동	야구, 축구, 농구, 골프 등 스포츠 경기장에서의 관람
(여가활용으로서의)쇼핑활동	구매와 관계없이 구경이 더 중요한 쇼핑, 백화점, 아울렛, 재래시장 등을 구경하는 차원에서의 쇼핑

- 각 활동에 대한 응답을 토대로 다음과 같이 활동 정도를 ‘적음’, ‘보통’, ‘많음’으로 그룹지어 분석함

[표 2] 오프라인 활동 응답에 따른 그룹 분류

그룹	활동 ‘적음’	활동 ‘보통’	활동 ‘많음’
응답	거의 하지 않음	6개월에 1회 정도	1주일에 1~3회 정도
	1년에 1회 정도	3개월에 1회 정도	1주일에 4~6회 정도
		한 달에 1~3회 정도	거의 매일

- 자주 활동한다는 비율이 가장 높은 오프라인 활동은 친교활동이었으며, 스포츠/야외활동과 쇼핑활동, 공연/문화 관람활동도 자주 활동한다는 비율이 높은 편
- 반면, 사회/정치활동, 종교 활동, 창작적 취미활동, 스포츠 관람활동은 ‘거의 하지 않음’으로 주로 구성됨

[표 3] 오프라인 활동별 응답 비율

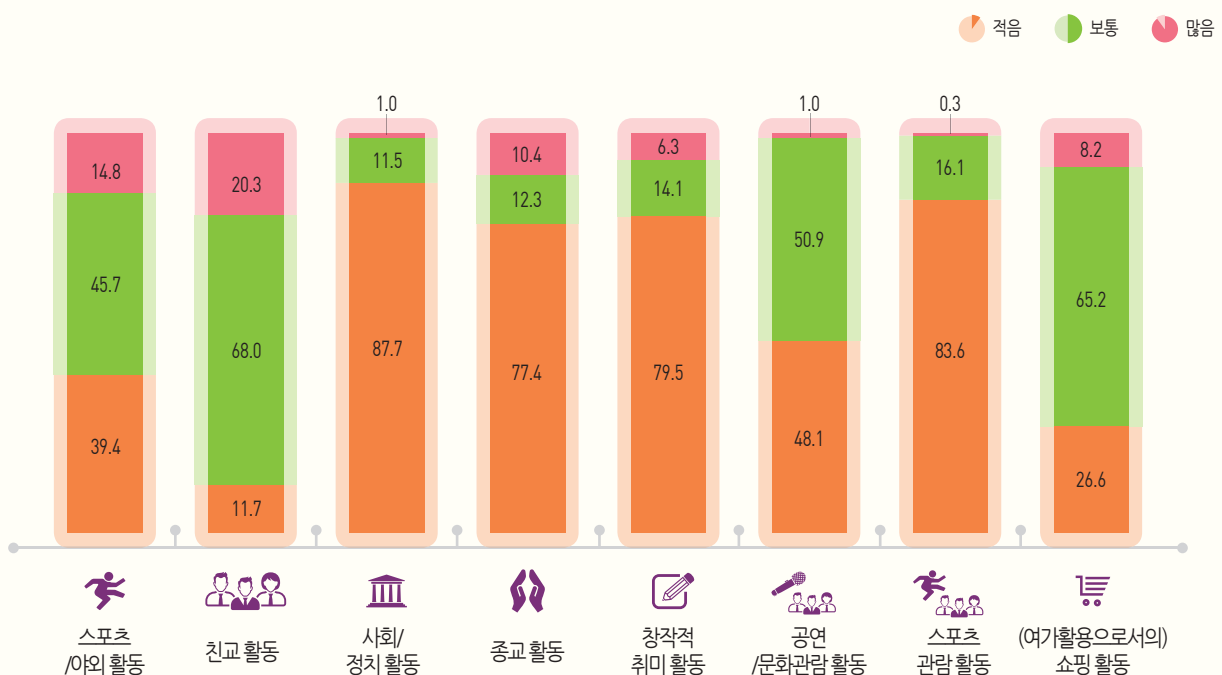
(단위: %)

