

소셜미디어가 청소년 여가문화 및 팬덤문화에 미치는 영향에 관한 질적 연구: 페이스북을 활용한 청소년 집단지성 토론단 운영결과를 중심으로*

배상률** · 이창호***

초 록

본 연구는 청소년 여가문화라는 키워드에 함축된 청소년들의 문제의식과 가치를 살펴보고, 청소년 여가문화 활성화를 위한 소셜미디어의 활용범위와 가능성을 탐구하는데 목적을 두고 있다. 청소년 여가문화 및 소셜미디어와 관련된 실체와 현상이 청소년 당사자에게 어떻게 해석되고 경험되는지에 관한 심층적 연구를 위하여 소셜미디어상에서 토론이라는 형식을 빌려 질적 조사를 수행하였다. 본 연구결과에 따르면, 스트레스를 해소하는 탈출구로서, 그리고 친구들과 관심사를 함께 나누는 소통창구로서 소셜미디어는 학업과 일상에 바쁜 청소년들이 제한된 시간과 경비로 나름의 여가생활을 즐길 수 있도록 하는 유용한 매체로 자리매김하였다. 소셜미디어를 통해 다양한 여가 관련 정보와 콘텐츠를 주고받으며, 관계성의 확장과 강화에도 활용되고 있었다. 그러나 소셜미디어는 매체이용에 대한 집착/과다사용, 여가문화의 획일화 등 부정적으로도 영향을 미치기도 한다. 소셜미디어는 청소년의 대표적인 하위문화로서 자리매김한 팬덤문화의 두드러진 발전을 가져왔으며, 청소년문화의 프로슈머(prosumer)로서 청소년들이 적극적인 역할을 해나갈 수 있도록 기능하고 있었다. 스타와 팬 간의 정서적 공유를 통한 상호작용성의 강화라는 긍정적인 측면과 함께, 소셜미디어의 개방성과 확산성에 따른 팬덤 간의 갈등의 심화와 팬덤 내의 계층화 및 권력화 등의 부작용이 나타나기도 한다. 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 정책적 함의를 제시하였다.

주제어: 소셜미디어, 페이스북, SNS, 여가문화, 팬덤

* 본 논문은 한국청소년정책연구원이 2015년 수행한 '청소년문화 활성화를 위한 소셜미디어 활용 연구'의 일부분을 수정·보완한 것임.

** 한국청소년정책연구원, 부연구위원, 제1저자

*** 한국청소년정책연구원, 선임연구위원, 교신저자, ifsc334@nypi.re.kr

I. 서 론

스마트폰, 인터넷 등 정보통신기술(ICT)의 발전과 맞물려 디지털 원주민(digital native)이라 불리는 청소년의 소셜미디어 사용이 보편화되고 있다. 그러나 최근 청소년의 디지털 미디어 소비와 관련한 언론의 보도 내용을 보면, 매체의 과다사용, 사생활 침해, 허위사실 및 유해 콘텐츠의 확산 등 소셜미디어를 포함한 뉴미디어가 초래한 문제점들이 주로 부각되고 있다.

청소년들의 일상생활에 깊숙이 자리 잡은 소셜미디어가 청소년문화에 어떤 긍정적, 부정적 영향을 미치는 지에 대해서는 깊이 있는 고찰이나 연구가 부족한 듯하다. 청소년의 소셜미디어 이용에 관한 기존 선행연구들의 대부분은 청소년을 대상으로 하는 설문조사 결과를 바탕으로 통계적 기법에 따른 분석이 주를 이루고 있다(예: 고은혜, 배상률, 2016; 김보경, 백용매, 허창구, 2016; 김세희, 김민, 2014; 이상호, 고아라, 2013). 연구주제 역시, 중독(예: 이희복, 김대환, 최지윤, 신명희, 2014), 사이버불링(예: 이창호, 이경상, 2013), 열등감/자존감/우울(예: 김현욱, 김정민, 2015; 유현욱, 홍혜영, 2015) 등 매체의 부정적 영향력을 분석한 연구들이 대부분이다. 이 같은 접근은 학문적 성과면에서 나름대로 기여를 하였으나, 기성세대의 우려 섞인 인식을 대변하는 연구주제에 소셜미디어 관련 연구들이 편중되는 결과를 낳았으며, 소셜미디어를 가장 활발히 사용하는 세대인 청소년들의 생생한 목소리가 구조화된 설문지와 통계분석을 위해 수치화된 데이터에 묻혀버림으로써 주체자인 청소년의 관점의 이해와 청소년문화의 미시적, 구체적 측면의 파악을 어렵게 할 수 있다는 지적에서 자유롭지 않다(황창순, 1992).

본 연구가 가지는 선행연구와의 차별성은 청소년 여가문화 및 팬덤문화의 실태를 청소년 당사자의 관점에서 살피고, 소셜미디어가 청소년 여가 및 팬덤 활동에 어떻게 기여하였는지 구체적인 사례와 현상들을 청소년의 목소리를 통해 파악한 점이다. 본 연구는 일상에서 경험하는 여가생활과 팬덤활동에 대하여 청소년들이 가지는 문제의식과 가치를 살피고, 이들의 여가문화 활성화를 위한 소셜미디어의 활용범위와 가능성을 탐구하고자 하였다. 특히 청소년의 하위문화로 자리잡은 팬덤문화에 소셜미디어가 어떤 영향을 미치고 있는지를 집중적으로 분석하였다.

이를 위해 다음과 같이 연구문제를 설정하였다: 첫째, 청소년들은 자신들의 여가생활을 위하여 소셜미디어를 어떻게 활용하고 있는가? 둘째, 청소년 당사자들이 인지하는 청소년 여가문화를 저해하는 소셜미디어의 부정적 기능들에는 무엇이 있는가? 셋째, 대표적인 청소년하위문화인 팬덤 현상에 소셜미디어가 어떻게 활용되었는가?

본 연구의 결과는 청소년의 풍성하고 건전한 여가문화 형성을 위한 효과적인 수단(tool)이자 소통의 장(field)으로 기여할 수 있는 무한한 잠재력을 갖고 있는 소셜미디어의 적극적으로 효과적인 활용을 위해 우리 사회와 정부가 마련해야 할 정책 방안의 유용한 자료로 활용될 수 있을 것으로 기대된다.

II. 선행연구 고찰

1. 청소년 여가문화와 소셜미디어

청소년의 여가문화는 문화예술참여활동, 스포츠참여활동, 취미오락활동 등 다양한 영역에서 이뤄지는 행위들을 통해 구현되고 있다(한국청소년정책연구원, 2015). 특히 이 중에서도 미디어소비활동이 청소년의 여가문화의 중요한 부분이 되고 있다. 통계청의 조사에 따르면, 청소년의 여가활동으로 TV 시청과 컴퓨터게임, 인터넷검색 등이 가장 높았으며 문화예술관람이나 문화예술참여, 스포츠활동 등은 낮은 빈도를 나타냈다(통계청, 2016). 이 같은 사실은 청소년들의 여가활동 대부분이 디지털기기를 매개로 한 활동으로 이뤄지고 있다는 것을 보여주고 있다.

또한 미래창조과학부와 한국인터넷진흥원(2014)의 조사결과에 따르면, 만 6세 이상 인터넷 이용자의 60.7%가 소셜네트워킹서비스(SNS) 이용자이며, 연령별 이용률은 20대(87.8%)를 정점으로 30대(77.4%), 40대(59.1%), 50대(38.4%)로 세대가 높아질수록 급격히 낮아지는 것으로 나타났다. 한국청소년정책연구원이 최근 중·고등학교 학생들을 대상으로 조사한 결과에 따르면, 청소년의 92.1%가 SNS 계정을 소유하고 있는 것으로 조사되었다. 이들 중 꾸준히 활동 중인 SNS 계정이 2개 이상이라고 응답한 청소년의 비율이 절반을 넘었으며, 세 명 중 한 명꼴로 자신의 SNS 친구 또는 팔로워

수가 200명 이상이라고 응답하였다(배상률, 2015).

