

청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책대응방안 연구 II: 10대 청소년

연구보고 21-R17

경제·인문사회연구회 협동연구 총서 21-78-01

배상률 · 이창호 · 김남두

협동연구총서 21-78-01

연구보고 21-R17

청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책 대응방안 연구 II: 10대 청소년

저 자 배상률, 이창호, 김남두

연구진 연구책임자_배상률(한국청소년정책연구원 연구위원)
공동연구원_이창호(한국청소년정책연구원 선임연구위원)
김남두(정보통신정책연구원 연구위원)
연구보조원_문지혜(한국청소년정책연구원 연구사업운영원)

보고서를 펴내며

「청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책 대응방안 연구」는 2020년부터 2022년까지 3년 간 수행되고 있는 연속과제이다. 2020년에는 초등학생을, 2021년에는 중고등학생 연령대의 10대 청소년을 대상으로 연구가 이루어졌다.

2년여 전 당초 계획했던 연구연가를 미루면서까지 이 연구에 매진한 이유는 미디어 전공자로서 본 연구가 가지는 의미가 남달랐기 때문이다. 청소년의 삶에 미디어가 미치는 영향력은 날로 커져가고 있다. 디지털 미디어의 편재와 코로나19 팬데믹으로 청소년의 미디어 이용 시간은 증가하고 있으며, 미디어가 전달하는 정보와 콘텐츠의 홍수 속에 오늘날의 청소년들은 미디어의 현명한 프로슈머로서 분별력과 디지털 시민성이 더욱 요구되고 있다.

사회 구성원들의 미디어 리터러시 수준은 한 나라의 민주주의 성숙도와 직결된다. 민주적 소통능력을 키우고 미디어를 통한 사회참여 활성화를 궁극적인 목적으로 하는 미디어 리터러시 교육의 체계적인 시행을 위해 정부와 사회가 지혜를 모아야 할 때이다. 아무쪼록 이 연구가 청소년의 건강한 미디어 이용 습관과 미디어 리터러시 함양을 위한 관련 정책을 마련하는데 유용한 근거자료로 활용될 수 있기를 바란다.

2021년 12월

한국청소년정책연구원 미디어문화연구실장 배상률

연구요약

1. 연구 목적

- 본 연구의 목적은 10대 청소년들의 미디어 이용에 대한 심층 분석과 함께 청소년들의 디지털 시민성을 함양할 수 있는 증거기반의 정책방안을 도출하는 것임.
- 청소년의 미디어 이용 관련 학계의 연구논문의 상당수가 청소년에게 미치는 부정적 효과에 중점을 둔 연구가 주를 이룬 반면 청소년의 주체적이고 창의적인 미디어 선용과 미디어 리터러시 영역을 상대적으로 소홀히 다루었다는 지적을 받고 있음.
- 본 연구는 10대 청소년의 미디어 이용 실태를 살피고, 변화된 미디어 환경과 미디어 효과의 긍정적·부정적 기능을 종합적으로 고려한 미래지향적 정책방안을 마련하고자 함.
- 특히 소셜리빙랩 연구 방법론을 적용하여, 부모들이 참여자로서의 실천적 경험을 공유하면서 청소년의 미디어 이용에 대한 이해를 주도적으로 재구성하고 확장할 수 있는 부모 교육의 기회를 만들어갈 수 있는 부모 참여형 미디어 교육 프로그램 운영 방안 제시를 목표로 함.
- 총 3년간 진행되는 본 연구(2020년~2022년)는 2020년도 1차 연도 연구에서는 미디어노출과 이용이 본격화되는 초등학생들의 미디어 이용 실태를 파악하였고 2021년도 2차 연도 연구에서는 SNS 사용이 활발하고 미디어를 통한 사회참여가 두드러지는 시기인 중고등학생과 학교밖청소년을 대상으로 미디어 이용 실태를 분석하였음.

2. 연구 방법

● 문헌연구

10대 청소년들의 미디어문화와 미디어 이용 실태를 파악하기 위해 기존 연구를 바탕으로 SNS/유튜브 세대, 게임세대의 특성을 분석함. 아울러, 사이버폭력, 혐오표현의 증대, 가짜뉴스의 노출 등과 같은 온라인위험성을 고찰하고 미디어 리터러시의 중요성을 논의함.

● 설문조사

전국의 중고등학생 2,810명, 학교밖청소년 673명 등을 대상으로 설문조사를 실시함. 질문지 내용은 휴대전화, 유튜브, 소셜미디어, 게임이용, 사이버폭력경험, 미디어교육, 뉴스미디어 신뢰, 코로나19에 관한 인식 등에 관한 내용임.

● 한국미디어패널 원자료 분석

정보통신정책연구원의 미디어패널조사(2020년 조사 등)의 원자료를 활용하여, 10대 청소년들의 최근 미디어 이용행태 및 이와 관련된 변인들 간 관계를 분석함.

● 청소년 면접

청소년들의 미디어이용을 심층적으로 분석하기 위해 학교청소년 16명, 학교밖청소년 4명 등 총 20명의 10대 청소년을 대상으로 인터뷰를 실시함. 미디어이용행태, 미디어의 의미, 미디어 이용의 긍정적, 부정적 측면, 가정에서의 미디어 이용, 학교미디어교육에 관해 질문함.

● 소셜리빙랩

연구는 4단계인 <부모 참여자 모집과 선정>, <부모 참여자 대상 설문 및 인터뷰 질문 항목의 설계>, <‘자녀의 미디어 중재자로서 부모의 이해 증진’을 위한 소셜리빙랩 프로그램의 운영>, <소셜리빙랩 프로그램의 자료 수집과 분석 및 집필>로 이루어짐.

3. 주요결과

1) 설문조사

- 전체 응답자의 66%가 코로나 19로 인해 자신의 미디어 소비 시간이 증가했다고 밝혔다. 10대 청소년의 스마트폰 보유율은 98.0%이며, 10대 청소년이 가장 즐겨하는 미디어 활동인 유튜브 이용률은 97.7%로 성별과 교급별 간 이용률에 있어 차이를 보이지 않았음.
- 유튜브의 집착 경향성에 있어 가장 심각한 상황인 이용 중단에 따른 초조/불안 증세에 있어서 학교밖청소년이 중고등학생보다 다소 높은 것으로 조사되었는데, 이는 학교밖청소년의 미디어 오남용 문제에 대한 보다 적극적인 정책의 필요성을 시사하는 것임. 학급성적이 좋을수록 그리고 부모중재 수준이 적절할수록 청소년의 유튜브 집착 경향성은 낮아지는 것으로 조사되었음.
- 소셜미디어의 순기능을 활용한 사회참여 활동이 보다 적극적으로 이루어질 수 있는 정책방안과 프로그램 마련이 필요한 것으로 나타남.
- 게임 이용률은 남성이(92.1%) 여성(61.6%)보다, 중학생(80.3%)이 고등학생(75.4%)보다 학급성적이 낮을수록 높은 것으로 조사되었음. 초등학교 시기 게임 최초 이용한 비율은 중학생이 79.5%로 고등학생의 72.0%보다 높아 게임이용의 저연령화 현상에 기인한 것으로 해석될 수 있음.
- 10대 청소년들의 시사뉴스 관심도는 5점 만점에 2.9점으로 낮은 수준에 머물렀으며, 시사뉴스 취득 핵심 채널은 유튜브로 조사되었음.
- 중고등학생 모두 미디어 리터러시 교육 받은 경험이 매우 낮은 현실에서, 특히, 고등학생의 미디어 리터러시 교육 경험률이 상대적으로 더 낮은 것으로 나타났음.
- 중고등학생 모두 자신에게 가장 필요한 미디어 리터러시 교육으로 네티켓

교육, 개인정보보호 교육 등을 우선순위로 꼽은 반면, 미디어 콘텐츠의 비판적 분석 능력을 키우는 교육이 후순위로 밀렸는데 이는 학교현장의 미디어교육 재개념화 필요하다는 사실을 반증하는 것으로 해석됨.

- 청소년이 소속된 가정의 경제수준에 따라 정보통신 기술의 접근성에 차이를 보이는 디지털 격차 현상이 발견되었음. 노트북, 태블릿 PC, 데스크탑 PC 모두 경제수준이 높을수록 보유율이 높게 나타났음.

2) 한국미디어패널 분석

- 2016~2020년 동안 청소년들의 미디어 이용행태 추이를 살펴본 결과, 최근의 주목할 만한 경향으로 동영상 콘텐츠의 소비 증가, OTT 서비스의 인기 급증, 스마트폰의 이용 보편화가 관찰되었음.
- 학습 욕구와 관련이 깊은 인지적 욕구(need for cognition)와 미디어 관련 이용시간 간 상관관계 및 편상관관계를 분석한 결과, 스마트폰 이용시간, UCC/개인방송 시청시간, OTT 서비스 이용빈도·시간이 인지적 욕구와 통계적으로 유의한 부정적 관계에 있음이 관찰되었음.
- 청소년들의 비판적 미디어 이해능력(4개 하위 차원)을 다른 연령대 응답자들의 그것과 비교한 결과, 청소년들의 이해능력은 비교적 양호한 것으로 평가되었으나, 일부 차원(미디어 산업·규제 관련 배경지식)에서는 청소년들의 비판적 미디어 이해능력이 여타 차원에 비해 미흡한 것으로 나타남.
- 청소년들의 비판적 미디어 이해능력과 미디어 이용 관련 변인들 간 관계를 분석한 결과(다중 회귀분석), PC/노트북/넷북과 스마트폰은 공히 비판적 미디어 이해능력의 함양에 필요한 정보를 제공하는데 기여하지만 스마트폰의 기여도는 상대적으로 낮게 나타났으며, 게임 이용시간 및 UCC/개인방송 시청시간은 일부 차원에서 비판적 미디어 이해능력과 부정적 관계를 보였음.

3) 면접조사

- 10대 청소년에게 유튜브는 매우 일상화되고 유용한 도구였음. 대학진학을 앞둔 고등학생들에게 유튜브는 진학관련 정보를 제공해주고 학습방법을 알려주는 유용한 매체였고 게임을 좋아하는 남학생들에게 유튜브는 게임을 잘 하는 기술이나 요령을 알려주는 역할도 했음.
- 페이스북에 대한 이용이나 선호가 떨어지고 인스타그램에 대한 사용이 늘고 있는 점도 흥미로움. 몇 년전까지만 하더라도 페이스북을 이용하는 청소년이 많았으나 영상과 이미지 중심의 인스타그램이 최근 청소년들에게 급속히 확산하고 있음을 알 수 있음.
- 많은 피면접자들이 미디어가 일상생활에 없어서는 안될 존재로 묘사했음. 미디어를 통해 청소년들은 또래와 소통하고 친구들과의 관계를 돈독히 하고 있음. 또한 부모와의 소통도 점차 미디어를 매개로 이뤄지고 있음. 무엇보다도 미디어는 청소년들의 스트레스를 해소하는 역할을 했음. 특히 미디어는 청소년들에게 중요한 학습도구였음. 이들은 미디어를 통해 영어를 배우고 뉴스를 접하며 궁금한 내용을 찾았음.
- 미디어가 청소년에게 미치는 부정적 영향도 많음. 특히 청소년들은 가짜뉴스의 확산에 많은 우려를 표명하였음. 특히 유튜브의 확산에 따라 추천알고리즘으로 인한 어려움을 호소하는 청소년들이 많아지고 있음.

4) 부모참여중심 소셜 리빙랩 운영 효과

- 연구참여자들은 참여자들 간의 상호작용을 통해 학습이 이루어졌으며 이는 '또래부모들 간 공통의 경험 나누기', '솔직하고 개방적인 대화를 통한 교감'으로 인한 또래부모와의 교감으로 가능함. 더불어 서로 간 양육과 학습의 모

텔링이 되어주었음. 연구참여자들은 소셜리빙랩에서의 학습이 기존의 강의 중심의 부모교육과 가장 큰 차이점을 답을 주지 않고, 부모들이 스스로 생각 하며 답을 찾게 한 것이라고 보고함.

- 연구참여자들은 가정에서의 개인적 탐구활동을 통해 능동적인 정보 탐색 및 적용을 경험하였으며, ‘자녀의 입장과 생각을 듣기 위한 소통의 시도’, ‘부모의 학습 과정과 노력의 공유’를 통해 자녀와 새로운 방식으로 소통하는 것을 경험함. 일련의 과정을 통해 연구참여자들은 자신의 미디어 학습과 이용 및 미디어에 대한 부정적 인식에 대한 성찰 실천함.
- 자녀의 미디어 이용의 개별성과 다양성을 인식함. 프로그램에 참여함으로써 부모들은 아이들마다 미디어 이용의 다양한 방식이 있고, 똑같은 미디어를 이용하더라도 수동적인 소비의 방식과 능동적인 이용의 방식이 다를 수 있음을 알게 됨. 아이들마다 적절한 미디어 이용 시간이 다를 수 있고, 특정한 미디어가 문제가 아니라 그것을 어떤 방식으로 이용하는지에 대한 관심이 중요함을 알게 됨.
- 미디어에 대한 소통 태도가 변화함. 자녀의 미디어 이용 시간을 통제하는 과정에서 부모들은 자녀와 갈등을 빚고, 그에 따라 말투나 어조 또한 지시적이거나 강압적인 태도를 취하게 된다. 그로 인해 미디어를 주제로 한 대화에서 자녀들은 “방어적”인 태도를 취하며, 진솔하고 개방적인 대화를 진행할 수 없었다. 프로그램 참여를 통해 자녀의 입장과 관심을 증점에 두고 대화하거나 부모가 자녀의 이용을 이해하기 위한 학습자로서의 모습을 노출시키는 과정에서 부모들은 자신의 말투와 표정, 질문의 방식이 바뀌었고, 그로 인해 아이와의 관계가 좋아진 변화를 보고함.

4. 정책제언

본 연구는 아래와 같이 3개 영역, 9개 정책과제를 제안하였음.

정책영역	정책과제
제도 개선 및 인프라 구축	1. 미디어 리터러시 교육 법안 마련 및 컨트롤타워 구축 → 미디어 리터러시 교육 활성화를 위한 법률 제정 및 교육부, 방통위, 문체부, 여가부 등 관계 부처 및 민간 전문가가 포함된 컨트롤타워 구축
	2. 스마트폰 및 인터넷 과의존 해소를 위한 치유 및 상담 시설 증설 → 온오프라인 상담시설 및 상담 인력의 전문성 강화; 미디어 과의존 청소년 치유 캠프 증설 및 부모 참여 유도 정책을 통한 효과성 제고
	3. 유해콘텐츠 모니터링 강화 → 상시 모니터링 시스템 강화 및 모니터링 인력 증원과 전문성 강화
부모 미디어 교육 역량강화	1. 부모의 주도적 참여에 의한 소셜리빙랩 접근의 미디어 교육 프로그램 확대 적용 → 자녀의 특성과 가정환경 등 다양한 요인을 고려한 소셜리빙랩운영을 활성화
	2. 부모와 청소년이 함께 참여하는 방식의 소셜 리빙랩 강화 → 다양한 메타버스 서비스, 게임 등 청소년과 부모 세대가 함께 새롭게 동시에 배우고 익히거나 알아가야 하는 새로운 디지털 서비스나 문화 현상 등을 다양하게 체험할 수 있는 방향으로 소셜리빙랩운영을 강화
	3. 부모 미디어 교육 지원을 위한 온라인 커뮤니티형 플랫폼 개발 → 전문가들의 도움을 얻고 최신 미디어 정보를 얻으며 상호 교류하고 소통할 수 있는 디지털 플랫폼 구축
청소년 미디어 리터러시 역량 강화	1. 뉴스 리터러시 역량 강화 → 가짜뉴스를 분별할 수 있는 역량 개발
	2. 비판적 데이터 리터러시 역량 강화 → 추천알고리즘의 작동원리를 파악함으로써 확증편향에서 벗어날 수 있는 역량 개발
	3. 미디어를 통한 사회참여역량 강화 → 미디어를 매개로 한 사회적 실천과 참여를 강화함으로써 공동체에 대한 관심 및 참여를 확대

청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책대응방안 연구 II : 10대 청소년

연구보고 21-R17

I. 서론

- 1. 연구의 필요성 및 목적 3
- 2. 연구내용 및 연구방법 5
- 3. 연구 추진체계 및 연구의 차별성 9

II. 10대 청소년 미디어 이용 실태와 특징

- 1. 중고등학생의 미디어 이용 특성 16
- 2. 학교밖청소년의 미디어이용에 관한 선행연구 고찰 36
- 3. 미디어 리터러시 개념 및 중요성 37
- 4. 요약 및 시사점 44

III. 10대 청소년 대상 설문조사

- 1. 조사 개요 51
- 2. 10대 청소년의 미디어 이용 현황 및 특징 64
- 3. 미디어교육 및 디지털 격차 133
- 4. 요약 및 시사점 147

IV. 미디어패널조사 분석	
1. 조사개요	156
2. 조사결과	160
3. 요약 및 시사점	190
V. 심층면접조사	
1. 조사개요	196
2. 면접결과	200
3. 요약 및 시사점	239
VI. 정책제언	
1. 정책방향 및 정책방안 수립 절차	245
2. 정책 추진 방향에 따른 세부 추진 방안	248
3. 10대 청소년 미디어 이용관련 정책 과제 추진 로드맵	279
참고문헌	281
부록	
1. 소셜 리빙랩 참여자 모집 웹포스터	295
2. 참여자 사전설문 문항	297
3. 설문지: 청소년 미디어 이용 실태 조사(중·고등학생용)	301
4. 설문지: 청소년 미디어 이용 실태 조사 (학교밖청소년용)	320
국문초록	341
Abstract	345

표 목차

표 II-1 학교급에 따른 SNS 서비스별 이용률(중복응답)	18
표 II-2 경기도 고등학생의 정치적 행동	29
표 II-3 6가지 미디어 리터러시 역량의 정의 및 목표	39
표 II-4 민주시민육성을 위한 미디어 리터러시	40
표 III-1 중고등학생 및 학교밖청소년 대상 설문조사 문항 내용 및 출처	53
표 III-2 조사 설계 및 조사 방법	60
표 III-3 중고등학생 응답자 분포표	61
표 III-4 학교밖청소년 응답자 분포표	63
표 III-5 스마트폰 보유여부(중고생)	65
표 III-6 하루평균 스마트폰 이용 시간(중고생)	67
표 III-7 하루평균 스마트폰 이용 시간(학교밖)	69
표 III-8 중고등학생 가정의 경제수준, 성적수준, 미디어이용 가정지도 적절 수준별 스마트폰 보유율, 6년 이상 사용기간, 하루 4시간 이상 이용률, 이용제한 앱 설치율	70
표 III-9 남학생의 스마트폰 이용 기능 및 주중/주말 평균 이용 시간 (1순위, 1+2순위)	71
표 III-10 여학생의 스마트폰 이용 기능 및 주중/주말 평균 이용 시간 (1순위, 1+2순위)	71
표 III-11 스마트폰 이용 집착 정도(중고생) - ‘그렇다+매우 그렇다’ 응답률	75
표 III-12 최근 한달 유튜브 이용경험 여부	78
표 III-13 중고등학생의 학습용/비학습용 주중/주말 유튜브 이용 시간	79
표 III-14 미디어활동 주중/주말 2시간 이용 중고등학생 비율	80
표 III-15 주말 미디어 이용시간 - 유튜브 (비학습 관련)	82
표 III-16 중고등학생의 유튜브 콘텐츠 주제별 이용률	83

표 III-17 10대 청소년 남녀가 가장 많이 이용하는 유튜브 콘텐츠 주제 top 8	85
표 III-18 중고등학생의 유튜브 시청 방식	86
표 III-19 유튜브 시청방식 및 태도 -긍정응답률(그렇다 + 매우 그렇다)	88
표 III-20 10대 청소년의 유튜브 집착 경향성 -긍정응답률 (그렇다 + 매우 그렇다) 및 평균	91
표 III-21 중고등학생의 성별, 교급별, 학급성적, 부모중재 수준에 따른 유튜브 집착 경향성- '긍정 응답률(그렇다+매우 그렇다)' ...	92
표 III-22 중고등학생의 유튜브 시청방식에 따른 집착 경향성	94
표 III-23 중고등학생의 유튜브 집착 경향성에 영향을 미치는 요인 ...	95
표 III-24 중고등학생의 최근 6개월간 유튜브 콘텐츠 업로드 경험 및 횟수	95
표 III-25 중고등학생의 유튜브에 콘텐츠 업로드 당시 감정과 행동 - '긍정 응답률(그렇다+매우 그렇다)'	97
표 III-26 중고등학생의 유튜브에 대한 인식과 태도 - 유튜브의 신뢰도, 가족여행/친구 교체 및 미디어 활동 대비 유튜브 선호도, 유튜브 이용 시 유해콘텐츠 노출 가능성 응답률	98
표 III-27 중고등학생의 유튜브 혜택에 대한 동의 수준	102
표 III-28 유튜브의 혜택 - 공부/학습에 도움이 된다	104
표 III-29 최근 한달 소셜미디어 이용경험 여부	106
표 III-30 현재 활동 중인 SNS 아이디 수	107
표 III-31 SNS를 통한 친구/팔로워 수	108
표 III-32 중고등학생의 소셜미디어 이용 시간	109
표 III-33 가장 자주 사용한 소셜미디어 - 1+2순위	110
표 III-34 중고등학생의 SNS 혜택에 대한 동의 수준	111
표 III-35 최근 한 달 소셜미디어 포스팅 횟수	113
표 III-36 중고등학생의 SNS 포스팅 주제 Top 10 (복수 응답)	115
표 III-37 최근 1년 소셜미디어를 통한 사회 활동 여부 - 긍정 응답률	116
표 III-38 최근 한 달 동안 온라인/모바일 게임 경험 여부	117
표 III-39 초등학생의 온라인/모바일 게임 이용 시간	119
표 III-40 온라인/모바일 게임을 처음 시작한 시기	120
표 III-41 온라인/모바일 게임은 스트레스 해소나 여가생활에 도움을 준다	121

표 III-42 온라인/모바일 게임은 친구관계에 도움이 된다	122
표 III-43 온라인/모바일 게임을 통해 폭력적인 장면을 자주 접하게 된다	123
표 III-44 공부하는데 지장이 있는데도 불구하고 온라인 게임을 계속하게 된다	124
표 III-45 게임을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안해진다	125
표 III-46 중고등학생의 온라인 공간에서의 경험률	127
표 III-47 부모님에 대한 의견 - 부모님(보호자)께서는 나의 친구관계에 대하여 관심이 많으시다	131
표 III-48 부모님에 대한 의견 - 부모님(보호자)은 나의 디지털 매체 (인터넷, 스마트폰, 게임 등)의 이용이 내게 미치는 좋은 점과 나쁜 점을 설명해주신다	132
표 III-49 부모님에 대한 의견 - 나의 디지털 매체(인터넷, 스마트폰, 게임 등)의 이용과 관련하여 부모님(보호자)은 간섭하거나 통제 하신다	132
표 III-50 부모님에 대한 의견 - 부모님(보호자)은 스마트폰을 자주 사용하신다	133
표 III-51 뉴스 및 정보 취득을 위한 미디어에 대한 신뢰도	134
표 III-52 시사 관련 뉴스에 대한 관심도	137
표 III-53 중고등학생의 시사뉴스 취득 통로 top 6	139
표 III-54 중고등학생의 미디어 리터러시 교육 경험률_최근 3년 이내 ·	140
표 III-55 미디어 리터러시 교육 경험률, 가장 관심/흥미 있는 교육과 중요/필요한 교육	143
표 III-56 중고등학생의 미디어 리터러시 관련 역량 수준	144
표 III-57 디지털 기기 보유: 경제 수준에 따른 디지털 격차	146
표 IV-1 스마트폰 보유률 추이(2016-2020년)	160
표 IV-2 주요 기기별 1일 평균 이용시간의 추이(2016-2020년) ···	161
표 IV-3 스마트 기기에서 가장 자주 이용하는 애플리케이션 (2016-2020년)	163
표 IV-4 동영상 유형별 1일 평균 시청시간의 추이(2016-2020년) ···	164
표 IV-5 OTT 서비스 이용빈도(2019년, 2020년)	166
표 IV-6 가장 자주 이용하는 OTT 서비스(2020년)	167
표 IV-7 가장 많이 이용하는 OTT 서비스 이용 기기(2020년)	168
표 IV-8 가장 자주 보는 OTT 서비스의 콘텐츠(2020년)	168

표 IV-9 인터넷 활동 유형별 1일 평균 이용시간의 추이 (2016-2020년)	169
표 IV-10 1일 평균 게임 이용시간의 추이(2016-2020년)	170
표 IV-11 인지적 욕구의 기술통계치	171
표 IV-12 미디어 기기 또는 OTT 서비스의 이용과 인지적 욕구 간 상관관계	173
표 IV-13 동영상 유형별 시청시간과 인지적 욕구 간 상관관계	175
표 IV-14 비판적 미디어 이해능력의 기술통계치(청소년 대상)	178
표 IV-15 비판적 미디어 이해능력의 연령대 간 비교	181
표 IV-16 비판적 미디어 이해능력의 연령대 간 비교	182
표 IV-17 콘텐츠 구분 차원 비판적 미디어 이해능력의 다중 회귀분석 결과	184
표 IV-18 인터넷 정보 차원 비판적 미디어 이해능력의 다중 회귀분석 결과	185
표 IV-19 미디어 이미지 차원 비판적 미디어 이해력의 다중 회귀분석 결과	186
표 IV-20 미디어 배경지식 차원 비판적 미디어 이해력의 다중 회귀분석 결과	187
표 IV-21 비판적 미디어 이해능력과 독립변인들 간 통계적 유의성 요약	188
표 V-1 면접질문지	198
표 V-2 피면접자 정보	199
표 VI-1 주요 지자체의 미디어교육 관련 조례	248
표 VI-2 미디어교육 관련 국회 법률안 발의 현황(2007-2021)	251
표 VI-3 미디어중독 예방 및 교육 등을 위한 지원 관련 규정	253
표 VI-4 청소년인터넷드림마을 운영 프로그램 내용 및 목표	259
표 VI-5 청소년인터넷드림마을 운영 프로그램 내용 및 목표	260
표 VI-6 정책추진과제 요약	280

그림 목차

그림 Ⅰ-1 연차별 연구 추진 계획	10
그림 Ⅰ-2 연구추진체계	12
그림 Ⅱ-1 아동·청소년의 SNS 이용 이유	19
그림 Ⅱ-2 아동·청소년의 SNS 이용 이유	20
그림 Ⅱ-3 디지털기기를 사용하는 주요 목적	21
그림 Ⅱ-4 PC방 방문 이유	25
그림 Ⅱ-5 청소년 사회참여 경험	27
그림 Ⅱ-6 청소년의 디지털 역량	28
그림 Ⅱ-7 초, 중, 고 사이버폭력 현황	30
그림 Ⅱ-8 대상별 혐오표현 경험 빈도 (%)	31
그림 Ⅲ-1 설문조사 흐름도	52
그림 Ⅲ-2 하루평균 스마트폰 이용 시간(중고생)	68
그림 Ⅲ-3 남학생의 스마트폰 이용 기능 및 주중/주말 평균 이용 시간 (1순위, 1+2순위)	73
그림 Ⅲ-4 여학생의 스마트폰 이용 기능 및 주중/주말 평균 이용 시간 (1순위, 1+2순위)	73
그림 Ⅲ-5 스마트폰 이용 집착 정도 - 스마트폰 이용 때문에 학업/ 업무 수행 어려움 있다	75
그림 Ⅲ-7 스마트폰 이용 집착 정도 - 휴대전화는 나에게 없어서는 안 되는 소중한 물건이다	76
그림 Ⅲ-8 미디어활동 주중/주말 2시간 이용 중고등학생 비율	80
그림 Ⅲ-9 중고등학생의 유튜브 시청 방식	87
그림 Ⅲ-10 유튜브 시청방식 및 태도 - 구독자/조회 수	89
그림 Ⅲ-11 유튜브 시청방식 및 태도 - 알고리즘/추천 동영상	89
그림 Ⅲ-12 유튜브 시청방식 및 태도 - 검색창	90
그림 Ⅲ-13 유튜브 시청방식 및 태도 - 구독채널	90

그림 Ⅲ-14 유튜브 시청방식 및 태도 - 유튜브 집착 경향성 (유튜브를 이용하지 못하거나 줄이게 되면 초조하고 불안해진다)	92
그림 Ⅲ-15 유튜브 시청방식 및 태도 - 유튜브 집착 경향성 (원래 보려고 했던 시간보다 더 오래 유튜브를 보게되는 편이다)	92
그림 Ⅲ-16 유튜브에 대한 생각과 의견 - 신뢰, 가족/친구, 미디어, 유해콘텐츠	99
그림 Ⅲ-17 유튜브 신뢰도	100
그림 Ⅲ-18 인적교류 vs. 유튜브	100
그림 Ⅲ-19 타 미디어 활동 vs. 유튜브	101
그림 Ⅲ-20 유튜브 유해콘텐츠	101
그림 Ⅲ-21 중고등학생의 유튜브 혜택에 대한 동의 수준	103
그림 Ⅲ-22 현재 활동 중인 SNS 아이디 수	107
그림 Ⅲ-23 SNS를 통한 친구/ 팔로워 수	108
그림 Ⅲ-24 가장 자주 사용한 소셜미디어 - 1+2순위	110
그림 Ⅲ-25 중고등학생의 SNS 혜택 top 10	112
그림 Ⅲ-26 최근 한 달 소셜미디어 포스팅 횟수	114
그림 Ⅲ-27 중고등학생의 SNS 포스팅 주제 Top 10	115
그림 Ⅲ-28 최근 한 달 동안 온라인/ 모바일 게임 경험 여부	118
그림 Ⅲ-29 중고등학생의 온라인/ 모바일 게임을 처음 시작한 시기	120
그림 Ⅲ-30 온라인/모바일 게임은 스트레스 해소나 여가생활에 도움을 준다	122
그림 Ⅲ-31 온라인/모바일 게임의 영향	125
그림 Ⅲ-32 친하게 지내는 친구들 중 온라인에서만 소통하는 친구의 수	129
그림 Ⅲ-33 코로나19로 인해 나의 미디어 이용 시간이 늘었다	130
그림 Ⅲ-34 뉴스 및 정보 취득을 위한 미디어에 대한 신뢰도	135
그림 Ⅲ-35 시사 관련 뉴스 접촉경로	138
그림 Ⅲ-36 미디어 리터러시 교육 경험률, 가장 관심/흥미 있는 교육과 가장 중요/필요한 교육	142
그림 Ⅲ-37 중고등학생의 미디어 리터러시 관련 역량 수준	145
그림 Ⅲ-38 디지털 기기 보유: 경제 수준에 따른 디지털 격차	146
그림 VI-1 조사분석결과의 주요 내용 및 시사점	247

그림 VI-2 연도별·대상별 스마트폰 과의존 위험군 현황	256
그림 VI-3 인터넷과 스마트폰 과의존 치유캠프 사전-추후 평균점수 (청소년 자기보고)	260
그림 VI-4 인터넷과 스마트폰 과의존 치유캠프 사전-추후 평균점수 (학부모 보고)	261
그림 VI-5 소셜리빙랩 활용 활성화 방안	267
그림 VI-6 영국 페어런트 존 부모 페이지	270
그림 VI-7 미디어 리터러시 증진방안	277

○ — 제1장 서론

- 1. 연구의 필요성 및 목적
- 2. 연구내용 및 연구방법
- 3. 연구 추진체계 및 연구의
차별성

1. 연구의 필요성 및 목적

‘디지털 원주민(digital natives)’은 일상생활에 개인용 컴퓨터의 보급과 인터넷의 확산이 이루어진 20세기 말엽 태어난 젊은 세대를 칭하는 개념이다 (Prensky, 2001). 이들은 디지털기술의 빠른 보급에 따라 기성세대의 생활양식과 사고체계에 있어 두드러진 차이를 보인다는 것이 Prensky(2001)의 주장이다. 그러나 엄밀히 들여다보면, 출생시기부터 성장과정까지 디지털 기기의 보편적 사용에 따른 디지털 문화에 익숙한 진정한 ‘디지털원주민’이란 정체성의 표상은 지금의 10대 청소년들이다.

‘디지털 혁명’으로 일컫는 3차 산업혁명의 산물인 스마트폰의 보유율과 스마트폰에 대한 세대 간 인식의 차이는 이 같은 주장을 뒷받침한다. 2011년까지 전체 인구의 27%에 머물던 스마트폰 보유율이 2015년에 78.8%, 2020년에는 전체 인구의 93.1%로 증가하였다(방송통신위원회, 2020). 일상생활에서 가장 필수적인 매체가 스마트폰이라고 응답한 10대 청소년의 비율이 2019년에 87.0%, 2020년에 96.2%로 다른 세대와 견주어 매우 높은 비율을 차지하고 있다. 2020년 조사 결과에 따르면, 20대가 91.6%, 30대가 86.2%, 40대가 78.2%, 50대가 60.3%, 60대가 37.6%로 10대를 정점으로 연령대가 낮을수록 스마트폰을 일상생활의 필수 매체로 인식하는 비율이 높았다(방송

1) 이 장은 배상률 연구위원이 작성하였음.

통신위원회, 2020).

제4차 산업혁명인 정보통신기술의 융합과 지능정보기술의 발달로 Prensky가 지적인 ‘디지털원주민의 특이성(singularity)’은 더욱 강화될 것이다. 이들이 변화된 미디어 환경에서 건강한 미디어 이용습관을 들이고 디지털 시민성을 갖춘 사회 구성원으로 성장할 수 있도록 우리 사회와 정부가 힘을 모아야 할 때이다. 디지털 시민성은 디지털 기술이 주도하는 미디어 환경과 지능정보사회에서 반드시 갖추어야 할 민주적 시민역량을 의미하는 것으로(안정임, 최진호, 2020), 디지털원주민인 청소년에게 디지털 시민성의 함양은 매우 중요하다. 유네스코(UNESCO, 2017)는 디지털 시민성의 핵심 역량을 ① 효과적으로 정보를 찾고, 접근하고, 사용하고 생성할 수 있는 역량, ② 비판적이고 민감하고 윤리적인 방식으로 타인 및 콘텐츠에 참여하는 역량, ③ 온라인 및 ICT 환경을 안전하고 책임감 있게 탐색하는 역량, ④ 자신의 권리를 인식하는 역량으로 구분하고 있다(안정임, 최진호, 2020에서 재인용).

이를 위해 본 연구는 10대 청소년들의 미디어 이용에 대한 현황과 특성을 분석하여 청소년의 건전한 미디어 이용과 디지털 시민성을 함양할 수 있는 증거기반의 정책방안을 도출하고자 한다. 지금까지 청소년의 미디어 이용 관련 정책은 사후대처 및 규제 중심적이며 부처 간 분절적인 정책 시행에 따라 예산 집행의 비효율성과 정책의 효과성 저하라는 비판이 일부에서 꾸준히 제기되어 왔다. 청소년의 미디어 이용과 관련된 학계의 연구논문 가운데 상당수가 청소년에게 미치는 부정적 효과에 중점을 둔 데 반해 청소년의 주체적이고 창의적인 미디어 선용과 미디어 리터러시 영역을 상대적으로 소홀히 다루었다는 지적을 받고 있다.

디지털 미디어의 순기능과 역기능은 동전의 양면과도 같다. 미디어를 사용하는 주체와 그 사람이 받을 دن고 선 사회 환경에 따라 미디어의 순기능이 개인과 사회의 발전을 가져올 수도 있고, 반대로 해악적 부작용이 부각될 수도 있다. 연구진은 청소년의 건강한 미디어 이용습관과 디지털 시민성 함양을 위한 청소년의 생애주

기별 맞춤형 정책방안을 마련하기 위해 2020년에 초등학생을 대상으로 한 연구에 이어 2021년에는 미디어 이용이 더욱 활발해지고 미디어를 활용한 적극적인 사회 참여가 기대되는 10대 청소년을 대상으로 연구를 수행하였다. 코로나19 여파로 급변한 미디어 환경과 미디어 효과의 긍정적·부정적 기능을 종합적으로 고려한 미래지향적 미디어 관련 정책 방안을 마련하기 위해 문헌연구, 설문조사, 심층면접조사, 부모 참여 소셜 리빙랩(living lab), 교수, 교사, 공무원 등을 대상으로 한 의견조사를 수행하였다.

특히, 청소년의 건강한 미디어 이용습관과 미디어 리터러시 함양을 위해 부모의 역할이 매우 중요하다는 2020년의 1차년도 연구에서 드러난 시사점을 고려하여, 2차년도인 본 연구에서는 부모 및 가정의 역할에 초점을 맞춘 소셜 리빙랩 관련 연구를 수행하였다.

본 연구가 갖는 선행연구와의 또 다른 차별성은 중고등학교 재학생뿐만 아니라 학교밖청소년들을 대상으로 양적·질적 조사가 이루어졌다는 점이다. 중고등학생 그룹과 학교밖청소년 그룹에 대한 설문조사결과는 문항별로 데이터를 정리하여 기초분석보고서에 실었다. 조사 대상의 접근성의 어려움으로 미디어의 소비가 상대적으로 많은 학교밖청소년 관련 연구가 많이 부족한 실정으로 본 연구가 이들의 미디어 이용 관련 정책을 마련하는데 유용한 근거자료로 활용될 수 있을 것이다.

