

1020세대 왜 유튜브에 열광하는가?



갓튜브 시대

12살, 8살, 두 아들을 키우는 아빠 입장에서 보면 유튜브는 참으로 편리한 매체임에 틀림없다. 서로 치고 박고 싸우는 상황이라도 유튜브만 보여주면 만사 해결이니 말이다. 요즘 아기 엄마들에게도 '울음 뚝'의 만병통치약으로 통하는 유튜브이니, 요즘 시쳇말로 '갓튜브'라는 말이 나오는 것도 이상할 것이 없어 보인다. 2005년 실리콘 벨리의 작은 스타트업으로 시작해서 이듬해 구글이 인수한 이후 승승장구하는 현재까지 겨우 12년차 동영상 매체가 이렇게 폭발적으로 사랑 받는 이유는 무엇일까?

유튜브, 동영상 보는 재미의 재발견

현재 유튜브 CEO이면서 구글에서 유튜브 인수를 주도한 수잔 보이치키(Susan Wojcicki) CEO가 유튜브를 인수한 동기로 예를 든 동영상이 많은 시사점을 준다. 해당 동영상을 보면 룸메이트가 숙제를 하는 동안 유명 가수의 노래를 흥내 내는 우스꽝스런 내용인데, 수잔 보이치키 CEO는 “너무나 큰 웃음을 주는 이런 동영상을 전

문 스튜디오 없이 누구나 만들 수 있는 플랫폼”이 가장 흥미로웠다고 전한 바 있다.

사실 초기의 유튜브는 현재와는 많이 다른 모습이었다. 동영상을 재생하기 위해 별도의 어도비 플래시 플레이어 플러그인을 설치해야 했고, 동영상도 320×240 픽셀 하나의 영상 품질만 지원했었다. 원하는 영상을 찾기도, 공유하기도, 업로드하기도 조금은 어려웠던 구조였다. 이런 어려움에도 불구하고 유튜브가 크게 성장하게



▲ 수잔 보이치키 CEO가 유튜브를 인수하게 된 계기가 된 동영상

된 이유는 초기 설립 목표처럼 “모두가 동영상을 공유할 수 있는 기술”에 있었다. - 유튜브(Youtube)는 당신(You)과 브라운관(Tube)의 결합어로서 처음부터 누구나 동영상을 쉽게 공유할 수 있도록 만드는 게 목표였다 - 초기의 어려움에도 불구하고 유튜브는 지속적인 기술 발전과 다양한 유튜버(유튜브에 동영상을 업로드하는 사람들을 말함, 유튜브 크레이이터라고도 지칭함)의 활동에 힘입어 계속 성장을 하게 되는데, 그 과정에서 2007년 유튜버가 게시한 동영상에 광고를 붙이고 그 수익을 나누는 방식을 취함으로써 유튜브와 유튜버 모두 돈을 벌게 되는 생태계를 형성하게 된다. 이를 계기로 유튜버들 가운데서 더욱 전문적이고 고품질의 영상을 제작하는 사람들이 생겨나게 되고, 사업화의 기회가 더욱 많아지게 되었으며, 더욱 고품질의 동영상을 유튜브에서 찾아볼 수 있게 되었다.

대한민국은 ‘유튜브 홀릭’

전세계에서 13억명 이상이 유튜브를 이용하며, 1분당 400시간 이상의 동영상이 계속 유튜브에 게시되고 있다고 한다. 국내만 한정해서 본다면, 월 2,800만명 이상의 사람들이 유튜브를 이용하고 있다. 올 2월 와이즈업에서 조사한 자료에 따르면 유튜브의 월 사용시간이 257억분으로 카카오톡, 네이버 등 주요 매체들의 이용시간을 훌쩍 넘어서게 되었다. 말 그대로 대한민국은 ‘유튜브 홀릭’이다.

