

케이스탯 2022년 2월 사회지표

■ 월 정기 지표

- _ 대한민국 전반적 방향성 : 부정평가 우위 지속
- _ 경제 방향성 : ‘잘못된 방향’ 우세 여론 확고
- _ 정부 신뢰도 : ‘신뢰 안한다’ 지속적 우위
- _ 정부 정책 만족도 : ‘만족 않는다’ 여론 지속
- _ 정당 호감도 : 마음에 드는 정당 ‘없다’ 지속 우세
- _ 다음 달 개인 소득 전망 : 부정적 전망 여전
- _ 다음 달 개인 지출 전망 : ‘늘어날 것’ 증가
- _ 부동산 가격 전망 : ‘하락 전망’ 상승세 뚜렷
- _ 주식 가격 전망 : 상승, 하락 전망 혼재

■ 2월 특별지표 : 뉴스 및 정보취득 방법

- _ 언론 신뢰도 : ‘신뢰 안한다’ 75%
- _ 언론사 뉴스 이용 방법 : 지상파 TV, 연속 1위
- _ 일상적 정보획득 방법 : 스마트폰 절대적
- _ [스마트폰, 컴퓨터 이용자] 포털 사이트 압도
- _ [TV 이용자] 지상파 TV 가장 높아

조사개요

조사기간	2022년 2월 11일(금) ~ 2월 13일(일)
조사방법	구조화된 설문지를 이용한 온라인 웹 조사
조사기관	케이스탯
표본추출	지역별, 성별, 연령별 비례 할당 추출
표본틀	케이스탯 K-패널
유효표본	총 1,033명
표본오차	95% 신뢰수준에서 최대허용 표집오차 $\pm 3.05\%$
가중치	지역별, 성별, 연령별 셀 가중 부여 (2022년 1월말 행정안전부 주민등록인구 기준)

일러두기

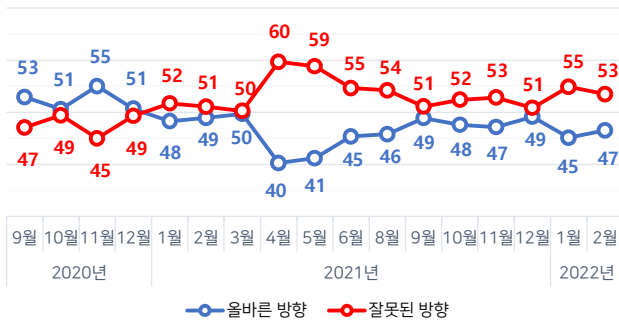
- _ 본 리포트의 데이터는 소수점 첫째자리에서 반올림하여 정수로 표기하였으므로, 세부항목의 합이 100%가 되지 않거나 넘을 수 있습니다.
- _ 중복 응답 문항의 경우 합이 100%를 초과할 수 있습니다.
- _ 본 리포트에서 n은 유효 표본크기를 의미합니다.
- _ 응답 사례수가 적은 경우 해석에 유의하여 주십시오.

월 정기 지표

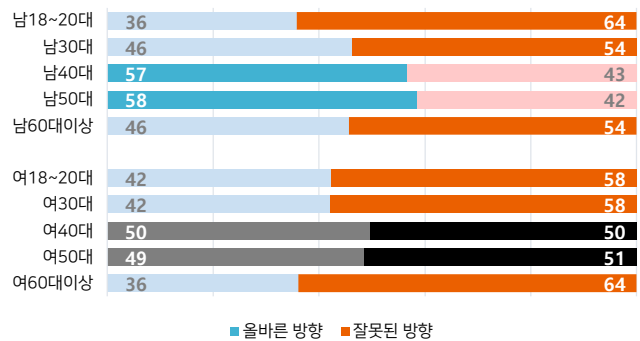
대한민국 전반적 방향성 : 부정평가 우위 지속

- 대한민국이 전반적으로 ‘잘못된 방향’으로 가고 있다는 여론 흐름이 지속되고 있음
 - 2022년 2월 조사결과 ‘올바른 방향’ 47% vs ‘잘못된 방향’ 53%로 조사됨
- 계층별로 살펴보면 대부분의 계층에서 ‘잘못된 방향’이 우세한데, 특히 우세한 계층은 △남자 18~20대 △여자 2030세대, 여자 60대 이상 △경기.인천 △보수층 △자영업, 주부, 학생 △개인이익 중시층 등임
- 이에 비해 ‘올바른 방향’이 우세한 계층은 △남자 4050세대 △호남 △진보층 △블루칼라 △사회이익 중시층 등에 그침
- 한편, ‘올바른 방향’과 ‘잘못된 방향’ 의견이 팽팽한 계층은 △여자 4050세대 △충청, TK △화이트칼라 계층 등으로 나타남

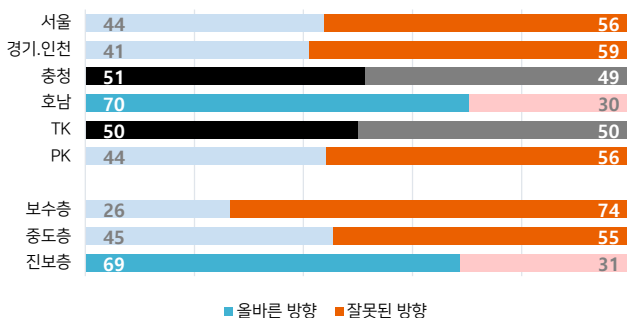
대한민국 전반적 방향성 평가 추이 : 국민전체
(자료:케이스탯,단위:%)



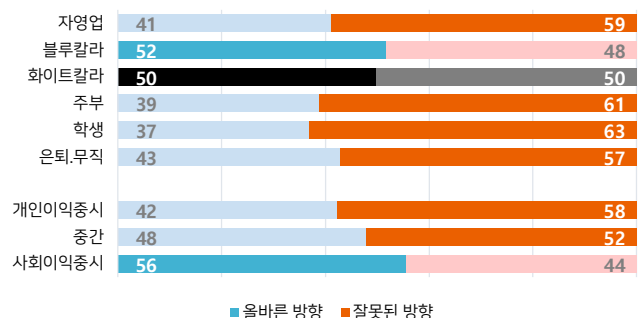
2022년 2월 대한민국 전반적 방향성 평가 : 성/연령별 (단위:%)



2022년 2월 대한민국 전반적 방향성 평가 : 지역별,이념별
(자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



2022년 2월 대한민국 전반적 방향성 평가 :직업별,이익중시별
(자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



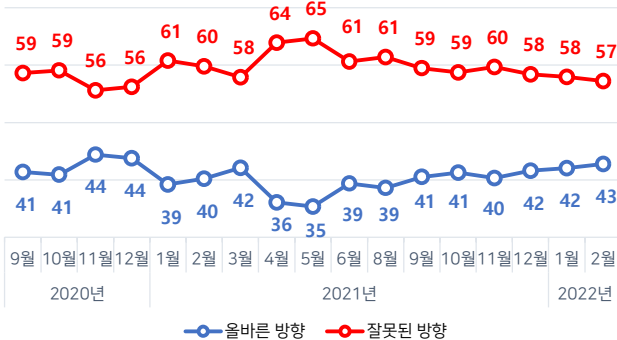
Kstat Point

- ☑ 최근의 대한민국 방향성 평가는 코로나19 확산세 정도와 대통령 선거 판세에 큰 영향을 받고 있음
 - : 오미크론 변이가 급속도로 확산되면서 국민적 불안감이 유지된 것이 부정평가에 영향을 미친 것으로 보임
 - : 대통령 선거 판세의 경우 여야 유력 후보 간의 치열한 접전 흐름에 따라 영향력 역시 중립적인 것으로 판단됨
- ☑ 다음 조사는 대선 이후로 예정되어 있어(3월 11일~13일), 대선 결과가 어떻게 반영될 것인지 주목됨