2. 연구내용 및 연구방법

1) 문헌연구

이 연구에서는 청소년의 미디어 이용 현황 및 관련 정책에 대한 선행 연구들을 분석하고 이론적 배경을 검토하기 위하여 문헌 연구를 하였다. 문헌분석을

위해 방송통신위원회, 과학기술정보통신부, 한국언론진흥재단 등 관련부처 및 산하기관의 보고서와 국내외 연구논문 등을 고찰하였다. 10대 청소년들의 미디어 이용 현황 및 특징을 중고등학생과 학교밖청소년으로 나눠 살펴보았다. 또한, 10대 청소년에게 미치는 미디어의 부정적 영향력에 대해 살펴보았다. 마지막으로, 미디어 리터러시 교육에 대한 개념과 중요성에 대해 국내외 문헌을 고찰하였다.

2) 10대 청소년 대상 설문조사

중·고등학교에 다니고 있는 청소년들을 대상으로 이들의 미디어 이용 실태와 특징에 대한 면밀한 파악을 위해 설문조사를 수행하였다. 본 연구의 일환으로 실시한 설문조사는 10대 청소년의 대다수를 이루는 중고등학생과 학교밖청소년을 대상으로 이루어졌다. 2020년 교육통계연보를 바탕으로 지역별/교급별 할당 표집을 통해 전국 17개 시·도에 있는 중·고등학교 소속 총 2,810명의 청소년을 대상으로 설문조사가 이루어졌다. 또한 여성가족부의 학교밖청소년 지원 기관인 꿈드림센터 소속 청소년 673명을 대상으로 설문조사가 이루어졌다. 상술한 두 설문문의 실사는 전문조사업체인 한국리서치가 담당하였다.

주요 요소	내용
모집단	전국의 중·고등학교 재학생 및 학교밖청소년(꿈드림센터 소속)
표집틀	지역별/교급별 다단계층화집락표집(중고등학생)/ 비확률표집(학교밖)
표본수	2,810명(재학생), 673명(학교밖)
표집방법	조사원 방문 설문조사(재학생), 온라인조사(학교밖)
조사시기	2021년 6월 1일~7월 23일(재학생), 7월 9일~8월 16일(학교밖)

3) 청소년 대상 심층면접조사

본 연구의 일환으로 10대 청소년을 대상으로 질적 면접조사를 수행하였다. 이들에 대한 질적 면접조사는 양적 설문조사만으로 파악하기 어려운 10대 청소년의 미디어 이용 관련 ‘맥락적 상황과 구체적 이슈의 탐색’을 위해 필요한 조사 방법이다(배상률 외, 2020, p. 13).

주요 요소	내용
조사대상	10대 청소년 총 20명(재학생 16명, 학교밖청소년 4명),
선정방법	임의표집
조사내용	매체별 이용 실태, 나에게 미디어란?, 미디어 이용의 긍정·부정적 측면, 가정에서의 부모 중재 방식, 학교미디어교육 등
조사방법	면대면 심층면접 (2명의 청소년 × 10회)
조사시기	7월-10월

4) 부모교육 소셜리빙랩 연구

본 연구의 일환으로 디지털 전환 시대를 살아가는 자녀의 건강한 미디어 이용과 오남용 예방 및 미디어 리터러시 함양에 부모가 주도적으로 참여할 수 있도록 하는 소셜리빙랩(Social Living Lab) 연구를 협동연구 방식으로 수행하였다. 1차년도 연구에서 이루어진 우리나라 초등학생들에 대한 미디어 이용 실태 조사에서 부모 교육의 중요성이 확인되었고, 미국, 호주, 핀란드, 영국 등 주요 미디어 교육 선진국에 대한 해외 사례 조사 결과에 따르면 청소년의 미디어 리터러시 함양을 위해 부모 교육을 위한 정책 개발이 이루어지고 있어, 그런 현실에 따라 본 연구를 계획하였다. 리빙랩은 기존 공급자 중심의 연구와 개발이 한계를 드러냄에 따라, 사용자의 참여에 의해 살아 있는 일상생활의 실험실을 특정 지역의 생활공간 속에서 만들어 공공-민간-시민의 협력을 통해 문제를 해결하기 위한 방법이다(성지은

외, 2017). 디지털 리터러시 증진을 위한 소셜리빙랩 연구는 실행의 당사자들이 직접 참여하여 세계관과 지식을 확장하고, 지역사회 내의 관계 맺기 및 디지털 미디어를 통한 원격 상호작용을 통해 함께 문제 해결 방안을 창안하고 실행하는 공동체를 만드는 방식으로 이루어진다(Dezuanni et al., 2018). 우리나라에서도 다양한 정책 실험 단계에서 리빙랩을 시도하고 있으나(이영성 외, 2016; 성지은 외, 2017; 이재혁 외, 2019; 이금진, 2020), 청소년 미디어 교육 및 부모 교육에는 시도된 바가 없다.

이러한 소셜리빙랩 방식의 디지털 미디어 교육을 위한 부모 교육이 국내에서는 아직까지 체계적으로 실행되지 않았다는 점에서, 이번 연구에서는 청소년의 디지털 미디어 문화에 대한 부모의 이해를 확장하고, 디지털 미디어 이용을 통해 경험하는 위험과 기회, 혜택의 사회적 격차 해소 및 정책적 함의를 모색하였다.

5) 전문가 자문

분야별 전문가들로 구성된 자문단을 구성하여 양적·질적 조사 문항 개발부터 관련 정책방안 마련까지 일련의 과정에서 이들의 분야별 지식과 정보를 활용하고 이들로부터 제시된 의견이 충분히 논의되고 연구에 반영될 수 있도록 하였다. 10대 청소년의 올바른 미디어 이용과 미디어 리터러시 역량을 제고하기 위한 구체적인 정책방안 및 사례들을 파악하기 위하여 수시로 자문회의를 개최하였다. 연구진의 조사 방법 및 조사결과에 대한 해석, 정책방안의 과정에서 각계 전문가의 의견을 구하였다.

6) 정책연구(실무)협의회

청소년의 미디어 이용 및 미디어교육 관련 정책을 담당하는 여성가족부,

교육부 등 관계 부처와 정책연구(실무)협의회를 다음과 같이 개최하였다.

차수	주요내용	참석공무원 부처(과)	개최 시기
1차	여가부 관련 미디어 정책 현황 및 개선방안 논의	여성가족부 청소년보호환경과	1월
2차	교육부 관련 미디어 정책 현황 및 개선방안 논의	교육부 민주시민교육과	1월
3차	미디어 리터러시 교육 정책에 대한 세부 논의	교육부 민주시민교육과	2월
4차	학교미디어교육 개선을 위한 사업 및 정책 논의	교육부 민주시민교육과	7월
5차	학생 사이버폭력 예방 및 대응 방안 논의	교육부 학교생활문화과	8월
6차	청소년 보호를 위한 유튜브 관련 정책 방안 논의	아동권리보장원	9월
7차	셋다운제 폐지 이후 정책 방안 논의	여성가족부 청소년보호환경과	10월

3. 연구 추진체계 및 연구의 차별성

〈그림 I-1〉은 3년에 걸쳐 진행되는 본 연구의 연차별 추진 계획을 정리한 것이다. 대상별 맞춤형 정책 마련을 위하여 초등학생, 중·고등학생 연령대인 10대 청소년, 후기 청소년을 대상으로 순차적으로 연구가 진행 중이다. 1차년도인 2020년에는 미디어의 노출이 본격화되기 시작하는 초등학생을 대상으로 연구가 이루어졌다. 이는 디지털 미디어 이용의 저연령화가 두드러지는 상황에서 미디어 교육 등 체계적이고 실효성 있는 미디어정책을 통해 올바른 미디어 이용 습관과 미디어 리터러시 역량을 초등학생 시기부터 키워줄 필요성에 따른 것이다(배상률 외, 2020). 2차 연도인 2021년에는 미디어의 오남용이 두드러지는 시기인 동시에 주체적·능동적 프로슈머로서 사회참여, 정보획득, 소통, 여가선용을 위한 미디어 활용이 활발히 이루어지는 중·고등학생 연령대의 10대 청소년을 주 대상으로 양적·질적 조사를 수행하고 이를 근거로 유형별 맞춤형 정책방안을 마련하였다. 3차년도인 2022년에는 후기 청소년을 대상으로 연구가 이뤄질 예정이다.

1차년도 (2020년)	목적	• 매체이용의 저연령화 및 미디어 정책의 효과성을 고려했을 때, 미디어의 노출이 본격화되기 시작하는 초등학생들을 대상으로 한 체계적인 정책마련이 필요함.
	내용	• 초등학생 및 학부모 대상 미디어 이용 행태 관련 설문 및 분석 • 청소년, 학부모, 현장전문가 대상 심층면접 실시 및 분석 • 영국, 호주 등 미디어교육 선진지 해외정책사례 조사 • 조사 결과를 바탕으로 정책방향과 과제 도출
	방법	• 문헌연구, 설문조사(초등학교 재학생 및 학부모), 면접조사, 전문가 의견조사, 해외사례조사
2차년도 (2021년)	목적	• 10대 청소년들의 미디어이용행태는 부모의 중재 및 통제를 벗어나 미디어의 오남용이 두드러지는 시기인 동시에 능동적·창의적인 미디어 활용을 통한 사회참여, 정보획득, 소통, 여가 선용이 활발히 이루어질 때인, 이들을 연령별, 미디어 레퍼토리별, 성별 유형화를 통한 분석을 통해 맞춤형 정책방안을 마련할 필요성이 제기됨.
	내용	• 중고등학교 재학생 등 10대 청소년 대상 미디어 이용 행태 및 효과 관련 연구 • 중고등학교 재학생 및 학교밖청소년 등 10대 청소년 심층면접 • 부모 참여 중심 소셜 리빙랩 연구를 통해 학부모 심층면접 및 소셜 리빙랩 운영 방안 제시 • 조사 결과를 바탕으로 정책방향과 과제 도출
	방법	• 문헌연구, 설문조사(중·고등학교 재학생 포함 10대 청소년), 면접조사, 부모 대상 소셜 리빙랩
3차년도 (2022년)	목적	• 후기 청소년의 미디어 이용 실태 파악 및 디지털 시민성 함양 정책 방안 마련
	내용	• 후기 청소년의 미디어 이용 실태 파악 • 국내외 사회정치 참여를 위한 미디어 이용 벤치마킹 사례 파악 • 조사 결과를 바탕으로 정책방향과 과제 도출
	방법	• 문헌연구, 면접조사, 설문조사, 전문가 설문조사

그림 1-1 연차별 연구 추진 계획

2021년도 연구에서는 10대 청소년 미디어 정책 관련 문헌 및 정책현황을 분석하였다. 교육부, 여성가족부 등 관계 부처와 국책연구기관에서 발행한 연구보고서를 고찰하고 학계의 연구논문을 종합적으로 분석하였다.

10대 청소년 대상 양적·질적 조사를 통해 다음의 내용들을 파악하였다: ① 스마트폰, 게임, 유튜브 등 각 매체유형별 이용 시간/빈도 및 이용 행태; ② 청소년의

여가활동, 정보획득, 소통 등 기능적 활용; ③ 미디어 집착 경향성; ④ 사이버일탈 실태; ⑤ 미디어교육 및 미디어 리터러시; ⑥ 디지털 격차 등.

본원의 <한국 아동·청소년 통합조사>에 참여한 2,810명의 중·고등학교 재학생 및 673명의 학교밖청소년을 대상으로 설문조사를 수행하고 결과를 면밀히 분석하여 10대 청소년의 미디어 이용 실태 및 특성을 파악하였다. 기초분석보고서에 각 문항별 조사결과를 성별, 교급별, 경제수준별, 학업성적 수준별(재학생 대상), 부모의 자녀 미디어이용 중재 수준별, 거주지역 규모별로 분석하여 제시하였다. 다만, 본 보고서에는 중고등학생 중심의 설문조사결과를 바탕으로 기술하였으며 필요한 경우 학교밖청소년 조사결과를 함께 제시하였다. 재학생 조사결과를 중심으로 본 보고서를 기술한 이유로는 첫째, 중고등학생이 우리나라 청소년의 상당수를 차지한다는 점, 둘째, 학교밖청소년 조사가 비확률 표집에 따라 여성이 남성의 약 두 배가량 조사에 참여했다는 점, 셋째, 학교밖청소년 특성 상 중학생 연령대인 2008년부터 2006년 출생 청소년의 참여가 극히 저조하여 72명만이 설문조사에 참여했다는 점, 마지막으로 표집방법과 조사 참여자의 구성을 고려했을 때, 학교 밖청소년 조사결과의 일반화가 어렵다는 점이다.

설문조사와 별도로 연구진은 10대 청소년의 미디어 이용 특성과 재학생과 학교 밖청소년이란 배경변인별 그룹핑(grouping)에 따라 20명의 청소년을 대상으로 면대면 심층면접 조사를 수행하였다.

또한, 청소년 미디어 교육 지원을 위한 부모 참여 소셜리빙랩 연구를 수행하여 부모중재 및 가정환경이 미치는 자녀의 미디어 이용 행태를 파악하고 자녀의 미디어 리터러시 함양을 위한 효과적인 지원과 자녀의 미디어 이용에 따른 문제 해결 방안 모색 등을 부모의 적극적 참여로 이루어가는 모델을 제시하였다. 이 소셜리빙랩 연구는 2020년 연구의 일환으로 수행한 152명의 현장전문가 대상 IPA 조사를 비롯하여 청소년 및 학부모 대상 설문조사에서 청소년의 올바른 미디어 이용 습관 함양과 미디어 리터러시 역량 제고를 위한 핵심 정책이 부모의 미디어

리터러시 역량과 자녀지도라는 결과가 나온 것에 따른 것이다. <청소년 미디어 교육 지원을 위한 부모 참여 중심 소셜리빙랩 운영>에 관한 연구의 효과적인 수행을 위하여 경인교육대학교 미디어리터러시연구소와의 협동연구 방식으로 수행하였다(그림 1-2 참조).

마지막으로, 정보통신정책연구원은 본 연구의 공동연구원으로 참여하여 그곳에서 매년 수행하는 한국미디어패널조사의 원자료를 활용한 만 13세부터 18세 연령의 조사 참여자의 각종 미디어 이용 실태의 연도별 분석과 2020년도 조사에 새로 적용된 문항인 비판적 미디어 이해능력 문항과 인지욕구 문항들을 활용한 심층 분석을 실시하였다.

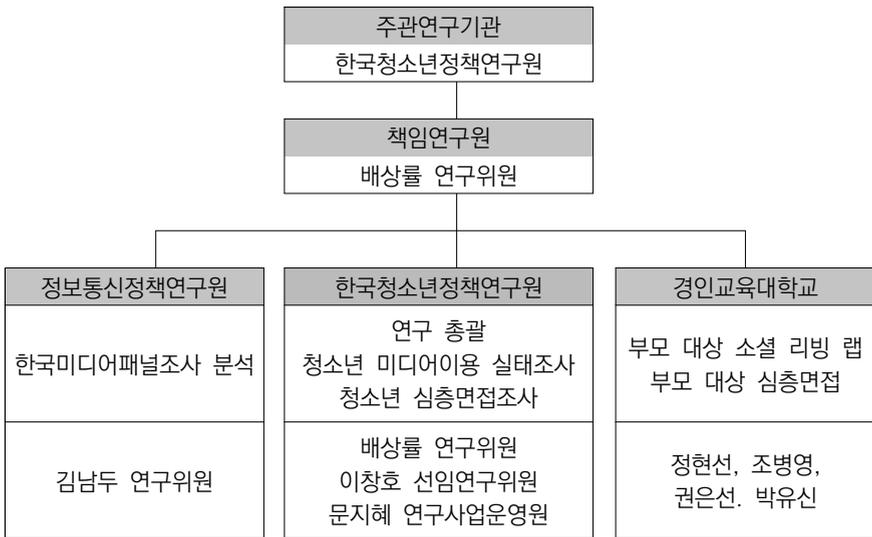


그림 1-2 연구추진체계

○ ————— 제2장 10대 청소년 미디어 이용 실태와 특징

- 1. 중고등학생의 미디어 이용
특성
- 2. 학교밖청소년의 미디어이용에
관한 선행연구 고찰
- 3. 미디어 리터러시 개념 및
중요성
- 4. 요약 및 시사점

2

10대 청소년 미디어 이용 실태와 특징²⁾

- 10대 청소년들은 소셜네트워크에 익숙하고 이를 통해 친구들과 소통하는 SNS 세대임. 이들에게 페이스북과 인스타그램은 매우 인기있는 소셜네트워크임. 이 네트워크를 통해 청소년들은 또래친구들과 정보 뿐 아니라 감정을 나누고 교류함.
- 청소년에게 게임은 중요한 놀이문화임. 이들에게 PC방은 친구들과 함께 어울려 놀 수 있는 중요한 공간임.
- 인터넷과 소셜미디어의 발달로 디지털세대인 청소년의 온라인, 오프라인 참여가 활성화되고 있음.
- 하지만, 가짜뉴스의 범람에 따라 어느 것이 객관적이고 정확한 정보인지를 판단하는 것이 어려워지게 되었고 남을 괴롭히거나 특정집단을 비하하는 표현들도 온라인공간에 넘쳐나게 되었음.
- 이처럼 청소년들이 온라인환경의 위험성에 노출될 가능성이 커지면서 청소년의 미디어 리터러시역량을 함양시키는 것이 매우 중요한 과제로 부각되고 있음.
- 미디어 리터러시의 핵심은 비판적 이해와 실천에 있다고 볼 수 있음. 즉 미디어 메시지과 그 구성방식, 산업구조에 대한 비판적 이해는 가짜정보가 넘치는 오늘날 디지털, 정보화 사회에서 청소년들에게 매우 필요하고 중요한 역량이라고 볼 수 있음.
- 학교청소년에 비해 학교밖청소년의 미디어이용에 대한 대규모 조사는 거의 이뤄지지 않았으며 일부 조사들은 이들의 게임중독이나 스마트폰중독에 초점을 맞추고 있음.

2) 이장은 이창호 선임연구위원이 작성하였음.

1. 중고등학생의 미디어 이용 특성

현재의 10대 청소년들은 2000년 이후 출생한 세대로 이른바 Z세대로 불린다. 이 세대의 미디어 이용 특성은 X세대나 밀레니얼세대와 차이가 있다. 무엇보다도 청소년들은 태어날 때부터 디지털세상에서 자란 디지털 네이티브들로 디지털환경에서 교육을 받았으며 이들에게서 SNS와 유튜브가 가장 중요한 매체이다(김상욱, 2020). 또한 책이나 TV 등 전통적인 미디어보다는 온라인과 문자메시지에 많은 시간을 보내고 있다(김상욱, 2020). 유튜브를 비롯한 아프리카TV, 판도라TV 등 1인 미디어의 성장은 현재의 10대 청소년들이 미디어 콘텐츠 소비자뿐 아니라 생산의 주체로 나서도록 했다. Z세대들은 기존의 대중매체가 아닌 1인 미디어를 주도적으로 구독하고 있고 태어날 때부터 동영상에 친숙하기 때문에 디지털동영상에서 많은 정보를 얻고 있다(신상기, 2020).

이러한 10대 청소년들의 미디어이용과 관련하여 이들의 세대적 특성을 살펴보면 다음과 같다.

1) SNS/유튜브 세대

10대 청소년들은 소셜네트워크에 익숙하고 이를 통해 친구들과 소통하는 SNS 세대이다. 자신의 일상을 SNS를 통해 기록하며 친구들이나 온라인으로 알게된 사람들에게 자랑하기도 한다. 이들은 온라인 공간을 통해 자신들의 정체성을 유지하고 강화하며 새로운 정체성을 만들기도 한다. 특히 청소년들에게는 미디어를 통해 친구들과 연결돼 있다는 것이 매우 중요하다(김아미 외, 2018). 그들은 SNS를 통해 자신들이 체험한 일상을 공유하며 새로운 인간관계를 형성한다(김아미 외, 2018). 이 같은 과정을 통해 또래집단에 속해 있다는 느낌을 중요하게 받아들이게 되며 온라인을 통해 친구관계를 지속적으로 유지하거나 발전시키게 된다.

온라인을 통해 사람을 만나는 것을 두려워하거나 낯설어하지 않으며 공통적인 관심과 취향이 있다면 쉽게 친구가 되기도 한다. 청소년들은 SNS를 통해 기존의 관계를 강화하거나 학교나 지역의 공간을 넘어 새로운 관계를 형성해 나간다(조윤정 외, 2020).

청소년들은 SNS를 통해 자기가 살아가고 있는 모습이나 자신의 생각들을 솔직하게 드러내기도 한다. 또한, 타인이 게시한 게시물에 ‘좋아요’를 누르거나 댓글을 달기도 한다. 괜찮은 글이 있으면 온라인친구들에게 정보를 공유하기도 한다. 이러한 SNS에서의 다양한 활동은 오프라인 대인관계에도 영향을 미치고 있다(권현정, 김희화, 2020). 즉 온라인공간에서의 자기표현이나 의사소통이 오프라인 관계와 밀접히 연관돼 있는 것이다. 이처럼 청소년들은 온라인, 오프라인 경계를 넘나들며 관계를 형성, 유지, 발전시키고 있다.

특히 최근에는 인스타그램과 같은 이미지 기반의 SNS가 확산되고 있는 추세다. 이 공간에서 이용자들은 자신들의 정체성을 표현하고 이미지를 통해서 의미를 전달하고 소통한다(윤지선, 류한영, 2019). 또한 자신의 소소한 일상을 공유함으로써 즐거움을 찾기도 한다. 검색 또한 기존의 텍스트 중심에서 시각적인 이미지 중심으로 바뀌고 있다. 이처럼 인스타그램의 성장배경에는 해시태그 기반으로 타인이 게시한 이미지와 콘텐츠를 소비하는 환경과 이미지기반의 간편한 사용자 환경이 자리잡고 있다(강현웅 외, 2020).

한국언론진흥재단(2019)이 초등학교 4학년에서 고등학교 3학년까지의 초, 중, 고학생 2,363명을 대상으로 조사한 결과 중학생과 고등학생의 경우 SNS 가운데 페이스북과 인스타그램을 가장 많이 이용하는 것으로 조사됐다. 반면, 초등학생들은 틱톡과 페이스북을 가장 많이 이용하였다. 특히 고등학생의 경우 인스타그램을 이용한다고 응답한 비율이 80.1%로 꽤 높았다. 이는 최근 점유율을 높이고 있는 인스타그램의 인기를 반영한 것으로 볼 수 있다. 사진이나 동영상 위주의 콘텐츠로 구성되다보니 영상에 익숙한 청소년들에게 인스타그램이 인기를 끌고 있는 것이

다. 콘텐츠 생산에 있어서 용이한 접근성과 빠른 사용속도감으로 인스타그램이 청소년층으로 빠르게 확산되고 있는 것이다(노가영 외, 2020).

표 II-1 학교급에 따른 SNS 서비스별 이용률(중복응답)

(단위: %)

내용	전체(1,529)	초등학생(209)	중학생(601)	고등학생(719)
페이스북	80.3	56.5	88.8	80.1
인스타그램	61.0	47.0	52.7	72.1
트위터	25.3	22.3	26.7	24.9
틱톡	20.0	58.3	23.0	7.7
밴드	8.4	18.4	9.4	4.7
카카오토리	4.3	14.5	3.9	1.6
핀터레스트	2.5	1.9	3.0	2.3
텀블러	1.4	0.0	0.7	2.4
링크드인	0.2	0.4	0.5	0.0
싸이월드	0.2	0.4	0.4	0.0
빙글	0.2	0.0	0.3	0.1
기타	0.9	4.2	0.3	0.5
기억이 잘 안난다	0.4	1.8	0.1	0.3

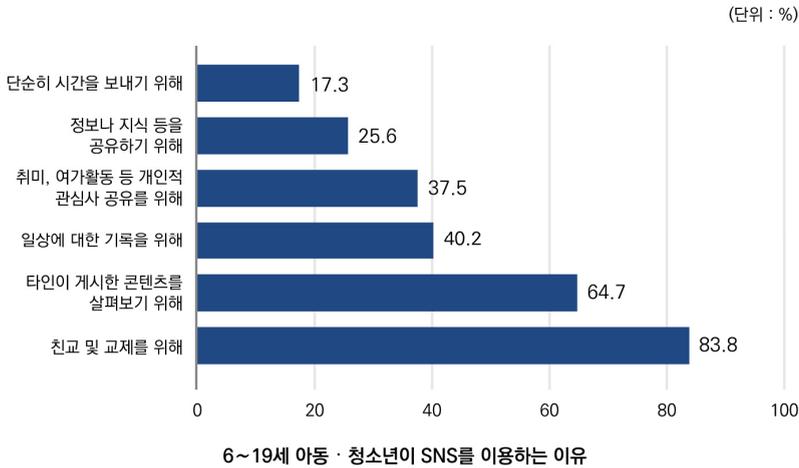
* 출처: 한국언론진흥재단 (2019). 2019 10대 청소년미디어이용조사. 52쪽.

과학기술정보통신부와 한국지능정보사회진흥원(2020b)이 조사한 바에 의하면, 6~19세 아동·청소년들이 즐기는 SNS(3개 항목 응답)는 페이스북(76.6%), 인스타그램(60.6%), 카카오토리(28.4%), 네이버밴드(22.2%) 순이었다.

이처럼 청소년들에게 가장 인기가 많은 SNS는 페이스북과 인스타그램이라 할 수 있다.

6~19세 아동·청소년이 SNS를 이용하는 이유(3개 항목 응답)는 ‘친교 및 교제를 위해서’가 83.8%로 가장 많았고 ‘타인이 게시한 콘텐츠를 살펴보기 위해서’(64.7%), ‘일상에 대한 기록을 위해서’(40.2%), ‘취미, 여가활동 등 개인적 관심사

공유를 위해서’ (37.5%), ‘정보나 지식 등을 공유하기 위해’ (25.6%), ‘단순히 시간을 보내기 위해’ (17.3%) 순이었다(과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원, 2020b). 정보나 지식 등을 공유하기 위해 SNS를 이용한다고 답한 청소년 비율은 다른 연령대에 비해 다소 낮았다.



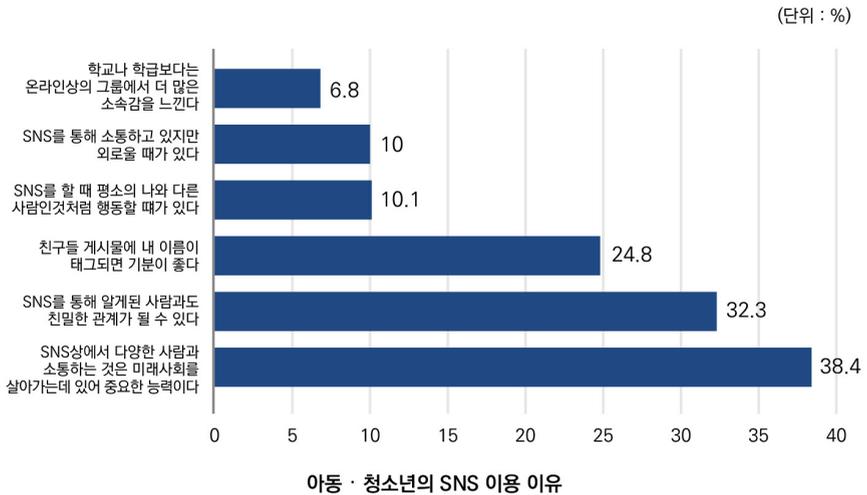
* 출처: 과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원 (2020b). 2019 인터넷이용실태조사 통계표, p.128.

그림 II-1 아동·청소년의 SNS 이용 이유

경기도 중학생들을 대상으로 한 조사에서 응답자들은 SNS 선호 이유로 ‘재미있어서’(37.6%)와 ‘친구들이 많이 사용하고 있어서’(22.0%)를 가장 많이 꼽았다(조윤정 외, 2020). 이어 ‘유용한 정보가 많아서’(12.4%), ‘같은 관심사 및 취미를 가진 사람을 만날 수 있어’(7.3%), ‘학교 및 학급공지 등이 올라와서’(3.6%) 순이었다. 즉 청소년들은 재미와 친구들과의 교류목적으로 소셜네트워크를 많이 사용하고 있는 것이다.

아래 그림이 보여주듯이, 청소년들은 SNS를 다양한 사람과 소통하고 친밀한

관계를 만들 수 있는 공간이라고 여기는 경향이 강했다(조윤정 외, 2020). 반면, 학교나 학급에 비해 온라인그룹에서 더 많은 소속감을 느낀다고 응답한 비율은 적었다. SNS를 통해 소통하면서 외로움을 느낀다고 응답한 비율도 10.0%에 그쳤다. 이 같은 결과를 통해 볼 때, 청소년들에게 SNS는 타인과 소통하며 교류할 수 있는 공간이자 새로운 관계를 형성할 수 있는 공간이기도 하다.

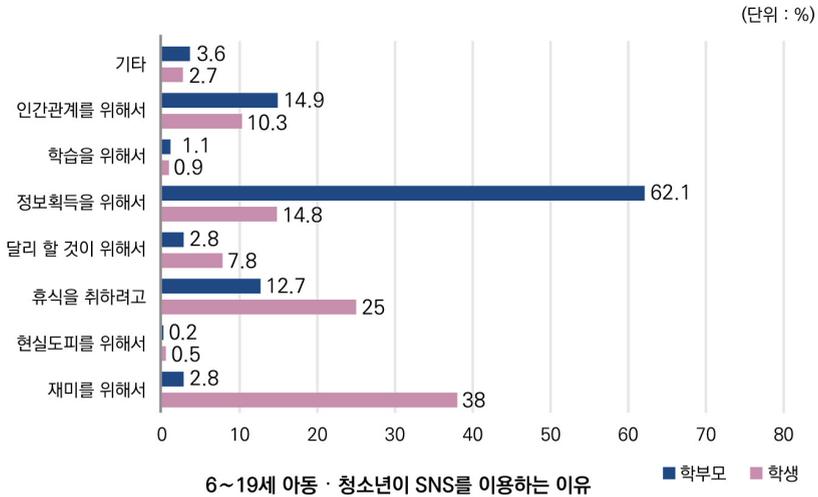


* 출처: 조윤정 외(2020). 중학생의 생활과 문화, 66-72쪽 표를 참고로 하여 구성함. 그림에 표시된 숫자는 '그렇다'와 '매우 그렇다'고 응답한 비율을 합친 숫자임.

그림 II-2 아동·청소년의 SNS 이용 이유

디지털네이티브 세대는 기성세대와 매우 다른 미디어이용패턴을 나타냈다. 한국교육개발원의 조사에 의하면 청소년들은 SNS와 인스턴트 메신저를 가장 많이 이용한 반면 학부모들은 인스턴트 메신저와 포털을 주로 이용하였다(이성희 외, 2016). 디지털기기활용목적에서도 두 집단 간의 차이는 뚜렷했다. 청소년들은 재미와 휴식을 취하기 위해서 디지털기기를 이용한다고 많이 답한 반면 학부모들은 정보획득과 인간관계유지를 주요 목적으로 언급하였다(이성희 외, 2016). 즉

부모세대에게 디지털공간은 필요한 정보를 얻는 곳이자 타인과의 관계를 유지하는 공간인 반면 청소년세대에게 이 공간은 학업부담에서 벗어나 즐거움을 만끽하고 쉴 수 있는 곳이다.



* 출처: 이성희 외(2016). 디지털세대의 학생문화연구, 71쪽에서 학생, 학부모 응답비율을 토대로 구성.

그림 II-3 디지털기기를 사용하는 주요 목적

미국의 한 조사기관이 소셜미디어 이용자 627명을 대상으로 조사한 결과, Z세대(13~17세)는 밀레니얼세대(18~34세)에 비해 인스타그램과 스냅챗을 더 많이 사용한 것으로 나타났다(The Manifest, 2019). 반면, 페이스북 사용은 밀레니얼세대에서 훨씬 높았다.

SNS는 또한 청소년들이 새로운 정보나 뉴스를 알게 되는 통로로도 활용되고 있다. 실제로 청소년들이 뉴스나 시사정보를 주로 접한 서비스/플랫폼은 SNS와 포털이었다(한국언론진흥재단, 2019). 중학생의 경우 SNS(45.7%), 포털(18.6%), 온라인동영상플랫폼(16.7%) 순이었고 고등학생의 경우 포털(40.0%), SNS(37.3%),

온라인동영상플랫폼(11.0%) 순으로 나타났다. 즉 소셜네트워크가 청소년들의 주요 뉴스 정보원이 되고 있는 것이다.

호주의 청소년들 또한 SNS로부터 뉴스를 많이 접했다(Notley & Dezuanni, 2019). 13~16세 청소년들의 경우 75% 가량이 소셜미디어로부터 뉴스를 얻는다고 답했고 8~12세 어린이들의 경우 이 비율은 46%였다. 소셜미디어로부터 뉴스를 얻는 정도는 두 집단이 다소 차이가 났다. 청소년들의 경우 페이스북(51%)과 유튜브(30%), 인스타그램(22%) 순으로 뉴스를 접한 반면 어린이들의 경우 유튜브(30%)를 통해 뉴스를 가장 많이 얻었고 페이스북(15%), 인스타그램(10%) 순이었다. 즉 초등학교생들에게는 유튜브가, 중학교생들에게는 페이스북이 뉴스를 얻는 주요 채널이었다.

이처럼 10대 청소년들은 SNS를 통해 또래집단과 교류하고 네트워크를 형성하고 있으며 현안 이슈에 관한 정보를 얻고 있다. 일명 Z세대인 이들은 텍스트보다 이미지에 집중하는 세대이고 시각적인 자료로 감정을 표현하는데 익숙해 있다(박혜숙, 2016). 이미지기반의 인스타그램이 청소년층에 급속히 확산되는 이유도 이러한 Z세대의 특성에서 비롯된다고 볼 수 있다.

10대 청소년들은 또한 유튜브를 즐겨 이용한다. 최근 유튜브를 비롯한 동영상플랫폼이 확산되면서 전 연령대에서 유튜브가 인기를 얻고 있다. 과학기술정보통신부와 한국지능정보사회진흥원(2021)의 조사에 따르면, 전 연령대를 통틀어 이용자들이 가장 많이 이용하는 동영상서비스는 유튜브로 나타났다. 10대의 경우 역시 유튜브(94.5%)를 가장 많이 이용하였고 네이버(29.1%), 아프리카TV(18.3%), 넷플릭스(16.7%), 다음(11.6%) 순이었다.

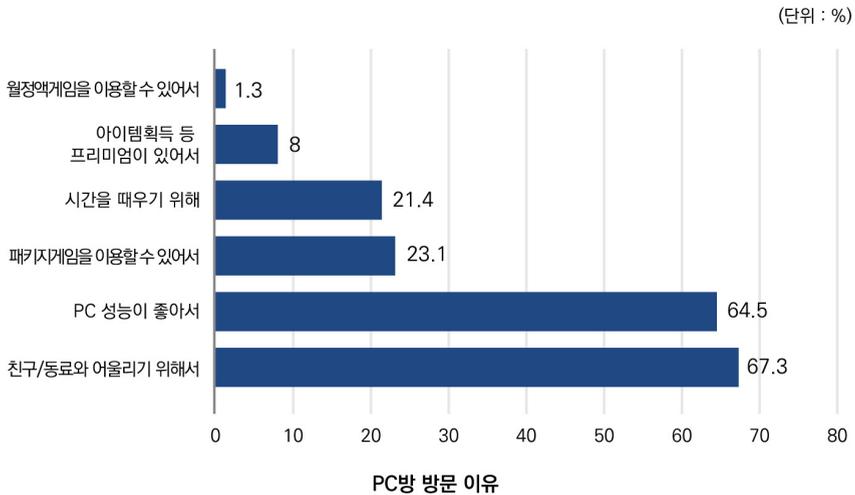
10대 유튜버들은 여러 사람들에게 인정을 받고 자신의 일상을 기록하고 공유하기 위해 유튜버로 활동하는 경우가 많았다(안소진, 김용찬, 2020). 이들은 유튜버 활동에서 비롯된 긍정적인 결과를 부정적인 결과보다도 훨씬 더 많이 인식하는 것으로 나타났다. 즉 유튜브를 하면서 만족감을 느끼고 자신감을 갖게 되었으며

자기를 표현하고 성찰하는 과정을 겪게 되었다고 말했다(안소진, 김용찬, 2020). 뷰티관련 유튜브 영상들은 한참 멋을 부리고 외모에 신경을 쓸 시기인 중학교 여학생들에게 인기가 많다. 한 연구결과 중학교 여학생들이 뷰티관련 유튜브 동영상을 시청하는 동기는 크게 경제성, 정보획득, 흥미성으로 나타났다(서경선, 조고미, 2019). 즉 뷰티미용탐색에 소용되는 비용이 적게 들고 관련 정보를 얻으며 기분전환과 재미를 위해 유튜브를 이용하고 있는 것이다. 이처럼 청소년들이 유튜브를 이용하는 동기는 사회적 인정욕구, 자기표현, 정보획득, 흥미, 기분전환 등 다양하다.

한편 부모의 중재 및 미디어교육은 청소년의 유튜브 이용에 어느 정도 영향을 미쳤다. 즉 부모의 제한적 중재는 청소년들의 유튜브 이용시간을 줄이는 효과를 나타냈으며 미디어교육은 유튜브의 여러 장르 중 정보관련 콘텐츠이용에 유의미한 영향을 미쳤다(최윤정, 이종혁, 2020). 특히 미디어교육이 정보관련 콘텐츠이용에 미치는 효과가 학년이 올라갈수록 커지는 것으로 나타나 중, 고등학교에서의 미디어교육의 중요성이 더욱 부각되고 있음을 시사해주고 있다.

