

# KISDI STAT

## REPORT

2015. 6. 30 / Vol. 15-06


**정보통신정책연구원**  
KOREA INFORMATION SOCIETY DEVELOPMENT INSTITUTE

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

## 연령대별 수면 전후의 미디어 이용

하형석  
 연구원, ICT통계분석센터

### III 분석 목적 및 자료

- 바쁜 일상을 살아가는 현대인들에게 미디어의 이용은 하루 24시간이라는 제한된 시간 속에서 한정적으로 이용될 수밖에 없으며 가장 큰 비중을 차지하는 수면 시간에 영향을 받음
- OECD 조사 결과<sup>1)</sup>에 따르면 한국인의 평균 수면시간은 7시간 49분으로 OECD 18개 조사 국가 가운데 하위를 기록하였고, 최근 연구에서는 수면이 사고, 행동, 정서 등에 영향을 준다는 것이 밝혀짐으로써 수면의 중요성이 강조되고 있음
- 본 보고서는 만 6세 이상 가구원을 대상으로 한 2011년-2014년 한국미디어패널조사<sup>2)</sup> 결과 중 미디어 다이어리 조사 결과를 바탕으로 미디어 이용시간과 수면 시간을 분석함
- 또한, 수면 시간 전후의 미디어 이용이 연령별로 어떤 차이를 보이는지 살펴보고자 함

### III 미디어 이용시간과 수면

- 전체 미디어<sup>3)</sup>의 일평균 총 이용시간은 2011년 6시간 48분, 2012년 6시간 42분, 2013년 6시간 50분, 2014년 6시간 43분으로 미디어 이용의 총 시간은 연도별로 크게 변화가 없는 것으로 나타남

1) OECD(2009), Society at a Glance - OECD Social Indicators

2) 정보통신정책연구원(KISDI)은 2010년 서울/경기 및 6대 광역시에 거주하는 약 3,000여 가구를 중심으로 시작하여 2011년부터는 만 6세 이상 가구원을 모집단으로 전국 16개 시도의 5,000여 가구와 가구원 약 1만 2천명을 대상으로 매년 한국 미디어 패널조사를 실시하고 있으며, 미디어 다이어리를 기입하는 방식을 통하여 가구원의 미디어 이용 장소, 이용매체, 이용행위, 연결방법에 대한 정보를 하루 15분 단위로 파악하는 조사가 포함되어 있음

3) 한국미디어패널조사 미디어 다이어리에서는 전체 미디어를 다음과 같은 9개의 세부항목으로 구분함: 1. TV(가정용 TV, 전광판/옥외 TV, 휴대용 TV, 차량용 TV), 2. 컴퓨터(데스크톱 PC, 일반 노트북 PC, 넷북, 태블릿 PC, PDA, 네비게이션, 키오스크), 3. 전화기(공중 전화기, 일반 전화기, 인터넷 전화기, 일반 휴대폰, PDA 폰, 스마트폰(스마트워치 포함)), 4. 종이 매체(신문/책/잡지, 그림/사진/편지), 5. 오디오기기(일반 라디오, 가정용 오디오, 카오디오, 오디오 레코더, 휴대용 오디오), 6. 촬영기기(디지털 카메라, 비디오 녹화기기), 7. 비디오 재생/녹화기기(VCR, DVD플레이어, PVR/DVR/DivX 플레이어, 휴대용 비디오 재생기기), 8. 게임기(휴대용 게임기, 가정용 게임기), 9. 공간 미디어(영화관, 노래방, 멀티미디어방, 공연장, 갤러리, 박물관, 스포츠경기장)

- 각 미디어별 이용시간을 살펴보면, TV의 이용시간은 변화가 없고, 컴퓨터와 종이매체의 이용시간은 감소하는 추세에 있는 반면, 스마트폰의 등장으로 인하여 스마트폰과 이를 포함하는 전화기의 이용시간은 증가하는 추세에 있음
- 일평균 수면 시간은 2011년 7시간 57분, 2012년 7시간 52분, 2013년 7시간 58분, 2014년 8시간 7분으로 약 8시간 정도 취침하는 것으로 조사됨
- 취침 시간<sup>4)</sup>을 살펴보면, 2011년 23시 13분, 2012년 23시 19분, 2013년 23시 15분, 2014년 23시 14분으로 평균적으로 밤 11시 15분 근처에서 수면을 시작하는 것으로 나타남

