

KISDI STAT

REPORT

2017. 9. 15 / Vol. 17-17


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.

미디어 활용능력(Media Literacy) 추이 분석

김윤화
부연구위원, ICT통계정보연구실

III 분석 데이터 및 분석 목적

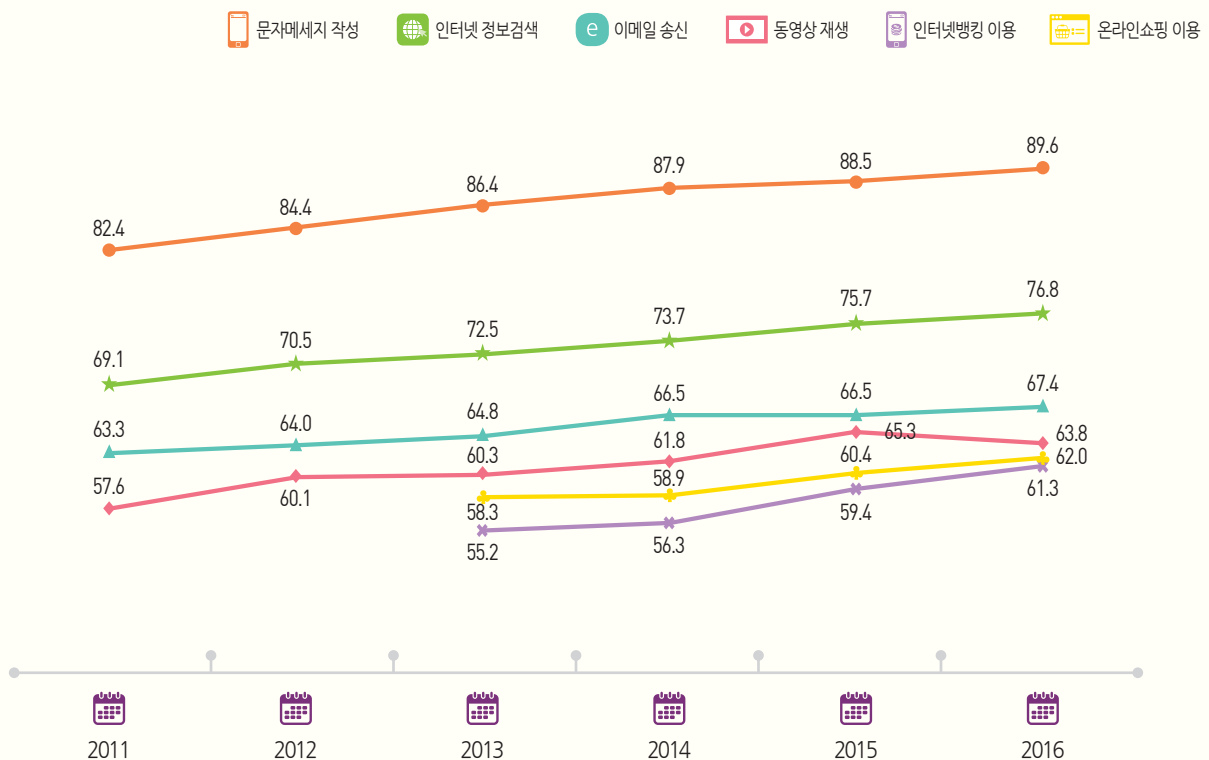
- 한국미디어패널조사는 2010년부터 매년 실시되는 동일 표본 추적 조사로 2016년에는 4,233가구 및 9,788명 개인을 대상으로 미디어 기기 보유 현황, 서비스 가입 및 지출 현황, 미디어 활용 현황, 미디어 다이어리 등을 조사함
- 디지털 기술이 발전하면서 새로운 미디어에 친숙해지기 위해 필요한 접근성, 역량, 활용 차원에서 미디어 활용능력이 중요하게 다루어져 왔다면, 최근 소셜미디어 이용이 확산되면서 미디어에 대한 비판적 이해능력, 소통능력, 참여능력 등이 주목받고 있음(안정임, 2009)
- 이에 본 보고서는 2010년부터 조사해 온 문자메시지 작성, 인터넷 정보검색, 이메일 송신, 동영상 재생 등의 미디어 활용능력 결과를 시계열로 살펴보고, 이러한 미디어 활용능력과 인구통계특성, 스마트폰 보유여부, 인터넷 참여활동 간에 미치는 영향을 분석함