	거의 하지 않음	1년에 1회 정도	6개월에 1회 정도	3개월에 1회 정도	한 달에 1~3회 정도	1주일에 1~3회 정도	1주일에 4~6회 정도	거의 매일
스포츠/야외활동	33.0	6.4	12.3	14.2	19.2	11.0	2.4	1.4
친교활동	9.1	2.6	6.5	15.5	46.0	16.3	2.5	1.5
사회/정치 활동	79.4	8.3	4.6	4.1	2.7	0.8	0.1	0.1
종교활동	72.3	5.1	3.6	3.3	5.4	9.3	0.6	0.5
창작적 취미활동	72.7	6.8	4.6	4.8	4.7	4.4	1.2	0.7
공연/문화관람활동	37.3	10.8	16.2	23.2	11.5	0.9	0.1	0.0
스포츠 관람활동	69.1	14.5	8.7	5.6	1.8	0.3	0.0	0.0
(여가활용으로서의) 쇼핑활동	21.4	5.2	10.0	24.6	30.7	7.6	0.4	0.2

- 응답을 그룹화하여 살펴 본 결과 ‘사회/정치활동’, ‘공연/문화 관람활동’, ‘스포츠 관람활동’에서 ‘많음’그룹은 거의 나타나지 않음
- ‘스포츠/야외활동’, ‘친교활동’, ‘(여가활용으로서의)쇼핑활동’에서는 ‘보통’인 그룹의 비율이 주로 높았고, ‘종교활동’, ‘창작적 취미활동’에서는 ‘적음’ 그룹의 비율이 압도적으로 높음
- 오프라인 활동 중 가장 일반적으로 참여하는 활동인 ‘스포츠/야외활동’, ‘친교활동’, ‘(여가활용으로서의)쇼핑활동’에 대해 미디어이용행태를 분석함

[그림 1] 오프라인 활동별 그룹 비율

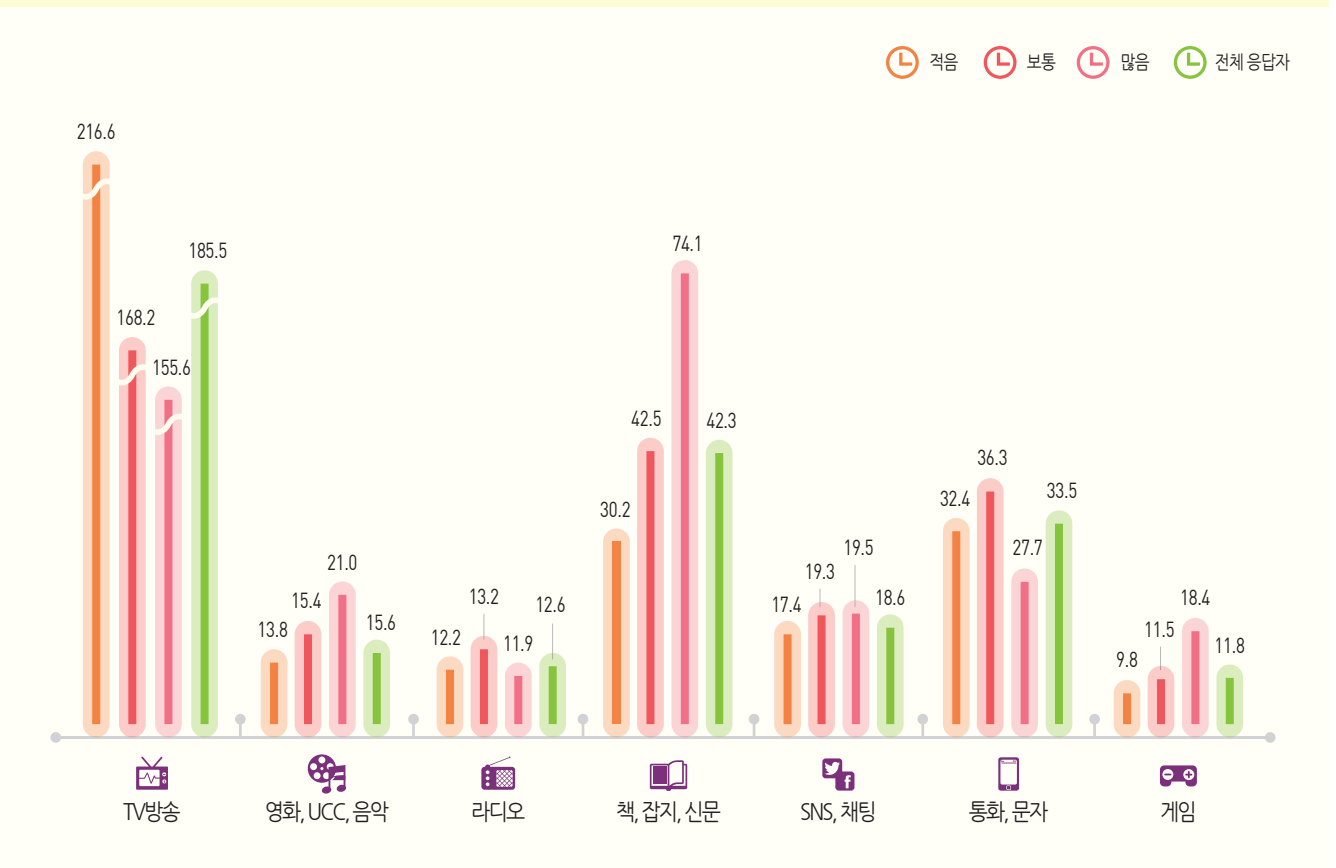
(단위: %)



