

Media Survey

온라인 뉴스 플랫폼 지각변동 〈디지털 뉴스 리포트 2025〉로 본 한국의 디지털 뉴스 지형

🔍 이현우 (한국언론진흥재단 미디어연구센터 선임연구위원)

🔍 전창영 (한국언론진흥재단 미디어연구센터 선임연구위원)

🔍 김선호 (한국언론진흥재단 미디어연구센터장)



한국언론진흥재단이 참여하고 영국 옥스퍼드 대학교(University of Oxford) 부설 로이터저널리즘연구소(Reuters Institute for the Study of Journalism)가 수행한 <디지털 뉴스 리포트 2025(Digital News Report 2025)>가 6월 17일 공개됐다. 2012년부터 매년 발간된 이 보고서는 세계 주요 국가 뉴스 이용자들의 행태와 인식을 조사하고 그 결과를 국제적으로 비교한다. 한국은 2016년부터 이 조사에 참여하고 있으며 올해는 지난해보다 1개 국가가 추가된 48개국이 조사 대상이 됐다. 설문조사는 영국의 온라인 조사 전문업체 유고브(YouGov)가 주관해 2025년 1월 15일부터 2월 14일까지(한국 기준) 온라인에서 진행했으며, 총 98,072명(한국은 2,038명)이 응답했다. 이번 <미디어서베이>에서는 보고서 내용 중 주목할 만한 조사 결과를 활용해 한국 디지털 뉴스 이용자들의 최신 이용 행태와 인식을 다른 조사 대상 국가들과 비교하여 살펴보았다. 전체 보고서의 한국어판인 <디지털 뉴스 리포트 2025 한국>은 오는 10월 발간될 예정이다.

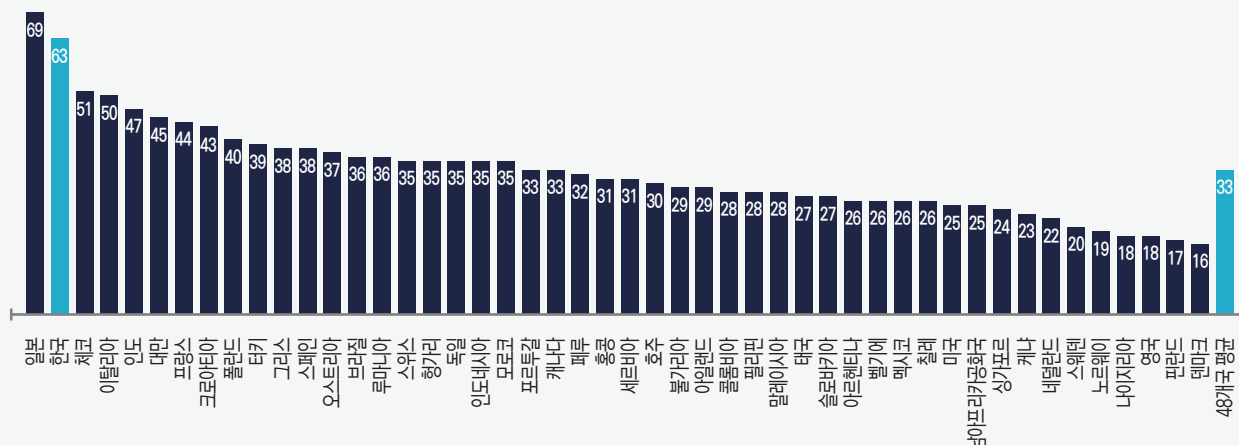
01 포털 뉴스 이용 지속적 감소에도 불구하고, 언론사 웹사이트 직접 방문은 늘지 않아

디지털 뉴스 접근 경로 분석 결과, 한국 이용자들은 포털로 상징되는 검색 엔진이나 뉴스 수집 서비스(news aggregator) 활용도가 높은 반면, 뉴스 웹사이트나 앱으로의 직접적인 접근 비율은 현저히 낮았다. 이러한 패턴은 소셜미디어나 뉴스 웹사이트 및 앱을 통한 뉴스 소비 비중이 상당한 48개국 평균과는 뚜렷한 대비를 보인다. 이는 한국의 독특한 포털 중심 미디어 생태계가 여전히 강고하게 유지되고 있음을 시사한다. 다만 포털 뉴스 의존도는 시간의 흐름에 따라 꾸준한 하락세를 보이고 있으며, 유튜브를 비롯한 소셜미디어 활용은 점진적 증가 양상을 나타내고 있다.

디지털 뉴스 소비의 주요 경로를 파악하기 위해 최근 일주일간 뉴스 접근 방식을 조사하였다. 한국은 포털 등 검색 엔진 및 뉴스 수집 서비스 활용 비중이 63%에 달해, 일본 다음으로 두 번째로 높은 수치를 나타냈다. 이렇게 압도적으로 높은 검색 엔진 및 뉴스 수집 서비스 의존도는 한국과 일본이 보여주는 독특한 현상으로, 타 조사국들과는 뚜렷한 대조를 이룬다. 이는 두 국가 모두 소수의 대형 포털이 뉴스 유통을 주도하는 과점적 미디어 구조를 갖고 있기 때문으로 풀이된다. 전체 48개국의 검색 엔진 및 뉴스 수집 서비스 이용률 평균은 33%에 그쳤으며, 핀란드(17%)와 덴마크(16%) 같은 국가들은 이런 방식의 뉴스 접근 비율이 현저히 낮았다. 흥미롭게도 이들 북유럽 국가들은 뉴스에 대한 신뢰도와 언론사 직접 접속 비율이 상당히 높은 편으로, 포털 중심의 뉴스 소비가 보편적 현상이 아님을 보여준다.

디지털 뉴스 주 이용 경로: 검색 엔진 및 뉴스 수집 서비스(48개국)

(단위: %)



※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

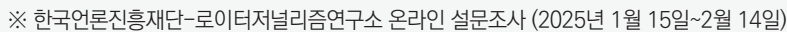
연도별 검색 엔진 및 뉴스 수집 서비스 이용 상위권 국가

(단위: %)

순위	연도		
	2023	2024	2025
1위	한국(66)	일본(70)	일본(69)
2위	일본(65)	한국(67)	한국(63)
3위	체코(51)	이탈리아(51)	체코(51)
4위	대만(50)	체코(50)	이탈리아(50)
5위	이탈리아(47)	대만(48)	인도(47)

뉴스 웹사이트나 앱으로 직접 접근하는 방식을 주된 경로로 활용한다고 응답한 비중은 한국(6%)이 48개국 가운데 최하위를 기록했으며, 전체 평균(23%)과도 상당한 격차를 보였다. 이처럼 현저하게 낮은 한국의 웹사이트·앱 직접 이용률은 조사 시작 이래 계속 유지된 현상이다. 포털 뉴스 의존도가 감소하는 추세에도 불구하고, 사용자들은 여전히 언론사 웹사이트나 앱으로 이동하지 않고 있다. 이는 포털에서 이탈한 사용자들이 언론사로 직접 이동하는 것이 아니라 소셜미디어 등 다른 중간 매개체로 옮겨가고 있음을 시사한다. 한국보다 검색 엔진 및 뉴스 수집 서비스 활용률이 더 높은 일본 역시 뉴스 웹사이트나 앱을 통한 뉴스 소비 비율(12%)이 낮은 편에 속했다. 뉴스를 웹사이트나 앱에서 직접 소비하는 비중이 높은 국가로는 핀란드(65%), 노르웨이(63%), 덴마크(52%), 스웨덴(50%) 등이 꼽혔는데, 이들 국가에서 뉴스 전반에 대한 신뢰 수준이 상당히 높다는 점은 주목할 만한 대목이다.

