

# 청소년문화 활성화를 위한 소셜 미디어 활용 연구

- ▶ 책임연구원 : 배상률(한국청소년정책연구원·부연구위원)
- ▶ 위촉연구원 : 고은혜(한국청소년정책연구원·위촉연구원)



## 발 간 사 ■ ■ ■

---

정보통신기술의 발달로 청소년을 포함한 우리 사회 구성원들의 전반적인 삶의 양식이 하루가 다르게 변하고 있습니다. 특히 스마트폰과 소셜미디어 사용의 보편화는 청소년문화에 지대한 영향을 주고 있습니다. 이 같은 매체환경의 변화가 청소년문화에 미치는 영향에 대한 기성세대의 시선은 기대보다는 우려가 더 많아 보입니다.

기성세대와는 달리 소위 디지털 원주민(digital native)이라 불리는 청소년들은 태어나 성장하는 과정에서 스마트폰과 소셜미디어 등의 디지털 기기 및 매체를 자연스럽게 접한 세대입니다. 가치중립적인 디지털 기기 및 뉴미디어가 어떻게 사용되느냐에 따라 청소년문화 및 우리 사회에 긍정적 또는 부정적으로 영향을 미칠 수 있을 것입니다. 그렇기에, 청소년 개개인에게 미디어의 역기능적 폐해를 대비하고 긍정적 기능을 최대한 활용할 수 있는 역량을 우리 정부와 사회가 키워주는데 노력을 기울여야 합니다.

본 연구는 교육, 여가, 사회참여 등 청소년문화의 전반적인 실태와 청소년들의 가치관을 파악하고, 청소년들의 삶에 있어 불가결한 소셜미디어의 특성과 청소년문화 활성화를 위한 활용도를 다각적으로 제시하였습니다.

아무쪼록, 본 연구가 건전하고 활력이 넘치는 청소년문화 확립에 기여할 수 있기를 기대합니다.

2015년 12월

한국청소년정책연구원장 노 혁



## 국 문 초 록

본 연구는 청소년 문화라는 키워드에 함축된 교육, 여가, 참여 등 청소년들의 전반적인 삶의 실태와 이들이 가지는 문제의식과 가치를 살펴보고, 청소년들을 위한 소셜미디어의 활용범위와 가능성을 탐구하는데 일차적인 목적을 두고 있다. 이를 통해, 청소년의 건전한 문화형성을 위한 효과적인 수단(tool)이자 소통의 장(field)으로 기여할 수 있는 무한한 잠재력을 갖고 있는 소셜미디어의 활용을 위해 우리 사회와 정부가 마련해야 할 정책 방안을 제시하는 것이 본 연구가 가지는 궁극적인 목적이다.

전국 17개 시·도 2,500여명의 청소년들을 대상으로 소셜미디어 이용실태 및 청소년문화 환경을 살피기 위한 설문조사를 실시하였다. 또한, 청소년문화와 소셜미디어라는 두 가지 핵심 키워드와 관련된 실체와 현상이 청소년 당사자에게 어떻게 해석되고 경험되는지에 관한 심층적 연구를 위하여 소셜미디어상에서 토론이라는 형식을 빌려 질적 조사를 수행하였다. 소셜미디어 활용을 위한 벤치마킹을 목적으로 국내외 사례조사도 실시하였다.

본 연구결과에 따르면, 다수의 청소년들은 소셜미디어를 통해 다양한 기능적·심리적 혜택을 얻고 있었다. 청소년들은 소셜미디어가 가치중립적인 도구이며 이를 어떻게 사용하느냐에 따라 긍정적 또는 부정적 효과를 수반하는 매체라고 인식하고 있었다. 청소년들은 '자기표현', '정보획득', '소통'을 소셜미디어의 3대 기능으로 꼽았다. 다수의 청소년들은 소셜미디어를 통해 학업 및 그 외의 유익한 정보를 얻을 수 있으며, 사회적 이슈를 파악하고 여론을 형성할 수 있다고 응답하였다. 또한, 개개인의 개성 및 차이를 확인하고 타인과 공감대를 형성할 뿐 아니라 즐거움을 얻고, 스트레스를 해소할 수 있다고 답했다.

유해콘텐츠가 소셜미디어를 통해 급속히 확산되고 있는 상황에서, 청소년들은 선별적 규제를 위한 엄격한 기준 마련과 함께 집단지성이란 소셜미디어의 대표적 장점이 사회에 제대로 발현될 수 있도록 디지털 리터러시 역량을 키우는 것이 필요하다. 이를 위해, 본 보고서는 청소년의 디지털 리터러시 함양을 위한 학교단위의 미디어교육의 제도화 및 건전한 소셜미디어 사용을 위한 인터넷드림마을과 같은 캠프의 증설 및 운영의 확대를 제언하였다. 또한 부모 교육 확대 및 정부 차원의 홍보노력도 개선될 필요가 있다.

**주제어 : 소셜미디어, 디지털 리터러시, 집단지성, 청소년문화**



## 1. 연구목적

- 스마트폰, 인터넷 등 정보통신기술(ICT: information and communication technology)의 발전과 맞물려 소위 넷세대(net generation)인 청소년의 소셜미디어 사용이 보편화되고 있는 추세임.
- 소셜미디어는 청소년의 소통과 정보교류, 사회참여 등의 긍정적인 효과뿐만 아니라 과다사용에 따른 중독, 사이버불링(cyberbullying), 유해정보 확산 등 막대한 사회적 비용을 초래하는 양면성을 띠고 있음. 청소년의 일상생활에 미치는 소셜미디어의 영향력이 커져감에 따라 이 매체가 가진 장점은 최대한 살리고 단점은 최소화할 수 있는 사회적 차원의 방안을 마련해야 할 필요성이 제기되고 있는 상황임.
- 본 연구는 청소년 문화라는 키워드에 함축된 교육, 여가, 참여 등 청소년들의 전반적인 삶의 실태와 이들이 가지는 문제의식과 가치를 살펴보고, 청소년들을 위한 소셜미디어의 활용범위와 가능성을 탐구하는데 일차적인 목적을 두고 있음.
- 이를 통해, 청소년의 건전한 문화형성을 위한 효과적인 수단(tool)이자 소통의 장(field)으로 기여할 수 있는 무한한 잠재력을 갖고 있는 소셜미디어의 활용을 위해 우리 사회와 정부가 마련해야 할 정책 방안을 제시하는 것이 본 연구가 가지는 궁극적인 목적임.

## 2. 연구방법

- 문헌 연구 : 본 연구의 핵심 키워드인 청소년 문화와 소셜미디어라는 두 축을 중심으로 진행하였음. '특정 집단의 삶의 방식(the ways of life)'라는 포괄적 정의로 문화를 규정하였음.

이를 바탕으로 청소년문화에 대한 유형과 특성을 살펴보고, 청소년문화의 주요 영역인 '학교 및 교육 문화,' '여가 및 놀이 문화' 등을 국내외 선행연구들을 바탕으로 고찰하였음.

- 문헌 연구 : 소셜미디어의 기능 및 활용에 대한 국내외 문헌을 분석하고 '청소년 매체 이용 실태 조사' 등 한국청소년정책연구원이 최근 수행한 관련 연구들을 중심으로 청소년들의 소셜미디어 이용 실태에 대한 조사결과 및 자료들을 면밀히 살펴보았음.
- 설문조사 : 전국 17개 시·도 2,584명의 청소년들을 대상으로 설문조사를 실시하였음. 2014년 기준 교육통계연보를 바탕으로 권역별·교급별 층화집락표집을 통해 표본을 추출하였음. 면접원이 직접 학교현장에 방문하여 중학교 1, 2, 3학년 1,417명, 고등학교 1,2학년 1,167명을 대상으로 '청소년 문화 및 소셜미디어 이용'에 관한 설문조사를 수행하였음.
- 설문조사 : 설문지는 '소셜미디어 이용 실태,' '소셜미디어의 활용,' '발달 및 관계,' '청소년 문화' 등의 영역별 문항들로 구성되었음. 청소년 문화 및 소셜미디어 이용에 관한 실태를 분석하였으며, 관련 변인들을 활용한 심층 분석을 하였음.
- 질적조사 : 청소년문화와 소셜미디어라는 두 가지 핵심 키워드와 관련된 실체와 현상이 청소년 당사자에게 어떻게 해석되고 경험되는지에 관한 심층적 연구를 위하여 질적 조사를 수행하였음.
- 질적조사 : 소셜미디어상에서 토론이라는 형식을 빌려 청소년문화와 소셜미디어 활용에 대한 청소년들의 의견과 주장을 직접 살피는 것이 효과적이라는 판단에 따라, 장문의 글은 물론이고 사진과 동영상도 자유롭게 올릴 수 있는 페이스북(Facebook)을 토론활동의 플랫폼으로 선택하였음.
- 질적조사 : 전국의 중고등학교 재학생, 홈스쿨링이나 해외 유학 중인 청소년, 대학생 등 다양한 연령과 배경을 가진 지원자들 중 최종적으로 33명을 선발하였으며, 6명의 대학(원)생으로 구성된 토론 참여자 겸 코디네이터도 별도로 선발하였음. 총 8주간 토론단 참여자들은 청소년의 매체이용, 교육과 진로, 여가생활, 사회참여, 그리고 관계 맺기 등에 관련된 주제에 맞춰 의견교류와 토론 활동을 이어나갔음. 연구자는 토론 내용들을 범주적 지표화 과정을 거친 후 분석하였음.
- 국내사례 조사 : 현장 전문가 및 청소년들을 대상으로 심층면접조사를 진행하였음.

소셜미디어를 활용한 소셜러닝 기업체 관계자, 청소년 대상 소셜펀딩(크라우드펀딩) 교육을 진행중인 청소년 기관, 소셜미디어를 활용한 위기 청소년 지원 및 상담 활동을 진행 중인 기업체 관계자 등 각 영역별로 벤치마킹의 사례가 될 만한 기관 및 업체를 선정하고 현장을 방문하여 심층 인터뷰를 실시하였음. 또한 관련 업체 및 기관이 지원한 서비스 및 교육 대상자인 청소년들을 직접 만나 면접조사를 하였음.

- 해외사례 조사 : 디지털 리터러시 교육 선진지로 평가받는 영국, 캐나다, 미국의 사례를 심층 분석하였음. 각국의 주무부처 및 일선 학교의 소셜미디어 활용 사례 및 정책에 대해 종합적으로 검토하고, 우리나라 청소년문화 활성화를 위해 벤치마킹할 부분에 대해 파악하였음.

### 3. 주요 연구결과

#### 1) 설문조사 결과

- 정보통신기술이 발전함에 따라 많은 청소년들이 스마트폰을 사용하게 되면서 소셜미디어의 사용도 보편화 되고 있음. 이번 설문조사 응답학생의 92.7%가 휴대전화를 소유하고 있었으며 스마트폰을 가지고 있는 학생의 비율은 88%였음. 흥미로운 점은, 휴대전화로 가장 많이 이용한 기능에 대한 2013년 조사에서 1순위 채팅, 2순위 게임, 3순위 전화통화인 것으로 나타난 것과 달리 이번 2015년도 조사에서는 1순위 채팅에 이어 트위터 및 페이스북 등의 SNS 사용이 게임 및 전화통화보다 높은 2순위를 차지하였음.
- 열 명 중 아홉 명 이상은 SNS 계정을 가지고 있는 것으로 나타났고, 계정을 보유하고 있는 청소년 중 약 92%의 청소년이 1개 이상의 아이디로 꾸준히 SNS활동을 하고 있다고 응답하였음. SNS 상에서 200명 이상의 친구 및 팔로워를 가지고 있다고 응답한 청소년도 34.3%로 2013년의 21.6%보다 높아졌음. 또한 약 67%의 청소년이 온라인상에서만 아는 친구가 있다고 응답한 것을 보아 소셜미디어가 새로운 친구 관계 형성의 장으로 기능하고 있다고 할 수 있음.

- 청소년이 주로 사용하고 있는 소셜미디어는 80% 이상이 사용하고 있다고 응답한 유튜브와 페이스북이며, 페이스북의 경우 일주일에 7회 이상 사용한다고 응답한 비율 및 하루 평균 2시간 이상 사용한다는 비율이 가장 높아 청소년들이 페이스북 활동을 활발히 하고 있음을 알 수 있음. 그 다음으로 사용 비율이 높은 것으로 나타난 소셜미디어는 사진 공유 서비스인 인스타그램으로 최근에는 특히 여자 청소년들 사이에서 인스타그램 활동이 활발히 이루어지는 것으로 판단됨.
- 청소년들은 소셜미디어를 통해 다양한 기능적 혜택을 얻고 있는 것으로 조사되었음. 특히 학습/학업 관련, 그 외의 유익한 정보를 얻을 수 있으며, 사회적 이슈를 파악하고 그에 대한 여론을 형성할 수 있는 것으로 나타났음. 심리적으로는 소셜미디어 활동을 통해 개인의 개성 및 차이를 확인하고 타인과 공감대를 형성할 뿐 아니라 즐거움을 얻고, 스트레스를 해소할 수 있다고 있다고 응답하였음.
- 청소년은 소셜미디어를 통해 유언비어가 생산 및 확산되기 쉽다고 느끼고 있으며, 유행어/욕설/속어/은어에 대한 학습의 장이 되기도 한다고 응답하였음. 또한 폭력적이거나 선정적인 콘텐츠에 대해서도 쉽게 접근할 수 있다고 인식하고 있는 것으로 나타났음. 소셜미디어 활용이 높아짐에 따라, 청소년들이 겪고 있는 부작용으로 지나치게 타인의 반응에 집착하기도 하고, 소셜미디어 활동으로 인해 개인의 시간 관리에 어려움을 겪기도 하는 것으로 나타났음.
- 소셜미디어 친구 수는 학년이 높아질수록, 부모의 소득이 높을수록 많아지는 경향을 보였음. 남학생이고 성적이 좋을수록 정보활동을 위한 소셜미디어 활용이 높았으며, 여학생이고 성적이 나쁠수록 오락활동을 위한 소셜미디어 이용이 높게 나타났음.
- SNS 사용빈도보다는 사용 시간량이 심리적·기능적 혜택을 보다 크게 느끼게 하는 요인인 것으로 나타났음. 이는 목적을 갖고 소셜미디어상에서 특정 활동을 하는 사람들이 무계획적으로 SNS 활동을 빈번히 하는 사람들에 비해 긍정적 혜택을 많이 볼 수 있음을 시사하는 것임.
- 청소년들은 SNS 이용량이 많을수록, 그리고 소셜미디어의 사회적 기능에 주목할 경우 뉴스에 더욱 관심을 갖으며, 이는 부모와 친구들과의 시사문제에 관한 토론을 촉진시키는 것으로 조사되었음.

## 2) 질적조사 결과

- 청소년들은 소셜미디어가 가치중립적인 도구이며 이를 어떻게 사용하느냐에 따라 긍정적 또는 부정적 효과를 수반하는 매체라고 인식하고 있음. 청소년들은 '자기표현,' '정보획득,' '소통'을 소셜미디어의 3대 기능으로 꼽았음. 실제 자신의 모습이 아닌 과장되고 부풀려진 모습을 보여주려는 과시적 욕구를 채우는 데 소셜미디어가 빈번히 활용되고 있음.
- 유해콘텐츠가 소셜미디어를 통해 급속히 확산되고 있는 상황에서, 청소년들은 선별적 규제를 위한 엄격한 기준 마련과 함께 집단지성이란 소셜미디어의 대표적 장점이 사회에 제대로 발현될 수 있도록 디지털 리터러시 역량을 키우는 것이 필요함.
- 청소년들은 우리나라 교육문화의 폐단으로 교육 성취도를 수치화하여 평가하는 교육시스템과 스스로 배움을 깨쳐가는 과정이 무시되는 교육환경을 꼽았음. 이에 따라, 사교육 시장이 활성화되어 교육평등이 무너지고 에듀푸어(edu poor)가 생겨나는 악순환이 이어지고 있다는 지적임. 청소년들은 교육문화 개선을 위해 정보제공, 동기부여, 인식개선노력 등 다양한 측면에서의 소셜미디어 활용법이 필요하다고 지적하였음.
- 청소년들은 학업 및 학습 분야에 있어 소셜미디어 활용 범위로 1) 바로풀기 앱 및 칸아카데미 등의 콘텐츠 및 어플리케이션을 통한 '학문적 소양' 제고, 2) 학교수업이나 시험 및 과제준비에 교사와 학생들이 실용적으로 활용할 수 있는 플랫폼의 역할을 제고, 3) 진학/진로 등의 관심분야에 대한 정보 교류, 4) 학습에 대한 성취 동기 제공 및 모니터링 기능을 꼽았음.
- 청소년들은 진로탐색에 있어서 소셜미디어는 더 없이 좋은 매체로 활용될 수 있다고 평가하였음. 국경이나 언어적 장벽을 초월하여 자신의 롤모델을 포함한 다양한 사람들과 교류할 수 있으며, 이를 통해 간접 경험과 조언을 얻을 수 있음. 또한 자신의 성과물을 소셜미디어를 통해 포스팅하고 타인으로부터 비평이나 조언을 구할 수 있는 점도 진로개발에 기여하는 소셜미디어의 기능으로 꼽았음.
- 소셜미디어를 통한 관계맺음의 특성으로 1) 얇고 넓은 인간관계의 형성(즉, 인간관계의 강화(bodning)보다는 인간관계의 확장(bridging)에 주안점), 2) 국경과 언어를 초월한 개방성, 3) 관계 맺고 끈기의 자유로움, 4) 이슈 및 관심사 중심의 공동체, 5) 부모/가족

비친화적 매체(프라이버시 침해 및 간섭의 우려로 청소년들은 특히 부모와 SNS 소통을 꺼림)라는 점을 꼽았음. 소셜미디어상에서의 관계맺음을 통해 상대적 박탈감이나 군중속의 고독을 느끼는 경우도 빈번한 것으로 파악되었음. 댓글이나 '좋아요' 개수를 통해 인간관계나 인기도가 즉각적으로 계량화된다는 점도 감수성이 예민한 청소년 이용자를 우울하게 만들 수 있는 주요인으로 작용할 수 있음.

- 소셜미디어가 학업과 일상으로 인한 스트레스를 해소할 수 있는 탈출구로서, 뜻 맞는 친구들과 관심사를 함께 나눌 수 있는 소통창구로서의 역할을 하며 청소년의 여가문화에 상당한 기여를 하고 있는 것으로 나타났음. 소셜미디어의 활용으로 프로슈머(prosumer)의 역할을 하는 청소년들은 팬덤문화의 한 축으로 부상하고 있음. 여가문화의 콘텐츠 생산자로 역할을 할 수 있으며, 자기표현과 정보공유에 따른 성취감도 맛볼 수 있는 점을 소셜미디어로 인한 혜택으로 꼽았음.
- 소셜미디어상에서 사이버불링이 보다 손쉽게 행해지는 반면에, 부모나 교사가 파악하기는 구조적으로 어려워 사태의 심각성이 더 한 것으로 나타났음. 소셜미디어상에서의 사이버불링의 예로 1) 단톡방 등을 만들어 특정인을 불러 단체로 조롱하는 행위, 2) SNS 커뮤니티에서 왕따나 소외시키는 행위, 3) 외모비하나 인격모독을 가하는 행위, 4) 피해자의 페이스북 계정 등에 무단 로그인하여 악성 댓글이나 혐오스런 게시글을 올려 피해를 주는 행위(이를 영어로는 페이스북과 강간의 조합어인 프레이프로 부르고 있음)가 제시되었음.

### 3) 국내외 사례조사 결과

- 소셜미디어를 통해 청소년들이 집단지성을 발휘하며 지식의 확장 및 공유가 가능하다는 점을 확인할 수 있었음. 소셜러닝이 청소년들의 학습흥미를 유발하고, 이타심 및 만족감 등을 향상시키고 있음.
- 소셜미디어를 통해 다양한 사회활동 및 참여를 경험하고, 자신의 역량 및 잠재력을 발휘하고 있음. 특히 크라우드 펀딩을 통하여 본인들이 인식한 사회문제에 대하여 주도적으로 프로젝트를 기획하고, 이를 실현해가는 과정 속에서 진로개발 및 가치실현 등을

경험할 수 있음을 확인하였음. 이같은 소셜미디어의 활용은 청소년 뿐 아니라 청소년 관련종사자들이 주체성을 갖고 사회활동 및 참여를 실현할 수 있다는 점과 이를 통해 잠재된 역량을 개발하는 시발점이 될 수 있다고 판단됨.

- 소셜미디어를 활용하여 위기청소년들의 보호 및 지원에도 사회적 힘을 모아야 함. 청소년들의 학교폭력, 가출, 성매매 업소 유입 등을 예방하고 이들을 보호할 수 있는 앱을 개발하고 적극적인 홍보 노력을 기울일 필요가 있음.
- 정부와 사회는 청소년들과의 소셜미디어를 통한 보다 효율적인 교류 노력을 기울일 필요가 있음. 유해 콘텐츠에 대한 필터링 노력을 기울이는 동시에 디지털 리터러시 능력도 심어주는 노력이 필요함.
- 우리나라의 디지털 리터러시 교육이 보다 체계적으로 시행될 필요가 있음. 디지털 시대의 청소년의 권리라는 개념은 단순히 인권이라는 영역에서 확장되어 청소년이 창의성과 혁신성을 함양하고, 사회참여를 활발히 할 수 있는 사회적 여건을 조성토록 하는 것을 포함하고 있음. 전국규모의 소셜미디어 건전 이용에 대한 캠페인을 통해 사회구성원들에게 경각심을 심어주고 유용한 정보도 제공하며, 학교단위의 체계적인 미디어교육의 기회를 제공토록 해야 함.

## 4. 정책제언

### 1) 디지털 리터러시 함양을 위한 미디어 교육

- 각 부처들이 가용할 수 있는 자원을 바탕으로 실시중인 미디어교육이 한정된 재원과 인프라로 최대한의 교육효과를 내기 위해서는 미디어교육의 중앙관리 시스템을 도입할 필요가 있음. 각 부처 및 유관기관과 단체들이 저마다 행해오는 미디어교육의 실행과 효과성에 대한 평가, 그리고 인적·물적 인프라를 구축하고 운영하는데 있어서 총체적인 계획 수립과 지원을 전담할 수 있는 체계가 필요함.
- 현재 '미디어교육'이라는 명목하에 일부 학교에서 시행되는 방식은 교육적 효과성면에서

개선이 필요함. 보다 체계적인 커리큘럼에 의한 학생 참여형 또는 토론형의 수업방식으로 단발성이 아닌 지속적인 교육제공이 요구됨.

- 매체의 오·남용으로 인하여 치르는 사회적비용과 미래세대인 청소년들을 창의적이고 성숙한 사회구성원으로 성장토록 하는 교육효과를 감안한다면, 현재 관련부처가 미디어 교육 및 건전매체 이용환경을 조성하는 목적으로 집행하는 금액이 지금보다 훨씬 높게 책정되어야함. 효율적인 미디어교육의 시행을 위하여 충분한 재원마련이 시급한 실정이다.
- 미디어교육의 효과성이 담보되기 위하여 정부주도의 제도 구축이 필요하다. 교육의 효과성을 위하여 미디어교육 시행은 일선 초·중·고 학생들을 대상으로 학교단위로 시행하는 것이 필요함. 그러기 위하여 교육부와 교사(단체)가 미디어교육의 중심에 서서 유관기관 및 단체들의 협조와 지원을 받는 운영 체제를 구축해야 함.
- 미디어교육과정에 대한 종합계획은 교사(단체)-교육청-교육부의 삼각체제 내에서 주도적으로 마련한 후, 일선 학교마다 처한 환경적 제약이나 특성을 고려하여 최대한의 교육적 효과를 낼 수 있는 세부 커리큘럼 개발은 각 학교가 시도교육청의 지원을 받아 마련하는 것이 효과적임.
- 정책의 성공여부는 인적 인프라의 구축과 활용이 좌우함. 미디어교육 현장 전문가들과 미디어교육에 관심과 열정이 있는 일선교사들을 중심으로 협의체를 구성하여 종합 계획 수립 과정에 참여토록 하며, 미디어교육을 담당할 교·강사 인력확충을 위하여 시·도별 미디어 교육 전문가들을 양성하는 인적자원으로 이들을 활용할 필요가 있음.
- 제도와 인력확충만으로 성공적인 미디어교육 제도화의 충분조건이 될 수 없음. 제도 운영 및 인력 지원의 효율성을 극대화할 수 있는 '미디어교육센터'를 마련할 필요가 있음. 신설되는 센터는 교육부의 산하 기관으로 두어 운영의 효율성을 극대화하며, 우리나라 미디어교육의 총괄업무를 수행토록 함.

## 2) 건전한 소셜미디어 사용을 위한 캠프 운영 및 부모 교육 확대

- 여성가족부와 한국청소년상담복지개발원의 주도로 「국립청소년인터넷드림마을(이하 드림마을)」이 조성되어 운영되고 있음. 드림마을의 긍정적인 효과성은 참가자들 대상

조사를 통해 드러나고 있다. 뉴미디어의 보급이 확산일로에 있는 추세를 반영한다면, 이 같은 정부주도의 치유프로그램들이 보다 많아져야 함.

- 최소한 서울 경기 지역에 각각 2곳 이상, 나머지 시도별로 최소 1곳 이상의 인터넷드림마을을 설립하여 보다 많은 청소년들이 제 때에 프로그램의 혜택을 볼 수 있도록 지원해야 함.
- 중앙정부와 지방정부 그리고 인터넷/통신 및 게임 관련 기업들이 각각 출연한 기금을 통해 운영의 묘를 살려 시도별 드림마을이 증설 및 운영된다면, 재정적인 어려움 없이 지금까지 대부분의 비용을 참가한 청소년 측으로부터 받지 않고도 캠프운영이 성공적으로 유지될 수 있다는 판단임.
- 현재는 인터넷 및 스마트폰 이용자들 중 위험군의 청소년들이 주로 입소대상임. 기존의 사후대책 패러다임의 전환을 꾀할 필요가 있음. 위험군이 아닌 일반 청소년들도 상황에 따라 잠정적인 위험군으로 빠질 수 있으며, 오남용의 위험성에 대한 인식을 심어주고 건전한 매체이용 환경을 조성하기 위해서는 문제성을 드러내기 이전부터 교육이 이루어져야 함. 이들에게도 최소 일주일가량의 단기프로그램 형식으로 캠프 참여 기회를 제공하는 것이 바람직함.
- 부모 및 보호자 대상으로 캠프 참여의 필요성에 대한 적극적인 홍보 및 권유가 이루어질 필요가 있으며, 참여하는 부모 및 보호자들의 생계가 방해받지 않도록 정부가 나서서 보호 방안을 마련해야 함. 부모 및 보호자들의 직장에는 구속력 있는 협조 체계를 마련하고, 자녀와 부모가 함께하는 캠프참여를 독려하기 위한 유급휴직제도도 고려해볼만함.



# 목 차

제I장 서론 .....	1
1. 연구의 배경과 목적 .....	3
2. 연구내용 .....	5
3. 연구방법 .....	5
제II장 이론적 배경 .....	11
1. 청소년 문화 .....	13
1) 문화의 개념 .....	13
2) 문화와 매체의 상관성 .....	14
3) 청소년문화 개요 및 특징 .....	16
4) 청소년 문화의 주요 영역 .....	17
2. 청소년의 소셜미디어 이용 실태 및 효과 .....	21
1) 소셜미디어의 개념 및 특성 .....	21
2) 소셜미디어 이용실태 및 추세 .....	23
제III장 설문조사 결과분석 .....	27
1. 조사방법 .....	29
2. 응답자 특성 .....	31
3. 설문조사 문항 구성 .....	32
4. 조사 결과 .....	34
1) 소셜미디어 이용 실태 .....	34
2) 소셜미디어의 활용 .....	51
3) 소셜미디어 관련 경험 / 발달 및 관계 .....	84
4) 집단(성별/ 교급)에 따른 소셜미디어 활용 .....	99

제Ⅳ장 질적조사 결과분석 .....	107
1. 조사 개요 .....	109
1) 「청소년 집단지성 토론탐」의 기획 .....	109
2) 「청소년 집단지성 토론탐」의 운영 .....	114
3) 질적 자료의 분석 .....	118
2. 조사 결과 .....	119
1) 청소년들이 생각하는 소셜미디어의 이미지 .....	119
2) 소셜미디어의 정부규제 .....	122
3) 교육문화에 있어서 소셜미디어의 기여 .....	129
4) 학업/학습에 있어서 소셜미디어의 활용 범위와 가능성 .....	134
5) 진로탐색 및 개발 영역에서의 소셜미디어의 역할 .....	140
6) 가장 하고 싶은 여가활동 .....	143
7) 팬덤문화에 대한 소셜미디어의 역할 .....	145
8) 청소년 여가생활에 미치는 소셜미디어의 영향력 .....	152
9) 청소년과 선거권 .....	155
10) 소셜미디어를 통한 사회적 기부경험 .....	159
11) 소셜미디어를 통한 관계맺음 .....	164
12) 소셜미디어상에서의 사이버불링(cyberbullying) .....	173
3. 소결 .....	178
제Ⅴ장 국내사례 조사 .....	179
1. 조사개요 .....	181
2. 조사결과 .....	182
1) 소셜러닝: (주)바풀 .....	182
2) 소셜펀딩: 성남시청소년재단 .....	189
3) 소셜 서포팅: 사인 하우스 .....	198
4) 청소년 1인 미디어 .....	203

제VI장 해외사례 조사 .....	211
1. 영국: 소셜미디어를 위시한 뉴미디어 관련 영국 정책 및 활용 사례 .....	213
1) 영국 청소년의 소셜미디어 이용 실태 .....	213
2) 영국 정부 및 사회의 소셜미디어 활용 사례 .....	216
3) 영국 정부의 관련 정책 내용 .....	219
4) 디지털 리터러시 교육 정책 및 방안 .....	223
5) 시사점 .....	226
2. 미국 .....	227
1) 청소년의 소셜미디어 이용 실태 .....	227
2) 교육당국과 일선 학교의 소셜미디어 활용 .....	230
3) 주요 이슈와 정책/ 가이드라인 .....	234
3. 캐나다 .....	241
1) 청소년의 인터넷 이용 실태 .....	241
2) 소셜미디어 시대의 디지털 리터러시 .....	245
3) 디지털 리터러시: 액션플랜 .....	248
제VII장 결론 및 정책제언 .....	253
1. 결론 .....	255
1) 청소년 대상 설문조사를 통해 파악한 결론 .....	255
2) 「청소년 집단지성 토론탐」 운영을 통해 파악한 결론 .....	257
3) 국내외 사례조사를 통해 파악한 결론 .....	260
2. 정책제언 .....	261
참고문헌 .....	275
부록 .....	285

## 표 목차

〈표 Ⅰ-1〉 주요 연구 내용 .....	5
〈표 Ⅰ-2〉 청소년 대상 설문조사 개요 .....	6
〈표 Ⅰ-3〉 청소년 대상 질적연구 개요 .....	8
〈표 Ⅰ-4〉 현장 전문가 및 청소년 대상 심층면접조사 .....	9
〈표 Ⅱ-1〉 삶의 목표에 영향을 준 사람/대상 (1순위 +2순위) .....	16
〈표 Ⅱ-2〉 청소년의 휴대전화 이용 행태(주로 사용하는 기능) - 1순위 .....	21
〈표 Ⅱ-3〉 소셜미디어의 유형 .....	22
〈표 Ⅱ-4〉 지난 3개월 간 인터넷 이용 목적 .....	24
〈표 Ⅱ-5〉 SNS 계정 소유 여부 및 친구(팔로워) 수 .....	25
〈표 Ⅱ-6〉 SNS 이용 빈도 .....	25
〈표 Ⅱ-7〉 SNS 업로드(글쓰기/사진) 이용 빈도 .....	26
〈표 Ⅲ-1〉 조사 모집단 .....	29
〈표 Ⅲ-2〉 권역 및 학교별 조사목표 학교수 .....	30
〈표 Ⅲ-3〉 권역 및 학교별 조사현황 .....	30
〈표 Ⅲ-4〉 응답자 특성 .....	31
〈표 Ⅲ-5〉 휴대전화 소유 여부 .....	34
〈표 Ⅲ-6〉 휴대전화로 가장 많이 이용한 기능(1순위) .....	35
〈표 Ⅲ-7〉 휴대전화로 가장 많이 이용한 기능(1,2,3순위 중복응답) .....	36
〈표 Ⅲ-8〉 SNS 계정 보유 여부 .....	37
〈표 Ⅲ-9〉 꾸준히 활동 중인 SNS 아이디 수 .....	37
〈표 Ⅲ-10〉 SNS 친구(팔로워) 수 .....	38
〈표 Ⅲ-11〉 SNS를 통한 친구 중 온라인상에서만 아는 친구/지인 수 .....	39
〈표 Ⅲ-12〉 소셜미디어 주요 활동 내용(1순위) .....	39
〈표 Ⅲ-13〉 소셜미디어 주요 활동 내용(1,2순위 중복응답) .....	40
〈표 Ⅲ-14〉 소셜미디어 포스팅 횟수 .....	41

〈표 III-15〉 소셜미디어 포스팅 주제(복수응답 가능) .....	41
〈표 III-16〉 일주일 평균 소셜미디어 사용 빈도 .....	44
〈표 III-17〉 하루 평균 소셜미디어 사용 시간 .....	48
〈표 III-18〉 소셜미디어의 기능적 혜택-학습/정보 관련 혜택 .....	51
〈표 III-19〉 소셜미디어의 기능적 혜택-의사소통/관계형성 관련 혜택 .....	52
〈표 III-20〉 소셜미디어의 기능적 혜택-개인의 감정/고민 관련 혜택 .....	53
〈표 III-21〉 소셜미디어의 기능적 혜택-여가/사회참여 관련 혜택 .....	55
〈표 III-22〉 소셜미디어의 기능적 혜택-이슈제공 관련 혜택 .....	56
〈표 III-23〉 소셜미디어의 심리적 혜택-심리적 안정감을 느낄 수 있다 .....	57
〈표 III-24〉 소셜미디어의 심리적 혜택-기분전환 및 즐거워진다 .....	58
〈표 III-25〉 소셜미디어의 심리적 혜택-우월감 및 자존감이 높아진다 .....	58
〈표 III-26〉 소셜미디어의 심리적 혜택-동질감 및 동료의식이 높아진다 .....	59
〈표 III-27〉 소셜미디어의 심리적 혜택-스트레스가 해소된다 .....	59
〈표 III-28〉 소셜미디어의 심리적 혜택-개성 및 차이를 확인할 수 있다 .....	60
〈표 III-29〉 소셜미디어의 심리적 혜택-공감대를 형성할 수 있다 .....	60
〈표 III-30〉 소셜미디어의 심리적 혜택-일상탈출 및 현실도피를 할 수 있다 .....	61
〈표 III-31〉 소셜미디어의 심리적 혜택-만족감 및 카타르시스를 느끼게 된다 .....	62
〈표 III-32〉 소셜미디어의 심리적 혜택-사회적 연대를 형성하게 된다 .....	62
〈표 III-33〉 소셜미디어에 대한 부정적인 인식 -폭력적인 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있다 .....	63
〈표 III-34〉 소셜미디어에 대한 부정적인 인식 -선정적인 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있다 .....	64
〈표 III-35〉 소셜미디어에 대한 부정적인 인식 -유행어/욕설/속어/은어를 배우게 된다 .....	64
〈표 III-36〉 소셜미디어에 대한 부정적인 인식-사생활 침해를 쉽게 받을 수 있다 .....	65

〈표 III-37〉 소셜미디어에 대한 부정적인 인식-유언비어가 생산 및 확산되기 쉽다 .....	65
〈표 III-38〉 소셜미디어 이용 능력-SNS 이용 방법을 배우는 것에 어려움이 없다 .....	66
〈표 III-39〉 소셜미디어 이용 능력-SNS에서 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있다 ...	67
〈표 III-40〉 소셜미디어 이용 능력-SNS에서 나의 의견을 표현하고 주장하는데 어려움이 없다 .....	67
〈표 III-41〉 소셜미디어 이용 능력-SNS의 기능이 새로 추가되어도 적응하는데 어려움이 없다 .....	68
〈표 III-42〉 소셜미디어 이용 능력-SNS를 통해 다른 사용자와 커뮤니티/그룹을 만들어 활동하는 데 어려움이 없다 .....	68
〈표 III-43〉 소셜미디어 이용 능력-SNS를 통해 사람들과 교류/소통하는데 어려움이 없다 .....	69
〈표 III-44〉 소셜미디어 이용 능력-SNS 상에서 나의 개인정보가 유출되는 것을 방지할 수 있다 .....	69
〈표 III-45〉 소셜미디어 이용 능력-SNS 상에서 새로운 친구를 사귀는데 어려움이 없다 .....	70
〈표 III-46〉 최근 1년 동안 소셜미디어 사용 경험-정보습득/문제해결 .....	71
〈표 III-47〉 소셜미디어 사용 경험-소셜미디어 게시물/컨텐츠 관리 .....	72
〈표 III-48〉 소셜미디어에 대한 현재 상태-SNS 사용을 하는데 상당한 시간을 보낸다 .....	73
〈표 III-49〉 소셜미디어에 대한 현재 상태-SNS를 이용할 수 없을 때 초조, 불안, 또는 짜증을 느낀다 .....	73
〈표 III-50〉 소셜미디어에 대한 현재 상태-SNS 때문에 학업에 소홀한 적 있다 ...	74
〈표 III-51〉 소셜미디어에 대한 현재 상태-SNS에 내가 올린 글에 대한 반응을 수시로 확인한다 .....	74

〈표 III-52〉 소셜미디어에 대한 현재 상태-SNS에서 타인이 올린 글에 대해 필요이상 흥분한 적 있다 .....	75
〈표 III-53〉 소셜미디어에 대한 현재 상태-SNS 이용 시간을 스스로 조절하는데 어려움이 있다 .....	76
〈표 III-54〉 소셜미디어에 대한 현재 상태-SNS의 내 글에 ‘좋아요’를 누르지 않을까봐 신경이 쓰인다 .....	76
〈표 III-55〉 소셜미디어에 대한 현재 상태-SNS에 올린 내 글이을 부정적으로 평가할까봐 두렵다 .....	77
〈표 III-56〉 소셜미디어에 대한 현재 상태-SNS를 오래하고 나면 후회될 때가 있다 ...	77
〈표 III-57〉 소셜미디어에 대한 현재 상태-의도하지 않았던 사람이 내 사생활을 알게 될까봐 두렵다 .....	78
〈표 III-58〉 최근 1년 동안 사회활동 참여 경험 .....	79
〈표 III-59〉 소셜미디어 사용에 대한 부모(보호자)의 중재-규제적 유형 .....	81
〈표 III-60〉 소셜미디어 사용에 대한 부모(보호자)의 중재-적극적 유형 .....	82
〈표 III-61〉 소셜미디어 사용에 대한 부모(보호자)의 중재-공동적 유형 .....	83
〈표 III-62〉 일주일 평균 시사 뉴스를 접한 뉴스미디어 사용 횟수 .....	85
〈표 III-63〉 매체별 시사 관련 뉴스를 접할 때의 집중도 .....	86
〈표 III-64〉 매체별 뉴스나 정보에 대한 신뢰도 .....	87
〈표 III-65〉 매체사용 관련 부모(보호자)와의 관계 .....	89
〈표 III-66〉 오프라인 및 온라인 친구 관계-의사소통 .....	90
〈표 III-67〉 오프라인 및 온라인 친구 관계-신뢰 .....	92
〈표 III-68〉 오프라인 및 온라인 친구 관계-소외 .....	94
〈표 III-69〉 청소년의 주변 환경 및 여건-교육문화 .....	96
〈표 III-70〉 청소년의 주변 환경 및 여건-여가문화 .....	97
〈표 III-71〉 청소년의 주변 환경 및 여건-다문화감수성 .....	98

〈표 III-72〉 소셜미디어의 기능적 혜택-집단 간 비교 .....	99
〈표 III-73〉 소셜미디어의 심리적 혜택-집단 간 비교 .....	100
〈표 III-74〉 소셜미디어에 대한 부정적인 인식-집단 간 비교 .....	101
〈표 III-75〉 소셜미디어 이용 능력-집단 간 비교 .....	102
〈표 III-76〉 소셜미디어 사용 경험-집단 간 비교 .....	103
〈표 III-77〉 소셜미디어 사용에 대한 현재 상태(집착 정도)-집단 간 비교 .....	104
〈표 III-78〉 소셜미디어 사용에 대한 현재 상태(부정적 영향)-집단 간 비교 .....	105
〈표 III-79〉 소셜미디어 사용에 대한 부모(보호자)의 중재-집단 간 비교 .....	106
〈표 IV-1〉 코디네이터의 인구통계학적 특성 (가나다 순) .....	112
〈표 IV-2〉 토론단 참여 청소년의 인구통계학적 특성(가나다순) .....	113
〈표 IV-3〉 영역별 토론 주제 .....	116
〈표 IV-4〉 소셜미디어의 개념 정리와 근거논리 및 관점 .....	119
〈표 IV-5〉 소셜미디어 정부규제에 대한 찬성측 입장 .....	123
〈표 IV-6〉 소셜미디어 정부규제에 대한 반대측 입장 .....	127
〈표 IV-7〉 학습/학업에 있어 소셜미디어 활용 범위 및 내용 .....	135
〈표 IV-8〉 소셜미디어 팬덤 문화를 아우르는 키워드 .....	146
〈표 V-1〉 소셜미디어의 특성으로 본 소셜러닝의 특성 .....	184
〈표 V-2〉 사인하우스 5대 목표 .....	199
〈표 VI-1〉 소셜미디어 가이드라인(뉴욕 교육부) .....	240
〈표 VI-2〉 캐나다 중고생들의 온라인 사회참여 .....	243
〈표 VI-3〉 소셜미디어와 안전 .....	244
〈표 VI-4〉 교육현장을 위한 아이디어 .....	252
〈표 VII-1〉 디지털 리터러시 함양을 위한 미디어교육 제도화 정책 로드맵 .....	266

## 그림 목차

【그림 Ⅱ-1】 학교문화의 특성 .....	19
【그림 Ⅲ-1】 일주일 평균 소셜미디어 사용 비율 .....	42
【그림 Ⅲ-2】 소셜미디어를 통한 사회활동 참여 경험 .....	79
【그림 Ⅲ-3】 일주일 평균 뉴스미디어 사용 비율 .....	84
【그림 Ⅲ-4】 뉴스미디어 집중도 .....	87
【그림 Ⅲ-5】 뉴스미디어 신뢰도 .....	89
【그림 Ⅲ-6】 오프라인 및 온라인 또래관계 평균 점수 .....	95
【그림 Ⅳ-1】 「청소년 집단지성 토론탄」 모집 및 운영 절차 .....	111
【그림 Ⅳ-2】 페이스북 비밀그룹 참여 과정 .....	113
【그림 Ⅳ-3】 청소년집단지성 토론단의 5대 토론 주제 .....	115
【그림 Ⅳ-4】 청소년 집단지성 토론단 페이스북 활동 예시 .....	117
【그림 Ⅳ-5】 청소년 집단지성 토론단 활동 예시-교육의 불평등 .....	129
【그림 Ⅴ-1】 ‘바로풀기’ 앱 서비스 관련정보 .....	183
【그림 Ⅴ-2】 ‘상상지 프로젝트’ 크라우드 펀딩 워크숍 진행과정 .....	190
【그림 Ⅴ-3】 ‘상상지 프로젝트’ 목록 .....	192
【그림 Ⅵ-1】 미국 청소년이 가장 자주 이용하는 소셜미디어 .....	228
【그림 Ⅵ-2】 성별에 따른 사진 공유 사이트 이용 실태 차이 .....	229
【그림 Ⅵ-3】 콜로라도 교육부의 월간 성적표 .....	235
【그림 Ⅵ-4】 청소년의 소셜미디어 이용 현황 .....	242
【그림 Ⅵ-5】 성별에 따른 소셜미디어 이용 차이 .....	243
【그림 Ⅶ-1】 미디어교육 운영 체제 .....	263
【그림 Ⅶ-2】 드림마을 프로그램 참여 기간에 따른 효과성 검증 .....	268
【그림 Ⅶ-3】 서울시 소셜미디어 백서 “서울은 소셜특별시”의 일부 .....	271
【그림 Ⅶ-4】 청소년의 교육/학습 문화에 기여하는 소셜미디어 .....	273



# 제 I 장

---

## 서 론

1. 연구의 배경과 목적
2. 연구내용
3. 연구방법



제 I 장  
서론

## 1. 연구의 배경과 목적

스마트폰, 인터넷 등 정보통신기술(ICT: information and communication technology)의 발전과 맞물려 소위 넷세대(net generation)인 청소년의 소셜미디어 사용이 보편화되고 있는 추세이다. 여성가족부의 수탁과제로 한국청소년정책연구원이 수행한 '2013년 청소년 매체 이용 실태 조사' 결과에 따르면, 청소년 77%가 SNS 계정을 소유하고 있으며, 200명 이상의 SNS 상 친구나 팔로워를 가지고 있는 비율도 22%에 달하였다. 특히 중·고생 5명 중 4명 이상은 소셜미디어를 이용하는 것으로 나타났다(배상률·김형주·성은모, 2013). 시간이 지날수록 청소년들의 삶 속에서 소셜미디어의 존재감은 훨씬 커져있었다. 본 보고서를 위해 최근 수행한 조사결과에 따르면, 우리나라 중·고등학생의 92%가 SNS 계정을 소유하고 있으며, 이들 중 꾸준히 활동하는 SNS 계정이 3개 이상이라고 응답한 청소년이 네 명 중 한 명꼴에 달했다. SNS 상 친구나 팔로워 수도 200명 이상 보유한 청소년의 비율도 34%로 급증하였다.

우리 사회는 새로운 정보통신기술이 소개될 때마다 미디어 결정론(media determinism)적 가치관에 바탕을 둔 질문을 던져왔다. 수십 년 전 텔레비전이 소개됐을 때도, 20세기 말경 정보혁명의 기수라며 세계적으로 주목을 받던 인터넷이 실용화됐을 당시는 그랬다. 마찬가지로, 지금 우리 사회는 소셜미디어가 우리 청소년들에게 어떤 영향을 미치고 청소년 문화에 얼마만큼의 기여를 할 것인가에 대한 질문을 던지고 해답을 찾아 나서고 있다. 그러나, 이 질문의 답을 찾는 출발점은 사회 구성원 개개인의 미디어의 사용에 대한 역량과 청소년 문화의 실태, 그리고 우리 사회와 정부가 지향하는 소셜미디어 및 청소년문화 관련 정책방향이 어떠한지 살피는 것에서부터 시작되어야 할 것이다.

“우리는 도구를 만들고, 도구는 다시 우리를 틀 짓는다”(Griffin, 2009, p. 489)는 기술결정론자(technological determinist)들의 주장은 스마트폰, 소셜미디어 등 혁신적인 정보통신기술(ICTs)의

출현으로 사회 및 문화의 변화를 실감하는 오늘날 충분히 설득력 있게 들린다. 하지만, 우리가 간과하지 말아야 할 것은 주어진 환경의 차이에 따라서 같은 기술과 같은 도구로 생산된 결과물도 다르게 나타날 수 있다는 점이다. 이는 같은 농경시대를 거치며 유사한 농기구를 가지고서도 자연환경의 차이로 인해 서양은 밀농사를, 동양은 벼농사를 지으며 제각각 문명을 이뤄왔다는 문화 결정론적(cultural determinism) 주장과도 맥을 같이 하는 것이다. 영상제작 장비의 보급만으로 오늘날 우리 대중문화의 자랑인 한류가 생겨난 것은 아니다. 우리나라가 문화 수출국으로 당당히 자리매김할 때, 동남아 국가들은 한류의 소비국에 머물 수밖에 없는 이유는 영상장비의 부재라기보다는 사회 환경의 차이와 사회구성원의 역량에 따른 것이다.

이 점을 인정한다면, 우리 청소년들과 불가분의 관계로 자리매김한 소셜미디어에 대한 문제인식에 균형감을 가질 필요가 있다. 소셜미디어 자체가 사회에 가져오는 영향력 못지않게, 우리 사회 환경과 구성원의 노력에 따라 소셜미디어는 청소년 문화 활성화에 큰 기여를 할 수도, 아니면 청소년들의 정신을 갇아먹고 청소년 문화를 위축시키는 유해매체라는 오명을 쓰게 될 것이다.

참여, 공유, 개방이란 웹2.0의 핵심가치를 실현하고 있는 소셜미디어의 등장은 우리사회에 커다란 변화를 가져왔다. 공론장(public sphere)으로서의 소셜미디어는 청소년들로 하여금 비판적·적극적 사회구성원으로서 사회적 이슈에 대해 참여하는 통로를 제공한다. 기부문화 확산, 교류·소통의 확대도 소셜미디어를 통한 긍정적 효과 중 하나이다. 이 같은 청소년의 긍정적 소셜미디어 이용은 사회자본(social capital)의 증진, 집단지성(collective intelligence)의 발현, 성숙하고 비판적인 시민의식의 고양을 불러올 수 있다. 미디어 역사에서 있어서, 이렇듯 청소년문화에 다방면으로 긍정적 기여를 할 수 있는 잠재력을 갖춘 매체는 일찍이 찾아볼 수 없었다. 그러나 우리가 간과하지 말아야 하는 것은, 소셜미디어는 청소년의 소통과 정보교류, 사회참여 등의 긍정적인 효과뿐만 아니라 과다사용에 따른 중독, 사이버불링(cyberbullying), 유해정보 확산 등 막대한 사회적 비용을 초래하는 양면성을 띠고 있다는 점이다. 청소년의 일상생활에 미치는 소셜미디어의 영향력이 커져감에 따라 이 매체가 가진 장점은 최대한 살리고 단점은 최소화할 수 있는 사회적 차원의 방안을 마련해야 할 필요성이 제기되고 있다.

본 연구는 청소년 문화라는 키워드에 함축된 교육, 여가, 참여 등 청소년들의 전반적인 삶의 실태와 이들이 가지는 문제의식과 가치를 살펴보고, 청소년들을 위한 소셜미디어의 활용범위와 가능성을 탐구하는데 일차적인 목적을 둔다. 이를 통해, 청소년의 건전한 문화형성을 위한 효과적인 수단(tool)이자 소통의 장(field)으로 기여할 수 있는 무한한 잠재력을 갖고 있는

소셜미디어의 활용을 위해 우리 사회와 정부가 마련해야 할 정책 방안을 제시하는 것이 본 연구가 가지는 궁극적인 목적이다.

## 2. 연구내용

소셜미디어 활용을 통한 청소년 문화의 활성화 방안이라는 본 연구의 목적을 성공적으로 이루기 위하여 본 보고서는 다음 네 가지 사항을 심층적으로 다루었다. 청소년문화 실태, 청소년의 소셜미디어 이용 실태, 소셜미디어 활용에 대한 국내외 모범 사례 및 정책. <표 I-1>은 각 사항에 대한 세부 연구내용을 설명하고 있다.

표 I-1 주요 연구 내용

주요 영역	세부 연구 내용
1. 청소년문화 실태	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 청소년 매체이용 실태 조사</li> <li>- 청소년 교육문화 실태 조사</li> <li>- 청소년 여가문화 실태 조사</li> <li>- 청소년 참여문화 실태 조사</li> <li>- 청소년 사회자본 실태 조사</li> </ul>
2. 청소년의 소셜미디어 이용 실태	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 청소년 소셜미디어 이용 실태 조사</li> </ul>
3. 소셜미디어 활용에 대한 국내외 모범 사례 및 정책	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소셜미디어 활용에 관한 국내 벤치마킹 사례 조사</li> <li>- 소셜미디어 활용에 관한 해외 벤치마킹 사례 조사</li> <li>- 국내외 소셜미디어 관련 정책 분석</li> </ul>

## 3. 연구방법

### 1) 문헌 연구

문헌 연구는 본 연구의 핵심 키워드인 청소년 문화와 소셜미디어라는 두 축을 중심으로 진행하였다. 문화의 정의는 실로 다양하다(한국청소년정책연구원, 2015a). 본보고서는 ‘특정 집단의 삶의 방식(the ways of life)’라는 포괄적 정의로 문화를 규정하였다(한국청소년정책연구원, 2015a). 이를 바탕으로 청소년문화에 대한 유형과 특성을 살펴보고, 청소년문화의 주요 영역인

‘학교 및 교육 문화,’ ‘여가 및 놀이 문화’ 등을 국내외 선행연구들을 바탕으로 고찰하였다.

최근 들어, 소셜미디어가 미디어학과 청소년학 분야의 연구자들의 주요 연구 대상으로 자리매김하고 있다. 이는 청소년들의 삶에 소셜미디어가 불가분의 관계가 되었다는 의미이자, 소셜미디어가 청소년과 우리사회에 미치는 영향력(긍정적이든 부정적이든)이 그만큼 크다는 것을 시사한다. 소셜미디어의 기능 및 활용에 대한 국내외 문헌을 분석하고 ‘청소년 매체 이용 실태 조사(배상률, 김형주, 성은모, 2013)’ 등 한국청소년정책연구원이 최근 수행한 관련 연구들을 중심으로 청소년들의 소셜미디어 이용 실태에 대한 조사결과 및 자료들을 면밀히 살펴보았다.

## 2) ‘청소년 문화 및 소셜미디어 이용’에 관한 청소년 대상 설문조사

전국 17개 시·도 2,584명의 청소년들을 대상으로 설문조사를 실시하였다. 2014년 기준 교육통계연보를 바탕으로 권역별·교급별 층화집락표집을 통해 표본을 추출하였다. 면접원이 직접 학교현장에 방문하여 중학교 1, 2, 3학년 1,417명, 고등학교 1,2학년 1,167명을 대상으로 ‘청소년 문화 및 소셜미디어 이용’에 관한 설문조사를 수행하였다. 설문지는 ‘소셜미디어 이용 실태,’ ‘소셜미디어의 활용,’ ‘말달 및 관계,’ ‘청소년 문화’ 등의 영역별 문항들로 구성되었다. 이를 통해 청소년 문화 및 소셜미디어 이용에 관한 실태를 분석하였으며, 관련 변인들을 활용한 심층분석을 통해 현상에 대한 설명 및 예측이 가능토록 하였다. <표 I-2>는 본 보고서를 위해 수행한 설문조사에 대한 개요를 담고 있다.

표 I-2 청소년 대상 설문조사 개요

주요 요소	내 용
조사대상	전국 17개 시·도 중·고등학교 재학생 (중 1, 2, 3학년 / 고 1, 2 학년)
표본크기	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 총 88개교               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중학교 48개교 / 고등학교 40개교(일반고 30개교, 특성학교 10개교)</li> </ul> </li> <li>• 총 2,584명               <ul style="list-style-type: none"> <li>- 중학생 1,417명 / 고등학생 1,167명</li> </ul> </li> </ul>
표본오차	95% 신뢰수준에서 최대허용 표본오차 ± 1.93% 포인트
표집방법	권역별, 교급별 층화집락표집
조사시기	2015년 10월
조사방법	방문조사 : 면접원이 학교에 방문하여 학급 단위로 조사 진행

### 3) 「청소년 집단지성 토론단」 운영을 통한 청소년 대상 질적 조사

청소년문화와 소셜미디어라는 두 가지 핵심 키워드와 관련된 실체와 현상이 청소년 당사자에게 어떻게 해석되고 경험되는지에 관한 심층적 연구를 위하여 질적 조사를 기획하였다. 본 질적 조사의 특이점은 통상적으로 오프라인에서 행해오던 질적 조사 방법의 패러다임을 페이스북(Facebook)이라는 소셜미디어로 전환한 것이다. 이는 기존의 오프라인에서 행해지던 포커스 그룹 인터뷰(FGI) 조사를 시간에 쫓기는 청소년들을 대상으로 행할 경우, 단편적인 주제에 대한 일회성의 조사가 될 우려가 높으며, 물리적 거리차로 인해 조사 대상 청소년들의 지역적 편중현상이 발생할 우려에 따른 것이다.

소셜미디어상에서 토론이라는 형식을 빌려 청소년문화와 소셜미디어 활용에 대한 청소년들의 의견과 주장을 직접 살피는 것이 효과적이라는 판단에 따라, 장문의 글은 물론이고 사진과 동영상도 자유롭게 올릴 수 있는 페이스북(Facebook)을 토론활동의 플랫폼으로 선택하였다. 본 연구를 위하여 연구진은 별도의 페이스북 계정을 신설하였으며, 참여 청소년들의 개인 정보 보호를 위해서 비밀그룹으로 운영하였다. 수차례의 자문 및 협의회를 통해 본 토론단 운영의 기본 계획을 마련한 이후, 「청소년 집단지성 토론단」이란 명칭으로 전국의 중·고등학교 및 청소년 단체와 관련 기관을 대상으로 토론단 모집 관련 협조요청 공문 및 홍보물을 발송하였다. 전국의 중고등학교 재학생, 홈스쿨링이나 해외 유학 중인 청소년, 대학생 등 다양한 연령과 배경을 가진 지원자들 중 최종적으로 33명을 선발하였으며, 6명의 대학(원)생으로 구성된 토론 참여자 겸 코디네이터도 별도로 선발하였다. 총 8주간 토론단 참여자들은 청소년의 매체이용, 교육과 진로, 여가생활, 사회참여, 그리고 관계 맺기 등에 관련된 주제에 맞춰 의견교류와 토론을 이어나갔다. 범주적 지표화(categorical indexing) 작업을 위해 각 영역별 토론내용은 한글파일로 모두 옮겨 토론 영역별로 분류한 후 심층적 분석 작업을 수행하였다. <표 I-3>은 청소년 대상 질적 조사를 위해 기획 및 운영된 「청소년 집단지성 토론단」 활동에 관한 내용을 정리한 것이다.

표 I-3 청소년 대상 질적연구 개요 (청소년 집단지성 토론단 기획 및 운영 개요)

주요 요소	내 용
토론 참여자 섭외과정	전국 중·고등학교 및 청소년관련 기관 대상 청소년 참여 협조공문 및 홍보물 전달
토론 참여자 수	총 39명(청소년기본법에 의거한 청소년 최고 연령 기준인 24세 이하의 대한민국 청소년)
토론 참여자 특성 개요	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 연령별 특성 : 중학교(3명), 일반고(13명), 특성화/특목/자율고(12명), 대학교(9명), 기타(홈스쿨링 1명, 국외 고등학교 유학생 1명)</li> <li>- 성별 특성 : 여학생 24명, 남학생 15명</li> <li>- 지역별 특성 : 서울, 경기, 인천 등 수도권 29명, 그 외 지역권(충청, 경상, 제주, 강원 포함) 10명</li> </ul>
토론 방식	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 대표적 SNS인 페이스북(Facebook)상에서 「청소년 집단지성 토론단」을 비밀그룹으로 기획 및 운영.</li> <li>- 연구진이 제시한 5대 영역(매체이용, 교육 및 진로, 여가생활, 사회참여, 관계맺음) 등 관련 주제에 대한 토론단 참여자들 간의 자유 토론 방식 (문화실태 및 영역별 소셜미디어 활용범위와 가능성 등)</li> </ul>
토론 기간	총 8주 (2015. 09~ 2015. 10)
토론 자료 기록 및 녹취 여부	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 페이스북 특성상 토론 참여자들의 포스팅 및 댓글/답글이 시간대별로 정리 되어 토론단 계정 내 자동 기록</li> <li>- 조사 분석을 위하여 토론내용을 한글파일로 옮겨 분류(200자 원고지 1,200여장 분량)</li> </ul>
토론 진행자	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 연구진(토론주제에 대한 게시글 포스팅 및 중재자 역할)</li> <li>- 코디네이터 : 원활한 토론진행을 위하여 대학(원)생 총 6명을 선발, 토론 참여자 및 1인 1영역별 토론 준중재자(sub-moderator)로 역할 담당</li> </ul>

#### 4) 현장 전문가 및 청소년 대상 심층면접조사

현장 전문가 및 청소년들을 대상으로 심층면접조사를 진행하였다(표 I4 참조). 소셜미디어를 활용한 소셜러닝 기업체 관계자, 청소년 대상 소셜펀딩(클라우드펀딩) 교육을 진행중인 청소년 기관, 소셜미디어를 활용한 위기 청소년 지원 및 상담 활동을 진행 중인 기업체 관계자 등 각 영역별로 벤치마킹의 사례가 될 만한 기관 및 업체를 선정하고 현장을 방문하여 심층 인터뷰를 실시하였다. 또한 관련 업체 및 기관이 지원한 서비스 및 교육 대상자인 청소년들을 직접 만나 면접조사를 하였다.

**표 I-4 현장 전문가 및 청소년 대상 심층면접조사**

주요 요소	내 용
소셜러닝 (social learning)	- (주)바풀 : 이민희 CEO, 육다미 마케터
소셜펀딩 (social funding)	분당판교청소년수련관 : 이종림 관장, 오보연 매송중 재학생 : 정우성, 장동훈, 한겨레 (이상 3학년) 분당경영고 재학생 : 장미지 (2학년)
소셜서포팅 (social supporting)	- 사회적 기업 사인하우스 : 박재범 대표
청소년 1인 미디어	- 안산디자인문화고 재학생 : 김진호(가명)

### 5) 디지털 리터러시 교육 선진지 사례분석

디지털 리터러시란 뉴미디어의 역기능을 대비하고 순기능은 적극 활용할 수 있는 역량을 이르는 말이다. 디지털 리터러시 교육 선진지로 평가받는 영국, 캐나다, 미국의 사례를 심층 분석하였다. 각국의 주무부처 및 일선 학교의 소셜미디어 활용 사례 및 정책에 대해 종합적으로 검토하고, 우리나라 청소년문화 활성화를 위해 벤치마킹할 부분에 대해 알아보았다. 연구책임자는 2015년 7월 미디어 및 커뮤니케이션 연구 국제 학회(IAMCR: International Association for Media and Communication Research)가 캐나다 몬트리올에서 개최한 학술대회에 미디어교육 분과의 좌장 및 발표자로 참석하였다. 출장 기간 동안 캐나다, 영국, 미국 등 다양한 국가 출신 학자들과의 만남을 통해 각국의 미디어교육의 현 주소를 파악할 수 있었다. 그러나 보다 심층적인 해외분석 사례를 위하여 영국의 미디어 교육 분야의 석학인 버킹엄 교수로부터 사사 받은 김아미 박사와 미국 웨스트조지아대 미디어학과의 문수정 교수로부터 본 장을 위한 원고 집필을 맡겼다. 이들이 집필한 원고내용과 연구자가 파악한 선진지의 미디어교육 동향을 바탕으로 정책적 시사점을 종합적으로 분석하여 본보고서의 마지막 장에 담았다.

### 6) 정책협의회

상기 조사방법을 바탕으로 보다 실효성 있는 정책 제언을 마련하기 위하여 중앙정부 주무부처를 대상으로 정책협의회를 가졌다. 교육부와 여성가족부는 우리나라 청소년들을 대상으로 관련

지원정책을 담당하는 핵심적 주무부처이다. 학교 내에서 그리고 학교 밖 청소년들을 대상으로 한 소셜미디어 및 청소년문화 관련 정책들을 검토하고, 종합적인 보완 및 개선 사항에 대해 각 부처별로 담당자들과 심도 있는 논의를 하였다. 본 연구자는 여성가족부의 청소년보호환경과 및 교육부의 학교생활문화과 담당자들과 함께 해당 부처 회의실에서 부처별 정책협의회를 각각 진행하였다.

## 7) 전문가 자문조사

본 연구의 성공적인 수행을 위하여 학계 전문가와 정부 산하 연구기관 종사자를 대상으로 수차례 자문회의를 하였다. 국내외 미디어 관련 학자들과 소셜미디어의 활용 가능성에 대한 자문을 구했으며, 한국정보화진흥원 및 방송통신심의위원회 관계자들로부터 청소년 사이버일탈에 대한 대응방안과 정책적 제언을 구하였다.

## 8) 국제 세미나 및 정책 워크숍

본 보고서를 위한 일련의 과정으로 국제 세미나 및 정책 워크숍을 개최하였다. 한국청소년활동진흥원과 함께 공동주최한 「청소년 문화와 안전 국제포럼」은 한·중·일·미 4개국 청소년 문화 실태를 비교·분석할 수 있는 기회가 되었다. 본 행사의 호스트 자격으로 첫 번째 발제자로 나선 본 연구자는 ‘청소년문화와 미디어’라는 주제의 논문을 발표하였으며, 중국, 일본, 미국 대표의 발표가 이어졌다.

본 국제 행사에 앞서 사전 준비의 일환으로 본 연구자는 한국청소년활동진흥원 관계자와 함께 3월 일본청소년교육진흥기구(National Institution for Youth Education)를 방문하여 2박3일 일정의 워크숍을 가졌다. 이 자리에서 4개국 설문조사 결과에 대한 논의와 4개국 국제 세미나 주제에 대한 협의가 이루어졌다.

국내외 정책사례들을 종합적으로 살폈다. 서울특별시 오세욱 미디어운영팀장을 통해 지방정부들 중에서 뉴미디어의 정책적 활용이 단연 돋보인다고 평가받는 서울시의 모범 사례들을 구체적으로 살필 수 있었다. 서울특별시가 소셜미디어를 활용하여 청소년 및 일반 시민을 대상으로 진행하는 각종 이벤트와 홍보 노력들을 다른 지방정부들도 지역적 특색에 맞춰 적용할만한 것들은 정리하여 본 보고서의 정책 제언 부분에 담았다.

## 제 II 장

---

# 이론적 배경

1. 청소년 문화
2. 청소년의 소셜미디어  
이용실태 및 효과



# [ 제 II 장 이론적 배경 ]

## 1. 청소년 문화

### 1) 문화의 개념

소셜미디어를 활용한 청소년문화 활성화 방안을 마련하기 위해서는 우선 ‘문화’의 개념 정립과 청소년문화의 특성에 대한 이해가 전제되어야 한다. 학자마다 문화라는 개념을 달리 해석하고, 시대흐름에 따라서도 문화의 통념적 정의가 변해왔다(한국청소년정책연구원, 2015a). 본보고서는 ‘특정 집단의 삶의 방식(the shared ways of life)’ 또는 ‘한 인간 집단의 생활양식의 총체’라는 포괄적 정의로 문화를 규정하였다.

한국청소년정책연구원(2015a)이 발간한 ‘청소년 문화론’에는 문화 개념의 역사적 고찰에 대해 자세한 설명을 담고 있다. 문화 개념의 유래는 경작(cultivation)이란 ‘(농사)지음’ 또는 ‘(가축을)키움’이란 뜻에서 출발하였다. 경작의 대상이 식물이나 동물뿐만 아니라 인간의 정신과 가치관으로 확대되면서 마음이나 정신의 수양이란 의미로 문화의 개념이 문명(civilization)의 뜻으로 받아들여졌다. 18세기를 지나면서 문화의 다양성과 상대성이라는 개념이 강조되었다. 사회집단마다 통용되고 공유되는 생활양식 및 가치가 다르다는 점에서 특정 집단의 문화적 특수성이란 개념이 사회적으로 용인되기 시작한 것이다. 특정 사회 집단에는 주류(지배)문화에 대칭되는 개념인 하위문화가 존재하며, 사회구성원의 이상적 문화와 반하는 실재문화가 공존한다(한국청소년정책연구원, 2015a). 문화는 존재 양식에 따라 표현문화와 그 표현문화가 담고 있는 의미나 상징을 뜻하는 내재된 문화로도 나뉜다(한국청소년정책연구원, 2015a).

오늘날 사회학에서 규정한 문화는 인간 사회의 학습에 의한 유형·무형의 산물로 개념화되어 있다(Giddens, 1989). 유형의 문화(material culture)에는 농기구부터 우리주변에서 자주 접하는 생활용품 등이 포함된다. 무형의 문화(nonmaterial culture)는 특정사회에 통용되는 가치나

사상 등을 말한다. 즉, 문화의 이중구조는 문화의 내용을 형성하는 신념(beliefs), 사고(attitudes), 가치(values), 규범(norms) 등 무형의 측면과 문화의 내용을 재현하는 대상, 상징, 기술 등 유형의 측면으로 구성된다 (Macionis, 1995). 문화는 집단 구성원이 공유하는 가치관에 영향을 미친다. 서구사회에서 당연시되는 개인주의(individualism)는 농경사회가 오랜 기간 지속된 아시아권 국가에서는 배경 대상이었다. 소위 ‘여성답다’거나 ‘남자답다’는 개념은 사회마다 달리 정의된다. 마찬가지로 청소년에 대한 기대역할 및 정체성은 그 사회의 문화에 따라 다르게 해석될 수밖에 없다.

문화의 대표적 속성으로 상대성, 학습성, 가변성을 들 수 있다(박진규, 2010; Macionis, 1995). 예를 들어 우리나라의 문화와 미국의 문화를 비교했을 때 음식, 옷차림, 가치관 등 다양한 차이들을 발견할 수 있다. 국가간 비교에서 떠올린 대한민국의 문화라는 개념은 대한민국의 기성세대와 청소년 세대의 비교에서 보다 세부적으로 나뉘게 된다. 즉, 한국인의 문화란 개념 속에는 기성세대의 문화와 젊은 세대의 문화가 공존하고 있는 것이다. 마찬가지로 젊은 세대의 문화도 집단의 세부적인 구분에 따라 각 그룹간 차이를 보이게 된다. 사회 구성원들은 사회화(socialization) 및 내재화(internalization)의 과정을 거치며 특정 그룹 내 통용되는 삶의 양식을 배우며 사회집단의 구성원으로 정체성을 강화해나간다. 박진규(2010)는 이 같은 특성으로 인해 문화는 유전인자를 통해 유전되는 인간성이나 성격과는 다르다고 지적한다. 문화는 특정 집단이 특정 시대에 함께 나눈 생활양식이다. 이 말은 문화란 시대흐름에 따라 변해나간다는 의미이다. 청소년문화라고 개념정의를 했을 때, 1970년대 산업화 시기와 오늘날의 청소년문화에는 상당한 차이가 있음을 알 수 있다.

## 2) 문화와 매체의 상관성

문화연구에 미디어를 본격적으로 끌어들이고 연구를 시작한 사람은 영국의 버밍엄 대학교 산하 현대문화연구센터(Centre for Contemporary Cultural Studies)의 2대 센터장인 스튜어트 홀(Stuart Hall)이다. 홀은 현대문화와 이데올로기에 미치는 미디어의 막강한 영향력을 다양한 연구를 통해 제시하였다. 문화는 특정 사회의 헤게모니를 쥔 지배적인 힘과 이에 대항하는 힘들이 서로 경쟁을 벌이는 열린 장이다(Croteau, Hoynes, & Milan, 2012). 홀에 의하면 미디어가 전하는 이미지/콘텐츠는 단순히 세상을 반영(reflection)하는 것이 아니라 묘사(description)하는 것으로, 미디어는 이데올로기의 각축장으로서 역할을 한다(Hall, 1982). 예를 들자면, 역사교과서

국정화와 같은 특정 사건과 이슈에 있어 진보매체와 보수매체가 다른 시각에서 뉴스를 보도하는 것이나, 한류 현상에 대해 중국, 일본, 동남아, 한국의 주류 매체들은 제각각의 시각으로 묘사하는 것이다.

개인과 환경간의 상호작용을 통해서 인간발달이 이루어진다. Bronfenbrenner(1979)는 환경적 상호연결성이 인간의 성장과 발달에 직간접적으로 영향을 미친다고 주장하며, 이를 미시체계, 외체계, 거시체계로 분류하여 설명하고 있다. 청소년은 가족, 학교, 친구 등으로 구성된 미시체계(microsystem)와 지방정부 및 대중매체와 같은 외체계(exosystem)에 직접적인 영향을 받는다. 또한 믿음(beliefs), 이데올로기(ideology) 등의 거시체계(macrosystem)에도 자각하지 못하는 사이에 자연스럽게 영향을 받게 된다(Bronfenbrenner, 1979). 미디어는 우리의 신념체계에 커다란 영향을 미치는 이데올로기를 효과적으로 전달하는 역할을 한다(Gitlin, 1980). 이 관점에서 볼 때, 미디어는 아동·청소년발달에 영향을 주는 외체계로서 뿐만 아니라 거시체계의 영역에서 직·간접적으로도 역할을 하는 것이다(이명숙, 2013). 즉, 소셜미디어를 포함한 모든 매체들은 그 자체가 우리사회의 문화인 동시에 다양한 문화현상에 직·간접적 영향을 미치는 주요 요인으로 작용하는 것이다.

<표 II-1>은 본 보고서의 연구책임자가 한국청소년활동진흥원 및 해외 관련 기관들과 함께 한국, 중국, 일본, 미국의 고등학생을 대상으로 2014년도 청소년 가치관 설문조사를 실시한 결과를 분석한 것이다. 4개국의 청소년들은 “귀하의 삶에 누가(무엇이)영향을 가장 많이 미쳤습니까?(Which one is the most influential person/thing in your life?)”란 질문에 응답자가 생각한 중요한 순서대로 2순위까지 응답하였다. 4개국 모두 부모의 영향력이 압도적인 것으로 조사되었다. 흥미로운 것은 부모님을 제외한 다른 가족이나 선생님의 영향력은 대중매체와 인터넷이라고 응답한 비율보다 상대적으로 낮게 나타난 점이다(한국청소년정책연구원·한국청소년활동진흥원, 2015). 특히, 한국의 경우 조부는 28%로 4개국 중 가장 낮게 나타난 반면, 대중매체(18.6%)와 인터넷(10.3%)이라고 답한 비율은 나머지 3개국에 비해 상대적으로 높은 수치를 보였다. 두 항목의 총합은 28.9%로 일본(23.3%), 미국(10.7%), 중국(6.6%)에 비해 월등히 높은 수치를 보였다. 그만큼 우리나라 청소년들의 삶에 매체(전통미디어+뉴미디어)가 차지하는 영향력이 그만큼 크다는 것을 시사하는 대목이다(한국청소년정책연구원·한국청소년활동진흥원, 2015).

표 II-1 삶의 목표에 영향을 준 사람/대상 (1순위 +2순위)

(%)

		아버지	어머니	선생님	친구들	선후배	조부모	형제 자매	친척	대중 매체	책, 잡지	인터넷	기타	없음
전체		41.1	50.3	17.2	20.5	3.4	7.2	7.9	5.1	8.8	9.8	7.9	7.0	10.0
성별	남	45.5	44.0	16.9	21.1	4.0	7.7	6.8	5.5	7.4	8.9	9.1	7.0	11.9
	여	37.2	55.7	17.4	20.0	3.0	6.8	8.9	4.8	10.1	10.6	6.8	7.0	8.4
국가별	일본	25.8	37.0	16.6	23.0	8.7	4.0	8.6	3.5	12.3	15.1	11.0	8.4	20.2
	미국	37.1	53.2	11.4	18.8	1.6	10.6	11.2	14.1	4.9	4.2	5.8	14.0	13.0
	중국	58.1	60.4	22.3	18.8	0.8	10.7	5.0	1.8	1.5	10.4	5.1	2.8	1.9
	한국	36.8	47.4	15.8	21.5	3.2	2.8	8.4	3.6	18.6	8.3	10.3	5.4	8.3

\* 출처: 한국청소년정책연구원·한국청소년활동진흥원(2015), 2015 청소년 문화와 안전 국제포럼(p. 6).

### 3) 청소년문화 개요 및 특징

앞서 문화의 가변성 및 상대성이란 특성을 살폈듯이, 청소년문화란 개념을 간단하게 정의하는 것은 사실상 불가능하다(한국청소년정책연구원, 2015a). 청소년이란 특정집단의 삶의 양식 또는 생활방식이란 총체적인 개념정의를 하고 청소년문화를 구성하는 주요 영역들을 살피고, 공통적으로 나타나는 특징들을 정리하는 것이 청소년문화를 이해하는데 현명한 방법이 될 것이다.

청소년문화의 특징으로 1) 다양성증가, 2) 물질주의 성향 강화, 3) 문화감수성 발달, 4) 자유분방한 성의식, 5) 적극적이고 개성적 표현으로 정리할 수 있다(정하성, 유진이, 2010). 노순규(2012)는 인터넷, 디지털, 모바일, 자유, 엽기 등을 21세기 대한민국 청소년문화의 핵심적인 키워드로 규정하였다. 청소년정책연구원이 최근 수행한 청소년 미래 환경 변화 전망에 대한 연구 결과에 따르면, 청소년 정보통신기술(ICT)의 이용이 증가하며, 정보기술을 통한 청소년들의 적극적 자기표현, 공유행위의 확산, 그리고 주류문화에의 도전이 증가할 것으로 예측하고 있다(이경상, 2014). 또한 청소년들의 네트워크를 통한 감정적 행위, 일시적 공동체 지향 및 사회참여 행위가 증가할 가능성이 큰 것으로 조사되었다(이경상, 2014). 이 같은 현상과 트렌드가 시사하는 바는 청소년문화에 있어 소셜미디어를 포함한 정보통신기술(ICT)은 불가분의 관계에 있으며, 사회환경의 건전성과 정부정책의 방향에 따라 소셜미디어를 위시한 정보통신기술은 청소년 문화와 우리사회에 긍정적으로도 또는 부정적으로도 영향을 미칠 수 있다는 점이다.

권이종 외(2010)는 청소년문화의 발전과제로 다음의 네 가지를 들고 있다:

첫째, 청소년문화를 생활영역별로 구분하여 그 문화적 특성이 파악되어야 한다 (p. 281).

둘째, 청소년문화의 현상을 다원화하고, 분화된 시각에서 접근하는 것이 필요하다 (p. 281).

셋째, 청소년들을 바라보는 시각을 바꿔야 한다 (p. 282).

넷째, 무시, 억압, 소외를 당해온 청소년들을 구제, 해방, 참여시키도록 해야 한다 (p. 282).

이는 본 과제의 지향점과 일치하는 것으로, 청소년문화를 활성화한다는 의미는 청소년들의 주체성을 확립하고, 창의적이며 포용적인 특성을 개발하고 발전시켜나갈 수 있도록 지원한다는 것이다. 이를 위해 청소년문화의 영역별 구분과 다원화된 시각에서 특성을 파악하는 것이 선결과제가 될 것이다. 이를 바탕으로 청소년들의 불가결한 매체인 소셜미디어의 정책적 활용 방안을 마련하는 것이 필요하다.

#### 4) 청소년 문화의 주요 영역

이 절에서는 청소년문화의 핵심 영역인 ‘학교 및 교육 문화’와 ‘여가 및 놀이 문화’에 대하여 국내외 선행연구 및 조사 자료들을 바탕으로 고찰하였다.

##### (1) 학교 및 교육 문화

Bronfenbrenner(1979)의 구분에 의하면 학교는 청소년에게 가장 밀접한 영향을 주는 미시체계의 구성요소로, 청소년은 학교의 구성원들인 교사 및 급우들과의 상호교류를 통해 발달이 이루어지게 된다. 학교생활에 잘 적응하는 학생들이 성인이 됐을 때도 사회 구성원으로 타인 및 조직에 조화롭게 어울리는 경향이 크다(천정웅 외, 2014). 학교는 교사, 친구, 선후배 등 상황에 맞는 타인과의 소통 및 교류 방식을 배울 수 있는 사회화의 전초기지로서 역할을 한다.

청소년의 인구감소로 학교급별 학생 수는 해가 갈수록 감소추세에 있다. 여성가족부(2014)가 발행한 2014 청소년백서에 따르면, 초등학교 재학생 수는 최근 10년 동안 지속적인 감소 현상을 보이고 있다. 만6세부터 21세 기준의 전체적인 학령인구수는 2010년까지 1,000만 명 이상을 유지하였으나, 그 이후부터 900만 명대로 감소하여 2013년 현재 936만여 명에 이르고 있다. 이에 따라, 2013년 현재 교원 1인당 학생 수는 초등학교 약 15명, 중학교 16명, 고등학교 14명에 지나지 않는다. 최근 들어 대안교육이 사회적인 관심사로 떠오르면서 특성화 학교 수가 증가하고

있는 것으로 나타났다. 교육부와 한국교육개발원의 집계에 따르면 전국에 4,000여명의 학생들이 대안교육 특성화 학교에 재학 중이며, 이 수치는 날로 증가할 것으로 예상되고 있다(여성가족부, 2014). 학업중단율은 2012년 기준으로 초등학교 0.6%, 중학교 0.9%, 그리고 고등학교가 1.8%를 차지하고 있다. 학업중단의 주원인으로 유학을 가는 학생들과 함께 학교부적응으로 학교를 떠나는 학생들도 여전히 많은 것으로 나타났다(여성가족부, 2014).

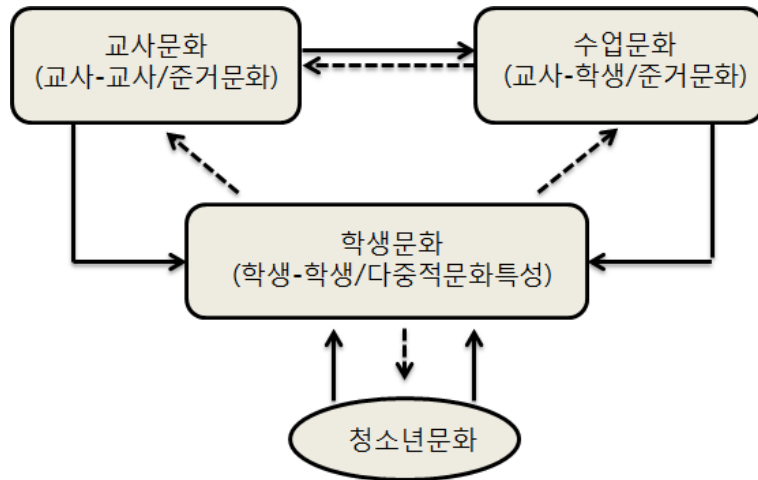
우리나라 청소년들의 절반이상은 전반적인 학교생활에 있어서 불만족하고 있는 것으로 조사되었다. 15세 이상 학생들의 전반적인 학교생활 만족도가 2010년 이후 감소추세를 보여 2012년 학교생활에 만족한다고 응답한 학생의 비율이 45.5%에 머물렀다(여성가족부, 2014). 세부내용을 살펴보면, 교육방법에 대한 만족도와 교육내용에 대해 만족을 나타낸 학생의 비율이 2012년 기준으로 각각 35.5%, 42.9%로 조사되었다. 교우관계 만족도는 65.6%로 다른 항목에 비해 비교적 높게 나타났으나, 교사와의 관계 만족도는 43.1%에 머물렀다. 학교설비 및 시설 만족도와 학교 주변 환경 만족도는 각각 33.2%와 30.8%로 조사되어 교육 인프라 개선을 위한 정부와 사회의 노력이 필요함을 알 수 있었다(여성가족부, 2014).

통계청이 2013년 발표한 ‘한국의 사회동향’ 보고서에 따르면, 우리나라 청소년들의 스트레스 인지율이 심각한 수준이다. 특히 고등학생의 스트레스 인지율이 69.6%로 매우 높게 나타났다. 중학생의 경우, 2008년 55%에서 2012년 62.7%로 해가 갈수록 스트레스 인지율이 증가하는 것으로 조사되었다. 같은 보고서에 따르면, 우리나라 청소년들은 학교교육 효과에 대한 평가에서 OECD 국가 청소년들보다 낮은 점수를 주었다. 특히 “학교가 직업생활에 유용한 지식을 가르쳐주었는가?”란 질문에 그렇다고 답한 우리나라 학생들의 비율이 2009년 기준 65.4%에 머물러 OECD 평균인 86.7%보다 20% 포인트 이상 낮은 것으로 드러났다(통계청, 2013).

<그림 II-2>는 학교문화의 성격과 특성을 도식화하여 설명하고 있다(한국청소년정책연구원, 2015a). 학교문화는 교사문화(교사 그룹이 주체), 수업문화(교사와 학생이 주체), 학생문화(학생 그룹이 주체)로 구성되어 있다. 교사문화는 수업문화와 학생문화에 일정한 영향력을 행사한다. 학생문화는 교사문화와 수업문화, 청소년문화에 일정한 영향을 받는다. 반면, 학생문화는 교사문화, 수업문화, 청소년문화에 대한 정체성에 큰 영향을 미치지 못함을 보여주고 있다(한국청소년정책연구원, 2015a). 청소년문화론(2015a)에서 이 같은 학교문화의 구조적 결합과 한국적 교육문화의 특수성으로 인하여 학교문화의 갈등이 심화되고 있음을 다음과 같이 지적하고 있다:

지금의 학교문화는 오늘날 자유로움과 해방 의식으로 표현되는 청소년들의 문화적 감수성을 인정하지

않음으로써 이른바 학교문화의 갈등적 요소를 구조적으로 갖고 있음을 보여준다. 즉, 학교 내부 조차에서도 청소년 개인 삶의 주체성과 자율성을 인정하지 않을 뿐만 아니라 오늘날 청소년 세대가 갖고 있는 독특한 문화적 감수성이 오히려 제한당하고 있음을 나타낸다. 따라서 학교문화의 갈등은 이와 같은 학교문화의 현재적 구도로부터 시작된다고 볼 수 있다. (p. 89)



\*출처: 한국청소년정책연구원(2015a). 청소년문화론. 교육과학사 (p. 89)

【그림 II-1】 학교문화의 특성

## (2) 여가 및 놀이 문화

연구목적에 따라 여가의 조작적 정의는 달라질 수 있다. 천정웅 외(2014)는 다음과 같이 여가를 광의의 개념으로서 정의내리고 있다. 개인이 자신의 자유의지에 의해 탐닉하는 일로서 직업, 가정 및 사회적 의무를 이행한 후에 휴식을 취하거나, 즐기거나, 지식 증대, 기술 향상, 지역사회봉사 등의 자발적 참여 등을 수행하는 활동(p. 19). 청소년에게 있어 여가는 신체적·심리적·지적 발달을 위해서 교육 못지않게 중요하다(권이중, 김천기, 이상오, 2010). 적당한 여가 활동은 신체적인 건강을 유지할 수 있도록 해주며, 학업 등에 쌓인 스트레스를 해소시키는데 기여할 수 있다. 여가가 보통 집단간 교류를 통해 이루어지므로 사회성 및 협동심도 배울 수 있는 기회가 된다. 균형 잡힌 여가활동은 단순한 유희성뿐만 아니라 청소년의 욕구불만을 해소하고, 열등감을 낮추고 자존감을 높이는데 기여할 수 있다.

청소년들의 놀이/여가는 다음 세 가지로 나눌 수 있다. 휴식분산형, 관람집중형, 활동몰입형(노

순규, 2012). 휴식분산형 놀이 및 여가는 학업이나 바쁜 일상 등으로 얻는 스트레스를 풀기 위한 활동으로 음악감상, 친구와의 대화, 음주, 흡연 등을 꼽을 수 있다. 관람집중형 놀이/여가의 대표적인 것으로는 영화 감상이나 텔레비전 시청을 들 수 있다. 여성가족부의 수탁과제로 한국청소년정책연구원이 2013년 수행한 청소년 매체 이용 실태 조사에 따르면, 우리나라 청소년들은 여가시간의 상당한 시간을 텔레비전이나 유튜브 등의 영상물을 시청하는 것으로 조사되었다. 이 조사결과에 따르면, 우리나라 청소년들은 평일에는 2시간, 주말에는 하루 평균 4시간을 텔레비전 시청에 소비하고 있다(배상률 외, 2013). 마지막으로 활동몰입형 놀이/여가의 대표적인 예로 게임, 운동하기, 악기 연주 등을 들 수 있다(노순규, 2012).

한국청소년정책연구원이 2013년 수행한 '청소년이 행복한 마을 지표개발 및 조성방안 연구' 결과에 따르면, 청소년, 부모, 교사 모두 놀이 및 여가환경을 낮게 평가하였다(장근영 외, 2013). 이 조사에서 놀이 및 휴식 시간이 충분하다고 응답한 청소년의 비율은 62.5%를 보였으며, 학교 내 놀이와 휴식을 위한 공간이 충분하다고 응답한 청소년의 비율은 56.0%를 차지하였다. 응답자의 절반가량(50.4%)은 학교이외 공간에 친구들과 함께 취미나 여가를 위한 그룹 활동을 하거나 프로그램에 참여하고 있다고 답하였다(장근영 외, 2013). 마찬가지로, 2014년 수행한 한·중·일·미 4개국의 고등학교 청소년들을 대상으로 여가시간에 대한 만족도 조사 결과에 따르면, 일본과 미국이 각각 89.5%, 83.4%로 조사되었으며, 한국은 81.2%로 상대적으로 낮은 수준의 여가시간에 대한 만족도를 보였다(한국청소년정책연구원·한국청소년활동진흥원, 2015). 과중한 학습시간 등으로 인하여 여가생활에 소비할 수 있는 시간이 제약받고 있는 우리나라 청소년 여가문화의 안타까운 현실을 시사하는 대목이다.

청소년들의 여가생활에 상당부분을 차지하는 것이 매체이용이다. 특히 손안의 컴퓨터라 일컬어지는 스마트폰은 학업에 쫓기는 청소년들에게 이동 중 또는 휴식시간에 틈틈이 휴식과 놀이의 수단으로 적격이다. 청소년매체이용실태조사(배상률 외, 2013) 결과는 이 같은 현상을 수치로 잘 보여주고 있다. 스마트폰 보급률이 2011년 36.2%에서 2013년 81.5%로 급증하였다. <표 II-2>에 나타났듯이, 스마트폰의 보급에 따라 오늘날 청소년들에게 휴대전화기의 의미는 전화통화 뿐만 아니라 SNS 활동, TV 등 영상물 시청, 인터넷, 음악 듣기, 게임과 같은 다양한 여가 및 놀이 활동을 할 수 있는 도구로 인식되어 있다. 성별의 차이를 살펴보면, 여학생은 채팅 등 소통의 기능으로, 남학생은 게임기로 스마트폰의 활용도가 높은 것으로 나타났다. 스마트폰의 이 같은 부가적 기능들은 휴대전화에 대한 집착 증세를 높이는 주요인으로 지목되고 있다. 한국청소년정책연구원의 아동청소년 패널조사 결과에 따르면, 초등학교 5학년 스마트폰

이용자들이 피쳐폰을 사용하는 또래들에 비해 휴대전화에 대한 집착 증세가 더 큰 것으로 나타났다(이종원, 2015). 이는 스마트폰의 보급에 따른 다양한 문제점들을 해결하고 대비할 수 있는 정책적 방안이 필요함을 시사하는 것이다.

**표 II-2 청소년의 휴대전화 이용 행태(주로 사용하는 기능) - 1순위**

(%)

		전화 통화	문자	음악 듣기	사진 동영상	게임	SNS	TV 시청	채팅	인터넷	기타
전체		14.8	5.7	12.8	5.0	15.6	6.8	1.2	26.7	6.8	4.4
성별	남	17.1	5.2	10.6	5.3	25.2	5.4	1.1	19.5	6.0	4.7
	여	12.6	6.2	15.0	4.8	6.4	8.2	1.4	33.6	7.5	4.2
학교급	초	26.9	5.2	7.2	6.3	25.7	4.0	1.5	16.4	3.0	3.7
	중	10.6	4.3	13.0	4.9	17.6	5.9	1.4	28.9	8.0	5.4
	고	9.4	7.5	17.1	4.2	5.9	10.0	0.8	32.6	8.5	4.1

\* 출처 : 배상률, 김형주, 성은모(2013). 2013 청소년 매체이용 실태조사 (p.13).

## 2. 청소년의 소셜미디어 이용 실태 및 효과

### 1) 소셜미디어의 개념 및 특성

#### (1) 소셜미디어의 개념 및 특성

최근들어 소셜미디어(social media)가 사회적 화두로 떠오르고 있다. 언론매체들도 소셜미디어에 관한 뉴스들을 하루가 멀다 하고 보도하고 있다. 소셜미디어에 대한 정의내리기 역시 문화만큼 간단하지만은 않다. 일상적으로 소셜미디어는 소셜네트워크 서비스(social networking service)의 약자인 SNS라는 용어와 혼용되어 사용되고 있으나 엄밀히 구분을 하자면 소셜미디어가 각종 SNS를 포괄하는 개념이다. 20세기 말경, 소셜미디어라는 용어가 처음 사용되었을 당시의 의미는 사람들의 관계를 엮어주는 서비스를 뜻하였다(황용석, 2013). 소셜미디어라는 용어의 공식적인 대두는 2004년 미국의 가이드와이어 그룹(Guidewire Group)의 창업자가 한 컨퍼런스에서

소셜미디어가 원활한 상호교류를 통해 참여를 촉진시켜주는 역할을 할 것에서 기인한다(황유선, 2012).

김대호 외(2012)는 소셜미디어의 의미를 다음과 같이 규정하고 있다. “소셜미디어의 등장은 단순한 인터넷을 바탕으로 한 커뮤니케이션 도구라는 개념을 벗어나 이용자 간의 상호작용을 통해 새로운 소통의 패러다임을 정립하고 있다는 의미를 갖고 있다” (p.p. 2-3). IT의 발전은 소셜미디어의 성장을 이끌고 있으며, 이에 맞춰 소셜미디어의 개념정의도 새로이 내려지고 있다. 황용석(2013)은 소셜미디어에 대한 보편타당한 개념을 적용하여 이용자들간에 네트워크를 통해 이용자가 적극적으로 참여해 정보와 지식을 생산, 공유, 소비하는 서비스로 소셜미디어를 정의하고 있다. 소셜미디어의 유형은 블로그, 마이크로블로그, 소셜네트워크, 콘텐츠 커뮤니티, 위키, 팟캐스트 등으로 구분할 수 있다. <표 II-3>은 황유선(2012)이 정리한 소셜미디어의 유형을 선별적으로 취합하여 본 보고서의 연구자가 새로이 구성한 것이다.

**표 II-3** 소셜미디어의 유형

구분	내용
블로그	Web(웹)과 Log(일기)의 합성어로 사용자가 웹에 기록하는 일기나 일지로 온라인 저널을 의미
마이크로 블로그	트위터와 같은 간단한 콘텐츠를 배포하는 SNS
SNS	페이스북이나 싸이월드처럼 이용자들이 자신의 개인 웹페이지를 만들어 친구들과 네트워크로 연결하여 콘텐츠를 공유하는 서비스
위키스	위키피디아처럼 콘텐츠를 추가 또는 보완하면서 공동으로 백과사전 등의 정보를 완성해가는 서비스
팟캐스트	iPod(아이팟)과 Broadcasting(방송)의 합성어로 이용자가 오디오 파일 등을 MP3 형식으로 올려 공유하는 서비스
콘텐츠 커뮤니티	영상이나 사진 등 특정한 종류의 콘텐츠를 만들고 공유하는 커뮤니티로, 유튜브(YouTube)와 인스타그램(Instagram)이 대표적

\* 출처 : 황유선(2012). 소셜미디어의 이해 (p.30) 재구성

소셜미디어는 참여, 공유, 개방이란 웹2.0의 핵심가치를 실현하는 매체로 청소년들의 삶에 불가분의 관계를 형성하고 있다. 김대호외(2014)는 소셜미디어의 특성으로 ① 맥락적 사고와 결합하여 사회적 이슈를 생성 및 전파하는 기능, ② 미디어 간의 상호 매개를 통한 사회적 의미를 재창조하는 기능, ③ 네트워크 객체간의 관계를 무한히 확장하여 사회를 움직이는

기능, ④ 인적네트워크의 확장을 통한 경험공유 기반의 확대 기능, ⑤집단의 힘으로 성과의 양적·질적 성장을 가능케 하는 기능 등을 강조하였다. 이 같은 특성들을 활용하여 공론장(public sphere)으로서의 소셜미디어는 청소년들로 하여금 비판적·적극적 사회구성원으로서 사회적 이슈에 대해 참여하는 통로를 제공한다. 기부문화 확산, 교류·소통의 확대도 소셜미디어를 통한 긍정적 효과 중 하나이다. 이 같은 청소년의 긍정적 소셜미디어 이용은 사회자본(social capital)의 증진, 집단지성(collective intelligence)의 발현, 성숙하고 비판적인 시민의식의 고양을 불러올 수 있다.

## 2) 소셜미디어 이용실태 및 추세

디지털 원주민이라 일컬어지는 청소년 세대는 SNS 등 뉴미디어 사용이 기성세대에 비하여 매우 활발하고 월등하다. 청소년의 스마트폰 이용의 주요 목적은 전화통화는 물론이고, 카카오톡이나 채팅, 음악, 동영상, 인터넷 검색, 게임, SNS 등 다양한 기능들을 복합적으로 사용하고 있다(배상률, 김형주, 성은모, 2013). 한국청소년정책연구원에서 발표한 청소년의 소셜미디어 이용실태연구(이창호 외, 2012) 결과에 따르면 청소년들의 소셜미디어에 등록된 친구의 수는 수백 명이더라도 실제 꾸준히 소통하는 친구 수는 수십 명인 경우가 대부분이었다. 청소년들은 결속적 사회적 자본 형성에 치중하는 소셜미디어 이용행태를 보였다(이창호 외, 2012).

청소년의 소셜미디어 이용 현황은 여성가족부의 수탁과제로 한국청소년정책연구원이 수행한 '청소년 매체이용 실태 조사'(배상률, 김형주, 성은모, 2013)와 '청소년의 소셜미디어 이용실태 연구'(이창호 외, 2012), '디지털 시대의 청소년 미디어교육 제도화 방안 연구(배상률, 2014)'에 문항별로 자세한 수치가 제시되어 있다.

<표 II-4>는 전국 초·중·고 재학생들을 대상으로 지난 3개월간 인터넷 이용 목적을 묻는 질문에 응답한 결과이다. 청소년들은 타활동에 비해 SNS를 가장 빈번히 하는 것으로 나타났다(배상률, 2014). '매우 자주 있음'이라고 응답한 학생의 비율은 30.2%로 다른 활동에 비해 가장 높은 비율을 차지하였다(배상률, 2014).

표 II-4 지난 3개월 간 인터넷 이용 목적

목적	전혀 없음	가끔 있음	자주 있음	매우 자주 있음	모름/ 무응답
이메일 주고 받기	43.4	40.4	11.5	4.4	0.3
제품과 서비스에 대한 정보 찾기	24.3	37.8	26.9	10.5	0.5
자신이 제작한 콘텐츠를 업로드하여 공유하기	54.5	26.4	13.0	5.8	0.3
블로그 활동하기	63.9	23.5	7.8	4.6	0.2
TV 프로그램, 영화 등을 다운로드하여 보기	36.2	32.7	20.7	10.1	0.3
음악을 다운로드하여 듣기	23.5	23.5	26.4	26.3	0.3
온라인 신문, 잡지 등을 보거나 다운로드하기	48.8	29.0	14.7	7.1	0.4
인터넷뱅킹하기	80.5	13.5	4.3	1.3	0.4
공공기관 웹사이트상에서 업무처리나 정보 찾기	73.0	19.7	5.5	1.4	0.4
개인적 용도의 물건과 서비스 구매하기	47.1	30.5	15.8	6.1	0.5
SNS 활동하기	32.5	16.5	20.3	30.2	0.5
사회, 정치적 이슈에 대한 토론에 참여하기	69.7	20.3	7.3	2.4	0.4
공동 프로젝트에 다른 사람과 협력하기	67.9	21.7	7.7	2.4	0.3

\* 출처 : 배상률(2014). 디지털 시대의 청소년 미디어교육 제도화 방안 연구 (p. 54).

<표 II-5>는 SNS/소셜미디어 계정 소유 여부와 친구(팔로워)의 수를 조사한 결과이다(배상률 외, 2013). 스마트폰의 보급은 매체이용의 전반적 행태의 변화를 불러왔다. 우리나라 청소년 네 명중 세 명은 SNS 계정을 소유하고 있는 것으로 나타났다. 2011년도 조사 결과와 비교하면 급격한 증가세를 보이는 것으로, 오늘날 청소년들이 친구와 교류하며 커뮤니케이션하는 주요 수단으로 SNS가 대두되고 있음을 보여주는 것이다(배상률 외, 2013). 성별로는 여학생이 SNS 계정을 더욱 많이 소유하고 있다. 학교급 비교에서는 초등학생보다 중고등학생이 SNS 계정 비율과 SNS 친구 비율이 더 높았다.