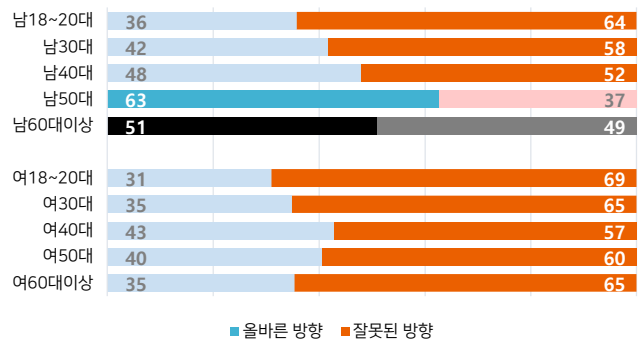
□ 경제 방향성 : '잘못된 방향' 우세 여론 확고

- 대한민국 경제가 '잘못된 방향'으로 가고 있다는 국민여론이 확고함
 - 2월 조사에서 '올바른 방향' 43% vs '잘못된 방향' 57%로 부정평가가 우세함에 따라 관련 조사를 시작한 이후(2020년 3월 이후) 23개월 연속 '잘못된 방향' 우세 흐름이 확고히 유지됨
- 계층별로 살펴보면 거의 모든 계층에서 '잘못된 방향'이 우세하며, 특히 우세한 계층은 △남자 18~20대 △여자 2030세대, 여자 60대이 상 △경기.인천, PK △보수층 △주부, 학생 △개인이익 중시층 등임
- '올바른 방향'이라는 의견이 우세한 계층은 △남자 50대 △호남 △진보층 △사회이익 중시층 등임
- 한편, 긍정/부정평가 의견이 팽팽한 계층은 △남자 60대 이상 △TK △블루칼라 등임

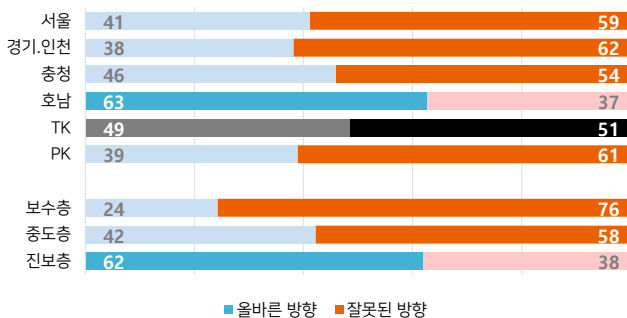
경제 방향성 평가 추이 : 국민전체 (자료:케이스탯,단위:%)



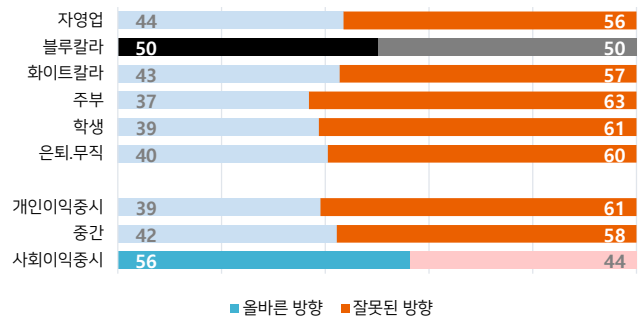
2022년 2월 경제 방향성 평가 : 성/연령별 (자료:케이스탯,단위:%)



2022년 2월 경제 방향성 평가 : 지역별,이념별 (자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



2022년 2월 경제 방향성 평가 : 직업별,이익중시별 (자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



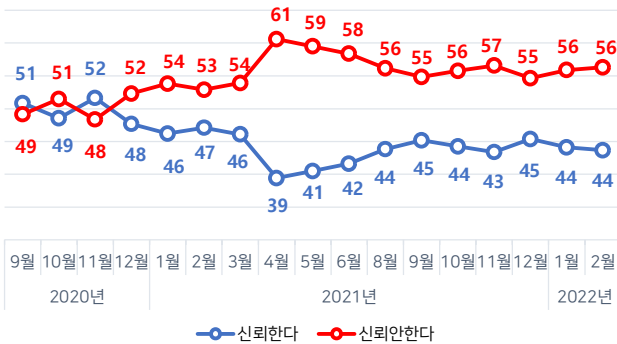
Kstat Point

- ☑ 우리나라 경제가 '올바른 방향'으로 가고 있다는 의견은 남자 50대, 호남, 진보층, 사회이익 중시층에 불과함
 - : 이들은 현 문재인 대통령의 핵심 지지층으로, 문재인 대통령에 대한 우호적 태도가 경제에 대한 평가보다 우선시 되는 것으로 분석됨
 - : 이에 비해 여자 2030세대는 문재인 대통령 지지층이지만, 대통령에 대한 태도와 경제에 대한 평가를 분리해 판단 하는 것으로 보임
- ☑ 다음 달 경제 방향성 평가에 미치는 주된 요인은 대통령 선거 결과와 추경 예산 집행 등임
 - : 특히 '경제는 심리'라는 말에서 보듯 대통령 선거 결과가 경제 방향성 평가에 어떤 영향을 미칠지 주목됨

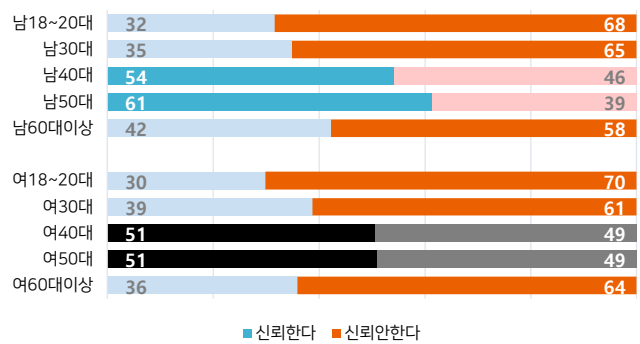
□ 정부 신뢰도 : '신뢰 안한다' 지속적 우위

- 정부를 '신뢰하지 않는다'는 여론 흐름이 2월 조사에서도 재현됨
 - 2022년 2월 정부 신뢰도 역시 '신뢰 안한다'는 의견이 56%로 긍정평가 보다 우세함
- 계층별로 살펴보면 거의 모든 계층에서 '신뢰 안한다'는 의견이 우세하고, 특히 우세한 계층은 △남자 2030세대 △여자 18~20대 △보수층 △학생 등임
- '신뢰한다'는 의견이 우세한 계층은 △남자 4050세대 △호남 △진보층 등임
- 한편, 두 의견이 팽팽히 맞서는 계층은 △여자 4050세대 △충청권 등임

정부 신뢰도 추이 : 국민전체 (자료:케이스탯,단위:%)

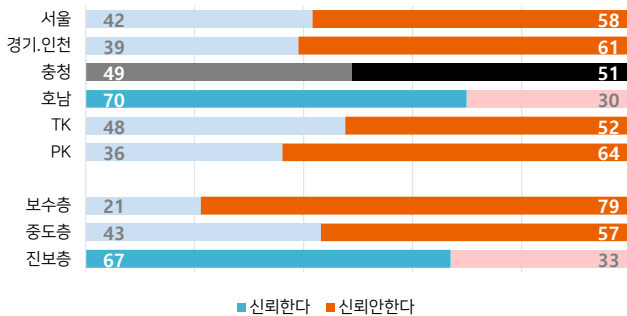


2022년 2월 정부 신뢰도 : 성/연령별 (자료:케이스탯,단위:%)