2) PC방 및 게임 문화

청소년에게 게임은 중요한 놀이문화다. 게임을 잘 하는 학생들이 인기가 많고 게임을 소재로 대화를 나누는 경우도 흔하다(김혜영, 유승호, 2019). 이 시기는 또래집단이 중요한 영향력을 행사하는 시기이다. 따라서, 이들에게 PC방은 친구들과 함께 어울려 놀 수 있는 중요한 공간이다. 혼자 PC방에 가기보다 친구들과 함께 가서 스트레스를 푼다. 청소년들은 PC방에서 또래와 같이 게임을 함으로써 서로의 관심이 무엇인지 인식하고 공동의 감정을 형성한다(김혜영, 유승호, 2019). 한국콘텐츠진흥원(2020)이 게임이용자들을 대상으로 조사한 바에 의하면, 주1회 이상 PC방을 이용하는 경우 10대는 월평균 PC방 이용횟수가 4회 36.7%, 5~8회 35.3%, 9회 이상 28.0%로 나타났다. 9회 이상 이용한다고 답한 비율의 경우 다른 연령대에 비해 가장 높은 것으로 나타나 10대들이 PC방에 자주 가는 것을 알 수 있다. 이들이 PC방을 찾는 주된 이유는 '친구/동료와 어울리기 위해서'(67.3%)와 'PC 성능이 좋아서'(64.5%)인 것으로 나타났다. 이어 '패키지 게임을 이용할 수 있어서'(23.1%), '시간을 때우기 위해'(21.4%), '아이템획득 등 프리미엄이 있어서'(11.2%), '집/학교에서는 게임이용을 못하게 해서'(8.0%), '일정액게임을 이용할 수 있어서'(1.3%) 순이었다. 특히 '친구/동료와 어울리기 위해'라고 응답한 비율은 다른 연령대에 비해 가장 높았다. 이 같은 결과는 청소년들의 경우 또래들 간의 상호작용이 PC방을 찾는 중요한 요인임을 시사하고 있다. 또 하나 흥미로운 결과는 집이나 학교에서 게임을 못하게 해서 PC방을 찾는 비율이 8.0%에 이른다는 것이다. 이 같은 비율도 다른 연령대에 비해 가장 높다.



* 출처: 한국콘텐츠진흥원 (2020). 2020 게이머이용자 실태조사, 51쪽.

그림 II-4 PC방 방문 이유

경기도교육연구원이 초(고학년), 중, 고등학생 총 2,000명을 대상으로 조사한 바에 의하면, 거의 매일 게임한다고 응답한 비율이 35.7%에 달했다.(정재엽 외, 2020). 성별로 보면 남학생이 51.2%, 여학생이 23.9%로 나타나 게임을 즐기는 남학생들의 비율이 훨씬 높았다. 게임을 안 하는 경우는 13.4%, 게임을 중단한 경우는 7.7%로 나타나 거의 80%의 학생들은 게임을 하고 있는 것으로 조사됐다.

청소년이 게임에 몰입하는 요인은 다양하다. 곽은아와 최진호(2020)의 연구에 의하면, 심리적 변인인 외로움이 초, 중, 고 학생들의 게임과몰입에 정적인 영향을 미쳤다. 즉 외로움을 많이 느끼는 청소년일수록 게임에 몰입할 가능성이 크다는 것이다. 특히 이 연구에서는 게임리더십, 게임규범성, 게임효능감 등 게임에 관련한 변인들이 높은 설명력을 보였다. 게임리더십은 게임속의 미션을 해결하기 위해 함께 게임을 하는 사람들과 잘 협력해 나가는 것을 의미하며 게임규범성은 주변

사람들이 자신에게 게임을 수행하길 원하는 정도를 나타낸다(39쪽). 게임효능감은 게임에 대한 자신의 능력에 대한 믿음을 의미한다(39쪽). 이러한 변인들은 청소년들이 게임에 빠지는데 가장 큰 설명요인이었다. 물론, 이 연구에서 자기통제력은 게임과몰입을 줄이는 가장 중요한 변인이었다. 학교급별로 나눠 분석해보니 고등학생의 경우 친구지지가 낮으면 과몰입 될 가능성이 컸고 학업스트레스는 과몰입을 부추기는 것으로 나타났다.

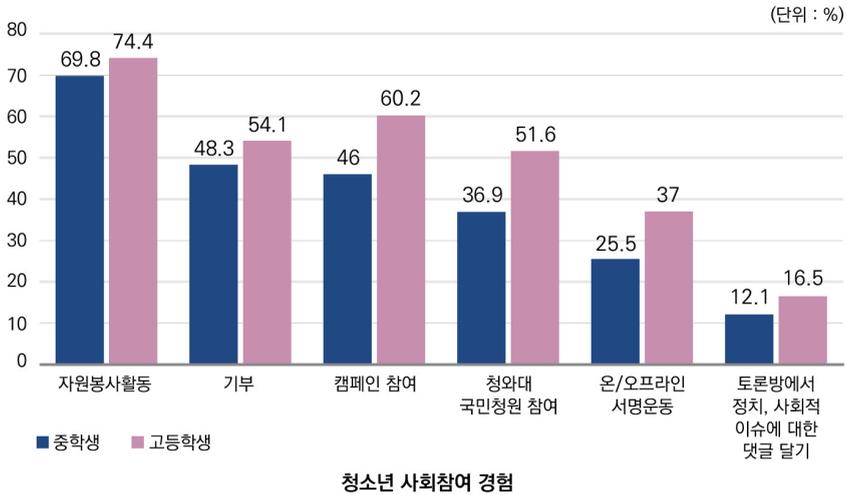
부모와의 관계도 게임중독이나 게임과몰입에 영향을 미친다. 실제로 부모와의 관계가 좋지 않은 청소년들의 경우 게임에 빠질 가능성이 큰 것으로 분석됐다(백경민 외, 2020). 부모와의 갈등이 많은 청소년의 경우 게임을 통해 스트레스를 해소할 가능성이 크다. 또한 부모와의 관계가 원만하지 않으면 부모의 지시나 조언에도 귀를 기울이지 않고 멋대로 행동할 여지가 많아 게임에 탐닉할 가능성이 높다. 송인덕(2020)의 연구에서는 초등학생의 경우 어머니와의 관계가, 중, 고등학생의 경우는 아버지와의 관계가 게임중독에 부적인 영향을 미쳤다. 즉 중, 고등학생에게는 아버지와의 원만한 관계가 게임중독을 예방할 있는 주요 요인으로 나타난 것이다.

이처럼 게임문화는 10대 청소년들의 문화를 대표한다고 할 수 있다. 특히 남학생들에게 게임은 학업스트레스를 해소하고 친구와의 관계를 돈독히 할 수 있는 중요한 여가활동이다.

3) 온라인을 통한 사회적 참여세대

인터넷과 소셜미디어의 발달로 디지털세대인 청소년의 온라인, 오프라인 참여가 활성화되고 있다. 한국언론진흥재단(2019)이 지난 1년간 청소년의 사회참여경험을 질문한 결과 자원봉사활동이 가장 두드러졌다. 기부나 캠페인참여, 청와대 국민청원에 참여한 적이 있다고 응답한 청소년도 절반 가량 되었다. 반면, 중고등

학생 두 집단 다 토론방이나 게시판에서 정치적 이슈에 대해 댓글을 단 적이 있다고 응답한 비율은 채 20%가 안됐다. 온라인공간이나 거리에서 서명운동에 참여한 적이 있는 경우도 중학생 25.5%, 고등학생 37%에 머물러 다른 사회참여행동에 비해 다소 낮게 나타났다.

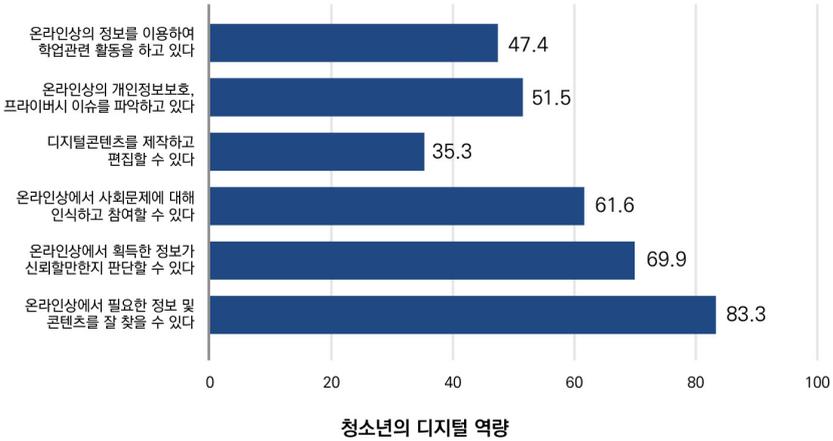


* 출처: 한국언론진흥재단 (2019). 2019 10대 청소년미디어이용조사. 117쪽.

그림 II-5 청소년 사회참여 경험

이처럼 청소년의 사회참여가 활발해진 배경에는 이들의 높은 디지털 역량 수준이 자리 잡고 있다. 청소년의 디지털 역량은 관련 항목마다 다소 차이가 낮지만 온라인상에서 필요한 정보를 찾거나 정보의 신뢰성을 판단하는 능력은 높은 것으로 나타났다(과학기술정보통신부, 한국정보화진흥원, 2019). 온라인상에서 사회 문제에 대해 인식하고 참여할 수 있다고 응답한 비율도 높았다. 하지만, 디지털 콘텐츠 창작능력은 매우 낮았고 온라인을 이용한 학업관련 활동능력도 다소 낮은 것으로 드러났다.

(단위 : %)



주: 그렇다와 매우 그렇다를 합한 비율임.

* 출처: 과학기술정보통신부, 한국정보화진흥원 (2019). 2019년 스마트폰과 의존실태조사, 80-85쪽.

그림 II-6 청소년의 디지털 역량

온라인 공간에서의 사회문제에 대한 높은 인식에도 불구하고 청소년들의 실제 참여는 매우 낮은 것으로 나타났다. 경기도교육연구원이 2019년 도내 고등학생들을 대상으로 조사한 결과는 청소년의 집회참여가 활발하지 않은 것을 뒷받침하고 있다(남미자 외, 2019). 즉 집회참여를 한 번도 해본 적이 없다고 응답한 비율이 74.2%에 달했다. 특히 온라인공간에 정치적 의견을 작성해보지 않은 경우도 68%나 됐다. 또한 4명중 3명가량(76.9%)은 공개된 장소에서 유인물, 대자보, 포스트잇 등을 활용하여 정치적 의견을 작성해본 경험이 전혀 없는 것으로 나타났다. 즉 오프라인뿐 아니라 온라인 공간에서도 정치적인 문제에 관해 자신의 의견을 작성해본 경험이 매우 적은 것으로 나타난 것이다. 선거연령하향으로 청소년들의 정치참여에 대한 관심이 높아지고 있지만 청소년들의 정치적 행동은 여전히 미약한 수준임을 확인할 수 있다.

표 II-2 경기도 고등학생의 정치적 행동

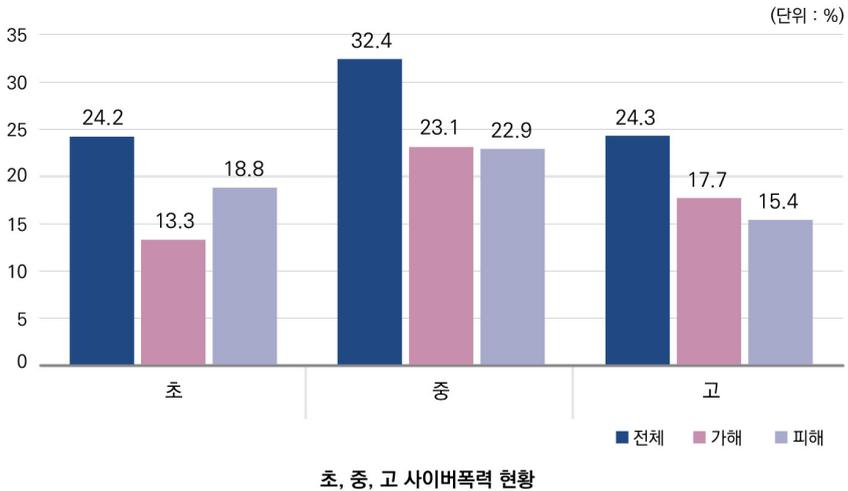
(명, %)

구분	한번도 없다	일년에 1-2회	한달에 1-2회	한주에 1-2회	한주에 3회 이상
온라인공간에 의견 작성	835 (68)	172 (14)	133 (10.8)	51 (4.2)	37 (3)
공개된 장소에 의견 작성	944 (76.9)	138 (11.2)	96 (7.8)	29 (2.4)	21 (1.7)
피켓팅, 집회, 거리행진 등에 참여	911 (74.2)	172 (14)	91 (7.4)	33 (2.7)	21 (1.7)
전체	2,690 (73)	482 (13.1)	320 (8.7)	113 (3.1)	79 (2.1)

* 출처: 남미자 외 (2019). 민주주의 실현조건으로서 청소년정치참여확대방안, 95쪽

4) 사이버폭력/혐오

청소년기는 사이버폭력이 빈번히 일어나는 시기이다. 방송통신위원회와 한국정보화진흥원은 매년 사이버폭력실태조사를 실시해오고 있다. 2019년 조사결과에 따르면, 초, 중, 고 전체 사이버폭력경험률은 26.9%로 나타났고 가해경험률은 18.0%, 피해경험률은 19.0%였다(방송통신위원회, 한국정보화진흥원, 2019). 특히 중학생 집단에게서 사이버폭력발생이 높았다. 이 집단의 경우 사이버폭력가해 경험비율은 23.1%, 피해경험비율은 22.9%에 달했고 사이버폭력을 경험한 비율도 32.4%로 매우 높았다.



* 출처: 방송통신위원회, 한국정보화진흥원 (2019). 2019년 사이버폭력실태조사, 25쪽.

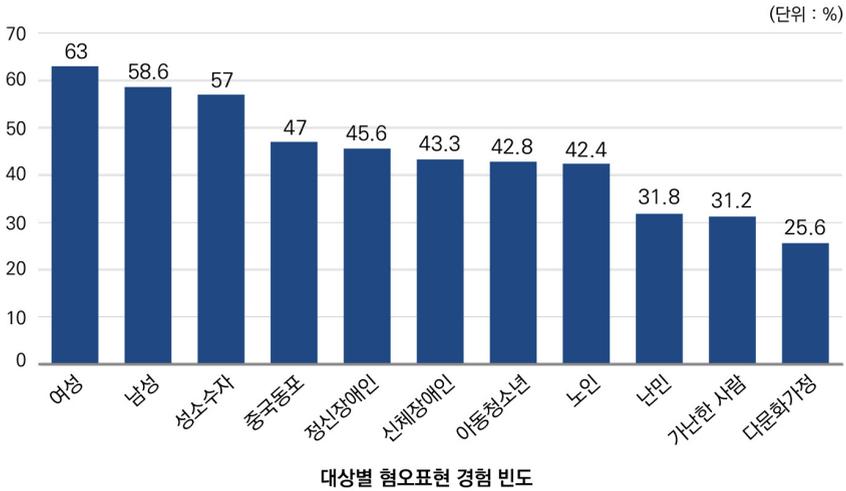
그림 II-7 초, 중, 고 사이버폭력 현황

가해 유형별로 보면 언어폭력이 16.8%로 가장 높았고 명예훼손(3.6%), 신상정보유출(1.9%), 따돌림(1.8%), 스토킹(1.5%) 순이었다(방송통신위원회, 한국정보화진흥원, 2019). 가해경험이 있는 청소년들의 경우 채팅/메신저(54.3%)를 통해 사이버폭력을 행사한 경우가 가장 많았고 온라인게임이 36.9%로 뒤를 이었다. 이어 SNS(25.9%), 커뮤니티(2.1%) 순이었다. 이 같은 결과는 채팅이나 온라인게임, SNS를 할 때 주로 사이버폭력이 발생할 가능성이 크다는 것을 암시해주고 있다.

사이버폭력과 더불어 최근 학교안 혐오현상도 증가하고 있다. 중학생집단의 혐오현상을 고찰한 연구에 따르면, 여성의 외모에 대한 멸시나 조롱이 가장 두드러졌다(이혜정 외, 2018). 튀는 행동을 하는 것과 같은 특이한 행동을 하는 사람이나 성적이 낮거나 게임을 잘 못하는 사람도 혐오의 대상이었다. 이러한 혐오표현은

학생들 사이에서 지배적인 또래문화나 놀이문화가 되었다(이혜정 외, 2018).

국가인권위원회(2019)가 15세 이상 17세 이하 청소년 500명을 대상으로 모바일 조사를 실시한 결과 응답자의 68.3%가 온라인 또는 오프라인에서 혐오표현을 접한 것으로 나타났다. 이들이 접한 혐오표현대상은 여성(63.0%)과 남성(58.6%), 성소수자(57.0%)가 많았다. 주로 특정 성을 향한 혐오표현이 청소년들 사이에 빈번한 것을 알 수 있다. 이어 중국동포(47.0%), 정신장애인(45.6%), 신체장애인(43.3%), 아동·청소년(42.8%), 노인(42.4%) 순이었다. 대체로 청소년들은 사회적 약자나 소수집단에 대한 혐오를 많이 접하고 있음을 알 수 있다. 혐오표현을 접했다고 응답한 이들 중 82.9%가 SNS나 유튜브 등 온라인에서 이를 경험한 것으로 나타나 온라인공간이 디지털세대인 청소년들에게 안 좋은 영향을 줄 수 있다는 것을 암시해주고 있다. 학교는 57.0%, 학원은 22.1%였다. 이 조사에서 응답자의 23.9%가 혐오표현을 사용한 적이 있다고 답했다.



* 출처: 국가인권위원회 (2019). 혐오표현에 대한 청소년 인식조사, 13쪽.

그림 II-8 대상별 혐오표현 경험 빈도 (%)

한국청소년정책연구원이 청소년(초5, 중2, 고2 학생) 6,057명을 대상으로 우리 사회에서 소수집단에 대한 혐오문제가 어느 정도 심각한지 5점 척도(전혀 그렇지 않다-매우 그렇다)로 질문한 결과 페미니스트에 대한 혐오의 심각성(30.5%, '그렇다'와 '매우 그렇다'의 응답을 합친 비율)과 청소년에 대한 혐오의 심각성(30.1%)이 가장 높게 나타났다(김영한 외, 2020). 즉 청소년 스스로도 자신들에 대한 혐오표현이 매우 심각하다는 것을 인식하고 있는 것이다. 성소수자에 대한 혐오는 27.1%, 노인에 대한 혐오는 25.1%로 비교적 높게 나타났다. 장애인에 대한 혐오 또한 18.7%를 기록해 청소년들은 우리사회에서 장애인에 대한 혐오표현이 어느 정도 심각하다고 생각하고 있었다. 반면, 다문화가정 9.3%, 빈곤층 4.0%로 드러나 문화적 약자나 경제적 약자에 대한 혐오는 그다지 심각하지 않은 것으로 생각하는 것으로 나타났다. 79.1%의 응답자들은 혐오나 차별표현을 인터넷커뮤니티나 SNS에서 경험한다고 응답해 선행연구와 마찬가지로 사이버공간이 압도적으로 높은 비율을 차지하였다.

이처럼 중고등학생 시기는 사이버폭력이나 혐오에 노출될 가능성이 크고 가해 경험도 많아지는 때여서 적극적인 대처가 필요하다. 특히 청소년들은 최근 문제가 되고 있는 혐오표현을 대부분 SNS를 비롯한 디지털 공간에서 경험하는 것으로 나타나 이들의 디지털 리터러시역량을 증진시킬 필요성이 더욱 대두되고 있다.

5) 가짜뉴스 노출

일반적으로 가짜뉴스는 뉴스의 형태를 띠지만 정치적 이익이나 경제적 이익 등 특정한 목적을 실현하기 위해 누군가 의도적으로 퍼뜨리는 잘못된 정보를 의미한다(이완수, 2018). 전국 20세~59세 성인남녀 623명을 온라인설문조사한 결과, 연령이 낮을수록 인터넷이나 SNS 등 뉴스를 접하는 과정에서 가짜뉴스가 널리 퍼져 있다고 인식하는 경향이 강하게 나타났다(조은희, 2019). 특히 고연령

과 고학력집단에서 가짜뉴스를 식별하는 능력이 높았다. 또한 여러 미디어를 이용하는 다매체집단에서 우리사회에 가짜뉴스가 널리 퍼져있다고 보는 경향이 높았다. 이같은 결과를 고려하면 청소년층은 가짜뉴스에 노출될 가능성이 크다고 볼 수 있다.

한국언론진흥재단이 만18세 이상 성인 1,000명을 대상으로 온라인조사한 바에 의하면, 기존의 전통적인 뉴스매체보다 유튜브, SNS, 메신저 등을 통해 뉴스를 접할수록 허위정보에 노출될 가능성이 큰 것으로 나타났다(박아란 외, 2020). 실제로 응답자들이 인식하는 가짜뉴스를 주로 어떤 경로를 통해 접촉하는지 질문한 결과 5점 만점에 유튜브가 3.93점으로 가장 높았고 팟캐스트 등 개인방송 3.81점, 소셜미디어 3.74점 순으로 나타났다. 반면 종이신문과 지상파방송은 각각 3.07점과 3.08점을 기록해 낮았다. 이같은 결과는 기존의 레저시미디어보다 SNS 기반의 뉴미디어에서 가짜나 허위뉴스가 빈번히 유포되고 있음을 시사해주고 있다.

최근 소셜미디어의 확산으로 소셜네트워크를 통해 뉴스나 시사정보를 알게되는 청소년들의 사례가 많아지고 있다. 이에 따라 청소년들도 가짜뉴스의 위험에 노출될 가능성이 커지고 있다. 청소년 세대는 디지털기구나 인터넷을 통해 뉴스정보를 접하고 전달하는데 익숙하기 때문에 가짜뉴스나 정보에 취약할 수 있다(이용준, 권이은, 2020). 특히 비판적 미디어 리터러시역량이 부족한 청소년들의 경우 정보를 제대로 검증하거나 확인하지 않고 이를 수용할 가능성이 크다. 따라서 가짜뉴스나 정보를 진실로 믿을 여지가 많다.

경북지역의 고등학생을 대상으로 한 연구에 따르면, 북한에 대한 부정적인 인식을 가진 집단의 경우 부정적 북한 뉴스를 접한 이후 북한에 대한 기존의 인식이 더욱 강화되는 것으로 나타났다(안도현, 2020). 즉 가짜뉴스는 평소 자신의 신념과 가치와 일치하는 태도를 더욱 강화하는 것으로 나타난 것이다. 하지만, 북한에 대한 긍정적인 태도를 지닌 집단의 경우 가짜뉴스를 접하고 오히려 북한에 대한

부정적인 태도를 강화한 것으로 드러났다. 즉 자신의 태도와 일치하지 않는 가짜뉴스를 무시함으로써 기존의 태도를 강화하기보다 북한에 대해 갖고 있던 기존의 인식을 바꾸는 상황이 초래된 것이다. 이 결과를 토대로 연구자는 성인과 달리 청소년의 경우 가짜뉴스의 영향력이 훨씬 클 수 있다며 청소년을 대상으로 한 미디어교육이 매우 중요하다고 주장한다(안도현, 2020).

실제로 청소년들은 뉴스의 사실여부를 제대로 확인하지 않고 있는 것이 현실이다. 가령, 호주 청소년들을 대상으로 조사한 결과 인터넷에서 얻는 뉴스 스토리가 사실인지 아닌지 얼마나 자주 체크하는지에 관해서 13~16세 청소년들의 13%는 '종종 그렇게 한다'고 답했고 42%는 '때때로 그렇게 한다'고 응답했다(Notley & Dezuanni, 2019). '결코 하지 않는다'는 응답은 15%, '거의 하지 않는다'는 응답은 30%였다. 즉 절반에 약간 못미치는 청소년들이 온라인 뉴스 정보의 사실체계를 제대로 하지 않은 것으로 나타난 것이다.

캐나다 청소년들을 대상으로 한 조사결과 온라인 뉴스스토리를 읽을 때 그 진위 여부를 확인하기 위해 노력하는 응답자의 비율은 60%로 비교적 높았다(MediaSmarts, 2014). 하지만 여전히 51%의 응답자들은 온라인정보가 사실인지 아닌지를 구별하는 방법을 학교에서 더 배우고 싶어했다.

일부 연구들에도 불구하고 아직까지 청소년들이 가짜뉴스를 얼마나 접하고 어떤 영향을 받았는지를 규명한 연구는 거의 없는 실정이다. 염정운과 정세훈(2019)은 성인남녀 713명을 대상으로 설문조사를 실시하여 뉴미디어 리터러시 역량이 가짜뉴스 노출과 전파에 어떤 영향을 미쳤는지를 분석했다. 그 결과 기능적 소비와 비판적 소비능력은 가짜뉴스 노출에 긍정적인 영향을 미쳤고 비판적 소비능력은 가짜뉴스 전파와 부정적인 관련성이 있는 것으로 나타났다. 즉 미디어 리터러시 역량이 가짜뉴스 노출과 전파를 줄이는데 큰 효과를 발휘하지 않았다. 하지만, 이 연구에서 주목할 것은 비판적 소비능력이 가짜뉴스의 전파를 어느 정도 가로막는 요인으로 나타난 것이다. 인터넷에서 사실과 의견을 구분하거나 인터넷콘텐츠

의 신뢰도와 공정성을 파악할 수 있는 능력이 비판적 소비이다(염정운, 정세훈, 2019). 그러므로 청소년들의 리터러시역량을 높인다면 가짜뉴스확산을 예방할 수 있을 것으로 기대된다.

6) 코로나19로 인한 미디어 이용 변화

2020년 초반 전 세계적으로 확산된 코로나19는 청소년들의 미디어이용에도 많은 영향을 미치고 있다. 오프라인 등교가 축소되고 온라인 수업이 확대되면서 집에 머무는 시간이 많아보니 청소년들의 미디어 이용은 늘어날 수밖에 없다. 더구나 야외 바깥활동이 위축되고 친구와 만나 교제할 기회가 대폭 줄어들면서 미디어에 지나치게 의존하는 청소년들이 늘고 있다. 실제로 청소년들은 친구들을 만나지 못하고 생활의 리듬이 깨지며 외출자제로 집에서 지내야만 하는 갑갑함을 코로나19로 인한 힘든 점으로 이야기하였다(한국청소년상담복지개발원, 2020. 5). 부모의 경우 자녀의 미디어이용시간 증가와 불규칙한 생활습관을 가장 힘든 점으로 지적하였다.

한국미디어패널조사의 자료를 분석한 결과, 청소년의 종이매체(신문, 책, 잡지) 이용시간은 2019년 6시간 18분에서 2020년 5시간 18분으로 감소한 반면 데스크톱 PC는 119분에서 185분으로 늘었고 노트북 이용시간 역시 112분에서 177분으로 증가하였다(김도희, 2021). 또한 태블릿 PC 이용시간은 70분에서 131분으로 배 가량 늘었고 스마트폰 이용시간은 143분에서 162분으로 20분 가량 증가하였다. 즉 종이매체를 제외하고 다른 미디어 이용시간은 코로나19이후 많이 증가한 것으로 조사됐다. 매체행위이용별로 보면 책읽기(363분→280분)는 대폭 감소한 반면 TV시청(132분→138분)과 게임이용시간(94분→104분)은 소폭 증가하였다. 이처럼 코로나19로 인해 청소년의 미디어이용에 비교적 큰 변화가 일어났음을 확인할 수 있다.

2. 학교밖청소년의 미디어이용에 관한 선행연구 고찰

학교밖청소년의 규모는 어떻게 측정하느냐에 따라 매우 달라질 수 있다. 한국청소년정책연구원이 간접추정방식을 사용하여 측정한 결과 2019년 기준 약 12만명 혹은 18만명으로 추정되었다(한국청소년정책연구원, 2020). 이처럼 많은 청소년들이 학업을 중단했지만 학교밖청소년의 미디어이용에 관한 연구는 거의 없는 실정이다. 앞서 살폈듯이, 많은 연구들이 학교에 다니는 학생청소년 위주로 진행되었다. 그나마 일부 조사나 연구들은 학교밖청소년의 게임중독이나 스마트폰중독에 초점을 두고 있다.

가령, 이윤정과 박문경(2020)은 학교밖청소년의 게임중독과 주관적 건강상태와의 관련성을 밝혔다. 특히 자아존중감과 사회적 낙인이 두 변인간의 관계를 부분적으로 매개한다는 사실을 발견하였다. 즉 게임중독은 자아존중감을 낮추고 이는 주관적 건강상태의 수준을 낮출 수 있다. 또한 게임중독은 사회적 낙인을 강화하고 이러한 결과는 낮은 주관적 건강상태를 초래할 수 있다는 것이다.

고은정과 김병년(2020)은 학교밖청소년에 대한 사회적 낙인이 자아존중감을 매개로 스마트폰중독에 어떤 영향을 미쳤는지를 구조방정식을 사용하여 규명하였다. 그 결과 학교밖청소년에 대한 부정적 낙인은 스마트폰중독에 직접적으로 긍정적인 영향을 미쳤다. 또한 자아존중감은 사회적 낙인과 스마트폰중독을 매개하는 것으로 나타났다. 즉 사회적 낙인이 강할수록 자아존중감은 떨어지며 이는 높은 스마트폰중독으로 이어졌다. 따라서, 학교밖청소년에 대한 사회적 낙인을 줄여야 이들의 스마트폰중독문제를 예방할 수 있다.

한국청소년정책연구원이 학교밖청소년 427명을 대상으로 2016년도에 조사한 바에 따르면, 응답자의 게임중독평균은 1.32점으로 나타났고 그 유형에 따라 학업형 1.26, 직업형 1.33, 무업형 1.45였다(윤철경 외, 2016). 즉 학교를 나와 검정고시를 준비하거나 취업활동 등을 하지 않는 무업형의 게임중독이 학업형이나 직업

형에 비해 다소 높게 나타났다. 게임중독항목은 총 8문항으로 구성되었고 각 항목은 4점척도로 측정되었다. 스마트폰중독은 일상생활장애 1.55, 가상세계지향성 1.41, 금단 1.70, 내성 2.14였고 전체 평균은 1.66점으로 나타났다. 스마트폰중독문항 역시 총 8개로 이뤄졌고 일상생활장애(2문항), 가상세계지향성(2문항), 금단(2문항), 내성(2문항) 등 네 가지 요인으로 구성되었다. 각 문항은 4점 척도(1=전혀 그렇지 않다 ~ 4=항상 그렇다)로 측정됐다.

학교에 다니는 청소년과 학교밖청소년을 비교한 연구도 거의 없는 실정이다. 두 집단간의 문화예술교육경험차이를 비교한 연구에 따르면, 학교밖청소년은 학생청소년에 비해 문화예술교육만족도나 효과가 높은 것으로 나타났다(정경은 외, 2019). 적극적으로 참여하는 문화예술교육분야에서도 두 집단의 차이가 있었다. 즉 학교에 다니는 청소년의 경우 음악(39.3%), 미술(19.3%), 연극/영화/미디어(13.9%) 순으로 참여했지만 학교밖청소년의 경우에는 음악(35.7%), 연극/영화/미디어(31.3%), 미술(14.4%) 순이었다. 하지만, 학생청소년과 학교밖청소년의 미디어이용을 비교한 연구는 찾아보기 어렵다.

이처럼 학교밖청소년의 미디어이용에 대한 대규모 조사는 거의 이뤄지지 않았으며 일부 조사들은 이들의 게임중독이나 스마트폰중독에 초점을 맞추고 있다. 따라서, 학교밖청소년들의 미디어이용 전반을 조사해 학교에 다니는 청소년들과의 비교를 꾀하는 본 연구가 갖는 의의는 매우 크다고 볼 수 있다.

3. 미디어 리터러시 개념 및 중요성

위에서 살펴본 대로 청소년들은 SNS를 통해 교류하고 정보를 얻는 세대이다. 동시에 이를 통해 사이버폭력을 당하거나 저지르기도 한다. 또한 소셜미디어를 통해 전파된 거짓정보나 가짜뉴스를 쉽게 사실로 받아들이는 경향도 있다. 즉

청소년들은 온라인공간에서 많은 시간을 보내기 때문에 그만큼 위험에 노출될 가능성도 크다.

이런 상황에서 청소년들이 디지털시대에 필요한 미디어 리터러시 역량을 갖추는 것은 매우 필요하다. 호주와 핀란드 등 미디어교육이 발달한 국가들과 유네스코 등 국제기구는 국가교육과정에서 미디어 리터러시를 21세기 핵심역량으로 중요하게 다루고 있다(정현선, 2019).

1) 미디어 리터러시 개념 및 구성요소

혐오표현의 증대, 가짜뉴스의 증가 등 온라인공간에서의 소통과 안전을 위협하는 역기능들이 나타나면서 디지털 시대, 인공지능 시대의 미디어 리터러시 역량을 측정하고 진단하는 연구들이 쏟아지고 있다.

강진숙 외(2019)는 국내문헌연구, 해외사례, 전문가 FGI 등을 토대로 총 6가지의 미디어 리터러시 구성요소를 제안하였다.

지식은 미디어에 대한 인지적 능력으로 미디어의 구조와 기능에 대한 이해를 의미한다. 비평은 미디어에 대한 비판적 성찰을 통한 글쓰기 능력이다. 의사소통은 미디어를 통한 지식과 정보의 교류, 의견표현 등을 의미한다. 접근/활용능력은 미디어에 대한 접근과 미디어를 활용할 수 있는 능력을 일컫는다. 구성/제작은 미디어를 잘 다루고 제작할 수 있는 능력을 가리킨다. 마지막으로 참여는 미디어를 통한 사회적 참여와 실천능력을 의미한다. 이를 바탕으로 연구자들은 초, 중, 고학년별로 어떤 미디어 리터러시 능력이 요구되는지 정리하였다.

표 II-3 6가지 미디어 리터러시 역량의 정의 및 목표

범주 구성요소	정의	목표
지식	미디어를 통한 지각과 경험으로 체득되는 인지적·정서적 능력	미디어의 구조, 기능, 기술의 발전과정과 체계 등의 이해와 지식 습득
비평	미디어에 대한 비판적·미학적 성찰을 통한 글쓰기 능력	미디어의 기술적, 사회적, 문화적 쟁점들과 내용에 대한 사실판단과 가치판단을 통한 글쓰기 능력 개발
의사소통	미디어를 통해 지식과 정보를 교류하고 의견을 표현할 수 있는 능력	사회적 의사소통에 능동적으로 참여하기 위한 의견의 표현방법과 상호인정을 통한 대화능력 개발
접근/활용	개인과 집단의 미디어 접근과 활용능력	미디어의 기술적 사용법, 전문지식, 콘텐츠의 수용과 질에 대한 접근과 활용능력 개발
구성/제작	미디어를 통한 창의적·상호작용적 생산 행위능력	대안미디어의 구성과 창의적·미학적 기술의 적용과 제작 책임있는 온라인 공동체참여와 디지털 시민성을 실현하기 위한 실천능력 개발

* 출처: 강진숙 외 (2019). 미디어 리터러시 교육과정 운영을 통한 시민역량 제고 방안 연구, 167쪽.

김현진 외(2019)는 민주시민역량 차원에서 미디어 리터러시에 접근하고 있다. 그들에 따르면, 미디어 리터러시 역량은 개인들이 미디어정보를 비판적으로 이해하고 자신의 생각을 표현함으로써 “미디어 웰빙과 상생을 추구하는 시민역량”이다 (김현진 외, 2019, 66쪽).

이 역량은 수행역량 3가지와 기반역량 3가지로 구분된다. 이해와 비평은 미디어에 대한 비판적 이해를 의미하며 소통과 참여는 사회적 문제해결을 위한 참여능력을 일컫는다. 표현과 생산은 미디어를 통한 의견표현과 창의적인 콘텐츠 생산을 가리킨다. 접근과 활용은 미디어에 대한 접근과 미디어 활용능력이며 윤리와 보안은 책임 있고 윤리적인 미디어이용과 개인정보를 비롯한 정보보안을 실천할 수

있는 능력을 의미한다. 웰빙과 문화는 미디어에 지나치게 빠지지 않고 다른 생활과 균형을 맞출 수 있는 능력을 일컫는다.