**표 II-5 SNS 계정 소유 여부 및 친구(팔로워) 수**

(%)

	SNS 계정 소유		친구(팔로워) 수*						
	예	아니오	없음	25명 미만	25~50명 미만	50~100명 미만	100~200명 미만	200명 이상	
전체	77.1	22.9	5.8	9.9	12.1	19.0	31.5	21.6	
성별	남	72.6	27.4	7.3	9.5	10.6	18.0	30.7	23.9
	여	81.7	18.3	4.4	10.3	13.5	20.0	32.3	19.5
학교급	초	63.4	36.6	9.1	19.3	18.8	20.7	22.3	9.8
	중	83.3	16.7	4.9	7.6	10.4	18.1	35.1	23.9
	고	82.7	17.3	4.5	6.0	9.4	18.9	34.1	27.2

\* 친구(팔로워)수는 학생 개인이 소유한 전체 SNS 계정에 등록된 친구(팔로워) 수를 합산한 것임

\* 출처 : 배상률, 김형주, 성은모(2013). 2013 청소년 매체이용 실태조사 (p. 56).

<표 II-6>은 일주일 평균 SNS 이용 빈도 조사결과이다. 절반가량인 45.5%는 하루에 최소한 한 번 SNS를 이용했으며, 여학생의 이용도가 남학생보다 더 빈번한 것으로 조사되었다(배상률 외, 2013). 학교급 비교에서는 중학생이 가장 빈번히 SNS를 이용하고 있다(배상률 외, 2013).

**표 II-6 SNS 이용 빈도**

(%)

	전혀 안함	일주일에 1회 미만	일주일에 1~2회	일주일에 3~4회	일주일에 5~6회	일주일에 7회 이상			
						하루에 1~2회	하루에 3~4회	하루에 5회 이상	
전체	9.0	9.8	11.3	14.1	10.3	15.8	12.9	16.8	
성별	남	11.9	11.9	13.5	16.1	9.8	14.7	9.7	12.4
	여	6.3	7.8	9.3	12.2	10.8	16.8	15.9	20.8
학교급	초	10.2	12.3	15.0	18.2	9.7	11.0	10.3	13.4
	중	8.0	8.4	10.8	13.1	10.8	15.3	14.9	18.6
	고	9.2	9.5	9.4	12.3	10.3	19.5	12.7	17.2

\* 출처 : 배상률, 김형주, 성은모(2013). 2013 청소년 매체이용 실태조사 (p. 57).

<표 II-7>는 청소년의 일주일간 SNS 업로드(글쓰기/사진) 빈도 조사결과이다(배상률 외, 2013). 수동적인 활동이 아닌 적극적인 활동으로서 업로드 경험여부는 중요한 의미를 가진다. 전체 응답자들 중 업로드 경험자가 72.1%로 조사되었다. 전체 응답자의 10% 이상이 매일 글이나 사진을 업로드 하는 등 보다 적극적인 SNS 이용자인 것으로 나타났다. 남학생보다는 여학생들이 SNS에 글이나 사진 등 콘텐츠를 보다 자주 업로드 하는 것으로 조사되었으며, 학교급 비교에서는 고등학생들이 SNS 업로드 활동을 초등학교나 중학교에 비해 덜 하는 것으로 조사되었다(배상률 외, 2013).

표 II-7 SNS 업로드(글쓰기/사진) 이용 빈도

(%)

	전혀 안함	일주일 1회 미만	일주일 1~2회	일주일 3~4회	일주일 5~6회	일주일 7회 이상			
						하루 1~2회	하루 3~4회	하루 5회 이상	
전체	27.9	27.6	17.7	10.1	4.4	6.9	2.3	3.1	
성별	남	31.6	27.1	17.2	10.3	4.1	5.5	1.7	2.6
	여	24.6	28.0	18.2	10.0	4.6	8.2	2.8	3.6
학교급	초	20.6	24.7	19.7	13.4	5.1	9.3	3.2	3.9
	중	26.3	25.4	17.8	10.6	5.6	7.5	2.8	4.2
	고	34.5	31.7	16.4	7.5	2.6	4.6	1.1	1.5

\* 출처 : 배상률, 김형주, 성은모(2013). 2013 청소년 매체이용 실태조사 (p. 57).

## 제 Ⅲ 장

---

# 설문조사 결과분석

1. 조사방법
2. 응답자 특성
3. 설문조사 문항 구성
4. 조사결과



# 제 III 장 설문조사 결과분석

## 1. 조사방법

본 조사의 모집단은 2014년 교육통계연보를 기준하여 조사당시 전국의 중학교(1~3학년), 고등학교(1~2학년)에 재학 중인 학생을 대상으로 실시되었다. 권역 및 학교급 별 모집단에 대한 세부정보는 다음과 같다(표 III-1).

**표 III-1**      조사 모집단

(단위: 개, 명)

구분	중학교 (1~3학년)		일반고 (자율고 포함) (1~2학년)		특성화고 (1~2학년)		합계	
	학교수	학생수	학교수	학생수	학교수	학생수	학교수	학생수
수도권	1,120	823,204	670	473,118	172	89,077	1,962	1,385,399
충청/ 강원권	577	238,076	272	130,058	86	33,301	935	401,435
전라/ 제주권	590	216,544	263	119,126	92	31,087	945	366,757
경상권	899	440,087	479	245,933	149	56,618	1,527	742,638
합계	3,186	1,717,911	1,684	968,235	499	210,083	5,369	2,896,229

\* 출처: 교육부(2014) 2014년 교육통계연보

이를 근거로 표본 추출과정은 전국 17개 시도별 규모를 고려하여 진행하였고, 권역별/교급별로 학교 수와 학생 수를 비례할당 하는 방법으로 진행하였다. 한 학급당 평균 학생 수는 중학교 30명, 일반 고등학교 32명, 특성화고등학교 28명으로 설정하였고, 표본 학교 수는 학년별 균형을

고려하여 실제 학생 수에 비례한 학교 수보다 일부 과다표집 하였다. 최종적으로 추출된 학교에서 조사대상 학급을 선정하여 집단조사를 실시하였고, 조사 대상 학교 수는 <표 III-2>와 같다.

표 III-2 권역 및 학년별 조사목표 학교수

(단위: 개, 명)

구분	중학교 (1~3학년)	일반고 (자율고 포함) (1~2학년)	특성화고 (1~2학년)	합계
	학교 수	학교 수	학교 수	학교 수
수도권	24	14	4	42
충청/강원권	6	4	2	12
전라/제주권	6	4	2	12
경상권	12	8	2	22
합계	48	30	10	88

조사결과 중학교 1~3학년이 1,417명, 일반 및 특성화 고등학교 1~2학년이 1,167명으로 총 2,584명이 본 조사에 참여하였으며, 전반적으로 응답률이 높아 목표 샘플을 상회하였다(표 III-3 참조).

표 III-3 권역 및 학교별 조사현황

(단위: 개, 명)

구분	중학교 (1~3학년)		일반고 (자율고 포함) (1~2학년)		특성화고 (1~2학년)		합계	
	학교수	학생수	학교수	학생수	학교수	학생수	학교수	학생수
수도권	24	718	14	409	4	105	42	1,232
충청/ 강원권	6	158	4	160	2	49	12	367
전라/ 제주권	5	163	4	127	2	49	11	339
경상권	13	378	8	221	2	47	23	646
합계	48	1,417	30	917	10	250	88	2,584

## 2. 응답자 특성

본 조사의 응답자 수는 총 2,584명으로 구체적인 응답자 특성은 <표 III-4>에 제시되어 있다.

표 III-4 응답자 특성

(명, %)

		계				계			
		명	%			명	%		
전체		2584	100						
성별	남	1339	51.8	매체 이용 능력	아 버 지	낮다	534	20.8	
	여	1245	48.2			보통이다	1149	44.7	
교급	중	1417	54.8			높다	889	34.6	
	고	1167	45.2		어 머 니	낮다	520	20.2	
권역	수도권	1232	47.7			보통이다	1236	48.1	
	충청/강원권	367	14.2			높다	816	31.7	
	전라/제주권	339	13.1			본인	낮다	70	2.7
	경상권	646	25.0		보통이다		546	21.2	
지역 특성	대도시	1161	44.9		높다		1958	76.1	
	중소도시	1082	41.9		최종 학력	아 버 지	고졸이하	857	33.2
	학교 성적	하위권	735				28.4	대(대학원)졸	1314
중위권		836	32.4				모름/무응답	413	16.0
상위권		1002	38.8	어 머 니		고졸이하	1025	39.7	
소득 수준	하위권	420	16.3			대(대학원)졸	1144	44.3	
	중위권	1389	53.8			모름/무응답	415	16.1	
	상위권	760	29.4						

남학생이 51.8%, 여학생이 48.2% 응답 하였으며, 중학생이 54.8%, 고등학생이 45.2%이다. 지역별로는 대도시 44.9%, 중소도시 41.9% 농산어촌 13.2%의 비율이었다. 자신의 성적에 대한 문항에는 상위권(중상위권+상위권) 38.8%, 중위권 32.4%, 하위권(중하위권+하위권) 28.4%로

응답하였다. 소득수준은 상위권(중상위권+상위권) 16.3%, 중위권 53.8%, 하위권(중하위권+하위권) 29.4%의 비율로 응답하였다. 응답자가 생각하는 아버지, 어머니의 매체이용 능력은 보통이다가 가장 높은 것으로 나타났으며, 본인의 매체이용 능력에 대해서는 높다가 76.1%로 조사되었다. 부모 최종학력은 아버지와 어머니 모두 대학교(대학원)졸업이 각각 50.9%, 44.3%로 가장 많은 비율을 차지하였다.

### 3. 설문조사 문항 구성

청소년들의 소셜미디어 이용 실태 관련 문항들은 본 연구자가 책임을 맡은 '2013 청소년 매체 이용 실태 조사' 결과와 비교분석이 가능하도록 가급적 문항의 선택지를 유사하게 구성하였다. 문항 1부터 문항 5까지는 '2013 청소년 매체 이용 실태 조사' 설문조사지에 포함된 문항들을 활용한 것이다. 소셜미디어의 사용이 2년 전보다 활발해진 상황을 반영하여 SNS 친구나 팔로워로 연결된 사람들의 수를 2013년 조사 당시 200명 이상까지만 한정하여 조사한 것을 본 설문조사에서는 300명 이상으로 늘려 조사하는 등 최근 상황에 맞도록 수정·보완하였다(부록 참조).

문항6과 문항7은 청소년들이 즐겨 사용하는 SNS 사용량을 파악하고자 하였다. 국내외 문헌조사와 자문회의를 통하여 총 11개의 소셜 미디어가 우리나라 청소년들이 최근 상대적으로 이용이 잦은 것으로 파악이 되었다. 마지막 칸은 기타 소셜미디어로 연구진이 제시한 소셜미디어 이외의 것을 사용하는 경우 직접 적을 수 있도록 유도하였다. 2012년 한국청소년정책연구원이 수행한 '청소년의 소셜미디어 이용실태 연구'(이창호 외, 2012)의 경우 카카오톡을 포함한 8개의 소셜미디어를 제시하고 이용량을 물었으나 본 연구에서는 소셜미디어의 엄격한 구분에 따라 메신저로 구분되는 카카오톡은 소셜미디어 리스트에서 제외하였으며 대신 카카오톡스토리, 피키캐스트, 인스타그램 등 최근 청소년들 사이에서 활용도가 높은 소셜미디어들로 구성하였다.

문항 9와 문항 10은 정보통신정책연구원이 발간한 'SNS와 온라인 커뮤니티의 사회관계 형성 메커니즘 비교'(2015년)에서 소셜미디어의 속성을 기능적 혜택과 심리적 혜택이란 측면에서 정리한 구성 요소들을 청소년이란 이용자의 특성에 맞춰 적용한 문항이다. 정보통신정책연구원은 총 15개의 기능적 혜택에 해당하는 SNS 속성을 제시하였으나, 본 연구에서는 '학습/학업 관련 정보 습득', '학습/학업 이외의 유익한 정보 습득' 등 청소년들의 상황에 맞도록 변경하였으며, 문헌조사 및 자문 등을 바탕으로 총 20개의 기능적 혜택에 해당하는 SNS 속성을 제시하였다.

문항 10은 10개의 심리적 혜택에 관한 SNS 혜택 요소들로 구성되어 있다. 정보통신정책연구원(2015)이 제시한 총 15개의 구성 요소들을 바탕으로 청소년이란 조사 대상에 맞춰 10개로 선별·정리한 것이다.

문항 13은 청소년들의 소셜미디어 활용 실태 및 정도를 가늠하기 위하여 김세희(2013)가 정리한 13가지 집단지성 참여유형 문항들 중 6가지를 선별하여 재구성한 것이다. 문항 14는 소셜미디어 집착증세 및 부정적 효과에 대한 파악을 위해 마련한 것으로 총 10개의 문항으로 구성되었다. 연구자가 책임을 맡은 '2013 청소년 매체 이용 실태 조사'의 설문지에서 '(1) SNS 사용을 하는데 상당한 시간을 보낸다'부터 '(6) SNS 이용 시간을 스스로 조절하는데 어려움이 있다'는 총 6개의 문항을 차용하였으며, 나머지 4개 문항은 기타 문헌조사 및 자문 등을 통해 연구자가 추가한 것이다.

문항 16은 미디어 이용에 대한 3가지 부모중재 유형을 각각 세 개씩 정리하여 제시한 것이다. Clark(2011)은 디지털시대의 부모중재이론(Parental Mediation Theory for the Digital Age)이란 제목의 논문에서 적극적 중재(active mediation), 제한적 중재(restrictive mediation), 공동 이용(co-viewing/co-using)의 부모중재 유형을 제시하였다. 본 연구자는 세 가지 부모중재 유형방식을 소셜미디어에 적용토록 문장구성을 재구성하여 각 유형별 중재방식에 각각 세 개씩 배치하여 총 9개의 문항으로 구성토록 하였다.

문항 27 및 문항 28은 한국청소년정책연구원이 수행하고 있는 '한국 아동·청소년 패널조사'에 활용되고 있는 설문조사문항을 차용하였다(이경상 외, 2012; Armsden & Greenberg, 1987; Rogenberg, 1965). 문항 27은 청소년들의 자존감 및 사회성에 대한 문항으로 구성되어 있으며, 문항 28은 또래애착에 관한 문항으로 연구자가 오프라인 친구와 온라인 친구로 구분하여 문항을 새로이 구성하였다.

설문지 맨 마지막에 배치된 A8은 청소년 문화 인프라 및 다문화 수용성에 관한 문항으로 총 10개로 구성되어 있다. (1)번부터 (7)번까지는 '2013년 청소년이 행복한 마을 지표개발 및 조성방안 연구 I'(장근영 외, 2013)에서 사용한 설문조사 문항들을 선별적으로 차용하였다. 나머지 세 개 문항은 '한국 아동·청소년 패널조사'(이경상 외, 2012)의 설문조사 문항들 중 다문화 수용성에 관한 문항을 선별적으로 적용한 것이다.

## 4. 조사 결과

### 1) 소셜미디어 이용 실태

#### (1) 휴대전화 소유 여부 및 이용 행태

<표 III-5>는 청소년의 휴대전화 소유 여부를 나타낸다. 휴대전화 소유 여부를 조사한 결과, 조사 학생의 92.7%가 휴대전화를 소유하고 있었으며 스마트폰을 가지고 있는 학생의 비율은 88%였다. 이는 2011년 조사에서 36.2%에 지나지 않던 스마트폰 소유비율과 비교했을 때 급격히 증가한 것이며, 2013년 조사에서 중·고등학생의 스마트폰 소유율이 85.6%였던 결과에 비해서도 높아진 것으로 조사되었다. 성별에 따라 비교했을 때, 남학생에 비해 여학생이 휴대전화 소유 비율뿐만 아니라 스마트폰의 소유 비율도 다소 높은 것으로 나타났다. 교급에 따라서는 중학생 91.8%, 고등학생 93.7%로 고등학생이 중학생보다 휴대전화를 많이 소유하고 있지만, 스마트폰 소유율은 중학생이 고등학생에 비해 높은 것으로 나타났다.

표 III-5 휴대전화 소유 여부

		스마트폰	피쳐폰	가지고 있지 않음	모름 / 무응답
전체		88	4.7	2.6	4.8
성별	남	86.5	4.2	3.5	5.8
	여	89.6	5.2	1.6	3.6
교급	중	88.2	3.6	3.1	5.1
	고	87.7	6.0	2.0	4.4

(%)

<표 III-6>, <표 III-7>은 최근 1년 동안 청소년들이 휴대전화로 가장 많이 한 활동을 1순위부터 3순위까지 조사한 결과이다. 1순위 조사결과에 따르면, 휴대전화의 기능 가운데 청소년들이 가장 빈번하게 사용하는 것은 카카오톡 등 메신저를 이용한 채팅(23.6%)인 것으로 나타났으며, 이는 2013년 조사에서도 채팅(26.7%)이 1위를 차지한 것과 같은 결과이다. 그 다음으로는 SNS와 게임, 음악듣기가 각각 18.7%, 15.2%, 11.1%를 차지했다. 흥미로운 점은, 2013년 조사에서 게임(15.6%)과 전화통화(14.8%), 음악듣기(12.8%)가 채팅 다음으로 빈번하게 사용하는 기능으로

나타난 것과 달리 이번 조사에서는 게임 및 전화통화, 음악듣기 보다 트위터 및 페이스북 등의 SNS 사용 비율이 높게 나타났다. 이는 2013년 조사에서 SNS가 6.8%였던 것에 비해 2.5배 이상 높아진 결과이다. 즉 이전에 비해 휴대전화를 이용하여 SNS를 이용하는 비율이 높아졌음을 말해준다.

1순위부터 3순위까지의 응답을 합산하여 100%기준으로 환산한 결과에서도, 1순위 조사결과와 동일한 순위로 채팅(18.7%), SNS(17.0%)가 청소년들이 가장 빈번하게 사용하는 휴대전화 기능인 것으로 나타났다. 한편 1순위부터 3순위까지의 응답을 합산한 결과에서는 음악듣기(16.8%)가 게임(11.7%)보다 높은 비율을 차지했다.

이러한 휴대전화의 이용 행태는 성별에 따라 두드러진 차이가 나타났다. 남자는 가장 많이 이용한 기능 1순위로 게임(26.9%)으로 응답한 반면 여자는 2.9%로 남자에 비해 현격히 낮았다. 또한 여자는 휴대전화를 이용하여 채팅(31%)을 가장 빈번히 하는 반면 남자는 16.5%가 채팅이라고 응답하였다. 이번 조사에서 채팅 다음으로 높은 비율로 청소년들이 휴대전화로 이용하는 기능으로 나타난 SNS사용에 있어서도 남녀 간 차이가 나타났는데, 남자는 14.9%, 여자는 22.7%로 여자가 남자보다 SNS기능을 이용하는 비율이 높았다.

교급에 따라 살펴보면, 중학생은 휴대전화로 채팅(21%), 게임(19.2%), SNS(18.2%)를, 고등학생은 채팅(26.6%), SNS(19.3%), 음악듣기(13.5%)를 주로 이용하는 것으로 나타났다. 중학생의 경우, 2013년 조사에서는 SNS가 5.9%로 채팅, 게임, 음악듣기, 전화통화 다음으로 자주 사용하는 기능으로 나타났지만 이번 조사에서는 높은 비율을 보여 고등학생 뿐 아니라 중학생의 SNS활동이 활발해지고 있음을 보여준다.

**표 III-6** 최근 1년 동안 휴대전화로 가장 많이 이용한 기능(1순위)

		전화 통화	문자 메세지	SNS	사진 /동영상	게임	음악 듣기	TV 시청	채팅
전체		7.0	4.4	18.7	7.2	15.2	11.1	1.1	23.6
성 별	남	7.1	3.9	14.9	8.1	26.9	10.8	0.9	16.5
	여	6.9	4.9	22.7	6.1	2.9	11.3	1.3	31.0
교 급	중	7.9	4.1	18.2	9.2	19.2	9.1	1.1	21.0
	고	5.9	4.8	19.3	4.7	10.5	13.5	1.1	26.6

(%)

		휴대폰 소액 결제	알람/ 시간 /스케줄 관리	APP 사용 (게임 제외)	사전 /계산기	인터넷 이용	문서 읽기	기타	무름 /무응답
전체		0.1	0.5	2.3	0.1	7.2	0.8	0.6	0.2
성 별	남	0.1	0.4	2.9	0.2	5.7	0.5	0.7	0.2
	여	0.1	0.6	1.6	0.0	8.8	1.1	0.6	0.2
교 급	중	0.1	0.4	2.0	0.0	5.9	0.5	0.9	0.4
	고	0.1	0.5	2.6	0.3	8.7	1.0	0.3	0.1

표 III-7 최근 1년 동안 휴대전화로 가장 많이 이용한 기능(1,2,3순위 중복응답)

(%)

		전화 통화	문자 메세지	SNS	사진 /동영상	게임	음악 듣기	TV 시청	채팅
전체		8.6	4.2	17.0	7.9	11.7	16.8	1.1	18.7
성 별	남	8.5	4.2	14.4	7.7	18.5	16.4	0.9	16.0
	여	8.7	4.1	19.7	8.2	4.5	17.3	1.2	21.6
교 급	중	9.0	3.6	16.8	8.8	13.4	16.2	1.0	18.5
	고	8.2	4.9	17.2	6.9	9.6	17.6	1.2	18.9
		휴대폰 소액 결제	알람/ 시간 /스케줄 관리	APP 사용 (게임 제외)	사전 /계산기	인터넷 이용	문서 읽기	기타	무름 /무응답
전체		0.1	1.3	2.3	0.5	8.3	0.6	0.7	0.1
성 별	남	0.1	0.8	2.7	0.5	7.7	0.5	0.9	0.1
	여	0.1	2.0	1.9	0.4	8.8	0.8	0.5	0.1
교 급	중	0.1	1.0	2.2	0.5	7.5	0.4	0.9	0.1
	고	0.1	1.8	2.5	0.4	9.2	0.8	0.5	0.0

(2) 소셜미디어 이용 행태

가. SNS 계정 여부 및 아이디 수

앞서 살펴보았듯이, 현재 우리나라 대다수의 청소년들이 스마트폰을 소유하고 있으며, SNS를 이용하는 청소년들도 크게 증가하였다. 조사결과를 정리한 <표 III-8>을 보면, 92.1%의 학생이 트위터, 페이스북, 미니홈피, 카카오토리, 블로그 등 SNS 계정을 소유하고 있다고 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면 여자(94.6%)가 남자(89.8%)보다 계정 보유율이 높았으며, 교급별로는 고등학생이(92.9%) 중학생(91.5%)보다 계정을 많이 보유하고 있는 것으로 나타났다.

**표 III-8 SNS(트위터, 페이스북, 미니홈피, 카카오토리, 블로그 등) 계정 보유 여부**

		예	아니오
전체		92.1	7.9
성별	남	89.8	10.2
	여	94.6	5.4
교급	중	91.5	8.5
	고	92.9	7.1

<표 III-9>는 계정을 보유하고 있다고 응답한 2,380명이 응답한 결과이다. 꾸준히 활동 중인 SNS 아이디 수가 없다고 응답한 경우는 7.6%로 계정을 보유하고 있는 경우 대부분은 적어도 1개 이상의 아이디로 꾸준히 활동하는 것으로 나타났다. 계정을 3개 이상 가지고 있다고 응답한 비율은 24.0%로 네 명 중 한 명 정도로 3개 이상의 계정으로 꾸준히 활동하는 것으로 조사되었다.

**표 III-9 꾸준히 활동 중인 SNS 아이디 수**

		없음	1개	2개	3개	4개	5개 이상	모름 /무응답
전체		7.6	38.7	28.4	12.6	5.1	6.3	1.3
성별	남	8.9	44.5	29.5	9.8	2.6	3.6	1.1
	여	6.2	32.9	27.2	15.3	7.6	9.2	1.6
교급	중	7.7	33.8	28.1	13.7	5.9	9.0	1.8
	고	7.4	44.6	28.8	11.1	4.1	3.2	0.8

## 나. SNS 친구(팔로워) 수

<표 III-10>은 현재 SNS를 통해 친구나 팔로워로 연결된 사람이 몇 명이나 되는지 조사한 결과를 나타낸 것이다. SNS 계정은 가지고 있지만 친구가 없는 비율은 4.4%로 나타나 계정을 가지고 있는 경우 대부분 SNS 친구(팔로워)가 있는 것으로 나타났다. 200명 이상의 친구가 있다고 응답한 비율은 34.3%였으며 2013년도 조사에서 200명 이상의 친구를 가지고 있는 비율이 21.6%였던 것에 비하면 SNS가 보편화되면서 더 많은 친구를 맺고 있음을 알 수 있다. SNS 친구 수에 대해 남녀 간 차이는 두드러지지 않았으며, 교급별로는 고등학생이 중학생에 비해 SNS 친구 수가 많은 것으로 나타났다.

표 III-10 SNS 친구(팔로워) 수

(%)

		없음	1명~ 50명 미만	50명~ 100명 미만	100명~ 200명 미만	200명~ 300명 미만	300명 이상	모름 /무응답
전체		4.4	17.6	15.7	26.5	17.8	16.5	1.6
성별	남	4.4	18.4	15.7	26.2	17.7	16.1	1.4
	여	4.3	16.7	15.6	26.7	17.8	16.9	1.9
교급	중	4.6	19.9	17.0	26.8	16.0	13.7	2.1
	고	4.2	14.8	14.1	26.1	19.9	19.8	1.1

<표 III-11>의 온라인상에서는 알지만 실제로는 한 번도 만나보지 않은 SNS 친구 수에 대한 조사 결과, 없다고 응답한 경우는 33.4%로, 66.6%는 온라인상에서만 아는 친구가 있는 것으로 나타났다. 이를 보아 SNS를 통해 새로운 친구 관계를 형성하는 청소년들이 있음을 알 수 있다. 온라인상에서만 아는 친구 수에 대한 남녀 간의 두드러지는 차이는 없었으며, 교급별로는 중학생이 고등학생에 비해 온라인상에서만 아는 친구가 많은 것으로 나타났다.

표 III-11 SNS를 통한 친구 중 온라인상에서만 아는 친구/지인 수

(%)

		없음	1명~ 20명 미만	20명~ 50명 미만	50명~ 100명 미만	100명~ 150명 미만	150명 이상	모름 /무응답
전체		33.4	43.9	10.2	4.7	2.7	3.6	1.4
성별	남	32.6	45.5	10.0	4.8	2.7	3.2	1.2
	여	34.3	42.2	10.4	4.7	2.7	4.1	1.6
교급	중	28.6	45.1	12.1	5.1	2.9	4.5	1.6
	고	39.2	42.3	7.9	4.3	2.5	2.6	1.1

다. 소셜미디어를 통한 주요 활동 내용

<표 III-12>, <표 III-13>은 소셜미디어를 통해 주로 활동한 내용에 대해서 1순위, 2순위를 조사한 결과이다. 1순위 응답에 대한 조사 결과, 청소년의 60%가 게임/만화/영화/방송/연예 등과 관련한 활동을 한 것으로 나타났다. 다음으로는 생활/취미스포츠/레저(15.2%), 문학/음악/미술 등(10.1%)에 대한 활동을 했다고 응답한 비율이 높았다. 이 외에 기타 답변으로는 채팅, 실시간 검색, 지인들 소식 알아보기, 음식검색 등이 있었다. 소셜미디어를 통한 주요 활동 내용에 대한 조사결과 남녀 간의 차이가 보였다. 남녀 청소년 모두 가장 많이 한 활동은 게임, 만화, 영화, 방송, 연예 등에 대한 것으로 일치하였다. 한편 그 다음으로 많이 한 활동은, 남자 청소년의 경우 생활/스포츠/레저(19.8)로 나타난 반면, 여자 청소년의 경우 팬 활동(15.3%)인 것으로 나타났다. 특히 팬 활동에 대해 남자 청소년은 3.1%의 비율을 보여, 남녀 간 현격한 차이를 보였다.

표 III-12 소셜미디어 주요 활동 내용(1순위)

(%)

		문학 /음악 /미술 등	팬 활동	생활 /스포츠 /레저	정치 /시사	학습	게임 /만화 /영화 /방송 /연예 등	기타	모름 /무응답
전체		10.1	9.1	15.2	1.0	1.3	60.0	1.8	1.6
성별	남	8.2	3.1	19.8	1.2	0.8	63.7	1.5	1.6
	여	12.1	15.3	10.4	0.7	1.8	56.3	1.8	1.7
교급	중	9.0	10.2	13.2	0.3	1.1	62.5	1.8	1.9
	고	11.5	7.8	17.5	1.8	1.6	57.1	1.5	1.2

표 III-13 소셜미디어 주요 활동 내용(1,2순위 중복응답)

(%)

	문학 /음악 /미술 등	팬 활동	생활 /스포츠 /레저	정치 /시사	학습	게임 /만화 /영화 /방송 /연예 등	기타	모름 /무응답	
전체	16.1	9.9	21.1	2.4	3.4	44.8	1.5	0.8	
성별	남	14.6	3.4	28.7	2.4	2.6	46.1	1.4	0.8
	여	17.7	16.5	13.4	2.4	4.2	43.5	1.5	0.9
교급	중	15.8	10.7	20.4	1.6	3.4	45.3	1.6	1.0
	고	16.4	9.0	21.8	3.3	3.5	44.1	1.3	0.6

1순위부터 2순위까지의 응답을 합산하여 100%기준으로 환산한 결과에서도, 1순위 조사결과와 동일한 순위로 게임/만화/영화/방송/연예 등(44.8%), 생활/취미스포츠/레저(21.1%)가 청소년들이 가장 빈번하게 활동하는 내용인 것으로 나타났다. 가장 낮은 비율을 나타낸 것은 정치/시사와 관련한 활동으로, 성별, 교급별로 구분했을 경우에도 동일한 결과이다. 1순위와 2순위를 합한 조사결과에서도 남녀간의 차이는 생활/스포츠/레저 및 팬 활동에서 두드러지게 나타났고, 교급별에 따라서는 1순위 응답과 1순위와 2순위를 합한 조사결과 모두 큰 차이 없이 비슷하게 나타났다.

라. 소셜미디어 포스팅 횟수 및 주제

<표 III-14>를 보면, 최근 한 달 동안 소셜미디어 포스팅 횟수에 대해 조사한 결과에 대해서 전혀 없다고 응답한 경우는 45.3%로, SNS 아이디를 하나 이상 가지고 있다고 응답한 청소년의 과반 수 이상이 소셜미디어에 포스팅을 하고 있는 것으로 나타났다. 성별에 따라서는 여학생이 남학생에 비해 포스팅을 하는 횟수가 높으며, 교급별에 따라서는 고등학생보다 중학생이 포스팅을 자주 하는 것으로 조사되었다.

표 III-14 최근 한 달간 소셜미디어 포스팅 횟수

(%)

		전혀 없음	한 달에 1번 정도	한 달에 2-3번 정도	일주일에 1-2번 정도	일주일에 3-4번 정도	일주일에 5번 이상	모름 /무응답
전체		45.3	17.4	13.4	10.8	5.5	6.6	0.9
성별	남	48.3	17.1	12.1	10.7	4.9	5.7	1.2
	여	42.4	17.7	14.9	10.8	6.2	7.5	0.6
교급	중	42.7	17.0	14.5	11.7	6.2	6.9	1.1
	고	48.5	17.9	12.2	9.6	4.8	6.3	0.7

포스팅을 적어도 한 달에 1번 이상 하는 것으로 응답한 청소년들에게 최근 한 달 동안 소셜미디어에 한 포스팅 주제에 대하여 조사한 결과, 조사 항목으로 제시한 다양한 주제에 대해 골고루 포스팅하는 경향을 보였으며 친구/가족에 대해 포스팅한 경우가 16.2%로 가장 높게 나타났다. 그 다음으로는 연예인/TV프로그램(13.2%), 취미(12.7%), 유머(12.0%)에 대해 주로 포스팅하는 것으로 조사되었다. 기타답변으로는 게임, 종교, 아프리카tv, 포토샵, 요리정보, 만화, 프로필 사진, 팬카페, 일상생활이 있었다. 포스팅 주제에 대해서도 남녀 간의 차이가 나타났는데, 남자 청소년의 경우 유머(14.6%), 취미(14.0%)를 포스팅한 반면, 여자 청소년의 경우에는 친구/가족(19.4%), 연예인/TV프로그램(16.9%)에 대한 포스팅을 한다고 응답하였다. 교급별에 따라서는 중학생은 연예인/TV프로그램(16.4%)에 대한 응답률이 가장 높았으며 고등학생은 친구/가족(16.6%)에 관한 주제를 가장 많이 포스팅 했다.

표 III-15 최근 한달 간 소셜미디어 포스팅 주제(복수응답 가능)

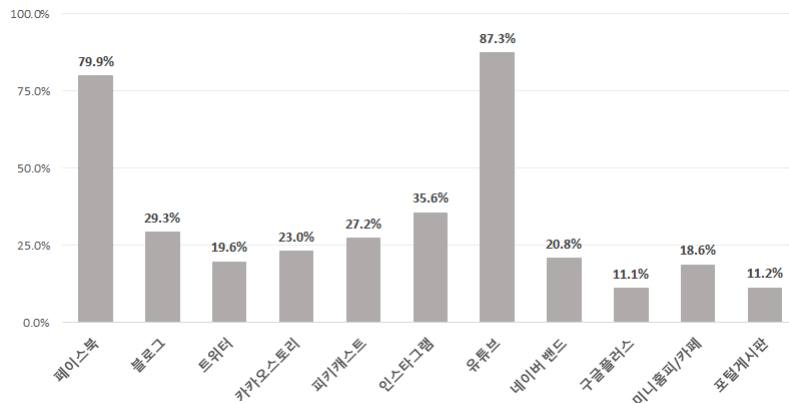
(%)

		정치	사회	경제	국제	스포츠	유머	학습/교육
전체		1.4	1.5	0.6	0.5	6.8	12.0	1.7
성별	남	2.3	2.2	1.0	1.2	13.2	14.6	1.8
	여	0.5	1.0	0.3	0.0	1.1	9.7	1.5
교급	중	1.1	1.4	0.5	0.4	7.6	13.1	1.4
	고	1.7	1.7	0.8	0.7	5.8	10.7	2.0

		연예인 /TV프로그램	여행	친구/가족	개인안부	이성교제 /관계	진로/취업	쇼핑 /제품정보
전체		13.2	4.3	16.2	5.6	3.4	2.1	3.4
성별	남	9.1	3.9	12.5	4.2	3.9	2.0	1.6
	여	16.9	4.6	19.4	6.9	2.9	2.1	5.0
교급	중	16.4	3.6	15.8	4.7	2.9	1.6	3.4
	고	9.6	5.0	16.6	6.8	3.9	2.7	3.3
		개인적 고민	사회봉사 /참여	취미	학교생활	공연 /문화생활	기타	모름 /무응답
전체		3.0	0.4	12.7	4.8	4.4	1.5	0.6
성별	남	2.4	0.4	14.0	3.7	2.9	2.3	0.9
	여	3.5	0.4	11.5	5.7	5.7	1.1	0.3
교급	중	2.6	0.4	12.3	4.8	3.3	1.9	0.7
	고	3.5	0.4	13.1	4.7	5.5	1.3	0.4

마. 소셜미디어 사용 빈도

최근 한 달 동안 일주일 평균 소셜미디어를 얼마나 자주 사용했는지에 대해 조사한 결과, 유튜브를 사용하는 비율이 87.3로 조사 항목인 11가지 소셜미디어 중 사용률이 가장 높은 것으로 나타났다(【그림 III-1】 참고). 다음으로 청소년이 많이 사용하고 있는 소셜미디어는 페이스북(79.9%), 인스타그램(35.6%), 블로그(29.3%)로 조사되었다. 이 외에 기타 답변으로는 다음소셜넷, 어라운드, 미미박스, 디시인사이드, 웃긴대학, 아프리카tv 등이 있었다.



【그림 III-1】 일주일 평균 소셜미디어 사용 비율

이용 횟수를 보면 일주일에 7회 이상인 경우가 가장 높은 비율을 차지하고 있는 소셜미디어는 페이스북(44%)인 것으로 나타났다. 사용 비율이 가장 높은 유튜브의 경우에는 거의 매일 이용한다고 응답한 경우는 26.1%로 페이스북 다음으로 이용 빈도가 높은 소셜미디어인 것으로 조사되었다. 성별에 따라 살펴보면 여학생(51.7%)이 남학생(20.4%)에 비해 인스타그램 사용 비율이 높은 것으로 나타났으며, 교급별로 살펴보면 중학생(36.1%)이 고등학생(8.4%)에 비해 카카오토티를 많이 사용하는 것으로 조사되었다.

표 III-16 일주일 평균 소셜미디어 사용 빈도

(%)

	전혀 안함	일주일에 1회 미만	일주일에 1~2회	일주일에 3~4회	일주일에 5~6회	일주일에 7회 이상인 경우			모름 /무응답		
						하루에 1~2회	하루에 3~4회	하루에 5회 이상			
페이스북	전체	19.7	6.3	6.3	8.2	15.0	8.9	13.2	21.9	0.3	
	성별	남	18.4	6.3	7.2	9.2	18.1	9.4	12.8	18.2	0.3
		여	21.1	6.2	5.3	7.2	11.9	8.5	13.7	25.7	0.3
	교급	중	21.4	6.3	6.6	9.4	14.7	8.0	12.3	20.8	0.4
고		17.8	6.2	5.8	6.8	15.5	10.1	14.3	23.2	0.3	
블로그	전체	69.5	12.5	7.7	3.5	1.9	1.9	0.8	0.9	1.2	
	성별	남	70.6	12.1	7.1	3.6	2.0	2.0	0.6	0.9	1.1
		여	68.3	12.8	8.3	3.5	1.9	1.9	1.1	0.8	1.4
	교급	중	67.2	13.6	8.0	3.9	1.7	2.0	1.2	1.1	1.3
고		72.2	11.2	7.3	3.0	2.2	1.8	0.5	0.6	1.1	
트위터	전체	79.8	7.0	4.2	2.6	1.3	1.5	1.1	2.1	0.6	
	성별	남	87.5	5.5	2.7	1.1	0.7	0.9	0.2	0.8	0.5
		여	71.9	8.6	5.6	4.1	1.8	2.0	2.0	3.3	0.7
	교급	중	77.9	7.3	4.6	3.2	1.5	1.5	1.4	1.9	0.6
고		82.0	6.6	3.7	1.8	1.0	1.4	0.7	2.2	0.6	
카카오 스토리	전체	76.5	9.4	5.1	2.9	1.8	1.1	1.1	1.7	0.5	
	성별	남	77.4	8.8	6.5	3.0	1.5	1.2	0.6	0.4	0.6
		여	75.6	9.9	3.7	2.8	2.0	0.8	1.6	3.1	0.4
	교급	중	63.9	14.0	7.8	4.6	3.0	1.9	1.5	2.7	0.7
고		91.6	3.9	1.8	0.9	0.3	0.1	0.6	0.6	0.3	

	전혀 안함	일주일에 1회 미만	일주일에 1~2회	일주일에 3~4회	일주일에 5~6회	일주일에 7회 이상인 경우			모름 /무응답	
						하루에 1~2회	하루에 3~4회	하루에 5회 이상		
피키 캐스트	전체	72.5	5.8	5.5	4.7	3.0	3.8	2.2	2.1	0.3
	성별									
	남	81.2	4.8	4.1	3.4	1.7	2.3	1.2	1.0	0.2
	여	63.7	6.8	7.0	6.0	4.2	5.3	3.2	3.3	0.3
인스타 그램	교급									
	중	73.8	5.5	5.6	4.3	3.2	3.1	1.9	2.2	0.4
	고	70.9	6.2	5.4	5.2	2.8	4.7	2.5	2.1	0.2
	전체	64.1	8.9	7.3	7.1	3.8	3.6	1.9	3.0	0.3
유튜브	성별									
	남	79.6	7.7	4.2	3.1	1.7	1.5	0.5	1.5	0.2
	여	48.3	10.1	10.5	11.1	6.0	5.8	3.3	4.6	0.3
	전체	64.2	9.8	7.0	7.0	3.5	3.4	1.9	2.6	0.5
네이버 밴드	고	64.0	7.8	7.7	7.1	4.2	3.9	1.8	3.5	0.0
	전체	11.8	10.0	18.0	19.3	13.9	10.1	8.1	7.9	0.8
	성별									
	남	13.9	8.3	18.1	18.3	14.7	10.0	7.1	8.7	0.9
유튜브	여	9.8	11.7	17.9	20.4	13.0	10.3	9.1	7.1	0.8
	중	8.3	9.0	15.7	20.2	14.9	11.3	9.6	10.1	0.8
	고	16.1	11.2	20.8	18.3	12.6	8.8	6.2	5.3	0.8
	전체	78.6	10.5	5.7	2.1	1.1	0.7	0.3	0.4	0.6
네이버 밴드	성별									
	남	78.7	10.6	4.7	2.2	1.5	1.0	0.3	0.5	0.3
	여	78.4	10.4	6.7	1.9	0.8	0.4	0.3	0.3	0.8
	중	78.1	10.2	6.3	1.9	1.4	0.8	0.4	0.5	0.5
네이버 밴드	고	79.2	10.9	5.0	2.2	0.8	0.6	0.3	0.3	0.7

	전혀 안함	일주일에 1회 미만	일주일에 1~2회	일주일에 3~4회	일주일에 5~6회	일주일에 7회 이상인 경우			모름 /무응답
						하루에 1~2회	하루에 3~4회	하루에 5회 이상	
구글 플러스	전체	5.0	2.9	0.9	0.9	0.7	0.3	0.3	0.5
	성별								
	남	5.4	3.2	1.0	1.0	0.8	0.4	0.6	0.3
	여	4.5	2.6	0.8	0.8	0.6	0.3	0.1	0.6
미니홈피 /카페	성별								
	중	5.9	3.2	0.9	0.9	0.8	0.4	0.6	0.6
	고	3.8	2.6	0.8	0.9	0.6	0.3	0.0	0.3
	전체	5.9	4.6	2.4	2.2	1.4	0.8	1.2	0.3
포털 게시판 (이코라, 네이트판)	성별								
	남	5.4	4.8	2.2	1.8	1.2	0.5	1.0	0.1
	여	6.5	4.4	2.6	2.5	1.7	1.2	1.4	0.5
	전체	6.6	4.6	2.5	2.4	1.2	1.0	1.1	0.5
기타	성별								
	남	5.1	4.6	2.3	1.9	1.7	0.6	1.3	0.1
	여	4.2	2.2	1.7	1.2	0.7	0.5	0.7	0.4
	전체	4.2	2.2	0.9	0.7	0.3	0.1	0.4	0.2
기타	성별								
	남	5.8	3.6	2.5	1.8	1.1	0.9	1.0	0.7
	여	4.1	1.9	2.0	1.1	0.6	0.5	0.6	0.5
	전체	4.2	2.7	1.3	1.4	0.8	0.6	0.8	0.3
기타	성별								
	남	13.3	10.0	13.3	23.3	20.0	3.3	16.7	0.0
	여	15.4	7.7	23.1	15.4	23.1	7.7	7.7	0.0
	전체	11.8	11.8	5.9	29.4	17.6	0.0	23.5	0.0
기타	성별								
	남	7.1	7.1	7.1	42.9	7.1	0.0	28.6	0.0
	여	18.8	12.5	18.8	6.3	31.3	6.3	6.3	0.0
	전체	18.8	12.5	18.8	6.3	31.3	6.3	6.3	0.0

바. 소셜미디어 사용 시간

<표 III-17>은 청소년의 최근 한 달 동안 하루 평균 소셜미디어 사용 시간을 조사한 결과를 나타낸 것이다. 소셜미디어 사용 빈도 조사 결과 높은 비율로 나타난 유튜브와 페이스북을 제외하고 다른 10가지 소셜미디어에 대한 이용시간은 하루 평균 30분 미만인 경우가 가장 많은 것으로 나타났다. 페이스북의 경우 하루 평균 2시간 이상 사용한다는 비율이 가장 높았으며, 유튜브는 하루 평균 30분 이상~1시간 미만이라고 응답한 비율이 가장 높았다. 성별에 따라 살펴보면, 남자 청소년의 경우 유튜브를 제외한 다른 11가지 소셜미디어에 대한 사용 시간이 하루 평균 30분 미만인 것으로 조사되었다. 여자 청소년의 경우에는 페이스북을 하루 평균 2시간 이상 사용한다는 비율이 남학생에 비해 높아, 여자 청소년이 페이스북을 보다 활발하게 사용하는 것으로 보인다. 교급에 따라 살펴보면, 중학생은 하루 평균 30분 미만 페이스북을 사용한다는 비율이 21.1%로 가장 높았던 반면 고등학생은 페이스북을 하루 평균 2시간 이상 사용하는 비율이 21.8%로 가장 높게 나타났다.

표 III-17 하루 평균 소셜미디어 사용 시간

(%)

	전혀 안함	30분 미만	30분 이상~ 1시간 미만	1시간 이상~ 1시간 30분 미만	1시간 30분 이상~ 2시간 미만	2시간 이상	모름 /무응답	
								전체
페이지 스북	전체	19.4	19.4	19.4	13.0	8.2	19.5	0.8
	남	18.4	22.3	21.7	13.7	7.4	15.8	0.7
	여	21.1	16.4	17.0	12.2	9.1	23.3	0.9
	중	21.4	21.1	20.2	11.0	7.9	17.6	0.8
	고	17.8	17.3	18.4	15.3	8.6	21.8	0.8
	전체	69.5	18.3	5.6	2.1	0.5	1.0	3.0
블로그	남	70.7	17.6	5.7	1.9	0.4	1.0	2.7
	여	68.3	19.1	5.6	2.3	0.5	0.9	3.2
	중	67.2	19.8	5.9	2.3	0.4	1.0	3.3
	고	72.3	16.5	5.3	1.8	0.6	0.9	2.6
	전체	79.9	11.9	3.1	1.6	0.5	1.6	1.4
	남	87.6	7.9	1.7	0.9	0.2	0.5	1.2
트위터	여	72.0	16.0	4.4	2.2	0.8	2.7	1.8
	중	77.9	12.7	3.8	1.5	0.6	1.4	2.0
	고	82.2	11.0	2.2	1.6	0.4	1.8	0.8
카카오 스토리	전체	76.6	16.1	2.9	1.1	0.9	1.3	1.1
	남	77.5	16.6	3.0	0.7	0.5	0.6	1.2
	여	75.6	15.5	2.9	1.4	1.3	2.0	1.3
	중	63.9	24.6	4.8	1.7	1.4	1.9	1.8
	고	91.7	5.8	0.7	0.4	0.3	0.6	0.6

		전혀 안함	30분 미만	30분 이상~ 1시간 미만	1시간 이상~ 1시간 30분 미만	1시간 30분 이상~ 2시간 미만	2시간 이상	모름 /무응답
피키 캐스트	전체	72.5	13.0	6.6	3.8	1.5	1.4	1.1
	성별							
	남	81.2	10.0	4.8	1.7	1.0	0.5	0.8
	여	63.7	16.1	8.5	5.9	2.0	2.4	1.4
	교급							
중	73.8	12.0	6.6	3.6	1.2	1.3	1.4	0.7
고	70.9	14.2	6.7	4.0	1.8	1.6	1.4	0.7
인스타 그램	전체	64.1	21.6	6.9	3.0	1.6	1.5	1.4
	성별							
	남	79.6	12.2	3.7	1.8	0.7	0.5	1.3
	여	48.3	31.2	10.1	4.2	2.4	2.5	1.4
	교급							
중	64.2	21.5	7.7	2.3	1.2	1.6	1.4	1.4
고	64.0	21.7	5.9	3.8	1.9	1.3	1.4	1.4
유튜브	전체	11.8	20.5	23.2	17.7	9.7	14.7	2.4
	성별							
	남	13.9	19.6	22.7	17.1	9.7	14.3	2.7
	여	9.8	21.3	23.6	18.3	9.7	15.2	2.1
	교급							
중	8.3	18.8	24.4	19.0	10.6	17.1	1.9	3.0
고	16.1	22.5	21.7	16.1	8.7	11.9	2.2	2.2
네이버 밴드	전체	78.8	15.8	1.8	0.9	0.3	0.3	2.2
	성별							
	남	79.0	14.8	1.9	1.0	0.4	0.5	2.3
	여	78.5	16.9	1.7	0.8	0.1	0.0	2.0
	교급							
중	78.2	15.9	1.7	1.0	0.2	0.2	2.9	1.4
고	79.5	15.8	1.9	0.7	0.4	0.3	2.9	1.4

	전체	진행 인함	30분 미만	30분 이상~ 1시간 미만	1시간 이상~ 1시간 30분 미만	1시간 30분 이상~ 2시간 미만	2시간 이상	모름 /무응답
구글 플러스	전체	88.5	7.2	1.5	0.5	0.5	0.4	1.4
	남	87.4	8.2	1.6	0.7	0.6	0.4	1.2
	여	89.7	6.3	1.4	0.3	0.4	0.3	1.6
	중	86.7	8.6	1.2	0.7	0.5	0.5	1.9
	고	90.8	5.6	1.8	0.2	0.6	0.3	0.8
미니 홈피 /카페	전체	81.3	9.7	3.7	1.5	0.7	1.4	1.8
	남	83.3	9.2	3.2	1.0	0.3	1.1	1.9
	여	79.2	10.1	4.2	2.0	1.0	1.7	1.8
	중	80.2	10.0	3.9	1.5	0.5	1.3	2.5
	고	82.5	9.3	3.5	1.4	0.8	1.5	1.0
포털 게시판 (아고라, 네이트판)	전체	88.4	6.1	2.6	1.1	0.3	0.6	0.9
	남	94.1	3.2	0.9	0.7	0.3	0.4	0.3
	여	82.6	8.9	4.3	1.6	0.3	0.8	1.4
	중	88.7	5.6	2.6	1.4	0.0	0.5	1.2
	고	88.0	6.6	2.6	0.8	0.6	0.7	0.6
기타	전체	0.0	20.7	24.1	24.1	3.4	27.6	0.0
	남	0.0	30.8	23.1	23.1	7.7	15.4	0.0
	여	0.0	12.5	25.0	25.0	0.0	37.5	0.0
	중	0.0	7.7	23.1	23.1	0.0	46.2	0.0
	고	0.0	31.3	25.0	25.0	6.3	12.5	0.0

## 2) 소셜미디어의 활용

### (1) 소셜미디어의 기능적 혜택

소셜미디어의 기능적 혜택은 학업, 정보, 의사소통, 관계형성, 사회참여, 이슈제공과 관련한 기능에 대한 문항으로 이루어진 총 20문항에 대해 5점 척도(1=전혀동의하지않는다, 5=매우동의한다)로 측정하였다. 각 문항에 대한 응답비율은 다음의 표에 나타난 바와 같다.

**표 III-18** 소셜미디어의 기능적 혜택 - 학업/ 정보 관련 혜택

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름 /무응답	
학습/학업 관련 정보를 습득 할 수 있다	전체	5.6	8.0	44.1	32.6	9.7	0.0	
	성별	남	7.6	9.0	47.5	28.0	7.8	0.1
		여	3.5	6.9	40.4	37.5	11.7	0.0
	교급	중	5.5	8.5	44.3	30.1	11.6	0.1
		고	5.7	7.4	43.8	35.6	7.5	0.0
학습/학업 이외의 유익한 정보를 습득 할 수 있다	전체	4.3	5.4	33.2	40.9	16.2	0.0	
	성별	남	6.0	6.0	36.0	37.7	14.3	0.0
		여	2.4	4.7	30.2	44.3	18.2	0.1
	교급	중	4.3	5.8	34.9	38.0	16.9	0.1
		고	4.2	5.0	31.2	44.4	15.3	0.0
정보탐색시간을 절약 할 수 있다	전체	4.4	8.3	34.1	36.6	16.6	0.2	
	성별	남	6.0	8.7	35.7	34.6	15.1	0.0
		여	2.7	7.9	32.3	38.7	18.2	0.3
	교급	중	4.1	7.5	34.3	34.9	19.1	0.2
		고	4.7	9.3	33.8	38.6	13.5	0.1
신속하게 정보를 전달 할 수 있다	전체	2.6	2.1	24.3	43.7	27.4	0.0	
	성별	남	4.0	2.5	27.1	41.6	24.8	0.1
		여	1.2	1.6	21.2	45.9	30.1	0.0
	교급	중	2.5	2.2	25.1	41.0	29.2	0.0
		고	2.7	1.9	23.3	46.9	25.1	0.1

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름 /무응답	
지식의 심화와 확장을 도울 수 있다	전체	4.5	10.4	46.4	28.2	10.2	0.3	
	성별	남	5.8	10.8	45.9	27.2	9.9	0.4
		여	3.0	10.0	47.1	29.2	10.4	0.2
	교급	중	4.0	9.5	46.9	27.0	12.2	0.3
		고	5.0	11.6	45.8	29.6	7.7	0.3

<표 III-18>을 보면, 소셜미디어의 기능적 혜택 중에서도 학업/정보 습득에 관한 문항에 대해 전체적으로 '보통이다', '동의한다'의 응답률이 높은 것으로 나타났다. 그 중에서도 '신속하게 정보를 전달 할 수 있다'에 대해서 '동의한다'와 '매우 동의한다'의 비율이 각각 43.7%, 27.4%로 나타나 이 문항에 대해 청소년의 71.1%가 긍정적으로 응답하였다.. 성별에 따라 살펴보면, 학업/정보 관련 혜택에 대한 문항에 대해서 남자 청소년이 여자 청소년에 비해 부정적으로 응답한 비율이 약간 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, 각 문항에 대해 매우 동의한다는 비율은 중학생이 고등학생에 비해 다소 높은 것으로 조사되었다.

표 III-19 소셜미디어의 기능적 혜택 - 의사소통/ 관계형성 관련 혜택

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름 /무응답	
의사소통이 편리하다	전체	1.9	2.6	21.9	40.2	33.4	0.1	
	성별	남	3.1	3.6	24.9	39.8	28.5	0.0
		여	0.6	1.4	18.6	40.6	38.6	0.2
	교급	중	1.4	2.3	20.6	37.6	37.9	0.1
		고	2.6	2.8	23.4	43.3	27.8	0.1
새로운 시각이 확장될 수 있으며, 타인의 의견을 파악할 수 있다	전체	2.7	5.3	33.4	40.7	17.9	0.0	
	성별	남	4.0	6.2	36.2	38.4	15.2	0.1
		여	1.3	4.4	30.3	43.1	20.9	0.0
	교급	중	2.4	5.4	34.8	38.2	19.1	0.0
		고	3.0	5.2	31.6	43.6	16.5	0.1

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름 /무응답	
새로운 관계를 형성할 수 있고, 사람을 사귀거나 인맥을 확장시킬 수 있다	전체	4.3	8.5	33.7	36.0	17.4	0.0	
	성별	남	5.7	8.4	33.2	36.4	16.2	0.0
		여	2.9	8.6	34.3	35.5	18.6	0.1
	교급	중	3.5	7.0	32.6	36.1	20.8	0.1
		고	5.4	10.4	35.1	35.9	13.2	0.0
기존에 알고 있던 친구관계를 강화시킬 수 있다	전체	3.5	8.7	37.5	34.8	15.3	0.1	
	성별	남	4.6	7.8	37.1	35.0	15.3	0.1
		여	2.3	9.7	37.8	34.6	15.3	0.2
	교급	중	2.8	6.0	33.7	37.7	19.6	0.2
		고	4.5	12.1	42.0	31.4	10.1	0.0

의사소통/ 관계형성에 관한 문항에 대한 결과를 정리한 <표 III-19>를 보면, 전체적으로 ‘동의한다’, ‘매우 동의한다’의 응답률이 높은 것으로 나타났다. 그 중에서도 ‘의사소통이 편리하다’에 대해서 ‘동의한다’와 ‘매우 동의한다’의 비율이 각각 40.2%, 33.4%로 나타나 이 문항에 대해 청소년의 73.6%가 긍정적으로 응답하였다.. 성별에 따라 살펴보면, 의사소통/ 관계형성 관련 혜택에 대한 문항에 대해서도 남자 청소년이 여자 청소년에 비해 부정적으로 응답한 비율이 약간 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, 각 문항에 대해 매우 동의한다는 비율은 중학생이 고등학생에 비해 다소 높은 것으로 조사되었다.

**표 III-20** 소셜미디어의 기능적 혜택 - 개인의 감정/ 고민 관련 혜택

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름 /무응답	
나의 영향력을 확인할 수 있다	전체	6.6	13.0	48.6	24.0	7.7	0.1	
	성별	남	7.8	11.9	46.3	25.9	8.0	0.1
		여	5.4	14.1	51.0	21.9	7.4	0.2
	교급	중	5.4	10.9	47.8	25.5	10.2	0.1
		고	8.1	15.5	49.5	22.1	4.7	0.1

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름 /무응답	
나의 감정 및 의견을 표출 할 수 있다	전체	5.3	9.4	42.0	32.2	11.0	0.1	
	성별	남	6.0	8.7	42.2	33.1	10.1	0.0
		여	4.5	10.2	41.8	31.3	12.0	0.2
	교급	중	4.0	7.8	41.8	32.4	13.8	0.1
		고	6.9	11.3	42.2	32.0	7.5	0.0
나의 고민을 해결할 수 있다	전체	10.9	20.0	41.8	20.1	7.0	0.1	
	성별	남	12.2	18.0	42.6	20.6	6.5	0.1
		여	9.5	22.2	41.0	19.6	7.6	0.1
	교급	중	8.3	16.6	42.8	23.1	9.1	0.1
		고	14.1	24.3	40.6	16.5	4.5	0.0

소셜미디어의 기능적 혜택 중 개인의 감정/ 고민해결에 관한 문항에 대해서는 이전에 제시했던 학업/ 정보 관련 혜택 및 의사소통/ 관계형성 관련 혜택에 비하여 전체적으로 '보통이다', '동의한다'의 응답률이 낮은 것으로 나타났다. 그 중에서도 '나의 고민을 해결할 수 있다'에 대해서 '전혀 동의하지 않는다'와 '동의하지 않는다'를 합한 '부정적인 응답'과 '매우 동의한다'와 '동의한다'를 합한 '긍정적인 응답'의 비율이 각각 30.9%, 27.1%로 나타나 이 문항에 대해서는 부정적인 경향이 조금 더 높게 나타났다. 성별에 따라 살펴보면, 남녀 모두 나의 감정 및 의견을 표출 할 수 있다에 대해 가장 긍정적으로 응답하였으며 감정/ 고민해결 관련 혜택에 대한 문항에 대해서도 남자 청소년이 여자 청소년에 비해 부정적으로 응답한 비율이 약간 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, 각 문항에 대해 매우 동의한다는 비율은 중학생이 고등학생에 비해 높은 것으로 조사되었다.

표 III-21 소셜미디어의 기능적 혜택 - 여가/ 사회 참여 관련 혜택

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름 /무응답	
다른 사람의 일상을 관전하거나 엿볼 수 있다	전체	7.9	11.6	39.3	31.0	10.0	0.2	
	성별	남	10.2	13.4	40.2	27.3	8.8	0.1
		여	5.5	9.8	38.3	34.9	11.3	0.2
	교급	중	8.4	14.0	39.2	27.1	11.1	0.1
		고	7.4	8.7	39.3	35.6	8.7	0.2
시간을 때우거나 노닥거릴 수 있다	전체	2.8	3.6	23.6	37.7	32.2	0.2	
	성별	남	4.4	4.7	28.4	35.0	27.3	0.2
		여	1.0	2.3	18.4	40.5	37.6	0.2
	교급	중	3.1	4.2	25.3	36.1	30.9	0.4
		고	2.4	2.8	21.4	39.5	33.8	0.0
사회적 이슈에 대한 여론을 형성할 수 있다	전체	4.6	7.2	39.5	32.8	15.8	0.2	
	성별	남	6.4	8.5	42.5	28.3	14.1	0.1
		여	2.6	5.9	36.3	37.6	17.5	0.2
	교급	중	5.2	8.3	41.1	30.3	14.8	0.3
		고	3.9	6.0	37.5	35.7	16.9	0.0
사회 참여/활동/ 봉사를 할 수 있다	전체	7.5	15.6	46.5	22.8	7.5	0.0	
	성별	남	9.4	15.5	47.0	21.8	6.3	0.0
		여	5.5	15.6	46.0	23.9	8.9	0.1
	교급	중	7.3	15.0	46.7	22.5	8.3	0.1
		고	7.7	16.2	46.3	23.2	6.6	0.0

소셜미디어의 여가/ 사회 참여에 관한 혜택에 대해 전체적으로 '동의한다'의 응답률이 높은 것으로 나타났다. 그 중에서도 '시간을 때우거나 노닥거릴 수 있다'에 대해서 '동의한다'와 '매우 동의한다'의 비율이 각각 37.7%, 32.2%로 나타나 이 문항에 대해 청소년의 69.9%가 긍정적으로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, 여가/ 사회 참여 관련 혜택에 대한 문항에 대해서도 남자 청소년이 여자 청소년에 비해 부정적으로 응답한 비율이 약간 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, 여가/ 사회 참여에 관한 문항은 이전과는 달리 각 문항에 대해 '동의한다', '매우 동의한다'에 응답한 비율이 고등학생이 중학생에 비해 높은 것으로 조사되었다.

표 III-22 소셜미디어의 기능적 혜택 - 이슈 제공 관련 혜택

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름 /무응답	
자료의 보존 및 기록을 할 수 있다	전체	4.7	5.8	38.1	34.8	16.4	0.2	
	성별	남	6.0	6.9	40.9	31.7	14.4	0.1
		여	3.4	4.6	35.1	38.1	18.6	0.3
	교급	중	4.8	6.5	39.8	32.0	16.7	0.2
		고	4.6	5.0	36.1	38.1	16.0	0.2
오프라인 친구들과 대화할 화제 및 이슈를 제공한다	전체	4.4	6.7	36.8	37.0	15.1	0.1	
	성별	남	5.5	7.9	40.3	35.2	11.1	0.0
		여	3.1	5.4	32.9	39.0	19.4	0.2
	교급	중	4.2	6.6	37.7	35.1	16.2	0.1
		고	4.5	6.9	35.6	39.2	13.6	0.1
우리사회의 주요 이슈/문제를 파악할 수 있다	전체	4.4	5.3	34.2	37.0	18.9	0.2	
	성별	남	5.5	6.5	37.8	34.1	16.0	0.1
		여	3.1	4.0	30.4	40.2	22.1	0.2
	교급	중	4.9	5.8	37.8	32.9	18.5	0.1
		고	3.8	4.7	29.8	42.1	19.5	0.2
취미 및 동호회를 운영할 수 있다	전체	6.9	9.3	44.7	27.7	11.2	0.0	
	성별	남	8.2	9.6	43.2	28.3	10.8	0.0
		여	5.5	9.1	46.4	27.1	11.7	0.1
	교급	중	6.8	10.4	44.5	26.5	11.8	0.1
		고	7.1	8.1	45.0	29.3	10.5	0.0

마지막으로 소셜미디어의 기능적 혜택 중에서도 이슈 제공에 관한 문항에 대해서도 전체적으로 '동의한다'의 응답률이 높은 것으로 나타났다. 그 중에서도 '우리 사회의 주요 이슈/문제를 파악할 수 있다'에 대해서 '동의한다'와 '매우 동의한다'의 비율이 각각 37.0%, 18.9%로 나타나 이 문항에 대해 청소년의 55.9%가 긍정적으로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, 이슈 제공 관련 혜택에 대한 문항에 대해서도 남자 청소년이 여자 청소년에 비해 부정적으로 응답한

비율이 약간 높게 나타났다. 이슈 제공에 관한 문항에서는 교급별 차이가 두드러지게 나타나지는 않았다.

(2) 소셜미디어의 심리적 혜택

소셜미디어의 심리적 혜택을 측정하기 위하여 나는 소셜미디어를 통해 ‘심리적 안정감을 느낄 수 있다’, ‘기분전환 및 즐거워진다’, ‘우월감 및 자존감이 높아진다’, ‘동질감 및 동료의식이 높아진다’, ‘스트레스가 해소된다’, ‘개성 및 차이를 확인할 수 있다’, ‘공감대를 형성할 수 있다’, ‘일상탈출 및 현실도피를 할 수 있다’, ‘만족감 및 카타르시스를 느끼게 된다’, ‘사회적 연대를 형성하게 된다’ 등 10가지 항목을 5점 척도(1=전혀동의하지않는다, 5=매우동의한다)로 측정하였다. 각 문항에 대한 응답비율은 다음의 표에 나타난 바와 같다.

**표 III-23** 소셜미디어의 심리적 혜택 - 심리적 안정감을 느낄 수 있다.

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
전체		10.0	18.6	49.3	17.7	4.4
성별	남	11.7	18.7	47.9	17.1	4.6
	여	8.2	18.5	50.8	18.3	4.2
교급	중	8.2	17.0	50.7	18.5	5.6
	고	12.3	20.5	47.7	16.7	2.8

조사응답 청소년들은 ‘소셜미디어를 통해 심리적 안정감을 느낄 수 있다’는 문항에 ‘보통이다’ 49.3%, ‘전혀동의하지않는다’ 10.0%, ‘동의하지 않는다’ 18.6%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, ‘전혀동의하지않는다’와 ‘동의하지 않는다’ 응답의 합이 남학생은 30.4%, 여학생은 26.7%로 남학생이 더 동의하지 않는 것으로 나타났다. 현재 상태에 따라 살펴보면, ‘전혀동의하지않는다’와 ‘동의하지 않는다’ 응답의 합이 중학생은 25.2%, 고등학생은 32.7%로 고등학생이 더 동의하지 않는 것으로 나타났다.

표 III-24 소셜미디어의 심리적 혜택 - 기분전환 및 즐거워진다

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
전체		4.9	5.1	32.0	44.3	13.6
성별	남	7.0	6.0	35.2	40.3	11.4
	여	2.7	4.1	28.7	48.6	16.0
교급	중	3.6	4.9	33.7	42.1	15.7
	고	6.5	5.3	30.1	47.0	11.1

조사응답 청소년들은 '소셜미디어를 통해 '기분전환 및 즐거워진다'는 문항에 '동의한다' 44.3%, '매우동의한다' 13.6%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '매우동의한다'와 '동의한다' 응답의 합이 남학생은 51.8%, 여학생은 64.6%로 여학생이 더 동의하는 것으로 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '매우동의한다'와 '동의한다' 응답의 합이 중학생은 57.8%, 고등학생은 58.1%로 고등학생이 더 동의하는 것으로 나타났다.

표 III-25 소셜미디어의 심리적 혜택 - 우월감 및 자존감이 높아진다

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름 /무응답
전체		15.1	28.3	44.8	8.3	3.4	0.1
성별	남	16.7	24.9	45.4	9.1	3.8	0.1
	여	13.4	32.0	44.1	7.5	2.9	0.1
교급	중	12.9	24.9	47.3	10.1	4.6	0.2
	고	17.7	32.5	41.7	6.2	1.9	0.0

'소셜미디어를 통해'우월감 및 자존감이 높아진다'는 문항에 대한 응답률은 '전혀 동의하지 않는다' 15.1%, '동의하지않는다' 28.3%였다. 성별에 따라 살펴보면, '전혀 동의하지 않는다'와 '동의하지않는다' 응답의 합이 남학생은 41.6%, 여학생은 45.5%로 여학생이 더 동의하는 것으로

나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '전혀동의하지 않는다'와 '동의하지 않는다' 응답의 합이 중학생은 37.9%, 고등학생은 50.2%로 고등학생이 더 동의하지 않는 것으로 나타났다.

**표 III-26** 소셜미디어의 심리적 혜택 - 동질감 및 동료의식이 높아진다

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름 /무응답
전체		10.1	15.9	45.7	22.0	6.0	0.2
성별	남	12.0	15.5	45.8	20.3	6.2	0.1
	여	8.0	16.4	45.7	23.9	5.9	0.2
교급	중	8.3	14.1	46.3	23.9	7.1	0.2
	고	12.3	18.2	45.1	19.7	4.7	0.1

소셜미디어의 심리적 혜택 중 '소셜미디어를 통해 '동질감 및 동료의식이 높아진다'는 문항에는 '보통이다' 45.7%, '동의한다' 22.0%, '매우동의한다' 6.0%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '매우동의한다'와 '동의한다' 응답의 합이 남학생은 26.6%, 여학생은 29.8%로 여학생이 더 동의하는 것으로 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '매우동의한다'와 '동의한다' 응답의 합이 중학생은 22.5%, 고등학생은 30.4%로 고등학생이 더 동의하는 것으로 나타났다.

**표 III-27** 소셜미디어의 심리적 혜택 - 스트레스가 해소된다.

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
전체		7.1	9.7	38.8	32.7	11.7
성별	남	9.0	9.6	38.3	31.4	11.6
	여	5.0	9.8	39.4	34.1	11.8
교급	중	5.6	8.6	37.8	34.2	13.8
	고	8.9	11.1	40.1	30.8	9.1

조사응답 청소년들은 '소셜미디어를 통해 '스트레스가 해소된다'는 문항에 '동의한다' 32.7%, '매우동의한다' 11.7%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '매우동의한다'와 '동의한다' 응답의 합이 남학생은 43.0%, 여학생은 45.9%로 여학생이 더 동의하는 것으로 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '매우동의한다'와 '동의한다' 응답의 합이 중학생은 48.1%, 고등학생은 39.9%로 중학생이 더 동의하는 것으로 나타났다.

표 III-28 소셜미디어의 심리적 혜택 - 개성 및 차이를 확인할 수 있다

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름/무응답
전체		6.0	7.2	42.2	34.8	9.8	0.1
성별	남	8.0	8.0	42.9	31.7	9.3	0.1
	여	3.8	6.4	41.4	38.0	10.4	0.1
교급	중	5.2	6.6	44.0	33.0	11.1	0.1
	고	6.9	8.0	40.0	36.9	8.2	0.0

조사응답 청소년들은 '소셜미디어를 통해 '개성 및 차이를 확인할 수 있다'는 문항에 '동의한다' 34.8, '매우동의한다' 9.8%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '매우동의한다'와 '동의한다' 응답의 합이 남학생은 41.0%, 여학생은 48.4%로 여학생이 더 동의하는 것으로 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '전혀동의하지 않는다'와 '동의하지 않는다' 응답의 합이 중학생은 44.1%, 고등학생은 45.2%로 고등학생이 더 동의하는 것으로 나타났다.

표 III-29 소셜미디어의 심리적 혜택 - 공감대를 형성할 수 있다

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름/무응답
전체		4.1	3.8	31.3	45.4	15.4	0.0
성별	남	2.1	2.3	27.1	50.8	17.6	0.1
	여	4.1	3.8	31.3	45.4	15.4	0.0

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름/무응답
교급	중	3.5	3.2	32.7	43.3	17.3	0.1
	고	5.0	4.5	29.6	48.0	13.0	0.0

조사응답 청소년들은 '소셜미디어를 통해 '공감대를 형성할 수 있다'는 문항에 '동의한다' 45.4%, '매우동의한다' 15.4%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '매우동의한다'와 '동의한다' 응답의 합이 남학생은 53.6%, 여학생은 68.5%로 여학생이 더 동의하는 것으로 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '매우동의한다'와 '동의한다' 응답의 합이 중학생은 60.6%, 고등학생은 61.0%로 고등학생이 더 동의하는 것으로 나타났다.

**표 III-30** 소셜미디어의 심리적 혜택 - 일상탈출 및 현실도피를 할 수 있다

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
전체		13.9	20.8	39.9	18.1	7.2
성별	남	16.5	19.8	41.7	15.2	6.9
	여	11.2	21.9	38.0	21.3	7.6
교급	중	12.9	20.5	41.1	17.5	8.0
	고	15.2	21.3	38.5	18.9	6.3

조사응답 청소년들은 '소셜미디어를 통해 '일상탈출 및 현실도피를 할 수 있다'는 문항에 '보통이다' 39.0%, '동의하지 않는다' 20.8%, '전혀동의하지 않는다' 13.9%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '전혀동의하지 않는다'와 '동의하지 않는다' 응답의 합이 남학생은 36.3%, 여학생은 33.1%로 남학생이 더 동의하지 않는 것으로 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '전혀동의하지 않는다'와 '동의하지 않는다' 응답의 합이 중학생은 33.4%, 고등학생은 36.4%로 고등학생이 더 동의하지 않는 것으로 나타났다.

표 III-31 소셜미디어의 심리적 혜택 - 만족감 및 카타르시스를 느끼게 된다

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
전체		12.3	19.5	48.3	15.3	4.5
성별	남	13.8	16.7	49.5	15.0	4.9
	여	10.8	22.6	47.1	15.6	4.0
교급	중	10.6	18.2	50.0	15.6	5.6
	고	14.5	21.2	46.3	14.9	3.2

조사응답 청소년들은 '소셜미디어를 통해 '만족감 및 카타르시스를 느끼게 된다'는 문항에 '보통이다' 48.3%, '동의하지 않는다' 19.5%, '전혀동의하지 않는다' 12.3%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '매우동의하지 않는다'와 '동의하지 않는다' 응답의 합이 남학생은 30.5%, 여학생은 33.3%로 여학생이 더 동의하지 않는 것으로 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '전혀동의하지 않는다'와 '동의하지 않는다' 응답의 합이 중학생은 28.8%, 고등학생은 35.6%로 고등학생이 더 동의하지 않는 것으로 나타났다.

표 III-32 소셜미디어의 심리적 혜택 -사회적 연대를 형성하게 된다

(%)

		전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다	모름 /무응답
전체		9.0	13.7	53.5	18.5	5.2	0.1
성별	남	10.8	13.7	53.9	16.2	5.3	0.1
	여	7.0	13.8	53.1	20.9	5.1	0.2
교급	중	8.0	13.5	54.8	17.4	5.9	0.2
	고	10.1	14.0	51.9	19.7	4.3	0.0

조사응답 청소년들은 '소셜미디어를 통해 '사회적 연대를 형성하게 된다'는 문항에 '보통이다' 53.5%, '동의한다' 18.5%, '매우동의한다' 5.2%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, 남학생은

‘전혀동의하지않는다’와 ‘동의하지않는다’의 합이 24.5%인 반면, 여학생은 ‘매우동의한다’와 ‘동의한다’ 응답의 합이 26.0%로 다르게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, 중학생은 ‘매우동의한다’와 ‘동의한다’ 응답의 합이 23.4%인 반면, 고등학생은 ‘전혀동의하지않는다’와 ‘동의하지 않는다’ 응답의 합이 24.1%로 다르게 나타났다.

### (3) 소셜미디어에 대한 부정적인 인식

소셜미디어에 대한 부정적인 인식을 측정하기 위하여 소셜미디어를 통하여 ‘폭력적인 콘텐츠에 대한 접근’, ‘선정적인 콘텐츠에 대한 접근’, ‘유행어/욕설/속어/은어에 대한 학습’, ‘사생활 침해’, ‘유언비어 생산 및 확산’ 시키는지 등 5가지 항목을 5점 척도(1=전혀그렇지않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다. 각 문항에 대한 응답비율은 다음의 표에 나타난 바와 같다.

**표 III-33** 소셜미디어에 대한 부정적인 인식 - 폭력적인 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
전체		8.1	10.7	32.2	35.0	13.9
성별	남	9.9	11.7	32.6	32.3	13.5
	여	6.3	9.6	31.9	37.9	14.3
교급	중	11	12.4	34.9	29.9	11.9
	고	4.6	8.7	29.0	41.3	16.4

‘소셜미디어를 통해 폭력적인 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있다’는 문항의 응답률은 ‘그렇다’ 35.0%, ‘매우그렇다’ 13.9%였다. 성별에 따라 살펴보면, ‘그렇다’ 와 ‘매우그렇다’ 응답의 합이 남학생은 45.8%, 여학생은 52.2%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, ‘그렇다’와 ‘매우그렇다’ 응답의 합이 중학생은 41.8%, 고등학생은 57.7%로 고등학생이 더 높게 나타났다.

표 III-34 소셜미디어에 대한 부정적인 인식 - 선정적인 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 / 무응답
전체		7.2	10.9	33.2	32.0	16.6	0.0
성별	남	9.4	10.5	34.7	30.2	15.1	0.1
	여	4.9	11.3	31.7	33.9	18.2	0.0
교급	중	9.9	12.8	36.8	26.7	13.9	0.0
	고	4.0	8.7	29.0	38.5	19.8	0.1

조사응답 청소년들은 '소셜미디어를 통해 선정적인 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있다'는 문항에 '그렇다' 32.0%, '매우그렇다' 16.6%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 남학생은 45.3%, 여학생은 52.1%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 중학생은 40.6%, 고등학생은 58.3%로 고등학생이 더 높게 나타났다.

표 III-35 소셜미디어에 대한 부정적인 인식 - 유행어, 욕설, 속어, 은어를 배우게 된다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 / 무응답
전체		5.4	8.1	29.3	38.4	18.8	0.0
성별	남	7.8	9.2	30.8	34.2	18.0	0.1
	여	2.8	6.9	27.6	42.9	19.8	0.0
교급	중	6.7	8.2	32.5	33.9	18.6	0.0
	고	3.8	8.0	25.4	43.8	19.1	0.1

조사응답 청소년들은 '소셜미디어를 통해 유행어, 욕설, 속어, 은어를 배우게 된다'는 문항에 '그렇다' 38.4%, '매우그렇다' 18.8%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 남학생은 52.2%, 여학생은 62.7%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 중학생은 52.5%, 고등학생은 62.9%로 고등학생이 더 높게 나타났다.

**표 III-36** 소셜미디어에 대한 부정적인 인식 - 사생활 침해를 쉽게 받을 수 있다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
전체		6.7	12.7	32.8	32.9	14.8
성별	남	9.9	14.8	34.1	28.3	12.8
	여	3.2	10.5	31.4	37.9	16.9
교급	중	8.5	14.0	35.5	28.7	13.3
	고	4.5	11.2	29.6	38.1	16.6

조사응답 청소년들은 '소셜미디어를 통해 사생활 침해를 쉽게 받을 수 있다'는 문항에 '그렇다' 32.9%, '매우그렇다' 14.8%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 남학생은 41.1%, 여학생은 54.8%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 중학생은 42%, 고등학생은 54.7%로 고등학생이 더 높게 나타났다.

**표 III-37** 소셜미디어에 대한 부정적인 인식 - 유언비어가 생산 및 확산되기 쉽다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
전체		4.8	5.9	27.9	36.1	25.3
성별	남	7.5	6.9	29.4	32.6	23.7
	여	1.8	4.8	26.4	39.8	27.1
교급	중	6.1	6.8	32.6	32.3	22.2
	고	3.2	4.7	22.3	40.6	29.2

조사응답 청소년들은 '소셜미디어를 통해 유언비어가 생산 및 확산되기 쉽다'는 문항에 '그렇다' 36.1%, '매우그렇다' 25.3%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 남학생은 56.3%, 여학생은 66.9%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 중학생은 54.5%, 고등학생은 69.8%로 고등학생이 더 높게 나타났다.

#### (4) 소셜미디어에 대한 이용 능력

소셜미디어 이용 능력을 측정하기 위하여 나는 'SNS이용방법을 배우는 것에 어려움이 없다', 'SNS에서 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있다', 'SNS에서 나의 의견을 표현하고 주장하는데 어려움이 없다', 'SNS의 기능이 새로 추가되어도 적응하는데 어려움이 없다', 'SNS를 통해 다른 사용자와 커뮤니티나 그룹을 만들어 활동하는데 어려움이 없다', 'SNS를 통해 사람들과 교류하고 소통하는데 어려움이 없다', 'SNS상에서 나의 개인정보가 유출되는 것을 방지할 수 있다', 'SNS상에서 새로운 친구를 사귀는데 어려움이 없다' 등 8가지 항목을 5점 척도(1=전혀그렇지 않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다. 각 문항에 대한 응답비율은 다음의 표에 나타난 바와 같다.

표 III-38 소셜미디어 이용 능력 - SNS이용 방법을 배우는 것에 어려움이 없다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
전체		5.1	7.7	21.0	40.1	26.1
성별	남	6.6	8.4	22.8	36.7	25.6
	여	3.6	7.0	19.0	43.8	26.6
교급	중학교	5.3	6.9	21.7	38.0	28.1
	고등학교	5.0	8.7	20.1	42.6	23.7

조사응답 청소년들은 '나는 SNS 이용 방법을 배우는 것에 어려움이 없다'는 문항에 '그렇다' 40.1%, '매우그렇다' 26.1%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 남학생은 62.3%, 여학생은 70.4%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 중학생은 66.1%, 고등학생은 66.3%로 고등학생이 더 높게 나타났다.

**표 III-39** 소셜미디어 이용 능력 - SNS에서 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		2.6	4.0	26.7	42.8	23.9	0.0
성별	남	3.9	4.9	29.9	38.5	22.9	0.0
	여	1.2	3.1	23.3	47.4	24.9	0.1
교급	중학교	2.7	3.7	25.1	40.9	27.7	0.0
	고등학교	2.5	4.0	26.7	42.8	23.9	0.1

조사응답 청소년들은 '나는 SNS에서 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있다'는 문항에 '그렇다' 42.8%, '매우그렇다' 23.9%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 남학생은 61.4%, 여학생은 72.3%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 중학생은 68.6%, 고등학생은 66.7%로 중학생이 더 높게 나타났다.

**표 III-40** 소셜미디어 이용 능력 - SNS에서 나의 의견을 표현하고 주장하는데 어려움이 없다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		4.1	9.1	39.5	32.0	15.2	0.0
성별	남	5.7	7.6	39.7	31.7	15.2	0.0
	여	2.5	10.8	39.3	32.3	15.1	0.1
교급	중학교	3.6	8.3	38.0	32.0	18.1	0.1
	고등학교	4.8	10.2	41.3	32.0	11.7	0.0

조사응답 청소년들은 '나는 SNS에서 나의 의견을 표현하고 주장하는데 어려움이 없다'는 문항에 '그렇다' 32.0%, '매우그렇다' 15.2%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 남학생은 46.9%, 여학생은 47.4%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 중학생은 50.1%, 고등학생은 43.7%로 중학생이 더 높게 나타났다.

표 III-41 소셜미디어 이용 능력 - SNS의 기능이 새로 추가되어도 적응하는데 어려움이 없다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		3.3	5.9	28.3	41.1	21.3	0.1
성별	남	4.6	5.7	30.7	37.9	21.0	0.1
	여	1.9	6.1	25.6	44.6	21.7	0.1
교급	중학교	3.4	5.4	27.9	39.7	23.6	0.0
	고등학교	3.3	6.4	28.7	42.8	18.6	0.2

소셜미디어 이용 능력 중 '나는 SNS의 기능이 새로 추가되어도 적응하는데 어려움이 없다'는 문항에 '그렇다' 41.1%, '매우그렇다' 21.3%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 남학생은 58.9%, 여학생은 66.3%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 중학생은 63.3%, 고등학생은 61.4%로 중학생이 더 높게 나타났다.

표 III-42 소셜미디어 이용 능력 - SNS를 통해 다른 사용자와 커뮤니티/그룹을 만들어 활동하는 데 어려움이 없다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		4.5	8.3	37.9	33.9	15.2	0.2
성별	남	5.8	7.2	39.1	32.0	15.6	0.1
	여	3.0	9.5	36.5	35.9	14.9	0.2
교급	중학교	4.2	7.8	37.2	32.7	17.9	0.1
	고등학교	4.7	8.9	38.7	35.3	12.0	0.3

조사응답 청소년들은 '나는 SNS를 통해 다른 사용자와 커뮤니티나 그룹을 만들어 활동하는데 어려움이 없다'는 문항에 '그렇다' 33.9%, '매우그렇다' 15.2%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 남학생은 47.6%, 여학생은 50.8%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇다'와 '매우그렇다' 응답의 합이 중학생은 50.6%, 고등학생은 47.3%로 중학생이 더 높게 나타났다.

**표 III-43** 소셜미디어 이용 능력 - SNS를 통해 사람들과 교류/소통하는데 어려움이 없다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		3.3	5.3	33.6	39.6	18.0	0.2
성별	남	4.7	5.8	35.4	36.2	17.8	0.1
	여	1.8	4.9	31.6	43.3	18.2	0.2
교급	중학교	3.2	4.9	32.0	38.5	21.2	0.1
	고등학교	3.4	5.9	35.4	41.0	14.1	0.2

‘나는 SNS를 통해 사람들과 교류하고 소통하는데 어려움이 없다’는 문항의 응답률은 ‘그렇다’ 39.6%, ‘매우그렇다’ 18.0%였다. 성별에 따라 살펴보면, ‘그렇다’와 ‘매우그렇다’ 응답의 합이 남학생은 54%, 여학생은 61.5%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, ‘그렇다’와 ‘매우그렇다’ 응답의 합이 중학생은 59.7%, 고등학생은 55.1%로 중학생이 더 높게 나타났다.

**표 III-44** 소셜미디어 이용 능력 - SNS 상에서 나의 개인정보가 유출되는 것을 방지할 수 있다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		6.4	17.0	43.5	22.2	10.8	0.1
성별	남	7.1	13.7	42.9	23.4	12.8	0.1
	여	5.7	20.6	44.2	20.9	8.6	0.1
교급	중학교	5.2	14.2	42.6	24.3	13.7	0.1
	고등학교	8.0	20.4	44.6	19.6	7.3	0.1

조사응답 청소년들은 ‘나는 SNS 상에서 나의 개인정보가 유출되는 것을 방지할 수 있다’는 문항에 ‘보통이다’ 43.5%, ‘그렇다’ 22.2, ‘매우그렇다’ 10.8%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, ‘보통이다’, ‘그렇다’ 와 ‘매우그렇다’ 응답의 합이 남학생은 79.1%, 여학생은 73.7%로 남학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, ‘보통이다’, ‘그렇다’ 와 ‘매우그렇다’ 응답의 합이 중학생은 80.6%, 고등학생은 71.5%로 중학생이 더 높게 나타났다.

표 III-45 소셜미디어 이용 능력 - SNS 상에서 새로운 친구를 사귀는데 어려움이 없다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
전체		6.4	12.8	43.4	25.0	12.3
성별	남	7.3	10.2	42.6	25.8	14.0
	여	5.4	15.7	44.3	24.1	10.5
교급	중학교	5.4	10.2	41.2	27.7	15.6
	고등학교	7.6	16.1	46.1	21.8	8.4

조사응답 청소년들은 '나는 SNS 상에서 새로운 친구를 사귀는데 어려움이 없다'는 문항에 '보통이다' 43.4%, '그렇다' 25.0%, '매우그렇다' 12.3%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '보통이다', '그렇다' 와 '매우그렇다' 응답의 합이 남학생은 82.4%, 여학생은 78.9%로 남학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '보통이다', '그렇다' 와 '매우그렇다' 응답의 합이 중학생은 84.5%, 고등학생은 76.3%로 중학생이 더 높게 나타났다.

(5) 소셜미디어 사용 경험

청소년의 최근 1년간의 소셜미디어에 대한 사용 경험을 측정하기 위하여 소셜미디어를 통하여 '학업 이외의 필요한 지식이나 정보 습득', '학업수행에 적절히 활용', '다른 사람들과 지식이나 정보를 공유', '내가 처한 문제의 해결책 습득', '새로운 글, 사진, 동영상 등 게시물 작성', '페이지, 밴드, 그룹 등 꾸준한 운영 및 관리' 의 6가지 항목을 5점 척도(1=전혀그렇지않다, 5=매우그렇다)로 측정하였다. 크게 정보습득 및 문제해결, 소셜미디어 게시물 및 콘텐츠 관리로 구분될 수 있으며 각 문항에 대한 응답비율은 <표 III-46>에 나타난 바와 같다.

소셜미디어의 사용 경험 중에서도 정보습득/ 문제해결에 관한 문항에 대해서는 전체적으로 '그렇다'의 응답률이 높은 것으로 나타났다. 그 중에서도 '소셜미디어를 통해 학업이외의 필요한 지식이나 정보를 자주 얻는다'에 대해서 '그렇다'와 '매우 그렇다'를 합한 긍정적인 응답의 비율이 각각 36.8%, 13.3%로 총 50.1%로 나타나 이 문항에 대해서는 긍정적인 경향이 조금 더 높게 나타났다. 성별에 따라 살펴보면, 남자 청소년에 비해 여자 청소년이 긍정적으로 응답한 비율이 높으며, 소셜미디어를 학업수행에 적절히 활용하고 있는 것으로 나타났다. 교급에 따라

살펴보면, 교급 간의 큰 차이는 나타나지 않았지만 각 문항에 대해 매우 그렇다는 비율은 중학생이 고등학생에 비해 높은 것으로 조사되었다.

**표 III-46** 최근 1년 동안 소셜미디어 사용 경험-정보습득/ 문제해결

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	
소셜미디어를 통해 학업이외의 필요한 지식이나 정보를 자주 얻는다	전체	4.0	7.7	38.2	36.8	13.3	0.2	
	성별	남	5.4	9.7	41.1	31.7	12.1	0.1
		여	2.5	5.6	35.1	42.1	14.5	0.2
	교급	중	4.2	7.2	40.0	33.4	15.0	0.1
		고	3.6	8.2	35.9	40.9	11.2	0.2
소셜미디어를 학업수행에 적절히 활용한다	전체	6.8	17.0	43.7	25.2	7.2	0.2	
	성별	남	8.6	19.1	45.5	21.0	5.6	0.2
		여	4.9	14.8	41.7	29.6	8.8	0.3
	교급	중	7.0	15.3	43.3	25.3	8.8	0.2
		고	6.6	19.0	44.1	25.0	5.1	0.3
다른 사람들과 지식이나 정보를 공유하기 위해 소셜미디어를 자주 이용한다	전체	5.8	11.8	41.9	30.6	9.6	0.3	
	성별	남	7.4	13.1	42.5	28.2	8.6	0.2
		여	4.2	10.4	41.2	33.2	10.6	0.4
	교급	중	5.6	10.2	42.6	29.6	11.8	0.3
		고	6.1	13.7	41.0	31.9	6.9	0.4
내가 처한 문제의 해결책을 얻기 위해 소셜미디어를 자주 이용한다	전체	8.9	18.3	40.5	24.3	7.7	0.3	
	성별	남	10.2	17.8	42.1	22.0	7.5	0.3
		여	7.5	18.8	38.9	26.6	7.8	0.3
	교급	중	8.0	16.3	41.1	25.0	9.2	0.4
		고	9.9	20.7	39.9	23.3	5.9	0.3

표 III-47 최근 1년 동안 소셜미디어 사용 경험-소셜미디어 게시물/ 콘텐츠 관리

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	
소셜미디어에 새로운 글 사진, 동영상 등 게시물을 자주 작성한다	전체	24.2	27.9	31.1	10.8	5.7	0.3	
	성별	남	24.3	27.1	32.0	10.8	5.7	0.2
		여	24.1	28.7	30.2	10.7	5.8	0.4
	교급	중	21.1	26.7	33.7	11.4	6.8	0.3
		고	27.9	29.3	28.0	10.0	4.5	0.3
페이지, 밴드, 그룹 등을 꾸준히 운영 및 관리한다	전체	39.7	27.4	24.7	5.4	2.7	0.2	
	성별	남	38.6	25.1	26.3	6.2	3.7	0.2
		여	40.8	29.9	23.0	4.5	1.6	0.2
	교급	중	35.6	27.9	26.5	6.7	3.1	0.1
		고	44.5	26.9	22.4	3.8	2.1	0.3

소셜미디어의 사용 경험 중에서도 소셜미디어 게시물/ 콘텐츠 관리에 관한 문항에 대해서는 전체적으로 ‘그렇지 않다’의 응답률이 높은 것으로 나타났다. 그 중에서도 ‘페이지, 밴드, 그룹 등을 꾸준히 운영 및 관리한다’에 대해서 ‘그렇지 않다’와 ‘매우 그렇지 않다’를 합한 응답의 비율이 각각 27.4%, 39.7%로 총 67.1%로 나타나 이 문항에 대해서는 부정적인 경향이 조금 더 높게 나타났다. 성별에 따라 살펴보면, 소셜미디어 게시물을 작성하고, 페이지 등을 꾸준히 운영 및 관리하는 것은 여자 청소년에 비해 남자 청소년이 경험했다고 응답한 비율이 높은 것으로 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, 중학생이 고등학생보다 소셜미디어를 통해 게시물을 작성하고 콘텐츠를 관리한 경험이 많은 것으로 조사되었다.

(6) 소셜미디어에 대한 현재 상태(집착 정도 및 부정적 영향)

소셜미디어에 대해 느끼고 있는 현재 상태 측정하기 위하여 ‘SNS 사용을 하는데 상당한 시간을 보낸다’, ‘SNS를 이용할 수 없을 때 초조, 불안, 또는 짜증을 느낀다’, ‘SNS 때문에 학업에 소홀한 적 있다’ 등의 10가지 항목을 5점 척도(1=전혀그렇지않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다. 이 문항에서는 소셜미디어에 대한 집착 및 소셜미디어 사용으로 인한 부정적 효과를 살펴보았으며, 각 문항에 대한 응답비율은 다음의 표에 나타난 바와 같다.

**표 III-48** 현재 상태-SNS 사용을 하는데 상당한 시간을 보낸다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		12.2	17.2	31.7	27.8	11.0	0.1
성별	남	16.4	21.4	34.8	20.3	7.0	0.1
	여	7.8	12.9	28.5	35.5	15.2	0.1
교급	중	12.7	19.1	30.8	25.6	11.7	0.1
	고	11.6	15.0	32.7	30.4	10.2	0.1

조사응답 청소년들은 'SNS 사용을 하는데 상당한 시간을 보낸다'는 문항에 '보통이다' 31.7%, '그렇다' 27.8%, '매우그렇다' 11.0%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '보통이다', '그렇다' 와 '매우그렇다' 응답의 합이 남학생은 62.1%, 여학생은 79.2%로 여학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '보통이다', '그렇다' 와 '매우그렇다' 응답의 합이 중학생은 68.1%, 고등학생은 73.3%로 고등학생이 더 높게 나타났다. 즉 여학생이 남학생에 비해 SNS 사용하는데 더 많은 시간을 보내며 교급에 따라서는 고등학생이 중학생보다 많은 시간을 사용하는 것으로 조사되었다.

**표 III-49** 현재 상태-SNS를 이용할 수 없을 때 초조, 불안, 또는 짜증을 느낀다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		33.1	34.2	23.2	7.0	2.4	0.1
성별	남	37.8	33.2	22.6	4.4	2.0	0.1
	여	28.2	35.3	23.8	9.7	2.9	0.1
교급	중	33.0	36.0	21.2	7.0	2.7	0.1
	고	33.2	32.0	25.4	7.1	2.1	0.1

조사응답 청소년들은 'SNS 이용할 수 없을 때 초조, 불안, 또는 짜증을 느낀다'는 문항에 '그렇지 않다' 34.2%, '전혀 그렇지 않다' 33.1%로 응답하여 청소년의 절반 이상이 문항에 대해 부정적으로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 남학생은 71%, 여학생은 63.5%로 남학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면,

‘그렇지 않다’와 ‘전혀 그렇지 않다’ 응답의 합이 중학생은 69.0%, 고등학생은 65.2%로 중학생이 더 높게 나타났다. 즉 여학생이 남학생에 비해 SNS를 이용할 때 초조, 불안, 또는 짜증을 느끼는 비율이 많으며 교급에 따라서는 고등학생이 중학생보다 불안을 더 느끼는 것으로 조사되었다.

표 III-50 현재 상태-SNS 때문에 학업에 소홀한 적 있다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		21.7	21.8	26.1	24.7	5.6	0.2
성별	남	28.3	24.1	27.2	17.2	3.0	0.2
	여	14.8	19.4	24.9	32.5	8.3	0.2
교급	중	23.6	25.4	25.0	20.5	5.3	0.1
	고	19.5	17.6	27.3	29.6	5.9	0.2

조사응답 청소년들은 ‘SNS 때문에 학업에 소홀한 적이 있다’는 문항에 ‘그렇지 않다’ 21.8%, ‘전혀 그렇지 않다’ 21.7%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, ‘그렇지 않다’와 ‘전혀 그렇지 않다’ 응답의 합이 남학생은 52.4%, 여학생은 34.2%로 남학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, ‘그렇지 않다’와 ‘전혀 그렇지 않다’ 응답의 합이 중학생은 49%, 고등학생은 37.1%로 중학생이 더 높게 나타났다. 즉 여학생이 남학생에 비해 SNS 때문에 학업에 소홀한 적이 있는 경우가 더 많으며, 교급에 따라서는 고등학생이 중학생보다 비율이 높은 것으로 조사되었다.

표 III-51 현재 상태-SNS상의 내가 올린 글 또는 나에 대한 반응을 수시로 확인한다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		23.5	23.9	30.8	16.8	4.7	0.2
성별	남	27.6	24.9	31.7	12.7	2.9	0.2
	여	19.2	22.8	29.9	21.1	6.7	0.2
교급	중	22.5	24.7	31.9	15.0	5.7	0.2
	고	24.7	23.0	29.5	19.0	3.5	0.3

조사응답 청소년들은 'SNS상의 내가 올린 글 또는 나에 대한 반응을 수시로 확인한다'는 문항에 '그렇지 않다' 23.9%, '전혀 그렇지 않다' 23.5%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 남학생은 52.5%, 여학생은 42.0%로 남학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 중학생은 47.2%, 고등학생은 47.7%로 고등학생이 약간 더 높게 나타났다. 즉 여학생이 남학생에 비해 SNS상에 올린 글 또는 반응을 수시로 확인하는 경우가 더 많으며, 교급에 따라서는 중학생이 고등학생보다 반응을 수시로 확인한다는 비율이 높은 것으로 조사되었다.

**표 III-52** 현재 상태-SNS에서 타인이 올린 글이나 댓글에 대해 필요이상 흥분한적 있다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		32.0	30.9	24.1	9.8	3.0	0.2
성별	남	34.5	29.7	24.5	8.5	2.6	0.2
	여	29.3	32.2	23.7	11.2	3.4	0.2
교급	중	31.6	31.6	23.5	9.7	3.3	0.2
	고	32.4	30.1	24.9	10.0	2.6	0.1

조사응답 청소년들은 'SNS에서 타인이 올린 글이나 댓글에 대해 필요이상 흥분한 적 있다'는 문항에 '그렇지 않다' 30.9%, '전혀 그렇지 않다' 32.0%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 남학생은 64.2%, 여학생은 61.5%로 남학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 중학생은 63.2%, 고등학생은 62.5%로 중학생이 약간 더 높게 나타났다. 즉 여학생이 남학생에 비해 SNS상에서 타인이 올린 글이나 댓글에 대해 필요이상 흥분한 적이 더 많으며, 교급에 따라서는 고등학생이 중학생보다 필요이상 흥분한 적이 있다는 비율이 높은 것으로 조사되었다.

표 III-53 현재 상태-SNS 이용 시간을 스스로 조절하는데 어려움이 있다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		25.0	26.8	29.1	14.0	4.9	0.3
성별	남	31.2	28.5	27.5	9.3	3.3	0.2
	여	18.6	24.9	30.7	19.0	6.4	0.3
교급	중	26.4	29.0	27.3	12.0	4.9	0.3
	고	23.3	24.1	31.1	16.4	4.8	0.3

조사응답 청소년들은 'SNS 이용시간을 스스로 조절하는데 어려움이 있다'는 문항에 '그렇지 않다' 25.0%, '전혀 그렇지 않다' 26.8%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 남학생은 59.7%, 여학생은 43.5%로 남학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 중학생은 55.4%, 고등학생은 47.4%로 중학생이 약간 더 높게 나타났다. 즉 여학생이 남학생 보다, 교급에 따라서는 고등학생이 중학생보다 이용 시간을 조절하는데 어려움이 있다는 비율이 높은 것으로 조사되었다.

표 III-54 현재 태-SNS에 올린 내 글에 다른 사람이 댓글을 안 달거나 '좋아요'를 누르지 않을까봐 신경이 쓰인다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		36.5	25.9	23.6	10.5	3.5	0.1
성별	남	42.3	27.5	22.0	6.3	1.9	0.1
	여	30.5	24.2	25.2	14.9	5.2	0.1
교급	중	37.3	27.0	22.7	8.8	4.1	0.1
	고	35.5	24.6	24.6	12.4	2.8	0.1

조사응답 청소년들은 'SNS에 올린 내 글에 다른 사람이 댓글을 안 달거나 좋아요를 누르지 않을까봐 신경이 쓰인다'는 문항에 '그렇지 않다' 25.9%, '전혀 그렇지 않다' 36.5%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 남학생은 69.8%, 여학생은 54.7%로 남학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지

않다' 응답의 합이 중학생은 64.3%, 고등학생은 60.1%로 중학생이 약간 더 높게 나타났다. 즉 여학생이 남학생 보다, 교급에 따라서는 고등학생이 다른 사람의 댓글에 신경을 쓴다는 비율이 높은 것으로 조사되었다.