III 오프라인 활동 정도별 미디어 이용시간

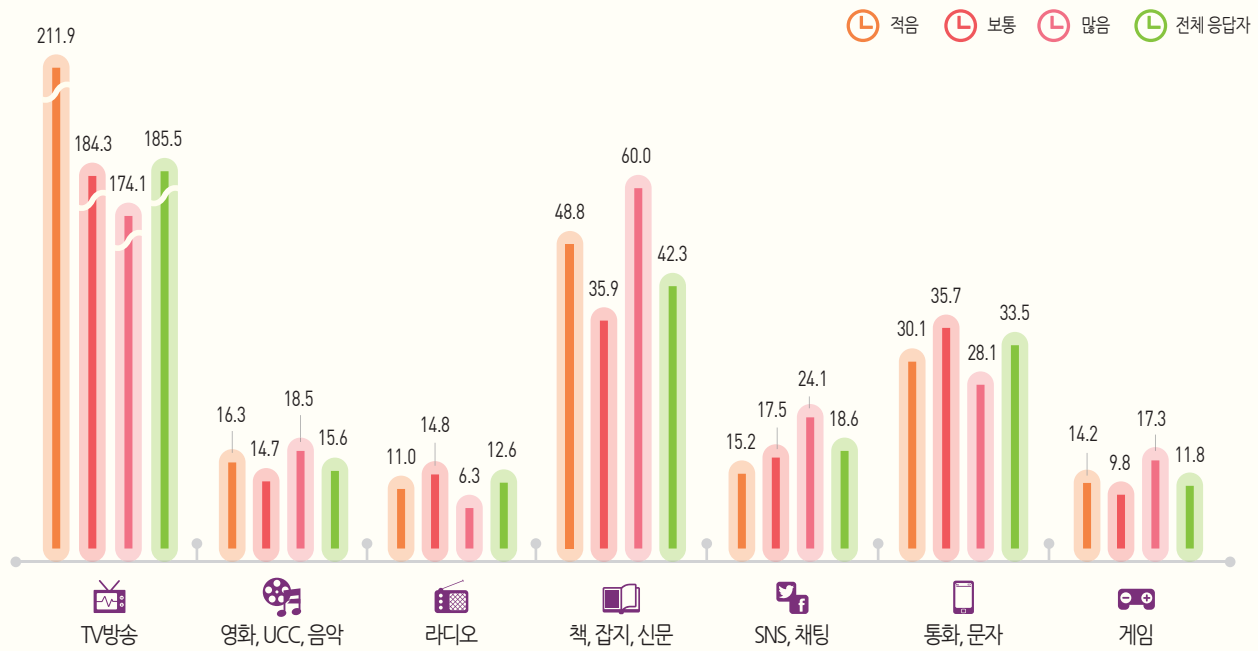
- 스포츠/야외활동이 적은 응답자의 경우 TV방송을 시청하는 시간은 전체응답자 평균보다 약 30분정도 더 많은 것으로 확인
- 스포츠/야외활동이 많은 경우 전체 응답자 대비 TV방송 시청시간은 적고, '책, 잡지, 신문'과 '게임', '영화, UCC, 음악'이용에 시간을 더 많이 소비하는 것으로 나타남
- 특히 '책, 잡지, 신문'이용시간은 스포츠/야외활동이 많은 응답자의 경우 74.1분으로 활동이 적은 응답자 (30.2분)의 2배가 넘음