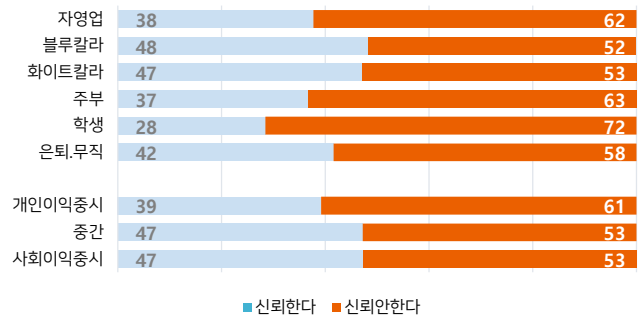
2022년 2월 정부 신뢰도 : 지역별,이념별

(자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



2022년 2월 정부 신뢰도 : 직업별,이직증시별

(자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



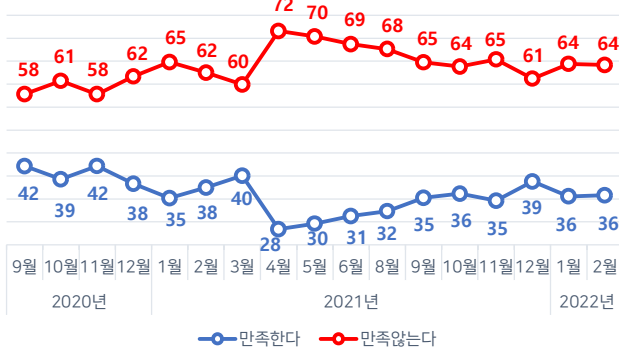
Kstat Point

- ☑️ 최근의 정부 신뢰도 여론은 대선후보 지지율과 긴밀히 연동되어 있는데, 여야 후보 간의 접전이 유지되면서 정부 신뢰도 역시 별다른 변화가 없음
- ☑️ 이렇게 볼 때 대통령 선거를 둘러싼 여론 지형이 고착되었고, 지금의 여론 지형에 따라 선거가 치러질 것으로 전망됨
 - : 주목되는 점은 대선과 거리를 둔 채 부동산화 되어 있는 여자 2030세대로, 이들이 투표를 할 것인지 여부와 투표를 한다면 누구에게 표를 줄 것인가 하는 점임
 - : 이렇듯 여자 2030세대의 행보는 접전 양상을 보이고 있는 대선 판세의 마지막 변수인 것으로 분석됨

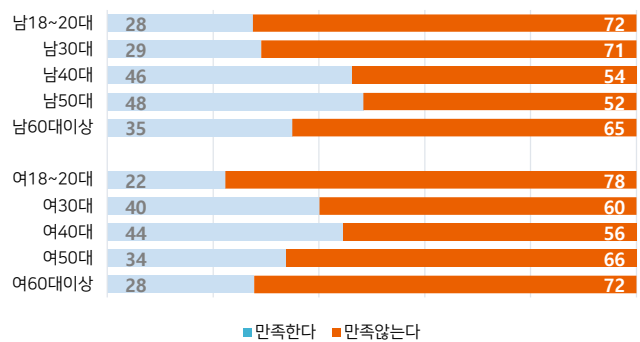
□ 정부 정책 만족도 : '만족 않는다' 여론 지속

- 정부 정책에 대한 국민여론은 이번 달까지 23개월 연속으로 '만족 않는다'는 여론이 우세함
 - 2022년 2월 조사결과 '만족한다' 36% vs '만족 않는다' 64%로 전 월과 같음
- 계층별로 살펴보면 거의 모든 계층에서 '만족 않는다'는 의견이 우세한 가운데, 특히 우세한 계층은 △남자 2030세대 △여자 18~20대, 여자 60대이상 △PK △보수층 △학생 △개인이익 중시층 등임
- '만족한다'는 의견이 우세한 계층은 △호남과 △진보층에 그침

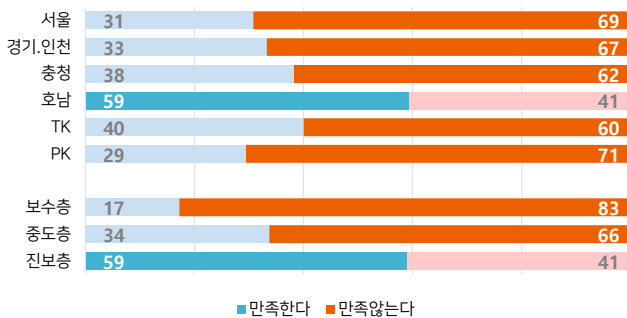
정부정책 만족도 추이 : 국민전체 (자료:케이스탯,단위:%)



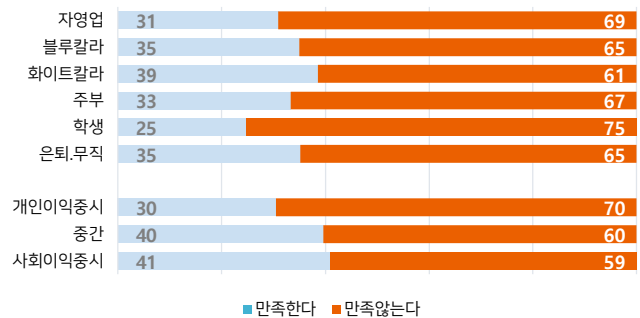
2022년 2월 정부정책 만족도 : 성/연령별 (자료:케이스탯,단위:%)



2022년 2월 정부정책 만족도 : 지역별,이념별 (자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



2022년 2월 정부정책 만족도 : 직업별,이익중시별 (자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)

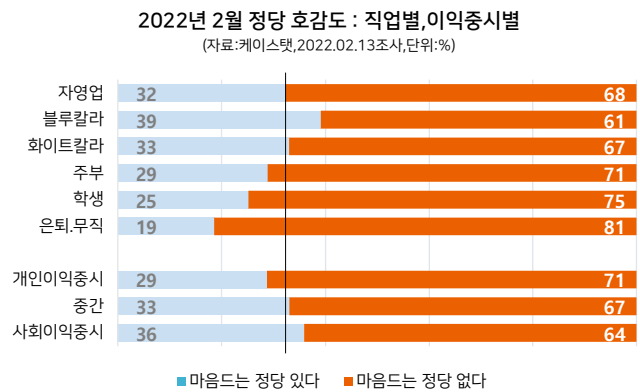
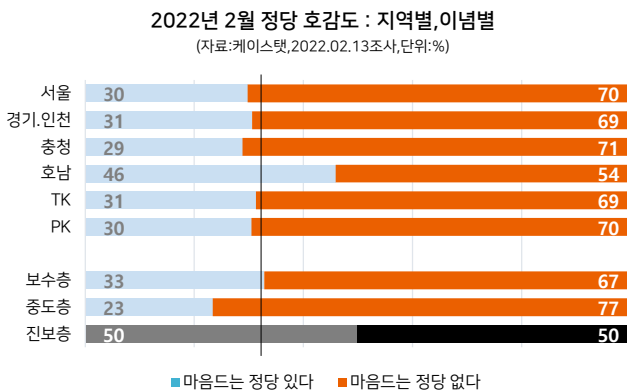
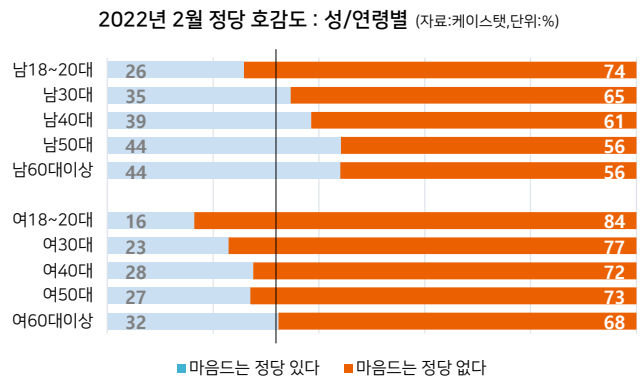
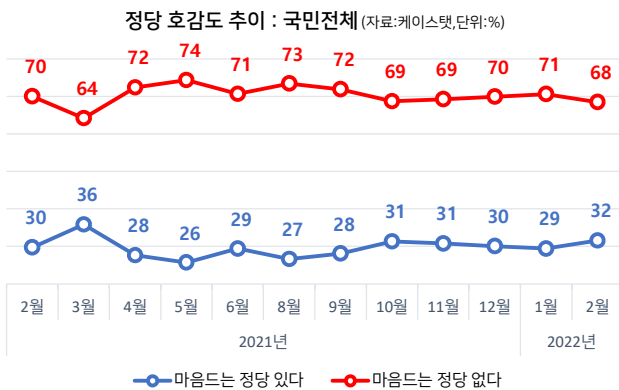