**표 III-55** 현재 상태-다른 사람들이 SNS에 올린 내 글이나 포스팅을 부정적으로 평가할까봐 두렵다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		33.5	27.2	25.5	10.7	3.0	0.2
성별	남	39.3	26.7	24.6	7.0	2.2	0.2
	여	27.4	27.7	26.4	14.5	3.8	0.2
교급	중	33.3	29.0	24.1	9.8	3.5	0.2
	고	33.7	24.9	27.1	11.8	2.4	0.1

조사응답 청소년들은 '다른 사람들이 SNS에 올린 본인의 글이나 포스팅을 부정적으로 평가할까봐 두렵다'는 문항에 '그렇지 않다' 27.2%, '전혀 그렇지 않다' 33.5%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 남학생은 66.0%, 여학생은 55.1%로 남학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 중학생은 62.3%, 고등학생은 58.6%로 중학생이 약간 더 높게 나타났다. 즉 여학생이 남학생 보다, 교급에 따라서는 고등학생이 다른 사람의 부정적인 평가에 신경을 쓴다는 비율이 높은 것으로 조사되었다.

**표 III-56** 현재 상태-SNS를 오래하고 나면 후회될 때가 있다

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		24.0	23.0	26.6	18.6	7.7	0.1
성별	남	29.8	25.2	27.9	12.2	4.8	0.1
	여	18.0	20.6	25.3	25.3	10.7	0.2
교급	중	25.7	26.4	26.7	14.6	6.5	0.1
	고	22.0	18.8	26.5	23.4	9.1	0.2

조사응답 청소년들은 'SNS를 오래하고 나면 후회될 때가 있다'는 문항에 '그렇지 않다' 23.0%, '전혀 그렇지 않다' 24.0%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 남학생은 55.0%, 여학생은 38.6%로 남학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 중학생은 52.1%, 고등학생은 40.8%로 중학생이 더 높게 나타났다. 즉 여학생이 남학생 보다, 교급에 따라서는 고등학생이 SNS 사용 후 후회한다는 비율이 높은 것으로 조사되었다.

표 III-57 현재 상태-의도하지 않았던 다른 사람이 SNS를 통해 내 사생활을 알게 될까봐 두렵다

(%)

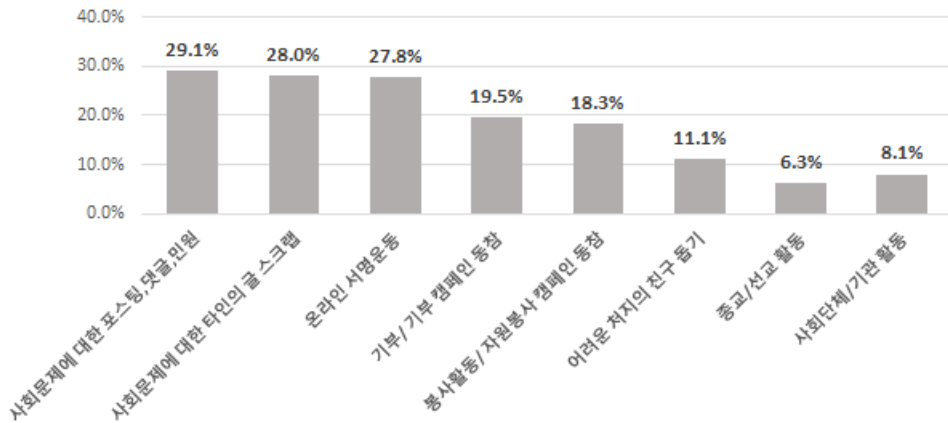
		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답
전체		28.0	25.3	29.3	13.3	4.0	0.1
성별	남	35.0	25.2	27.7	8.6	3.4	0.1
	여	20.6	25.5	30.9	18.2	4.6	0.2
교급	중	29.3	26.0	29.3	11.3	4.0	0.1
	고	26.4	24.6	29.2	15.7	4.0	0.2

조사응답 청소년들은 'SNS를 통해 의도하지 않게 내 사생활을 알게 될까봐 두렵다'는 문항에 '그렇지 않다' 25.3%, '전혀 그렇지 않다' 28.0%로 응답하였다. 성별에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 남학생은 60.2%, 여학생은 46.1%로 남학생이 더 높게 나타났다. 교급에 따라 살펴보면, '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다' 응답의 합이 중학생은 55.3%, 고등학생은 51.0%로 중학생이 약간 더 높게 나타났다. 즉 성별에 따라서는 여학생이 남학생 보다, 교급에 따라서는 고등학생이 의도하지 않았던 사생활 공개를 두려워하는 비율이 높은 것으로 조사되었다.

#### (7) 최근 1년 동안 소셜미디어를 통한 사회활동 참여 경험

최근 1년 동안 소셜미디어를 통한 사회활동 참여 경험에 대해 조사한 결과, 사회문제에 대한 의견 남기기(포스팅, 댓글, 민원 등)에 대한 참여경험을 했다는 응답이 29.1%로 조사 항목인 8가지 사회활동 중 경험률이 가장 높은 것으로 나타났다. 다음으로 청소년이 많이 사용하고 있는 소셜미디어를 통한 사회활동 참여는 사회문제에 대한 타인의 글 스크랩(28.0%)와 온라인

서명운동(27.8%)으로 비슷한 참여율을 보인다. 성별에 따라 살펴보면, 여학생이 남학생에 비해 소셜미디어를 통한 사회활동 참여 경험이 높은 것으로 나타나며 온라인 서명운동(36.1%)이 가장 높은 참여율을 보인다. 교급별로 살펴보면, 중학생이 소셜미디어를 통해 가장 많이 참여하고 있는 사회활동은 사회문제에 대한 의견 남기기(포스팅, 댓글, 민원 등) 29.9%이고, 고등학생의 경우 온라인 서명운동 31.3%로 나타났다.



【그림 III-2】 소셜미디어를 통한 사회활동 참여 경험

표 III-58 최근 1년 동안 사회활동 참여 경험

			(%)	
			없다	있다
사회문제에 대한 의견 남기기 (포스팅, 댓글, 민원 등)	전체		70.9	29.1
	성별	남	71.5	28.5
		여	70.2	29.8
	교급	중	70.1	29.9
		고	71.8	28.2
사회문제에 대한 타인의 글 포스팅 스크랩/ 리트윗	전체		72.0	28.0
	성별	남	76.6	23.4
		여	67.2	32.8
	교급	중	71.8	28.2
		고	72.3	27.7

		없다	있다
온라인 서명운동	전체	72.2	27.8
	성별	남	19.8
		여	36.1
	교급	중	24.8
		고	31.3
기부/ 기부 캠페인 동참	전체	80.5	19.5
	성별	남	15.4
		여	23.7
	교급	중	18.4
		고	20.7
봉사활동/ 자원봉사 캠페인 동참	전체	81.7	18.3
	성별	남	16.2
		여	20.5
	교급	중	19.4
		고	16.9
어려운 처지(예: 사이버 왕따 피해)의 친구 돕기	전체	88.9	11.1
	성별	남	10.0
		여	12.2
	교급	중	11.8
		고	10.2
종교 활동/ 선교 활동	전체	93.7	6.3
	성별	남	6.5
		여	6.0
	교급	중	5.8
		고	6.8
사회단체/ 기관 활동	전체	91.9	8.1
	성별	남	8.2
		여	8.1
	교급	중	7.2
		고	9.2

(8) 소셜미디어 사용에 대한 부모(보호자)의 중재

소셜미디어 사용에 대한 부모님의 중재는 크게 규제적, 적극적, 공동적 유형으로 구분할 수 있다. 이에 대한 항목으로 구성된 총 9문항에 대해 5점 척도(1=전혀그렇지않다, 5=매우그렇다)로 측정하였다. 각 문항에 대한 응답비율은 다음의 표에 나타난 바와 같다.

**표 III-59** 소셜미디어 사용에 대한 부모(혹은 보호자)의 중재-규제적 유형

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	
부모님은 내가 소셜미디어 활동을 하는 것을 일일이 간섭하신다	전체	31.3	32.9	23.7	9.9	1.9	0.2	
	성 별	남	35.2	29.1	23.8	9.6	2.2	0.2
		여	27.3	37.0	23.7	10.2	1.7	0.1
	교 급	중	28.2	32.2	25.3	11.7	2.4	0.1
		고	35.0	33.8	21.9	7.7	1.4	0.2
부모님이 나의 특정 소셜미디어 사용을 금지하신다	전체	36.5	35.9	19.0	6.4	2.0	0.2	
	성 별	남	39.5	33.4	19.8	5.2	1.8	0.2
		여	33.4	38.6	18.1	7.7	2.1	0.2
	교 급	중	34.7	35.4	20.1	6.8	2.7	0.1
		고	38.7	36.5	17.6	5.9	1.1	0.3
부모님은 나의 소셜미디어 사용시간을 제한하신다	전체	31.9	26.0	24.8	12.6	4.6	0.2	
	성 별	남	36.7	24.9	24.3	10.3	3.6	0.2
		여	26.9	27.2	25.3	15.0	5.5	0.1
	교 급	중	27.5	24.6	25.8	15.7	6.3	0.1
		고	37.1	27.7	23.6	9.0	2.5	0.2

소셜미디어 사용에 대한 부모님(보호자)의 중재와 관련하여 규제적 유형에는 표에 제시된 세 가지 문항이 포함되며, 자녀의 소셜미디어 활동에 대해서 금지 및 간섭하는 것과 관련된다. 전체적으로 각 문항에 대해서 '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다'의 문항에 응답한 비율이 높은 것으로 나타나 부모가 청소년들의 소셜미디어 활동에 대해 간섭 및 자제하는 비율이 높지 않은 것으로 나타났다.

표 III-60 소셜미디어 사용에 대한 부모(혹은 보호자)의 중재-적극적 유형

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	
부모님은 소셜미디어가 현실세계를 그대로 반영하는 것이 아닐 수 있음을 충분히 설명하신다	전체	18.6	22.8	37.5	16.1	4.7	0.3	
	성별	남	21.9	21.0	36.3	15.8	4.6	0.3
		여	15.1	24.6	38.6	16.4	4.9	0.3
	교급	중	16.8	21.0	38.8	17.6	5.6	0.3
		고	20.7	24.9	35.9	14.4	3.7	0.4
부모님은 소셜미디어의 긍정적인 영향에 대해서 충분히 설명하신다	전체	24.3	31.9	35.2	7.2	1.3	0.3	
	성별	남	27.2	28.6	34.5	7.8	1.6	0.3
		여	21.1	35.3	35.8	6.5	0.9	0.2
	교급	중	21.5	31.6	36.4	8.6	1.7	0.2
		고	27.6	32.3	33.7	5.4	0.7	0.4
부모님은 소셜미디어의 부정적인 영향에 대해서 충분히 설명하신다	전체	20.3	22.4	34.7	17.4	5.0	0.3	
	성별	남	23.4	21.5	33.6	16.4	4.9	0.3
		여	17.0	23.4	35.8	18.5	5.0	0.2
	교급	중	18.1	21.1	34.8	19.1	6.6	0.3
		고	22.8	23.9	34.6	15.4	3.0	0.3

소셜미디어 사용에 대한 부모님(보호자)의 중재 중 적극적 유형에는 표에 제시된 세 가지 문항이 포함되며, 부모(보호자)가 자녀에게 소셜미디어의 특성 및 영향에 대해 충분히 설명해주는 것과 관련된다. 전체적으로 각 문항에 대해서 '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다'의 문항에 응답한 비율이 높은 것으로 나타나 부모가 청소년들에게 소셜미디어의 특성 및 영향에 대해 설명해주는 비율이 높지 않은 것으로 조사되었다.

표 III-61 소셜미디어 사용에 대한 부모(혹은 보호자)의 중재-공동적 유형

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	
부모님과 나는 소셜미디어로 자주 대화를 나눈다	전체	33.1	31.2	25.5	8.0	2.0	0.2	
	성별	남	37.3	29.3	24.6	7.0	1.5	0.2
		여	28.7	33.2	26.4	9.0	2.5	0.2
	교급	중	31.5	32.3	25.0	8.5	2.5	0.2
		고	35.0	29.9	26.1	7.4	1.4	0.2
부모님은 소셜미디어를 자주 사용하신다	전체	24.2	25.8	34.4	12.7	2.6	0.4	
	성별	남	27.2	25.9	32.1	12.0	2.5	0.3
		여	21.1	25.8	36.7	13.4	2.7	0.4
	교급	중	21.1	25.9	34.5	14.5	3.5	0.4
		고	27.9	25.7	34.1	10.5	1.5	0.3
부모님과 나는 서로의 소셜미디어 친구(팔로워) 맺는 걸 원하신다	전체	31.5	26.1	29.9	9.5	2.7	0.3	
	성별	남	34.4	24.1	31.4	7.6	2.1	0.5
		여	28.6	28.1	28.3	11.4	3.5	0.2
	교급	중	30.2	27.6	28.8	9.6	3.4	0.4
		고	33.1	24.2	31.2	9.3	2.0	0.3

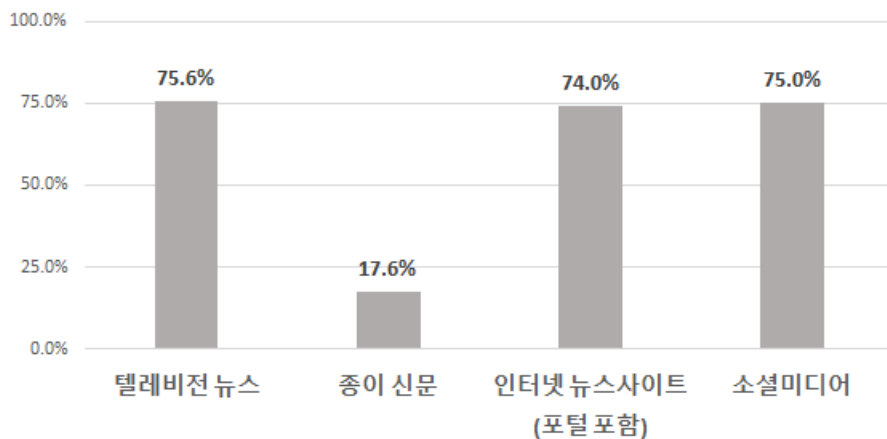
소셜미디어 사용에 대한 부모님(보호자)의 중재 중 공동적 유형에는 표에 제시된 세 가지 문항이 포함되며, 부모(보호자)가 자녀와 함께 소셜미디어에 대해 대화하고 사용하는 것과 관련된다. 전체적으로 각 문항에 대해서 '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다'의 문항에 응답한 비율이 높은 것으로 나타나 부모가 청소년들과 함께 소셜미디어에 대해 공유하는 비율이 높지 않은 것으로 나타났다.

### 3) 소셜미디어 관련 경험 / 발달 및 관계

#### (1) 뉴스미디어

##### 가. 뉴스미디어 사용 횟수

최근 한 달 동안 일주일 평균 뉴스미디어를 얼마나 자주 사용했는지에 대해 조사한 결과, 텔레비전 뉴스를 통해 시사 뉴스를 접했다는 비율이 75.6%로 조사 항목인 4가지 매체 중 사용률이 가장 높은 것으로 나타났다. 다음으로 청소년이 시사 뉴스를 접하고 있는 매체는 소셜미디어(75.0%), 인터넷 뉴스사이트(74.0%)로 비슷한 비율인 것으로 조사되었다. 반면 종이신문은 17.6%로 청소년들이 종이신문을 통해 시사 뉴스를 접하는 경우가 낮은 것으로 나타났다.



【그림 III-3】 일주일 평균 뉴스미디어 사용 비율

이용 횟수를 보면 일주일에 7회 이상인 경우가 가장 높은 비율을 차지하고 있는 뉴스미디어는 소셜미디어(16.2%)인 것으로 나타났다. 성별에 따라 살펴보면 여학생이 남학생에 비해 종이신문을 제외한 다른 뉴스미디어 활용 비율이 높은 것으로 나타났으며, 교급별로 살펴보면 고등학생이 텔레비전 뉴스를 제외한 다른 뉴스미디어를 중학생에 비해 많이 사용하는 것으로 조사되었다.

표 III-62

일주일 평균 시사 뉴스를 접한 뉴스미디어 사용 횟수

(%)

	전혀 안함	일주일에 1회 미만	일주일에 1~2회	일주일에 3~4회	일주일에 5~6회	일주일에 7회 이상인 경우			모름 /무응답	
						하루에 1~2회	하루에 3~4회	하루에 5회 이상		
텔레비전 뉴스	전체	24.4	17.7	24.6	17.3	8.5	5.8	0.7	0.9	0.2
	성별	25.8	14.2	23.9	17.8	9.8	6.4	0.4	1.4	0.2
	남									
	여	22.9	21.4	25.4	16.7	7.1	5.1	0.9	0.3	0.2
	교급	22.6	17.5	25.2	17.9	8.5	6.3	0.8	1.1	0.1
중										
고	26.6	17.9	23.9	16.5	8.5	5.1	0.4	0.7	0.3	
종이신문	전체	82.4	8.8	5.0	1.5	1.0	0.9	0.1	0.1	0.3
	성별	80.1	9.0	5.6	1.9	1.4	1.3	0.1	0.2	0.4
	남									
	여	85.0	8.6	4.3	1.0	0.5	0.5	0.0	0.0	0.2
	교급	82.3	8.6	5.5	1.3	1.1	1.1	0.1	0.1	0.1
중										
고	82.6	9.1	4.3	1.7	0.9	0.9	0.7	0.1	0.2	0.5
인터넷 뉴스 사이트 (포털포함)	전체	26.0	14.2	23.0	17.5	9.1	5.4	2.5	2.1	0.3
	성별	32.2	14.0	20.2	14.9	8.6	5.4	2.3	2.0	0.4
	남									
	여	19.4	14.5	25.9	20.2	9.6	5.4	2.7	2.2	0.2
	교급	30.1	15.6	23.3	14.7	7.8	4.9	1.8	1.8	0.1
중										
고	21.1	12.6	22.6	20.9	10.6	5.9	3.3	3.3	2.5	0.4
소셜 미디어	전체	25.0	13.3	18.3	16.0	10.8	6.4	4.0	5.8	0.3
	성별	31.0	14.0	16.4	14.7	9.5	6.2	3.1	4.9	0.3
	남									
	여	18.6	12.6	20.3	17.3	12.3	6.7	5.0	6.9	0.2
	교급	26.3	14.0	17.6	15.5	9.7	6.1	4.5	6.1	0.3
중										
고	23.5	12.5	19.1	16.6	12.3	6.9	3.4	5.5	0.3	

나. 뉴스미디어 집중도

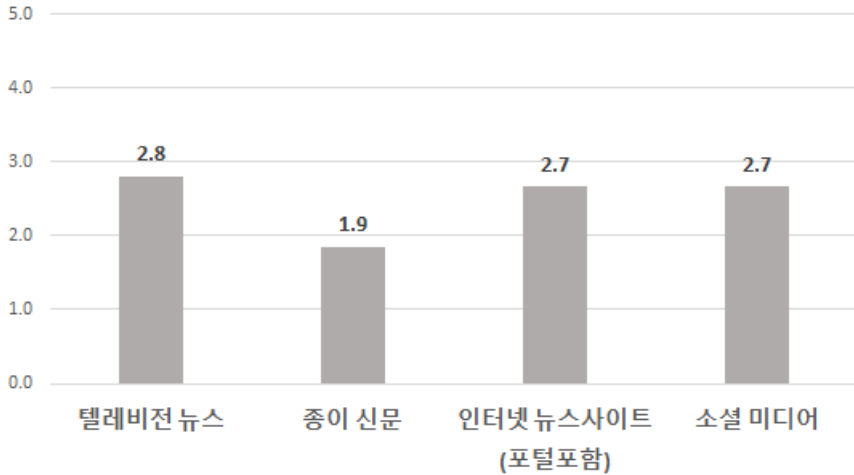
표 III-63 매체별 시사 관련 뉴스 접할 때의 집중도

(%)

		전혀 주의를 기울이지 않음	거의 주의를 기울이지 않음	약간 주의를 기울임	상당히 주의를 기울임	매우 주의를 기울임	모름 /무응답	
텔레비전 뉴스	전체	17.1	14.1	44.9	19.5	4.3	0.1	
	성별	남	19.2	14.3	41.6	19.9	4.9	0.1
		여	14.8	13.9	48.4	19.2	3.7	0.1
	교급	중	19.1	13.8	44.7	18.3	4.1	0.1
		고	14.7	14.5	45.1	21.1	4.6	0.1
종이신문	전체	53.0	20.7	18.5	5.3	2.2	0.3	
	성별	남	52.1	19.6	18.7	6.3	2.9	0.4
		여	53.9	21.8	18.4	4.2	1.5	0.2
	교급	중	56.5	19.5	17.0	4.9	1.8	0.4
		고	48.8	22.0	20.4	5.8	2.8	0.2
인터넷 뉴스 사이트 (포털포함)	전체	23.9	15.7	36.5	18.9	5.0	0.1	
	성별	남	30.5	17.8	29.8	16.9	4.9	0.1
		여	16.8	13.3	43.7	21.1	5.0	0.1
	교급	중	28.1	16.2	32.8	18.3	4.5	0.1
		고	18.8	15.0	41.0	19.7	5.5	0.1
소셜 미디어	전체	24.5	15.5	35.4	18.5	5.9	0.1	
	성별	남	30.2	17.8	31.6	14.9	5.5	0.1
		여	18.5	13.1	39.5	22.4	6.4	0.1
	교급	중	27.1	14.7	32.5	19.7	5.9	0.1
		고	21.4	16.5	38.9	17.1	5.9	0.1

매체별 시사 관련 뉴스를 접할 때 청소년들의 집중도에 대한 조사 결과, 전반적으로 주의를 기울이지 않는다고 응답한 비율이 높은 것으로 나타났다. 평균점수 결과, 청소년들이 매체를 통해 시사 관련 뉴스를 접할 때 주의를 기울이는 정도가 가장 높은 뉴스미디어는 매체 간

큰 차이는 없었지만 텔레비전 뉴스(2.8%), 소셜미디어(2.7%), 인터넷 뉴스사이트(2.7%), 종이신문(1.9%)으로 나타났다. 성별에 따라 비교하면, 여학생이 남학생에 비해 종이 신문을 제외한 다른 뉴스미디어를 접할 때 더 높은 집중도를 보이는 것으로 나타났다. 교급별로는 모든 뉴스미디어에 대해 고등학생이 중학생 보다 높은 집중도를 보이는 것으로 조사되었다.



【그림 III-4】 뉴스미디어 집중도

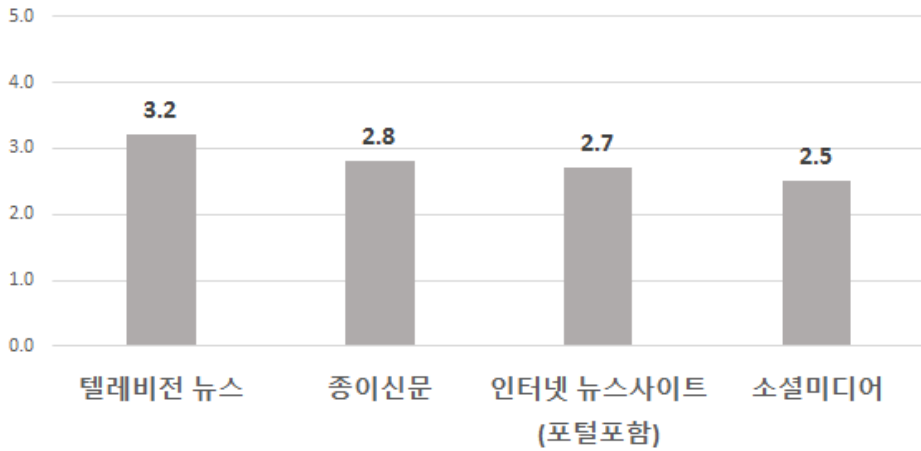
다. 뉴스미디어 신뢰도

표 III-64 매체별 뉴스나 정보에 대한 신뢰도

		(%)						
		전혀 신뢰하지 않음	별로 신뢰하지 않음	약간 신뢰함	상당히 신뢰함	매우 신뢰함	모름 /무응답	
텔레비전 뉴스	전체	7.9	12.8	39.5	30.9	8.5	0.3	
	성별	남	10.5	13.1	37.6	29.9	8.7	0.1
		여	5.1	12.6	41.6	31.9	8.3	0.5
	교급	중	8.5	10.6	36.9	32.9	10.7	0.4
		고	7.2	15.6	42.7	28.4	5.8	0.3

		전혀 신뢰하지 않음	별로 신뢰하지 않음	약간 신뢰함	상당히 신뢰함	매우 신뢰함	모름 /무응답	
종이신문	전체	16.5	17.6	38.7	21.2	5.6	0.4	
	성별	남	20.8	17.5	36.5	19.1	5.8	0.4
		여	11.9	17.8	41.0	23.5	5.4	0.5
	교급	중	18.6	16.5	36.6	21.0	6.8	0.5
		고	13.9	18.9	41.1	21.6	4.1	0.3
인터넷 뉴스 사이트 (포털포함)	전체	13.9	26.2	41.9	14.5	3.3	0.3	
	성별	남	18.1	24.8	37.6	15.5	3.7	0.1
		여	9.3	27.6	46.4	13.3	2.9	0.4
	교급	중	15.2	23.6	39.7	17.0	4.2	0.3
		고	12.3	29.2	44.6	11.4	2.3	0.3
소셜 미디어	전체	18.3	32.0	36.9	9.9	2.6	0.3	
	성별	남	22.0	32.3	33.5	9.1	3.0	0.1
		여	14.3	31.7	40.6	10.8	2.2	0.4
	교급	중	18.3	27.4	37.8	12.4	3.7	0.3
		고	18.3	37.6	35.8	6.9	1.2	0.3

각 매체가 전하는 뉴스나 정보에 대한 신뢰도 조사 결과, 전반적으로 약간 신뢰한다고 응답한 비율이 높은 것으로 나타났다. 평균점수 결과, 청소년들이 매체를 신뢰하는 정도가 가장 높은 뉴스미디어는 텔레비전 뉴스(3.2%), 종이신문(2.8%), 인터넷 뉴스사이트(2.7%), 소셜미디어(2.5%)로 나타났다. 신문의 경우 이용률이 높지는 않지만 신문이 제공하는 정보에 대해서는 신뢰도가 다른 매체에 비해 높은 것으로 조사되었다. 성별에 따라 비교하면, 여학생이 남학생에 비해 모든 뉴스미디어에 대한 신뢰도가 높은 것으로 나타났으며, 교급별로는 종이신문을 제외한 모든 뉴스미디어에 대해 중학생이 고등학생 보다 높은 신뢰도를 보이는 것으로 조사되었다.



【그림 III-5】 뉴스미디어 신뢰도

(2) 매체사용 관련 부모(보호자)와의 관계

일반 매체 및 디지털 매체 이용과 관련하여 부모(보호자)와의 관계를 측정하기 위해서 ‘일반매체 이용과 관련하여 부모님과 자주 대화한다’, ‘디지털 매체 이용과 관련하여 부모님과 자주 대화한다’의 2가지 항목을 5점 척도(1=전혀그렇지않다, 5=매우 그렇다)로 측정하였다. 이 문항에서는 매체 이용에 대해서 부모(보호자)와 대화하는 정도를 살펴보았으며, 각 문항에 대한 응답비율은 다음의 표에 나타난 바와 같다.

표 III-65 매체사용 관련 부모(보호자)와의 관계

(%)

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	평균	
		일반 매체 (TV, 신문 등) 이용과 관련하여 부모님(보호자)과 자주 대화한다.	전체	8.9	17.6	41.9	22.4	9.0	0.2
	성별	남	10.4	17.0	42.8	20.9	8.7	0.2	3.0
		여	7.2	18.2	41.0	24.1	9.4	0.2	3.1
	교단	중	8.5	16.5	41.8	22.3	10.5	0.4	3.1
		고	9.3	18.9	42.1	22.6	7.2	0.0	3.0

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 / 무응답	평균	
디지털매체 (인터넷, 스마트폰, 게임 등) 이용과 관련하여 부모님(보호자)과 자주 대화한다.	전체	11.0	20.8	42.2	18.4	7.4	0.2	2.9	
	성별	남	13.1	20.0	41.4	18.4	6.9	0.1	2.9
		여	8.6	21.7	43.1	18.5	8.0	0.2	3.0
	교급	중	10.4	18.3	43.5	18.7	8.9	0.3	3.0
		고	11.7	23.9	40.6	18.1	5.7	0.1	2.8

매체에 대해 부모(보호자)와의 대화 정도를 조사한 결과, 보통이라고 응답한 비율이 가장 높았으며 큰 차이는 없었지만 디지털 매체(인터넷, 스마트폰, 게임 등)보다는 일반매체에 대해서 청소년과 부모 간의 대화가 약간 더 이루어지고 있는 것으로 나타났다. 성별에 따르면 여자 청소년이 남자 청소년보다 자주 대화한다고 응답한 비율이 높았으며, 교급별로는 중학생이 고등학생에 비해 부모와 매체에 대해서 자주 대화하는 것으로 조사되었다.

(3) 오프라인 및 온라인 친구와의 관계

오프라인 및 온라인 친구와의 관계에 대해 조사하기 위하여 또래애착과 관련한 척도를 사용하였다. 또래 애착은 의사소통, 신뢰, 소외로 구분할 수 있으며 총 10문항에 대해 5점 척도(1=전혀그렇지않다, 5=매우그렇다)로 측정하였다. 각 문항에 대한 응답비율은 다음의 표에 나타난 바와 같다.

표 III-66 오프라인 및 온라인 친구 관계-의사소통

		대상	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 / 무응답	평균	
내 친구들은 나와 이야기를 나눌 때 내 생각을 존중해준다.	전체	오프라인	2.7	2.4	32.7	45.4	16.4	0.3	3.72	
		온라인	12.5	5.0	40.9	28.6	9.5	3.4	3.38	
	성별	남	오프라인	3.7	2.8	37.2	40.6	15.4	0.4	3.64
			온라인	11.7	5.2	44.8	25.8	10.3	2.2	3.31
		여	오프라인	1.7	1.9	28.0	50.6	17.6	0.2	3.82
			온라인	13.5	4.8	36.7	31.6	8.7	4.7	3.45

(%)

			대상	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	평균	
내 친구들은 나와 이야기를 나눌 때 내 생각을 존중해준다.	교급	중	오프라인	2.9	2.9	32.8	44.0	16.9	0.5	3.81	
			온라인	11.0	5.8	38.2	31.2	10.7	3.0	3.44	
	고	오프라인	2.5	1.7	32.6	47.1	15.9	0.1	3.72		
		온라인	14.4	4.1	44.1	25.4	8.1	3.9	3.43		
내 친구들은 내가 말하는 것에 귀를 기울인다	전체		오프라인	2.5	2.8	33.6	44.5	16.1	0.5	3.72	
			온라인	12.3	4.3	40.7	29.2	9.9	3.6	3.41	
	성별	남	오프라인	3.4	3.2	39.2	38.9	14.7	0.6	3.62	
			온라인	11.2	4.6	44.0	27.8	10.1	2.4	3.35	
		여	오프라인	1.6	2.4	27.6	50.5	17.5	0.3	3.82	
			온라인	13.6	4.1	37.2	30.7	9.6	4.8	3.48	
	교급	중	오프라인	2.6	3.2	34.5	41.6	17.4	0.6	3.71	
			온라인	11.2	4.4	39.5	30.4	11.2	3.2	3.46	
		고	오프라인	2.4	2.3	32.6	48.0	14.4	0.3	3.72	
			온라인	13.8	4.2	42.2	27.7	8.2	3.9	3.36	
	나는 내 친구들에게 내 고민과 문제에 대해 이야기한다	전체		오프라인	5.6	7.9	32.7	36.0	17.5	0.4	3.54
				온라인	19.8	11.3	36.7	19.7	8.8	3.6	3.08
성별		남	오프라인	7.6	8.5	37.8	31.2	14.3	0.5	3.39	
			온라인	18.5	11.2	41.9	17.0	9.0	2.4	3.01	
		여	오프라인	3.5	7.2	27.1	41.0	20.9	0.2	3.70	
			온라인	21.2	11.3	31.2	22.7	8.7	5.0	3.16	
교급		중	오프라인	6.6	8.9	35.1	31.8	17.0	0.6	3.47	
			온라인	18.8	10.9	36.4	20.6	9.9	3.3	3.12	
		고	오프라인	4.4	6.7	29.6	41.0	18.1	0.2	3.63	
			온라인	21.0	11.7	37.1	18.7	7.5	4.0	3.04	

또래관계 중 의사소통과 관련한 문항은 표에 제시된 세 가지 문항이 포함되며, 친구들이 개인의 생각을 존중하고 이해해주는 것과 관련된다. 전체적으로 '그렇다'의 비율이 높은 것으로 나타났으며 각 문항에 대한 평균점수는 온라인 친구보다 오프라인 친구와의 관계에 있어서 좀 더 높은 점수를 보였다. 의사소통과 관련한 문항 중 가장 평균 점수가 높은 항목은 오프라인 친구의 경우 '내 친구들은 나와 이야기를 나눌 때 내 생각을 존중해준다'(3.72%), 온라인 친구의

경우 '내 친구들은 내가 말하는 것에 귀를 기울인다'(3.41%)로 나타났다. 오프라인 친구에 대한 평가에 비해 온라인이 평균점수가 낮긴 하지만 긍정적인 응답률이 높았던 것을 보아, 온라인 친구와도 의사소통이 잘 이루어지고 있는 것으로 보인다. 성별에 따라 살펴보면, 오프라인 및 온라인 친구에 대해서 모두 여학생이 남학생보다 친구와의 의사소통에 대해 긍정적으로 응답한 비율이 높았다. 교급에 따라서는 전반적으로 중학생이 고등학생에 비해 긍정적으로 응답하였다.

표 III-67 오프라인 및 온라인 친구 관계-신뢰

(%)

		대상	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	평균	
내 친구들은 나를 잘 이해해준다	전체	오프라인	2.8	3.4	33.8	41.9	17.7	0.4	3.71	
		온라인	13.5	5.8	39.9	26.4	10.7	3.6	3.37	
	성 별	남	오프라인	3.8	3.5	38.9	37.2	16.0	0.6	3.62
			온라인	12.5	5.8	44.4	23.8	11.1	2.5	3.30
		여	오프라인	1.7	3.2	28.4	47.0	19.6	0.2	3.69
			온라인	14.7	5.8	35.1	29.2	10.4	4.9	3.42
	교 급	중	오프라인	3.0	3.5	35.4	38.9	18.8	0.4	3.72
			온라인	12.3	5.6	38.9	27.5	12.4	3.4	3.30
		고	오프라인	2.5	3.2	32.0	45.6	16.5	0.3	3.73
			온라인	15.1	6.1	41.1	25.0	8.7	3.9	3.32
나는 속마음을 털어놓고 싶을 때 친구들에게 말할 수 있다	전체	오프라인	5.5	7.5	30.4	35.1	21.1	0.4	3.61	
		온라인	19.2	10.7	35.8	19.6	11.1	3.7	3.15	
	성 별	남	오프라인	6.6	7.9	34.9	32.2	17.8	0.5	3.50
			온라인	17.6	11.5	39.2	18.0	11.3	2.4	3.08
		여	오프라인	4.3	7.1	25.5	38.3	24.5	0.3	3.74
			온라인	21.0	9.8	32.0	21.3	10.8	5.1	3.22
	교 급	중	오프라인	6.2	7.3	32.7	32.5	20.7	0.6	3.58
			온라인	17.9	10.8	34.7	20.5	12.6	3.5	3.20
		고	오프라인	4.6	7.7	27.6	38.3	21.5	0.3	3.66
			온라인	20.8	10.5	37.1	18.4	9.3	3.9	3.08

		대상	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	평균	
나는 내 친구들을 믿는다	전체	오프라인	3.4	3.9	28.2	39.7	24.3	0.6	3.81	
		온라인	16.3	9.4	37.6	21.3	11.5	3.9	3.26	
	성 별	남	오프라인	4.3	3.8	30.7	36.5	23.9	0.7	3.76
			온라인	14.6	9.2	39.3	20.6	13.5	2.8	3.26
		여	오프라인	2.4	3.9	25.5	43.1	24.7	0.4	3.86
			온라인	18.2	9.6	35.8	22.1	9.2	5.1	3.26
	교 급	중	오프라인	3.5	4.2	28.4	37.7	25.6	0.6	3.82
			온라인	14.3	9.6	37.3	22.2	13.0	3.6	3.32
		고	오프라인	3.3	3.5	27.9	42.1	22.7	0.5	3.81
			온라인	18.7	9.1	38.0	20.2	9.6	4.4	3.19

또래관계 중 신뢰와 관련한 문항은 표에 제시된 세 가지 문항이 포함되며, 친구들에게 속마음을 털어놓을 수 있으며 친구들을 믿는 것과 관련된다. 전체적으로 '그렇다'의 비율이 높은 것으로 나타났으며 각 문항에 대한 평균점수는 의사소통 문항과 동일하게 온라인 친구보다 오프라인 친구와의 관계에 있어서 좀 더 높은 점수를 보였다. 평균 점수가 가장 높은 문항은 오프라인 친구에 대한 경우 '나는 내 친구들을 믿는다'(3.81%), 온라인 친구에 대한 경우 '내 친구들은 나를 잘 이해해준다'(3.37%)로 나타났다. 성별에 따라 살펴보면, 오프라인 및 온라인 친구에 대해서 모두 여학생이 남학생보다 친구와의 신뢰관계에 대해 긍정적으로 응답한 비율이 높았다. 교급에 따라서는 차이는 크지 않지만 전반적으로 중학생이 고등학생에 비해 긍정적으로 응답하였다.

표 III-68

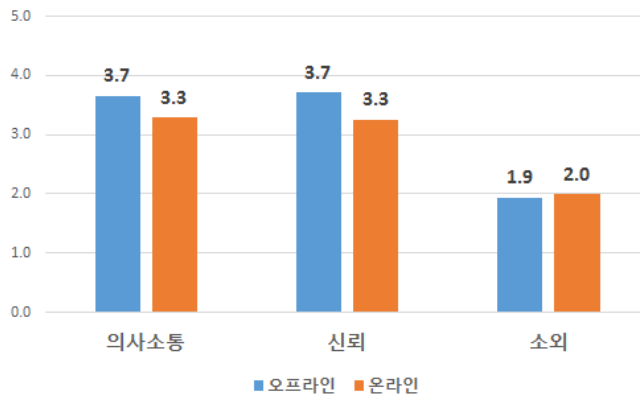
오프라인 및 온라인 친구 관계-소외

(%)

		대상	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	평균	
나는 친구들과 함께 있어도 외롭고 혼자라는 느낌이 든다	전체	오프라인	32.0	31.3	24.0	8.7	3.6	0.4	2.23	
		온라인	35.3	24.0	28.1	6.1	2.7	3.7	2.39	
	성 별	남	오프라인	35.1	27.6	24.8	8.0	4.0	0.5	2.21
			온라인	36.1	23.5	28.1	6.3	3.5	2.5	2.32
		여	오프라인	28.6	35.2	23.1	9.5	3.3	0.3	2.26
			온라인	34.5	24.6	28.2	5.9	1.8	5.1	2.46
	교 급	중	오프라인	35.5	30.6	22.2	7.8	3.1	0.7	2.17
			온라인	37.1	24.6	27.1	5.9	2.0	3.4	2.31
		고	오프라인	27.7	32.0	26.1	9.8	4.3	0.1	2.31
			온라인	33.2	23.4	29.4	6.3	3.6	4.1	2.49
친구들에게 따돌림이나 괴롭힘을 당한 적이 있다	전체	오프라인	52.3	19.5	16.6	7.9	3.4	0.4	1.93	
		온라인	58.0	16.4	16.9	3.3	1.9	3.6	1.96	
	성 별	남	오프라인	52.9	18.4	19.0	5.5	3.7	0.5	1.92
			온라인	55.7	16.0	20.2	2.9	2.8	2.4	1.96
		여	오프라인	51.6	20.6	14.0	10.4	3.1	0.2	1.94
			온라인	60.4	16.8	13.3	3.8	0.8	4.9	1.97
	교 급	중	오프라인	56.0	18.1	15.1	7.3	2.9	0.6	1.86
			온라인	61.5	15.6	15.2	3.4	1.2	3.2	1.86
		고	오프라인	47.8	21.1	18.3	8.6	4.0	0.2	2.01
			온라인	53.7	17.3	18.9	3.3	2.7	4.1	2.08
논쟁으로 인해 친구들과 신체적 싸움으로 변진 적이 있다	전체	오프라인	52.4	19.2	17.5	8.4	2.2	0.3	1.91	
		온라인	59.2	16.0	16.8	3.1	1.4	3.6	1.93	
	성 별	남	오프라인	40.6	17.7	25.1	12.6	3.4	0.5	2.24
			온라인	51.8	16.1	22.7	4.7	2.4	2.3	2.04
		여	오프라인	65.1	20.7	9.2	3.9	0.9	0.2	1.56
			온라인	67.3	15.8	10.4	1.3	0.3	4.9	1.81
	교 급	중	오프라인	53.9	18.1	17.6	8.1	1.8	0.5	1.89
			온라인	61.7	14.7	16.2	3.2	1.1	3.2	1.86
		고	오프라인	50.6	20.5	17.3	8.7	2.7	0.2	1.93
			온라인	56.3	17.6	17.4	2.9	1.8	4.0	2.01

		대상	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 / 무응답	평균	
친구들로부터 성적 모욕이나 추행을 당한 적이 있다	전체	오프라인	61.8	17.8	14.3	3.7	2.1	0.3	1.68	
		온라인	62.9	14.5	15.5	2.0	1.5	3.6	1.86	
	성별	남	오프라인	54.00	17.40	20.10	4.80	3.30	0.40	1.89
			온라인	57.10	15.50	19.80	2.80	2.40	2.40	1.92
	여	오프라인	70.30	18.20	8.10	2.50	0.80	0.20	1.46	
		온라인	69.20	13.40	10.80	1.10	0.60	4.90	1.80	
	교급	중	오프라인	64.70	16.20	13.80	3.50	1.40	0.50	1.64
			온라인	65.80	13.50	14.50	2.10	1.00	3.20	1.78
		고	오프라인	58.40	19.70	15.00	3.90	2.90	0.10	1.74
			온라인	59.50	15.80	16.70	1.80	2.10	4.10	1.96

또래관계 중 소외와 관련한 문항은 표에 제시된 네 가지 문항이 포함되며, 친구들과 있어도 외로움을 느끼며, 친구들의 괴롭힘, 싸움 경험과 관련된다. 전체적으로 '그렇지 않다'의 비율이 높은 것으로 나타났으며 각 문항에 대한 평균점수는 온라인 친구보다 오프라인 친구와의 관계에 있어서 좀 더 낮은 점수를 보였지만, 두 대상 간의 평균점수 차이는 의사소통 및 신뢰 문항보다는 작은 것으로 나타났다. 친구관계에 있어서 소외경험과 관련한 문항 중 평균점수가 가장 높은 항목은 오프라인(2.23%)과 온라인(2.39%) 친구의 경우 모두 '나는 친구들과 함께 있어도 외롭고 혼자라는 느낌이 든다'였다. 성별에 따라 살펴보면, 오프라인 및 온라인 친구에 대해서 모두 여학생이 남학생보다 소외 경험이 낮은 것으로 나타났다. 교급에 따라서는 차이는 크지 않지만 전반적으로 고등학생이 중학생에 비해 소외 경험을 한 비율이 높은 것으로 조사되었다.



【그림 III-6】 오프라인 및 온라인 또래관계 평균 점수

## (4) 청소년의 주변 환경 및 여건

청소년의 주변 환경 및 여건과 관련하여 교육문화, 여가문화, 다문화감수성에 대해 조사하였다. 총 10문항에 대해 5점 척도(1=전혀그렇지않다, 5=매우그렇다)로 측정하였으며, 각 문항에 대한 응답비율은 다음의 표에 나타난 바와 같다.

표 III-69 청소년의 주변 환경 및 여건-교육문화

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	
내가 지금까지 경험한 우리사회의 전반적인 교육문화에 만족한다	전체	19.8	23.6	41.8	9.5	4.9	0.3	
	성 별	남	20.4	19.3	41.7	11.2	6.9	0.4
		여	19.1	28.3	41.8	7.7	2.7	0.3
	교 급	중	15.3	19.9	45.7	12.6	6.2	0.4
		고	25.2	28.2	37.1	5.8	3.3	0.3
우리 동네는 청소년의 교육활동을 위한 인프라 및 자원이 풍부하다	전체	10.6	16.8	46.3	18.7	7.3	0.3	
	성 별	남	11.5	13.0	47.2	18.8	9.0	0.5
		여	9.6	20.8	45.4	18.6	5.5	0.2
	교 급	중	8.5	14.5	46.9	20.8	9.0	0.3
		고	13.0	19.5	45.7	16.1	5.3	0.4
나는 우리 학교로부터 진로교육이나 진로/취업 정보를 충분히 제공받고 있다	전체	8.0	13.4	49.5	20.9	7.9	0.3	
	성 별	남	8.7	11.7	47.6	21.9	9.7	0.4
		여	7.2	15.3	51.5	19.8	5.9	0.2
	교 급	중	6.1	10.7	50.2	22.1	10.6	0.4
		고	10.3	16.7	48.6	19.5	4.6	0.3

교육문화를 측정하기 위한 3개의 문항에 대한 조사결과, 전반적으로 '보통이다'에 응답한 비율이 가장 높았으며, '내가 지금까지 경험한 우리 사회의 전반적인 교육문화에 만족한다'에 대한 응답은 '그렇지 않다'가 23.6%, '전혀 그렇지 않다'가 19.8%로 교육문화 만족에 관해서 부정적인 응답이 43.4%였다. 즉, 전반적으로 교육문화에 대한 만족도가 높지 않은 것으로 나타났다. 성별에 따라서는 남자 청소년이 여자 청소년에 비해 '매우 그렇다'로 응답한 비율이 높았다. 교급별로 살펴보면 고등학생이 중학생에 비해 '그렇지 않다', '전혀 그렇지 않다'에 응답한 비율이 높아 교육문화에 대한 인식은 고등학생이 중학생보다 좀 더 부정적인 것으로 보인다.

표 III-70 청소년의 주변 환경 및 여건-여가문화

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	
나는 놀이를 즐기고 휴식을 취하며 즐겁게 지낼 수 있는 시간이 충분하다	전체	11.0	18.0	38.3	22.0	10.4	0.3	
	성 별	남	10.5	15.6	38.4	23.1	12.0	0.4
		여	11.5	20.6	38.2	20.9	8.7	0.2
	교 급	중	7.9	15.8	40.1	23.4	12.6	0.3
		고	14.7	20.7	36.2	20.4	7.8	0.3
우리 동네에는 놀이와 휴식을 위한 공간이 충분히 마련되어 있다	전체	11.3	18.4	44.9	17.6	7.3	0.5	
	성 별	남	10.9	16.1	44.4	18.9	9.0	0.7
		여	11.6	20.9	45.5	16.3	5.5	0.2
	교 급	중	8.6	17.6	45.8	18.6	8.9	0.5
		고	14.5	19.5	43.8	16.5	5.4	0.4
나는 학교 이외의 공간에서 친구들과 함께 취미나 여가를 위한 그룹 활동을 하거나 프로그램에 참여한다	전체	10.7	18.7	44.4	18.0	7.8	0.5	
	성 별	남	10.8	14.9	46.2	18.6	8.9	0.7
		여	10.6	22.7	42.4	17.3	6.6	0.3
	교 급	중	8.9	18.1	45.2	18.1	9.4	0.4
		고	12.9	19.4	43.4	17.9	5.8	0.7
전반적인 나의 여가생활에 대해 만족한다	전체	6.8	11.3	45.2	25.3	10.9	0.6	
	성 별	남	6.8	10.0	44.7	24.9	12.8	0.8
		여	6.8	12.6	45.6	25.7	8.9	0.3
	교 급	중	5.0	8.6	45.7	26.5	13.6	0.6
		고	9.0	14.5	44.6	23.7	7.6	0.6

여가문화를 측정하기 위한 3개의 문항에 대한 조사결과, 전반적으로 '보통이다'에 응답한 비율이 가장 높았으며, '전반적인 나의 여가생활에 대해 만족한다'에 대한 응답은 '그렇다'가 25.3%, '매우 그렇다'가 10.9%로 여가문화 만족에 관해서 긍정적인 응답이 36.2%였다. 성별에 따라서는 남자 청소년이 여자 청소년에 비해 긍정적으로 응답한 비율이 높았다. 교급별로 살펴보면 고등학생이 중학생에 비해 '그렇지 않다', '전혀 그렇지 않다'에 응답한 비율이 높은 것으로 조사되었다.

표 III-71 청소년의 주변 환경 및 여건-다문화 감수성

		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	모름 /무응답	
나는 온라인상에서 연락을 취하는 외국인 친구(지인)가 여럿 있는 편이다	전체	33.7	20.4	31.2	9.0	5.4	0.3	
	성별	남	28.3	18.8	35.0	10.8	6.6	0.4
		여	39.5	22.2	27.0	7.1	4.1	0.2
	교급	중	29.6	20.0	33.6	10.2	6.4	0.2
		고	38.7	20.9	28.2	7.5	4.3	0.4
나는 문화적 배경이 다른 청소년과 친한 단짝이 될 수 있다	전체	6.1	10.0	48.8	23.7	11.0	0.3	
	성별	남	7.5	9.6	50.0	21.4	11.0	0.5
		여	4.6	10.4	47.6	26.3	11.0	0.2
	교급	중	5.4	10.0	48.8	24.4	11.2	0.4
		고	6.9	10.1	48.9	22.9	10.8	0.3
이성 친구를 사귀다면, 문화적 배경이 다른 사람을 사귀 수 있다	전체	6.1	10.8	47.3	22.8	12.7	0.3	
	성별	남	6.6	9.3	48.5	21.9	13.2	0.4
		여	5.5	12.4	46.0	23.9	12.0	0.2
	교급	중	5.9	11.4	49.2	21.0	12.3	0.2
		고	6.3	10.0	45.1	25.1	13.1	0.4

청소년의 다문화 감수성을 측정하기 위한 3개의 문항에 대한 조사결과, '온라인상에서 연락을 취하는 외국인 친구가 여럿 있는 편이다'의 항목을 제외하고 전반적으로 '보통이다', '그렇다'에 응답한 비율이 가장 높았다. '매우 그렇다'에 응답한 비율은 '이성 친구를 사귀다면, 문화적 배경이 다른 사람을 사귀 수 있다'가 12.7%로 가장 높았다. 성별에 따라서는 남자 청소년이 여자 청소년에 비해 긍정적으로 응답한 비율이 높았다. 교급별로 살펴보면 고등학생이 중학생에 비해 '그렇지 않다', '전혀 그렇지 않다'에 응답한 비율이 높은 것으로 조사되었다.

#### 4) 집단(성별/ 교급)에 따른 소셜미디어 활용

##### (1) 소셜미디어의 기능적 혜택

**표 III-72** 소셜미디어의 기능적 혜택 - 집단 간 비교

		정보탐색		네트워크 형성		사회참여	
전체 평균		3.54		3.30		3.42	
성별	남	3.44 (.82)	t= -6.68***	3.27 (.80)	t= -1.14	3.32 (.79)	t= -7.08***
	여	3.64 (.70)		3.30 (.76)		3.53 (.74)	
교급	중	3.56 (.80)	t= 1.45	3.42 (.78)	t= 9.35***	3.40 (.80)	t= -1.51
	고	3.51 (.74)		3.14 (.76)		3.44 (.74)	

\*\*\*p<.001, \*\*p<.01, \*p<.05

성별 및 교급에 따른 소셜미디어의 기능적 혜택의 차이를 분석하기 위해서 t-test를 실시하였다. 먼저 기능적 혜택을 측정하기 위한 20가지 문항을 직각회전방식에 의한 요인분석을 사용하여 세 항목(정보탐색, 네트워크 형성, 사회참여)으로 구분하였다. 평균을 살펴보면 조사응답 청소년들은 각 항목에 대하여 평균 3.3점 이상으로 긍정적으로 느끼고 있는 것으로 조사되었다. 성별에 따른 차이를 살펴보면, 정보탐색(남=3.44, 여=3.64), 사회참여(남=3.32, 여=3.53)로 여학생의 평균이 남학생의 평균보다 높게 나타났으며, 이는 통계적으로 유의미하였다. 다음으로 교급에 따른 차이를 살펴보면, 네트워크형성(중=3.42, 고=3.14)으로 나타나 중학생의 평균이 고등학생의 평균보다 높게 나타났으며, 이는 통계적으로 유의미하였다.

(2) 소셜미디어의 심리적 혜택

표 III-73 소셜미디어의 심리적 혜택 - 집단 간 비교

		심리적 안정감		기분전환 및 즐거움		우월감 및 자존감		동질감 및 동료의식		스트레스 해소	
전체 평균		2.88		3.57		2.57		2.99		3.32	
성별	남	2.84 (.99)	t=	3.43 (1.00)	t=	2.59 (1.02)	t=	2.94 (1.06)	t=	3.27 (1.07)	t=
	여	2.92 (.92)	-2.04*	3.71 (.87)	-7.57***	2.55 (.93)	1.19	3.04 (1.00)	-2.46*	3.38 (.98)	-2.71**
교급	중	2.96 (.95)	t=	3.61 (.93)	t=	2.70 (1.01)	t=	3.09 (1.03)	t=	3.42 (1.01)	t=
	고	2.77 (.96)	5.02***	3.51 (.98)	2.80	2.42 (.91)	7.23***	2.87 (1.03)	5.30***	3.20 (1.04)	5.40***
		개성 및 차이 확인		공감대 형성		일상탈출 및 현실도피		만족감 및 카타르시스		사회적 연대 형성	
전체 평균		3.36		3.64		2.84		2.80		2.98	
성별	남	3.27 (1.02)	t=	3.50 (.99)	t=	2.76 (1.10)	t=	2.81 (1.01)	t=	2.92 (.98)	t=
	여	3.45 (.91)	-4.85***	3.80 (.84)	-8.33***	2.92 (1.08)	-3.74***	2.80 (.96)	2.54	3.04 (.94)	-3.23**
교급	중	3.39 (.97)	t=	3.68 (.92)	t=	2.87 (1.09)	t=	2.87 (.98)	t=	3.01 (.97)	t=
	고	3.32 (.97)	1.86	3.60 (.94)	2.31*	2.80 (1.10)	1.73	2.71 (.99)	4.15***	2.94 (.95)	1.79

\*\*\*p<.001, \*\*p<.01, \*p<.05

(3) 소셜미디어에 대한 부정적인 인식

표 III-74 소셜미디어에 대한 부정적인 인식 - 집단 간 비교

		폭력적인 콘텐츠에 대한 접근		선정적인 콘텐츠에 대한 접근		유행어/욕설/속어/은어에 대한 학습		사생활 침해		유언비어 생산 및 확산	
전체 평균		3.36		3.40		3.57		3.36		3.71	
성별	남	3.28 (1.14)	t=-3.80 **	3.32 (1.14)	t=-4.02	3.46 (1.13)	t=-5.82 ***	3.19 (1.14)	t=-8.44 ***	3.58 (1.14)	t=-6.64 ***
	여	3.44 (1.05)		3.49 (1.06)		3.70 (0.95)		3.55 (0.99)		3.85 (0.93)	
교급	중	3.19 (1.14)	t=-8.69 **	3.22 (1.14)	t=-9.31 **	3.50 (1.14)	t=-3.98 ***	3.24 (1.11)	t=-6.31	3.58 (1.09)	t=-7.41 ***
	고	3.56 (1.01)		3.62 (1.03)		3.66 (0.93)		3.51 (1.03)		3.88 (.098)	

\*\*\*p<.001, \*\*p<.01, \*p<.05

조사응답 청소년들은 각 항목에 대하여 평균 3.3점 이상으로 소셜미디어에 대한 부정적인 인식을 나타내었으며, 성별과 교급 집단 간 차이를 검증하기 위하여 t-test를 실시하였다. 그 결과 먼저 성별에 따른 차이를 살펴보면 ‘선정적인 콘텐츠에 대한 접근(남=3.32,여=3.49)’을 제외하고, ‘폭력적인 콘텐츠에 대한 접근(남=3.28, 여=3.44)’, ‘유행어/욕설/속어/은어에 대한 학습’(남=3.32,여=3.49), ‘사생활 침해(남=3.46,여=3.70)’, ‘유언비어 생산 및 확산(남=3.58,여=3.85)’은 여학생의 평균이 남학생의 평균보다 높게 나타났으며, 이는 통계적으로 유의미하였다. 다음으로 교급에 따른 차이를 살펴보면 ‘사생활 침해(중=3.24,고=3.51)’을 제외하고, ‘폭력적인 콘텐츠에 대한 접근(중=3.19, 고=3.56)’, ‘선정적인 콘텐츠에 대한 접근(중=3.22,고=3.62)’, 유행어/욕설/속어/은어에 대한 학습’(중=3.50,고=3.66), ‘유언비어 생산 및 확산(중=3.58,고=3.88)’은 고등학생의 평균이 중학생의 평균보다 높게 나타났으며, 이는 통계적으로 유의미하였다.

(4) 소셜미디어에 대한 이용 능력

표 III-75 소셜미디어 이용 능력 - 집단 간 비교

		SNS이용방법을 배우는 것에 어려움이 없다		SNS에서 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있다		SNS에서 나의 의견을 표현하고 주장하는 데 어려움이 없다		SNS의 기능이 새로 추가되어도 적응하는데 어려움이 없다	
전체 평균		3.74		3.82		3.45		3.72	
성별	남	3.66 (1.13)	t=-3.85***	3.72 (.99)	t=-5.60***	3.43 (1.02)	t=-1.01	3.65 (1.03)	t=-3.38**
	여	3.83 (1.01)		3.92 (.85)		3.47 (.97)		3.78 (.93)	
교급	중	3.77 (1.09)	t=1.26	3.87 (.94)	t=3.36**	3.53 (1.00)	t=4.45***	3.75 (.98)	t=1.68
	고	3.71 (1.07)		3.75 (.91)		3.36 (.97)		3.68 (.98)	
		SNS를 통해 다른 사용자와 커뮤니티나 그룹을 만들어 활동하는데 어려움이 없다		SNS를 통해 사람들과 교류하고 소통하는데 어려움이 없다		SNS상에서 나의 개인정보가 유출되는 것을 방지할 수 있다		SNS상에서 새로운 친구를 사귀는데 어려움이 없다	
전체 평균		3.48		3.65		3.14		3.24	
성별	남	3.45 (1.04)	t=-1.58	3.58 (1.02)	t=-3.85***	3.22 (1.07)	t=3.68***	3.29 (1.06)	t=2.54**
	여	3.52 (.99)		3.72 (.90)		3.07 (1.00)		3.19 (1.00)	
교급	중	3.53 (1.02)	t=2.40*	3.70 (.98)	t=3.40**	3.28 (1.04)	t=7.17***	3.38 (1.03)	t=7.62***
	고	3.43 (1.02)		3.57 (.95)		2.98 (1.02)		3.07 (1.00)	

\*\*\*p<.001, \*\*p<.01, \*p<.05

조사응답 청소년들은 각 항목에 대하여 평균 3.1점 이상으로 소셜미디어 이용능력이 높은 것으로 나타났으며, 성별과 교급 집단 간 차이를 검증하기 위하여 t-test를 실시하였다. 그 결과 먼저 성별에 따른 차이를 살펴보면 'SNS이용방법을 배우는 것에 어려움이 없다(남=3.66,여

=3.83)', 'SNS에서 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있다(남=3.72,여=3.92)', 'SNS의 기능이 새로 추가되어도 적응하는데 어려움이 없다(남=3.65,여=3.78)', 'SNS를 통해 사람들과 교류하고 소통하는데 어려움이 없다(남=3.58,여=3.72)'는 여학생의 평균이 남학생의 평균보다 높게 나타났고, 'SNS상에서 나의 개인정보가 유출되는 것을 방지할 수 있다(남=3.22,여=3.07)', 'SNS상에서 새로운 친구를 사귀는데 어려움이 없다(남=3.29,여=3.19)'는 남학생의 평균이 여학생의 평균보다 높게 나타났으며, 이는 통계적으로 유의미하였다. 다음으로 교급에 따른 차이를 살펴보면 'SNS이용방법을 배우는 것에 어려움이 없다'를 제외하고(중=3.77,고=3.71), 'SNS에서 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있다(중=3.87,고=3.75)', 'SNS에서 나의 의견을 표현하고 주장하는데 어려움이 없다(중=3.53,고=3.36)', 'SNS의 기능이 새로 추가되어도 적응하는데 어려움이 없다(중=3.75,고=3.68)', 'SNS를 통해 다른 사용자와 커뮤니티나 그룹을 만들어 활동하는데 어려움이 없다(중=3.53,고=3.43)', 'SNS를 통해 사람들과 교류하고 소통하는데 어려움이 없다(중=3.70,고=3.57)', 'SNS상에서 나의 개인정보가 유출되는 것을 방지할 수 있다(중=3.28,고=2.98)', 'SNS상에서 새로운 친구를 사귀는데 어려움이 없다(중=3.38,고=3.07)'은 중학생이 고등학생보다 높게 나타났으며, 이는 통계적으로 유의미하였다.

(5) 소셜미디어 사용 경험

표 III-76 최근 1년 동안 소셜미디어 사용 경험 - 집단 간 비교

		정보습득 및 문제해결		소셜미디어 게시물/ 콘텐츠 관리	
전체 평균		3.23		2.26	
성 별	남	3.13 (.87)	t= -5.996***	2.30 (1.05)	t= 1.734
	여	3.34 (.83)		2.22 (.99)	
교 급	중	3.28 (.87)	t= 2.83**	2.36 (1.02)	t= 5.24***
	고	3.18 (.84)		2.15 (1.01)	

\*\*\*p<.001, \*\*p<.01, \*p<.05

성별 및 교급에 따른 소셜미디어 사용 경험의 차이를 분석하기 위해서 t-test를 실시하였다. 먼저 기능적 혜택을 측정하기 위한 6가지 문항을 직각회전방식에 의한 요인분석을 사용하여 두 항목(정보습득 및 문제해결, 소셜미디어 게시물/컨텐츠 관리)으로 구분하였다. 평균을 살펴보면 정보습득 및 문제해결 3.23점, 소셜미디어 게시물/컨텐츠 관리 2.26점으로 최근 1년 동안 소셜미디어를 통해 정보습득 및 문제해결을 경험했다는 문항에 더 긍정적으로 응답하였다. 성별에 따른 차이를 살펴보면, 정보습득 및 문제해결에서 남자평균 3.13, 여자평균 3.34로 나타났고, 이는 통계적으로 유의미하였다. 즉, 여자가 남자보다 소셜미디어를 통해 학업에 활용하거나 문제해결을 했던 경험이 많은 것을 알 수 있다. 교급에 따른 차이를 살펴보면 '정보습득 및 문제해결(중=3.28, 고=3.18)', '소셜미디어 게시물/컨텐츠 관리(중=2.36, 고=2.15)'에서 교급 간 유의미한 차이가 나타났다. 즉 중학생이 고등학생에 비해 소셜미디어를 통해 문제해결을 하거나, 소셜미디어에 각종 글, 사진, 동영상 등의 게시물을 작성한 경험이 많은 것을 알 수 있다.

#### (6) 소셜미디어에 대한 현재 상태

표 III-77 소셜미디어 사용에 대한 현재 상태(집착 정도) - 집단 간 비교

		소셜미디어 사용에 대한 현재 상태(집착 정도)	
전체 평균		2.53	
성별	남	2.34 (.88)	t= -10.814***
	여	2.73 (.89)	
교급	중	2.50 (.91)	t= -2.156*
	고	2.58 (.90)	

\*\*\*p<.001, \*\*p<.01, \*p<.05

집착 정도는 소셜미디어 사용에 대한 현재 상태 문항 중 'SNS 사용을 하는데 상당한 시간을 보낸다', 'SNS를 이용할 수 없을 때 초조, 불안, 또는 짜증을 느낀다', 'SNS 때문에 학업에 소홀한 적 있다', 'SNS상의 내가 올린 글 또는 나에 대한 반응을 수시로 확인한다', 'SNS에서 타인이 올린 글이나 댓글에 대해 필요이상 흥분한적 있다', 'SNS 이용 시간을 스스로 조절하는데

어려움이 있다'의 집착과 관련한 6가지 문항을 평균한 값으로 측정하였다. 점수가 높을수록 집착 정도가 강한 것을 의미한다. 집착 정도는 전체평균 2.53점으로 나타났으며, 성별에 따라서 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. 즉, 여학생이 평균2.73점으로 남학생 2.34점보다 집착 정도가 높은 것으로 나타났다. 다음으로 교급에 따른 차이를 살펴보면, 평균 점수 간에 차이는 크지 않지만 .05수준에서 통계적으로 유의미하였다. 즉 고등학생이 중학생에 비해 소셜미디어에 대한 집착이 강한 것으로 해석할 수 있다.

(7) 소셜미디어를 통한 사회활동 참여 경험

**표 III-78** 소셜미디어 사용에 대한 현재 상태(부정적인 영향) - 집단 간 비교

		SNS에 올린 내 글에 다른 사람이 댓글을 안 달거나 '좋아요' 를 누르지 않을까봐 신경이 쓰인다		다른 사람들이 SNS에 올린 내 글이나 포스팅을 부정적으로 평가할까봐 두렵다	
전체 평균		2.19		2.24	
성별	남	1.98 (1.05)	t = -9.17***	2.07 (1.09)	t = -7.32***
	여	2.41 (1.22)		2.41 (1.17)	
교급	중	2.16 (1.16)	t = -1.51	2.23 (1.16)	t = -.50
	고	2.23 (1.16)		2.25 (1.13)	
		SNS를 오래하고 나면 후회될 때가 있다		의도하지 않았던 다른 사람이 SNS를 통해 내 사생활을 알게 될까봐 두렵다	
전체 평균		2.64		2.41	
성별	남	2.38 (1.18)	t = -10.71***	2.21 (1.13)	t = -8.85***
	여	2.91 (1.29)		2.62 (1.17)	
교급	중	2.50 (1.22)	t = -5.87***	2.35 (1.15)	t = -2.58**
	고	2.80 (1.30)		2.47 (1.19)	

\*\*\*p<.001, \*\*p<.01, \*p<.05

성별 및 교급에 따른 소셜미디어의 부정적인 영향차이를 검증하기 위해 t-test를 실시한 결과, ‘다른 사람들이 SNS에 올린 내 글이나 포스팅을 부정적으로 평가할까봐 두렵다’는 문항을 제외하고, 모든 항목에서 성별 및 교급 간의 유의미한 차이가 있는 것으로 나타났다. 즉, 여학생이 남학생에 비해 다른 사람의 반응에 신경을 쓰거나, 자신의 사생활을 타인이 알게 될까봐 두려워하는 등 SNS를 통한 부정적 영향을 많이 받고 있음을 알 수 있다. 교급에 따라 살펴보면, 중학생보다 고등학생이 타인의 반응 및 사생활 공개에 대한 두려움을 크게 느끼는 것으로 나타났다.

(8) 소셜미디어 사용에 대한 부모(보호자)의 중재

표 III-79 소셜미디어 사용에 대한 부모(혹은 보호자)의 중재 - 집단 간 비교

		규제적 유형		적극적 유형		공동적 유형	
전체 평균		2.18		2.55		2.30	
성별	남	2.11 (.98)	t = -3.584***	2.50 (.98)	t = -2.324*	2.23 (.93)	t = -4.059***
	여	2.25 (.91)		2.59 (.90)		2.37 (.87)	
교급	중	2.29 (.97)	t = 6.168***	2.64 (.94)	t = 5.182***	2.35 (.90)	t = 3.345***
	고	2.06 (.91)		2.44 (.93)		2.23 (.09)	

\*\*\*p<.001, \*\*p<.01, \*p<.05

소셜미디어 사용에 대한 부모(보호자)의 중재를 규제적 유형, 적극적 유형, 공동적 유형의 세 가지로 구분하여 살펴보았다. 부모의 중재유형에 대한 성별 및 교급에 따른 차이를 검증하기 위해 t-test를 실시하였다. 분석 결과, 부모(보호자)의 중재 유형 중 청소년들에게 소셜미디어의 영향에 대해 설명해 주는 것을 의미하는 적극적인 유형이 평균 2.55점으로 가장 높았으며, 모든 유형에서 성별 및 교급에 따른 차이가 유의미한 것으로 나타났다.

## 제 IV 장

---

# 질적조사 결과분석

1. 조사 개요
2. 조사 결과
3. 소결



# 제 IV 장

## 질적조사 결과분석

### 1. 조사 개요

#### 1) 「청소년 집단지성 토론탐」의 기획

##### (1) 질적 조사의 목적

본 연구의 지향점은 디지털 원주민이라 불리는 청소년들이 자신들의 삶에서 불가분의 관계인 소셜미디어를 보다 현명하고 유용하게 활용토록 하여 청소년 문화 개선에 이바지하며, 미래세대인 청소년들이 주체적이고 성숙한 시민으로 성장할 수 있도록 소셜미디어를 활용한 정책 방안을 제시하는데 있다. 이 같은 목적을 달성하기 위해서는 교육문화, 여가문화, 참여문화 등 다양한 영역에서 청소년들이 실제 경험하고 있거나 맞닥뜨린 삶의 모습들과 이들이 고민하는 문제의식과 가치를 청소년 당사자의 목소리를 통해 파악하는 것이 필요하다고 판단하였다.

제3장에서 살펴본 청소년을 대상으로 수행한 설문조사 결과가 청소년 문화 실태 및 소셜미디어의 활용 가치에 대한 정량적 분석을 가능하게 했다면, 본 장에서는 청소년문화와 소셜미디어라는 두 가지 핵심 키워드와 관련된 실체와 현상이 청소년들에게 어떻게 해석되고 이해되는지, 그리고 경험되거나 생성되는지 파악하는데 주안점을 두고 있다(Mason, 1996). 이 같은 상호보완적인 연구방법론을 통해 실태파악 및 예측분석이라는 양적 연구의 장점과 맥락 및 상황적 이해라는 질적 연구의 속성을 최대한 살리고자 하였다.

문헌연구를 통해 살펴본듯 청소년 문화의 영역과 체계는 실로 방대하며, 정보통신기술(ICTs)의 발전만큼이나 청소년 문화 역시 빠르게 변화하고 있다. 청소년문화의 한 복판에서 한 발 비껴서있는 기성세대인 연구자가 청소년을 대상으로 연구를 수행하는 과정에서 청소년에 대한 기성세대의 정형화된 편견과 시각이 부지불식간에 투영되는 것을 최대한 경계할 필요가 있다. 이 같은 상황에서, 청소년들의 목소리를 직접 듣고 그들의 의견과 주장을 파악할 수 있는 심층 인터뷰를

통한 조사방법을 연구에 활용하는 것은 효용성 및 현실성이 담보된 정책제언을 위해서라면 선택사항이 아닌 필수사항이라고 판단하였다.

## (2) 「청소년 집단지성 토론탐」의 목적

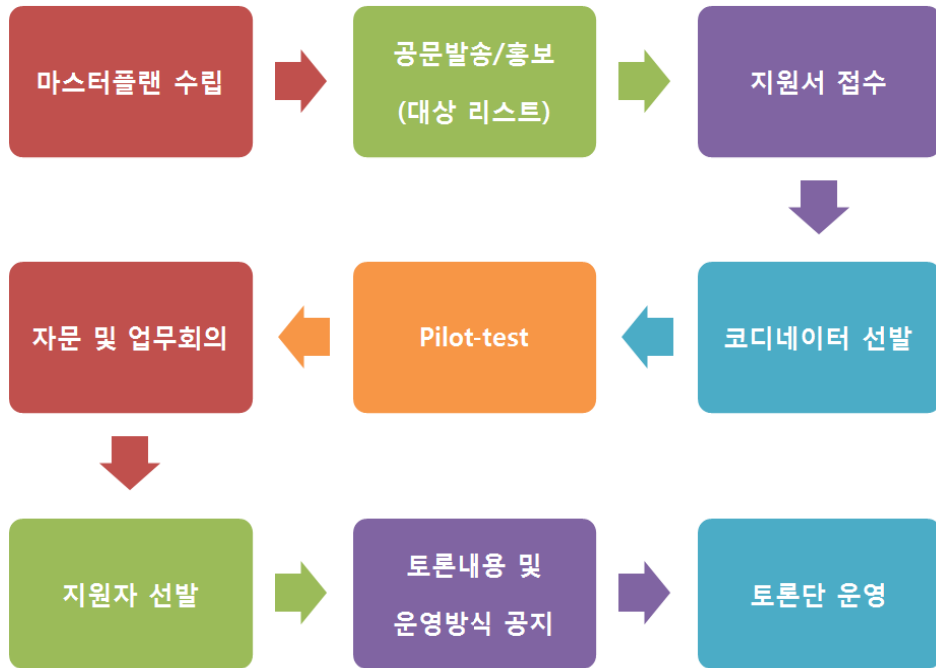
본 연구에서 주목할 점들 중 하나는 통상적으로 오프라인에서 행해오던 질적 조사 방법의 패러다임을 페이스북(Facebook)이라는 소셜미디어로 전환한 것이다. 기존의 오프라인에서 행해지던 포커스 그룹 인터뷰(FGI) 조사를 바쁜 학업과 일상으로 시간에 쫓기는 청소년들을 대상으로 행할 경우, 단편적인 주제에 대한 일회성의 조사가 될 우려가 높으며, 물리적 거리차로 인해 조사 대상 청소년들의 지역적 편중현상도 극복하기 힘든 것이 현실이다.

청소년문화의 다양한 영역과 소셜미디어의 활용에 대한 심층 면접 조사를 효율적으로 이루기 위한 방안을 고심하던 중에, 본 연구제목에서 이미 제시되어 있는 것처럼 소셜미디어를 활용한 조사방법을 기획하게 되었다. 연구진은 이것 역시 청소년문화 활성화를 위한 소셜미디어 활용의 좋은 사례가 될 수 있을 것으로 판단하였다. 윤영민(2011)은 자신의 저서에서 “소셜미디어와 집단지성(collective intelligence)을 아우르는 키워드는 대화”(p. 13)라고 단언하면서, 하나의 주장과 발상이 다듬어지고 조정되고 수렴될 수 있는 수단으로서 토론의 유용성을 강조하고 있다. 이 같은 관점에서, 연구진은 소셜미디어의 장점을 십분 살리기 위해 토론이라는 형식을 빌려 청소년문화와 소셜미디어 활용에 대한 청소년들의 의견과 주장을 직접 살피는 것이 효과적이라고 판단하였다.

연구진은 다양한 SNS 중에서 청소년들이 비교적 즐겨 사용하며, 장문의 글은 물론이고 사진과 동영상도 자유롭게 올릴 수 있으며, 시공간의 장벽을 초월하여 심층 토론이 가능하도록 지원해주는 페이스북(Facebook)을 토론활동의 플랫폼으로 선택하였다. 본 연구를 위하여 연구진은 별도의 페이스북 계정을 신설하였으며, 참여 청소년들의 개인 정보 보호를 위해서 비밀그룹으로 운영하였다.

## (3) 「청소년 집단지성 토론탐」의 구성

청소년들을 대상으로 소셜미디어를 활용하여 토론단을 운영하는 것은 본원에서 처음 시도되는 것으로 대내외적으로 벤치마킹할 수 있는 사례가 드물어 연구진이 약 두 달 동안 직접 시행착오를 겪으며 토론단 구성 및 운영에 대한 준비 작업을 마쳤다. 이를 토대로 9월부터 참여 청소년들과 함께 본격적인 토론단 운영에 들어갔다. <그림 IV-1>은 「청소년 집단지성 토론탐」의 기획부터 참여자 구성 및 운영까지 일련의 과정을 설명하고 있다.



【그림 IV-1】 「청소년 집단지성 토론단」 모집 및 운영 절차

<그림 IV-1>에 나타났듯이, 수차례의 자문 및 협의회를 통해 본 토론단 운영의 기본 계획을 마련한 이후, 「청소년 집단지성 토론단」이란 명칭으로 전국의 중·고등학교 및 청소년 단체와 관련 기관을 대상으로 토론단 모집 관련 협조요청 공문 및 홍보물을 발송하였다. 연구진은 장기간에 걸쳐 이루어지는 원활한 토론활동을 위하여 청소년들의 자발적인 참여가 중요하다고 판단하여, 토론단 참여에 대한 강제성을 배제하고 금전적 보상을 제시하지 않았다. 토론단 지원 동기 및 자신에 대한 소개의 글을 담은 지원 신청서를 접수받아 토론단원 선발 기준의 한 축으로 삼았다.

토론의 원활한 진행을 위해 연구진외에 자문교수 2명과 청소년 관련 학과 및 미디어 관련 학과 대학(원)생 6명을 선발하여 토론활동에 함께 참여할 수 있도록 하였다. 본 조사를 위해 선발한 청소년 관련 학과 및 미디어 관련 학과 대학생 및 대학원생들은 본 연구에서 코디네이터의 역할이 부여되어 토론활동에 직접 참여하는 동시에 연구진을 지원하는 역할도 맡았다. 이들은 모두 2015년 기준 청소년 기본법에서 제시한 청소년 최고 연령 기준인 24세 이하에 해당하여

청소년 토론자로서의 자격을 갖추고 있으며, 청소년 또는 미디어 영역에서의 전문지식과 소양도 갖추고 있어 원활한 연구진행에 일조하였다. <표 IV-1>은 코디네이터의 인구통계학적 특성을 정리한 것이다.

**표 IV-1 코디네이터의 인구통계학적 특성 (가나다 순)**

번호	이름	성별	학교/전공	지역
1	강찬O	여	청소년학	경기
2	김지O	남	사회복지학	경기
3	류광O	남	청소년학	경기
4	윤지O	여	청소년학	경기
5	진은O	여	미디어커뮤니케이션학	서울
6	황현O	여	미디어커뮤니케이션학	서울

본격적 토론활동에 앞서 연구진은 자문교수 및 코디네이터<sup>1)</sup>들과 함께 페이스북 비밀그룹을 시범적으로 운영함으로써 토론단 활동에 대한 파일럿 테스트를 진행하였다. 이 결과를 토대로 토론단 운영의 개선점을 파악 및 보완하여, 전국의 중고등학교 재학생, 홈스쿨링이나 해외 유학 중인 청소년, 대학생 등 다양한 연령과 배경을 가진 지원자들 중 최종적으로 33명을 선발하였다.

선발된 청소년들은 <그림 IV-2>과 같은 절차를 통해 페이스북 비밀그룹에 초대되어 「청소년 집단지성 토론단」 활동에 참여하였다. 연구진은 참여자들의 개인정보 보호 및 익명성을 보장하기 위하여 연구참여용 페이스북 개정을 신설하도록 권유하였으며, 연구진(운영자)과의 친구맺음을 통해 페이스북 비밀 그룹 「청소년 집단지성 토론단」에 참여할 수 있게 하였다. 이러한 절차를 거쳐서 「청소년 집단지성 토론단」에 참여한 청소년들의 인구통계학적 특성은 <표 IV-2>와 같다.

1) 코디네이터들은 본격적인 토론단 운영에 앞서 예비 조사(pilot test)의 의미로 특정 주제에 대한 토론활동을 약 일주일간 연구진과 함께 수행하였으며, 토론단의 참여자(participant) 겸 준중재자(sub-moderator)의 역할에 대한 훈련을 연구진으로부터 받았음. 또한 연구진은 이들과 함께 토론단 운영의 개선사항에 대한 업무회의를 수차례 거쳐 원활한 토론이 진행될 수 있도록 사전에 조치하였음.



【그림 IV-2】 페이스북 비밀그룹 참여 과정

표 IV-2 토론단 참여 청소년의 인구통계학적 특성(가나다순)

번호	이름	성별	출생년도	교급/소속	지역
1	권새O	여	1998	일반고	경기
2	김광O	남	1996	대학	대전
3	김도O	여	1998	일반고	경기
4	김민O	남	1999	홈스쿨링	경기
5	김민O	여	1996	대학	대전
6	김범O	남	1998	일반고	경기
7	김보O	여	1999	일반고	경기
8	김수O	여	1998	특목고	세종
9	김예O	여	1997	일반고	서울
10	김예O	여	2000	일반중	서울
11	김예O	여	1998	일반고	경기
12	김윤O	남	1998	특성화고	경기
13	김주O	남	1998	일반고	경기
14	김O	남	1998	일반고	경기
15	박정O	여	1998	자율고	서울
16	박효O	여	1998	일반고	충북
17	박희O	여	1998	특목고	인천
18	석지O	여	1999	일반고	대전

번호	이름	성별	출생년도	교급/소속	지역
19	손채O	여	2001	일반고	서울
20	신강O	남	1998	특목고	경기
21	신현O	여	1999	자율고	서울
22	양지O	남	1998	특성화고	경기
23	유수O	여	2001	일반중	세종
24	유영O	남	2000	일반중	경북
25	윤수O	여	1998	유학	호주
26	이세O	여	1998	특성화고	경기
27	나전O	남	1992	대학	경기
28	이종O	남	1998	일반고	강원
29	장호O	여	1998	일반고	제주
30	정기O	여	1998	특성화고	서울
31	정현O	남	1998	특성화고	인천
32	차민O	남	1998	특성화고	경기
33	추호O	여	1999	특성화고	경기

토론단 구성원을 살펴보면, 여학생이 20명, 남학생이 13명으로 남녀 간 약 2:1의 비율로 이루어져 있으며, 1992년생부터 2001년생까지 고른 연령층으로 구성되어 있다. 중학교(3명), 일반 고등학교(13명), 특성화/특수목적/자율고등학교(12명), 대학교(3명)에 재학하는 청소년, 홈스쿨링 중인 청소년(1명), 해외 유학 중인 청소년(1명)까지 다양한 인적구성을 포함하고 있다. 지역적으로는 서울, 인천, 경기지역을 포함한 서울, 경기, 인천 지역의 수도권(23명), 충청권(6명)이 주를 이루고 있으며, 강원, 경상, 제주, 해외 지역도 각각 1명씩 포함되어, 수도권과 비수도권의 비율이 약 2:1로 나타났다.

## 2) 「청소년 집단지성 토론단」의 운영

### (1) 토론 영역

앞서 제2장에서는 청소년의 삶의 전반적인 방식과 영역을 문화라는 개념으로 정의하고 교육문화, 여가문화, 참여문화 등을 살폈다. 문헌연구 및 자문회의를 통해 연구진은 「청소년 집단지성

토론단」의 운영을 위해 다섯 가지의 토론 영역을 다음과 같이 선별하였다(<그림 IV-3> 참조): 1주차-청소년의 매체이용, 2주차-교육과 진로, 3주차-여가생활, 4주차-사회참여, 그리고 5주차-관계 맺기.

5대 영역의 토론을 6주간 진행한데 이어서 나머지 2주간은 청소년 참여자들이 5대 영역에서 덜 다뤄진 내용이나, 새로운 영역의 토론 주제를 댓글 형식으로 올리고 구성원의 합의('좋아요' 횟수 및 답글 등)를 바탕으로 추가 토론 주제를 선정하였다.



【그림 IV-3】 청소년집단지성 토론단의 5대 토론 주제

## (2) 영역별 토론 주제

연구진이 정한 5대 영역별 토론주제들은 <표 IV-3>에 잘 나타나있다. 영역별로 토론주제를 연구진이 제시하면 해당 게시글에 댓글 및 답글을 통해 토론 참여자들이 의견을 개진하고 토론을 하는 방식으로 진행되었다. 게시글에 대한 참여의 기간은 제한을 두지 않았으나 평균적으로 관련 댓글 및 답글의 70% 이상이 연구진이 게시글을 올린날로부터 2~3일내로 올라왔으며, 연구진도 평균 2~3일 간격으로 영역별 토론주제를 담은 게시글을 올렸다.

표 IV-3 영역별 토론 주제

주차	영역	번호	소주제	내용
1	매체이용	1	소셜미디어의 개념정의	'소셜미디어는 000이다'
		2	SNS 규제에 대한 찬반토론	'SNS 규제해야... 우리사회의 대응 타이밍 너무 늦었다' vs. 'SNS 규제반대... 국민의 기본권 침해말라!'
2	교육/ 진로	1	교육의 궁극적 기능 진단 및 올바른 교육문화를 위한 소셜미디어의 기여	부모의 사회·경제적 지위(SES)가 학업성적에 미치는 영향 및 대안적 방안으로써 소셜미디어의 활용 가능성에 대한 논의
		2	학업/학습에 미치는 소셜미디어의 활용 범위와 가능성	'소셜미디어 활동은 학생의 학업에 도움이 된다' vs. '소셜미디어 활동은 학생의 학업에 도움이 안된다'
		3	소셜미디어를 활용한 학습경험	소셜미디어를 통해 학습해 본 경험에 대한 정보 공유(활동사진 및 사이트링크)
		4	진로탐색 및 개발 영역에서의 소셜미디어의 역할	롤모델과의 SNS 친구 및 팔로워 경험, 소셜 미디어가 진로탐색 및 개발에 미치는 영향에 대한 논의
3	여가생활	1	가장 하고 싶은 여가활동	'나 공부만 아니면 이렇게 놀고 싶다'
		2	팬덤문화	팬덤문화에 대한 소셜미디어의 역할 및 해시태그로 살펴보는 팬덤문화
		3	여가 영역에서의 소셜미디어의 역할	소셜미디어는 청소년 여가생활에 '타임 세이버인가?' vs. '타임 킬러인가?'
4	사회참여	1	청소년과 선거권	'만약 과거에 청소년에게 선거권이 주어졌더라면, ~했었을 수 있다', '만약 미래에 청소년에게 선거권이 주어진다면, ~할 수 있다'
		2	선거권 연령제한에 대한 찬반토론	'청소년에게 선거권을 부여해야 한다' vs. '청소년에게 선거권을 부여하면 안 된다'
		3	소셜미디어를 통한 사회적 기부경험	소셜미디어를 통한 사회적 기부경험 공유, 사회적 기부의 수단으로써 소셜미디어의 기능 및 효과
5	관계맺음	1	소셜미디어를 통한 관계맺음	소셜미디어를 통한 사회적 결속(bonding) 및 사회적 연결(bridge), 소셜미디어의 관계맺음이 개인의 심리사회적 발달(이타심, 공감능력, 외로움, 고독감 등에 미치는 영향
		2	소셜미디어의 네트워킹	소셜미디어를 통한 네트워킹이 다문화 수용성 및 가족관계에 미치는 영향
6	자유주제	1	소셜미디어 사용과 감정의 상관관계	SNS 이용이 공감 댓글이나 사회적 지지로 이용자의 우울감을 완화시키는 역할을 한다 vs. SNS상에서 상대적 박탈감을 느껴 우울감을 증폭시키다
		2	소셜미디어상에서의 사이버불링	사이버불링 피해, 원인 및 예방책

<표 IV-3>에 나타났듯이, 『청소년 집단지성 토론탐단』이 다룬 주제는 영역별로 평균 3개 내외로 구성되어 있으며, 찬반토론부터 자신의 경험과 가치관을 반영한 의견 개진 등 다양한 형식으로 진행되었다. 보통 특정 주제/이슈에 대한 토론의 시작점인 게시글은 연구진으로부터 시작되었으나, 토론과정 중에는 연구진의 개입을 가급적 지양하였다. 이는 토론 참여자인 청소년들의 자유로운 의견개진을 보장하는 한편 ‘지적 탐구 대상’에 대한 관찰자로서의 본분을 지키고, 토론의 방향을 의도적이든 비의도적이든 편향시킬 수 있는 여지를 줄이기 위한 조치였다. 토론에 참여한 청소년들을 위시하여 코디네이터들은 게시글에 대한 댓글을 달거나 토론자들의 댓글에 답글을 다는 방식으로 특정 주제에 대한 토론을 이어나갔다. 자신이 동의하는 내용을 담은 글에 ‘좋아요’를 눌러 동의 및 지지 의사를 표현하기도 하였다. <그림 IV-4>는 위에 설명한 방식으로 『청소년 집단지성 토론탐단』 참여자들 간에 대화가 이루어지고 있는 페이지를 캡처한 것이다.



【그림 IV-4】 청소년 집단지성 토론탐단 페이스북 활동 예시

### (3) 자유토론 주제

연구진이 정한 5대 영역에 대한 토론이 마무리되는 시기에, 토론자들로부터 남은 2주간 추가적으로 토론할 주제에 대한 제안을 받았다. 여러 참여자들이 토론할 주제에 대한 의견을 제시하였으며, “소셜미디어의 긍정적·부정적 영향력”에 대한 토론을 보다 구체적으로 해보자는 데 토론단 참여자들간에 합의점을 찾게 되었다. 본 연구의 핵심 키워드가 소셜미디어란 점을 감안했을 때, 연구진도 청소년들이 느끼는 소셜미디어의 영향력 및 효과에 대한 토론을 보다 심층적으로 진행하는 것이 본 연구의 목적을 위해서도 큰 도움이 될 것이라고 판단하였다.

자유토론이 이뤄진 마지막 2주간은 토론 주제를 제안한 두 명의 토론단 참여자가 직접 게시글을 포스팅하고 토론을 진행하도록 하였다. 이는 연구진을 거쳐 토론 게시글이 가공되는 것보다 토론주제를 제안한 청소년들이 직접 주도하는 토론이 보다 생생한 토론환경을 조성하리란 기대에 따른 것이다. 토론 발제자 두 명이 페이스북에 게시한 토론주제의 구체적인 내용은 <표 IV-3>에 잘 나타나있다.

### 3) 질적 자료의 분석

범주적 지표화(categorical indexing) 작업을 위해 각 영역별 토론내용은 한글파일로 모두 옮겨 토론 영역별로 분류하였다. 연구진이 정한 5대 영역 및 토론 참여자들에 의해 선정된 토론 주제들에 맞춰 진행된 참여자간의 토론 내용은 200자 원고지로 1,200여장에 달했다. Mason(1996)은 자신의 저서에서 질적 자료를 활용하여 특정 현상과 실체에 대한 설득력 있는 설명이나 주장을 구축하고 제시하는 것이 질적 연구의 핵심과제라고 지적하며 범주적 지표화의 중요성을 역설하였다. <표 IV-3>에 정리된 영역별 토론 주제를 기본 바탕으로 조사 분석에 있어 범주적 지표를 다음과 같이 구성하였다: ① 청소년들이 생각하는 소셜미디어의 이미지, ② 소셜미디어의 정부규제, ③ 교육문화에 있어서 소셜미디어의 기여, ④ 학업/학습에 있어서 소셜미디어의 활용범위 및 가능성, ⑤ 진로탐색 및 진로개발 영역에서의 소셜미디어의 역할, ⑥ 가장 하고 싶은 여가활동, ⑦ 팬덤문화에 대한 소셜미디어의 역할, ⑧ 청소년 여가생활에 미치는 소셜미디어의 영향력, ⑨ 청소년과 선거권, ⑩ 소셜미디어를 통한 사회적 기부경험, ⑪ 소셜미디어를 통한 관계맺음, ⑫ 소셜미디어상에서의 사이버불링.

## 2. 조사 결과

### 1) 청소년들이 생각하는 소셜미디어의 이미지

청소년 문화와 소셜미디어의 활용이란 조사를 본격적으로 진행하기에 앞서 청소년들에게 소셜미디어는 어떤 이미지로 자리매김하고 있는지 알아보기 위해 질문을 던졌다. 토론단 참여자 각자가 갖고 있는 소셜미디어의 의미나 가치 등을 고려하여 “소셜미디어는 ○○○이다”란 빈칸 채우기와 함께 그렇게 생각하는 이유를 함께 제시하도록 하였다.

<표 IV-4>에 나타났듯이, 불꽃놀이, 패션쇼, 스테인드글라스, 쓰레기매립장, 양날의 검 등 22개의 다양한 정의가 제시되었다. 전체 응답자의 40.9%는 자기표현(self-disclosure/ self-expression)이란 개념에 근거한 정의(예: 소극장, 불꽃놀이, 동전의 양면, 패션쇼, 나 이렇게 살아요, 마음의 거울, 스테인드글라스, 가면, 반창고)를 내렸으며, 27.3%는 정보(information)란 개념에 주안점을 두고 소셜미디어에 대한 정의(예: 소비자, 학교, 쓰레기 매립장, 시장, 잡지, 징검다리, 양날의 검)를 내린 것으로 분석되었다. 이밖에, “교환일기(정현○),” “시장(김민○)” 등의 표현을 통해 소통(communications)에 의미부여를 한 응답자도 27.3%를 차지했다.

**표 IV-4** 소셜미디어의 개념 정리와 근거논리 및 관점

정의 및 근거논리	관점	자기 표현	정보	소통	소비	관계	기타
불꽃놀이(김예○) : 사람들에게 내 생각 알리기		■					
패션쇼(손채○) : 나를 많은 사람들에게 보여줄 수 있음		■					
마음의 거울(김범○) : 자신을 그대로 표현하기도 하고 숨기기도 함		■					■ 이미지 메이킹
스테인드 글라스(박정○) : 감추고 싶은 모습을 숨기고, 알록달록 자신을 미화하고 과시하려 함		■					■ 이미지 메이킹
가면(김지○) : 나의 진짜한 생각과 내면을 모두 드러내기 보다 한 번 걸러서 활동		■					■ 이미지 메이킹

정의 및 근거논리	관점	자기 표현	정보	소통	소비	관계	기타
소극장(황현○) : 이미지 메이킹을 통한 사람과의 소통		■		■			■ 이미지 메이킹
동전의 양면(윤지○) : 나를 자유롭게 표현하고 사람들과 소통, 사람으로부터 상처를 쉽게 받음		■		■			
나 이렇게 살아요(류광○) : 나에 대한 소식과 정보를 알리고, 타인의 근황도 알 수 있기에		■		■			
반창고(이종○) : 여기저기서 상처받은 사람들이 소셜미디어를 통해 자신의 상처를 치유해 나가기 때문 (반창고를 오용하는 사람들이 많음)		■		■			
교환일기(정현○) : 우리 서로의 삶을 소통하게 해주기 때문				■			
시장(김민○) : 자신의 생각과 생산물을 홍보하고 판매, 사람과 사람간의 만남과 소통의 장			■ 정보 제공	■			
잡지(진은○) : 다양한 정보를 볼 수 있기 때문			■ 다양한 정보				
쓰레기 매립장(김예○) : 쓸데없는 정보가 너무 많아 나의 시간을 허비하고, 몇 일지나면 대부분의 정보들이 잊혀서 쓰레기가 됨.			■ 무익한 과다 정보				
학교(김도○) : 나에게 배움을 준다. 학교라는 커뮤니티처럼 싫어하는 사람과 좋아하는 사람이 있기 마련			■ 유용한 정보			■	
징검다리(장효○) : 정보가 사람들 사이에서 쉽게 오가고 새로운 사람들과 쉽게 관계를 맺을 수 있는 점, 정보의 홍수에 기능을 제대로 못하고 관계가 쉽게 단절되는 소셜미디어의 속성은 홍수나 폭우로 인해 쉽게 끊어지는 징검다리(장효○)와 유사함			■ 정보 교류 및 정보 홍수			■ 쉬운 관계의 생성 및 단절	

정의 및 근거논리	관점	자기 표현	정보	소통	소비	관계	기타
콘서트(박희○) : 많은 사람들이 콘서트에서 떴창하며 즐기듯 함께 어우러질 수 있어서 (비사용자에겐 부담감)						■ 어울림	■ 놀이
양날의 검(정기○) : 장점도 많지만 시간을 너무 많이 뺏기거나 의지에 상관없이 선정적이고 자극적인 정보도 쉽게 접하게 됨.			■ 선정적/ 자극적 정보		■ 과다 소비		
음식(강찬○) : 적당히 이용하면 유익하지만 많이 이용하면 해가 됨					■ 과다 소비		■ 양면성
천막(김예○) : 진실은 덮어놓고 다른 사람들이 흥미를 가질만한 자극적인 부분/ 자기가 보고 싶은 부분만 보기 때문					■ 피상적 소비		■ 선정성
소비자(고은○) : 생산없이 소비만하고 있음					■		
칼날(김수○) : 사용하는 사람이나 목적에 따라 그 결과물이 달라지기 때문에							■ 양면성
서양사람(김○) : 서양사람처럼 개방적인 특성이 있어서							■ 개방성

흥미로운 점은 자기표현이란 개념에 주안점을 두고 정의를 내린 토론자들의 절반가량은 자신의 치부는 감추고 드러내고 싶은 부분만 보여주거나, 가공 또는 부풀려진 모습들을 과시하는 ‘이미지 메이킹(image making)’이 빈번히 이루어지는 장(field)으로서 소셜미디어를 인식하고 있다는 것이다. 박정○은 “감추고 싶은 모습을 숨기고, 알록달록 자신을 미화하고 과시”하려는 사용자들의 성향을 들어 소셜미디어는 “스테인드글라스”라고 개념정리를 하였다. 마찬가지로, 소셜미디어는 “가면”이라고 정의내린 김지○은 자신의 진지한 생각과 내면을 모두 드러내기보다 한 번 걸러서 소셜미디어에서 활동하기 때문이라고 설명하였다.

정보에 주안점을 두고 정의를 내린 응답자들의 의견을 종합하면 소셜미디어를 다음과 같이 정리할 수 있다. “유용하고 다양한 정보를 쉽게 주고받을 수 있으나, 무익하거나 선정적/자극적인 정보도 홍수처럼 밀려드는 곳.” “학교(김도○),” “시장(김민○),” “잡지(진은○)” 등은 전자의 의미에 주안점을 둔 개념정리라면, “쓰레기 매립장(김예○)”과 “정검다리(장효○)”는 후자의

의미에 근거를 둔 것이다.

‘자기표현,’ ‘정보,’ ‘소통’이란 3대 개념 외에 소비(consumption; 18.2%)와 관계(relations; 13.6%)란 키워드에 방점을 둔 정의도 비교적 자주 제시되었다. 특히 소비라고 응답한 참여자 대부분은 “생산 없는 소비” “과다 소비,” “피상적 소비” 등의 소셜미디어 상에서의 부정적인 소비활동을 꼬집고 있었다. 관계성에 대한 관점에 비중을 둔 청소년들 중 박희○은 즐겁게 다른 사람들과 어울릴 수 있다는 이유로 소셜미디어는 “콘서트”라고 정의를 내린 반면, 좋아하는 사람과 싫어하는 사람이 뒤섞여 있는 곳이라는 의미로 “학교(김도○)” 그리고 사람간의 관계가 쉽게 생성되고 쉽게 단절되는 소셜미디어의 속성을 비유하여 홍수나 폭우에 쉽게 끊기는 “돌 징검다리(장효○)”로 비유한 청소년들도 있었다.

또 다른 특기할 점은 응답자의 대부분이 소셜미디어의 긍정적인 면과 부정적인 면이 공존하는 양면적 매체로서 인식하고 있다는 것이다. “동전의 양면(윤지○): 나를 자유롭게 표현하고 소통하지만 그 과정에서 타인으로부터 상처를 쉽게 받음,” “음식(강찬○) - 음식처럼 적당히 이용하면 유익하지만 과도하게 이용하면 해가 됨,” “칼날(김수○) - 사용하는 사람이나 목적에 따라 그 결과물이 달라지기 때문에,” “양날의 검(정기○) - 장점도 많지만 시간을 너무 많이 빼기거나 선정적이고 자극적인 정보도 쉽게 접함” 등 사용자의 역량이나 이용목적에 따라 소셜미디어의 이용이 긍정적일수도 부정적일수도 있음을 강조한 개념의 제시는 토론단 참여 청소년들 대부분이 소셜미디어를 바라보는 인식의 균형감을 대변하는 것으로 이해할 수 있으며, 우리 사회가 청소년들에게 디지털 리터러시 역량을 키워줄 당위성의 근거가 될 수 있다.