III 미디어 활용능력 추이

- 개인의 미디어 활용능력을 살펴보기 위해 한국미디어패널조사에서는 문자메시지 작성능력, 인터넷 정보 검색 능력, 이메일 송신능력, 동영상 재생능력, 인터넷뱅킹 이용능력, 온라인쇼핑 이용능력 등을 조사함
- 2011년 이후 개인이 문자메시지, 인터넷정보검색, 이메일, 동영상, 인터넷뱅킹, 전자상거래 등을 활용하는 능력은 점진적으로 향상되어 온 것으로 나타남
- 문자메시지 작성능력은 2011년 82.4%에서 2016년 89.6%로 7.2%p 증가하였고, 인터넷 정보검색 능력은 2011년 69.1%에서 2016년 76.8%로 7.7%p 증가함
- 반면 이메일 송신능력은 2011년 63.3%에서 2016년 67.4%로 4.1%p 증가하여 여타 미디어 활용능력에 비해 증가폭이 낮은 것으로 나타났는데, 이는 인스턴트메신저, SNS 등 정보전달매체가 다양화되면서 이메일 이용이 감소한 것에 영향을 받았을 가능성을 시사
 - ※ SNS 이용률은 5년간 27.4%p 증가(2011년 16.8%→2016년 44.2%), 이메일 이용률은 5년간 6.1%p 증가(2011년 57.8%→2016년 63.9%)
- 인터넷뱅킹 및 온라인쇼핑 이용능력은 2016년 61%-62%로 동영상 재생 능력과 유사한 수준으로 향상됨

[그림 1] 미디어 활용능력 추이

(단위: %)



주1: 문자메시지 작성능력 문항은 “휴대폰 문자 메시지를 작성하여 타인에게 보낼 수 있습니까?”, 인터넷 정보검색능력 문항은 “인터넷 포털사이트나 검색사이트에서 검색어를 입력하여 정보검색을 할 수 있습니까?”, 이메일 송신능력 문항은 “이메일을 작성하여 타인에게 보낼 수 있습니까?”, 동영상 재생능력 문항은 “곰플레이어/윈도우미디어플레이어/아이튠스 등의 동영상 재생프로그램을 통해 동영상 파일을 재생시킬 수 있습니까?”, 인터넷뱅킹 이용능력 문항은 “인터넷을 통해 인터넷뱅킹을 할 수 있습니까?”, 온라인쇼핑 이용능력 문항은 “인터넷을 통해 온라인쇼핑이나 영화·공연 등 온라인 예약/예매를 할 수 있습니까?”로 구성됨

주2: 인터넷뱅킹, 온라인쇼핑 이용여부는 2013년부터 조사됨

- 남성의 정보검색능력은 2011년 74.4%에서 2016년 81.6%로 7.2%p 증가하였고, 여성은 63.9%에서 72.1%로 8.2%p 증가하여 남성보다 여성의 능력이 조금 더 향상된 것으로 나타남
- 연령별로 살펴보면, 20대의 정보검색능력은 타연령대 대비 가장 뛰어난 것으로 나타났으며, 30대 이상의 정보 검색능력은 크게 신장되고 있는 것으로 나타남
- 특히 50대의 정보검색능력은 2011년 44.4%에서 2016년 79.1%로 5년간 매우 큰 폭(34.7%p)으로 능력이 향상되었고, 다음으로 60대(18.3%p), 40대(13.6%p)의 순으로 정보검색능력이 크게 향상된 것으로 나타남

