

한국청소년정책연구원은 청소년과 함께  
지속가능한 미래사회를 만들어갑니다.

2023. 4.  
Vol.74

APi *Blue*note

블루노트 통계 Statistics



## 후기청소년의 미디어 이용실태 조사결과<sup>1)</sup>

이창호 선임연구위원  
이경상 선임연구위원

### 요약

- 조사목적** ▶ 10대 청소년의 미디어 이용실태에 대한 연구는 많이 진행됐으나 후기청소년(만19세~24세)의 미디어 이용행태를 조사한 연구는 거의 없어 미디어정책의 사각지대인 후기청소년의 미디어 이용실태를 밝히고 이 집단의 미디어 리터러시 역량을 강화할 수 있는 정책적 방안을 제시하고자 함.
- 조사대상** ▶ 만19세-24세 후기청소년 2,214명 조사
- 조사방법** ▶ 성, 연령, 지역, 대학재학여부를 고려한 할당표집을 통한 온라인 설문조사
- 조사기간** ▶ 2022년 7월 한달간
- 조사내용** ▶ 후기청소년의 미디어 이용실태 (OTT 서비스, 유튜브, 메타버스 등)

1) 본 블루노트는 한국청소년정책연구원의 2022년 연구과제인 '청소년 미디어 이용실태 및 대상별 정책대응방안 연구 III: 후기청소년'을 발췌·요약한 것입니다.

## 1 OTT 서비스 이용 조사

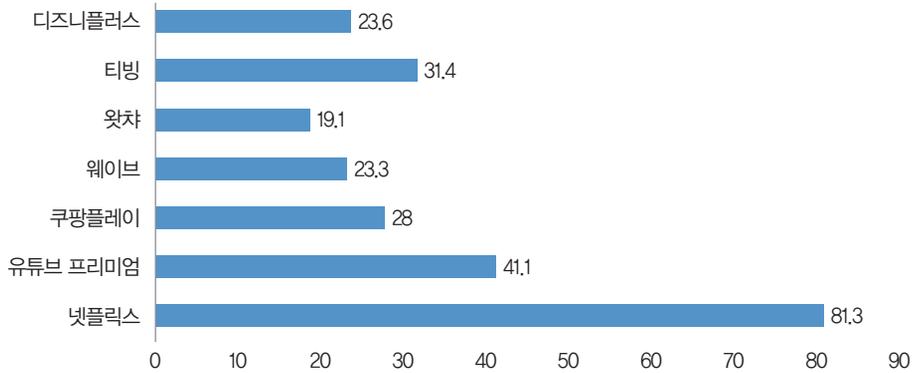
- 지난 3개월간 OTT 서비스를 이용한 적이 있다고 답한 비율은 전체의 66.9%음. 즉 응답자 3명중 2명이 OTT 서비스를 이용한 셈임. 남자(62.4%)보다는 여자(72.6%)의 비율이 높았고 비대학생 중 직업이 있는 사람(68.2%)이 직업이 없는 사람(57.7%)보다 OTT 서비스를 더 많이 이용한 것으로 나타남. 경제적 수준이 높을수록 OTT 서비스이용도 높아지는 패턴을 보였음. 정치적 성향의 경우 보수집단(72.5%)에서 이용률이 가장 높았음.

표 1 지난 3개월 간 OTT 서비스 이용 여부

(단위 : %)

구분		있다	없다
전체		66.9	33.1
성별	남자	62.4	37.6
	여자	72.6	27.4
연령	만19세	68.2	31.8
	만20세	67.8	32.2
	만21세	63.8	36.2
	만22세	62.6	37.4
	만23세	67.5	32.5
	만24세	71.8	28.2
대학생 여부	대학생	68.3	31.7
	비대학생	63.3	36.7
직업보유 여부	직업보유	68.2	31.8
	직업미보유	57.7	42.3
경제적 수준	하	64.0	36.0
	중	67.3	32.7
	상	69.1	30.9
정치적 성향	보수	72.5	27.5
	중도	64.2	35.8
	진보	68.7	31.3

- OTT 유료 동영상 서비스를 이용한 적이 있다고 응답한 후기청소년들을 대상으로 관련 서비스를 얼마나 이용하는지 조사한 결과 넷플릭스를 이용하고 있다고 응답한 비율이 81.3%로 압도적으로 높았음. 유튜브 프리미엄은 41.1%로 그 뒤를 이었음. 이어 티빙(31.4%), 쿠팡플레이(28.0%), 디즈니플러스(23.6%), 웨이브(23.3%), 왓챠(19.1%) 순이었음.



