

케이스탯 2021년 2월 사회지표

■ 월 정기 지표

- _ 대한민국 전반적 방향성 : ‘잘못된 방향’ 근소 우위
- _ 경제 방향성 : ‘잘못된 방향’ 60%로 부정 평가 우위 지속
- _ 정부 신뢰도 : ‘신뢰 안한다’ 53%
- _ 정부정책 만족도 : ‘만족 않는다’ 62%
- _ 정당 호감도 : 마음 드는 정당 ‘있다’ 30% vs ‘없다’ 70%
- _ 개인 소득 전망 : 지금보다 ‘늘어날 것’ 10% vs ‘줄어든 것’ 29%
- _ 개인 지출 전망 : 지금보다 ‘늘어날 것’ 23% vs ‘줄어든 것’ 15%
- _ 부동산 가격 전망 : 지금보다 ‘오를 것’ 54% vs ‘내릴 것’ 17%
- _ 주식 가격 전망 : 지금보다 ‘오를 것’ 37% vs ‘내릴 것’ 23%

■ 2월 특별지표 : 뉴스 및 정보취득 방법

- _ 언론 신뢰도 : ‘신뢰한다’ 29% vs ‘신뢰 안한다’ 71%
- _ 언론사 뉴스 이용 방법 : 지상파 TV 1위
- _ 언론사 뉴스, 포털 이용 현황 : 네이버 72% vs 다음 26%
- _ 일상적 정보획득 방법 : TV, 스마트폰 공동 1위
- _ 스마트폰/컴퓨터 통한 정보획득 방식 : 포털 사이트 이용

조사개요

조사기간	2021년 2월 5일(금) ~ 2월 7일(일)
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 웹 조사
조사기관	케이스탯리서치
표본추출	지역별, 성별, 연령별 비례 할당 추출
표본틀	케이스탯리서치 K-패널
유효표본	총 1,068명
표본오차	95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차 $\pm 3.00\%$
가중치	지역별, 성별, 연령별 셀 가중 부여 (2021년 1월 행정안전부 주민등록인구통계 기준)

일러두기

- _ 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 세부항목의 합이 100%가 되지 않거나 넘을 수 있습니다.
- _ 중복 응답 문항의 경우 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- _ 본 리포트에서 n은 유효 표본크기를 의미합니다.
- _ 응답 사례수가 적은 경우 해석에 유의하여 주십시오.

월 정기 지표

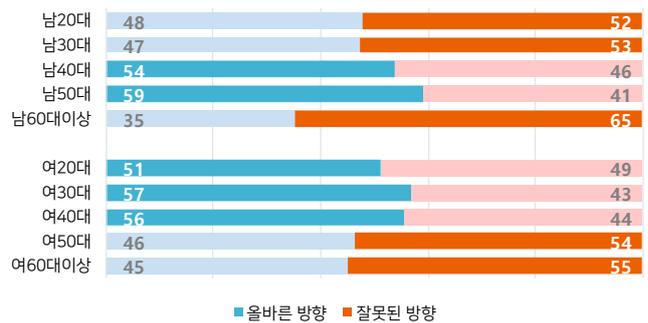
대한민국 전반적 방향성 : '잘못된 방향' 근소 우위

- 대한민국 전반적 방향성에 대한 국민의견은 지난 1월과 큰 차이가 없는 가운데, '잘못된 방향'이라는 의견이 근소한 우위를 보임
 - '올바른 방향으로 가고 있다' 49% vs '잘못된 방향으로 가고 있다' 51%로 2%p 격차에 그침
- '잘못된 방향'이라는 의견이 우세한 계층은 △남자 2030세대, 남자 60대이상 △여자 5060세대 △TK, PK △보수층, 중도층 △자영업, 블루칼라, 화이트칼라, 학생, 은퇴.무직자 △개인이익 중시, 중간 계층 등임
 - '올바른 방향'과 '잘못된 방향'이 공히 50%로 팽팽한 계층은 서울, 인천.경기 등임
 - '개인이익 중시/중간/사회이익 중시'는 '개인이익'과 '사회이익' 중 중요하게 생각하는 정도에 따라 분류한 결과임
- '올바른 방향'이라는 의견이 우세한 계층은 △남자 4050세대 △여자 2040세대 △충청, 호남 △진보층 △주부 △사회이익 중시 계층 등임

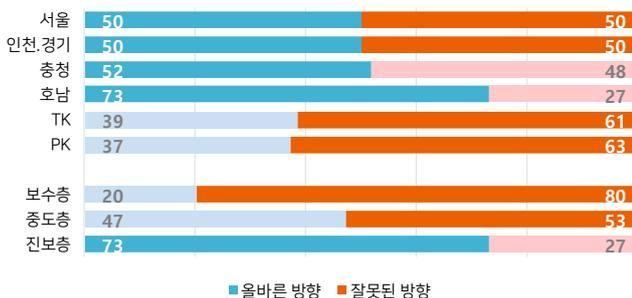
대한민국 전반적 방향성 평가 추이 : 국민전체 (자료:케이스탯,단위:%)



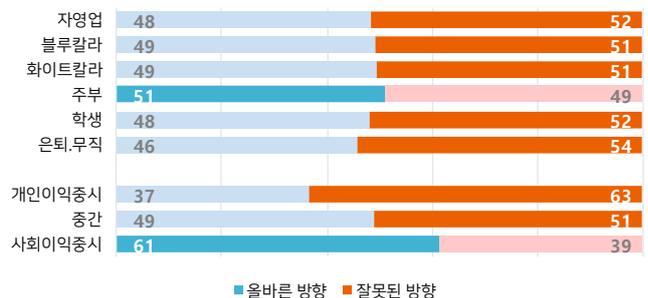
2월 대한민국 전반적 방향성 평가: 성/연령별 (자료:케이스탯,단위:%)



2월 대한민국 전반적 방향성 평가: 지역별,이념별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



2월 대한민국 전반적 방향성 평가: 직업별,이익중시별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)

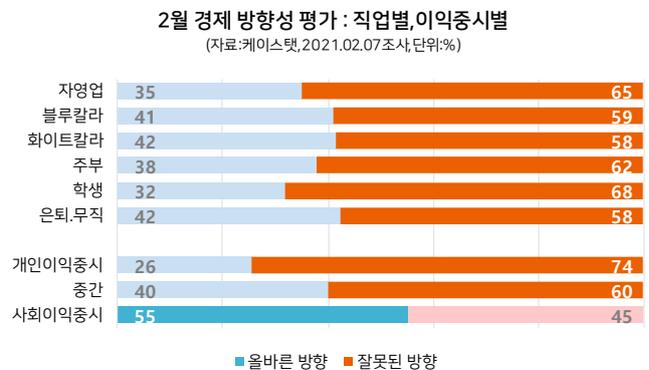
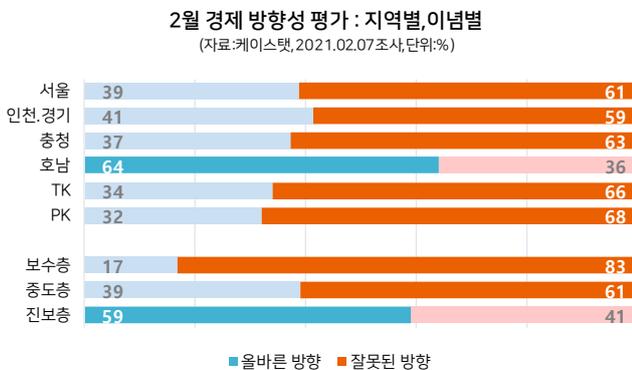
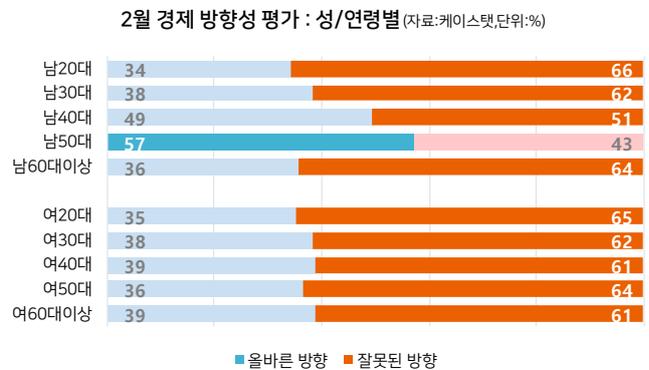
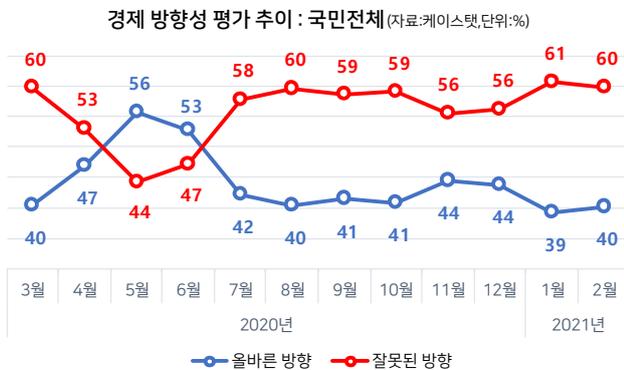