[표 1] 성별, 연령대별 인터넷 정보검색능력 추이

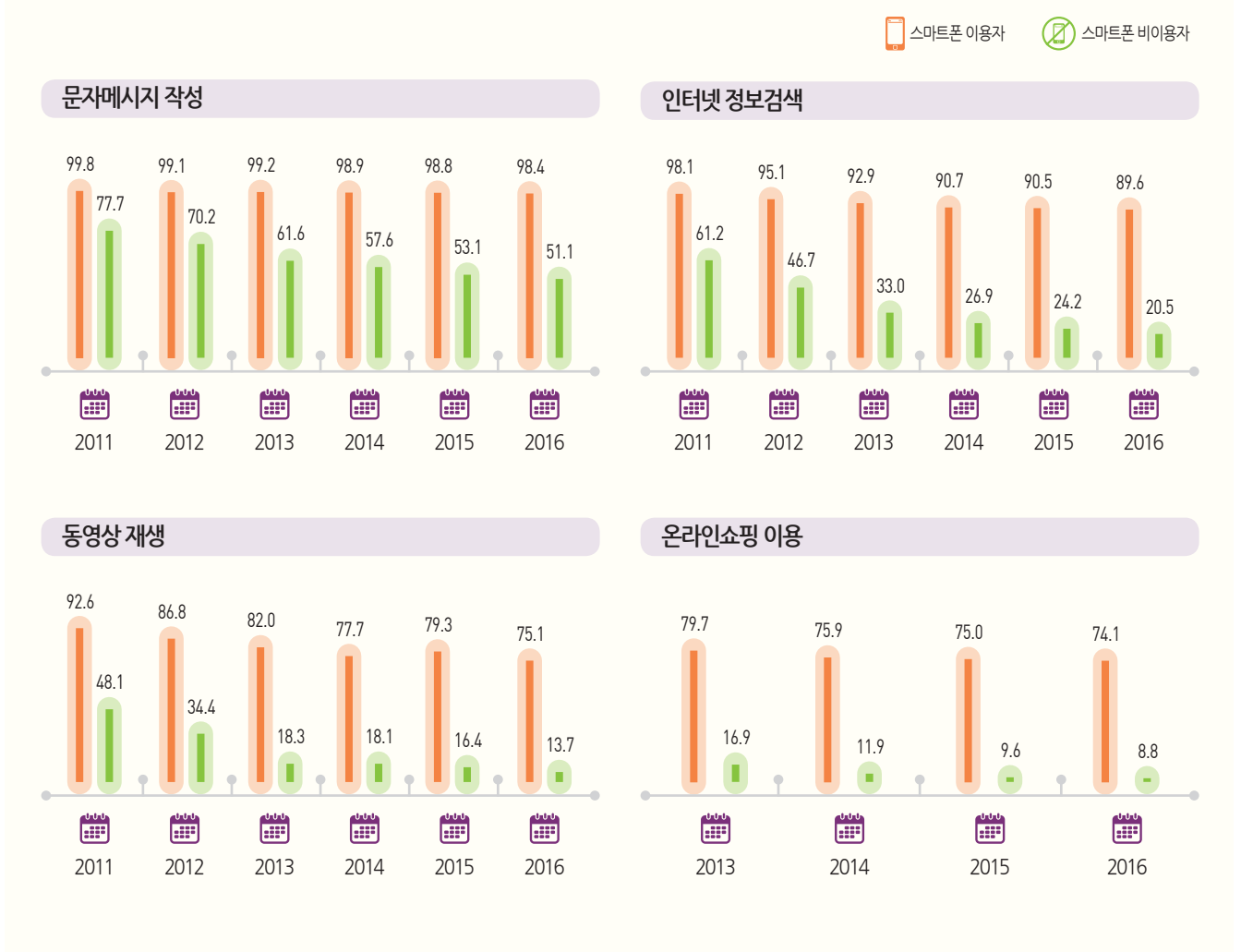
(단위: %)