[표 1] 미디어 이용시간과 수면

	2011년	2012년	2013년	2014년
전체 미디어	6시간 48분	6시간 42분	6시간 50분	6시간 43분
TV	3시간 8분	3시간 3분	3시간 6분	3시간 6분
컴퓨터	1시간 16분	1시간 10분	1시간 7분	1시간
전화기	1시간 13분	1시간 20분	1시간 26분	1시간 32분
스마트폰	21분	46분	1시간 6분	1시간 16분
종이 매체	53분	54분	52분	46분
오디오기기	13분	11분	15분	13분
촬영기기	1분	1분	0분	0분
비디오 재생/녹화기기	1분	0분	0분	0분
게임기	1분	1분	0분	0분
공간 미디어	2분	2분	3분	5분
수면 시간	7시간 57분	7시간 52분	7시간 58분	8시간 7분
취침 시간	23:13	23:19	23:15	23:14

주: 전체 응답자 기준(2011년: 12,000명, 2012년: 10,319명, 2013년: 10,464명, 2014년: 10,172명)

### III 성별/연령대별/가구소득별 미디어 이용시간과 수면

- [표 1]의 결과를 토대로 하루 24시간 중 1시간 이상을 사용하는 미디어인 TV, 컴퓨터, 스마트폰과 수면을 개인 특성별로 나누어 살펴 봄
- 먼저, TV의 2014년 일평균 이용시간은 3시간 6분으로, 전체 미디어 이용시간인 6시간 43분 중 절반이상의 비중을 차지할 정도로 많이 이용하는 매체라 볼 수 있음
- 성별로는 남성보다 여성이 1시간 가량 더 이용하는 것으로 나타났고, 연령대별로는 연령대가 높을수록 TV의 이용시간이 많은 것으로 나타남
- 가구소득별로는 소득이 많을수록 TV 이용시간이 적은 것으로 나타남

4) 취침 시간은 수면을 시작하는 시간임. 한국미디어패널조사에서 미디어 다이어리는 3일동안 15분단위로 수면 및 미디어 이용에 대하여 조사하며 매 일차의 시작시간은 자정임. 따라서 수면을 시작하는 시간을 정확히 측정할 수 있는 1일차 PM. 6:00 이후 - 2일차 AM. 3:00, 그리고 2일차 PM. 6:00 이후 - 3일차 AM. 3:00 사이에 처음 수면에 들기 시작한 시간의 평균으로 측정됨

[표 2] 성별/연령대별/가구소득별 TV 이용시간

		2011년	2012년	2013년	2014년
TV		3시간 8분	3시간 3분	3시간 6분	3시간 6분
성별	남성	2시간 37분	2시간 37분	2시간 36분	2시간 37분
	여성	3시간 40분	3시간 28분	3시간 36분	3시간 35분
연령대별 (만나이)	18세 미만	1시간 41분	1시간 43분	1시간 44분	1시간 56분
	18세-24세	1시간 44분	1시간 47분	1시간 51분	1시간 53분
	25세-34세	2시간 53분	2시간 43분	2시간 30분	2시간 28분
	35세-44세	3시간 2분	2시간 55분	3시간 0분	3시간 4분
	45세-54세	3시간 34분	3시간 14분	3시간 18분	3시간 17분
	55세 이상	4시간 42분	4시간 32분	4시간 35분	4시간 25분
가구소득별	100만원 미만	4시간 29분	4시간 35분	4시간 44분	4시간 39분
	100-200만원	3시간 39분	3시간 23분	3시간 32분	3시간 40분
	200-300만원	3시간 9분	3시간 8분	3시간 6분	3시간 9분
	300-400만원	2시간 56분	2시간 48분	2시간 53분	3시간 0분
	400-500만원	2시간 34분	2시간 37분	2시간 45분	2시간 47분
	500만원 이상	2시간 26분	2시간 28분	2시간 32분	2시간 26분

- 다음으로 컴퓨터 이용시간을 살펴보면, 2011년 1시간 16분, 2012년 1시간 10분, 2013년 1시간 7분, 2014년 1시간으로 점점 감소하는 추세임
- 성별로는 남성이 여성보다 2014년 기준 약 40분 가량 더 이용하는 것으로 나타났고, 연령대별로는 만 25세-만 34세가 1시간 51분으로 가장 많은 시간을 이용하며, 만 55세 이상이 15분으로 가장 적은 시간을 이용하는 것으로 나타남
- 가구소득별로는 소득이 많을수록 컴퓨터를 더 많이 이용하는 것으로 나타나 TV 이용시간과는 반대의 양상을 보임