Kstat Point

- ☑ 대통령 선거가 본격화된 이후 문재인 정부의 정책은 사실상 코로나19 방역에 집중되어 왔음
 - : 그간의 현직 대통령과 마찬가지로 문재인 대통령도 임기 말을 맞아 그동안 추진해 온 정책을 마무리하는데 주력함
 - : 다만, 코로나19라는 초유의 사태로 인해 코로나19 방역 정책만큼은 마지막까지 최선을 다하고 있는 상황임
- ☑ 하지만 오미크론 변이가 급속도로 확산되면서 정부 정책에 대한 만족도 역시 개선되지 못하고 있음
 - : 국민들은 정부 말대로 백신 접종을 통한 코로나19 종식을 기대했지만, 현실은 전혀 다르게 전개되고 있음
 - : 또한 그동안 성공적으로 여겨지던 'K 방역' 정책이 더 이상 효과가 없다는 점이 확인된 것도 정책 만족도 개선에 부정적 영향을 미친 것으로 보임
- ☑ 오미크론 변이에 따른 확진자 증가세가 정점을 찍고 하락하기 전까지 정부 정책 만족도가 개선될 가능성은 낮은 것으로 전망됨

□ 정당 호감도 : 마음에 드는 정당 '없다' 지속 우세

- 우리 국민들은 '마음에 드는 정당이 없다'는 생각이 매우 확고한 것으로 나타남
 - 2월 조사 결과, '마음에 드는 정당 있다' 32% vs '마음에 드는 정당 없다' 68%로 부정평가 우세가 지속됨
- 계층별로 살펴보면, 모든 계층에서 '마음에 드는 정당이 없다'는 의견이 우세한 가운데, 특히 우세한 계층은 △남자 18~20대 △여자 2030세대 △중도층 △학생 등임
 - 아래 그림에서 검은색 세로선은 국민 전체 수치를 의미함
- 상대적으로 '마음에 드는 정당이 있다'는 의견이 높은 계층은 △남자 5060세대 △호남 △진보층 등임

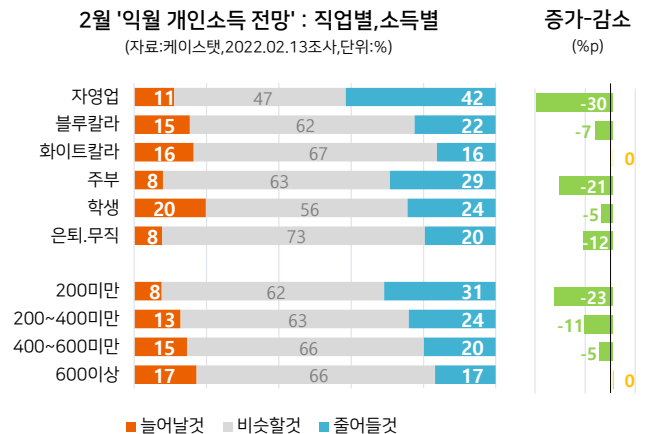
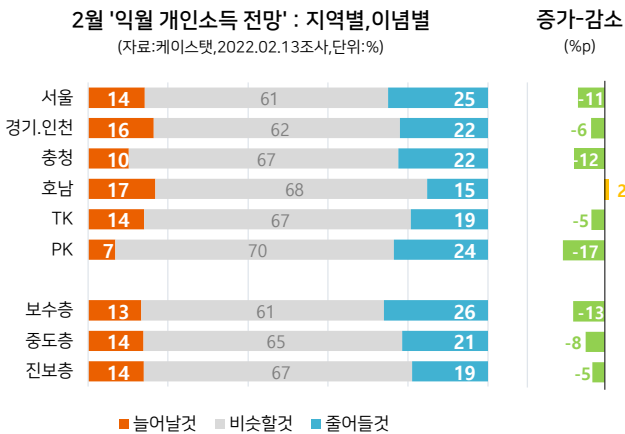
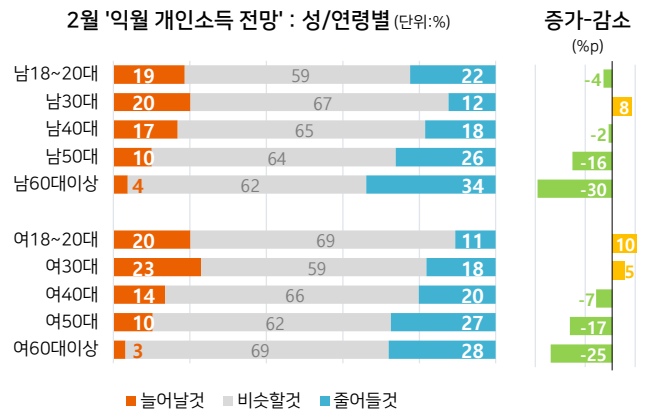
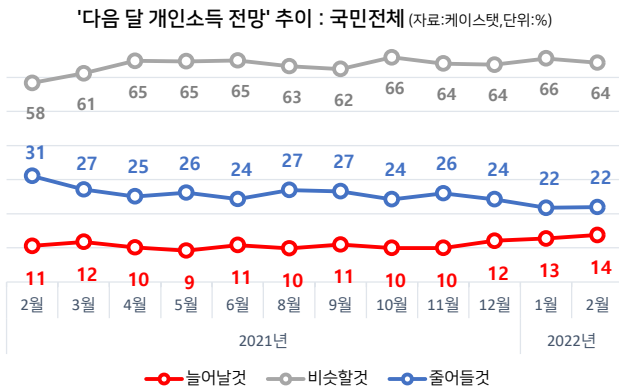


Kstat Point

- ☑ 정당이란 정책적 지향과 정체성을 공유한 사람들이 결성한 정치 단체이고, 국민들은 이러한 정당에 대한 지지를 통해 '대의 민주주의'가 작동하게 됨
 - : 또한 '선거 민주주의'를 통해 국민들은 자신이 지지하는 정당을 선택함
- ☑ 하지만 국민여론을 볼 때 지금의 한국사회는 정당 정치를 통한 대의 민주주의가 제대로 작동한다고 보기 어려움
 - : 기성 정당 중에 국민이 마음에 들어하는 정당은 없으며, 국민들은 어쩔 수 없이 기성 정당 중에 한 곳을 선택해야 하는 구조적 문제에 직면해 있음
- ☑ 이러한 구조적 문제는 여야를 떠나 기성 정당 모두가 합심해 만들었다는 비판적 지적임
 - : 대표적으로 공직선거법은 정당 및 후보에 대한 국민의 자유로운 의사 표현을 장려하기보다 오히려 제약하고 있음
 - : 2000년 16대 총선 당시 시민단체들은 낙천·낙선 운동을 펼쳤고 국민들은 적극적으로 호응함
 - : 시민단체가 발표한 부적격 후보자 112명 중 58명이 공천에서 탈락했고, 86명의 낙선 대상자 중 59명이 낙선했음
 - : 하지만 낙선 운동의 일부 활동이 선거법 위반으로 최종 판결되었으며, 이후 낙선 운동은 현실에서 사라짐

□ 다음 달 개인 소득 전망 : 부정적 전망 여전

- 다음 달 개인 소득 전망은 ‘지금과 비슷할 것’이라는 응답이 높은 가운데, ‘늘어날 것’이라는 의견 보다 ‘줄어들 것’이라는 부정적 전망이 우세함
 - ‘지금과 비슷할 것’ 64%, ‘줄어들 것’ 22%, ‘늘어날 것’ 14% 등으로 조사됨
- 국민 전체적으로 ‘늘어날 것’에서 ‘줄어들 것’을 뺀 ‘차이’는 전월 대비 소폭 하락한 -8%p를 기록함
- 계층별로 살펴보면 거의 모든 계층에서 ‘차이’가 마이너스를 기록해, 부정적 전망이 우세함
- ‘차이’가 플러스로, 긍정적 전망을 한 계층은 △남자 30대 △여자 2030세대 △호남에 그침

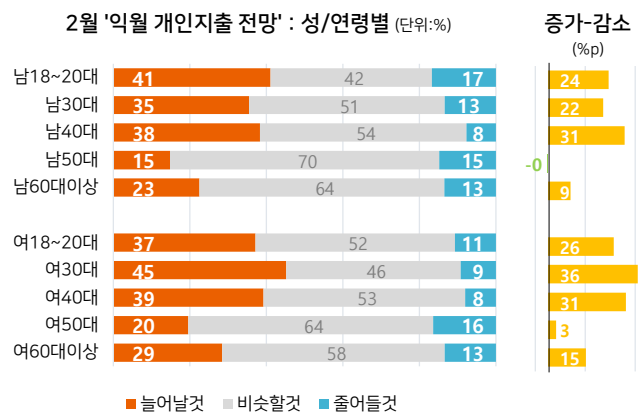
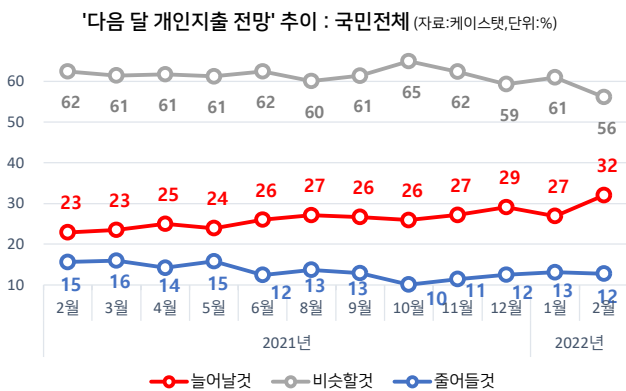