(단위: %)



(단위: %)

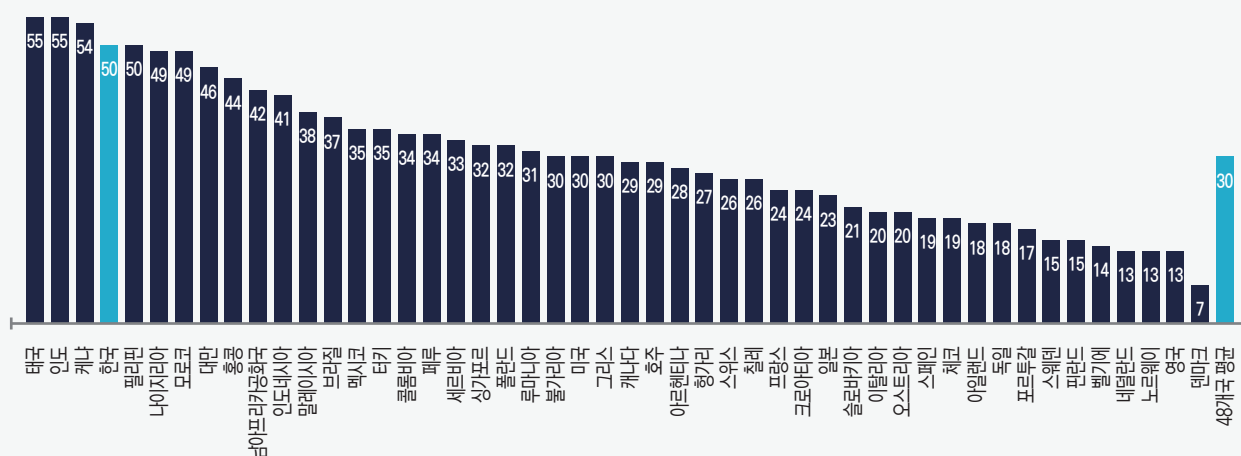


02 동영상 뉴스 플랫폼 다변화, 유튜브 보수 이용자 증가

유튜브를 통한 뉴스 이용률을 조사한 결과, 태국과 인도가 55%로 최고치를 기록했으며, 케냐(54%), 한국과 필리핀(50%)이 그 뒤를 이었다. 전체적으로 아시아와 아프리카 국가들이 상위권을 차지한 반면, 유럽 국가들은 상대적으로 낮은 이용률을 보였는데, 특히 덴마크(7%), 노르웨이(13%), 영국(13%) 등 북유럽과 서유럽 국가들이 최하위권에 집중되어 있다. 한국은 50%로 전체 평균(30%)보다 20%포인트 높은 4위를 기록했으며, 이는 한국에서 유튜브가 주요 뉴스 소스로 자리잡았음을 시사한다.

유튜브 뉴스 이용률(48개국)

(단위: %)



※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

한국에서 유튜브를 통한 뉴스 이용률을 연령대별로 살펴보면, 20대는 44%, 30대는 32%, 40대는 48%, 50대는 61%, 60대 이상은 53%로 나타났다. 특이하게도 50대에서 가장 높은 이용률(61%)을 보이며, 전반적으로 중장년층에서 유튜브 뉴스 소비가 활발한 양상을 나타낸다. 전년과 비교해보면 20대(-6%p)와 30대(-15%p)에서 큰 폭으로 감소한 반면, 50대(+9%p)에서는 오히려 증가세를 보였다. 이는 젊은 세대가 틱톡 등 새로운 플랫폼으로 이동하는 동시에, 중장년층이 유튜브를 뉴스 소비의 핵심 채널로 적극 활용하고 있음을 시사한다.

한국과 48개국 전체를 비교해보면, 한국의 모든 연령대에서 유튜브를 통한 뉴스 이용률이 48개국 평균보다 높으며, 특히 한국의 50대와 60대 이상은 48개국 평균(각각 31%, 26%)보다 두 배 가까이 높은 이용률을 보이고 있다. 이는 한국의 중장년층이 유튜브에 집중된 특징적인 뉴스 소비 패턴을 보인다는 것을 의미한다.

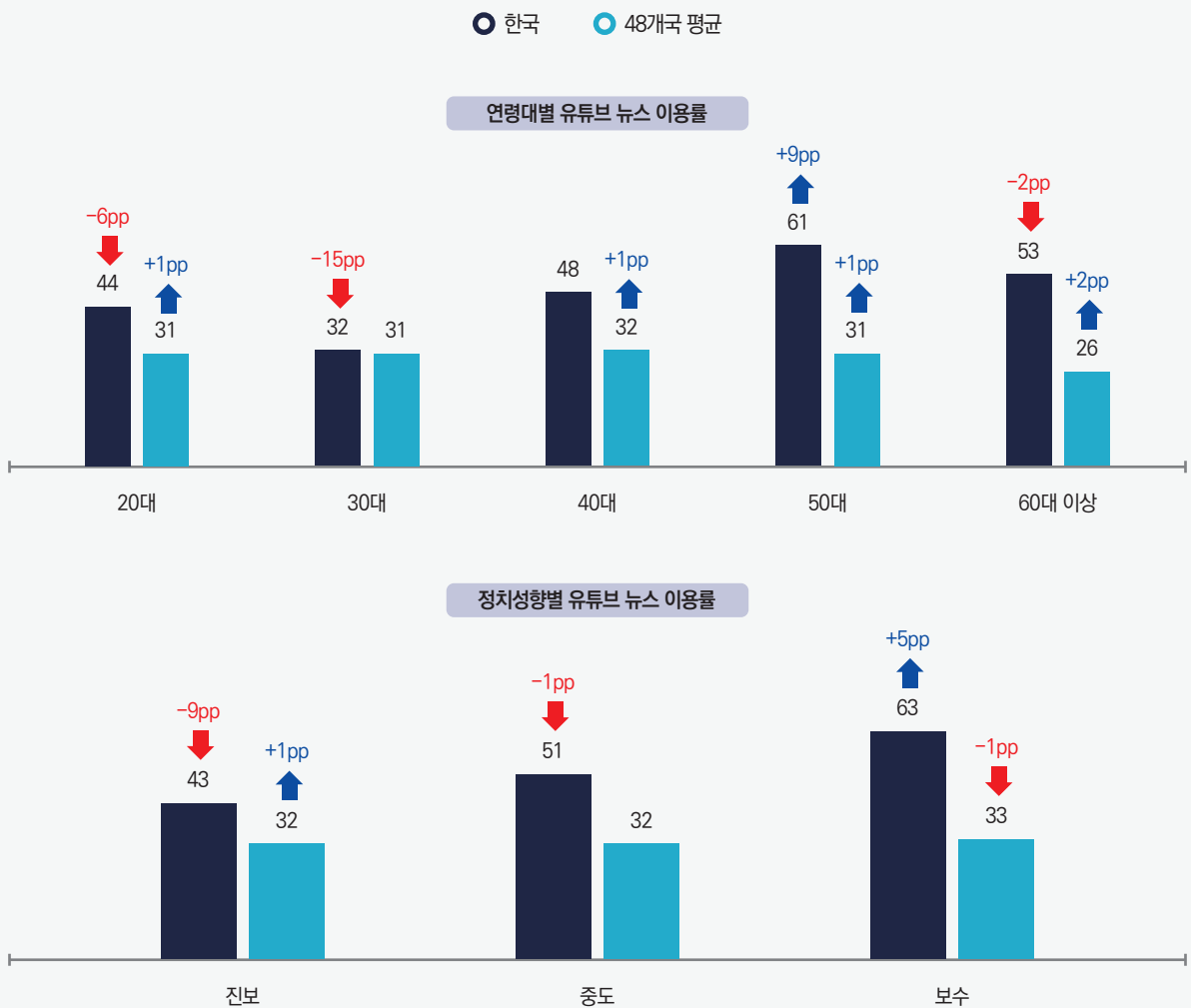
정치 성향별 유튜브 뉴스 이용률에서 2025년 한국은 매우 독특한 패턴을 보였다. 보수 성향 이용자들이 63%로 가장 높은 이용률을 기록했으며, 중도 성향이 51%, 진보 성향이 43%로 뒤를 이었다. 전년 대비 변화를 살펴보면, 보수 성향에서 5%p 증가(58%→63%)한 반면, 진보 성향에서는 9%p 급감(52%→43%)하며 성향 간 격차(20%p)가 더욱 벌어졌다.

특히 진보 성향의 변화가 주목된다. 2021년 43%, 2022년 52%, 2023년 62%로 가파른 상승세를 보였으나, 2024년 52%로 10%p 급감한 데 이어 2025년에도 43%로 9%p 추가 하락했다. 이는 2021년 수준으로 되돌아간 것으로, 진보 성향 이용자들이 유튜브에서 다른 플랫폼으로 이동했을 가능성을 시사한다.