[그림 2] 스포츠/야외활동 정도별 하루 평균 미디어 이용시간 (단위: 분)



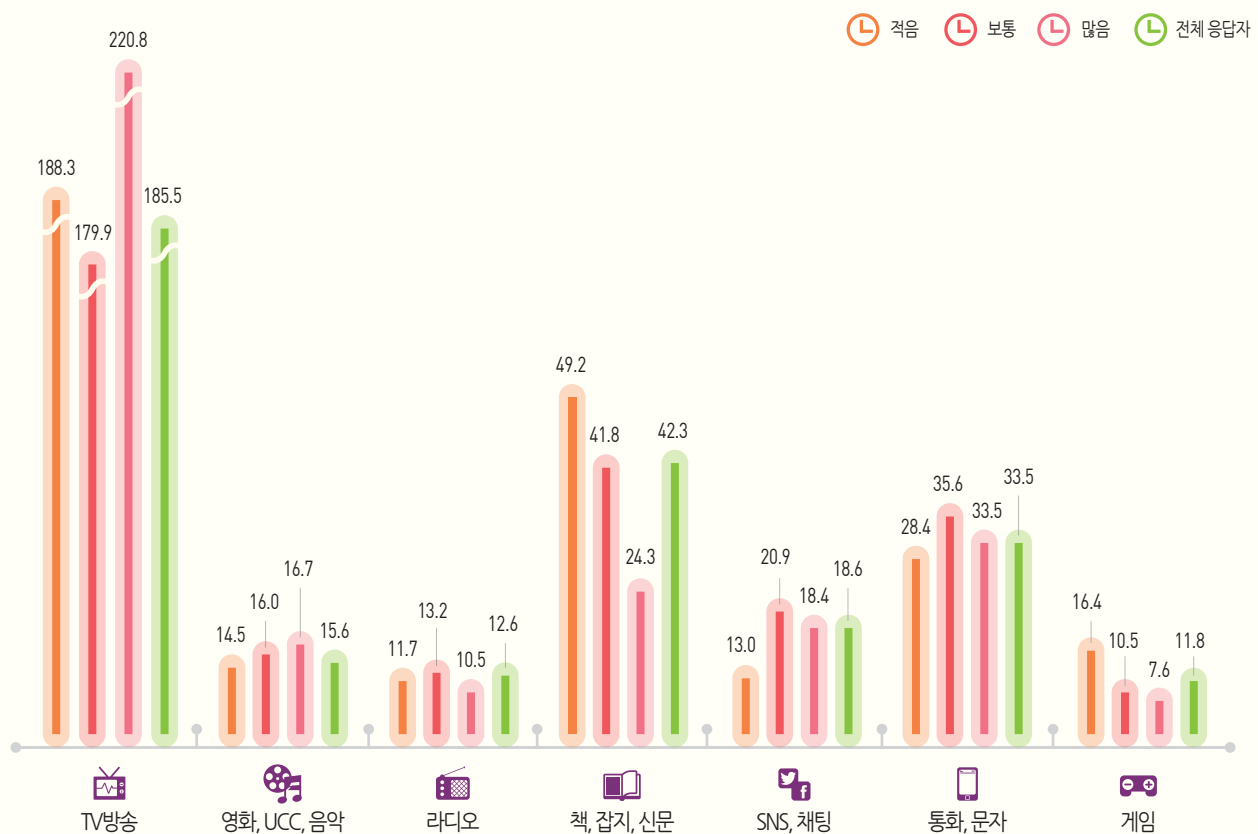
- 친교활동에서도 마찬가지로 활동이 많은 그룹의 TV 이용시간이 가장 적은 것으로 나타남
- 친교활동을 자주하는 응답자의 경우 'SNS, 채팅'은 전체응답자 평균보다 더 많이 하는 반면, 라디오 이용 시간은 절반인 6.3분에 불과

[그림 3] 친교활동 정도별 하루 평균 미디어 이용시간 (단위: 분)



- 쇼핑활동의 경우 활동을 많이 하는 그룹의 TV방송 시청시간이 가장 많고, '책, 잡지, 신문' 이용시간은 가장 적은 것으로 나타나, 앞의 두 활동과 다른 경향을 보임