표 II-4 민주시민육성을 위한 미디어 리터러시

영역	하위역량	정의
수행역량: 미디어활용	이해와 비평	미디어 재현적 특성 이해에 기초하여 정보와 서비스의 내용 및 알고리즘을 이해하고, 더 나아가 이를 비판적으로 이해하여 수용과 활용에 판단 근거로 삼는 능력
	소통과 참여	미디어를 통해 다른 사람과 소통하고 협업할 수 있으며, 시민으로서 정치 및 사회적 문제해결을 위해 사회적으로 참여할 수 있는 능력
	표현과 생산	미디어를 통해 자신의 생각과 의견을 표현하거나, 창의적인 콘텐츠를 생산하고 공유하여 개인의 목적 달성 뿐 아니라 미디어 생태계에 기여하는 능력
기반역량: 미디어활용을 위한 성숙한 개인	접근과 활용	도구적 개인으로서 미디어활용을 위해 필요한 기술활용능력으로 자신의 이용목적에 따라 기기, 정보, 서비스를 효율적으로 다룰수 있는 능력
	윤리와 보안	책임있는 개인으로서 미디어활용을 위해 필요한 배려, 예절, 윤리를 지키며 표절, 개인정보 및 데이터보안을 지키며, 이와 관련된 법(저작권법, 미디어법 등)을 준수하는 능력
	웰빙과 문화	미디어활용이 자신의 건강(중독예방 및 자기규제)과 정체성에 영향을 준다는 것을 알고, 미디어활용을 위해 미디어-다른 생활간의 밸런스를 유지하며, 개인 및 사회적으로 놀이와 업무(공부)를 위해 행복한 미디어문화를 갖는 능력

* 출처: 김현진, 김현영, 김은영, 최미애(2019). 민주시민육성을 위한 미디어리터러시 교육방안 연구. 67쪽.

안정임 외(2017) 또한 지능정보사회에서 필요한 5가지 역량(접근, 비판적 이해, 창의적 생산, 참여, 윤리)을 제시하고 있다(33-39쪽). 이는 앞서 소개한 미디어 리터러시 역량과 매우 유사하다. 접근은 다양한 미디어에 대해 접근하고 이를 도구적으로 활용할 수 있는 능력을 의미하고 비판적 이해는 미디어 정보의 신뢰성, 편향성, 의도성 등을 판단할 수 있는 능력과 미디어의 상업성을 비판적으로 이해할 수 있는 능력을 일컫는다. 창의적 생산은 유튜브를 비롯한 1인 미디어 시대에

더욱 필요한 것으로 미디어를 활용하여 자신의 생각과 의견을 표현할 수 있는 능력을 말한다. 참여는 네트워킹능력, 협업능력, 시민적 실천과 참여능력을 포괄하고 있다. 이 역량은 또한 사회적 문제에 대해 적극적으로 의견을 말하고 공동의 문제를 해결하기 위한 다양한 실천에 참여하는 능력이다. 마지막으로 윤리는 건전하고 책임 있는 미디어이용을 위한 실천행위를 의미한다.

김아미 외(2019)는 디지털 시민성이라는 개념을 통해 미디어 리터러시를 바라보고 있다(48-49쪽). 연구진은 기존연구를 바탕으로 인지적, 정의적, 행동적 영역에서 디지털 시민성의 개념을 규정하고 있다. 인지적 영역은 정보의 관련성과 신뢰성에 대한 비판적 역량과 지식정보를 연결하고 융합하는 능력을 포괄하고 있다. 정의적 영역은 디지털기술에 대한 성찰, 디지털권리와 책임을 가리킨다. 행동적 영역은 다양한 차원에서의 디지털 사회참여를 일컫는 것으로 디지털공간에서의 사회적 변혁과 실천행위도 포함하고 있다.

청소년이 소셜미디어를 올바르게 활용할수 있도록 돕는 소셜미디어 리터러시 역량도 개발됐다(정다교, 김현진, 2018). 이 역량은 창조적 구성, 참여적 자아표현, 자기관리, 미디어분별력, 네티켓준수 등 모두 9가지로 구성돼 있다. 연구자들은 소셜미디어 리터러시역량을 정보에 대한 비판적 분석 및 타인과의 협력을 통한 창의적인 미디어 콘텐츠 생산, 정보를 공유할수 있는 능력으로 규정하고 있다(정다교, 김현진, 2018).

이처럼 디지털시대에 필요한 리터러시역량은 비판적 이해 및 소통능력, 윤리, 실천 등 다양한 요소를 포괄하고 있다.

2) 미디어 리터러시 역량의 중요성

지금까지 논의한 바와 같이, 디지털사회, 지능정보사회의 등장에 따라 미디어 리터러시에 대한 다양한 담론이 형성되고 있다. 비록 디지털 리터러시, 미디어 리터러시, 디지털시민성 등 여러 이름으로 불리고 있지만 선행 연구들이 제시하는 미디어 리터러시의 핵심은 비판적 이해와 실천에 있다고 볼 수 있다. 즉 미디어 메시지와 그 구성방식, 산업구조에 대한 비판적 이해는 가짜정보가 넘치는 오늘날 디지털, 정보화 사회에서 청소년들에게 매우 필요하고 중요한 역량이라고 볼 수 있다. 또한 미디어를 통한 사회적 실천은 오프라인 참여가 현실적으로 어려운 10대 청소년들에게 의미 있는 참여행위를 활성화 시킬 수 있다.

비록 미디어 리터러시의 효과에 대한 많은 연구가 이뤄지지 않았지만 일부 연구들은 미디어 리터러시 역량과 시민참여, 공동체의식 등에 관한 연관성을 보여주고 있다.

안정임과 최진호(2020)는 여러 연령대에서 디지털 시민성 역량이 공동체의식에 어떤 영향을 미치는지를 실증적으로 분석하였다. 그 결과, 10대의 경우 참여(온라인토론참여, 사회적 이슈에 대한 의견표명 등)와 타인배려(온라인예절준수, 타인감정고려 등) 역량이 공동체 의식에 유의미한 영향을 주는 것으로 나타났다. 즉 온라인 공간에서 참여를 많이 하고 타인에 대한 배려를 많이 할수록 공동체에 대한 구성원의식이 높아지는 경향이 있는 것이다. 이 연구에서 디지털시민성 역량은 기술활용, 참여, 표현제작, 자기보호, 협업, 타인배려 등 6가지 요인으로 측정됐다. 이숙정과 양정애(2017)의 연구는 청소년들의 뉴스 리터러시와 시민성의 토대인 의사소통역량과 공동체역량 간의 관계를 살펴보고 있다. 이 연구에서 뉴스 리터러시는 뉴스접근, 분별적 이용(뉴스내용의 사실성, 편향성, 관점의 다양성 등을 판단하는 행위), 뉴스활용, 뉴스공유 및 생산책임행동 등 4가지 하위요인으로 구성돼 있다. 연구결과, 뉴스리터러시의 하위요인 중 뉴스분별, 뉴스활용, 뉴스공

유가 의사소통역량과 유의미한 관련성이 있었다. 공동체역량과는 네 가지 하위차원 모두가 유의미한 관련성을 보였다. 즉 청소년의 뉴스 리터러시 역량은 시민성과 매우 밀접한 연관이 있는 것으로 드러난 것이다. 연구자들은 청소년들이 뉴스를 적극적으로 활용하고 비판적으로 수용할 수 있다면 공동체문제에 대한 관심을 갖게 되고 이를 해결하는데도 적극적으로 나설 것이라고 주장한다.

미디어 리터러시를 활용한 프로그램의 효과도 일부 연구에서 관찰되고 있다. 가령, 대중매체에서 성에 대한 표현이 어떻게 이뤄지는지 등 미디어 리터러시를 활용한 성교육 프로그램을 처치 받은 중학생 집단은 성지식이 높아졌으며 성에 대한 태도도 향상된 것으로 나타났다(김유현 외, 2020). 이 프로그램은 청소년들이 쉽게 접하는 뮤직비디오, 웹툰, 유튜브, 게임 등의 내용을 바탕으로 진행되었고 청소년 스스로 성과 관련한 많은 문제들에 대해 고민하고 해결방안을 찾을 수 있는 수업으로 진행되었다. 고등학생들을 대상으로 한 조사에서는 미디어 속의 성묘사를 비판적으로 판단하여 미디어가 묘사하는 성에 대해 안 좋은 이미지를 가질수록 성에 대해 덜 개방적 인 태도를 보이기도 했다(이규영, 송승훈, 2016). 즉 성묘사에 대한 미디어 리터러시 수준이 높을수록 미디어 속의 성관련 장면이나 인물에 대해 호감을 덜 갖게 되며 이는 성에 대한 폐쇄적 태도로 이어질 수 있는 것이다. 하지만, 미디어가 10대 청소년의 성에 대한 인식과 행동에 영향을 미치는 것을 아는 것은 성에 대한 개방적 태도에 유의미한 영향을 미치지 않았다.

이처럼 디지털시대에 필요한 리터러시 역량은 공동체의식이나 시민참여 등과 매우 밀접한 연관이 있는 것으로 나타나고 있다. 따라서, 청소년들의 디지털 리터러시역량이나 시민성을 함양하는 것이 오늘날 매우 중요하다.

4. 요약 및 시사점

오늘날 청소년들은 컴퓨터, 비디오게임, 인터넷의 디지털언어에 익숙한 디지털 원주민이라 볼 수 있다(Prensky, 2001). 즉 이들은 이전세대와는 완전히 다른 디지털환경에 살고 있다. 흔히 디지털 네이티브 세대이자 Z세대로 불리는 이들은 디지털공간에서 많은 시간을 보내며 일상생활을 영위하고 있다. 대부분의 청소년들이 갖고 있는 스마트폰은 이제 생활의 필수품이 되었고 분신이 되었다. 이를 통해 디지털게임을 즐기고 유튜브를 시청하며 타인과 교류하고 소통한다. 이처럼 스마트폰 안에는 청소년들이 몰입하기 쉬운 수많은 앱들이 설치돼 있다.

초등학교 시기에는 주로 유튜브에 몰입했다면 중, 고등학교 시기는 또래관계가 긴밀해지면서 SNS에 열중하는 편이다. 앞서 논의했듯이, 10대 청소년들에게 페이스북과 인스타그램은 매우 인기있는 소셜네트워크이다. 이 네트워크를 통해 청소년들은 또래친구들과 정보 뿐 아니라 감정을 나누고 교류한다. 하지만, 가짜뉴스의 범람에 따라 어느 것이 객관적이고 정확한 정보인지를 판단하는 것이 어려워지게 되었고 남을 괴롭히거나 특정집단을 비하하는 표현들도 온라인공간에 넘쳐나게 되었다. 이처럼 청소년들이 온라인 환경의 위험성에 노출될 가능성이 커지면서 청소년의 미디어 리터러시 역량을 함양시키는 것이 매우 중요한 과제로 부각되고 있다.

본 연구의 또 다른 의의는 학교밖청소년들의 미디어이용을 본격적으로 살펴보는 데 있다. 기존의 많은 연구들이 학교에 다니는 청소년들에게 초점을 맞춰 있어 학업을 중단한 청소년들에 대한 미디어 연구는 거의 없는 실정이다. 본 연구는 학교밖청소년들을 대상으로 이들의 미디어이용을 조사함으로써 학교에 다니는 청소년들과의 비교를 통해 각 집단의 특성에 맞는 맞춤형 정책을 제시하고자 한다.

○ — 제Ⅲ장 10대 청소년 대상 설문조사

- 1. 조사 개요
- 2. 10대 청소년의 미디어
이용 현황 및 특징
- 3. 미디어교육 및 디지털 격차
- 4. 요약 및 시사점

- 전국 17개 시·도 거주 중·고등학생 총 2,810명(전국 17개 시도 확률표집, 오프라인 조사), 학교밖청소년 673명(꿈드림센터 비확률표집, 온라인 조사)
- 2절 10대 청소년 미디어 이용 현황 및 특징은 스마트폰, 유튜브, 소셜미디어, 온라인/모바일 게임, 온라인 공간에서의 경험 총 5개 영역으로 구성.
- 3절 미디어교육 및 디지털 격차는 뉴스/시사, 미디어 리터러시 교육, 디지털 격차 총 3개 영역으로 구성.
- 스마트폰 보유율 98.0%, 유튜브 이용률 97.7%, 소셜미디어 이용률 77.2%, 온라인/모바일 게임 이용률 77.9%.
- 유튜브는 남녀 청소년 모두 가장 즐겨하는 미디어 활동. 소셜미디어는 여성 중심(이용률: 남 69.9%, 여 85.1%), 게임은 남성 중심 미디어 활동(이용률: 남 92.1%, 여 61.6%)

〈스마트폰〉

- 중학교 학년 오르면서 스마트폰 이용 시간도 급증. 중3 하루 평균 4시간 이상 이용자 비율: 44.5% 정점 이후 고등학교 비슷한 수준 유지.
- 학교밖청소년 고연령층의 스마트폰 하루 평균 4시간 이용자 비율: 65.4%
- 휴대전화는 나에게 없어서는 안되는 소중한 물건이다 응답률: 53.4%.
- 학업성적 좋고 부모중재 적절한 그룹에서 청소년 스마트폰 집착 정도 상대적으로 낮음.

3) 이 장은 배상률 연구위원이 작성하였음.

〈유튜브〉

- 유튜브 이용은 성별, 교급별, 학년별, 성적수준, 경제수준, 부모중재 수준, 지역규모 수준 간 차이 없는 10대 청소년의 최애 미디어 활동.
- 유튜브를 비학습용으로 하루 평균 2시간 이상 이용률은 중학생이 주중 36.1% 주말 48.8%, 고등학생이 주중 37.6%, 주말 54.1%. 타 미디어 활동과 견주어 최다 시간 할애.
- 유튜브 시청 콘텐츠 주제 성별에 따른 차이. 남학생은 게임, 음악/댄스, 스포츠/운동, 영화/드라마, 코미디/예능 순. 여학생은 음악/댄스, 영화/드라마, 코미디/예능, 팬활동/연예인, 먹방/요리 순.
- 유튜브 시청 방식으로 알고리즘에 따른 추천동영상 시청 위주로 한다는 비율 최다 (59.9%)
- 구독자 수, 알고리즘, 검색창, 구독채널 네 가지 시청방식 중 유튜브 집착 경향성에 가장 많은 영향력을 행사하는 시청 행태는 알고리즘 방식의 추천 동영상 위주 시청 방식임.
- 유튜브 콘텐츠 신뢰도는 남성이 여성보다 높음.
- 남녀 모두 유튜브 이용보다 가족여행 및 친구교제 선호 비율이 매우 높음.
- 텔레비전보다 유튜브 시청 선호율이 매우 높음. 남학생은 유튜브 이용보다 게임을 선호했으나, 여학생은 게임보다 유튜브를 선호하였음.
- 10대 청소년이 인식하는 유튜브의 최대 혜택은 여가 선용과 정보 취득.
- 유튜브가 공부/학습에 긍정적 기여 한다는 동의 비율은 남학생보다 여학생이, 학급성적이 좋을수록, 부모의 자녀 미디어 이용 중재가 적절할수록 높음.

〈소셜미디어〉

- 여학생(85.1%)이 남학생(69.9%)보다 소셜미디어 이용 비율이 높음. 소셜미디어 아이디 수와 이용 시간은 남학생보다 여학생이 월등히 더 많음.
- 남학생은 페이스북, 인스타그램, 틱톡 위주로, 여학생은 인스타그램, 페이스북, 틱톡, 트위터 위주로 이용. 교급별로 살펴보면, 중학생은 페이스북, 인스타그램, 틱톡 위주

로, 고등학생은 인스타그램, 페이스북, 틱톡, 트위터 위주로 이용함.

- 10대 청소년이 인식하는 소셜미디어 최대 혜택은 ‘타인과의 소통과 교류.’
- 10대 청소년 사회에서 소셜미디어를 통한 사회참여나 사회활동은 비교적 활발하지 않은 것으로 나타남.

〈온라인·모바일 게임〉

- 게임 이용률은 남성이(92.1%)이 여성(61.6%)보다, 중학생(80.3%)이 고등학생(75.4%)보다 학급성적이 하위권일수록 높음.
- 주중과 주말 게임 이용 시간: 남학생 20.2%, 38.0%로, 여학생 6.5%, 11.4%
- 살면서 게임 이용 경험 전무한 비율 중학생 3.3%, 고등학생 3.4%.
- 초등학교 시기 게임 최초 이용한 비율: 중학생 79.5%, 고등학생 72.0%. - 게임이 용의 저연령화 현상으로 해석할 수 있음.
- 학급성적 좋을수록 게임이 스트레스 해소나 자신의 여가생활에 긍정적 기여한다는 응답비율 높음.
- 게임 이용 중 폭력적 장면에 쉽게 노출된다고 응답한 비율 30.5%.
- 공부하는데 지장이 있는데도 불구하고 온라인 게임을 계속하게 된다는 비율: 남 23.6%, 여 12.7%. 게임을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안해진다는 비율: 남 6.9%, 여 2.2%.

〈온라인 공간 경험〉

- 온라인 공간에서 자신의 개인정보 유출된 경험률: 94.2% 온라인 공간에서 낯선 이성으로부터 만나자는 제안을 받은 경험률 : 92.5%.
- 온라인 공간에서 사이버폭력(따돌림, 욕설)이 매우 빈번히 발생하여 가·피해자 경험률이 높음.
- 실제로 만나본 적 없으나 온라인 공간에서만 친하게 지내는 친구가 10명 이상이라고 응답한 비율: 중 21.6%, 고 13.8%
- 코로나19가 자신의 미디어 이용 시간 증가 시켰다는 응답률: 66%(매우 그렇다

17.3%+ 그렇다 48.7%)

- 중학생 자녀보다 고등학생 자녀에 대한 부모의 자녀 미디어 이용 관련 개입이나 중재 노력이 낮은 수준임.

〈뉴스/시사〉

- 레거시 미디어(TV, 종이신문)와 포털이 뉴스 신뢰도 Top3 차지.
- 각 매체의 신뢰도 수준에 있어 교급 간 차이는 유튜브 제외하고 비슷. 유튜브 신뢰 수준은 중학생이 30.2%로 고등학생의 23.9%에 비해 높음.
- 10대 청소년들의 시사뉴스 취득 핵심 채널은 유튜브. 시사뉴스 고관심 집단은, 포털, TV 등 이용 비율 높으나, 시사뉴스 비관심 집단은 부모, 친구, SNS 등의 이용 비율이 상대적으로 높음.

〈미디어 리터러시 교육〉

- 중고등학생 모두 미디어 리터러시 교육 받은 경험이 매우 낮은 현실에서, 특히 고등학생의 교육 경험률이 상대적으로 더 낮음.
- 미디어 콘텐츠의 비판적 태도와 역량을 함양해야 할 고등학생 시기에 관련 교육을 받았다는 응답률이 절반에 못 미침.
- 자신에게 가장 필요한 미디어 리터러시 교육으로 네티켓 교육, 개인정보보호 교육 등을 우선순위로 꼽았음. 미디어 콘텐츠의 비판적·분석적 태도와 역량 키우는 교육이 후순위로 밀려 학교현장의 미디어교육 재개념화 필요.
- 유튜브가 가짜뉴스의 진원지가 되었다는 동의 비율은 37.7%, 유튜브가 대안 미디어로서 기능을 한다는 동의 비율은 32.1%.

〈디지털 격차〉

- 소속된 가정의 경제수준에 따라 정보통신 기술의 접근성에 차이가 나타남. 노트북, 태블릿 PC, 데스크탑 PC 모두 경제수준이 높을수록 보유율이 높게 나타남. 경제수준 하위권의 태블릿 PC 비보유율은 45.8% 차지.

1. 조사 개요

1) 조사 목적 및 내용

「청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책대응방안 연구」는 3년 연속과제로 생애 주기별 대상에 따른 미디어 이용 실태를 연구하고 관련 정책대응방안을 마련하는데 주요 목적을 두고 있다. 2020년도 연구에서는 초등학생과 그들의 부모를 짝(pairing)으로 함께 조사했고, 올해는 전국의 중고등학교 재학생과 10대 학교밖청소년을 대상으로 조사하고 있다. 초등학교와 달리 학교 울타리를 자의 또는 타의로 벗어난 학교밖청소년 집단이 존재하기에 10대 청소년을 재학생과 학교밖청소년 두 그룹으로 구분하여 조사를 수행하였다.

조사 목적은 작년에 이루어진 초등학생 대상 조사와 마찬가지로 10대 청소년의 미디어 이용 실태와 특징을 파악하고, 미디어 이용 행태에 영향을 주는 요인과 미디어 이용 특징별 어떤 효과가 발생하는지를 면밀히 파악하는데 있다. 재학생 그룹의 모집단은 전국의 중고등학교 1학년부터 3학년생이다. 2020년도 교육통계 연보를 바탕으로 다단계층화집락표집 방식을 통해 확보한 총 2,810명의 중고등학생이 본 조사에 참여하였다. 중고등학교 재학생을 대상으로 한 조사는 학교에 설문지를 전달하여 학생이 자기기입방식으로 응답하는 형태로 이루어졌다. 학교 밖청소년은 모집단 추정이 사실상 불가능하고 제한된 시간과 비용을 고려해야 하는 상황이어서 이번 조사는 편의표집 방식으로 전국의 학교밖청소년 지원센터인 「꿈드림센터」의 협조를 얻어 센터 소속 10대 청소년 673명을 대상으로 온라인 방식으로 진행했다.

2020년에 이루어진 초등학생 조사 결과와 비교를 할 수 있도록 설문지 문항을 구성할 때 가급적 동일한 문항을 포함시켰다. 이외에 초등학생 대상 조사에는 없었으나 중고등학생의 미디어 이용행태를 고려했을 때 파악이 필요한 영역(예:

SNS, 뉴스 등에 있어 관련 문항들을 추가하였다. 반대로, 제한된 시간에 이루어지는 설문조사 환경에 따라 초등학생을 대상으로 한 조사에 사용한 문항이라도 중고등학생을 포함한 10대 청소년들에게 관련성이 상대적으로 크지 않은 경우는 이번 조사에서 삭제하였다. 유용한 설문문항 구성을 위하여 정책보고서 및 논문 등의 선행연구를 분석하였으며, 관계 부처와의 정책실무협의회와 교수·교사 등을 대상으로 한 전문가 자문회의 등을 여러 차례 가졌다. 실제 조사가 이루어지기 전 마지막 단계로 설문조사 전문 업체와 함께 문항 타당성을 검토하였다.

〈그림 III-1〉은 중고등학생과 학교밖청소년을 대상으로 설문이 이루어지기까지의 과정을 보여주는 흐름도이다.



그림 III-1 설문조사 흐름도

설문지는 중고등학생과 학교밖청소년을 대상으로 각각 개발하였다. 〈표 III-1〉은 이 두 그룹을 대상으로 작성한 설문지의 각 영역별 문항 내용과 문항번호 그리고 해당 문항의 출처를 정리한 내용이다. 참고용으로 2020년도 수행한 초등학생 대상 설문지 문항 내용과 문항번호도 함께 표기하였다.

표 III-1 중고등학생 및 학교밖청소년 대상 설문조사 문항 내용 및 출처

영역	문항 내용	문항 번호			출처
		초등	중고등	학교밖	
미디어 이용 시간	본인 미디어 이용 시간(평일/주말) -유튜브(학습 관련) -유튜브(비학습 관련) -틱톡 -온라인/모바일 게임 -텔레비전(휴식/오락 목적)	1	1	1	연구진 작성
스마트폰	스마트폰 소지 여부	2	2	2	연구진 작성
	스마트폰 사용 생애 총 기간	3	3	3	연구진 작성
	스마트폰 하루 평균 이용 시간	4	4	4	연구진 작성
	스마트폰 주요 기능 및 이용시간	5	5	5	연구진 작성
	스마트폰 이용제한 프로그램/앱 설치	6	6	6	연구진 작성, 여성가족부(2013a)
	학급 내 휴대전화 개인소지/이용 허용	7	-	-	청소년 매체이용 실태 조사, 문7~9, 2021년도 조사
	휴대전화 집착	8	7	7	문항 일부 수정
유튜브	유튜브 이용 경험	9	8	8	연구진 작성
	유튜브 이용하지 않은 이유	10	-	-	연구진 작성
	유튜브 일주일 평균 이용 일	11	-	-	연구진 작성
	가장 즐겨본 유튜브 채널	12	9	9	연구진 작성
	유튜브 콘텐츠 주제별 시청 빈도	13	10	10	연구진 작성, 한국언론진흥재단 (2019) 2019 10대 청소년 미디어 이용 조사, 문 26 참조
유튜브 시청 방식	14 1) ~ 4)	11 1) ~ 4)	11 1) ~ 4)	연구진 작성, 한국언론진흥재단 (2019) 2019 10대 청소년 미디어 이용 조사, 문 29 참조	

영역	문항 내용	문항 번호			출처
		초등	중고등	학교밖	
	유튜브 집착	14 5)~6)	11 5)~6)	11 5)~6)	여가부(2013a)의 청소년 매체이용 실 태 조사 문7(휴대전 화 집착) 일부 문항 유튜브로 변용
	유튜브 콘텐츠 업로드	15	12	12	연구진 작성
	유튜브 콘텐츠 업로드에 따른 감정/ 행동	16	13	13	연구진 작성
	유튜브에 대한 인식/태도	17	14	14	연구진 작성
	유튜브가 주는 혜택	18	15	15	연구진 작성, 배상률(2015) 청소 년문화 활성화를 위 한 소셜 미디어 활용 연구, 문9, 문10 일 부 변용 정보통신정책연구원 (2015), SNS와 온 라인 커뮤니티의 사 회관계 형성 메커니 즘 비교
틱톡	틱톡 계정 소유 여부	19	-	-	연구진 작성
	틱톡 콘텐츠 업로드	20	-	-	연구진 작성
	틱톡 팔로워 수	21	-	-	연구진 작성
SNS (유튜브 제외)	소셜미디어 이용 여부	-	16	16	연구진 작성
	소셜미디어 계정 개수	-	16-1)	16-1)	연구진 작성
	소셜미디어 친구/팔로워 수	-	16-2)	16-2)	연구진 작성
	가장 자주 사용한 소셜미디어 및 하루 평균 이용시간	-	17	17	연구진 작성
	소셜미디어가 주는 혜택	-	18	18	배상률(2015) 청소 년문화 활성화를 위 한 소셜 미디어 활용 연구, 문9

영역	문항 내용	문항 번호			출처
		초등	중고등	학교밖	
	소셜미디어 포스팅 횟수 및 주제	-	19 19-1)	19 19-1)	배상률(2015) 청소년문화 활성화를 위한 소셜 미디어 활용 연구, 문5, 5-1)
	소셜미디어를 통한 사회활동 유무	-	20	20	배상률(2015) 청소년문화 활성화를 위한 소셜 미디어 활용 연구, 문15
	온라인/모바일 게임 여부	22	22	22	연구진 작성
	가장 자주 이용한 게임	23	23	23	연구진 작성
	온라인/모바일 게임 생애 최초 시작 시기	24	21	21	연구진 작성
게임	부모님의 중재 방식	25	-	-	연구진 작성, 배상률(2015) 청소년문화 활성화를 위한 소셜 미디어 활용 연구, 문9, 문10 일부 변용
	온라인/모바일 게임에 대한 인식/태도	26 1)~3)	24 1)~3)	24 1)~3)	연구진 작성, 여성가족부(2013a) 청소년 매체이용 실태 조사, 문14 발췌
	온라인/모바일 게임에 대한 집착	26 4), 5)	24 4)~5)	24 4)~5)	한국콘텐츠진흥원 (2010.8.) 게임행동 종합진단척도(CSG) 발췌
ICT/ 온라인	인터넷 및 디지털 기기에 대한 태도	27	-	-	연구진 작성, 김혜숙 외(2017), OECD PISA 2015를 통해 본 한국의 교육정보화수준과 시사점 김지연, 도영임

영역	문항 내용	문항 번호			출처
		초등	중고등	학교밖	
					(2014), 부모세대와 청소년세대의 온라인게임에 대한 인식 차이 연구논문 일부 발췌
	온라인 공간에서의 경험	28	25	25	연구진 작성, 이창호, 신나민 (2014), 청소년 사이버몰링 실태 및 대응방안 연구 일부
뉴스/ 시사	미디어가 전하는 뉴스/정보 신뢰도	-	26	26	연구진 작성, 배상률(2015) 청소년문화 활성화를 위한 소셜 미디어 활용 연구, 문22 참조
	시사뉴스 관심도	-	27	27	연구진 작성
	시사뉴스/정보 취득 통로	-	28	28	연구진 작성
	코로나19 뉴스/정보 취득 통로	-	29	29	연구진 작성
	코로나19 뉴스/정보 취득 미디어명	-	29-1)	29-1)	연구진 작성
	한국사회의 가장 주된 문제점	-	30	30	연구진 작성 배상률(2015) 청소년문화 활성화를 위한 소셜 미디어 활용 연구, 문24 참조
미디어 교육	미디어 리터러시 교육 경험 여부	29	31	31 31-1)	연구진 작성
	미디어 리터러시 요소 관심/필요 영역	29-1)	31-1)	31-2) 31-3)	연구진 작성
	타이핑, 소프트웨어 활용 능력	30	-	-	연구진 작성
	미디어 리터러시 구성 요소별 역량	-	32	32	연구진 작성

영역	문항 내용	문항 번호			출처
		초등	중고등	학교밖	
기기소유	인터넷, 디지털기기 소유 여부	배문1	배문1	배문1	연구진 작성
원격수업	원격수업에 대한 인식/태도	배문2	-	-	연구진 작성
부모/ 가정	가족 구성원	배문3	배문2	배문2	연구진 작성
	부모(보호자) 교육수준	배문4	배문3	배문3	연구진 작성
	부모(보호자) 직업	-	배문4	배문4	연구진 작성
	부모(보호자)의 양육 방식/태도	배문5 1), 2)	배문5 1), 2)	배문5 1), 2)	연구진 작성, 김소현, 김아영 (2012), 아동이 지 각한 어머니의 양육 행동척도 개발과 타 당화
	부모(보호자)의 자녀 미디어 이용 중 재	배문5 3), 4)	배문5 3), 4)	배문5 3), 4)	연구진 작성
	부모(보호자)의 스마트폰/게임 이용 빈도	배문5 5), 6)	배문5 5), 6)	배문5 5), 6)	연구진 작성
친구	온·오프라인 친구 총 수 온라인에서만 소통하는 친구 수	배문6	배문6 6-1)	배문6 6-1)	연구진 작성
	온·오프라인 친구 친밀도	-	배문7	배문7	배상률(2015) 청소년문화 활성화를 위 한 소셜 미디어 활용 연구, 문28
학업 성적	학업 성적	-	배문8	-	연구진 작성
가정환경 / 경제력	가정의 전반적인 소득 수준	-	배문9	배문9	연구진 작성
	가족환경/경제력에 대한 만족도	배문7 5)~7)	배문11 5)~7)	배문11 5)~7)	세이브더칠드런, 서 울대학교 사회복지연 구소(2015), 지표를 통해 본 한국 아동의 삶의 질 장근영 외(2013), 청 소년이 행복한 마을 지표개발 및 조성방 안 연구, 문 19

영역	문항 내용	문항 번호			출처
		초등	중고등	학교밖	
코로나19	코로나19로 인한 삶의 변화 및 태도		배문10	배문10	연구진 작성
놀이/ 휴식/ 여가	놀이/휴식 위한 시간, 공간, 프로그램 여가생활 만족도	배문7 1)~4)	배문11 1)~4)	배문11 1)~4)	연구진 작성, 장근영 외(2013), 청소년이 행복한 마을 지표개발 및 조성 방안 연구, 문16 일 부 발췌
폭력 허용도	신체적 폭력 허용도	배문7 8), 9)	배문11 8), 9)	배문11 8), 9)	여성가족부(2013b), 청소년의 인터넷게임 이용 실태조사, 문6 일 부 발췌
행복도/ 긍정태도 /외로움	행복수준, 긍정적 태도	배문7 10)~ 11)	배문11 10) 15)	배문11 10) 15)	장근영 외(2013), 청소년이 행복한 마을 지표개발 및 조성 방안 연구, 문20, 문 22

인구학적 배경 변인을 제외한 주요 영역은 총 11개로 다음과 같이 구성되었다:
 ① 미디어 이용 시간, ② 스마트폰, ③ 유튜브, ④ SNS, ⑤ 온라인/모바일 게임,
 ⑥ 온라인 공간에서의 경험, ⑦ 뉴스/시사, ⑧ 미디어교육, ⑨ 디지털 기기 보유,
 ⑩ 코로나19, ⑪ 생활환경 및 정서·심리상태.

첫 번째 영역인 미디어 이용 시간에 있어서 중고등학생의 미디어 이용 시간에 대한 문항은 주중과 주말로 나눠 유튜브 학습 목적, 유튜브 비학습 목적, 온라인/모바일 게임, 텔레비전, 소셜미디어에 한정하여 구성하였다. 2020년도 초등학생 조사 당시는 틱톡 이용 시간을 물었으나, 2021년도 조사에서는 틱톡 대신 10대 청소년의 대표적 미디어 활동 중 하나인 소셜미디어(유튜브 제외) 이용 시간을 물었다.

2021년도 10대 청소년 대상 조사에서는 뉴스·시사 영역 문항이 추가되었다.

해당 영역은 각종 레거시 미디어와 뉴미디어의 신뢰도, 시사뉴스와 코로나19 정보 취득을 위한 주요 매체에 대한 질문으로 구성되었다. 미디어교육 영역에서는 2020년도 조사 당시 초등학생들에게 묻지 않았던 미디어 리터러시 주요 요소별 역량을 파악할 수 있는 문항들을 추가하였다.

마지막 영역인 생활환경 및 정서·심리상태 영역에서는 2020년도 조사 당시 문항과 일부 차이를 보인다. 2020년도 초등학생 대상 조사에서는 부모에게 경제 수준(월평균 소득)을 직접 물었으나, 이번 조사에서는 청소년 응답자에게 가정의 전반적 소득수준이 어떤지와 자신이 속한 가정의 경제적 여건에 어느 정도 만족하는지에 대해 물었다. 또한, 시대적 상황을 반영하여 코로나19로 인한 미디어 이용 시간 증가 수준 등 코로나19 관련 질문과 학업성적 수준에 대한 질문이 2021년도 조사에서 추가되었다. 거주지역의 환경을 파악할 수 있는 질문(예: 거주 지역 규모, 거주 지역의 놀이/여가 시설 및 공간 만족도) 등의 문항이 2020년도와 동일하게 포함되었다. 청소년 응답자의 자존감과 외로움 등 심리적 상태를 파악할 수 있는 문항은 2020년도 조사 당시보다 네 문항이 더 추가되었다.

2) 조사 방법 및 응답자 구성

설문조사 실사는 ㈜한국리서치가 맡았다. 본 조사는 2021년 5월 20일 본원의 기관생명윤리위원회의 승인(승인번호: 202105-HR-고유-007-01)을 받았다. 본 연구의 핵심 대상이라 할 수 있는 중고등학생 대상 조사의 모집단은 2020년 기준 교육통계연보의 전국 학생 현황 DB를 활용하였다. 17개 시·도별, 학년별 학생 수와 학교 수 등 구체적인 모집단 분석과 표본 설계 및 표본 추출에 대한 정보는 별도로 작성·발행한 「기초분석 보고서」에 기술하였다.

전국의 17개 시·도 지역 다단계층화집락표집을 통해 추출된 학교에서 1개 학년을 추출하였으며, 추출된 1개 학년에서 1개 학급을 대상으로 설문조사가 이루어졌

다. 실사는 6월 1일부터 7월 23일까지 약 두 달 간 이루어졌다. 당초 표본 추출 학교 수 126개에 조사 참여 인원은 최대 3,000명을 목표로 하였으나, 코로나19로 인한 제약으로 실제 조사에 참여한 학교 수는 총 117개교이며, 2,810명의 중고등 학생(중학생 1,397명+고등학생 1,413명)이 설문조사에 실제 참여하였다. 조사에 참여한 중고등학생들은 모두 자기기입방식으로 설문에 응답하도록 설계되었다. 학교를 방문한 면접원 또는 담임교사의 주도하에 집단 면접 조사가 학생을 대상으로 이루어졌다. <표 III-2>는 본 조사 방법의 개요를 정리한 것이다.

표 III-2 조사 설계 및 조사 방법

구 분	내 용
모집단	전국의 중고등학교 1~3학년 학생
표집틀	2020년 교육통계연보
표본 수	학생 2,810명 최종 조사완료
조사 학교수	전국 17개 시도 총 117개교
표집방법	다단계층화집락표집
조사 방법	- 집단 면접 조사 진행; 학생 자기기입 방식
실사 기간	2021년 6월 1일 ~ 7월 23일

<표 III-3>은 조사에 참여한 중고등학생에 대한 응답자의 인구배경학적 특성을 정리한 것이다. 조사에 참여한 총 2,810명의 중고등학생의 성비는 남학생 52.0%와 여학생 48.0%였다. 교급별로 살펴보면 중학생이 49.7%, 고등학생이 50.3%로 비슷한 비율로 나타났다. 이는 모집단에서 파악된 성비와 교급별 비율과 전반적으로 동일한 것이다. 거주지역 규모로 살펴보면, 중소도시 지역 거주자가 46.8%, 대도시 거주자가 40.3%, 읍면지역 이하 거주자가 12.9%로 조사되었다. 학급성과 가정의 경제수준은 설문조사에서 청소년 응답자가 각각 5점 척도 중 하나로 응답한 조사결과를 하위권(①하위권+②중하위권), 중위권, 상위권(④중상위권+⑤상위권)으로 재분류하였다.