[표 3] 성별/연령대별/가구소득별 컴퓨터 이용시간

		2011년	2012년	2013년	2014년
컴퓨터		1시간 16분	1시간 10분	1시간 7분	1시간
성별	남성	1시간 39분	1시간 32분	1시간 27분	1시간 21분
	여성	54분	49분	46분	39분
연령대별 (만나이)	18세 미만	58분	52분	43분	41분
	18세-24세	2시간 6분	1시간 46분	1시간 36분	1시간 24분
	25세-34세	2시간 24분	2시간 18분	2시간 10분	1시간 51분
	35세-44세	1시간 41분	1시간 33분	1시간 36분	1시간 24분
	45세-54세	59분	1시간 3분	58분	59분
	55세 이상	16분	14분	16분	15분
가구소득별	100만원 미만	33분	24분	14분	12분
	100-200만원	51분	48분	42분	36분
	200-300만원	1시간 16분	1시간 6분	1시간 2분	50분
	300-400만원	1시간 26분	1시간 15분	1시간 9분	1시간
	400-500만원	1시간 36분	1시간 28분	1시간 31분	1시간 23분
	500만원 이상	1시간 40분	1시간 40분	1시간 34분	1시간 26분

- 스마트폰 이용시간은 2011년 21분, 2012년 46분, 2013년 1시간 6분, 2014년 1시간 16분으로 스마트폰 보유<sup>5)</sup>가 늘어남에 따라 꾸준히 증가하고 있고, 성별로는 남성의 이용시간이 약간 많지만 2014년 기준 이용시간의 차이는 4분으로 큰 차이를 보이지는 않음
- 연령대별로는 만 18세-만 24세가 이용시간이 가장 많은 것으로 나타났고, 만 55세 이상이 가장 적게 이용하는 것으로 조사됨
- 가구소득별로는 소득이 많을수록 컴퓨터와 마찬가지로 스마트폰 이용시간은 많은 것으로 나타남

[표 4] 성별/연령대별/가구소득별 스마트폰 이용시간

		2011년	2012년	2013년	2014년
스마트폰		21분	46분	1시간 6분	1시간 16분
성별	남성	25분	48분	1시간 11분	1시간 18분
	여성	17분	44분	1시간 1분	1시간 14분
연령대별 (만나이)	18세 미만	7분	36분	53분	1시간 9분
	18세-24세	1시간 3분	1시간 40분	2시간 9분	2시간 13분
	25세-34세	48분	1시간 24분	1시간 42분	1시간 53분
	35세-44세	25분	1시간 2분	1시간 27분	1시간 36분
	45세-54세	9분	33분	1시간 1분	1시간 16분
	55세 이상	1분	5분	15분	23분
가구소득별	100만원 미만	13분	16분	24분	20분
	100-200만원	14분	34분	47분	52분
	200-300만원	20분	41분	1시간 7분	1시간 17분
	300-400만원	22분	48분	1시간 15분	1시간 20분
	400-500만원	23분	1시간 1분	1시간 17분	1시간 31분
	500만원 이상	31분	1시간 6분	1시간 17분	1시간 37분

- 수면 시간은 성별에는 큰 차이가 없는 것으로 나타났고, 연령대별로는 만 45세-만 54세가 가장 수면 시간이 적은 것으로 나타남
- 가구소득별로는 소득이 많을수록 일평균 수면 시간이 적은 것으로 나타남

5) 한국미디어패널조사에서 조사된 스마트폰 보유율은 2011년 24.2%, 2012년 48.0%, 2013년 72.0%, 2014년 79.5%로 조사됨

