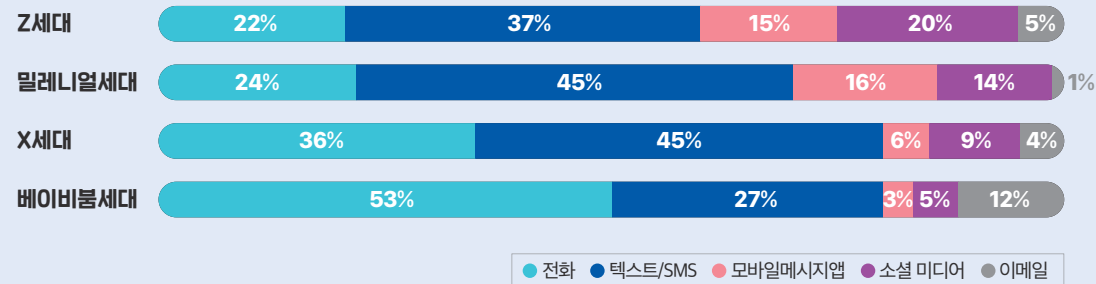


세대별 미디어 이용 변화

글 김지현 머니투데이방송 기자 jihyunports@mtn.co.kr

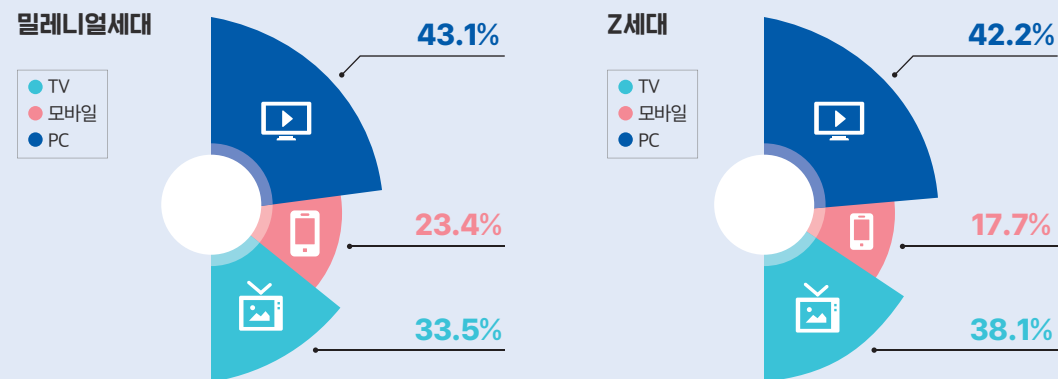
01



밀레니얼세대와 Z세대는 커뮤니케이션 미디어로서 전화를 사용하는 비율이 24%와 22%로 X세대 36%와 베이비붐세대 53%에 비해 확연하게 낮았다. 반면 모바일 메시지앱과 소셜 미디어 사용 비율은 2배가 넘는 정도로 매우 높게 나타났다.

[출처: 시빅사이언스(2017), 세대별 커뮤니케이션에 이용하는 소셜 미디어 보고서]

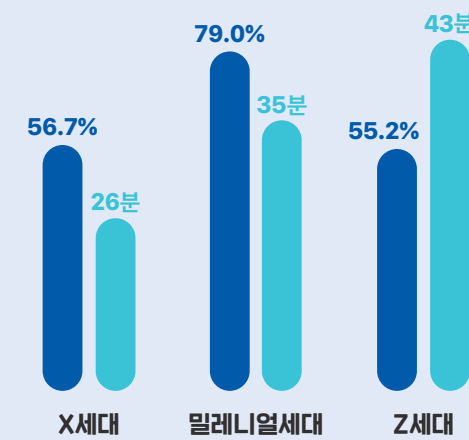
02



밀레니얼세대와 Z세대의 PC 이용률이 TV와 모바일 이용률에 비해 높게 나타났다. Z세대의 모바일 이용률(17.7%)이 밀레니얼세대(23.4%)보다 낮는데, 이는 학업으로 인한 제한에 따른 현상이며, 연령이 올라감에 따라 높아질 것으로 추정된다.

[출처: 정보통신정책연구원(2019), 밀레니얼세대와 Z세대의 미디어 이용 보고서]

03

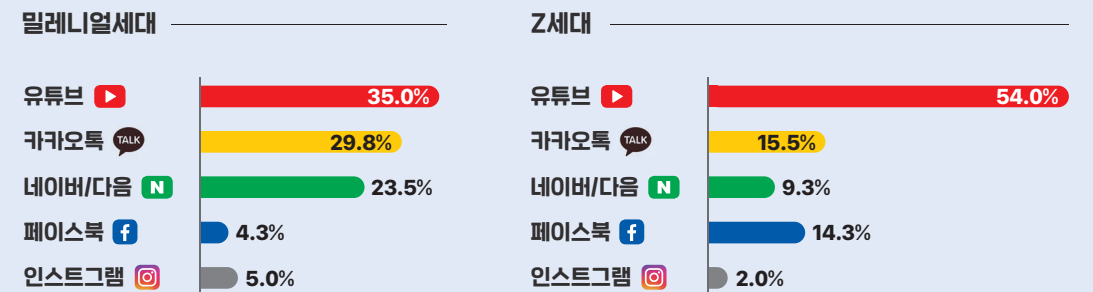


X세대와 Z세대의 SNS 이용자 비율은 비슷한 반면 이용 시간은 Z세대가 하루 평균 43분으로 X세대(26분)에 비해 약 1.7배 높게 나타났다. Z세대의 연령이 올라감에 따라 실제 이용자 비율도 크게 높아질 것으로 추정된다.

[출처: 정보통신정책연구원(2019), 밀레니얼세대와 Z세대의 미디어 이용 보고서]



04



생활에서 포기할 수 없는 미디어(실제 질문은 어떤 채널이 없으면 일상이 가장 지루해질까)에 대해 Z세대는 유튜브(54%)를 압도적으로 높게 선택했다. 이에 반해 밀레니얼세대는 유튜브와 카카오톡, 네이버/다음을 골고루 선택했다.

[출처: 대학내일20대연구소(2018), 15-34세 유튜브 크리에이터 영상 이용행태 및 인식 연구 보고서]