## 2) 소셜미디어의 정부규제

청소년들의 소셜미디어에 대한 인식과 가치관을 가늠하기 위한 또 다른 방식으로써, 소셜미디어의 ‘부적절’한 사용을 정부가 규제하는 방안과 관련한 찬반토론을 실행하였다. 토론단 페이스북 계정에 SNS 정부 규제라는 주제에 대한 상반된 주장을 담은 두 개의 논설을 제시하고 찬반 토론을 진행하였다. <표 IV-5>과 <표 IV-6>는 상반된 입장에서 토론을 주도한 청소년들의 주장, 사례, 대안 등을 정리한 것이다. SNS 규제를 지지하는 청소년들과 반대하는 청소년들이 자연스럽게 반반으로 나뉘었다. 그러나 SNS 규제에 대한 지지의사를 보인 청소년들 간에도 규제의 범위와 규제 방식 등에 대해서는 각자 다른 의견을 보였다. 마찬가지로 SNS 규제에 반대하는 청소년들도 자신들의 주장에 대한 개별적인 논리근거를 들어 찬반토론에 참여하였다.

(1) 정부규제 찬성측 입장

<표 IV-5>은 소셜미디어의 정부규제에 대한 「청소년 집단지성 토론탄」 찬성측 입장을 정리한 것이다. 정부 규제에 찬성하는 청소년들은 주장과 함께 사례와 대안도 함께 제시하였다.

표 IV-5 소셜미디어 정부규제에 대한 찬성측 입장

주 장	사 례	대 안
① 음란물, 안보 등 주요 공적사항에 대한 선별적 규제 (윤지O)	북한군에 안보관련 정보유출	책임감 가지고 공과 사를 구분할 수 있는 기준과 규제 제시되어야
② 공익을 해치고 국가안보를 위협하는 경우 강력히 처벌해야 ③ 개인의 자유가 타인의 권리를 침해할 수 없듯이 표현의 자유도 윤리적, 법적 제약이 따라야 함 (김민O)	혐오감, 사이버폭력, 국가안보	온라인 경찰, 정부관여 없는 중재 위원회
→ 안보와 알권리간의 경중에 대한 고민 필요 → '혐오'의 기준이 주관적이고 이를 빌미로 표현의 자유를 침해할 가능성이 있음 (진은O)		
④ 소셜미디어 콘텐츠에 이동 및 청소년들이 무방비로 노출 ⑤ 패륜적 언행을 아동·청소년이 모방 고 타인에게 상처를 줌 ⑥ 음란물, 사이버폭력에 쉽게 노출 되며 모방하게 됨 (손채O)	SNS상 관심종자 활동 (김진*/김윤*)	청소년에게 무방비로 노출되며 모방(범죄)을 야기하는 SNS 콘텐츠 규제
⑦ 정보화시대에는 정보의 질은 권력 ⑧ SNS상에서 '질 높은' 정보를 가진 자와 '질 낮은' 정보를 가진 자 사이의 정보격차가 사회적 불평등 야기 ⑨ 다수의 대중이 자극적이고 무익한 정보를 소비할 때, 소수의 사회 엘리트는 '정보 권력자'가 되어 유용하고 유익한 정보를 독점하는 구조 고착화 우려 (김예O)	SNS를 통한 루머 확산으로 대중의 무비판적 동조현상 발생	정보의 질에 대한 관리차원에서 SNS 규제필요. 소통과 표현의 자유를 보장할 땐 그 소통과 표현의 결과도 고려해야 함.

<표 IV-5>에서 살펴듯이, 소셜미디어의 정부규제에 대한 찬성을 표한 청소년들도 포괄적 규제가 아닌, 사안에 따른 선별적 규제에 대한 찬성에 동의하는 것으로 나타났다. 소셜미디어를 통해 공익을 해치고 국가안보를 위협하는 경우와 타인에게 혐오감을 주거나 타인의 권리를 심각하게 침해하는 경우에 선별적으로 정부의 개입과 규제가 필요하다는 논리였다(윤지○, 김민○). 그러나 안보와 알권리간의 경중에 대한 고민이 필요하며 혐오감의 기준이 주관적이고 이를 빌미로 개인의 표현의 자유가 침해될 소지도 고민해야 한다는 반론(진은○)도 제기되었다.

SNS의 유해 콘텐츠로 인한 청소년의 피해를 근거로 소셜미디어의 정부 규제를 주장한 손채○은 아동 청소년들이 손쉽게 접하는 SNS상에서 일명 관심종자<sup>2)</sup>들이 ‘겨밥’, ‘변기라면’ 등의 일탈적 행위를 담은 동영상 올리는 상황을 지적하며, SNS의 정부 규제가 필요하다고 주장하였다: “생각과 판단력이 아직 성숙하지 않은 어린이들과 청소년은 제가 위에서 말한것들을 보고 어떤 생각을 할까요? 흥미롭다. 나도 따라 해봐야지. 이런 생각을 하진 않을까요? 저는 이러한 이유에서 SNS에 대한 규제는 꼭 필요하다고 생각합니다.” 공교롭게도 최근 보도된 중앙일보의 SNS 일탈 계정에 대한 기사는 손채○의 주장이 기우가 아님을 적나라하게 보여주고 있다(참조: 겨밥.변기라면에 미성년자 성관계까지...도 넘은 SNS 일탈 계정, 중앙일보, 2015.10.04). SNS의 개방성과 SNS를 통한 정보의 빠른 확산성, 반면에 매초 생성되는 수많은 콘텐츠들 중 소위 ‘유해 콘텐츠’를 일일이 모니터링하기 어려운 구조적인 현실을 고려했을 때, 호기심이 많은 청소년들을 SNS의 폐해로부터 보호해줄 제도적 방안을 마련하는 것이 필요하다.

김예○은 보다 거시적인 시각으로 정보격차와 정보 권력이란 논리적 근거를 들어 SNS 규제 입장을 다음과 같이 밝혔다.

정보화 시대에서 sns는 ‘질 높은’ 정보를 가진 자와 ‘질 낮은’ 정보를 가진 자 사이의 격차를 키우며 사회적 불평등을 야기합니다. 표현의 자유를 보장한다는 근거로 SNS에 아무런 규제도 가하지 않는다면 계급화된 피라미드 구조의 정보의 장이 이뤄질 것입니다. 바닥에서는 다수의 대중이 자극적이고 무의미한 정보의 허상을 소통할 때, 꼭대기에선 소수의 ‘정보 권력자’가 유용하고 유익한 정보를 독점하는 구조를 고착시킬 것입니다.

(김예○)

2) 네이버의 지식인 오픈국어사전에 따르면 관심을 받고 싶어 하는 사람이나 그런 부류를 뜻함 이들은 SNS상에서 겨드랑이에 밥을 비벼먹는 행위, 변기에 라면을 부어먹는 행위를 담은 동영상을 올리는 등 일탈의 연행을 즐김. 청소년들은 이들을 일컬어 관심을 받기위해 일탈을 즐긴다는 의미로 ‘관심종자’ 또는 ‘관종’ 이라 부르고 있음.

최근 한 인기 SNS(소셜네트워크서비스) 인스타그램 계정에는 여학생의 교복 차림 사진이 올라왔다. 얼굴을 가린 속옷 차림이거나 가슴을 훤히 드러낸 사진이 대부분. 사진이 올라온 지 채 5분이 지나지 않아 응답패설이 섞인 댓글이 달렸다.

얼마 전 또다른 SNS 페이스북 계정에서는 ‘겨밥 동영상(자신의 겨드랑이에 밥을 문질러 먹는 장면을 촬영한 동영상)’이 재생 수 650만회를 넘게 기록했다. 고등학교 1학년 강모(16)군은 “종종 ‘겨밥’을 따라 하는 학생들이 있다”고 주장했다.

이처럼 최근 SNS에 ‘일탈계정’이 넘쳐나고 있다. 익명성이 보장되는 SNS에 자신의 가슴이나 성기 등 신체 일부를 드러낸 사진을 올리는 계정이 대표적이다. 양상은 다르지만 엽기적·가학적 내용을 담은 콘텐츠도 많다. 재생 버튼을 누르면 다짜고짜 욕설이 나오는 동영상, 변기에 라면을 부어 먹는 등 상식에서 벗어난 일명 ‘변기라면 동영상’ 까지 있다. 이 변기라면 동영상은 510만회 이상 재생됐다.

이런 엽기적인 콘텐츠가 계속 나오는 이유는 다름 아닌 광고 수익이다. ‘페이스북 스타(페북스타)’ 중에는 구독자가 60만 명을 넘는 경우도 있다. 이들의 계정에 한 번 올린 광고를 최소 60만 명이 볼 수 있는 셈이다. 페북스타 A씨는 “한 건당 40만~100만원의 광고료로 한 달 수익이 1000만원에 이른다”며 “학생들이 따라 해주면 기분이 좋다”고 말했다. 한양대 신문방송학과 박성복(47) 교수는 “무수한 콘텐츠가 존재하는 SNS에서 주목을 끌려면 선정적일수록 유리하다”며 “청소년이 선정적인 콘텐츠에 자주 노출될수록 자극에 무감각해진다”고 말했다.

특히 음란 일탈 계정은 부적절한 오프라인 만남으로도 이어진다. 실제 오프라인 만남을 해봤다는 일탈계정 운영자 여고생 이모양(18)은 “오프라인에서 만나자는 DM(Direct Message) 들로 메시지함이 항상 가득 찬다. 상대방 프로필을 살펴보고 괜찮으면 답장을 보내 언제 만날지 약속을 잡는다”고 말했다. SNS를 통해 직접 대화를 나눈 일탈계정 남성들도 “일탈계정을 통해 만난 여러 고등학생과 성관계를 나눴다”고 말했다. (중략)

이런 일탈 계정이 버젓이 유지될 수 있는 건 우선 낮은 진입장벽 때문이다. 한 SNS는 회원 가입을 하는 데 채 2분이 걸리지 않는다. 이메일과 닉네임, 비밀번호만 설정하면 끝이다. 별도의 인증절차 없이 가짜 이메일 주소만 있으면 가입이 가능하다. 성인은 물론 미성년자까지 ‘일탈계정’을 이용해 음란사진·동영상을 올릴 수 있는 구조인 셈이다. (하략)

[출처: 중앙일보] 겨밥·변기라면에 미성년자 성관계까지...도 넘은 SNS 일탈 계정

김예○의 주장은 독일의 사회철학자 하버마스(Habermas)가 정립한 공론장(public sphere)의 개념적 요소와 연결 지을 수 있다. Habermas(2001)에 따르면 사적인 영역(private realm)과 공권력의 영역(sphere of public authority)의 사이에서 작동하는 공론장(public sphere)은 18세기를 전후로 유럽의 부르주아 계층의 성장과 함께 유럽사회에 자리매김하였다. 커피하우스(coffeehouse)나 살롱(salon) 등에서 부르주아 계층의 구성원들은 국가정책과 권력자들에 대한 저항과 비판의식을 담은 일련의 토론을 통해 여론을 형성하며 사회적인 영향력을 행사하기 시작하였으며, 하버마스는 공론장이 유럽의 민주사회 확립에 큰 기여를 했다고 평가하였다. 하버마스도 지적하고 있듯이, 건강한 공론장의 형성을 위해 필요한 핵심적 요소 중 하나는 정확하고 유용한 정보(information)이다. 오늘날 정보의 의미는 18세기 산업혁명 시대에서의 정보가 차지하는 그것과 또 다른 의미가 있다. 미국의 저명한 사회학자 카스텔(Castells)은 자신의 저서 “네트워크 사회의 도래(The Rise of the Network Society)”에서 소위 정보기술(ICTs) 혁명으로 지식과 정보가 오늘날 우리사회의 생산성과 경쟁력을 가늠하는 핵심적인 요소가 되었음을 지적하고 있다(2000).

『청소년 집단지성 토론단』의 김예○이 지적한 일부 권력자(elite)에 의한 정보 독점 현상은 청소년 문화뿐만 아니라 건강한 민주사회 형성에 부정적인 결과를 초래하게 된다. 하버마스는 일찍이 “공론장의 재봉진화(re-feudalization of public sphere)”란 개념을 들어 상업주의(commmercialism)에 만연한 언론과 매체가 내뿜는 “자극적이고 무의미한 정보(김예○)”에 취해 공론장 기능의 위축이 건강한 민주주의를 위협할 수 있음을 지적하였다(Habermas, 2001). 토론단의 김예○도 지적했듯이, 정보격차는 계층의 구조를 고착하고 대중의 정치 무관심을 불러 올 수 있다. 일견, 건강한 민주주의를 위한 SNS의 규제를 주장하는 것이 모순형용(oxymoron)으로 보일 수 있다. 그러나 김예○의 궁극적인 목적인 건강한 정보를 널리 유통시켜 시민들로 하여금 합리적인 사고와 판단을 유도하자는 취지를 이해한다면, 우리 사회와 정부가 나서서 SNS상에서 발생하는 유해콘텐츠의 범람을 막고 청소년들에게 선별적인 정보 선택과 디지털 리터러시의 역량을 키워줄 제도를 마련하는 데 노력을 기울여야 할 것이다.

## (2) 정부규제 반대측 입장

소셜미디어의 정부 규제에 반대하는 청소년들의 논리적 근거는 “표현의 자유”와 아울러 집단지성, 자정작용 등 “SNS의 순기능 약화”를 꼽고 있는 것으로 조사되었다(<표 IV-6> 참조).

표 IV-6 소셜미디어 정부규제에 대한 반대측 입장

주 장	사 례	대 안
① 표현의 자유가 존재할 때 SNS의 실용적인 효과가 발휘됨 ② 자유의사표현과 자발적 지식교류 통해 더 나은 삶으로 진화 ③ 개방적이고 합리적인 삶을 위한 효과적인 도구 (정현○)	2011년 4.27 재보궐 선거에서 청년층 투표율 증가	이용자들의 윤리의식 향상 및 자발적인 문제해결 역량강화, 홍보 노력을 통한 대민외식 향상 가능
④ 소셜미디어가 생활의 일부분으로 이미 자리 잡았음 ⑤ 무조건적인 규제에 반대 (정기○)	너무 지나친 사용에 따른 문제	문제가 되는 사항들은 SNS를 적절히 사용할 수 있는 능력 길러줘서 해결해야
↔ 비판적 사고 배제 태도, 수용적 자세 정당화 ↔ 허위사실유포 등 분명한 문제점들에 대한 규제 필요 (김○)		
⑥ 정부차원의 규제는 세계적으로 중국 등 일부만 하고 있음 ⑦ 집단지성 존재/자정작용 발휘 ⑧ 최초 유포자 및 증거확보가 쉬워 기존 법에 따른 제재가 용이 ⑨ SNS상에 수많은 콘텐츠를 정부가 직접 규제하는 것은 구조적으로 불가능 ⑩ 표현의 자유는 최대한 보장되어야 (박정○)	청소년집단지성 토론단, 부적절한 게시물은 캡처 등을 통한 윤리적·법적 제재 사례	집단지성을 믿고 이용자들 스스로 이용윤리와 규칙을 만들어 준수
⑪ 규제 대상의 범위나 기준이 모호하여 효과성 장담 못하고 형평성의 문제 발생 ⑫ 정치적으로 악용될 위험성 ⑬ SNS 순기능 약화 (장효○)	정치/사회적 무관심한 젊은 층에게 정보제공 용이, SNS 팔로우한 뉴스프로그램 포스팅을 통한 정보습득	사용자 본인의 의식수준 함양, 청소년 대상 SNS 영향력과 파급 효과 교육을 통한 청소년 본인 스스로가 자신의 SNS활동을 조절

정현○은 표현의 자유가 SNS의 기능적 실효성에 중요한 영향을 미치며 궁극적으로 민주주의 발전에 도움이 될 것이라고 주장하였다.

표현의 자유가 존재할때 SNS의 실용적인 효과가 나타납니다. 그 이유는 개인의 자유로운 의사표현과 다수의 자발적인 지식교류를 통하여 더 나은 삶을 향해 사회가 진화해 나갈 수 있기 때문입니다. 게다가 민주주의 사회답게 개방적이고 합리적인 모습을 보여주는데 효과적인 도구이기 때문이지요.  
 (정현○)

정부의 규제를 반대하는 청소년들도 소셜미디어에서 발생하는 다양한 문제점들에 대해 인식하고 있었다. 그러나 규제의 실효성에 회의적인 시각을 갖고 있으며, 이용자들의 역량과 집단지성의 힘을 신뢰하고 이를 기반으로 하는 정부의 홍보 및 교육 노력이 필요함을 지적하였다.

SNS에서는 공무원 몇 명만으로는 해결할 수 없을 정도로 많은 콘텐츠가 생산되기 때문에 정부가 직접 규제하는 것이 가능할지 회의적입니다. 차라리 집단지성을 믿고 이용자들이 스스로 SNS 이용 윤리와 관련된 규칙을 만들어 지키게 하고, 표현의 자유를 최대한 보장하는 것이 좋다고 생각합니다. (박정○)

현재 SNS는 굉장히 많은 사람이 이용하고 있고 그만큼 광범위합니다. 그렇기에 규제를 한다고 해도 규제 대상의 범위나 기준이 모호하여 규제가 얼마나 효과적으로 이루어질지 장담하지 못하고, 형평성에 문제가 생길 우려가 있습니다. 그렇기에 만약 SNS를 규제하게 되면 정치적으로 악용될 위험성도 존재하게 됩니다. (중략) 사용자 본인의 의식수준을 높이는 것이 중요하다고 생각합니다. SNS 규제는 타의적이기에 자신의 행동에 잘못을 느끼고 고치기보다는 규제를 피하기 위해서 다른 방법을 찾게 될 것이라 생각합니다. 반면, 스스로의 규제는 자의적이기에 청렴한 SNS를 만드는 데에는 더없이 효과적일 것입니다. (장효○)

SNS를 통한 문제를 외면하는 것은 아닙니다. SNS를 통해 일어나는 심각한 문제들은 SNS를 이용하는 사람들의 의식향상으로 자발적인 문제해결과 타인의 권리를 침해하지 않도록 해야 하는 것이지 표현의 자유를 침해할 우려가 있는 규제는 절대로 없어야 하고 규제 없이도 충분히 광고나 플래시몹 또는 온라인커뮤니티사이트와 SNS를 통한 홍보로 의식향상이 충분히 가능하기 때문입니다 따라서 저는 SNS규제를 반대합니다. (정현○)

집단지성의 자정작용을 지지하는 철학적 주장의 근거는 존 밀턴(John Milton)의 대표적 저술인 아레오파지티카(Areopagitica)에서 찾을 수 있다. 밀턴은 거짓과 진리가 '사상의 자유롭고 공개적인 시장(free and open market place of ideas)'에서 경쟁을 할 때 결국에는 진리가 승리하게 된다는 자유주의에 입각한 주장을 펼쳤다(임상원, 1998). 그러나 현실에서는 집단지성의 힘과 자정작용의 효과가 발휘될 때까지 기다릴 수 없는 소위 '국가안보'나 '개인의 안녕'에 위배되는 '긴박한' 사안에 대해서는 대책마련이 필요하다는 당위성에 맞닥뜨리게 된다. 특히 호기심 많고 감수성이 예민한 청소년들에게 SNS를 통한 유해 콘텐츠의 확산이 미치는 악영향을 간과할 수 없는 것이다.

이번 토론을 통해 소셜미디어의 포괄적 정부규제에 대한 대안으로써 ①사안에 따른 선별적인 규제를 위한 기준 마련과 함께 ②집단지성으로 대표되는 소셜미디어의 여러 장점이 사회에 발현할 수 있도록 이용자 개인의 윤리적·기능적 역량강화 및 사회 환경 조성 노력이 필요하다는 결론을 얻을 수 있었다.

### 3) 교육문화에 있어서 소셜미디어의 기여

프랑스의 저명한 경제학자인 토마스 피케티(Thomas Piketty)는 자신의 저서 『21세기 자본론(Capital in the Twenty-First Century)』(2013)에서 다음과 같은 성찰적 질문을 던지고 있다.

모든 대륙, 모든 나라에서 교육에 공공지출을 하는 주요한 목적은 ‘사회적 이동성’ 즉 계층 이동을 촉진하는데 있다. 공언된 목표는 사회적 신분에 상관없이 모두에게 균등한 교육 기회를 주는 것이다. 교육 기관들은 이러한 목표를 어느 정도까지 충족시키고 있는가?”

(피케티, 2013, pp576-577)

피케티는 미국, 유럽국가 등의 통계를 들어 부모가 자식의 사회경제적 지위 (Socioeconomic Status)를 결정하는 ‘닫힌 사회’가 되었다고 지적하고 있다. 토론단 참여 청소년들에게 <그림 IV-5>의 내용과 함께 피케티 교수의 성찰적 질문을 토론주제로 던졌다.

**기사 1. "부모소득 따라 자녀 수액영수 최대 19명 개"**

한국교육개발원(KEDI)의 한국교육 실태 및 수준, 격차 현황(2003-2011년) 보고서에 따르면 수액 영위도 경수는 부모의 사회경제적 지위(SES)에 따라 차이가 있다. SES 계수가 여위 20%인 부모들 둔 자녀의 수액영수는 영위 20%인 부모들 둔 자녀의 수액영수 보다 초등학생의 경우 14.3명, 중학생의 경우 18.8명, 고등학생의 경우 19.23명 더 낮은 것으로 나타났다. (세계일보, 2013. 2. 12)


**기사 2. "고소득층의 자녀 사교육비, 저소득층의 8배"**

지난해 5분위(상위 20%) 소득계층의 일평균 교육비 지출은 56만1400원으로 1분위(아래 20%) 9만1400원의 6.14배에 달했다. 특히 약연 및 보습비 등 사교육비는 5분위가 34만1400원으로 1분위(4만3200원)의 7.9배였다. 최근 수년 사이 소득 수준에 따른 교육 영위도가 심화된 것이다.

**부모 학력이나 소득 수준이 자녀 일급 및 지위에도 영향을 미쳤다.**

통계청의 지난해 사회조사 결과에 따르면 자녀의 첫 일급은 부모 모두 대학을 나오지 않은 경우는 156만4488만원으로 부모 모두 대학을 졸업한 경우(평균 202만9009원)의 77%에 그쳤다. 일제 2007년 교육학계발할 자료를 분석한 한국보건사회연구원의 '교육불평등과 빈곤 대물림' 에 따르면 단순노무직과 전문직은 세대 간 지위 대물림이 자녀의 역할을 매개로 이뤄지고 있는 것으로 나타났다. (세계일보, 2011. 6. 15)

**“개천에서 용 안난다”**



**“학업에 미치는 소셜미디어의 영향력과 활용 가능성”에 대한 토론에 참여해 주신 여러분들께 감사의 말씀드립니다. 이 주제 역시 합의가 어려운 논쟁거리라는 느낌을 받았습시다. 아직까지는 소셜미디어가 청소년의 교육문화에 자리 잡아가는 과도기가 아닌가 생각을 해 봅니다. 이 주제에 대한 토론은 조금 더 시간을 갖고 이어갔으면 합니다. 토론에 추가로 참여하실 분들은 오늘 이후라도 댓글을 올려주시기 바랍니다.**

오늘은 여러분에게 교육문화에 대한 본질적인 질문과 함께 교육문화에 보다 긍정적으로 기여할 수 있는 소셜미디어의 활용 방안에 대한 의견을 구하고자 합니다.

“모든 대륙, 모든 나라에서 교육에 공공지출을 하는 주요한 목적은 ‘사회적 이동성’ 즉 계층 이동을 촉진하는데 있다. 공언된 목표는 사회적 신분에 상관 없이 모두에게 균등한 교육 기회를 주는 것이다. 교육 기관들은 이러한 목표를 어느 정도까지 충족시키고 있는가?”

『21세기 자본론(Capital in the Twenty-First Century)』의 저자인 토마스 피케티(Thomas Piketty) 교수의 성찰적 질문입니다. 피케티 교수는 자신의 저서에서 미국, 유럽국가 등의 예를 들어 부모가 자식의 사회경제적 지위(Socioeconomic Status)를 결정하는 ‘닫힌 사회’가 되었다고 지적합니다. 함께 공부한 기사내용들은 피케티 교수의 이러한 지적이 우리나라도 예외가 아님을 보여주고 있습니다. 일반적으로 교육수준이 높을수록 소득수준도 높은 경향을 보입니다. 양적, 질적인 면에서 학력의 대물림 현상이 발생한다는 것은 할아버지에서 아버지, 아버지에서 본인으로의 경제적 계층(class)의 대물림을 의미하는 것이죠.

우리나라 교육현장을 통스 제할하고 있는 여러분들은 피케티 교수의 지적에 동의하십니까? 그 이유는 무엇인지 여러분이 느끼는 우리나라의 교육문화와 사회 환경을 고려하여 의견을 개진해주시면 감사하겠습니다. 아울러, 피케티 교수가 지적한 ‘닫힌 사회’를 어느 대안으로써 소셜미디어가 어느 정도 기여할 수 있으리라 보십니까? 정부나 사회에 제언하고 싶은 소셜미디어 활용방안에 대한 의견이 있으시면 함께 나누었으면 합니다.”

【그림 IV-5】 청소년 집단지성 토론단 활동 예시-교육의 불평등

<그림 IV-5>는 부의 대물림 현상이 두드러지게 발생하는 우리나라의 경우를 다룬 주요 기사내용으로 우리나라도 역시 피케티 교수의 비판에서 예외가 아님을 통계결과를 들어 보여주고 있다. 토론참여자들은 우리나라의 교육문화와 환경을 고려하여 저마다 의견 개진을 하였으며, 피케티 교수가 지적한 '단힌 사회'를 여는 대안으로써 소셜미디어가 어느 정도 그리고 어떻게 기여할 수 있을지에 대한 열띤 토론을 펼쳤다.

#### (1) 교육문화 진단 : 계층이동 기능을 중심으로

토론에 참여한 모든 청소년들은 우리나라의 경우 교육환경의 구조적 문제로 인해 교육의 궁극적인 기능 중 하나라 할 수 있는 계층 이동 촉진 기능이 제대로 작동하지 않는다고 한 목소리를 내었다. 우리나라 교육문화에 비판적 입장을 밝힌 청소년들은 특히 사교육시장의 활성화가 교육영역에서의 정보 격차를 발생시키며, 사교육의 혜택에서 소외된 청소년들은 계층의 상향 이동의 가능성이 그만큼 줄어들 수 있음을 인식하고 있었다.

제 경험상 부모의 사회적 지위와 자식의 학업성취능력에는 유의미한 상관관계가 있습니다. 즉 부모의 사회적 지위와 자식의 학업성취도는 서로 비례합니다. 예를 들어 부모님이 의사나 혹은 다른 전문직에 종사하는 경우 자식들의 학업성취능력은 해당 전문직과 관련된 학과에 입학 가능한, 혹은 그에 준하는 성취도를 가진 경우가 대부분이었습니다. 즉 학력의 대물림, 직업의 대물림이 실제로 한국사회에서 발생하고 있다는 것입니다. 이러한 현상이 발생하는 이유는 유전적인 요인에 의해 전문직에 종사하는 부모의 자녀가 우수한 머리를 가지고 태어나는 것 보다 부모가 자녀에게 제공할 수 있는 환경의 질의 차이에서 기인한다고 생각합니다.

(김광○)

제가 사는 지역에는 사교육을 받을 수 있는 곳이 정말 많고, 제 주변 친구들은 대부분 자녀를 학원에 보내고 선생님을 불러 과외를 시킬 수 있는 경제적 능력이 있는 부모님 밑에서 자라고 있습니다. 그런 학원, 과외에서 받는 교육의 질이 공교육의 질을 뛰어넘는 경우가 자주 있습니다. (중략) 사교육에서 소외되고 주민들의 소득수준이 낮은 지역은 공교육이 다른 지역에 비해 뛰어나지도 않습니다. 그 불평등이 점점 심화되고 우리 사회의 구조도 그에 맞게 변화하고 있기 때문에 예전처럼 개천에서 용이 나는 일은 찾아볼 수 없게 되었다고 생각합니다.

(박정○)

도곡동 타워팰리스에 거주하는 친구부터 돈이 없어 학교를 다니지 못하고 자퇴한 친구까지 다양하게 만났지만 볼 때마다 느낀 것은 교육의 질 차이가 엄청나게 크다는 겁니다. 검정고시 학원을 다닐

돈 조차 없어 아르바이트를 병행하면서 혼자 EBS나 문제집 불법 복사본으로 공부하는 친구가 있는 반면, 한 달 200만원, 300만원을 넘나드는 개인과외를 받는 친구들도 있습니다. (중략) 사교육이라는 것은 자신의 금전으로 교육이라는 "서비스"를 구입하는 것이기 때문에 자본주의 사회에서 사교육을 규제할 근거는 없습니다. 하지만 사교육에서 소외된 계층에게도 국가 차원에서 동등한 기회를 주는 것이 이 문제의 유일한 해결책이라고 봅니다.

(김민○)

정현○과 장○○은 이 같은 사교육의 폐단이 횡행하는 것에 대한 원인으로 '기다림 없는 교육 문화'와 '교육 성취도를 수치화하여 평가하는 교육시스템'을 각각 들었다. 특히 장효○은 수업에 비해 과다한 사교육비를 지출하여 경제적 곤란을 겪는 계층인 '에듀푸어(edu poor)'를 양산하는 사교육 열풍에 기인한 또 다른 문제점을 제기하였다.

원활한 '사회적 이동성'을 충족하지 못하는, '단힌 사회'를 만드는 근본적 원인은 교육문화가 사교육을 유도하기 때문이라고 생각합니다. 학생들이 받는 교육문화에는 '기다림' 이 없어서 교육과정은 정해져있고 학생들에게 동일하게 가르치다보니 뒤쳐지는 학생을 위해서 수업시간을 그 학생에게만 할애하여 쓸 수 없다는 게 문제이죠. 그러니 사교육을 받는 겁니다. (중략) 사교육 없이 진도를 따라가기 쉬울까요. 절대 아닙니다. 수업시간에 학원문제집을 들고 와서 푸는 학생들도 있는데 그것을 선생님들은 말리지 않습니다. 그런데 또 다른 문제점은 부모가 자녀에게 지원할 수 있는 사교육에도 질적, 양적으로 차이가 있다는 점이죠.

(정현○)

현재 교육이 암기식 주입식 위주로 이뤄지면서 성취도 자체가 수치화가 가능해졌고 점차 학생들은 암기하고 반복하는 공부 방법에 익숙해졌습니다. 이렇게 반복해서 암기하는 공부를 효과적으로 하기 위해 의존하는 곳이 사교육이라고 생각합니다. 주변 학원 이야기를 들어보면 모든 학원이 각 과목별로 요점을 집어 정리해주고 외우도록 하고 비슷한 문제를 반복해서 풀게 하고 있었습니다. 이렇게 학생들이 사교육에 의존하다보니 자연스럽게 사교육 시장이 확대되고 각광받으면서 고액의 사교육이 성행하고 가계에서 지출하는 사교육비가 늘어났습니다. 비싼 사교육비는 상대적으로 부유한 학생들만이 쉽게 사교육을 받을 수 있도록 하였고 에듀푸어라는 신조어도 만들어냈습니다.

(장효○)

## (2) 소셜미디어의 기여 범위 및 활용 가능성

이 같이 우리나라 교육문화에 대한 문제의식을 공유하는 청소년들이지만, 부모가 자식의 사회경제적 지위(SES)를 결정하는 '단힌 사회'를 여는 대안으로써 소셜미디어의 기여 범위에

대해서는 다소 상반된 입장을 보여주었다. 소셜미디어가 ‘단힌 사회’를 여는 데 근본적인 역할을 할 수 있을지에 대한 회의적 입장을 보인 청소년도 일부 있었으나, 대부분의 토론 참여자들은 ‘단힌 사회’를 여는 대안으로써 소셜미디어의 역할을 기대하고 있었다.

소셜미디어의 개방성 및 확장성을 효과적으로 활용하고, 다양각색의 사람들이 모여 집단지성의 힘을 발현한다면 우리나라의 답답한 교육현실을 개선할 수 있는 수단이 될 수 있다는 점을 토론에 참여한 상당수의 청소년들은 인식하고 있었다. 정보제공, 동기부여, 인식개선 등 다양한 측면에서의 소셜미디어 활용법이 토론 참여자들에 의해 제시되었다.

소셜미디어를 활용한 정보제공 아이디어를 제안한 청소년들의 주장을 정리하면 다음과 같다.

- ① 대학교 입학설명회에 참석하지 못하는 청소년들에게 입학전형 안내 동영상과 책자 제공;
- ② 학습 정보나 공부법에 대한 정보 제공;
- ③ 수학, 영어 등 실제 교과목의 풀이법 제공.

소셜미디어가 단힌 사회를 여는 대안으로써 기여할 것이라고 평가하는 청소년들은 단순한 일방향성 정보제공에서 벗어나 소셜미디어를 활용하여 다양한 정보와 체험의 기회를 제공하고, 동기부여 및 비전을 제시할 필요가 있음을 강조하였다. 즉, 소셜미디어의 장점을 살려 상호교류와 집단지성의 힘을 활용하여 사교육의 혜택을 받지 못하는 청소년들에게 계층의 상향 이동이 가능할 수 있는 기회를 제공해야 한다는 것이다.

소셜미디어를 통해 교육적 콘텐츠를 저소득층에게 전달해봤자 큰 효과는 내기 힘듭니다. 두 계층사이의 성적차이는 단순히 사교육을 받았나 그렇지 않나에서 기인하는 것이 아니라 경험한 환경에 기인하기 때문입니다. 따라서 소셜미디어로 학업컨텐츠를 전달하는 것 보다 간접적으로나마 경험의 폭을 넓힐 수 있는 콘텐츠를 제작하여 전달하고, 밴드 등 각종 사이버 공간을 이용한다면 조금이나마 차이를 좁힐 가능성이 생긴다고 생각합니다. 여기서 핵심은 모종의 교육을 제공하지는 것이 아니라 다양한 분야에 대한 경험의 기회를 제공하자는 것입니다. 그리고 수많은 정보와 콘텐츠들이 게시되고 공유되는 소셜미디어의 특성상 기회의 제공에는 최적화된 매체라고 할 수 있을 것입니다.

(김광○)

‘한 마리 물고기를 주면 하루를 먹고 살 수 있다. 하지만 물고기 잡는 법을 알려주면 평생을 먹고 살 수 있다’는 탈무드 명언처럼 지식을 주는 사교육보다 지식을 얻는 방법을 가르쳐 주는 소셜미디어가 더 도움이 될 수 있지 않을까요? 물고기를 잡아 본 사람들, 곧 단힌 사회에서 시행착오를 겪으며 자신이 목표한 교육 수준에 도달한 사람들의 멘토링이 있다면 격차가 줄어들 것이라고 생각합니다. 멘토를 구하고 멘티는 소득수준이 낮은 학생들 위주로 참여할 수 있도록 하여 기존의 사이트나 카페에서 공부법만 알려 주는 방식에서 벗어나 페이스북 그룹이나 메신저 같은 소셜 미디어를 통해 밀접한 관계를 맺으며 공부법 말고 실제로 공부를 가르쳐 주기도 하고 멘티가 어떻게 공부하고

있는지 살펴볼 수 있도록 하면 좋을 것입니다. 그래서 만약 잘 따라가고 있다면 도움이 되는 자료와 칭찬이라는 당근을, 초심을 잃고 흐트러져 있다면 '자극 글' 같은 체찍을 통해 상호작용하며 발전해 나갈 수 있다고 생각합니다.

(박정○)

'단힌 사회'를 여는 대안으로써 소셜미디어가 기여할 수 있는 방안은 직접적으로는 방과 후 학교 프로그램처럼 온라인 스튜디오임을 만들어서 교사와 학생이 주를 이뤄서 교사와 학생간 그리고 학생과 학생간 질문을 올리고 그에 대한 풀이나 해법을 알려주는 시스템으로써 사교육을 대신 하는 것입니다. 간접적으로는 사교육 근절 및 공교육 개선에 기여할 수 있을 겁니다.

(정현○)

소셜미디어는 인식의 변화를 불러올 수 있는 유효한 수단인 점에서 '단힌 사회'를 여는 대안이 될 수 있다고 평가하는 청소년들도 있었다. 윤지○은 부모의 역할이 자녀 교육과 교육문화에 큰 영향을 미치고 있음을 지적하고, 소셜미디어를 활용하여 부모의 인식변화가 가능하다고 주장하였다. 마찬가지로, 장효○은 교육구조의 변화는 학생을 포함한 사회 구성원의 인식 변화에서 시작된다는 점을 강조하고, 소셜미디어를 활용한 인식개선을 위한 홍보노력도 기울일 필요가 있음을 지적하였다.

(소셜미디어를 활용하여) 자녀들이 올바른 성장과 그리고 사회에서 성공하기 위해서 가져야할 부모의 태도나 행동 또는 가치관에 대한 자료들을 공유한다면 (자녀교육에 소홀했던) 부모님들도 조금씩 관심을 갖게 되고 작은 변화가 생기지 않을까 생각해봅니다.

(윤지○)

인식변화 또한 지속적인 교육으로 이뤄내는 것이지만 속도가 느리고 성과 확인이 어렵다는 단점이 있기에 소셜미디어를 통해 이를 도와준다면 단힌 사회의 근본적 해결에 더욱 빨리 가까워질 것 같습니다. 이상적인 사회의 모습, 그를 위해 필요한 자세와 노력 등을 담은 영상, 사진 형식의 소셜미디어 게시물은 학생들의 인식변화에 큰 도움이 될 것이며 궁극적으로 (한국 교육문화를) 긍정적으로 변화시킬 수 있을 것입니다.

(장효○)

이 같이 토론 참여자들은 단기적 효과부터 장기적 효과에 이르기까지 소셜미디어가 우리나라 교육문화에 기여할 수 있는 활용법을 제안하였다. 청소년들은 소셜미디어의 즉시성, 확산성, 개방성을 활용한 지식 및 정보 제공을, 상호교류가 원활하고 접근성이 쉬운 매체라는 점을 살려 학습 멘토링, 심리상담, 사회구성원 인식개선을 위한 홍보 등 다양한 제안을 하였다.

#### 4) 학업/학습에 있어서 소셜미디어의 활용 범위와 가능성

소셜미디어가 우리사회에 확산되면서, 소셜미디어 활동이 학생의 학습 생산성을 파괴한다는 연구결과를 실은 언론 보도가 심심치 않게 등장하고 있다. 일부 학부모들은 자녀들의 학업에 소셜 미디어는 전혀 도움이 안 된다고 반감을 표하는 경우도 있다. 그러나 정작 “학습/학업에 도움이 되는가, 되지 않는가?”란 질문에 청소년들의 목소리를 직접 듣고, 이들과 함께 소셜미디어의 활용 가능성에 대한 진지한 고민을 하는 사회적 노력은 다소 부족했던 것이 사실이다.

앞서 살핀 것처럼, 「청소년 집단지성 토론탐」 참여자들은 소셜미디어의 기능 및 효과에 대한 양면성을 충분히 인식하고 있었다. 학업 및 학습에 미치는 소셜미디어의 활용범위와 가능성에 대한 인식도 이를 반영하고 있었다. 「청소년 집단지성 토론탐」은 토론 참여자 자신이나 친구들이 학습 및 학업에 소셜미디어가 실제로 어떻게 활용되고 있는지 또는 활용이 가능할지에 대한 진지한 토론을 펼쳤다.

##### (1) 소셜미디어의 활용 범위

「청소년 집단지성 토론탐」에 참여한 청소년들은 자신들의 경험을 바탕으로 소셜미디어 활용 범위에 대한 의견을 제시하였다. 토론탐단은 본격적인 토론에 앞서 학업/학습의 정의를 입시라는 직접적이고 제한적인 범위에서 보다 확대된 의미로 해석하는 것이 필요하다는데 합의를 보았다. 이는 우리나라 교육문화의 개선이라는 목적을 염두에 둔 토론탐단 참여자들에게 소셜미디어가 입시에 직접적인 도움이 되는지의 여부만을 따지는 것은 불합리하다는 판단에 따른 것이다.

학문적 소양을 높이거나 진학/진로 또는 관심분야에 도움이 되는 정보를 취하는 데 소셜미디어는 다양한 방식으로 활용되고 있었다. 또한 학교수업 시간이나 학교 시험 및 과제 준비를 위해 교사와 학생들은 나름대로의 방식으로 소셜미디어를 활용하고 있었다. <표 IV-7>은 토론탐단 참여자들이 경험한 소셜미디어 활용 내용을 ‘학문적 소양,’ ‘학교수업과 시험 및 과제 준비,’ ‘관심분야 정보,’ ‘인식변화’란 4개의 영역별 로 정리한 것이다. 각 영역별로 구체적인 활용분야와 활용의 세부내용, 활용된 소셜미디어가 제시되어있다.

표 IV-7 학습/학업에 있어 소셜미디어 활용 범위 및 내용

4대 영역	활용 분야	세부 내용	활용된 소셜미디어
학문적 소양	수학	수학 관련 페이스북 비공개그룹 활동: 질의응답, 어려운 문제 풀이식/증명 올림	페이스북
	수학 및 일반 교과목	바로풀기 어플을 이용해 수학 등 각종 교과목 공부에 도움을 주고받음	바로풀기 앱
	번역	집단지성의 힘을 번역에 적용하여 외국어 번역이 필요한 경우 서로 도움을 주고받음	플리토 앱
	수학/일반과목	칸아카데미라는 비영리단체에서 수학 등 다양한 분야의 강의 제공과 질의응답을 통해 지식을 넓힘	유튜브
	관심분야	EBS 다큐프라임 등 유용한 프로그램 핵심내용만 재편집한 클립형 영상 공유	SNS
	영어	영어스피킹 강의 이용	유튜브
	영어	흥미롭게 영단어를 익힐 수 있음	피카캐스트
	외국문화/외국어	외국의 문화나 외국어표현 배움(예:에밀티처, 데이브)	페이스북/유튜브
학교수업/시험 및 과제준비	과학수업	과학 수업 중 교사가 유튜브 실험영상 활용	유튜브
	일반수업	소셜미디어에 포스팅 된 다양한 영상 활용	SNS
	조별과제	조별과제 준비를 위해 그룹간 자료를 공유	페이스북
	시험준비	시험에 도움 될 만한 정보 제공/공유	페이스북
	시험준비	한국사 시험범위에 해당하는 내용을 정리하여 음악으로 만들어 페이스북으로 급우와 공유	페이스북
	조별과제	영어교사가 조별과제 및 수행평가를 네이버 밴드를 활용. 영어과목 관련 UCC 제작하여 공유	네이버 밴드
	수행평가	국어교사가 반별로 밴드를 구성하여 수행평가 관련 도서 목록을 올려 공유	네이버 밴드
	조별과제	직접 안 만나도 조별과제를 효율적으로 수행	카카오톡
관심분야 정보	진학/진로	각 학과별 취업률, 학과 정보 게시하는 페이스북 페이지 게시글 도움	페이스북
	진학/진로	대학정보, 각종 대회정보, 진로상담	SNS
	실속 정보	PPT 활용법, 자소서 쓰는 법, 집중력 높이기 등 실질적 정보 획득에 도움	SNS
	전시회 정보	전시회 일정을 알려주는 어플을 활용하여 훌륭한 역사/미술 공부를 할 수 있음	캔그루 앱
인식변화	공부 성취동기	공부하는 모습 올려 타인의 시선이 공부의 자극제로 활용	공스타그램
	타인의견	타인의 생각과 의견을 듣고 내 의견과 비교, 성찰하는 과정에서 생각의 폭이 넓어짐	SNS

## (2) 소셜미디어의 활용 가능성

앞서도 살폈듯이, 소셜미디어는 양날의 검 또는 가치중립적이란 주장은 학습 및 학업 영역에도 적용되는 개념이었다. 사용자의 역량이나 사회 환경에 따라 긍정적으로도 부정적으로도 사용될 수 있으며, 기여도 및 활용도가 사용자가 받 받고 있는 사회 환경에도 영향을 받을 수밖에 없다는 것이 토론에 참여한 상당수 청소년들의 주장이었다.

소셜미디어란 SNS에 가입한 이용자들이 서로 정보와 의견을 공유하면서 대인관계망을 넓힐 수 있는 플랫폼을 가리키는데요. 저는 플랫폼이라는 개념 자체가 '양날의 검' 이라고 생각합니다. 이 플랫폼에서 이동할 수 있는 정보, 공유할 수 있는 정보의 목적에 따라서 SNS 자체의 성질과 경향을 결정할 수 있습니다. 즉, 소셜미디어의 활용은 가치중립적인 것이지요.

(신강○)

소셜미디어도 과학기술처럼 가치중립적이라고 생각합니다. 즉, 소셜미디어 자체는 학업에 도움이 된다 안된다로 단순히 따질 수 없고 소셜미디어를 실질적으로 활용하는 학생들의 사례를 통해 도움의 여부를 확인할 수 있을 것 같습니다.

(장효○)

소셜미디어는 사용하는 사람의 목적이나 방법에 따라 그 의미가 달라질 수 있다고 생각하는데요, 학생들에게 피해를 주는 것 보다 오히려 학업에 도움이 될 수 있다고 생각합니다.

(김수○)

소셜미디어의 특성과 청소년들의 소셜미디어 이용 행태를 감안했을 때 학업에 도움이 되지 않는다고 주장한 청소년들은 ① 학습에 직접적으로 도움이 되는 소셜미디어상의 콘텐츠가 드물고, ② 학업 관련 SNS를 이용하다가도, '푸쉬 알림' 기능 및 호기심 등으로 여가 및 취미 관련 콘텐츠로 전환이 빈번하며, ③ 학업목적의 콘텐츠를 선별적, 효율적으로 활용하거나, 공부에 방해되지 않도록 소셜미디어 사용시간을 절제하는 청소년들의 역량이 부족하다는 점을 들고 있다. 유용한 어플리케이션을 쉽게 접할 수 있는 정보 제공과 디지털 리터러시 역량을 제공해야 할 필요성이 있음을 시사하는 대목이다.

제가 소셜미디어가 학업에 부정적으로 작용한다고 생각하는 이유는 학생들이 소셜미디어를 용도와 시간에 따라 적절하게 이용하지 못하는 경우가 많기 때문입니다. 공부를 하기 위해 자리에 앉았음에도

끊임없이 알람을 울리고 정보가 올라오는 소셜미디어에 관심을 끊지 못하고 매초, 매순간마다 가십거리에 빠지는 학생들, 이는 야자시간에 친구들 모습 뿐 아니라 저 자신을 통해서도 확인할 수 있습니다.

(장효○)

스마트폰을 항상 손에 쥐고 있고, 언제든지 접속할 수 있기 때문에 접속 빈도가 더욱 높아지는 것 같습니다. 또한 각종 SNS 푸쉬알림은 이용자로 하여금 엄청난 궁금증을 유발하죠. 푸시 알림이 궁금해서 접속했다가, 시간가는 줄 모르고 계속 이용하게 되더라고요.

(진은○)

보통의 청소년에게는 학업보다는 더 재미있는 관심사들을 많이 있고, SNS에는 학업에 관한 콘텐츠 뿐만 아니라 자신이 좋아하는 관심사에 대한 콘텐츠가 더 많이 올라오기 때문에 학업에 도움이 되는 콘텐츠만 선택하기 어렵습니다.

(김광○)

김○○ 학생분의 ‘소셜미디어가 학습에 도움이 되는 사람은 극히 드물다’ 라는 의견에 동의합니다. 하지만 그건, 소셜미디어 자체의 본질이 학습에 방해가 되는 것이 아니라 학습에 도움이 되는 소셜미디어가 극히 드물기 때문이 아닐까요. 앞으로 ‘학습에 도움이 되는 소셜 미디어 만들기’에 힘쓴다면 점점 그 효과는 커질 것이라고 생각합니다.

(신강○)

학습에 도움이 되는 소셜미디어가 제대로 활용되기 위해서는 홍보와 그 소셜미디어 내의 기능과 내용의 질 향상에도 많은 노력을 기울여야 한다고 생각합니다.

(장효○)

소셜미디어가 도움이 안 된다는 것보다 청소년들이 활용을 못한다는 말이 더 맞는 것 같습니다.

(추호○)

토론 결과를 살펴보면, 소셜미디어의 최대 장점일 수 있는 집단지성의 힘을 활용한 학습관련 어플리케이션을 활용하면 학원이나 과외 등 사교육에 직접적인 혜택을 못 받더라도 충분히 학문적 소양을 높일 수 있으며 학업에도 도움이 될 수 있다고 주장하는 청소년들이 소셜미디어의 활용가능성에 회의적 시각을 가진 청소년들보다 월등히 많았다.

저는 집단지성이라는 것을 어렵게 생각하기 보다는 많은 사람들이 서로 돕거나 경쟁을 하는 과정에서 새로 알아가는 지식이라고 생각합니다. 그래서 제가 SNS를 통해 다양한 사람들에게 학업에 관련한 여러 도움을 받아 알지 못했던 사실들을 알아가는 것도 집단지성의 일부가 될 수 있다고 생각합니다. SNS를 교육에 긍정적으로 활용한 사례로 '칸 아카데미'가 있습니다. 칸 아카데미는 살만 칸이라는 사람은 사촌동생을 위해 유튜브에 올리던 수학강의가 SNS의 특성(공유성, 대중성, 신속성 등)으로 인해 많은 이들에게 퍼지게 되었다는 것을 알게 된 후 인터넷이라는 수단이 많은 사람들이 교육의 기회를 제공한다는 것을 깨닫고 다양한 분야의 강의를 유튜브에 올리고 있는 비영리단체를 말합니다. 제가 이것을 SNS를 통한 집단지성이 교육에 활용된 긍정적인 예라고 생각하는 이유는 유튜브라는 SNS를 이용하여 다양한 분야의 지식인들은 자신의 지식이나 재능을(강의 및 번역) 나누고, 배우고자 하는 사람들은 무료로 제공되는 지식을 언제 어디서나 습득할 수 있으며 양방향성의 특성을 이용하여 일방적인 지식 제공으로 끝나는 것이 아닌 질문과 답변 등을 통해 서로의 생각을 나누며 지식의 폭을 더 넓힐 수 있는 시스템 때문입니다. 이러한 방식으로 사용한다면 SNS는 누구나에게 교육의 기회를 제공할 수 있는 좋은 수단이 될 수 있다고 생각합니다.

(박효○)

바로풀기 어플은 (수학 등 교과목 공부 중) 모르는 걸 질문하면 해법이나 답을 알려주는 공부 관련 SNS로써 다양한 분야의 질문이 가능한 어플인데요. 공부 관련 SNS도 소셜미디어의 일종인걸 깜빡하고 있었네요. 다시생각해보니 소셜미디어는 학업에 직접적인 영향을 끼칠 수 있고 충분히 소셜미디어에서 매력적인 소재라고 생각되네요.

(정현○)

교사는 학습영역에서 소셜미디어의 활용 범위와 가능성을 결정할 수 있다. 교사들의 소셜미디어 활용 능력과 활용 의지에 따라 학습효과의 질을 보다 개선할 수 있으며, 탑다운(top-down)식의 교수법이 아닌 토론이나 협업을 통한 배움을 유도할 수 있다는 점을 감안한다면, 교사의 역할이 상당히 중요하다는데 이견이 있을 수 없다. 다음은 토론단 참여자 중 김범○이 실제 학교에서 영어선생님과 국어선생님이 소셜미디어를 활용한 사례를 설명한 내용이다.

저희 학년에서만 영어선생님의 재량으로 실시하고 있는 것인데요. 친구들과끼리 4명이 조를 만들어 영어단어를 외우고 서로에게 시험을 본 후 그 과정을 사진으로 찍어서 밴드에 올리고 올린 학생에게만 영어단어시험에서 추가점수를 주는 식이에요. 아직 초기 단계지만 점점 더 많은 학생들이 참여하고 있고 저도 참여할 계획이에요. 그리고 영어 교과서 본문에 관련된 UCC 만들기 수행평가를 하고 학생들이 제출한 영상을 밴드에 게시해 주셨어요. 그리고 추가로 말씀드리자면 국어선생님은 반별로 국어 밴드를 만드셔서 수행평가 관련 도서를 올려 주셨어요.

(김범○)

토론단에 참여한 박희○은 학업에 도움이 될 수 있는 소셜미디어라도 사용자의 가치관과 의도에 따라 부정적인 효과를 불러올 수 있는 예로써 청소년들 사이에서 인기를 끌었던 공스타그램의 이용 후기를 들려주었다. 공스타그램은 공부와 인스타그램의 합성어로 자신의 공부계획서, 공부 방법, 공부하는 모습, 성적 등의 인증샷을 인스타그램에 올려 사용자들 간에 자극을 주고받는 것을 말한다.

주위친구가 하는 걸 보고 저도 엄청난 포부를 가지고 시작했었죠. 그런데 하다보니까 회의감이 드는 거예요. 공부는 '나'를 위해 하는 것이고 '내 목표'를 위해 하는 것인데 너무 남들 시선을 의식하게 되더라고요. 물론, 타인의 시선이 공부의 자극제가 된다면 좋겠죠. 그런데 오늘 하루 아프다거나, 뭐 기타 등등의 이유로 쉬어 가고 싶어도 '아 그럼 사람들이 나는 치열하게 공부하지 않는 학생으로 보겠다'라는 생각에 께싸여 오히려 스트레스로 다가오더라고요. 또한 저보다 더 열심히 하는 학생들을 보고 비교하며 스스로 자책하는 제 모습이 싫었어요. 초반에는 '와 재는 이렇게 공부하네, 나도 저렇게 14시간씩 공부하고 자야지'라는 생각에 정말 첫 1주 정도 14시간 공부를 시도했어요. 효과는 꽤 있더라고요. 근데 저는 중학생시절부터 잠은 푹 자고 깨있을 때 미친 듯이 공부했던 사람인데 갑자기 14시간씩 공부해보겠다고 잠을 2시간이나 줄이니까 낮 시간에 흐리멍텅 해롱해롱 거리게 되는 거예요. 그러면서 14시간을 달성하고 공스타그램에 인증사진 올릴 때는 혼자 뿌듯해서 헤헤거리고 있고. 정말 쓸데없는 거죠. 그렇다고 '그냥 평소의 나대로 공부를 하자'라고 마음을 먹기에는 14시간 공부하는 저 아이에 비해 괜히 못한 학생이 된 것 같고, 괜히 자책감만 생기고 자존감만 낮아지더라고요.

(박희○)

학습 및 학업 관련 소셜미디어의 활용 가능성에 대한 토론에 참여한 청소년들의 주장을 정리하면 다음 네 가지로 정리할 수 있다:

- ① 소셜미디어는 가치중립적이며, 사용 목적이나 사용자의 의지와 역량에 따라 활용도 및 기여도가 다를 수 있다.
- ② 소셜미디어는 학업 및 학습에 긍정적인 기여를 충분히 할 수 있는 잠재력이 있는 도구이다.
- ③ 소셜미디어의 기능과 학습관련 콘텐츠의 질이 개선된다면 보다 많은 이용자들이 혜택을 볼 수 있을 것이다.
- ④ 유용한 콘텐츠에 대한 정부 및 사회적 차원의 지원 및 홍보 노력이 요구된다.

## 5) 진로탐색 및 개발 영역에서의 소셜미디어의 역할

진로선택에 있어서 사회학습이론을 주창한 크롬볼츠(Krumboltz)는 진로선택에 영향을 미치는 주요인으로 ① 선천적 능력(genetic endowments and special abilities), ② 환경적 상황과 사건들(environmental conditions and events), ③ 학습경험(learning experiences), ④ 과제접근기술(task approach skills)을 꼽는다(Krumboltz, 1996). Krumboltz(1996)에 따르면 개인이 속한 사회와의 상호작용을 통해 한 개인이 어떤 것을 경험하고 학습했느냐에 따라 진로선택의 향방이 달라질 수 있다. 정보통신기술의 발달로 청소년들은 이전 세대와는 비교할 수 없는 폭 넓은 경험을 하며, 국내외 각처의 다양한 사람들과 소통을 할 수 있는 환경에서 살고 있다. 예를 들어, 소셜미디어를 통해 자신이 선망하는 해외의 석학이나 국제기구, 유명인과 직간접적 소통을 하는 경험은 청소년들의 경력개발과 진로선택에 커다란 도움이 될 수 있다.

저는 제 롤모델, 존 밀너씨와 SNS 친구가 되어있지는 않지만 가끔씩 SNS를 통해 간접적으로나마 그의 소식을 듣습니다. 또한, 페이스북 그룹에서 저와 같은 진로를 가진 사람들과 소통하고 이야기를 나누면서 서로 정보도 공유하고 멘토링도 하는 등, 직접 만나서 하기 어려운 일들도 페이스북으로 공유해서 서로 많은 생각들을 나눌 수 있습니다. 서로 만나기 어려운 사람들과도 페이스북을 통해서 빠르게 연락하고 이야기 할 수 있어서 많은 덕을 볼 수 있었지요.

(차민○)

소셜미디어를 다양한 사람들의 말과 행동을 보고 그 속에서 닳고 싶은 점을 찾아보는 방법으로 활용하고 있습니다. 칼럼니스트나 교수님들의 팔로워가 되어서 그분들의 생각을 들어보고는 합니다. 또한 이러한 해당 분야에 대한 전문가는 아니어도 연예인들의 소셜미디어를 통해 그들이 처한 상황과 그들의 생각을 이해하는데 사용하기도 합니다. 미약하게만 알고 있었던 제 관심사를 소셜미디어를 통해 더 많은 사람, 정보를 접하게 되면서 비로소 제가 원하는 바를 깨닫게 되었습니다. 소셜미디어가 진로에 대해 기여하는 정도는 상당하다고 생각됩니다.

(장효○)

국제분쟁이나 인권에 관심이 많은데 국경 없는 의사사회나 엠네스티 페이지를 팔로우해서 요즘 일어나고 있는 국제분쟁이나 인권침해에 대한 정보를 얻고 있습니다. 바쁜 일상 가운데 다시 한 번 꿈을 돌아볼 수 있도록 도와주는 것 같습니다.

(김지○)

학생이기에 지리적, 시간적 제약이 많지만 소셜미디어는 그만큼의 제약을 줄여주고 기회를 제공하며 경험의 폭을 넓혀줄 수 있다고 생각합니다. 결론적으로 소셜미디어는 진로의 탐색뿐만 아니라 개발까지 큰 도움을 준다고 봅니다.

(장효○)

토론단의 김광○은 특정 롤모델을 정해 팔로잉하는 것보다 소셜미디어의 장점을 적극 활용해 다양한 사람들의 삶을 간접 경험하고 타산지석으로 삼을 수 있는 능력을 배양하는 것이 보다 중요하다는 의견을 제시하였다.

단순히 개인을 롤모델로 삼아 인생을 설계하는 것은 개인이 서로 독립된 존재라는 것을 생각하면 그리 바람직하지 않습니다. 그러나 다양한 사람들의 삶 속에서 자신의 삶에 맞는 내용을 추출하고, 이를 통합시킬 수 있다면 한 사람만을 바라보고 인생계획을 세울 때 보다 더 좋은 인생계획을 수립할 수 있다고 생각합니다.

(김광○)

비슷한 이유로, 토론단 참여자 상당수는 소셜미디어를 활용하여 자신의 관심분야에서 먼저 활동하는 선배나 동료들과 소통하며 관련 정보를 얻고 있었다.

저는 취업 준비생으로서 이미 취업을 한 선배들의 생활을 SNS로 보면서 청소년기관에 취업하게 되면 만날 수 있는 대상, 활동들에 대해 알 수 있게 되고 현장에서 생생히 느끼는 기쁨과 어려움들을 간접적으로 경험하여 앞으로의 진로를 선택하는데 도움이 되었습니다.

(윤지○)

저 같은 경우 항공관제사의 꿈을 갖고 전문계 군사학교에 입학했다가 우연히 페이스북에서 친구를 맺은 모 항공사 기장님과 소식을 나누며 파일럿의 꿈을 갖고 자퇴를 하게 되었고, 현재도 현직 기장/부기장님들이나 항공운항학과 재학생분들과 SNS상으로 소식을 나누며 많은 동기부여와 도움을 받고 있습니다. 또한 제가 다녔던 학교의 입시전형을 준비하는 친구들에게 SNS를 통해 정보공유 등의 도움을 주고 있습니다.

(김민○)

또한 진로영역에 있어 비슷한 관심사를 갖고 있는 사람들끼리 소셜미디어를 통해 정보공유와 소통을 하는 청소년들도 진로탐색에 있어서 소셜미디어의 유용함을 강조하였다.

소셜미디어는 진로탐색에 굉장히 도움이 많이 되는 매체라고 생각해요. 롤모델을 통해 배우는 것 뿐 아니라 나와 같은 진로를 꿈꾸는 다른 사람들과의 소통, 교류, 정보 공유를 통해 더 많은 정보를 접함으로써 진로 선택에 도움이 많이 되는 것 같습니다.

(김수○)

제 꿈은 인포테인먼트 프로그램 pd입니다. 롤모델에 가까운 PD는 나영석 PD님인데, 방송이 끝난 후 SNS반응을 보면 '이런 점이 거슬렸다'라는 사람, '이러이러한 나PD 특유의 감성은 나랑 맞지 않는다'라는 사람 등 나PD 역시 개선시켜야할 점들이 SNS를 통해 쉽게 보이다보니 저 역시 식견이 넓어진 것 같다는 생각이 들 때가 종종 있습니다. "아~ 사람들이 이렇게도 생각을 하는구나" 하면서요

(박희○)

또한 특정 소셜미디어를 통해 자신의 작품이나 성과물을 게시하거나 타인의 게시물을 감상 및 활용하며 꿈을 키우는 청소년들도 있었다.

예술과 미디어에 관련된 꿈을 가지고 있는 학생으로서 전 핀터레스트(Pinterest)<sup>3)</sup>를 통해 많은 영감을 얻어왔습니다. 핀터레스트는 이용자가 자유롭게 자신의 작품이나 아이디어를 공유하는 플랫폼입니다. 전 그 공간에서 다양한 사람들의 생각들을 보고 배우면서 꿈을 키워왔습니다. 이렇게 꼭 롤모델과 SNS로 직접 소통하는 방법이 아니더라도, SNS를 통해서 진로와 관련된 영감을 얻을 수 있고 그것을 바탕으로 배울 수 있는 기회를 제공하기 때문에 소셜미디어는 진로에 충분히 기여한다고 생각합니다.

(김예○)

저도 예상치 못한 기회로 포스터를 기획, 디자인을 한 적이 있었는데 그때 가장 크게 아이디어를 얻은 공간이 핀터레스트(Pinterest)라는 사이트였습니다. 지금도 간간히 들어가 보고 있고요. 생각의 보물창고 같아서 매번 눈이 즐겁습니다.

(차민○)

소셜미디어의 장단점을 고려하여 청소년들에게 소셜미디어가 진로 탐색 및 개발에 보다 효율적으로 활용될 수 있는 아이디어를 제시한 청소년들도 있었다. 차민○은 특정 정보를 특정 다수에게만 전달할 수 있는 SNS가 활성화될 필요가 있다고 지적하였다. 나전○은 청소년들의 진로를 목적으로 한 소셜미디어가 활성화될 필요가 있다고 강조하였다.

3) 핀터레스트는 핀(pin)과 관심/흥미(interest)의 합성어로 메모판에 핀을 꽂아서 사진을 붙이는 것처럼 자신의 관심 분야에 대한 사진이나 동영상을 게시하고 다른 사람과 공유하는 SNS를 말함.

소셜미디어를 사용한 사람은 경험한 적이 있듯이 넘치는 정보를 수용하다 보면 자신이 모르는 사이에 시간이 흘러갑니다. 기존 소셜미디어가 사용자에게 정보를 제공할 때 사용자의 관심사나 의사를 반영하기 보다는 양적 중심인 정보를 무차별적으로 제공하기에 소셜미디어의 정보가 재미는 있으나 무익하다는 주장이 나오는 것 같습니다. 청소년들의 진로를 목적으로 한 소셜미디어가 등장하고 그 소셜미디어가 매우 효과적인 정보 전달 방법이나 정보 분류법을 고안한다면 그 어느 기관보다 영향력을 가지게 될 것이 분명합니다. 또한 산업현장에 있는 수많은 주체들, 대학들이 참여한다면, 그 어느 매체보다 정보제공자와 정보수용자 간의 간격이 좁은 점, 비교적 낮은 진입장벽으로 인해 수많은 주체들이 참여가능하다는 점 등의 소셜미디어의 장점이 드러날 것입니다. 그렇게 된다면 소셜미디어는 정보수용자의 관심 있는 정보가 그 어느 곳보다 많이 모여 있는 아케이드로 작용하게 될 것입니다.

(나전○)

## 6) 가장 하고 싶은 여가활동

소셜미디어가 개발된 배경과 청소년들의 소셜미디어 이용 실태를 감안했을 때, 청소년문화와 소셜미디어를 아우르는 핵심 키워드 중 하나는 “여가”라는 주장에 이견을 다는 사람들은 많지 않을 것이다. 앞서 제 2장의 선행연구 분석에서도 살폈듯이, 청소년들에게 소셜미디어는 학습보다는 즐거움과 추억을 친구들과 공유하는 플랫폼의 역할을 주로 하고 있다.

연구진은 여가활동에 대한 본격적인 토론에 앞서 ‘공부만 아니면 가장 하고 싶은 여가활동’에 대해 “어디서(where),” “누구랑(with whom),” “무엇을(what),” “왜(why)”란 4가지 질문에 맞춰 답을 달아달라고 요청하였다. 이를 통해 오늘날 청소년들이 소망하는 여가활동의 모델을 유추해 볼 수 있으며, 나아가 청소년의 여가문화 개선에 소셜미디어가 기여할 수 있는 범위와 청소년 여가생활에 소셜미디어의 활용 가능성을 가늠하는데 도움이 될 수 있다.

### (1) 어디서(where)

토론 참여자들 절반은 공부에 방해받지 않고 소소히 즐기는 여가활동의 장소로 자신의 집, 친구 집, 카페 등 편리하고 아늑한 환경이 제공되는 실내를 택하였다. 놀이공원이나 동화마을 등 위락시설을 택한 청소년은 14.3%, 지방이나 외국으로 여행을 가고 싶다고 밝힌 청소년은 각각 14.3%, 7.1%로 조사되었다.

## (2) 누구랑(with whom)

토론 참여자들 중 64.3%는 친구와 함께 여가생활을 함께 하기를 원했으며, 혼자서 여가생활을 즐기고 싶다고 밝힌 청소년들도 28.6%에 달했다. 가족이라고 응답한 청소년은 7.1%에 지나지 않았다. 초등학교에서 중·고등학교로 성장하면서 청소년들의 여가생활에 차지하는 비중이 가족보다는 온·오프라인상의 친구들로 자연스럽게 옮겨가는 것으로 해석할 수 있다.

## (3) 무엇을(what)

여가활동으로 “무엇이 하고 싶은가”에 대한 질문에 토론 참여자들은 다양한 답을 제시하였다. “수다 떨기(21.4%),” “맛있는 것 먹기(14.3%)” 등 일상적인 것에서부터 취미생활 하기(21.4%) 등 자신의 관심사에 대해 보다 시간을 갖고 싶다는 청소년들도 있었다. 그러나 여기서 주목할 점은 응답자들 중 57.1%가 미디어를 활용하여 여가생활을 보내고 싶다고 답한 것이다. 텔레비전이나 영화를 시청하는 것에서부터 소셜미디어나 인터넷을 활용하는 등 미디어를 활용한 여가가 청소년들에게 가장 보편화된 방식이라고 해석할 수 있다.

## (4) 왜(why)

여가생활을 하는 주요 이유로 ‘스트레스 해소(21.4%),’ ‘일상 탈출(14.3%),’ ‘추억 만들기(14.3%),’ ‘휴식(7.1%)’ 등을 들고 있다. 응답자들 중 절반 이상인 57.1%는 ‘즐거움과 행복감을 느끼기 위해서’라고 답하였다. 이들 중 정현○의 답은 대부분의 청소년들이 선호하는 여가생활의 패턴과 여가생활의 주요 이유를 간결하게 잘 대변하고 있다. “친구들이랑 함께하는 건 즐겁고 신나니까!”

## (5) 종합 : 여가생활 모델

오늘날 청소년들이 선망하는 여가생활을 4문4답이란 형식을 빌려 파악해보았다. 토론 참여자들의 응답을 전체적으로 분석하여 주로 많이 언급된 키워드를 조합하면 다음과 같은 여가생활의 모델을 제시할 수 있다:

- ① 어디서(when) : 집에서
- ② 누구랑(with whom) : 친구랑

- ③ 무엇을(what) : 미디어를 활용하여
- ④ 왜(why) : 즐거움과 행복감을 느끼고 싶다.

## 7) 팬덤문화에 대한 소셜미디어의 역할

네이버 지식인 오픈사전은 팬덤의 정의를 다음과 같이 설명하고 있다. '광신자'를 뜻하는 영어의 'fanatic'의 'fan'과 '영지' 또는 '나라'를 뜻하는 접미사 'dom'의 합성어로서 특정한 인물(특히 연예인)이나 분야를 열성적으로 좋아하거나 몰입하여 그 속에 빠져드는 사람. 특히 청소년들 사이에서 대중 가수나 배우를 추종하는 팬덤현상은 청소년의 하위문화를 구분 짓는 하나의 기준이 될 수 있다(한국청소년정책연구원, 2015a).

소셜미디어가 보편화된 오늘날 팬덤문화의 중심에 위치한 청소년들은 대중스타와 문화산업의 일방적인 영향력에 반응하는 수동적이고 종속된 존재가 아닌 특정 대중스타를 만들고 대중스타의 이미지를 생산하는 적극적이고 주체적인 역할을 수행하며, 소위 생산(producer)과 소비(consumer)를 함께하는 프로슈머(prosumer)의 역할을 하고 있다. 소셜미디어의 발달과 확산은 대중스타에 관한 자료 공유와 의견교환 등을 통해 팬들간 그리고 팬과 대중스타간의 긴밀한 관계를 가능하게 하였다.

『청소년 집단지성 토론탐단』 참여자들에게 소셜미디어를 활용한 팬덤문화를 상징적으로 표현할 수 있는 키워드를 해시태그(#)로 제시해달라는 요청과 함께 팬덤문화에 작용하는 소셜미디어의 기능에 대한 토론을 이어갔다. 토론 참여자들은 자신의 경험담을 공유하며 열띤 토론을 벌였다. 그만큼 이번 주제가 청소년문화의 핵심적인 주제 중 하나라는 것을 알 수 있었다.

### (1) 해시태그로 표현한 오늘날의 팬덤문화

청소년 하위문화의 표상으로서 청소년들 사이에서 통용되는 언어는 그 세대의 가치관과 정체성을 대변하고 있다(한국청소년정책연구원, 2015a). PC통신 세대부터 인터넷 채팅 세대를 지나 오늘날 'SNS 세대'가 사용하는 언어는 소셜미디어를 위시한 뉴미디어를 적극 활용하는 청소년들의 생활상이 고스란히 반영되어 있다. <표 IV-8>은 『청소년 집단지성 토론탐단』이 제시한 소셜미디어와 팬덤문화를 아우르는 키워드들을 정리한 것이다.

표 IV-8 소셜미디어와 팬덤 문화를 아우르는 키워드

키워드	설명	유사어/ 파생어
#티저	연예인들이 자신의 SNS를 통해서 미리 다음 앨범에 대한 정보를 공개함. (차민O)	
#성덕	성공한 덕후. 가끔 연예인을 직접 만나서 함께 시간을 갖는 팬이 있는데, 이런 팬들을 성덕이라고 지칭함. (차민O)	#여덕/남덕: 같은 성별의 연예인을 좋아할 때 쓰는 말. (황현O)
#써니슌	2014년 5월에 팬들이 소녀시대 써니의 생일선물로 써니슌을 조성한데서 생겨난 말. (차민O, 황현O)	# 신화슌 # 윤후독서실
#연예인 별명	요새는 SNS에서 자연스럽게 연예인들의 별명이 생겨 나곤 함. (차민O)	#종이인형: 런닝맨에 출연했던 태연의 모습을 보고 태연에게 종이인형이라는 별명을 붙여 부름. (차민O)
#팬픽	아이돌들을 등장인물로 하는 로맨스 소설 등 팬들이 만드는 2차 창작물을 지칭함. 이 같은 적극적인 2차 창작물의 생산과 소비가 아이돌 문화를 반영. (황현O)	# 동성팬픽 # 판타지팬픽 (강찬O)
#각종 봇	로봇의 붓을 딴 의미로 로봇에게 그 연예인을 인공 지능으로 인식해서 트위터 등에서 그 연예인의 소식을 전하도록 함. 2012년정도에 처음 트위터로 팬질을 하는게 시작되었을 때 봇이 엄청 활성화되어서 별별 봇들이 다 있었음. 많은 아이돌 가수들이 트위터를 통해 자신의 소식을 팬들에게 알리고 그걸 보기위해 가입을 한 아이돌 팬들이 증가함. 각종 봇들을 통해 폭넓은 소식 및 자료들을 주고받음 (박희O, 차민O)	#스케줄봇: 특정 스타의 스케줄을 매일 특정시간에 알려줌 #일화봇: 특정 대중스타의 일화를 올리는 계정 (박희O)
#존잘러	당초 팬아트를 잘그리는 사람을 지칭. 요즘은 포토샵이나 영상편집능력이 뛰어난 사람 등을 지칭함. 즉, 갖고 있는 뛰어난 특기를 팬질에 이용하여, 많은 자료를 다수에게 제공하는 팬. (박희O)	#금손 #재능낭비류 (차민O)
#총공	총공격의 줄임말로 여러 아이디가 동시에 음원 스트리밍이나 다운로드를 해서 특정 가수의 차트 순위를 높이는 행위. (박희O)	

키워드	설명	유사어/ 파생어
#홈마	홈페이지 마스터의 줄임말. 연예인들이 스케줄이 있을 때 그 장소에 가서 사진을 찍어서 팬 페이지에 올리고 작업하는 팬. 홈마들은 자신들의 자료를 트위터를 통해 올리고, 또 자신들이 운영하는 홈의 링크를 공유하여 팬덤문화에 기여. (박희O, 황현O)	
#조공	팬들이 대중스타에게 선물을 하는 행위. 간단하게는 도시락부터 시작해서 비싼 물품까지 다양하게 있고 SNS로 인증도 해서 올리는 경우도 흔하게 볼 수 있음. (강찬O, 김지O, 장효O)	#역조공: 연예인이 팬들에게 선물하는 경우 (강찬O)
#직캠	EXID 멤버인 하니의 직캠이 SNS에서 유명해져서 EXID의 노래가 차트역주행 을 하는 이례적인 일이 발생했음. (강찬O, 진은O)	
#대포	대포카메라로 연예인을 고화질 사진기로 촬영하여 팬페이지 등에 올리는 사람을 지칭. (강찬O)	
#팬페이지	팬덤 문화가 소셜미디어보다는 팬페이지에서 더 활성화되어 있음. 대신 공식 팬카페는 기능이 상당히 축소되었음. 팬페이지는 상당히 넓은 범위의 개념으로 팬들끼리 (주로 익명으로) 상호작용하며 소통할 수 있는 커뮤니티 형식의 페이지도 있고, 홈마가 고화질 사진을 올리면 댓글을 다는 일방적인 소통이 이루어지는 페이지도 있음. (강찬O, 박정O, 차민O, 박희O)	
#열애설	어린 마음에 내가 좋아하는 가수가 다른 여자와 사귀고 있는데, 그 여자친구의 인성에 대한 논란이 많아 실망했던 경험이 있음. 트위터 등을 통해 유포되는 소문들은 정확도는 떨어지지만 '아니 댄 굴뚝에 연기 나랴'라는 생각을 하기에, 해당 연예인의 이미지에 상당히 큰 영향을 미치는 것 같음. (박정O, 박희O)	

## (2) 소셜미디어가 기여한 팬덤문화

청소년들 스스로도 자신들의 팬덤문화를 바라보는 기성세대의 시선이 부정적일 수 있음을 인지하고 있었다. 그러나 최근 들어 소셜미디어의 활용으로 청소년들 스스로가 긍정적인 팬덤문화를 만들어가고 있으며, 소셜미디어가 학업과 일상으로 인한 스트레스를 해소할 수 있는

탈출구로서, 그리고 뜻 맞는 친구들과 커뮤니케이션을 통해 관심사를 함께 나누는 소통창구로서의 역할을 하는 등 긍정적인 측면이 더 많다는 주장이었다. 예를 들면, 앞서 살핀 ‘씨니숲’이나 ‘윤호 독서살’처럼 팬들이 소셜미디어를 통해 소통하며 뜻을 모아 자신들이 좋아하는 대중스타의 이름을 따 기부나 선행을 함께하는 것은 대중에게 해당 연예인의 긍정적인 이미지를 심는 동시에 전반적인 팬덤문화에도 긍정적인 영향을 미친다는 주장이다.

팬덤이라고 한다면 어떤 이는 모든 일을 제쳐두고 연예인만을 쫓아다니는 극단적인 모습을 떠올리기도 합니다. 하지만 요즘에는 이런 부정적인 이미지가 아니라 기부와 같은 긍정적인 이미지가 자리잡고 있는데 그런 포지셔닝에 한 역할을 한 것이 바로 SNS라고 생각합니다. SNS에 자신의 팬에 대한 긍정적인 의견이나 생각, 팬에 대한 정보 등을 직접적으로 올려서 다른 사람들과 바로 공유하고 그것은 빠르게 확산되고 계속 이어지게 됩니다. 이러한 점이 SNS가 긍정적인 팬덤문화에 기여한 점이 아닐까 생각합니다.

(황현○)

사실 팬질, 특히 아이돌 가수의 팬질이라는게 일반인들 사이에서 너무나도 부정적인게 현실이에요. 팬질 역시 누구는 영화를 좋아하고 누구는 건담을 모으는 것처럼 하나의 취미인데, 아이돌 팬질은 ‘부모님의 등골을 휘게 하는,’ ‘철없이 연예인의 차 뒤를 쫓아다니는,’ ‘그럴 시간에 공부를 하는 게 나은’ 등 부정적인 이미지로 각인되어 있어요. 그래서 내가 좋아하는 아이돌이 바람직한 행동을 만천하에 알리고 싶어도 아이돌 팬을 향한 대중들의 색안경, 아이돌 팬이라는 것에 대한 기본적인 부정적인 인식으로 인해서 SNS를 이용해서는 같은 팬끼리만 어울리고 있는 것 같아요.

(박희○)

토론단 참여자들의 대부분은 소셜미디어가 팬들간의 관계는 물론 팬과 대중스타간의 관계도 친밀하게 해 줄 수 있는 소통창구의 역할을 하기에, 오늘날 팬덤문화에서 소셜미디어가 차지하는 비중이 상당히 크다는 주장을 하였다.

소셜미디어는 이제 팬덤 문화에서 떼려야 뗄 수 없는 존재로서 아주 큰 역할을 하고 있다고 생각합니다. 그 이유는 앞서 많은 분들이 언급해주신 것처럼 소셜미디어 자체가 친근하고 방대한 팬덤문화를 형성하고 있기 때문입니다. 소셜미디어를 통해 스타와 팬들의 친밀한 상호교류가 가능해졌습니다. 소셜미디어의 발전 이전에는 편지나 직접적인 행사 참여로만 스타를 만날 수 있어 거리감이 느껴질 뿐더러 인간 대 인간으로서의 유대감을 형성하기에는 쉬운 일이 아니었습니다. 그러나 소셜미디어를 통해서 스타와 팬이 직접적으로 대화가 가능해졌고 스타의 실시간을 공유할 수 있게 되었습니다. 친밀감이 상승하면서 스타와 팬 층 사이가 더 돈독해지는 것 같아요.

(장효○)

제가 10대 때는, 다음 카페를 중심으로 팬들끼리 팬클럽을 형성하고 저희들의 문화를 즐겼죠. 그 공간에 연예인이 직접적으로 글을 올리거나 하는 경우는 매우 드물었어요. 하지만, 최근에는 연예인들이 SNS에 적극적으로 참여하면서, 자신을 스스로 어필하는 추세인 것 같습니다. 인스타그램이나 페이스북을 통해서 자신의 일상을 보여주고, 댓글에 대답도 해주면서 말이지요. 이처럼, SNS는 팬과 스타의 거리를 좁혀주는 좋은 도구인 것 같습니다. 또한 SNS는 팬들로 하여금 일방적으로 좋아하고 있다는 느낌을 덜 듣게 만들어주는 것 같습니다.

(진은○)

SNS를 통해 연예인과 팬의 거리를 좁혀진 사례로 우선 아이유가 떠오르네요. 사실 아이유는 페이스북이나 트위터 같이 비교적 최근에 등장한 SNS보다는 팬카페를 통해서 소통을 하는 것으로 알고 있는데 팬카페에 댓글도 적극적으로 달고 팬들과 장난도 치면서 소통을 하더라고요. 또 다른 예시는 오디션 참가자였던 한 가수인데요. 팬들이 자신의 페이스북 담벼락에 남긴 모든 글에 일일이 댓글을 달아주더라고요. 뭔가 멀리 떨어져 있는 존재로 느껴졌던 연예인이 직접 댓글을 남겨주던 것이 인상 깊어서 적어보았습니다.

(김지○)

팬들끼리도 나이, 국적 상관없이 자신이 가진 스타에 대한 정보, 사진, 영상 등을 손쉽게 공유하면서 친분을 쌓을 수 있게 되었습니다. 이 친분을 기반으로 스타에게 더 큰 사랑(물질적, 정신적)을 쏟게 된 것은 말할 것도 없습니다. 단체 조공, 쌀화환, 기부 등 스타에 대한 팬심으로 모인 팬들은 개인으로는 하기 힘들었던 영역까지 진출하게 되었습니다. 소셜미디어는 팬들의 결속과 활동 영역을 확장시키는 역할도 하고 있습니다.

(장효○)

저는 제가 좋아하는 스타의 인스타그램을 팔로잉하고 페이스북 페이지를 팔로우하고 있는데요. 아무래도 장점이라 하면 팬과 스타 사이의 심리적 거리를 좁혀주는 것 같습니다. 제 친구들도 그렇고 저도 그렇지만 아무래도 멀게만 느껴졌던 연예인이 SNS에 올린 글이나 셀카를 통해 자신의 일상을 대중에게 공개하면 좀 더 친근하게 다가오는 느낌입니다.

(윤수○)

그러나, 특정 대중스타와 팬들간의 결속 강화는 부작용도 낳을 수 있다는 우려도 제기되었다. 즉, 내부결속이 강한 팬덤현상의 특성상 A라는 대중스타와 B라는 대중스타를 중심으로 모인 팬들간의 갈등이 소셜미디어의 개방성과 확산성으로 갈등이 심화되고 표면에 드러나는 경우가 종종 있기 때문이다.

팬질을 하다보면 내 가수가 1등을하고, 상을 타는게 좋지않겠습니까? 이럴때 트위터가 단합력을 높여주는것같아요. 그러나, 오픈된 공간이고, 서치를 하면 쉽게 그 단어가 언급된 트윗을 볼 수 있는데, 별 생각없이 타가수를 언급했는데 이게 간혹 팬덤 간 싸움의 불씨가 되는 것 같아요.

(박희○)

팬덤간의 분쟁이란 정말 말로 표현할 수가 없죠. 서로 욕하고, 비하하고 심지어 SNS가 활성화되면서 이 분쟁도 확산성을 타고서 항상 크게 퍼지는 게 문제죠.

(차민○)

혹시 예전에 A 가수 팬들이 단체로 B가수의 팬을 성폭행 한다는 등 SNS를 통해 실시간으로 트위터를 통해 빠르게 퍼졌던 사건이 있었습니다. 물론 거짓이었지요. 하지만 그 사건을 통해 A가수 팬은 물론 A가수도 말로 못할 만큼의 욕을 많이 먹기도 했어요. SNS를 통해 팬들끼리 아주 살벌하게 싸우던 사건도 있었습니다.

(강찬○)

팬들끼리의 갈등은 사실 예전부터 계속 지속되어왔긴 했어요. 예전 god와 신화팬들간의 갈등도 그렇고요. 그때 공방(공개방송)같은 곳에서 팬끼리 마주치면 서로 짜러보고, 욕을 하고, 심한경우 싸우기도 하는 일이 벌어지곤 했었는데요. 요즘은 SNS가 활발해지면서, 싸움의 영역이 넓어졌네요.

(진은○)

소셜미디어의 보편화로 팬덤의 대상을 국내 대중스타뿐만 아니라 외국의 문화예술인에게까지 확장하는데 기여를 하였다. 해외 청소년들의 시각에서 보자면, 자국의 연예인을 제쳐두고 싸이(PSY)나 엑소(EXO)와 같은 한국의 대중스타를 대상으로 팬덤 활동을 펼칠 수 있기까지 소셜미디어는 상당히 큰 역할을 하였다. 토론단 참여자들은 이 같이 문화향유에 대한 선택의 폭이 넓어지고 언어장벽과 시공간을 극복한 팬덤문화의 확장은 궁극적으로 우리 사회의 문화 발전에도 도움이 될 것이라고 주장하였다.

저는 해외 아카펠라 그룹을 좋아하는데요, 팬으로서 SNS와 미디어 매체가 고마울 때가 자주 있습니다! 가수들이 팬들과 SNS를 통해 화상채팅이나 질의응답(Q&A) 시간을 갖기도 하고, 유튜브(YouTube)를 통해 가수가 영상을 올리면 팬들이 그 영상을 본 리액션 비디오(reaction video)를 다시 올리며 소통하기도 합니다. 최근 제가 좋아하는 그룹은 뮤직비디오에 팬들의 영상을 담기 위해 팬들에게 직접 SNS를 통해 영상을 올려달라는 공지를 냈었습니다. 물론 이 공지도 여러 SNS로 발표했었지요. 팬덤이 일방적인 소비 주체가 아니라 스타를 직접 만들고 생산하는 프로슈머 역할을 하고 있다는 말이 정말 맞는 것 같습니다.

(김예○)

요즘은 다양한 영화, 음악 등이 수입되고 수출되면서 해외 스타들에 대한 관심과 애정이 상승했습니다. 저 또한 한국 배우와 가수뿐만 아니라 해외 배우에도 큰 애정을 가지고 있는 사람들 중 하나입니다. 그러나 해외 스타와 같은 국적이 아닌 이상, 그들의 언어를 이해하기 어려울 뿐만 아니라 실시간으로 광범위하게 정보를 얻기에는 힘이 듭니다. 그러나 소셜미디어를 이용하다보니 해외라 할지라도 정보의 접근이 쉬워졌으며 소셜미디어 사용자의 다양함으로 인해 번역 등의 도움을 받기도 용이해졌습니다. 또한 처음 언급했던 것처럼 소셜미디어는 해외스타까지도 다양한 국가의 팬들과도 교류하게 만들어 주었습니다.

(장효○)

위에서 살핀 것처럼, 소셜미디어가 팬덤문화에 기여한 두드러진 측면은 참여문화 (participatory culture)의 특성을 강화시켰다는데 있다. 팬과 대중스타, 팬과 팬 사이의 친밀감, 팬덤의 국제화, 팬덤문화의 이미지 제고 등 팬들의 주체적인 활동으로 이전과는 다른 팬덤문화가 형성되고 있는 것이다. 그러나 소셜미디어 기능의 양면성은 팬덤문화에 부작용도 낳고 있는 것이 사실이다. 토론단의 장효○은 자신의 팬덤활동의 경험을 바탕으로 청소년들이 연예계 상술에 휘말리고 소셜미디어 집착을 낳는 등의 부정적 효과들을 상세히 기술하였다.

연예인들은 자신의 인기 상승과 유지를 위해 파급력과 영향력이 뛰어난 소셜미디어를 이용하여 팬층을 확보하려고 노력합니다. 또한 많은 방송에서 소셜미디어 내에서의 공유수, 조회수 등으로 인기순위를 매기는 방법을 선택하고 있습니다. 그렇다보니 소셜미디어를 통해 인기를 얻는 방법은 더더욱 절실해졌습니다. 그렇다보니 점점 시간이 지남에 따라 스타를 무기로 해 공유수, 조회수 뿐만 아니라 판매 부수, 그리고 여타 굿즈들을 이용한 수익 상승을 부추기는 은근한 움직임도 보이기 시작했습니다. 이처럼 소셜미디어가 팬덤 내에서 상업화를 부추기는 역할이 될 가능성과 실제로 그러함에 있어 우려가 됩니다. (중략) 또한 팬덤에 대한 집착도를 증가시키는 역할을 하고 있습니다. 모름지기 팬이라면 스타에 대해 더 많이 더 빨리 알고 싶은 마음이 사실인데 소셜미디어는 스타에 대해 항상 새로운 정보가 올라옵니다. 이를 놓치지 않기 위해서 시간이 날 때마다 소셜미디어를 보게 되고 결국 중독에 가까운 형태로 나타난다고 생각합니다. 제가 중학생 때 이러한 경험을 했었는데요, 학교가 끝나면 정보욕, 소유욕 때문에 소셜미디어를 놓지 않고 사진과 영상은 닥치는 대로 다운 받았던 기억이 있습니다. 저 자신은 행복했지만 욕심은 끝이 없었고 소셜미디어에만 집중하다 보니 생활 규칙이 불균형해지는 등의 문제를 낳았습니다. 마지막으로 덧붙이자면 소셜미디어를 통해 팬들 사이에서는 일종의 격차와 상대적 박탈감을 느끼기도 합니다. 오래전부터 팬덤활동을 해 스타와 친분이 있는 경우, 혹은 뛰어난 개인의 능력으로 인기와 정보력이 높은 경우 등 팬덤 내에서 막강한 파급력과 능력을 가진 사람들이 오프라인에서도 스타와 팬들과 친밀한 관계를 유지하

고 또 정보를 얻고, 이러한 과정을 반복하게 됩니다. 그러다보니 상대적으로 그렇지 못한, 즉 능력 등이 부족한 팬들은 미안함과 동시에 부러움을 느끼게 되는 것 같습니다. 이러한 요인이 팬덤문화 내에서의 소셜미디어 집착을 불러일으키는 원인 중 하나라고 생각합니다.

(장효○)

## 8) 청소년 여가생활에 미치는 소셜미디어의 영향력

토론단 참여청소년 절반가량은 소셜미디어가 자신들의 여가생활에 긍정적인 영향을 미치고 있다고 평가한 반면, 나머지 절반은 여가문화를 저해하는 요소로 작용하기도 한다는 팽팽한 대답을 보여주었다.

### (1) 소셜미디어의 긍정적 역할

여가문화에 있어서 소셜미디어의 긍정적 역할을 주장하는 청소년들은 ‘여가관련 유용한 정보제공,’ ‘공부로 피곤해진 뇌의 휴식’ 등 제한된 시간과 경비로 나름대로의 여가생활을 즐길 수 있도록 해주는 소셜미디어의 기능을 강조하였다. 또한 여가문화 관련 콘텐츠의 일방적인 소비자가 아닌 생산자로도 역할을 할 수 있어 자기표현과 정보 공유 등을 통해 성취감을 맛볼 수 있는 점이 타 매체에서 찾아볼 수 없는 장점이라고 주장하였다.

여가생활을 더 풍요롭게 하는 것 같아요. 소셜미디어를 통해 최신 영화 또는 흥행영화 등에 대해서 알 수 있고 꼭 가봐야 할 명소 같은 곳이나 맛집 등을 알 수 있어서 직접적 또는 간접적으로 여가생활을 증진시키기 때문입니다.

(정현○)

저에게 소셜미디어는 타임 세이버에 가깝다고 생각합니다. 학교 특성상 컴퓨터를 많이 사용하는데요, 특히 영상편집을 주로 하는 저는 저장 대기시간 중에 주로 소셜미디어를 합니다. 이 잠깐 잠깐의 시간들이 뇌를 쉬게 해주고 제게 필요한 정보도 쉽게 얻을 수 있는 시간이 되어 굉장히 유용하기도 합니다.

(차민○)

청소년은 사교육이나 여러 가지 학업으로 인해 인간관계를 풍요롭게 하고 자신만의 특기 흥미를 지향할 수 있는 환경이 제한되어 있습니다. 이런 상황이 전제가 될 경우에는 SNS는 바쁜 일상에서

자신의 친구들과 인간관계를 꾸준히 쌓아나가고, 심지어 초등학교 때 중학교때 친구들과도 연결을 이어주는 21세기 청소년 여가생활만의 특권인 것 같습니다.

(신강○)

제 사촌동생은 SNS를 주로 자신이 좋아하는 가수 관련 영상을 보는데 주로 활용하더라고요. 자신이 직접 음악콘서트나 프로그램 방청을 하지는 못하지만 좋아하는 연예인 부분만 챙겨봄으로서 여가생활을 즐기고, 예능 프로그램 같은 경우도 클립단위로 잘라서 보는 경우가 많더라고요. 자신이 시간을 들여 찾지 않아도 관련 페이지를 좋아요 하면 관련 영상이 자동적으로 뉴스피드에 뜨는 것이죠. 이렇게 대부분 공부로 보내는 청소년들에게 제한된 시간 안에 여가생활을 즐기는 것은 중요한데, 이 때 SNS는 관심 있는 정보를 짧게 제공하여 청소년들이 간접 경험하는데 효과적이라고 생각해요.

(황현○)

2015년 청소년들의 여가생활에 대해서 언급될 수 있는 키워드는 생산문화의 태동을 들 수 있을 것 같습니다. 아프리카 TV같은 개인 미디어가 증가하면서 청소년들이 자신만의 콘텐츠를 만드는 장벽은 더 낮아지고, 방법은 더 다양해졌습니다. 따라서 단순히 콘텐츠를 '소비'하는 문화에서 콘텐츠를 '생산'하는 문화로 조금씩 변해가고 있는 것 같습니다. 특히 소셜미디어는 공개된 콘텐츠에 대한 반응이 실시간으로 이루어지므로 이에 따른 성취감도 빠르게, 단순한 기준으로 경험할 수 있습니다. 마치 페이스북에서의 좋아요나 아프리카TV에서의 별풍선처럼 말입니다.

(김광○)

## (2) 소셜미디어의 부정적 역할

소셜미디어가 보편화되면서 청소년 문화 영역에서 작용하는 소셜미디어 기능은 긍정적인 효과만 불러오는 것이 아니다. 토론단 참여자들은 소셜미디어의 집착, 여가 문화의 획일화 등의 부정적인 측면에 대해 문제의식을 드러냈다.

제 개인적인 경험으로는 SNS가 여가생활을 풍요롭게 하기보단 방해가 되었던 적이 많은 것 같아요. 시험기간 중 잠깐 리프레시 한다는 마음으로 SNS를 기웃거리지만 해야 할 일을 생각하기 싫기때문에 회피하려고 SNS를 이용했던 적이 많았거든요. 이렇다보니 할 일이 점점 미뤄지고 진짜 하고 싶었던 여가활동은 정작 못했던 기억이 많네요.

(김지○)

여자 친구랑 데이트를 할때면 자주 '데이트코스 추천 앱' 을 쓰고, SNS에서 '데이트코스' 를 찾아봅니다.

그런데 저희학교 원어민 선생님과 이야기를 하다가 이런 말을 하시더군요. '데이트를 코스로 하는 사람들은 전 세계에 한국인밖에 없다' SNS는 풍요로운 정보의 원천과 실패확률 감소의 효과를 지니지만, 반대로 여가생활의 획일화와 자기만의 여가를 지양을 유발하지 않을까요?

(신강○)

영화의 리뷰나 여행지 추천같은 것들이 모르는 정보를 알 수 있게 해주기도 하지만, 반대로 여가생활의 획일화가 생기는 것 같기도 해요. SNS에 나온 맛집이나 관광지는 이후에 사람이 너무 많아서 제대로 즐기기 어려워지기도 하나까요! 영화도 마찬가지로요. SNS에서 입소문을 타기 시작하면, 극장가는 그 영화를 보기 위한 사람들로 가득차지요. 만약 제가 독립영화의 마니아라고 가정한다면, 오히려 저의 여가를 침해받는 결과가 생길수도 있겠네요.

(진은○)

저는 친구들과 놀러갈 때 밥을 어디서 먹을지 고르는 데 '오늘 뭐 먹지?' 등의 페이스북 페이지에 올라온 글들을 참고하고, 페이스북 친구들이 영화를 보고 타임라인에 후기를 올리면 이를 보고 영화 선택을 바꿀 때도 있습니다. 그런데 저는 '선택장애'가 있어서 SNS에서 지나치게 많은 시간을 허비하기도 합니다. 어딜 가든 제게는 맛있는 음식이고 재미있는 영화일 텐데 고민하다가 결국 '가지 않은 길'이 떠올라서 여가의 재미가 반감되는 경우도 많았습니다. 가끔은 계획을 짜지 않고 갔다가 우연히 들어간 음식점이 숨겨진 맛집이 될 수도 있는데, SNS가 이런 경험을 할 수 있는 기회를 줄어들게 만드는 것 같다는 생각도 듭니다.

(박정○)

『청소년 집단지성 토론탐단』에 참여한 청소년들의 토론 내용의 핵심은 소셜미디어 사용자의 역량과 의지에 따라 소셜미디어의 역할이 부정적일 수도 있고, 긍정적일 수도 있다는 것이다. 이는 디지털 리터러시 교육 등의 필요성을 시사하는 대목이기도 하다. 토론 참여청소년인 정현○의 소셜미디어의 장점을 최대한 활용하는 동시에, 주체적이고 다양한 여가생활을 위한 각 개인의 노력이 필요하다는 지적은 새겨들어야만하다.

소셜미디어에서 소비자는 정보를 수용할 때 주관적인 가치판단이 있어야 합니다. 그렇지 않을 경우 무조건적인 수용으로 여가생활이 획일화 될 겁니다. 따라서 SNS의 문제가 아닌 정보수용의 문제라고 생각합니다. 아마 올바른 여가생활을 위한 정보수용은 여가생활의 다양성을 이해하여 주체적으로 여가생활을 즐기는 것이라고 생각해요.

(정현○)

## 9) 청소년과 선거권

최근 들어 정치권을 비롯해 사회 일각에서 선거권 제한 연령을 현재 만 19세에서 하향 조정해야 한다는 주장이 나오고 있다. 이는 현재 고등학생인 청소년들도 선거에 참여할 수 있게 된다는 뜻이다. 이에 대해 『청소년 집단지성 토론단』은 어떤 생각을 갖고 있을지 토론을 통해 파악해보았다. 토론참여자들은 찬성과 반대의 목소리로 나뉘어졌다. 반대측은 한국의 교육환경에서 청소년들의 선거참여가 사실상 불가능하며, 아직 성숙하지 못한 청소년들이 정치인의 미사어구나 부모의 선호도에 휘둘릴 수 있는 점, 그리고 공약사항 등이 지켜지지 않을 때 정치에 대한 환멸을 너무 이른 시기부터 느낄 것이라고 지적하였다. 반면, 찬성측의 입장은 현명한 판단을 하는 근거가 연령을 절대기준으로 삼을 수 없으며 청소년의 정치 효용감을 높이고 정치권에서도 청소년의 고민에 대한 관심이 높아질 것이라고 반박하였다.

### (1) 선거권 연령제한 하향 주장에 대한 반대

선거권 연령 하향 주장에 반대하는 청소년들의 입장을 정리하면 다음과 같다. ① 한국 교육 환경에 비추어 학업에 바쁜 청소년들의 선거참여가 사실상 불가능한 점, ② 아직 성숙하지 못한 청소년들이 정치인들의 포퓰리즘적 공약이나 대중선동 등에 휘둘릴 가능성이 있는 점, ③ 부모의 선호도를 반영한 투표를 할 가능성이 많은 점, ④ 자신의 선거로 당선된 정치인이 공약사항을 지키지 않는 등 회의적 결과가 발생할 때 정치 환멸에 빠질 수 있는 점.

청소년에게 선거권을 부여하자는 의견에 대해서는 반대합니다. 청소년들의 나이가 정치적 결정을 할 능력이 부족해서는 절대 아닙니다. 다만 우리나라 청소년들이 처해진 환경에서 생각해보자면 청소년에게 선거권을 부여하는 것은 아직 선부른 것 같습니다. 학교, 학원, 집을 오가며 학업을 병행하고 대학입시에 매진하는 시기를 보내고 있는 우리나라 청소년에게 선거권이 주어진다면 유명무실한 결과가 나올 것 같습니다.

(황현○)

청소년들의 감정적인 부분을 노린 보여주기식으로 공약을 내세우는 후보나 당선자가 생겨날 수 있다고 생각합니다.

(차민○)

아무래도 완전히 자신의 정체성을 확립하지 못한 채 선거권이 주어진다면 감정에 휘둘릴 가능성이 많을 것 같습니다. 그렇게 된다면 청소년을 겨냥한 티무니없는 공약들이 늘어나거나 청소년이 많이 활동하는 인터넷, 학교에서 정치적으로 선동하는 무리가 생겨날 우려가 있습니다.