흥미롭게도 48개국 평균에서는 보수 성향 33%, 중도 성향 32%, 진보 성향 32%로 정치 성향에 따른 이용률 차이가 거의 없는 수준이다. 이는 한국의 정치 성향별 격차(보수 63% vs 진보 43%)가 글로벌 기준으로 매우 극단적임을 보여준다.

연령대별, 정치 성향별 유튜브 뉴스 이용률(한국, 48개국)

(단위: %)



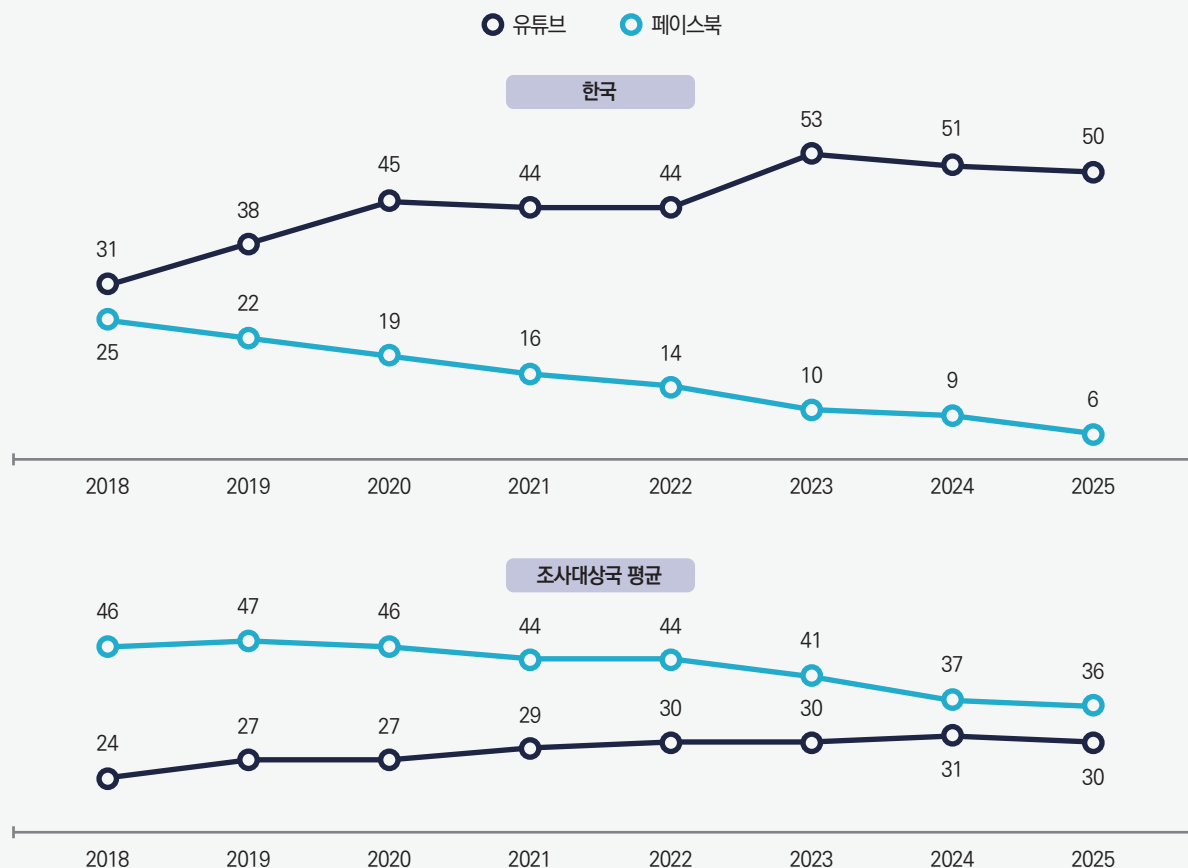
※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

다음으로 최근 8년간(2018~2025) 시계열 데이터를 통해서 유튜브 및 페이스북을 활용한 뉴스 소비 패턴의 변화를 살펴보았다. 한국에서 유튜브를 통한 뉴스 이용률은 2018년 31%에서 2025년 50%로 지속적인 상승세를 보였다. 특히 2019년, 2020년 각각 전년 대비 7%p씩 대폭 증가했으며, 2023년에는 53%로 정점을 찍은 후 최근 2년간 소폭 하락하고 있다. 이러한 최근의 감소세는 틱톡 등 새로운 영상 플랫폼으로의 일부 이동과 관련이 있는 것으로 판단된다. 반면, 페이스북을 통한 뉴스 이용률은 2018년 25%에서 2025년 6%로 급격히 감소했다. 특히 2023년 이후 한자리 수로 떨어지며 한국에서 뉴스 플랫폼으로서 페이스북의 영향력이 상당히 위축되었음을 보여준다.

48개국 전체 평균을 보면, 유튜브를 통한 뉴스 이용률은 2018년 24%에서 2025년 30%로 완만하게 증가했다. 페이스북을 통한 뉴스 이용률은 2018년 46%에서 2025년 36%로 감소했지만, 한국과 비교하면 감소 폭이 상당히 완만하며 여전히 높은 수준을 유지하고 있다. 분석 결과로 판단해 볼 때, 조사 대상국 전체에서 유튜브는 뉴스 소비를 위한 핵심 플랫폼으로 확고히 자리매김했으며, 특히 한국에서는 이러한 경향이 더욱 두드러진다. 페이스북의 경우 한국에서는 뉴스 플랫폼으로서의 영향력이 매우 미약하지만, 글로벌 차원에서는 여전히 중요한 뉴스 유통 채널로 기능하고 있음을 알 수 있다.

유튜브 및 페이스북을 통한 뉴스 이용률 변화(2018~2025년) (한국, 조사 대상국)

(단위: %)

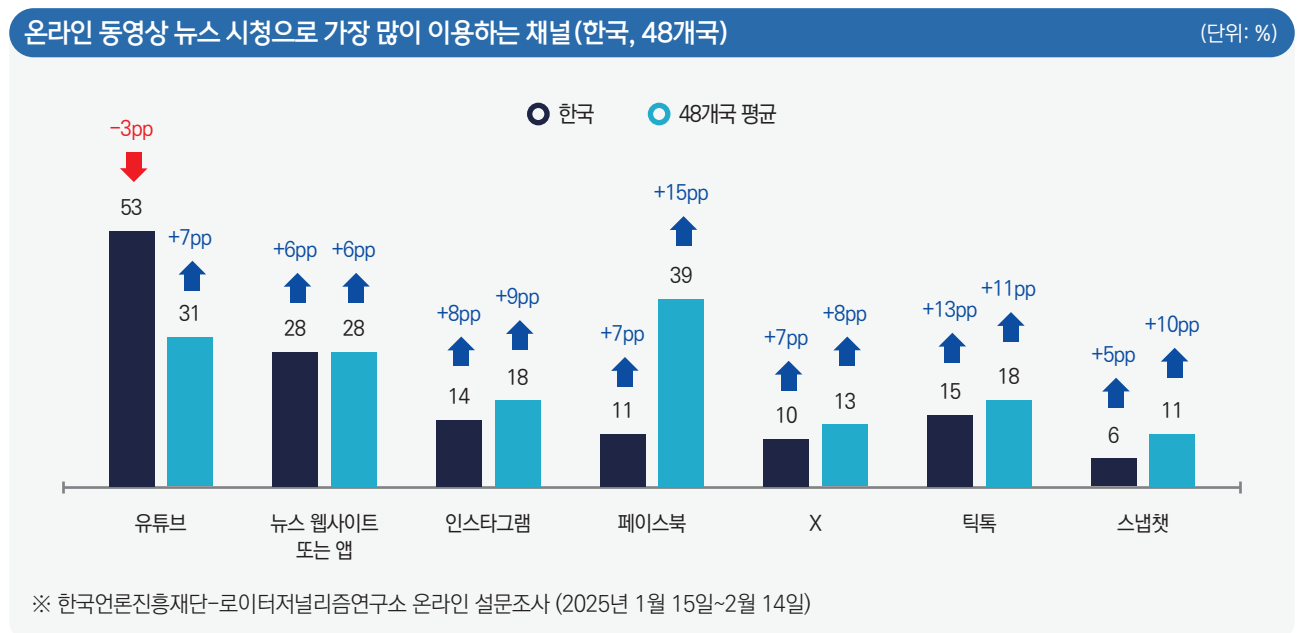


※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

나아가 한국 이용자들이 뉴스 관련 영상을 소비할 때 가장 많이 이용하는 채널이 무엇인지 물었다. 유튜브(53%)가 압도적인 이용률로 1위를 차지했으나 전년 대비 3%p 감소했으며, 뉴스 웹사이트 또는 앱(28%)이 6%p 증가하며 2위를 차지했다. 특히 주목할 변화는 틱톡이 2%에서 15%로 13%p 급증하며 3위로 부상한 점이다. 인스타그램(14%), 페이스북(11%), X(10%) 등도 전년 대비 큰 폭으로 증가하며 뉴스 영상 소비 플랫폼의 다변화가 급속히 진행되고 있음을 보여준다.