		2011	2012	2013	2014	2015	2016
성 별	남	74.4	76.1	77.7	78.5	80.7	81.6
	여	63.9	64.9	67.4	69.0	70.7	72.1
연 령 별	만 10세 미만	50.4	52.2	47.4	51.3	47.3	46.2
	만 10-19세	94.2	93.6	95.2	93.8	93.0	93.2
	만 20-29세	97.6	98.1	99.7	98.6	99.8	99.1
	만 30-39세	94.2	97.1	96.7	96.9	97.8	98.8
	만 40-49세	81.0	84.5	89.3	91.3	93.8	94.6
	만 50-59세	44.4	51.4	59.1	64.9	73.6	79.1
	만 60-69세	16.7	18.1	23.3	26.4	30.7	35.0
	만 70세 이상	4.1	2.8	3.9	4.5	5.7	7.0

스마트폰 보유와 미디어 활용능력

- 스마트폰 이용자의 미디어 활용능력은 비이용자보다 단연 높은 것으로 나타남. 2016년 기준 스마트폰 이용자의 98.4%가 문자메시지 작성이 가능하고 89.6%가 인터넷정보검색이 가능한 반면, 스마트폰 비이용자는 각각 51.1%, 20.5%로 미디어 활용능력에 큰 차이를 보임
- 또한 스마트폰 이용여부에 따른 미디어 활용능력의 차이가 커지는 양상이 뚜렷함. 인터넷정보검색 능력의 경우 2011년 스마트폰 이용자와 비이용자간 차이가 36.9%p였으나 2016년 조사결과에서는 69.1%p로 차이가 매우 커진 것을 알 수 있음

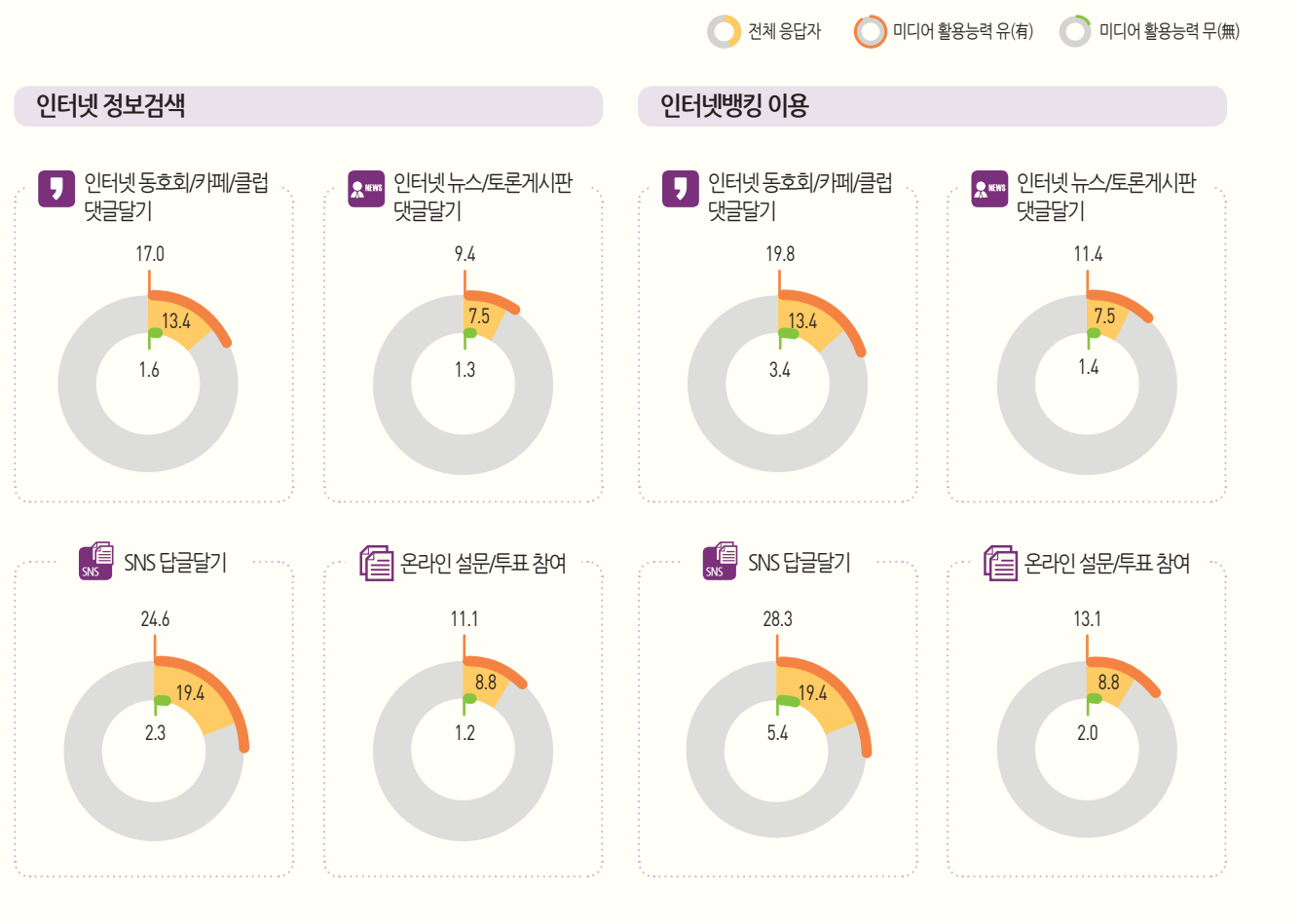
[그림 2] 스마트폰 이용 여부에 따른 미디어 활용능력 추이 (단위: %)