(윤수○)

아직까지 주체성이 명확하게 성립되지 않은 청소년들에게 선거를 맡긴다면 아무래도 큰 문제가 많이 발생할 것 같습니다. 또한 부모님의 보호 아래에 있는 청소년들의 정체성 및 정치적인 의견들은 부모님에 의해 결정되는 경우가 많기 때문에 비밀선거 및 형평성, 공정성에 어긋날 수 있습니다.

(김수○)

청소년들의 정치 성향은 외부, 특히 부모님의 영향을 많이 받습니다. 극단적으로 말하면 제 친구들 중에 부모님과 정치 성향이 정반대인 경우는 한 명도 없었습니다. 부모님만큼이나 강한 힘을 발휘하는 것이 지역이라고 생각합니다. 저는 집과 멀리 떨어진 학교에서 전국에서 온 친구들을 만나 보니 대체로 같은 지역에서 온 친구들이 같은 정당을 지지하는 경향이 있다는 것을 알게 되었습니다. 그리고 저와 정치 성향이 다른 친구들을 많이 만나고 나서 정치에 대한 새로운 생각을 갖게 되었지만, 집 근처에서 학교를 다니는 친구들의 경우 대부분 비슷한 의견을 공유한다고 느꼈습니다. 학업에 바빠서 신문을 꾸준히 읽고 소셜미디어에서 관련 정보를 지속적으로 접하거나 정치외교 동아리에서 활동하지 않는 이상 청소년의 정치 성향은 다른 요인에 휩쓸리기 쉬운 것 같습니다.

(박정○)

만약 미래에 청소년들에게 선거권이 주어진다면 초기 몇년간은 타 계층에 비해 높은 투표율을 유지할 것입니다. 그 과정에서 정치인들은 청소년을 타겟으로 한 자극적인 공약들을 몇 가지 내놓을 것이고, 청소년들은 이를 바탕으로 투표를 할 것이며, 만약 선거 후 공약 불이행이 지속된다면 지금의 청년층처럼 염세주의에 빠져 선거율이 점차 감소할 가능성이 커질 것입니다. (김광○)

## (2) 선거권 연령제한 하향 주장에 대한 찬성

선거권 연령을 지금보다 낮춰 청소년들에게도 선거권을 부여하자고 주장하는 청소년들의 논리적 근거는 다음과 같다: ① 현명한 판단을 하는 근거로 연령을 기준으로 삼을 수 없음, ② 청소년을 포함한 젊은층이 정치에 관심을 갖게 하는 계기가 됨, ③ 책임감이 주어진 청소년들에게 정치 효용감을 높여줄 수 있음, ④ 청소년 유권자들을 위한 맞춤공약이 많아질 것이며, 정치권에서 청소년들에게 보다 많은 관심을 기울일 것임.

청소년 선거권 당연하다고 생각합니다. 성숙과 미성숙을 나이를 기준으로 나눈다는 게 애매모호한 기준이라고 생각합니다. 또한 터무니없는 공약이나 정치적선동을 이유로 청소년은 이르다는 분도 계시는데 투표는 청소년만이 하는 게 아니라고 생각합니다. 터무니없는 공약을 보고 후보자에게 한 표를 행사할 사람은 없습니다. 청소년도 당연하구요 그리고 정치적선동의 경우 청소년만이 아닌 전 국민한테 우려하는 부분이지 않을까요?

(정현○)

청소년 시기가 지나 성인이 되어서야 주체성이 확실해진다는 생각에 동의할 수 없고 연세가 좀 있으신 분들은 공약을 보고 투표를 한다기 보다는 당을 보고 투표를 하는 경우가 많은데 오히려 청소년 시기 때 친구들이랑 대화를 해보면 성인 못지않게 다양한 의견과 공약에 대해 이야기를 하고 토론을 합니다.

(강찬○)

청소년에게 선거권을 부여한다면, 어린 시절부터 정치에 깊게 고민할 수 있는 기회가 될 수도 있겠네요. 그 어린 학생들은 커서도 정치에 지속적으로 관심을 가질 수도 있구요.

(진은○)

청소년에게 선거권이 주어졌더라면 정치, 경제, 사회분야에 더 많은 관심을 가지고 불필요한 정책들에 대해 적극적으로 반대하며 나라살림에 보탬이 되었을 것입니다. 청소년들은 정치에 대한 깊은 토론이 늘고 어떠한 판단에 있어 신중함과 책임감을 겸비하게 될 것입니다.

(윤지○)

청소년들이 투표를 할 수 있다면 정치인들은 청소년 유권자들이 이해할 수 있게 공약을 풀어서 쉽게 이야기하려고 노력할 것이고, 그렇게 되면 청소년뿐만 아니라 유권자 전반의 공약에 대한 이해도가 높아질 것입니다.

(박정○)

청소년 때 내가 뽑은 정치인이 당선 되어서 공약이 이루어지는 것을 보면 보다 더 투표에 관심을 가지고 정치적 활동을 하지 않을까 합니다. 그리고 보다 청소년에게 유리한 공약들이 많이 나와 청소년들이 지금보다는 살기 좋지 않을까 싶은 생각이 있네요.

(강찬○)

미래에 학생들에게 선거권이 주어진다면 선거에서 차지하는 학생들의 영향력이 커질 수 있습니다. 그렇기에 정치인들의 주된 관심사가 청소년이 될 것이고 과거에 일어나리라 예상했던 장단점,

모습이 그대로 드러나면서 선거권에 대한 찬반여론이 다시 들끓을 수 있습니다. 또한 첨단기술과 결합한 새로운 선거유세방법이 성행하고 학교에서 진행되는 정책에 관한 토론이 자연스러워질 수 있을 것입니다.

(장효○)

### (3) 선거권 연령제한 하향 주장에 대한 대안 및 보완점

선거권 연령제한 하향 주장에 대한 찬성과 반대의 입장에 선 토론자들의 논리적 근거 및 전망은 충분히 타당하다고 판단된다. 토론자들 중 김민○은 찬성과 반대 입장에 앞서 “부분적 연령제한 하향”이란 절충점을 제시하였으며, 다수의 토론자들이 이에 지지의사를 표했다. 또한 현명한 유권자가 되기 위한 제반사항에 대한 의견으로 시사토론 등 정치관련 교육 및 사회체험 등을 제시하였다.

저는 부분적인 청소년 선거권 부여에 찬성합니다. 부분적인 청소년 선거권이라 함은, 다른 지방자치선거나 총선, 대선은 현행대로 청소년이 투표권을 행사할 수 없되 교육감 선거는 청소년이 투표권을 행사할 수 있게 하는 것입니다. 현재 이재명 성남시장이 추진하고 있는 제도이기도 한데요, 교육의 주체는 학생, 청소년이고 이들이 실질적으로 투표권을 행사해야 한다는 생각입니다. 교육감 선거 투표권이 청소년에게 돌아간다면 교육감 후보자들도 청소년들을 위한 공약을 세우는 데 힘쓸 것이고, 청소년들의 지지를 얻기 위해선 청소년의 목소리를 듣고 청소년들을 볼 수밖에 없기에 좀 더 학생들을 이해하고 존중하는 제도를 펼치지 않을까 생각됩니다. 지방자치단체의 경우 청소년들의 미숙한 사고와 가치관이 지역 전체에 피해를 줄 수 있겠지만, 적어도 교육감 정도는 청소년들에게 투표권이 돌아가도 나쁘지 않다고 생각합니다. 민주 시민으로서의 권리를 미리 연습한다는 의미에서도 훌륭하고요.

(김민○)

모든 선거에 무리가 있다면 적어도 학생들에게 받고 있는 교육에 대해 선택할 수 있는 권한을 주는 것이 필요하고 정말 중요하다는 생각에 공감합니다.

(윤지○)

다른 종류의 선거만을 생각하다 보니 청소년 선거권 부여에는 반대하는 입장이었는데 교육감 선거의 경우라면 좋을 것 같아요. 학교가 도 교육감의 정치적 성향의 영향을 크게 받는 편이라 기존 교육감 선거에 불만이 많았는데 정말 참신한 생각이네요!

(박정○)

선거권을 부여할 경우 이와 더불어 중·고등학교의 교육방식 역시 보완될 필요가 있다고 생각합니다. 유럽에서는 노사협정 시뮬레이션을 해본다든지 직업의 장에 나가 직접 사회생활을 경험해본다든지 다양한 교육을 받고 있고 이를 통해 청소년의 시각을 넓히는 것으로 알고 있어요. 이처럼 정치적 판단에 도움이 될 만한 여러 교육을 이수 받을 필요가 있다고 생각합니다.

(김지○)

아직은 성숙하지 못한 학생들도 많고, 학생들은 정치에 대해서 접해 본 적이 많지 않을 것입니다. 그런 학생들에게 처음부터 정치권을 부여하기보다는 정치에 관한 교육을 조금씩 해주거나, 학생들이 정치에 관해서 생각해볼 수 있는 시간을 주고, 그것에 대해서 토론해보는 등의 시간을 갖는 것이 먼저라고 생각하기 때문입니다. 그렇게 청소년들에게 정치에 관한 시선을 열어주고 나서 성인이 된 후에 선거권을 부여해주어도 늦지 않다고 생각합니다.

(차민○)

## 10) 소셜미디어를 통한 사회적 기부경험

2014년 전 세계를 떠들썩하게 했던 ‘아이스버킷챌린지(ice bucket challenge)’는 소셜미디어와 기부가 조합된 새로운 형식의 기부문화로 소셜미디어를 타고 유행처럼 번져나갔다. 이에 대해 사회일각에서는 ‘보여주기 식의 기부,’ ‘재미와 유희만 있고 감동은 없는 기부’ 등으로 비판적인 시각으로 바라보며, 느슨한/게으른(slack) 사회운동(activism)의 조합어인 슬랙티비즘(slactivism)이라고 폄하하였다. 슬랙티비즘은 소셜미디어상에서 특정 이슈나 사회문제에 대해 열띤 토론 등 생색을 내면서 정작 오프라인상에서 실질적이고 직접적인 참여가 따라주지 않는 사람들의 행태를 칭하는 용어로 자리 잡았다. 청소년들은 소셜미디어와 기부의 만남을 어떻게 받아들일까? 이와 관련하여, 『청소년 집단지성 토론단』 참여 청소년들은 자신들의 경험과 의견을 활발히 나누었다. 토론 참여청소년들 대부분은 긍정적인 시각을 보였으나, 일부는 본말이 전도된 느낌을 받는다고나 상업적으로 이용될 수 있으며 기부금의 불분명한 사용처 등의 우려를 표했다.

### (1) 긍정적 입장

기부와 소셜미디어의 만남을 긍정적으로 바라보는 청소년들은 ① 소셜미디어의 확산성을 살려 좋은 취지가 널리 알려질 수 있는 점, ② 소셜미디어를 통해 기부 참여(접근성)가 용이한 점, ③ 기부에 대한 인식을 보다 긍정적이고 밝게 만든 점, ④ 전국 또는 전 세계를 대상으로 할 수 있기에 파급효과가 큰 점 등을 주요 이유로 들었다.

저는 소셜미디어와 기부의 만남을 긍정적으로 생각합니다. 물론 부정적인 측면이 없다고 할 수는 없겠지만, 긍정적인 결과들이 많이 나타났다고 생각하고 있습니다. 쉽게 참여할 수 있고 그만큼 확산되기 쉬운 소셜미디어인 만큼 기부와 접목되었을 때 더 큰 시너지 효과를 볼 수 있을 것이라고 생각합니다. 기부에 대한 관심이 없던 사람들도 소셜미디어로 퍼지는 기부 활동을 접할 수 있을 테니까요.

(김예○)

기부와 소셜미디어가 만난다면, 긍정적인 효과가 많을 것 같아요. 온라인상에서 아이스버킷챌린지처럼 기부문화를 조성하고 확산시킴으로써 홍보효과를 통한 사람들의 참여를 유도하기 때문입니다. 게다가 소셜미디어로 즉각적인 피드백도 가능할 테니까요.

(정현○)

저의 경우도 아이스버킷챌린지에 참여했었는데요. 당시의 아이스버킷챌린지는 '유행', '문화'라는 이름이 더 적절했던 것 같습니다. 누군가를 지목하고, 해당 행동을 하게 하는 문화를 만들어 낸 것 같아요. 그리고 바로 그 점이 SNS이었기에 가능했던 참 좋은 점이었다고 생각해요. 기부에 대한 접근성을 높여줬다고 할까요? 기부를 어려운 것이 아닌, 재미있고 즐거운 것이라는 인식을 심어주고, 기부를 '유행'시켜 주었으니까요.

(진은○)

기부의 넓은 확산도 중요하지만 의미있는 확산이 더욱 필요한 것임을 깨닫고 진정성을 심는다면 소셜미디어와 기부의 관계는 더욱 빛나지 않을까 생각합니다.

(장효○)

몇 달전 한 고등학교의 학생이 사고로 인해 급히 수술을 해야 했고 이 때 수혈을 많이 했어야 해서 가족들이 헌혈증을 필요로 하신다는 내용이 해당 학교 SNS를 통해 퍼졌고 전국 각 지역의 사람들이 헌혈증을 보내주거나 혈액원을 통해 헌혈증을 구할 수 있다는 정보 등을 제공해주므로 학생도 무사히 수술을 마쳤고 가족들도 조금이나마 부담을 덜었던 일도 있었습니다. 소셜미디어를 통한 기부가 단순히 보여주기 식이 될 수 있다는 비판도 무시할 수는 없으나 아직까지는 그런 부정적인 측면보다는 서로 돕고자 하는 마음으로 긍정적인 효과를 본 사례가 더 많았기 때문에 저는 긍정적이라고 생각합니다.

(박효○)

기부와 소셜미디어가 만난다면 충분히 좋은 결과를 기대할 수 있으리라 봅니다. 특히 소셜미디어는 전 세계의 많은 사람들과 연결되어 있기 때문에 충분한 공감을 이끌 수 있는 주제라면 기존의 기부형태보다 더 광범위한 효과를 기대할 수 있습니다. 따라서 기부와 소셜미디어의 만남은 긍정적이라 생각합니다.

(김광○)

일부 토론 참여자들은 아이스버킷챌린지 외에 실제 자신들이 실천했거나 참여한 소셜미디어를 통한 다양한 방식과 목적의 기부 및 사회참여에 대한 사례들도 함께 나누었다. 토론 참여자들은 우리말 지키기, 세월호 등 의식적인 것에서 아프리카나 남미 등 지원이 필요한 국가의 유아나 어린이를 위한 기부, 그리고 곤경에 처한 사람들에게 훈훈한 댓글 하나가 심정적인 지원이 된다는 의미의 감정적 기부(emotional donation) 등을 들었다.

제가 아는 청소년 기관에서는 아름다운 순우리말 누리새라 라는 프로그램을 통해 SNS로 세 명을 지목해 아름다운 우리 말 알리기를 진행하는 것을 본 적도 있고 저도 지목을 당해 참여를 해 본 적이 있습니다. 지목을 당하고 순우리말에 대해 찾아보며 정말 예쁜 우리나라 언어가 많다는 것을 알고 놀랐습니다. 예시로 밑에 캡처본을 올리겠습니다! 이러한 것들을 보면 저는 긍정적이라고 생각합니다.

(강찬○)

저는 인터넷으로 돈을 내는 절차에 익숙하지 않아서 소셜미디어로 기부를 해보지는 못했지만, 감사텔레이라는 캠페인에는 참여해 보았습니다. 익숙함에 속아 소중함을 잃지 않게 해 주는 의미 있는 경험이었습니다!

(박정○)

저는 아이스버킷챌린지에 직접 참여하지는 못했었습니다. 하지만 주변에서 하는 것을 보면서 ‘아, 이게 파급효과가 정말 크구나. 정말로 기부가 되는 게 맞겠지?’ 라는 생각을 가졌었고, 얼마전에 실제로 엄청난 액수의 기부금이 모였다는것을 들었습니다. 그때 정말 SNS와 기부가 내는 시너지효과가 크다는 것을 느꼈습니다. 저는 이와 비슷하게 올해 4월, 세월호 참사 1주기를 맞이하기 전에 세월호를 잊지 말자는 의미의 캠페인을 통해 SNS로 세명을 지목해 1주기가 다 되어가는 세월호 참사를 잊지 말자는 내용을 알렸습니다.

(차민○)

제가 SNS를 통해 기부문화를 해본 경험은 세이브더칠드런에서 진행하는 '신생아모자뜨기캠페인'인데요. 신생아를 위한 모자를 직접 떠서 아프리카 같이 체온조절과 보온이 필요한 신생아들에게 전달해주는 캠페인이죠. 오랫동안 진행해오던 캠페인이었지만 모르고 있었습니다. 하지만 SNS에서 정보를 접한 후 캠페인에 참여하게 되었죠. 이렇게 기부와 관련된 정보는 넓게 퍼져야 빛을 볼 수 있는데, 그런 의미에서 SNS가 탁월한 효과를 보인다고 생각합니다. 저는 지금도 세이브더칠드런 정보를 받아보면서 여러 방면에서 기부에 동기부여를 받고 있습니다.

(황현○)

저는 '한꽃거지'라는 페이지를 구독하는데, SNS를 통해 사람들에게 100원씩 기부받는 볼리비아의 한 아저씨 이름입니다. 받은 돈은 볼리비아의 학교를 짓고, 교실을 구성하는 것에 사용하고 있어요. 저는 SNS통해 그 분을 알게 되었고, 정기적으로 기부를 하고 있습니다. 한번도 본 적 없는 아저씨에게 말이죠. 그분께서 작년쯤에, '땅투기하세요!'라는 글을 올린 적 있었어요. 그분은 볼리비아의 사람들이 스스로 자립할 수 있도록 돕는 일을 같이 하고 계시거든요. 그래서 볼리비아 사람들이 농사지를 땅을 사고 싶은데, 돈이 없으니 땅 투기를 해라! 라는 거였습니다. 그래서 저도 만원이라는 거금(?)을 기부한 적이 있었어요. 그 땅 앞에는 기부자의 이름이 적힌 팻말이 있는데, 그 팻말을 일종의 '인증샷'으로 SNS에 올려주시곤 해요! 백원, 만원 정도의 돈은, 어릴 때 사랑의 열매같은 것을 구매하거나 할때 종종 기부하던 금액인데, 그 돈이 어떻게 사용되는지 바로바로 알긴 어렵잖아요. 하지만 SNS를 통해 기부를 하니, 보다 쌍방향적인 소통이 가능해서 좋았습니다. 이처럼, SNS를 통한 기부는 기부자로 하여금 보다 성취감을 느낄 수 있게 해줘서 좋은 것 같습니다. 물론 기부 행사 자체를 사람들에게 알려줄 수 있는 좋은 매체이기도 하구요.

(진은○)

댓글 역시 당사자와 가족분들에게 힘이 될 수 있을만한 위로나 응원의 댓글이라면 충분히 기부의 형태가 될 수 있다고 생각합니다. 본인 혹은 가족들 중 누군가가 사고를 당하거나 병으로 인해 고통 받고 있다면 그로인한 정신적인 고통 또한 상당할 것입니다. 이러한 상황에서 누군가 자신의 고통을 조금이나마 이해해주고 위로해 준다면 그 자체만으로도 큰 힘이 될 수 있다고 생각합니다. 또한 자신이 실질적으로 도움을 주지는 못한다 하더라도 댓글을 다는 것 만으로도 친구(팔로워)들도 볼 수 있도록 뉴스피드에 올라와 실질적인 도움을 줄 수 있는 다른 사람들에게도 소식이 충분히 전해질 수 있기 때문에 저는 댓글도 기부의 한 형태가 될 수 있다고 생각합니다.

(박효○)

기부와 관련해서 한 가지 앱을 발견하여 공유합니다. 바로 '피디(FEEDIE)'라는 어플인데요, SNS에 음식 사진을 올리고 기부를 하는 모바일 앱을 뜻합니다. 사람들이 블로그, 페이스북, 인스타그램에 수 많은 음식사진을 올리는 것에서 영감을 받아 이를 토대로 개발된 어플리케이션인데요, 자신의

SNS 계정과 연동시킨 후에 지정된 식당을 방문하면 279원의 기부금이 쌓여서 남아프리카 어린이들에게 기부되는 형태입니다. 이렇게 SNS를 많이 이용하는 이용자들의 특징을 잘 캐치하여 그와 적합한 기부 형태를 만들면 그 만큼 참여율도 높고, 효과가 배가 될 수 있다고 생각해요.

(황현○)

## (2) 부정적 입장

토론에 참여한 일부 청소년들은 소셜미디어를 통한 기부가 부정적인 현상을 초래할 수 있음을 다음의 근거를 들어 주장하였다: ① 재미만을 추구하거나 슬픔을 강요하는 등 진정성이 희석되는 점, ② 상업성으로 기부정신이 퇴색될 수 있는 점, ③ 기부금의 사용처가 불분명한 점.

작년에 주변 친구들이 아주 즐겁고 활기차게 뭔가 하고 있어 물어보니 아이스버킷챌린지라더군요. 친구들이 재밌고 즐겁게 참여하지만 점점 자기들 사이에서 친구에게 너도 한번 당해봐라 식의 장난이 되었고 그 내용은 알지 못한 채 얼음물만 끼얹고 마는 친구들도 생겼습니다. 이런 부분은 아이스 버킷을 실시한 취지에서 벗어나 너무 아쉬웠습니다.

(김범○)

소셜미디어가 기부의 확산에 도움이 된다는 것은 인정합니다. 그러나 저는 소셜미디어로 이뤄지는 기부가 의도와는 다른 결과를 낳을 수도 있다는 위험성을 느끼기도 했습니다. 실제로 아이스버킷챌린지도 그만한 효과는 있었지만 기부라는 명목 하에 놀이화 혹은 화젯거리가 될 수 있는 계기로 사용되기도 했습니다. 또한 제가 실제로 겪은 세월호 참사 1주기 추모 포스팅을 보면서 왜 우리가 세월호 참사를 추모해야하는지 등의 목적과 의미, 이유는 배제된 채 슬픔만을 기억하도록 하는 것 같아 관련 캠페인에 의문을 가지기도 했습니다.

(장효은)

가끔 페이스북 타임라인을 보다 보면 아프거나 장애가 있는 아이의 사진과 함께 '1 like= 1\$'라는 태그를 달아놓는 게시글을 발견하게 되는데요, 이 역시 SNS를 통한 기부의 한 형태라고 할 수 있을 것 같네요. 하지만 이런 경우는 특히 전달되는 루트도 불명확하고 게시된 사진의 주인공이 정말 원해서 페이스북에 자신의 사진을 게시한 것인지 알 수 없기 때문에 '좋아요'를 누르지 않는 편입니다.

(김지훈)

## 11) 소셜미디어를 통한 관계맺음

소셜미디어를 위시한 뉴미디어의 출현에 따라 ‘관계맺음’에 대한 학자들의 연구가 최근까지 활발하게 이어지고 있다. 사회자본(social capital)의 확장 여부 및 특정 미디어의 이용에 따른 결속(bonding), 연결(bridging), 그리고 단절(breaking) 등의 인간관계 모델과의 상관관계를 살피는 실증적 연구가 진행되어왔다. 『청소년 집단지성 토론탐단』의 청소년들은 소셜미디어의 사용을 통한 관계맺음을 어떻게 받아들이고 있는지 토론을 통하여 알아보았다.

### (1) 소셜미디어를 통한 관계맺음의 특성 : 얇고 넓게

소셜미디어를 통한 관계맺음은 인간관계의 확장에 기여할 수 있으나 기존 관계형성을 맺은 사람들과 돈독함을 강화하는데 있어서는 별다른 기능을 하고 있지 않다는 것이 토론에 참여한 상당수의 청소년들의 생각이었다. 특히 ‘좋아요’나 댓글 등 상대방으로부터 호응을 받지 못하는 경우 소외감이나 고독감마저 느끼는 청소년들도 있는 것으로 나타났다. 직·간접적인 과시효과를 위하여 SNS 팔로워/친구를 늘리는 경우나 자신의 긍정적인 모습을 부풀리고 과시하는 콘텐츠를 양산해내는 경우도 자주 목격되는 현상임을 알 수 있었다.

일반적으로 소셜미디어를 통해 자신의 속 이야기까지 나눌 수 있는 깊은 관계를 맺는 것은 어렵다고 생각합니다. 저의 경우 소셜미디어를 통해 자주 만나지 못하는 사람들의 소식을 들을 수 있고 인사도 나눌 수 있지만 대부분 이런 정도의 가벼운 관계에 그치는 것 같아요.

(김지○)

저는 소셜미디어는 인관관계를 넓게는 만들어주지만 깊게는 만들기 힘들다고 생각합니다. 저도 페이스북 친구가 300명이 넘지만 막상 연락하고 지내는 친구는 많이 없고 소셜미디어 특성상 소홀해지면 보다 쉽게 관계가 무너질 수 있다고 생각합니다.

(강찬○)

게시물에 댓글을 달고 메시지를 주고받으면서 멀리 떨어져서 생활하는 중학교 친구들과 SNS가 아니었다면 이렇게나 많이 교류하기는 힘들겠다는 생각도 합니다. 그렇지만 프로필 사진을 올리고 좋아요 수가 예전보다 적으면 불안해하고 게시물에 댓글이 잘 안 달리면 외로움을 느끼기도 합니다.

(박정○)

SNS를 장기간 하다보면 어느새 나의 관심사에 대한 이야기가 가득히 넘치고 한 쪽으로 치우친 루머나 가십거리에 대해 같이 동조하고 있는 저를 발견하게 됩니다. SNS는 많은 사람들이 어떻게 살아가고 있는지 근황은 알 수 있지만 당사자가 표현하지 않는 한 깊은 속을 알기 어렵기 때문에 오히려 알고 넓은 인간관계를 갖게 되는 것 같다는 느낌을 받는 것 같네요.

(윤지○)

페이스북 댓글로 '우리 언제 한번 만나야지!'라고 하는 사람과는 사실 안 만나는 경우가 더 많은 것 같아요 어찌피 만날 사람은 오프라인으로 연락해서 다 만나거든요 굳이 페이스북을 통해 메시지를 남기지 않아도, 전화나 개인적인 연락을 통해 약속을 잡으면 더 만날 확률이 높아지는 것 같아요. 뭔가 페이스북은 '난 이 사람과 친해,' '난 이렇게 사교성이 좋은 사람이야'라고 과시하는 느낌이 들기도 해요.

(진은○)

SNS 이용자들은 자신의 솔직한 모습보다 가식적인 모습을 보여주는 경향이 많은 것 같아요. 우리가 가장 먼저 토론했던 'SNS는 000이다'에서도 비슷한 의견들이 많았었죠.

(황현○)

정말 친한 친구들과는 SNS가 아니더라도 연락할 수 있는 수단이 많아서 그렇게 자주 이용할 필요는 없는 것 같아요.

(박정○)

## (2) 소셜미디어를 통한 관계맺음의 특성 : 개방성

위에서 살펴봤듯이 관계의 확장성이라는 소셜미디어의 긍정적 효과는 토론단 참여자 대부분이 인정하고 있었다. 이 같은 장점을 살려 글로벌 시대를 살아가는 젊은 세대가 자민족 중심에서 벗어나 지구촌의 구성원으로서 개방적 사고방식을 갖는데 도움이 된다는 주장이 제기되었다.

다문화세계, 지구촌사회라는 말에 맞춰 SNS를 활용한 그룹이나 활동들을 통해 새로운 관계맺음들이 시작될 수 있다고 생각합니다. 자민족주의성향이 있는 우리나라 젊은 세대가 이런 SNS의 순기능을 활용해 많은 사람을 만나고, 그들을 이해하는데 도움이 될 수 있다고 생각합니다.

(김예○)

저는 소셜미디어로 인해서 다른 지역, 다른 배경을 가진 사람들과의 교류는 확실히 늘었다고 생각합니다. 연락이 어렵던 사람들이다보니 이렇게 연락이 편해지고 서로 소식도 어렵지 않게 전할 수 있는 것이 관계형성에 큰 도움이 되었습니다. 특히나 외국인과의 관계는 그들의 문화를 이해하는 것에 큰 도움이 되었습니다.

(차민○)

반크 글로벌역사외교대사 13기로 활동하고 있습니다. 반크에서는 일본 과거사 문제, 독도 영유권 분쟁 등 각종 역사 문제를 세계에 알리는 온라인 외교관의 역할을 해 내고 있는데요. 페이스북이 굉장히 좋은 매개체로 작용하고 있습니다. 외국인과의 접촉도 쉽고, 정보 전달도 빠른 편이라 실제로도 페이스북을 통한 과거사 문제 홍보에서 좋은 실적을 보이기도 했습니다. 이런 면에서 페이스북은 펜팔, E-팔을 넘어 새로운 국제적 교류 장치가 되지 않았나 싶습니다.

(김민○)

저도 대학에서 알게 된 중국인 친구와 SNS관계를 맺고 있는데, 친구가 다시 중국으로 돌아간 뒤에도 계속적으로 연락을 하고 있어요. 이전 같으면 메일로 시간의 간격을 두고 서로의 안부를 물었다면, SNS가 있기 때문에 요즘에는 실시간으로 대화도 가능한 것 같아요. 그래서 저는 소셜미디어가 다른 지역, 나라 간의 교류를 활발히 하는데 도움을 준다고 생각합니다.

(황현○)

또한 소셜미디어를 통한 새로운 관계맺음에서도 관계의 결속이 가능하다는 주장도 있었다. 외형적인 모습 등 비본질적인 것에 현혹 또는 제약을 받아 관계를 맺는 것이 아닌 본질적인 이슈나 고민에 대한 커뮤니케이션을 통해 보다 허심탄회한 이야기가 오갈 수 있으며, 관계의 결속도 이뤄질 수 있다는 것이다.

사실 SNS가 깊은 관계를 갖지 못하게 한다고 단정지을 수 없는 것이 오히려 SNS는 서로를 알아갈 때 걸모습으로 판단하지 않고 서로 나누는 이야기에만 집중할 수 있기 때문에 더 건강한 관계를 갖게 될 수도 있으리란 생각이 듭니다. 제 사촌동생은 인터넷 상으로 만난 친구와 마음 속의 어려운 이야기도 털어놓고 서로 공감하며 벌써 몇 년째 관계를 지속해가는 것을 볼 수 있었습니다. 처음에는 무척 신기했는데 나와 전혀 다른 삶의 패턴에서 사는 사람을 알아가고 관계를 맺는다는 것은 새로운 경험이기도 하고 긴장을 풀고 나를 보여줄 수 있는 기회라는 생각이 듭니다.

(윤지○)

(3) 소셜미디어를 통한 관계맺음의 특성 : 맺고 끊기의 자유로움

소셜미디어상에서 관계의 맺고 끊기가 자유롭다는 것은 사용자에 따라 장점으로 또는 단점으로 받아들여질 수 있음을 알 수 있었다. 즉, 필요한 사람들과 소통할 수 있어 관계의 질이 높아진다는 주장과 인위적이고 파편화된 관계맺음에 따라 관계의 질이 낮아질 수 있다는 주장이 함께 제기되었다.

저는 SNS의 '관계맺기 기능'에 대해서, '관계의 수'를 늘리는 것에는 분명 좋은 매체라고 생각하지만, 그 관계의 질에는 크게 영향을 주지 못한다고 생각합니다. 오히려, 친구를 맺고 끊는 것이 쉽기 때문에 관계를 지속하고 깊은 유대를 쌓는 것을 어렵게 만드는 것 같다는 생각도 듭니다.

(진은○)

하지만 소셜미디어를 자신이 바라보는 공간으로 생각한다면 친구를 쉽게 끊고 맺을 수 있는 기능이 오히려 관계의 질을 높일 수 있지 않을까요? 모든 사람과의 관계가 항상 계속적일 수는 없으니까요.

(차민○)

SNS가 자신과 같은 의견을 지닌 사람들과 쉽게 연결될 수 있지만 이런 끼리끼리 시스템이 의견 대립을 증폭시키기도 하는 것 같습니다. 이런 문제점의 대안으로 차민○님의 의견이 활용될 수 있겠네요. 예를 들어서, 정치적으로 나와 같은 성향에 있어서 친구를 맺었지만 너무 극단의 성향을 보이면 쉽게 관계를 끊을 수 있겠네요.

(황현○)

(4) 소셜미디어를 통한 관계맺음의 특성 : 이슈/관심사 중심의 공동체

선행연구들을 살펴보더라도, 소셜미디어에서 이루어지는 관계맺음은 비슷한 연령을 중심으로 모이는 경향보다는 이슈가 관심 있는 주제를 중심으로 다양한 세대가 자연스럽게 어울리는 경우가 있음을 볼 수 있다. 토론단 참여 청소년들의 토론내용을 통해 이 같은 현상을 확인할 수 있었다.

소셜미디어에는 '따로'와 '같이'의 의미가 모두 내포되어 있는 것 같습니다. 우리는 주로 소셜 미디어에서 같은 관심사를 가진 사람들과 모이게 되는데, 이러한 과정에서 많은 관계들을 맺게 되고 유사점이나 공통점을 찾으면서 연대감이 생긴다고 생각합니다.

(김수○)

같은 관심사를 갖고 있는 사람들 사이에서는 서로서로 정보도 공유하고, 실력도 뽐내는 등 직접 만나지 않아도 관계가 형성됩니다. 소셜미디어를 처음 사용할 때는 아는 사람도 얼마 없고, 받는 정보도 얼마 없다면 소외감을 느꼈습니다. 그런데 이 소외감이라는 것이 가만히 있어서 해결되는 것이 아니라 제가 직접 움직여야지 해결된다는 것을 알게 되었는데요. 그 계기는 제가 관심이 있는 분야의 페이스북 그룹을 하나 접하고 난 뒤였습니다. 그룹원간의 소통이 상당히 잘 이루어져서 소외감도 사라졌고, 관계를 적극적으로 맺게 되었습니다.

(차민○)

소셜미디어의 인간관계는 특성상 같은 관심사를 가지고 있지 않으면 친해지기 어렵다고 봅니다. 소셜미디어로 사람들과 쉽게 친해지려면 관심그룹에 가입하고 그 안에서 관심주제로 이야기를 나누면 금방 친해질 수는 있지만 한정적인 인간관계를 내포한다고 생각합니다. 관심 그룹에 가입하여 활동을 해본 적이 있지만 일주일이라도 소셜미디어에 들어가지 않으면 주로 활동하던 사람들이 교체되어 있어 늘 새로 가입한 기분이 들기도 했지요.

(강찬○)

다양한 의견을 받아들이고 인정하는 경우 보다는, 개개인의 관심사나 정치성향 등으로 뭉쳐서 오히려 극단화를 만들어가는 것 같습니다. 예로는 최근 SNS상에서 흔히 보이는 여성vs남성의 대결구조라던가, 진보vs보수의 대립구조를 들 수 있겠습니다.

(진은○)

#### (5) 소셜미디어를 통한 관계맺음의 특성 : 부모/가족 비 친화적 매체

앞서 살폈듯이, 소셜미디어상에서는 얇고 넓게 이슈중심의 공동체가 쉽게 형성되기도 하고 쉽게 모임의 종지부를 찍기도 한다. 즉, 관계의 강화보다는 연결성에 초점을 둔 매체임을 시사하는 대목이다. 그렇다면 부모 및 가족과 소셜미디어로 이루어지는 소통에 대해서는 청소년들이 어떤 생각을 갖고 있는지 토론 참여자들에게 알아보았다.

토론단 참여 청소년들의 경우, 부모가 알면 민망해지거나 불편한 상황에 처할 수 있고 부모의 간섭이 우려되어 부모와의 소셜미디어로 소통은 가급적 피하는 경우가 많았다. 또한 소셜미디어 사용이 활발하지 않은 부모와의 소통에 구조적인 어려움을 겪기도 하는 것으로 나타났다. 또한 가족간의 대화를 없앤 주요요인으로 소셜미디어를 지목한 토론 참여자도 있었다. 가족이 한 집에 있으면서도 각자의 스마트폰을 통해 가족 이외의 사람과 SNS 활동을 하며 시간을 보내는 아이러니한 상황이 자주 연출된다는 것이다.

가족과의 관계에는 큰 도움이 안 됩니다. 소셜미디어에서는 자신의 모습을 여과 없이 보여줄 수 있는데, 자신과 가장 가까운 가족과는 서로 보여주기 싫은 모습도 있지요. 그래서 서로 소셜미디어상에서는 별로 관계를 맺지도 않고 일부로 피하는 경향도 있습니다. 주로 친구들과 있을 때는 제 모습을 꾸밈없이 보여주게 되어서 부모님이 싫어하시는 모습도 섞여 있을 때가 많아요. 그래서 그런 모습들은 일부러 숨기려고 노력까지 합니다.

(차민○)

저는 가족이 전부 소셜미디어를 잘 이용하지 않는 편이라 관계에 도움이 되지는 않았습니니다. 사이가 좋지 않았던 가족의 경우에는 소셜미디어로 괜히 가까워지려고 했다가 역효과를 낳는 경우도 보았던 것으로 기억합니다. 제 이야기가 아니라 구체적으로는 말씀드릴 수 없지만요.

(박정○)

저도 부모님과과는 SNS친구를 맺지 않구요, 삼촌과는 맺어져 있긴 하지만 종종 삼촌만 볼 수 없게 게시물을 설정해서 올리곤 해요. 주로 친구들과 노는 내용의 사진일 경우 그렇게 설정하는 경우가 많습니다.

(진은○)

가족들과의 관계에 있어서는 소셜미디어가 큰 도움을 준다고는 생각하지 않습니다. 저 같은 경우에는 부모님들이 소셜미디어를 잘 활용하지 못하고 계세요. 어른들께는 아직 전화와 같은 직접적인 소통 방식을 선호하시는 것 같아요.

(황현○)

소셜미디어는 가족간의 사이에서는 그다지 큰 역할을 하지 못하고 있으며 심지어는 관계를 악화시키는 요인 중 하나로 작용하고 있는 것 같습니다. 대표적으로는 가족끼리 모여있을 때 소셜미디어에만 집중하여 대화를 하지 않는 경우가 있습니다. 이 밖에도 소셜미디어에서 가족끼리 만날 기회가 있다 하더라도 가족들이 자신의 소셜미디어를 알지 못했으면 하는 바람에 회피하는 경우도 있습니다. 소셜미디어가 새로운 타인과의 관계를 형성하는 데에 효과적일지는 몰라도 가족관계에 있어 그 효과는 미비한 것 같습니다.

(장효○)

그러나 멀리 사는 친척이나 친구의 안부를 묻고 관계를 유지 및 강화해 나가는데 있어서는 적합한 매체라는 인식이 강했다.

저는 친구가 다 제주도에 계시고 외가 친척들도 여기저기 흩어져 살고 계신데 SNS를 하기 시작한 후 서로 페이스북으로 안부도 묻고 군대 간 사촌동생이나 오빠들과도 메시지를 나누며 외박이나 외출 나오면 저희 집으로 놀러오고 하는 일이 있었습니다. 페이스북하기 전에 군대 간 사촌오빠는 한 번도 군대 가서 저희 집에 놀러 온 적이 없는데 페이스 북을 시작 한 후 부터는 가볍게 서로 메시지를 주고 나누다가 외출 외박 때 놀러오기도 하고 얘기가 길어지면 전화도 하고 하는 부분이 있어 더 가까워졌습니다. 뿐만 아니라 일상을 서로 올리다보니 댓글로 친근하게 몇 마디를 나누다보니 오랜만에 만나도 어색한 것 없이 "너 지난번에 올렸던데 장난 아니더라?" 이러면서 이야기도 잘 나누고 더욱 친근해졌습니다.

(강찬○)

제 지인분들은 부모님께 정보가 공개되는 것을 꺼려서 페이스북 친구를 아예 맺지 않는다고 말씀하시더라고요. 하지만 또 반대의 경우도 있는데요. 친인척들이 모여 있는 밴드 활동으로 친척들간의 소식을 알 수 있어서 좋다고 하는 경우도 있습니다.

(황현○)

#### (6) 소셜미디어 이용과 감정의 상관관계

사회 일각에서는 소셜미디어의 관계맺음을 통해 사회적 지지를 얻게 되어 외로움과 우울한 감정을 상쇄시킨다는 주장을 한다. 반면, 소셜미디어는 ‘스테인드글라스’라는 지적처럼 이용자의 밝은 면 또는 긍정적인 면을 부각하여 선별적으로 보여주는 콘텐츠를 자주 접하면서 상대적 박탈감에 빠지는 경우와 직접적인 악성 댓글이나 포스팅 등으로 우울감이 배가된다는 주장도 제기되고 있다. 이와 관련하여, 청소년들은 실제 어떻게 느끼고 있을지 토론을 통해 알아보았다.

소셜미디어의 개방성, 즉시성, 확산성의 특징이 긍정적으로 활용된다면 다수로부터 사회적 지지를 얻을 수 있을 것이다. 종종 페이스북 뉴스 페이지에 댓글을 단다는 진은○은 자신의 댓글에 ‘좋아요’ 개수가 올라가는 것을 보고 있으면 뭔가 인정받은 기분이 든다고 말하였다. 마찬가지로, 연예인 관련 페이스북 운영자인 차민○도 사회적 지지와 같은 긍정적인 느낌을 댓글이나 ‘좋아요’ 개수를 통해 자주 느낀다고 답하였다. “사회적지지와 같은 경우는 종종 느껴보는데요. 대표적인 경우로 제가 운영하고 있는 페이지에서 좋아요 수가 늘어나거나, 댓글이나 메시지로 응원글들이 올라올 때 가장 크게 느낍니다.”

그러나 현실은 이상과는 달리 전개될 수도 있음을 상당수의 토론 참여자들의 의견을 통해 확인할 수 있었다. 우선, 토론단 참여자들은 소셜미디어의 구조적 특징으로 인한 소위 ‘군중속의 고독’이나 ‘상대적 박탈감’을 맞보는 경우가 빈번하다고 지적하였다.

우울감을 증폭시킨다고 생각해요. SNS 사용목적의 대다수가 인맥관리, 지인과의 교류인데 이는 상대적인 박탈감을 느끼는데 이바지하기 때문입니다 왜냐하면 자신과 비슷한 경우, 상황, 처지의 사람, 가까운 사람일수록 비교대상으로 보기 쉽기 때문입니다. SNS를 통해 '상대적 박탈감'을 느끼기에 수월하므로 우울감을 증폭시키는 요인으로 작용한다고 생각해요.

(정현○)

SNS 중단자들을 면접해 본 결과 중에 페이스북에서 타인의 자랑과 게시글들로 인해서 자신의 행복이 작아진다고 고백한 사람들이 많았습니다. 실제로 저도 상대적 박탈감으로 우울감을 느끼 적이 많아요. 'SNS 우울증'이라는 신종언어가 생겨날 만큼 SNS를 통해 타인과의 비교와 질투로 스스로가 우울해지는 경우가 많다고 생각합니다.

(황현○)

소셜미디어는 스테인드글라스 또는 가면이라고 정의를 내린 청소년들이 다수였던 점을 감안하면, 청소년들 스스로 소셜미디어상에 허구가 과장을 통한 자기과시형 콘텐츠가 많다는 점을 충분히 인지하고 있다. 그럼에도 불구하고 소셜미디어상에서 자신과 남을 비교하고 우울감이나 박탈감을 느낀다는 것은 왜일까? 토론 참여자인 황현○은 연구진의 궁금증에 다음과 같은 명쾌한 답변을 내놓았다:

사실 머리로는 SNS과 과장되고, 실제 모습이 아니라는 것을 알고 있습니다. 하지만 행복한 모습을 올리는 친구들을 보면 '와, 좋겠다' 라는 마음이 먼저 들지 이성적으로 생각이 되지 않더라고요. 연극이나 뮤지컬을 볼 때도, 연기하는 분들이 모두 배역처럼 살지 않음에도 불구하고 부러워하게 되죠. 이성적으로는 '가면'인걸 알고 있지만 항상 속고, 그 모습을 부러워하는 관객이 된 느낌이라구요.

(황현○)

또한 토론 참여자들은 자신의 게시글에 대한 댓글이나 '좋아요' 개수를 통해 인간관계나 인기도가 즉각적으로 계량화되는 점이 우울감을 불러올 수 있다고 지적하였다.

SNS가 우울감을 심화시킨다는 것에 동의합니다. 예를 들면, 페이스북 같은 경우 '좋아요'와 댓글이 수치화 되고 그 수치가 낮을수록 우울감이 더 커질 수 있을 것 같다는 생각이 듭니다. 내가 이렇게 힘든데, 알아주는 사람은 없구나. 싶은 생각이 들 것 같아요. 저는 SNS에 그런식의 글을 올려보지 않을 뿐 아니라 직접 느껴보지는 않았지만 상상을 해본다면 그런 기분을 느낄 것 같습니다. 더불어 사람들이 내가 아닌 다른 사람 글에는 관심을 많이 주고, 내 글에만 관심을 주지 않는다면 더 그럴 것 같아요.

(김예○)

저도 SNS가 우울감을 더욱 심화시킨다고 생각합니다. 제 개인적인 경험을 말씀드리자면 페이스북의 경우 '좋아요'와 '댓글'이 수치화된다는 데에서 상대적인 박탈감을 느꼈습니다. 아무리 친구들이 제가 올린 글에 '좋아요'를 눌러 주고 댓글을 달아서 사회적인 지지를 표시한다고 해도 상대적 박탈감은 어쩔 수 없는 것 같습니다. 좁고 깊은 인간관계를 추구하는 제 성격상 페이스북 친구도 많지는 않는데 아무리 중요하고 흥미로운 내용을 써도 발이 넓은 친구들이 심심하다고 쓰는 글에 비해 관심을 받지 못해서 우울해지기도 했습니다. 그래서 예전에 비해 페이스북 '눈팅'만 하고 거의 글을 올리지는 않는 것 같아요.

(박정원)

사람들이 저의 게시글에 '좋아요'를 많이 눌러주거나 관심을 가져주면 뭔가 기분이 좋고 또 반대로 생각보다 관심을 가져주지 않을 경우에는 좀 실망하게 되더라고요. 그래서 전 요즘 SNS에 별로 글을 안 쓰게 되는 것 같아요. 관심을 많이 받아서 기분이 좋더라도, 뭐랄까 스스로 그런 것에 위안을 받는 저를 보며 조금 실망하기도 했고 '사람들의 관심에 나의 가치가 달린 것이 아닌데 타인의 시선에 너무 의존하고 있었구나'라는 생각이 들었거든요.

(김지○)

사실 '좋아함'의 정도는 측정하기 어려운 것인데, 페이스북은 이를 정량평가해서 '수치화'해서 보여줍니다. 그런 숫자들은 신경 안 쓰려고 해도 자꾸만 신경을 쓰게 되는 것 같아요. 또한 소위 '페북스타'라고 불리는 사람들은 별 것 아닌 글에도 '좋아요'가 몇 만개를 넘어서니까요. 사실 페이스북 상에서는 글의 질보다, 친구의 수가 '좋아요'를 결정짓는 중요한 요소라고 해도 과언이 아닌 것 같아요.

(진은○)

'좋아요' 개수나 댓글을 통해 사회적 지지를 구하는 사람들은 소셜미디어를 통해 소기의 목적을 달성할 수 있으나, 근본적인 우울감 해소를 위한 해결책은 아니라는 지적도 있었다. 김광○는 소셜미디어의 '좋아요' 개수나 댓글을 진통제라는 비유를 들어 다음과 같이 설명하였다.

SNS를 사용하는 이유는 SNS에서 모종의 사회적 지지를 얻기 위함일 것입니다. 특히 페이스북 같은 경우 '좋아요'와 댓글이 사람들이 '관심 있다'는 의사를 나타내기 때문에 그곳에 의존하게 됩니다. 즉 SNS의 이용은 우울감을 해소시켜줍니다. 그러나 그것이 장기적인 효과를 내는지는 생각해 볼 필요가 있습니다. 심적이 고통에 대해 SNS가 진통제의 역할을 할 수는 있습니다. 진통제가 치료제는 아닐뿐더러 자주 복용하면 내성이 생긴다는 것은 우리 모두가 알고 있는 사실입니다. 따라서 SNS의 이용은 우울감 해소에는 긍정적인 영향을 주지만 해결에는 그렇지 못하며, 오히려 SNS 중독이라는 부정적인 결과를 줄 수 있다는 것입니다.

(김광○)

이밖에, 소셜미디어상에서 자신의 우울함을 나타내는 게시글을 올리고 자기암시 효과로 인해 더욱 우울해진다는 의견도 있었다.

SNS가 우울감을 심화시킨다고 생각합니다. SNS가없는상황이라고 생각을 해보면 어떠한 일이 생겼을 때 SNS가 없었다면 가장 편한 친구 혹은 가까운 지인에게 털어놓으면 도움을 받아 일을 잘 극복하여 힘든 시기를 잘 지나갈 수 있으나 SNS에 자신이 우울해있다고 표현할수록 난 우울해라고 말을 하는 것이기 때문에 계속 자기암시가 되고 그 우울감에 더욱 빠져들 것이라고 생각합니다.

(추호○)

위에서 거론한 ‘상대적 박탈감,’ ‘군중속의 고독,’ ‘인간관계의 계량화’ 그리고 ‘자기 암시’의 문제점들은 자신의 가치관이나 노력 여하에 따라 극복할 수 있는 여지가 있다. 그러나 친구삭제, 악성댓글, 사이버불링 등의 문제는 특정인을 자살까지 내몰 정도로 심각한 문제를 수반할 수 있다.

SNS가 경우에 따라 우울감을 심화시킬 수 있다고 생각합니다. 인간의 우울감은 거의 모두가 대인관계 상에서 나온다고 생각합니다. 예를 들어 연인 간의 이별이나 친구 간의 갈등 등이요, SNS는 인간관계를 주제로 한 서비스이기 때문에, 친구 삭제, 저격글, 포스팅 등 사소한 것을 통해서도 충분히 우울감을 느낄 수 있을 것 같네요.

(김민○)

SNS는 우울감에 대해서 이면성을 가지고 있다고 생각해요. 실제로 SNS를 통해 사람들과 교류하고 소통하면서 위안을 얻는 사람들도 봤지만, 반면에 과한 SNS 사용 및 SNS에서의 폭력으로 우울감이 증폭되는 경우도 있기 때문입니다.

(김수○)

## 12) 소셜미디어상에서의 사이버불링(cyberbullying)

소셜미디어를 통한 사이버불링의 폐해는 이루 말할 수 없다. 한국청소년정책연구원이 2014년 조사한 결과에 따르면 전국 중·고등학생의 14.6%가 사이버불링 피해를 경험했다고 답했다. 선행 연구에 따르면, 사이버불링 가해경험자가 피해경험자로 또는 피해경험자가 가해경험자로 역할이 바뀌는 경우가 많으며, 사이버불링의 피해는 학교생활의 만족도를 떨어뜨리는 주요인이 되고 있다(한국청소년정책연구원, 2014). 청소년들에게 불가분의 관계인 소셜미디어상에서 사이버불링이 발생하는 경우도 어렵지 않게 목격을 할 수 있다.

## (1) 사이버불링 발생사례

「청소년 집단지성 토론탐」의 참여자들은 자신들이 목격한 사이버불링의 사례와 해결방안에 대해 열린 토론을 벌였다. 청소년들은 자신의 의도와는 상관없이 사이버불링이 발생하는 현장에서 방관자(bystander)로서 본의 아니게 사건에 휘말리는 경우가 종종 있다고 설명하였다. 토론을 통해 청소년들 사이에서 ① 단독방 등을 만들어 특정인을 불러 조롱하거나 ② SNS 커뮤니티에서 소외시키는 경우, 또는 ③ 외모비하나 인격모독을 하거나 ④ 피해자의 페이스북 계정 등에 무단 로그인하여 악성댓글이나 혐오스런 게시글을 올리는 행위 등 다양한 사이버불링의 사례들이 행해지고 있는 것으로 파악되었다. 이 같은 사이버불링을 경험했거나 목격했을 때 적극적인 중재나 대처를 하지 못한 것에 대해 후회하는 모습을 보였다. 적극적인 대처나 중재의 어려움으로 다수에 의해 이루어지는 사이버불링에서 위압감이나 군중심리에 의한 소극적 동조현상 등을 꼽았다.

제 경험을 얘기하자면 철없던 시절인 약 2년 전 쯤에 일명 카따(카톡왕따)를 목격했습니다. 당시 피해자는 학급에서 친구들이 외면하여 따돌림을 당하고 카톡에선 그 애만 빼고 단독방을 만들며 그 애의 사진을 올리며 조롱하고 욕하고 그 애와 친하게 지내지 말라는 카톡도 받았었습니다. 당시 저는 피해자의 친구이자 가해자의 친구의 위치로서 보기만 했지 직접적인 가해는 없고 카톡에서 욕하는걸 보고 있는 게 아무런 잘못이 없다고 생각하고 내가 나설 필요는 없다고 선을 그어버렸습니다. 그런데 시간이 지나고 그 일을 다시생각해보면 그 당시 내가 군중심리에 의한 방관자(간접적 가해자)였음을 인지하지 못했던 걸 지금도 후회합니다.

(정현○)

몇 년 전이지만, 나와는 친하지도 않은 같은 학교 친구가 약 50여명 정도를 초대해 한 명에게 욕설을 퍼부은 것을 보았습니다. 당하고 있던 친구가 저에게 마냥 좋게 대한 게 아니라 그런 것도 있었지만 50명가량의 아이들과 맞서기는 무서웠던 것 같습니다. SNS 내에서 이루어지는 학교폭력은 그 인원이 많아지기 쉽고, 그만큼 가해자와 방관자들이 늘어나기 쉽다고 생각해요. 그럴수록 피해자 학생을 도와줄 사람은 줄어들게 되는 거죠.

(김예○)

같이 놀던 친구들이 자신이 없는 채팅방을 따로 만들어서 뒷담화를 하기도 하고 자기들끼리만 정보를 공유하는 등 직접적으로는 아니지만 점점 소외시키며 밀어내서 많이 힘들어했던 친구도 있었습니다. 이 친구를 보면서 요즘 청소년들은 직접 만나서 소통하는 비중만큼 SNS와 같은 매체로의 소통 비중도 크기 때문에 모바일에서 조금씩 소외당하는 것의 영향이 현실에까지 미칠 수 있을 것 같다는 생각이 들었습니다.

(박효○)

저는 피쳐폰 사용자라 카톡을 통한 사이버불링을 목격하지는 못했지만 저희 학교 학생들 사이에서 흔히 이루어지는 프레이프4(frapp, 단어를 분석해보면 정말 좋지 않은 뜻이지만 흔히 남이 로그아웃하지 않은 페이스북 계정으로 글을 남기는 행위라는 의미로 통용됩니다)를 통해 씩씩한 현실을 볼 수 있었습니다. 다른 반에서 다들 별로 좋아하지 않는 친구의 계정이 털렸는데 어떤 여학생을 태그해서 고백을 했더라고요. 그 여학생은 기분나빠하면서 댓글을 달았는데 보면서 프레이프당한 친구가 불쌍하다는 생각이 들었습니다.

(박정○)

페이스북이나 인스타그램 등으로 상대를 비방하거나 다른 사람의 사진을 가져다가 외모비하나 인격 모독을 하는 등의 부정적인 사례를 목격하기도 경험하기도 했습니다. 잘 알지 못하는 친구가 이유 없이 비하하고 그걸 또 자기 SNS에 아무렇지 않게 올린 것을 보았을 때 기분이 안 좋았던 것은 물론이고 어떻게 대처 해야 할지도 잘 모르겠고 이런 일이 나에게도 일어날 수 있다는 것에 명해졌었습니다. 처벌을 하고 싶었지만 그 정도가 심하지 않고 일시적이기에 처벌을 할 수도 없었습니다.

(박효○)

## (2) 사이버불링 발생원인 및 피해의 심각성

토론 참여자들은 사이버불링이 행해지는 원인과 피해에 대해 각자의 의견을 개진하였다. 이들은 공통적으로 오프라인에서 행해지는 학교폭력보다 온라인상에서 이루어지는 사이버불링이 피해 당사자에게는 더 큰 상처가 될 수 있다고 지적하였다. 이들은 사이버불링이 심각성을 더 띠는 이유로 ① 온라인상에서 소리 없이 이루어지는 폭력이라 부모나 교사의 인지가 어려운 점, ② 온라인상에서 괴롭힘과 장난의 구분이 애매한 점, ③ 가해자 및 가담자는 피해자를 눈으로 볼 수 없기 때문에 인격체로 받아들이지 않고 양심의 가책을 덜 받게 되는 점 등을 들었다.

가해자의 입장에서 보면 SNS를 이용한 폭력이 더 수월할 것 같습니다. 피해자가 밝히지 않는 한 어른들은 그 사실을 알 수 없기 때문입니다. 그러나 피해자의 입장에서는 어찌면 카톡이나 SNS를 이용한 폭력이 더 힘들게 다가올 수 있을 것 같습니다. 그리고 다수의 아이들이 한 번에 욕을 하며 다가오기에 대처할 사이도 없이 순식간에 지나가버리기 때문입니다.

(김예○)

4) 프레이프(frapp)는 페이스북(facebook)과 강간(rape)의 합성어로 타인의 페이스북 계정을 무단 로그인하여 혐오감을 주는 포스팅을 하는 등의 행위를 말함.

SNS 내에서는 서로의 표정이나 감정이 어떤지 알 수가 없기에 더 심해질 수 있는 것 같습니다. 심지어 사이버불링을 한 후에 '장난이었다'라고 해도 진짜 장난이었는지 진심이었는지 알 길이 없으니까요. 그러한 이유에서 오프라인에서의 학교폭력보다 사이버불링이 더 심각한 문제를 일으킨다고 생각합니다. 저 같은 경우는 이걸 정말 학교폭력이다 싶을 정도로 심했던 건 한 번 밖에 보지 못했어요. 그렇지만 서로 욕하면서 '장난' 치는 건 많이 봤죠. 그게 장난이라는 선을 넘은 건지, 넘지 않은 건지는 잘 모르겠어요. 듣는 사람의 얼굴이나 표정을 알 수 없으니까요.

(김예○)

저는 이러한 사이버불링이 나타나는 가장 큰 이유 중 하나는 SNS가 활발해지면서 사이버 공간에 존재하는 다른 이들을 같은 인격체로 받아들이지 않기 때문이라고 생각합니다. 기술의 발달로 사이버 공간은 점점 그 영향력을 확대해가고 있지만 사용자들 수준의 발달 속도는 그보다 현저히 느리기에 사이버 범죄가 증가하는 것 같습니다.

(박효○)

### (3) 사이버불링 예방 및 규제

토론 참여자들은 사이버불링을 예방하고 현명하게 대처하는 방법에 대한 저마다의 아이디어를 제시하였다. 청소년들은 ① 사이버불링의 심각성이나 대처법을 담은 카드뉴스를 소셜미디어로 보급하기, ② 아이스버킷챌린지처럼 소셜미디어를 활용한 사이버불링 예방 캠페인 벌이기, ③ 단발성의 교육이 아닌 학생참여 형식의 사이버불링 및 미디어 교육을 지속적으로 제공하기, ④ 학교폭력전담경찰관의 활동영역을 소셜미디어를 위시한 온라인으로 확장시키기, ⑤ SNS상에서 특정인의 욕설 등의 언어폭력에 대한 빈도를 분석하여 일정 기간 동안 계정 사용을 금지시키기 등의 아이디어를 제시하였다.

사이버불링의 피해를 줄이기 위해 SNS를 활용할 수 있는 방안으로 생각해본 것은 카드뉴스 방식을 활용하여 사이버불링의 피해를 알리는 것입니다. 좀 진부할 수 있지만 빠르고 가볍게 정보를 전할 수 있다는 SNS의 특성 상 간편하게 볼 수 있지만 그 속에 메시지를 담을 수 있는 카드뉴스를 통해 내용을 전달한다면 효과적인 것 같다는 생각이 드네요.

(김지○)

소셜미디어에서 사이버불링 예방 캠페인 식으로 해서 아이스버킷챌린지처럼 '나는 사이버 불링을 하지도 않고 방관하지도 않겠습니다'는 다짐을 하고 세 명 태그해서 넘겨주고 이런 식으로 캠페인을 해도 사이버불링에 대해 알리고 하지 않겠다는 다짐도 하고 하면 어떨까요?

(강찬○)

우리나라가 IT 강대국임에도 불구하고 그에 관한 교육은 지나치게 미미하다는 것을 다시 한 번 깨닫게 되었습니다. 시스템은 발전하지만 우리의 가치관은 그에 맞춰가지 못하고 있기에 더 큰 윤리적공백이 생긴다고 생각합니다. 그래서 학교에서부터 사이버불링에 관한 교육을 어린나이부터 성인까지 심도 있게 가르쳐야 한다고 생각합니다. 또 현재의 교육처럼 보이기식의 교육이 아니라 아이들에게 실질적으로 도움이 될 수 있도록 토론을 진행해본다든지, 역할극 같은 활동들을 통해 사이버불링의 위험성을 알려줄 수 있으면 좋겠습니다.

(김예○1)

사이버불링에 대한 교육을 많이 해야 한다고 생각해요. 아무래도 청소년은 큰 처벌을 받지 않으니까 조금 쉽게 생각하는 경향이 없지 않아 있다고 생각합니다. 저도 사이버불링에 대한 교육을 받아본 적이 없거든요. 사이버불링에 대한 처벌을 강화시키고 교육을 많이 하는 그런 기초적인 것부터 차차 시작하는 게 중요할 것 같아요.

(김예○2)

사이버불링에 대한 개념과 대처법을 제공하여 피해자들의 적극적인 대처를 유도하고 학교폭력전담경찰관(오프라인)의 활동영역을 소셜미디어(온라인)로 확장시키는데 사용한다면 소셜미디어가 피해자 구제에 활용될 것이라고 생각합니다.

(정현○)

(사이버불링이) 네이버 밴드나, 카카오톡처럼 보다 폐쇄적인 SNS에서 자주 일어날 것 같아요. 그렇다면, 카톡이나 네이버 밴드에 주기적으로 사용한 단어를 통계내서 공지하는 기능을 넣으면 어떨까요? 예를 들어 월단위로, 이 채팅방에서 가장 많이 사용한 단어를 집계해서 공지한다거나 욕설의 빈도를 집계한다거나 하는 기능을 넣으면, 아이들도 자신의 언어폭력의 실태를 알 수 있지 않을까요?

(진은○)

저는 이러한 문제점을 해결하기 위해 SNS를 이용하여 캠페인을 진행하고 욕설이나 비방 등 사이버불링과 관련된 게시물이나 댓글을 달았을 때 알림 서비스를 도입하여 그러한 상황이 지속 될 시 강제적으로 SNS계정을 폐쇄시킨다는 등의 강경책을 통해 사람들의 인식도 개선하고 피해도 줄일 수 있도록 했으면 좋겠다고 생각합니다.

(박효○)

사이버전산상에서 학교폭력 가해자들을 구치소에 수감하는 것처럼 일정기간동안 격리하는 것은 어떨까요?

(차민○)

### 3. 소결

이 장에서는 「청소년 집단지성 토론탄」 참여자들이 연구진이 제시한 주제를 중심으로 약 8주간에 걸쳐 진행된 토론내용들을 ① 청소년들이 생각하는 소셜미디어의 이미지, ② 소셜미디어의 정부규제, ③ 교육문화에 있어서 소셜미디어의 기여, ④ 학업/학습에 있어서 소셜미디어의 활용범위 및 가능성, ⑤ 진로탐색 및 진로개발 영역에서의 소셜미디어의 역할, ⑥ 가장 하고 싶은 여가활동, ⑦ 팬덤문화에 대한 소셜미디어의 역할, ⑧ 청소년 여가생활에 미치는 소셜미디어의 영향력, ⑨ 청소년과 선거권, ⑩ 소셜미디어를 통한 사회적 기부경험, ⑪ 소셜미디어를 통한 관계맺음, ⑫ 소셜미디어상에서의 사이버불링이란 총 12개의 범주적 지표에 따라 분류 및 분석하였다.

「청소년 집단지성 토론탄」 참여자들에 의해 제기된 사항들을 간략히 정리하자면, 오늘날 청소년의 삶에서 불가분의 관계인 소셜미디어는 가치중립적인 매체로 청소년들의 보다 윤택한 삶을 위해 기여할 수 있는 잠재력이 상당한 매체라는 것이다. 이를 위해서는 청소년들의 디지털 리터러시 역량을 키우고 청소년문화 개선을 위한 사회와 정부의 실질적이고 지속적인 노력이 수반될 필요가 있다.

연구진은 「청소년 집단지성 토론탄」을 활용하여 교육, 여가, 참여, 관계 맺기 등 다양한 영역에서의 청소년 문화를 청소년들의 목소리를 통해 파악하였으며, 청소년문화 활성화를 위한 소셜미디어의 기여 범위와 구체적인 활용 방안에 대해서 청소년들과 함께 허심탄회하고 심층적인 토론을 벌였다. 본 토론탄의 성공적인 운영을 통해 설문조사나 문헌조사는 물론이고 기존의 포커스그룹 인터뷰(FGI) 형식으로는 이루기 어려운 성과를 얻을 수 있었다. 연구진은 이를 토대로 구체적인 정책제언을 마련하여 본 보고서의 마지막 장에 담았다.

# 제 V 장

---

## 국내사례 조사

1. 조사개요
2. 조사결과
  - 1) 소셜러닝: (주)비플
  - 2) 소셜펀딩: 성남시청소년재단
  - 3) 소셜서포팅: 사인 하우스
  - 4) 청소년 1인 미디어



# 제 V 장

## 국내사례 조사

### 1. 조사개요

디지털 네이티브 세대인 청소년들의 문화는 그 변화 속도가 빠르며, 변화 주기가 짧다는 특징이 있다. 이러한 특징으로 인해 청소년들을 타겟팅(targeting)한 기업이나 청소년 관련 기관들은 변화하는 청소년들의 문화를 이해하고, 이를 반영한 서비스 및 프로그램 등을 꾸준히 개발 및 평가해나갈 필요가 있다.

본 장은 현장에서 직접 청소년들과 소통하며, 소셜미디어를 활용하여 청소년들의 역량 및 긍정적인 발달을 지원하고 있는 국내 현장전문가들의 사례들을 살펴보았다. 또한 페이스북을 통해 팬클럽, 상담, 동아리 활동 등의 운영 및 관리를 활발히 하고 있는 청소년의 사례를 통해 청소년문화 활성화를 위한 소셜미디어 활용 방안을 구체적으로 모색하였다.

소셜미디어 상에서 청소년들의 교육을 주도하고 있는 소셜러닝 업체 (주)바풀의 사례를 살피기 위하여, 이민희 대표를 비롯한 관계자와의 인터뷰를 진행하였다. 소셜러닝 플랫폼 <바로풀기> 앱서비스 운영 사례 등을 통하여 청소년 소셜러닝의 특징 및 효과를 가늠할 수 있었다. 본 장에서 이를 소셜미디어의 다섯 가지(참여, 개방, 대화, 커뮤니티, 연결) 특징으로 분류하여 제시하였다.

다음으로는 청소년 클라우드 펀딩 <상상지 프로젝트> 사례를 살펴보았다. 관련 프로젝트를 기획 및 운영하고 있는 성남시 청소년재단 산하 분당판교청소년수련관 관계자들과 프로젝트 참여 청소년들과의 심층면접인터뷰를 진행하였다. 프로젝트의 시행초기부터 현재 진행되고 있는 상황까지 자세한 사례들을 통하여 청소년들의 사회참여 및 역량 등의 개발을 위한 소셜미디어의 활용방안에 대해 살펴보았다.

일반 청소년들을 대상으로 한 소셜미디어 활용에 대한 사례와 별도로 위기청소년들을 위한 소셜미디어 활용사례도 조사하였다. 위기청소년들을 위한 플랫폼 운영을 계획 및 시범운영

중인 사인하우스 관계자와의 인터뷰를 통하여 위기청소년들의 문화를 이해하고, 소셜미디어를 활용한 위기청소년들에 대한 지원 및 서비스 개발 등의 필요성을 제기하였다. 마지막으로 소셜미디어 활용이 활발한 청소년과의 면접조사를 진행함으로써 청소년들이 실제 본인의 여가, 교육, 사회참여 등에서 소셜미디어를 활용할 수 있는 방안에 대해 살펴보았다.

## 2. 조사결과

### 1) 소셜러닝: (주)바풀

소셜러닝(social learning)은 소셜미디어를 활용하여 집단지성의 힘으로 타인과 함께 행하는 학습을 말한다. 소셜러닝의 성공은 지식의 사유화가 아닌 다른 사람들과 함께 정보를 공유할 때 자신은 물론 우리 사회가 보다 발전할 수 있다는 인식을 전제로 한다(Bingham & Cornner, 2011). 개인이 홀로 추구하던 학습활동이 소셜미디어 상에서 휴먼네트워크의 힘을 빌려 이뤄나간다는 취지의 소셜러닝은 기존의 학습 패러다임의 전환을 시사하며, 사교육의 폐해로 고민한 우리 사회에 던지는 메시지가 크다. 이번 장은 우리나라의 대표적 소셜러닝 업체인 (주)바풀에 대한 사례조사를 통해 소셜미디어가 우리나라 교육문화 개선을 위해 기여할 수 있는 가능성을 모색하였다. 사례연구를 위한 인터뷰는 (주)바풀의 이민희 CEO 및 관계자를 대상으로 연구진이 (주)바풀 사옥에 방문하여 진행하였다.

#### (1) '바로풀기' 앱 서비스 소개

(주)바풀은 '바로풀기' 앱 서비스를 운영하고 있는 회사이다. (주)바풀 회사는 2011년 6월에 창업을 하였으며 처음에는 웹사이트로 운영하다가 2012년 3월 '바로풀기' 앱 서비스가 시작되었다. '바로풀기' 앱은 스마트폰을 기반으로 영문, 국문, 간체, 번체, 일어까지 제공되며, 현재 몇 명의 사용자가 141개국에서 접속하여 사용하고 있다. 이 앱은 모르는 문제를 스마트폰 카메라로 찍어서 올리면 사용자(이하 '바풀러'라고 지칭)들이 답변을 달아주는 소셜러닝 플랫폼이다. 바풀러는 초등학생부터 성인에 이르기까지 다양하게 구성되어 있으며, 간단한 회원가입을 거치면 누구나 모르는 문제에 대해 질문과 답변을 올릴 수 있다. (주)바풀의 사업목표는 다음

두 가지로 축약할 수 있다. 1) 모바일을 통한 교육문화의 성립, 2) 교육정보의 평등화. 이러한 사업목표를 위해 현재 '바로풀기' 앱은 전 과목에 대한 Q&A, 스터디 그룹 등의 서비스를 무료로 제공 중이다(그림 V-1 참고).

저는 일단 첫 번째로 목표하는 게 모바일로도 충분히 공부 잘 할 수 있다는 것을 증명을 해보고 싶어요. 두 번째가 교육정보의 격차, 지역 간의 교육 불평등을 해결해보고 싶습니다. 지방 학생들의 시야도 넓혀주고 싶고요. 또한 기회를 균등하게 가져갈 수 있도록. 모두가 교육기회를 평등하게 갖도록 하는 그 부분을 저희가 바로풀기 앱에서 실현을 해보고자 하는 바죠.

(이민희 대표)



\* 출처 : <http://nstore.naver.com/appstore/web/detail.nhn?productNo=1376656&sr=ps2> (2015.11.1.에 접근)

【그림 V-1】 '바로풀기' 앱 서비스 관련정보

## (2) '바로풀기'로 살펴본 소셜러닝의 특성

'바로풀기'는 소셜미디어를 통한 학습플랫폼으로 자유로운 참여 및 지식의 공유, 네트워크를 통한 지적 협업(collaboration) 등을 실현할 수 있다는 특성이 있다. 권정은(2011)에 의하면 소셜미디어의 특성이 학습과 접목될 때, 교수-학습자의 경계 소멸, 정보에 대한 자유로운 접근 및 공유 등과 같은 소셜러닝의 강점이 부각될 수 있다고 밝힌 바 있다(표 V-1 참고). 이에 다음은 권정은(2011)이 제시한 소셜미디어의 특성으로 살펴본 소셜러닝의 5가지 특징을 근거하여 바로풀기 사례를 정리해보았다.

**표 V-1** 소셜미디어의 특성으로 본 소셜러닝의 특성

소셜미디어 특성	소셜러닝의 특성
참여(Participation)	교수-학습자의 경계 소멸
개방(Openness)	학습 콘텐츠에 대한 자유로운 접근 및 사용가능
대화(Conversation)	참여자 간의 활발한 상호작용
커뮤니티(Community)	공통의 학습 욕구를 지닌 참여자들 간의 커뮤니티 구성
연결(Connectedness)	참여자의 수 및 참여자가 소유한 지식·정보의 무한한 확장

\* 출처: 권정은. 2011. 미래 사회의 新학습모델, 소셜 러닝의 부상. IT & Future Strategy, 4호. 서울: 한국정보화진흥원. 7p 표인용

### 가. 참여

'바로풀기'는 교수자와 학습자의 경계를 허물어 수평적 교육을 실현하고 있다. 바풀러의 활동을 유형별로 살펴보면 질문위주 바풀러가 약 30%, 답변위주 바풀러가 약 20% 정도이며, 질문과 답변을 동시에 하는 바풀러는 약 절반가량으로 나타났다. 즉, 바풀러들은 모르는 문제에 대한 답변을 요청하기도 하고, 제공하기도 하면서 능동적이고 적극적으로 교육에 참여하고 있었다. 소셜러닝은 누군가에 의해 강요된 것이 아니라, 자발적인 참여를 통해 진행되고 있다는 점은 눈여겨 볼 필요가 있다. 이러한 형태의 교육은 참여자들로 하여금 학습의 흥미를 유발하고, 이타심, 성취감, 만족감 등의 동기가 내포되어 있기 때문이다.

저희는 사실 이 서비스를 만들 때, 학생들의 성적을 높여 줘야겠다는 의도는 아니었어요. 그것 보다는 청소년들이 공부라는 것에 대해서 좀 가볍게 친근하게 접근하도록 도움을 주고 싶었어요. 공부를 하는 목적은 내 성적이나 자기발전을 하는 것과 더불어 다른 친구들의 공부에 도움을 주는 성취감도 함께 얻기 위한 것이라고 생각해요. 나 자신이 다는 몰라도, 내가 곱셈을 알고 다른 학생은 덧셈만 아는 상황이라면, 덧셈만 아는 친구에게 곱셈을 아는 나는 선생님의 역할을 할 수 있는 것이죠. 이걸 가르쳐주게 하면서 뭔가 이 친구의 성취감을 계속 얻게 하고 싶은 마음이 컸었어요. 그래서 리뷰에 올라오는 글들을 보면 ‘성적이 올랐어요’하는 친구들도 물론 있지만, 그것보다 저희를 가장 기쁘게 하는 것은 이것 때문에 ‘수학 포기하려고 했는데, 포기 안하고 더 열심히 하게 되었어요’, ‘이것 때문에 수학 더 재밌어 졌어요 이런 리뷰들이 올라오는 게 가장 좋죠.

(이민희)

#### 나. 개방

소셜미디어의 가장 두드러진 특징중 하나는 콘텐츠에 대한 자유로운 접근이라 할 수 있다. 소셜러닝은 교육이라는 콘텐츠에 대하여 시공간의 제약을 받지 않고 누구나 참여할 수 있다는 장점을 갖고 있다. 앞서 살펴봤던 것처럼 ‘바로풀기’는 전 세계 어디서라도 스마트폰을 통하여 앱을 실행시킬 수 있으며, 시간의 구매를 받지 않고 학습을 수행할 수 있다. 특히 학습에 대한 부담감이 높은 우리나라 청소년들이 시공간을 초월하여 학습 콘텐츠에 대한 자발적인 접근을 시도하고 있다는 점에 주목할 필요가 있다. 청소년들에게 소셜미디어의 활용은 일상적이며, 익숙한 문화이다. 이러한 문화 속에서 ‘바로풀기’와 같은 소셜러닝 플랫폼은 청소년들에게 긍정적인 콘텐츠를 선택할 기회를 제공하는 동시에 공부하는 것을 하나의 ‘놀이’ 그리고 ‘의미 있는 활동’ 등으로 인식하고 학습에 대한 긍정적인 태도를 가질 수 있도록 지원하고 있다.

아이들이 바폴을 사용할 때 ‘진짜 내가 집중을 해서 공부를 하니깐 바폴을 해야지’ 하는 거 보다는 ‘이왕에 스마트폰 만지고 놀 바에야 바폴하면 공부하는 기분도 들고 유익하니깐’ 이라는 답변이 많았어요. 바폴앱은 ‘지금부터 공부해야지’ 라는 생각보다는 ‘이왕에 내가 핸드폰 만지는 시간에 놀기도 하고 공부도 하자’ 라는 의미로 쓰는 학생들이 굉장히 많더라고요.

(육다미)

제가 긍정적으로 보는 포인트 중에 하나가, 청소년들이 스마트폰을 계속 만지다 보면 할게 없어서요. 처음에는 신기하니깐 여러 가지 기능들을 사용하는데, 가면 갈수록 몇 개의 기능과 몇 개의 앱만 쓴단 말이죠. 결과적으로는 바폴앱의 유용성과 흥미로움을 깨닫게되면 자연스럽게 청소년들의 이용이 정착될 거라고 보고 있어요.

(이민희)

#### 다. 대화

‘바로풀기’는 모르는 문제에 대한 질문에 대해 답변이 달리는 의사소통의 형태를 취한다. 실제로 ‘바로풀기’는 한 개의 질문 당 평균 1.4개의 답변이 달리는데, 이러한 구조는 학습동기와 자정효과로 이어지는 핵심 요소라 볼 수 있다. 먼저 질문에 대한 답변, 답변에 대한 답변 등의 대화 구조는 학습에 대한 흥미를 유발시킬 수 있다. 예컨대 질문에 답변을 달게 되면, 질문자 혹은 이외 바풀러들로 부터 칭찬 스티커를 받을 수 있는데, 이러한 피드백은 성취감, 문제해결능력 등을 증가시킬 뿐만 아니라 타인으로 부터의 인정 등을 경험하게끔 한다. 또한 대화를 통해 공동으로 문제를 해결해가는 협업 과정을 통해서 자정효과를 나타낼 수 있다.

1개 질문 당 1.4개의 답변이 달린다는 것은 1답변 외에 2개 3개의 답변이 있다는 거거든요. 그래서 왜 이렇게 답을 열심히 다는지 이용자들에게 물어봤어요. 대학생이야 재미있으니깐 할 수 있을거라 생각했는데, 중고등학생은 자기공부 하느라 바쁜데 바쁜 시간을 할애해서 답을 왜 달아줄까? (중략) 이러한 이유 중 하나로 ‘문제집 푸는 것보다 재미있다’ 는 건데, 왜냐하면 사실 문제집 풀 때도 풀고 나서 채점할 때가 제일 재미있잖아요. 맞았을 때, 그런데 여기서 답변해주면 학생들이 ‘고마워요’, ‘감사해요’, ‘친절해요’ 이런 스티커를 달아주고 댓글로 ‘아 너 진짜 수학 잘한다’ 이런 피드백을 주니깐 그게 너무 재미있는 거예요.

(이민희)

또래 학습의 장점 자체가 학생들끼리 이야기를 하게 시키면 분명히 틀린 얘기를 하는 애들이 있죠. 그런데 저도 보니까 여기에 질문하는 학생들이 여기에서 받은 답변을 100% 신뢰하지 않는다는 것이 저희한테는 장점이다라고요. 스타강사가 가르쳐줬는데 그게 잘못된 거면 이 학생은 멘봉인거죠. 근데 친구가 가르쳐주고, 어떤 사람이 가르쳐줬는데 이게 틀릴 수는 있겠다. 그런데 ‘참고 한다’는 방식으로 과정으로 받아드리기 때문에 훨씬 더 공부에 도움이 될 수 있다고 봅니다.

(이민희)

다른 SNS와 마찬가지로 ‘바로풀기’에서도 무단 광고 및 음란물 관련 게시글 등 유해 게시글들이 올라올 수 있다. 그러나 질문과 답변의 기능 이외 부가기능이 거의 없고, 모든 게시글이 공개설정 되어있는 ‘바로풀기’의 특성 상 유해 게시글들은 참여자들의 적극적인 신고를 통해 자정효과를 나타내고 있었다.

‘바풀’은 애들이 모여 있는 곳이기 때문에 다 오픈해놨어요. 뭐 얼마나 비밀스러운 애길 하겠어요. 그런 건 카톡에서 하고, 여기에서는 다 공개적으로 활동하는 거죠. 그래서 유해 게시글이나 무단

광고가 뜨면 저희가 잡아내기도 하고 이용자들을 통해 바로 신고가 들어오기도 해요. ‘여기에 이 사람 이상하다’란 그런 신고가 다른 사람들에 의해서 들어오는 경우도 있어요. 공개되어 누구나 다 볼 수 있다는 것이 장기적으로 자정작용에 긍정적인 효과를 가져오는 것 같습니다.

(이민희)

#### 라. 커뮤니티

‘바로풀기’에 참여하는 사람들은 ‘바풀러’라는 명칭을 갖게 된다. 이들은 함께 공부하고, 나에게 관심을 가져주는 온라인 친구들과 소통하면서 신뢰관계를 구축하고 있었다. ‘바로풀기’의 기능 중에는 스터디 그룹을 형성할 수도 있어 커뮤니티 안에 또 다른 커뮤니티 조성이 가능하다. 즉, 소셜러닝은 공통의 학습 욕구를 가진 사람들끼리 온라인 공동체를 구성하여 서로 지식을 공유할 수 있다는 점에서 커뮤니티에 대한 친밀감 및 소속감을 느낄 수 있다.

질문자-답변자 관계가 가장 깊은 관계예요. 그래서 답변을 주로 3번 4번 정도 해주면, ‘어? 애 뭐지?’ 그렇게 생각하거든요. 그러면 말을 건내게 되요. 그러면 ‘나는 중학생이야, 몇 학년이야, 나는 어디 살아’ 등등 댓글을 막 얘기하다가 친구가 되죠. 그런 식으로 가벼운 온라인 상의 친구가 되요. 그러니깐 바로풀기의 가장 큰 장점이 신뢰관계가 있어요. 어떤 자기 지식을 쫓고, 도움을 받았던 관계이기 때문에 함부로 말하거나 그러진 않아요. 그래서 그런 관계들이 굉장히 많이 있고. 그리고 소속감이라는 것 자체가 바로풀기를 쓴다는 거에 대한 소속감도 물론 있지만 이런 앱에서 “내 친구를 만들었어, 나에게 관심을 가져주는 누군가가 있어”라는 것 자체가 큰 소속감이잖아요.

(이민희)

#### 마. 연결

현재 ‘바로풀기’ 앱은 다운로드 수 10만 건을 넘어섰다. 이 수치가 상징하는 바는 네트워킹의 잠재력이다. 질문에 대해 답변의 정확성은 최대한 많은 사람들의 자정작용을 통해 이루어질 수 있다. 또한 기존에 바풀러들이 질문하고 답변했던 데이터를 개념별로 압축·정리하여 해당 개념에 대한 문제들을 풀어볼 수 있도록 기술적으로 지원하고 있다. 이러한 형태는 참여자들이 소유한 지식·정보의 무한한 확장을 실현 가능케 한다.

많은 이용자들이 이야기하는 것이 “문제 풀려고 돈 주고 문제집을 사는데, 바로풀기 들어오면 공짜로 애들이 모르는 문제 다 풀어볼 수 있어 문제집을 살 필요가 없다”란 거예요. 그래서 저희가 그 얘기를 듣고, 만들었던 기능이 (핸드폰을 보여줌) 해당 개념에 대한 탭을 누르면 사전 형태로

문제가 짝 묶여있어요. 그러면 내가 기존에 풀고 싶었던 어떤 개념에 대해서 다 풀어볼 수가 있는 거예요. 기존의 문제집은 1단원, 혹은 어떤 파트별로 있잖아요. 그런데 이거는 개념별로 정리가 되어 있어요. 전체 수학개념 저희 태그 상으로는 한 600개 정도 있거든요. 600개에 해당하는 질문이랑 답변은 모두 다 있는 거죠. 그래서 많은 학생들이 문제집 대신에 바풀을 활용하기도 합니다.

(이민희)

### (3) 문제집 및 향후과제

#### 가. 지역 간 교육정보 편차

소셜미디어는 시·공간적인 한계를 극복할 수 있는 특징이 있으나, 소셜러닝 업체 (주)바풀은 소셜미디어 활용과 관련한 정보공유에 여전히 지역별 편차가 존재하고 있었다. 실제로 '바로풀기' 앱 서비스 이용자 중 40%가 서울지역에 거주하는 것으로 나타났으며, 지역별로 서비스 이용 비율의 차이가 존재하였다. 특히 지역별 이용 비율의 순서는 최근 교육부(2015)가 발표한 시도별 1인당 월평균 사교육비 지출 순서와 비슷한 양상을 보이고 있었다. 이러한 현상이 나타나는 이유는 지역별 문화 차이로 이해할 수도 있지만, 지역별로 교육관련 정보의 격차가 심각하다는 것을 시사한다.

특히 저희도 심각하게 느끼는 것이 정보의 격차가 서울과 지방에 분명히 있다는 겁니다. 모바일 시대가 되었으니 대부분의 사람들이 다 스마트폰 쓰고 서로 온라인상으로 연결되어 있는데 정보력도 다 비슷하지 않을까하는 생각이 들잖아요. 그런데 이 앱을 쓰는 비율을 봐도 지역적 편차가 분명히 있어요. 아니, 굉장히 커요. 서울이 거의 40%이고 나머지는 지방인데, 그 지역 순서가 매우 신기하게도 사교육비의 지출이 높은 순서대로 이용하고 있다는 거죠. 전국에서 항상 나오는 거 있잖아요. 사교육비 높은 순서.

(이민희)

바로풀기에서는 영리를 추구하고자 하는 것이 전혀 아니기 때문에. 바로풀기만큼은 지방학생들이 많이 알았으면 좋겠어요. 제 고향이 울산인데, 제 동생이 울산에서 학교를 다니는데, 물론 개는 제가 하니깐 알지만요. 정보가 굉장히 느려요. 똑같은 앱이라도 서울에서 인기를 먼저 끌어야 지방으로 가요. 그게 너무 신기하잖아요.

(이민희)

## 나. 소셜미디어 관련 부모/교사 교육의 필요성

디지털 네이티브라고 불리는 청소년들도 교육과 관련해서는 부모 및 교사의 정보력에 영향을 받는 것으로 나타났다. 앞서 살펴본 교육 정보의 격차를 줄이기 위해서는 소셜미디어 내 긍정적인 콘텐츠 활용에 대한 부모 및 교사의 이해가 뒷받침되어야 한다.

저희는 부모교육도 굉장히 중요하다고 생각하는 게 스마트폰 무조건 쓰지 말라고 하는 게 아니라, 어짜피 사주고 쓰라고 했는데, 이런 거 써봐라 이런 앱도 있다, 이런 거를 엄마들이 알려주면 더 좋지 않을까 생각해요.

(이민희)

일단 학생들에게 가장 빠르게 접근이 가는 게 선생님의 정보력, 선생님이 말씀해주시는 거잖아요. 근데 선생님들이 이런 트렌드에 어두우신 것 같아요. 교육 박람회나 연수 등 교육 트렌드에 앞서가는 선생님들이 저희 앱을 먼저 아시고, ‘애들아 뭐 궁금한 거 있을 때 바로풀기라는 앱 써봐’라고 하신답니다. 그래서 저희 유저들 중에서 어떻게 알고 왔냐고 조사해보면 학교선생님들이 알려줬다는 답변이 상당히 많거든요. 그런데 지방 선생님들은 서울보다는 구조적으로 정보력이 떨어지다 보니깐 무조건 스마트폰에 대해 부정적으로 생각하시는 분들이 많은 것 같아요. 보수적 성향이 더 크다고 할까요. 그래서 이런 선생님들께 학습에 활용할 수 있는 유용한 정보를 지속적으로 제공해주면 너무 좋을 것 같아요.

(이민희)

## 2) 소셜펀딩: 성남시청소년재단

소셜 펀딩(social funding)이라고도 불리는 크라우드 펀딩(crowd funding)은 대중을 뜻하는 ‘crowd’와 자금조달을 뜻하는 ‘funding’의 합성어로 대중으로부터 자금을 조달하는 행위를 뜻한다. 크라우드 펀딩은 다수의 사람들로 부터 소액을 모집하는 것에 중점을 두고 있으며, 소비자에게 프로젝트 후원자 및 사업의 동반자 등의 지위를 부여함으로써 적극적인 참여를 유도한다(윤민섭, 2012). 성공적인 펀딩을 위해서는 자신의 아이디어를 대중에게 효과적으로 전달하고 이들을 설득하는 과정이 중요한데, 이러한 과정에서 SNS는 큰 역할을 하게 된다. 이는 홍보의 방법 및 범위를 무한정으로 확장시키기 때문이다.

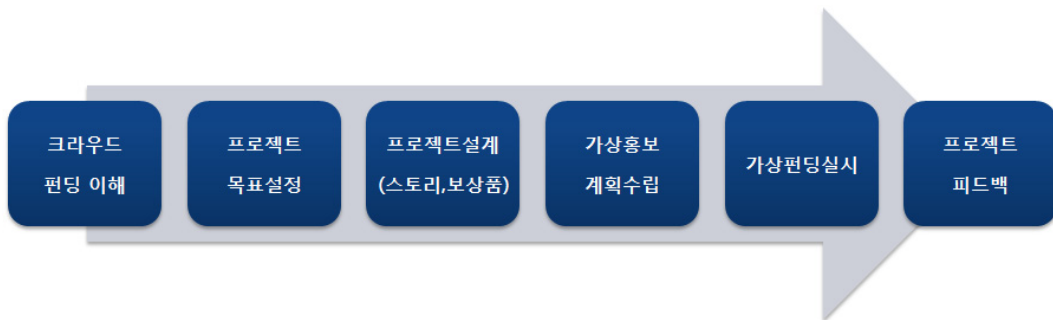
성남시청소년재단은 크라우드 펀딩 와디즈 기업과 함께 평소 청소년들이 지역 및 사회 변화에 갖고 있던 아이디어들을 크라우드 펀딩에 올려 직접 자금을 마련해보고, 이를 실현해보는

‘상상지 프로젝트’를 진행하고 있다. 성남시청소년재단 산하 분당관교청소년수련관의 ‘상상지 프로젝트’에 대한 사례조사를 통해 소셜미디어를 활용한 청소년들의 사회참여 확장 및 사회적 기여 가능성을 모색하였다. 사례연구를 위한 인터뷰는 성남시청소년재단 소속 분당관교청소년수련관의 실무진들과 ‘상상지 프로젝트’에 참여한 청소년들을 대상으로 연구진이 분당관교청소년수련관에 두차례 방문하여 진행하였다.

### (1) ‘상상지 프로젝트’ 소개

‘상상지 프로젝트’는 성남시 관교테크노밸리 입주기업에 대한 이해를 바탕으로 현실성 있는 자원연계 인프라를 구축하고, 전략적 제휴를 통한 활동거리를 마련하여 기업과 학교, 청소년 현장 프로그램 개발의 협력모델을 제시하고자 와디즈 기업과 성남시청소년재단이 함께 운영하고 있는 프로젝트이다.

성남시청소년재단 및 와디즈는 우리나라에서 아직 생소한 클라우드 펀딩에 대한 이해를 돕고, ‘상상지 프로젝트’ 참여자를 모집하기 위해 <클라우드 펀딩 스쿨> 설명회를 개최하여 클라우드 펀딩의 정의, 운영방법, 사례공유, 프로젝트 신청방법 등을 제공하였다. ‘상상지 프로젝트’는 중·고·대학생 2명 이상으로 구성된 그룹단위로 신청할 수 있으며, 프로젝트 선정 팀은 <클라우드 펀딩 워크숍>에 참여하여 가상펀딩을 홍보 및 실시하였다. (그림 V-2 참조).



【그림 V-2】 ‘상상지 프로젝트’ 클라우드 펀딩 워크숍 진행과정  
(\*오보연 청소년지도사 제공)

Day-워크숍은 2-3팀별 한 명의 와디즈 컨설턴트가 배정되며, 이를 바탕으로 참가팀들은 실제 클라우드 펀딩을 운영하게 된다. 프로젝트가 종료된 이후에는 참가팀별 진행내용 및 사례를

공유하는 <상상지 결과 공유회>를 개최함으로써 최종적으로 활동에 대한 발표 및 평가를 실시한다. 이러한 과정을 통해 1) 청소년들의 진로성숙과 스스로 비전설계가 가능한 청소년을 양성에 기여하고, 2) 민주시민으로 성장한 청소년 자치조직(동아리, 학생회 등)의 자생적인 생태계를 구축하며, 3) 장기적인 비전을 가지고 지역과 함께 성장하는 진로사업 추진 기반의 마련 및 지역교육공동체 만들기에 의의를 가지는 자발적 협업 체계의 확대를 기대할 수 있다.

## (2) '상상지 프로젝트'로 살펴본 클라우드 펀딩

'상상지 프로젝트'는 청소년들이 직접 클라우드 펀딩을 기획하고, 운영하며, 평가할 수 있다는 점에서 청소년들의 주도적인 사회참여를 돕고, 그 영역을 확장시킨 예로 볼 수 있다. 청소년들은 '상상지 프로젝트'를 통해 주변 지역과 사회문제를 인식하고, 이를 해결 및 변화시키기 위한 다양한 방안들을 기획하여 클라우드 펀딩을 운영한다. 이러한 과정 중에 와디즈 직원 및 청소년 지도사들의 지원을 일부 받기도 한다. 그러나, 프로젝트의 구성 및 홍보 등 대부분의 과정은 청소년들이 주도하고 있다. 이는 하트(Hart, 1997)가 제시한 청소년참여 사다리의 최고 수준인 8단계 즉, '청소년 주도로 성인과 의사결정을 공유하는 이상적 단계'에 해당한다고 볼 수 있다(한국 청소년정책연구원, 2015b, 502p). 청소년들이 프로젝트에 선택권과 자발성을 갖고 주도적으로 참여하고 있기 때문이다.

워크숍때 친구들이 '아 클라우드 펀딩은 투자의 개념이구나, 내가 이걸 더 가미를 해야 하는 거구나'라는 것들을 생각하기 때문에 아이디어의 내용은 바뀔 수 있지만, 그것 역시 청소년이 선택을 하는 거고 청소년이 만들어요. 지금까지 경험해보니 이 프로젝트는 아이들이 기획하지 않으면 끝까지 갈 수가 없더라고요.

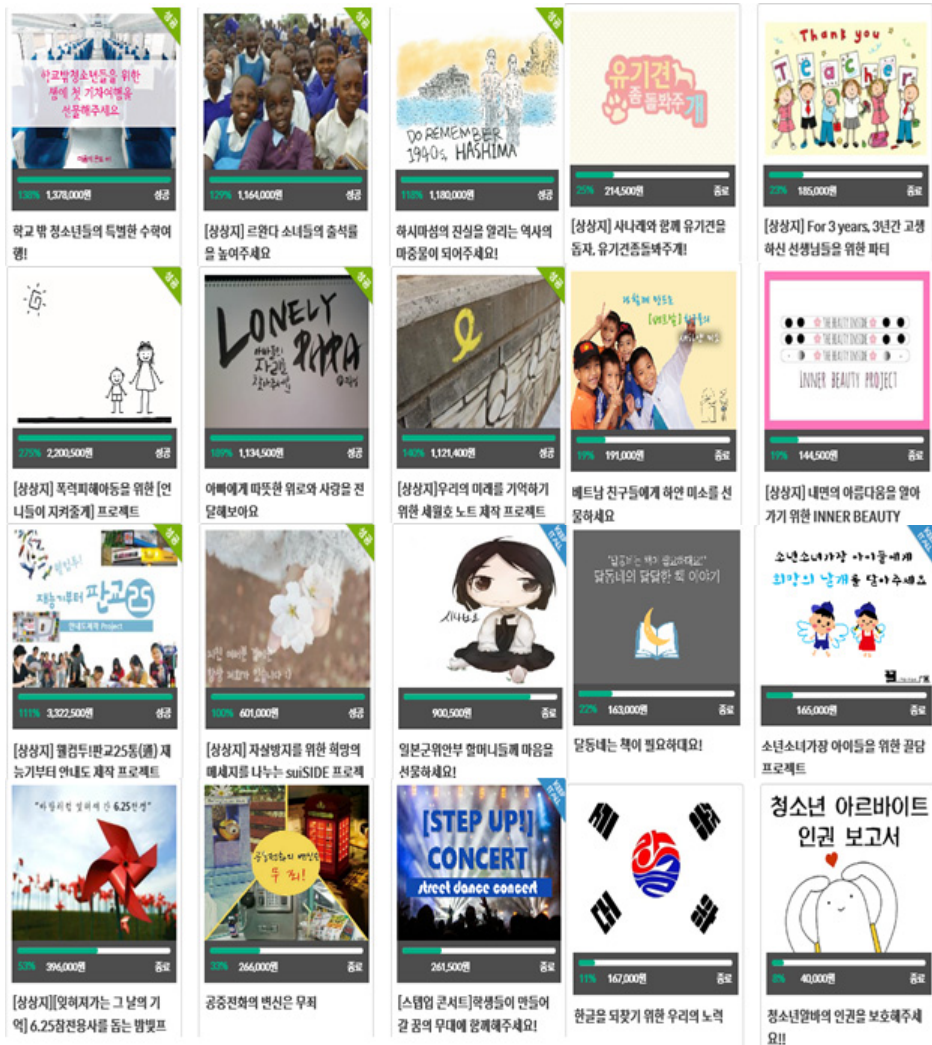
(오보연)

다음은 지난 상반기 '상상지 프로젝트'를 직접 운영 및 관리한 분당관교청소년수련관의 오보연 청소년 지도사와 프로젝트 참여 청소년들과의 인터뷰 내용을 토대로 청소년들의 사회참여과정을 살펴보고 정리한 것이다.

### 가. 사회문제 인식 및 기획

'상상지 프로젝트'는 2015년 상반기 9팀, 하반기 11팀 총 20팀이 클라우드 펀딩에 참여하였고, 그 내용은 다음과 같다(그림 V-3 참고). 청소년들은 클라우드 펀딩을 통해 기존 사회가 무관심

하였던 사람 혹은 문제에 대한 이슈를 제기하고, 이를 해결하기 위한 방안 및 인식의 변화를 유도하였다. 총 20개의 프로젝트는 청소년(아르바이트, 학교 밖 청소년, 콘서트 등), 가족 및 학교(미혼부, 교사), 지역사회(공중전화, 마을 안내도 등), 국제사회(베트남 아동, 르완다 여자청소년) 등 청소년 자신을 둘러싼 각 사회분야에 대한 주제와 자살예방, 아동학대예방, 세월호 추모, 내면의 아름다움 등 전 사회적 인식변화를 위한 주제로 진행되었다.



\* 출처 : <http://www.wadiz.kr/partner/snyouth> (2015.11.1.에 접근)

【그림 V-3】 '상상지 프로젝트' 목록

‘상상지 프로젝트’를 통해 청소년들은 사회변화의 실현 가능성을 경험하게 된다. 상상 속에서만 펼쳤던 아이디어들을 실제 크라우드 펀딩을 통해 실현해보는 경험은 청소년 자신들의 삶 뿐 아니라 전반적인 사회에 대한 관심을 증폭시킬 수 있다. 청소년들은 펀딩에 대한 보상품 기획 및 제작과정에서도 사람들의 인식개선과 바람직한 사회문화 정착을 위한 의미를 부여하고 있었다.

(프로젝트 명 : 언니가 지켜줄게) 이 친구들 같은 경우에도 처음에 어떻게 시작하게 되었냐면, 어린이집에서 아동학대나 불미스런 사고들이 많이 일어났었잖아요. 이런 뉴스기사들을 보고 이 친구들이 분노를 한 거예요. “어떻게 저럴 수 있을까”라는 공분과 함께 이 프로젝트 아이디어가 이 친구들의 눈에 들어온 거죠. 계원예고 학생들의 달란트가 미술 하는 친구들이니깐 우리가 이런 디자인을 해봐서 우리가 작게나마 이런 디자인된 물품들을 사회에 내놓고 판매가 된다면 그래도 작게나마 사회에 인식변화가 일어나지 않을까 생각을 했던 거죠. 이런 폭력 피해아동을 위한 사례들이 있을 때 우리 사회가 묵인하면 안 된다는 메시지를 주고 싶었다고 하네요. 그래서 예쁘게 보틀 병도 만들고 파우치도 만들어서 여러 사람들이 그걸 사서 가지고 다니고, 상품에 담긴 메시지를 통해 이슈화가 되고, 그런 상황들이 있을 때 묵인하면 안 된다는 사회 인식도 확대시킬 수 있다고 생각한 것이죠.