표 III-3 중고등학생 응답자 분포표

(단위 : 명, %)

		사례수	비율
■ 전체 ■		(2,810)	100.0
성별	남	(1,461)	52.0
	여	(1,349)	48.0
교급	중	(1,397)	49.7
	고	(1,413)	50.3
학년	중1	(502)	17.9
	중2	(456)	16.2
	중3	(439)	15.6
	고1	(472)	16.8
	고2	(502)	17.8
	고3	(440)	15.7
학급성적	상위권	(951)	34.2
	중위권	(971)	34.9
	하위권	(861)	30.9
경제수준	상위권	(871)	31.4
	중위권	(1,536)	55.3
	하위권	(369)	13.3
부모중재	그렇다	(1,204)	43.3
	보통	(947)	34.1
	아니다	(628)	22.6
지역규모	대도시	(1,131)	40.3
	중소도시	(1,316)	46.8
	읍면지역	(362)	12.9

학급성적에 있어 세 그룹 간 고른 비율(상위권 34.2%, 중위권, 34.9%, 하위권 30.9%)을 나타냈다. 경제수준은 중위권이 55.3%로 절반을 넘었고, 상위권이 31.4%, 하위권이 13.3%로 그 뒤를 이었다. 부모 중재에 대해서는 설문조사 배경질문 중 ‘부모님(보호자)은 나의 디지털 매체의 이용이 내게 미치는 좋은 점과 나쁜 점을 설명해주신다’는 문항에 5점 척도로 응답한 동의

수준 결과를 아니다(①전혀 그렇지 않다+②그렇지 않다), 보통이다(③보통이다), 그렇다(②그렇다+①매우 그렇다)로 구분하여 제시하였다. 동의수준이 '그렇다'가 43.3%, '보통이다'가 34.1%, '아니다'가 22.6%로 조사되었다.

학교밖청소년은 전국의 학교밖청소년 지원기관인 「꿈드림센터」의 협조하에 센터 소속 10대 청소년을 대상으로 온라인 설문조사 실시에 대해 홍보하고, 7월 9일부터 8월 16일 간 실제 조사가 이루어졌다. <표 III-4>는 조사에 참여한 학교밖 청소년에 대한 응답자의 인구배경학적 특성을 정리한 것이다. 성별을 살펴보면, 여성의 비율이 66.0%로 남학생의 34.0%보다 32% 포인트 높은 것으로 조사되었다. 연령대는 2021년 기준 중학생 연령대인 2008년부터 2006년 출생자들이 10.7%인 반면, 2005년부터 2001년까지의 출생자 그룹은 89.3%로 높게 나타났다. 경제수준의 경우 중·고등학교 재학생 그룹에는 가장 낮은 비율을 차지한 하위권이 학교밖청소년 그룹에서는 45.9%로 가장 높은 비율을 차지하였다. 그 뒤를 이어 중위권이 38.8%, 상위권이 15.3%로 조사되었다. 지역 규모는 대도시와 중소도시 거주 비율이 각각 44.0%와 40.06%로 중고등학생 그룹과 비슷하게 조사되었다. 부모증재는 '아니다'라는 응답률이 30.8%로 중고등학생 그룹에 비해 높게 나타났다.

표 III-4 학교밖청소년 응답자 분포표

(단위 : %)

		사례수 (명)	비율
■ 전체 ■		(673)	100.0
성별	남	(229)	34.0
	여	(444)	66.0
연령대	2008-2006	(72)	10.7
	2005-2001	(601)	89.3
경제수준	상위권	(103)	15.3
	중위권	(261)	38.8
	하위권	(309)	45.9
부모중재	그렇다	(252)	37.4
	보통	(214)	31.8
	아니다	(207)	30.8
지역규모	대도시	(296)	44.0
	중소도시	(273)	40.6
	읍면지역	(104)	15.5

설문조사 결과에 대한 분석은 다음 세 가지 방식으로 이루어졌다. 첫째, 중고등 학생과 학교밖청소년 대상 설문지에 포함된 각 문항별 기초분석이 <표 III-3>과 <표 III-4>에 제시한 변인(재학생 7개; 학교밖 5개)을 분석틀로 삼아 조사결과를 표로 정리하였다(기초분석보고서 참조). 둘째, 확률표집으로 조사결과와 일반화가 보다 용이한 중고등학생의 데이터를 중심으로 스마트폰, 유튜브, SNS, 게임 등 중고등학생의 주요 미디어 이용에 대한 주제별 집중 분석을 하였다. 학교밖청소년은 비확률 표집이 이루어진 관계로 10대 학교밖청소년 중 저연령층보다 고연령층이, 남성보다 여성이 월등히 높은 비율을 차지하여 조사결과와 일반화에 구조적인 한계가 있다. 이에 따라, 우리나라 청소년의 상당수를 차지하는 재학생을 중심으

로 분석을 하되 학교밖청소년의 조사 결과는 참고용으로 필요한 경우 함께 제시하였다. 특정 미디어 이용 관련하여 필요한 경우 회귀분석, T검증, ANOVA 등의 통계기법을 활용하여 10대 청소년의 미디어 이용 행태 요인과 효과에 대한 심층 분석을 하였다.

2. 10대 청소년의 미디어 이용 현황 및 특징

1) 스마트폰

(1) 보유율 및 이용시간

중고등학생의 스마트폰 소지 비율은 98.0%인 것으로 나타났다. 학교밖청소년 역시 97.3%로 높은 소지율을 기록하였다. 중고등학생의 스마트폰 보유율은 8년 만에 12% 포인트 가량 증가하여 대부분의 10대 청소년들은 스마트폰을 갖고 있는 것으로 나타났다. 2013년 여성가족부(2013a)의 「청소년 매체 이용 실태 조사」 결과에 따르면, 당시 중학생과 고등학생의 스마트폰 소지 비율은 각각 86.2%, 84.9%이며, 스마트폰을 포함해 휴대전화가 없는 비율은 중학생이 6.8%, 고등학생이 5.3%로 조사되었다. 2021년 본 조사에서는 중학생의 98.4%, 고등학생의 97.6%가 스마트폰을 갖고 있다고 응답하였다.

표 III-5 스마트폰 보유여부(중고생)

(단위 : %)

	사례수 (명)	스마트폰 있음	스마트폰 없음	X ² (df)
▣ 전체 ▣	(2,810)	98.0	2.0	
성별				
남	(1,461)	97.9	2.1	0.429(1)
여	(1,349)	98.2	1.8	
교급				
중학생	(1,397)	98.4	1.6	2.118(1)
고등학생	(1,413)	97.6	2.4	
학년				
중1	(502)	98.0	2.0	3.843(5)
중2	(456)	98.5	1.5	
중3	(439)	98.9	1.1	
고1	(472)	98.1	1.9	
고2	(502)	97.6	2.4	
고3	(440)	97.2	2.8	
학급성적				
상위권	(951)	97.5	2.5	1.893(2)
중위권	(971)	98.5	1.5	
하위권	(861)	98.0	2.0	
경제수준				
상위권	(871)	96.9	3.1	7.602(2)*
중위권	(1,536)	98.5	1.5	
하위권	(369)	98.7	1.3	
부모중재				
그렇다	(1,204)	98.2	1.8	2.487(2)
보통	(947)	98.3	1.7	
아니다	(628)	97.3	2.7	
지역규모				
대도시	(1,131)	98.3	1.7	0.876(2)
중소도시	(1,316)	97.8	2.2	
읍면지역	(362)	98.0	2.0	

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

스마트폰 소지율에 있어 남학생이 97.9%, 여학생이 98.2%로 나타나 남녀 성별 간 차이는 사실상 보이지 않았다. 2020년 초등학생을 대상으로 한 연구진의 조사

결과 87.7%의 학생이 스마트폰을 갖고 있다고 응답하였는데, 당시 여학생의 비율이 남학생보다 3% 포인트 높게 나타났다. 마찬가지로, 2013년 여가부의 「청소년 매체 이용 실태 조사」 결과에서도 초중고 재학생을 통틀어 여학생의 스마트폰 소지 비율이 85.3%로 남학생의 77.9%보다 7.4% 포인트 높게 조사되었다. 그러나 10대 청소년들의 스마트폰 보유율이 포화상태에 달한 현시점에서 성별 간 비율 차이가 사실상 사라진 것으로 해석할 수 있다. 조사결과에 따르면, 중학교 1학년부터 고등학교 3학년까지의 모든 학년에서 스마트폰 소지 비율이 98%내외라는 점도 흥미롭다. 스마트폰 소지 비율은 경제력, 지역규모, 학급성적, 부모중재 등에도 영향을 받지 않는 10대 청소년의 필수품으로 자리 잡은 것으로 나타났다.

학교밖청소년의 경우, 저연령층에서는 84.7%의 소지비율을 보여 같은 또래인 중학생의 소지비율과 두드러진 차이를 나타냈으며, 경제수준이 높을수록, 부모중재가 잘 될수록 청소년의 스마트폰 소지 비율이 낮은 것으로 조사되었다. 부모중재가 적절한 그룹에서는 94.8%의 스마트폰 소지 비율을 보인 반면, 그렇지 않은 그룹에서는 사실상 모든 청소년(99.5%)이 스마트폰을 갖고 있는 것으로 나타났다. 경제수준에 있어서도 상위권(94.2%)과 하위권(98.4%) 간 4.2% 포인트 차이를 보였다.

10대 청소년의 스마트폰 하루 평균 이용 시간에 대해 알아보았다. 하루 평균 3시간 이상 이용한다는 응답자가 전체 응답자 61.5%를 차지하였다. 전체 응답자의 22.8%는 스마트폰을 5시간 이상 이용하는 것으로 조사되었다. 남학생보다 여학생이, 중학생보다 고등학생이, 도시지역보다 읍면지역 거주자가, 학급성적이 낮을수록, 경제수준이 낮을수록, 부모중재가 부적절할수록 청소년의 스마트폰 이용시간이 높은 것으로 조사되었다.

표 III-6 하루평균 스마트폰 이용 시간(중고생)

(단위 : %)

	사례수 (명)	1시간 미만	1시간 이상 ~ 2시간 미만	2시간 이상 ~ 3시간 미만	3시간 이상 ~ 4시간 미만	4시간 이상 ~ 5시간 미만	5시간 이상
■ 전체 ■	(2,744)	2.9	12.9	22.7	20.5	18.2	22.8
성별							
남	(1,423)	3.7	17.4	27.1	20.1	14.7	17.0
여	(1,321)	2.2	7.9	18.0	20.8	22.0	29.2
교급							
중학생	(1,368)	3.8	14.6	23.1	20.0	16.3	22.2
고등학생	(1,376)	2.1	11.1	22.2	20.9	20.2	23.5
학년							
중1	(489)	4.7	18.9	26.1	20.1	11.5	18.8
중2	(447)	4.7	13.2	22.3	18.2	18.3	23.2
중3	(432)	1.9	11.2	20.6	21.8	19.5	25.0
고1	(462)	2.3	14.7	22.7	18.6	20.5	21.2
고2	(487)	1.7	9.4	23.2	21.3	21.6	22.9
고3	(427)	2.3	9.1	20.7	23.1	18.2	26.7
학급성적							
상위권	(923)	4.6	18.2	24.2	22.8	14.6	15.5
중위권	(954)	2.2	11.7	25.0	21.6	18.5	20.9
하위권	(841)	2.0	8.3	18.6	16.8	21.3	33.1
경제수준							
상위권	(844)	4.8	17.6	22.8	19.2	18.1	17.5
중위권	(1,504)	2.1	10.9	23.1	22.3	17.8	23.8
하위권	(364)	2.2	10.0	21.0	16.5	19.5	30.8
부모중재							
그렇다	(1,180)	3.3	15.6	23.8	19.2	16.8	21.3
보통	(923)	3.0	12.1	22.4	21.3	19.5	21.6
아니다	(611)	2.0	8.9	20.8	20.7	19.4	28.2
지역규모							
대도시	(1,109)	2.9	12.8	24.5	20.1	18.0	21.7
중소도시	(1,281)	3.1	12.8	21.5	21.0	18.9	22.7
읍면지역	(354)	2.5	13.1	21.3	19.8	16.5	26.8

4시간 이상 스마트폰을 이용한다고 응답한 경우 2020년도 초등학생 조사(배상을 외, 2020)를 살펴보면, 스마트폰 이용 시간에 있어서, 4학년이 18.2%, 5학년이

20.1%, 6학년이 26.7%로 학년이 올라갈수록 높아지는 것으로 조사되었다. 이 같은 상승세는 중학교 3학년까지 이어지는 것으로 나타났다. 중학교 1학년이 30.3%, 2학년이 41.5%, 3학년이 44.5%로 학년 진급에 따른 증가세를 보였다. 초등학교 6학년에서 중학교 1학년으로 교급이 이동하는 시기와 미디어 활동이 최고로 활발해지는 시기인 중학교 2학년 시기에 청소년의 미디어 리터러시 함양과 미디어 오남용을 방지할 수 있는 교육과 정책이 집중 투입되어야 함을 시사하는 결과로 해석할 수 있다.

학교밖청소년들이 중고등학교 재학생에 비해 스마트폰을 더 많이 사용하는 것으로 조사되었다. 중학생 연령대인 2006년부터 2008년까지의 출생자 그룹은 재학생과 비슷한 비율을 보였으나, 고연령층에서는 상당수가 스마트폰을 장시간 이용하는 것으로 나타났다. 학교밖청소년 고연령층의 경우 절반 가량인 47.6%가 하루 평균 5시간 이상 스마트폰을 이용한다고 응답하였으며, 3시간 이상 이용하는 비율은 전체 응답자의 82.7%에 달했다. 학교밖청소년의 스마트폰과의존에 따른 부작용에 대한 대응방안이 필요함을 시사하는 대목이다.



그림 III-2 하루평균 스마트폰 이용 시간(중고생)

표 III-7 하루평균 스마트폰 이용 시간(학교밖)

		(단위 : %)					
	사례수 (명)	1시간 미만	1시간 이상 ~ 2시간 미만	2시간 이상 ~ 3시간 미만	3시간 이상 ~ 4시간 미만	4시간 이상 ~ 5시간 미만	5시간 이상
■ 전체 ■	(655)	2.4	6.1	11.0	17.3	17.4	45.8
성별							
남	(218)	3.2	9.2	13.8	15.6	19.3	39.0
여	(437)	2.1	4.6	9.6	18.1	16.5	49.2
연령층							
2008~2006	(61)	9.8	14.8	18.0	16.4	13.1	27.9
2005~2001	(594)	1.7	5.2	10.3	17.3	17.8	47.6
경제수준							
상위권	(97)	3.1	4.1	8.2	17.5	27.8	39.2
중위권	(254)	2.4	7.5	13.4	18.9	18.1	39.8
하위권	(304)	2.3	5.6	9.9	15.8	13.5	53.0
부모중재							
그렇다	(239)	4.6	8.4	13.0	18.4	18.4	37.2
보통	(210)	1.9	5.2	11.9	16.7	15.2	49.0
아니다	(206)	0.5	4.4	7.8	16.5	18.4	52.4
지역규모							
대도시	(290)	2.1	3.1	12.8	13.8	17.6	50.7
중소도시	(263)	3.0	9.1	8.7	21.3	17.1	40.7
읍면지역	(102)	2.0	6.9	11.8	16.7	17.6	45.1

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

중고등학생의 스마트폰 보유율이 상술한대로 경제수준, 성적수준, 미디어 이용 가정지도, 거주지역 등에 따른 차이가 없어 이들에게 스마트폰은 필수품이 되었다. 다만, 이 필수품을 어떻게 사용하는가는 또 다른 이야기이다. 조사 대상 최고 학년인 고등학교 3학년 학생이 초등학교 6학년 시절인 6년 전부터 스마트폰을 갖고 있었던 비율과 하루 24시간 중 육분의 일인 4시간 이상을 스마트폰 사용에 소비한다는 비율을 별도로 조사하였다. 마지막으로, 자신의 스마트폰에 이용제한 프로그램이나 앱이 설치된 비율을 파악하였다. 중고등학생 가정의 경제수준(상위권 vs. 하위권), 중고등학생의 성적수준, 부모의 미디어이용 가정지도 적절성 수준

(적절 vs. 부적절) 변인 내 최상층과 최하층 그룹 간 차이는 시사하는 바가 크다 (<표 III-8> 참조). 스마트폰을 자녀의 어린 시절부터 소지하도록 허용하고 하루 평균 4시간 이상 스마트폰을 사용하는 청소년의 비율은 경제수준, 성적수준, 미디어 이용 가정지도 수준에 따라 현격한 차이를 보였다. 디지털 미디어에 대한 가정지도가 적절한 가정에서 그렇지 않은 가정보다 자녀의 스마트폰 이용 기간이 짧고, 하루 평균 자녀의 스마트폰 이용시간 역시 상대적으로 더 적은 것으로 조사되었다. 스마트폰을 더 어린 시절부터 보유할수록, 스마트폰을 하루 평균 더 많이 보는 청소년일수록 학급에서의 성적도 더 좋지 않은 것으로 나타났다. 경제수준이 높을수록 자녀의 스마트폰 보유를 더 늦은 시기에 허용하는 것으로 조사되었으며, 하루 평균 10대 자녀의 미디어 이용 시간 역시 상대적으로 낮은 수준을 유지하고 있었다. 이용제한 프로그램과 앱 설치율에 있어서도 앞서 살핀 이용 기간과 평균 사용 시간에서 나타나는 각 변인 내 그룹 간의 두드러진 차이를 보였다. 가정의 경제수준이 좋을수록, 자녀의 성적이 좋을수록, 미디어이용 가정지도가 적절할수록 10대 청소년 스마트폰에 이용제한 앱 설치 비율이 높은 것으로 조사되었다.

표 III-8 중고등학생 가정의 경제수준, 성적수준, 미디어이용 가정지도 적절 수준별 스마트폰 보유율, 6년 이상 사용기간, 하루 4시간 이상 이용률, 이용제한 앱 설치율

(단위: %)

배경	구분	스마트폰 보유율	6년 이상 이용률	4시간 이상 이용률	이용제한 앱 설치률
경제수준	상위권	96.9	47.2	35.6	23.6
	하위권	98.7	53.3	50.3	14.7
성적수준	상위권	97.5	45.8	30.1	24.4
	하위권	98.0	60.2	54.4	12.6
미디어 이용 가정지도	적절	98.2	47.5	38.1	22.4
	부적절	97.3	61.2	47.6	14.9

(2) 스마트폰 주요 이용 기능

10대 청소년에게 필수품으로 자리 잡은 스마트폰으로 이들은 주로 무슨 활동을 하는지 살펴보았다. <표 III-9>와 <표 III-10>은 중고등학생을 성별로 구분하여 스마트폰으로 가장 많이 하는 기능 다섯 가지와 이 기능에 소비하는 시간을 주중과 주말로 구분하여 정리한 것이다.

표 III-9 남학생의 스마트폰 이용 기능 및 주중/주말 평균 이용 시간(1순위, 1+2순위)

(단위: %, 분)

순위	기능	1순위 응답률	1순위 평균 이용시간		기능	1+2순위 응답률	1+2순위 평균 이용시간	
			주중 (분)	주말 (분)			주중 (분)	주말 (분)
1	유튜브	53.1	143.5	225.7	유튜브	75.7	131.3	206.3
2	게임	16.2	126.9	233.4	게임	33.4	109.7	197.0
3	SNS	8.1	147.8	213.6	카톡/채팅	22.4	96.5	135.5
4	카톡/채팅	8.0	142.2	199.0	SNS	22.1	113.6	167.8
5	음악듣기	6.6	182.0	230.9	음악듣기	19.3	122.3	167.5

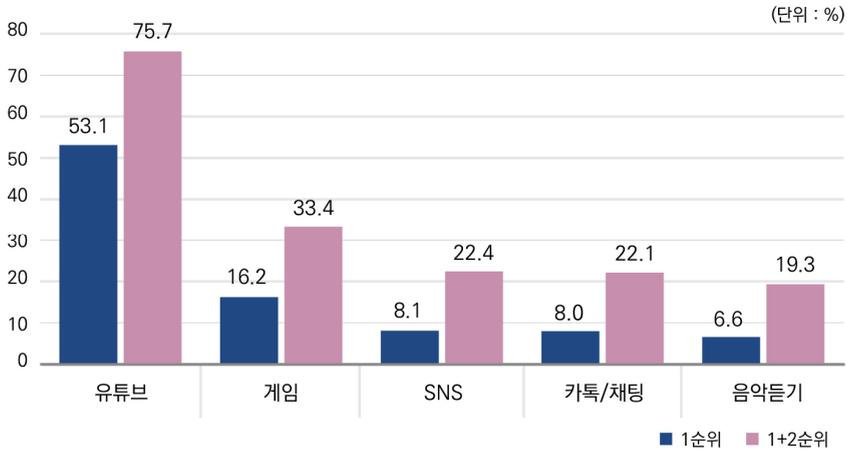
표 III-10 여학생의 스마트폰 이용 기능 및 주중/주말 평균 이용 시간(1순위, 1+2순위)

(단위: %, 분)

순위	기능	1순위 응답률	1순위 평균 이용시간		기능	1+2순위 응답률	1+2순위 평균 이용시간	
			주중 (분)	주말 (분)			주중 (분)	주말 (분)
1	유튜브	39.7	147.3	241.0	유튜브	57.1	136.5	224.8
2	SNS	21.0	170.5	264.9	SNS	40.6	140.3	217.0
3	카톡/채팅	12.2	154.7	212.9	카톡/채팅	34.3	117.5	163.0
4	음악듣기	9.1	177.7	249.6	음악듣기	22.6	135.0	187.4
5	전화통화	5.1	181.2	255.1	전화통화	9.9	150.5	221.9

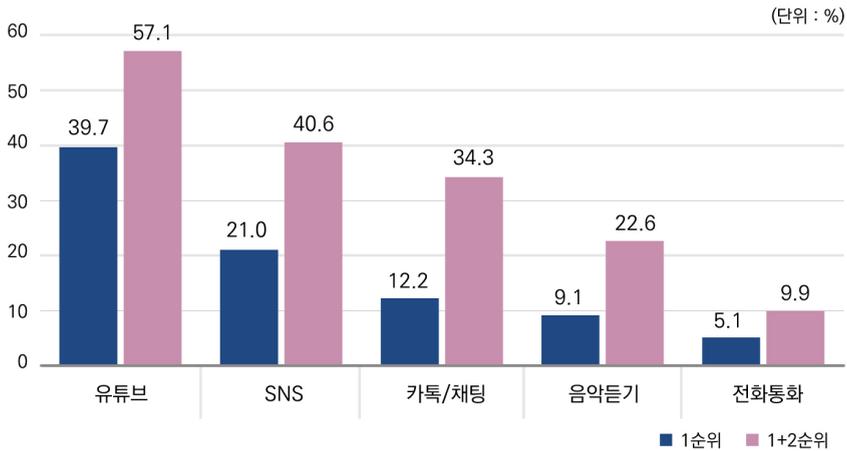
10대 청소년들 중 남학생들은 1순위 응답 기준으로 유튜브, 게임, SNS, 카톡·채팅, 음악 듣기의 순으로 스마트폰의 기능을 주로 사용하는 것으로 조사되었다. 여학생들의 경우는 남학생들과 다소 차이를 보였는데, 1순위 응답 기준으로 유튜브, SNS, 카톡/채팅, 음악듣기, 전화통화의 순으로 스마트폰을 자주 이용했다고 답하였다. 남녀 모두 유튜브 이용을 스마트폰으로 하는 가장 좋아하는 미디어 활동으로 꼽았다. 남학생과 여학생은 1순위 응답 기준 각각 53.1%와 39.7%로 유튜브를 자신이 스마트폰으로 가장 많이 하는 미디어 활동이라고 답하여, 남학생이 여학생보다 유튜브 이용량이 더 많은 것으로 나타났다. 유튜브 이용 다음으로 남학생이 스마트폰으로 많이 하는 미디어 활동은 게임(1순위 기준 16.2%)이다. 이는 여학생의 top 5 순위에 게임이 포함되지 않았을 만큼 여학생과 두드러진 차이를 보이는 것이다. 다음 절에서 살펴겠지만, 남학생의 유튜브 이용량이 여학생보다 많은 주요 이유 중 하나로 유튜브에서 제공되는 게임 콘텐츠를 즐겨보는 것을 들 수 있는데, 스마트폰으로 게임을 이용하는 비율 역시 남학생이 여학생에 비해 월등히 많은 것을 알 수 있는 결과이다. 카카오톡/채팅, SNS, 음악듣기는 남녀 공통이 스마트폰으로 자주 사용하는 기능 top 5 안에 포함되었다. 여학생의 경우 SNS 이용 비율이 21%로 남학생의 8.1%에 비해 14% 포인트 가량 높게 나타났다. 전화통화는 여학생의 순위에만 올라있는 것도 흥미롭다.

2020년 초등학생 조사에 비해 중고등학생을 대상으로 한 본 조사에서는 유튜브 이용 비율이 매우 높게 나타났으며, 게임의 비율이 남녀 모두 낮아졌다. 이외 카톡/채팅과 음악듣기는 초등학교와 중고등학교 재학생 모두에게서 보이는 주요 활동 중 하나인 것으로 조사되었다. 초등학교와 중고등학생의 스마트폰 이용 기능 top 5에서 두드러진 차이는 SNS의 이용이다. 중고등학생에게 SNS 이용은 여학생과 남학생에게서 2위와 3위를 각각 차지한 반면, 초등학생들에게는 전화통화보다도 낮은 순위인 2.6%로 매우 낮은 순위를 차지하였다.



남학생의 스마트폰 이용 기능 및 주중/주말 평균 이용 시간(1순위, 1+2순위)

그림 III-3 남학생의 스마트폰 이용 기능 및 주중/주말 평균 이용 시간(1순위, 1+2순위)



여학생의 스마트폰 이용 기능 및 주중/주말 평균 이용 시간(1순위, 1+2순위)

그림 III-4 여학생의 스마트폰 이용 기능 및 주중/주말 평균 이용 시간(1순위, 1+2순위)

(3) 스마트폰 과의존 및 집착

선행연구에서도 드러났듯이, 청소년의 스마트폰 과의존 현상이 두드러지게 나타나고 있다. 본 조사에서도 청소년의 스마트폰 과의존 및 집착 현상을 다음의 세 가지 문항을 통해 파악하였다: 1) 스마트폰 이용 때문에 학업이나 업무 수행에 어려움이 있다, 2) 적절한 스마트폰 이용시간을 지키는 것이 어렵다, 3) 스마트폰은 나에게 없어서는 안 되는 소중한 물건이다.

조사결과에 따르면, 스마트폰 이용 때문에 학업이나 업무 수행에 어려움이 있다고 응답한 비율이 19.1%, 적절한 스마트폰 이용 시간 지키기 어렵다는 문항에 동의하는 비율이 28.3%, 휴대전화는 나에게 없어서는 안 되는 소중한 물건이라고 응답한 비율은 전체 응답자의 절반이 넘는 53.4%를 차지하였다. 여성이 남성보다, 고등학생이 중학생보다 각 세 문항에 대한 동의 비율이 높게 나타났다. 학교밖청소년들도 중고등학교 재학생과 비슷한 응답률을 보였다. 관심 있게 봐야할 점은 학업 성적이 좋고 부모중재가 적절한 그룹에서 그렇지 않은 그룹에 비해 청소년의 스마트폰 집착 정도가 덜하다는 것이다.

여성가족부(2013a)의 「청소년 매체 이용 실태 조사」에서도 휴대전화의 과의존 및 집착 파악을 위한 문항을 포함하였는데, 그 중에 본 조사와 동일한 문항은 ‘휴대전화는 나에게 없어서는 안 되는 소중한 물건이다’란 항목이다. 2013년 조사에서는 이 문항에 중학생과 고등학생의 긍정 비율이 각각 31.2%, 32.0%였으나 2021년 본 조사에서는 중학생과 고등학생의 긍정 비율이 각각 49.8%, 56.9%로 급격히 증가한 것을 알 수 있다. 반대로, 해당 문항에 아니라고 응답한 비율은 2013년 조사 당시 중학생과 고등학생 그룹에서 각각 37.5%, 36.4%로 조사되었는데, 2021년 본 조사에서는 이 비율이 중학생과 고등학생 그룹에서 모두 급락하여 각각 20.6%와 17.3%를 차지하였다. 이 역시 초등학생의 스마트폰 확산에 따른 집착 경향성을 보이는 청소년의 비율이 높아졌음을 시사하는 대목이다.

표 III-11 스마트폰 이용 집착 정도(중고생) - '그렇다+매우 그렇다' 응답률

(단위 : %)

	스마트폰 이용 때문에 학업/업무 수행이 어려움	적절한 스마트폰 이용시간 지키기 어려움	휴대전화는 나에게 없어서는 안 되는 소중한 물건임
□ 전체 □	19.1	28.3	53.4
성별			
남	15.4	22.9	50.2
여	23.0	34.2	56.8
교급			
중학생	14.5	26.0	49.8
고등학생	23.6	30.6	56.9
학급성적			
상위권	16.6	24.1	52.3
중위권	17.6	27.2	50.0
하위권	23.7	34.2	59.0
부모중재			
그렇다	19.4	27.2	49.9
보통	17.3	27.5	51.1
아니다	21.1	32.0	63.8

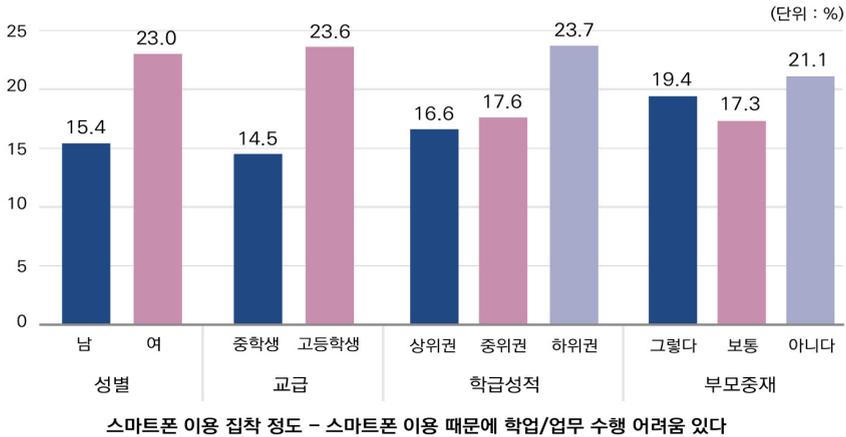


그림 III-5 스마트폰 이용 집착 정도 - 스마트폰 이용 때문에 학업/ 업무 수행 어려움 있다

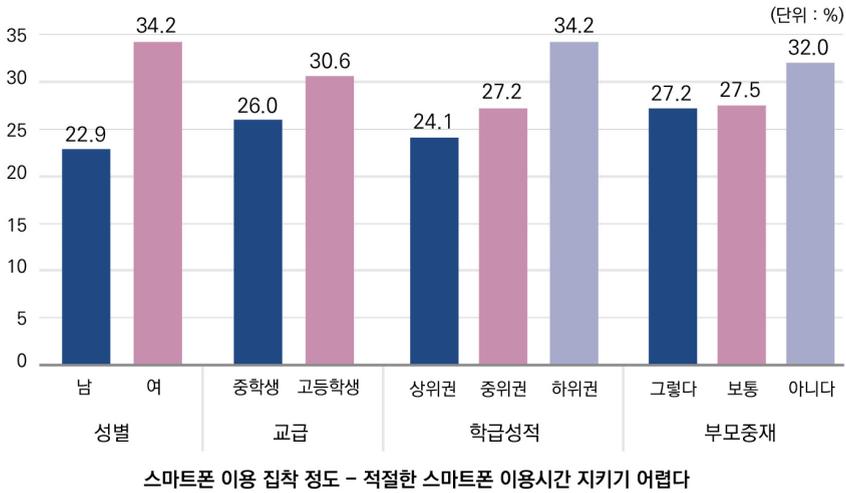


그림 Ⅲ-6 스마트폰 이용 집착 정도 - 적절한 스마트폰 이용시간 지키기 어렵다

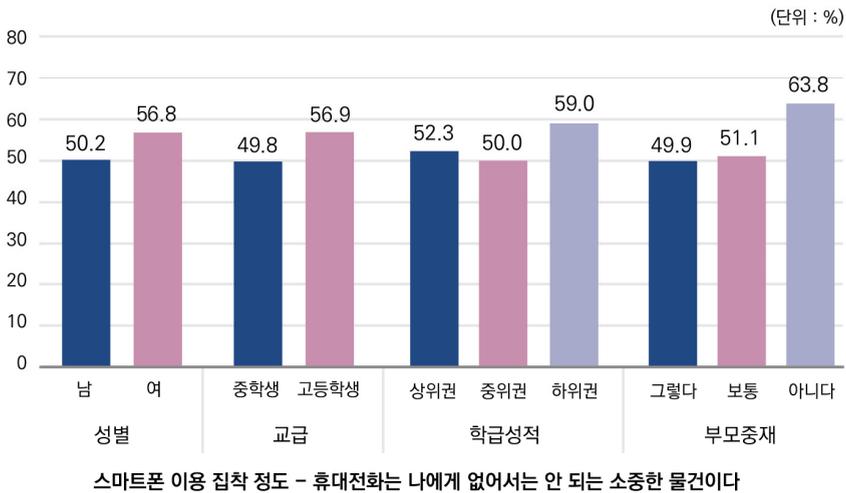


그림 Ⅲ-7 스마트폰 이용 집착 정도 - 휴대전화는 나에게 없어서는 안 되는 소중한 물건이다

2) 유튜브

(1) 이용률 및 이용시간

10대 청소년을 대상으로 한 본 조사 결과에 따르면, 유튜브 이용은 다양한 미디어 활동 중 10대 청소년이 가장 즐겨하는 미디어 활동으로 나타났다. 2020년도 초등학교 대상 조사에서도 유튜브 이용이 초등학교의 가장 좋아하는 미디어 활동으로 조사되었으나, 10대 청소년이 초등학교보다 월등히 높은 유튜브 이용률과 훨씬 많은 시간을 유튜브에 할애하고 있었다.

유튜브 이용 경험에 있어 중고등학교의 대부분이라 할 수 있는 97.7%가 최근 한 달 간 학교 원격 수업이나 대면 수업의 일환으로 사용한 것 이외에 유튜브를 개인적으로 이용한 경험이 있다고 응답하였다. 학교밖청소년들도 유튜브 이용 경험이 99%라고 응답하였다. 2020년도 초등학교 대상 조사에서는 전체 응답자의 90.3%가 이용하고 있다고 답하였다. 스마트폰과 마찬가지로 유튜브 이용은 성별, 교급별, 학년별, 성적수준, 경제수준, 부모중재, 지역 규모에 따라 두드러진 차이가 없어 10대 청소년에게 일상적인 활동인 것으로 나타났다.

표 III-12 최근 한달 유튜브 이용경험 여부

(단위 : %)

		사례수 (명)	있다	없다
■ 전체 ■		(2,810)	97.7	2.3
성별	남	(1,461)	98.5	1.5
	여	(1,349)	96.8	3.2
교급	중학생	(1,397)	97.7	2.3
	고등학생	(1,413)	97.7	2.3
학급성적	상위권	(951)	96.7	3.3
	중위권	(971)	97.9	2.1
	하위권	(861)	98.5	1.5
경제수준	상위권	(871)	96.1	3.9
	중위권	(1,536)	98.5	1.5
	하위권	(369)	97.9	2.1
부모중재	그렇다	(1,204)	97.0	3.0
	보통	(947)	97.5	2.5
	아니다	(628)	99.2	0.8
지역규모	대도시	(1,131)	97.2	2.8
	중소도시	(1,316)	98.2	1.8
	읍면지역	(362)	97.2	2.8

〈표 III-13〉은 학습용과 비학습용으로 나눠 주중과 주말 중고등학생의 유튜브 이용시간이 어느 정도 되는지를 정리한 것이다. 중고등학생의 유튜브 행태를 보면 2020년도 초등학생 조사에서와 마찬가지로 주로 비학습용으로 이용하고 있고, 주중보다 주말에 상당한 시간을 유튜브 이용에 할애하는 것으로 나타났다. 주중과 주말 하루 평균 2시간 이상 비학습용으로 유튜브를 시청하는 비율은 각각 36.9%, 51.5%로 조사되었다. 4시간 이상 비학습용으로 유튜브를 시청한다고 응답한 중고등학생의 비율은 주중 9.6%, 주말 18.5%로 조사되었다.