Kstat Point

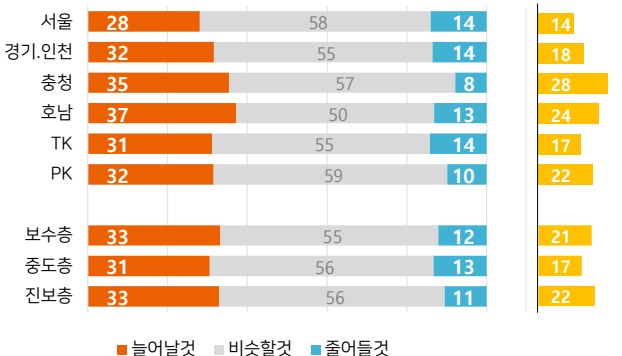
- ☑ 국민 전체 개인소득 전망 추이를 보면, 완만하지만 ‘비슷할 것’이라는 의견이 높아지고 그만큼 ‘줄어들 것’이라는 의견이 낮아지는 등 개선 흐름을 보임
 - : 이는 코로나19가 끼친 경제적 충격에서 조금씩 벗어나는 지표로 읽힘
- ☑ 하지만 계층별로 살펴보면 코로나19의 경제적 충격이 여전히 유지되는 계층도 존재함
 - : 대표적으로 남녀 60대 이상과 200만원 미만 저소득층의 소득 전망(차이)은 큰 폭의 마이너스를 보이며, 이는 매월 조사에서 반복적으로 확인됨
- ☑ 코로나19가 우리 사회의 불평등을 심화시킨 상황에서, 소득에 대한 세대 및 계층별 차이가 지속될 경우 불평등이 더욱 심화될 것으로 우려됨

□ 다음 달 개인 지출 전망 : '늘어날 것' 증가

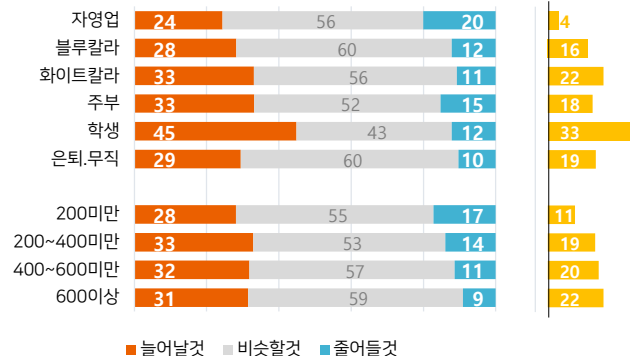
- 다음 달 개인 지출 전망을 보면 '지금과 비슷할 것'이라는 응답이 높고, 다음으로 '지금보다 늘어날 것'이라는 응답이 뒤를 이음
 - '지금과 비슷할 것' 56%, '늘어날 것' 32%, '줄어들 것' 12% 순임
- 전 월에 비해 '비슷할 것'이라는 응답이 줄고, '늘어날 것'이라는 응답이 높아짐
- 계층별로 살펴보면 거의 모든 계층에서 '늘어날 것'에서 '줄어들 것'을 뺀 '차이'가 플러스를 기록함
 - 남자 50대만 0에 가까운 수치를 기록했을 뿐 다른 모든 계층은 큰 폭의 플러스를 나타냄
- 플러스 수치가 특히 높은 계층은 △남자 40대 △여자 3040세대 △학생 등임
- 상대적으로 플러스 수치가 낮은 계층은 △남자 60대 이상 △여자 50대 △자영업자 △200만원 미만 저소득층 등임



2월 '익월 개인지출 전망' : 지역별,이념별 (자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



2월 '익월 개인지출 전망' : 직업별,소득별 (자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



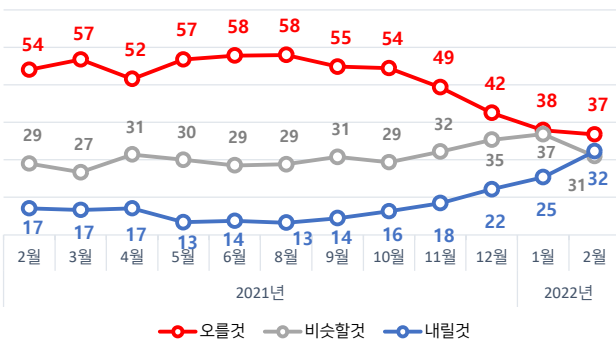
Kstat Point

- ☑ '다음 달 개인 지출 전망' 추이를 보면 완만하지만 꾸준히 '늘어날 것'이라는 응답이 증가함
 - : 특히 이번 2월에는 전 월에 비해 5%p 상승했는데, 이는 급격한 물가상승 때문으로 분석됨
- ☑ 물가상승은 전 세계적인 원자재 가격 상승 때문이기에 앞으로도 지속될 것으로 전망됨
 - : 여기에 금리인상 흐름이 맞물리면서 국민들의 지출 부담이 더욱 커지는 등 불안심리가 확산될 것으로 보임

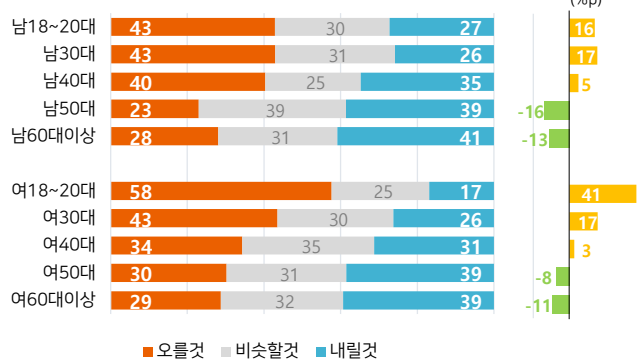
□ 부동산 가격 전망 : '하락 전망' 상승세 뚜렷

- 향후 부동산 가격 전망에 대해 '지금보다 내릴 것'이라는 응답이 상승세를 보이면서, '오를 것'이라는 의견과의 차이가 5%p로 좁혀짐
 - 2022년 2월 조사 결과, '지금보다 오를 것' 37%, '내릴 것' 32%, '비슷할 것' 31% 순임
- 계층별로 살펴보면, 향후 부동산 가격에 대한 전망이 다른 것으로 나타남
- '차이'(오를 것-내릴 것)가 플러스를 기록해 부동산 가격 상승을 전망한 계층은 △남자 2040세대 △여자 2040세대 △서울, 충청, 호남, PK △개인이익 중시층, 중간층 △보수층, 중도층 등임
- '차이'가 마이너스로 부동산 가격 하락을 전망한 계층은 △남자 5060세대 △여자 5060세대 △경기.인천, TK △사회이익 중시층 △진보층 등임

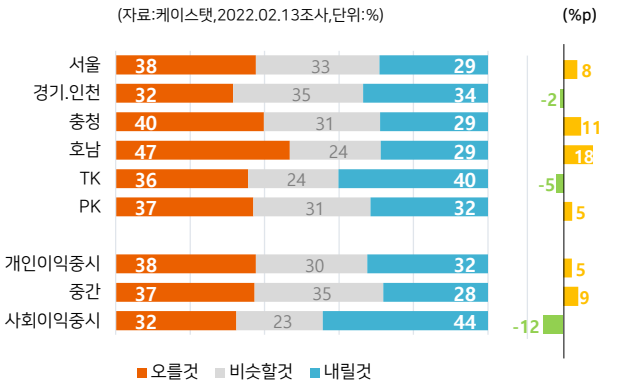
'향후 부동산 가격 전망' 추이 : 국민전체 (자료:케이스탯,단위:%)