(오보연)

우선 어른 분들이 하는 댄스팀이나 공연팀은 성인 분들이고 어느 정도 신뢰가 쌓여있는 분들이니깐 그래도 청소년들보다 쉽게 할 수 있는 것 같은데, 일단 청소년들이 무대를 빌려서 하기는 많이 어려운 것 같아요. 일단 비용도 많이 들고, 예를 들어 동백호수공원을 빌리는 데 있어서도 절차가 싸야할 것도 굉장히 많고 학생들이 하기에는 좀 어려운 부분이 많더라고요. 성인의 시각에 맞춰져서 좀 까다롭게 체크해야할 부분들이 많아서 청소년들이 주체적으로 공연을 하기는 좀 힘든 것 같아요.

(장미지)

이러한 과정에서 청소년들은 와디즈 직원과 청소년지도사들의 도움을 받는다. 그러나 이러한 도움은 청소년들이 프로젝트를 진행하는데 필요한 홍보전략 및 자원의 연계 등의 정보제공이 될 뿐, 크라우드 펀딩의 기획부터 종료시점까지 의사결정권은 여전히 청소년에게 있다.

얼마 전에 작년에 저희가 여기 판교테크노벨리에서 축제가 있었는데 환풍구가 무너지는 사고가 있었어요. 그때 청소년들이 안전불감증에 대해서 좀 다뤄보고 싶다 해서 친구들의 스토리는 환풍기로 얘기는 했지만 직접적으로 그걸 건드리긴 어렵겠다는 얘기를 와디즈랑 저희랑 같이 이야기를 나누면서 친구들도 충분히 공감을 했고, 그렇다면 우리나라에서 교통사고가 가장 빈번하게 일어나니깐 그걸 예방할 수 있는 것들로 캠페인을 하고 싶다고 해서 그걸 펀딩으로 올린거죠.

(오보연)

## 나. 프로젝트 수행

프로젝트의 성공을 위해서는 대중의 관심과 동의를 이끌어내는 과정이 필요하다. 따라서 프로젝트 및 제공 상품에 대한 소개와 소셜 네트워킹을 통한 홍보과정은 매우 중요하다. 프로젝트 개설자는 '상상지 프로젝트' 클라우드 펀딩 웹 페이지<sup>5)</sup>를 통해 펀딩의 목적, 의도, 제공 상품 내역 및 배송일정, 프로젝트 리스크 요인 및 해결방안 등에 대한 정보를 자세히 제공한다. 보상품의 경우 프로젝트 기획 및 의도에 따라 청소년들이 직접 제공 상품을 디자인하거나 제작하기도 한다. 이러한 과정에서 청소년들은 투자자들에 대한 고민을 하면서 실질적인 경제적 개념을 숙지하게 된다.

이거는 계원예술고 친구들이 폭력피해아동들을 위한 캐릭터를 직접 그렸어요. 이거 친구들이 직접 그린거든요. 요걸 그려서 이런 인식들이 많이 확산이 되어야 한다. 그런 프로젝트를 올려서 이진 200%넘게 달성되고, 세월호같은 경우에는 1주기를 기념하는 노트를 내자. 문구류를 친구들이 직접 디자인하고 만들어가지고, 엽서라던지, 직접 이 친구들이 가서 사진도 다 찍고 왔어요. 문구류에 넣을 사진이나 엽서나 이런 것들을 친구들이 다 사진 찍어왔고, 친구들끼리도 한 번씩 더 이 부분에 대해서 의논도 하고 이런 부분이 자연스럽게 진행이 되었던 부분이었고, 이것도 100%넘게 달성이 되었어요.

(오보연)

저희가 결과공유회때 제공 상품들도 다 전시를 했는데, 그러니깐 그런 것들을 투자개념이기 때문에 물건에 대한 제품에 대한 실용성 이런 것도 굉장히 꼼꼼히 파악을 해요. 어떻게 보면 경제개념을 미리 친구들이 경험을 해보는거죠.

(오보연)

클라우드 펀딩의 프로젝트에 대한 참여는 실제 펀딩 금액을 결제하는 물질적으로 투자하는 방법과 자신의 네트워크를 활용하여 프로젝트를 함께 홍보해주는 방법으로 압축될 수 있다. 사람들은 소액을 투자하기도 하지만, 프로젝트에 대한 응원의 메시지를 댓글로 남길 수도 있으며, 자신의 SNS 계정을 통해 직접 프로젝트 홍보를 지원하기도 한다. 이러한 참여형태는 예상치 못한 인물의 예상치 못한 투자로 이어질 수 있다. 가령 펀딩의 첫 시작은 프로젝트 팀원들의 친구, 가족, 친척 등 주변 지인으로 제한될 수 있지만, 후반부로 갈수록 프로젝트의 가치에 동의하는 사람들의 참여가 증폭될 수 있다. 따라서 클라우드 펀딩의 성공과 실패는

5) <http://www.wadiz.kr/partner/snyouth>

이들에게 그다지 중요한 것이 아니다. 왜냐하면 펀딩은 실패했을지라도 자신들이 추구하는 가치를 지지해주는 사람들을 만나기 때문이다.

처음 시작은 그렇게 지인들을 통해서 홍보를 하고 기금을 모으지만, 나중에는 ‘언니들이 지켜줄게’나 ‘세월호’같은 경우는 예기치 못한 사람들이 펀딩을 하기 시작해요. 예기치 못한 곳에서 펀딩이 되기도 했고, 세월호 같은 경우에는 이걸 늘 생각했던 분들이 응원 댓글을 다시면서 또 갑자기 지역에 상관없이 특정 프로젝트에 의미가 있다고 생각하시고 지원해주는 분들도 있어요. 친구들이 처음에는 지인을 통해서 홍보를 하지만 점차 홍보 및 입소문이 나서 기대하지 않은 분들이 참여할 수 있는 것은 소셜미디어상에서 이루어지니깐 가능한 것 같아요.

(오보연)

또래 친구들에게는 펀딩 금액이 부담스러울 수 있거든요. 그래서 직접 펀딩을 해주지는 못하지만 홍보를 진짜 열심히 해줬어요. 이 프로젝트 팀원이 아닌데도, 진짜 열심히 해줬고, 그리고 중학교 때 친구들에게 ‘아 너 좋은 일 하니깐 열심히 해라’라고 응원도 많이 받았고요. 처음에는 가족들 위주로 펀딩을 받았지만, 저희 친척분들의 친구분들이나 아시는 분들도 펀딩에 참여해주셨어요. 그러다보니깐 나중에 후반부에는 아예 모르는 분들도 해주시더라고요. 그게 되게 신기했어요.

(장미지)

저희가 홍보를 할 때 페이스북 페이지를 이용했었거든요. 제가 그 페이지 운영을 담당 했었는데, 시작한지 하루만에 친구들이 다 홍보해주고, 모르는 사람들도 많이 참여했어요. 페이스북은 전국, 전 세계 사람들이 다 볼 수 있으니깐, 모르는 분들도 팔로워해주시고 저희 프로젝트에 기부해주시고 하니깐 “정말 홍보효과도 크고 사람들이 이런 프로젝트에 관심을 가져주시는 분들이 많다”란 생각이 들었어요. SNS의 힘? 그런걸 느꼈어요. 일단 저희가 크라우드펀딩 한 것처럼 어떤 프로젝트를 할 때 홍보효과가 굉장히 크다고 보거든요.

(정우성)

#### 다. 결과 및 피드백

계획된 펀딩기간이 지나면, 목표펀딩 금액에 미치지 못하는 경우도 발생한다. 그러나 ‘상상지 프로젝트’에 참여한 청소년들은 목표펀딩 금액의 달성이 본 프로젝트의 궁극적인 성공이 아님을 인지하고 있었다. 비록 목표한 펀딩 금액을 달성하지 못했을지라도 청소년기에 어떤 ‘가치’를 실현해가는 과정을 주도적으로 진행해봤다는 점은 큰 자산이 되었다고 이들은 느끼고 있었다. 또한 투자자들의 공감을 이끌어내지 못한 이유에 대한 분석을 통해 추후 프로젝트 추진에 무형의 자산으로 활용하고 있었다.

프로젝트를 추진하면서 ‘펀딩이 안 되면 어떻게 해요’ 라는 친구들도 있긴 한데, 사실 ‘그게 중요하지는 않다’라는 것을 친구들이 나중에는 깨닫는 것 같아요. 특정 팀의 프로젝트가 펀딩 달성이 안됐었는데 그룹별 활동에 관한 분석을 통해 자기네들이 왜 펀딩 달성이 안됐는지 최종 프로젝트를 마치는 시간에 정리를 해서 발표를 하는 모습이 대견하더라구요.

(오보연)

### (3) 문제점 및 향후대책

#### 가. 자유학기제 활동연계

2016년부터 전국의 중학교에서는 자유학기제도가 전면 시행되면서 현장에서는 자유학기제 활동의 발굴과 지원, 연계 과정에 대한 고민이 한창이다. 이러한 상황에서 크라우드 펀딩은 실제로 사업 및 프로젝트를 기획하고, 홍보 및 판매 등을 경험해 봄으로써 진로 판단에 도움이 될 수 있다는 장점이 있다. 그럼에도 불구하고 ‘크라우드 펀딩’은 아직 사회적으로 생소한 개념이며, 학교 및 청소년 관련기관 종사자들 또한 ‘크라우드 펀딩’에 대한 이해가 매우 부족한 실정이다.

그리고 일반 친구들 중에는 저희가 진로동아리들을 많이 만들어 두고 있어요. 자유학기제도 시작되고 자유학기제가 이슈가 되고 하다보니깐. 그런데 그 친구들이 사실 활동거리가 없거든요. 그럴 때 연계를 하려는 그 부분도 고민하고 있구요.

(오보연)

학교단위의 참여를 위해 많은 노력을 기울였어요. 처음에는 ‘크라우드 펀딩이 뭔지도 모르는데 우리애들을 왜 보내야 하죠?’ 학교선생님들이 다 그러시죠. 그래서 진로부장선생님이나 또 학생회 담당 선생님들 다 모셔두고, 간담회도 하고, 크라우드 펀딩이 뭔지 설명을 드리고 학교별로 몇명씩 학생들을 보내주셔서 요청을 드렸죠. 그렇게 해서 청소년들을 어떻게든 워크숍까지 오게하는 부분이 지도사들이 애를 많이 써야하는 부분인거죠.

(오보연)

#### 나. 청소년지도사 역량강화 필요성

청소년들과 현장에서 몸소 부딪히는 청소년지도사들은 청소년들이 살고 있는 문화 트렌드의 변화를 민감하게 예측하여 이를 청소년 활동 및 프로그램 운영에 적용할 필요가 있지만, 현실적으로 많은 어려움이 있는 것이 사실이다. 이러한 측면에서 지역연계 및 네트워크 사업 등은

청소년 뿐 아니라 청소년 지도사들에게도 새로운 영역에 대한 도전이며, 역량강화의 과정이 될 수 있다.

예전에는 우리가 문화기획이라고 해서 청소년들의 뭐 축제기획을 하고 그런 것을 많이 지향했잖아요. 그런데 지금은 그거보다는 더 한 단계 나아가는 이런 활동들이 펼쳐지니깐 사실 '여기서 더 나아갈 수 있는 것이 뭐가 있을까'라는 고민을 와디즈라는 기업이랑 만나면서 하게 돼서 저희가 지역연계나 네트워크 사업에 대해서는 굉장히 노력을 많이 하고 있는 부분이에요. 청소년 지도사들이 이제 우물 안 개구리처럼 안에서 고민하고 기존에 좋았던 것이나 익숙한 것 계속 하는 게 아니라, 새로운 분야의 사람들을 만나고 변화하는 사회 환경에 어울리는 새로운 프로그램을 도입한다면 기존의 활동 프로그램과도 시너지효과를 볼 수 있을 거라 생각해요.

(오보연)

#### 다. 청소년사회참여의 주체성 확립

분당관교청소년수련관은 청소년이 자신들의 활동에 주체성을 가질 수 있는 프로그램 및 환경의 조성이 청소년들의 성장에 큰 도움이 된다는 것을 '상상지 프로젝트'를 통해 확인할 수 있었다. 이러한 활동에 영향을 받아 분당관교청소년수련관은 문화기획단, 자치조직, 학생회 등 청소년들이 협업을 통해 사회참여하는 활동에 '클라우드 펀딩'을 적용하는 방안에 대한 모색을 진행 중이다. 클라우드 펀딩 뿐 아니라, 청소년들의 사회참여 과정은 청소년 스스로 선택하여 이루어지는 것이 매우 중요하다. 따라서 관련 프로그램의 개발 및 평가와 이 같은 활동을 지원할 수 있는 교육 및 인프라의 구축을 위한 노력이 필요하다.

내부적으로 저희가 회의를 통해서 의논이 되고 있는 것은 문화기획을 해라해라 하지만 말고, 그런게 있을 때 펀딩이 되면, 거기서 지도사들이 할 수 있는 역할을 찾아서 친구들이 열심히 하는 게 진짜 문화기획단, 자치조직으로 성장시키는 것이 아닐까 하는 의논을 하고 있어요. 클라우드 펀딩을 통해서 자치조직 친구들이 한 단계 더 성장할 수 있는 계기가 될 수도 있다는 것을 깨달았으면 좋겠어요. 학생회 친구들 학생회 친구들이 학교의 변화를 위해 실질적으로 활동을 해줘야하는데, 그냥 기구만 있는 경우가 있어요. 학생회가 학교축제만 하고 끝나고 그러는 경우가 있는데, 학생회가 제대로 학교를 변화시키는 활동을 할 수 있도록 여기에(클라우드 펀딩) 참여를 시키는 것 등 우리의 사고를 넓히고 주위를 둘러보면 프로젝트 대상은 무궁무진해질 것 같아요.

(오보연)

### 3) 소셜 서포팅: 사인 하우스

다음으로는 위기청소년<sup>6)</sup>들의 보호 및 지원을 위한 소셜미디어의 활용방안을 살펴보기 위하여 위기 청소년의 교육, 쉼터 연계, 상담 등 다각도로 지원하고 있는 사회적 기업 <Sign House> 관계자와의 인터뷰를 진행하였다. 이와 더불어 인천광역시 청소년일시지원센터 <꿈꾸는 별>이 지원하는 앱 서비스와 김성빈이 개발한 <홀딩파이브> 앱 서비스에 대해 함께 살펴보고자 한다. 이를 통해 소셜미디어를 활용하여 청소년들의 학교폭력, 가출, 성매매 업소 유입 등을 예방하는 선순환적 구조를 제시하고자 한다.

#### (1) 사인하우스(Sign House) 소개

사인하우스(대표 박재범)는 청소년들이 위기청소년들의 성매매 업소 유입, 탈선을 방지하는 등 위기 청소년의 골든타임을 늘리기 위해 활동하는 사회적 기업으로써 대표를 포함한 모든 팀원이 만 24세 이하의 청소년이다. 이들은 쉼터 자원봉사를 계기로 본 사업을 시작하게 되었고, 청소년의 가출 예방을 위한 교육, 가출 청소년들의 숙식을 위한 게스트 하우스, 쉼터 연계를 위한 플랫폼, 정서적 지원을 위한 상담, 경제적 지원을 위한 청소년 쇼핑몰 등 다양한 영역에 대한 지원을 위해 노력하고 있다(표 V-2 참조).

저는 이해가.... 상식적으로 저는 이해가 안되더라구요. 선생님하고도 같은 공간에 있지 못하는 아이가 돈 때문에 성매매업소에서 일을 한다? 그거보고서 ‘이걸 좀 어떻게 해결하고 싶다...’가 시작이 되었는데, (중략) 저거면(사회적 기업) 웬지 바꿀 수 있을 것 같더라는 생각에 계속 창업수업 준비하면서 육성사업 준비하고 올해 육성사업에 선정되서 이거 하고 있는 거거든요.

(박재범)

어떻게보면 예방교육, 연계, 쉼터, 정서적 지원, 경제적 지원 이 다섯가지가 처음에 시작할 때는 다 따로 봤던 건데, 이걸 다섯가지를 다 안하면 진짜 한 명을 다 못구하더라구요. 그래서 저희는 온전히 한명을 구하기 위해서는 이 다섯가지가 다 이루어져야 하지 않을까 판단을 하고, 이것들을 준비하고 있는 단계입니다.

(박재범)

6) 일반적으로 위기청소년(youth at risk)은 가출이나 학업중단, 학교폭력 피해, 일탈행동 청소년 등으로 “청소년의 조화로운 성장과 정상적인 생활에 필요한 기초적인 여건이 부족하여 사회적, 경제적 지원이 필요한 청소년(윤철경 외, 2006)”을 말한다.

표 V-2 사인하우스 5대 목표

분야	사업 목표 및 내용
안전교육(예정)	- 가출을 사전에 예방하기 위한 교육으로 소통 방법, 위기상황에서의 가출 후 안전 매뉴얼 등을 교육함.
플랫폼(시범운영)	- 가출한 청소년이 안전하게 쉼터에 입소 할 수 있도록 정보 제공 및 쉼터 입소를 도와주는 플랫폼으로 위기 상담 및 실시간 상담을 진행함. - 가출 청소년 뿐 아니라 다양한 청소년이 자신의 고민을 올리고 실시간으로 공감과 상담을 제공받을 수 있음.
게스트하우스(예정)	- 가출 청소년에게 숙식을 제공할 수 있는 공간임. - 기존 쉼터의 진입장벽을 낮추어 청소년이라면 누구나 이용할 수 있는 공간으로 조성함.
상담치료(예정)	- 플랫폼에서 제공하는 실시간 상담 이외에 전문상담사와 이루어지는 상담 치료, 미술 치료, 또래 상담사와 이루어지는 멘토링 등이 있음. - 상담 회기에 제한을 두지 않음.
청소년 쇼핑몰(예정)	- 가출 청소년들이 미술치료를 통해 그린 작품을 디자인화하여 상품을 개발하고, 이 밖에 청소년이 직접 만든 제품 등을 판매하고 있음.

\*출처: 사인하우스 제공

사인하우스는 가출청소년에 대한 문제의식과 이를 해결하기 위한 다섯 가지 분야의 지원을 사업목표로 두고 있지만, 현재는 자원 및 인프라의 부족으로 인하여 사업 수행의 어려움을 겪고 있었다. 또한 가출 청소년들의 연계가 가능한 쉼터가 부족하다는 점 등 가출 청소년에 대해 열악한 사회적 환경이 사업을 진행하는 데 걸림돌이 되고 있었다.

괜히 선불리 홍보했다가 아직은 커버칠 수 없을 것 같아서...연계를 한다고 했을 때 상당히 무리가 있는게, 대구 지역만 해도 가출청소년이 2천명이 있다라고 해요. 경찰 추산만으로도 2천명인데, 물론 경찰추산보다 훨씬 많을텐데, 대구 지역에서 수용할 수 있는 공간이 50명 밖에 없어요. 그러니깐 막 연계를 한다고 해서 막 넣어줄 수 있는 상황도 아니니깐... (중략)... 전국 단위로 가도 (쉼터 수용인원이) 3천명이 안되는 걸로 알고 있어요. (중략) 그러니깐 애들이 다 다른 데로 가게 되는 것 같아요. 가출팸 이런것도 그렇고... (하...) 그래서 적어도 우리가 사실 연계를 많이 해주고 싶은데 하룻밤을 재워줄 수 있을 때 연계되어야 하는데...

(박재범)

## (2) 소셜미디어를 활용한 위기청소년 지원

이에 본 연구에서는 청소년들의 컴퓨터 입소를 위해 정보를 제공하거나 입소를 도와주는 플랫폼사업 방향에 대해 살펴보고자 한다. 이와 더불어 전국의 컴퓨터 정보를 제공하고 있는 <꿈꾸는 별>과 청소년들의 다양한 고민을 해결해주는 <홀딩파이버>앱 서비스를 함께 제시하여 소셜미디어를 활용한 위기청소년의 지원의 현황을 파악하고자 한다. 플랫폼 사업은 모바일 웹페이지로 가출청소년들이 안전하게 컴퓨터에 입소 할 수 있도록 컴퓨터에 대한 정보를 제공하고, 또래 상담 및 전문가 상담이 이루어질 수 있는 곳을 추구하고 있다. 이와 비슷한 역할을 하고 있는 앱 서비스로는 <꿈꾸는 별>과 <홀딩파이버>가 있다.

플랫폼 사업은 가출을 고민하는 청소년 및 가출청소년들에게 정서적 지지를 제공하고, 가출청소년들이 컴퓨터에 대한 정보를 제공하기 위한 목적으로 시작되었다. 자신의 고민을 익명으로 게시판에 올리고, 전문 상담가와외의 상담 뿐 아니라 다양한 사람들의 공감 및 댓글을 통해 정서적 지원을 제공하는 것으로 <홀딩파이버> 앱 서비스를 모티브로 하었다고 한다. <홀딩파이버>는 개인이 개발한 앱으로 청소년들이 학업스트레스, 친구관계, 진로 결정 등에서 겪는 어려움에 대하여 고민을 게시하고, 이에 대한 회원들의 선플 및 공감 등을 통해 사회적 지지를 경험할 수 있도록 하고 있다. 즉, 소셜미디어를 통해 내담자는 자신의 문제에 대해 자기 또래 뿐 아니라 상담전문가들의 조언 및 상담을 제공받을 수 있는 형태이다. 또한 <꿈꾸는 별>은 인천광역시 청소년 일시컴퓨터가 개발한 앱으로서 지역별 컴퓨터 관련 정보를 정리해둔 것으로 전국에 흩어져 있는 청소년컴퓨터에 청소년들이 편리하게 접근할 수 있도록 서비스를 제공하고 있다.

플랫폼 사업같은 경우에는 출시는 되었는데 아직 준비가 덜 되어서... 모바일 웹페이지를 만들어 놓고, 어플리케이션이나 이런것들을 좀 더 보충해보려고 하는 상황인데, 이것같은 경우에는 실시간으로 상담이 가능해요. 가출상담 뿐 아니라 일반적인 상담까지 다 하는데, 상담은 물론 저희 뿐만 아니라 박사님들도 오셔서 같이 상담을 하고 있지만 페이스북처럼 공감을 누를 수 있도록... 그니깐 게시판 답글 형식으로 두고 있어요. 그래서 저희 뿐만 아니라 다른 사람들도 공감을 할 수 있게. 물론 그 안에서 저희가 안좋은 글이나 그런 부분을 차단하려고 하고 있고. 이거 같은 경우에는 만들게 된 목적 자체가 청소년들이 컴퓨터가 어디에 있는지 잘 몰라서 못가는 경우가 많더라구요. 그래서 저희같은 경우에는 컴퓨터를 어느정도 보유망을 가지고 있으니깐 컴퓨터를 연계시키는 중간다리역할이 플랫폼 역할이라 보시면 될 것 같구요.

(박재범)

어떻게 보면 똑같이 수치스러운 거잖아요. 자기가 학교폭력을 당했다, 나는 가해자였다. 이런 것은 어떻게 보면 말하기 힘든 것인데 거기서 그렇게 이야기 나누는 것을 보면, ‘아... 이 친구들도 누군가에게 위로받고 싶구나?’

(박재범)

<홀딩 파이프>와 <꿈꾸는 별> 앱 서비스가 진행 중임에도 불구하고, 특별히 사인하우스가 가출을 고민하고 있는 청소년 및 가출청소년들을 위한 플랫폼을 개설하고자 하는 이유로는 기존 가출청소년 네트워크의 악순환 고리를 끊어 긍정적인 정보를 공유할 수 있는 네트워크를 형성하여 선순환 구조를 이끌어내기 위해서이다.

너무나 쉽게 거기 가서 자기가 ‘가출을 했어요...’ 그러면 ‘어? 그래? 거기서 데리고 가고’ 그렇게. 그러면 그 안에서 굉장히 안좋게 유대감이 형성되더라구요...(중략)...그치만 앞으로 가는 애들만큼은 만약에 이런 공간이 있다라는 것이 알려졌을 때, 겁이나서라도 이쪽(사인하우스)을 먼저 선택하지 않을까. 일단 그 안에서 아까 취업된 학생도 그렇고 상담사 선생님들도 그렇고 유대가 형성되고 커뮤니티가 형성되면, 선순환적으로 잘 돌 수 있을 거라고 생각하거든요.

(박재범)

### (3) 문제점 및 향후대책

청소년들은 소셜미디어를 통해 정보를 공유하는 것에 익숙하다. 이러한 상황에서 현재 소셜미디어 환경은 가출을 고민하는 청소년 및 가출청소년이 성매매업소로 유입되는 것을 방치하고 있는 셈이다. 검색창에 ‘조건만남’, ‘가출’ 등의 단어를 치면 다양한 채팅앱, 페이지가 검색되고 있으며, 간단한 정보를 기입한 뒤 곧바로 성매매와 연결되는 구조이다. 가출청소년들은 가출 이후 먹고, 자는 것 즉, 생존에 대한 고민을 해결하기 위해 가출 이후 이러한 정보등을 적극적으로 활용하고 있었다.

‘가출을 했어요...’라는 글을 올리면 가출팸을 도모하는 글들은 굉장히 많고, 그런 사이트도 많고, 성매매같은 경우에는 저희도 비싸서 못만드는 어플리케이션도 나와있고, 성매매 어플, 성매매 홈페이지 정말 너무나 많이 있고, SNS도 그렇고 어플도 그렇고 성매매 관련된 어플이 왜 그렇게 활성화되었는지 저는 아직까지도 잘 이해를 못하겠어요...

(박재범)

진짜로 배가 고파서 성매매를 하더라구요. 그러니깐 한번은 그래요. 근데 그 이후에는 사실 애가 배가 고파서 성매매를 한다? 라고 말은 못하겠어요 사실. 그치만 거기 유입되는 구조 안에서는 분명히 배가 고파서 성매매를 한다는 건 맞거든요. (중략) 그런데다가 우리나라 성매매업소 홍보는 알게모르게 너무나 홍보가 잘되어 있고, 그냥 네이버에다가 '조건만남'이라고 치기만 해도 그 사이트가 굉장히 많이 뜨고 그냥 그거 아무거나 클릭해서 '아 이렇다, 몇시에 어디서 만나자' 이것만 이용해도 충분히 쉽게 돈을 벌 수 있는데, 과연 그걸로 쉽게 안들어갈 친구들이 과연 몇 명이나 될까...

(박재범)

저희 게스트 하우스가 먼지가 아니라 성매매 어플이 없어야 한다는 것이 먼지인 것 같고, 그리고 나서 그래도 가출청소년이 있을거고 그랬을 때 쉽터 더지으시던가 안그러면 저희같은 사람들 후원해서 아이들을 포용할 수 있는 공간이 있고 그런 시스템이 이루어졌으면 좋겠어요.

(박재범)

즉, 청소년들의 '가출'이라는 정보는 성매매와 관련한 관계나 정보를 얻기 쉬울 뿐 아니라 다른 선택의 기회가 없는 형편이다. 따라서 우선적으로는 청소년들이 성매매 관련 어플 및 웹페이지에 접근하는 것에 대한 제한이 시급하며, 가출 후 성매매가 아닌 다른 선택을 할 수 있도록 소셜미디어를 통한 정보제공, 긍정적인 네트워크로의 연결 등의 대안이 필요하다.

다음에 <가출놀이터>였나? 거기에는 저희보다 사실 더 많은 인원들이 있어요 거기서 모이는 친구들도 있고. 근데 대부분의 친구들을 보면 거기서 만나는 친구들은 애들을 모으는? 입장에서 거기로 들어가고, 진짜 가출한 친구들은 일단 자기 주변친구들한테 먼저 연락을 하더라구요. 주변에 놀았던 친구나한테 연락을 하고, 그러다보니깐 그 다음에 성매매도 그렇고 가출캠도 그렇고, 이제 어른들이 개입을 할 것 같은데, 실제로는 전부다 청소년이 개입을 하고 있어요, 청소년이 성매매를 알선하고, 남자가 여자애를 태워다주고, 이런 시스템이거든요. 그러니깐 한명한테 자기가 그런데 가야될거 같다고 얘기하면 다 연결이 되어 있어서 성매매업소나 그런 쪽도 지역마다 그런게 다 형성되어 있으니깐 바로바로 연결이 쉽게 되더라구요.

(박재범)

청소년들은 가출을 결심한 후 이들 컴퓨터에 연락하여 빈방의 여부를 확인해야한다. 턱없이 부족한 컴퓨터의 개수와 더불어 이러한 현황을 제대로 파악할 수 없는 현 구조로는 가출 이후 컴퓨터로의 진입이 어려운 실정이다. <꿈꾸는 별> 앱 서비스는 전국 컴퓨터의 위치와 전화번호, 홈페이지 등의 정보를 모아둔 것이지만, 이 또한 일일이 전화하거나 입소 절차를 건내 받는

등의 절차는 복잡할 뿐이다. 따라서 소셜미디어의 신속한 정보제공 및 네트워킹의 강점을 살려 각 컴퓨터마다 컴퓨터현황을 업데이트 하거나, 지역 네트워크를 통해 청소년들에게 아르바이트 정보를 제공하는 등의 지원이 더해질 수 있도록 할 필요가 있다.

#### 4) 청소년 1인 미디어

청소년들의 문화 활성화를 위한 소셜미디어의 활용방안을 파악하기 위해 실제 소셜미디어의 활용이 활발한 청소년 1인과의 인터뷰를 진행하였다. 위 청소년은 페이스북을 통해 2천 3백여명의 그룹원이 활동하는 팬클럽 비밀그룹의 운영자이자, 3천여 명의 '좋아요'를 추천받은 페이스북 상담 페이지를 공동으로 운영하고 있다. 또한 페이스북을 통해 동아리 활동에 대한 정보를 제공하거나, 동아리 및 봉사활동 등의 기록을 정보를 공유 및 제공받는 등 일상생활에서 소셜미디어를 적극적으로 활용하고 있다. 따라서 청소년 1인과의 인터뷰를 통해 청소년들의 여가생활, 교육 및 진로, 사회참여, 관계맺음 등의 문화를 활성화시키기 위한 소셜미디어를 활용방안에 대해 살펴보고자 한다.

##### (1) 청소년 문화와 소셜미디어의 활용

김진호(가명)은 소셜미디어의 활용 이전과 이후의 일상생활의 질이 달라졌다고 응답하였다. 과거 소셜미디어를 활용하지 않았을 때는 여가시간에 가족들과 티비를 보거나 잠을 자는 등 여가활동이 제한적이었고, 사회활동의 참여도 맹목적으로 참여하는 등 삶에 대한 태도가 수동적이고, 소극적이었음을 예측할 수 있다. 그러나 소셜미디어를 적극적으로 활용하기 시작한 때부터는 필요한 정보의 공유 및 원활한 의사소통 수단이자, 삶의 의미와 즐거움이 더하여졌다고 한다.

제가 원래 이렇게 활동을 많이 하는 사람이 아니었어요. 중2 이 때만 해도 주말이면 가족들이랑 티비보고 자고, 그랬었는데...(중략)...(페이스북) 쓰기 전에는 봉사활동을 다니긴 다녔는데, 좀 뭐랄까. 대부분은 의미가 없었어요 그냥 가는. 그냥 그렇게 대표로 하니깐 따라가고 그런게 대부분이었는데... 제가 중학교 졸업하면서 고등학교 졸업하면 꼭 해외봉사를 가겠다라는 꿈이 있었어요 (중략) 어떻게

7) 직접 운영하고 있는 페이스북 팬클럽 및 상담 페이지 등이 비밀로 운영되고 있다는 점에서 연구 참여자의 개인적 정보를 보호하기 위하여 김진호(가명)으로 처리함(일반적 특성: 남자, 고등학생, 경기 거주).

또 페이스북에서 해외봉사 단원들을 모집한다는 글을 봤어요. YMCA에서 봉사활동만 따로 모아서 놓는 그런게 있거든요. 그래서 거기에 지원을 해서 다녀올 수 있게됐어요. 그래서 봉사활동을 다녀오니깐 또 해외봉사는 짧게 다녀오는 것도 아니고 길게 다녀오는 거잖아요. 그 때 가족애도 생기고, 그게 다른 지역이다보니깐 연락하고 그런 것도 어려우니깐 페이스북을 통해서 가족이랑 연락도 하고. 그 때 저희가 가르쳐 주는게 태권도였어요. 필리핀에서. 그래서 그런거 하면서 태권도 그룹을 따로 찾아서 거기에도 가입해서 태권도에 대한 정보도 얻고. 그렇게 소셜미디어를 하기전에는 그냥 생활이 의미없이... 활동을 했으면 또 모를까 그때는 활동을 많이 안했어요. 근데 지금 페이스북이나 트위터랑 접하고 나서 지금은 삶이 재미있어요.

김진호는 페이스북에서 약 2천 3백여 명의 소녀시대 팬들이 그룹원으로 활동하는 비밀그룹의 운영자이다. 페이스북 비밀그룹은 운영자 및 그룹원이 초대한 사람들에게 한해서 그룹 내 정보를 공유할 수 있고, 활동내용 또한 그룹원 외의 사람들에게는 비공개 할 수 있다. 따라서 비밀 그룹원들은 서로에 대한 신뢰가 높은 편이며, 운영자는 스팸성 게시물에 대한 삭제 및 그룹 게시물 관리 등이 용이한 편이다. 김진호가 페이스북에서 소녀시대 비밀그룹을 만들게 된 동기도 이러한 기능적 속성 때문이기도 하다. 페이스북 비밀그룹에서는 성별이 남자여도, 나이가 많더라도 팬덤 문화에 자유롭게 참여할 수 있기 때문이다.

이게 좀 나이가 어느 정도 드신 분들은 좋아한다고 티내기 좀 그렇잖아요. 그런데 비밀그룹이 있으면 좀 안 부끄럽거든요.

제 주변의 친구들이 생각보다 연예인을 좋아하는 친구들이 많더라고요. (중략) 제가 학교에서 굳이 숨기고 다니지는 않는데, 티내고 다니지도 않는단 말이 예요. 그러다가 제가 연예인 좋아하는 거 알고 나서 카톡 하는 남자애들이 있거든요... 개네들 보다보니깐. (중략) 팬 페이지나 팬 그룹같은 경우에는, 팬 페이지는 처음에 애들이 알았을 때 ‘아 진짜? 이거 니가 만든 거야?’ 그러고, 팬 그룹 같은 경우에는 제가 하고 있다고 알리면 몰래 카카오톡으로 연락 와서 자기도 끼워달라고 이야기하기도 하고

그런 게(비밀그룹) 원래 없었거든요. 있기는 한데 너무 스팸성 게시물이 많아서... 거의 운영이 안 되는 데라 제가 새로 하나 만들었거든요. 제가 직접 접촉을 해서 사람들을 불러오기도 하고... 어느 정도 퍼지다 보니깐 그룹원이 다른 사람을 추가하기도 하고요. (중략) 그리고 좀 퍼지다 보니깐 (스팸성이나 안 좋은 글들이 올라오는) 빈도수도 줄고... 또 있어도 나오기 전에 막히니깐.

또한 페이스북 팬클럽 비밀그룹을 운영하면서 김진호는 스타와 팬으로서의 관계 뿐 아니라 팬과 팬 사이의 관계가 좁혀졌다고 느꼈다. 성별, 연령, 거주 지역 등이 각기 다른 그룹 원들은 자신이 갖고 있는 연예인 관련 소장품, 사진, 콘서트 정보 등을 공유하거나 실제 오프라인 만남을 가지며 관계를 지속하고 있었다.

자기가 가지고 있는 사진 많이 올리고 사진 좀 달라. 아니면 이번에 콘서트 오는 사람 있는지? 공개방송 오는 사람 있는지? 이런 글들... 또 진짜 커플도 있어요. 공식 커플이에요. 그리고 막 이벤트 같은 것도 하고요. 앨범이 많이 있으면 앨범이 어느 정도 있으면 괜찮은데, 너무 있으면 넘치잖아요. 이걸 나눠주는 이벤트도 하고요. 저희끼리 해요.

김진호는 페이스북을 통해 동아리, 봉사, 토론, 온라인 서명 등 다양한 사회참여 및 활동을 진행하고 있었다. 동아리 및 봉사 활동 내용에 대해 사진과 글로 기록하여 친구들과 공유하기도 하고, 자신이 관심 있는 활동 정보를 수집하여 이후 활동을 선택할 때 참고하고 있었다. 즉, 청소년들은 소셜미디어를 통해 사회활동 및 참여의 기회와 선택의 폭이 넓어졌으며, 이러한 활동정보를 공유함으로써 직·간접적인 경험이 증가한 것으로 보인다. 기존에 청소년들이 사회참여 및 활동에 대한 정보를 얻기 위해서는 각기 다른 기관 및 그룹에 직접 접촉하거나 수동적으로 정보를 전달받는 과정이 필요했다. 그러나 소셜미디어는 자신이 관심있는 사회활동에 대한 정보를 지속적으로 제공받을 수 있다는 점에서 청소년들의 사회활동 및 참여과정이 주도적이고, 적극적으로 이끌 수 있다.

이제 페이스북으로 보면 봉사 같은 거 많이 하는 친구들도 자기가 하는 특정 케이스가 있잖아요. 자기만의 케이스? '나는 보육원에서 주로 한다, 나는 요양원에서 한다' 이런 것들을 올려주다 보니깐 저도 따라 하다보면 저만의 스타일이 좀 생기고? (중략) 그거 말고도 동아리 페이지 같은 거는 활동해서 올리면, 동아리 구성원들도 볼 수 있고 그 친구들도 볼 수 있고. (공개 페이지여서) 그럼 친구들도 보고 '진짜 재미있었겠다' '이거 잘나왔다'라고 이야기 해주고. 그리고 동아리 활동을 했으면 보고서 같은 느낌으로 '오늘 이러이러한 주제로 활동을 했고, 이런 안전이 나왔으며, 결론은 이렇다.' (중략) 다른 친구들도 '오늘 이런 봉사활동을 했다, 어떤 체험활동을 했다, 어땠고 이렇게 있다, 다른 사람들도 해봤으면 좋겠다' 이렇게.

서명운동 같은 경우도 그게 제가 직접 가지 않는 이상에는 당장 하지 않게 되잖아요. 그런데 소셜미디어를 접하게 되면서 그게 직접 제 앞에 있지 않더라도 핸드폰 안에 있는 거니깐. 핸드폰 통해서 정보를

알게 되고, 그런 행사 같은 경우에도 저는 집에 늦게 들어오니깐 밖에 걸려있는 현수막 같은 것도 못보고(어두워서) 포스터 같은 것도 잘 못보고 그러니깐 무슨 행사를 하는지도 잘 모르는데, 페이스북이나 트위터 그런 sns보면 바로바로 업데이트가 되니깐 바로바로 받을 수도 있고.

이외에 김진호는 학교친구와 함께 페이스북 상담페이지를 운영하고 있다. 평소 친구들의 고민을 들어주고, 상담해주는 것을 좋아한 연구참여자는 페이스북을 통해 <고민\*\*\*>라는 공개페이지를 운영하게 되었고, 현재 이 페이지는 3천여 명의 '좋아요'를 받았다. 상담과정은 익명채팅을 통한 직접상담이며, 상담내용을 페이지에 공개하여 내담자의 주요 문제를 함께 해결해가는 과정으로 이뤄진다. 내담자가 직접상담 내용을 공개하기 원치 않을 시에는 공개하지 않으며, 상담자(운영자)와 관련된 정보 또한 밝히지 않는다. 상담 주제는 진로, 취업, 자살 등이며, 내담자의 연령층은 중학생부터 20대까지이다. 운영자를 포함하여 게시글에 올라온 고민에 대한 공감, 조언 등의 댓글에 참여한 사람들은 고민을 가진 내담자에게 사회적 지지의 역할을 하고 있었다.

그리고 아까 그 <고민\*\*\*>, 거기가 저희가 고민을 그냥 받아서 페이지에 올려주기도 하는데, 저희가 직접 고민 상담을 해주기도 해요. 이걸 공개 페이지인데, 공개하기 싫다하는 사람들은 저희가 직접 상담을 해줘요. 메신저로. (중략) 가장 뿌듯했던 게 진로를 못 찾고 있던 친구가 한명 있었는데, 그 친구가 저한테 진로 상담을 계속 받았어요. 페이스북 메신저로. 계속 상담을 받아서 진로도 결정하고 고등학교도 결정하고 그랬어요. 그래서 지금은 붙었을 거예요.

'학교에서 이러이러한 문제가 있었는데, 어떻게 하면 좋겠냐' 라고 물어보길래 그래서 그냥 학교에서 일어난 일이니까. 중학교 때는 애들 많이 싸우잖아요. 그런거 토대로 삼아서 '이렇게 풀어보는 거 어떻겠냐. 그러면서 몇 가지 대책을 말해주니까. 나중에 풀렸어요. 진짜 풀렸다고 메시지 받으면, 그 때 되게 엄청 뿌듯해요.

익명으로 채팅하다가 직접 카카오톡으로 채팅한 친구들이 몇 명 있었는데, 개네들도 고민이 막 자살생각 많이 하고 그런 친구들도 있었거든요. 그 때 막 카카오톡으로 계속 하지마, 하지마, 하지마 그러면서. 그렇게 계속 하지 말라고 하면 나중에는 진짜 안해요. 정말 다방면으로 하지 말라고 하거든요. 어떻게 해서든... 그러면 보다 질려서 안해요 정말.

## (2) 청소년 문화 활성화를 위한 소셜미디어 활용 방안

앞서 살펴본 것과 같이 김진호는 일상생활에서 소셜미디어의 활용이 활발한 것으로 보인다.

김진호는 인터뷰를 통해서 청소년들이 소셜미디어를 잘 활용할 수 있는 방법에 대하여 ①절제력, ②정보를 선택할 수 있는 능력, ③정보를 공유할 수 있는 능력 제시하였다.

음... 소셜미디어를 과하게 사용하면 중독이라고 하잖아요. 이 과하다는 선을 넘지 않으면서 최대의 효율을 내는 사람? 자기가 쉬고 싶어서 썼다고 하면, 10분만 봐도 '아 재미있는 거 봤다' 할 수 있는 사람이에요. 그리고 소셜미디어를 자기가 필요한 정보를 딱딱 받을 수 있고 자기가 말하고 싶은 말을 딱딱 말할 수 있는 사람이에요. 소셜미디어도 인터넷과 똑같이 찾으면 다 나오거든요. 페이스북 같은 경우에는 위에 검색창이 있잖아요. 거기에다가 자기가 원하는 것에 관련된 키워드를 넣으면 그래서 그걸 통해서 가다보면 자기가 원하는 결론에 도달할 수 있어요. 그리고 자기가 원하는 정보가 어디서 나오는 걸 알고 있으면, 페이스북이 업데이트가 되면서 자기가 원하는 정보를 먼저 받을 수 있게, 페이지나 사람이나 그래서 그런 정보, 게시글을 가장 먼저 맨 위에 올라올 수 있도록 하는 기능이 생겼어요. 그래서 자기가 원하는 정보를 딱딱 받을 수 있게... (중략) 그리고, 자기가 전달하고 싶은 정보가 있잖아요. 그럼 이 정보를 직접 자기 담벼락에 쓸 수도 있고, 아니면 어디다 제보를 해서 이런 일이 있는데 좀 알려 달라 해서 올릴 수도 있고. 그래서 자기가 필요한, 얻어내고 싶은 결과를 얻어낼 수 있는 그런 방법

김진호는 이러한 능력의 필요성은 인식하고 있었지만, 이는 소셜미디어 사용자들의 몫이기 때문에 디지털 리터러시 교육의 필요성에 대해서는 부정적으로 인식하고 있었다. 그러나 연구참여자는 디지털 리터러시 교육이 이론 중심으로 이루어질 것이라고 예상하고 있으며, 이러한 교육방법은 학생들의 흥미를 잃을 것이기 때문에 반대하고 있었다. 즉, 학생들은 활동위주 및 적용 가능한 교육을 원하고 있으며 이러한 욕구에 따라 디지털 리터러시 교육 방법 및 방향이 고려될 필요성이 있다.

교육이... 필요한 한데, 그렇게 크게 할 정도는 필요한 것 같지 않아요. 그냥 알고만 있어라. 그 정도로는 괜찮은데, 예를 들어서 한 쪽으로 편향되는 시선이 있으면 그 반대쪽으로 편향되는 시선도 있기 때문에 두 개가 다 확산이 되잖아요. 그런 걸 보면, 왼쪽 것도 보고 오른쪽 것도 보니까 저는 그 가운데에서 내 생각은 어떤지 오히려 그걸 생각해볼 수 있어서 좋은 것 같아요. (중략) 그런데 사실 이런 부분은 교육을 한다고 해서 해결될 문제는 아닌 것 같아요. 그냥 어쩔 수 없는...? 이런 문제는 (자정적으로) 해결은 안 될 것 같아요. 그런데 (디지털 리터러시 교육)그런 교육 자체가... 원래 애들이 잘 안 들어요. 원래 그냥 그 시간은 자는 시간 그렇게 생각하고. 학교에서 흡연 예방 캠페인, 약물 중독 이런 교육들 많이 하잖아요. 그런 거는 진짜 눈앞에 있는 친구들이 아닌 경우에는 방송으로 보니까 그냥 다 자요. 그 소셜미디어 교육 한다고 하면 애들 다 잘 것 같아요. 교육 자체가 활동식이 아니면... 활동은 애들이 잘 수가 없잖아요.

### (3) 문제점 및 향후대책

앞서 제시한 것처럼 김진호는 소셜미디어에서 필요한 정보를 제공받고, 제공할 수 있는 능력이 매우 중요하다고 보았다. 이와 더불어 청소년들이 소셜미디어를 잘 활용할 수 있는 환경조성 또한 필요함을 지목하였다. 예컨대 필터링 되지 않은 음란 및 사행성 게시글이 만연한 소셜미디어 환경의 정화가 촉구되지만, 청소년들이 소셜미디어 활용에 대해 관심 가질 수 있도록 입시정보나 공부할 때 팁 등과 같은 긍정적인 콘텐츠가 활성화 된 환경이 조성될 필요성이 있다고 보았다. 특히 청소년 관련 정부 부처기관들의 경우 소셜미디어를 창구삼아 청소년들과 좀 더 긴밀하게 상호작용할 필요가 있음을 제시하였다.

스팸성 게시물을 이메일 필터링 하는 것처럼 어느 의도가 있으면 못올라가게 하는게 필요해요. 그게 성인물이나, 스포츠 토토크같은 사행성 그런게 가장 많이 올라와요. 그룹에도 올라오고 근데 그런거를 올리는 페이지가 또 있어요...(중략)... 페이스북 같은 경우에는 저작권이 없는 이상에는 필터링이 하나도 안되거든요. 그래서 신고를 해야지 거기서 다 확인을 해야지 삭제가 되거든요.

페이스북에서 직접적으로 가능하지는 않을 거 같은데, 실현이 가능하다면 처음 시작하는 사람이던, 쓰고 있던 사람이던 정보를 받을 때 나이가 중고등학생이다 하면 입시정보나 공부할 때 팁 이런 것들, 예를 들어서 수학문제풀 때 이거는 이렇게 되니깐 이거다. 라고 해서 처음과 결론만 외워두면 문제풀기 쉽다. 국사문제 풀 때 이거는 이렇고 저거는 저런데 이렇게 외우면 쉽다. 이런 것들을 처음에는 무조건적으로 볼 수 있으면 좋겠어요. 굳이 '좋아요'를 누르지 않아도 자동으로 정보를 받을 수 있게. 그러면 그냥 스쳐지나가더라도 잠깐 보면 사람이 기억되는게 하나정도는 있거든요. 그래서 그런 거 하나라도 하면 애들이 좀 더 좋게 활용할 수 있을 것 같아요. (중략). 그리고 입시 정보 같은 경우에는 중3, 고3, 고2도 준비하고 있으니깐... (입시와 관련한 정보들은) 그 학교 페이지나 웹사이트를 찾아가지 않고서야 이렇게 모아서 보여주는 웹페이지는 없는 걸로 알고 있어요.

그리고 국가에서 만들어 둔 페이지 있잖아요. 서울시 교육청, 경기도 교육청, 이렇게 애들한테는 '좋아요'가 잘 안눌려요. 그게 직접 찾아서 보지 않는 이상에는 잘 나타나지도 않고. 게시글을 올리는 횟수가 적은지 글 조차 잘 안보이거든요. 그래서 좀 그런 페이지가 있으면 교육청에서 그래도 한 달에 한번씩은 일이 있을 거 아니예요. 그러면 이번달에는 이런저런 일을 했다라는 보고서 같은 거를 해주면, 노출 정도가 찾아지니깐. 좀 더 빨리 볼 수도 있고 '아 요번에 교육청에서 이런것들을 했다' 그런식으로 퍼질 수도 있고.

또한 김진호는 페이스북으로 <고민\*\*\*>을 운영하면서 또래 상담자로서의 역할은 돈독히

해내고 있었지만, 자살 등과 같은 위기상담을 요청하는 내담자들을 만났을 때의 어려움을 호소하였다. 소셜미디어는 위기의 순간에 실시간으로 대응할 수 있다는 점에서 위기를 기회의 순간으로 변화시킬 수도 있지만, 이를 어느 혼자 감당하기엔 어려운 일이다. 따라서 소셜미디어를 통해 위기에 대한 전문적인 자원의 연계 및 제공될 수 있도록 촘촘한 사회적 안전망의 구축 및 확대 될 필요가 있다.

<고민\*\*\*>를 하면서 예상외로 자살에 대해서 고민상담하는 사람들이 많더라구요. 그런데 이야기를 듣다보니깐 마포대교? 거기... 글들이랑 전화가 있잖아요? 그게 별로 의미가 없는 것 같더라구요. 그런 글들이 있어도 자기 상황이랑 안 맞으면 동문서답이 될 수 있잖아요. 그리고 전화기도 몇걸음마다 있는 것도 아니라 중간엔가 그거 하나 있는 거 같은데, 거기까지 안가면 자기말 들어줄 사람도 없고 그러니깐... 그리고 청소년들 같은 경우에는 위클래스? 상담해주는 방? 그런 곳이 있는데, 그것도 애들이 가는 걸 꺼려해요. 학교 안에 있고 자기가 들어가는 걸 애들이 다 보니깐. 그래서 페이스북에서 117처럼 그런 걸 하나 부서를 만들어서 페이스북으로 상담을 해줄 수 있게. 또 전화는 애들이 전화요금 나온다고 싫어해요.

왜냐하면, <고민상담소>에서 제가 할 수 있는 범위를 벗어나면 이게 너무 큰일이다 보면 제가 수용할 수 있는 범위가 아니잖아요. 그럴 때는 제가 할 수 있는 선까지만 알려드리고 이 이상은 저도 잘 모르겠다고. 일단 제가 알고 있는 것 까지만 이라도 해보시는 게 어땠겠냐고 솔직하게 이 이상은 저도 잘 모르겠어서 상담을 해드릴 수가 없다고 그렇게. 그러면 더 이상 저한테 메시지를 안보내세요. 그럴 때는 되게 죄송하고. 그래요.



## 제 VI 장

---

# 해외사례 조사

1. 영국
2. 미국
3. 캐나다



## 제 VI 장 해외사례 조사\*

### 1. 영국: 소셜미디어를 위시한 뉴미디어 관련 영국 정책 및 활용 사례

#### 1) 영국 청소년의 소셜미디어 이용 실태

(1) 청소년들의 미디어 소비 및 활용 패턴의 변화 : Ofcom 보고서를 중심으로

영국의 미디어규제 기관인 Ofcom(Office of Communication, 이하 오프콤)에서는 영국의 미디어 리터러시 현황 연구의 일환으로, 해마다 어린이, 청소년 그리고 성인의 미디어 사용과 미디어에 대한 태도를 조사하여 발표하고 있다. 가장 최근 발표된 오프콤의 보고서에서는 청소년과 어린이들의 미디어 소비 양상 변화에 주목하고 있다.

첫째, 청소년들이 가장 즐겨 사용하고 많은 시간 사용하는 미디어가 텔레비전에서 인터넷과 핸드폰으로 변화하고 있다. 오프콤 보고서에서는 청소년들 사이에 인터넷 사용과 핸드폰 사용 빈도 및 선호도가 늘어남을 보여준다 (Ofcom, 2014, 4p). 12-15세 청소년들은 여가 시간을 보낼 때도 TV를 보는 시간보다는 온라인에서 미디어를 사용하는 시간이 더 길고, 친구들과 함께 시간을 보내기 위해서도 TV보다는 온라인 미디어를 선택하겠다고 응답하였다. 오프콤 연구에 응답한 12-15세 청소년의 경우, 텔레비전을 보는 시간보다 인터넷을 사용하는 시간이 더 많고 (텔레비전은 주당 15.7 시간사용, 인터넷은 주당 17.2시간 사용), 친구들과의 관계 유지를 위하여 텔레비전을 함께 보기보다는 온라인 활동을 하는 것을 선호(텔레비전 선택 20%, 온라인 선택 33%)함을 알 수 있다.

또한 청소년들은 온라인 미디어 활동을 위해 핸드폰 사용을 가장 선호한다고 이야기한다. 청소년들은 핸드폰을 통해 청소년들은 친구들과 약속 시간을 정하고 (71%), 메시지를 주고 받으며 (53%), 온라인에 포스팅 된 사진을 보고 (47%), 자신이 찍은 사진을 공유하기(45%)도

\* 본 장의 영국 사례는 김아미(서울대학교) 집필, 미국 및 캐나다 사례는 문수정(웨스트조지아대) 집필.

한다(Ofcom, 2014, 6p). 청소년들이 온라인 미디어를 사용하는 방법에 대한 응답을 보면 대개 온라인 미디어가 대개 소셜 미디어를 의미한다는 것을 알 수 있고, 이러한 소셜 미디어를 활용하여 사회성을 기르고 창의적 활동을 하는 비율이 증가하고 있는 경향을 볼 수 있다. 오픈컴 보고서에서는 청소년들의 미디어 사용 패턴에서 나타나는 온라인 소비 시간 증가와 핸드폰을 활용한 사회적, 창의적 활동 비율의 증가가 8-11세 사이의 어린이 미디어 사용 패턴에서도 똑같이 나타나고 있음을 주목한다 (Ofcom, 2014, 7p). 이를 통해 청소년들의 적극적 온라인, 소셜 미디어 사용과 이를 통한 사회성 및 창의성 함양이 앞으로도 몇 년간 지속될 경향이리라는 것을 추측해볼 수 있다.

둘째, 오픈컴 보고서에서는 최근 들어 보이는 가장 두드러진 변화로 태블릿 컴퓨터를 사용하는 청소년 인구의 증가를 꼽고 있다 (Ofcom, 2014, 5p). 이는 앞서 언급한 온라인 미디어, 소셜 미디어를 사용하는 플랫폼이 변화하고 있음을 의미하는데, 이전 해에 비하여 두 배 많은 청소년들이 태블릿을 사용하여 온라인에 접속하고 있는 반면, PC나 랩탑을 이용하여 온라인에 접속하는 비율은 줄어들고 있다. 동시에 휴대 전화 보유률 및 휴대 전화를 통해 소셜 미디어를 사용하는 비율도 증가하고 있다. 12-15세 사이 청소년의 휴대 전화 보유률은 80%로 전년도에 비해 27% 상승하였고, 절반 이상의 청소년들(59%)이 주로 휴대 전화를 이용하여 온라인에 접속한다고 응답하였다. 청소년들의 경우 온라인에 접속하기 위해 사용하는 미디어로 1위 랩탑이나 PC를, 2위로 휴대 전화, 그리고 세 번째로 자주 선택한 미디어가 태블릿 피시였다. 랩탑이 여전히 온라인 접속을 위한 첫 번째 선택이지만 청소년들이 랩탑을 선택하는 비율은 점점 감소하고 있는 반면, 랩탑 이외의 미디어로 온라인에 접속하는 비율은 꾸준히 증가하고 있다. 그러나 여전히 학교 숙제를 하기 위해서 혹은 정보를 찾기 위해서 인터넷을 사용할 때 가장 선호하는 미디어는 랩탑 혹은 PC를 꼽고 있어 (Ofcom, 2014, 7p), 인터넷을 사용하는 목적에 따라 선호 미디어가 차별화됨을 알 수 있다.

셋째, 청소년들은 대부분 온라인에 소셜 미디어 계정 및 프로필을 만들고 있고, 청소년들이 주로 사용하는 소셜 미디어는 페이스북으로 나타났다. 오픈컴 보고서에서는 12-15세 청소년의 70%는 온라인에 소셜 미디어 프로필을 가지고 있음을 보여주고, 이 청소년들 사이에 가장 많이 쓰이고 있는 소셜 미디어로 페이스 북, 뒤이어 인스타그램(2013년에 비해 2배로 늘어 36%의 청소년이 사용하고 있음)을 꼽고 있음을 보고하고 있다 (Ofcom, 2014, 81p).

또한 청소년들이 주로 사용하는 소셜 미디어와 소셜 미디어에 대한 태도를 묻는 항목에 대한 응답에서 성별 차이가 나타남을 알 수 있는데, 소셜 미디어 프로필을 가지고 있는 12-15세

청소년의 경우, 남자 청소년들은 여자 청소년에 비해 유튜브 계정을 가지고 있는 경우가 많았고 (29% vs 15%), 여자 청소년들은 인스타그램(42% vs. 30%), 스냅챗(33% vs. 20%) , 텀블러(11%vs. 3%) 계정을 가지고 있는 경우가 많았다(Ofcom, 2014, 6쪽). 소셜 미디어에 대한 태도를 보면 여자 청소년들이 남자에 비해 소셜미디어에 대한 걱정이나 우려를 더 자주 표명함을 알 수 있다(여자 73% vs 남자 52%). 소셜미디어에 대해 여자 청소년들이 표명하는 우려 혹은 소셜미디어에 대한 반감은 사이버 불링, 소셜미디어 사이트나 앱에 너무 많은 시간을 소비하는 것, 소셜미디어 상에서 친구들의 배려 없는 행동 및 상처를 주는 행동과 관련이 있다(Ofcom, 2014, 7p). 이와 같은 소셜미디어 상의 부정적 경험에 대해 부모들은 대개 인터넷 사용을 규제하는 방식으로 교육을 하고 있음을 오프컴 보고서는 보여준다. 대다수의 부모들(90%)은 자녀의 인터넷 사용을 규제한다고 대답하였다. 규제 방법으로는 기술적인 방법을 사용하거나, 인터넷을 사용하는 시간 및 장소 등에 대한 규칙을 정하거나, 소셜 미디어와 온라인 미디어 사용 시 발생할 수 있는 특정한 위험에 대해 자녀와 대화를 나누는 것 등을 꼽았다(Ofcom, 2014, 132p).

## (2) 청소년들의 소셜미디어 활용 및 소셜미디어 상의 또래 문화

: <디지털 시대의 우정>을 중심으로

청소년들의 미디어 사용 중 특히 소셜미디어를 통한 또래들의 관계 형성에 주목한 연구가 있다. UK Safer Internet Centre에서 2015년 발표한 <디지털 시대의 우정(Friendship in a digital age)>이라는 보고서에서도 청소년들이 가장 선호하는 소셜미디어가 무엇이고, 소셜미디어에서 청소년들이 실제 경험하고 있는 것은 무엇인지를 보여주고 있다.

이 연구는 1000명 가량의 11-16세의 청소년을 대상으로 한 설문조사의 결과를 보고하고 있다. 첫째, 청소년들의 소셜 미디어 선호는 다음과 같다. 11-16세의 청소년들은 그들이 일상적으로 사용하는 소셜 미디어로 유튜브(78%), 페이스 북(74%), 스냅챗(46%), 인스타그램(43%), 트위터(37%), 왓츠앱(37%), 스카이프(32%), 마인크래프트(32%), 구글+(20%), 텀블러(11%), Ask.fm(5%)를 꼽고 있다. 그리고 소셜미디어의 사용 빈도를 묻는 질문에 과반수가 넘는 청소년(55%)이 가까운 친구들과 한 시간에 3-4번 이상 소통을 한다고 대답하였다. 이러한 소셜미디어의 사용은 친구들 간의 우정을 돈독히 하는데 긍정적인 영향을 주는 것으로 이해되고 있어, 63%의 청소년은 소셜 미디어와 인터넷 때문에 친구와 더 가까워졌다고 응답하였고, 60%는 테크놀로지를 통해 친구와 이야기할 수 없다면 외롭게 느낄 것이라 대답했다. 41%의 응답자는 면대면으로

친구와 소통하는 것보다 더 자주 온라인으로 소통한다고 대답했다(UK Safer Internet Centre, 2015, 2p).

둘째, 청소년들은 자신이 경험하고 있는 소셜미디어, 온라인 커뮤니티를 긍정적인 장소로 인식하고 있다. 대다수의 청소년들(88%)은 온라인을 통해 상호 소통을 할 때 상대방에 친절하기 위해 늘 노력한다고 대답하였고, 63%의 응답자는 소셜 미디어를 사용할 때 상대방이 자신에게 친절하게 행동하고 있다고 느꼈다. 그러나 30%의 청소년들은 2014년 한 해 동안 온라인 상에서 누군가에게 괴롭힘을 당한 적이 있다고 대답했고, 5%의 응답자는 인터넷 사용 시 상대방은 거의 항상 자신에게 불친절하다고 응답하기도 하였다 (UK Safer Internet Centre, 2015, 3p).

이 보고서는 대부분의 청소년들이 이러한 온라인 커뮤니티나 소셜 미디어 상에서의 부정적 경험에 맞서기 위해 적극적으로 행동을 하고 있음을 보여준다. 과반수의 청소년(64%)은 자신이 온라인에서 발생하는 부정적 경험에 대응할 능력이 있다고 생각하였고, 81%의 응답자는 온라인에서 누군가가 다른 사람을 괴롭히는 것을 목격한다면 어떻게 대응해야할지 알고 있다고 대답했다 (UK Safer Internet Centre, 2015, 3p). 청소년들은 구체적으로 사이버 불링에 대응하는 방법으로 무례하게 구는 사람을 블락하기(44%), 사이버 불링의 대상이 되는 사람을 지지하기 (43%), 무례하게 구는 사람에게 항의하기 (41%), 성인에게 사이버 불링에 대해 이야기하기 (20%), 온라인으로 사이버 불링을 신고하기(15%)를 꼽고 있다 (UK Safer Internet Centre, 2015, 3p).

## 2) 영국 정부 및 사회의 소셜미디어 활용 사례

앞서 살펴본 것처럼 청소년들의 소셜미디어 활용이 증가하고 있고, 그들이 소셜미디어에서 겪고 있는 긍정적, 부정적 경험이나 사용 패턴에 대한 연구 결과 역시 많이 보고되고 있다. 소셜 미디어를 활용한 사회적 참여의 증가는 소셜미디어의 긍정적 효과로 주목받고 있는데, 영국의 정부 역시 시민들의 사회 참여 및 정치 참여를 장려하기 위해 소셜미디어의 적극적 활용을 고려하고 있다.

### (1) 영국 정부의 디지털 업무 팀(digital engagement team)의 사례

영국 정부 산하 기관 중 GDS(Government Digital Service, 이하 GDS)<sup>8)</sup>는 정부가 제공하는

8) <https://www.gov.uk/government/organisations/government-digital-service> (2015.11.10. 접근)

디지털 서비스와 여러 가지 정보들을 단순하고 명확하게 정리하여 빠르게 전달할 수 있도록 지원하는 역할을 한다. GDS 활동의 목적은 여러 정부 기관의 서비스와 정보들을 사용하고자 하는 사용자들의 필요에 대응하는 것으로, 정부의 디지털 서비스 제공 및 소셜 미디어 활용과 관련된 제반 업무를 담당하고 있다.

GDS의 주요 업무는 다음과 같다. 먼저, 정부의 업무와 서비스에 사용되는 서식들을 접근하기 용이하고 이해하기 쉽게 전산화하여 사용자들이 온라인으로 정부 서비스를 활용하는 것을 활성화시킨다. 둘째, 정부가 IT 관련 계약을 맺는 것부터 온라인 서비스 제공자들과 협조하는 것에 이르기까지 적절한 테크놀로지를 활용하여 온라인 서비스를 제공할 수 있도록 돕는다. 셋째, 사용자들을 위해 안전하고 접근이 쉬운 온라인 정부 서비스를 제공하고 동시에 그들이 어떠한 방식으로 정부의 정보 및 서비스를 활용하는지 추적하여 서비스의 개선을 도모하는 것 역시 GDS가 맡은 업무이다. 특히 최근에 GDS는 정부에서 제공하는 서비스와 관련 기관들의 웹사이트를 GOV.UK 라는 하나의 웹사이트로 종합하는 업무를 진행하고 있는데, 그 결과 민원인이나 정부 서비스 사용자들이 개별적으로 여러 웹사이트를 찾아다니지 않고도 하나의 공간에서 원하는 정보를 모두 얻을 수 있게 되었다.

또한 사회적 영역에서 활동하고 있는 사람들의 디지털 리터러시 함양에도 관여하고 있다. 공적 기관과, 사적 기관, 봉사관련 단체에서 활동하고 있는 사람들이 온라인에 쉽게 접근할 수 있도록 돕고 디지털 활용과 관련된 교육 및 정보를 제공함으로써 2016년까지 기초적인 디지털 능력을 갖추지 못한 사람의 비율이 25%로 감소할 수 있도록 하는 것을 목표로 한다. GDS는 사회 기관 관계자들의 디지털 리터러시 함양을 위해 소셜 미디어 활용 가이드 등을 제시하고 있다. 그 중 한 가지 내용을 소개해보고자 한다. 다음은 GDS에서 기관들이 소셜 미디어를 활용할 수 있도록 제시한 가이드 라인의 예시이다<sup>9)</sup>.

**Q: 어떠한 소셜미디어를 활용해야 하나?**  
 A: GDS는 트위터(Twitter), 유튜브(YouTube), 인스타그램(Instagram), 플리커(Flickr), 링크드인(LinkedIn)을 활용한다.

**Q: 그렇게 다양한 소셜 미디어를 활용할 필요가 있나?**  
 A: 그렇다.

9) <https://gdsengagement.blog.gov.uk/playbook/#social-media-and-storytelling> (2015.11.10. 접근)

위의 다섯 가지 소셜미디어는 각기 다른 목적을 위해 존재한다. 우리의 메시지를 전달하는데 소셜 미디어가 기여해야 할 바, 우리가 지원하는 다양한 프로그램, 우리가 메시지를 전달하고자 하는 다양한 이용자층에 적합하도록 위의 다섯 가지 소셜미디어 계정을 다각적으로 활용하는 것이 좋다. 예를 들어, 우리의 트위터 계정 (@GOVUK)를 팔로우하는 이용자들은 우리의 인스타그램 계정(@gdsteam)을 팔로우하는 이용자와 다른 특성과 요구를 가지고 있다. 따라서 그들에 맞는 어조, 분위기 그리고 콘텐츠를 개발하여 제공할 필요가 있다. 그러므로 지금 당신이 개발하고 있는 콘텐츠의 종류를 먼저 생각하고 그것을 어떤 소셜 미디어 허브(예를 들어, 유튜브나 플리커)를 통해 전달할 지를 결정하는 것이 좋다.

하지만 당신의 서비스의 주 사용자들이 특정 소셜 미디어를 많이 사용한다는 이유만으로 그 소셜 미디어에 새로운 계정을 만드는 것이 최선의 선택이 아닐 수도 있다. 새로운 계정 혹은 채널을 운영할 수 있는 자원을 갖추고 있는지를 고려하여 소셜 미디어 계정의 운영을 시작해야 한다. 소셜 미디어 계정을 효율적으로 운영하기 위해서는 콘텐츠를 만들고(예를 들어 정기적으로 포스팅을 할 수 있는 인력) 소셜미디어 상의 상호작용을 적절히 조정할 수 있는 인력이 필수적이기 때문이다.

하나의 소셜미디어 계정을 제대로 운영하는 것이 다섯 개의 계정을 부실하게 운영하는 것보다 훨씬 효과적이다.

### (3) 투표 참여, 더 나아가 정치에의 관심을 높일 수 있도록 하는 도구로서 소셜미디어 활용

영국에서는 2015년 진행된 총선을 전후로 소셜 미디어를 통한 청년 세대들의 정치 참여에 관심을 기울이고 있다. 2015년의 총선을 대비하여 작성된 정치적 이슈를 주로 연구하는 싱크탱크인 Demos(이하 데모스)가 발표한 보고서는 1000명가량의 18-25세 청소년과 청년들을 대상으로 설문 조사를 한 내용을 소개하고 있다. 데모스 보고서의 연구에 참여한 청년과 청소년들 중 66%는 온라인 투표가 가능하다면 투표에 참여할 가능성이 더 높다고 대답하였고, 25%의 응답자들은 정치인들이 소셜 미디어 상에서 더 효과적으로 활동을 한다면, 그리고 자신의 친구와 가족들이 투표를 했다는 것을 소셜 미디어를 통해 알게 된다면 투표를 할 가능성이 높아질 것이라 대답하였다 (Birdwell, Cadywoud, and Reynolds, 2014, 13p).

이 보고서는 미래 세대의 투표 참여율과 정치에의 관심을 높이기 위해서 소셜 미디어를 적극적으로 활용할 것을 권장하고 있다. 예를 들어, 정치인들이 소셜 미디어를 적극적으로

활용하여 청소년과 청년들에게 정치적 메시지를 전달할 필요가 있다고 제안한다. 이를 위해 정치인들은 소셜 미디어의 효과적인 활용법을 인지하여 소셜 미디어에 적절한 메시지를 적합한 방식으로 전달할 수 있는 능력을 갖추는 필요가 있다(Birdwell, Cadywould, and Reynolds, 2014, 61쪽).

또한 영국에서는 2015년 봄에 진행된 총선을 계기로 투표 참여율을 높이기 위해 e-voting에 대한 논의가 진행되고 있다. 적극적인 투표 참여를 유도하기 위해 2020년까지는 전자투표(e-vote)를 가능하게 해야 한다는 찬성의 주장과 투표자의 진위여부를 확인하기 어렵고 기술적인 문제가 존재할 것이 뻔하다는 반대 주장이 맞서고 있어 (Padmanabhan, 2014), 가까운 시일 내에 전자투표의 현실화가 가능할지 여부는 불확실하지만, 특히 청소년과 청년 세대들의 정치에의 관심 및 정치 참여도를 높이기 위한 방법의 하나로 전자 투표라는 방법이 계속 제안되리라 짐작해볼 수 있다.

### 3) 영국 정부의 관련 정책 내용

청소년들은 소셜미디어 활용을 통해 또래 문화 형성, 정치 참여 등 긍정적인 경험을 할 수 있다. 그러나 다른 한편으로 소셜미디어라는 공간의 다양성 및 개별성 때문에 적극적인 규제가 어려워 청소년들의 자기 규제에 의존하는 경우가 많다. 청소년들의 소셜미디어와 관련된 여러 정책들을 살펴보면, 소셜미디어를 통해 긍정적인 경험과 참여를 할 수 있도록 지원하기 위한 정책과 소셜미디어의 부정적 영향 (예를 들어, 테러리스트 관련 정보에 너무나 쉽게 접하는 상황)으로부터 청소년들을 보호할 수 있도록 지원하는 정책까지 다양한 정책이 펼쳐지고 있음을 알 수 있다. 청소년들의 안전한 인터넷 사용을 위한 정부의 정책 중 모바일 서비스 제공자들과 협력하여 가족친화적인 wifi(family-friendly wifi) 구역을 마련한 것을 들 수 있다. 모바일 서비스 제공자들은 성인 콘텐츠를 걸러내는 필터를 설치하고, 6개의 회사가 제공하는 공공장소에서의 무료 Wifi(전체 공공 무료 wifi의 90%)에도 '가족 친화적인' 콘텐츠 필터를 설치하여 공공장소에서 인터넷을 사용할 경우에도 부적절한 콘텐츠에 접근하지 않도록 돕고 있다. 또한 일반 사업장, 호텔, 교통업계에도 '가족 친화적 wifi' 심볼을 부착하여 콘텐츠가 적절하게 걸러지고 있음을 표기하도록 하고 있다.<sup>10)</sup>

10) <https://www.gov.uk/government/news/internet-safety-campaign-launches> (2015.11.10. 접근)

이 외에도 이 섹션에서는 소셜미디어나 인터넷을 통한 청소년들의 참여를 청소년 (그리고 어린이)의 권리로 접근하여, 청소년들의 인터넷 접근 권리, 참여 권리, 보호 받을 권리를 보장하기 위한 정책이 마련되어야 한다고 주장하는 보고서의 내용과, 시리아나 이라크를 통해 IS무장단체에 가입하라는 온라인 상의 정보로부터 청소년들을 보호하기 위해 정부가 교육자들을 대상으로 내놓은 정책 가이드라인을 소개해보고자 한다.

### (1) 인터넷 상에서의 청소년과 어린이의 권리 보장

<셋 중 하나 (One in three)>라는 제목으로 발표된 이 보고서는 2014년 미래의 인터넷 거버넌스를 위한 전략적 비전 창출을 위해 설립된 ‘인터넷 거버넌스를 위한 글로벌 커미션(The Global Commission on Internet Governance)’에서 정책 제안을 위한 기초 연구 결과로 발표되었다. 이 보고서는 미래 인터넷 사용자의 1/3을 이룰 것이라 예상되는 청소년과 어린이들이 성인과 달리 인터넷 상의 권리를 누리지 못하고 있는 경우가 많고 성인에 비해 여러 가지 자원이 부족한 상황이므로, 디지털 시대에 청소년과 어린이의 권리를 보장하는 것이 중요하다고 주장한다 (Livingstone, Carr and Byrne, 2015, 1p).

리빙스톤과 동료 연구자들은 정책 입안자들이 18세 이하의 어린이와 청소년은 보호의 대상으로만 생각하고, 그들의 인터넷과 소셜 미디어에 대한 접근권 및 참여권의 법적, 정책적 보장에는 관심을 기울이지 않았다고 지적한다. 또한 인터넷 거버넌스에 대한 논의의 경우 일반적인 ‘사용자’에 대해 이야기하면서, 청소년이나 미성년자에게 특별한 관심을 기울이거나 그들의 특징적인 미디어 사용 환경을 고려하지 않았음을 지적한다(Livingstone, Carr and Byrne, 2015, 1p). 그러면서 인터넷 상에서 청소년과 어린이의 권리에 관심을 가져야 하는 이유로 다음 두 가지를 꼽고 있다. 첫째, 청소년들이 활동하는 장이 인터넷으로 급격하게 확장되고 있어 이 공간 안에서 그들의 권리에 대해서도 신경을 쓸 필요가 있다. 둘째, 인터넷처럼 나이별 특정성이 보이지 않는(age-generic) 공간의 위법에 대한 법규는 성인을 기준으로 성인에게 얼마만큼의 해를 미칠지를 기준으로 성립되는 경우가 많은데, 어린이나 청소년의 경우 같은 위법 상황에 닥쳤을 때 훨씬 더 큰 피해를 입게 될 수 있기 때문이다 (Livingstone, Carr and Byrne, 2015, 4p).

저자들은 온라인 공간에서 어린이와 청소년의 보호하기 위한 정책과 더불어, 인터넷에 대한 그들의 접근권과 사용권에 주목하고, 인터넷의 고른 확산이 어린이의 권리 강화에 어떤 영향을 미칠 수 있는지에 대해 고민해야한다고 주장한다. 이들은 인터넷 상에서 18세 이하의 어린이와

청소년의 권리를 3P로 표현하고 있는데, 이때 3P는 보호(Protection), 제공(Provision), 참여(Participation)로 UN에서 제시한 ‘어린이 권리(the United Nations Convention on the Rights of the Child, 이하 UNCRC)’와도 일맥상통한다.

UNCRC에서 정의한 3P의 내용을 살펴보면 다음과 같다(Livingstone, Carr and Byrne, 2015, 8p):

①제공(Provision)의 권리 어린이의 생존에 필수적인 자원 그리고 어린이들이 자신의 잠재력을 모두 달성할 수 있도록 지원하는 자원을 제공받을 권리를 의미

②보호(Protection)의 권리는 어린이의 존엄, 생존, 계발에 영향을 주 수 있는 다양한 위협으로부터 어린이가 보호받을 권리를 의미

③참여(Participation)의 권리는 어린이가 자신들의 계발에 영향을 주고 자신들이 사회의 적극적 일원으로 활동할 수 있게 하는 과정에 참여할 수 있는 권리를 의미

이 보고서의 저자들은 디지털 시대에 어린이와 청소년의 권리는 인권과 가치에만 한정되는 것이 아니라, 그들이 창의성, 혁신성을 함양하고, 사회적 참여를 할 수 있도록 권리를 부여하고 (empowerment) 참여를 촉진하는 방식으로 접근되어야 한다고 주장한다. 예를 들어, 윤리적 기준과 절차를 따랐을 경우 소셜미디어 플랫폼은 청소년들에게 긍정적인 참여의 기회를 줄 수 있다. 유니세프(UNICEF)가 운영하는 “청소년의 목소리(Voices of Youth)”는 전 세계 청소년 블로거나 평론가들이 자신에게 영향을 미치는 다양한 토픽에 대해 이야기하고 이에 대한 자신들의 의견을 안전하게 표현할 수 있는 공간이다. 이러한 플랫폼에 참여함으로써 청소년들은 ‘디지털 시민성’을 키울 수 있다 (Livingstone, Carr and Byrne, 2015, 15p).

이와 같이 청소년과 어린이의 권리를 보장하는 인터넷 거버넌스가 가능하기 위해서, 청소년과 어린이들의 인터넷 사용에 대한 연구가 지속적으로 이루어져야 한다고 지적하고 있다. 그들이 온라인이나 소셜미디어 상에서 접하게 되는 위험과 기회는 여러 요인들이 맥락으로 작용하는 경우가 많다. 따라서 청소년과 어린이들의 온라인 문화에 대한 경험적 연구를 기반으로 정책을 고안하고 실행하는 것이 필수적이라고 이 보고서는 조언한다. 또한 인터넷 거버넌스와 기관들도 어린이와 청소년의 인터넷 접속 및 활용에 대한 정보를 수집하여 얼마나 많은 수의 어린이와 청소년들이 인터넷을 사용하고 있고, 그 중에 존재하는 디지털 격차는 어떤 것인지에 대해 관찰하는 역할을 수행해야한다고 이 보고서는 조언한다 (Livingstone, Carr and Byrne, 2015, 11p).

(2) 안전한 인터넷 사용을 위한 학교와 어린이 보호기관을 위한 조언<sup>11)</sup>

영국의 교육부에서는 2015년 7월 1일 학교 및 어린이 대상 교육기관들을 대상으로 급진주의자들이 퍼뜨리고 있는 메시지로부터 청소년과 어린이를 보호하기 위한 소셜 미디어 가이드를 배포하였다. 최근 들어 영국에서 청소년들이 소셜 미디어를 통해 IS에 대한 잘못된 정보에 접하고 그에 현혹되는 경우가 많아, 이에 학교장 및 교사들이 대응할 수 있도록 돕기 위한 자료이다. 이 가이드에서는 교사들에게 정보를 제공하는 의미로 IS가 주장하고 있는 내용 및 그들이 사용하는 약어 등을 제시하고, 그들이 주로 활동하는 소셜 미디어 사이트에 대한 정보와, 학교와 교사가 학생들을 보호하기 위해 어떤 조치를 취해야하는지에 대한 조언을 주고 있다.

이 가이드는 영국 정부가 인터넷을 통해 확산되고 있는 IS반군 관련 콘텐츠를 삭제하기 위해 커뮤니케이션 사업자들과 온라인 서비스 제공자들과 협조하고 있다고 알리고, 2010년 이후 9만5천 건의 테러리스트 콘텐츠가 온라인에서 삭제되었고 소셜 미디어 서비스 제공자들 역시 테러리스트들과 공조자들이 자신들의 서비스를 악용하는 것을 막기 위해 노력하고 있다고 설명한다. 그러나 시리아 및 이라크를 통해 IS에 가담한 사람들은 빠른 속도로 다량의 콘텐츠를 온라인 공간에 내놓고 있다. 이러한 메시지로부터 소셜미디어 공간을 지키고 어린이와 청소년들에게 바른 정보를 전달하기 위해 여러 가지 노력이 진행되고 있다. 예를 들어, 개인 차원에서 혹은 단체 차원에서 테러리스트가 올린 메시지에 대해 반박하는 반응을 보이는 방법도 있고, 부모나 교육가들에게 정보를 제공하고 부모들을 위한 워크샵을 진행하고 있다. 다음은 교육부가 제공한 가이드 라인 중 소셜 미디어 상에서 IS가 어떻게 활동하고 있는지에 대해 설명한 내용의 일부이다(Department of Education & Home Office, 2015, 4~5p):

- 페이스북: IS 지지자는 페이스북을 통해 뉴스, 유튜브 비디오 등의 콘텐츠를 자신의 동료들과 공유한다
- 트위터: 트위터 역시 IS에 찬성하는 계정을 만들어 그들의 프로파간다를 공유하는 통로로 쓰이고 있다. 트위터는 계정을 만들기 쉽고 익명으로 다수의 사람들과 콘텐츠를 공유하기가 비교적 쉬워서 테러리스트 메시지를 퍼뜨리는데 적극적으로 활용되고 있다.
- 유튜브: IS에서 공식적으로 내놓는 비디오와 IS 추종자들이 만든 비디오가 유튜브를 통해 유포된다. 다수의 더미 계정을 만들어서 유튜브 측에 의해 비디오가 삭제되면 즉각적으로

11) <https://www.gov.uk/government/news/new-safeguarding-advice-for-schools-and-childcare-providers> (2015.11.10. 접근)

다른 계정으로 다시 비디오를 업로드하는 방식으로 활용된다. IS 공조자들이 사용하는 소셜 미디어 플랫폼(특히 트위터나 페이스북)을 통해 유튜브 링크를 공유하는 방식으로 콘텐츠가 확산되고 공유된다.

- Askfm: 시리아나 이라크 방문을 계획하고 있는 사람들이 Askfm을 통해 영국인 지하디스트에게 여행 정보, 생활 조건, IS의 일원으로 받아들여지기 위한 절차 및 조건, IS의 이데올로기 및 전쟁에 동원되는 방식에 대해 질문하는 경우가 있다. 이때 IS 동조자들이 시리아나 이라크에 도착하기만 하면 아무런 어려움 없이 다음 단계로 넘어갈 수 있다며 방문을 조장하는 경우가 많다.
- 인스타그램: IS 동조자들이 IS 미디어 기관들이 제작한 사진들을 포스팅 하는데 활용된다. IS 동조자들은 시리아의 자연 풍경을 배경으로 자신들의 삶에 대한 사진을 포스팅하면서 자신들이 얼마나 행복한 삶을 살고 있는지 강조한다.
- 텀블러: 텀블러를 통해서 IS 동조자들은 시리아 등지로 와야 하는 이유, 종교적인 주장을 보다 길고 자세하게 서술한다. 텀블러는 여성인 IS지지자들에게 인기가 있다. 이들은 텀블러 계정을 통해 그 지역으로 여행 올 때의 주의점이나 우려 등에 대해 답을 하고, 가족들을 남기고 IS에 가담한 것에 대한 생각, 시리아 생활수준이 어떤 정도인지 등에 대해 포스팅을 한다.
- 사적인 메시지: IS동조자들은 폐쇄적 소셜미디어에서 자신들에게 개인적으로 연락하도록 조장한다. 이런 통로를 통해서 구체적인 여행 경로, 누구를 만나야하는지 등에 대한 정보를 전달한다. 사적 메시지 전달을 위해 사용되는 소셜 미디어에는 왓츠앱(WhatsApp), 킁(Kik), 슈어스팟(SureSpot), 바이버(Viber) 등이 있다

#### 4) 디지털 리터러시 교육 정책 및 방안

##### (1) Safer Internet Day<sup>12)</sup>

영국의 UK Safer Internet Centre<sup>13)</sup>는 해마다 ‘보다 안전한 인터넷을 위한 날(Safer Internet Day, 이하 SID)을 지정하여 안전한 인터넷 공간을 만들기 위한 전국적 규모의 캠페인을 벌이고

12) <http://www.saferinternet.org.uk/news/young-people-take-the-lead-in-nationwide-safer-internet-day-campaign> (2015.11.10. 접근)

13) UK Safer Internet Centre는 어린이, 청소년, 인터넷과 관련된 대표적 기관인 Childnet International, the South West Grid for Learning, the Internet Watch Foundation의 파트너십으로 운영되며, 유럽연합의회(European Commission)의 ‘보다 안전한 인터넷 프로그램’ 으로부터 재정지원을 받고 있다.

있다. SID에는 영국 전역의 800개가 넘는 기관들이 참여하는데, 그 중 대표적인 기관으로 BBC, CEOP(The Child Exploitation and Online Protection Centre), 디즈니, 축구협회(FA), 페이스북, 구글, 로이드 은행, 마이크로소프트, NSPCC(The National Society for the Prevention of Cruelty to Children), 트위터, 영국 정부 등을 들 수 있다. 그 외에도 수백 곳의 학교와 교육 기관이 참여하여 다양한 활동을 펼친다. UK Safer Internet Centre에서는 보다 나은 인터넷 공간을 만들기 위해서는 모두의 참여가 필수적이라고 강조하면서, 다양한 사람들과 기관, 단체들이 SID에 참여하도록 장려한다<sup>14)</sup>.

SID는 매 해 특별한 테마를 중심으로 진행되는데 2015년 SID의 주제는 <디지털 시대의 우정>이었다. 2015년 SID를 위해 UK Safer Internet Centre에서는 <디지털 시대의 우정(Friendship in a Digital Age)>이라는 제목으로 청소년들의 소셜 미디어 사용 실태와 문화에 대한 연구 결과를 발표하였다. 150명의 학생이 자신의 긍정적, 부정적 인터넷 경험에 대해 이야기하는 내용으로 제작한 #Up2Us 라는 영화를 상영하여 '보다 나은 인터넷 공간'에 대한 의식을 높이고자 하였다. SID 이벤트의 일환으로 #Up2Us가 소개되었고, 상영회에는 영국정부의 장관들과 청소년들이 참여하였다.

SID에 참여한 기관들 중 BBC 활동의 예를 살펴보면 다음과 같다<sup>15)</sup>:

- BBC Learning에서 11-16세 청소년들에게 온라인에서 느끼는 강제성 및 압박과 e-safety와 관련된 설문 조사를 실시하고 그 결과를 2월 10일에 소개
- BBC의 다양한 프로그램(텔레비전의 경우 아침 프로그램인 BBC Breakfast, Newsround, 뉴스; 라디오의 경우 BBC4, BBC5 방송)에서 SID를 홍보하고 <디지털 시대의 우정> 연구 결과를 소개
- 스트록 학교(stroke school)에 'BBC Be Smart' 부스를 설치하여 학생들의 온라인 경험에 대한 이야기를 들음 (예를 들어, 온라인에서 사이버 불링을 했던 잘못된 경험에 대한 생각)
- BBC의 대표 프로그램인 The Oneshow에서는 사이버 불링에 대한 다큐멘터리를 반영
- 어린이 대상 채널인 CBBC에서 SID 활동을 소개

14) <http://www.saferinternet.org.uk/safer-internet-day/2015> (2015.11.10. 접근)

15) <http://www.saferinternet.org.uk/safer-internet-day/2015/supporters/bbcs-activities-for-sid2015> (2015.11.10. 접근)

## (2) 국정교육과정에 '디지털 리터러시' 포함 권장

2014년 6월에 디지털 기술 위원회(The Digital Skills Committee)가 만들어졌는데, 이들의 역할은 영국의 정보 통신 기술 상황을 살펴보고 영국의 경쟁력 및 역량을 높이기 위한 권고 사항을 제시하는 것이었다. 디지털 기술 위원회에서는 영국 상원의원에 제출한 보고서에서 영국의 미래 인력 양성을 위해 디지털 리터러시 교육이 필수적이고, 이를 수학, 국어 과목과 같은 입지로 국정교육과정에 포함시켜야한다고 제안하고 있다.

이 보고서에서는 빠른 속도로 발전하고 있는 디지털 테크놀로지가 큰 기회와 더불어 위기를 가져오기도 한다고 경고하면서, 이에 대한 적절한 대응(교육) 없이는 영국이 디지털 시대에 뒤떨어지게 될 것이라는 우려를 표명하였다. 이에 학교 정규교육과정에 디지털 미디어 활용능력(digital skills) 교육을 포함시켜야 한다고 강조하면서, 수학, 국어와 함께 '디지털 리터러시'를 핵심 역량으로 어린이와 청소년들에게 가르침으로써, 의무교육을 받은 모든 학생들은 기초적인 디지털 리터러시를 갖추게끔 해야 하고, 대학들 역시 졸업생들이 '디지털 역량'을 갖추도록 보장해야함을 강조한다(Select Committee on Digital Skills, 2015, 15p).

이를 위해 지속적이고 체계적인 교사 연수를 제공하여 교사들이 새로 도입된 컴퓨팅 커리큘럼을 운영할 수 있도록 자신감을 주는 것이 중요하고, 디지털 리터러시 교육을 통해 과학, 테크놀로지, 엔지니어링, 수학 분야에 디지털 직업을 가지고 있는 여성의 수(현재는 극소수의 여성)를 증가시켜 영국의 국가 경쟁력을 높여야한다고 제안하고 있다(Select Committee on Digital Skills, 2015, 32p).

또한 영국 내 디지털 격차 역시 지속적으로 나타나고 있어, 6백만 명의 시민들이 인터넷을 사용한 경험이 없는 것으로 드러났고, 950만 명은 적합한 디지털 능력을 갖추지 못하고 있다고 보고하였다. 가정환경에 따라 부모가 자신감 결여 혹은 자원의 부족 등의 이유로 인터넷을 자유롭게 쓰지 못한다면 그 자녀의 경우 인터넷 사용 패턴이 제한될 수 밖에 없음을 지적하면서, 아직도 지속되고 있는 디지털 격차는 교육이 그 역할을 다하지 못한 때문이라 지적한다. 이에 중등교육, 고등교육 수준의 디지털 능력에 관심을 기울이고, 초등부터 중등, 고등까지 체계적으로 연계된 디지털 교육이 진행되어야 한다고 강조하고, 학교의 장비 구비도 중요. 학생들이 전 과목 관련 컴퓨터와 인터넷을 사용할 수 있게 해야 한다고 제안한다(Select Committee on Digital Skills, 2015, 11p).

이 외에도 영국에서는 2013년부터 새로운 테크놀로지 기반 사회를 주도하는 인력을 키우기 위해 국정 교육과정의 재구조화 작업을 실시하였고, 그 결과 2014년부터 5세 어린이부터 코딩교육을

받게 되었다. 영국정부는 3천6백만 파운드의 예산을 투자하여 교사가 새로운 커리큘럼을 가르칠 수 있도록 교육 및 지원, 그리고 그 예산으로 영국의 첨단 테크놀로지 기업이 학교 교육을 지원할 수 있도록 돕고 있다<sup>16)</sup>.

## 5) 시사점

영국 청소년들의 소셜미디어 활용과 정부 및 영국 사회의 소셜미디어 활용 상황, 그리고 이에 대응하기 위한 정책 및 교육을 살펴보면 다음과 같은 시사점을 도출할 수 있다. 먼저, 청소년들의 소셜미디어 활용 및 관련 경험에 대한 현실적인 이해가 중요함을 알 수 있다. 앞서 살펴보았듯이 영국의 청소년들은 소셜미디어를 통해 다양한 기회와 위험을 경험하고 있고, 이에 대한 연구 영역 혹은 정책 영역의 인지가 높아졌다는 것을 알 수 있다. 이처럼 실제 청소년들의 소셜미디어 경험에 근접한 정책, 산업, 교육 영역의 이해가 가능해진 큰 이유 중 하나는, 청소년들의 소셜미디어 활용의 실제 맥락을 고려한 경험 연구가 많이 이뤄졌기 때문이다. 청소년의 목소리를 중심에 두고, 다양한 미디어 경험 및 맥락적 요소를 반영한 다양한 경험적 연구는 청소년의 소셜 미디어 문화를 증진하는데 중요한 밑거름이 될 수 있다.

둘째, 소셜미디어에 접근하고 사용하여 사회에 참여할 수 있도록 청소년에게 친화적인 환경을 만들고 청소년들의 권리를 보장할 필요가 있다. 사용자에게 친화적인 소셜미디어, 디지털 환경을 만드는 것이 정부 서비스 제공자, 정책입안자, 미디어 산업자들의 역할이다. 또한 정부에서는 적절한 디지털 리터러시 교육을 제공함으로써 디지털 미디어에 대한 청소년들의 접근성을 보장할 필요가 있다.

셋째, 청소년들의 소셜미디어 문화, 그리고 더 나아가 사회 전반에 자리 잡고 있는 소셜미디어에 대해 청소년과 교사, 그리고 보호자들이 서로 의견을 나누고 이해하는 경험이 필요하다. 영국의 SID 같은 전국 규모의 캠페인을 통해 다양한 주체들이 인터넷, 혹은 소셜미디어를 보다 나은 곳으로 만들 수 있는 아이디어를 내고, 소셜미디어 문화에 대한 의견을 교환할 수 있는 기회를 통해 보다 긍정적이고 건강한 소셜미디어 문화 및 소셜미디어 역량의 함양이 가능할 것이다.

16) <http://www.bbc.com/news/education-30901542> (2015.11.10. 접근)

## 2. 미국

### 1) 청소년의 소셜미디어 이용 실태

#### (1) 키워드는 모바일과 사진 공유

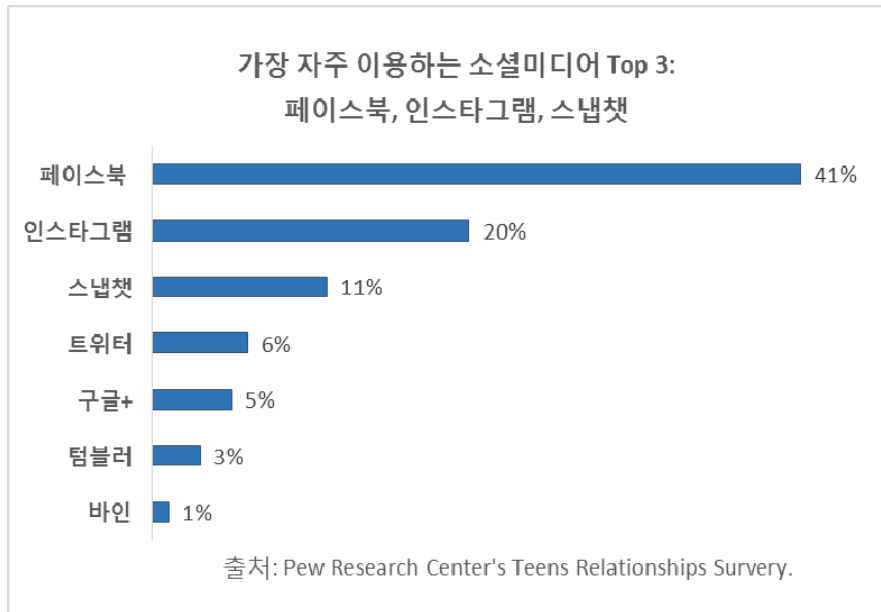
미국 청소년의 92%는 매일 온라인에 접속하며, “거의 지속적으로” 온라인에 접속한다고 밝힌 청소년도 24%에 달했다. 하루에도 여러 차례 온라인에 접속한다고 응답한 이들이 절반을 넘어섰으며 휴대폰을 통해 하루 평균 30개의 문자메시지를 보내는 것으로 나타났다. 청소년들은 평균 145명의 페이스북 친구를 갖고 있고 95명의 트위터 팔로워를 갖고 있다(Pew Research Center, 2015a). 이상이 미국의 조사 기관인 Pew Research Center<sup>17)</sup>가 보고한 온라인 속 미국 청소년의 큰 그림이다.

온라인 세상을 하루에도 몇 번씩 넘나드는 미국 청소년의 트렌드는 모바일 기기의 확산과 맞물린 것으로, 91%의 청소년이 모바일 기기를 이용해 온라인에 접속한다. 모바일 기기의 소유 유무와 온라인 접속 빈도는 정비례 관계를 보여줬다. 거의 75%의 청소년이 스마트폰을 가지고 있고, 휴대폰이 없는 청소년은 12%였다. 인종별로는 아프리카인 아메리칸의 스마트폰 보유율(85%)이 백인(71%)보다 높았다.

소셜미디어 이용 현황을 보면 71%가 복수의 소셜미디어 사이트를 사용 중이다. 페이스북이 가장 많은 사용자수를 보였고 다음이 인스타그램과 스냅챗<sup>18)</sup>. 트위터는 4위를 기록했다. 가장 자주 가는 사이트 한개를 묻는 질문에 역시 페이스북이 1위를 차지했다. <그림 VI-1>은 청소년이 가장 자주 방문하는 사이트들을 상위 7위까지 간추린 것으로 불과 6년 전 85%의 청소년이 마이스페이스를 가장 자주 찾는 소셜미디어로 꼽았던 것과 비교하면 이 시장의 급변을 가늠할 수 있다.

17) Pew 연구센터는 13세부터 17세까지의 청소년 1,060명을 대상으로 2014년 9-10월, 2015년 2-3월 두 차례에 걸쳐 설문 조사를 실시했다.

18) 스냅챗(SnapChat) : 미국 10대들 사이에 인기를 얻고 있는 사진 공유 소셜미디어 사이트. 2011년 스탠퍼드대 재학생인 에반 스피겔과 바비 머피가 만들었으며 2015년 5월 현재 일간 실제 사용자가 1억 명에 이른다. 미국내 총 소셜 이용자의 18%가 이 사이트를 이용한다고 알려졌으며 1초마다 8796개의 사진이 공유된다. 매출의 증가세도 가파르다. 2014년 3억 달러의 매출을 기록한 스냅챗은 올 2015년에 500억 달러의 매출을 올릴 것으로 예상된다(<https://www.snapchat.com>) .



【그림 VI-1】 미국 청소년이 가장 자주 이용하는 소셜미디어

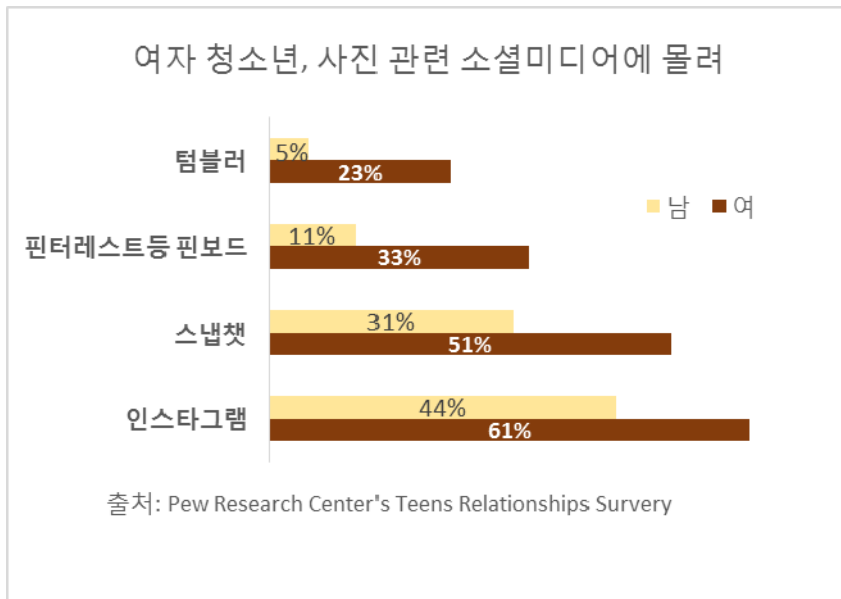
PEW 조사에서 2위를 차지한 인스타그램은 이보다 앞서 발표된 Piper Jaffray 의 설문조사에선 청소년들의 방문 빈도 1위를 차지했다(Pew Research Center, 2015a). CBS뉴스는 트위터와 페이스북이 인스타그램에 이어 청소년들이 가장 많이 찾는 소셜미디어 각각 23 위를 차지했다고 보도했다(CBS, 2014.10.8). 핀터레스트, 텀블러, 구글+가 그 뒤를 이었으며, PEW 조사에서 3위에 올랐던 스냅챗이 Piper Jaffray 조사에선 순위가 오르지 못한 것이 눈에 띈다.