Kstat Point

- ☑ 지난 1월에 이어 2월에도 대한민국이 '잘못된 방향'으로 가고 있다는 의견이 소폭 우세함
- ☑ 코로나19 3차 대유행이 장기간 지속되면서 국민들의 '방역 피로감'이 누적되고, 자영업자들의 강력한 반발이 겹친 결과로 보임
- ☑ 그러나 당초 예상보다 '잘못된 방향' 의견상승 폭이 낮았는데, 이는 백신 접종이 임박해 있고 자영업자에 대한 정부의 추가지원책(4차 지원금, 손실보전 등)이 추진된 것이 영향을 미친 것으로 분석됨

□ 경제 방향성 : '잘못된 방향' 60%로 부정 평가 우위 지속

- 대한민국 경제 방향성 평가는 2020년 7월 이후 여덟 달 연속으로 '잘못된 방향'이라는 부정적 평가가 우위를 보임
 - '올바른 방향' 40% vs '잘못된 방향' 60%로 격차 역시 20%p로 높은 수준임
- 경제가 '잘못된 방향'으로 가고 있다는 평가는 거의 모든 계층에서 우세함
 - '잘못된 방향'이라는 의견이 특히 높은 계층은 △남자 20대, 남자 60대이상 △여자 20대, 여자 50대 △TK, PK △보수층 △자영업, 학생 △개인이익 중시 계층 등임
- '올바른 방향'이 우세한 계층은 남자 50대, 호남, 진보층, 사회이익 중시 계층에 그침



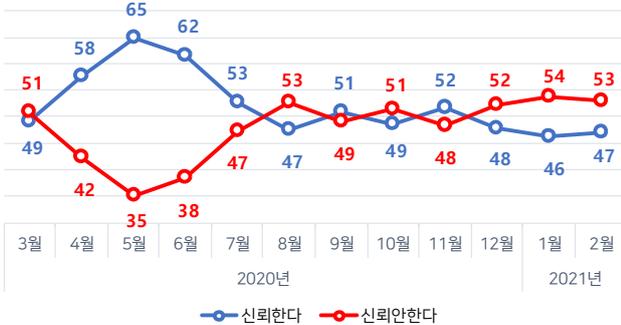
Kstat Point

- ☑ 2020년 한 해 동안 국민의 일상적인 삶을 중단시킨 코로나19가 2021년에도 계속되면서, 특히 경제적 고통이 가중되고 있음
 - : 2020년 실업자 수는 110만 8천명으로 IMF 외환위기 이후 두 번째로 높은 수치를 기록함
- ☑ 코로나19로 무너진 경제를 재건하기 위해 정부가 추진하는 '한국판 뉴딜'이 언제, 어느 정도 성과를 거둘지 미지수인 상황에서 국민들은 지금의 경제가 '잘못된 방향'으로 가고 있다는 부정적 인식을 유지하고 있음
- ☑ 코로나19가 단기간 내에 종식되지 못할 것이기에 경제 방향성에 대한 부정적 평가는 계속 유지될 것으로 전망됨
 - : 정부의 '한국판 뉴딜'이 단기간 내에 성과를 내기 어려울 것이라는 점도 이러한 전망의 이유임

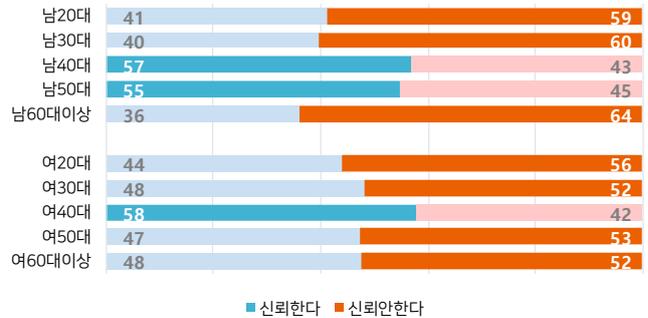
□ 정부 신뢰도 : '신뢰 안한다' 53%

- 정부에 대해 '신뢰한다'고 응답한 국민은 47%이고, '신뢰 안한다'고 응답한 국민은 53%로 조사됨
 - 정부 신뢰도에 대한 국민의견은 12월 부터 세 달 연속 부정평가 우세를 기록, 7월 이후 긍정/부정평가 우위가 매달 바뀌던 양상에서 벗어나 부정평가가 정착하는 흐름임
- 정부를 '신뢰 안한다'는 의견이 우세한 계층은 △남자 2030세대, 남자 60대이상 △여자 2030세대, 여자 5060세대 △서울, 인천, 경기, 충청, TK, PK △보수층, 중도층 △자영업, 블루칼라, 화이트칼라, 학생, 은퇴, 무직자 △개인이익 중시, 중간층 등임
 - 현 정부 지지층으로 평가받는 화이트칼라 계층의 경우 1월에 이어 2월에도 부정평가가 소폭 우세함
- 정부를 '신뢰한다'는 의견이 우세한 계층은 △남자 4050세대 △여자 40대 △호남 △진보층 △주부 △사회이익 중시 계층 등에 그침

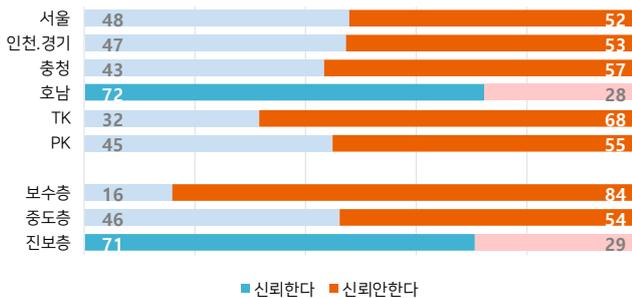
정부 신뢰도 추이 : 국민전체 (자료:케이스탯,단위:%)



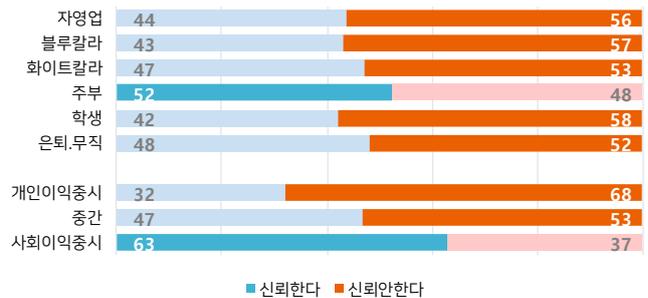
2월 정부 신뢰도 : 성/연령별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



2월 정부 신뢰도 : 지역별,이념별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



2월 정부 신뢰도 : 직업별,이익중시별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



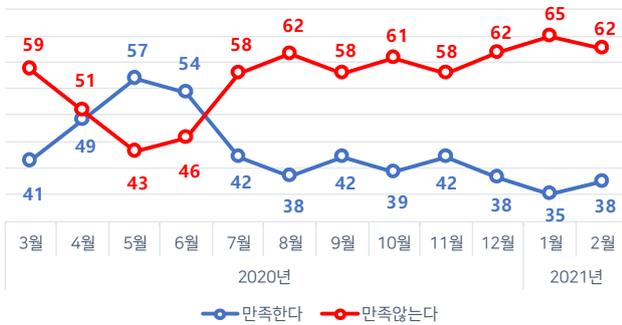
Kstat Point

- ☑ 문재인 정부를 신뢰하는 계층은 연령적으로 남자 4050세대와 여자 40대, 지역적으로 호남에 국한된 양상임
- ☑ 이러한 이유는 다양한 요인이 중첩되어 있지만 특히 '부동산 정책'이 가장 큰 영향을 미친 것으로 분석됨
 - : 2020년 전체 '가장 기억나는 사건' 조사결과 '부동산 가격 급등, 부동산정책 논란' 3위 기록 (1위 코로나19 / 2위 박원순 시장 사망 / 자료 : 케이스탯 리포트 18호 『국민 기억으로 보는 2020년』)
 - : 2021년 전체 '가장 이뤄지기 바라는 것' 조사결과 '부동산 가격 및 전월세 시장 안정화' 5위 기록 (1위 코로나19 종식 / 2위 내 개인 수입 증가 / 3위 고위공직자 범죄 강력 처벌 / 4위 내수경기 회복 / 자료 : 케이스탯 리포트 21호 『국민들이 대한민국에 바라는 희망 사항』)
- ☑ 정부의 지속적인 부동산 안정 정책과 '공안'에도 불구하고 시장 안정화가 이뤄지지 않고 있어, 향후에도 정부 신뢰도가 낮은 수준을 형성할 것으로 전망됨