노순규(2012)는 인터넷, 디지털, 모바일, 자유, 엽기 등을 21세기 대한민국 청소년 문화의 핵심적인 키워드로 규정하였다. 청소년 정보통신기술의 이용이 증가함에 따라, 정보기술을 통한 청소년들의 적극적 자기표현, 공유행위의 확산, 그리고 주류문화에 대한 도전이 증가하는 경향이 강화되고 네트워크를 통한 감정적 행위, 일시적 공동체 지향 및 사회참여 행위가 증가하고 있다(이경상, 2014).

이 같은 문화현상과 트렌드가 시사하는 바는 청소년문화에 있어 소셜미디어가 차지하는 위상과 청소년 여가문화에 기여하는 소셜미디어의 기능이다. 즉 소셜미디어는 청소년 하위문화 구성과 강화를 위한 소통 기능의 주요 축으로 기능하고 있으며, 디지털 원주민(digital native)이라 불리는 청소년세대의 소셜미디어 사용의 일상화는 그 자체로 청소년문화를 대변한다. 디지털 원주민이란 신조어를 만든 Prensky(2001)는 기성세대와는 달리 청소년 세대는 어린 아이가 성장하며 모국어를 자연스럽게 습득하고 구사하듯 디지털 미디어의 이용과 이에 따른 생활양식이 자연스럽게 몸에 배어 있다고 강조한다. 일상에서의 디지털 매체 수용 및 활용의 본질적인 차이에 따른 생활양식의 간극은 디지털 원주민과 기성세대인 디지털 이민자(digital immigrant) 간의 문화의 이질성을 두드러지게 한다.

디지털 원주민으로 함께 뛰는 10대와 20대이지만 소셜미디어의 이용 행태를 비교해보면 눈에 띄는 차이를 보인다. 10대 청소년은 20대 청소년보다 온라인 만남에 대한 거부감이 덜하며, 소셜미디어상의 만남이 실제 만남보다 진정성이 있다고 느끼는 경우도 20대보다 더 많은 것으로 나타났다(강민주, 2013). 한국청소년정책연구원의 최근 조사에서도 10대 청소년은 신뢰와 의사소통면에서 온라인 친구를 오프라인 친구 수준으로 긍정적으로 평가하였다(배상률, 2015). 즉 오프라인 공간에서 사귀 친구 못지않게 SNS를 통해 알게 된 친구와의 관계도 청소년들에게 소중해지고 있는 것이다.

소셜미디어는 재미와 즐거움, 일상생활 기록, 정보 공유, 사회적 관계망 형성 등 다양한 기능들을 제공한다. 10대 청소년의 소셜미디어 사용 이유에 있어 20대 및 기성세대와의 두드러진 차이점은 재미와 즐거움의 목적으로 소셜미디어가 폭넓게 활용된다는 점이다(강민주, 2013; 배상률, 2015). 이종임(2014)은 디지털 원주민의 특징으로 “문화 테크놀로지의 소비 과정에서 가치가 창출되는 노동과 오락의 지속적인 교차(p. 138)”를 들고 있다. 소셜미디어를 위시한 온라인상에서는 콘텐츠 생산이란 노동활동

이 여가활동으로도 정의되며, 디지털 원주민들은 문화 생산자이자 소비자인 프로슈머(prosumer)로서 역할에 익숙한 세대이다.

앞서 살폈듯이, 우리나라 청소년의 전반적 여가활동 중 미디어 소비활동이 차지하는 비중은 상당히 크다. 텔레비전, 게임 등 미디어를 활용한 여가활동과 함께 최근 들어 소셜미디어 등 디지털 미디어를 활용한 프로슈머로서의 여가활동이 차지하는 비중이 꾸준히 증가하고 있으며, 이 추세는 시간이 갈수록 더욱 강화될 것으로 예상된다(배상률 외, 2013; 이종임, 2014; 한국청소년정책연구원, 2015).

2. 청소년 하위문화로서의 팬덤 현상

청소년 하위문화의 대표적인 예가 팬덤문화라 할 수 있다. 팬덤은 특정 스타나 장르를 선호하는 팬들의 자발적인 모임을 의미하는 것으로 비공식문화나 하위문화적 형태로 분류된다(이동연, 2001). 네이버 지식인 오픈사전은 팬덤의 정의를 다음과 같이 설명하고 있다: ‘광신자’를 뜻하는 영어의 ‘fanatic의 fan’과 ‘영지’ 또는 ‘나라’를 뜻하는 접미사 ‘dom’의 합성어로서 특정한 인물(특히 연예인)이나 분야를 열성적으로 좋아하거나 몰입하여 그 속에 빠져드는 사람. 1) 청소년들 사이에서 대중 가수나 배우를 추종하는 팬덤현상은 청소년의 하위문화를 구분 짓는 하나의 기준이 될 수 있다. 팬클럽 활동 등을 통해 청소년들은 자신들이 좋아하는 스타가 산출하는 문화상품을 소비하면서 서로의 동질성을 확인하고 공유하며 자신들의 고유한 문화양식을 만들어 나가고 있다(한국청소년정책연구원, 2015).

이에 따라 팬덤활동이 청소년에게 미치는 영향력에 대한 연구들이 꾸준히 이어지고 있다. 팬덤현상을 고찰한 선행 연구들은 팬덤활동이 학교적응이나 학습활동을 제외하고 청소년들에게 전반적으로 긍정적인 영향을 미치고 있음을 실증적으로 보여주고 있다. 한국청소년정책연구원의 한국아동·청소년패널조사 데이터를 분석한 연구에 따르면, 팬덤활동은 학교적응과 학습활동에 부적인 영향을 미치는 것으로 조사되었다(안은미, 김소희, 전선율, 진성미, 정익중, 2012). 하지만 청소년들의 팬덤활동은 공동체의식에는 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다(조안나, 이은경, 장미경, 2016). 즉 팬덤

1) 네이버 지식백과 참조 (2016년 5월 20일 접속)

활동을 활발히 하는 청소년일수록 자원봉사활동이나 주변에 어려운 사람들을 돕는 공동체의식이 더 증가하는 것이다. 팬덤활동참여는 청소년들의 자아탄력성에도 긍정적인 영향을 미쳤다(안은미, 김지선, 전선율, 정익중, 2013). 성별로 보면 여자청소년의 경우 오프라인 팬덤활동이, 남자청소년의 경우 온라인 팬덤활동이 자아탄력성에 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이 같은 결과는 팬덤활동이 청소년의 긍정적 여가활동이 될 수 있다는 것을 보여주는 것이다. 청소년기의 팬덤활동은 자아정체감형성과 수립 과정에도 긍정적인 영향을 미치고 있으며 다양한 문화경험을 체득하는 기회를 제공해주기도 한다(한국청소년정책연구원, 2015).