\* 주: 가끔 이용, 자주 이용, 항상 이용을 합친 비율임

그림 1 OTT 서비스 이용정도(%)

## 2 메타버스 이용 조사

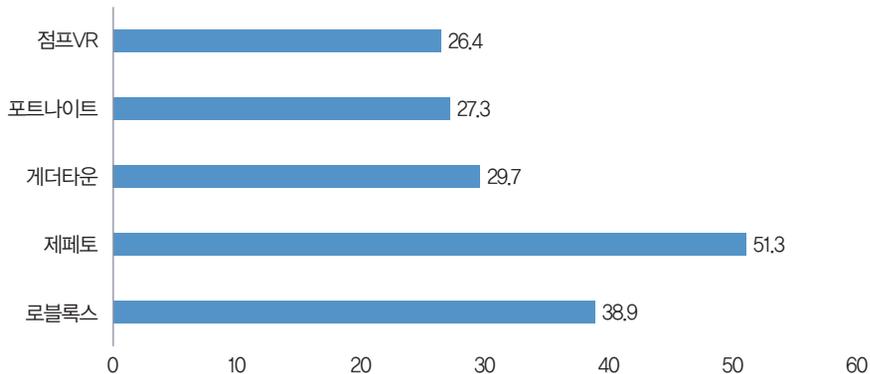
■ 최근 한 달간 메타버스를 이용한 적이 있다고 답한 비율은 전체 응답자의 15.2%에 불과한 것으로 나타나 메타버스가 아직은 후기청소년들에게 확산되고 있지 않다는 것을 짐작할 수 있음. 대학생(17.0%)이 비대학생(10.6%)보다 메타버스를 이용하는 비율이 높았고 남자(17.3%)가 여자(12.6%)보다 메타버스를 최근 한 달간 이용한 비율이 더 많았음. 연령대를 보면 만20세 후기청소년의 20.4%가 메타버스를 최근 한 달간 이용한다고 답해 전체 연령대 중에서 가장 높았음. 비대학생의 경우 직업을 가진 집단(13.4%)이 그렇지 않은 집단(7.3%)에 비해 메타버스를 이용한 비율이 배가량 많았음. 또한, 경제적 수준이 높은 집단(21.8%)에서 이용률이 많았음.

표 2 최근 한 달간 메타버스 이용 여부 (단위 : %)

구분		있다	없다
전체		15.2	84.8
성별	남자	17.3	82.7
	여자	12.6	87.4
연령	만19세	13.5	86.5
	만20세	20.4	79.6
	만21세	11.4	88.6
	만22세	14.2	85.8
	만23세	17.2	82.8
	만24세	14.9	85.1
	대학생 여부	대학생	17.0
비대학생	10.6	89.4	
직업보유 여부	직업보유	13.4	86.6
	직업미보유	7.3	92.7

구분		있다	없다
경제적 수준	하	13.8	86.2
	중	13.6	86.4
	상	21.8	78.2
정치적 성향	보수	17.4	82.6
	중도	12.2	87.8
	진보	20.7	79.3

■ 메타버스를 이용한 적이 있다고 응답한 후기청소년을 대상으로 다양한 메타버스 플랫폼을 어느 정도 이용하는지 질문한 결과 응답자들은 제페토(51.3%)와 로블록스(38.9%)를 많이 이용하는 것으로 나타났음. 반면 게더타운(29.7%), 포트나이트(27.3%), 점프VR(26.4%) 이용빈도는 다소 낮았음.



\* 주: 가끔 이용, 자주 이용, 항상 이용을 합친 비율임

그림 2 메타버스 플랫폼 이용 비율(%)

### 3 혐오표현 노출 조사

■ 최근 한 달 동안 혐오표현을 접한 응답자는 전체의 47.6%로 나타났음. 성별로 보면 남자는 43.1%, 여자는 53.3%를 기록해 여자가 더 혐오표현을 많이 본 것으로 나타났음. 연령대 중에는 만19세가 50.1%로 가장 높았음. 대학생(48.3%)이 비대학생(45.8%)보다 약간 더 혐오표현을 많이 접했으며 비대학생 중 직업보유집단(47.3%)의 비율이 그렇지 않은 집단(44.1%)보다 높았음. 경제적 수준에 따른 차이는 거의 없었음. 정치적 성향 중에는 진보성향의 후기청소년이 59.2%로 가장 많았음.