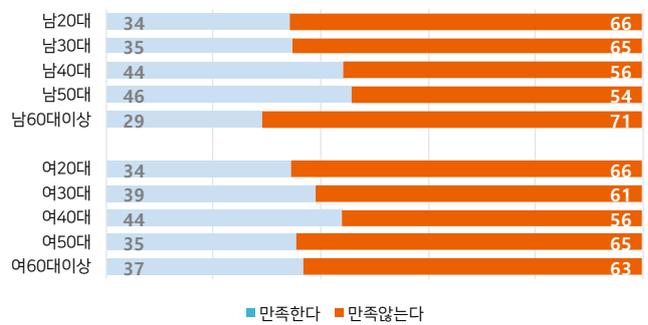
□ 정부정책 만족도 : '만족 않는다' 62%

- 정부정책에 대해 '만족 않는다'는 의견이 2월에도 우위를 기록, 여덟 달 연속 부정평가 우위가 지속됨
 - 정부정책에 대해 '만족한다' 38% vs '만족 않는다' 62%로 조사됨
- '만족 않는다'는 의견은 거의 모든 계층에서 우위를 보임
 - '만족 않는다'는 의견이 특히 우세한 계층은 △남자 20대, 남자 60대이상 △여자 20대 △TK, PK △보수층 △학생 △개인이익 중시 계층 등임
- '만족한다'는 의견이 우세한 계층은 △호남 △진보층 △사회이익 중시 계층에 불과함

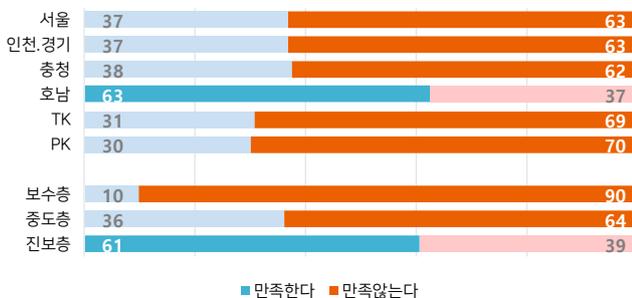
정부정책 만족도 추이 : 국민전체 (자료:케이스탯,단위:%)



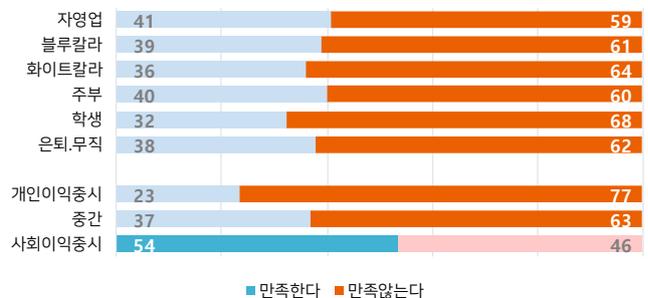
2월 정부정책 만족도 : 성/연령별 (자료:케이스탯,단위:%)



2월 정부정책 만족도 : 지역별,이념별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



2월 정부정책 만족도 : 직업별,이익중시별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



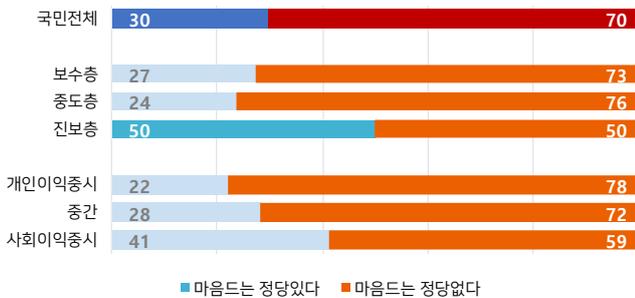
Kstat Point

- ☑ 정부정책 만족도는 38%로, 정부 신뢰도(47%)보다 낮은 수치를 기록함
 - : 정부를 '신뢰한다'는 응답이 우세한 남자 4050세대와 여자 40대에서도 정부정책에 '만족 않는다'는 응답이 우세한 것을 볼 때 정부정책에 대한 불만은 국민적 흐름인 것으로 보임
- ☑ 현 정부 입장에서 국민들의 정책 만족도와 신뢰도를 높이기 위해서는 앞서 지적한 '부동산 시장 안정화'가 절실한 과제지만 시장은 정부 희망과 다르게 움직이고 있어 개선되기 어려운 것으로 분석됨
- ☑ 다만, 최우선 국민적 관심사인 코로나19 백신 접종이 계획과 실행 모든 면에서 성공적으로 추진될 경우 정부 신뢰도와 정책 만족도가 모두 상승할 가능성이 존재함
 - : 2월 말부터 시작되는 코로나19 백신 접종에 대해 국민들이 어떻게 반응할지 귀추가 주목됨
 - : 한편으로 3월 말 지급을 목표로 정부가 추진 중인 4차 재난지원금 계획에 대한 국민적 반응도 주목할 대목임

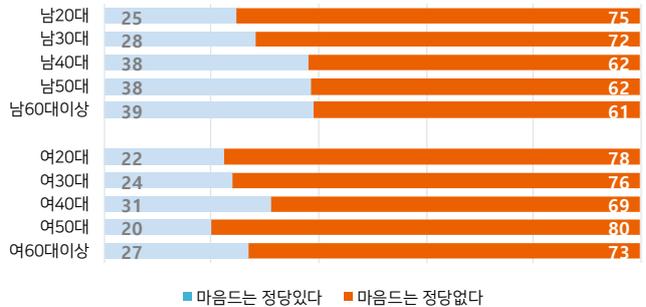
□ 정당 호감도 : 마음 드는 정당 '있다' 30% vs '없다' 70%

- 우리 국민들은 지금의 정당들에 대한 불만이 상당한 것으로 나타남
 - “요즘 우리나라 정당을 돌아볼 때, 선생님의 마음에 드는 정당이 있으세요? 없으세요?”라는 질문에 ‘마음에 드는 정당이 없다’는 응답이 70%로 매우 높게 조사됨
- 모든 계층에서 ‘마음에 드는 정당이 없다’는 응답이 우세한 가운데 특히 젊은층의 불만이 높게 나타남
 - 남자 20대 : 75% / 남자 30대 : 72% / 여자 20대 : 78% / 여자 30대 : 76%
 - 성/연령 외 다른 계층에서 특히 우세한 계층은 △TK △자영업, 학생 등임
- ‘마음에 드는 정당이 있다’는 응답이 상대적으로 높은 계층은 △진보층 △사회이익 중시 계층 △남자 4060세대 △호남 등임

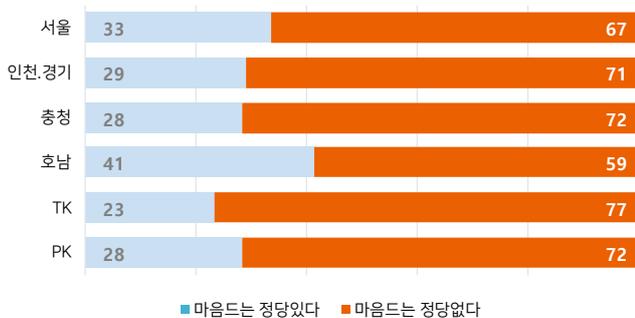
정당 호감도 : 국민전체,이념별,이익중시별
(자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



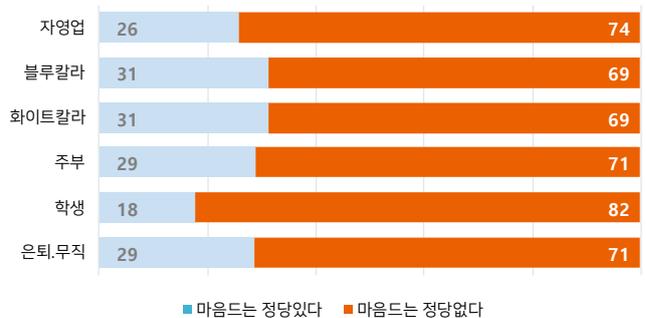
정당 호감도 : 성/연령별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