표 III-13 중고등학생의 학습용/비학습용 주중/주말 유튜브 이용 시간

(단위: %)

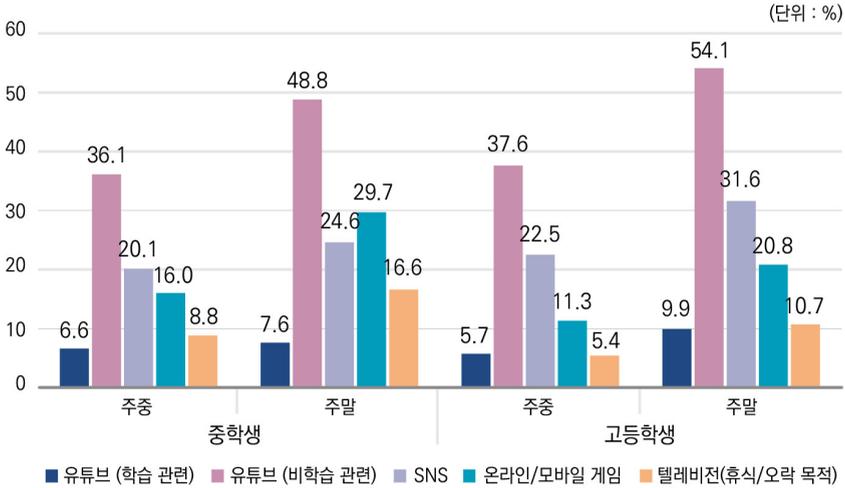
용도	주중/ 주말	전혀 이용하지 않았다	30분 미만	30분 이상	1시간 이상	2시간 이상	3시간 이상	4시간 이상
				~ 1시간 미만	~ 2시간 미만	~ 3시간 미만	~ 4시간 미만	
학습	주중	25.8	37.7	19.7	10.7	3.4	1.0	1.7
	주말	35.9	30.4	15.9	9.1	5.1	1.5	2.2
비학습	주중	3.1	10.5	21.9	27.5	19.8	7.5	9.6
	주말	4.0	7.8	12.5	24.3	20.4	12.6	18.5

〈표 III-13〉는 10대 청소년 사회에서 유튜브가 차지하는 비중을 보여주고 있다. 유튜브를 포함한 게임, 텔레비전, SNS 등 10대 청소년의 주요 미디어 활동에 있어 주중과 주말 하루 평균 이용 시간을 물었다. 〈표 III-14〉는 각 미디어 활동에 2시간 이상 이용하는 비율을 집계하여 교급별로 분리하여 정리한 것이다. 중학생과 고등학생 모두 비학습 관련 유튜브 이용 비율이 타 미디어 활동에 비해 매우 높게 나타났다. 비학습 관련 유튜브 이용에 있어서, 중학생은 주중에 2시간 이상 이용하는 비율이 36.1%였으나 주말에 48.8%로 꺾충 뛰었다. 마찬가지로 고등학생도 주중에 37.6%였으나, 주말에 54.1%로 급격히 증가하였다. 게임과 SNS가 유튜브에 이어 중학교 및 고등학교에서 각각 2위를 차지하였는데 주중과 주말 모두 유튜브 활동에 비해 매우 낮은 수치를 보였다.

표 III-14 미디어활동 주중/주말 2시간 이용 중고등학생 비율

(단위: %)

미디어 활동	중학생 (2시간 이상 이용률)		고등학생 (2시간 이상 이용률)	
	주중	주말	주중	주말
유튜브 (학습 관련)	6.6	7.6	5.7	9.9
유튜브 (비학습 관련)	36.1	48.8	37.6	54.1
SNS	20.1	24.6	22.5	31.6
온라인/모바일 게임	16.0	29.7	11.3	20.8
텔레비전 (휴식/오락 목적)	8.8	16.6	5.4	10.7



중고등학생의 미디어활동 주중/주말 평균 이용 시간

그림 III-8 미디어활동 주중/주말 2시간 이용 중고등학생 비율

비학습용으로 주말에 유튜브를 이용하는 시간을 살펴보면, 남녀 간 그리고 중학생과 고등학생 간 두드러진 차이를 보이지는 않는 것으로 나타났다. 그러나 학급 성적, 경제수준, 부모중재 수준에 있어서는 상대적으로 눈에 띄는 차이를 보이고 있다. 예를 들면, 학급성적이 상위권일수록 주말 비학습 관련 유튜브 이용 시간이 줄었다. 부모중재가 적절하게 이루어지는 가정의 자녀일수록 주말에 비학습 목적으로 이용한 유튜브 시간이 감소하는 것으로 나타났다. 부모중재가 적절한 그룹은 전혀 이용하지 않는다는 비율이 6.7%를 차지하였으나, 부적절한 그룹에서는 1.9%로 나타났다.

표 III-15 주말 미디어 이용시간 - 유튜브 (비학습 관련)

(단위 : %)

	사례수 (명)	전혀 이용하지 않았다	30분 미만	30분 이상~1시간 미만	1시간 이상~2시간 미만	2시간 이상~3시간 미만	3시간 이상~4시간 미만	4시간 이상
■ 전체 ■	(2,764)	4.0	7.8	12.5	24.3	20.4	12.6	18.5
성별								
남	(1,433)	3.7	6.9	12.6	24.0	20.3	12.0	20.5
여	(1,330)	4.4	8.8	12.4	24.5	20.5	13.1	16.3
교급								
중학생	(1,371)	4.6	8.5	13.0	25.1	19.4	12.1	17.3
고등학생	(1,392)	3.4	7.1	11.9	23.4	21.3	13.1	19.7
학급성적								
상위권	(940)	5.6	9.7	15.8	26.5	21.8	9.7	11.0
중위권	(958)	4.0	7.4	12.4	25.7	20.4	12.8	17.3
하위권	(839)	2.2	6.5	8.8	20.0	18.9	15.4	28.1
경제수준								
상위권	(853)	6.7	8.7	14.0	27.3	18.4	12.3	12.6
중위권	(1,517)	2.5	7.9	12.6	22.8	21.8	12.8	19.6
하위권	(361)	4.1	6.0	8.0	23.4	19.6	12.0	27.0
부모중재								
그렇다	(1,182)	5.3	9.3	12.4	25.5	19.3	11.8	16.4
보통	(932)	3.9	7.8	13.7	23.2	20.9	12.9	17.6
아니다	(618)	1.9	5.3	10.4	24.2	20.8	13.5	23.9

(2) 유튜브 콘텐츠 주제

중고등학생이 가장 좋아하는 미디어활동이 유튜브 시청인 것으로 밝혀졌는데, 정책방안 마련을 위해서는 이들이 유튜브를 통해 어떤 콘텐츠를 주로 접하고 있는지 파악하는 것이 매우 중요하다. <표 III-16>는 이 질문에 구체적인 답을 제시하고 있다. 중고등학생 역시 초등학생과 마찬가지로 성별에 따른 특정 콘텐츠의 이용률 차이가 두드러졌다. 남학생의 경우 유튜브 콘텐츠 주제별 이용률 top 8

순위는 ① 게임, ② 음악/댄스, ③ 스포츠/운동, ④ 영화/TV 드라마, ⑤ 코미디/예능, ⑥ 몰카/웃긴영상, ⑦ 먹방/요리, ⑧ 만화/애니메이션으로 집계되었다. 여학생의 유튜브 콘텐츠 주제별 이용률 top 8은 ① 음악/댄스, ② 영화/TV 드라마, ③ 코미디/예능, ④ 팬활동/연예인, ⑤ 먹방/요리, ⑥ 동물/펫방, ⑦ 만화/애니메이션, ⑧ 미용/뷰티 순으로 조사되었다. 음악/댄스, 영화/TV드라마, 코미디/예능, 먹방/요리, 만화/애니메이션 총 5개의 주제가 남학생과 여학생의 top 8 양쪽 모두 포함되었다. 남학생의 1위 콘텐츠 주제인 게임과 3위 스포츠/운동 그리고 6위 콘텐츠인 ‘몰카/웃긴영상’은 여학생의 순위에 포함되지 못한 대신, 팬활동/연예인, 동물/펫방, 미용/뷰티/패션 주제가 여학생 top 8 순위에 각각 4위, 6위 8위에 새롭게 진입하였다.

흥미로운 점은 ‘음악/댄스’ 주제가 남학생과 여학생 모두에게서 상위권을 차지했다는 것과 영화/TV드라마와 코미디/예능 등 기성세대가 텔레비전으로 통상 소비하던 콘텐츠를 Z세대인 10대 청소년들은 유튜브를 통해 소비하는 추세가 두드러진 것으로 나타났다는 점이다. 또 하나의 특징은 10대 청소년들에게 유튜브는 여가 및 취미를 위해 주로 활용된다는 점이다. 학습/교육, 뉴스/시사, 코로나19 관련 주제에 대한 이용률은 음악/댄스, 게임, 스포츠/운동 등 다른 주제들에 비해 남녀 모두 낮은 수치를 보였다.

표 III-16 중고등학생의 유튜브 콘텐츠 주제별 이용률

(단위: 점, %)

순위	콘텐츠 주제	구분	평균	전혀 이용하지 않았다	한 달 20번 이상 이용
1	음악/댄스	전체	3.28	15.8	29.7
		남	3.04	22.3	24.2
		여	3.55	8.6	35.8
2	게임	전체	2.93	29.7	27.5
		남	3.82	7.2	45.6
		여	1.92	54.5	7.7

순위	콘텐츠 주제	구분	평균	전혀 이용하지 않았다	한 달 20번 이상 이용
3	영화/TV드라마	전체	2.74	21.6	13.1
		남	2.57	25.2	9.8
		여	2.93	17.7	16.7
4	코미디/예능	전체	2.67	24.0	11.6
		남	2.51	27.9	8.4
		여	2.85	19.7	15.2
5	먹방/요리	전체	2.43	29.9	9.4
		남	2.29	35.1	7.3
		여	2.58	24.3	11.7
6	팬활동/연예인	전체	2.20	49.4	13.8
		남	1.65	66.8	4.1
		여	2.83	30.3	24.5
7	물카/웃긴영상	전체	2.17	40.5	7.0
		남	2.37	35.7	9.3
		여	1.93	45.9	4.5
8	만화/애니메이션	전체	2.16	44.5	8.9
		남	2.17	44.0	8.1
		여	2.14	45.0	9.8
9	스포츠/운동	전체	2.10	48.5	9.3
		남	2.60	31.3	15.8
		여	1.53	67.5	2.2
10	학습/교육	전체	1.96	41.7	3.2
		남	1.88	45.4	3.0
		여	2.06	37.5	3.5
11	동물/펫방	전체	1.95	51.1	6.3
		남	1.75	58.6	3.5
		여	2.17	42.9	9.3
12	뉴스/시사	전체	1.86	49.4	3.2
		남	1.96	47.0	4.0
		여	1.74	52.1	2.3
13	캠방/토크	전체	1.76	61.1	4.6
		남	1.89	55.8	5.7
		여	1.60	67.0	3.5
14	미용/뷰티/패션	전체	1.74	55.6	3.3
		남	1.39	74.9	1.5
		여	2.13	34.3	5.2
15	ASMR	전체	1.68	63.5	4.2
		남	1.50	71.4	2.5
		여	1.89	54.8	6.0

순위	콘텐츠 주제	구분	평균	전혀 이용하지 않았다	한 달 20번 이상 이용
16	여행/외국문화	전체	1.67	60.3	2.3
		남	1.60	64.0	2.1
		여	1.75	56.2	2.4
17	코로나19	전체	1.52	63.9	1.1
		남	1.55	64.9	1.5
		여	1.49	62.8	0.6
18	장난감/놀이	전체	1.28	81.5	0.9
		남	1.28	81.7	1.2
		여	1.27	81.4	0.6

표 III-17 10대 청소년 남녀가 가장 많이 이용하는 유튜브 콘텐츠 주제 top 8

(단위 : 점, %)

순위	콘텐츠 주제	남학생			여학생			
		평균	전혀 이용 않았다	한 달 20번 이상 이용	유튜브 콘텐츠	평균	전혀 이용 않았다	한 달 20번 이상 이용
1	게임	3.82	7.2	45.6	음악/댄스	3.55	8.6	35.8
2	음악/댄스	3.04	22.3	24.2	영화/TV 드라마	2.93	17.7	16.7
3	스포츠/운동	2.60	31.3	15.8	코미디/예능	2.85	19.7	15.2
4	영화/TV 드라마	2.57	25.2	9.8	팬활동/연예인	2.83	30.3	24.5
5	코미디/예능	2.51	27.9	8.4	먹방/요리	2.58	24.3	11.7
6	물카/웃긴영상	2.37	35.7	9.3	동물/펫방	2.17	42.9	9.3
7	먹방/요리	2.29	35.1	7.3	만화/애니메이션	2.14	45.0	9.8
8	만화/애니메이션	2.17	44.0	8.1	미용/뷰티	2.13	34.3	5.2

(3) 유튜브 이용 행태 및 태도

다음 네 가지 항목을 통해 10대 청소년이 주로 사용하는 유튜브 시청 방식을 알아보았다: ① 구독자 수나 조회 수가 많은 콘텐츠 위주로 시청하는 편이다, ② 유튜브가 추천하는 동영상을 주로 시청하는 편이다, ③ 보고 싶은 내용이나 주제를

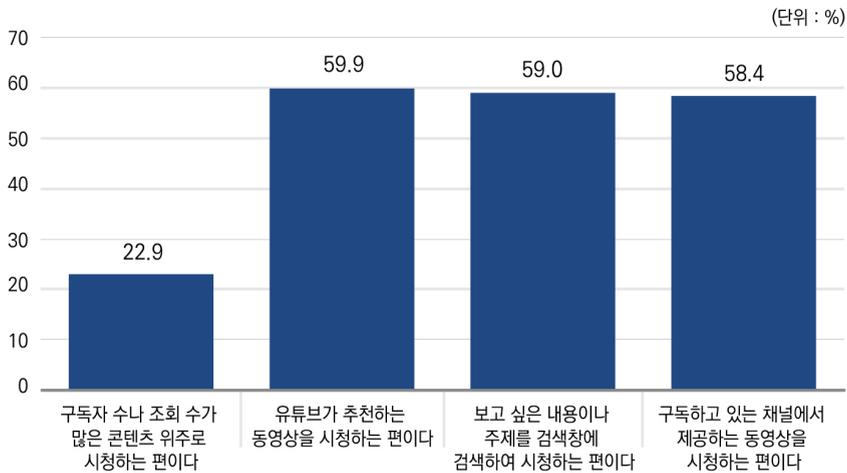
검색창에 검색하여 시청하는 편이다, ④ 구독하고 있는 채널에서 제공하는 동영상을 시청하는 편이다. <표 III-18>는 각 네 가지 항목별 응답률을 정리한 것이다.

표 III-18 중고등학생의 유튜브 시청 방식

(단위: %)

구분	아니다	보통	그렇다
구독자 수나 조회 수가 많은 콘텐츠 위주로 시청하는 편이다	49.3	27.8	22.9
유튜브가 추천하는 동영상을 시청하는 편이다	15.1	24.9	59.9
보고 싶은 내용이나 주제를 검색창에 검색하여 시청하는 편이다	11.6	29.4	59.0
구독하고 있는 채널에서 제공하는 동영상을 시청하는 편이다	19.7	22.0	58.4

위의 네 가지 시청 방식 중 ‘유튜브가 추천하는 동영상을 시청하는 편’, ‘보고 싶은 내용이나 주제를 검색창에 검색하여 시청하는 편’, ‘구독하고 있는 채널에서 제공하는 동영상을 시청하는 편’이라는 응답률이 각각 59.9%, 59.0%, 58.4%로 높게 나타났다. ‘구독자 수나 조회 수가 많은 콘텐츠 위주로 시청하는 편’이라고 응답한 학생의 비율이 22.9%로 가장 낮게 나타났다. 유튜브는 알고리즘 기술로 유튜브 이용자가 주로 소비하는 콘텐츠 주제를 파악하여 유사한 콘텐츠를 끊임없이 제공하는데 이 같은 ‘유튜브 추천 동영상 시청을 주로 사용한다’고 응답한 비율이 가장 높게 나타났다는 점은 시사하는 바가 크다.



중고등학생의 유튜브 시청 방식

그림 III-9 중고등학생의 유튜브 시청 방식

중고등학생의 유튜브 시청 방식에 있어서 남녀 간 차이를 보였다. 여학생은 남학생에 비해 구독자/조회 수, 알고리즘/추천동영상, 검색창 이용률이 더 높은 것으로 조사되었다. 남학생은 구독하는 채널 위주로 시청한다는 응답률에 있어서 여학생보다 높게 나타났다. 교급별로 살펴보면 네 가지 모든 시청방식에 있어서 중학생보다 고등학생의 응답률이 더 높게 나타났다. 중학생과 고등학생 간 가장 많은 차이를 보인 시청방식은 구독채널 제공 영상 시청 방식(중학생 55.0%, 고등학생 61.7%)으로 조사되었다. 알고리즘/유튜브 추천 동영상 위주 시청방식(중학생 59.8%, 고등학생 60.1%)에 있어서는 교급별 차이가 사실상 없는 것으로 나타났다. 부모의 자녀에 대한 디지털 미디어 이용 관련 적절한 중재의 적절성 수준은 자녀의 유튜브 시청 방식에 일정 수준 영향력을 행사하는 것으로 파악되었다. 부모가 자녀의 디지털 미디어에 대한 장점과 단점에 대해 설명을 해준다고 응답한 청소년들은 그렇지 않은 부모의 자녀들보다 ‘구독자/조회 수’와 ‘검색창’ 시청

방식의 비율이 다소 높게 나타났다. 반면, '알고리즘/추천 동영상' 시청 비율은 부모중재가 있는 그룹이 없는 그룹보다 낮은 수치를 보였다.

표 III-19 유튜브 시청방식 및 태도 -긍정응답률(그렇다 + 매우 그렇다)

(단위 : %)

	구독자/조회 수	알고리즘/ 추천 동영상	검색창	구독채널
■ 전체 ■	22.9	59.9	59.0	58.4
성별				
남	20.2	54.0	55.8	60.9
여	26.0	66.4	62.6	55.6
교급				
중학생	21.7	59.8	57.0	55.0
고등학생	24.2	60.1	61.0	61.7
학급성적				
상위권	28.3	61.5	57.8	60.8
중위권	21.2	58.2	59.8	58.4
하위권	19.3	60.5	59.6	55.4
경제수준				
상위권	26.2	60.4	58.7	59.0
중위권	22.9	60.2	58.7	58.7
하위권	16.7	58.5	60.5	54.0
부모중재				
그렇다	25.3	61.3	62.4	59.7
보통	20.3	55.6	54.3	56.2
아니다	22.4	64.4	59.8	59.2

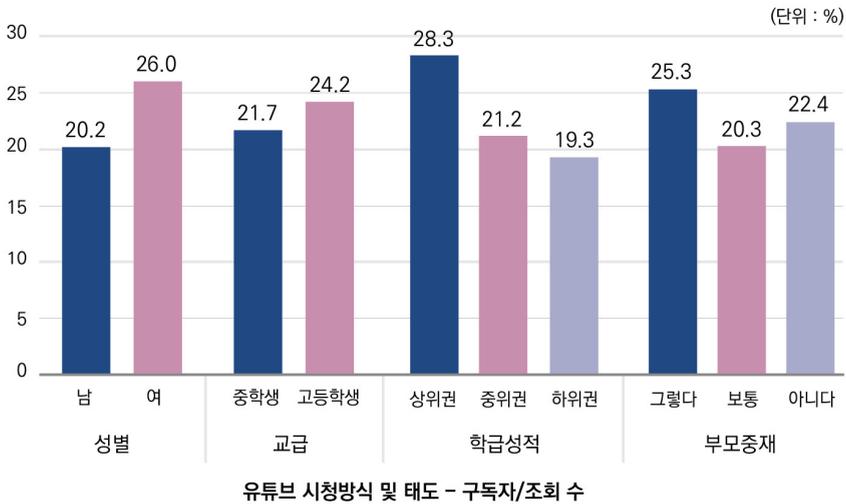


그림 III-10 유튜브 시청방식 및 태도 - 구독자/조회 수

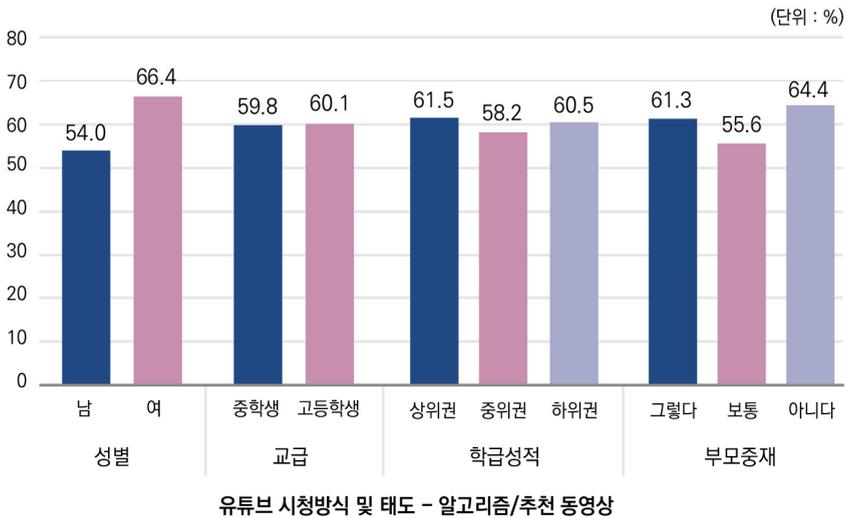


그림 III-11 유튜브 시청방식 및 태도 - 알고리즘/추천 동영상

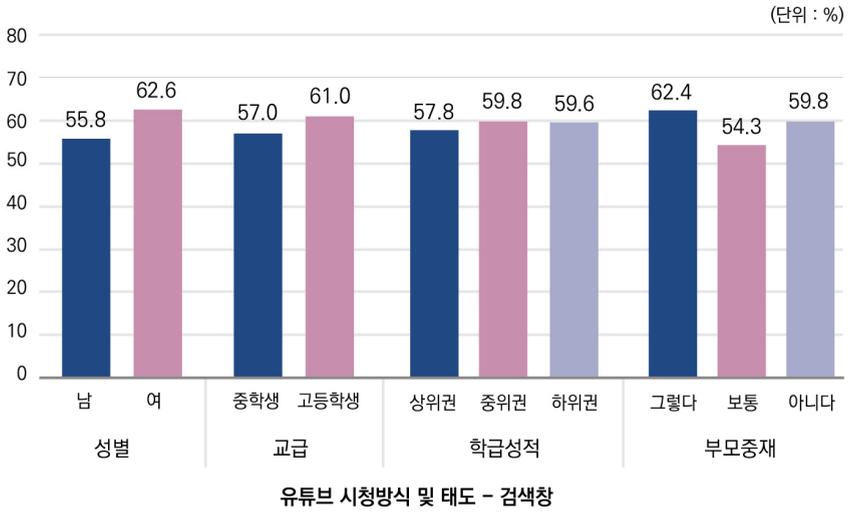


그림 III-12 유튜브 시청방식 및 태도 - 검색창

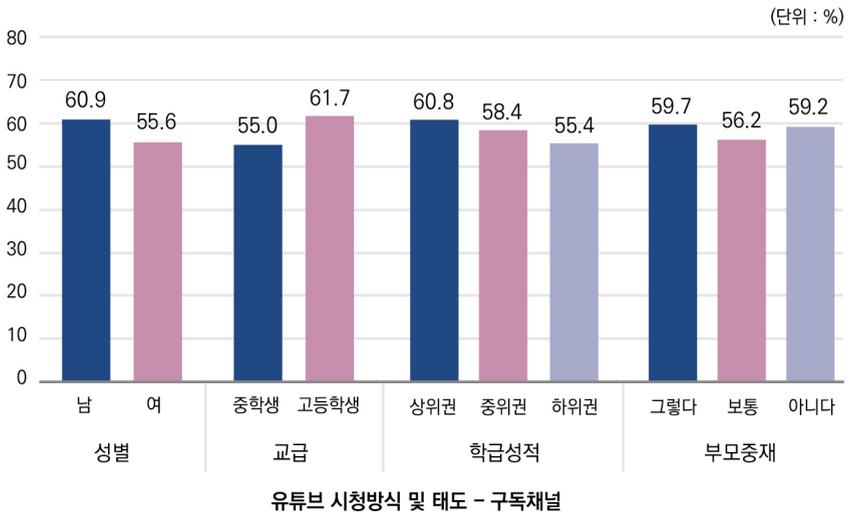


그림 III-13 유튜브 시청방식 및 태도 - 구독채널

10대 청소년의 유튜브에 대한 집착 경향성 정도를 알아보기 위해서 다음 두 항목을 활용하였다: '원래 보려고 했던 시간보다 더 오래 유튜브를 보게 되는 편이다'와 '유튜브 이용을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안해진다.' 유튜브를 원래 보려고 했던 시간보다 더 오래 보게 되는 편이라고 응답한 중고등학생과 학교밖청소년은 각각 46.9%, 44.4%를 차지하였다. 유튜브 이용을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안 증세를 보인다고 응답한 중고등학생과 학교밖청소년의 비율은 각각 5.0%, 8.4%로 조사되었다. 평균 수치를 살펴보면, 재학생과 학교밖청소년 간 두드러진 차이는 없는 것으로 나타났다. 다만 유튜브의 집착 경향성에 있어 가장 심각한 상황인 이용 중단에 따른 초조/불안 증세에 있어서 학교밖청소년이 다소 높은 것으로 조사되었다.

표 Ⅲ-20 10대 청소년의 유튜브 집착 경향성 -긍정응답률(그렇다 + 매우 그렇다) 및 평균

(단위: %)					
구분	구분	아니다	보통	그렇다	평균 (표준편차)
원래 보려고 했던 시간보다 더 오래 유튜브를 보게 되는 편이다	재학생	21.8	31.3	46.9	3.3 (1.1)
	학교밖	24.9	30.6	44.4	3.3 (0.9)
유튜브 이용을 못하거나 갑자기 줄 이게 되면 초조하고 불안해진다	재학생	81.5	13.5	5.0	1.8 (1.2)
	학교밖	76.1	15.5	8.4	1.9 (1.0)

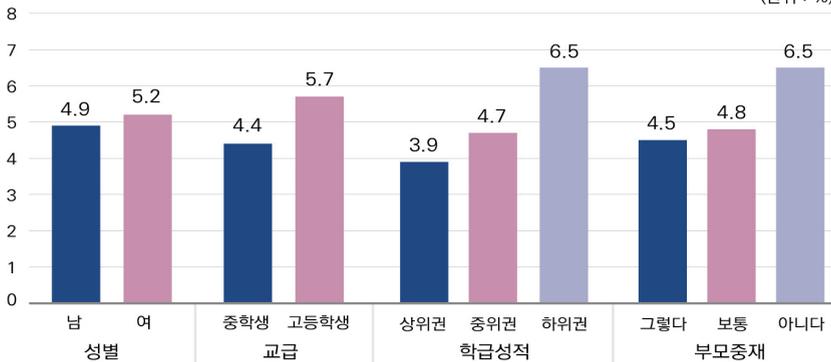
중고등학생의 성별, 교급별, 학급성적, 부모의 자녀 미디어 이용 중재 수준에 따른 유튜브 집착 경향성을 살펴보았다. 남학생보다 여학생이, 중학생보다 고등학생이 집착 경향성이 더 높은 것으로 나타났다. 학급성적이 좋을수록 그리고 부모중재 수준이 적절할수록 청소년의 유튜브 집착 경향성은 낮아지는 것으로 조사되었다.

표 III-21 중고등학생의 성별, 교급별, 학급성적, 부모중재 수준에 따른 유튜브 집착 경향성-
‘긍정 응답률(그렇다+매우 그렇다)’

(단위 : %)

		원래 보려고 했던 시간보다 더 오래 유튜브를 이용하지 못하거나 줄이게 되면 초조하고 불안해진다	유튜브를 이용하지 못하거나 줄이게 되면 초조하고 불안해진다
■ 전체 ■		46.9	5.0
성별	남	41.9	4.9
	여	52.3	5.2
교급	중학생	40.8	4.4
	고등학생	52.9	5.7
학급성적	상위권	43.3	3.9
	중위권	43.4	4.7
	하위권	54.3	6.5
부모중재	그렇다	45.9	4.5
	보통	45.0	4.8
	아니다	51.7	6.5

(단위 : %)



유튜브 시청방식 및 태도 - 유튜브 집착 경향성
(유튜브를 이용하지 못하거나 줄이게 되면 초조하고 불안해진다)

그림 III-14 유튜브 시청방식 및 태도 - 유튜브 집착 경향성 (유튜브를 이용하지 못하거나 줄이게 되면 초조하고 불안해진다)

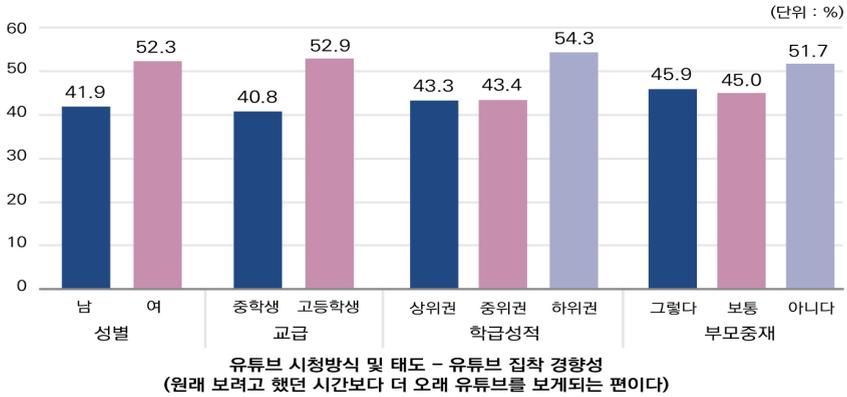


그림 III-15 유튜브 시청방식 및 태도 - 유튜브 집착 경향성 (원래 보려고 했던 시간보다 더 오래 유튜브를 보게되는 편이다)

위에 기술한 네 가지 시청방식이 중고등학생의 유튜브 집착 경향성에 어떤 차이를 보이는가 살펴보았다. 각 항목별 시청 방식에 부정(①전혀 그렇지 않다 + ②그렇지 않다) 응답자 그룹과 긍정(④그렇다+⑤매우 그렇다) 응답자 그룹으로 나눠 두 집단 간 집착경향성을 파악하기 위한 두 가지 항목(5점 척도; ①전혀 그렇지 아니다~⑤매우 그렇다)의 평균 차이를 살펴보았다(〈표 III-22〉 참조).

조사결과를 살펴보면, 유튜브 시청방식에 따라 유튜브 집착증세의 정도에 두드러진 차이를 보이는 것을 알 수 있다. 집착증세가 가장 크게 나타나는 시청방식은 '구독자/조회 수가 많은 위주로 시청', '알고리즘/추천동영상 위주로 시청', '구독 채널에서 제공하는 영상 시청', '검색창에 보고 싶은 영상 검색하여 시청' 순으로 집착 경향성이 강한 것으로 나타났다. 이는 2020년도 초등학생을 대상으로 조사한 결과(배상률 외, 2020)와 동일한 것으로, 유튜브 리터러시 교육 정책에 시사하는 바가 크다. 특히, 본 조사에서는 모든 시청 방식에 있어 '그렇다(긍정)'와 '아니다(부정)'로 나누는 그룹 간에 통계적으로 유의미한 차이를 보였으며, 알고리즘 방식의 시청이 '그렇다'와 '아니다' 그룹 간에 가장 큰 평균 차이를 보이는 것으로 조사되었다.

표 III-22 중고등학생의 유튜브 시청방식에 따른 집착 경향성

(단위: 점)

구분		구독자 수		알고리즘		검색창		구독채널	
원래 보려던 시간보다 더 오래 보게 됨	부정	3.14 (1.148)	-8.10 ***	2.82 (1.226)	-10.46 ***	3.07 (1.232)	-4.22 ***	2.92 (1.207)	-8.99 ***
	긍정	3.58 (1.056)	***	3.50 (1.049)	***	3.36 (1.104)	***	3.45 (1.069)	***
유튜브 이용 못하거나 줄이게 되면 불안하고 초조해진다	부정	1.63 (0.842)	-8.43 ***	1.58 (0.849)	-5.53 ***	1.58 (0.820)	-3.78 ***	1.58 (0.835)	-5.32 ***
	긍정	2.00 (1.001)	***	1.85 (0.924)	***	1.79 (0.926)	***	1.82 (0.932)	***

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

〈표 III-23〉는 앞서 기술한 네 가지 시청방식의 영향력의 크기를 비교하기 위해 다중회귀분석을 한 결과이다. 성별(남0, 여1), 학년별(중1~고3), 네 가지 시청방식이 청소년의 집착 경향성(원래 보려던 시간보다 더 오래 보게 됨)에 어느 정도 영향력을 행사하는지 살폈다. 2020년도 초등학생을 대상으로 한 조사에서는 남녀 간 유튜브 시청의 집착 경향성에 통계적으로 유의미한 차이가 없는 것으로 나타났으나, 이번 조사에서는 여학생일수록 유튜브 집착 경향성이 남학생보다 높게 나타났다. 이 차이는 통계적으로 유의미하였다. 중고등학생의 학년이 중1부터 고3 학년으로 높아질수록 유튜브 집착 경향성이 높아졌다. 네 가지 시청 방식 중에 유튜브 집착 경향성에 가장 많은 영향력을 행사하는 것은 유튜브의 추천 동영상을 시청하는 알고리즘 방식($\beta=0.216$)으로 조사되었으며, 그 뒤를 이어 구독하는 채널에서 제공하는 동영상 시청 방식($\beta=0.181$)과 구독자 수나 조회 수가 많은 콘텐츠 위주로 시청하는 방식($\beta=0.098$)이 2위와 3위를 각각 차지하였다. 유튜브 집착 경향성에 가장 낮은 영향력을 행사하는 시청방식은 보고 싶은 내용이나 주제를 검색하여 시청하는 방식($\beta=0.054$)으로 나타났다.

표 III-23 중고등학생의 유튜브 집착 경향성에 영향을 미치는 요인

	유튜브 집착 경향성 (원래 보려고 했던 시간보다 더 오래 유튜브를 보는 경향)				
	B	β	t	p	VIF
(상수)	.714		5.504	.000	
성별	.179	.081	4.529	.000	1.030
학년	.102	.160	9.000	.000	1.010
구독자/조회 수	.094	.098	5.263	.000	1.114
알고리즘 방식	.219	.216	11.511	.000	1.127
검색창 방식	.061	.054	2.924	.003	1.081
구독채널 방식	.172	.181	9.824	.000	1.089
Adjusted R ² =.152					

10대 청소년들이 유튜브를 단순히 시청만 하는 것은 아니다. 최근 6개월 간 유튜브에 자신의 콘텐츠를 업로드한 경험이 있는 비율을 묻는 질문에 전혀 없다는 중고등학교 재학생의 응답률은 92.5%, 학교밖청소년은 88.7%로 나타났다. 즉, 중고등학생의 7.5%, 학교밖청소년의 11.3%는 자신의 콘텐츠를 6개월에 최소 1회 이상 유튜브에 업로드 한 경험이 있다는 것이다. 참고로, 2020년도 초등학생 대상 조사에서는 유튜브 업로드 비율이 88.8%로 조사되었다.

표 III-24 중고등학생의 최근 6개월간 유튜브 콘텐츠 업로드 경험 및 횟수

		(단위 : %)					
	사례수 (명)	전혀 없다	1회~2회	3회~5회	6회~10회	11회 ~19회	20회 이상
■ 전체 ■	(2,792)	92.5	3.9	1.5	1.3	0.3	0.5
성별	남 (1,447)	91.4	4.3	1.2	1.9	0.4	0.8
	여 (1,345)	93.6	3.5	1.8	0.7	0.1	0.3
교급	중학생 (1,389)	90.4	4.7	1.8	2.0	0.3	0.8
	고등학생 (1,403)	94.5	3.1	1.2	0.7	0.3	0.3

중고등학생 전체 응답자 중 유튜브 콘텐츠를 업로드한 경험이 있다고 응답한 학생들만을 대상으로 유튜브 콘텐츠를 업로드했을 때 느낀 감정이나 행동을 다음의 항목들을 활용하여 파악하였다: 1) 내가 올린 콘텐츠의 구독자 수/조회 수나 ‘좋아요’ 수를 수시로 확인하게 된다; 2) 내가 올린 콘텐츠의 구독자 수/조회 수나 ‘좋아요’ 수가 많아지면 우울감이나 자존감이 높아진다; 3) 내가 올린 콘텐츠에 부정적인 댓글을 달까봐 두렵다; 4) 유튜브에 올릴 동영상을 만드느라 해야 할 공부를 소홀히 한 적 있다; 5) 내가 유튜브에 올린 동영상을 조회하고 좋아해주는 사람에게서 동질감/연대감을 느낀다.

위의 다섯 가지 항목 모두 ‘그렇다(그렇다+매우 그렇다)’는 응답률은 여학생이 남학생보다 높은 비율을 보였다. 자신이 올린 콘텐츠의 구독자 수/조회 수나 ‘좋아요’ 수를 수시로 확인하게 된다는 응답률에 있어 남학생은 25.7%만이 그렇다고 응답한 반면, 여학생은 46.4%가 수시로 ‘좋아요’ 수를 확인한다고 답하였다. 이 같은 ‘좋아요’ 수에 여학생이 민감하게 반응하는 것은 여학생들에게 ‘좋아요’ 수가 우울감이나 자존감에 보다 크게 영향을 미치기 때문인 것으로 조사되었다(남학생 21.5%, 여학생 37.1%). 자신이 올린 콘텐츠에 부정적인 댓글을 달까봐 두렵다(남학생 4.9%, 여학생 32.6%)와 유튜브에 올릴 동영상을 만드느라 해야 할 공부를 소홀히 한 적 있다(남학생 4.7%, 여학생 12.4%)는 항목에 ‘그렇다’고 응답한 비율 역시 여학생이 남학생보다 매우 높게 나타났다. 마지막으로, 자신이 유튜브에 올린 동영상을 조회하고 좋아해주는 사람에게서 동질감/연대감을 느낀다는 항목에 ‘그렇다’는 응답률은 남학생이 23.6%, 여학생이 38.7%로 집계되어 남녀 간 15% 포인트 차이를 보였다.