근래 들어서는 스마트폰 등 디지털기기의 발달과 더불어 온라인 팬덤활동이 활성화되고 있다. 팬들은 소셜미디어를 통해 자신들이 좋아하는 스타의 활동을 실시간으로 공유할 수 있고 스타와의 커뮤니케이션이나 상호작용은 소셜미디어를 통해 더욱 증대되고 있다(김수아, 2014). 소셜미디어의 확산은 팬들이 콘텐츠의 단순한 소비에 그치지 않고 생산에도 적극적으로 참여하는 프로슈머형 팬덤문화의 확산에 기여하였으며 대표적인 예가 팬들이 원작을 변형하여 새롭게 만든 창작물을 일컫는 팬픽(fanfic)이다(이승환, 2015). 최근 확산되고 있는 밈(meme) 비디오 또한 수용자의 적극적인 참여에 의해 패러디 등을 통해 원본이 변형되어 확산되는 과정을 거치고 있으며 이러한 현상은 디지털융합문화와 참여문화의 핵심이 되고 있다(김수철, 강정수, 2013). TV 팬덤의 경우에도 시청자들은 온라인게시판을 통해 프로그램에 대한 의견을 교환하는 것에서 그치지 않고 스토리라인을 변경하거나 관련콘텐츠를 재생산하는 등 적극적인 참여를 실천하고 있다(최윤정, 2015).

K-pop(한국대중가요)의 열풍은 소셜미디어의 발달과 함께 국가적 차원을 넘어서서 국제적 팬덤문화를 만들어내고 있다. 특히 유튜브(YouTube)는 한국가요를 좋아하는 전 세계 팬들이 감정적 친밀감을 느끼고 공동체의식이나 연대를 경험하는 주요한 플랫폼이 되고 있다(심두보, 노광우, 2012). 손승혜(2013)는 2PM의 초국가적 팬포럼인 Wild2Day 회원들에 대한 분석을 통해 이들이 온라인 팬활동을 통해 개인적 만족과 더불어 다른 문화에 대한 열린 태도를 갖게 되고 스타를 매개로 폭넓은 문화적 관계를 형성하고 있다는 것을 밝혀냈다. 또한 이들은 한국어를 배우고 한국문화에 대한 관심을 가지며 한국문화를 알리려는 노력을 적극적으로 하였다.

이처럼 팬덤의 소셜미디어 활용은 기존의 팬덤문화를 확장하고 사회적 기술을 신장

시키는 데 있어 큰 역할을 하고 있다(김수아, 2014). 아울러, 소셜미디어의 확산은 한국의 대중스타에 관심이 있는 전 세계인들의 글로벌 팬덤문화를 형성하는데 크게 기여하였다.

이러한 기존연구의 성과에도 불구하고 소셜미디어가 팬덤문화에 어떤 영향을 미쳤는지에 대한 구체적 분석과 논의는 아직 부족한 실정이다. 특히, 일상생활에서 소셜미디어 이용이 보편화됨에 따라 팬과 스타간의 접근성과 소통의 기회가 높아지는 현실에서 나타나는 다양한 현상들을 주의 깊게 들여다 본 연구가 드물다. 따라서 본 연구는 청소년의 하위문화로서 자리매김한 팬덤문화를 살피고, 소셜미디어가 스타와 팬간의 관계와 소통을 어떻게 강화시키고 확장시키는지 분석하고자 한다. 이를 위해 소셜미디어가 팬덤문화에 미친 다양한 긍정적, 부정적 영향을 함께 고찰할 예정이다.

III. 연구방법

청소년들이 다른 세대와 견주어 소셜미디어 사용이 빈번한 이유와 소셜미디어를 활용하여 청소년 하위문화를 생산하고 소비하는 과정을 사회적 맥락속에서 효과적으로 파악하기 위해서는 질적 연구방법이 양적 연구방법보다 적합하다(Mason, 1996). 본 연구의 특징은 통상적으로 오프라인에서 행해오던 포커스그룹인터뷰(FGI)의 방식을 소셜미디어상에서 토론이란 형식을 빌려 수행한 점이다. 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.

바쁜 학업과 일상으로 시간에 쫓기는 청소년들을 대상으로 포커스그룹인터뷰를 수행하는 경우, 단편적인 주제에 대한 일회성의 조사로 인한 피상적 조사결과 도출의 우려가 있으며, 물리적 거리차로 인해 조사 대상 청소년들의 지역적 편중현상도 극복하기 힘든 것이 현실이다. 연구진은 다양한 소셜미디어 중에서 청소년들이 즐겨 사용하며, 장문의 글은 물론이고 사진과 동영상도 자유롭게 올릴 수 있고, 시공간의 장벽을 초월하여 심층 토론이 가능하도록 지원해주는 페이스북을 본 연구를 위한 토론활동의 플랫폼으로 선택하였다.

이에 따라 연구진은 다양한 배경의 청소년들을 대상으로 토론단을 구성하여 여가생활과 청소년 하위문화로서 의미를 가지는 팬덤활동에 소셜미디어가 어떻게 기여하고 있는지 청소년 당사자의 목소리를 통해 파악하였다.

1. 청소년 집단지성 토론단의 구성

본 연구를 위해 「청소년 집단지성 토론단」이란 명칭으로 전국의 중고등학교 및 청소년 단체/관련 기관을 대상으로 모집관련 협조요청 공문 및 홍보물을 발송하였다. 연구진은 청소년들의 자발적 참여가 중요하다고 판단하여, 참여에 대한 강제성 및 금전적 보상을 제시하지 않았으며, 토론단 지원동기 및 자신에 대한 소개의 글을 담은 지원 신청서를 접수받아 토론단원 선발 기준의 주요 근거로 삼았다.

본격적 토론활동에 앞서 연구진은 6명의 코디네이터²⁾들과 함께 페이스북 비밀그룹을 개설하여 2주간 시범적으로 운영함으로써 파일럿 테스트(pilot test)를 진행하고 보완 및 개선 사항을 파악하였다. 전국의 중·고등학교 재학생, 홈스쿨링이나 해외 유학 중인 청소년, 대학생 등 다양한 연령과 배경을 가진 청소년 지원자들 중 최종적으로 33명을 선발하였다.

표 1은 코디네이터를 포함한 토론 참여자들에 대한 인구통계학적 특성을 정리한 것이다. 토론단 구성원을 살펴보면, 여자가 24명, 남자가 15명으로 이루어져 있으며, 14세부터 24세까지의 연령층을 이루고 있다. 중학교(3명), 일반고(13명), 특성화고/특목고/자율고(12명), 대학교(7명), 대학원(2명)에 재학 중인 청소년들이 다수를 차지하고 있으며, 홈스쿨링(1명), 해외 유학(1명) 중인 청소년까지 다양하게 인적구성이 이루어졌다. 거주지역별로는 서울, 인천, 경기 지역의 수도권이 다수를 차지하고 있으나, 충청, 강원, 경상, 제주, 해외 등에 걸쳐 참여가 폭넓게 이루어졌다.

2) 코디네이터들은 청소년 관련 학과 및 미디어 관련 학과 대학(원)생으로 구성되었다. 이들은 토론단의 참여자(participant) 겸 준중재자(sub-moderator)의 역할에 대한 훈련을 연구진으로부터 받았다. 이들은 모두 2015년 기준 청소년 기본법에서 제시한 청소년 최고 연령 기준인 24세 이하에 해당하여 청소년 토론자로서의 자격을 갖추고 있으며, 청소년 또는 미디어 영역에서의 일정한 전문지식과 소양도 갖추고 있어 원활한 연구진행에 일조하였다.