48개국 평균과 비교하면, 한국의 유튜브 의존도(53%)는 여전히 글로벌 평균(31%)보다 압도적으로 높다. 그러나 페이스북의 경우 한국(11%)이 글로벌 평균(39%)보다 현저히 낮아 국가별 플랫폼 선호도의 차이를 보여준다. 흥미롭게도 틱톡(15%)과 인스타그램(14%)에서는 한국이 글로벌 평균(각각 18%, 18%)에 근접하며, 글로벌 트렌드와의 격차가 빠르게 좁혀지고 있다.

이러한 플랫폼 다변화 현상은 한국의 뉴스 영상 생태계가 전환점에 있음을 의미한다. 유튜브 중심의 구조에서 벗어나 멀티플랫폼 전략이 필요한 시점이며, 특히 짧은 형태의 영상 콘텐츠에 최적화된 틱톡의 급성장은 언론사들이 새로운 형식의 뉴스 영상 제작에 주목해야 함을 시사한다.

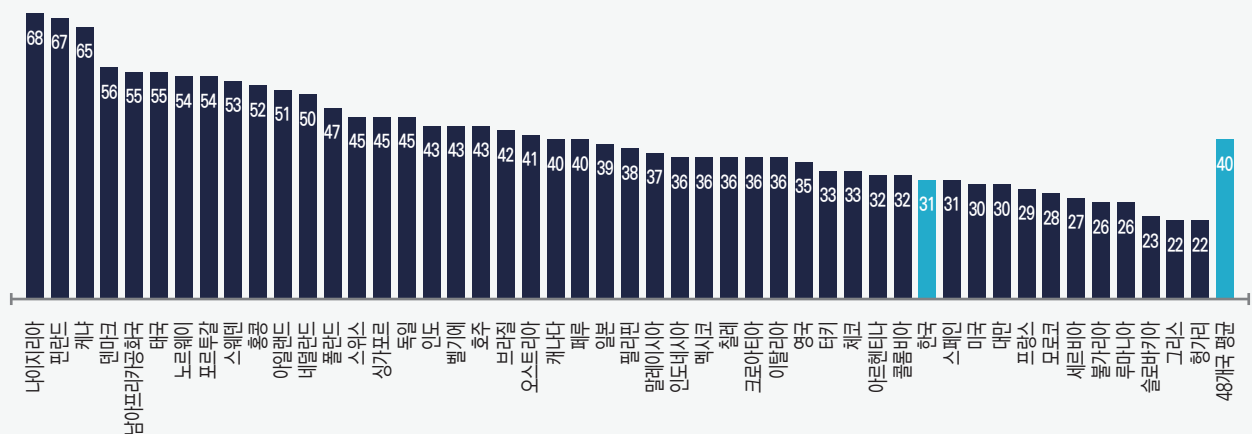


03 뉴스 전반에 대한 신뢰 31%로 37위... 지난해와 신뢰도 동일

한국의 뉴스 전반에 대한 신뢰는 지난해와 동일한 31%로 나타났다. 조사대상 48개국 가운데 37위로 지난해보다 순위가 한 계단 상승하였으나, 여전히 하위권에 머물고 있다. 한국을 포함한 전체 조사대상국의 신뢰도 평균은 40%로, 한국은 평균보다 9%p 낮은 수준이다. 나이지리아가 68%로 가장 높은 신뢰도를 보이며, 다음으로 핀란드(67%), 케냐(65%), 덴마크(56%), 남아프리카공화국과 태국(각각 55%) 등이 높은 신뢰도를 보이고 있다. 특히 핀란드, 덴마크, 노르웨이, 스웨덴 등 북유럽 국가들이 상위권에 위치해 있는 점이 눈에 띈다. 반면, 헝가리와 그리스(각각 22%), 슬로바키아(23%), 불가리아와 루마니아(각각 26%) 등의 국가들은 가장 낮은 수준의 신뢰도를 나타내고 있었다.

뉴스 전반에 대한 신뢰 (48개국)

(단위: %)



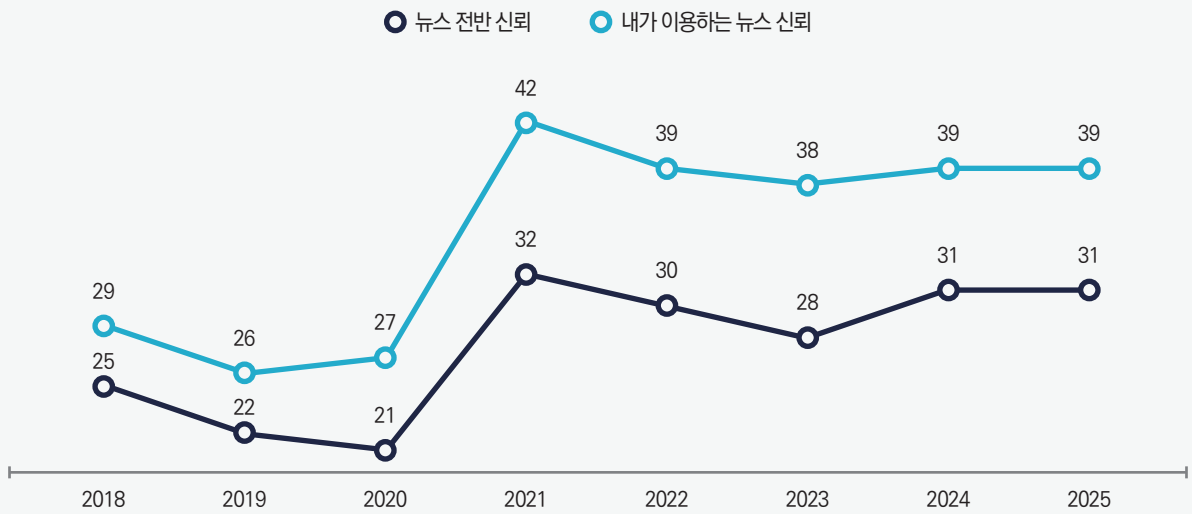
※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

최근 8년간 시계열 데이터를 기반으로 한국에서 뉴스 전반에 대한 신뢰와 내가 이용하는 뉴스에 대한 신뢰가 어떠한 변화 추세를 보이는지 살펴보았다. 뉴스 전반에 대한 신뢰는 2018년 25%에서 2019년과 2020년 각각 22%와 21%로 하락했다가, 2021년 32%로 급반등한 후 2022년 30%, 2023년 28%를 거쳐 2024년과 2025년 모두 31%로 안정세를 보이고 있다. 내가 이용하는 뉴스에 대한 신뢰 역시 유사한 패턴을 보인다. 2018년 29%에서 2019년 26%로 소폭 감소했다가 2020년 27%로 회복한 후, 2021년 42%로 대폭 상승했다. 이후 2022년부터 2025년까지 39%→38%→39%→39%로 거의 변화 없이 일정한 수준을 유지하고 있다.