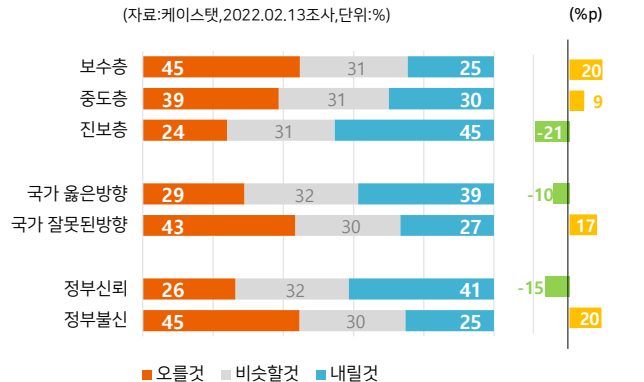
2월 '향후 부동산 가격 전망' : 성/연령별 (단위:%)



2월 '향후 부동산 가격 전망' : 지역별,이익별 (자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



2월 '향후 부동산 가격 전망' : 이념별 등 (자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)

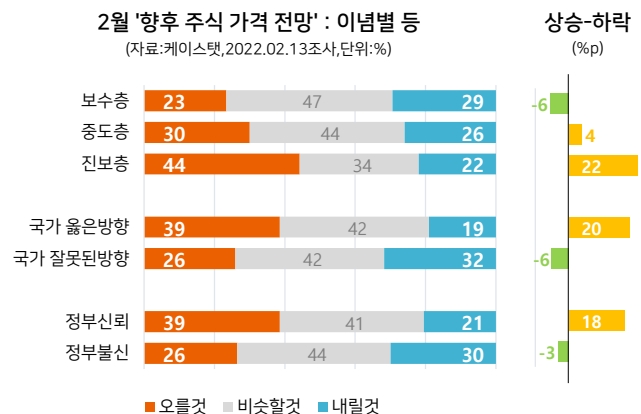
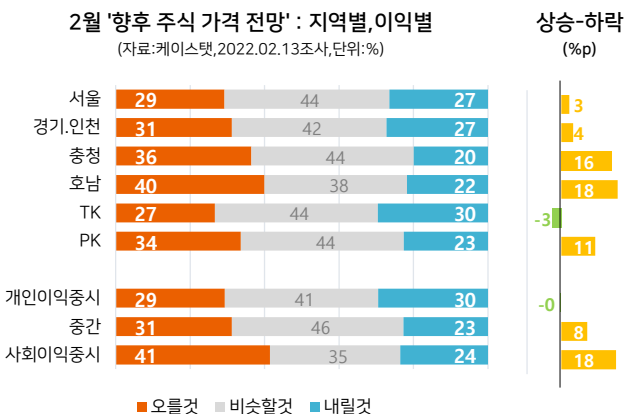
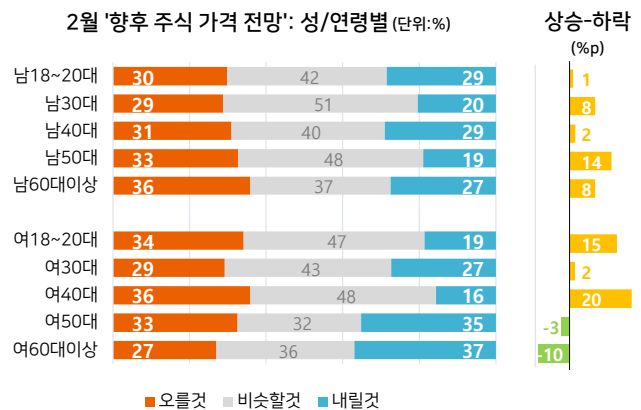
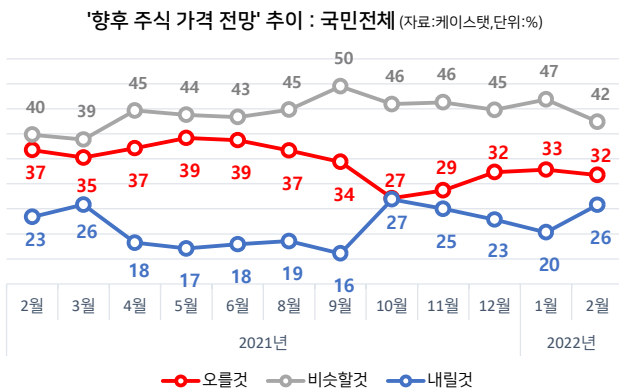


Kstat Point

- ☑ 부동산 가격 전망이 세대별로 달라지는데, 2040세대의 상승 전망은 이들이 이른바 '영끌 구매'를 주도한 세대이기 때문으로 보임
 - : 2040세대는 주택을 거주지이자 투자목적으로 여겨 구매했기에, 주택가격 하락은 '손해'일 수밖에 없음
- ☑ 한국부동산원의 2월 둘째 주 통계를 보면, 서울은 14주 연속 주택을 팔려는 사람이 많았고 이러한 기조는 강북권에 서 강남권으로 확산되고 있음
 - : 아직 부동산가격 하락을 단정 짓기 어려운 시점이지만, 가격 상승세가 멈춘 것은 분명해 보여 2040세대 중 '영끌 구매'한 이들의 고민이 깊어질 것으로 보임

□ 주식 가격 전망 : 상승, 하락 전망 혼재

- 주식 가격에 대한 전망은 ‘지금과 비슷할 것’이라는 생각이 우세한 가운데, ‘내릴 것’이라는 의견이 전월에 비해 6%p 상승함
 - 2월 조사결과, ‘지금과 비슷할 것’ 42%, ‘지금보다 오를 것’ 32%, ‘지금보다 내릴 것’ 26% 순으로 나타남
- ‘오를 것’에서 ‘내릴 것’을 뺀 ‘차이’를 계층별로 살펴보면 거의 모든 계층에서 플러스를 기록해, 상승할 것으로 전망함
- ‘차이’가 플러스 수치(상승 전망)를 기록한 계층 중 특히 수치가 높은 계층은 △남자 50대 △여자 18~20대, 여자 40대 △충청, 호남 △사회이익 중시층 △진보층 등임
- ‘차이’가 마이너스 수치(하락 전망)를 보인 계층은 △여자 5060세대 △TK △개인이익 중시층 △보수층 등임



Kstat Point

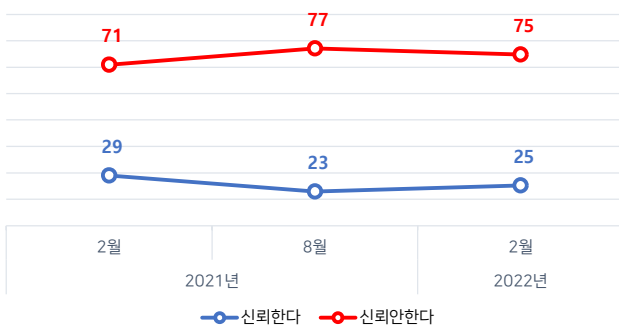
- ☑️ 주식 가격이 '오를 것'이라는 전망과 '내릴 것'이라는 전망이 혼재된 양상임
 - : 최근 주식 가격은 뚜렷한 하락세를 보이고 있는데, 이러한 하락 장세를 보는 시각이 다르기 때문으로 보임
 - : 즉, 더 하락할 것이라고 생각하는 이들과, 이제는 반등할 것이라고 생각하는 이들의 의견 차이임
- ☑️ 2월 22일 현재 코스피는 2,700선을 겨우 지키는 수준이고 더 하락할 가능성이 높은 것으로 전망됨
 - : 미국의 지속적인 금리 인상이 기정사실이 되는데다 우크라이나 사태가 겹치면서 당분간 하락장이 연출될 것으로 보임