표 1

청소년 집단지성 토론단 참여자들의 인구학적 배경

대상	이름	성별	출생년	교급/소속	거주지역	비고
1	강찬O	여	1994	대학	경기	코디네이터
2	김지O	남	1992	대학	경기	코디네이터
3	류광O	남	1991	대학	경기	코디네이터
4	윤지O	여	1993	대학	경기	코디네이터
5	진은O	여	1991	대학원	서울	코디네이터
6	황현O	여	1992	대학원	서울	코디네이터
7	권새O	여	1998	일반고	경기	
8	김광O	남	1996	대학	대전	
9	김도O	여	1998	일반고	경기	
10	김민O	남	1999	홈스쿨링	경기	
11	김민O	여	1996	대학	대전	
12	김범O	남	1998	일반고	경기	
13	김보O	여	1999	일반고	경기	
14	김수O	여	1998	특목고	세종	
15	김예O	여	1997	일반고	서울	
16	김예O	여	2000	일반중	서울	
17	김예O	여	1998	일반고	경기	
18	김윤O	남	1998	특성화고	경기	
19	김주O	남	1998	일반고	경기	
20	김O	남	1998	일반고	경기	
21	박정O	여	1998	자율고	서울	
22	박효O	여	1998	일반고	충북	
23	박희O	여	1998	특목고	인천	
24	석지O	여	1999	일반고	대전	
25	손채O	여	2001	일반고	서울	
26	신강O	남	1998	특목고	경기	
27	신현O	여	1999	자율고	서울	

대상	이름	성별	출생년	교급/소속	거주지역	비고
28	양지O	남	1998	특성화고	경기	
29	유수O	여	2001	일반중	세종	
30	유영O	남	2000	일반중	경북	
31	윤수O	여	1998	유학	호주	
32	이세O	여	1998	특성화고	경기	
33	이정O	남	1992	대학	경기	
34	이종O	남	1998	일반고	강원	
35	장효O	여	1998	일반고	제주	
36	정기O	여	1998	특성화고	서울	
37	정현O	남	1998	특성화고	인천	
38	차민O	남	1998	특성화고	경기	
39	추호O	여	1999	특성화고	경기	

2. 토론단 활동 내용 및 운영

연구진은 청소년의 팬덤활동을 포함한 여가생활에 있어 소셜미디어의 활용과 그 과정에서 파생되는 효과들을 분석하기 위하여 온라인 토론을 2015년 10월 열흘간에 걸쳐 진행하였다. 토론주제를 연구진이 페이스북에 제시하면, 해당 게시글에 댓글 및 답글을 통해 토론 참여자들이 의견을 개진하고 토론을 하는 방식으로 진행하였다. 자신이 동의하는 내용을 담은 글에 ‘좋아요’를 눌러 동의 및 지지 의사를 표현하기도 하였다. 온라인 토론의 성격상 서로간의 의견에 대한 피드백이 즉시 이루어지지 않는 점을 감안하여 각 소주제별로 2일~4일의 토론시간을 부여하였다. 다음은 여가문화란 영역에서 토론단이 다룬 소주제들이다: ① 가장 하고 싶은 여가활동, ② 청소년 여가생활에서의 소셜미디어 기능, 그리고 ③ 소셜미디어가 기여한 팬덤문화.

일반적으로 토론의 시작점인 게시글은 연구진으로부터 시작되었으나, 토론과정 중에는 연구진의 개입은 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 조치의

일환이었다.

코디네이터들은 일반 토론 참여자들처럼 자유롭게 댓글 및 답글을 통해 자신의 의견을 개진토록 하였다. 이와 함께 보다 활발한 토론의 진행과 토론 내용의 명확한 의미전달을 위하여 필요시 다른 토론 참여자들의 댓글에 부연설명을 요청하거나 질문을 적극적으로 하도록 하였다.

3. 자료의 수집 및 분석

조사자료를 활용하여 특정 현상과 실체에 대한 설득력 있는 설명이나 주장을 구축하고 제시하는 것이 질적 연구의 핵심과제이다(Mason, 1996). 이를 위해, 연구진은 페이스북상에서 이루어진 토론 내용을 모두 한글파일로 옮겨 소주제별로 분류하는 범주적 지표화(categorical indexing) 작업을 거쳤다. 관련 토론내용은 200자 원고지 200여장 분량에 달했으며, ‘청소년 여가생활에 기여하는 소셜미디어의 기능’, ‘소셜미디어의 청소년 여가문화 저해 효과’, ‘청소년 팬덤문화에 작용하는 소셜미디어 역할’이란 3개의 소주제를 중심으로 토론내용을 분석하였다.

IV. 연구결과

1. 청소년 여가생활에 기여하는 소셜미디어의 기능

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. 연구진은 여가활동에 대한 본격적인 토론에 앞서 ‘공부만 아니면 가장 하고 싶은 여가활동’에 대해 “어디서(where)”, “누구랑(with whom)”, “무엇을(what)”, “왜(why)/어떻게(how)”란 4가지 질문에 맞춰 댓글을 달아달라고 요청하였다. 이는 오늘날 청소년들이 소망하는 여가활동의 모델을 유추해볼 수 있으며, 나아가 청소년의 여가문화 개선에 소셜미디어가 기여할 수 있는 범위와 청소년

년 여가생활에 소셜미디어의 활용 가능성을 파악하는 시금석이 될 수 있기 때문이다.

토론에 참여한 청소년들의 절반 이상이 집에서 친구와 함께 SNS나 텔레비전 등 미디어를 활용하여 여가생활을 하고 싶다는 응답이 주를 이루었다. 여가를 함께하고 싶은 대상으로는 부모나 가족보다는 친구지향적이며, 무엇보다도 소셜미디어를 포함한 디지털 매체를 활용한 여가생활에 대한 선호경향이 두드러진 점은 디지털 원주민으로서 청소년 세대만이 가지는 차별성을 확인할 수 있는 대목이다.

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 순기능을 강조하였다.

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

(정현○)

저에게 소셜미디어는 타임 세이버(time saver)에 가깝다고 생각합니다. 학교 특성상 컴퓨터를 많이 사용하는데, 특히 영상편집을 주로 하는 저는 저장 대기시간 중에 주로 소셜미디어를 합니다. 이 잠깐의 시간들이 뇌를 쉬게 해주고 필요한 정보도 쉽게 얻을 수 있는 시간이 되어 굉장히 유용하기도 합니다.

(차민○)

청소년은 사교육이나 학업으로 인해 인간관계를 풍요롭게 하고 자신만의 특기와 흥미를 지향할 수 있는 환경이 제한되어 있습니다. 이런 상황하에 SNS는 바쁜 일상에서 자신의 친구들과 인간관계를 꾸준히 쌓아나가고, 심지어 어린시절 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 챙겨봄으로써 여가생활을 즐기고, 예능 프로그램 같은 경우도 클립만

위로 잘라서 보는 경우가 많더라고요. 이렇게 하루 대부분의 시간을 공부로 보내는 청소년들에게 제한된 시간 안에 여가생활을 즐기는 것은 중요한데, SNS는 관심 있는 정보를 짧게 제공하여 청소년들이 간접 경험하는데 효과적이라고 생각해요.

(황현○)

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.

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. 단순히 콘텐츠를 '소비'하는 문화에서 콘텐츠를 '생산'하는 문화로 조금씩 변해가고 있는 것 같습니다. 특히 소셜미디어는 공개된 콘텐츠에 대한 반응이 실시간으로 이루어져 이에 따른 성취감도 빠르게 경험할 수 있습니다. 마치 페이스북에서의 좋아요나 아프리카 TV에서의 별풍선처럼 말입니다.

(김광○)

2. 소셜미디어의 청소년 여가문화 저해 효과

소셜미디어가 보편화되면서 청소년문화 영역에서 작용하는 소셜미디어 기능은 긍정적인 효과만 불러오는 것이 아니다. 토론탄 참여자들은 소셜미디어의 집착 또는 과다 사용에 따른 부작용을 토로하였다.

제 개인적인 경험으로는 SNS가 여가생활을 풍요롭게 하기보단 방해가 되었던 적이 많은 것 같아요. 시험기간 중 잠깐 리프레시 한다는 마음으로 SNS를 기웃거리다가 할 일이 점점 미뤄지고 진짜 하고 싶었던 여가활동은 정작 못했던 기억이 많네요.