이상 두 기관의 소셜미디어 사용 실태 조사가 시사하는 점은 사진 공유 소셜미디어의 강세다. 인스타그램, 스냅챗, 텀블러, 핀터레스트 등은 텍스트 정보가 아닌 이미지 정보를 공유 하는 대표 사이트들로 최근 몇 년새 가파른 성장세를 보이고 있다. 재미있는 사실은 사진 공유 사이트의 사용자중 여자 청소년의 비율이 남자 보다 높다는 점이다. <그림 VI-2> 가 보여주듯 사진 공유 대표 사이트 4개 모두에서 여자의 비율이 남자보다 눈에 띄게 높았다.

반면, 남자 청소년들은 비디오 게임을 여자보다 즐기는 것으로 나타났다. 비디오 게임기를 가지고 있거나 사용할 수 있는 남자(91%)의 비율이 여자 (70%) 보다 높았다. 마찬가지로 84%의 남자가 온라인이나 전화기를 통해 비디오 게임을 즐긴다고 답한 반면 여자는 59%에 그쳤다.

주목할 만한 또 다른 사항은 사회경제적 지위에 따라 즐겨 찾는 소셜미디어가 다르다는 사실이다. 페이스북을 가장 자주 찾는다는 청소년의 비율이 가구소득 3만 달러 이하 저소득층에선

51%에 이르는 반면 10만 달러 이상에서는 31%에 그쳤다. 반면 이들 고소득 가정의 청소년들은 스냅챗(15%)과 트위터(8%) 사이트를 저소득 청소년(스냅챗 7%, 트위터 3%) 보다 자주 찾는 경향을 보였다(Digital Marketing, 2015).



[그림 VI-2] 성별에 따른 사진 공유 사이트 이용 실태 차이

## (2) 소셜미디어를 통해 친구 맺기

오늘날 미국 청소년의 우정은 디지털에서 시작된다(Pew Research Center, 2015b). 57%가 온라인을 통해 새 친구를 만나고 소셜미디어(64%)나 온라인 게임(36%)이 새로운 친구를 찾는 주요 공간을 제공한다. 친구 맺기에서 온/오프라인을 넘나드는 경우는 드문 편으로 온라인에서 알게 된 친구를 오프라인에서도 직접 만나는 비율은 20%에 그쳤다.

새로운 친구든 기존의 친구든, 소셜미디어는 이들의 우정을 지속시켜주는데 중요한 역할을 한다. 72%의 청소년이 소셜미디어에서 친구를 만나 잡담을 나누거나 근황을 체크하고, 23%는 매일 소셜미디어에서 친구들과 시간을 보낸다.

소셜미디어는 청소년들에게 긍정적인 에너지를 주는 공간이기도 하다. 심리적 안정과 도움을 받는다는 응답자가 꽤 됐다. 83%가 “연계돼 있다”는데 의미를 부여하며 이 연계성에서 심리적 지원을 받는다고 밝혔다. 친구들의 생활에 대해서 알고 있다는 느낌도 중요하게 꼽은 항목이다.

친구들의 근황뿐만이 아니라 그들의 느낌에 닿아 있다는 청소년도 70%에 달했으며, 68%가 자신들이 어려움에 닥쳤을 때 도움을 주는 친구들이 소셜미디어 공간에 존재한다고 말했다. 하지만 이런 긍정적인 평가의 이면엔 부정적인 비판도 함께 한다. 다음은 청소년들이 기억하는 소셜미디어에서의 대표적인 불쾌한 경험들이다.

“나는 소셜미디어에서 나에 대해 너무 많은 정보를 공유 한다” (88%)

“내가 초대받지 않은 이벤트에 대한 포스팅을 본적이 있다” (53%)

“내가 바꿀 수 없는, 어찌할 수 없는 나의 모습에 대해 누군가가 포스팅을 한 적이 있다” (42%)

“타인의 소셜미디어를 보고 스스로의 인생이 우울하게 느껴졌다” (21%)

## 2) 교육당국과 일선 학교의 소셜미디어 활용

### (1) 소셜미디어 활용 현황

미국 교육부(US Department of Education)는 “소통과 참여”에 기여할 자원으로서의 소셜 미디어의 중요성을 명시하고 있다(Department of Education, 2014a). 교육부의 위임을 받아 교육현장의 개혁을 주도하는 개혁지원네트워크(The Reform Support Network)는 4I(informing, involving, prompting inquiry, and inspiring /정보, 연계, 탐구, 격려)를 소통의 키워드로 내세운다. 정보 제공을 통해 연계를 복돋고 이 과정에서 자연스럽게 생긴 질문과 의문들이 결국은 참여를 촉진시키는 영감과 격려가 된다는 것이 4I의 목표다. 소셜미디어는 정보제공에서 행동에 이르는 이 소통의 경로에서 주요한 플랫폼으로 부상하고 있다.

개혁지원네트워크가 주정부와 지역 교육 기관을 대상으로 실시한 설문 조사를 보면 정책 당국자와 일선 현장의 담당자들이 적극적으로 소셜미디어를 교육 현장에 포용하기 위해 노력한다는 인상을 받는다. 예를 들어 가장 최근의 조사에서 이들의 95%가 개혁을 위한 소통 수단으로 트위터나 페이스북을 쓰고 있거나 쓸 계획이라고 밝혔다(Department of Education, 2014b). 그 이전 설문에선 79%가 소셜미디어 사용이 성공적이었다고 자평했으며, 모든 교육관련 기관들이 소셜미디어는 훌륭한 잠재력을 갖고 있다는데 동의했다. 이들은 특히 소통방법의 개혁수단으로서 소셜미디어를 어떻게 사용할지에 대해 깊은 관심을 보였다(Department of Education, 2013a). 보다 구체적인 실천 사항으로는 기관 내부에 소셜미디어를 전담자를 두어야 한다는 의견이 많은 이들의 지지를 받았다.

주정부와 지역 교육 기관들은 소셜미디어 중에서 트위터가 가장 많이 사용하는 것으로 나타났다. 다음은 페이스북과 유튜브가 뒤를 이었지만 1위인 트위터와는 큰 격차를 보였다. 의외로 프로페셔널을 위한 사이트인 링크드인(Linked-In)은 별로 인기를 얻지 못하고 있고 구글플러스(Google+)에 대한 관심도 저조해서 45% 가 아예 사용 계획이 없다고 밝혔다. 개인 사용자들과 마찬가지로 대부분의 기관들도 복수의 소셜미디어에 계정을 만들어 운영 중이다. 주로 이용하는 콘텐츠의 포맷은 텍스트 기반의 메시지가 압도적으로 많다. 제작의 난점 때문에 영상을 이용한 메시지 업데이트는 뜸한 편. 2013년의 통계를 보면 62%의 기관이 하루에도 여러 번 소셜미디어에 텍스트 메시지를 포스팅하지만, 유튜브에 비디오를 올리는 빈도는 월간 단위인 기관이 41%에 달했다.

## (2) 소통의 주요 대상은 학부모

소셜미디어의 사용 목적은 물론 소통이다. 그럼 이 소통의 주요 대상은 누구일까. 교육당국자들은 가장 중요한 공략층으로 학부모를 꼽았다(Department of Education, 2014b; Department of Education, 2013b). 이는 소셜미디어에 새로 유입되는 인구 중 가장 빠른 증가세를 보이는 연령대가 45-54세 라는 연구 결과를 고려할 때 상당히 의미 있는 대목이다(Department of Education, 2012). 바로 중고등 학부모의 주 연령층이기 때문이다. 한때는 젊은이들의 전유물이었던 소셜미디어의 판도가 기성세대의 가세로 새로운 모습을 보이고 있고, 이 판도변화는 교육당국의 소통 전략에도 수정을 가져온 것이다. 어느 학교장은 “학부모와 연계 될 수 있는 획기적인 방안의 하나”로 학교의 페이스북을 꼽았다(Department of Education, 2013c).

소셜미디어는 학부모와의 소통 이외에도 원거리에 위치한 지방 교사들과의 접촉을 수월하게 해주며 지역사회와의 거리를 좁혀 준다. 또 어떤 문제가 생겼을 때 위기관리를 위한 이해 당사자들과의 커뮤니케이션을 원활하게 도와준다. 위기관리에서 시간은 결정적인 요소이기 때문에 즉각적인 인터랙션과 신속한 정보 배포가 가능한 소셜미디어는 주요 자원이 될 수 있다.

무엇보다도, 특정 국면에서 소셜미디어가 해당 기관의 독자적 미디어로 기능 할 수 있다는 점은 주목할 만하다. 매번 기자회견을 열어 신문과 방송을 통해 메시지를 전해야 했던 예전과는 판이한 양상이다. 예를 들어 지난 2013년 보스톤 마라톤 폭발사건의 경우 보스톤경찰은 트위터를 이용해 실시간으로 네티즌들과 대화하며 정보를 공유했다. 루머가 난무하는 가운데, 그 루머들의

진위를 가려내고, 정보를 업데이트 하며, 또 네티즌들에게 제보를 요청하는 “퍼블릭 소싱”의 플랫폼 역할을 트위터가 해낸 것이다. 마이크로미디어로 분류되는 소셜미디어 트위터가 이런 국면에선 매스미디어의 대안이 될 수도 있다는 것을 보여주는 좋은 사례다.

### (3) 학교장들의 시각에서 본 소셜미디어

Cox와 McLeod (2013)는 일선 학교장들과의 인터뷰를 통해 그들이 소셜미디어를 학교 운영의 필수도구로 인식하고 있다는 점을 보여줬다. 사실 교육현장은 다른 민간 기업에 비해 새로운 기술을 받아들이는 속도가 대체로 느리다. 소셜미디어의 경우도 마케팅과 홍보의 새로운 플랫폼으로 서둘러 도입한 주체는 민간 산업계다. 하지만 이제 학교장들은 소셜미디어가 그들과 다른 이해 관계자들간 상호작용을 촉진시키는 중요한 툴이라고 말하고 있다. 소셜미디어가 단순한 관계의 확장을 넘어서 관계에 깊이를 더해주는 양적, 질적 성장의 도구라고 강조한 것이다. 넓고 강한 연계, 이것이 소셜미디어에 대한 학교장들의 인식을 보여주는 핵심 어휘다.

흥미 있는 부분은 학교장들이 소셜미디어를 통한 “집과 학교간의 장벽 허물기”에 주목하고 있다는 점이다. 소셜미디어를 이용한 학부모와의 직접 대화를 통해 현재 있는 그대로의 학교 소식을 전달함으로써 학부모들의 학교관, 교육관을 업데이트 해 줄 수 있다는 것. 이런 업데이트가 없으면 학부모들은 여전히 예전 본인들 세대가 겪었던 학교생활의 경험을 요즘의 자녀 세대에게 적용시키려 애쓸 것이다. “내가 학교 다녔을 적에는…” 으로 시작되는 시대에 뒤떨어진 마인드를 교정해 주는 것이 학교장들이 전하는 소셜미디어의 공로다.

소셜미디어의 또 다른 기여는 보다 인간의 얼굴을 한 교장, 인간화(humanization) 을 가능케 해준다는 점이다. 특히 규모가 큰 학교일수록 학교장은 만나기 힘든 먼 인물로 간주 될 가능성이 크기 때문에 인간화 과정은 친근감을 부여하는데 필수 항목이다. 교장이 한 학교의 얼굴이라는 점을 감안할 때 이는 브랜드 전략으로서도 좋은 접근이다. 한편 본인을 소셜미디어에 노출함으로써 생성되는 것은 친근감 뿐 만이 아니다. 나를 가감 없이 보여주고 있다는, 그 투명성에 기인하는 자신감은 소셜미디어 이용자가 누리는 또 다른 혜택이다.

소셜미디어를 통해 학교장이 네트워크를 구축할 수 있는 주요 그룹은 지역과 시간의 한계를 넘어선다. Cox와 Mcloed (2013) 가 가진 인터뷰에서 한 교장은 소셜미디어를 통해 유명 교육 이론가들과의 교류가 가능해졌다고 밝혔다. 때로는 학계의 거물이 학교장의 소셜미디어 계정에 직접 글을 남기기도 한다는 것. 어쩌면 사소한 에피소드에 그칠 수도 있는 이 같은 사례는

그러나 학교 간 질적 장벽, 그 높낮이를 없애는 기폭제가 될 수도 있다는 점에서 의미를 갖는다. 산골 벽지의 작은 학교도 세계 수준의 교육을 지향할 수 있는 교육 개혁의 출발점이 될 수도 있다는 고무적인 신호다.

#### (4) 주 교육부의 모범 활용 사례

- 오하이오 교육부는 미국 내에서도 소셜미디어 채택에 앞서가는 기관으로 손꼽힌다 (Department of Education, 2013d). 이 기관이 내부에 배포한 “교육 속 소셜미디어”라는 2장짜리 짤막한 문서는 간단하고 알기 쉽게 소셜미디어의 기본 정보와 이 새로운 플랫폼을 어떻게 사용해야 하는가를 설명해준다. 오하이오 교육부는 특히 이벤트 홍보에 소셜미디어를 효과적으로 사용한다. 트위터와 워드프레스 블로그를 통해 홍보를 펼쳤던 한 학회에선 등록자수를 1년 만에 1448명에서 2778명으로 두 배 늘렸다. #OHEdEonf 가 그 성공을 이끈 해시태그이다.

이 기관은 소셜미디어의 성공 여부를 측정하기 위한 잣대로 리트윗을 이용한다. 현재 총 트윗의 70%가 리트윗 되는 것으로 자체 집계돼 성공적이라는 자평이 내려진 상태다. 다음은 오하이오 교육부가 밝힌 트위터의 성공 전략이다.

- ① 자주 트윗을 하는 게 가장 중요하다. 보통 하루에 5-7 번, 아침 점심 저녁 매번 트윗을 한다(반면 어떤 주의 교육부는 3달 간 포스팅이 없어 관리 태만의 악명을 얻은 경우도 있다).
- ② 교사들에게 도움이 되는 자료들로 링크를 달고 정보 탐색을 쉽게 해준다.
- ③ 특정 행사 사진을 올려 흥미를 유발하고 행사 후에는 비디오를 올린다.
- ④ 트위터에 올려진 질문에 성실히 답하고, 또 교육부 쪽에서도 이용자들에게 질문을 던져 참여를 유도한다.
- ⑤ 직원, 교사, 학부모등을 위한 중요 사안을 지속적으로 상기시킨다.
- ⑥ 새로운 보고서나 뉴스레터가 나오는 시점을 미리 공지한다.
- ⑦ 하루에 적어도 몇 번씩 사이트를 모니터링 한다.

- 조지아 교육부는 메인 뉴스 사이트 트위터 외에도 8개의 트위터 계정을 갖고 있다 (Department of Education, 2014a). 각 계정들은 특수교육, 커리큘럼, 수학, 영어, 이민자 이슈 등 다른 토픽들에 초점을 맞추고 있다. 이용자들이 시간을 낭비하고 자료 찾기에 애를 먹지

않도록 배려한 토픽별 계정은 보다 세분화되는 이용자들의 요구에 대응할 수 있다는 장점이 있다.

- 콜로라도 교육부는 “소셜미디어 대사” 제도를 운영 중이다. 콜로라도는 교사나 지역 인사들, 관련 기관 직원들을 대사로 선발해 다양한 이슈에 관해 교육을 시킨다. 이 대사들은 특히 어떤 문제가 불거졌을 때 콜로라도 교육부의 목소리를 대변하는 역할을 해낸다. 이상 신호가 감지되는 즉시 교육부는 대사들에게 해당 이슈에 대한 정보와 교육부의 입장 등을 설명하고 대사들이 몸담고 있는 조직 내에 그 정보를 빠르게 배포하도록 요청한다. 이 제도는 상당한 성공을 거둔 것으로 평가되는데, 대사를 통한 간접 정보습득이 계기가 돼 일반인들이 직접 콜로라도 교육부의 소셜미디어 사이트를 찾는 경우도 늘어난 것으로 알려졌다. 교육부는 대사제도 도입 후 트위터 팔로워, 트위터 참여율, 페이스북 “좋아요” 숫자가 모두 눈에 띄게 늘어났다고 밝혔다. 한편 콜로라도 교육부의 소셜미디어 관련 내부 문건은 주요 공략 그룹이 누구인지를 언급함으로써 우선순위를 두어야 할 소통의 대상을 명확히 했다(Department of Education, 2014b).

- 미네소타 교육부와 켄터키 교육부는 비주얼 효과에 관심이 크다. 사진과 영상을 인스타그램, 유튜브 바인 등에 올릴 계획이다. 켄터키는 Teacher Tube 라는 교사, 학생, 학부모를 겨냥한 일명 “교사 유튜브”에 영상을 공급 중인데 여력이 생긴다면 이 부분에 좀 더 시간과 노력을 투자할 계획이다(Department of Education, 2014b).

### 3) 주요 이슈와 정책/ 가이드라인

#### (1) 소셜미디어의 효과 측정

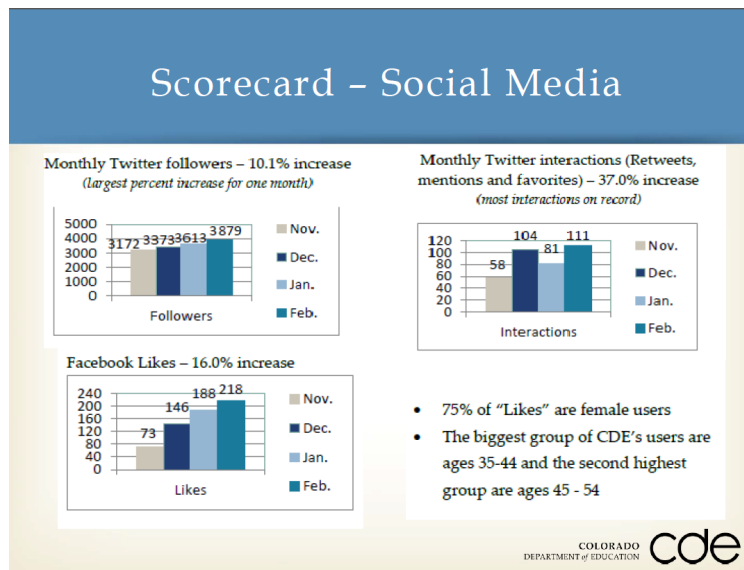
소셜미디어에 매우 우호적인 시각을 보이는 교육 당국자들도 정작 그 효과에 대해 논의할 때는 벽에 부딪힌다. 막연하게 “효과가 있을 것” 이라고 기대하지만 이를 뒷받침할 구체적 자료들을 어떻게 수집하는가. “측정”은 소셜미디어 도입과 운영의 가장 까다로운 이슈중 하나다. 소셜미디어 활용 이후 이용자들의 참여 증감, 여론 변화, 구체적 영향력 등을 가늠하기가 쉽지 않기 때문이다. 물론 대기업이나 마케팅 전문 업체에서 사용하는 전문 프로그램이 있긴 하지만 일반 교육 부서나 개별 학교 차원에서 고가의 프로그램을 구입하기엔 어려움이 있다. 실제로

미국 주정부와 지역의 교육 기관 중 64%가 소셜미디어 효과에 대해 계량화된 리포트를 작성하지 않는다고 밝혔다(Department of Education, 2013b). 이들 기관의 4분의 1은 보고서를 발간하지는 않지만 대부분 질적 분석이 주를 이룬다고 답했다. 여기에 다른 사이트에 공개된 통계자료들을 더하기도 하고 간단하게 팔로워 증가세를 언급하기도 하지만 양적 분석보다는 질적 접근이 대세다. 많은 기관들이 소셜미디어 가이드라인을 보유하고 있음에도 불구하고 이 가이드라인에 측정 방법을 명시한 곳은 절반 정도 밖에 안 된다.

그렇다면 교육 기관이나 학교가 시도해 볼 수 있는 측정 방법은 무엇인가. 다음은 미국 교육부가 제시한 실용적인 제안들이다.

① 가장 쉽고도 중요한 것: 팔로워, 팬들을 트래킹하라.

기초적인 통계를 무시해선 안된다. 페이스북과 트위터의 “좋아요”, “팔로우” 등의 통계를 주시해야 하는 건 말할 필요도 없다. Google Analytics 같은 간단한 플러그인은 이용자들의 페이지 방문, 열람 빈도, 체류시간 등을 측정 가능하게 해준다. 콜로라도 교육부는 이같은 통계치를 활용해 매월 소셜미디어 성적표를 발간, 공개하고 있다(그림 VI-3 참고).



출처: <http://www2.ed.gov/about/inits/ed/implementation-support-unit/tech-assist/social-media-best-practices.pdf>  
(2015. 11. 1접근)

【그림 VI-3】 콜로라도 교육부의 월간 성적표

### ② 마이크로 메트릭스에 주목하라.

기초 통계를 통해 소셜미디어 사이트 전반에 대한 흐름을 파악했다면 다음은 트렌드나 핫 이슈를 분석할 차례다. 어떤 이슈나 메시지가 파급력이 있는가를 세밀하게 살펴봐야 한다.

오하이오 교육부와 메릴랜드 몽고메리 카운티 교육부등은 웹분석을 통해 영상자료, 설문조사, 슬라이드쇼, 비디오 등등 개별 아이템의 효과를 가늠한다. 이들은 또 홈페이지의 웹링크 단축 서비스를 제공해 이용자들이 트위터 등 소셜미디어 사이트의 포스팅 페이지로 직접 이동하는 것을 가능하게 하고 그 링크가 받은 클릭수도 함께 집계한다. 트위터의 해시태그도 좋은 통계자료 웨이크 카운티는 어떤 페이스북 포스트가 가장 많은 '좋아요'를 받았나, 어떤 트윗 이 가장 많이 리트윗 됐는가를 집계 해 일간 분석 자료를 발간 중이다.

### ③ 아웃소싱으로 분석 보고서 작성

추가 비용을 지출해야 하는 이 제안은 언뜻 비현실적으로 들릴 수도 있지만 생각보다 적은 예산으로 실현 가능한 경우도 많다. 고가의 분석 프로그램을 직접 구입할 수 없다면 그 프로그램을 구입한 업체와 계약을 맺고 분석 보고서 업무를 전담시키는 것이다. 소셜미디어를 가장 적극적으로 앞서 활용하기 시작한 민간 부문 기업들은 그만큼 효과 측정에도 많은 관심을 기울여왔다. 교육이라는 공공 영역이 민간 부문을 따라 잡기는 힘든 일. 차라리 민간 부문의 효율성을 함께 누리는 것이 나은 대안일 것이다. 혹은 상대적으로 저렴한 소셜미디어 분석 프로그램을 구입하는 것도 한 방법이다.

켄터키교육부는 SumAll 이라는 무료 분석 프로그램을 사용해 팬과 팔로워 숫자를 트래킹하고, 코멘트, share 등의 기본 사항들에 대한 통계를 얻고 있다. 콜로라도 교육부는 그랜트 기금을 이용해 TopsyPro라는 프로그램을 구입했다. 이 소프트웨어는 어떤 토픽이 가장 많은 소셜미디어 참여를 이끌고, 어떤 시점에 소셜미디어 사이트의 대화가 정점을 이루었는지, 파트너 기관들의 사이트에선 어떤 이슈가 성공을 거두고 있는지 등 다양한 각도의 분석 자료를 제공한다. 콜로라도는 이 데이터가 소셜미디어를 통한 커뮤니케이션 전략을 세우는데 도움이 된다고 자평했다.

## (2) 정책과 규제

미국 교육기관의 소셜미디어 정책은 대부분 각 주의 교육부가 주도해 마련한다(Department of Education, 2013b). 일단 주 교육부에서 일반적인 정책을 만들고 산하 지역기관과 학교들이

그 정책을 따르는 형식이다. 중앙정부가 개입하지 않기 때문에 각 주 마다 정책의 큰 틀이 다를 수밖에 없다. 예를 들어, 어떤 주는 꽤 장문의 규정을 갖고 있는 반면, 중요 사항만 요약 제시해 놓은 주도 있다. 산하 기관들도 주 교육부에서 마련한 정책을 액면 그대로 갖다 쓰기 보다는 나름 실정에 맞게 보완해 적용하고 있다. 지역 교육 기관에 따라서는 덜 공식적인 형태로 가이드라인을 제시하는 선에서 그치기도 한다. 내부 직원들에게 어느 정도의 정책을 강요 혹은 권유할 것인지에 대해서도 주 교육부마다 의견이 갈리기 때문이다. 어느 교장은 상부 기관의 일반 규정을 준수하면서 학교의 소셜미디어를 운용하기엔 어려움이 있다고 말했다.

소셜미디어 정책과 관련해 가장 먼저 제기되는 이슈는 조직 구성의 문제, 즉 전담 조직 이 없다는 것이다. 인력부족은 가장 자주 언급되는 문제로 일선 기관의 44%가 애로를 겪고 있다. 주교육부와 지역 교육기관의 90%가 소셜미디어 관리를 부국장급에 맡기고 있는데 이들 고위 간부들이 소셜미디어에 투자하는 시간은 극히 제한적이다. 혹 소셜미디어가 주 업무라고 해도 직함자체에 소셜미디어나 디지털콘텐츠 등을 명시한 직원은 거의 드물다(Department of Education, 2013a; Department of Education, 2013c).

다음은 콘텐츠 관리와 관련된 문제다. 어느 선까지 소셜 미디어의 내용을 통제할 것인가는 늘 고심거리다. 미국 교육부에 따르면 주와 지역 교육기관의 3분의 2 가 소셜미디어 콘텐츠의 승인을 위한 공식 절차를 마련해 두고 있다. 교육관계자들의 35%는 “시민들의 부정적 포스팅”에 대해 염려하고 있으며 어떤 기준을 적용해 소셜미디어 상의 대화를 통제해야 할 것인가가 중요한 문제라고 밝혔다(Department of Education, 2012). 콘텐츠 관리는 조직 내부에서 공급하는 콘텐츠와 외부 이용자들이 올리는 콘텐츠 내·외부 아이템들을 모두 포함하지만 실상은 규범적 실용적 차원에서 답을 내리기 힘든 이슈다. 즉 소셜미디어 상의 그 많은 정보를 일일이 관리할 수 있는가하는 가용 자원의 한계에 부딪히고, 투명한 소통에 뿌리를 둔 소셜미디어의 본질에서 벗어나 특정 내용을 차단 혹은 삭제 하는 것이 규범적으로 허용되는가도 숙제로 남아있다.

기술적 규제도 자주 제기되는 이슈다. 정책적으로 가동되는 방화벽 등이 특정 사이트를 차단, 직원들의 접근 자체를 막아 버리는 경우가 많기 때문이다. 이는 정부 기관뿐만 아니라 학교 캠퍼스 내에서도 자주 제기되는 불만사항이다. 학교 안에서의 기술적 규제 문제는 다음 장의 디지털 리터러시 부문에서 보다 자세히 설명될 것이다. 이 밖에도 소셜미디어 상의 명예훼손이나 특히 교육계의 핫 이슈인 사이버 왕따(Cyber Bulling)와 관련된 처벌 수위도 교육관계자들의 오랜 고심거리다. 사이버 왕따에 대해 미국 내에서 일반적으로 적용되는 엄중 처벌정책(zero-tolerance)에 대한 논란 역시 디지털 리터러시 부문에서 논의될 것이다.

### (3) 성공을 위한 제언

#### ① 도입단계

이미 소셜미디어 사이트를 운영 중인 기관이라도 다음 조언들은 도움이 될 것이다. 만약 기대보다 소셜미디어에 대한 이용자들의 호응이 저조하다면 처음으로 돌아가 아래 사항들을 점검해 보는 것도 좋은 방법이다.

##### ▪ 조직 내 간판스타를 찾아보자

꼭 기관의 이름으로 소셜미디어를 운영해야 하는 것은 아니다. 사람이 더 좋은 브랜드일 경우도 있다. 로드아일랜드는 교육국장이 소셜미디어를 주도하며 독특한 스토리텔링으로 인기를 얻고 있다(물론 그 간판스타가 조직을 떠날 경우 발생하는 손실은 이 전략의 약점이다).

우선 다음과 같은 질문을 던져보자.

- 이 사이트의 주요 이용자는 누구인가?
- 이용자들은 어디에서 뉴스를 얻나?
- 이용자들은 어떤 플랫폼을 주로 사용하고 있나?
- 우리가 홍보하고자 하는 주요 메시지는?
- 이용자들이 소셜미디어 대화에 참여한 후 어떤 후속행동을 취하길 원하는가?
- 누가 콘텐츠를 만들고 누가 그 포스팅을 승인할 것인가?
- 문제가 생겼을 때 대응 절차는?

##### ▪ 새로운 플랫폼을 시도해보자

바로 위의 질문에서 이용자들이 주로 사용하는 플랫폼을 염두에 두어야 한다고 언급했지만, 때로는 새로운 플랫폼을 시도해 보는 것도 좋다. 현재 페이스북과 트위터가 압도적인 인기를 얻고 있긴 해도 이 단순한 마이크로블로깅 사이트들은 한계를 보인다고 미국 교육부는 지적하고 있다. 예를 들어 조지아 교육부는 교장들과의 소통에 핀터레스트(Pinterest)를 사용한다. 미국 내 주요 조사 결과들이 말해주듯 사진 공유는 소셜미디어의 강력한 트렌드로 자리 잡았다. 소셜미디어의 양대 산맥인 페이스북과 트위터에서 벗어나 이미지 중심의 사이트로 관심을 돌려보는 것도 좋을 것이다.

- 기존 모범 사례를 찾아 배운다.
- 직원들의 실수를 방지하기 위한 교육을 미리 실시한다.

소셜미디어에서의 작은 실수가 자칫 위기로 확산될 수도 있다. 예의바르고 투명하고 정확한 포스팅에 대한 직원교육을 실시하는 것이 좋다. 조지아 교육부는 메시지의 “톤”에 대한 가이드라인을 제정했다. 여기에는 커뮤니티로부터 오는 긍정/부정적 반응을 포용하고, 이용자들의 기분을 헤아릴 것, 정당한 비판에 대한 수용 등의 권고가 포함돼있다. 켄터키와 뉴욕 교육부도 비슷한 내용을 가이드라인에 포함시켰다.

- 구체적이고 명확한 정책을 세운다.

소셜미디어에서 해야 할 것과 하지 말아야 할 것들에 대한 규정이 필요하다. 예를 들어 부정적이고 공격적인 메시지에 어떻게 대응할 것인가, 어떤 메시지가 삭제 대상인가, 또 어느 수준까지 아카이브를 보존할 것인가에 대해 명시해야 한다.

## ② 사이트 관리와 콘텐츠 업데이트

- 출입처 제도의 도입

워싱턴주는 교육부는 기자들의 출입처제도를 본따 특정 분야를 전담, 포스팅 하게 하는 제도를 도입했다. 이 제도는 담당자의 전문화를 유도해서 메시지의 품질을 향상시키고 이용자들의 문의에 매끄럽게 대응하도록 준비 시킬 수 있다는 장점을 가진다. 홍보팀 직원들이 돌아가면서 전체 소셜미디어 사이트를 관리하는 경우도 많지만, 업무와 정보의 연속성을 고려하면 출입처 시스템이 바람직하다.

- 각 부서/기관 간 콘텐츠를 공유한다.
- 만약 시간에 쫓기는 상황이라면 이미 준비돼 있는 콘텐츠를 재활용하는 것도 한 방법으로 제안된다. 예를 들어 월간 뉴스레터의 내용을 다시 소셜미디어에 포스팅하는 것도 대안이다.
- 홍보팀에 속하지 않은 직원도 메시지를 올릴수 있는 기회를 준다(문제는 메시지를 컨트롤 할 수 없다는 부작용이다).
- 앞서 조지아 교육부의 경우처럼 이슈별로 다수의 소셜미디어 사이트를 운영하면 세분화된 이용자층에 쉽게 접근할 수 있다(이 경우 메인 페이지의 메시지나 통합 브랜드의 이미지가 희석될 우려가 있다).
- 비전통적인 미디어 인물들과 접촉한다.

오하이오 교육부는 기존 신문 방송의 기자들 뿐 만 아니라 지역 내의 블로거들과 정기적인 만남을 갖는다. 이들에게 소셜미디어 사이트를 홍보하고, 운영 콘텐츠의 아이디어도 얻을 수 있다.

▪ 재미있는 콘텐츠

공공정책을 다루는 분야나 만큼 재미있기는 어렵지만, 미국 내 많은 교육기관들은 기관들은 Twitter Ed chats 와 같은 모임을 열어 어떻게 하면 이용자의 관심을 끌 수 있는 콘텐츠를 생산할 수 있는지 정기적으로 토론한다.

(4) 교실 속 소셜미디어

이제까지의 논의가 주로 주정부와 지역 교육 당국에 초점을 맞춰왔다면 여기에선 학생에게로 관심을 돌려보자. 소셜미디어와 관련해 학생들에게 무엇을 어떻게 가르칠 것인가. 실제 교실에서 적용 할 수 있는 수업 아이디어로 는 무엇이 있다. 뉴욕시 교육부가 발표한 소셜미디어 가이드라인의 일부를 간추린 <표 VI-1> 은 학생을 위한 중요 제안과, 학생들이 그 제안을 보다 효과적으로 기억하고 납득 할 수 있도록 돕기 위한 교실 내 활동을 소개하고 있다(NYC Department of Education, 2014a). 교사들은 이 같은 다양한 토론 주제와 과제들을 바로 현장에서 활용 할 수 있을 것이다.

표 VI-1 소셜미디어 가이드라인(뉴욕 교육부)

학생들을 위한 조언	교사들을 위한 수업 아이디어
주제: 책임감 있는 포스팅	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 주로 어떤 사람들이 내 포스팅을 읽을까 생각해 본다.</li> <li>- 누가 읽을지 모르는 내 소셜미디어: 나를 아는 가족이나 친척이 읽어도 괜찮은지 생각해보자.</li> </ul> <p>※ 잠깐. 온라인에 올리기 전에 잠시 동작을 멈추고 한번 더 생각해보자</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 교실에서 소셜미디어를 사용할 때마다 포스팅 에티켓을 함께 검토한다.</li> <li>- 긍정/부정적인 사례가 되는 포스팅들을 모아보고 학생에게도 과제로 내준다.</li> <li>- 학생들 스스로 일종의 계약서를 작성하게 하고 서명하게 한다. 소셜미디어의 적절한 사용과 부적절한 포스팅에 대해 규정한 이 계약서를 교실에 게시한다.</li> </ul>
주제: 온라인 활동의 결과에 대한 고려	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소셜미디어의 개인적 사용이 학교생활에 영향을 줄 수 있다.</li> <li>- 자신을 보호하고 너무 많은 개인정보를 노출하지 마라.</li> <li>- 프라이버시 세팅을 적절히 이용해라.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 학생들에게 온라인 활동이 가져오는 긍정/부정 결과를 담은 표를 만들게 하고 이를 교실에 게시한다.</li> </ul>

학생들을 위한 조언	교사들을 위한 수업 아이디어
주제: 사이버 왕따	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 사이버 왕따는 다양한 형태를 띤다. 공격적인 문자나 이메일, 소문을 지어내고 허위 사실을 포스팅하고, 온라인상에 불편한 사진을 유포하는 것이 사이버 왕따의 사례다.</li> <li>- 사이버 왕따를 당하거나, 목격했으면 부모, 교사 등 성인에게 보고하고, 만약 상황이 급박하다고 판단되면 경찰에 신고해야 한다.</li> <li>- 사이버 왕따를 당할 때 맞받아 상대하거나 위협하지 말고, '친구'에서 삭제해 상대의 접근을 차단시키자. 증거가 될 만한 메시지 등을 보관해두자.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 미디어에 보도된 실제 사이버 왕따 사례들을 골라 학급에서 토론한다. 학생들에게도 사례 수집을 과제로 내준다.</li> <li>- 그런 상황이 일어났을 때 어떻게 대처해야 하는가, 누구에게 도움을 청해야 하는가를 토론한다.</li> <li>- 학교 내의 상담사 등 학생들이 도움을 받을 수 있는 이들에 대한 정보를 제공한다.</li> </ul>

\* 출처: NYC Department of Education (2014), Student Social Media Guidelines ; Teacher Guide to Student Social Media Guidelines.

### 3. 캐나다

#### 1) 청소년의 인터넷 이용 실태

##### (1) 유튜브가 압도적 1위

캐나다의 대표적인 디지털 미디어 리터러시 추진 단체인 미디어스마트<sup>19)</sup>는 전국 5,436명의 9-17세 학생들을 대상으로 실시한 2013년의 설문조사 결과를 이렇게 요약했다.

*“젊은 캐나다인들은 더 많이 연결되고, 더 많이 기동성을 가지며, 그 어느 때보다 더 사회적이다.”*

이 조사에 따르면 캐나다의 학생들은 거의 전부가 학교 밖에서 인터넷에 접속할 수 있으며, 고학년일수록 타블릿이나 스마트폰과 같은 개인용 휴대용 기기를 통해 인터넷을 접속하는 비율이 높다. 휴대폰을 통해 온라인에 접속하는 비율이 9세 아동의 경우 24%에 그쳤지만 이 비율은 52% (13세), 85% (17세)로 연령이 높아질수록 눈에 띄게 증가했다. 정보검색의

19) 미디어스마트는 디지털미디어 리터러시를 주도하는 캐나다의 대표적인 단체로 2001년부터 청소년들의 인터넷 이용 실태를 조사하고 있다(<http://mediastamrts.ca>). 장기 프로젝트로 진행되고 있는 이 연구는 2001년의 제1단계에 이어, 제2단계가 2005년에 시행했다. 가장 최근의 제3단계 연구조사는 2011년부터 시작해 2013년에 마무리 됐으며 포커스 그룹 인터뷰 등의 질적 방법과 교실 방문 설문조사인 양적 방법을 모두 사용한 것이 특징이다. 제3단계 연구는 캐나다 전역의 학부모, 교사, 학생을 아우르는 광범위한 연구다.

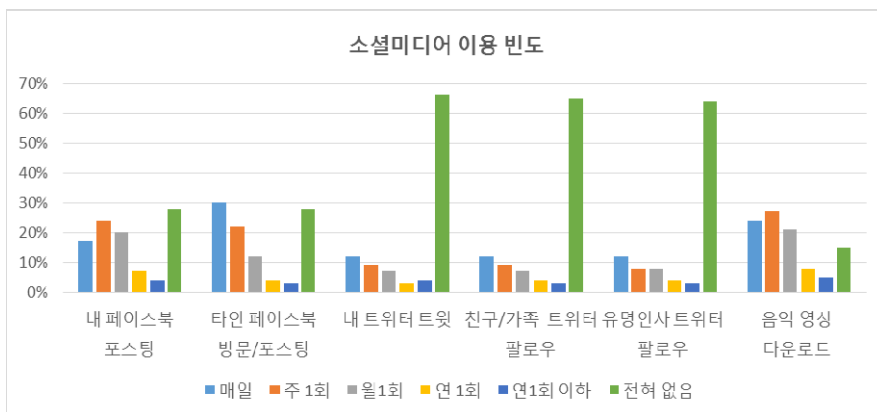
목적도 연령대에 따라 달라진다. 초·중학생들이 단순한 문제의 해답을 인터넷에서 찾는 것과 달리 고등학생들은 정신질환, 인간관계 문제, 성에 대한 고민과 같은 보다 민감한 토픽에 대한 정보를 찾기 위해 웹을 뒤진다.

소셜미디어는 초등학생 사이에도 광범위하게 퍼져있다. 13세 이하의 경우 공식적으로 페이스북 사용에 제약이 있음에도 불구하고, 이들의 30%가 페이스북 계정을 갖고 있다. 트위터 계정을 보유한 학생도 16%에 달했다. 고등학생만을 대상으로 했을 때 95%가 페이스북 계정을, 절반 정도가 트위터 계정을 갖고 있다.

가장 즐겨 찾는 사이트를 묻는 질문에, 캐나다 학생들은 거의 3,000개에 달하는 다양한 사이트들을 언급했다. 그러나 성별과 나이를 막론하고 유튜브(75%), 페이스북(57%), 구글(31%), 트위터(24%)는 가장 인기 있는 사이트였다. 2005년에 실시한 같은 조사에서 상위 10개 사이트 중 절반 이상이 게임 사이트였다는 점을 고려하면 소셜미디어의 부상은 주목할 만한 변화다.

(2) 여학생은 페이스북, 남학생은 트위터

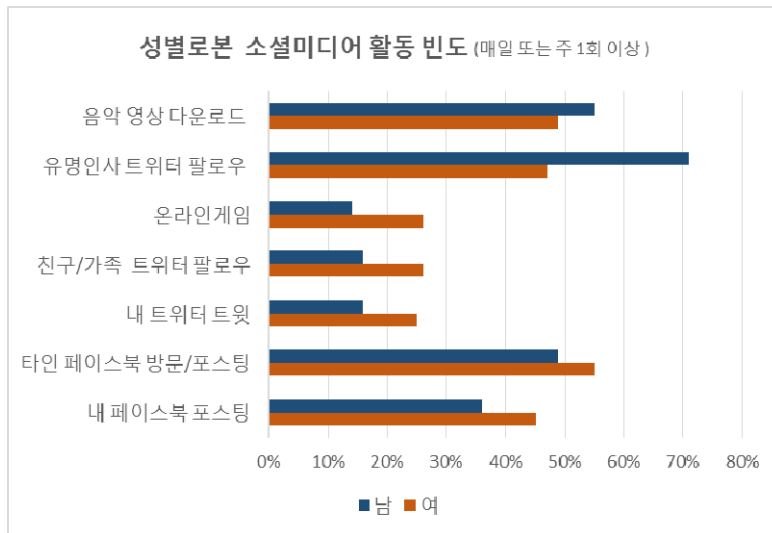
소셜미디어 이용에 초점을 맞춰보면, 흥미롭게도 본인의 페이스북(17%) 보다는 타인의 페이스북(30%)을 하루에 한번 이상 방문해 메시지를 읽고 포스팅하는 청소년들이 더 많았다. 트위터의 경우는 본인과 타인의 계정을 방문하는 빈도가 거의 같았다. 또 절반이상의 청소년이 적어도 주 1회 음악이나 영상을 다운로드 하는 것으로 나타났고, 68%의 학생들은 자신의 소셜미디어 페이지를 가족들과 공유할 의사가 있다고 밝혔다(그림 VI-4 참고).



\* 출처:Steeves, Valerie. (2014a). Young Canadians in a Wired World, Phase III: Life Online. Ottawa, 22p.

【그림 VI-4】 청소년의 소셜미디어 이용 현황

소셜미디어 사용 현황을 성별에 따라 비교했을 때, 여학생은 상대적으로 페이스북 활용이 많았고 남학생은 트위터 이용이 더 빈번했다. 가장 눈에 띄는 차이는 게임에서 드러난다. 남학생의 71%가 매일 또는 적어도 일주일에 한번 온라인 게임을 한다고 답한 반면 여학생들의 절반 이하가 같은 빈도로 게임을 한다고 밝혔다(그림 VI-5 참고).



\* 출처: Steeves, Valerie. (2014a). Young Canadians in a Wired World, Phase III: Life Online. Ottawa. 23p.

【그림 VI-5】 성별에 따른 소셜미디어 이용 차이

온라인을 통한 사회참여는 저조한 편이다. 중고생들의 3분의 2 이상이 한 번도 뉴스 사이트에 댓글을 단 경험이 없다고 답했다. 또 대다수가 뉴스의 링크(50%)를 보내거나, 온라인을 통해 환경단체나 아동보호 단체 등을 지원한 경험(65%) 역시 전무한 것으로 나타났다(표 VI-2 참고).

표 VI-2 캐나다 중고생들의 온라인 사회참여

	매일	주 1회	월1회	연 1회	연1회 이하	전혀 없음
뉴스사이트에 댓글 달기	3%	4%	6%	6%	9%	71%
뉴스나 사회현안에 대한 링크 보내기	4%	10%	14%	11%	12%	50%
환경, 아동보호 단체 가입/지원	3%	4%	7%	10%	11%	65%

\* 출처: Steeves, Valerie. (2014a). Young Canadians in a Wired World, Phase III: Life Online. Ottawa. 17p.

### (3) 소셜미디어와 안전

캐나다 전역에서 활동 중인 PREVNet은 사이버왕따 문제를 집중적으로 다루는 기관과 연구자들의 네트워크다. 이곳의 산하 단체인 전국 청소년 자문 위원회는 2014년 소셜미디어와 안전이라는 주제 아래 13-25세의 청소년 770명을 대상으로 설문 조사를 실시했다. 앞서 소개한 미디어스마트의 연구에선 유튜브의 활용빈도가 페이스북을 훨씬 앞섰지만, 전국 청소년 자문 위원회의 조사에선 페이스북이 캐나다 청소년들 사이에서 가장 많이 이용되는 소셜미디어로 집계됐다. 청소년들의 94%가 페이스북 계정을 가지고 있고 85%의 청소년들이 매일 페이스북을 이용한다.

소셜미디어의 안전 문제와 관련해서 청소년들은 다양한 경험을 밝혔는데, 이들의 진술문이 묘사하는 소셜미디어 공간의 풍경은 사뭇 다르다. 기성세대가 안심해도 될 만큼 안전한 공간인 듯싶다가도, 경각심을 가지고 주시해야 할 위험한 세상으로 보이기 때문이다. <표 VI-3> 은 이 조사에서 감지된 긍정적인 징후와 불안 요소를 정리한 것이다.

**표 VI-3** 소셜미디어와 안전

긍정적인 지표	불안요소
<ul style="list-style-type: none"> <li>- 소셜미디어 프라이버시 세팅 설정 : 98%</li> <li>- 욕설 등의 불건전 콘텐츠 신고 : 70%</li> <li>- 소셜미디어의 신고체제 효율적 : 78%</li> <li>- 문제 있는 콘텐츠 신고 후 어떤 후유증도 없었음 : 84%</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- 지난 한달 간 사이버 왕따 경험 : 31%</li> <li>- (15세 이하) 지난 한 달간 사이버 왕따 경험 : 50%</li> <li>- (15세 이하) 보복이 두려워 온라인 신고 못함 : 41%</li> <li>- 페이스북의 “13세 이상” 규정 실질 효과 없음 : 66%</li> <li>- 11세 이전에 페이스북 가입 : 6%</li> </ul>

\* 출처: National Advisory Committee (2014). Social Media and Safety: How are Youth Using Social Media? <http://www.medialiteracyweek.ca/2014/10/social-media-and-safety-how-are-youth-using-social-media/> (2015. 11. 1 접근)

또 하나 주목할 사실은 청소년들이 웹사이트에 게시된 개인정보 관련 문항을 안전보장의 약속으로 오해 한다는 것이다. 대부분의 사이트들은 개인정보 수집 방침에 대해 형식적으로 설명하고 있는데, 학생들은 이 문구가 있는 경우 해당 사이트는 자신들의 정보를 이용하거나 타 사이트, 기업과 공유하지 않는다고 착각하는 경향이 있었다(Steeves, Valerle, 2014b).

인터넷 안전 불감증은 연령과 정비례 관계를 보인다(Steeves, Valerle, 2014a). 연령이 높아질수록 인터넷의 위험을 덜 인식하는 것이다. 초등학생의 절반정도만 인터넷은 안전한 공간이라고

답한 반면 고등학교2학년 학생의 경우66%가 안전하다고 답했다. 성별로는 남학생 (63%)에 비해 여학생들이 (82%) 인터넷에서 마주치는 낯선 인물에 대해 더 경계심을 보였다. 따라서 인터넷이 안전하다고 생각하는 여학생의 비율(51%)도 남학생(61%)보다 낮았다.

## 2) 소셜미디어 시대의 디지털 리터러시

### (1) 개념의 전환

디지털 리터러시를 논의하기 위해선 미디어 리터러시에 대한 이해가 우선되어야 할 것이다. 미디어 리터러시는 단순한 읽고 쓰기를 넘어서 다양한 형태의 메시지에 접근, 그 메시지를 분석 평가하는 한편 메시지를 창조 할 수 있는 능력으로 정의되어 왔다(Aufderheide, 1993). 디지털 리터러시는 이 전통적인 개념을 새로운 미디어 환경에 맞춰 확장한 것으로, 새로운 기술의 습득, 그 기술을 이용한 창조적 생산, 정보의 선별적 이용과 평가 능력까지를 포함하는 광범위한 개념이다(Steeves, Valerie, 2014b). 과거의 미디어 리터러시 교육에서 강조됐던 ‘텍스트’는 이제 단순한 문자가 아니다. 현대적 의미로서의 텍스트는 커뮤니케이션을 위한 모든 상징시스템을 총칭한다. 말, 이미지, 영상, 음향, 음악 등 다양한 형태의 소통에 동원되는 모든 상징들이 바로 리터러시의 대상인 텍스트다.

Kahne, Lee 와 Feezell (2012)은 디지털 리터러시를 ‘나침반’에 비유한다. 오늘날처럼 정보가 넘치고 미디어가 생활 속까지 파고든 사회를 살아가는 이들에게 디지털 리터러시는 나침반 같은 불가결한 삶의 기술이라는 것이다. 이들이 제시하는 디지털 리터러시의 요소는 다음과 같다:

- 정보에 대한 책임 있는 선택과 접근
- 다양한 형태의 메시지 분석 평가
- 다양한 형태의 콘텐츠 생성
- 자신의 소통 행위에 대한 자성
- 개인 혹은 집단 차원에서의 사회적 참여

같은 맥락에서 Livingstone(2004)은 접근, 분석, 평가, 콘텐츠 창조를 디지털 리터러시의 구성 요소로 꼽았다. 디지털 리터러시에 대한 어떤 개념적 정의에서도 수동적 소비자는 존재하지

않는다는 사실을 눈여겨보아야 한다.

청소년 세대에 초점을 맞춰 디지털 리터러시를 논의할 때, 혼란스러운 점은 보여 지는 것과 실상의 차이이다. 젊은 세대는 흔히 디지털 원주민으로 불린다. 스마트폰은 그들 신체의 연장인 듯 보이며, 새로운 기기를 손에 넣기 위해 과감히 지갑을 여는 첨단 세대다. 그러나 이러한 소비 행위가 디지털 리터러시의 동력인 비판적 사고와 창조성을 보장해 주진 못한다. 게다가 단순히 기술 자체만 두고 봤을 때도 청소년 세대 내에서의 격차는 크다. 사회경제적 지위에 따라 디지털 노하우의 차이가 크기 때문에 학교 교육은 이 격차를 좁히는 역할과 책임을 담당해야 한다(Hargittai, 2010). 미국 지역 고교생들을 대상으로 실시한 한 패널 조사는 약 절반가량의 학생들이 온라인상 사회이슈나 정치와 관련된 정보사용에 관한 교육을 받았다고 보고했다. 반면 인터넷에 올리기 위한 정보 생성 교육을 받은 학생은 15%에 불과했다(Kahne, Lee & Feezell, 2012).

소셜미디어 시대에서 디지털 리터러시는 더 큰 의미를 갖는다. 소셜미디어의 등장으로 지금의 젊은 세대는 전혀 새로운 국면을 맞았다. 온라인에 자신의 존재를 드러내는 포스팅 작업이 훨씬 수월해졌기 때문이다. 자신의 프로필을 소셜미디어에 만들고, 사진을 게시하고, 글을 게시하며 댓글을 다는 행위는 디지털 리터러시가 지향하는 적극적인 '콘텐츠 생산자'의 역할을 손쉽게 현실화 시켜준다(Steeves, Valerle, 2014b).

## (2) 디지털 시티즌십(Digital citizenship)

디지털 리터러시가 지향하는 것은 참여 민주주의가 필요로 하는 행동하는 시민이다. 소셜미디어의 궁극 목표를 참여를 위한 격려와 고무(*inspiring*)로 내세운 미국 교육부의 선언도 이와 궤를 같이한다. Jenkins(2006)는 디지털 미디어 리터러시 교육이 청소년들에게 공공 영역에 참여할 수 있는 기술을 부여함으로써, 기존 미디어의 부정적 효과로 지적돼온 수동적 시민의 부작용을 줄여 나갈 수 있다고 주장했다. 이 같은 주장은 TV시청 시간과 사회 활동 참여가 부정적 상관관계를 갖는데서 기인한 그간의 우려를 순화시키는 역할을 하기도 한다(Putnam, 1995). 수동적 시청자를 양산하는 비난을 받아온 TV와는 전혀 다른 디지털 매체가 지금 젊은 세대의 삶을 관통하고 있기 때문이다.

한 연구 결과는 디지털 리터러시 교육을 받은 고교생들은 온라인을 통한 정치 참여가 더 활발하며, 보다 다양한 관점의 의견에 노출되는 경향이 있다고 밝혔다(Kahne, Lee & Feezell

, 2012). 디지털 미디어 리터러시 교육이 지향하는 비판적 사고를 갖춘 창조적 인간은 자연스럽게 사회문제에 더 관심을 쏟을 수밖에 없다. 사회 문제에 대한 주목과 관심, 해당 이슈의 중요성에 대한 자각은 결국 “문제해결자”로서의 행동을 촉진 시키게 된다. 디지털 미디어 리터러시 교육과 관련된 대부분의 문헌이 “문제해결자”를 부각시키는 것도 같은 맥락이다.

Hobbs와 Jensen (2009) 은 인터넷 안전 이라는 용어를 대체할 새 개념으로서의 디지털 시티즌십을 주장했다. 디지털 시티즌십은 온 오프라인 커뮤니케이터로서의 개인과 그룹의 권리와 책임을 강조한다. 즉 프라이버시 침해, 사이버 왕따 등 부정적인 현상으로부터 마냥 ‘보호’만 받아야 할 약자가 아닌, 자율권을 지닌 시민, 자신과 가족을 정보 속에서 지켜 낼 수 있는 힘을 가진 시민을 상정한 개념이다(Hobbs, 2010).

### (3) 청소년과 디지털 리터러시 : 현황

우선 캐나다 청소년들의 온라인 정보 검색 능력을 보면 61% 가 하나이상의 검색 엔진을 사용 중인 것으로 나타났다. 하지만 중고등 학생 중의 3분의 1 정도만 다양한 선택사항이 추가된 정교화 된 검색 엔진 기능을 사용했다(MediaSmarts, 2014d). 고무적인 사실은 대다수의 청소년들이 온라인 에서 찾은 정보의 질을 확인하기 위한 노력을 한다는 점. 자신들이 찾은 정보를 학교 과제에 이용하거나, 혹은 친구나 가족에게 제공할 때마다 그 정보가 믿을만한지 확인해 보는 학생들이 70%를 넘어섰다. 60%는 블로그나 온라인 뉴스 사이트에서 본 뉴스의 진실성도 확인해 본다고 답했다. “신문에 나왔으니까,” “TV에서 그렇게 말하니까” 무조건 믿었던 예전 세대와는 확연히 다른 모습이다. 청소년들의 정보 확인은 일단 해당 사이트가 믿을 만한지 웹 페이지를 살펴보는 일에서 시작된다. 다음은 다른 사이트들도 같은 내용의 정보를 제공하는지 비교해 보고, 정보제공자가 해당 분야의 전문가인가를 살피는 것도 정보 검증에 많이 사용되는 방법이다. 이 정보 확인 과정에서 교사의 역할 역시 큰 것으로 나타났다. 특히 저학년일수록 교사로부터 조언을 구해 해당 사이트의 정보를 사용해도 되는지 결정하는 경우가 많았다. 또 같은 학년 대에 있더라도 여학생은 교사에게 도움을 요청하는 반면 남학생은 다른 인터넷 소스를 검색하는 경향을 보였다.

이 조사에서 한 가지 흥미로운 부분은 많은 학생들이 즉각적인 효과가 있을 때 자신의 디지털 리터러시 능력을 활용한다는 것이다. 즉 학교 성적에 영향을 미칠 때 학생들은 능동적으로 정보를 찾고, 보다 많은 비율의 학생들이 그 정보의 진위 여부를 확인하기 위해 나선다. 하지만

우려해야 할 소식도 있다. 디지털 윤리 문제다. 고2 학생의 14%가 시험 중에 부정행위를 위해 휴대폰을 사용한 적이 있다. 또 같은 학년의 72%는 음악이나 TV 쇼, 영화를 불법으로 다운로드 받는 것이 대수로운 일이 아니라고 답했다.

관심을 교육 현장으로 돌려보면 캐나다 디지털 미디어 리터러시의 교육은 여전히 교사 주도로 시행되고 있는 것을 알 수 있다. 디지털 기술의 가장 큰 특징 중 하나인 쌍방향의 특성이 제대로 구현되지 못한 채 디지털 이전 시대와 마찬가지로 일방향의 커뮤니케이션이 대세를 이루고 있는 것이다. 수업시간에 상대적으로 많이 사용되는 도구는 교과목 웹사이트 (72%), 디지털 칠판 (68%)으로, 컴퓨터 랩(74%)을 제외하면 디지털 기기의 작동은 대부분 교사의 통제아래 있다. 다만 소수의 교실에서 학생들 본인의 기기인 노트북 (53%), 태블릿 (31%), 전자책 리더기 (27%), 휴대폰 (25%)이 허용됐다. 교실 안에서 모바일 기기의 사용이 제약되기도 했지만 사실 학생들 스스로도 이들 기기를 디지털 리터러시의 중요 요소인 협업 (collaboration)을 위한 교실 안팎의 소통수단으로 사용하는 경우는 20% 내외에 머물렀다.

### 3) 디지털 리터러시: 액션플랜

#### (1) 기술교육이 아니라 커리큘럼이 관건

디지털 리터러시와 기술 숙련도는 동의어가 아니다. 디지털 미디어 리터러시는 비판적 사고 능력을 지닌 참여하는 시민, 평생에 걸쳐 학습되고 실천돼야 할 시민의 자질에 주목한다. 디지털 미디어 리터러시가 디지털 시티즌십을 지향 한다면 실제 교육에서도 규범적인 요소가 강조돼야 할 것이다. 디지털 미디어 리터러시 교육의 핵심은 결국 도덕성과 윤리이며 구체적인 기술 트레이닝은 디지털 시티즌십을 고양시키기 위한 도구일 뿐이다.

Hobbs (2010) 는 디지털 미디어 리터러시 교육의 5가지 현안 과제로 ①도구 지향적 교육에서 벗어날 것, ②기술이 동반하는 위험성을 설명 할 것, ③리터러시의 개념을 확장 시킬 것, ④ 메시지의 신뢰성과 질을 평가할 수 있는 능력을 키워줄 것, ⑤뉴스와 저널리즘을 초중고 교육에 접목 시킬 것을 주문했다. 캐나다의 교사들은 특정 소프트웨어나 하드웨어를 사용하는 법을 가르치기 보다는 왜 이들 기술들이 그들의 학습 과정에서 중요한 가를 먼저 가르쳐야 한다고 강조했다. 교사들에게 더 절실한 것은 기술 습득을 위한 워크샵이 아니라 커리큘럼 개발을 위한 재교육의 기회이다(Steeves, Valerie, 2014b).

학계와 일선 교육 현장에서 요구하는 커리큘럼의 개혁은 디지털 미디어 리터러시 교육의 정규화와 다른 교과목과의 연계로 집약된다. 산발적이고 비정기적인 언급에서 벗어나 디지털 리터러시를 정식 교과목으로 채택하고, 일정 수준 표준화된 학습계획서를 전 지역의 학교가 공유해야 한다는 것이다. 타 과목과의 연계와 관련해선 미국 교육부 역시 2010 기술계획을 통해 어떤 분야와 교과목을 막론하고 비판적 사고, 문제해결, 협동, 멀티미디어 커뮤니케이션이 커리큘럼에 포함돼야 한다고 밝힌바 있다(Hobbs, 2010). 디지털 미디어 리터러시 교육의 핵심이 문제해결 (problem solving)을 위해 디지털 자원을 어떻게 활용할 것인가에 있는 만큼 이를 다른 과목에 접목시키는 것은 어려운 일이 아니다.

(사례) 기술은 목적이 아니다. 캐나다 어느 고등학교의 수업시간. 문자로 쓰인 시가 음성으로 변환되면 우리는 그 시구에서 어떤 다른 느낌을 받게 되는가를 토론하는 시간이었다. 교사는 문자 텍스트와 음성 텍스트간의 관계를 설명하고, 음악적 파노라마(Sounds cape) 라는 새로운 개념을 소개했다. 이어서 학생들에게 음향 녹음/편집 프로그램(Audacity)을 이용해 과제를 완성하라고 요구했다. 그 과제의 목적을 이해하게 된 학생들은 매우 흥미를 가지고 Audacity를 이용했다. 결국 새로운 프로그램을 다루는 기술 자체는 부차적인 것이며, 문제는 왜, 무엇을 위해 그 프로그램이 필요한가를 이해하고 동의하는 것이 더 중요하다. 학생들은 교사의 기술적 도움 없이 스스로 프로그램을 내려 받고 사용방법을 익혀 과제를 마무리했다. 그 과정에서 학생들이 던진 질문은 단지 두 가지. Audacity의 스펠링과 완성된 파일을 어떤 형식으로 제출 할 것인가이다.

(Steeves, Valerle, 2014c)

## (2) 교사의 역할 여전히 중요

디지털 환경 속에서 교사의 위치는 때로 취약해 보인다. 뉴욕타임스는 이미 수년전 “새로운 교실 전쟁: 교사 대 기술” 이라는 기사를 통해 미국 교육 현장에서 일어나는 갈등 상황을 보도한 바 있다(New York Times, 2007). 그렇다면 디지털 미디어 리터러시 교육에서 교사는 어떻게 자리매김 해야 하는가.

교사들 스스로의 목소리를 종합해 보면 바람직한 교사의 역할은 “학생들과 함께 배우는 어른”이다. 적어도 기술적인 면에 있어서 교사는 학생과 나란히 자리한다. 한 교실에서 교사만이 유일한 전문가라는 가정은 필요 없으며 오히려 함께 배운다는 사실이 학생들의 참여를 더

복돋을 것이다(Rosen, 2014). 교사들을 위한 기술 교육은 물론 필요하고 교사들의 기술사용 능력 역시 객관적인 평가가 필요한 항목이긴 해도, 자신들을 기술자로 포장 시키지는 말아 달라는 것이 교육당국을 향한 교사들의 제안이다(MediaSmarts, 2015).

디지털 미디어 리터러시 교육 현장에서 학생들은 서로에게 배운다. 즉 교사가 교실의 선장이라는 생각으로 한 시간 내내 교단에 서서 말을 이어가야 했던 시대는 지났다는 얘기다. 정보 공유와 토론은 민주주의 시민을 위한 연습과정이기도 하다. 협업과 협력을 가능케 하는 디지털 기술들은 또한 학생 개개인이 자신의 기여 분을 눈으로 확인할 수 있게 함으로써 보다 많은 참여를 이끈다. 이것은 개인적이면서 동시에 보다 사회적인 양면을 가능케 하는 디지털 기술의 특징이다(Steeves, Valerie, 2014c).

그러나 이 모든 학습과정의 변화가 교사 역할의 축소를 의미하는 것은 아니다. 오히려 기술사용의 방향을 제시해야 하는 교사의 임무는 더 중요해졌다. 청소년들은 디지털 기기를 사용하는 것을 좋아한다. 하지만 이런 기기들을 가지고 논다는 것 자체가 학생들을 더 나은 배움의 길로 이끄는 것은 아니다. 기술이 교사를 대체하진 못한다. 기술은 벽돌이나 흙과 같은 원자재에 불과하며 교사와 학생의 상호작용이 완성품을 만들어낸다.

### (3) 규제 의 적정선

캐나다의 학생과 교사를 대상으로 실시한 포커스 그룹 인터뷰에서 제기된 규제들은 크게 기술적 규제, 행동 규제 그리고 콘텐츠 규제 세 가지로 분류될 수 있다. 우선 기술적 규제로 방화벽 등의 필터링이 제일 많이 거론됐다. 특정 사이트를 차단하거나 아니면 인터넷 자체의 접속을 막아 놓는 학교 정책이 디지털 미디어 리터러시 교육에 방해가 된다는 것이다. 한 교사는 유튜브를 유해 사이트로 차단 시켜 놓은 탓에 수업 중에 비디오 자료를 활용하지 못했다고 불만을 털어냈다(Rosen, 2014).

교실 내에서 학생들이 모바일 기기를 사용하지 못하게 하는 대부분의 수업 방침도 조심스럽게 비판의 대상이 됐다. 학생들에게 자율성을 부여하는 좀 더 유연한 정책이 필요하다는 의견이다. 수업 분위기가 산만해 진다는 것이 주요 반대 이유이긴 하지만 이 부분은 노련한 수업 운영으로 상쇄될 수 있다는 지적도 나온다. 나이가 많다는 이유로 기술과 연관된 리터러시 교육 현장에서 뒷켄으로 밀려났던 경험 많은 교사들의 복귀가 절실히 요구되는 대목이다(Steeves, Valerie, 2014c).

인터넷에 게시되는 콘텐츠에 대한 규제 역시 재고 돼야 한다는 견해도 대두됐다. 청소년들을

온라인상의 위협으로부터 보호하겠다고 만든 그 규정들이 결국 ‘감시’에 의존하고 있다는 사실에 대한 비판이다. 한 보고서는 교육당국이 주체가 돼서 청소년들을 위해 익명성을 보장하는 동시에 비상업적인 사이트를 만들어야 할 필요성마저 제기했다. 오늘날 청소년들이 많이 가는 사이트들은 예외 없이 결국 정보를 모으고 그 정보를 원자재처럼 사용하는 비즈니스 모델을 갖고 있다. 청소년들을 상업성과 감시라는 이중의 사슬로부터 풀어줌으로써 자유롭게 소통하는 공간, 실수를 두려워하지 않아도 되는 건강한 배움의 환경을 만들 수 있다는 것이 이 야심찬 미래 기획의 당위성이다(Steeves, Valerie, 2014b).

감시와 처벌에 바탕 한 학교의 인터넷 정책이 비효율 적이라면 사이버 왕따 문제를 대하는 교육 당국의 처벌 일변도의 규제 또한 비판에서 자유롭지 못하다. 대부분의 선진국들은 사이버 왕따에 대해 엄중처벌 원칙을 공표하고 있다. 교사들은 사이버 왕따가 발생했을 경우 상급자에게 즉각 보고해야할 의무가 있고, 이 의무화된 보고체계는 때로 사건의 확대를 초래한다. 학생들은 자신들의 신고가 가져올 결과의 가혹함 때문에 오히려 사이버 왕따 문제를 비밀로 덮어두는 경향이 있다. 교사들 역시 엄격한 처벌 보다는 커리큘럼을 통해 어떻게 건강한 온라인 관계를 형성하며, 상대를 존중하는 가를 가르치는 것이 효과적이라고 말했다. 학생들에게도 사이버 왕따를 당하거나 친구가 괴롭힘 당하는 것을 목격했을 때 무조건 과감하게 나서서 목소리를 높이라고 가르치기 보다는 상황에 따른 보다 전략적 접근법을 고안해 제시해 줄 필요가 있다.

#### (4) 지역사회/산업계와 연계

디지털 미디어 리터러시 교육은 다양한 형태의 파트너십을 통해 더 큰 효과를 얻을 수 있다. 다음은 커뮤니티 또는 산업계와의 연계 방안이다(Steeves, Valerie, 2014b).

① 지역사회에 위치한 미디어 업체와의 제휴를 한다.

미디어 프로페셔널을 교실로 초청하거나, 학생들을 미디어 활동에 참여시킬 수 있다. 재미있고 시사성이 있는 수업자료를 만드는 데도 도움을 얻을 수 있는 장점이 있다.

② 대학과 파트너십을 맺어 교사 교육의 기회를 넓힌다.

③ 오락 예능 업체도 좋은 동반자가 될 수 있다. 엔터테인먼트 산업계의 창조적 커뮤니티는 리터러시 교육에 활력을 줄 것이다.

④ 가장 중요한 동반자는 지역사회다. 공공 도서관, 사회단체들과 함께 디지털 미디어 리터러시 교육의 목표인 건강한 사회참여 기회를 청소년들에게 이른 시점부터 제공할 수 있다.

⑤ 유럽과 북미에 기반을 둔 교재 전문 출판사들의 자료도 눈 여겨 볼만하다. 주요 출판사들은

디지털 미디어 리터러시에 일찌감치 관심을 보이며 업데이트된 자료 제공으로 교육계에 기여하고 있다.

⑥ 성인들을 대상으로 한 디지털 리터러시 교육기관과의 연계도 필수다. 성인들의 리터러시 교육은 취업 시장을 고려해 커리큘럼을 작성하는 경우가 많다. 기술 습득이 장래 일자리를 찾을 때 도움이 될 수 있다는 것을 학생들에게 알려주는 것도 동기 부여의 한 방법이다. 현재 성인 리터러시 교육의 커리큘럼을 중고등 학교에서도 참고하면 교육 간의 연계성은 물론 취업 시장의 동향도 가늠할 수 있다.

#### (5) 교육 현장을 위한 아이디어

표 VI-4 교육 현장을 위한 아이디어

영역	내용
프라이버시	- 나의 정보 검색: 학생들에게 자신의 정보를 검색사이트에서 찾아보게 한다. 본인이 얼마나 무방비하게 노출돼 있는가를 깨달을 수 있는 좋은 방법이다.
정보검색과 평가	- 유튜브 검색: 학생들에게 유튜브에서 비디오를 찾아오게 하고, 이 중에서 양질의 영상을 골라 커리큘럼에 이용한다. 이 과정을 통해 인터넷 비디오물을 평가하는 능력을 기를 수 있다. - 온라인 뉴스 기사에 대한 논평 - 온라인에서 특정 이슈에 대한 정보 검색과 정보의 질에 대한 평가 - 정보의 공유
다양성	- 이민자, 소수자에 대한 뉴스 찾기 - 이민자, 소수자와 관련된 정부의 통계 데이터 검색 - 인터넷에 그려진 사회적 약자의 모습 평가 비판
문제해결	- 배움의 게임화. James Paul Gee's (2003)는 "비디오 게임은 배움과 리터러시에 관해 우리에게 무엇을 가르치나"란 저서를 통해 교사들이 비디오 게임 디자이너의 아이디어를 빌려올 것을 권한다. 비디오 게임의 포맷을 도입하면 학생들의 문제해결능력을 고취 시키는데 도움을 줄 것이다.
사회참여	- 온라인 커뮤니티 참여 - 온라인 설문 참여
이벤트	- 청소년이 만드는 퍼블릭 서비스 어나운스먼트 (PSA) 대회 열기 - 교사 쇼케이스 경진대회 열기
기타	- 디지털 리터러시는 테크놀로지의 사용뿐만이 아니라 "사용하지 않는" 맥락에 대해서도 얘기한다. 언제, 왜, 기기를 끌 것인가도 중요한 토론 주제다.

\* 출처: Rosen (2014) ; Kahne, Lee & Feezell (2012)

## 제 VII 장

---

# 결론 및 정책제언

1. 결론
2. 정책제언



# [ 제 VII 장 ] 결론 및 정책제언

## 1. 결론

### 1) 청소년 대상 설문조사를 통해 파악한 결론

본 보고서를 위하여 전국 2,500여명의 중·고등학교 재학생들을 대상으로 청소년 문화 및 소셜미디어 이용에 관한 설문조사를 수행하였다. 조사 결과 분석을 통하여 청소년의 소셜미디어 이용 실태 및 활용에 대한 몇 가지 흥미로운 점들을 발견할 수 있었다.

정보통신기술이 발전함에 따라 많은 청소년들이 스마트폰을 사용하게 되면서 소셜미디어의 사용도 보편화 되고 있다. 실제로 이번 설문조사 응답학생의 92.7%가 휴대전화를 소유하고 있었으며 스마트폰을 가지고 있는 학생의 비율은 88%였다. 흥미로운 점은, 휴대전화로 가장 많이 이용한 기능에 대한 2013년 조사(배상률 외, 2013)에서 1순위 채팅, 2순위 게임, 3순위 전화통화인 것으로 나타난 것과 달리 이번 2015년도 조사에서는 1순위 채팅에 이어 트위터 및 페이스북 등의 SNS 사용이 게임 및 전화통화보다 높은 2순위를 차지했다. 즉 휴대전화를 이용하여 SNS를 이용하는 청소년이 더 많아지고 있음을 보여준다.

소셜미디어 이용 행태에 대한 조사 결과, 열 명 중 아홉 명 이상은 SNS 계정을 가지고 있는 것으로 나타났고, 계정을 보유하고 있는 청소년 중 약 92%의 청소년이 1개 이상의 아이디로 꾸준히 SNS활동을 하고 있다고 응답하였다. SNS 상에서 200명 이상의 친구 및 팔로워를 가지고 있다고 응답한 청소년도 34.3%로 2013년의 21.6%보다 높아졌다. 또한 약 67%의 청소년이 온라인 상에서만 아는 친구가 있다고 응답한 것을 보아 소셜미디어가 새로운 친구 관계 형성의 장으로 기능하고 있다고 할 수 있다. 친구 관계에 대한 조사에서는 온라인 친구와의 의사소통, 신뢰에 대한 항목에서 긍정적인 응답률이 높게 나타났다.

청소년들이 소셜미디어를 통해 가장 주로 하는 또 다른 활동은 '게임, 만화, 영화, 방송, 연예'에 대한 것이고, 남녀 간 현격한 차이를 보이는 활동은 '팬 활동'으로 여자 청소년의 경우

남자 청소년 보다 5배 이상 높은 수치로 응답하였다. 포스팅 주제에서도 남녀 간의 차이가 나타났는데, 여자 청소년은 친구/가족, 연예인/TV프로그램에 대해 포스팅하는 비율이 높았고 남자 청소년은 유머 및 취미에 대한 주제로 활동하고 있다.

청소년이 주로 사용하고 있는 소셜미디어는 80% 이상이 사용하고 있다고 응답한 유튜브와 페이스북이며, 페이스북의 경우 일주일에 7회 이상 사용한다고 응답한 비율 및 하루 평균 2시간 이상 사용한다는 비율이 가장 높아 청소년들이 페이스북 활동을 활발히 하고 있음을 알 수 있다. 그 다음으로 사용 비율이 높은 것으로 나타난 소셜미디어는 사진 공유 서비스인 인스타그램으로 최근에는 특히 여자 청소년들 사이에서 인스타그램 활동이 활발히 이루어지는 것으로 보인다.

소셜미디어 활용에 대한 조사 결과, 청소년들이 소셜미디어를 통해 어떠한 긍정적인 영향, 부정적인 영향을 받고 있는지 파악할 수 있었다. 청소년들은 소셜미디어를 통해 다양한 기능적 혜택을 얻고 있었는데 특히 학습/학업 관련, 그 외의 유익한 정보를 얻을 수 있으며, 사회적 이슈를 파악하고 그에 대한 여론을 형성할 수 있는 것으로 나타났다. 또한 소셜미디어를 통해 청소년들은 사회문제에 대해서 포스팅, 댓글, 민원 등을 통해 자신의 의견을 남기거나, 타인의 글을 스크랩하는 경우가 많았다. 고등학생의 경우에는 온라인 서명운동에 참여했다고 응답한 청소년의 비율이 가장 높았다. 심리적으로는 소셜미디어 활동을 통해 개개인의 개성 및 차이를 확인하고 타인과 공감대를 형성할 뿐 아니라 즐거움을 얻고, 스트레스를 해소할 수 있다고 있다고 응답하였다.

반면 소셜미디어가 청소년에게 부정적인 영향을 주기도 한다. 청소년은 소셜미디어를 통해 유언비어가 생산 및 확산되기 쉽다고 느끼고 있으며, 유행어/욕설/속어/은어에 대한 학습의 장이 되기도 한다고 느낀다. 또한 폭력적이거나 선정적인 콘텐츠에 대해서도 쉽게 접근할 수 있다고 인식하고 있다. 소셜미디어 활용이 높아짐에 따라, 청소년들이 겪고 있는 부작용으로 지나치게 타인의 반응에 집착하기도 하고, 소셜미디어 활동으로 인해 개인의 시간 관리에 어려움을 겪기도 하는 것으로 나타났다. 따라서 소셜미디어가 건강한 청소년문화로 자리잡을 수 있도록 긍정적인 영향은 강화하고, 부정적인 영향을 감소시키는 것이 필요하다.

한 방법으로 청소년들의 올바른 매체사용과 관련하여 부모의 역할이 중요하며, 이와 관련하여 청소년들이 소셜미디어를 사용하는 것에 대해 부모가 어떻게 관여하고 있는지에 대해 '소셜미디어 사용에 대한 부모의 중재'를 조사했다. 그 결과 소셜미디어 사용에 대해서 금지 및 간섭하는 규제적 유형, 소셜미디어의 특성 및 영향에 대해 충분히 설명하는 적극적 유형, 자녀와 함께

소셜미디어에 대해 대화하고 사용하는 공동적 유형 모두에서 평균점수가 높지 않은 것으로 나타났다. 현재 부모가 청소년들의 소셜미디어 사용에 적극적으로 개입하는 정도가 낮은 것으로 보이며 이에 부모의 중재여부 및 중재유형에 따라서 청소년의 올바른 소셜미디어 사용에 어떠한 영향을 미치는지 파악하고, 소셜미디어 사용에 대한 부모 역할의 중요성을 강조할 필요가 있다.

소셜미디어 친구 수는 학년이 높아질수록, 부모의 소득이 높을수록 많아지는 경향을 보였다. 남학생이고 성적이 좋을수록 정보활동을 위한 소셜미디어 활용이 높았으며, 여학생이고 성적이 나쁠수록 오락활동을 위한 소셜미디어 이용이 높게 나타났다. SNS 사용빈도보다는 사용 시간량이 심리적·기능적 혜택을 보다 크게 느끼게 하는 요인인 것으로 나타났다. 이것은 목적을 갖고 소셜미디어상에서 특정 활동을 하는 사람들이 무계획적으로 SNS 활동을 빈번히 하는 사람들에 비해 긍정적 혜택을 많이 볼 수 있음을 의미한다. 청소년들은 SNS 이용량이 많을수록, 그리고 소셜미디어의 사회적 기능에 주목할 경우 뉴스에 더욱 관심을 갖으며, 이는 부모와 친구들과의 시사문제에 관한 토론을 촉진시킨다. 소셜미디어상의 친구가 많을수록 뉴스에 관심이 덜하며 이는 공공이슈토론의 가능성을 떨어뜨리는 요인이 된다.

## 2) 「청소년 집단지성 토론탐」 운영을 통해 파악한 결론

「청소년 집단지성 토론탐」은 본 연구의 소기 성과를 달성하기 위하여 네 달이라는 기간에 걸쳐 연구진 주도하에 기획 및 운영되었다. 토론탐은 중학생부터 대학생에 이르기까지 다양한 인구통계학적 배경을 가진 30여명의 청소년들로 구성되었다. 소셜미디어(페이스북)의 장점을 십분 살려, 토론탐 참여자들을 대상으로 다양한 주제들을 심층적으로 조사할 수 있었다. 이들은 연구진이 제시한 각 주제에 맞춰 자신들의 경험 및 의견을 나누고 토론을 이어나갔다. 연구진은 이를 분석하여 다음과 같은 결론을 내릴 수 있었다.

첫째, 청소년들은 소셜미디어가 가치중립적인 도구이며 이를 어떻게 사용하느냐에 따라 긍정적 또는 부정적 효과를 수반하는 매체라고 인식하고 있었다. 청소년들은 ‘자기표현’, ‘정보획득’, ‘소통’을 소셜미디어의 3대 기능으로 꼽고 있었다. 자기표현에 있어, 실제 자신의 모습이 아닌 과장되고 부풀려진 모습들을 보여주려는 과시적 욕구를 채우는 데 소셜미디어가 빈번히 활용되고 있다는데 공감하였다.

둘째, 유해콘텐츠가 소셜미디어를 통해 급속히 확산되고 있는 상황에서, 청소년들은 선별적

규제를 위한 엄격한 기준 마련과 함께 집단지성이란 소셜미디어의 대표적 장점이 사회에 제대로 발현될 수 있도록 디지털 리터러시 역량을 키우는 것이 필요하다는 인식을 갖고 있었다.

셋째, 청소년들은 우리나라 교육문화의 폐단으로 교육 성취도를 수치화하여 평가하는 교육시스템과 스스로 배움을 깨쳐가는 과정이 무시되는 교육환경을 꼽았다. 이에 따라, 사교육 시장이 활성화되어 교육평등이 무너지고 에듀푸어(edu poor)가 생겨나는 악순환이 이어지고 있다는 지적이다. 청소년들은 교육문화 개선을 위해 정보제공, 동기부여, 인식개선노력 등 다양한 측면에서의 소셜미디어 활용법이 필요하다고 지적하였다.

넷째, 청소년들은 소셜미디어는 학업 및 학습에 긍정적인 기여를 충분히 할 수 있는 잠재력 있는 도구라고 인식하고 있었다. 사용자의 의지와 역량에 따라 활용 및 기여도가 달라질 수 있으며, 학업 관련 유용한 콘텐츠에 대한 정부 및 사회적 차원의 지원과 홍보 노력이 필요하다고 주장하였다. 청소년들은 소셜미디어의 활용 범위로 1) 바로풀기 앱 및 유튜브를 통한 칸아카데미 등으로 '학문적 소양을 높이고, 2) 학교수업이나 시험 및 과제준비에 교사와 학생들이 실용적으로 활용할 수 있는 플랫폼의 역할을 제공하며, 3) 진학/진로 등의 관심분야에 대한 정보를 신속하게 주고받을 수 있으며, 마지막으로 4) 공스타그램처럼 학습에 대한 성취동기를 주고받거나 타인의 생각과 의견을 모니터링하면서 성찰할 수 있는 기능을 제공하는 점을 꼽았다.

다섯째, 청소년들은 진로탐색에 있어서 소셜미디어는 더 없이 좋은 매체로 활용될 수 있다고 평가하였다. 국경이나 언어적 장벽을 초월하여 자신의 롤모델을 포함한 다양한 사람들과 교류할 수 있으며, 이를 통해 간접 경험과 조언을 얻을 수도 있다. 또한 자신의 성과물을 소셜미디어를 통해 포스팅하고 타인으로부터 비평이나 조언을 구할 수 있는 점도 진로개발에 기여하는 소셜미디어의 기능으로 꼽았다.

여섯째, 소셜미디어가 학업과 일상으로 인한 스트레스를 해소할 수 있는 탈출구로서, 뜻 맞는 친구들과 관심사를 함께 나눌 수 있는 소통창구로서의 역할을 하며 청소년의 여가문화에 상당한 기여를 하고 있는 것으로 나타났다. 소셜미디어의 활용으로 프로슈머(prosumer)의 역할을 하는 청소년들은 팬덤문화의 한 축으로 부상하고 있다. 여가문화의 콘텐츠 생산자로 역할을 할 수 있으며, 자기표현과 정보공유에 따른 성취감도 맞볼 수 있는 점을 소셜미디어로 인한 혜택으로 꼽았다.

일곱째, 청소년의 정치참여를 높이기 위하여 선거권 제한 연령을 낮추는 방안에 대해 찬성과 반대의 목소리가 공존하였다. 반대하는 청소년들은 학업 등 바쁜 일상에 사실상 정치에 관심을 기울일 시간이 없으며, 부모의 정치적 성향에 상당한 영향을 받을 수 있는 점, 그리고 자신의

투표로 당선된 정치인이 공약을 지키지 않을 때 정치 환멸이나 염세주의에 빠질 수 있는 점을 꼽았다. 반면, 찬성 입장의 청소년들은 현명한 판단을 하는 근거로 연령을 절대기준으로 삼을 수 없으며, 정치인들이 청소년의 고민과 이슈에 대한 보다 많은 관심을 갖는 계기가 될 것으로 기대하였다. 또한 정치 효용감을 높여줘 젊은층의 정치 관심도가 높아지는 결과를 불러올 수 있다는 지적이다.

여덟째, 다수의 청소년들은 소셜미디어를 통한 사회적 기부 경험이 있는 것으로 나타났다. 기부참여가 용이하며 아이스버킷챌린지처럼 기부에 대한 인식을 보다 긍정적이고 밝게 만든 점, 그리고 전국 또는 전 세계를 대상으로 한 기부운동을 기획 또는 참여할 수 있는 점을 소셜미디어가 기부문화에 기여하는 장점으로 꼽았다. 그러나 재미만을 추구하거나 슬픔을 일방적으로 강요하는 등 진정성이 희석될 수 있다는 점을 함께 인식하고 있었다.

아홉째, 소셜미디어를 통한 관계맺음의 특성으로 1) 얇고 넓은 인간관계의 형성(즉, 인간관계의 강화(bodning)보다는 인간관계의 확장(bridging)에 주안점), 2) 국경과 언어를 초월한 개방성, 3) 관계 맺고 끈기의 자유로움, 4) 이슈 및 관심사 중심의 공동체, 5) 부모/가족 비친화적 매체(프라이버시 침해 및 간섭의 우려로 청소년들은 특히 부모와 SNS 소통을 꺼림)라는 점을 꼽고 있다. 소셜미디어상에서의 관계맺음을 통해 상대적 박탈감이나 군중속의 고독을 느끼는 경우도 빈번한 것으로 파악되었다. 댓글이나 ‘좋아요’ 개수를 통해 인간관계나 인기도가 즉각적으로 계량화된다는 점도 감수성이 예민한 청소년 이용자를 우울하게 만들 수 있는 주요인으로 작용할 수 있음을 알 수 있었다.

마지막으로, 소셜미디어상에서 사이버불링이 보다 손쉽게 행해지는 반면에, 부모나 교사가 파악하기는 구조적으로 어려워 사태의 심각성이 더 한 것으로 나타났다. 소셜미디어상에서의 사이버불링의 예로 1) 단독방 등을 만들어 특정인을 불러 단체로 조롱하는 행위, 2) SNS 커뮤니티에서 왕따나 소외시키는 행위, 3) 외모비하나 인격모독을 가하는 행위, 4) 피해자의 페이스북 계정 등에 무단 로그인하여 악성 댓글이나 혐오스런 게시글을 올려 피해를 주는 행위(이를 영어로는 페이스북과 강간의 조합어인 프레이프로 부르고 있음)가 제시되었다. 청소년들은 사이버불링의 해결책으로 1) 심각성이나 대처법을 담은 카드뉴스를 제작하여 소셜미디어로 보급하기, 2) 아이스버킷챌린지처럼 사이버불링 예방 캠페인을 태그형식으로 진행하기, 3) 단발성의 교육이 아닌 학생참여 형식의 사이버불링 교육 및 미디어교육을 지속적으로 제공하기, 4) 빈번한 욕설이나 사이버폭력을 행하는 청소년의 SNS 계정을 일정기간 폐쇄하기 등의 방안을 제시하였다.

### 3) 국내외 사례조사를 통해 파악한 결론

첫째, 소셜러닝 관련 업체 (주)바풀과의 인터뷰를 통해 청소년들이 집단지성을 발휘하며 지식의 확장 및 공유가 가능하다는 점을 확인할 수 있었다. 높은 학업스트레스를 자랑하는 우리나라 청소년들이 '스마트폰 사용을 의미 있게 보내기 위하여' 자발적으로 학습 콘텐츠에 접근하고 있다는 점은 소셜러닝이 청소년들의 학습흥미를 유발하고, 이타심 및 만족감 등을 향상시키고 있음을 확인할 수 있다. 그러나 지역에 따라 소셜러닝 앱 서비스의 이용률이 다르게 나타났으며, 이는 사교육비 지출현황과 유사하다는 점에 주목할 필요가 있다. 즉, 시공간을 초월하는 소셜미디어를 통한 교육 및 학습임에도 불구하고, 지역 간의 접근성이 다르게 나타난다는 점은 지역 간 교육정보의 편차가 심하다는 것을 유추해볼 수 있다. 또한 소셜미디어 관련 정보에 대한 부모 및 교사의 인식전환 및 정보제공이 될 필요가 있다.

둘째, 클라우드 펀딩 관련 프로그램을 진행 중인 성남시청소년재단의 사례조사를 통해 청소년들이 소셜미디어를 통해 다양한 사회활동 및 참여를 경험하고, 자신의 역량 및 잠재력을 발휘하고 있음을 확인하였다. 청소년들은 클라우드 펀딩을 통하여 본인들이 인식한 사회문제에 대하여 주도적으로 프로젝트를 기획하고, 이를 실현해가는 과정 속에서 진로개발 및 가치실현 등을 경험할 수 있다. 이같은 소셜미디어의 활용은 청소년 뿐 아니라 청소년 관련종사자들이 주체성을 갖고 사회활동 및 참여를 실현할 수 있다는 점과 이를 통해 잠재된 역량을 개발하는 시발점이 될 수 있다.

셋째, 해외사례를 통해 우리나라의 디지털 리터러시 교육이 보다 체계적으로 시행될 필요가 있음을 확인하였다. 디지털 시대의 청소년의 권리라는 개념은 단순히 인권이라는 영역에서 확장되어 청소년이 창의성과 혁신성을 함양하고, 사회참여를 활발히 할 수 있는 사회적 여건을 조성토록 하는 것을 포함하고 있다. 우리나라도 Safer Internet Day처럼 전국규모의 인터넷 및 스마트폰 건전 이용에 대한 캠페인을 통해 사회구성원들에게 경각심을 심어주고, 미디어교육의 기회를 제공토록 해야 한다. 또한, 청소년들의 소셜미디어 사용에 따른 빅데이터를 정밀히 분석하여 청소년들의 이용행태에 대한 정보를 파악하고 문제점에 대한 개선을 꾸준히 진행할 필요가 있다.

## 2. 정책제언

### 1) 건전매체 이용환경 조성 및 미디어교육 지원을 위한 정책 현황 및 개선점

디지털 리터러시 함양을 위한 미디어 교육의 중요성과 필요성에 대해서는 우리 정부와 사회도 인식하고 있다. 교육부, 미래창조과학부, 문화체육관광부, 여성가족부 등 관련부처들은 저마다 미디어교육 강화를 위한 정책과 프로그램들을 마련하여 운영하고 있다. 교원양성과 초·중·고·고등 교육의 소관 부처인 교육부는 다른 부처들에 비해 미디어 교육의 성공적인 시행을 위한 역할이 막중하다. 현재 17개 시·도교육청 소속 초·중·고교 교원들을 대상으로 정보통신 윤리 교육을 실시하고 있으며, 뉴미디어의 확산으로 사이버폭력이 청소년들 사이에서 빈번히 발생함에 따라 사이버 폭력 예방을 위한 교원 및 상담 인력을 대상으로 연수를 진행하고 있다. 미래창조과학부는 부처 출연기관인 한국정보화진흥원을 통해 미디어교육에 대한 기본계획과 실행계획을 마련하고 청소년들을 대상으로 하는 디지털리터러시 함양 제고에 노력하고 있다. 문화체육관광부는 언론진흥기금을 활용하여 청소년 대상 미디어교육 선도학교와 토요 NIE 교실을 지원하고 있다. 여성가족부는 청소년 스마트폰 중독의 예방 및 해소를 위한 다양한 정책을 시행중이다. 스마트폰 이용습관 진단조사를 학령전환기 청소년들을 대상으로 실시하였으며, 스마트폰 중독 예방을 위하여 위험군 청소년들과 학부모를 대상으로 지도교육과 함께 상담 전문 인력을 양성하고 있다.

각 부처들이 가용할 수 있는 자원을 바탕으로 실시중인 미디어교육이 한정된 재원과 인프라로 최대한의 교육효과를 내기 위해서는 미디어교육의 중앙관리 시스템을 도입할 필요가 있다. 각 부처 및 유관기관과 단체들이 저마다 행해오는 미디어교육의 실행과 효과성에 대한 평가, 그리고 인적·물적 인프라를 구축하고 운영하는데 있어서 총체적인 계획 수립과 지원을 전담할 수 있는 체계가 필요하다. 본 보고서의 질적조사들을 통해 살펴봤듯이, 현재 ‘미디어교육’이라는 명목하에 일부 학교에서 시행되는 방식은 교육적 효과성면에서 개선이 필요하다. 보다 체계적인 커리큘럼에 의한 학생 참여형 또는 토론형의 수업방식으로 단발성이 아닌 지속적인 교육제공이 요구된다.

또한, 매체의 오·남용으로 인하여 치르는 사회적비용과 미래세대인 청소년들을 창의적이고 성숙한 사회구성원으로 성장토록 하는 교육효과를 감안한다면, 현재 관련부처가 미디어 교육 및 건전매체 이용환경을 조성하는 목적으로 집행하는 금액이 지금보다 훨씬 커져야한다. 여성가족

부가 발행한 제5차 청소년정책기본계획의 2015년도 시행계획을 살펴보면, 여성가족부 2억 원, 미래창조과학부 14억 원, 교육부 2억 원, 문화체육관광부 9억 원 등으로 4개 부처를 통틀어 총 27억여 원가량이 우리나라 청소년들의 미디어교육 및 건전매체이용을 위하여 한 해 동안 집행되는 것으로 나타났다. 일부 부처의 경우 지난해와 비교했을 때 관련예산액이 감액되는 등 예산확보의 어려움마저 겪고 있는 것으로 나타났다. 효율적인 미디어교육의 시행을 위하여 충분한 재원마련이 시급한 실정이다.

## 2) 디지털 리터러시 역량을 심어줄 미디어 교육의 체계적 시행

앞서 살핀 문헌조사, 설문조사, 청소년 및 전문가 대상 질적조사, 국내외 사례 조사 등에서 공통적으로 강조된 부분은 소셜미디어를 위시한 뉴미디어의 현명한 이용자로서 디지털 리터러시 역량을 키워 줄 필요성에 대한 것이다. 미디어교육의 필요성은 한국청소년정책연구원의 2014년 고유과제인 ‘디지털 시대의 청소년 미디어교육 제도화 방안 연구’에서도 잘 나타나 있다. 당시 연구에서도 청소년들과 교사 그리고 미디어 교육 전문가들 모두 디지털 리터러시 역량을 키워줄 교육이 학교현장에서 이루어져야 할 필요성을 절감하고 있었다(배상률, 2014). 본 연구의 자문을 위해 만났던 주무부처 관계자 및 학계와 현장 전문가들도 우리나라 청소년들의 디지털 리터러시 역량을 키워줄 정책이 필요하다는 것에 공감하고 있었다. 이 같은 사회적 공감대를 바탕으로 미디어교육 시행에 대한 절차와 방식을 우리 사회와 정부가 함께 고민해야 할 때이다.

영국을 위시한 일부 유럽 국가들과 캐나다를 위시한 북미지역은 청소년들의 뉴미디어 사용이 급증함에 따라 미디어교육의 초점을 디지털 리터러시 함양에 맞춰가고 있다. 우리나라의 경우, 청소년을 대상으로 하는 미디어교육은 뜻있는 교사들의 모임 또는 종교 및 시민 단체와 유관 기관들이 개별적으로 시행하고 있는 현실이다. 그러나 이마저도, 앞서 언급한 한국청소년정책 연구원의 ‘디지털 시대의 청소년 미디어교육 제도화 방안 연구’의 조사결과에 따르면, 학교 안팎에서 시행되고 있는 청소년 대상 미디어교육이 교육적 효과를 제대로 보지 못하고 있는 것으로 나타났다. 근본적인 이유는 “올바른 미디어 환경 이해와 미디어의 역기능에 대비한 예방접종운동 및 미디어의 순기능 차원에서 지속적인 인간발전에 초점을 맞춘 창조적인 미디어의 선용에 대한 지식, 기술, 태도구축”(최창섭, 2000, p. 10)이란 미디어교육의 궁극적 목표 인식이 교사 및 청소년들에게 제대로 정립되어 있지 않기 때문이다. 또한 인적·물적 인프라 구축이 제대로 되어 있지 않아, 미디어교육의 운영에 효율성을 기대하지 못하는 것도 교육의 효과성을

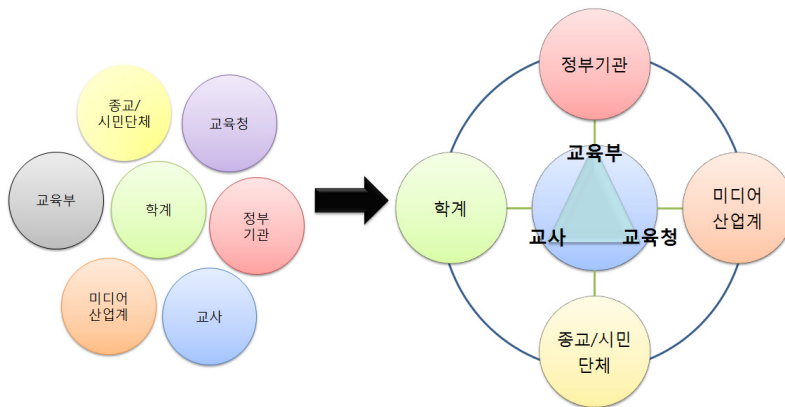
담보 못하는 주원인이다. 이 현상을 타파하기 위한 해결책으로 정부주도의 미디어교육 제도화를 제시하고자 한다.

(1) 미디어교육 제도화를 위한 인프라 구축

가. 제도 구축

미디어교육의 제도화란 해당 부처들의 유기적 협력을 바탕으로 우리 사회가 직면한 ‘청소년의 디지털 리터러시 함양 제고’ 책무를 정책적으로 수행한다는 뜻이다. 소셜미디어를 위시한 뉴미디어의 사용이 급증하면서 일탈 계정, 사이버불링, 매체 집착증세 등으로 심신의 고통 속에 시름하는 청소년들이 끊임없이 생겨나고 있다. 이들을 위한 심리상담이나 치유캠프 등 사후대책을 위한 정책방안들도 당연히 필요하지만 보다 중요한 점은 청소년들이 현명한 디지털 미디어의 이용자로 성장할 수 있는 풍토를 마련해줘야 한다는 것이다.

미디어교육의 효과성이 담보되기 위하여 정부주도의 제도 구축이 필요하다. 교육의 효과성을 위하여 미디어교육 시행은 일선 초·중·고 학생들을 대상으로 학교단위로 시행하는 것이 필요하다. 그러기 위하여 교육부와 교사(단체)가 미디어교육의 중심에 서서 유관기관 및 단체들의 협조와 지원을 받는 운영 체제를 구축해야 한다.



【그림 VII-1】 미디어교육 운영 체제

<그림 VII-1>에 도식화했듯이, 교사(단체)-교육청-교육부의 삼각체제가 초중고 학생들을 대상으로 미디어교육의 시행의 중심축으로 하여, 청소년 대상으로 미디어교육을 개별적으로 연구

및 수행해온 학계, 미디어 업계, 타 정부부처, 시민단체 등의 노하우 및 인력과 정보 등을 교류하는 운영 체제를 마련할 필요가 있다.

미디어교육과정에 대한 종합계획은 교사(단체)-교육청-교육부의 삼각체제 내에서 주도적으로 마련한 후, 일선 학교마다 처한 환경적 제약이나 특성을 고려하여 최대한의 교육적 효과를 낼 수 있는 세부 커리큘럼 개발은 각 학교가 시도교육청의 지원을 받아 마련하는 것이 효과적이다.

선행연구 결과에서도 알 수 있듯이, 미디어교육이란 독립교과목의 신설은 이상적이지만 입시라는 압박감속에 중·고등학교 학생 및 교사들에게 부담감을 초래하며 교육적 효과를 기대하기에는 현실성이 떨어진다. 그러나 상대적으로 입시에 대한 부담감이 덜하고, 미디어사용이 급증하는 초등학교 고학년 학생들을 대상으로 미디어교육이란 독립교과목을 신설하여 정기적으로 가르칠 필요가 있다. 초등학교에서의 집중교육은 중·고등학교로 진학했을 때 별도교과목이 아닌 통합교육의 형식으로도 청소년들에게 충분히 디지털 리터러시 함양을 길러줄 수 있다. 국어, 사회, 기술/가정, 도덕/윤리 등의 교과목에 미디어교육에 해당하는 내용들을 융합하여 가르치며, 중학교의 경우 자유학기제와 연계한 미디어 교육에 관한 체험 프로그램을, 고등학교의 경우 논술시험 등과 연계하는 정책도 고려해볼만하다고 판단된다.