표 3 최근 한 달간 혐오표현을 접한 정도

(단위 : %)

구분		있다	없다
전체		47.6	52.4
성별	남자	43.1	56.9
	여자	53.3	46.7
연령	만19세	50.1	49.9
	만20세	46.3	53.7
	만21세	45.5	54.5
	만22세	48.2	51.8
	만23세	46.7	53.3
	만24세	48.8	51.2
대학생 여부	대학생	48.3	51.7
	비대학생	45.8	54.2
직업보유 여부	직업보유	47.3	52.7
	직업미보유	44.1	55.9
경제적 수준	하	51.5	48.5
	중	45.8	54.2
	상	48.7	51.3
정치적 성향	보수	54.7	45.3
	중도	40.2	59.8
	진보	59.2	40.8

■ 최근 한 달간 혐오표현을 접한 응답자들을 중심으로 어떤 집단에 대한 혐오표현을 얼마나 자주 접했는지 질문하였음. 그 결과 남성과 여성에 대한 혐오표현을 접했다(가끔 접함과 자주 접함을 합친 비율)고 응답한 비율이 각각 77.2%와 77.5%로 가장 많았음. 이어 동성애자에 대한 혐오표현(68.9%), 장애인에 대한 혐오표현(58.2%), 노인에 대한 혐오표현(51.3%), 외국인에 대한 혐오표현(45.7%) 순이었음. 20대 사이에서 남녀 간의 갈등을 부추기는 일명 여혐, 남혐 현상이 최근 몇 년간 사회적 이슈나 논쟁이 되다보니 대부분 20대인 후기청소년들도 성에 대한 혐오표현을 많이 접했다고 볼 수 있음.

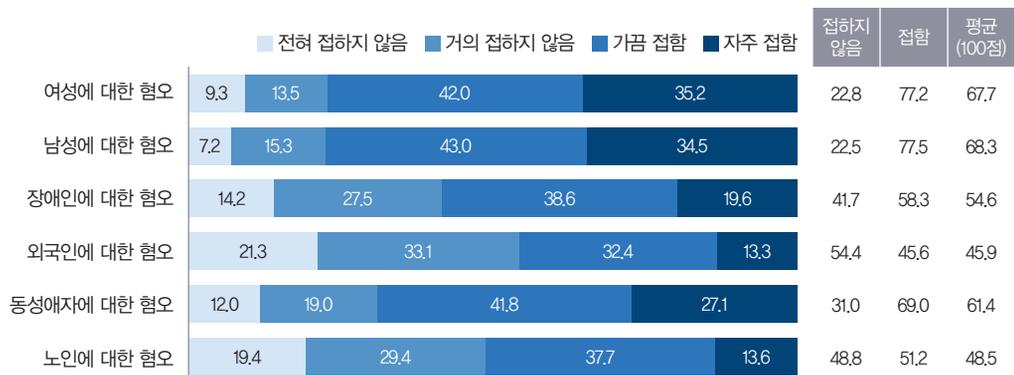


그림 3 집단에 대한 혐오표현 접한 정도(%)

## 4 뉴스미디어 이용 조사

- 후기청소년들이 뉴스에 관한 정보를 얻기 위해 평소 즐겨 이용하는 미디어(가끔 이용과 자주 이용, 항상 이용을 합침)는 포털(82.9%), 유튜브(78.9%), SNS(67.3%)였음. 반면 신문, TV 등 전통매체는 45.3%에 머물렀고 팟캐스트 17.5%에 그쳤음. 유튜브가 10대 청소년 뿐 아니라 후기청소년에게도 시사정보를 얻는 주요 채널이 되고 있음. 항상 이용한다고 답한 비율을 보더라도 유튜브가 18.6%로 가장 높았음. 반면 팟캐스트를 항상 이용한다고 밝힌 비율은 1.6%에 불과했음.