(김지○)

청소년들은 소셜미디어 사용의 일상화에 따른 여가 문화의 획일화 등 부정적인 측면에 대해 문제의식도 드러냈다. 이는 소셜미디어의 기능이 우리사회에 가져온 영향력의 양면성을 보여주는 전형적인 예이다.

여자 친구랑 데이트를 할 때면 자주 ‘데이트코스 추천 앱’을 쓰고, SNS에서 ‘데이트코스’를 찾아봅니다. 그런데 저희 학교 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 추구하지 못하도록 하지 않을까요?

(신강○)

영화의 리뷰나 여행지 추천 같은 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 하니까요! 영화도 마찬가지구요. SNS에서 입소문을 타기 시작하면, 극장가는 그 영화를 보기 위한 사람들로 가득차지요. 만약 제가 독립영화의 마니아라고 가정한다면, 오히려 저의 여가를 침해받는 결과가 생길수도 있을 것 같아요.

(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. 가끔은 계획을 짜지 않고 갔다가 우연히 들어간 음식점이 숨겨진 맛집이 될 수도 있는데, SNS가 이런 경험을 할 수 있는 기회를 줄어뜨리게 만드는 것 같습니다.

(박정○)

「청소년 집단지성 토론단」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○은 소셜미디어의 장점을 최대한 활용하는 동시에, 주체적이고 다양한 여가생활을 위한 각 개인의 노력이 필요하다고 지적하였다.

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○)

3. 청소년 팬덤문화에 작용하는 소셜미디어의 역할

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 생산과 소비를 함께하는 프로슈머(prosumer)의 역할을 하고 있다(한국청소년정책연구원, 2015). 특히 소셜미디어의 발달과 확산은 대중스타에 관한 자료 공유와 의견교환 등을 통해 팬들간 그리고 팬과 대중스타간의 긴밀한 관계를 가능하게 하였다.

1) 해시태그로 표현한 오늘날의 팬덤문화

청소년 하위문화의 표상으로서 청소년들 사이에서 통용되는 언어는 그 세대의 가치관과 정체성을 대변하고 있다(한국청소년정책연구원, 2015). PC통신 세대부터 인터넷 채팅 세대를 지나 오늘날 'SNS 세대'가 사용하는 언어는 뉴미디어를 적극 활용하는 청소년들의 생활상이 고스란히 반영되어 있다.

해시태그는 # 기호 뒤에 단어나 문장을 붙이는 것으로 기존의 해시태그는 특정주제의 정보를 묶는 역할을 했으나 최근에는 사용자의 관심사뿐 아니라 감정을 전달하거나 공유하는 역할을 수행한다(김민지 외, 2016). 검색을 위한 해시태그의 최초 목적이 가벼운 놀이수단이나 정치적·사회적 이슈를 다루는 소통수단으로 확장되고 있는 것이다.

표 2는 「청소년 집단지성 토론행담」 참가자들이 해시태그로 표현한 소셜미디어와 팬덤문화를 아우르는 키워드와 관련설명들을 정리한 것이다. 선행연구에서 언급한 팬픽 뿐 아니라 홈마, 대포, 조공 등 팬들이 소통하는 다양한 용어들이 나타나 있다. 온라인상에서 자연스럽게 만들어진 ‘통신어’인 표 2의 키워드들은 디지털 원주민과 디지털 이주민을 가르는 상징처럼 일상에서의 SNS의 적극적 활용을 통해 프로슈머로서 자신들만의 문화영역을 구축하는 청소년 세대의 모습을 보여주고 있다.

표 2

소셜미디어와 팬덤문화를 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)
#써니숲	2014년 5월에 팬들이 소녀시대 써니의 생일선물로 써니숲을 조성한데서 생겨난 말. (차민O, 황현O)	#신화숲 #윤호독서실
#연예인 별명	요새는 SNS에서 자연스럽게 연예인들의 별명이 생겨나곤 함. (차민O)	#중이인형: 런닝맨에 출연한 아이돌 가수에게 중이인형이란 별명을 붙여 부름. (차민O)
#팬픽	아이돌들을 등장인물로 하는 로맨스 소설 등 팬들이 만드는 2차 창작물을 지칭. 적극적 2차 창작물의 생산과 소비가 아이돌 문화를 반영. (황현O)	#동성팬픽 #판타지팬픽 (강찬O)
#각종 봇	로봇의 봇을 딴 의미로 로봇에게 그 연예인을 인공지능으로 인식해서 트위터 등에 그 연예인의 소식을 전하도록 함. 2012년 정도에 처음 트위터로 팬질을 하는게 시작되었을 때 봇이 엄청 활성화되어서 다양한 봇들이 생겨나 폭넓은 소식 및 자료들을 주고받음. 아이돌 가수들이 트위터를 통해 자신의 소식을 팬들에게 알리고 그걸 보기위해 가입을 한 팬들이 증가함. (박희O, 차민O)	#스케줄봇: 특정 스타의 스케줄을 매일 특정시간에 알려줌 #일화봇: 특정 대중스타의 일화를 올리는 계정 (박희O)

소셜미디어가 청소년 여가문화 및 팬덤문화에 미치는 영향에 관한 질적 연구: 페이스북을 활용한 청소년 집단지성 토론단 운영결과를 중심으로

키워드	설명	유사어/ 파생어
#존잘러	당초 팬아트를 잘그리는 사람을 지칭. 요즘은 포토샵이나 영상편집능력이 뛰어난 사람을 지칭. 갖고 있는 뛰어난 특기를 팬질에 이용하여 많은 자료를 다수에게 제공하는 팬. (박희O)	#금손 #재능낭비류 (차민O)
#충공	충공격의 줄임말로 여러 아이디어가 동시에 음원 스트리밍이나 다운로드를 해서 특정 가수의 차트 순위를 높이는 행위. (박희O)	
#홈마	홈페이지 마스터의 줄임말. 연예인들이 스케줄이 있을 때 그 장소에 가서 사진을 찍어서 팬 페이지에 올리고 작업하는 팬. 자신들의 자료를 트위터를 통해 올리고, 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)	
#팬페이지	팬덤 문화가 팬페이지에서 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 방식의 소통이 이루어지는 페이지도 있음. (강찬O, 박정O, 차민O, 박희O)	
#대포	대포카메라로 연예인을 고화질 사진기로 촬영하여 팬페이지 등에 올리는 사람을 지칭. (강찬O)	
#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 땀 굴뚝에 연기 나랴'라는 생각을 하기에, 해당 연예인의 이미지에선 상당히 큰 영향을 미치는 것 같음. (박정O, 박희O)	

정민우와 이나영(2009)은 1990년대와 2000년대 초반에 활동한 소위 1세대 아이들을 대상으로 한 팬덤문화와 2000년대 중후반의 소위 2세대 아이들을 대상으로 한 팬덤문화의 차이로 팬덤의 문화실천을 들고 있다. 팬덤에 의한 스타의 관리 및 개발체계는 1세대에서는 목격되지 못한 2세대 아이돌 팬덤 현상의 두드러진 특징이다. 특정 스타에 대한 애착을 나타내는 자기표현적 하위문화로서 팬덤이 스타의 이미지를 직·간접적으로 관리하는 등 보다 주도적인 역할로 변모하게 된 것이다(정민우, 이나영, 2009; 강장목, 송유진, 최미경, 2013). 최근 들어 소셜미디어를 위시한 뉴미디어의 확산 속에 표 2에 묘사된 것처럼 팬덤의 스타관리 현상은 더욱 강화되어 스타의 이미지를 생산, 관리, 소비하는 등 다면적이고 적극적인 팬덤의 문화실천이 목격되고 있다.