표 III-25 중고등학생의 유튜브에 콘텐츠 업로드 당시 감정과 행동-‘긍정 응답률(그렇다+매우 그렇다)’

(단위: %)

구분	남학생	여학생
내가 올린 콘텐츠의 구독자 수/조회 수나 ‘좋아요’ 수를 수시로 확인하게 된다	25.7	46.3
내가 올린 콘텐츠의 구독자 수/조회 수나 ‘좋아요’ 수가 많아지면 우울감이나 자존감이 높아진다	21.5	37.1
내가 올린 콘텐츠에 부정적인 댓글을 달까봐 두렵다	4.9	32.6
유튜브에 올릴 동영상을 만드느라 해야 할 공부를 소홀히 한 적 있다	4.7	12.4
내가 유튜브에 올린 동영상을 조회하고 좋아해주는 사람에게서 동질감/연대감을 느낀다	23.6	38.7

(4) 유튜브에 대한 태도 및 인식

10대 청소년을 대상으로 유튜브의 신뢰도, 타 활동 대비 선호도, 유해콘텐츠 노출에 대한 의견을 물었다. 신뢰도는 ‘나는 유튜브의 정보를 대체로 신뢰하는 편이다’와 ‘구독자 수나 조회 수가 많은 콘텐츠는 비교적 신뢰할만하다’ 두 가지 항목을 제시하였다. 타 활동 대비 유튜브 선호도에 있어서, ① 가족 여행, ② 친구와 놀이, ③ TV 시청, ④ 온라인 게임 총 네 개의 활동 대비 유튜브 이용의 선호 비율을 파악하였다. 마지막으로 유해콘텐츠 노출 가능성은 폭력적 영상과 선정적 영상 두 가지에 대해 조사하였다.

중고등학생들은 유튜브의 신뢰도를 비교적 낮게 평가하는 것으로 나타났다. 유튜브의 정보를 신뢰하지 않는다는 응답률이 25.6%로 신뢰한다는 응답률 22.4%보다 높았다. 평균은 5점 만점에 2.9점으로 조사되었다. 구독자나 조회 수가 많은 콘텐츠는 비교적 신뢰할 수 있다는 항목에 동의하는 비율은 29.3%로 조사되었는데, 신뢰할 수 없다는 응답 비율 31.7%보다 낮은 수치를 보였다. 평균은 2.9로 조사되었다.

표 III-26 중고등학생의 유튜브에 대한 인식과 태도 - 유튜브의 신뢰도, 가족여행/친구 교체 및 미디어 활동 대비 유튜브 선호도, 유튜브 이용 시 유해콘텐츠 노출 가능성 응답률

(단위 : %)

항목	구분	부정 (①+②)	보통이다 (③)	긍정 (④+⑤)	평균 (표준편차)
나는 유튜브의 정보를 대체로 신뢰하는 편이다	전체	25.6	52.0	22.4	2.9(0.9)
	남	23.3	52.3	24.4	3.0(0.9)
	여	28.0	51.8	20.3	2.9(0.8)
구독자 수나 조회 수가 많은 콘텐츠는 비교적 신뢰할만하다	전체	31.7	39.0	29.3	2.9(1.0)
	남	26.5	40.9	32.6	3.0(1.0)
	여	37.2	36.9	25.9	2.8(1.0)
나는 유튜브 하는 것이 가족여행보다 더 좋다	전체	80.2	10.9	8.9	1.7(1.1)
	남	75.9	14.2	9.9	1.9(1.1)
	여	84.8	7.4	7.8	1.6(1.0)
유튜브 하는 것이 친구들과 노는 것보다 더 좋다	전체	78.5	12.0	9.5	1.8(1.1)
	남	76.9	12.8	10.3	1.9(1.1)
	여	80.2	11.2	8.6	1.7(1.1)
유튜브를 하는 것이 텔레비전을 시청하는 것보다 더 좋다	전체	23.0	23.1	53.9	3.4(1.3)
	남	18.8	22.9	58.3	3.5(1.2)
	여	27.6	23.3	49.1	3.2(1.3)
유튜브를 하는 것이 온라인 게임하는 것보다 더 좋다	전체	37.0	29.8	33.1	2.9(1.3)
	남	42.4	34.6	23.0	2.7(1.2)
	여	31.2	24.7	44.1	3.1(1.3)
유튜브를 이용하다보면 의도치 않게 폭력적 영상에 노출되곤 한다	전체	56.7	26.1	17.2	2.3(1.1)
	남	54.3	29.4	16.4	2.4(1.1)
	여	59.3	22.6	18.1	2.2(1.2)
유튜브를 이용하다보면 의도치 않게 선정적 영상에 노출되곤 한다	전체	61.3	23.4	15.3	2.2(1.1)
	남	57.8	25.9	16.3	2.3(1.2)
	여	65.1	20.7	14.2	2.1(1.1)

중고등학생들은 유튜브 이용보다는 가족여행과 친구와의 교제를 훨씬 더 선호하는 것으로 조사되었다. 유튜브를 이용하는 것이 가족 여행하는 것보다 더 좋다는 응답률은 8.9%, 친구들과 노는 것보다 좋다는 응답률은 9.5%를 차지하였다. 10대

청소년에게 유튜브 이용은 텔레비전 시청과는 견줄 수 없을 정도로 선호도가 매우 높았다. 그러나 유튜브 이용을 온라인게임하고 비교했을 때는 남녀 간의 차이를 보였다. 남학생은 게임 이용보다 유튜브 이용을 선호한다는 응답률이 23.0%에 머문 반면, 여학생은 44.1%로 21% 포인트 가량 남녀 간 차이를 보였다. 남학생은 유튜브보다 게임을 선호한다는 응답률이 42.4%로 매우 높게 나타났다. 평균 수치를 살펴보면, 5점 만점에서 평균 2.7점으로 남학생은 온라인게임과 유튜브 선호도가 비슷한 것으로 해석할 수 있다.

유튜브를 이용하다 폭력적 콘텐츠나 선정적 콘텐츠에 노출되곤 한다는 긍정 응답률은 각각 17.2%, 15.3%로 집계되었다. 폭력적 콘텐츠와 선정적 콘텐츠에 노출되지 않는다고 응답한 비율은 각각 56.7%, 61.3%로 조사되었다.

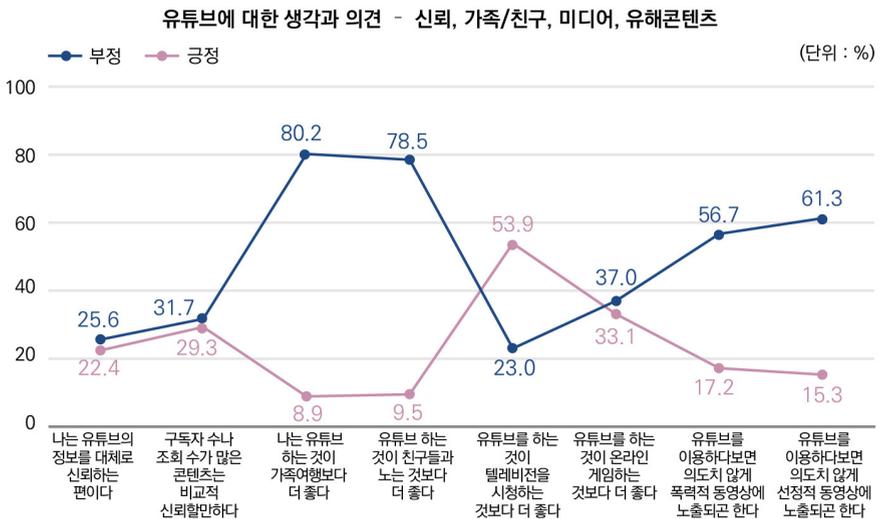


그림 III-16 유튜브에 대한 생각과 의견 - 신뢰, 가족/친구, 미디어, 유해콘텐츠

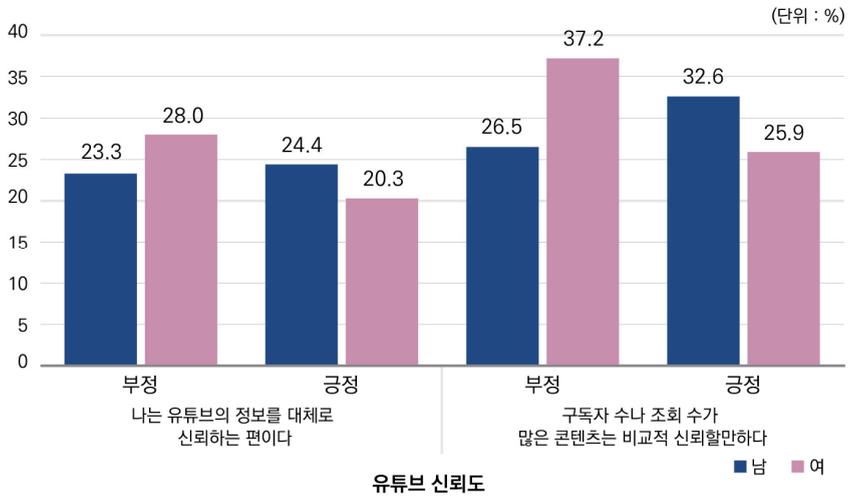


그림 III-17 유튜브 신뢰도

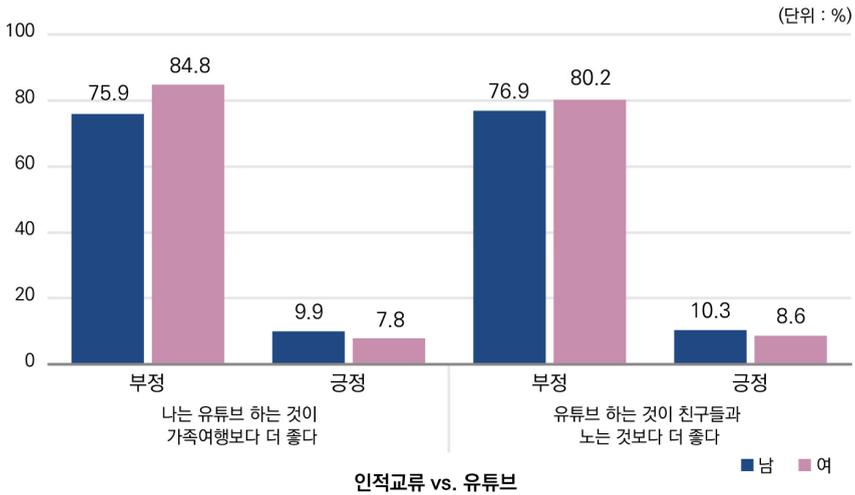


그림 III-18 인적교류 vs. 유튜브

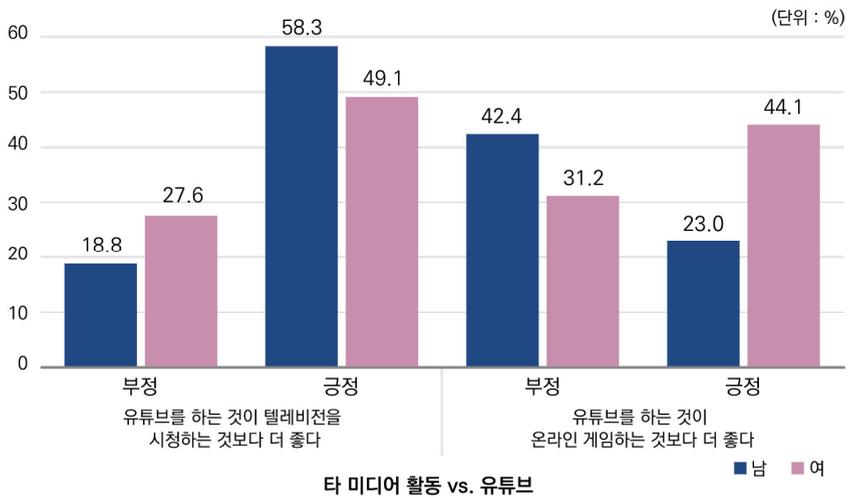


그림 III-19 타 미디어 활동 vs. 유튜브

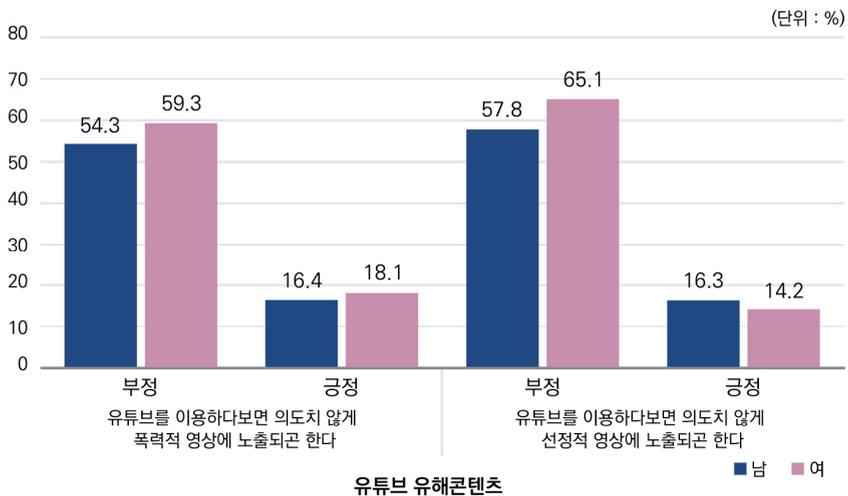


그림 III-20 유튜브 유해콘텐츠

(5) 유튜브의 기능

10대 청소년들이 유튜브를 즐겨 사용하는 이유는 유튜브가 갖는 장점 또는 혜택이 있기 때문일 것이다. 유튜브의 심리적·기능적 혜택 12가지를 제시하고 중고등학생의 동의 수준을 5점 척도로 각각 파악하였다. <표 III-27>과 [그림 III-21]는 유튜브의 혜택에 대한 부정(①전혀 동의하지 않는다 + ②동의하지 않는다)과 긍정(④동의한다 + ⑤매우 동의한다)으로 나눠 분석한 것이다.

표 III-27 중고등학생의 유튜브 혜택에 대한 동의 수준

(단위: 점, %)

순위	장점	긍정 (④+⑤)	부정 (①+②)	평균
1	시간을 때우거나 노닥거릴 수 있다	76.7	6.1	4.0
2	내가 원하는 정보를 손쉽게 찾을 수 있다	74.0	4.8	3.9
3	동영상이라 알고 싶은 정보를 쉽게 이해할 수 있다	72.6	4.7	3.9
4	기분전환이 되거나 즐거워진다	68.5	8.0	3.8
5	다른 사람들의 의견이나 생각을 파악할 수 있다	59.6	7.2	3.6
6	유익한 정보를 습득할 수 있다	57.2	7.3	3.6
7	스트레스가 해소된다	57.0	13.4	3.6
8	우리 사회의 주요 관심사와 문제를 파악할 수 있다	53.0	13.4	3.5
9	친구와의 대화에 길 수 있다/친구관계에 도움이 된다	38.2	25.1	3.1
10	공부/학습에 도움이 된다	35.3	28.0	3.0
11	다른 사람의 일상을 관찰하거나 엿볼 수 있다	33.4	33.7	2.9
12	나의 고민이나 문제를 해결할 수 있다	30.1	33.8	2.9

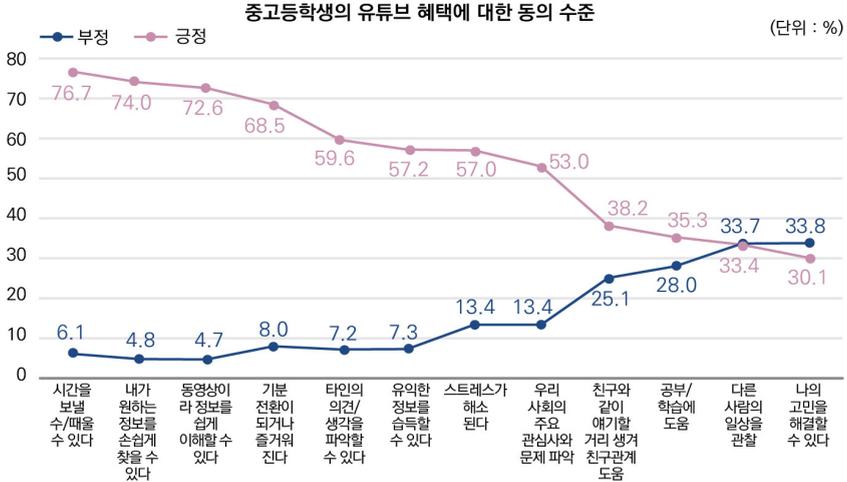


그림 III-21 중고등학생의 유튜브 혜택에 대한 동의 수준

조사결과에 따르면, 10대 청소년이 인식하는 유튜브의 최대 혜택은 ‘시간을 때우거나 보낼 수 있다’는 것이다(M=4.0, 긍정 응답률=76.7%). 그 뒤를 이어 ‘내가 원하는 정보를 손쉽게 찾을 수 있다’(M=3.9, 긍정 응답률=74.0%), ‘동영상이라 정보를 쉽게 이해할 수 있다’(M=3.9, 긍정 응답률=72.6%), ‘기분전환이 되거나 즐거워진다’(M=3.8, 긍정 응답률=68.5%)가 상위권을 차지하였다. 즉, 유튜브는 여가 선용과 정보 취득이란 두 가지 기능적 혜택을 동시에 줄 수 있는 미디어 활동인 것이다.

코로나19 여파로 온택트(ontact) 문화가 보편화되면서 매체를 활용한 원격학습의 효과성 문제가 이슈로 떠올랐다. 유튜브의 혜택으로 공부/학습에 도움이 된다는 응답률은 35.4%로 12개 항목 중 10위에 머물렀다. 유튜브가 공부/학습에 도움이 되지 않는다고 응답한 비율도 28%에 달했으며, 긍정도 부정도 하지 않은 중립을 선택한 비율은 36.6%에 달했다. <표 III-28>은 유튜브가 공부/학습에 긍정적 기여를 한다고 응답한 비율을 변인별로 정리한 것이다. 여학생(38.8%)이 남학생(33.8%)보다

생(32.1%)보다 동의 비율이 높았으며, 중3(38.5%)과 고1(39.6%)에서 다른 학년 들보다 동의비율이 높게 나타났다. 주목할 점은 공부를 잘 할수록 동의 비율이 높게 나타났으며, 자녀의 디지털 미디어 이용에 대한 부모의 적절한 중재가 있는 청소년 그룹이 없는 그룹보다 유튜브를 공부/학습에 도움이 되는 미디어로 인식하 는 비율이 높다는 것이다.

표 III-28 유튜브의 혜택 - 공부/학습에 도움이 된다

(단위 : 점, %)

	1.전혀 동의하지 않는다	2.동의 하지 않는다	3.보통 이다	4.동의 한다	5.매우 동의 한다	동의 안함 (1+2)	동의함 (4+5)	평균	표준 편차	t/F
■ 전체 ■	11.4	16.7	36.6	26.5	8.9	28.0	35.3	3.0	1.1	
성별										
남	12.0	19.8	36.2	24.0	8.0	31.7	32.1	3.0	1.1	-4.141 ***
여	10.7	13.3	37.1	29.0	9.8	24.1	38.8	3.1	1.1	
학년										
중1	15.5	17.3	33.3	25.9	8.0	32.8	33.9	2.9	1.2	4.290 **
중2	10.7	19.1	40.2	20.7	9.4	29.7	30.0	3.0	1.1	
중3	8.7	15.5	37.2	28.0	10.5	24.3	38.5	3.2	1.1	
고1	7.9	13.1	39.4	29.9	9.8	21.0	39.6	3.2	1.0	
고2	11.4	17.5	36.7	27.4	7.0	28.9	34.4	3.0	1.1	
고3	13.5	17.5	33.2	26.9	8.9	31.0	35.8	3.0	1.2	
학급성적										
상위권	11.8	16.3	30.9	29.3	11.7	28.2	41.0	3.1	1.2	8.225 ***
중위권	9.4	15.3	40.5	27.5	7.4	24.7	34.9	3.1	1.0	
하위권	13.2	18.8	38.4	21.8	7.8	32.0	29.6	2.9	1.1	
경제수준										
상위권	13.7	16.7	33.2	25.8	10.6	30.4	36.4	3.0	1.2	0.229
중위권	10.5	16.9	37.3	26.9	8.5	27.4	35.3	3.1	1.1	
하위권	10.1	15.9	41.4	25.4	7.2	26.0	32.6	3.0	1.1	
부모중재										
그렇다	10.5	16.2	34.3	28.6	10.3	26.7	39.0	3.1	1.1	8.631 ***
보통	9.2	15.5	42.4	26.2	6.7	24.7	32.9	3.1	1.0	
아니다	16.4	19.7	31.8	22.4	9.7	36.1	32.1	2.9	1.2	

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

3) 소셜미디어(SNS)

(1) 이용 형태 및 이용 시간

유튜브를 제외한 소셜미디어(예: 페이스북, 카카오톡 등)의 이용 여부에 대해 조사하였다. 최근 한 달 동안 소셜미디어 이용 경험이 있다고 응답한 비율은 77.2%로 조사되었다. 남학생(69.9%)보다 여학생(85.1%)이 월등히 높은 이용률을 보였다. 교급과 학년이 높아질수록 소셜미디어 이용률이 높아지는 것으로 나타났다. 중학교 1학년의 경우 69.3%의 이용률을 보였으나 고등학교 3학년 그룹에서는 80.6%로 급격한 증가세를 보였다. 학급성적이 낮을수록 소셜미디어를 이용하는 비율이 높아지는 것으로 조사되었다. 가정의 경제수준과 부모의 자녀에 대한 미디어 이용 중재, 거주지역 규모는 청소년의 소셜미디어 이용에 유의미한 영향력을 행사하지 않는 것으로 나타났다.

표 III-29 최근 한달 소셜미디어 이용경험 여부

(단위 : %)

	사례수 (명)	예	아니오	X ² (df)
☐ 전체 ☐	(2,810)	77.2	22.8	
성별				
남	(1,461)	69.9	30.1	91.699(1)***
여	(1,349)	85.1	14.9	
교급				
중학생	(1,397)	74.5	25.5	11.875(1)**
고등학생	(1,413)	79.9	20.1	
학년				
중1	(502)	69.3	30.7	27.399(5)***
중2	(456)	75.1	24.9	
중3	(439)	79.7	20.3	
고1	(472)	78.5	21.5	
고2	(502)	80.7	19.3	
고3	(440)	80.6	19.4	
학급성적				
상위권	(951)	72.2	27.8	26.947(2)***
중위권	(971)	77.6	22.4	
하위권	(861)	82.5	17.5	
경제수준				
상위권	(871)	76.6	23.4	0.332(2)
중위권	(1,536)	77.6	22.4	
하위권	(369)	77.3	22.7	
부모중재				
그렇다	(1,204)	76.7	23.3	0.445(2)
보통	(947)	77.6	22.4	
아니다	(628)	78.1	21.9	

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

소셜미디어를 이용한다고 응답한 청소년을 대상으로 SNS 계정이 몇 개인지와 SNS를 통해 친구나 팔로워로 연결된 사람이 얼마나 되는지 물었다. 조사결과에 따르면, 현재 꾸준히 활동 중인 SNS 아이디 개수가 3개 이상이라고 응답한 비율은 34.4%로 조사되었다. 여학생이 남학생보다 활동하는 SNS 개수가 더 많았다. 여학생은 3개 이상 계정을 갖고 있다고 응답한 비율이 43.9%로 남학생의 23.6%보다

20% 포인트 높게 나타났다.

표 III-30 현재 활동 중인 SNS 아이디 수

		(단위 : %)					
		사례수 (명)	1개 이하	2개	3개	4개	5개 이상
■	전체	(2,156)	36.1	29.6	18.9	7.8	7.7
성별	남	(1,016)	47.3	29.1	14.6	5.0	4.0
	여	(1,140)	26.0	30.0	22.7	10.3	10.9

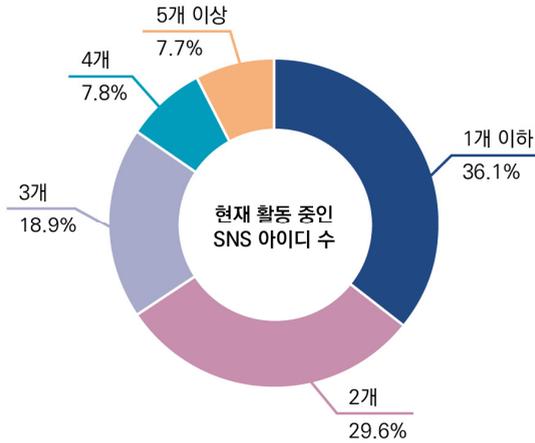


그림 III-22 현재 활동 중인 SNS 아이디 수

SNS를 통한 친구 및 팔로워로 연결된 사람의 수가 100명 이상이라고 응답한 비율은 61.7%(남학생 64.1%, 여학생 59.6%)로 나타났다. 300명 이상의 친구와 팔로워를 보유하고 있다고 응답한 비율도 전체 응답자의 삼분의 일 가량인 31.4%(남학생 34.5%, 여학생 28.7%)를 차지하였다.

표 III-31 SNS를 통한 친구/팔로워 수

(단위 : %)

	사례수 (명)	50명 미만	50명 ~ 99명	100명 ~ 199명	200명 ~ 299명	300명 이상	
▣ 전체 ▣	(2,151)	23.3	15.0	19.3	11.0	31.4	
성별	남	(1,013)	21.8	14.0	18.2	11.4	34.5
	여	(1,138)	24.5	15.9	20.2	10.7	28.7

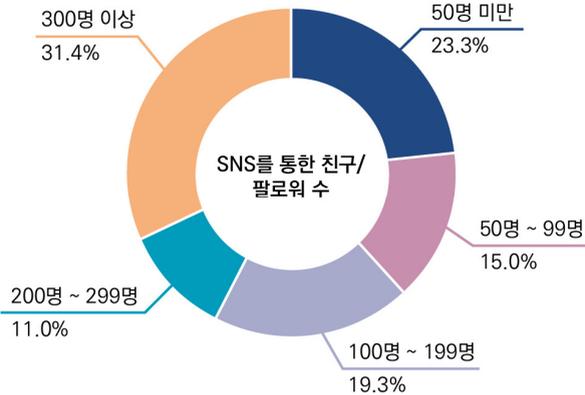


그림 III-23 SNS를 통한 친구/ 팔로워 수

소셜미디어 이용 시간을 주중과 주말로 나눠 살펴보았다. 유튜브나 게임 등 타 미디어 활동이 주중보다 주말에 급증하는 것에 반해 소셜미디어는 주중과 주말의 이용시간에 큰 차이가 없었다. 주중과 주말에 2시간 이상 이용했다는 응답률은 각각 21.2%, 28.2%로 7% 포인트 차이를 보였다. 소셜미디어를 전혀 이용하지 않았다는 응답률은 주중과 주말이 각각 18.3%, 19.6%로 비슷한 수치를 보였다.

표 III-32 중고등학생의 소셜미디어 이용 시간

(단위: %)

주중/ 주말	구분	전혀 이용하지 않았다	30분 미만	30분 이상	1시간 이상	2시간 이상	3시간 이상	4시간 이상
				~ 1시간 미만	~ 2시간 미만	~ 3시간 미만	~ 4시간 미만	
주중	전체	18.3	22.4	17.8	20.2	11.5	4.0	5.7
	남	25.1	26.9	18.3	16.3	7.3	2.6	3.5
	여	11.0	17.6	17.2	24.5	16.0	5.6	8.1
주말	전체	19.6	18.8	16.5	16.9	13.1	6.0	9.1
	남	26.6	23.0	17.0	14.7	9.2	3.6	6.0
	여	12.0	14.3	15.9	19.4	17.3	8.6	12.5

10대 청소년들이 가장 자주 사용하는 소셜미디어에 대해 조사하였다. 1순위와 2순위 응답을 합산한 집계 결과에 따르면, 남녀 간 그리고 중학생과 고등학생 간 주로 사용하는 소셜미디어의 종류에 큰 차이가 있음을 알 수 있었다.

여학생은 인스타그램, 남학생은 페이스북을 가장 많이 사용하고 있었으며, 마찬가지로 고등학생에게는 인스타그램, 중학생에게는 페이스북이 가장 많이 사용하는 소셜미디어인 것으로 집계되었다. 여성이 가장 자주 사용하는 소셜미디어 top 5 리스트에는 트위터가 23.7%로 4위를 차지하였는데, 남성 그룹에서도 트위터가 4위를 차지하였으나 비율은 여성보다 현격히 낮은 4.5%에 머물렀다. 이는 앞서 살펴 활발히 사용하는 SNS 계정의 수에서도 여성이 남성에 비해 월등히 많은 계정을 사용하는 것에서도 알 수 있듯이, 여학생들이 남학생들에 비해 다양한 소셜미디어를 활발히 이용하는 것으로 해석할 수 있다. 10대 청소년들 중 중학생들은 틱톡을 고등학생들에 비해 비교적 많이 이용하는 것으로 나타났다. 중학생 그룹과 고등학생 그룹은 각각 31.8%와 17.3%의 비율로 두 그룹 간 14.5% 포인트의 차이를 보였다.

표 III-33 가장 자주 사용한 소셜미디어 - 1+2순위

(단위 : %)

순위	종류	전체	성별		교급별	
			남성	여성	중학생	고등학생
1	인스타그램	66.7	57.1	75.0	50.9	81.3
2	페이스북	56.1	74.7	39.9	62.6	50.1
3	틱톡	24.3	24.2	24.3	31.8	17.3
4	트위터	14.8	4.6	23.7	14.1	15.4
5	블로그	3.8	1.1	6.2	4.7	3.0

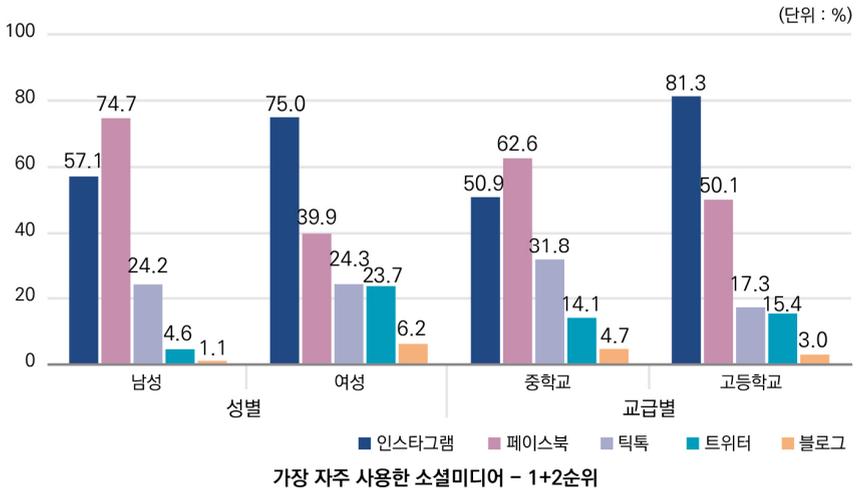


그림 III-24 가장 자주 사용한 소셜미디어 - 1+2순위

(2) 소셜미디어의 기능적·심리적 혜택

소셜미디어의 기능적·심리적 혜택에 대해 10대 청소년들은 어떻게 인식하고 있는지 총 18가지 항목을 활용하여 파악하였다(〈표 III-34〉 참조). 앞서 살핀대로, 10대 청소년들은 유튜브가 오락/여가 그리고 정보 파악의 기능적 혜택을 주는

미디어로 인식하고 있는 반면, 소셜미디어는 ‘타인과의 소통과 교류’를 주요 기능적 혜택으로 인식하는 것으로 드러났다.

표 III-34 중고등학생의 SNS 혜택에 대한 동의 수준

(단위: 점, %)

순위	장점	평균	긍정 (④+⑤)	부정 (①+②)
1	타인과 손쉽게 의사소통할 수 있다	3.9	71.8	8.0
2	나의 고민이나 문제를 해결할 수 있다	3.9	71.2	7.7
3	새로운 관계를 형성과 사고 및 인맥을 확장시킬 수 있다	3.6	59.5	14.4
4	기존에 알고 있던 친구관계를 강화시킬 수 있다	3.5	56.2	16.4
5	새로운 시각이 확장 및 타인의 의견을 파악할 수 있다	3.5	53.7	12.4
6	신속하게 정보를 전달 할 수 있다	3.4	51.5	18.4
7	오프라인 친구들과 대화할 화제나 이슈를 얻을 수 있다	3.3	48.9	19.5
8	내 의견에 동조/지지하는 사람을 만날 수 있다	3.3	48.9	19.5
9	사회 참여/활동/봉사를 할 수 있다	3.3	45.0	21.1
9	우리사회의 주요 이슈나 문제를 파악할 수 있다	3.3	45.0	21.1
11	다른 사람의 일상을 관찰하거나 엿볼 수 있다	3.2	38.6	25.1
12	나의 감정 및 의견을 표출 할 수 있다	3.1	39.5	27.0
13	학습/학업 이외의 유익한 정보를 습득 할 수 있다	3.1	41.1	26.1
14	정보탐색 시간을 절약 할 수 있다	2.9	29.3	35.4
15	인터넷상에서 나의 영향력을 확인할 수 있다	2.9	28.7	35.3
16	지식의 깊이를 더하거나 지식의 범위를 넓힐 수 있다	2.8	24.6	37.9
17	시간을 매우거나 노닥거릴 수 있다	2.6	16.9	45.6
18	학습/학업 관련 정보를 습득할 수 있다	2.6	17.9	46.1

중고등학생의 소셜미디어 혜택 top 5는 1위 ‘타인과 손쉽게 의사소통할 수 있다’(M=3.9. 긍정 응답률=71.8), 2위 ‘나의 고민이나 문제를 해결할 수 있다’(M=3.9. 긍정 응답률=71.2), 3위 ‘새로운 관계를 형성할 수 있고, 사람을 사귀

거나 인맥을 확장시킬 수 있다'(M=3.6. 긍정 응답률=59.5), 4위 '기존에 알고 있던 친구관계를 강화시킬 수 있다'(M=3.5. 긍정 응답률=56.2), 5위 '새로운 시간이 확장될 수 있으며, 타인의 의견을 파악할 수 있다'(M=3.5. 긍정 응답률=53.7)로 집계되었다. 인간관계의 확장과 강화에 소셜미디어가 긍정적 기능을 한다는 데 동의하는 비율이 정보 전달, 정보 습득 등 정보 관련 혜택에 대한 항목의 긍정 응답률보다 높게 나타났다. 소셜미디어의 기능적 장점을 활용하여 사회참여나 사회활동을 할 수 있다고 응답한 비율도 45%를 차지하여 총 18개 리스트 중 9위를 차지하였다.

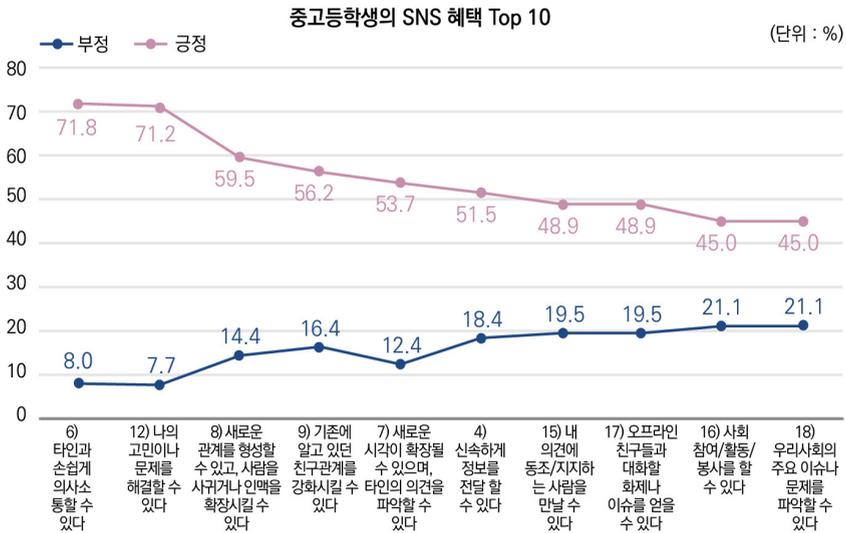


그림 III-25 중고등학생의 SNS 혜택 top 10

앞서 살핀 것처럼, 소셜미디어가 사회참여와 사회활동에 긍정적으로 활용될 수 있다고 응답한 비율이 45%를 차지하였다. 그렇다면, 10대 청소년들은 소셜미디어를 활용하여 실제 이 같은 사회참여와 사회활동을 얼마나 적극적으로 하고 있을까? 이를 가늠하기 위하여 소셜미디어 포스팅 주요 주제가 무엇인지와 최근

1년 동안 소셜미디어를 통해 총 여덟 가지 사회참여와 사회활동의 경험 유무를 조사하였다.

최근 한 달 간 소셜미디어 포스팅을 한 경험이 있다는 중고등학생 비율은 47.9%로 조사되었다. 일주일에 5번 이상 포스팅한다는 응답률은 전체 응답자의 10.6%이었으며, 일주일에 3~4번, 1~2번 정도라고 응답한 비율은 각각 6.8%, 10.0%로 집계되었다. 즉, 10대 청소년 네 명 중 한 명 이상(27.4%)은 일주일에 최소 한 번 이상 포스팅을 꾸준히 하는 것으로 해석할 수 있다.

