

20대, 모바일 메신저 하루 2시간 이상 이용

휴일 여가시간 47.2%, 스마트 디바이스 이용에 소비



디지털 시대가 도래하면서부터 함께 성장해 온 20대는 다른 연령에 비해 독립적인 시간을 중시하고 디지털 디바이스 이용 비중을 늘려가고 있는 것으로 나타났으며 디바이스를 통한 인터넷 이용과 미디어/콘텐츠 소비에 적극적이며 디지털 환경에 친화적이고 의존적인 형태를 보이고 있다.

20대 '혼족' 여가 생활 증가

DMC미디어의 '20대 소비자의 디지털 라이프스타일' 보고서에 따르면 20대는 70% 이상이 여가생활을 '혼자서' 보내고 있으며, '개인의 즐거움'을 위해 여가활동을 하는 것으로 나타났다. 또한 '문화 예술 관람 활동'에 상대적으로 많은 시간을 투자하고 있으며 휴일 여가 활동 시



44.1%

여가 활동 목적은 '개인의 즐거움'을 위해서



74.7%

누군가와 함께하는 것이 아닌 '혼자서' 하는 여가 생활을 즐김



10.3%

여가생활로 '문화 예술 관람활동'을 즐김

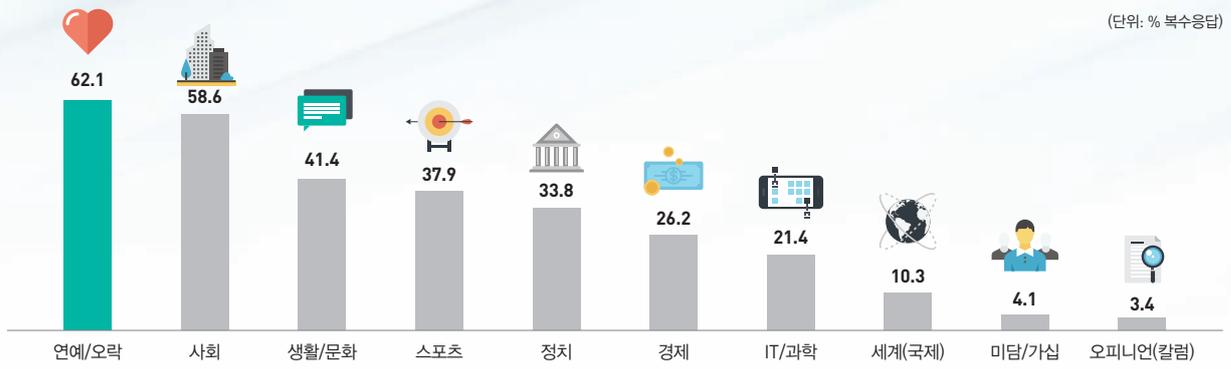


47.2%

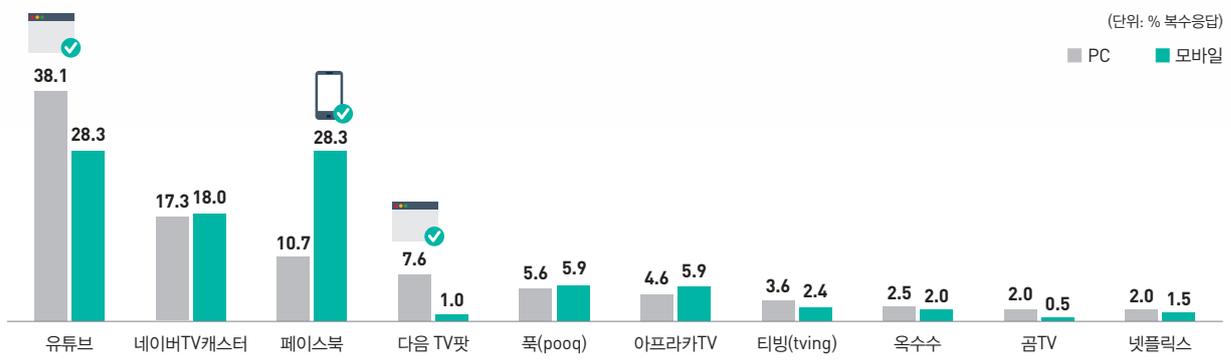
휴일 여가 활동 시간(평균5.3시간) 중 스마트 디바이스(평균2.5시간)가 차지하는 비중



자료: 문화체육관광부(2017.1), 2016 국민여가활동조사



자료: DMC미디어(2016.10), 2016 인터넷서비스 이용행태 및 광고효과분석



자료: DMC미디어(2016.5), 2016 인터넷동영상 시청 행태 및 동영상 광고 접촉 태도와 효과 분석

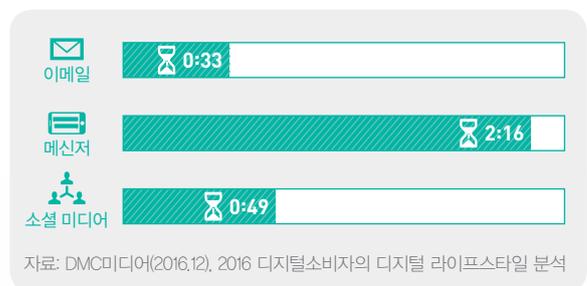
간의 47.2%는 스마트 디바이스에 소비하는 것으로 조사됐다.

연예/오락 뉴스에 가장 관심 많아

20대는 뉴스서비스 일평균 이용시간은 1시간 7분이며, 타연령대비 가장 많은 이용시간을 보였다. 특히 18시~21시대에 활발히 뉴스를 소비하며 주 이용 뉴스콘텐츠는 '연예/오락'이 62.1%로 가장 높게 나타났다. 이는 타 연령대 특히 50대가 '경제'(67.8%)/'연예오락'(20.1%)분야를 소비하는 것과 대비되며 연예/오락분야에 관한 높은 관심을 보이는 것을 알 수 있다.

메신저를 하루에 2시간 이상 이용

20대는 메신저를 일평균 136분 이용하며 소셜미디어(49분), 이메일(33분)보다 3배 이상 이용하고 있었다. 이는 50대의 메신저 이용시간의 4배 이상으로 상대적으로 메신저와 소셜미디어 이용에 상대적으로 많은 시간을 소비하는 것으로 나타났다.



자료: DMC미디어(2016.12), 2016 디지털소비자의 디지털 라이프스타일 분석

온라인 동영상 시청매체는

유튜브 > 네이버 TV캐스트 > 페이스북 순

20대는 온라인 동영상 시청을 일평균 PC로는 3.7편(1편 평균 40.3분), 모바일은 5.3편(1편 평균 18.9분)을 이용하는 것으로 나타났다. 편수는 모바일이 더 많지만 모바일로는 10분 미만의 시청을 선호하고 PC로는 60분이상의 시청을 하는 것을 알 수 있다. 또한 온라인 동영상을 시청하기 위한 주 사용 매체는 유튜브인 것으로 나타났다. 특히 모바일에서는 유튜브와 페이스북을 통한 동영상 시청이 높은 것으로 조사됐다. **K A A** 이순임 lee.soonim@gmail.com