정당 호감도 : 지역별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



정당 호감도 : 직업별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



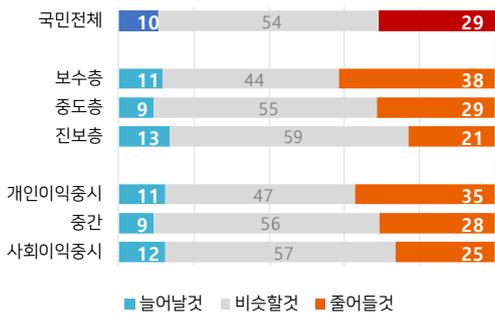
Kstat Point

- ☑ 우리 국민들은 정부를 신뢰하지 않고, 정부정책에 불만이 많지만, 그렇다고 정부를 견제할 만한 정당도 없다고 생각하는 등 ‘정치적 불신’이 강한 것으로 보임
- ☑ 이러한 생각은 기존 조사에서도 확인된 결과로 국민 다수는 우리나라 정치에 대해 매우 부정적인 생각을 갖고 있음
 - : ‘우리나라 정치는 국민의 의견과 관심사를 대변하는 일을 잘 하고 있다’ 주장 공감도 25%
 - : ‘우리나라 정치는 시대에 뒤떨어진 소수 특권층에 의해 좌우되고 있다’ 주장 공감도 71%
 - : 이에 대한 자세한 내용은 케이스탯 리포트 13호 『민주주의와 개인자유 국민의식 분석』 참고
- ☑ 주목되는 부분은 보수층의 생각으로, 보수층에서도 마음에 드는 정당이 ‘없다’는 의견이 73%에 달해 제1야당인 ‘국민의힘’에 대한 신뢰가 낮은 것으로 나타남
 - : 4.7 서울부산시장 보궐선거 초기에는 야당이 수월하게 승리할 것으로 보였으나, 시간이 갈수록 승리를 장담할 수 없는 상황에 놓인 데는 이러한 낮은 신뢰도가 영향을 미친 것으로 분석됨

□ 개인 소득 전망 : 지금보다 '늘어날 것' 10% vs '줄어들 것' 29%

- 다음 달 개인 소득 전망에 대한 질문 결과 '지금보다 늘어날 것'이라는 응답은 10%에 그치고, '지금보다 줄어들 것'이라는 응답은 29%로 높게 나타남
 - '지금과 비슷할 것'이라는 응답은 54%로 조사됨
- '늘어날 것'에서 '줄어들 것'을 뺀 차이는 국민 전체적으로 -19%p로 비교적 높은 수치를 기록함
- 계층별로 살펴봐도 모든 계층에서 차이(증가-감소)가 마이너스를 기록, 다음 달 소득이 하락할 것이라는 응답이 우세함
 - 마이너스 수치가 특히 높은 계층은 △보수층 △개인이익 중시층 △남자 5060세대 △여자 4060세대 △TK, PK △자영업, 블루칼라 계층 등임
- 상대적으로 마이너스 수치가 낮은 계층은 △진보층 △남자 20대 △여자 2030세대 △학생 등임

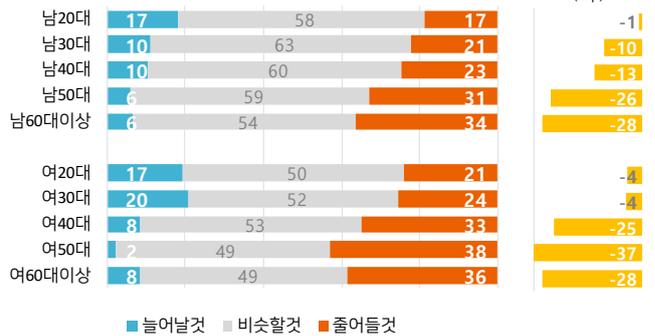
개인 소득 전망 : 국민전체, 이념별, 이익중시별
(자료:케이스탯, 2021.02.07조사, 단위:%)



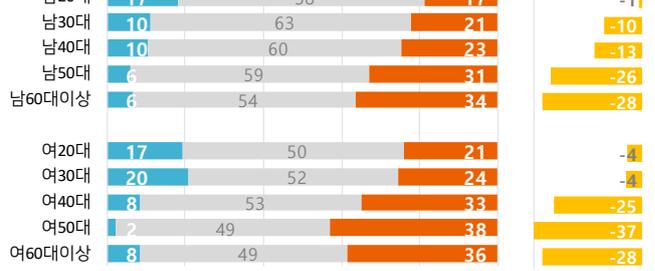
증가-감소 (%p)



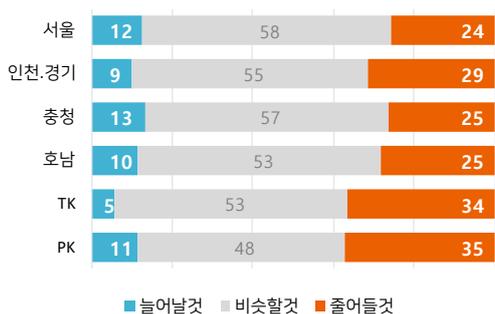
개인 소득 전망 : 성/연령별 (자료:케이스탯, 단위:%)



증가-감소 (%p)



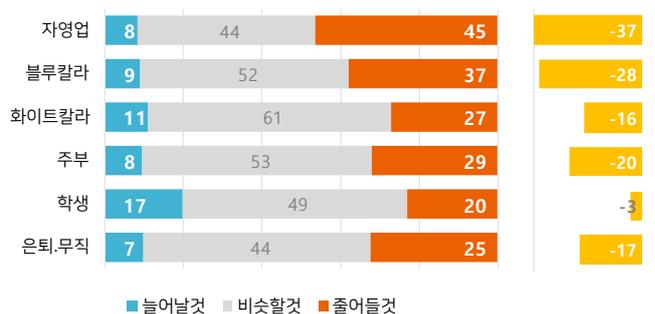
개인 소득 전망 : 지역별
(자료:케이스탯, 2021.02.07조사, 단위:%)



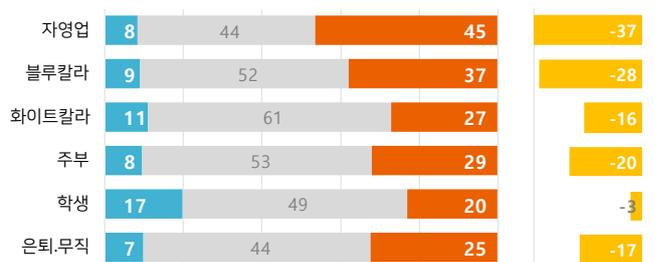
증가-감소 (%p)



개인 소득 전망 : 직업별
(자료:케이스탯, 2021.02.07조사, 단위:%)



증가-감소 (%p)