[표 5] 성별/연령대별/가구소득별 수면 시간

		2011년	2012년	2013년	2014년
수면 시간		7시간 57분	7시간 52분	7시간 58분	8시간 7분
성별	남성	7시간 56분	7시간 50분	7시간 55분	8시간 5분
	여성	7시간 59분	7시간 55분	8시간 1분	8시간 9분
연령대별 (만나이)	18세 미만	8시간 23분	8시간 22분	8시간 30분	8시간 42분
	18세-24세	8시간 13분	8시간 7분	8시간 9분	8시간 16분
	25세-34세	8시간 2분	7시간 53분	7시간 56분	8시간 7분
	35세-44세	7시간 46분	7시간 40분	7시간 44분	7시간 52분
	45세-54세	7시간 37분	7시간 32분	7시간 36분	7시간 45분
	55세 이상	7시간 55분	7시간 52분	8시간 4분	8시간 12분
가구소득별	100만원 미만	8시간 9분	8시간 8분	8시간 19분	8시간 29분
	100-200만원	7시간 59분	7시간 50분	7시간 1시간	8시간 13분
	200-300만원	7시간 59분	7시간 54분	8시간 1분	8시간 8분
	300-400만원	7시간 55분	7시간 52분	7시간 53분	8시간 4분
	400-500만원	7시간 49분	7시간 47분	7시간 55분	8시간 6분
	500만원 이상	7시간 54분	7시간 47분	7시간 50분	7시간 56분

- 취침 시간은 수면 시간과 마찬가지로 성별에는 큰 차이가 없는 것으로 나타났고, 만 18세-만 24세의 취침 시간은 자정 근처로 가장 늦게 취침하는 것으로 나타남
- 만 55세 이상의 평균 취침 시간은 2014년 기준 밤 10시 38분으로 만 45세-만 54세의 취침 시간인 밤 11시 23분 보다 약 45분정도 일찍 취침하는 것으로 나타남
- 가구소득별로는 소득이 많을수록 취침 시간이 늦은 것으로 나타남

[표 6] 성별/연령대별/가구소득별 취침 시간

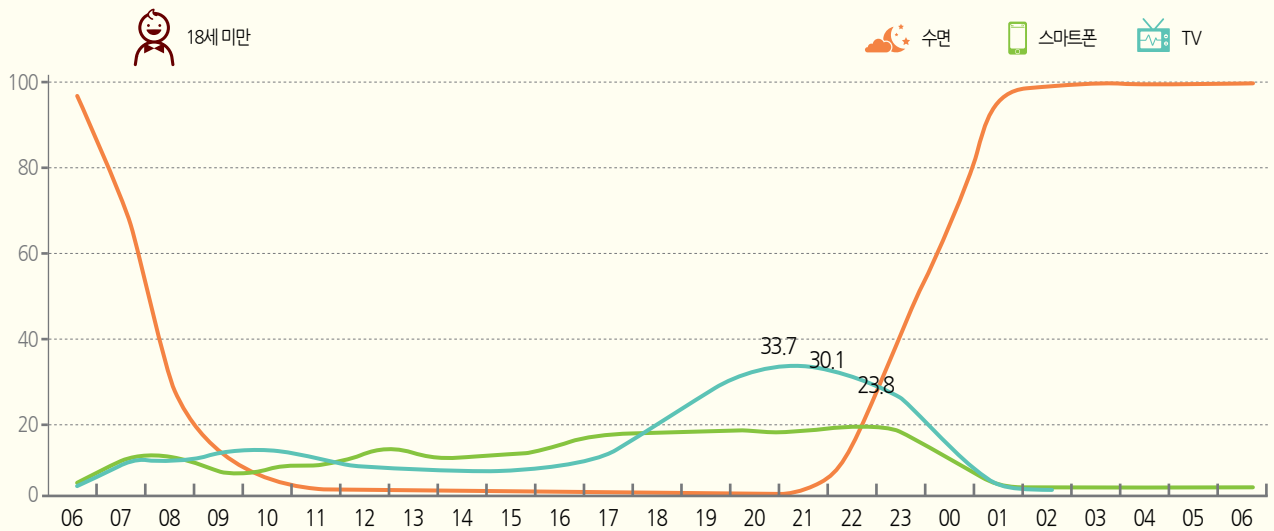
		2011년	2012년	2013년	2014년
취침 시간		23:13	23:19	23:15	23:14
성별	남성	23:16	23:22	23:19	23:17
	여성	23:11	23:17	23:12	23:11
연령대별 (만나이)	18세 미만	23:05	23:10	22:58	23:02
	18세-24세	23:47	23:57	23:49	23:50
	25세-34세	23:32	23:39	23:37	23:37
	35세-44세	23:28	23:31	23:30	23:27
	45세-54세	23:18	23:24	23:25	23:23
	55세 이상	22:38	22:45	22:40	22:38
가구소득별	100만원 미만	22:44	22:41	22:39	22:23
	100-200만원	23:00	23:07	23:03	22:59
	200-300만원	23:11	23:22	23:15	23:12
	300-400만원	23:21	23:24	23:21	23:21
	400-500만원	23:26	23:25	23:25	23:23
	500만원 이상	23:31	23:36	23:30	23:30