2) 소셜미디어가 기여한 청소년 팬덤문화

청소년들은 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 많다고 주장하였다. 예를 들면, 앞서 살핀 ‘써니숲’이나 ‘윤호 독서실’처럼 팬들이 소셜미디어를 통해 소통하며 뜻을 모아서 자신들이 좋아하는 대중스타의 이름을 따 기부나 선행을 함께하는 것은 대중에게 해당 연예인의 긍정적인 이미지를 심는 동시에 전반적인 팬덤문화에도 긍정적인 영향을 미친다는 것이다.

아이돌 가수의 팬질이라는게 일반인들 사이에서 너무나도 부정적인 게 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 아이돌의 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○)

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 중요한 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○)

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 팬덤문화에서 떼려야 뗄 수 없는 존재로서 아주 큰 역할을 하고 있다고 생각합니다. 그 이유는 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.

(장호○)

1980, 1990년대의 경우 스타 및 엔터테인먼트 산업이 일방향적으로 팬 관리를 주도했다면 최근 들어서는 소셜미디어가 보편화되면서 팬과 스타간, 그리고 팬들간의 상호작용성이 부각되고 있는 추세이다. 즉 소셜미디어의 활용으로 팬들이 주도하는 스타의 이미지 관리가 용이해졌으며, 스타와 엔터테인먼트 업계가 적극적으로 스타에 관한 콘텐츠 및 정보를 공유하고 팬들로부터의 의견을 적극적으로 수렴하는 등의 소통노력이 지속적으로 이루어지고 있다(주경희, 이소영, 김향미, 서정치, 2013; Baym, 2000). 즉, 소셜미디어가 팬덤의 확장 및 강화 현상에 주요인으로 작용하는 것이다.

최근 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 들게 만들어주는 것 같습니다.

(진은○)

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○)

제 친구들도 그렇고 저도 그렇지만 아무래도 멀게만 느껴졌던 연예인이 SNS에 올린 글이나 셀카를 통해 자신의 일상을 대중에게 공개하면 좀 더 친근하게 다가오는 느낌입니다.

(윤수○)

이처럼 소셜미디어를 활용한 팬덤문화는 기존의 커뮤니티 중심의 팬덤문화와 달리 스타와 팬 간의 감정적·정서적 공유를 통한 상호작용성을 상징적으로 증대시키고 있다(이호영 외, 2012). 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 1등을 하고, 상을 타는 게 좋지 않겠습니까? 이럴 때 트위터가 단합력을 높여주는 것 같아요. 그러나 오픈된 공간이고, 서치를 하면 쉽게 그 단어가 언급된 트윗을 볼 수 있는데, 별 생각 없이 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○)

예전에 A 가수 팬들이 단체로 B 가수의 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 때도 있었죠.

(강찬○)

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

(진은○)

한편, 소셜미디어는 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. 특히 유튜브는 팬들이 물리적 공간의 제약을 벗어나 가상적인 팬덤네트워크를 형성하는 데 중요한 기능을 담당하고 있다(심두보, 노광우, 2012). 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 SNS가 고마울 때가 자주 있습니다! 가수들이 팬들과 SNS를 통해 화상채팅이나 질의응답(Q&A) 시간을 갖기도 하고, 유튜브를 통해 가수가 영상을 올리면 팬들이 그 영상을 본 리액션 비디오(reaction video)를 다시 올리며 소통하기도 합니다. 최근 제가 좋아하는 그룹은 뮤직 비디오에 팬들의 영상을 담기 위해 팬들에게 직접 SNS를 통해 영상을 올려달라는 공

지를 여러 SNS를 통해 발표했지요. 팬덤이 일방적인 소비 주체가 아니라 스타를 직접 만들고 생산하는 프로슈머 역할을 하고 있다는 말이 정말 맞는 것 같습니다.

(김예○)

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 얻기는 힘이 듭니다. 그러나 소셜미디어를 이용하다보니 해외라 할지라도 정보의 접근이 쉬워졌으며 소셜미디어 사용자의 다양함으로 인해 번역 등의 도움을 받기도 용이해졌습니다. 또한 소셜미디어는 해외스타를 중심으로 다양한 국가의 팬들과 교류하게 만들어 주었습니다.

(장효○)

앞서 살핀 것처럼, 소셜미디어가 팬덤문화에 기여한 두드러진 측면은 참여문화(participatory culture)의 특성을 강화시켰다는 데 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.

모름지기 팬이라면 스타에 대해 더 많이 더 빨리 알고 싶은 마음이 드는데 소셜미디어에는 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 받았었습니다. 저 자신은 행복했지만 욕심은 끝이 없었고 소셜미디어에만 집중하다 보니 생활이 불균형해지는 등의 문제를 낳았습니다.

(장효○)

소셜미디어가 팬덤 강화에 작용하면서 팬덤활동 참여자간의 계층화도 심화되고 있

다. 스타에 대한 정보 생산력, 의견 선도력 등의 차이는 팬덤 내에서도 특정인의 권력화와 이에 따른 계층화가 이루어지는 주요인이 된다(이현율, 지혜민, 2015; 주경희 외, 2013). 이호영 외(2015)가 지적하듯이, SNS 자체를 문화권력 확산의 지렛대로 삼으면서 문화권력이 강화되는 현상이 발생하고 있는 것이다.

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 유지하고 또 정보를 얻고, 이러한 과정을 반복하게 됩니다. 그러다보니 상대적으로 그렇지 못한, 즉 능력이 부족한 팬들은 미안함과 동시에 부러움을 느끼게 되는 것 같습니다.

(장효○)

V. 논의 및 결론

본 연구는 디지털 원주민이라 불리는 청소년의 삶에 있어 불가분의 매체인 소셜미디어가 청소년의 여가문화에 미치는 영향력을 온라인 토론이란 형식을 빌려 탐색하였다. 특히, 청소년 여가문화의 두드러진 특징이라고 할 수 있으나 기성세대의 시선으로는 청소년의 일탈로 치부되던 팬덤문화에 대하여 심도 있는 고찰을 함으로써 청소년 하위문화에 대한 이해와 소셜미디어의 활용 가능성을 논하였다.

본 연구결과를 정리하면 다음과 같다.

첫째, 소셜미디어는 가치중립적인 매체로 사용자의 역량과 사회환경에 따라 청소년의 여가문화에 부정적으로도 긍정적으로도 작용을 한다는데 대부분의 청소년들은 인식을 같이하고 있었다. 둘째, 소셜미디어가 청소년 여가문화에 긍정적으로 기여하는 점은 학업과 일상에 바쁜 청소년들이 제한된 시간과 경비로도 상대적으로 만족할만한 나름의 여가생활을 즐길 수 있는 수단으로 역할을 한다는 것이다. 다양한 여가 관련 정보와 콘텐츠를 주고받으며, 관계성의 확장(bridging)과 강화(bonding)에도 기여한다.

실제로 많은 연구들에서 소셜미디어는 사회적 자본을 강화하는 것으로 나타난 바 있다(예: 이병혜 2016; Ellison, Steinfield & Lampe, 2007). 셋째, 소셜미디어는 청소년의 여가생활에 부정적으로 영향을 미치기도 한다. 소셜미디어의 집착 또는 과다사용에 대해서 청소년 스스로도 위험성을 인지하고 있었으며, 다수의 청소년들은 여가문화의 획일화를 가져오는 폐단을 지적하였다. 마지막으로, 청소년 하위문화인 팬덤문화의 발전의 기여를 들 수 있다. 청소년들은 자신들의 팬덤문화를 바라보는 기성세대의 시선이 부정적임을 인지하고 있으나 자신들은 소셜미디어를 통해 다양한 국가의 팬들과 만나고 스타에 대한 정보를 빠르게 공유하며 스타와 친밀하게 소통하는 등의 긍정적인 팬덤문화를 만들어가고 있다고 주장하였다. 또한, 학업과 일상의 스트레스를 해소하는 탈출구로서, 친구들과 관심사를 함께 나누는 소통창구로서 소셜미디어의 긍정적인 역할을 강조하였다. 소셜미디어의 활용으로 프로슈머(prosumer)의 역할을 하는 청소년들은 팬덤문화의 한 축으로 부상하고 있다. 여가문화의 콘텐츠 생산자로 역할을 할 수 있으며, 자기표현과 정보공유에 따른 성취감도 맛볼 수 있는 점을 소셜미디어로 인한 혜택으로 꼽았다. 소셜미디어가 보편화된 웹 3.0 환경에서는 누구나 쉽게 콘텐츠를 생산할 수 있으며 언제 어디서든지 접속할 수 있고 서로 연결될 수 있어 사회적 소통과 정보공유가 가능하다(김성태, 김여진, 최홍규, 김형지, 2011).