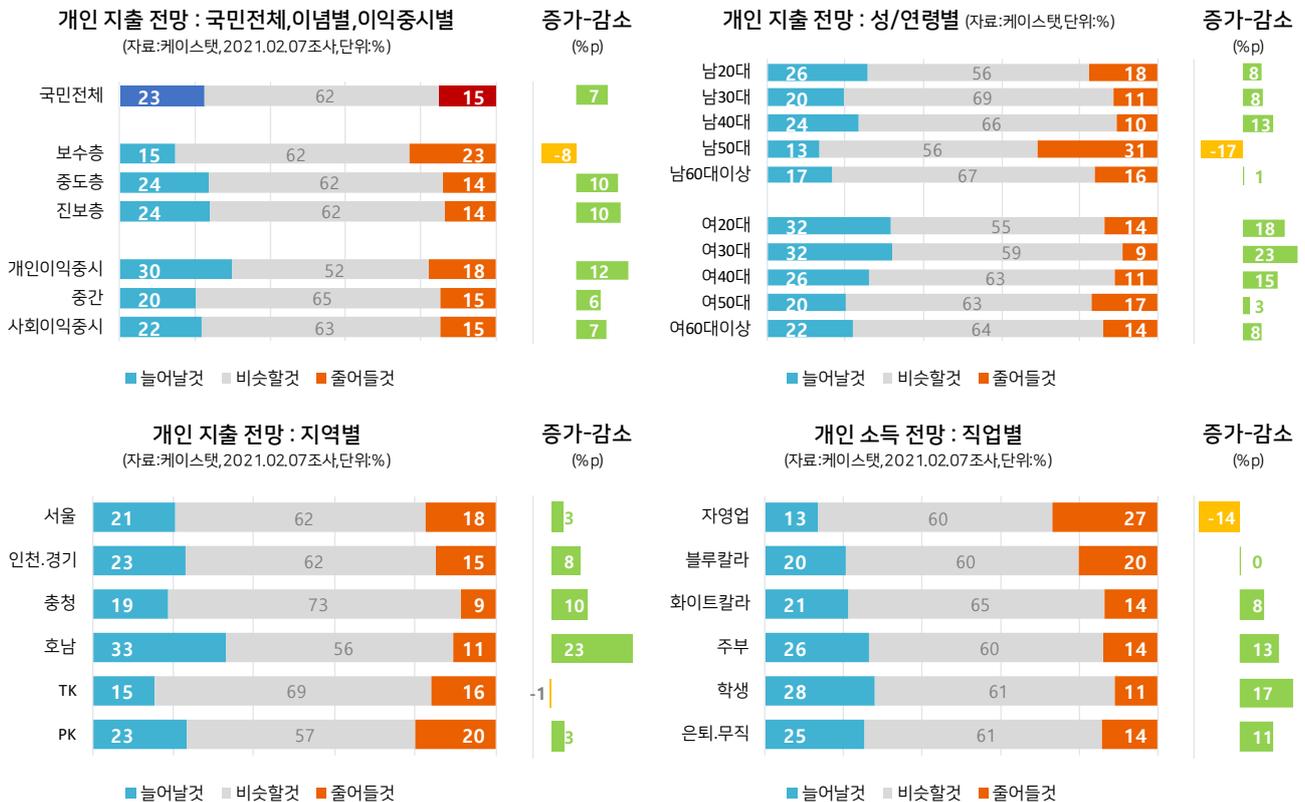


Kstat Point

- ☑ 코로나19가 국민 개개인의 소득에 직접적인 충격을 주고 있지만, 계층별로 충격의 강도가 다른 것으로 나타남
- ☑ 충격을 많이 받는 계층은 연령이 높을수록, 지방일수록 강하며, 직업별로는 자영업자와 블루칼라에 집중됨
- ☑ 4차 재난지원금을 비롯해 공공 일자리 90만개+알파 1분기내 집행 등 다양한 정부 대책이 추진되에도 불구하고 근본적인 대책이 아니라는 점에서 개인소득 감소 현상을 해소하기에는 역부족이라는 지적임
- ☑ 추가적으로 5차 또는 6차 재난지원금 지급이 예상되는 대목이며, 이 과정에서 국가부채와 증세 논란을 비롯해 기본소득 논란 등 다양한 아젠다 이슈가 분출할 것으로 전망됨

□ 개인 지출 전망 : 지금보다 '늘어날 것' 23% vs '줄어들 것' 15%

- 다음 달 개인 지출 전망에 대한 질문 결과 '지금보다 늘어날 것'이라는 응답이 23%로, '지금보다 줄어들 것'이라는 응답(15%)보다 높게 나타남
 - '지금과 비슷할 것'이라는 응답은 62%로 조사됨
- '늘어날 것'에서 '줄어들 것'을 뺀 차이는 국민 전체적으로 7%p를 기록함
- 계층별로 살펴보면 거의 모든 계층에서 차이(증가-감소)가 플러스를 기록, 다음 달 지출이 증가할 것이라는 응답이 우세함
 - 플러스 수치가 특히 높은 계층은 △개인이익 중시층 △남자 40대 △여자 2030세대 △호남 △학생 등임
- 마이너스 수치를 기록한 계층은 △보수층 △남자 50대 △TK △자영업자 등임

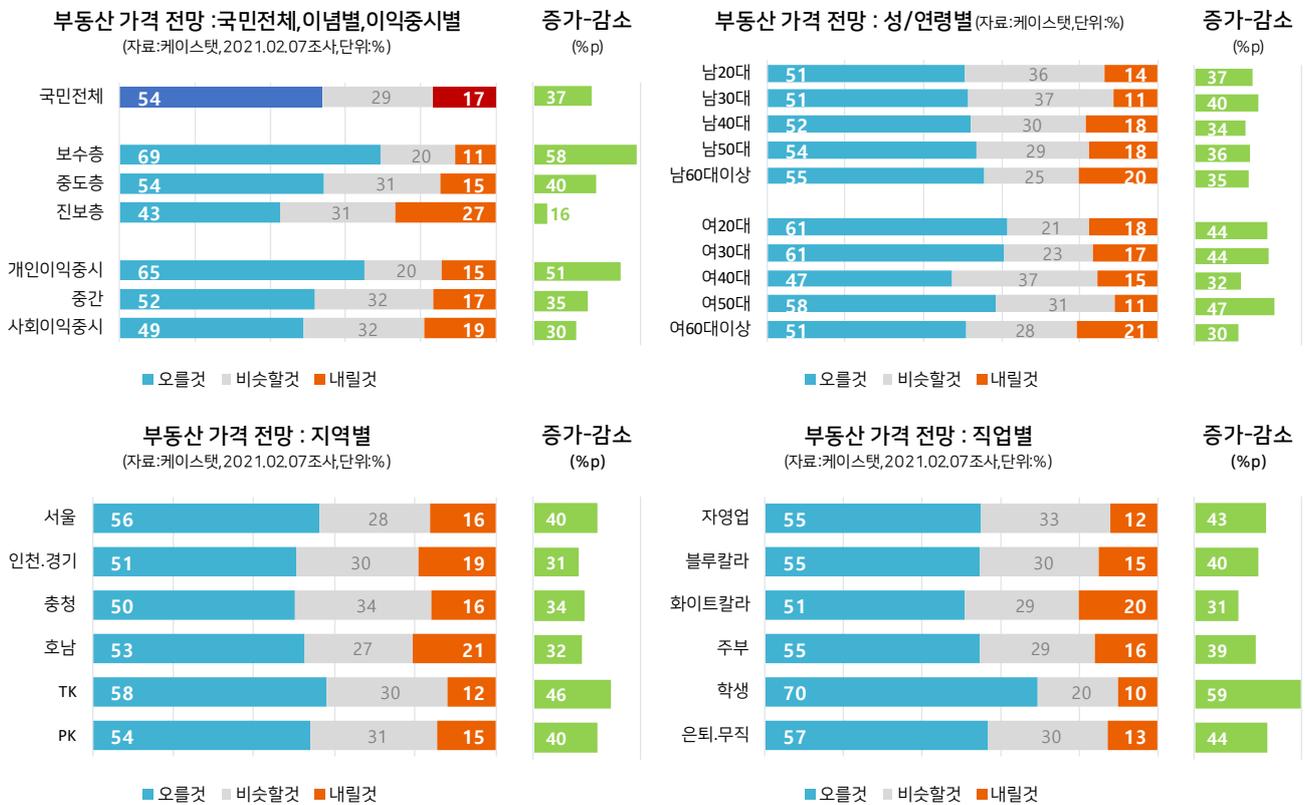


Kstat Point

- ☑ 앞서 다음 달 개인 소득이 줄어들 것으로 전망했는데도 불구하고(-19%p), 개인 지출은 줄지 않고 오히려 늘어날 것으로 전망함(7%p)
 - : 이는 다음 달 개인 재정이 마이너스가 될 것으로 예상한다는 의미임
- ☑ 다음 달 3월은 신학기과 봄맞이 준비 등으로 각종 지출이 증가하는 시기적 특성 때문으로 보임
 - : 소득은 줄지만 지출은 늘어나는 상황으로 인해 경제적 스트레스도 높아질 것으로 전망됨

□ 부동산 가격 전망 : 지금보다 '오를 것' 54% vs '내릴 것' 17%

- 국민들은 다음 달 부동산 가격 전망에 대해 '지금보다 오를 것'이라는 응답이 54%로, '지금보다 내릴 것'이라는 응답(17%)보다 압도적으로 높게 나타남
 - '지금과 비슷할 것'이라는 응답은 29%로 조사됨
- '오를 것'에서 '내릴 것'을 뺀 차이는 국민 전체적으로 37%p로 매우 높음
- 계층별로 살펴보면 모든 계층에서 차이(증가-감소)가 플러스를 기록, 전 계층에서 부동산 가격이 오를 것이라는 일치된 의견을 피력함
 - 플러스 수치가 특히 높은 계층은 △보수층 △개인이익 중시층 △여자 2030세대, 여자 50대 △TK △학생 등임
 - 플러스 수치가 상대적으로 낮은 계층은 △진보층에 그침