### III 연령대별/시간대별 미디어 이용자 비율과 수면 비율

- 2014년 미디어 다이어리 결과를 토대로 연령대별로 시간대별 TV와 스마트폰의 이용자 비율과 수면의 비율을 살펴봄
- TV는 모든 연령대에서 주로 취침 전에 이용자 비율이 높은 것으로 나타났으며, 만 35세 이상의 연령대부터는 기상 후 이용자 비율도 다른 시간대에 비해 높게 나타나 TV의 이용은 주로 취침 전과 기상 후에 많이 이용하는 것으로 파악됨
- 반면, 스마트폰은 전 연령대에서 낮 시간대에 주로 이용하는 것으로 나타났으며, 점심시간을 전후하여 이용자 비율이 높아졌다가 낮아지는 것으로 나타남
- 만 55세 이상의 연령대는 취침 전 시간대에 TV 이용자 비율이 가장 높은 것으로 나타났으며, 기상 후 시간대에서도 TV 이용자 비율이 가장 높게 나타남
- 반면, 만 18세-만 24세 연령대에서는 취침 전 시간대에 스마트폰 이용자 비율이 가장 높게 나타남

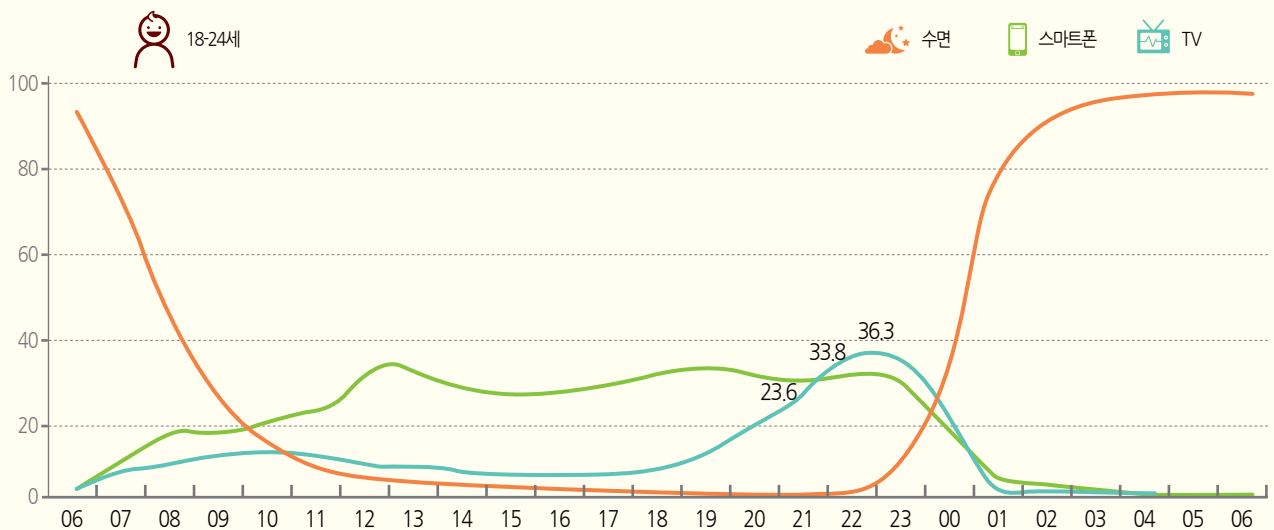
[그림 1] 연령대별/시간대별 미디어 이용자 비율과 수면 비율(18세 미만)

(단위: %)