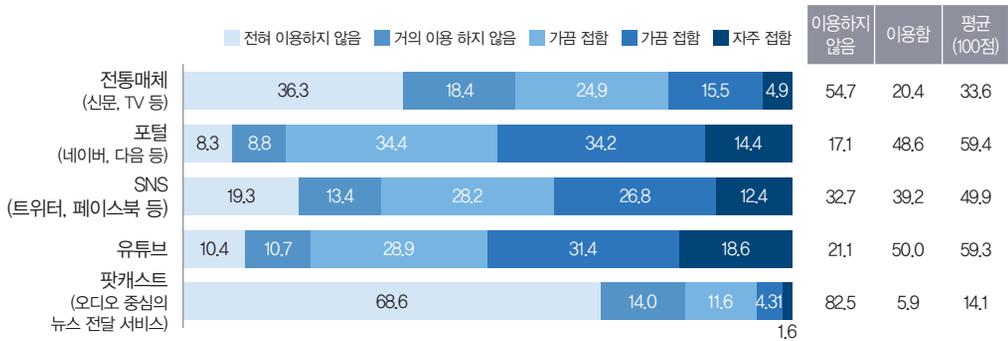


그림 4 시사뉴스를 얻기 위해 이용하는 미디어(%)

- 후기청소년들은 전통매체를 적게 이용하고 있지만 신문이나 TV 등이 전하는 뉴스가 비교적 공정하다 (24.6%)고 생각하는 것으로 나타났음. 반면, 절반가량(52.4%)이 SNS를 통해 전달된 뉴스가 공정하지 않다고 답했고 유튜브 역시 그 비율이 42.6%에 달했음. 팟캐스트 뉴스가 공정하다고 답한 비율도 10.4%에 그쳐 후기청소년들은 팟캐스트가 정파적이라고 생각하는 경향이 강하다는 것을 암시해주고 있음. 하지만 전통매체를 포함한 뉴스미디어에 대한 공정성 비율은 낮은 것으로 조사돼 후기청소년들의 뉴스미디어에 대한 신뢰가 낮을 수 있음을 유추해볼 수 있음.

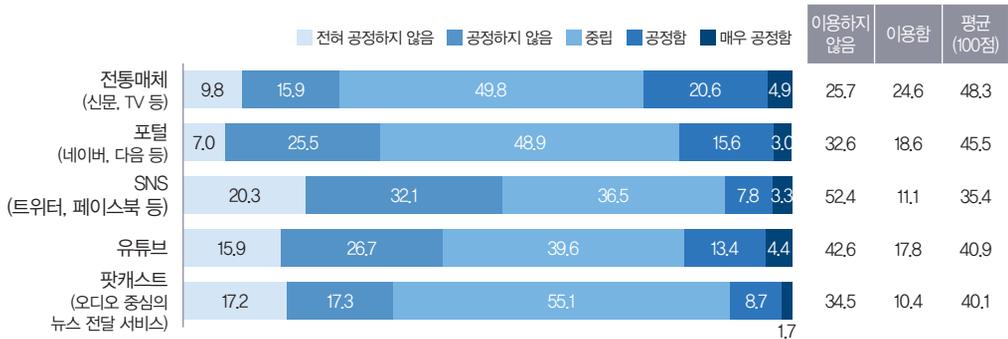


그림 5 뉴스미디어의 공정성에 대한 인식(%)

## 5 스마트폰 이용 조사

- 전체응답자의 98.6%가 스마트폰을 가지고 있는 것으로 나타났음. 스마트폰의 하루 평균 이용시간은 5시간 이상이 43.4%로 가장 높게 나타나 후기청소년의 스마트폰에 대한 의존도가 높음을 알 수 있음.

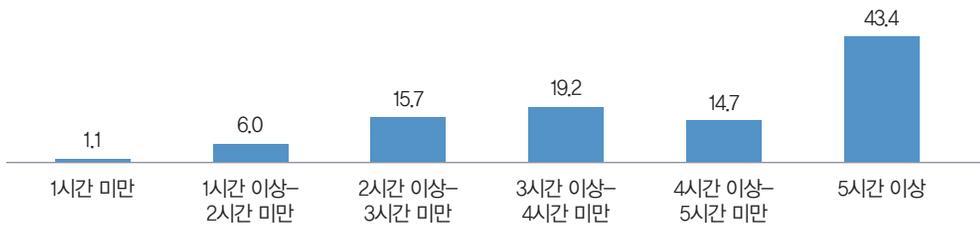


그림 6 스마트폰 하루 평균 이용시간(%)

- 후기청소년들은 스마트폰으로 유튜브를 가장 많이 이용했으며 카카오톡/채팅, SNS, 음악듣기, 게임 순이었음. 하지만 틱톡이용은 매우 낮은 것으로 나타남.