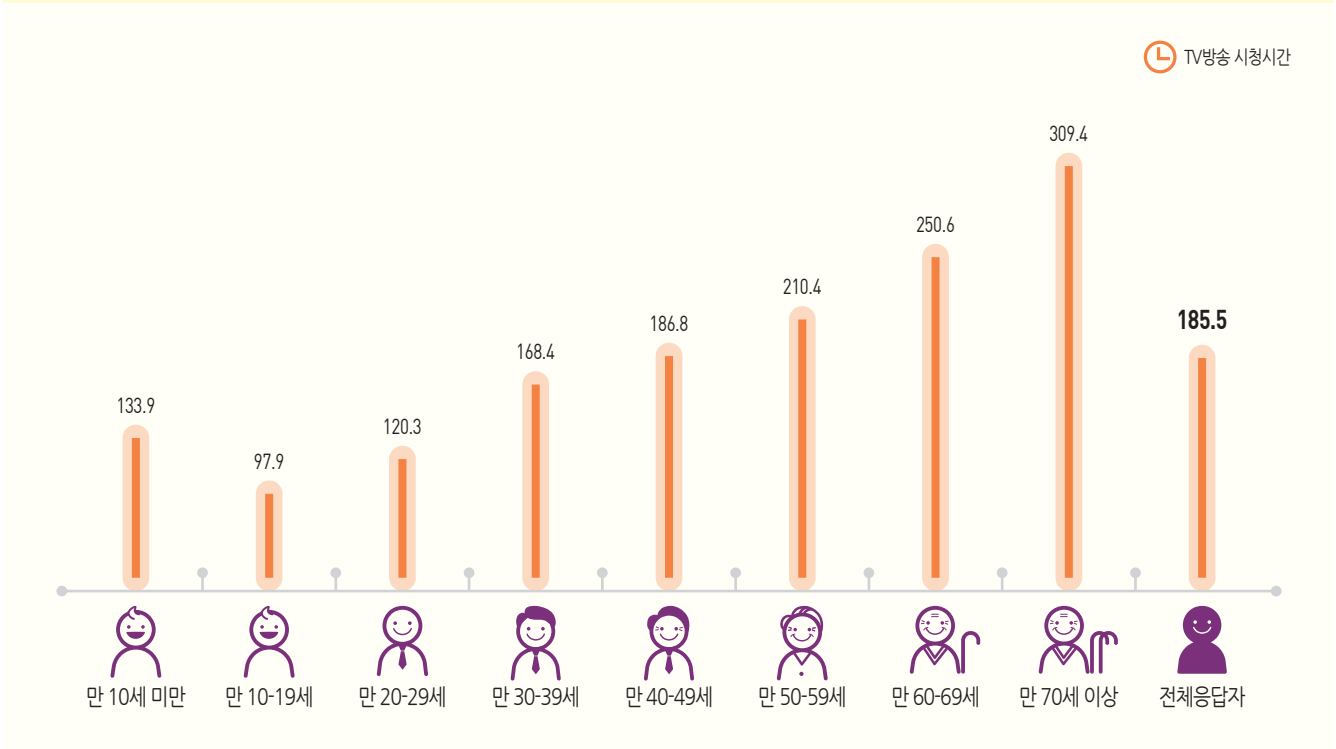
[그림 4] 쇼핑활동 정도별 하루 평균 미디어 이용시간 (단위: 분)