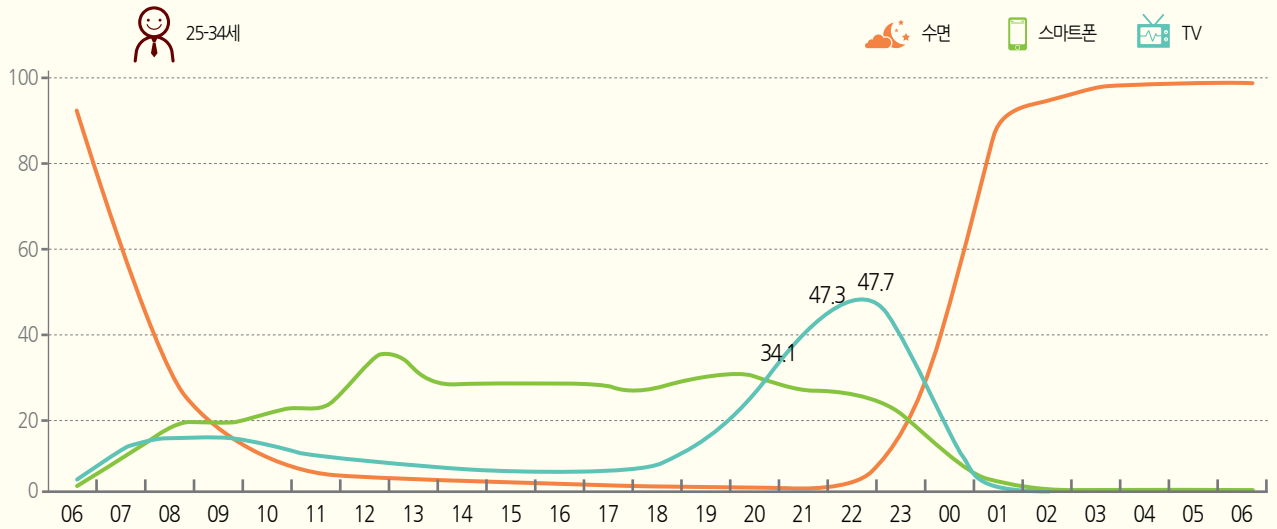


[그림 2] 연령대별/시간대별 미디어 이용자 비율과 수면 비율(18-24세)

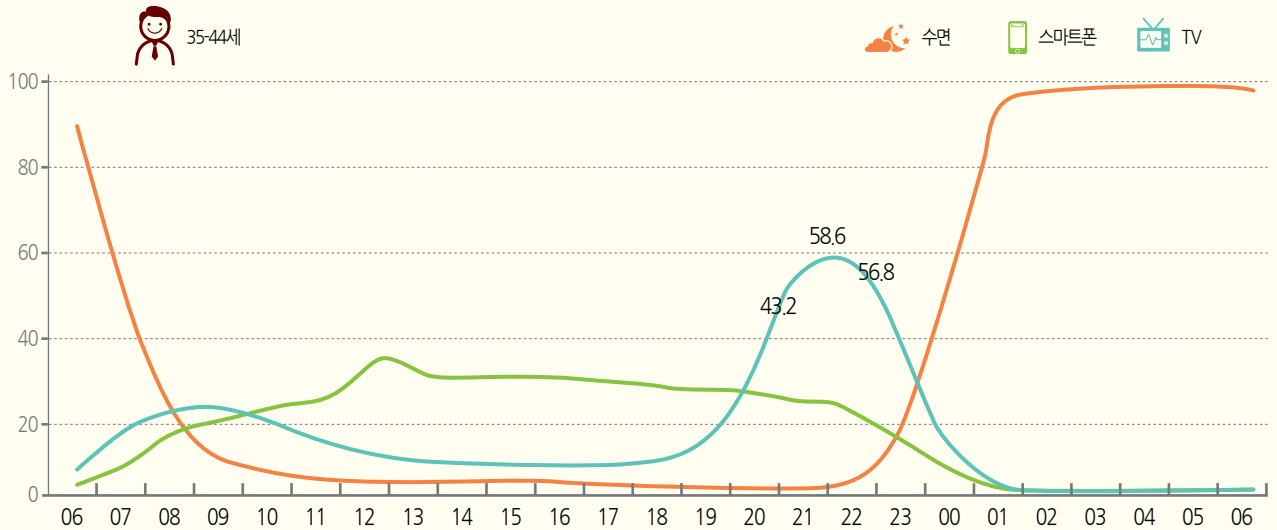
(단위: %)