흥미로운 점은 한국에서 뉴스 전반에 대한 신뢰보다 내가 이용하는 뉴스에 대한 신뢰가 지속적으로 8%p 정도 높은 수준을 유지하고 있다는 점이다. 이러한 '신뢰 격차'는 한국 뉴스 이용자들이 언론 전체에 대해서는 불신하지만, 자신이 선택한 특정 뉴스 소스나 매체에 대해서는 상대적으로 신뢰한다는 것을 의미한다. 포털을 통해 다양한 언론사의 기사를 접하거나, 유튜브에서 자신의 성향에 맞는 채널을 구독하는 등 개인 맞춤형 뉴스 소비가 일반화되면서, 이용자들이 자신의 필터링을 거친 뉴스에 대해서는 더 높은 신뢰를 보이는 것으로 해석된다. 따라서 한국에서는 언론사와 개별 이용자와의 직접적 관계 구축이 효과적인 신뢰 증진 전략일 가능성이 있다.

뉴스 전반 신뢰와 내가 이용하는 뉴스 신뢰 변화 비교(2018~2025년) (한국)

(단위: %)



※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

주요 뉴스 매체에 대한 응답자들의 신뢰를 측정해본 결과, 2025년 기준 한국에서 높은 신뢰를 받는 뉴스 매체는 주로 방송사들이었다. 또한 대다수 언론사들이 전년 대비 신뢰한다는 응답이 증가한 것으로 나타났다. 주요 뉴스 매체별 신뢰도는 아래 <표>와 같다.

주요 뉴스 매체에 대한 신뢰(한국)

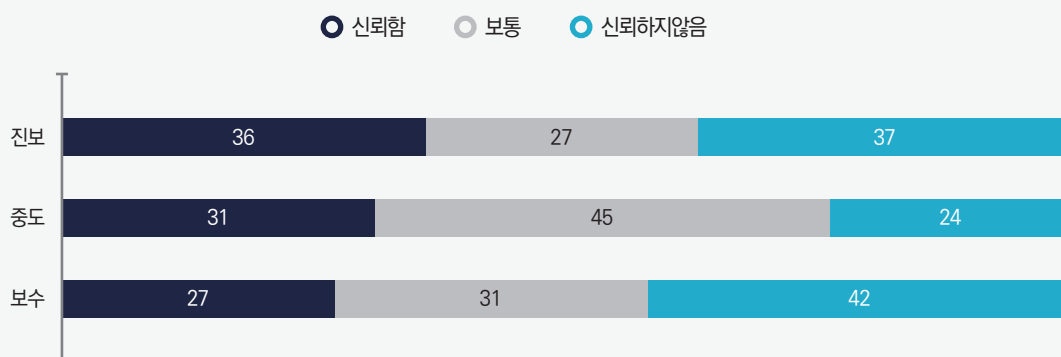
(단위: %)

뉴스매체	신뢰함 (전년대비 증감률)	중립	신뢰하지 않음
채널A 뉴스	43(+2%p)	29	27
조선일보	40(+6%p)	37	23
동아일보	41(+3%p)	33	26
한겨레	45(+6%p)	29	27
중앙일보	40(+3%p)	31	29
JTBC 뉴스	59(+4%p)	19	22
KBS 뉴스	48(-3%p)	29	23
경향신문	43(+6%p)	26	31
MBC 뉴스	61(+4%p)	22	16
MBN 뉴스	46(+4%p)	25	28
지역신문	39(+5%p)	25	36
SBS 뉴스	54(0%p)	19	27
TV조선 뉴스	42(+5%p)	35	23
연합뉴스TV	52(+1%p)	20	27
YTN	55(-1%p)	19	26

정치성향별 뉴스 전반에 대한 신뢰도 조사 결과, 정치 성향에 따라 뉴스 신뢰도에 뚜렷한 차이가 나타났다. 진보 성향 응답자들은 36%가 뉴스를 '신뢰한다'고 답해 세 집단 중 가장 높은 신뢰도를 보였다. 반면 '신뢰하지 않는다'는 응답은 37%로 신뢰한다는 응답과 거의 비슷한 수준이었으며, '보통'이라고 답한 비율은 27%였다. 진보 성향에서는 신뢰와 불신이 팽팽하게 맞서는 양상을 보인다. 반면, 보수 성향 응답자들은 27%만이 뉴스를 '신뢰한다'고 답해 가장 낮은 신뢰도를 기록했다. 반대로 '신뢰하지 않는다'는 응답은 42%로 세 집단 중 가장 높았으며, '보통'이라는 응답은 31%였다. 보수 성향에서는 불신이 신뢰보다 15%p 높아 뉴스에 대한 부정적 인식이 우세한 것으로 나타났다. 중도 성향 응답자들은 31%가 뉴스를 '신뢰한다'고 답했으며, '신뢰하지 않는다'는 응답은 24%로 가장 낮았다. 특히 '보통'이라고 답한 비율이 45%로 세 집단 중 가장 높았다. 이는 중도 성향 응답자들이 뉴스에 대해 유보적이고 중립적인 태도를 취하고 있음을 보여준다.

정치성향별 뉴스 전반에 대한 신뢰(한국)

(단위: %)

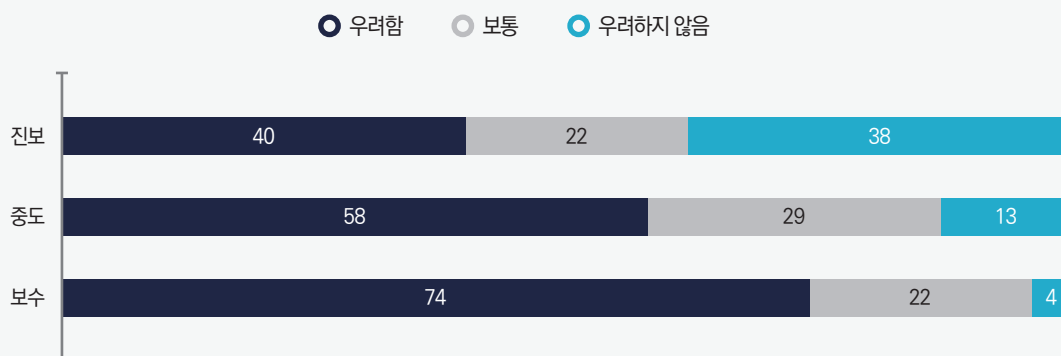


※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

이와 유사하게 유튜브를 비롯한 온라인상 허위정보에 대하여 얼마나 우려하고 있는가에 대한 응답에서도 확인할 수 있다. 진보 성향의 사람들은 40%로 온라인 허위정보에 대한 우려를 보이는 반면, 보수 성향은 74%의 응답자가 온라인 허위 정보에 대해 우려를 보였다. 이는 보수 성향의 사람들이 진보, 중도 성향의 사람들에 비해 상대적으로 온라인상 매우 많은 허위정보가 유통되고 있다고 인식하며, 이에 대해 심각하게 우려하고 있음을 보여준다.

정치성향별 온라인 허위정보에 대한 우려(한국)

(단위: %)



※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

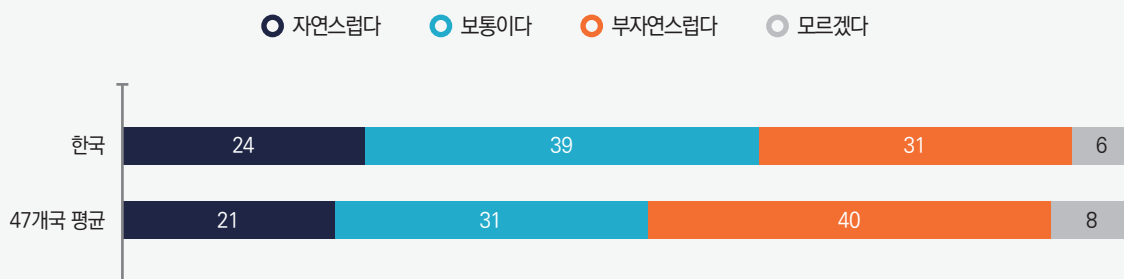
04 인공지능이 작성한 기사에 대해 긍정적 인식

2024년 조사부터 전세계적으로 중요한 화두인 인공지능(AI)과 관련한 질문들이 새로 추가됐으며, 2025년 조사에서도 몇 가지 질문들이 추가되었다. 먼저 이용자들이 인공지능을 활용한 기사 작성을 어떻게 인식하는지 물었다. 두 가지로 구분하여 질문을 던졌는데, 첫째는 인간이 부분적으로 개입하고 인공지능이 대부분을 작성한 기사에 대한 인식이고 둘째는 인공지능이 부분적으로만 도움을 주고 인간이 대부분을 작성한 기사에 대한 인식이었다. 일정 부분 인간의 감독을 받아 인공지능이 대부분 작성한 기사에 대해 한국 이용자들은 자연스럽다(24%), 보통이다(39%), 부자연스럽다(31%)고 응답했다. 조사가 이뤄진 47개국 평균에서는 자연스럽다(21%), 보통이다(31%), 부자연스럽다(40%)고 응답해 한국보다 부자연스럽다고 인식하는 이용자가 더 많았다.