입시위주의 교육과 치열한 경쟁으로 학업 스트레스를 받는 우리나라 청소년들에게 소셜미디어가 급속도로 확산될 수 있었던 주요 이유 중 하나는 청소년들에게 주어진 여건과 환경에서 최소한의 투자로 최대한의 여가생활을 누릴 수 있도록 지원하는 ‘시간 및 비용 세이버 (time & money saver)’ 기능을 했기 때문이다. 학업에 매인 청소년들이 특정 TV 프로그램 시청을 위해 모니터 앞에서 상당한 시간을 소비하며 ‘본방사수’하는 것보다는 소셜미디어를 통해 특정 프로그램을 3분내외의 핵심적인 내용만 편집된 TV클립을 학교나 학원으로 이동하는 과정에서 소비하고 유통하는 것이 효율성면에서 월등한 것이다. 우리나라 청소년들의 여가 시간의 희소성을 고려했을 때, 여가활동에 대한 시행착오의 허용도는 다른 나라 청소년들보다 상대적으로 낮을 수밖에 없다. 그러므로 맛집이나 여행지의 선정에 있어 소위 성공확률을 높이는 수단으로 소셜미디어의 활용은 어쩌면 자연스러운 현상이며 경제학적 관점에서 보면 바람직한 것이다. 학업에 묶인 청소년들이 관계성의 확장 및 강화를 위하여 소셜미디어를 활용하는 것 또한 시간 및 경비의 절감이란 측면에서 효율적인 것이다. 한마디로, 소셜미

디어는 제한된 시간과 여건에서 청소년들이 스트레스를 해소하고 즐거움과 위안을 얻을 수 있는 공간인 셈이다.

우리 사회와 정부는 이 같은 소셜미디어가 청소년의 여가문화에 미치는 긍정적인 영향력에 대한 정책적 활용에 대한 고민과 함께, 소셜미디어의 부정적인 영향력에 대한 대처방안도 간과하지 말아야 한다. 상당수의 청소년들이 소셜미디어를 습관적으로 이용하면서 메시지를 계속 확인하려는 강박증을 호소한다는 선행연구결과(배상률, 2015)와 마찬가지로 토론 참여자들은 소셜미디어에 대한 집착 및 과다사용의 부작용을 지적하고 있다. 아울러 페이스북과 같은 소셜미디어의 경우 관계맺기가 동질적인 집단 사이에 형성되는 경우가 많아 문화적 다양성의 손실과 함께 소셜미디어 상의 친구들의 문화적 취향과 소비에 맞춰 동조화 현상이 이루어질 수 있다(이호영 외, 2012). 청소년들이 소셜미디어에 게시된 정보만을 신뢰할 것이 아니라 교사나 부모 등 주변 사람들과 서적과 뉴스미디어 등 타매체로부터도 정보를 적극적으로 구하고, 제공된 정보를 비판적으로 선별할 수 있는 디지털미디어리터러시 역량을 키워주는 노력이 중요하다. 미디어리터러시는 미디어의 기술적 활용 뿐 아니라 미디어의 메시지에 대한 비판적 이해, 미디어를 통한 정치사회적 참여 등을 포괄하는 개념이다(배상률, 2014; 안정임, 서윤경, 김성미, 2013). 따라서, 청소년들이 SNS를 매개로 사회참여 활동을 강화할 수 있도록 하고 소셜네트워크를 통해 확산되는 메시지를 비판적으로 수용할 수 있는 능력을 길러줘야 할 것이다.

본 연구가 가지는 선행연구와의 차별성은 기존의 패러다임을 벗어나, 소셜미디어를 활용하여 청소년들의 다양한 목소리를 직접 듣고 그들의 의견과 가치를 심층 탐구하여 청소년의 여가문화 활성화에 관한 후속연구의 토대를 마련하고 효용성 있는 정책 방안 마련을 위한 시사점을 제기하였다는 점이다.

이 같은 성과에도 불구하고, 질적 연구로서 가지는 본 연구의 한계점은 다음과 같다. 먼저, 본 연구를 위해 자발적으로 참여한 토론 참여자들과 이들의 토론내용이 우리나라 청소년들과 청소년문화에 대한 전반적인 특성을 고스란히 나타내고 있는지에 대한 판단은 신중한 접근이 필요하다. 또한 중고등학생부터 대학생까지 비교적 폭넓은 연령층들로 구성된 참가자들에 의해 소셜미디어상에서 자발적으로 토론이 이루어지면서, 자연스럽게 오피니언 리더(opinion leader)가 특정 방향으로 토론내용을 끌고 갈 수 있으며, 침묵의 나선(spiral of silence)이 발생할 수 있다는 점을 감안해야 한

다. 일반적으로 사람들은 다수의 의견과 자신의 의견이 얼마나 유사한지 면밀히 살피고, 자신의 의견이 다수의 의견과 차이가 나는 경우에 공개적으로 자신의 의견을 드러내지 않으려는 속성이 있는데 특히 감수성이 한창 예민한 청소년기에는 이 같은 특징이 더욱 두드러지게 나타날 수 있다(Noelle-Neumann, 1980). 마지막으로, 직접적·대면적 상황이 아닌 온라인 상에서 토론이 진행되다보니 참여자들의 역동성을 포착하기 어려운 한계가 있다.

참고문헌

- 강민주 (2013). 소셜미디어 사용에 따른 청소년과 성인초기의 자아정체감 및 친밀감의 차이. **청소년학연구**, 20(6), 1-28.
- 강장묵, 송유진, 최미경 (2013). 인터넷 팬덤문화의 사회적 현상과 과제: 한류 팬덤 연결의 가치부여 방식과 확장성을 중심으로. **한국인터넷방송통신학회 논문지**, 13(1), 235-241.
- 고은혜, 배상률 (2016). 청소년의 소셜미디어 중독 경향성에 영향을 미치는 요인에 관한 탐색적 연구: SNS 이용행태 및 부모중재 유형을 중심으로. **청소년학연구**, 23(6), 451-472.
- 김민지, 김보명, 김현영, 백서연, 신현식, 이인성, 김진우 (2016). 해시태그를 통한 감정공유가 지각된 관심끌기와 사회적 상호작용성에 미치는 영향. **한국 HCI 학술대회자료집**, 460-467.
- 김보경, 백용매, 허창구 (2016). 애착과 스마트폰 및 SNS 중독의 관계에서 대인 관계 문제의 매개효과. **청소년학연구**, 23(3), 484-502.
- 김성태, 김여진, 최홍규, 김형지 (2011). 뉴미디어를 통한 소통채널의 확장과 정치참여 변화 연구: 인터넷과 소셜미디어를 주목하며. **평화연구**, 봄호, 5-38.
- 김수아 (2014). 소셜 웹 시대 팬덤문화의 변화. **사이버커뮤니케이션학보**, 31(1), 45-94.
- 김수철, 강정수 (2013). 케이팝에서의 트랜스미디어전략에 대한 고찰: 〈강남스타일〉 사례를 중심으로. **언론정보연구**, 50(1), 84-120.
- 김세희, 김민 (2014). 청소년이 지각한 SNS 특성과 사이버 집단지성 유형별 참여정도의 관계에서 심리사회적 특성의 매개효과. **청소년학연구**, 21(10), 363-390.
- 김현욱, 김정민 (2015). 청소년의 SNS 이용실태 및 사회적, 심리적 열등감, SNS 열등감간의 구조적 관계분석. **정서·행동장애연구**, 31(4), 127-147.
- 노순규 (2012). **청소년 문화이해와 상담보호**. 서울: 한국기업경영연구원.
- 미래창조과학부·한국인터넷진흥원 (2014). **2014년 인터넷이용실태조사** (연구보고). 서울: 한국인터넷진흥원.
- 배상률 (2015). **청소년문화활성화를 위한 소셜미디어 활용연구** (연구보고 15-R03). 세종: 한국청소년정책연구원.