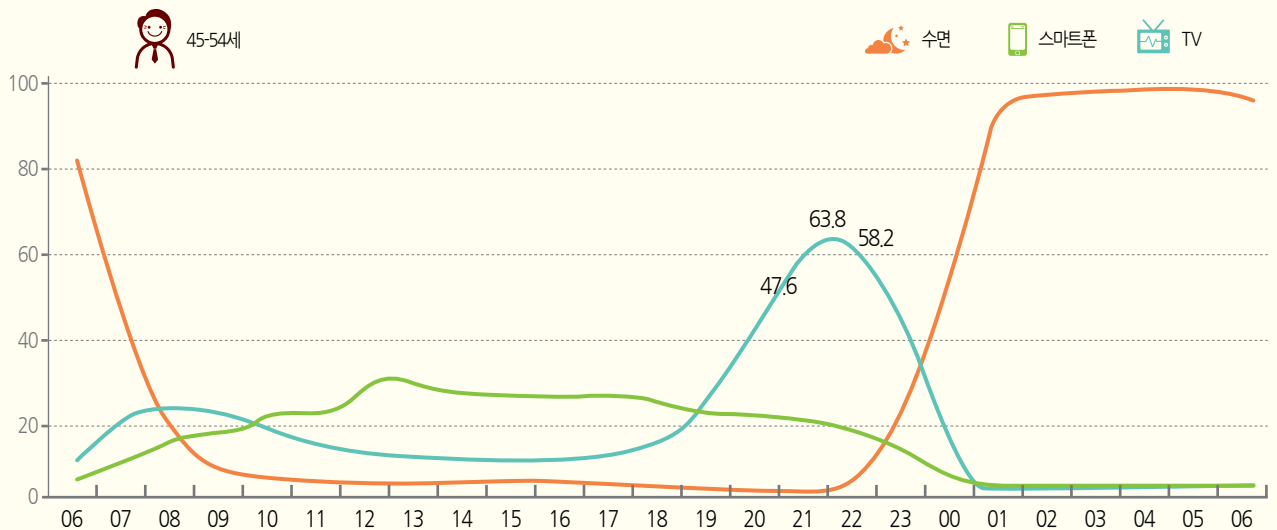
[그림 3] 연령대별/시간대별 미디어 이용자 비율과 수면 비율(25-34세) (단위: %)



[그림 4] 연령대별/시간대별 미디어 이용자 비율과 수면 비율(35-44세) (단위: %)

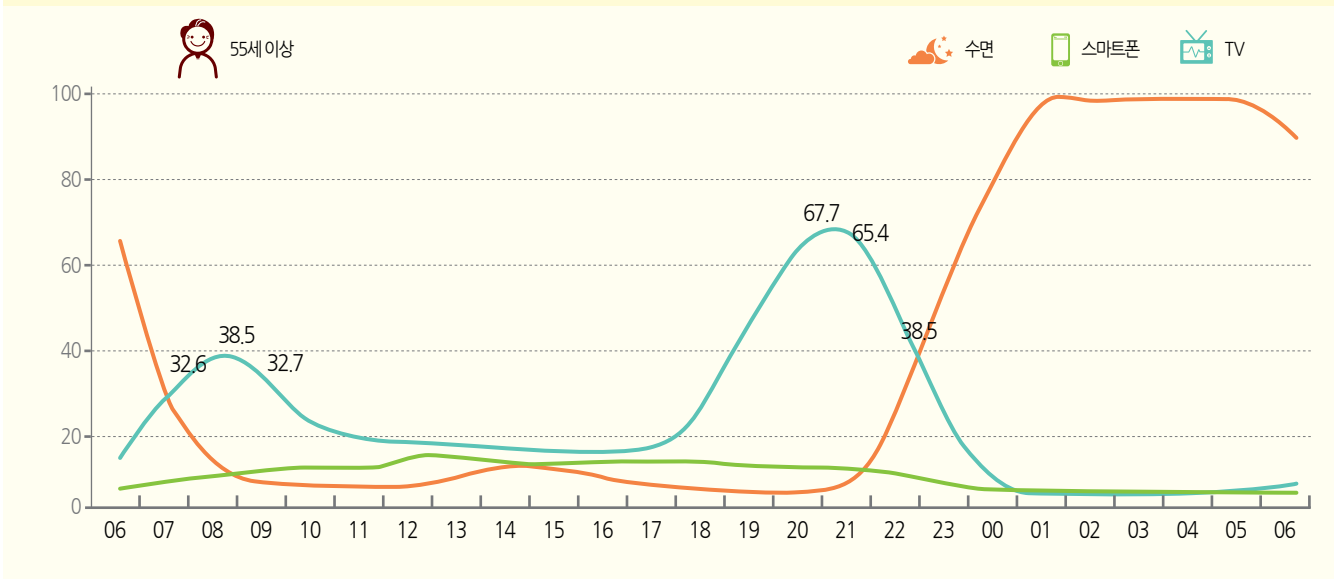


[그림 5] 연령대별/시간대별 미디어 이용자 비율과 수면 비율(45-54세) (단위: %)