반면 일정 부분 인공지능의 도움을 받아 인간이 대부분 작성한 기사에 대한 인식은 조금 달랐다. 앞선 질문보다 인공지능의 활용 수준이 낮고 인간의 개입 수준이 높은 경우인데, 한국 이용자들은 자연스럽다(28%), 보통이다(40%), 부자연스럽다(25%)고 응답해 앞선 질문과 그리 큰 차이를 보이지 않았다. 하지만 47개국 평균에서는 자연스럽다(35%), 보통이다(33%), 부자연스럽다(24%)는 응답 결과가 나와, 부자연스럽게 느끼는 비율은 크게 줄고 편하게 느끼는 비율은 다소 늘어났다. 한국 이용자들은 다른 나라 이용자들에 비해 인공지능의 개입 정도와 수준에 따른 인식의 차이가 크지 않다는 의미로 해석되며, 작년과 유사한 경향이 지속됨을 확인할 수 있었다.

일정 부분 인간의 도움을 받은 인공지능 기사에 대한 인식

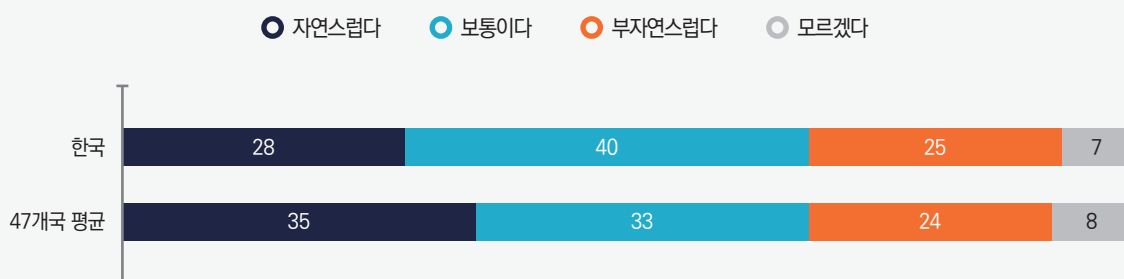
(단위: %)



※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

일정 부분 인공지능의 도움을 받은 인간 기사에 대한 인식

(단위: %)



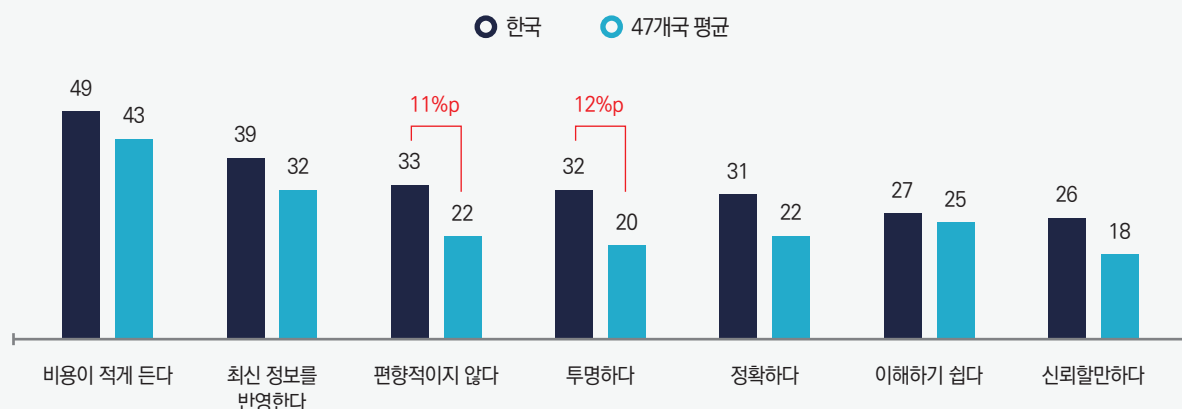
※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

2025년 조사에서는 인간 기자가 생산한 뉴스에 비해 인공지능이 생산한 뉴스가 어떠한 특징을 갖는지 물어보았다. 한국 응답자의 경우, ‘비용이 적게 든다(49%)’, ‘최신 정보를 반영한다(39%)’, ‘편향적이지 않다(33%)’, ‘투명하다(32%)’, ‘정확하다(31%)’ 등의 순으로 인공지능 생산 뉴스의 특징으로 답했다. 한편 조사대상국 평균 응답자들은 ‘비용이 적게 든다(43%)’, ‘최신 정보를 반영한다(32%)’, ‘이해하기 쉽다(25%)’ 등의 순으로 답했다. 오히려 인공지능 생산 기사가 편향적이지 않고(22%), 투명하고(20%), 정확할 것(22%)이라는 기대는 상대적으로 높지 않은 것으로 나타났다.

조사대상국 평균 응답 결과에 비해 한국 응답자들이 인공지능 생산 뉴스의 공정성, 투명성, 정확성에 대한 인식이 높다는 결과는 기존 인간 저널리스트들이 생산하는 뉴스에 대한 불신 및 허위정보에 대한 높은 우려 등과 연관되는 결과로 보인다.

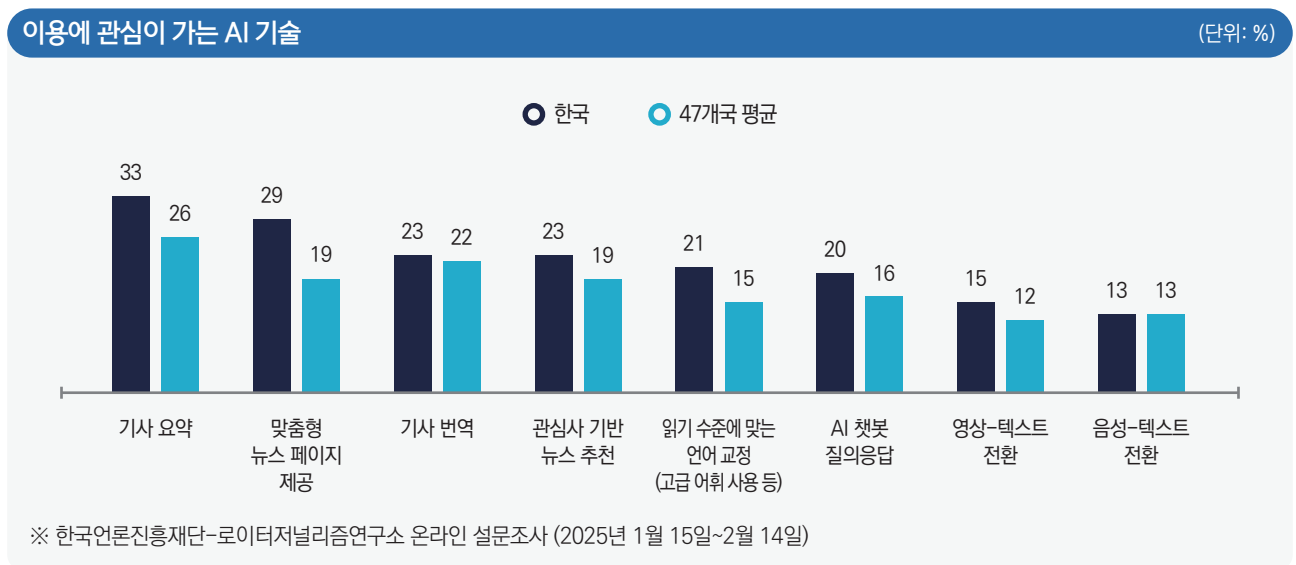
인공지능 생산 뉴스의 특징(인간 저널리스트와 비교)