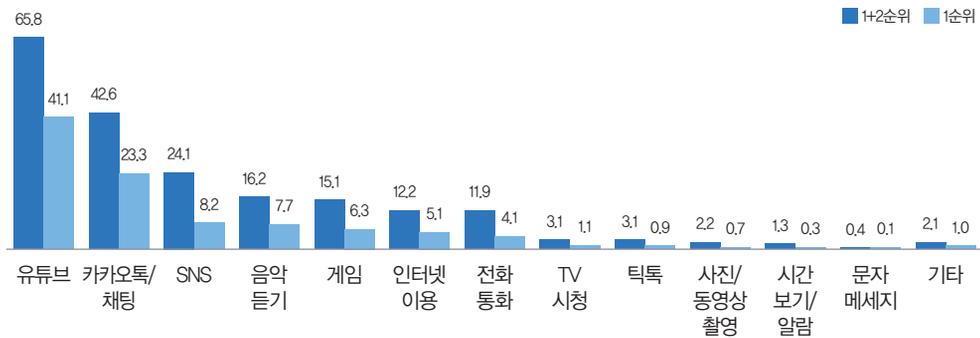


그림 7 스마트폰 이용 기능(%)

## 6 유튜브 이용 조사

- 최근 한 달 동안 유튜브를 이용한 적이 있다고 응답한 비율은 전체의 77.4%였음. 여자(80.7%)가 남자(74.7%)보다 유튜브 이용경험이 더 많은 것으로 나타났고 연령대 중에는 만23세가 79.4%로 가장 높았음. 하지만 대학생 여부, 직업보유 여부, 경제적 수준, 정치적 성향에 따른 차이는 거의 없었음.

표 4 최근 한 달간 유튜브 이용 여부

(단위 : %)

구분		있다	없다
전체		77.4	22.6
성별	남자	74.7	25.3
	여자	80.7	19.3
연령	만19세	76.5	23.5
	만20세	76.4	23.6
	만21세	75.7	24.3
	만22세	79.1	20.9
	만23세	79.4	20.6
	만24세	76.8	23.2
대학생 여부	대학생	77.1	22.9
	비대학생	78.1	21.9
직업보유 여부	직업보유	77.1	22.9
	직업미보유	79.4	20.6
경제적 수준	하	79.5	20.5
	중	77.4	22.6
	상	74.9	25.1
정치적 성향	보수	77.1	22.9
	중도	76.6	23.4
	진보	79.3	20.7

- 주제별 이용빈도를 살펴보면 음악/댄스, 먹방/요리, 영화/드라마, 코미디/예능을 한번이라도 시청한 비율이 높게 나타났음. 반면, 주식/투자, 학습/교육, ASMR, 취업, 코로나19 관련 주제를 유튜브를 통해 찾아 본 경우는 많지 않았음.

한달에 20번 이상 시청한 경우를 보면 음악/댄스(20.4%)와 게임(19.2%)이 가장 높은 비율을 차지하였음. 이어 코미디/예능프로그램(14.0%), 먹방/요리(10.9%), 영화/드라마(10.7%) 순이었음. 뉴스/시사정보는 6.0%에 그쳤음.