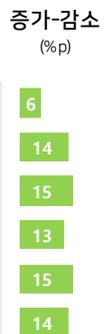
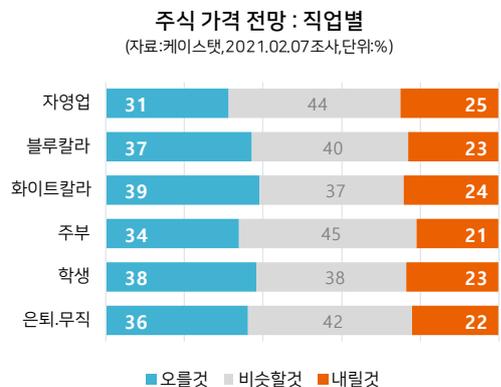
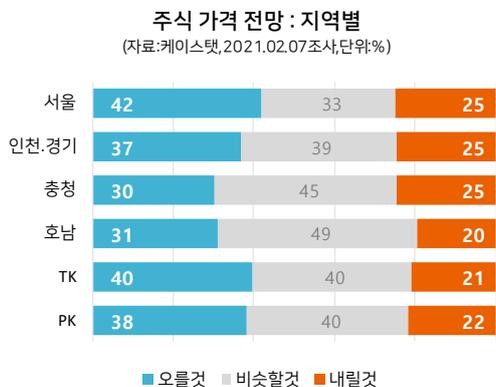
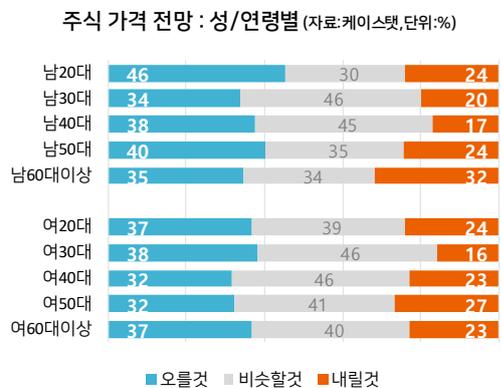
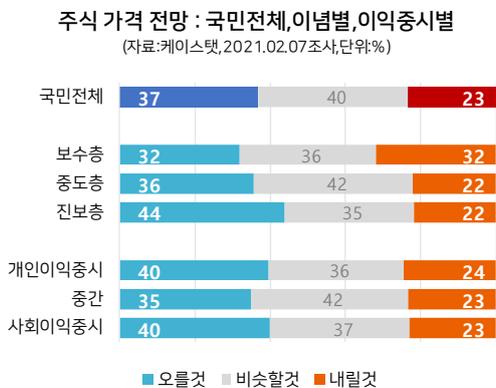


Kstat Point

- ☑ 정부는 지난 2월 4일, 부동산 시장 안정화를 목표로 전국에 83만6천호(서울 32만호, 수도권 61만6천호)의 주택을 공급하겠다는 정책을 발표함
- ☑ 하지만 다수 국민들은 정부의 발표와 달리 다음 달 부동산 가격이 오를 것이라는 생각을 하고 있음
 - : 정부 정책이 단기간 내에 효과를 낼 수 없겠지만, 현시점에서 국민들이 정부 발표와 다른 생각을 하고 있다는 것은 분명해 보임
- ☑ 한편, 지난 1월 가계대출 증가액은 7조6천억원을 기록, 2004년 통계 작성 이래 가장 큰 폭의 증가세를 기록함(자료, 한국은행)
 - : 주택 관련 대출이 5조원, 공모주 청약 등 주식투자자 주택거래 자금수요가 2조6천억원인 것으로 파악돼 이른바 '영끌' 주택 매입 및 주식투자 열풍이 여전한 것으로 나타남

□ 주식 가격 전망 : 지금보다 '오를 것' 37% vs '내릴 것' 23%

- 다음 달 주식 가격 전망에 대해 '지금보다 오를 것'이라는 응답이 37%를 기록, '지금보다 내릴 것'이라는 응답(23%)보다 높게 나타남
 - '지금과 비슷할 것'이라는 응답은 40%로 조사됨
- '오를 것'에서 '내릴 것'을 뺀 차이는 국민 전체적으로 13%p를 기록함
- 계층별로 살펴보면 보수층을 제외한 모든 계층에서 차이(증가-감소)가 플러스를 기록, 사실상 모든 계층에서 주식 가격이 오를 것으로 예상함
 - 플러스 수치가 특히 높은 계층은 △진보층 △남자 20대, 남자 40대 △여자 30대 △TK 등임
 - 플러스 수치가 상대적으로 낮은 계층은 △보수층 △남자 60대이상 △여자 50대 △충청 △자영업자 등임



Kstat Point

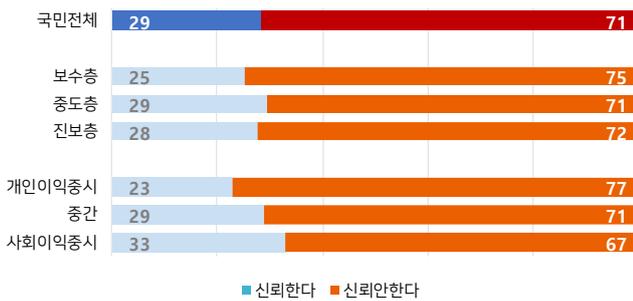
- ☑ 지난 1월 6일, 코스피 지수는 사상 처음으로 3000선을 돌파함
 - : 코스피가 2000에서 3000으로 앞자리 숫자가 바뀐 것은 2007년 7월 이후 약 13년 5개월 만의 일로, 이른바 '개미'로 불리는 개인 투자자들의 적극 참여가 핵심 동력이었다는 평가임
- ☑ 개인 투자자들의 적극적인 참여 이유는 노동 소득(급여)에만 의존해서는 자녀교육, 노후준비 등을 안정적으로 이루기 힘들다는 현실적 문제가 크게 작용함
 - : 재테크 필요성 여론조사 결과, '필요하다' 91%(자료, 케이스탯 리서치 자체조사, 2021년 2월)
- ☑ 코스피 지수의 지속적 상승(16일 현재 3160)과 '지금보다 오를 것'이라는 국민 여론을 종합해 볼 때 '주식 열풍' 현상은 당분간 지속될 가능성이 높은 것으로 전망됨

2월 특별지표 : 뉴스 및 정보취득 방법

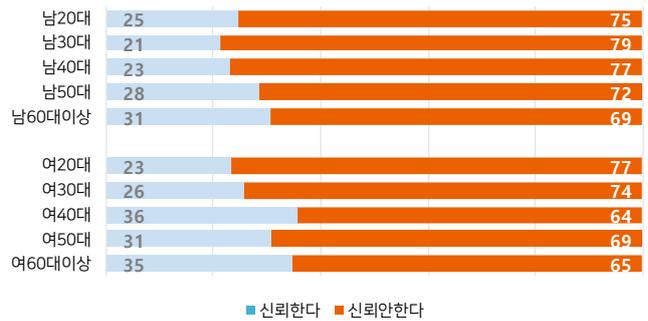
언론 신뢰도 : '신뢰한다' 29% vs '신뢰 안한다' 71%

- 우리 국민 대다수는 언론을 신뢰하지 않는 것으로 조사됨
 - “선생님께서서는 평소 우리나라 언론을 신뢰하세요, 신뢰하지 않으세요?”라는 질문에 ‘신뢰하지 않는다’는 응답이 71%로 매우 높게 나타남
- 모든 계층에서 ‘신뢰하지 않는다’는 응답이 우세해, 특정 계층만의 의견이 아닌 전 국민적 의견임
 - ‘신뢰하지 않는다’는 응답이 특히 우세한 계층은 △개인이익 중시층 △남자 3040세대 △여자 20대 △인천.경기 △자영업자, 은퇴.무직자 계층 등임
- ‘신뢰한다’는 응답이 상대적으로 높은 계층은 △사회이익 중시층 △여자 40대, 여자 60대이상 △충청권 △블루칼라, 주부 계층 등임

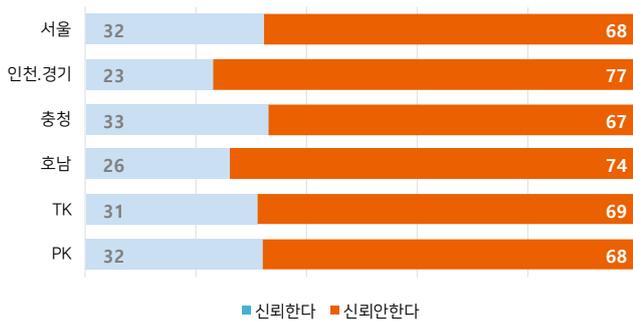
언론 신뢰도 : 국민전체,이념별,이익중시별
(자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