(단위: %)



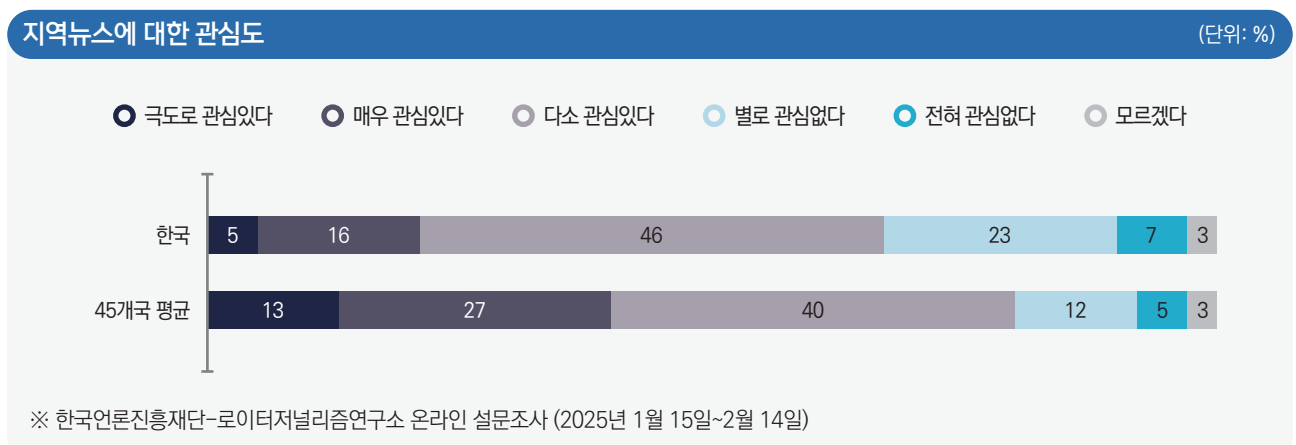
※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

마지막으로 인공지능 기술 중 흥미를 느끼고 관심을 갖는 분야를 물어본 결과, 기사를 요약해주는 서비스가 한국 (33%)과 조사대상국(26%) 모두 가장 높은 것으로 나타났다. 이어서 맞춤형 뉴스 페이지 제공, 기사 번역 서비스, 관심사 기반 뉴스 추천 등이 뒤를 이었으며 이는 한국과 조사대상국 전체 평균 결과가 유사하게 나타났다.

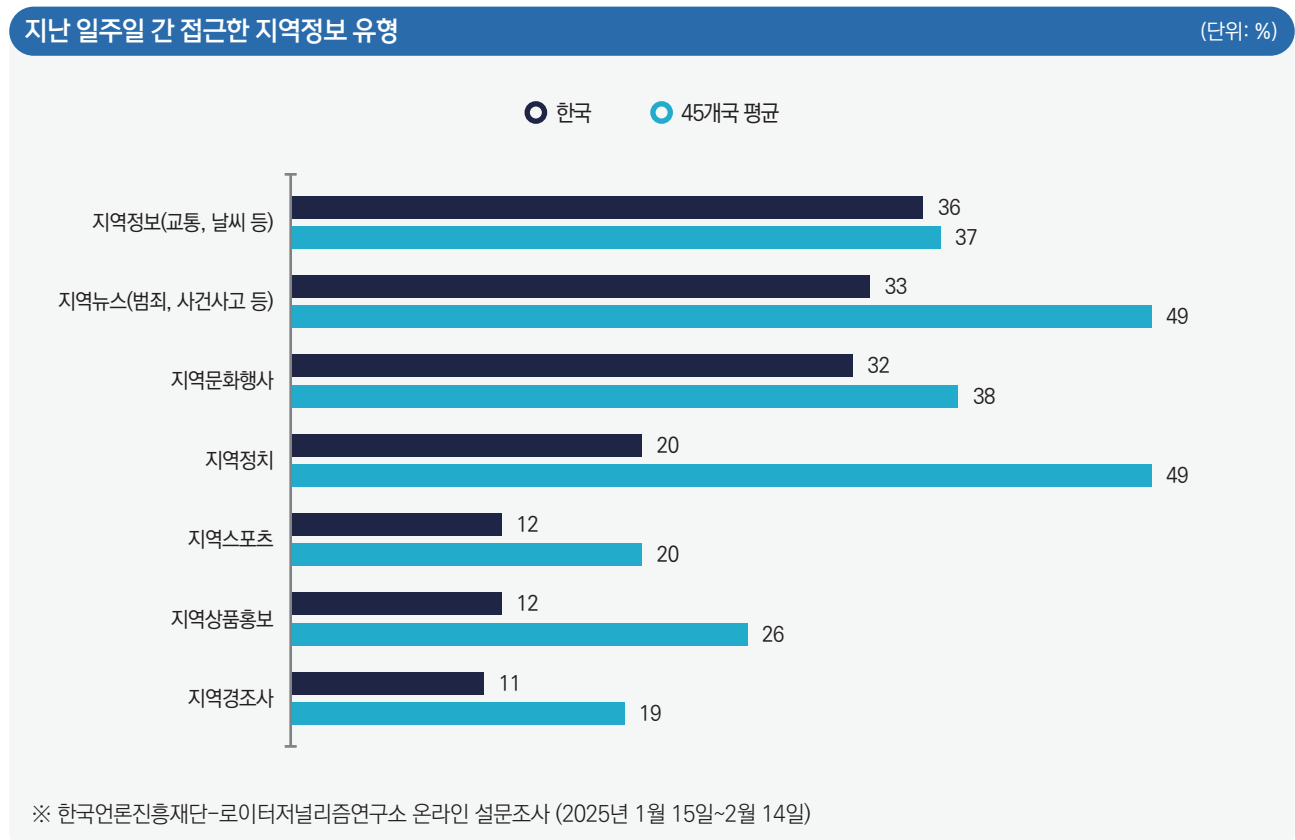


05 지역뉴스를 주로 이용하는 경로는 지역방송과 지역신문

응답자들에게 자신이 살고 있는 지역 뉴스에 대해 얼마나 관심이 있는지 물어본 결과, 한국의 경우 ‘극도로 관심 있다’(5%), ‘매우 관심있다’(16%), ‘다소 관심있다’(46%), ‘별로 관심없다’(23%), ‘전혀 관심없다’(7%), ‘모르겠다’(3%)로 나타났다. 한편 조사대상국 응답자들 평균은 ‘극도로 관심있다’(13%), ‘매우 관심있다’(27%), ‘다소 관심있다’(40%), ‘별로 관심없다’(12%), ‘전혀 관심없다’(5%), ‘모르겠다’(3%)로 나타났다. 즉 한국 응답자들 중 지역 뉴스에 조금이라도 관심을 갖는 비중은 67%이며 관심이 없다는 비중은 30%로 볼 수 있는데 이는 조사대상국 (관심있다 80%, 관심없다 20%)에 비해 지역뉴스에 대한 관심이 낮은 상황을 시사한다.



다음으로 지난 일주일 동안 어떤 유형의 지역 정보에 접근하였는지 물어본 결과 한국의 경우에는 교통과 날씨 등 지역정보(36%)와 지역 범죄, 사건사고 등의 정보(33%), 지역문화행사(32%) 정보를 얻기 위해 지역 뉴스를 이용한 경우가 가장 많았다. 반면 조사대상국 평균 응답에서는 지역 정치(49%)와 지역 범죄 및 사건사고(49%) 관련 정보를 얻은 경우가 가장 많은 것으로 나타났다.