유튜브의 폭발적인 성장과 더불어 디지털 미디어의 이



▲ 유튜브 크레이이터 허팝의 콘텐츠

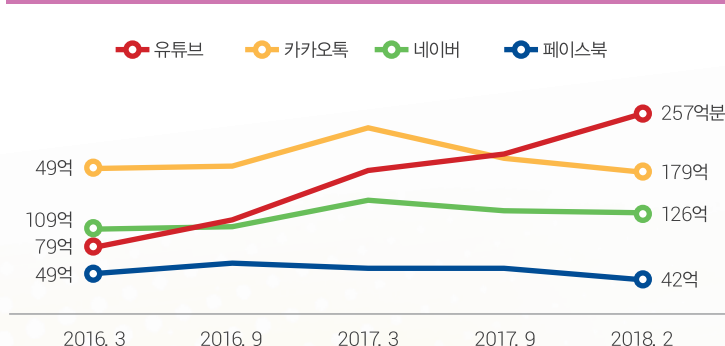
용 패턴에도 변화가 감지되고 있다. CJ E&M이 조사한 바에 따르면 주로 인터넷 서핑 중심으로 디지털 매체를 이용하던 기성세대와 달리 요즘은 동영상 시청을 주목적으로 이용한다는 응답이 높게 나타났으며, 특히 이런 현상은 젊은층일수록 더욱 두드러졌다. 연령대별 유튜브 이용 패턴을 좀 더 세부적으로 들여다보면, 더욱 극명한 차이를 확인할 수 있다. 닐슨코리안클릭의 조사결과를 보면, 흔히 Z세대(1995년부터 2005년까지 출생한 세대)의 경우는 다른 연령대에 비해서 유튜브의 일 평균 사용시간이 압도적으로 높게 나타났다. 유튜브 없이 살기가 힘들 정도로 유튜브는 삶의 일부가 되어버린 상황이 아닐까?

Z세대는 왜 유튜브에 열광하는가?

Z세대들이 연예인보다 열광한다는 인기 유튜버 ‘도티’는 - 무한도전에서 어린 아이가 유채색은 모르지만 도티는 좋아한다고 하면서 이슈가 되었었다 - 10대들에게 인기가 있는 이유로 “10대들이 주류 미디어로부터 소외되었던 것 같다. 10대가 좋아하는 콘텐츠를 만들고 소통하려고 노력했던 것 뿐”이라고 밝힌 바 있다. Z세대들이 원했지만 볼 수 없던 콘텐츠를 만들었더니 성공했더라는 얘기다. 실제 사례를 들어서 살펴보자. 또 다른 유명 유튜버인 ‘허팝’의 동영상을 보면, 미니 수영장에 일명 ‘액체괴물’을 풀어놓고 장난치는 모습을 찍은 것인데, 부모들이 보면 놀라 자빠질만한 이 정신없는 영상이 자그마치 2,600만회가 넘는 조회수를 기록하였다.

최근의 유튜브는 단순히 동영상을 보

〈표 1〉 국내 모바일 미디어의 월 사용시간



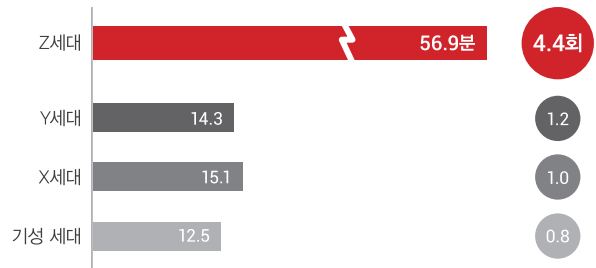
*자료 : 와이즈업

는 매체, 그 이상이 되고 있다. 실제로 최근에는 유튜브의 검색이 폭발적으로 증가하고 있는데, 글과 그림으로 학습하거나 정보를 얻던 기성세대와 달리, 동영상을 통해서 정보를 습득하는 Z세대들의 활약 덕분에 풀이된다. 그와 더불어 정보 제공형 동영상들도 대폭 증가하고 있는데, 예를 들어 ‘드론 날리는 법’, ‘수학 공부 잘하는 법’ 같은 내용들을 동영상으로 찾고 보는 것이다. 웃고 떠들기만 하는 동영상만이 아니라 교육 목적 내지는 정보 습득을 도와주는 부분까지 유튜브의 영역이 확장되고 있는 것이다. 이제는 백문불여일견(百聞不如一見)이 요즘 아이들은 “백 번 듣는 것보다 유튜브 한 번 보는 게 낫다”라고 할지도 모르겠다.