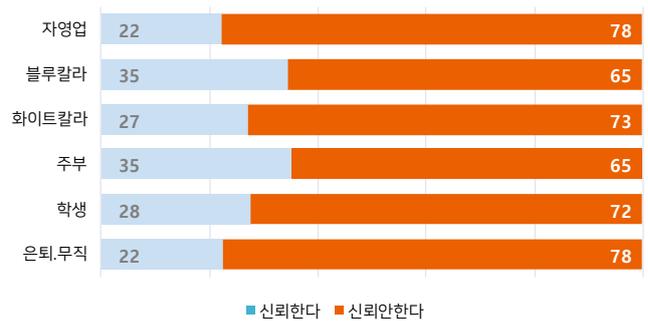
언론 신뢰도 : 성/연령별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



언론 신뢰도 : 지역별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



언론 신뢰도 : 직업별 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



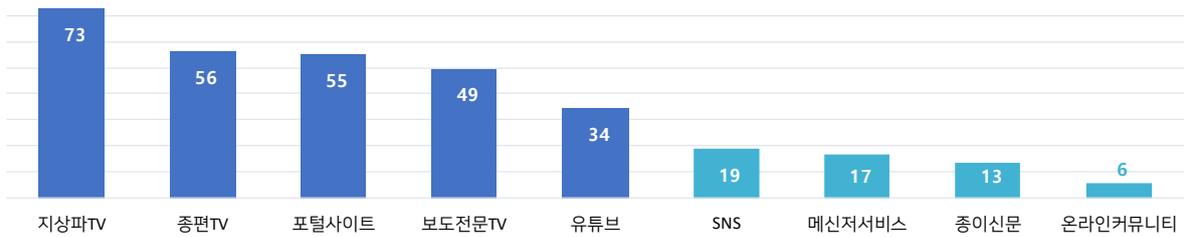
Kstat Point

- ☑ 공신력을 생명으로 하는 언론에 대한 국민적 평가는 낙제점에 다름없음
 - : 언론 신뢰도 29%는 정부 신뢰도(47%)에도 미치지 못해 '권력'을 감시하고 비판하는 언론 본연의 역할을 인정받기 어려운 수준임
- ☑ 언론이 공론의 장으로서 그 기능을 상실할 경우 '가짜 뉴스'가 횡행하면서, 사회불신과 갈등이 고조될 수밖에 없기에 지금의 낮은 언론 신뢰도는 언론만의 문제가 아닌 사회 전체 차원의 심각한 문제라는 지적임

□ 언론사 뉴스 이용 방법 : 지상파 TV 1위

- “지난 1주일을 돌아볼 때, 선생님께서 언론사 뉴스를 이용한 매체는 무엇이세요? 모두 골라 주세요.” 라는 질문에 지상파 TV가 73%로 1위를 차지함
 - 다음으로 종편 TV(56%), 포털 사이트(55%), 보도전문 TV(49%), 유튜브(34%) 순으로 응답함
- 국민들의 평균 이용 매체 수는 3.22개로 3개가 조금 넘는 매체를 이용하는 것으로 나타남

언론사 뉴스 이용 방법(복수응답) : 국민전체 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위%)



- 성/연령별 및 이념성향별 매체 이용 현황을 살펴보면 전반적으로 지상파 TV 뉴스 영향력이 절대적이지만 성/연령에 따라 다소 차이가 있음
 - 2030세대에서는 상대적으로 지상파 TV 뉴스 영향력이 떨어지고, 이 자리를 포털 사이트와 유튜브가 대신함
 - 4060세대는 지상파 TV 영향력과 더불어 종편 TV, 보도전문 TV가 영향을 미치고 있음
 - 보수층은 종편 TV와 유튜브를 선호하고, 진보층은 지상파 TV와 포털 사이트를 선호함
 - 한편, 60대 이상 남성의 경우 종이신문의 주된 구독자로 나타남

	평균 이용 매체 수	지상파 TV	종편 TV	포털 사이트	보도전문 TV	유튜브	SNS	메신저 서비스	종이신문	온라인 커뮤니티
남18~20대	2.67	55	34	43	39	51	21	17	7	2
남30대	2.99	63	44	58	46	36	18	15	13	7
남40대	3.16	76	49	70	46	31	18	7	13	5
남50대	3.84	80	66	65	63	36	23	22	19	10
남60대이상	3.55	74	69	56	60	37	15	14	23	8

	평균 이용 매체 수	지상파 TV	종편 TV	포털 사이트	보도전문 TV	유튜브	SNS	메신저 서비스	종이신문	온라인 커뮤니티
여18~20대	3.18	73	39	56	34	41	36	27	8	3
여30대	2.77	71	47	59	36	20	14	20	5	5
여40대	3.01	69	63	55	46	23	15	14	14	2
여50대	3.19	80	63	48	49	33	14	14	12	6
여60대이상	3.43	78	69	46	59	35	16	17	15	8

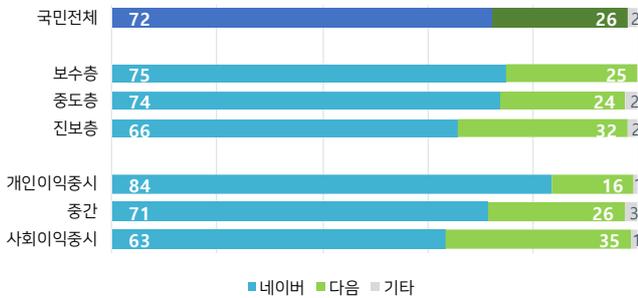
	평균 이용 매체 수	지상파 TV	종편 TV	포털 사이트	보도전문 TV	유튜브	SNS	메신저 서비스	종이신문	온라인 커뮤니티
보수층	3.27	67	68	49	48	41	13	18	16	6
중도층	3.20	73	55	55	50	34	19	16	13	5
진보층	3.26	76	51	59	49	32	23	17	12	7

□ 언론사 뉴스, 포털 이용 현황 : '네이버' 72% vs '다음' 26%

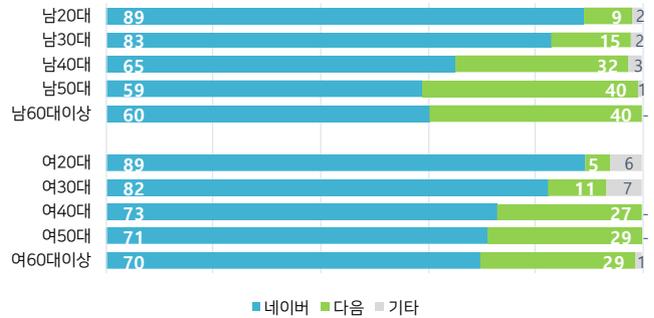
- 언론사 뉴스를 포털 사이트를 통해 이용한다는 응답자만 한정해(588명), 주요 이용하는 포털 사이트를 질문한 결과 네이버가 72%로 압도적이고, 다음은 26%, 기타 2%로 나타남
- '네이버' 이용이 특히 높은 계층은 △개인이익 중시층 △남자 2030세대 △여자 2030세대 △학생 계층 등임
- 상대적으로 '다음' 사이트 이용이 높은 계층은 △진보층 △사회이익 중시층 △남자 5060세대 △TK △자영업자, 블루칼라 등임

언론사 뉴스 포털 이용 현황: 국민전체,이념별,이익중시별

(자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)

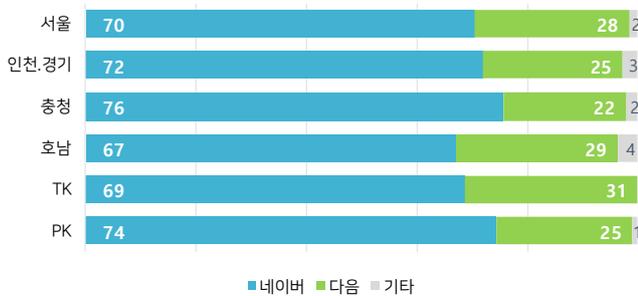


언론사 뉴스 포털 이용 현황: 성/연령별 (자료:케이스탯,단위:%)