III 미디어 활용능력과 인터넷 참여활동

- 인터넷동호회/카페, 인터넷 뉴스/토론게시판, SNS, 온라인 설문/투표 참여 등에 있어서 미디어 활용능력이 있는 개인이 그렇지 못한 개인에 비해 훨씬 적극적인 것으로 나타남
- 인터넷정보검색 능력이 있는 개인의 9.4%는 인터넷 뉴스/토론게시판에 댓글을 달아본 경험이 있는 반면, 전체 응답자는 7.5%, 능력이 없는 개인의 경우 1.3%만이 댓글을 달아본 경험이 있는 것으로 나타남

[그림 3] 미디어 활용능력 유무에 따른 인터넷활동 참여율 (단위: %)



주: 2016년 기준

III 결과 요약 및 시사점

- 한국미디어패널조사 결과에 따르면 개인의 문자메시지, 인터넷정보검색, 이메일, 동영상, 인터넷쇼핑 등 개인의 미디어 활용능력은 지속적으로 향상되어 온 것을 확인
- 2016년 기준 전체조사대상의 89.6%가 문자메시지 작성이 가능하고, 76.8%가 인터넷정보검색이 가능하며, 67.4%가 이메일을 작성하여 송신할 수 있으며, 62%가 인터넷쇼핑을 할 수 있는 것으로 파악됨
- 지난 5년간 남성보다는 여성, 연령별로는 30대 이상의 정보검색 능력이 상대적으로 크게 향상된 것으로 나타났으며, 특히 고령층은 정보활용능력에 있어 취약계층으로 간주되어 왔으나 50대, 60대의 정보활용능력의 향상 정도가 큰 것으로 파악됨
- 미디어 활용능력이 있는 개인은 그렇지 않은 개인에 비해 인터넷 동호회, 뉴스게시판, 온라인설문 등 온라인상에서의 소통과 참여에 보다 적극적인 것으로 나타남
- 스마트폰 이용자의 미디어 활용능력은 비이용자에 비해 단연 높은 것으로 나타나 성욱준(2014)의 스마트기기의 보유가 정보이용능력에 정(+)의 영향을 준다는 연구결과와 일치함. 그러나 스마트폰 이용여부에 따른 미디어 활용능력의 차이가 커지는 양상이 뚜렷하여 스마트폰이 정보격차에 미치는 영향에 대한 향후 고찰이 필요

III 참고자료

- 성욱준(2014), 스마트시대의 정보리터러시와 정보격차에 관한 연구. 한국사회와 행정연구 제25권 제2호, 서울행정학회, 2014.8.
- 안정임(2009), 디지털 미디어 리터러시의 의미와 정책적 시사점, 미디어미래연구소, 2009.11.