#### 나. 인적 인프라 구축

정책의 성공여부는 인적 인프라의 구축과 활용이 좌우한다. 미디어교육 현장 전문가들과 미디어교육에 관심과 열정이 있는 일선교사들을 중심으로 협의체를 구성하여 종합 계획 수립 과정에 참여토록 하며, 미디어교육을 담당할 교·강사 인력확충을 위하여 시·도별 미디어 교육 전문가들을 양성하는 인적자원으로 이들을 활용할 필요가 있다. 일종의 자격증인 ‘미디어교육 코치’ 제도를 도입하여 각 지역 및 학교의 특성에 맞는 미디어교육 프로그램 수립과 운영을 진두지휘하는 역할을 수행하며, 소속 학교나 교육청 산하 학교의 교사들에게 미디어교육 교수법과 커리큘럼을 지원하게 된다.

미디어교육 코치 제도는 2012년 최민희 의원이 대표발의한 미디어교육 지원법안에서 주장한 ‘미디어 교육사’ 제도를 보완한 것으로 미디어교육이 제도권으로 들어왔을 때 교육 프로그램의 원활한 운영과 효과성을 확립하기 위해서는 별도의 교육사 양성보다는 일선교사가 중심이 될 필요성에 따른 것이다. 네덜란드, 핀란드, 오스트리아 등 유럽 국가들과 호주의 경우도 미디어교육이나 학교폭력 예방 프로그램 등의 효과성을 위하여 그 분야에 노하우와 열정을 가진 교사들을 선별하여 코치제도를 통해 정책이 일선학교로 자연스럽게 스며들 수 있도록 유도하고 있으며 상당한 효과를 보고 있다.

학교단위별로 구성된 '미디어교육 코치'들은 교육부와 교육청과의 유기적인 협력 속에 학교단위별 미디어교육 커리큘럼 구성을 전담하고 타 교사들을 교육 및 지원하며, 일선 학교현장의 목소리를 정부 및 교육청에 전달하는 역할을 수행토록 한다. 미디어교육 코치 제도의 성공은 교사 개인의 사명감만으로 이루어질 수 없다. 정부는 미디어교육 코치들을 효과적으로 양성하기 위한 교육연수를 향후 5년간은 매년 시행하여 전담인력을 충분히 확보할 필요가 있다. 최소 30시간의 시수를 확보하여 미디어교육에 관한 이론과 실기 교육을 받을 수 있도록 한다. 본 연수를 성공적으로 마친 교원들에게 임용 및 승진에 가산점을 부여하는 정책으로 가급적 양질의 교원들이 미디어교육 코치 자격을 획득할 수 있도록 유도하며, 미디어교육 연수생들 중 우수 교원들을 선발하여 영국, 캐나다 등 미디어교육 선진지 연수기회를 제공하여 전문을 넓히고 노하우를 전수 받을 수 있는 기회를 제공하는 등의 당근정책도 함께 펼쳐나가야 한다.

#### 다. 물적 인프라 구축

좋은 제도와 인력확충만으로 성공적인 미디어교육 제도화의 충분조건이 될 수 없다. 제도 운영 및 인력 지원의 효율성을 극대화할 수 있는 '미디어교육센터'를 마련할 필요가 있다. 신설되는 센터는 교육부의 산하 기관으로 두어 운영의 효율성을 극대화하며, 우리나라 미디어교육의 총괄업무를 수행토록 한다. 주요 업무로는 상기한 미디어교육 코치 자격증 부여 업무와 미디어교육 교재 및 커리큘럼 개발을 전담케 한다. 특히 여러 단체 및 기관에 의해 청소년대상으로 제각각 시행되고 있는 현 미디어교육을 소위 '교통정리'하여 미디어교육 관련 인적·물적 자원의 효율성을 피하고 교육의 효과성을 높이는데 전력을 쏟을 필요가 있다. 이를 위해, 미디어교육센터 내에 미디어교육 유관기관 및 단체들의 협의체를 운영토록 한다.

신설된 센터 주도로 미디어교육 제도화 시행 초기 최소 2년간은 미디어교육 시범학교를 지정하여 운영의 개선 및 보완 방안을 살핀 후, 종합계획을 마련할 필요가 있다. 제도의 보완과 인력확충을 그 기간 동안 이론 후, 전국 초등 및 중등학교를 대상으로 미디어교육을 전면 시행토록 한다. 미디어교육 코치들을 위시한 일선 학교 현장으로부터 피드백을 끊임없이 수렴하고 제도의 개선을 이뤄가야 할 곳도 미디어교육센터가 할 일이다.

#### 라. 관련 정책 로드맵

다음은 미디어교육 제도화를 위하여 제언한 내용의 실현을 위한 로드맵을 간략히 정리한 것이다. 미디어교육 제도화를 위한 기본 계획, 시범 운영, 인력 확충, 전면 시행까지 총 5개년간의 추진방안을 마련하였다.

표 VII-1 디지털 리터러시 함양을 위한 미디어교육 제도화 정책 로드맵

관련정책	2016	2017	2018	2019	2020
미디어교육 협의체 구성	⇒				
미디어교육 기본계획 및 종합계획 수립	⇒		⇒		
미디어교육센터 설립		⇒			
미디어교육시범학교 선정 및 운영		⇒	⇒		
미디어교육 코치 양성 및 교육연수	⇒	⇒	⇒	⇒	⇒
초등·중등학교 대상 미디어교육 전면시행				⇒	⇒

<표 VII-1>에 제시된 것처럼, 교사(단체), 교육청, 교육부의 삼각체제가 미디어교육 협의체의 중심축으로 미디어교육 유관 기관 및 단체, 관련 학계의 파트너십으로 협의체를 구성한다. 이 협의체를 통해 미디어교육 제도화에 대한 기본계획을 마련한 후, 차년에 우리나라의 미디어교육 정책을 전담하는 센터를 교육부 산하에 신설한다. 그 과정에서 미디어교육 인력확충은 시급하고 중요한 사안이므로, 기존 인력을 최대한 활용하여 미디어교육 코치 양성과 교원을 대상으로 한 교육연수를 5년간 집중적으로 추진한다. 미디어교육센터는 2년간의 시범학교운영을 토대로 제도의 개선 및 보완점을 파악하고, 미디어교육 코치들의 의견을 수렴하여 종합계획을 최종 확정한다. 이를 바탕으로 독립교과목으로 미디어교육을 신설하여 전국의 초등학교에 우선적으로 시행한다. 초등학교의 전면 시행 다음해에는 전국의 중학교와 고등학교를 대상으로 기존 교과목에 미디어교육 커리큘럼을 통합하는 방식으로 미디어교육을 시행한다. 이 같은 차등 시행을 통해, 초등학교에서 미디어교육의 독립교과목을 배운 청소년들이 자연스럽게 중학교에 진학해서도 미디어교육을 받을 수 있도록 하며, 충분한 교·강사 양성의 시간을 확보하는 동시에 주어진 환경에서 교육적 효과를 최대한 높이기 위함이다.

### 3) 건전한 소셜미디어 이용을 위한 캠프 운영 및 부모 교육의 확대

#### (1) 청소년인터넷드림마을의 운영을 통해 살펴본 치유 프로그램의 활성화 방안

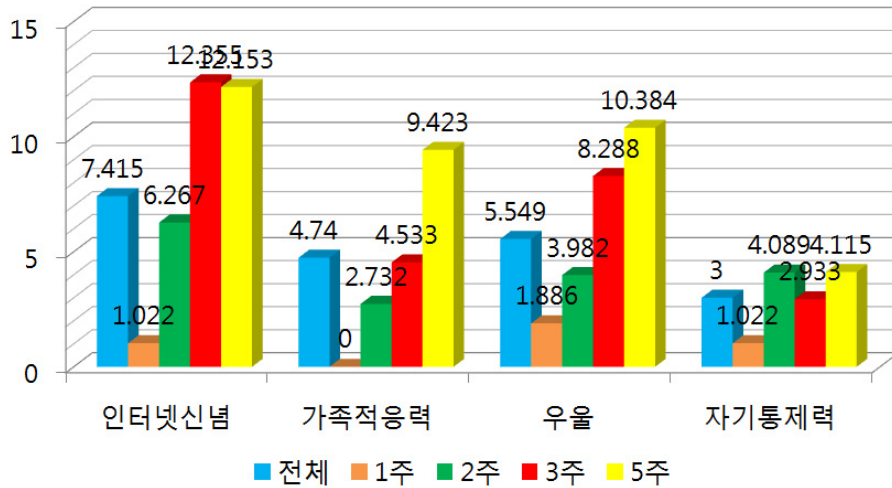
여성가족부와 한국청소년상담복지개발원의 주도로 「국립청소년인터넷드림마을(이하 드림마을)」이 조성되어 운영되고 있다. 2014년 8월 전라북도 무주에 위치한 폐교를 활용하여 설립된

드림마을은 총 24명의 수용규모로 인터넷 및 스마트폰 과다사용 청소년들을 대상으로 치유프로그램을 운영하고 있다. 이들에게는 심리검사, 개인상담, 가족상담, 부모교육, 집단상담을 비롯하여 심신수련 활동 등의 프로그램이 제공되며, 뉴미디어의 오·남용으로 인하여 받은 정서·행동 장애를 치유하는데 힘쓰고 있다. 일주일간의 단기프로그램부터 한 달 이상의 장기 프로그램으로 구성되어 있으며, 개원 이래 지금까지 총 300여명의 청소년들이 드림마을 프로그램에 참가하였다.

본 연구를 위해 여성가족부와 의 정책협의회를 통해 파악한 2015년 수료자 및 학부모들을 대상으로 만족도 조사를 한 결과에 따르면, 프로그램 운영 및 진행과 시설 및 환경에 대해 비교적 만족도가 높았으나(평균 85점대), 프로그램 편성은 조사 항목 중 가장 낮은 점수(77.52)를 기록하였다. 학부모 대상 조사에서는 부모 교육(87.54)과 부모상담 및 가족 상담(90.98) 항목에서 비교적 후한 평가를 받았다.

드림마을 수료자들을 대상으로 프로그램 참가 이전과 프로그램 수료 이후의 인터넷 사용역기능, 가족적응력/응집력, 우울, 자기통제력 등 신념, 태도, 감정의 변화를 조사한 결과에 따르면, 통계적으로 유의미한 긍정적 변화를 확인할 수 있었다. 또한 단기 프로그램부터 장기 프로그램까지의 효과성에 대한 분석에서는 최소 3주 이상의 교육 프로그램이 참가자들이 선호하고 있으며, 실제로도 교육의 효과가 가장 높은 것으로 조사되었다. <그림 VII-2>는 ‘인터넷 신념,’ ‘가족적응력,’ ‘우울,’ ‘자기통제력’ 등 각 항목별 변화도의 차이를 기간에 따라 구분한 것이다. 프로그램을 통해 모든 항목에서 긍정적인 변화가 나타났다. 특히 인터넷의 역기능 등에 대한 태도와 인식변화가 가장 크게 나타났다. <그림 VII-2>에서 주목해야 할 점은 3주 이상의 합숙 프로그램이 단기 프로그램들에 비해 긍정적인 변화가 크게 나타난다는 것이다.

드림마을의 한 해 운영비용은 약 18억원 가량으로 시설운영, 전문인력활용, 참가자 숙식제공, 프로그램 운영 등에 지출되고 있다. 제한된 자원과 시설로 인하여 인터넷 및 휴대폰 사용에 있어 문제군으로 분류되는 모든 청소년들이 드림마을 프로그램의 혜택을 볼 수 없으며, 상당수의 참가 청소년들이 저소득층이거나 한부모/맞벌이 가정 등으로 가족캠프나 장기 프로그램의 원활한 운영이 현실적으로 어렵다.



\* 출처: 2015년도 국립청소년 인터넷드라마 캠프운영 효과성 평가 보고(여성가족부 제공)

【그림 VII-2】 드라마를 프로그램 참여 기간에 따른 효과성 검증

(2) 시도별 드라마마을의 확대 및 저소득층 및 한부모/조부모 가정 혜택 확대

앞서 살핀 것처럼, 드라마마을의 긍정적인 효과성은 참가자들 대상 조사를 통해 드러나고 있다. 뉴미디어의 보급이 확산일로에 있는 추세를 반영한다면, 이 같은 정부주도의 치유프로그램들이 보다 많아져야 할 것이다. 본보고서를 통해 드라마마을을 모티브로 보다 개선된 정책을 다음과 같이 제언하고자 한다. ① 권역별 국립청소년인터넷드라마마을 설립, ② 위험군 청소년뿐만 아니라 일반 청소년들 대상으로 한 프로그램 신설하여 청소년의 참여 확대, ③ 저소득층 및 한부모/조부모 가정의 청소년들의 성공적인 가족캠프 운영을 위한 특별지원정책.

가. 시도별 국립청소년인터넷드라마마을 설립

전라북도 무주에 20여명 정원의 시설로는 우리나라 청소년들이 충분히 혜택을 보기 어려운 구조다. 소수인원이 가족들과 함께 최소 1주일부터 최대 5주까지 가족캠프 형식으로 다양한 프로그램에 참여하며 치유하는 과정은 효과성면에서 나무랄 것이 없으나, 지역적 거리차로 수도권 지역 청소년들이 혜택을 보기 어렵고, 제한된 정원으로 인하여 참가신청을 하더라도 원하는 기간에 프로그램 참여가 어려운 현실적 어려움이 있다. 이에 대한 해결책으로, 최소한 서울 경기 지역에 각각 2곳 이상, 그리고 나머지 시도별로 최소 1곳 이상의 인터넷드라마마을

설립하여 보다 많은 청소년들이 제 때에 프로그램의 혜택을 볼 수 있도록 지원하여야 한다. 이 같은 시설의 확대는 엄청난 재원확보를 필요로 한다. 현재 무주의 드림마을은 한 해 예산으로 18억 가량이 지출되는 것을 감안한다면, 전국 17개 시·도에 총 19개의 드림마을이 설립되어 운영되는 비용은 단순계산식으로도 최소한 342억여 원이 필요하다. 서울이나 경기 지역 등 관리운영 비용이 훨씬 많이 지출되는 곳을 감안하면 한 해 최소 운영비용이 400억 원가량으로 추정할 수 있다.

이를 위해서는 해외사례에서도 살폈듯이, 네이버, 카카오 등의 인터넷 및 통신 관련 업계와 게임업계 등으로부터 재정지원을 유도하며 필요하다면 법제화해야 한다. 과도한 매체 집착으로 정서·행동 장애나 일상생활에 피해를 입은 청소년들과 사이버불링 피해자들을 지원하는 일은 정부뿐만 아니라 해당 관련 기업들도 윤리적으로나 법적으로도 책임이 있다. 기업 이미지 제고측면에서도 해당 기업들이 적극적으로 나설 필요가 있는 것이다. 중앙정부와 지방정부 그리고 인터넷/통신 및 게임 관련 기업들이 각각 출연한 기금을 통해 운영의 묘를 살려 시도별 드림마을이 운영된다면, 재정적인 어려움 없이 지금처럼 대부분의 비용을 참가한 청소년 측으로부터 받지 않고도 캠프운영이 성공적으로 유지될 수 있다는 판단이다.

#### 나. 일반 청소년들 대상으로 한 프로그램 신설하여 청소년의 참여 확대

현재는 인터넷 및 스마트폰 이용자들 중 위험군의 청소년들이 주로 입소대상이다. 기존의 사후대책 패러다임의 전환을 꾀할 필요가 있다. 위험군이 아닌 일반 청소년들도 상황에 따라 잠정적인 위험군으로 빠질 수 있으며, 오남용의 위험성에 대한 인식을 심어주고 건전한 매체이용 환경을 조성하기 위해서는 문제성을 드러내기 이전부터 교육이 이루어져야 한다. 이들에게는 일주일가량의 단기프로그램 형식으로 캠프 참여 기회를 제공하는 것이 바람직하다.

#### 다. 저소득층 및 한부모/조부모 가정의 청소년들의 성공적인 가족캠프 운영을 위한 특별지원정책

앞서 살핀 것처럼, 부모가 주말에 자녀와 함께 하면서 가족 상담 및 부모 교육을 받을 때 교육적 효과성이 보다 높은 것으로 나타났다. 선행연구결과들을 살펴보면, 인터넷 및 스마트폰 과소비는 저소득층 또는 한부모/조부모 가정의 자녀들일수록 높게 나타나는 것으로 나타난다. 이 같은 상황을 고려한다면, 위험군 청소년들이 드림마을의 장기 캠프 과정에 입소했을 때 가족의 적극적인 참여가 기대만큼 이루어지지 않는 것은 자명한 일이다. 자녀에 대한 관심부족이

나 먹고사는 문제로 직장을 빈번히 비울 수 없는 상황이 해당 자녀의 부모나 보호자의 가족캠프 참여를 저조하게 만드는 것이다.

이에 대한 해결책으로, 부모 및 보호자 대상으로 캠프 참여의 필요성에 대한 적극적인 홍보 및 권유가 이루어질 필요가 있으며, 참여하는 부모 및 보호자들의 생계가 방해받지 않도록 정부가 나서서 보호 방안을 마련해야 한다. 부모 및 보호자들의 직장에는 구속력 있는 협조 체계를 마련하고, 자녀와 부모가 함께하는 캠프참여를 독려하기 위한 유급휴직제도도 고려해볼 만하다.

#### 4) SNS를 활용한 홍보 및 교육

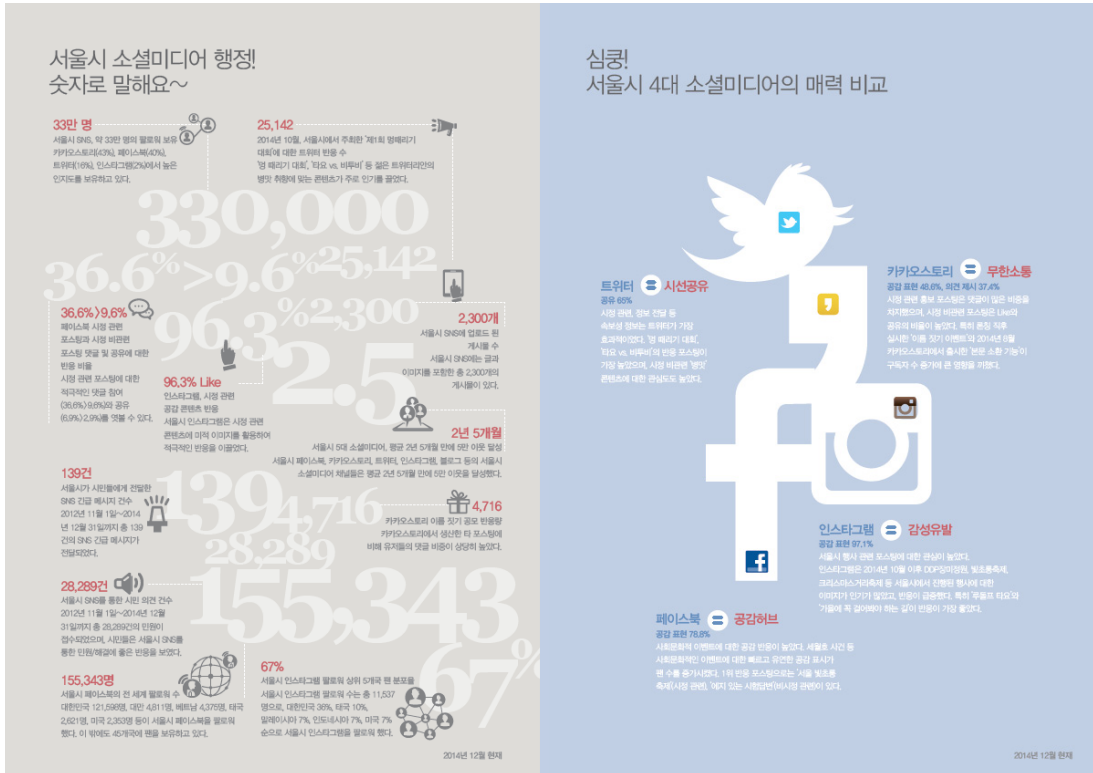
앞서 기술한 양적·질적 조사결과에서 드러났듯이, 청소년들은 소셜미디어가 자신들의 여가/놀이 문화는 물론이고 학업/교육 문화, 참여 문화 및 사회자본 증대를 위해서도 긍정적인 기여를 할 수 있다고 인식하고 있다. 실제로 연구에 참여한 상당수의 청소년들은 이 같은 건전한 활용을 통해서 자신의 취미생활을 극대화하고 학습효과성을 높이는 것으로 조사되었다. 청소년 집단지성 토론단의 청소년들은 ① 소셜미디어는 가치중립적이며 양면성을 띠고 있어, 사용 목적이나 사용자의 의지와 역량에 따라 활용도 및 기여도가 다를 수 있고, ② SNS를 통한 유용한 콘텐츠 및 앱을 활용할 수 있도록 정부 및 사회적 차원의 지원과 홍보 노력이 필요하다고 주장하였다. 정책을 개발하고 시행하는 기성세대와 정부 관계자들이 새겨들을 만 한 지적이다.

##### (1) SNS를 활용한 건전이용 캠페인

네이버와 카카오 등 포털 및 SNS 제공 업체들의 협조를 통해 소셜미디어의 건전한 이용에 관한 캠페인을 지속적으로 펼쳐나갈 필요가 있다. 탑다운(top-down) 방식의 일방향성 정책홍보는 청소년들을 대상으로 했을 때, 효과가 떨어진다. 홍보 내용은 간결한 내용으로 흥미를 유발하는 오락적 요소를 가미하여야 한다. 최근 카드뉴스가 유행인 이유는 스마트폰의 이용이 대중화되면서 젊은층을 중심으로 뉴스마저 간결하고 시각적 효과가 어우러진 콘텐츠를 선호하기 때문이다. 소셜미디어를 위시한 뉴미디어의 건전하고 현명한 이용을 위한 정책홍보도 카드뉴스 형식을 빌리거나 퀴즈를 맞히면 소액의 키프티콘 등을 보상으로 받는 등의 참여형으로 바뀔 필요가 있다.

(2) SNS를 활용한 정책홍보 및 정책적 활용

SNS를 활용한 정책홍보 및 정책적 활용을 위한 벤치마킹을 위해 서울특별시를 눈여겨볼 필요가 있다. 서울특별시는 수년전부터 소셜미디어를 적극 활용하여 소위 ‘디지털도시행정’을 이루기 위해 노력하고 있다. 그 결과, 서울시의 페이스북 페이지 구독자 수가 192,480명으로 공공기관 중 1위를 기록하고 있다. 트위터 팔로워 63,913명, 카카오톡스토리 구독자 153,417명, 인스타그램 팔로워 수 25,599명 등의 수치를 기록하고 있다. 대부분의 수치들이 공공기관 중에서는 상위권을 차지하고 있다. 오세욱 서울특별시 미디어운영팀장은 이 같은 현상의 원인으로 단순 정책 홍보는 가능한 지양하고, 시민들과 공감할 수 있는 내용들을 위주로 운영하기 때문이라고 밝혔다. <그림 VII-3>는 서울시 소셜미디어 백서 “서울은 소셜특별시”의 일부이다.



\* 출처 : 서울특별시 뉴미디어담당관 제공

[그림 VII-3] 서울시 소셜미디어 백서 “서울은 소셜특별시”의 일부

<그림 VII-3>에 나타났듯이, 서울시는 젊은 세대가 즐겨 사용하는 4대 소셜미디어인 페이스북, 카카오톡, 트위터, 인스타그램을 적극 활용하여 정책홍보 및 정책적 여론수렴 및 공론장으로서의 기능을 살려나가고 있다. 페이스북의 경우 “공감허브”로서 사회적 이슈들에 대한 의견교환 및 감정의 교류를 나누는 장으로 활용하고 있다. 트위터는 안전사고, 재난 등 속보성의 정보를 빠르게 전달하는 기능을 적극 활용하고 있으며, 카카오톡은 서울시정 관련 홍보 포스팅의 댓글이 많은 비중을 차지하는 것에서도 알 수 있듯이 시민들의 소통창구로서 역할을 하고 있다. 사진공유가 주기능인 인스타그램을 활용하여 행사나 축제의 이미지 제고와 정책 홍보를 함께 이뤄가고 있다. 이렇듯, 소셜미디어가 보유한 저마다의 기능들을 최대한 활용하여 정책홍보와 여론수렴 및 시정참여를 꾀하는 모습은 본받을만하다. 서울시는 소셜미디어의 활용을 통하여 온라인 시민커뮤니티의 강화를 계획하고 있다. 정치나 시정에 젊은층들이 보다 적극적으로 참여할 수 있는 길을 열어두고 있다. 정부가 정책을 결정하고 이를 홍보하는 방식을 지양하고, 시민과 지방정부가 소셜미디어를 통해 의견을 나누며 여론을 수렴하여 정책이 만들어지는 과정을 체험하게 된다면 청소년을 위시한 젊은층에게는 참여의식과 정치 효용감을 높여주는 기회가 될 것이다.

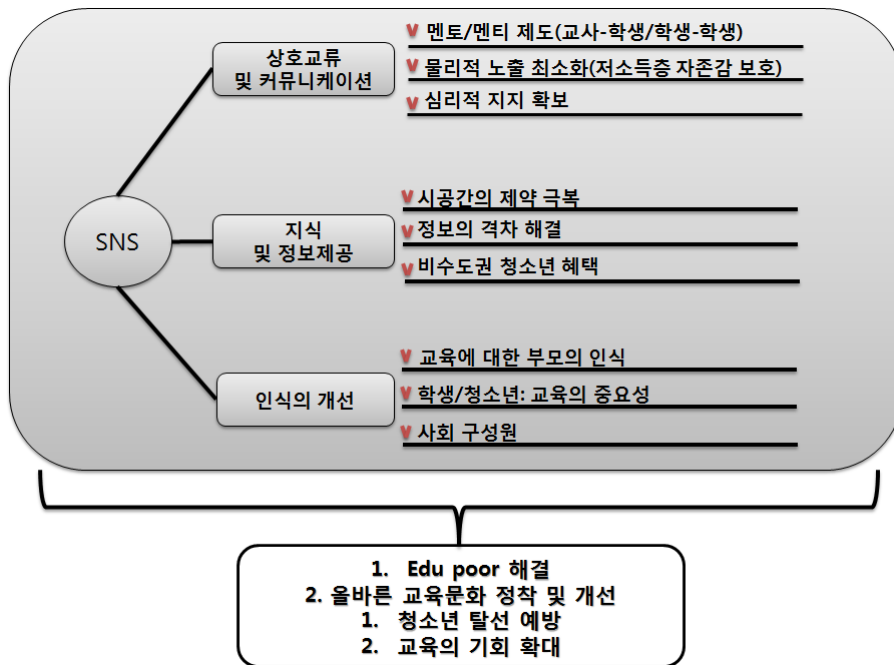
### (3) 유용한 어플리케이션 및 SNS 활용에 대한 정보 제공 또는 온라인 플랫폼 개설

청소년들에게 유용한 어플리케이션에 대한 정보를 학부모, 교사, 청소년들에게 체계적으로 제공하는 정부차원의 노력이 요구된다. 본보고서를 위한 사례조사에서 (주)바풀의 이민희 CEO가 지적한대로 서울과 지방간 정보격차가 존재하는 상황에서는 교육의 평등권은 이뤄질 수 없다. (주)바풀이나 클래스팅(classing)과 같은 교육용 앱을 민간의 힘으로 개발하였으나, 홍보가 부족하여 이용률이 저조하다면 사회적으로도 커다란 손실이다. 바풀의 예를 보더라도, 사교육을 받기 어려운 청소년이 무료로 교육적 혜택을 볼 수 있는 기회가 있음에도 단지 이 같은 앱이 있다는 사실을 인지하지 못해 이용을 못하는 경우가 많다. 서울이나 부산처럼 사교육 시장이 비교적 큰 지역에서 바풀 이용자 비율이 높다는 것은 아이러니한 현실이다. 유용하게 이용한다면 사교육의 문제점을 해결하고 교육의 평등권을 이룰 수도 있는 앱이 단지 정보가 부족하여 바풀과 같은 유용한 앱들의 사용이 정작 더 필요한 청소년들이 사용을 못하고 있는 것이다.

<그림 VII-4>는 「청소년 집단지성 토론탐」과 함께 소셜미디어가 학습 및 교육 문화를 위해 기여할 수 있는 범위와 활용가능성에 대한 토론을 통해 얻은 결론을 도식화한 것이다. 청소년들은

소셜미디어가 교육 문화에 긍정적인 기여를 할 수 있다고 본 이유로 ① 상호교류 및 커뮤니케이션, ② 지식 및 정보 제공, ③ 인식의 개선을 들고 있다. 소셜미디어의 원활한 커뮤니케이션 기능을 활용해 교사와 학생 또는 학생과 학생간 멘토링제도를 도입하면 특정 지식 및 정보를 제공받을 수 있을 뿐만 아니라, 심리적 지지도 얻을 수 있는 장점이 있다. 또한, 감수성이 민감한 청소년들이기 때문에 남의 도움을 받는다는 사실을 남이 알까봐 도움을 받는 것을 꺼리는 청소년들도 물리적 노출을 최소화할 수 있는 점을 들어 소셜미디어를 통한 교육의 기회가 많아져야 한다고 지적하였다.

소셜미디어를 활용하여 지식과 정보 제공을 통해 비수도권 청소년들이나 저소득층의 자녀들도 교육의 혜택을 충분히 받을 수 있도록 정부와 사회가 노력해야 한다는 지적은 정책을 다루는 관계자들이 새겨들어야 한다. 또한, 앞서 기술한 정책홍보를 통해 교육의 중요성과 교육방법에 대한 학부모와 청소년을 위시한 우리 사회의 구성원들의 인식개선을 위해 노력할 필요가 있다.



【그림 VII-4】 청소년의 교육/학습 문화에 기여하는 소셜미디어

소셜미디어를 활용한 유용한 앱의 개발은 차지하더라도 이미 개발된 유용한 앱에 대한 정보와 활용법을 정부차원에서 널리 홍보하거나 직접적인 홍보가 어렵다면 학생, 교사, 학부모가 비용의 지불이나 큰 어려움 없이도 이 같은 정보들이 일목요연하게 정리되어 쉽게 접할 수 있도록

온라인상의 플랫폼을 만들어 제공할 필요가 있다. 이는 토론단 참여자들이 지적인대로, ① 자식의 사교육비를 위해 집까지 팔아야 하는 에듀푸어(edu-poor) 문제를 해결하고, ② 모든 청소년에게 교육의 기회가 확대되고, ③ 청소년 탈선을 예방하며, ④ 장기적으로는 우리나라의 왜곡된 교육문화를 올바르게 정착시키고 개선할 수 있는 바탕이 될 수 있다.

많은 비용을 들이지 않고도 자신이 기다리는 버스의 위치가 어디쯤인지 알 수 있도록 정보를 제공하는 앱을 만들 수 있듯이 위기청소년들을 위한 쉼터 정보를 담은 앱의 개발도 필요하다. 앞서 살핀 사례조사에서 사인하우스의 박재범 대표가 지적한대로, 위기청소년들이 집을 나와 마땅히 머물 곳이 없을 때, 청소년 쉼터를 찾아가는 경우가 많으나, 지역별 쉼터 간에 유기적 연결체계가 빈약하여 청소년이 일일이 전화를 하여 머물 공간이 있는지를 알아보아야하는 상황이다. 전국의 청소년을 위한 쉼터들을 데이터베이스화하여 급하게 잠시라도 머물 수 있는 공간을 파악하는데 소셜미디어가 유용하게 활용될 수 있도록 정부의 지원이 요구된다. 이는 운영기관과 정부의 의지가 있다면 비교적 어렵지 않게 앱을 활용하여 쉼터 정보를 청소년들에게 제공할 수 있을 뿐만 아니라 간단한 상담도 진행할 수 있어 위기청소년들의 복지에도 도움이 될 것이다.



# 참 고 문 헌



## 참 고 문 헌

- 교육부 (2015). 사교육비·의식조사 결과 발표. 교육부 웹사이트 <http://www.moe.go.kr/web/100026/ko/board/view.do?bbsId=294&pageSize=10&currentPage=0&encodeYn=N&boardSeq=58584&mode=view> 에서 2015년 10월 30일 인출.
- 교육부 (2014). 교육통계연보. 교육통계서비스 웹사이트 <http://kess.kedire.kr/publ/view?survSeq=2014&publSeq=2&menuSeq=3894&itemCode=02&language=en#>
- 권이중, 김천기, 이상오(2010). **청소년문화론**. 경기: 공동체.
- 권정은 (2011). 미래 사회의 新학습모델, 소셜 러닝의 부상. IT & Future Strategy, 4호. 서울: 한국정보화진흥원.
- 김대호 외(2012). **소셜미디어**, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 김문조(2012). **새로운 미래가 온다, 세상을 바꾸는 스마트 혁명**, 김동욱 외, **다가온 미래 스마트 라이프**(19-31쪽). 서울: 삼인.
- 김세희(2013). 청소년이 지각한 눈 특성과 사이버 집단지성 유형별 참여정도 간의 관계, 순천향대학교대학원 석사학위 청구논문.
- 노순규 (2012). **청소년 문화이해와 상담보호**, 한국기업경영연구원,
- 박웅기. (2013). 청소년의 SNS 중독에 관한 탐색적 연구. 언론과학연구, 13(4), 305-342.
- 박진규 (2010). 『**청소년 문화 2판**』. 학지사.
- 배상률(2014). **디지털 시대의 청소년 미디어교육 제도화 방안 연구**. 한국청소년정책연구원.
- 배상률, 김형주, 성은모(2013). **2013 청소년 매체 이용 실태 조사**. 여성가족부.
- 여성가족부 (2014). 2014 청소년백서.
- 오미영, 정인숙(2005). **커뮤니케이션 핵심 이론**. 커뮤니케이션북스.
- 윤민섭. (2012). 자금조달 수단으로서의 Crowdfunding 에 관한 법적 연구. 기업법연구, 26(2), 185-226.

- 윤영민(2011). Dialogue 소셜미디어와 집단지성. 한양대학교출판부.
- 윤승욱. (2004). 모바일 인터넷의 수용결정요인에 대한 연구. 한국언론학보, 48(3), 274-301.
- 윤철경, 조홍식, 김향초, 이규미, 우정자, & 윤진선. (2006). 위기청소년 지역사회 안전망 실태와 발전방안. 한국청소년개발원 연구보고서, 1-513.
- 이경상 외(2012). 한국 아동·청소년 패널조사 : 2010 III 사업보고서. 한국청소년정책연구원.
- 이경상(2014). 미래 환경변화 및 청소년정책 전망 연구 I :미래 청소년 환경변화에 대한 전망. 청소년정책연구원.
- 이명숙(2013). **청소년 문제와 보호**. 서울: 교육과학사.
- 이종원 (2015). 청소년의 휴대전화 보유 현황과 이용빈도, 휴대전화 의존도: KCYPS 초1 패널 제5차년도 조사결과 분석, NYPI 청소년통계브리프. Vol(23).
- 이창호, 성운숙, 정낙원 (2012). **청소년의 소셜미디어 이용실태 연구**. 한국청소년정책연구원.
- 임상원 (1998). 『아레오파지티카: 존 밀턴의 언론 출판 자유에 대한 선언』. 나남출판사.
- 장근영 외 (2013). **청소년이 행복한 마을 지표개발 및 조성방안 연구**. 한국청소년정책연구원.
- 장준오, 김미숙, 장미혜, 배상률 외(2012). **청소년폭력위기에 대한 단기적 대응방안**. 한국형사정책연구원.
- 정보통신정책연구원(2015). SNS와 온라인 커뮤니티의 사회관계 형성 메커니즘 비교. 서울: 휴먼컬처아리랑.
- 정하성, 유진이(2010). **청소년 문화**. 양서원.
- 중앙일보(2015. 10. 04). 겨밥.번기라면에 미성년자 성관계까지...도 넘은 SNS 일탈 계정, <http://news.joins.com/article/18789083> 에서 (2015. 10. 15. 인출).
- 청소년 폭력예방재단(2015). **2014년 전국 학교폭력 실태조사**. 서울: 청소년폭력예방재단.
- 천정웅, 장근영, 이채식, 김윤나(2014). **청소년문화론**. 양서원.
- 최창섭(2000). 한국형 청소년 미디어교육 추진모델 개발연구. 한국청소년개발원.
- 통계청 (2013). 한국의 사회동향 2013. 한국사회과학자료원.
- 하상복 (2010). 『**푸코 & 하버마스**』. 경기 : 김영사.
- 한국청소년정책연구원 (2015a). 『**청소년문화론(제2판)**』. 경기: 교육과학사.
- 한국청소년정책연구원 (2015b). 『**청소년학개론(제2판)**』. 경기: 교육과학사.
- 한국청소년정책연구원, 한국청소년활동진흥원 (2015). 2015 청소년 문화와 안전 국제포럼 자료집.

- 황용석 (2013). *온라인 저널리즘*, 서울: 커뮤니케이션북스.
- 황유선(2012). *소셜미디어란 무엇인가*. 소셜미디어연구포럼. *소셜미디어의 이해*. (19-38쪽). 서울: 미래인.
- Armsden, G. C. & Greenberg, M. T. (1987). The inventory of parent and peer attachment: Individual differences and their relationship to psychological well-being in adolescence. *Journal of Youth and Adolescence*, 16(5), 427-454.
- Aufderheide, P. (1993). Media Literacy. A Report of the National Leadership Conference on Media Literacy. Aspen Institute, Communications and Society Program.
- Birdwell, J., Cadywould, C., and Reynolds, L. (2014). *Tune in, turn out*. London: Demos
- Bingham, T. & Cornner, M. (2010). *(The) new social learning :a guide to transforming organizations through social media*. 이찬(2011). 『소셜러닝: 집단지성을 깨우는 새로운 패러다임』, 서울: 크레듀.
- Bronfenbrenner, U. (1979). *The Ecology of Human Development: Experiments by Nature and Design*. MA: Harvard University Press.
- Castells, Manuel (2000). *The rise of the network society*, 김목한, 박행웅, 오은주 역(2003), 『네트워크 사회의 도래』. 서울 : 한울.
- CBS News (2014). Teens ditch Facebook for new social media favorite <http://www.cbsnews.com/news/kids-social-media-survey-instagram-twitter-facebook/> (2015. 10. 29 인출)
- Clark, L. S. (2011). Parental mediation theory for the digital age. *Communication Theory* 21. 323-343.
- Cox, D., & McLeod, S. (2013). Social media strategies for school principals. *NASSP Bulletin*, 0192636513510596. (2015. 10. 30 인출)
- Croteau, D., Hoynes, W., Milan, S., & Croteau, D. (2012). *Media/society: Industries, images, and audiences*. Thousand Oaks, Calif: SAGE.
- Department of Education (2012). *Building Enduring Race to the Top Education Reforms: Using Social Media to Engage With and Communicate to Key Stakeholders* <http://www2.ed.gov/about/inits/ed/implementation-support-unit/tech-assist/using-social-media-pub.pdf> (2015. 10. 30 인출)

- Department of Education (2013a). Measurable Success, Growing Adoption, Vast Potential: Social Media Use among State and Local Education Agencies <http://www2.ed.gov/about/inits/ed/implementation-support-unit/tech-assist/social-media-use.pdf> (2015. 10. 30 인출)
- Department of Education (2013b). Social Media: Planning, Policies and Measuring Efforts <http://www2.ed.gov/about/inits/ed/implementation-support-unit/tech-assist/webinar-social-media-planning.pdf> (2015. 10. 30 인출)
- Department of Education (2013c). Social Media Webinar: SEA and LEA Usage and Best Practices <http://www2.ed.gov/about/inits/ed/implementation-support-unit/tech-assist/social-media-best-practices.pdf> (2015. 10. 29 인출)
- Department of Education (2013d). Using Social Media to More Effectively Communicate Reform Efforts: A Case Study on the Ohio Department of Education's Use of Twitter <http://www2.ed.gov/about/inits/ed/implementation-support-unit/tech-assist/oh-twitter-case-study.pdf> (2015.11.1 인출)
- Department of Education (2014a). Social Media Tip Sheet: Building Capacity <http://www2.ed.gov/about/inits/ed/implementation-support-unit/tech-assist/social-media-tip-building-capacity.pdf>
- Department of Education (2014b). Social Media Tip Sheet: Driving Success through Smart Policies <http://www2.ed.gov/about/inits/ed/implementation-support-unit/tech-assist/social-media-tip-driving-success.pdf>
- Department of Education (2014c). Tip Sheet: Innovative Engagement <http://www2.ed.gov/about/inits/ed/implementation-support-unit/tech-assist/social-media-tip-innovative-engagement.pdf>
- Department of Education and Home Office (2015). How social media is used to encourage travel to Syria and Iraq: Briefing note for schools. (URL: [https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/440450/How\\_social\\_media\\_is\\_used\\_to\\_encourage\\_travel\\_to\\_Syria\\_and\\_Iraq.pdf](https://www.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/440450/How_social_media_is_used_to_encourage_travel_to_Syria_and_Iraq.pdf) 2015.11.10. 인출)
- Digital Marketing (2015). By the Numbers: 60 Amazing Snapchat Statistics <http://expandedramblings.com/index.php/snapchat-statistics/>
- Giddens, A., (1989). *Sociology*. 김미숙 외(2007). **현대 사회학**. 을유문화사.

- Gitlin, T.(1980). *The Whole World Is Watching: Mass Media in the Making & Unmaking of the New Left*. Berkeley, CA: University of California Press.
- Griffin, E. (2009). (A) first look at communication theory, 김동윤(2012), *첫눈에 반한 커뮤니케이션 이론*, 커뮤니케이션북스.
- Habermas, J. (2001). *The structural transformation of the public sphere: An inquiry into a category of bourgeois society*. MIT press.
- Hall, S. (1982). The rediscovery of ideology: Return of the repressed in media studies. *Cultural theory and popular culture: A reader*, 111-41.
- Hall, S. (Ed.). (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices* (Vol. 2). Sage.
- Hargitta i, E. (2010). Digital na(t)ives? Variation in Internet skills and uses among members of the —Net Generation. *Sociological Inquiry*, 80(1), 92 - 113.
- Hart, R. A. (1997). *Children’s Participation: The Theory and Practive of Involving Young Citizens in Community Development and Environmental Care*. New York: UNICEF.
- Hobbs, R., & Jensen, A. (2009). The past, present, and future of media literacy education. *The Journal of Media Literacy Education*, 1(1), 1-11.
- Hobbs, E. (2010). *Digital and Media Literacy: A Plan of Action*. Washington, D. C.: The Aspen Institute.
- Jenkins, H. (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*. An Occasional Paper on Digital Media and Learning. John D. and Catherine T. MacArthur Foundation.
- Kahne, J., Lee, N. J., & Feezell, J. T. (2012). Digital media literacy education and online civic and political participation. *International Journal of Communication*, 6, 1-24.
- Krumboltz, J. D. (1996). *A learning theory of career counseling*.
- Livingstone, S. (2004). Media literacy and the challenge of new information and communication technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14.
- Livingstone, S., Carr, J. and Byren, J. (2015). *One in three: internet governance and children’s rights*. London: Chatham House.
- Macionis, J. (1995). *Sociology*,(5th edt).

- Mason, J. (1996). *Qualitative Researching*. 김두섭(1999). *질적 연구방법론*. 서울: 나남출판.
- MediaSmarts (2014d). *Experts or Amateurs? Gauging Young Canadians' Digital Literacy Skills*  
[http://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/publication-report/full/YCWWIII\\_Experts\\_or\\_Amateurs.pdf](http://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/publication-report/full/YCWWIII_Experts_or_Amateurs.pdf) (2015.11.1 인출)
- MediaSmarts (2015). *Fostering Digital Literacy in the Classroom* <http://mediasmarts.ca/digital-media-literacy-fundamentals/digital-literacy-fundamentals> (2015.11.1 인출)
- National Advisory Committee (2014). *Social Media and Safety: How are Youth Using Social Media?*  
<http://www.medialiteracyweek.ca/2014/10/social-media-and-safety-how-are-youth-using-social-media/> (2015.11.1. 인출)
- New York Times (2007). *New Class(room) War: Teacher vs. Technology* <http://www.nytimes.com/2007/11/07/education/07education.html> (2015. 10. 29. 인출)
- NYC Department of Education (2014a). *Teacher Guide to Student Social Media Guidelines* [http://schools.nyc.gov/NR/rdonlyres/7EA5307F-B397-4402-9C15-105CDAE349DE/0/teachersguide\\_FINAL.pdf](http://schools.nyc.gov/NR/rdonlyres/7EA5307F-B397-4402-9C15-105CDAE349DE/0/teachersguide_FINAL.pdf) (2015. 10. 25. 인출)
- Ofcom (2014). *Children and Parents: Media Use and Attitudes Report*. London: Office of Communication.
- Padmanabhan, L. (2014.12.24.) *Could e-voting be on its way in the UK?* BBC News (URL: <http://www.bbc.com/news/uk-politics-30234304> 2015.11.10. 인출)
- PEW Research Center (2015). *Teens, Social Media & Technology Overview* <http://www.pewinternet.org/2015/04/09/teens-social-media-technology-2015/> (2015. 10. 25. 인출)
- Pew Research Center (2015). *Teens, Technology and Friendships: Video games, social media and mobile phones play an integral role in how teens meet and interact with friends* <http://www.pewinternet.org/2015/08/06/teens-technology-and-friendships/> (2015.11.6. 인출)
- Piketty, T. (2013). *Capital in the Twenty-First Century*. 장경덕 외(2014). 『21세기 자본』. 서울: 글항아리.
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. *On the Horizon*, 9(5), 1-6
- Putnam, R. D. (1995). *Bowling alone: America's declining social capital*. *Journal of democracy*, 6(1), 65-78.

- Rosenberg, M. (1965). Society and the adolescent self-image. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Rogers, M. (2003). Diffusion of Innovations(5th ed). 김영석, 강내원, & 박현구(2005). **개혁의 확산**. 커뮤니케이션북스.
- Rosen J.D. (2014). Digital Literacy and Problem Solving in Technology Rich Environments <http://www.literacy.ca/content/uploads/2014/08/CLLN-PSTRE-May-22-session-report.pdf> (2015. 10. 25. 인출)
- Select Committee on Digital Skills. (2015) Make or Break: The UK's Digital Future. London: the Authority of the House of Lords
- Steeves, Valerie (2014a). Young Canadians in a Wired World Phase III: Life Online [http://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/publication-report/full/YCWWIII\\_Life\\_Online\\_FullReport.pdf](http://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/publication-report/full/YCWWIII_Life_Online_FullReport.pdf) (2015.11.9. 인출)
- Steeves, Valerie (2014b). Young Canadians in a Wired World Phase III: Trends and Recommendations <http://mediasmarts.ca/research-policy/young-canadians-wired-world-phase-iii-trends-recommendations> (2015.11.8. 인출)
- Steeves, Valerie (2014c). Young Canadians in a Wired World, Phase III: Teachers' Perspectives <http://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/publication-report/full/YCWWIII-Teachers-Perspectives.pdf> (2015.11.9. 인출)
- UK Safer Internet Centre (2015). Friendship in a digital age. (URL: [http://dwn5wtkv5mp2x.cloudfront.net/ufiles/Report\\_Friendship\\_in\\_a\\_Digital\\_Age.pdf](http://dwn5wtkv5mp2x.cloudfront.net/ufiles/Report_Friendship_in_a_Digital_Age.pdf). 2015.11.10. 인출)
- US Department of Education(2014). Social Media Resources. <http://www2.ed.gov/about/inits/ed/implementation-support-unit/tech-assist/stakeholder-communications-social-media.html> (2015. 11. 2. 인출)





# 부 록

1. 중·고 학생 대상 설문지



## 청소년 문화 및 소셜미디어 이용에 관한 설문조사

2015091601-0

안녕하세요?

한국청소년정책연구원은 청소년을 위한 국가정책을 연구·개발하는 국무총리산하 정책연구기관입니다. 본 연구원에서는 '청소년문화 활성화를 위한 소셜미디어 활용방안' 연구의 일환으로 전국의 청소년들을 대상으로 청소년들의 문화 및 소셜미디어 이용 실태와 활용 등과 관련한 조사를 실시하게 되었습니다.

여러분께서 응답하신 내용은 통계법에 따라 익명성이 보장되고, 응답내용에 대한 비밀보장이 철저히 이루어지며 청소년 관련 정책 수립을 위한 연구자료로만 활용됨을 밝혀드립니다.

모든 질문에는 맞고 틀리는 답이 없으며, 응답내용은 학교나 선생님이 절대로 볼 수 없습니다. 따라서 각 조사 문항에 대해 귀하의 의견을 솔직하고 성실하게 응답해주시길 부탁드립니다. 바쁘신 중에도 본 조사에 응해주셔서 진심으로 감사드립니다.

※ **소셜미디어(Social Media)**는 온라인 네트워크를 통해 이용자가 적극적으로 참여해 정보와 지식을 생산, 공유, 소비하는 서비스를 의미합니다. 소셜미디어의 종류로는 페이스북, 트위터, 카카오톡, 유튜브 등이 있습니다 (본 연구에서는 카카오톡은 소셜미디어에서 제외합니다).

※ 본 설문조사에서는 소셜미디어와 SNS를 같은 의미로 개념정리 하였습니다. 이에 따라, 설문에 가끔씩 소셜미디어가 SNS로 대체되어 사용되고 있으니 혼동 없으시길 바랍니다.

※ 복수 응답을 요구한 문항이나 복수 응답이 가능하다고 표현된 문항을 제외하고 모든 질문에는 단일 응답을 해주시길 바랍니다.

2015. 10

- ▶ 조사연구기관: 국무총리실 산하 한국청소년정책연구원
- ▶ 연구책임: 배상률 부연구위원, 044-415-2220
- ▶ 조사수행기관: (주)리서치앤리서치(R&R)
- ▶ 설문내용문의 : 배재현 전임연구원, 02-6916-3504
- ▶ 조사진행문의 : 조선미 팀장, 02-3484-3053

### 면접원 기본사항

본 면접 조사는 면접지침사항 내용을 준수하여 이루어졌음을 확인 합니다	면접원 성명 : ID _____	S/V 확인 _____	검증원 확인 _____	에디터확인 _____
--	----------------------	--------------	--------------	-------------

### 아래 질문부터 응답해주세요.

SQ1	학생의 성별은 무엇입니까?	1) 남자	2) 여자		
SQ2	학생의 학년은 어떻게 되십니까?	1) 중 1	2) 중 2	3) 중 3	
		4) 고 1	5) 고 2		
SQ3	학생이 현재 살고 있는 지역은 어디입니까?	1) 서울	2) 부산	3) 대구	4) 인천
		5) 광주	6) 대전	7) 울산	8) 세종
		9) 경기	10) 충북	11) 충남	12) 강원
		13) 경북	14) 경남	15) 전북	16) 전남
		17) 제주			
SQ4	학생이 현재 살고 있는 지역의 특징은 어떠합니까?	1) 대도시	2) 중소도시	3) 농산어촌	





문8. 귀하는 다음의 예능 프로그램을 시청한 경험이 있나요? 해당 프로그램 내용이나 시청경험에 대한 글이나 의견교환을 소셜미디어를 통해 나누는 적이 있나요? 해당하는 번호에 √ 표시해 주세요.

프로그램	시청 유무				소셜미디어를 통한 해당 프로그램 내용 의견 교환			
	없음	1번	2번	3번 이상	없음	1번~2번	3번~4번	5번 이상
(1) 무한도전 - 배달의 무도	1	2	3	4	1	2	3	4
(2) 무한도전 - 바보전쟁:순수의 시대	1	2	3	4	1	2	3	4
(3) 런닝맨	1	2	3	4	1	2	3	4
(4) 신서유기	1	2	3	4	1	2	3	4

## II. 소셜 미디어의 활용

※ 다음 문9년부터 문12번 질문에는 모든 응답자가 대답해 주십시오.

문9. 다음은 소셜미디어의 기능적 혜택에 관한 내용입니다. 각 항목별로 학생이 느끼는 동의 수준을 체크해 주세요.

질문 내용	전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
(1) 학습/학업 관련 정보를 습득 할 수 있다	1	2	3	4	5
(2) 학습/학업이외의 유익한 정보를 습득 할 수 있다	1	2	3	4	5
(3) 정보탐색시간을 절약 할 수 있다	1	2	3	4	5
(4) 신속하게 정보를 전달 할 수 있다	1	2	3	4	5
(5) 지식의 심화와 확장을 도울 수 있다	1	2	3	4	5
(6) 의사소통이 편리하다	1	2	3	4	5
(7) 새로운 시각이 확장될 수 있으며, 타인의 의견을 파악할 수 있다	1	2	3	4	5
(8) 새로운 관계를 형성할 수 있고, 사람을 사귀거나 인맥을 확장시킬 수 있다	1	2	3	4	5
(9) 기존에 알고 있던 친구관계를 강화시킬 수 있다	1	2	3	4	5
(10) 나의 영향력을 확인할 수 있다	1	2	3	4	5
(11) 나의 감정 및 의견을 표출 할 수 있다	1	2	3	4	5
(12) 나의 고민을 해결할 수 있다	1	2	3	4	5
(13) 다른 사람의 일상을 관전하거나 엿볼 수 있다	1	2	3	4	5
(14) 시간을 때우거나 노닥거릴 수 있다	1	2	3	4	5
(15) 사회적 이슈에 대한 여론을 형성할 수 있다	1	2	3	4	5
(16) 사회 참여/활동/봉사를 할 수 있다	1	2	3	4	5
(17) 자료의 보존 및 기록을 할 수 있다	1	2	3	4	5
(18) 오프라인 친구들과 대화할 화제 및 이슈를 제공한다	1	2	3	4	5
(19) 우리사회의 주요 이슈/문제를 파악할 수 있다	1	2	3	4	5
(20) 취미 및 동호회를 운영할 수 있다	1	2	3	4	5

문10. 다음은 소셜미디어의 심리적 혜택에 관한 내용입니다. 각 항목별로 학생이 느끼는 동의 수준을 체크해 주세요.

질 문 내 용	전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
(1) 심리적 안정감을 느낄 수 있다	1	2	3	4	5
(2) 기분전환 및 즐거워진다	1	2	3	4	5
(3) 우울감 및 자존감이 높아진다	1	2	3	4	5
(4) 동질감 및 동료의식이 높아진다	1	2	3	4	5
(5) 스트레스가 해소 된다	1	2	3	4	5
(6) 개성 및 차이를 확인할 수 있다	1	2	3	4	5
(7) 공감대를 형성할 수 있다	1	2	3	4	5
(8) 일상탈출 및 현실도피를 할 수 있다	1	2	3	4	5
(9) 만족감 및 카타르시스를 느끼게 된다	1	2	3	4	5
(10) 사회적 연대를 형성하게 된다	1	2	3	4	5

문11. 소셜미디어에 대한 아래의 내용을 읽고, 학생이 느끼는 대로 답해 주세요.

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(1) SNS를 통해 폭력적인 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있다	1	2	3	4	5
(2) SNS를 통해 선정적인 콘텐츠를 쉽게 접할 수 있다	1	2	3	4	5
(3) SNS를 통해 유행어, 욕설, 속어, 은어를 배우게 된다	1	2	3	4	5
(4) SNS를 통해 사생활 침해를 쉽게 받을 수 있다	1	2	3	4	5
(5) SNS를 통해 유언비어가 생산 및 확산되기 쉽다	1	2	3	4	5

문12. 다음은 귀하의 소셜미디어에 이용 능력에 대한 문항입니다, 학생이 느끼는 대로 답해 주세요.

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 나는 SNS 이용 방법을 배우는 것에 어려움이 없다	1	2	3	4	5
(2) 나는 SNS에서 원하는 정보를 쉽게 찾을 수 있다	1	2	3	4	5
(3) 나는 SNS에서 나의 의견을 표현하고 주장하는데 어려움이 없다	1	2	3	4	5
(4) 나는 SNS의 기능이 새로 추가되어도 적응하는데 어려움이 없다	1	2	3	4	5
(5) 나는 SNS를 통해 다른 사용자와 커뮤니티나 그룹을 만들어 활동하는데 어려움이 없다	1	2	3	4	5
(6) 나는 SNS를 통해 사람들과 교류하고 소통하는데 어려움이 없다	1	2	3	4	5
(7) 나는 SNS상에서 나의 개인정보가 유출되는 것을 방지할 수 있다	1	2	3	4	5
(8) 나는 SNS상에서 새로운 친구를 사귀는데 어려움이 없다	1	2	3	4	5

※ 문13번~문16번은 최근 1년 동안 소셜미디어 사용 경험이 있는 학생만 답을 해주세요.  
 최근 1년 동안 소셜미디어 사용 경험이 없는 학생은 문17번으로 이동합니다.

문13. 다음은 학생의 최근 1년 동안 전반적인 소셜미디어 사용 경험에 대한 질문입니다. 해당 칸에 √ 표시해 주세요.

질문 내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 소셜미디어를 통해 학업이외의 필요한 지식이나 정보를 자주 얻는다	1	2	3	4	5
(2) 소셜미디어를 학업수행에 적절히 활용한다	1	2	3	4	5
(3) 다른 사람들과 지식이나 정보를 공유하기 위해 소셜미디어를 자주 이용한다	1	2	3	4	5
(4) 내가 처한 문제의 해결책을 얻기 위해 소셜미디어를 자주 이용한다	1	2	3	4	5
(5) 소셜미디어에 새로운 글, 사진, 동영상 등 게시물을 자주 작성한다	1	2	3	4	5
(6) 페이지, 밴드, 그룹 등을 꾸준히 운영 및 관리한다	1	2	3	4	5

문14. 아래 질문들에 대해 나의 현재 상태와 가장 가깝다고 생각되는 곳에 √ 표시해 주세요.

질문 내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(1) SNS 사용을 하는데 상당한 시간을 보낸다	1	2	3	4	5
(2) SNS를 이용할 수 없을 때 초조, 불안, 또는 짜증을 느낀다	1	2	3	4	5
(3) SNS 때문에 학업에 소홀한 적 있다	1	2	3	4	5
(4) SNS상의 내가 올린 글 또는 나에 대한 반응을 수시로 확인한다	1	2	3	4	5
(5) SNS에서 타인이 올린 글이나 댓글에 대해 필요이상 흥분한적 있다	1	2	3	4	5
(6) SNS 이용 시간을 스스로 조절하는데 어려움이 있다	1	2	3	4	5
(7) SNS에 올린 내 글에 다른 사람이 댓글을 안 달거나 '좋아요'를 누르지 않을까 신경이 쓰인다	1	2	3	4	5
(8) 다른 사람들이 SNS에 올린 내 글이나 포스팅을 부정적으로 평가할까봐 두렵다	1	2	3	4	5
(9) SNS를 오래하고 나면 후회될 때가 있다	1	2	3	4	5
(10) 의도하지 않았던 다른 사람이 SNS를 통해 내 사생활을 알게 될까봐 두렵다	1	2	3	4	5

문15. 학생은 최근 1년 동안 소셜미디어를 통하여 다음 각 항목에 제시된 사회활동에 참여한 경험이 있습니까?

질문 내용	없다	있다
(1) 사회문제에 대한 의견 남기기 (포스팅, 댓글, 민원 등)	1	2
(2) 사회문제에 대한 타인의 글/포스팅 퍼 나르기/리트윗	1	2
(3) 온라인 서명운동	1	2
(4) 기부/ 기부 캠페인 동참	1	2
(5) 봉사활동/ 자원봉사 캠페인 동참	1	2
(6) 어려운 처지(예: 사이버 왕따 피해)의 친구 돕기	1	2
(7) 종교 활동/ 선교 활동	1	2
(8) 사회단체/기관 활동	1	2



문22. 다음에 제시된 각 매체를 통해 시사 관련 뉴스를 접할 때 보통 얼마나 주의를 기울이시나요? 해당하는 곳에 √ 표시해 주세요.

매 체 유 형	전혀 주의를 기울이지 않음	거의 주의를 기울이지 않음	약간 주의를 기울임	상당히 주의를 기울임	매우 주의를 기울임
(1) 텔레비전 뉴스	1	2	3	4	5
(2) 종이신문	1	2	3	4	5
(3) 인터넷뉴스사이트(포털 포함)	1	2	3	4	5
(4) 소셜미디어	1	2	3	4	5

문23. 다음에 제시된 각 매체가 전하는 뉴스나 정보에 귀하는 보통 어느 정도 신뢰를 하나요?

매 체 유 형	전혀 신뢰하지 않음	별로 신뢰하지 않음	약간 신뢰함	상당히 신뢰함	매우 신뢰함
(1) 텔레비전 뉴스	1	2	3	4	5
(2) 종이신문	1	2	3	4	5
(3) 인터넷뉴스사이트(포털 포함)	1	2	3	4	5
(4) 소셜미디어	1	2	3	4	5

문24. 학생이 생각하는 우리 한국사회의 가장 주된 문제점(불안요인)을 중요한 순서대로 세 개만 골라 주세요.

1순위 \_\_\_\_\_ 번, 2순위 \_\_\_\_\_ 번, 3순위 \_\_\_\_\_ 번

- |             |               |              |                  |
|-------------|---------------|--------------|------------------|
| 1) 국가안보     | 2) 자연재해       | 3) 환경오염      | 4) 경제/경기 불안      |
| 5) 자원부족     | 6) 안전사고       | 7) 도덕성 부족    | 8) 신종 질병(메르스 등)  |
| 9) 범죄 발생    | 10) 사회지도층 비리  | 11) 정치 갈등/불안 | 12) 빈부격차/계층갈등    |
| 13) 세대 간 갈등 | 14) 국제관계/국가위상 | 15) 교육문제     | 16) 기타 ( _____ ) |

문25. 학생은 최근 한 달 동안 얼마나 자주 다음에 제시된 사람들과 정치, 사회, 경제 등 시사 관련 이슈에 대한 이야기를 나누니까?

질 문 내 용	전혀 없음	거의 없음	약간 있음	자주함	매우 자주함
(1) 부모님(보호자)	1	2	3	4	5
(2) 학교 및 동네 친구/선후배 (오프라인 친구)	1	2	3	4	5
(3) 온라인 친구(* 주로 온라인에서 교류하는 사람들)	1	2	3	4	5

#### IV. 발달 및 관계

문26. 부모님(보호자)과의 평소의 관계에 관한 질문입니다. 각 항목별로 학생의 의견에 가장 가까운 곳에 √ 표시해 주세요.

질 문 내 용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 부모님(보호자)은 내가 시간을 어떻게 보내는지 알고 계신다	1	2	3	4	5
(2) 부모님(보호자)은 나의 의견을 존중해주시다	1	2	3	4	5
(3) 부모님(보호자)은 내게 좋아한다는 표현을 하신다	1	2	3	4	5
(4) 부모님(보호자)은 내가 힘들어할 때 용기를 주신다	1	2	3	4	5
(5) 학교생활에 대해 부모님(보호자)과 자주 대화한다	1	2	3	4	5
(6) 친구들과의 관계에 대해 부모님(보호자)과 자주 대화한다	1	2	3	4	5
(7) 일반 매체(TV, 신문, 등) 이용과 관련하여 부모님(보호자)과 자주 대화한다	1	2	3	4	5
(8) 디지털 매체(인터넷, 스마트폰, 게임 등) 이용과 관련하여 부모님(보호자)과 자주 대화한다	1	2	3	4	5

문27. 다음의 질문을 읽고, 자신과 비슷하다고 생각하는 것을 골라 √ 표시해 주세요.

질문 내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 나는 나에게 만족한다	1	2	3	4	5
(2) 나는 내가 장점이 많다고 느낀다	1	2	3	4	5
(3) 나는 내가 적어도 다른 사람만큼 가치 있는 사람이라고 느낀다	1	2	3	4	5
(4) 나는 나에 대해 긍정적인 태도를 지니고 있다	1	2	3	4	5
(5) 전반적으로 내 삶은 행복하다	1	2	3	4	5
(6) 나는 사는 게 즐겁다	1	2	3	4	5
(7) 때때로 나는 내가 어디에도 소용없는 사람이라고 생각한다	1	2	3	4	5
(8) 나는 내가 자랑스러워할 만한 것이 별로 없다고 느낀다	1	2	3	4	5
(9) 때때로 나는 내가 쓸모없는 존재로 느껴진다	1	2	3	4	5
(10) 나는 내가 실패자라고 느끼는 경향이 있다	1	2	3	4	5
(11) 주위에 사람들이 많으면 어색하다	1	2	3	4	5
(12) 부끄럼을 많이 탄다	1	2	3	4	5
(13) 다른 사람들에게 내 의견을 분명하게 말하기 어렵다	1	2	3	4	5
(14) 외로움을 많이 느낀다	1	2	3	4	5

문28. 다음은 오프라인 및 온라인 친구관계에 대한 질문입니다. 내용을 잘 읽고 해당 부분에 표시해 주세요.

(※ 단, 온라인친구란? 학교친구와는 달리, 오프라인에서 보다 온라인상에서의 교류가 더 빈번한 친구를 뜻합니다.)

질문 내용	대상	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1) 내 친구들은 나와 이야기를 나눌 때 내 생각을 존중해준다	오프라인 친구	1	2	3	4	5
	온라인 친구	1	2	3	4	5
2) 내 친구들은 내가 말하는 것에 귀를 기울인다	오프라인 친구	1	2	3	4	5
	온라인 친구	1	2	3	4	5
3) 나는 내 친구들에게 내 고민과 문제에 대해 이야기한다	오프라인 친구	1	2	3	4	5
	온라인 친구	1	2	3	4	5
4) 내 친구들은 나를 잘 이해해 준다	오프라인 친구	1	2	3	4	5
	온라인 친구	1	2	3	4	5
5) 나는 속마음을 털어놓고 싶을 때 친구들에게 말할 수 있다	오프라인 친구	1	2	3	4	5
	온라인 친구	1	2	3	4	5
6) 나는 내 친구들을 믿는다	오프라인 친구	1	2	3	4	5
	온라인 친구	1	2	3	4	5
7) 나는 친구들과 함께 있어도 외롭고 혼자라는 느낌이 든다	오프라인 친구	1	2	3	4	5
	온라인 친구	1	2	3	4	5
8) 친구들에게 따돌림이나 괴롭힘 당한 적이 있다	오프라인 친구	1	2	3	4	5
	온라인 친구	1	2	3	4	5
9) 논쟁으로 인해 친구들과 신체적 싸움으로 번진 적이 있다	오프라인 친구	1	2	3	4	5
	온라인 친구	1	2	3	4	5
10) 친구들로부터 성적 모욕이나 추행을 당한 적이 있다	오프라인 친구	1	2	3	4	5
	온라인 친구	1	2	3	4	5

## V. 지식, 의견, 행동

문29. 1960년대와 70년대에 한국인 광부와 간호사들이 대거 파견됐던 나라는 어디인가요?

- 1) 일본                      2) 미국                      3) 독일                      4) 프랑스

문30. 2015년 유네스코 세계문화유산으로 지정된 일본의 섬으로 '군함도'라고도 불린 섬은 어디인가요?

- 1) 하시마                      2) 다케시마                      3) 홋카이도                      4) 센카쿠

문31. 현재 우리나라의 사회부총리겸 교육부 장관은?

- 1) 한명숙                      2) 황우여                      3) 이완구                      4) 유승민

문32. 최근 배출 가스 조작으로 논란을 빚고 있는 유럽의 자동차업체는?

- 1) 폭스바겐                      2) BMW                      3) 벤츠                      4) 크라이슬러

문33. 최근 이 나라의 많은 국민들은 정부군과 반정부군간의 내전을 피해 유럽국가로 대거 망명을 시도하고 있습니다. 최근 터키 해변에서 익사한 이 나라 출신 난민 아이의 사진이 언론과 소셜미디어상에서 큰 이슈가 되었습니다. 이 나라의 이름은?

- 1) 칠레                      2) 남아공                      3) 시리아                      4) 필레스타인

문34. 일제강점기였던 1941년, 일본 교토의 군사시설을 위해 강제 징용된 한국인 1,300여 명이 살던 곳으로 현재 까지도 150여명의 한국인들이 거주하고 있는 이 마을의 이름은?

- 1) 요요기                      2) 돗토리                      3) 스가누마                      4) 우토로

문35. 다음 각 항목에 대하여 '전혀 중요하지 않음(1번)'부터 '매우 중요함(7번)'까지 중 학생의 의견에 가장 가깝다고 생각되는 곳에 √ 표시해 주세요.

질 문 내 용	전혀 중요하지 않음		보통				매우 중요함	
	1	2	3	4	5	6	7	
(1) 독도 영유권 문제	1	2	3	4	5	6	7	
(2) 정신대/강제징용 문제	1	2	3	4	5	6	7	
(3) 동해/일본해 표기 문제	1	2	3	4	5	6	7	
(4) 일본 역사교과서 왜곡 문제	1	2	3	4	5	6	7	
(5) 국사교과서 국정화 문제	1	2	3	4	5	6	7	
(6) 재외동포 지원 문제	1	2	3	4	5	6	7	

문36. 다음에 제시된 활동에 대한 참여 경험 및 참여 의사에 대한 질문입니다. 각각의 활동에 대한 학생의 참여 경험과 참여 의사에 해당하는 번호에 √ 표시해 주세요.

질 문 내 용	참여 경험		참여 의사							
	없음	있음	매우 소극적	<----->			보통	----->		매우 적극적
				1	2	3		4	5	
(1) 독도 지키기 온라인 서명	1	2	1	2	3	4	5	6	7	
(2) 독도 지키기 성금	1	2	1	2	3	4	5	6	7	
(3) 정신대/강제징용 피해자 위한 온라인 서명	1	2	1	2	3	4	5	6	7	
(4) 정신대/강제징용 피해자 위한 성금	1	2	1	2	3	4	5	6	7	

문37. 다음 각 항목에 대하여 '전혀 동의 못함(1번)'부터 '매우 동의함(7번)'까지 중 학생의 의견에 가장 가깝다고 생각되는 곳에 √ 표시해 주세요.

질문 내용	전혀 동의 못함	<----->		보통	----->		매우 동의함
		2	3		5	6	
(1) 우리사회의 친일잔재 청산은 70년이 지난 지금 중요하지 않다	1	2	3	4	5	6	7
(2) 독도문제는 일본과의 외교마찰을 감수하고 강경 대응해야 한다	1	2	3	4	5	6	7
(3) 일제치하 정신대 및 강제징용에 대한 과거사 거론은 한일 양국에 도움이 되지 않는다	1	2	3	4	5	6	7
(4) 재외동포들도 우리 민족으로 우리 정부와 사회가 관심을 가져야 한다	1	2	3	4	5	6	7
(5) 올바른 역사관정립을 위해 국사교과서를 국정화하여 통합 교과서로 배우는 것이 좋다	1	2	3	4	5	6	7
(6) 환경보호를 위해서는 경제적 피해를 감수해야한다	1	2	3	4	5	6	7
(7) 우리 정부와 사회가 국제사회 원조를 확대해야 한다	1	2	3	4	5	6	7

문38. 다음은 우리나라 차기 대통령 후보군입니다. 학생에게 투표권이 있다고 가정했을 때, 만약 오늘 대통령 선거가 치러지면 학생은 누구를 대통령으로 선택하시겠습니까? 학생의 부모님은 누구를 선택할 것 같습니까? 학생의 가장 친한 학교 친구들은 대체로 누구를 선택할 것으로 예상하나요? 마지막으로 학생의 온라인 친구들은 대체로 누구를 선택할 것으로 예상하나요? 다음 각 빈 칸에 해당하는 후보의 번호를 적어 주세요.

- 1) 본인 ( )                      2) 부모님 ( )  
 3) 학교친구 ( )                4) 온라인친구 ( )
- 1) 김무성            2) 김문수            3) 문재인            4) 박원순            5) 반기문            6) 심상정  
 7) 안철수            8) 오세훈            9) 정동영            10) 최경환            11) 기타            12) 모름/관심없음

## VI. 배경질문

※ 다음은 학생의 기본 사항에 대한 질문들입니다.

**A1. 아버지(혹은 남자 보호자)의 최종 학력은 어떻게 되시나요?**

- 1) 해당사항 없음 / 모름                      2) 중학교 졸업(중퇴 포함) 이하                      3) 고등학교 졸업(중퇴 포함)  
 4) 전문대학 졸업(중퇴 포함)                      5) 4년제 대학교 졸업(중퇴 포함)                      6) 대학원(석사/박사) 졸업(중퇴 포함)

**A2. 어머니(혹은 여자 보호자)의 최종 학력은 어떻게 되시나요?**

- 1) 해당사항 없음 / 모름                      2) 중학교 졸업(중퇴 포함) 이하                      3) 고등학교 졸업(중퇴 포함)  
 4) 전문대학 졸업(중퇴 포함)                      5) 4년제 대학교 졸업(중퇴 포함)                      6) 대학원(석사/박사) 졸업(중퇴 포함)

**A3. 아버지(혹은 남자 보호자)의 디지털(인터넷, 스마트폰 등) 매체 이용능력은 어느 정도 인가요?**

- 1) 매우 낮다            2) 낮다            3) 보통이다            4) 높다            5) 매우 높다

**A4. 어머니(혹은 여자 보호자)의 디지털(인터넷, 스마트폰 등) 매체 이용능력은 어느 정도 인가요?**

- 1) 매우 낮다      2) 낮다      3) 보통이다      4) 높다      5) 매우 높다

**A5. 학생 자신의 디지털(인터넷, 스마트폰 등) 매체 이용능력은 어느 정도 인가요?**

- 1) 매우 낮다      2) 낮다      3) 보통이다      4) 높다      5) 매우 높다

**A6. 학생의 성적은 학급에서 어느 정도 수준입니까?**

- 1) 하위권      2) 중하위권      3) 중위권      4) 중상위권      5) 상위권

**A7. 학생이 속한 가정의 전반적인 소득 수준이 어떻다고 생각하세요?**

- 1) 하위권      2) 중하위권      3) 중위권      4) 중상위권      5) 상위권

**A8. 다음은 학생의 주변 환경 및 여건에 대한 질문입니다. 다음 내용을 잘 읽고 해당 부분에 √ 표시해 주세요.**

질문 내용	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
(1) 내가 지금까지 경험한 우리사회의 전반적인 교육문화에 만족한다	1	2	3	4	5
(2) 우리 동네는 청소년의 교육활동을 위한 인프라 및 자원 (예: 도서관, 공부방 등)이 풍부하다	1	2	3	4	5
(3) 나는 우리 학교로부터 진로교육이나 진로/취업 정보를 충분히 제공받고 있다	1	2	3	4	5
(4) 나는 놀이를 즐기고 휴식을 취하며 즐겁게 지낼 수 있는 시간이 충분하다	1	2	3	4	5
(5) 우리 동네에는 놀이와 휴식을 위한 공간이 충분히 마련되어 있다	1	2	3	4	5
(6) 나는 학교 이외의 공간에서 친구들과 함께 취미나 여가를 위한 그룹 활동을 하거나 프로그램에 참여한다	1	2	3	4	5
(7) 전반적인 나의 여가생활에 대해 만족한다	1	2	3	4	5
(8) 나는 온라인상에서 연락을 취하는 외국인 친구(지인)가 여럿 있는 편이다	1	2	3	4	5
(9) 나는 문화적 배경이 다른 청소년과 친한 단짝이 될 수 있다	1	2	3	4	5
(10) 이성 친구를 사귀다면, 문화적 배경이 다른 사람을 사귀 수 있다	1	2	3	4	5

★ 설문을 모두 마치셨습니다. 성실한 응답에 감사드립니다! ★

## Abstract

### **A Study on the Utilization of Social Media for the Vitalization of Youth Culture**

The main purpose of this study is twofold: One is to explore the life conditions Korean youth face specifically in terms of education, leisure, social participation etc. and the values and attitudes Korean youth generally exhibit. The second is to delve into the possibility of and the range of the utilization of social media for the vitalization of youth culture. The ultimate goal of this study, therefore, is to suggest policy directions our society and the Korean government should provide, by utilizing social media to serve as a useful tool in developing youth culture, as well as the field of communication for Korean youth.

The author surveyed approximately 2,500 middle school and high school students nationwide on youth culture and their social media use. In addition, the author organized the qualitative study with its basis in two keywords, social media and youth culture, analyzing the discourses found within youth discussion forums on Facebook. In addition, domestic and foreign case studies were conducted in order for the Korean government and society to benchmark in the future.

According to the results of this study, most Korean youths obtain a number of psychological, as well as functional benefits, from utilizing social media. They recognize social media as value neutral; therefore, social media could offer positive or negative effects depending on how it is used. Based on this study, Korean youths list “self-expression,” “information gathering,” and “communication” as the three major functions of social media. Many of the surveyed youths answered that they could gather useful information, grasp social issues and agenda, and construct public opinions through social media. In addition, they fully recognized that social media could serve as an important tool for youths to help release stress, share their interests with friends, and identify people’s individualities.

Through social media, harmful content has been easily delivered and dispersed to people including youths. In this situation, the author proposes that our society should provide rigid rules and put in a great deal of social efforts to screen out such immoral and harmful contents. In the meantime, we should also help youths build their digital literacy, which would be able to maximize the benefits of social media in terms of the collective intelligence and social capital. To successfully achieve the abovementioned goals, the author suggests the following: First, school-based media education should be systemically established; Second, several government-operated camps such as the Internet Dream Village, which helps youths suffering from smartphone and Internet addiction, should be established nationwide; Lastly, parent education programs and government-operated PR should be provided.

**Keywords : social media, digital literacy, collective intelligence, youth culture**

## 2015년 한국청소년정책연구원 간행물 안내

### 기관고유과제

- 15-R01 청소년 나눔활동의 실태 및 개선방안 / 이경상 · 조용하
- 15-R02 청소년활동 참여 실태조사 연구Ⅱ / 최창욱 · 문호영 · 김진호
- 15-R02-1 청소년활동 참여 실태조사 연구Ⅱ - 기초분석보고서 / 최창욱 · 문호영
- 15-R03 청소년문화 활성화를 위한 소셜 미디어 활용 연구 / 배상률
- 15-R04 지역사회 청소년의 인성교육 실태와 활성화 방안 연구 / 임지연 · 김영석 · 김혁진
- 15-R05 청소년수련시설 역할 재정립 및 정체성 확립 방안 연구 / 김형주 · 김정주 · 김인규
- 15-R06 동북아시아 평화공동체 형성을 위한 청소년 국제교류 발전 방안 / 김기현 · 황세영 · 이경자 · 강영배
- 15-R07 청소년 아르바이트 실태조사 및 정책방안 연구Ⅱ / 황여정 · 김정숙 · 이수정 · 변정현
- 15-R08 20대 청년, 후기청소년정책 중장기 발전전략 연구 / 김지경 · 정연순
- 15-R09 학교 밖 청소년 지원 정책 체계화 방안 연구 / 백혜정 · 송미경
- 15-R10 아동 · 청소년 · 가족 보호체계 개선방안 연구 / 김지연 · 좌동훈 · 박세경 · 한미경
- 15-R11 한국 아동 · 청소년 인권실태 연구Ⅴ : 총괄보고서 / 김영지 · 김희진 · 이민희 · 박선영
- 15-R11-1 한국 아동 · 청소년 인권실태 연구Ⅴ : 청소년 인권의식과 시민적 권리의 경험에 대한 관련 요인 분석 / 김진석
- 15-R11-2 한국 아동 · 청소년 인권실태 연구Ⅴ : 2015 아동 · 청소년 인권실태조사 통계 / 김영지 · 김희진
- 15-R12 청소년이 행복한 지역사회 지표개발 및 조성사업 연구Ⅲ : 총괄보고서 / 김영한 · 오해섭 · 성윤숙 · 정윤미
- 15-R12-1 청소년이 행복한 지역사회 지표개발 및 조성사업 연구Ⅲ : '청소년이 행복한 지역사회 조성 시범사업' 운영과 추진전략 개발 / 오해섭 · 김세광
- 15-R12-2 청소년이 행복한 지역사회 지표개발 및 조성사업 연구Ⅲ : 청소년이 행복한 지역사회 지표 개발 및 진단 / 성윤숙 · 홍성호
- 15-R12-3 청소년이 행복한 지역사회 지표개발 및 조성사업 연구Ⅲ : 청소년정책모니터단 운영 연구 / 김영한 · 정윤미
- 15-R13 다문화 청소년 중단조사 및 정책방안 연구Ⅲ : 총괄보고서 / 김현철 · 모상현 · 오성배
- 15-R13-1 다문화 청소년 중단조사 및 정책방안 연구Ⅲ : 기초분석보고서 / 김현철 · 모상현
- 15-R14 청소년 기업가정신 함양 및 창업 활성화 방안 연구Ⅱ : 위기청소년 기업가정신 함양 및 창업 활성화 방안 / 이유진 · 박선영
- 15-R14-1 청소년 기업가정신 함양 및 창업 활성화 방안 연구Ⅱ : 청소년 기업가정신 교육모형 개발 및 창업 활성화 방안 / 강경균 · 이춘우
- 15-R15 미래인재 개발 전략으로서 재외동포 청소년 지원 방안 연구Ⅰ / 김경준 · 김태기
- 15-R15-1 외국의 재외동포 청소년 정책 비교 연구 / 이진영 · 장안리 · 김판준 · 임영연 · 정호원 · 성일광

- 15-R16 한국 아동·청소년 패널조사Ⅵ : 사업보고서 / 이종원·서정아·정은주·강현철·한영근
- 15-R16-1 한국 아동·청소년 패널조사Ⅵ : 데이터분석보고서1 - 사회자본, 문화자본, 경제자본이 청소년 행복에 미치는 종단적 영향 / 서정아
- 15-R16-2 한국 아동·청소년 패널조사Ⅵ : 데이터분석보고서2 - 청소년의 또래관계가 학교생활적응에 미치는 종단적 영향 / 정은주

## 협동연구과제

- 경제·인문사회연구회 협동연구총서 15-31-01 학업중단 청소년 패널조사 및 지원방안 연구Ⅲ / 윤철경·최인재·유성렬·김강호 (자체번호 15-R17)
- 경제·인문사회연구회 협동연구총서 15-31-02 비행 학업중단 청소년 패널조사 및 지원방안 연구Ⅲ / 전영실·김지영·박성훈 (자체번호 15-R17-1)
- 경제·인문사회연구회 협동연구총서 15-31-03 학업중단 청소년 패널조사 및 지원방안 연구Ⅲ : 조사결과자료집 / 윤철경·최인재 (자체번호 15-R17-2)
- 경제·인문사회연구회 협동연구총서 15-32-01 청소년 역량지수 측정 및 국제비교 연구Ⅱ : IEA ICCS 2016 - 총괄보고서 / 장근영·성은모·최홍일·진성희·김균희 (자체번호 15-R18)
- 경제·인문사회연구회 협동연구총서 15-32-02 청소년 역량지수 측정 및 국제비교 연구Ⅱ : IEA ICCS 2016 - 초·중·고등학생용 기초통계분석보고서 / 장근영·성은모·최홍일·진성희·김균희 (자체번호 15-R18-1)
- 경제·인문사회연구회 협동연구총서 15-32-03 청소년 역량지수 측정 및 국제비교 연구Ⅱ : IEA ICCS 2016 - 대학생용 기초통계분석보고서 / 장근영·성은모·최홍일·진성희·김균희 (자체번호 15-R18-2)
- 경제·인문사회연구회 협동연구총서 15-32-04 청소년 역량지수 측정 및 국제비교 연구Ⅱ : IEA ICCS 2016 - 청소년의 사회참여역량 측정도구 개발 및 분석 연구 / 김태준·오민아·이영훈 (자체번호 15-R18-3)

## 연구개발적립금

- 15-R19 동북아 청소년정책 국제비교 연구 / 김정숙·김기현·황세영
- 15-R20 대학비진학 청소년 역량개발 정책사업 추진방안 연구 / 윤민중·김기현·한도희

## 수 시 과 제

- 15-R21 유엔아동권리협약 이행방안 연구 : 유엔아동권리위원회 권고사항 이행과제 개발 기초연구 / 김영지·김희진
- 15-R22 '사회적 통증' 개념을 통한 청소년 정신건강 이해 : 중독과 자살생각 / 장근영·전우영
- 15-R23 학교 밖 청소년을 위한 지속가능발전교육 프로그램 개발 / 황세영·조성화
- 15-R23-1 학교 밖 청소년을 위한 지속가능발전교육 프로그램 워크북 / 황세영·조성화·곽정난·김경전·현명주
- 15-R24 청소년육성전문담공무원의 현황과 전망 : 생애과정 연구를 중심으로 / 김현철
- 15-R25 동북아 청소년연구 분류체계 구축 연구 / 김정숙·김기현

- 15-R26 학교 밖 청소년 지원정책 현안과 의제 / 김지연
- 15-R27 서울형혁신교육지구 사업운영 실태와 확대방안 연구 / 좌동훈
- 15-R28 지속가능발전목표(SDGs)와 청소년 삶의 질 정책방안 연구 / 김기현·좌동훈·강경균·김정숙·황세영·문호영·윤민중
- 15-R29 의료형 청소년쉼터 운영현황과 개선방안 / 김지연
- 15-R30 학교와 지역사회 청소년체험활동 연계모형 평가 연구 / 김기현·김형주
- 15-R31 국가근로장학사업으로서 '대학생청소년교육지원사업' 운영체계의 개선 - 대학의 역할 및 기능 강화를 중심으로 / 김지경·윤민중
- 15-R32 청소년운영위원회 연간활동 효율화 방안 연구 / 최창욱·좌동훈
- 15-R33 학교폭력 가해학생 조치기준 개발 / 이경상·장원경
- 15-R34 청소년분야 ODA 사업추진 기본방향 마련 / 최창욱·한도희
- 15-R35 생애주기에 따른 아동·청소년·청년 연령구분 실태와 방향 / 문호영·최창욱

## 수 탁 과 제

- 15-R36 청소년활동 중장기 수요 및 공급기반 조성 연구 / 김영한·유성렬·임성택·주동범
- 15-R37 2014년도 청소년 인터넷게임 건전이용제도 적용 게임물 평가 / 배상률·유홍식·김동일
- 15-R38 2015년 청소년수련시설 종합평가 / 김경준·이유진·김영한
- 15-R39 2015년 행복교육 학생모니터단 운영 / 오해섭·최홍일
- 15-R40 가출 청소년 실태 및 청소년쉼터 중장기 발전방안 / 백혜정·좌동훈
- 15-R41 청소년 연계서비스 시범사업 개선방안 연구 / 서정아·전명기
- 15-R42 청소년 디지털 매체 및 서비스 이용실태 연구 / 성윤숙·김경준·김희진
- 15-R42-1 청소년의 디지털 역기능 사례조사 및 모니터링 연구 / 성윤숙·김경준·김희진
- 15-R43 2015 학교 밖 청소년 실태조사 / 최인재·이경상·김정숙·장근영
- 15-R44 청소년·가족 연계서비스 시범사업 평가 및 개선방안 연구 / 서정아·조성은
- 15-R45 제2차 청소년보호종합대책(2016~2018) 수립을 위한 기초연구 / 김지경·최인재
- 15-R46 한반도통일미래센터 위상 정립방안 모색 연구 / 김현철·최창욱
- 15-R47 청소년 근로실태조사 및 제도 개선 방안 / 김지경·이상준
- 15-R48 나라사랑 체험프로그램 효과 분석 / 최창욱·성은모·정윤미
- 15-R49 2015년 청년사회경제실태조사 / 김기현
- 15-R50 2025 청년 전망 및 향후 정책 추진과제 연구 / 김기현·김형주·박성재·민주홍·김종성
- 15-R51 청소년 권리증진 사업의 효율적 추진방안 연구 / 김영지·모상현·이용교
- 15-R52 성남시 청소년 친화도시 조성방안 연구 / 김영지·모상현
- 15-R53 지역아동센터 아동패널조사 2015 / 김희진·이종원·유성렬·김진석
- 15-R54 제11회 청소년특별회의 정책의제 연구 / 최창욱

- 15-R55 지방청소년활동진흥센터 기능강화를 위한 중장기발전계획 수립 연구 / 김형주 · 김정주 · 김혁진
- 15-R56 청소년방과후아카데미 종사자 관리체계 개선 및 2015년 사업 효과 만족도 조사 연구 / 김영지 · 정은주 · 김정주
- 15-R56-1 삼성전자 임직원과 함께하는 청소년방과후아카데미 운영성과 분석 및 만족도 조사 연구 / 정은주
- 15-R57 과학적 실행 중심 모형기반 생명과학 교수학습 디자인 실험연구 / 황세영
- 15-R58 2015년 청소년 국제교류사업 효과성 및 만족도 연구 / 황세영 · 윤민중
- 15-R59 휴먼네트워크 협력기관 실태조사 / 성은모 · 강경균
- 15-R60 청소년의 'X-질문' 발굴 및 개선방안 연구 / 강경균
- 15-R61 청소년활동안전센터 중장기 계획 연구 / 김영한 · 임지연
- 15-R62 휴먼네트워크 코디네이터 전문성 강화 연구 / 성은모 · 서동인
- 15-R63 아산시 청소년문화의집 건립에 따른 연구 / 김영한 · 오해섭 · 정윤미
- 15-R64 서울시 청소년시설 운영실적 평가 / 모상현

## 세미나 및 워크숍 자료집

- 15-S01 청소년지도사 자격제도 연구결과 공개 보고회 (1/19)
- 15-S02 온라인 도움행동의 원인 (2/9)
- 15-S03 2015년 제1회 학업중단 예방 교원연수 1권역 (2/23~27)
- 15-S04 2015년 제1회 학업중단 예방 교원연수 2권역 (2/23~27)
- 15-S05 2015년 제1회 학업중단 예방 교원연수 3권역 (2/23~27)
- 15-S06 2015년 제1회 학업중단 예방 교원연수 4권역 (2/23~27)
- 15-S07 2014년도 제1차 연구성과발표회 (3/12)
- 15-S08 2014년도 제2차 연구성과발표회 (3/13)
- 15-S09 일본진로교육의 현황과 과제 (3/31)
- 15-S10 2015년 학업중단예방 집중지원학교 컨설팅위원 워크숍 (4/16)
- 15-S11 2015년 학교 내 대안교실 컨설팅위원 워크숍 (4/28)
- 15-S12 학교 밖 청소년 지원사업 연계기관 담당자 교육 (4/29)
- 15-S13 2015년 학교 내 대안교실 담당자 연수 1권역 (5/12~13)
- 15-S14 2015년 학교 내 대안교실 담당자 연수 2권역 (5/18~19)
- 15-S15 2015년 학교 내 대안교실 담당자 연수 3권역 (5/26~27)
- 15-S16 2015년 학교 내 대안교실 담당자 연수 4권역 (5/28~29)
- 15-S17 교육 소외와 격차 해소를 위한 방과 후 청소년 정책 : 지역 방과 후 청소년 프로그램을 중심으로 (5/18~19)
- 15-S18 2015년 꿈키움멘토단 운영 담당자 연수 (5/21)
- 15-S19 2015 청소년 문화와 안전 국제포럼 (6/4)
- 15-S20 2015년 대안학교 진로직업교육 컨설팅위원 워크숍 (6/4)

- 15-S21 재외동포 청소년 정책과제 발굴을 위한 토론회 (6/26)
- 15-S22 학업중단 청소년 패널조사 II 데이터 분석 세미나 (7/2)
- 15-S23 2015년 대안교육 담당교원 등 연수 (7/8~10)
- 15-S24 학교 밖 청소년 지원사업 연계기관 관계자 워크숍 (7/9~10)
- 15-S25 2015년 학업중단 예방 집중지원학교 교장 워크숍 1권역 (7/27~28)
- 15-S26 2015년 학업중단 예방 집중지원학교 교장 워크숍 2권역 (7/28~29)
- 15-S27 2015년 학업중단 예방 집중지원학교 교장 워크숍 3권역 (8/3~4)
- 15-S28 2015년 제2회 학업중단 예방 교원연수 (7/30~31)
- 15-S29 청소년의 행복한 지역사회 조성방안 및 추진전략 (7/22)
- 15-S30 학교 밖 청소년 지원정책 해외사례 (8/11)
- 15-S31 학교 밖 청소년지원사업 담당자 교육 워크숍 (8/21)
- 15-S32 제2회 동북아청소년정책포럼 : 청소년의 성인기로의 이행 (9/17)
- 15-S33 민족정체성 확립의 역할을 미치는 4가지 주요요소 : 1960년대 및 70년대 초와 80년대 및 90년대 초에 자라난 젊은세대의 비교 (9/14)
- 15-S34 대안교육 국제포럼 2015 (9/16)
- 15-S35 학교 밖 청소년 지원사업 성과발표회 (9/18)
- 15-S36 학교 밖 청소년이 경험하는 디지털 역기능을 해소할 수 있는 프로그램 개발 및 적용 (10/19)
- 15-S37 제5회 한국 아동·청소년 패널 학술대회 (10/23)
- 15-S38 한·중 국제세미나 (10/27)
- 15-S39 청소년육성전담공무원 워크숍 - 청소년육성전담공무원의 현황과 전망 - (10/21~22)
- 15-S40 제4회 동북아청소년정책포럼 - 한·러 차세대 전무가 대화 : 동북아미래를 위한 한·러 청소년(차세대) 정책 협력 (11/17)
- 15-S41 국회다정다감포럼 - 다문화청소년 지원정책의 과제와 방향 (11/5)
- 15-S42 2015년 시·도교육청 학업중단 예방 및 대안교육 지원 업무 담당자 워크숍 (11/26~27)
- 15-S43 학교 밖 청소년 지원사업 연계기관 담당자 심화워크숍 (12/17~18)
- 15-S44 학교폭력 가해학생 조치기준 개발 (12/10)

## 학 슬 지

- 「한국청소년연구」 제26권 제1호(통권 제76호)
- 「한국청소년연구」 제26권 제2호(통권 제77호)
- 「한국청소년연구」 제26권 제3호(통권 제78호)
- 「한국청소년연구」 제26권 제4호(통권 제79호)

## 기타 발간물

NYPI 청소년정책 리포트 59호 : 아동·청소년 대상 연구윤리 가이드라인 개발 연구 : 해외사례를 중심으로

NYPI 청소년정책 리포트 60호 : 미래 환경변화 및 청소년정책 전망 연구

NYPI 청소년정책 리포트 61호 : 청소년이 행복한 지역사회 조성 방안

NYPI 청소년정책 리포트 62호 : 가출청소년 보호지원 실태 및 정책과제 연구

NYPI 청소년정책 리포트 63호 : 학교폭력 해결을 위한 회복적 정의모델 도입방안 연구

NYPI 청소년정책 리포트 64호 : 가정폭력 피해 아동·청소년 실태 및 대응방안 연구

NYPI 청소년 통계브리프 19호 : 청소년 아르바이트 실태조사 및 정책방안 연구 I

NYPI 청소년 통계브리프 20호 : 청소년 역량지수 측정 및 국제비교연구 I

NYPI 청소년 통계브리프 21호 : 한국 아동·청소년 인권실태조사 연구IV

NYPI 청소년 통계브리프 22호 : 청소년활동 참여 실태조사 연구 I

NYPI 청소년 통계브리프 23호 : 청소년의 휴대전화 보유 현황과 이용빈도, 휴대전화 의존도

- KCYPS 초1 패널 제5차년도 조사결과 분석 -

NYPI 청소년 통계브리프 24호 : 청소년 체험·여행·문화활동과 삶의 만족도

- KCYPS 초4 패널 제5차년도 조사결과 분석 -

NYPI 청소년 통계브리프 25호 : 초등학교생 삶의 만족도의 종단적 변화 분석 - KCYPS 초4 패널 -

청소년정책 이슈브리프 1호 : 지금, 이 시대 왜 20대 청년, 후기청소년에 주목해야하는가?

청소년정책 이슈브리프 2호 : 아동, 청소년 보호체계 장점 사례

청소년정책 이슈브리프 3호 : 청소년수련시설의 역할과 정체성, 재정립이 필요한가

청소년정책 이슈브리프 4호 : 동북아 청소년연구 분류체계 구축 연구

청소년정책 이슈브리프 5호 : 학교 밖 청소년 지원정책 현안과 의제

청소년정책 이슈브리프 6호 : 서울형 혁신교육지구 사업운영 실태와 확대방안 연구

청소년정책 이슈브리프 7호 : 학교 밖 청소년 지원정책 체계화의 필요성

청소년정책 이슈브리프 8호 : 지속가능발전목표(SDGs)와 청소년 삶의 질 정책방안 연구

청소년정책 이슈브리프 9호 : 그 나라는 어때? 세계의 청소년

청소년정책 이슈브리프 10호 : 의료형 청소년쉼터 운영현황과 개선방안

청소년정책 이슈브리프 11호 : 학교와 지역사회 청소년체험활동 연계모형 평가 연구

청소년정책 이슈브리프 12호 : 청소년의 인터넷 및 소셜미디어 이용 현황과 디지털 미디어 리터러시 교육 해외사례

청소년정책 이슈브리프 13호 : 지역사회의 청소년 인성교육 실태와 과제

청소년정책 이슈브리프 14호 : 청소년의 기업가정신교육 활성화를 위한 교육 여건 조성 방안

청소년정책 이슈브리프 15호 : 청소년 나눔활동 연구의 필요성

청소년정책 이슈브리프 16호 : 동북아지역 청소년 국제교류 정책 및 사업 현황

청소년정책 이슈브리프 17호 : 국가 근로 장학사업으로서 '대학생 청소년 교육지원 사업' 운영체계의 개선

-대학의 역할 및 기능 강화를 중심으로-

청소년정책 이슈브리프 18호 : 재외동포청소년의 주요 이슈와 지원 방안

청소년정책 이슈브리프 19호 : 청소년운영위원회 연간활동 효율화 방안 연구

청소년정책 이슈브리프 20호 : 학교폭력 가해학생 조치 기준 개발

청소년정책 이슈브리프 21호 : 생애주기에 따른 아동·청소년·청년 연령구분 실태와 방향

청소년정책 이슈브리프 22호 : 청소년분야 ODA 사업 추진 기본방향 마련 연구

청소년정책 이슈브리프 23호 : 학령기에 학교를 나온 청소년들, 어떻게 살아가고 있을까?

청소년정책 이슈브리프 24호 : 다문화청소년 지원을 위한 정책 방안

청소년현안 Blue Note 봄호

청소년현안 Blue Note 여름호

청소년현안 Blue Note 가을호

청소년현안 Blue Note 겨울호

## 연구에 도움을 주신 분들

### ◆ 집필진 ◆

김아미 (서울대학교 · 사범대학 강사)  
문수정 (University of West Georgia · 미디어학 교수)

### ◆ 자문 · 협력진 ◆

김봉섭 (한국정보화진흥원 · 디지털역량팀장)  
김성벽 (여성가족부 · 청소년보호환경과장)  
노운영 (서울대학교 · 사회복지학과 대학원생)  
문수정 (University of West Georgia · 미디어학과 교수)  
박재범 (사인하우스 · 대표)  
백강희 (한국외국어대학교 · 미디어커뮤니케이션학과 강사)  
서민경 (교육부 · 학교생활문화과 주무관)  
안혜진 (여성가족부 · 청소년보호환경과 주무관)  
오보연 (분당판교청소년수련관 · 청소년 지도사)  
오세욱 (서울특별시 · 미디어운영팀장)  
이민희 ((주)바풀 · CEO)  
이정애 (여성가족부 · 청소년보호환경과 사무관)  
정시영 (교육부 · 학교생활문화과장)  
정재관 (State University of New York · 미디어학과 교수)  
최성보 (교육부 · 교육연구사)  
최정배 (분당판교청소년수련관 · 관장)  
홍상표 (안산 YMCA · 부장)  
황용석 (건국대학교 · 미디어커뮤니케이션학과 교수)

### ◆ 청소년 집단지성 토론단 코디네이터 ◆

강찬미 (백석대학교 · 청소년학과 학부생)  
김지훈 (서울대학교 · 사회복지학과 학부생)  
류광무 (백석대학교 · 청소년학과 학부생)  
윤지수 (백석대학교 · 청소년학과 학부생)  
진은형 (건국대학교 · 미디어커뮤니케이션학과 대학원생)  
황현정 (건국대학교 · 미디어커뮤니케이션학과 대학원생)



연구보고 15-R03

---

**청소년문화 활성화를 위한 소셜 미디어 활용 연구**

---

인 쇄 2015년 12월 24일

발 행 2015년 12월 30일

발행처 **한국청소년정책연구원**

**세종특별자치시 시청대로 370**

발행인 노 혁

등 록 1993. 10. 23 제 21-500호

인쇄처 (주)참기획 전화 042)861-6380

---

사전 승인없이 보고서 내용의 무단전재·복제를 금함.

구독문의 : (044) 415-2125(학술정보관)

ISBN 979-11-5654-051-9 93330