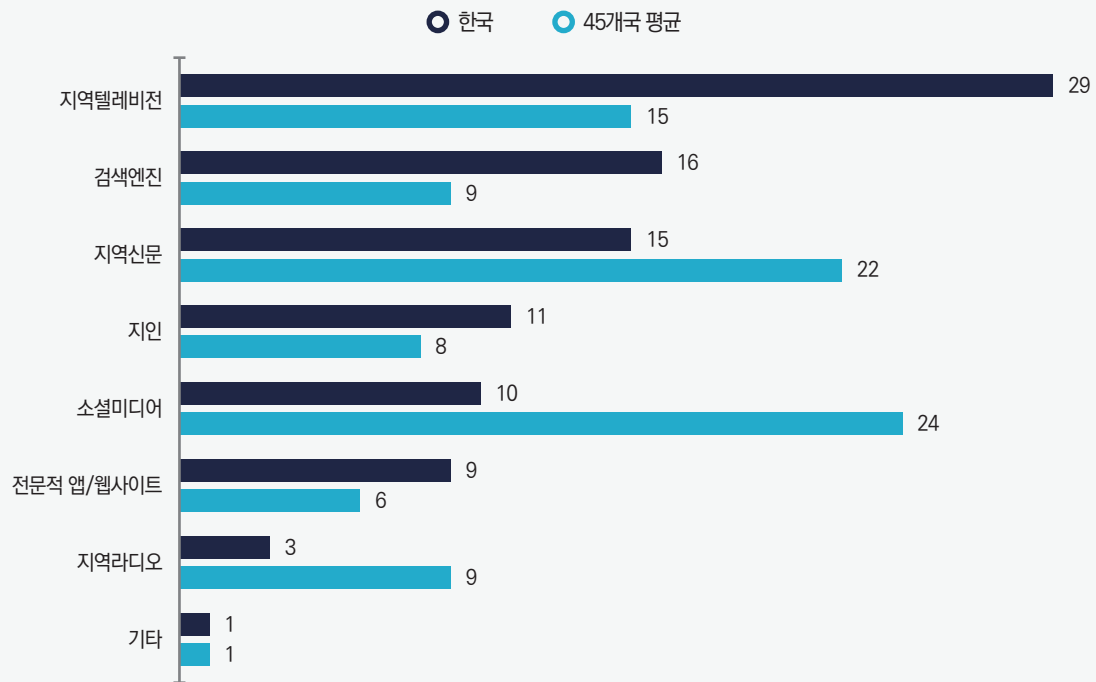


나아가 지역 소식을 접하는 데 있어서 가장 유용했던 정보원이 무엇이었는지 물어보았다. 한국의 경우 지역방송(29%)을 통해 지역 소식을 많이 접하는 것으로 나타났다. 또한 검색엔진(16%)과 지역신문(15%)을 통한 정보 이용도 나타났다. 반면 조사대상국 평균 응답에서는 소셜미디어(24%)를 통한 접근이 가장 많았으며 지역신문(22%), 지역텔레비전(15%) 순으로 나타났다.

특별히 지역 소식 중에서도 정치 관련 뉴스를 접한 출처에 대해서 물어본 결과, 한국은 지역텔레비전(17%), 소셜미디어(17%), 검색엔진(17%), 지역신문(16%)을 통한 정보 제공 비중이 높은 것으로 나타났다. 반면 조사대상국 평균 결과로는 소셜미디어(24%)와 지역신문(22%), 지역텔레비전(15%)을 통한 지역 정치 정보를 획득하는 응답자가 많았다.

지역 소식에 대해 가장 유용한 정보를 제공한 정보원

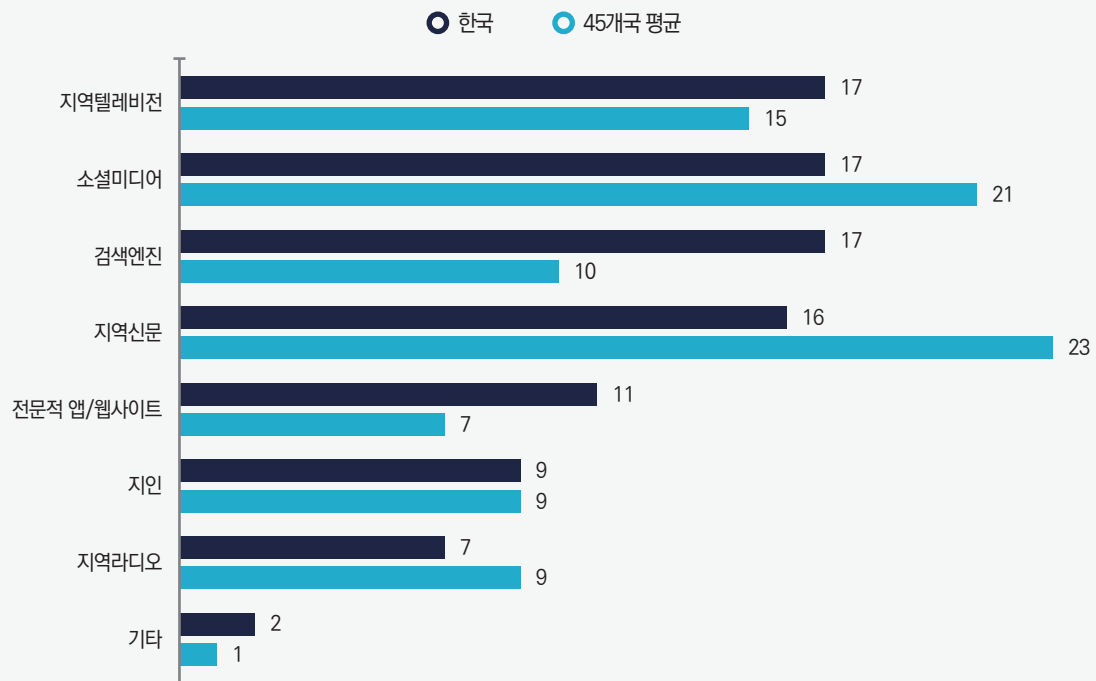
(단위: %)



※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

지역 정치에 대해 가장 유용한 정보를 제공한 정보원

(단위: %)



※ 한국언론진흥재단-로이터저널리즘연구소 온라인 설문조사 (2025년 1월 15일~2월 14일)

● 조사방법

〈디지털 뉴스 리포트 2025〉의 설문조사는 영국의 전문 조사회사 유고브(YouGov)가 주관하여 2025년 1월 15일부터 2월 14일까지(한국 기준) 온라인으로 진행했다. 각국에서 수집된 데이터는 인구 총조사나 산업 통계에 근거해 가중치를 적용하여 분석했다. 조사 국가의 목록과 국가별 표본 수는 다음과 같다.

국가명	표본수	국가명	표본수
아시아 태평양(11개국)		유럽(25개국)	
한국	2,038	그리스	2,010
대만	2,018	네덜란드	2,020
말레이시아	2,063	노르웨이	2,031
싱가포르	2,014	덴마크	2,013
인도	2,044	독일	2,047
인도네시아	2,028	루마니아	2,003
일본	2,000	벨기에	2,149
태국	2,003	불가리아	2,029
필리핀	2,014	스웨덴	2,000
호주	2,025	스위스	2,315
홍콩	2,004	스페인	2,014
아메리카(8개국)		슬로바키아	2,013
멕시코	2,010	아일랜드	2,000
미국	2,060	영국	2,076
브라질	2,006	오스트리아	2,026
아르헨티나	2,014	이탈리아	2,008
칠레	2,009	체코	2,009
캐나다	2,627	크로아티아	2,092
콜롬비아	2,013	튀르키예	2,002
페루	2,022	포르투갈	2,014
아프리카(4개국)		폴란드	2,015
나이지리아	2,044	프랑스	2,015
남아프리카공화국	2,070	핀란드	2,015
모로코	2,012	헝가리	2,001
케냐	2,007	세르비아	2,010

Media Survey

11권3호 2025. 06. 17.

발행인 김효재

편집인 남정호

기획 한국언론진흥재단 미디어연구센터

발행일 2025년 6월 17일

한국언론진흥재단 미디어연구센터

04520 서울특별시 중구 세종대로 124 프레스센터빌딩 13층

전화 (02) 2001-7698, 7748 팩스 (02) 2001-7740

www.kpf.or.kr

편집 (주)나눔커뮤니케이션

04034 서울특별시 마포구 잔다리로7길 16 교평빌딩 304호

전화 (02) 333-7136 팩스 (02) 333-7146

© 한국언론진흥재단 미디어연구센터 2025

*한국언론진흥재단은 정기간행물 「미디어이슈」의 제호를 2025년부터 「미디어서베이」로 변경하였습니다.

〈미디어서베이〉는 한국언론진흥재단의 정부광고 수수료로 제작되었습니다.

자세한 내용은 QR코드를 통해 확인해 주세요.