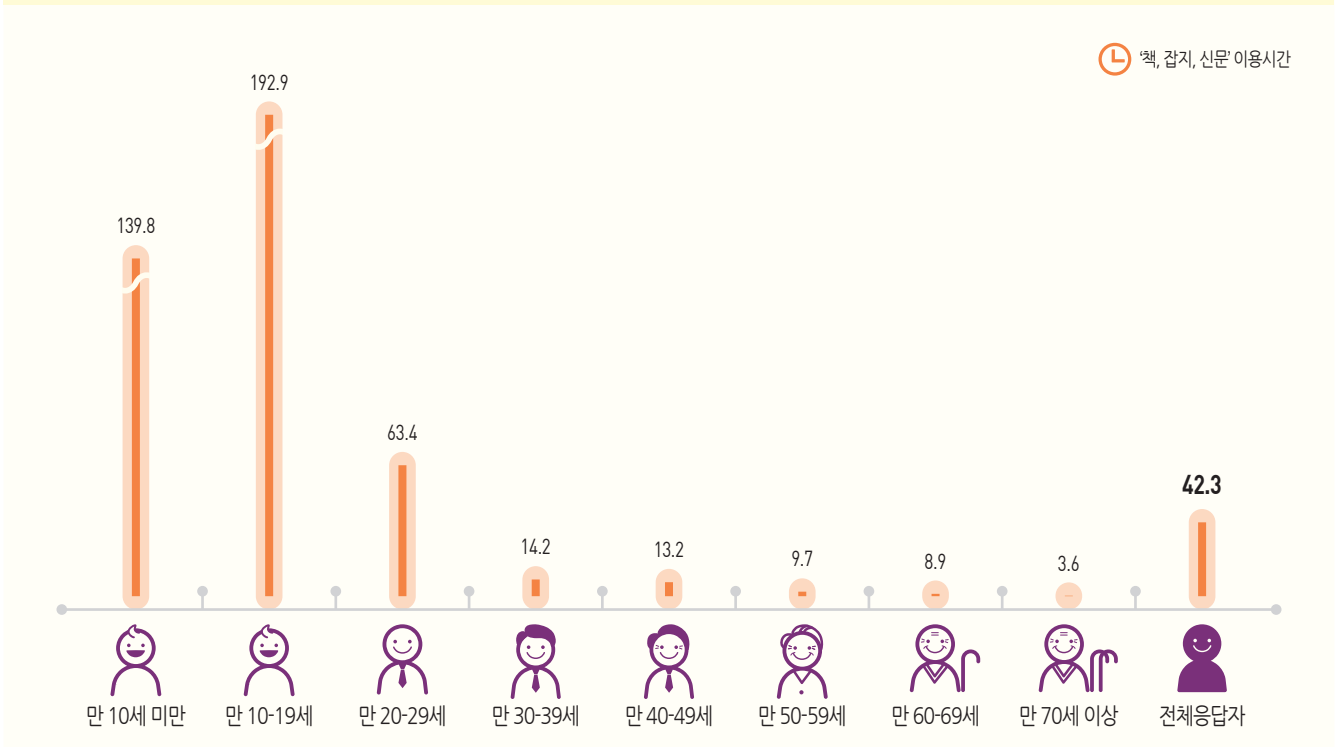
III 연령별 오프라인 활동과 미디어 이용시간

- TV방송의 경우 연령이 증가할수록 TV시청시간도 증가하는 것으로 나타나며, '책, 잡지, 신문'의 경우 10대의 이용시간이 다른 연령에 비해 압도적으로 많은 것으로 나타남