왜 유튜브에 열광하는지에 대한 글을 쓰면서, 두 아들에게 물어봤다. “유튜브가 왜 좋니?” “좋아하는 게임 영상도 있고, 친한 형같은 ‘도티’도 – 실제로는 삼촌뻘의 나이 차이지만 – 보고, 반 친구들이 올린 영상도 찾아보기 때문”이라고 한다. 보고 싶은 것을 보고, 심지어 좋아하는 것을 자동으로 찾아서 – 유튜브 큐레이션 기능으로

사용 패턴을 분석해서 시청자가 좋아할만한 콘텐츠를 추천해 준다 – 보여주기 때문이란단. 1020세대가 유튜브에 열광하는 이유는 어쩌면 너무 단순하지 않을까? 이제는 아이들과 소통을 위해서라도 유튜브를 자주 찾아봐야 할 것 같다. **K A A**

〈표 2〉 유튜브 일 평균 사용시간·실행 횟수



- Z세대 : 1990년대 중반 ~ 2000년대 중반 출생
- Y세대 : 1980년대 중반 ~ 2000년대 초반 출생
- X세대 : 1960년대 중반 ~ 1980년대 초반 출생

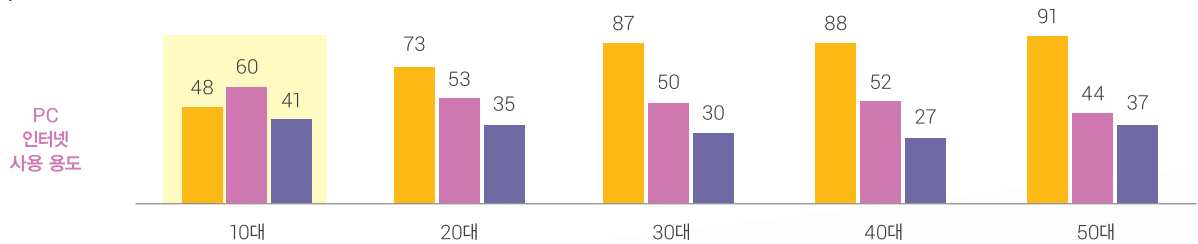
*자료 : 닐슨코리아클릭

〈표 3〉 인터넷 사용 용도

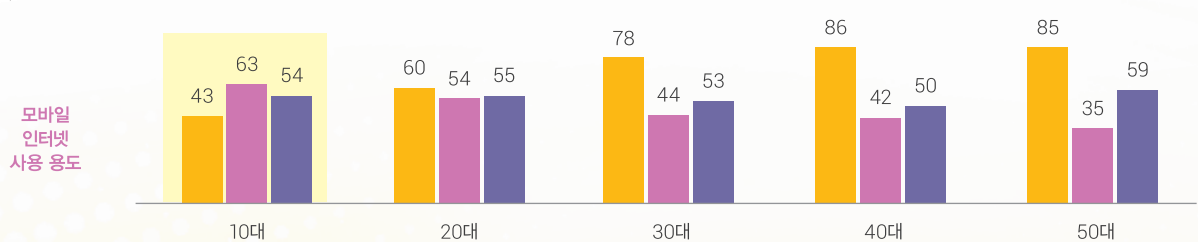
■ 인터넷 서핑 ■ 동영상 시청 ■ SNS / 채팅

(base : 연령 전체, n=1,200, 단위 : %)

Q. PC 인터넷을 어떤 용도로 이용하십니까?



Q. 모바일 인터넷을 어떤 용도로 이용하십니까?



*자료 : CJ E&M MezzoMedia