

유튜브, 10대 선호도 케이블 TV 추월 최초



유튜브, 10대 시청자가 가장 많이 보는 채널

북미 청소년의 유튜브(YouTube)의 시청 시간이 케이블 TV 시청 시간을 웃돈다는 설문 조사 결과가 나왔다. 투자 은행 파이프 제프레이(Piper Jaffray)가 미국 46 개주 1만 명의 청소년을 대상으로 설문을 실시한 조사 결과이다.

매일 유튜브를 보는 청소년이 전체 대상 중 26%였던 것에 비해, 케이블 TV를 매일 본다고 답한 청소년은 25%에 그쳤다. 파이프 제프레이는 이 조사를 연 2 회 실시하고 있는데, 유튜브의 시청 시간이 케이블 TV를 앞지른 것은 이번이 처음이다. 지금은 아직 근소한 차이이지만, 향후 이 차이는 점점 더 커질 것으로 예상된다. 미국 디지털 콘텐츠 기관 디파이 미디어의 조사에서도 13~24세 청소년 중 36%가 케이블TV 없이도 괜찮다고 응답했다.

온라인 스트리밍 서비스 넷플릭스의 인기도 높아

넷플릭스의 인기도 높다. 넷플릭스는 전세계에 유료 가입자만 5,700만 명에 이르는 세계 최대 유료 동영상 스트리밍 서비스다. 넷플릭스는 "넷플릭스 오리지널(Netflix Original)"이라는 자체 영화와 드라마 시리즈를 제작하고 있는데 같은 설문조사에서 미국 청소년의 37%가 넷플릭스를 매일 보고 있다고 응답했다.

주요 언론들은 이 설문조사들이 TV 등 전통 영상 산업이 하락세인 반면, 유튜브, 넷플릭스 등 온라인 스트리밍 서비스가 강세라는 트렌드를 보여준다고 해석했다.

수출관점의 시사점

영상 산업을 뒤흔드는 온라인 스트리밍 서비스

전세계적으로 온라인 스트리밍이 영상 산업을 영상 산업을 뒤흔들고 있다. 넷플릭스의 헤이스팅스 대표이사는 "티브이 방송 시대는 2030년까지 일 것"이라고 언급한 바 있다. 최근 미국에서 온라인 스트리밍 서비스는 괄목할만한 성과를 보이고 있으며, 그에 비해 전통적인 영상 산업인 티브이, 영화 산업 등은 하락세를 걷고 있다는 것이 업계의 중론이다. 소비자들 인터넷을 먼저 생각하고, 티브이를 그 다음으로 떠올리는 시대가 도래하고 있다.

참고문헌

1. MEDIANAMA, Teenagers watch more YouTube than Cable TV – Piper Jaffray Teens Survey Fall 2016 2016.10.20
2. Teens don't care about Cable TV. They're watching YouTube instead, The Next Web 2016.10.14