[그림 5] 연령별 TV방송 시청시간



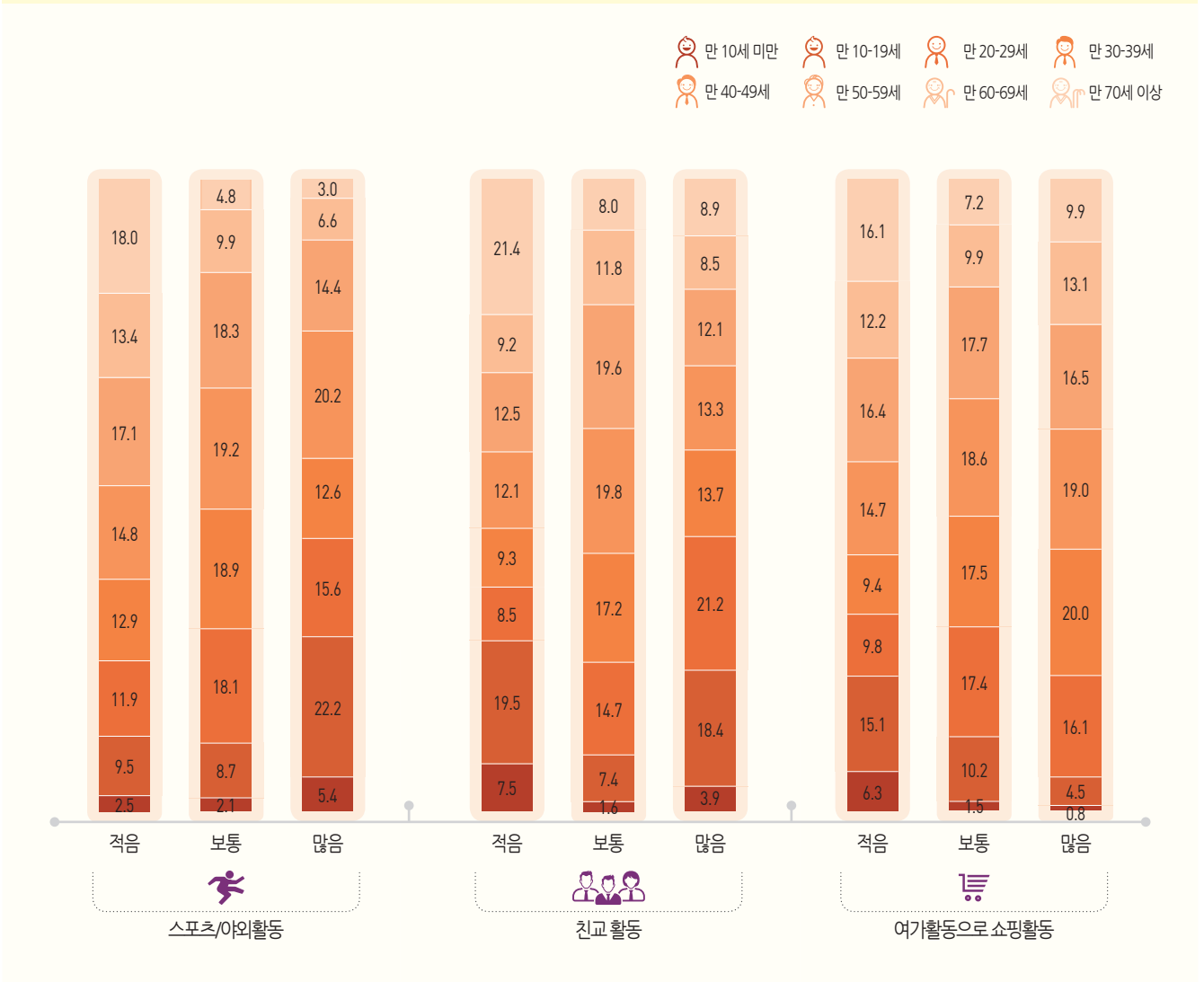
[그림 6] 연령별 '책, 잡지, 신문' 이용시간



- 연령별로 오프라인 활동 정도를 살펴보면 활동이 적은 그룹의 경우 고연령층의 비율이 높은 것을 볼 수 있음
- 10대의 경우 스포츠/야외활동을 많이 하는 그룹은 10대가 가장 높은 비율(22.2%)을 차지한 반면, 쇼핑활동에서는 낮게(4.5%) 나타남

[그림 7] 오프라인 활동 정도별 연령대 분포

(단위: %)



- 스포츠/야외활동과 친교활동의 경우, 많이 활동하는 그룹에서 TV를 적게 시청하는 특징이 전 연령대에서 공통적으로 나타났으며, 쇼핑활동의 경우엔 이와 반대로 많이 활동하는 그룹에서 TV를 많이 시청하는 특징을 보임
- ‘책, 잡지, 신문’의 경우 10대에서는 활동이 많을수록 이용시간이 많았지만, 다른 연령대에서는 이러한 경향이 뚜렷하지 않음

[표 4] 오프라인 활동 정도별 각 연령대의 하루 평균 TV방송 시청시간

(단위: 분)

		만10세 미만	만10-19세	만20-29세	만30-39세	만40-49세	만50-59세	만60-69세	만70세 이상
스포츠/ 야외활동	적음	149.3	97.0	129.3	186.6	200.0	235.2	272.1	323.1
	보통	107.6	95.1	121.7	162.4	184.4	192.8	217.0	266.8
	많음	147.2	102.3	97.9	147.7	166.7	200.4	291.5	296.6
친교활동	적음	143.8	101.3	142.0	187.9	197.1	224.0	288.7	343.8
	보통	136.8	95.4	120.5	165.4	182.5	209.5	241.7	291.7
	많음	119.4	98.8	114.8	173.6	203.4	207.1	271.0	315.3
쇼핑활동	적음	122.7	91.6	103.5	154.3	157.3	207.6	254.6	335.3
	보통	145.6	101.4	123.1	169.6	190.2	209.5	242.1	276.5
	많음	273.3	104.2	129.8	181.4	233.8	227.6	289.0	363.0