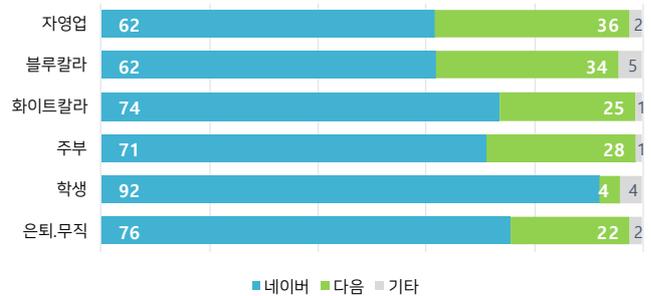
언론사 뉴스 포털 이용 현황: 지역별

(자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



언론사 뉴스 포털 이용 현황: 직업별

(자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



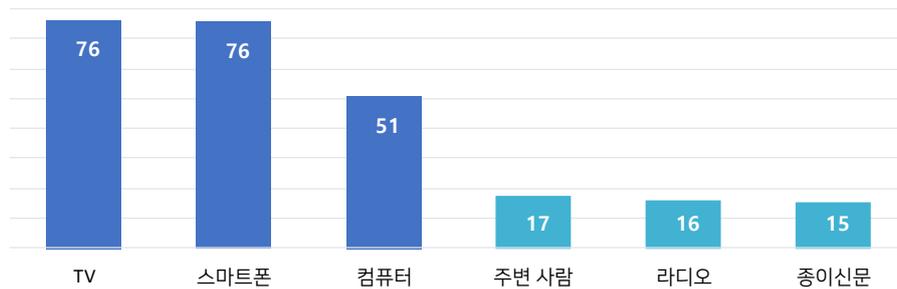
Kstat Point

- ☑ 포털 사이트를 통해 뉴스를 이용하는 국민은 전체적으로 55%이고, 이중 네이버를 사용하는 국민이 72%로 나타나 네이버 사이트의 영향력이 매우 높은 것을 알 수 있음
 - : 이에 따라 정치권에서도 네이버에 대한 관심이 높고, 네이버가 '공정성'을 담보할 수 있도록 다양한 압박을 전개해 왔음
 - : 이러한 이유로 네이버는 그동안 뉴스 노출 방식의 변화를 추진해 왔고, 최근에는 '실시간 검색어' 기능 폐지를 예고 하는 등 '공정성' 획득을 위한 노력을 기울여 옴
 - : 그러나 여전히 네이버의 '공정성'에 의문이 제기되고 있고, 뚜렷한 해법은 아직 마련되지 못했다는 지적임
- ☑ 한편, 최근 민주당은 인터넷상 가짜 뉴스 근절을 이유로 징벌적 손해배상 대상에 언론사와 포털, 유튜브 등을 포함하는 법 개정을 추진하고 있어 논란이 되고 있음
 - : 이 과정에서 가짜 뉴스가 사회에 미치는 해악과 언론 및 표현의 자유 수호를 둘러싼 공방이 벌어질 것으로 전망됨

□ 일상적 정보획득 방법 : TV, 스마트폰 공동 1위

- “지난 1주일을 돌아볼 때, 선생님께서는 어떤 매체를 통해 세상 돌아가는 소식을 들으셨습니까? 해당하는 것을 모두 골라주세요.”라는 질문에 TV와 스마트폰이 공히 76%로 공동 1위를 차지함
 - 다음으로 컴퓨터(51%), 주변 사람(17%), 라디오(16%), 종이신문(15%) 순으로 조사됨
- 일상적 정보획득 평균 이용 매체 수는 2.52개로 3개에 가까운 매체를 이용하는 것으로 나타남

일상적 정보획득 방법(복수응답) : 국민전체 (자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



- 성/연령별 및 이념성향별 일상적 정보획득 방법을 살펴보면 성/연령에 따라 다소 차이가 있음
 - 4060세대는 TV 이용이 절대적으로 높고, 동시에 스마트폰도 적극적으로 이용하고 있음
 - 이에 비해 2030세대에서는 TV보다 스마트폰을 더 많이 이용하고 있음
 - 한편, 이념성향별로는 큰 차이가 없음

	평균 이용 매체 수	TV	스마트폰	컴퓨터	주변 사람	라디오	종이신문
남18~20대	2.24	49	80	62	17	9	7
남30대	2.37	62	85	55	12	12	11
남40대	2.57	77	84	51	13	14	18
남50대	3.08	88	79	69	24	27	21
남60대이상	2.59	86	62	56	9	20	26

	평균 이용 매체 수	TV	스마트폰	컴퓨터	주변 사람	라디오	종이신문
여18~20대	2.54	64	89	50	30	13	8
여30대	2.24	69	78	38	18	15	5
여40대	2.56	81	80	41	22	20	11
여50대	2.40	84	70	35	19	15	17
여60대이상	2.48	88	66	46	15	14	19

	평균 이용 매체 수	TV	스마트폰	컴퓨터	주변 사람	라디오	종이신문
보수층	2.36	76	77	41	16	11	16
중도층	2.58	77	75	53	19	17	17
진보층	2.42	75	76	50	14	16	11

□ 스마트폰/컴퓨터 통한 정보획득 방식 : 포털 사이트 이용

- 일상적 정보획득 방법에 있어 스마트폰과 컴퓨터 이용 응답자만 한정해(908명), 주 사용 방식을 질문한 결과 포털 사이트가 83%로 압도적으로 높게 나타남
 - 다음은 유튜브(48%), 언론사 사이트(24%), SNS(23%), 카카오톡(23%), 온라인 커뮤니티(17%) 순으로 조사됨
- 스마트폰/컴퓨터 통한 정보획득 평균 이용 방식은 1.86개로 2개에 가까운 방법을 이용하고 있음

일상적 정보획득 방법, 스마트폰.컴퓨터 이용 방식(복수응답) : 국민전체

(자료:케이스탯,2021.02.07조사,단위:%)



- 성/연령별 및 이념성향별 스마트폰/컴퓨터 이용 방식을 살펴보면 포털 사이트 이용이 절대적으로 높은 가운데 2순위부터는 다소 차이가 있음
 - 유튜브를 이용해 일상적 정보획득을 하는 경우가 많음(특히 남자 2030세대와 여자 20대, 여자 60대이상)
 - 여자 18~20대의 경우 SNS와 카카오톡을 많이 이용하는 점이 특징적임
 - 이념성향별로는 보수층의 유튜브 이용률이 매우 높다는 점이 주목됨

	평균 이용 방식	포털 사이트	유튜브	언론사 사이트	SNS	카카오톡	온라인 커뮤니티
남18~20대	2.12	73	61	30	29	26	18
남30대	2.03	80	52	24	24	20	21
남40대	1.89	87	47	23	15	16	16
남50대	2.09	96	43	23	23	26	17
남60대이상	1.72	83	45	26	14	23	17

	평균 이용 방식	포털 사이트	유튜브	언론사 사이트	SNS	카카오톡	온라인 커뮤니티
여18~20대	2.40	83	55	24	46	36	19
여30대	1.57	85	35	15	21	15	13
여40대	1.76	85	44	22	20	19	17
여50대	1.54	86	44	25	16	17	13
여60대이상	1.68	77	50	28	26	24	21

	평균 이용 방식	포털 사이트	유튜브	언론사 사이트	SNS	카카오톡	온라인 커뮤니티
보수층	1.87	79	63	24	13	28	18
중도층	1.86	85	46	25	25	21	17
진보층	1.87	81	45	24	26	25	18



http://www.kstat.co.kr
서울 서초구 반포대로 24길 76 월드빌딩
admin@kstat.co.kr ■ 전화 _ 02_6188_6000

케이스탯 리포트는 정기적으로 실시한 여론조사와 빅데이터 버즈(Buzz) 분석을 기반으로 합니다.

케이스탯 리포트는 사회, 경제, 생활, 문화 등 우리 삶과 가까운 주제로 구성됩니다.

케이스탯 리포트는 케이스탯과 컨설팅 전문가의 기획회의를 통해 선정된 주제와 정기지표를 조사함으로써 우리 사회의 중요한 이슈와 여론의 흐름을 파악합니다.

케이스탯 리포트는 심층적인 분석 결과를 발표함으로써 사회조사의 공정성과 가치를 더하고자 합니다.

케이스탯 리포트는 매월 2,4주 목요일에 발행합니다.

케이스탯 리포트의 정기구독을 원하시면, 문의 메일 report@kstat.co.kr로 이메일 주소를 남겨주세요.

[케이스탯 리포트 22호] 발간 안내

22호는 『케이스탯 리포트 1년 특집 : 2021년 핵심 키워드』라는 주제로 2월 25일(목요일)에 발간됩니다.