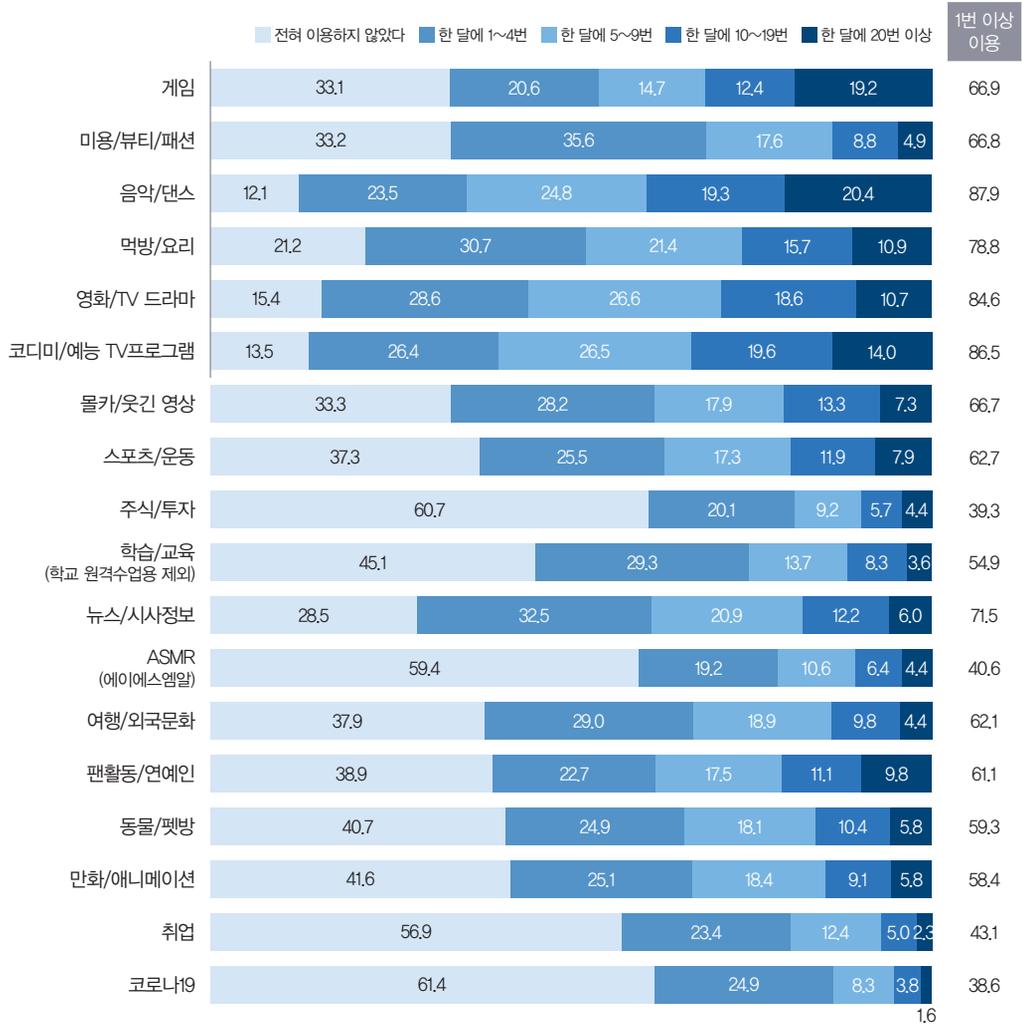


그림 8 유튜브 주제별 이용 빈도(%)

## 7 미디어교육 조사

- 후기청소년들이 가장 관심있는 미디어교육은 인터넷을 통해 유용하고 신뢰할 수 있는 정보를 찾고 비교분석하는 교육으로 나타났음. 더불어 동영상제작교육이나 뉴스가 공정하고 정확하게 취재되었는지를 판단하는 교육에도 관심을 가졌음. 반면, 네티켓교육, 개인정보보호교육, 미디어산업에 관한 교육에 관한 흥미는 비교적 낮은 것으로 조사됐음.

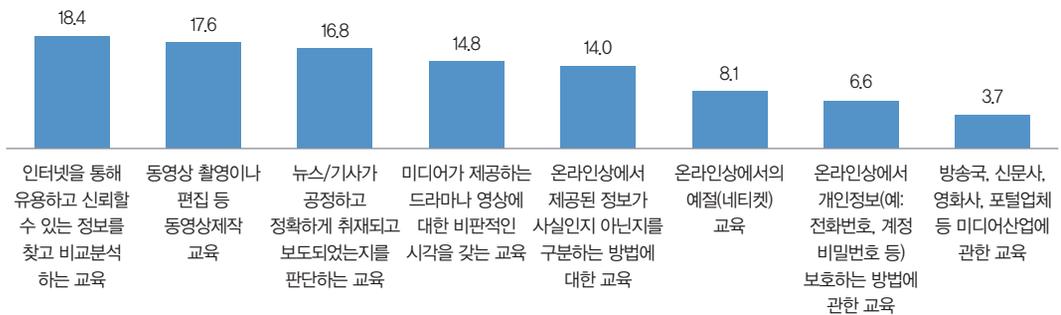


그림 9 가장 관심있는 미디어교육(%)

- 후기청소년들이 가장 필요하고 중요하다고 생각하는 미디어교육은 뉴스가 공정하고 정확하게 취재되고 보도되었는지를 판단하는 교육이었음. 또한 이들은 온라인 정보가 사실인지 아닌지를 구분하는 방법에 관한 교육과 인터넷을 통해 유용하고 신뢰할 수 있는 정보를 찾는 교육도 중요하게 생각했음. 반면, 온라인상에서 개인정보를 보호하는 방법에 관한 교육이나 동영상제작교육에 대한 중요성 인식은 다소 낮았음. 특히 미디어산업에 관한 교육이 필요하거나 중요하다고 생각하는 응답자는 1.7%로 매우 낮았음.