[표 5] 오프라인 활동 정도별 각 연령대의 하루 평균 '책, 잡지, 신문' 이용시간

(단위: 분)

		만10세 미만	만10-19세	만20-29세	만30-39세	만40-49세	만50-59세	만60-69세	만70세 이상
스포츠/ 야외활동	적음	88.5	174.8	48.1	12.1	8.9	9.1	6.5	2.4
	보통	189.7	200.3	66.5	15.1	15.4	9.5	11.5	5.6
	많음	141.7	204.7	84.0	15.8	15.3	11.9	10.1	12.3
친교활동	적음	80.6	174.6	22.4	21.6	17.5	10.7	10.5	1.4
	보통	191.7	207.5	63.6	13.7	13.0	9.7	9.0	4.7
	많음	134.5	184.2	72.5	13.3	12.1	9.0	7.5	3.3
쇼핑활동	적음	124.4	177.1	72.4	14.6	15.3	13.7	9.0	3.4
	보통	162.6	201.3	64.3	13.8	13.2	8.7	8.9	4.3
	많음	216.7	214.0	38.6	15.8	8.8	4.4	8.3	1.1

III 결과 요약 및 시사점

- 오프라인 활동 정도별 미디어 이용시간을 살펴본 결과, '스포츠/야외활동'과 '친교활동'을 많이 하는 그룹의 TV시청시간이 가장 적었고, '쇼핑활동'에서는 많이 하는 그룹이 TV를 가장 많이 시청함. 이는 연령별로 분석했을 때도 비슷한 경향을 보임
- 'SNS, 채팅'의 경우 친교활동을 많이 하는 응답자가 해당 미디어를 더 많이 이용하는 것으로 나타났으나, 스포츠/야외활동과 쇼핑활동에서는 그러한 경향이 나타나지 않음
- 스포츠/야외활동과 친교활동을 많이 하는 그룹은 전체응답자에 비해 '책, 잡지, 신문'의 이용시간이 많은 반면, 쇼핑활동을 많이 하는 그룹은 적게 나타남. 이는 '책, 잡지, 신문'의 경우 19세 이하의 이용시간이 현저히 많은데, 쇼핑활동을 많이 하는 그룹에서는 이들의 비율이 특히 낮기 때문인 것으로 판단됨

KISDI STAR

REPORT **목록**

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

발간번호	제목	저자	발간일
16-22호	방송프로그램 VOD시청과 SVOD의 이용	신지형	2016-11-30
16-21호	2016년 한국미디어패널조사 결과 주요 내용	한국미디어패널조사 연구팀	2016-11-15
16-20호	종합유선방송사업자 규모별 매출 추이 분석	노희윤	2016-10-30
16-19호	온라인상의 개인정보침해 우려 정도와 미디어 활용	김윤화	2016-10-15
16-18호	TV 보유 여부에 따른 미디어 이용행태 분석	오윤석	2016-9-30
16-17호	방송채널사용사업자 매출규모별 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2016-9-15
16-16호	라디오 보유와 청취 패턴의 변화	박선영	2016-8-30
16-15호	TV시청시스마트폰동시이용행태분석	이선희	2016-8-15
16-14호	스마트폰이 생기면 달라지는 것들	주재욱	2016-7-30
16-13호	방송프로그램 시청 가능 매체 보유와 이용 트렌드	정용찬	2016-7-15
16-12호	신문기사 이용 행태 분석	김윤화	2016-6-30
16-11호	가구유형별 미디어 이용행태 분석	박선영	2016-6-15
16-10호	지상파DMB 서비스 이용행태 분석	이선희	2016-5-30
16-09호	열여덟, 스물하나, 그들의 다이어리 - 미디어 다이어리 분석	주재욱	2016-5-15
16-08호	태블릿PC 보유와 이용 행태 분석	노희윤	2016-4-30
16-07호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2016-4-15
16-06호	세대별 스마트폰 이용 특성과 영향력 변화	정용찬	2016-3-30
16-05호	어린이 방송매체 이용행태 분석	박선영	2016-3-15
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

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

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
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

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** : 미래창조 과학부 · 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 ☆☆☆

■ 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(2016년 발간)

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



▲ 클릭하면 사이트로 이동



▲ 클릭하면 사이트로 이동