2월 특별지표 : 뉴스 및 정보취득 방법

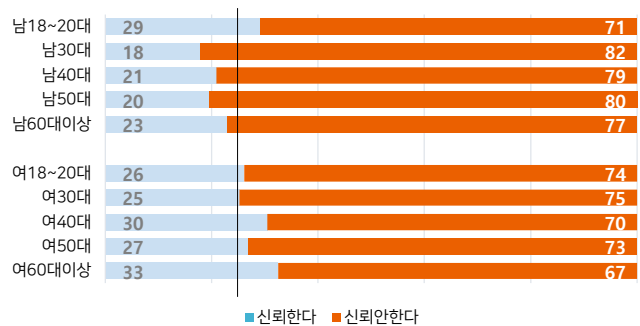
언론 신뢰도 : '신뢰 안한다' 75%

- 언론에 대한 국민들의 신뢰도는 조사 이후 계속적으로 낮은 수준에 머물러 있음
 - “선생님께서서는 평소 우리나라 언론을 신뢰하세요, 신뢰하지 않으세요?”라는 질문에 ‘신뢰하지 않는다’는 응답이 75%이고, ‘신뢰 한다’는 응답은 25%로 그침
 - 지난 2021년 2월과 8월 조사에 이어 언론 신뢰도는 큰 변화없이 낮은 수준을 기록함
- 모든 계층에서 ‘신뢰하지 않는다’는 응답이 우세한 가운데, 특히 우세한 계층은 △남자 30대, 남자 50대 △진보층 등임
 - 아래 그림에서 검은색 세로선은 국민 전체 수치를 의미함
- ‘신뢰 한다’는 응답이 상대적으로 높은 계층은 △여자 40대, 여자 60대 이상 △호남 등임

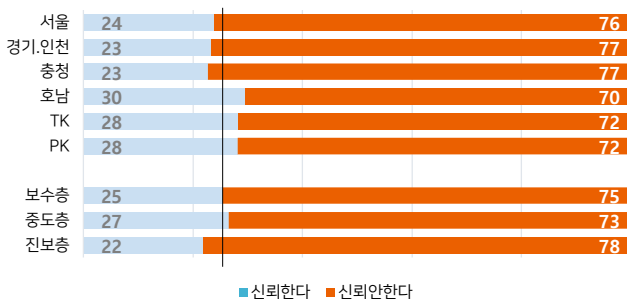
언론 신뢰도 추이 : 국민전체 (자료:케이스탯,단위:%)



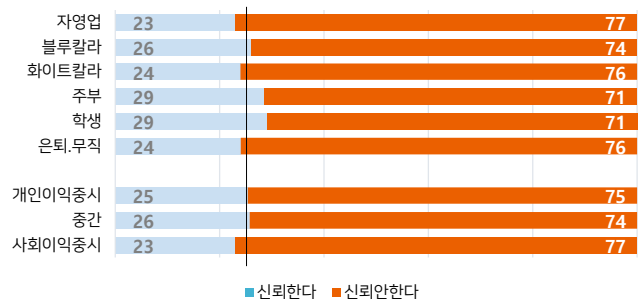
2022년 2월 언론 신뢰도 : 성/연령별 (자료:케이스탯,단위:%)



2022년 2월 언론 신뢰도 : 지역별,이념별 (자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



2022년 2월 언론 신뢰도 : 직업별,이익중시별 (자료:케이스탯,2022.02.13조사,단위:%)



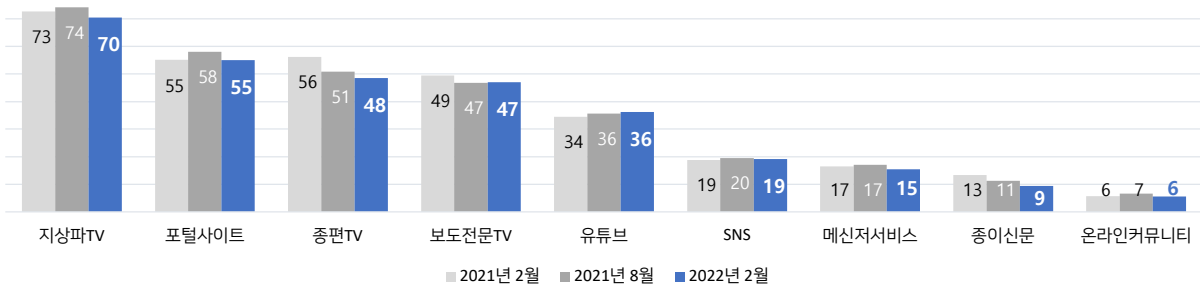
Kstat Point

- ☑ 언론은 국민들이 세상을 보는 통로이자, 공론의 장인데도 불구하고 신뢰도가 매우 낮음
 - : 즉, 언론에 대한 낮은 신뢰도는 국민들이 세상을 제대로 보지 못하게 만들며, 특정 정파의 이익에 따라 여론이 편파적으로 형성될 수 있다는 의미임
- ☑ 이른바 ‘팩트 체크’를 해야 할 언론이 오히려 ‘팩트 체크’ 대상이 되고 있는 현실에서 보듯 언론의 신뢰성 회복은 전적으로 언론의 책임이라는 지적임
 - : 최근 대선 과정에서도 언론의 편향 보도가 이슈로 부각될 만큼 공정성을 생명으로 하는 언론의 위기는 현재 진행형임

□ 언론사 뉴스 이용 방법 : 지상파 TV, 연속 1위

- “지난 1주일을 돌아볼 때, 선생님께서 언론사 뉴스를 이용한 매체는 무엇이세요? 모두 골라 주세요.” 라는 질문에 지상파 TV가 70%로 1위를 차지함
 - 지난 2021년 2월, 8월에 이어 이번 조사에서도 지상파 TV가 연속 1위를 기록함
- 다음으로 포털사이트(55%), 종편 TV(48%), 보도전문 TV(47%), 유튜브(36%) 순으로 응답함
 - 전반적으로 언론사 뉴스 이용 방법은 정형화되어 있는 것으로 보임

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



- 성/연령별 및 이념성향별 매체 이용 현황을 살펴보면, 지상파 TV 뉴스 영향력이 절대적이지만 성/연령에 따라 다소 차이가 있음
 - 2030세대에서는 상대적으로 지상파 TV 뉴스 영향력이 낮고, 포털 사이트와 유튜브, SNS 등까지 이용 폭이 넓음
 - 4060세대는 지상파 TV 영향력이 절대적인 가운데 종편 TV와 보도전문 TV도 큰 비중을 차지함
 - 보수층은 종편 TV를 선호하는 데 비해, 상대적으로 진보층은 보도전문 TV를 선호함
 - 한편, 유튜브는 보도전문 TV에 못지않은 영향력을 갖는 미디어로 성장함

	지상파 TV	포털 사이트	종편 TV	보도전문 TV	유튜브	SNS	메신저 서비스	종이신문	온라인 커뮤니티
남18~20대	57	51	39	36	48	12	11	7	7
남30대	63	49	42	45	39	22	18	8	4
남40대	75	60	51	53	42	11	13	8	4
남50대	75	66	47	55	37	24	17	15	9
남60대이상	77	59	64	63	43	21	21	19	2

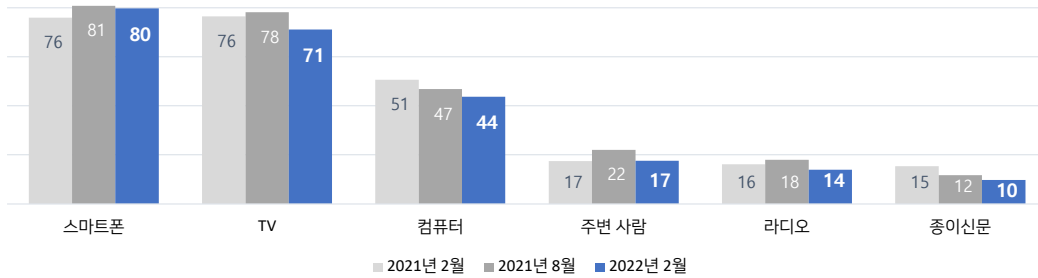
	지상파 TV	포털 사이트	종편 TV	보도전문 TV	유튜브	SNS	메신저 서비스	종이신문	온라인 커뮤니티
여18~20대	61	47	31	34	38	35	25	7	6
여30대	67	51	46	44	34	27	20	6	13
여40대	70	61	46	51	24	17	11	9	5
여50대	77	59	55	42	24	18	9	6	3
여60대이상	79	42	65	48	33	7	13	11	4