KISDI STAR

REPORT 목록

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

발간번호	제목	저자	발간일
17-16호	1인 가구의 유료방송 이용 실태	김상우	2017-08-31
17-15호	유료방송사업자 방송사업매출 및 유료VOD수신료매출 추이 분석	노희윤	2017-08-15
17-14호	통계로 보는 흡소핑방송 환경의 변화	이선희	2017-07-31
17-13호	스마트폰 연동기기의 증가 현황 및 연동기기 보유자의 특성	오윤석	2017-07-15
17-12호	능동적 인터넷 이용자의 미디어·콘텐츠 이용 행태 분석	남충현	2017-06-30
17-11호	온라인쇼핑 이용 현황과 구매 행태 분석	최지혜	2017-06-15
17-10호	1인가구의 매체 보유와 이용 특성	정용찬	2017-05-31
17-09호	디지털, 아날로그 케이블TV의 가입자 특성 비교	김상우	2017-05-15
17-08호	미디어 동시 이용행태 분석 - 스마트폰을 중심으로	오윤석	2017-04-30
17-07호	온라인 동영상 제공 서비스(OTT) 이용자 특성 분석	이선희	2017-04-15
17-06호	중장년층의 스마트미디어 보유 및 활용	김윤화	2017-03-31
17-05호	라디오 보유와 이용행태 변화	박선영	2017-03-15
17-04호	가정 내 미디어 이용제한과 아동·청소년의 이용시간	신지형	2017-02-28
17-03호	20대의 자아존중감과 SNS 활동 특성	최지혜	2017-02-15
17-02호	방송산업 종사자 수 시계열 추이 분석	노희윤	2017-01-31
17-01호	스마트폰, TV 경쟁 매체의 가능성	정용찬	2017-01-15
16-24호	2016년 방송산업 실태조사 결과 주요 내용	방송산업 실태조사 연구팀	2016-12-30
16-23호	오프라인 활동 정도별 미디어 이용행태	오윤석	2016-12-15
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	2016-09-30
16-17호	방송채널사용사업자 매출규모별 방송사업매출 추이 분석	노희윤	2016-09-15
16-16호	라디오 보유와 청취 패턴의 변화	박선영	2016-08-30
16-15호	TV시청시스마트폰동시이용행태분석	이선희	2016-08-15
16-14호	스마트폰이 생기면 달라지는 것들	주재욱	2016-07-30
16-13호	방송프로그램 시청 가능 매체 보유와 이용 트렌드	정용찬	2016-07-15
16-12호	신문기사 이용 행태 분석	김윤화	2016-06-30
16-11호	가구유형별 미디어 이용행태 분석	박선영	2016-06-15
16-10호	지상파DMB 서비스 이용행태 분석	이선희	2016-05-30

2015년 4월부터 정기간행물로 등록하여 발간하고 있습니다.

16-09호	열여덟, 스물하나, 그들의 다이어리 - 미디어 다이어리 분석	주재욱	2016-05-15
16-08호	태블릿PC 보유와 이용 행태 분석	노희윤	2016-04-30
16-07호	SNS(소셜네트워크서비스) 이용추이 및 이용행태 분석	김윤화	2016-04-15
16-06호	세대별 스마트폰 이용 특성과 영향력 변화	정용찬	2016-03-30
16-05호	어린이 방송매체 이용행태 분석	박선영	2016-03-15
16-04호	복수 미디어 이용자 특성과 방송 프로그램 시청 행위 분석	이선희	2016-02-29
16-03호	인지욕구와 미디어 이용 행태	하형석	2016-02-15
16-02호	주요국의 ICT 발전지수 변화 추세 분석	정부연	2016-01-30
16-01호	방송사업자의 방송 프로그램 제작·구매비 추이 분석	유선실	2016-01-15
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
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

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** : 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☆☆

■ 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.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

■ 미디어 통계수첩(2017년 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