[그림 6] 연령대별/시간대별 미디어 이용자 비율과 수면 비율(55세 이상)

(단위: %)



### III 결과 요약 및 시사점

- 전체 미디어의 일평균 총 이용시간은 2011년 6시간 48분, 2012년 6시간 42분, 2013년 6시간 50분, 2014년 6시간 43분으로 미디어 이용의 총 시간은 연도별로 크게 변화가 없는 것으로 나타남
- 각 미디어별 이용시간을 살펴보면, TV의 이용시간은 변화가 없고, 컴퓨터와 종이매체의 이용시간은 감소하는 추세에 있는 반면, 스마트폰의 등장으로 인하여 스마트폰과 이를 포함하는 전화기의 이용시간은 증가하는 추세에 있음
- 일평균 수면 시간은 2011년 7시간 57분, 2012년 7시간 52분, 2013년 7시간 58분, 2014년 8시간 7분으로 약 8시간 정도 취침하는 것으로 조사되었고, 취침에 드는 시간은 2011년 23시 13분, 2012년 23시 19분, 2013년 23시 15분, 2014년 23시 14분으로 평균적으로 밤 11시 15분 근처에서 수면을 시작하는 것으로 나타남
- TV는 여성이, 컴퓨터는 남성이 더 많이 이용하는 것으로 나타났고, 스마트폰은 남성과 여성의 이용시간이 크게 차이가 없는 것으로 나타남
- 연령대별로는 연령대가 높을수록 TV 이용시간이 많은 것으로 나타났고, 컴퓨터의 이용시간은 만 25세-만 34세가 가장 많고, 스마트폰은 만 18세-만 24세가 가장 많이 이용하는 것으로 나타남
- 가구소득별로는 소득이 적을수록 TV 이용시간은 적고, 컴퓨터와 스마트폰의 이용시간은 많은 것으로 나타남
- 성별에 따른 수면 시간과 취침 시간은 차이가 없는 것으로 나타났고, 연령대별로는 만 45세-만 54세의 수면시간이 가장 적으며, 만 18세-만 24세가 가장 늦게 취침하는 것으로 나타남
- 가구소득별로는 소득이 많을수록 수면 시간은 적으며, 취침 시간은 늦은 것으로 조사됨
- TV는 모든 연령대에서 주로 취침 전에 이용자 비율이 높은 것으로 나타났으며, 만 35세 이상의 연령대부터는 기상 후 이용자 비율도 다른 시간대에 비해 높게 나타남
- 만 55세 이상의 연령대는 취침 전 시간대에 TV 이용자 비율이 가장 높은 것으로 나타났으며, 기상 후 시간대에서도 TV 이용자 비율이 가장 높게 나타난 반면, 만 18세-만 24세 연령대에서는 취침 전 시간대에 스마



트폰 이용자 비율이 가장 높게 나타남

- 취침 전후의 미디어 이용 특성이 연령별로 차이를 보임에 따라 이를 반영한 편성과 광고 전략이 필요할 것으로 판단됨

## KISDI ICT통계분석센터 ☆☆☆

KISDI ICT통계분석센터에서는 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



2015년도 조사가 현재 진행 중에 있습니다. 한국미디어패널조사는 5월 18일부터 7월 26일까지, 방송산업 실태조사는 5월 22일부터 6월 25일까지 방송매체 이용행태 조사는 6월 1일부터 7월 31일까지 수행될 예정입니다. 많은 관심과 협조를 부탁드립니다.

## 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, 위 데이터를 2차 분석한 KISDI STAT REPORT 등 다양한 분석자료가 제공됩니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동

### ■ 미디어 통계수첩 소개

미디어 통계 수첩은 미디어 통계 이용자가 편리하게 활용하도록 돕기 위해 정보통신정책연구원의 한국미디어패널조사, 방송통신위원회의 방송매체이용행태조사, 미래창조과학부와 방송통신위원회의 방송산업실태조사의 주요 시계열 통계를 요약, 정리하여 작성한 소책자입니다. KISDI STAT 사이트의 아래 주소에서 다운로드 받으실 수 있습니다.



▲ 클릭하면 사이트로 이동