- 배상률 (2014). **디지털 시대의 청소년 미디어교육 제도화 방안 연구** (연구보고 2014-R11). 세종: 한국청소년정책연구원.
- 배상률, 김형주, 성은모 (2013). **2013 청소년 매체 이용 실태 조사** (연구보고 2013-65). 서울: 여성가족부.
- 손승혜 (2013). 디지털 네트워크 시대의 초국가적 온라인 팬덤: 2PM 팬포럼 Wild2Day 회원 인터뷰의 근거이론적 분석. **미디어, 젠더 & 문화**, 25, 73-111.
- 심두보, 노광우 (2012). 유튜브와 소녀시대팬덤. **한국콘텐츠학회논문지**, 12(1), 125-137.
- 안은미, 김소희, 전선율, 진성미, 정익중 (2012). 팬덤활동 참여가 청소년의 학교 적응에 미치는 영향. **사회과학연구**, 28(2), 421-446.
- 안은미, 김지선, 전선율, 정익중 (2013). 팬덤활동이 청소년의 자아탄력성에 미치는 영향과 성별 차이. **한국청소년연구**, 24(2), 149-175.
- 안정임, 서윤경, 김성미 (2013). 미디어 리터러시 구성요인과 부모의 중재행위, 아동의 이용조절인식간의 상관관계. **언론과학연구**, 13(2), 161-192.
- 유현욱, 홍혜영 (2015). 중학생의 또래애착과 SNS 중독경향성의 관계에서 자존감과 자존감 안정성의 매개효과. **상담 및 심리치료**, 27(4), 977-999.
- 윤영민 (2011). **Dialogue 소셜미디어와 집단지성**. 서울: 한양대학교출판부.
- 이경상 (2014). **미래 환경변화 및 청소년정책 전망 연구 I :미래 청소년 환경변화에 대한 전망** (연구보고14-R03). 서울: 청소년정책연구원.
- 이동연 (2001). 팬덤의 기호와 문화정치. **진보평론**, 8, 437-449.
- 이병혜 (2016). 소셜미디어를 통한 사회자본 형성 결정요인에 관한 연구. **인터넷정보학회 논문지**, 17(2), 97-107.
- 이상호, 고이라 (2013). 소셜미디어 중독의 영향 요인 연구. **한국언론학보**, 57(6), 176-210.
- 이승환 (2015). 만화애니메이션 팬덤문화에 관한 연구: 서울코믹월드를 중심으로. **애니메이션연구**, 11(4), 130-160.
- 이종임 (2014). 디지털 문화와 세대적 정체성. 한국언론학회(편.), **디지털 사회와 커뮤니케이션** (pp. 107-145). 서울: 커뮤니케이션북스.
- 이창호, 이경상 (2013). 소셜미디어 이용시간이 청소년의 사이버불링에 미치는 영향 탐구: 네트워크 특성을 중심으로. **한국청소년연구**, 70, 259-285.
- 이호영, 김희연, 김예란, 김수아, 서우석 (2012). **소셜미디어 이용자의 문화소비행태와**

- 불평등** (기본연구 12-22-03). 서울: 정보통신정책연구원.
- 이현율, 지혜민 (2015). 팬덤 내의 계층 구별에 대한 연구: 트위터와 팬 생산자를 중심으로. **미디어, 젠더, & 문화**, 30(4), 5-40.
- 이희복, 김대환, 최지윤, 신명희 (2014). 청소년의 SNS 이용특성과 SNS 중독경향성 연구: 경기도와 강원도 중학생을 중심으로. **GRI연구논총**, 16(1), 365-391.
- 정민우, 이나영 (2009). 스타를 관리하는 팬덤, 팬덤을 관리하는 산업: '2세대' 아이돌 팬덤의 문화실천의 특징 및 함의. **미디어, 젠더 & 문화**, 12, 191-240.
- 조안나, 이은경, 장미경 (2016). 중학생의 팬덤활동과 학교생활적응의 관계에서 공동체의식의 매개효과. **인문학논총, 제40집**, 201-226.
- 주경희, 이소영, 김향미, 서정치 (2013). 사회 자본으로서의 온라인 팬덤 문화. **문화산업연구**, 13(4), 115-124.
- 최윤정 (2015). 예능프로그램수용방식의 변화: '사회적 시청'(social viewing)과 수용자 공중 등장. **방송문화연구**, 27(2), 7-37.
- 통계청 (2016). **2016 청소년통계**. http://kostat.go.kr/portal/korea/kor_nw/3/index.board?bmode=read&aSeq=353502에서 2016년 7월 24일 인출.
- 한국청소년정책연구원 (2015). **청소년문화론**. 파주: 교육과학사.
- 황창순 (1992). 청소년문화와 질적연구방법론. **한국청소년연구**, 11(겨울), 5-18
- Baym, N. K. (2000). *Tune in, log on: Soaps, fandom and online community*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Ellison, N. B., Steinfield, C., & Lampe, C. (2007). The benefits of facebook "Friends": Social capital and college students' use of online social network sites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12, 1143~1168.
- Mason, J. (1996). *Qualitative Researching*. 김두섭 (1999). **질적 연구방법론**. 서울: 나남출판.
- Noelle-Neumann, E. (1980). Mass media and social change in developed societies. In G. C. Wilhoit, & H. de Bock (Eds.), *Mass Communication Review Yearbook* (pp. 657-678). Beverly Hills, CA: Sage.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1-6.

ABSTRACT

A qualitative study on the impact of social media on youth leisure culture and fandom culture: Focusing on the results of the youth collective intelligence discussion group using Facebook

Bai, Sang Y.* · Lee, Changho**

This study sought to analyze the critical minds and values of young people, which can be deduced from youth leisure culture and explore the utilization and potential of social media to revitalize youth leisure culture. A qualitative study was conducted, based on discussions on social media, in order to investigate how the phenomena related to youth leisure culture and social media are interpreted or experienced by young people. According to the results of the analysis, it was found that the majority of young people obtained a number of diverse functional or psychological benefits from social media. Social media appears to be useful in that it enables young people to enjoy leisure activities without expending a great deal of time or expenses. However, it would also appear that social media can have negative effects such as addiction/overuse, and the creation of a uniformity of leisure culture. Social media brought about the development of fandom culture as a subculture amongst young people. This study suggested a number of possible policy implications for our society and government, which should seek to utilize and capitalize on the positives of social media which can have unlimited potential as an effective tool and field of communication for the culture of young people.

Key Words: social media, Facebook, SNS, leisure culture, fandom

투고일: 2016. 6. 13, 심사일: 2016. 8. 1, 심사완료일: 2016. 8. 12

* Associate Research Fellow, National Youth Policy Institute

** Senior Research fellow, National Youth Policy Institute, ifsc334@nypi.re.kr