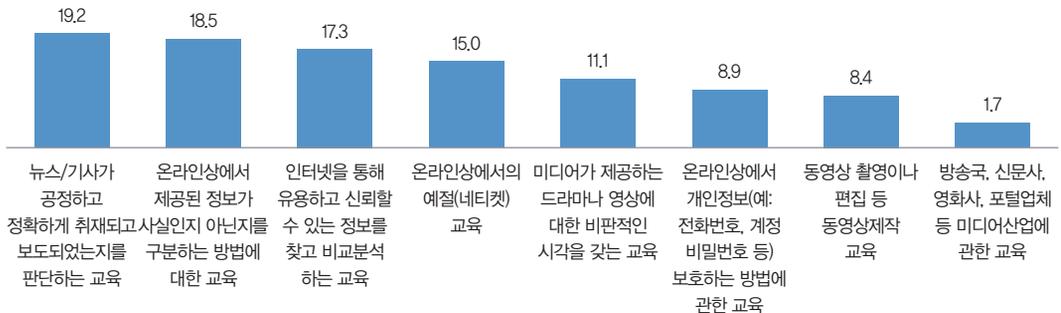


그림 10 가장 필요/중요하다고 생각하는 미디어교육(%)

## 8 디지털 미디어 리터러시 역량 조사

■ 후기청소년들의 디지털 미디어 리터러시 역량을 알아본 결과 이들은 온라인공간에서의 예절이나 윤리 역량은 높은 것으로 나타났음. 하지만 온라인에서 정치적 의견을 표명하거나 소통하는 사회적 소통 역량은 낮은 것으로 조사됐음.

‘나는 온라인에서 정치, 사회적 이슈나 문제에 대해 적극적으로 의견을 교류할 수 있다’에 대한 긍정응답은 72.7%로 가장 높았고 ‘나는 온라인에서 타인에 대한 비난의 글을 올리지 않는다’는 항목에 대해서도 72.4%가 긍정적 반응을 보였음. 온라인에서 타인과 소통시 상대방을 배려하거나 상대방에 대한 인신공격적 언어를 사용하지 않는 경우도 각각 70.4%, 70.1%를 기록하였음. 본인 스스로 유해한 내용을 걸러낸다고 긍정적으로 답한 비율은 66%에 달해 응답자 3명중 2명은 유해콘텐츠를 걸러낼 수 있는 능력을 가지고 있음을 알 수 있음. 반면, 미디어를 통해 중요한 이슈에 대한 토론에 참여할 수 있다고 응답한 비율은 28.0%로 가장 낮았고 온라인에서 정치사회적 이슈에 대해 적극적으로 의견을 교류할 수 있다고 긍정적으로 답한 비율도 29.2%에 머물렀음. 사회적 관심사에 대한 의견을 표명할 수 있다고 답한 비율도 전체의 33.5%에 불과했음.