	지상파 TV	포털 사이트	종편 TV	보도전문 TV	유튜브	SNS	메신저 서비스	종이신문	온라인 커뮤니티
보수층	70	52	52	47	39	24	16	13	4
중도층	71	56	48	47	36	17	16	8	7
진보층	69	56	45	47	34	19	14	9	4

□ 일상적 정보획득 방법 : 스마트폰 절대적

- “지난 1주일을 돌아볼 때, 선생님께서는 어떤 매체를 통해 세상 돌아가는 소식을 들으셨습니까? 해당하는 것을 모두 골라주세요.”라는 질문에 스마트폰이 80%로 가장 높았고, 다음은 TV(71%)로 나타남
 - 이전 조사에 비해 TV 비중은 하락했으나 스마트폰 비중은 거의 유사함
- 다음으로 컴퓨터(44%), 주변 사람(17%), 라디오(14%), 종이신문(10%) 순으로 조사됨

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



- 성/연령별 및 이념성향별 일상적 정보획득 방법을 살펴보면 성/연령에 따라 다소 차이가 있음
 - 2030세대는 스마트폰 비중이 절대적으로 높고 TV, 컴퓨터 비중은 상대적으로 낮음
 - 4050세대는 스마트폰과 TV를 함께 이용하며, 이 두 매체 활용도가 매우 높음
 - 60대 이상은 스마트폰에 비해 TV 이용이 높으며, 남자 60대 이상은 컴퓨터 이용도 많이 함
 - 한편, 여자 2030세대는 ‘주변사람’을 통해서도 일상적 정보획득을 한다는 응답이 높음
 - 주관적 이념성향별로는 큰 차이가 없는 가운데, 보수층이 ‘주변사람’의 의견을 듣는 정도가 상대적으로 높음

	스마트폰	TV	컴퓨터	주변 사람	라디오	종이신문
남18~20대	87	54	50	18	6	3
남30대	84	61	56	14	16	7
남40대	85	74	49	12	16	12
남50대	74	77	51	12	22	17
남60대이상	69	89	60	22	21	21

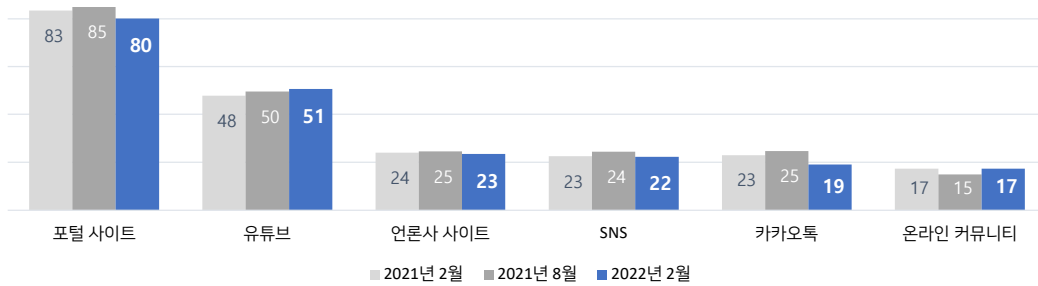
	스마트폰	TV	컴퓨터	주변 사람	라디오	종이신문
여18~20대	85	51	43	24	11	5
여30대	88	58	40	28	11	5
여40대	84	71	37	15	12	8
여50대	74	85	19	15	11	7
여60대이상	69	88	33	18	13	12

	스마트폰	TV	컴퓨터	주변 사람	라디오	종이신문
보수층	80	73	43	20	15	13
중도층	79	71	43	17	14	8
진보층	81	70	45	15	14	10

□ [스마트폰, 컴퓨터 이용자] 포털 사이트 압도

- 일상적 정보획득 방법에 있어 스마트폰과 컴퓨터 이용 응답자만 한정해(894명), 주 사용 방식을 질문한 결과 포털 사이트가 80%로 매우 높게 나타남
 - 다음은 유튜브(51%), 언론사 사이트(23%), SNS(22%), 카카오톡(19%), 온라인 커뮤니티(17%) 순으로 조사됨
 - 지난 조사와 비교해 포털사이트와 카카오톡 비중은 소폭 낮아지고, 유튜브 비중은 소폭 높아짐

[스마트폰, 컴퓨터 이용자만] 일상정보 획득 경로(복수응답) : 응답자전체 (자료:케이스탯,단위:%)



- 성/연령별 및 이념성향별 스마트폰/컴퓨터 이용 방식을 살펴보면 포털 사이트 이용이 절대적으로 높지만 유튜브의 약진이 두드러짐
 - 포털 사이트 이용 비중이 가장 높은 세대는 남녀 40대임
 - 남자 18~20대는 포털 사이트보다 유튜브 이용 비중이 더 높으며, 여자보다 남자의 유튜브 이용 비중이 높음
 - 여자 2030세대는 다른 성/연령대에 비해 SNS 이용이 두드러지는 특징을 보임

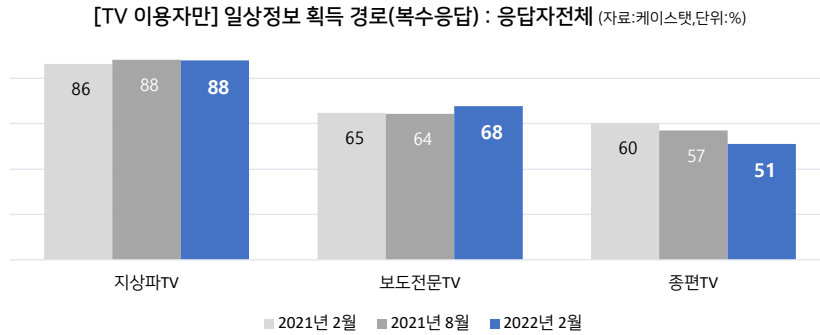
	포털 사이트	유튜브	언론사 사이트	SNS	카카오톡	온라인 커뮤니티
남18~20대	64	70	17	21	21	16
남30대	83	52	23	25	16	24
남40대	91	60	23	12	20	13
남50대	83	52	23	20	12	15
남60대이상	81	51	35	24	24	22

	포털 사이트	유튜브	언론사 사이트	SNS	카카오톡	온라인 커뮤니티
여18~20대	75	48	15	43	28	20
여30대	73	45	20	32	26	21
여40대	90	36	34	18	18	18
여50대	82	42	19	15	8	15
여60대이상	79	45	26	14	19	11

	포털 사이트	유튜브	언론사 사이트	SNS	카카오톡	온라인 커뮤니티
보수층	78	54	30	26	20	20
중도층	80	49	22	21	19	17
진보층	82	53	22	21	19	17

□ [TV 이용자] 지상파 TV 가장 높아

- 일상적 정보획득 방법에 있어 TV를 이용한다는 응답자만 한정해(735명), 주 시청 채널을 질문한 결과 지상파 TV가 88%로 가장 높았고, 다음으로 보도전문 TV(68%), 종편 TV(51%) 순으로 조사됨
 - 지난 조사와 비교해 종편 TV의 비중이 지속적으로 하락함



- 성/연령별 및 이념성향별 TV 이용 채널을 살펴보면 모든 계층에서 지상파 TV 시청이 절대적으로 높다는 특징을 보임
 - 보도전문 TV 주 시청자는 남성층과 여자 40대로 나타남
 - 종편 TV는 남녀 60대 이상이 애용하는 미디어임
 - 한편, 여자 18~20대의 종편 TV 시청은 상대적으로 낮음

	지상파 TV	보도전문 TV	종편 TV
남18~20대	90	72	45
남30대	84	60	51
남40대	94	72	53
남50대	90	72	46
남60대이상	84	75	58

	지상파 TV	보도전문 TV	종편 TV
여18~20대	95	55	39
여30대	83	68	62
여40대	88	71	49
여50대	89	65	46
여60대이상	81	60	60

	지상파 TV	보도전문 TV	종편 TV
보수층	85	66	53
중도층	88	69	52
진보층	90	67	48



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 46호] 발간 안내

케이스탯 리포트 46호는 『한국민 '성 역할 의식' 집중 분석』이라는 주제로 3월 3일(목요일)에 발간됩니다.