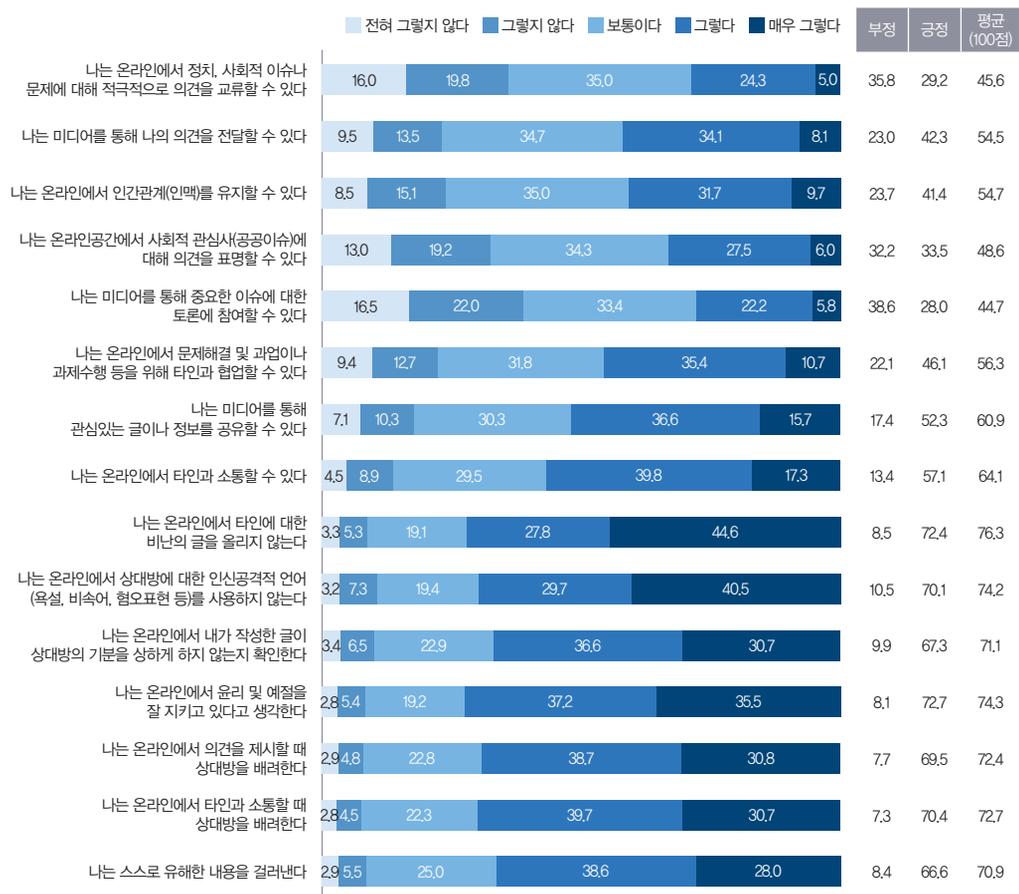


그림 11 온라인공간에서의 디지털 미디어 리터러시 역량(%)

- 디지털 미디어 리터러시 역량 문항을 요인분석한 결과 크게 두 가지 요인이 검출되었음. 첫 번째 요인은 윤리적 역량으로 온라인 공간에서 타인을 배려하고 윤리 및 예절을 준수하는 능력을 의미함. 두 번째 요인은 사회적 소통역량으로 온라인공간에서 사회적 이슈나 문제에 대해 적극적으로 의견을 내거나 토론에 참여하는 등의 역량을 의미함. 내적 신뢰도 계수는 윤리적 역량이 .928이었고 사회적 소통역량은 .888로 나타나 두 요인 모두 높은 것으로 나타났음.

**표 5** 디지털 미디어 리터러시 역량 요인분석결과

구분	요인		크론바흐 알파
	요인 1 (윤리적 역량)	요인 2 (사회적 소통 역량)	
나는 온라인에서 타인과 소통할 때 상대방을 배려한다.	.852		.928
나는 온라인에서 윤리 및 예절을 잘 지키고 있다고 생각한다.	.851		
나는 온라인에서 의견을 제시할 때 상대방을 배려한다.	.843		
나는 온라인에서 상대방에 대한 인신공격적 언어를 사용하지 않는다.	.837		
나는 온라인에서 타인에 대한 비난의 글을 올리지 않는다.	.825		
나는 온라인에서 내가 작성한 글이 상대방의 기분을 상하게 하지 않는지 확인한다.	.811		
나는 스스로 유해한 내용을 걸러낸다.	.746		
나는 온라인공간에서 사회적 관심사에 대해 의견을 표명할 수 있다.		.827	.888
나는 미디어를 통해 중요한 이슈에 대한 토론에 참여할 수 있다.		.803	
나는 온라인에서 정치, 사회적 이슈나 문제에 대해 적극적으로 의견을 교류할 수 있다.		.793	
나는 미디어를 통해 나의 의견을 전달할 수 있다.		.786	
나는 온라인에서 문제해결 및 과업이나 과제수행 등을 위해 타인과 협업할 수 있다.		.694	
나는 온라인에서 인간관계를 유지할 수 있다.		.677	
나는 미디어를 통해 관심있는 글이나 정보를 공유할 수 있다.		.667	
나는 온라인에서 타인과 소통할 수 있다.		.590	