표 III-35 최근 한 달 소셜미디어 포스팅 횟수

(단위 : %)

	사례수 (명)	전혀 없음	한 달에 1번 정도	한 달에 2~3번 정도	일주일에 1~2번 정도	일주일에 3~4번 정도	일주일에 5번 이상
■ 전체 ■	(2,072)	52.1	10.2	10.3	10.0	6.8	10.6
성별	남 (973)	64.8	8.8	9.0	6.1	5.0	6.3
	여 (1,099)	40.8	11.4	11.6	13.5	8.5	14.3

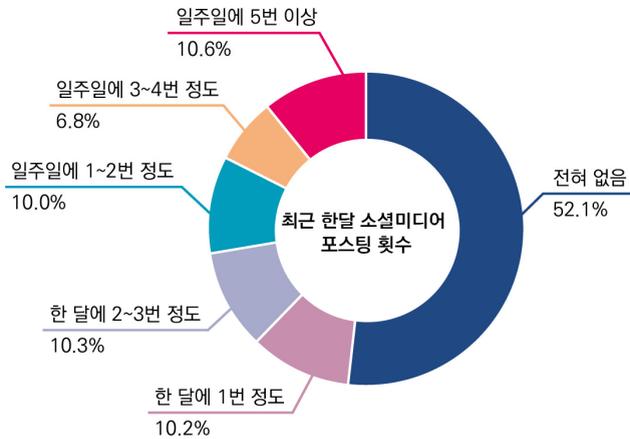


그림 III-26 최근 한 달 소셜미디어 포스팅 횟수

최근 한 달 간 소셜미디어 포스팅을 한 경험이 있는 청소년들을 대상으로 포스팅의 주요 내용이 무엇인지 물었다. 조사결과에 따르면, 남학생은 친구/가족, 스포츠, 유머, 개인 안부, 학교생활, 개인적 고민, 이성교제/이성 관계, 연예인/TV 콘텐츠, 여행, 공연/문화생활이 상위권을 차지하였다. 여학생은 친구/가족, 학교생활, 연예인/TV 콘텐츠, 개인 안부, 개인적 고민, 유머, 여행, 공연/문화생활, 쇼핑/제품정보, 이성교제/이성 관계 순으로 포스팅을 주로 하는 것으로 나타났다. 남학생과 여학생 그룹 간 top 10 포스팅 주제 순위에서 남학생의 리스트에만 포함된 것은 스포츠로 2위를 차지하였으며, 이와 반대로 쇼핑/제품 정보는 여학생에게만 발견할 수 있는 포스팅 주제로 전체 순위에서 9위를 차지하였다. 전체적으로 살펴보면 사회참여나 사회활동 관련 포스팅 주제는 남녀 그룹 모두에서 상위권을 차지하지 못한 것으로 나타났다. 사회참여/사회봉사 관련 포스팅의 비율은 0.3%로 기타 항목을 제외한 총 19개 항목 중 꼴찌를 차지하였다.

표 III-36 중고등학생의 SNS 포스팅 주제 Top 10 (복수 응답)

(단위: %)

순위	남성		여성	
	포스팅 내용	경험 비율	포스팅 내용	경험 비율
1	친구/가족	34.0	친구/가족	50.9
2	스포츠	21.8	학교생활	33.2
3	유머	20.3	연예인/TV콘텐츠	32.3
4	개인안부	14.6	개인 안부	22.3
5	학교생활	13.6	개인적 고민	18.7
6	개인적 고민	11.8	유머	17.6
7	이성교제/이성관계	9.8	여행	14.0
8	연예인/TV콘텐츠	9.0	공연/문화생활	12.5
9	여행	7.4	쇼핑/제품정보	11.3
10	공연/문화생활	5.3	이성교제/이성관계	10.7

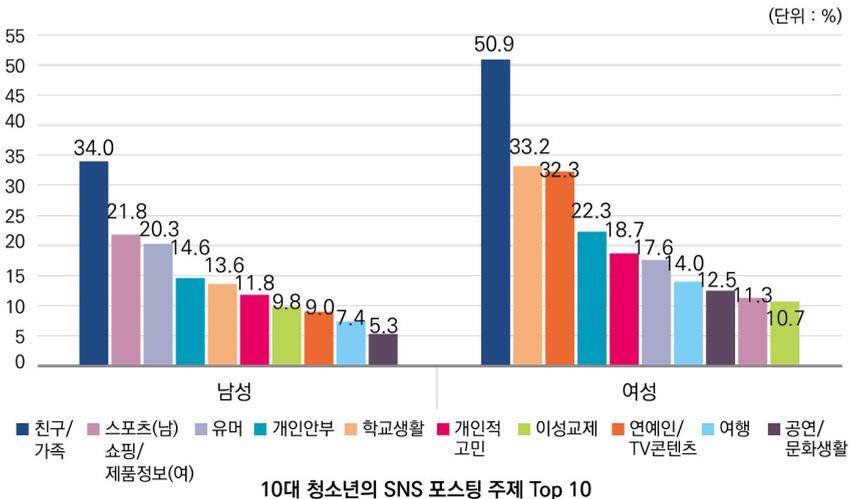


그림 III-27 중고등학생의 SNS 포스팅 주제 Top 10

〈표 III-37〉은 최근 1년 동안 소셜미디어를 활용하여 각종 사회활동에 얼마나 참여했는지를 파악한 결과를 정리한 것이다. 포스팅, 영상, 댓글, 민원 등 사회문제에 대한 의견 남기기 경험이 있다고 응답한 비율은 전체 응답자의 23.3%로 나타났다. 여학생 그룹(29.5%)이 남학생 그룹(17.6%)보다 높은 비율을 보였다. 사회문제에 대한 타인의 글이나 영상을 포스팅하거나 퍼 나르기 또는 리트윗한 경험률도 여학생이 27.7%로 남학생의 8.4%에 비해 19.3% 포인트 높게 나타났다. 온라인 서명운동(여학생 26.9%, 남학생 12.3%), 기부나 기부 관련 캠페인 동참(여학생 17.0%, 남학생 7.3%), 봉사활동/자원봉사 또는 관련 캠페인 동참(여학생 12.9%, 남학생 7.2%), 어려움을 겪는 친구 돕기(여학생 22.2%, 남학생 11.2%), 사회단체/기관 활동(여학생 4.8, 남학생 3.5%), 종교/선교 활동(여학생 3.8%, 남학생 3.1%) 등 모든 활동에서 여학생이 남학생보다 높은 비율을 차지하였다. 그러나 남녀 모두 각 항목 경험률이 30% 미만으로 집계되었다.

표 III-37 최근 1년 소셜미디어를 통한 사회 활동 여부 - 긍정 응답률

(단위 : %)

항목	전체	남학생	여학생
사회문제에 대한 의견 남기기 (포스팅, 영상, 댓글, 민원 등)	23.3	17.6	29.5
사회문제에 대한 타인의 글/영상 포스팅, 퍼 나르기/리트윗	17.7	8.4	27.7
온라인 서명운동	19.3	12.3	26.9
기부 또는 기부 관련 캠페인 동참	11.9	7.3	17.0
봉사활동/ 자원봉사 또는 관련 캠페인 동참	9.9	7.2	12.9
학업, 친구관계, 가정사 등으로 어려움을 겪는 친구 돕기	16.5	11.2	22.2
종교 활동/ 선교 활동	3.4	3.1	3.8
사회단체/기관 활동	4.1	3.5	4.8

4) 온라인/모바일 게임

(1) 이용률, 이용시간, 생애 최초 이용 시기

최근 한 달 동안 온라인/모바일 게임을 한 경험이 있다고 응답한 비율은 전체 응답자의 77.9%를 차지하였다. 남학생의 92.1%가 게임 경험이 있다고 응답한 반면, 여학생은 61.6%만이 게임 경험이 있다고 답하였다. 중학생(80.3%)이 고등학생(75.4%)보다 더 높은 경험률을 보였다. 중학교 1학년부터 고등학교 3학년까지 학생 중에 게임 이용률이 가장 높은 학년은 중학교 2학년으로 81.9%를 차지하였으며, 가장 낮은 학년은 고등학교 3학년으로 조사되었다. 조사결과에 따르면, 학급성적이 좋을수록 게임 이용률이 낮아지는 것으로 나타났다.

표 III-38 최근 한 달 동안 온라인/모바일 게임 경험 여부

		(단위 : %)			
		사례수 (명)	예	아니오	χ^2 (df)
■ 전체 ■		(2,680)	77.9	22.1	
성별	남	(1,425)	92.1	7.9	359.482(1)***
	여	(1,255)	61.6	38.4	
교급	중학생	(1,337)	80.3	19.7	9.403(1)**
	고등학생	(1,343)	75.4	24.6	
학년	중1	(484)	80.9	19.1	14.463(5)*
	중2	(434)	81.9	18.1	
	중3	(420)	78.0	22.0	
	고1	(453)	74.7	25.3	
	고2	(475)	77.9	22.1	
	고3	(415)	73.3	26.7	
학급성적	상위권	(895)	76.0	24.0	6.147(2)*
	중위권	(935)	77.1	22.9	
	하위권	(826)	80.8	19.2	

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

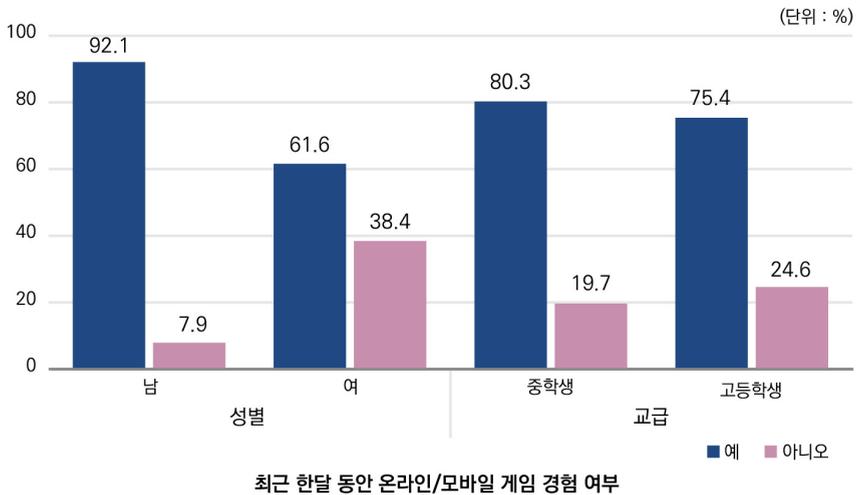


그림 Ⅲ-28 최근 한 달 동안 온라인/ 모바일 게임 경험 여부

10대 청소년의 게임 이용은 주중보다 주말에 보다 활발하게 이루어지는 것으로 나타났다. 주중과 주말에 하루 평균 2시간 이상 게임을 하는 비율은 각각 13.7%, 25.3%로 조사되었다. 4시간 이상 게임을 한다고 응답한 비율은 주중 4.8%, 주말 8.0%를 기록하였다. 남학생의 게임 이용 시간이 여학생의 이용 시간보다 많은 것으로 나타났다. 남학생은 주중과 주말에 2시간 이상 이용한 비율이 각각 20.2%, 38.0%로 주중과 주말 간 17.8% 포인트 차이를 보였다. 여학생은 주중과 주말에 2시간 이상 이용한 비율이 각각 6.5%, 11.4%에 머물러 남학생과 대조를 보였다. 전혀 이용하지 않았다는 비율도 남학생과 여학생 간 두드러진 차이를 보였다. 남학생은 주중과 주말에 각각 18.6%, 17.0%만이 최근 한 달 간 전혀 게임을 한 적이 없다고 응답한 반면, 여학생은 주중과 주말에 절반에 가까운 47.5%와 45.4%가 게임을 이용하지 않았다고 답하였다. 즉, 게임은 남학생들이 여학생보다 더 즐겨하는 미디어 활동으로 해석할 수 있다.

표 III-39 초등학생의 온라인/모바일 게임 이용 시간

(단위: %)

주중/ 주말	구분	전혀 이용하지 않았다	30분 미만	30분 이상	1시간 이상	2시간 이상	3시간 이상	4시간 이상
				~ 1시간 미만	~ 2시간 미만	~ 3시간 미만	~ 4시간 미만	
주중	전체	32.5	22.3	16.6	15.0	6.1	2.8	4.8
	남	18.6	20.9	19.5	20.8	9.1	3.9	7.2
	여	47.5	23.8	13.5	8.7	2.8	1.5	2.2
주말	전체	30.6	17.5	12.9	13.7	10.9	5.5	8.9
	남	17.0	13.8	12.5	18.6	16.1	7.9	14.0
	여	45.4	21.5	13.4	8.3	5.2	2.8	3.4

10대 청소년을 대상으로 게임을 생애 최초로 이용한 시기를 물었다. 남학생이 여학생에 비해 게임 최초 시기가 전반적으로 빠른 것으로 나타났다. 초등학교 입학 전 게임을 처음으로 해봤다는 응답률은 남학생이 14.2%, 여학생이 11.4%로 조사되었다. 전 생애를 통틀어 게임 경험이 없다고 응답한 비율도 남학생은 1.6%, 여학생은 5.2%로 남녀 간 큰 차이를 보였다. 생애 최초 게임 이용 시기에 있어서 성별보다 두드러진 차이를 보이는 것이 학교급 간의 차이이다. 중학생과 고등학생 집단에서 게임 경험이 없다고 응답한 비율은 각각 3.3%, 3.4%로 조사되었다. 초등학교 입학 전 게임을 처음 했다는 응답률도 각각 12.8%로 중학생과 고등학생 집단 간 동일한 비율을 보였다. 초등학교 시기에 게임을 처음했다는 응답률은 중학생 집단이 79.5%, 고등학생 집단이 72.0%로 조사되었다. 즉, 게임이용의 저연령화 현상이 2020년도 초등학교 조사에 이어 중고등학생 조사에서도 같게 나타난 것으로 해석할 수 있다.

표 III-40 온라인/모바일 게임을 처음 시작한 시기

(단위 : %)

	사례수 (명)	초등	초	초	초	중1	중2	중3	고1	고2	게임
		학교 입학 전	1~2 학년	3~4 학년	5~6 학년	학년	학년	학년	학년	학년	경험 없음
■ 전체	(2,766)	12.8	22.8	34.1	18.9	4.5	2.4	0.7	0.3	0.2	3.3
성별											
남	(1,436)	14.2	23.7	33.2	19.5	5.0	2.3	0.4	0.1	0.1	1.6
여	(1,330)	11.4	21.8	35.0	18.3	3.9	2.5	1.2	0.5	0.2	5.2
교급											
중학생	(1,370)	12.8	23.7	36.0	19.8	3.3	0.7	0.4	0.0	0.0	3.3
고등학생	(1,396)	12.8	21.8	32.1	18.1	5.7	4.1	1.1	0.6	0.3	3.4
학급성적											
상위권	(936)	14.4	21.7	32.9	18.8	3.9	2.5	0.9	0.0	0.0	4.9
중위권	(958)	12.1	22.9	34.2	20.1	5.1	1.5	0.4	0.3	0.4	2.7
하위권	(845)	12.3	24.1	34.1	18.0	4.5	3.2	1.0	0.5	0.1	2.2

중고등학생의 온라인/모바일 게임을 처음 시작한 시기

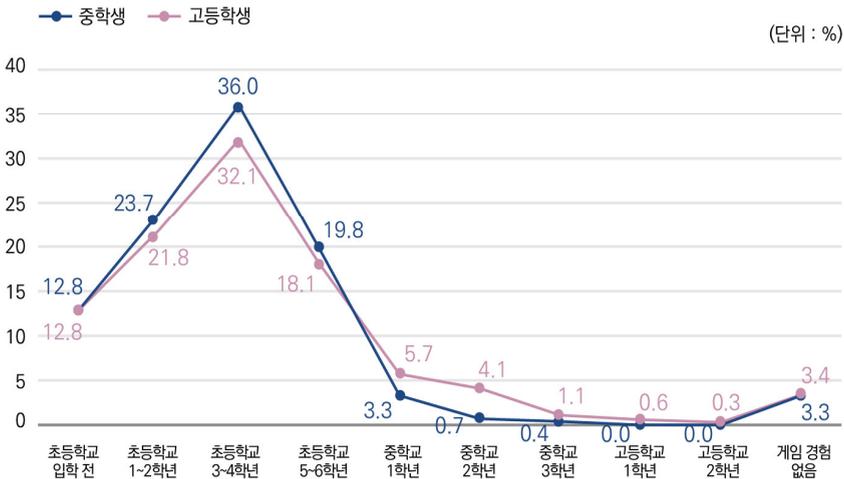


그림 III-29 중고등학생의 온라인/ 모바일 게임을 처음 시작한 시기

(2) 게임 이용에 대한 태도 및 인식

10대 청소년들은 온라인·모바일 게임에 대하여 어떻게 인식하고 있는지 알아보기 위해 다음의 세 가지 항목에 대한 동의 정도를 5점 척도로 응답하도록 하였다: 1) 스트레스 해소나 여가생활에 도움을 준다, 2) 친구관계에 도움이 된다, 3) 폭력적인 장면을 자주 접하게 된다.

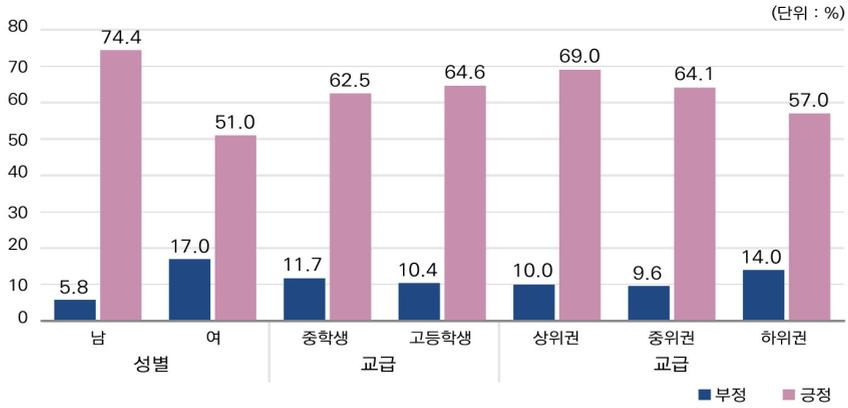
온라인/모바일 게임이 자신의 스트레스 해소나 여가생활에 도움이 된다고 동의한 청소년 비율이 63.5%로 조사되었다. 반면, 도움이 되지 않는다고 응답한 비율은 11.0%에 머물러 두 응답에 무려 52.5% 포인트 차이를 보였다. 남학생의 동의 비율은 네 명 중 세 명꼴인 74.4%에 달하는 것으로 조사되었다. 교급 간의 두드러진 차이는 나타나지 않았다. 흥미로운 점은 학급성적이 좋을수록 게임이 스트레스 해소나 여가생활에 긍정적 기여를 한다는 응답 비율이 더 높게 나타난 것이다.

표 III-41 온라인/모바일 게임은 스트레스 해소나 여가생활에 도움을 준다

(단위 : 점, %)

	사례수 (명)	1.전혀 그렇지 않다	2. 그렇지 않다	3. 보통 이다	4. 그렇다	5. 매우 그렇다	부정 (1+2)	긍정 (4+5)	평균	표준 편차	t/F
■ 전체 ■	(2,653)	5.3	5.8	25.5	41.8	21.7	11.0	63.5	3.7	1.0	
성별											
남	(1,417)	2.2	3.6	19.8	45.3	29.1	5.8	74.4	4.0	0.9	14.508 ***
여	(1,236)	8.8	8.3	31.9	37.8	13.2	17.0	51.0	3.4	1.1	
교급											
중학생	(1,323)	5.7	6.0	25.9	40.6	21.8	11.7	62.5	3.7	1.1	-0.990
고등학생	(1,330)	4.9	5.5	25.1	43.0	21.6	10.4	64.6	3.7	1.0	
학급성적											
상위권	(884)	4.9	5.1	21.0	45.2	23.8	10.0	69.0	3.8	1.0	9.295
중위권	(923)	4.8	4.8	26.3	42.5	21.5	9.6	64.1	3.7	1.0	***
하위권	(821)	6.3	7.7	28.9	37.2	19.9	14.0	57.0	3.6	1.1	

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



온라인/모바일 게임은 스트레스 해소나 여가생활에 도움을 준다

그림 III-30 온라인/모바일 게임은 스트레스 해소나 여가생활에 도움을 준다

온라인/모바일 게임 이용이 친구관계에 도움이 된다는 항목에 동의하는 중고등 학생의 비율은 44.6%로 집계되었다. 친구관계에 부정적으로 영향을 미친다고 응답한 비율도 네 명 중 한 명꼴인 25.4%를 차지하였다. 남학생(59.9%)이 여학생(27.0%)보다 긍정적인 태도를 보였다.

표 III-42 온라인/모바일 게임은 친구관계에 도움이 된다

		(단위 : 점, %)									
	사례수 (명)	1. 전혀 그렇지 않다	2. 그렇지 않다	3. 보통이다	4. 그렇다	5. 매우 그렇다	부정 (1+2)	긍정 (4+5)	평균	표준 편차	t/F
전체	(2,653)	10.1	15.3	30.1	30.1	14.4	25.4	44.6	3.2	1.2	
성별	남 (1,417)	5.1	8.1	26.9	38.9	20.9	13.2	59.9	3.6	1.1	19.464 ***
	여 (1,236)	15.8	23.5	33.7	20.1	6.9	39.3	27.0	2.8	1.1	
교급	중학생 (1,323)	10.5	15.8	29.3	28.9	15.6	26.3	44.5	3.2	1.2	-0.087
	고등학생 (1,330)	9.7	14.7	30.9	31.4	13.2	24.5	44.7	3.2	1.2	

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

중고등학생 전체 응답자의 30.5%는 온라인/모바일 게임을 통해 폭력적 장면을 자주 접한다고 응답하였다. 남학생이 32.6%로 여학생의 28.1%보다 높게 나타났다. 반면, ‘그렇지 않다’고 응답한 비율은 39.0%로 ‘그렇다’는 비율보다 높게 조사되었다. 여학생 집단(42.9%)이 남학생 집단(35.7%)보다 게임을 통해 폭력적 장면을 자주 접한다는 항목에 ‘그렇지 않다’는 응답을 더 많이 하였다. 게임을 통해 폭력적 장면을 자주 접한다고 응답한 중고등학생은 남녀 간 차이를 보였으나, 그 외 교급, 학급성적 수준, 경제수준, 부모중재 수준, 지역규모 수준에 있어서는 두드러진 차이를 보이지 않는 것으로 나타났다.

표 III-43 온라인/모바일 게임을 통해 폭력적인 장면을 자주 접하게 된다

(단위 : 점, %)

	사례수 (명)	1. 전혀 그렇지 않다	2. 그렇지 않다	3. 보통 이다	4. 그렇다	5. 매우 그렇다	부정 (1+2)	긍정 (4+5)	평균	표준 편차	t/F
■ 전체 ■	(2,649)	17.9	21.2	30.4	23.5	7.0	39.0	30.5	2.8	1.2	
성별											4.530 ***
남	(1,415)	14.6	21.1	31.7	24.6	8.0	35.7	32.6	2.9	1.2	
여	(1,234)	21.6	21.3	29.0	22.3	5.9	42.9	28.1	2.7	1.2	
교급											
중학생	(1,320)	19.9	19.0	30.9	22.9	7.3	38.9	30.2	2.8	1.2	-0.876
고등학생	(1,329)	15.9	23.3	29.9	24.1	6.8	39.2	30.9	2.8	1.2	

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

중고등학생의 온라인/모바일 게임에 대한 집착 경향성 정도를 ‘공부하는데 지장이 있는데도 불구하고 온라인 게임을 계속하게 된다’와 ‘게임을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안해진다’의 두 항목에 대한 5점 척도 상에 동의 수준을 통해 파악하였다. 게임을 공부하는데 지장이 있는데도 불구하고 게임을 계속하게 된다고 응답한 청소년은 18.5%로 조사되었다. 남학생(23.6%)이 여학생(12.7%)

보다, 고등학생(20.4%)이 중학생(16.6%)보다, 학급 성적에 있어서 하위권 (25.4%)이 상위권(16.0%)보다 해당 항목에 동의하는 비율이 높았다.

표 III-44 공부하는데 지장이 있는데도 불구하고 온라인 게임을 계속하게 된다

(단위 : 점, %)

	사례수 (명)	1. 전혀 그렇지 않다	2. 그렇지 않다	3. 보통 이다	4. 그렇다	5. 매우 그렇다	부정 (1+2)	긍정 (4+5)	평균	표준 편차	t/F
■ 전체 ■	(2,650)	28.4	29.0	24.2	13.7	4.8	57.3	18.5	2.4	1.2	
성별											
남	(1,416)	19.3	30.4	26.7	17.1	6.5	49.7	23.6	2.6	1.2	11.352 ***
여	(1,234)	38.7	27.4	21.3	9.8	2.9	66.1	12.7	2.1	1.1	
교급											
중학생	(1,321)	30.3	29.9	23.2	12.1	4.5	60.2	16.6	2.3	1.2	-3.132 **
고등학생	(1,329)	26.4	28.1	25.1	15.3	5.1	54.5	20.4	2.4	1.2	

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

마찬가지로, 게임을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안해진다고 응답한 중고등학생의 비율은 4.7%로 나타났으며, 남학생이 6.9%로 여학생의 2.2%보다 세 배 이상 높은 수치를 보인 것으로 조사되었다. 교급별 차이는 두드러지지 않은 것으로 조사되었다. 즉, 게임 이용의 지연령화 현상으로 중학생과 고등학생 두 집단 간 온라인/모바일 게임에 대한 집착 경향성의 정도 차이가 발생하지 않는 것으로 해석할 수 있다.

표 III-45 게임을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안해진다

(단위 : 점, %)

	사례수 (명)	1. 전혀 그렇지 않다	2. 그렇지 않다	3. 보통 이다	4. 그렇다	5. 매우 그렇다	부정 (1+2)	긍정 (4+5)	평균	표준 편차	t/F
■ 전체 ■	(2,653)	51.6	30.4	13.3	3.2	1.5	81.9	4.7	1.7	0.9	
성별	남 (1,417)	41.0	34.5	17.6	4.8	2.2	75.5	6.9	1.9	1.0	12.504 ***
	여 (1,236)	63.7	25.7	8.5	1.4	0.8	89.4	2.2	1.5	0.8	
교급	중학생 (1,323)	52.6	29.3	13.5	3.3	1.3	81.9	4.6	1.7	0.9	-0.768
	고등학생 (1,330)	50.5	31.4	13.1	3.1	1.8	82.0	4.9	1.7	0.9	

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

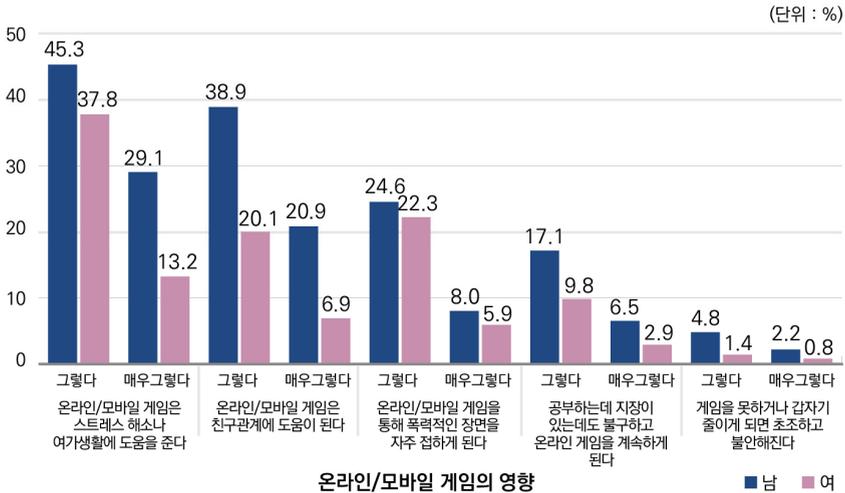


그림 III-31 온라인/모바일 게임의 영향

5) 온라인공간에서의 경험

중고등학생들에게 온라인 공간에서의 다양한 경험들을 물었다. 최근 6개월 간 사이버불링(cyberbullying)의 가해 및 피해 경험에 대해 다음 네 가지 문항으로 파악하였다: 1) 나는 온라인 공간에서 누군가를 따돌린 적이 있다, 2) 나는 온라인 공간에서 누군가에 대해 욕을 한 적이 있다, 3) 나는 온라인 공간에서 누군가에 의해 따돌림을 당한 적이 있다, 4) 온라인 공간에서 누군가가 나에게 욕을 한 적이 있다. 조사 결과에 따르면, 여학생이 남학생보다 사이버불링의 가해 및 피해 경험이 많은 것으로 나타났다. 특히, 남녀 간 두드러진 차이를 보이는 것은 온라인 공간에서 누군가에게 욕을 한 적이 있다(남 59.9%, 여 70.4%)와 누군가로부터 욕을 들은 적이 있다(남 51.7%, 여 66.9%)는 항목이다. 중학생과 고등학생 간 두드러진 차이는 없는 것으로 나타났다.

표 III-46 중고등학생의 온라인 공간에서의 경험률

(단위: %)

항목	온라인 공간에서의 경험	전체	성별		교급별	
			남	여	중	고
1	나는 온라인공간에서 누군가를 따돌린 적이 있다	97.0	95.3	98.9	96.8	97.2
2	나는 온라인공간에서 누군가에 대해 욕을 한 적이 있다	65.0	59.9	70.4	66.4	63.4
3	나는 온라인공간에서 누군가에 의해 따돌림을 당한 적이 있다	94.3	93.6	95.1	93.7	94.9
4	온라인 공간에서 누군가가 나에게 욕을 한 적이 있다	59.0	51.7	66.9	56.2	61.8
5	나의 개인정보가 의도치 않게 온라인 공간에서 유출된 적이 있다	94.2	95.9	92.3	95.5	92.9
6	나는 온라인공간에서 낯선 이성으로부터 만나자는 제안을 받은 적이 있다	92.5	94.3	90.5	92.9	92.0
7	온라인 공간에서 특정집단(여성, 남성, 외국인, 장애인 등)에 대한 혐오 표현을 접한 적이 있다	76.9	76.2	77.7	82.2	71.7

온라인 공간에서 자신의 개인정보(예: 전화번호, 계정 비밀번호 등)가 의도치 않게 유출된 경험이 있다는 응답률은 남학생과 여학생이 각각 95.9%, 92.3%로 10대 청소년 상당수가 이 같은 경험을 한 것으로 조사되었다. 해당 항목에 있어 중학생의 경험 비율이 95.5%로 고등학생의 92.9%보다 높게 나타났다. 이 같은 결과는 관련 예방 교육이 10대 청소년을 대상으로 체계적으로 이루어질 필요가 있음을 시사하는 것이다.

청소년 상당수는 온라인 공간에서 낯선 이성으로부터 만나자는 제안을 받았던 경험이 있는 것으로 조사되었다. 남학생의 95%, 여학생의 90.5%가 이 같은 제안을 받았다. 해당 항목에 대한 경험 비율은 중학생 집단이 92.9%로 고등학생 집단

92.0%와 비슷한 수치를 보였다.

온라인 공간에서 여성, 남성, 외국인, 장애인 등 특정 집단에 대한 혐오 표현을 접한 경험이 있다고 응답한 비율은 전체 응답자의 76.9%로 집계되었다. 남녀 간 응답률의 차이는 없었으나, 교급 간 차이는 두드러지게 나타났다. 중학생 집단(중 82.2%)이 고등학생 집단(71.7%)보다 이 같은 혐오 표현을 더 많이 접한 것으로 조사되었다.

평소 친하게 지내는 친구들 중 실제로 만나본 적 없이 온라인 공간에서만 소통하는 친구는 몇 명이나 되는지 파악해보았다. 시간과 공간을 초월한 교류의 확대라는 면에서 이 같은 교류 행태는 긍정적인 영향을 미칠 수 있으나, 자칫 신원이 확실하지 않은 사람들과의 소통과정에서 개인정보 노출, 사생활 침해, 사이버폭력 등 심리적·경제적 피해도 비교적 쉽게 당할 수 있는 것이 사실이다. 평소 친하게 지내는 친구들 중 실제로 만나본 경험이 없으면서 온라인상에서만 소통하는 친구의 수가 10명 이상이라고 응답한 중학생과 고등학생의 비율은 각각 21.6%, 13.8%에 달했다. 또한, 온라인에서만 소통하는 친구의 수가 없다고 응답한 중학생의 비율은 44.4%로 고등학생의 55.0%에 비해 10.6% 포인트 가량 낮았다. 즉, 중학생이 고등학생보다 온라인 공간에서만 교류하는 친구의 수가 더 많은 것으로 해석할 수 있다.

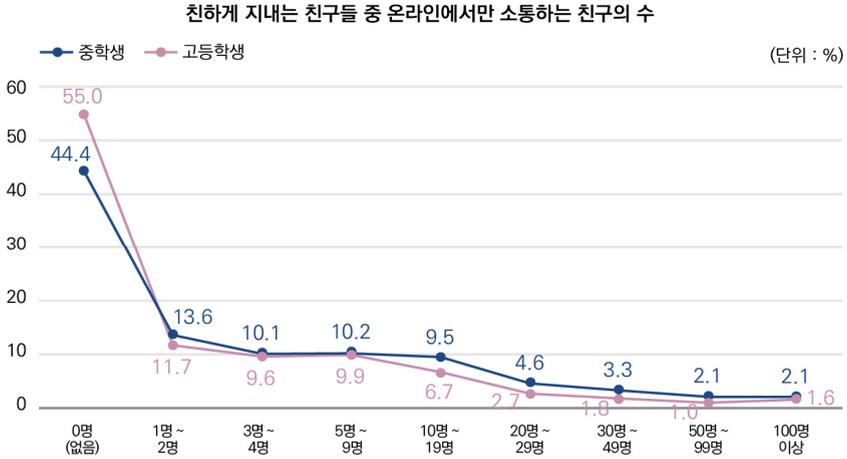


그림 III-32 친하게 지내는 친구들 중 온라인에서만 소통하는 친구의 수

(5) 부모님의 미디어 중재 및 코로나19에 따른 미디어 이용 시간 증가

디지털 기기의 보급뿐만 아니라 부모와 사회 환경도 청소년의 미디어 이용 시간과 행태에 영향을 크게 미칠 수 있다. 코로나19로 인한 외부활동 제약과 온택트 문화의 보편화가 청소년의 미디어 이용 시간을 실제 늘렸는지 청소년들에게 직접 물었다. 또한, 부모 및 가정환경이 초등학생의 미디어 이용 행태에 영향을 미치는 수준은 아니더라도 중고등학생 연령대의 10대 청소년들의 미디어 이용 행태에도 여전히 일정 수준 영향력을 행사할 수 있다.

코로나19로 인한 외부활동의 제약으로 미디어 이용 시간이 남녀노소를 불문하고 크게 증가하였다. 본 조사에 참여한 10대 청소년 상당수도 자신의 미디어 이용 시간이 코로나19로 인해 크게 늘었다고 답하였다. 전체 응답자의 66%가 코로나19가 자신의 미디어 이용 시간을 증가시켰다고 응답한 반면, 그렇지 않다는 응답률은 17.3%에 머물렀다.

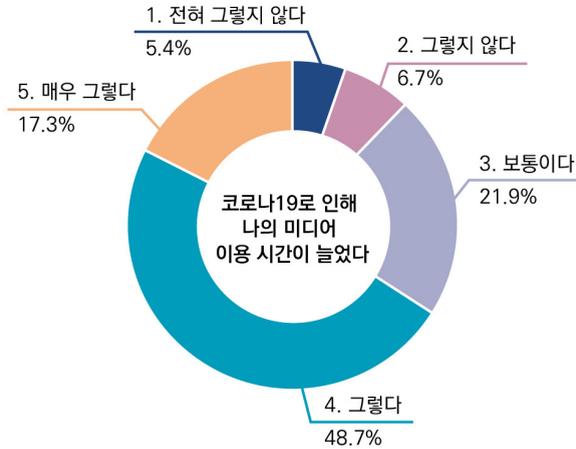


그림 III-33 코로나19로 인해 나의 미디어 이용 시간이 늘었다

부모-자녀 관계를 살펴보기 위하여 다음 네 개의 항목을 제시하고 청소년이 5점 척도 상에 응답하도록 하였다: 1) 부모님은 나의 친구관계에 대하여 관심이 많으시다, 2) 나의 디지털 매체(인터넷, 스마트폰, 게임 등)의 이용과 관련하여 부모님(보호자)은 간섭하거나 통제 하신다, 3) 부모님(보호자)은 나의 디지털 매체(인터넷, 스마트폰, 게임 등)의 이용이 내게 미치는 좋은 점과 나쁜 점을 설명해주신다, 4) 부모님(보호자)은 스마트폰을 자주 사용하신다.

조사 결과에 따르면, 자녀의 친구관계에 관심이 많다는 응답률(그렇다+매우 그렇다)은 71.5%에 달했다. 자신의 디지털 매체(인터넷, 스마트폰, 게임 등)의 이용이 자녀인 자신에게 미치는 좋은 점과 나쁜 점을 설명해주신다고 응답한 비율은 43.3%로 조사되었다. 자녀의 미디어 이용에 대해 제한하는 중재방식인 ‘자신의 디지털 매체(인터넷, 스마트폰, 게임 등)의 이용과 관련하여 부모님(보호자)이 간섭하거나 통제 하신다’는 응답률은 40.0%를 차지하였다. 상술한 조사결과를 종합적으로 고려하면, 자녀의 친구관계에 대한 관심만큼이나 부모가 10대 청소년 인 자녀의 미디어 이용에 관한 적절한 중재(mediation)가 이루어지지 않고 있는

것으로 해석된다. 특히, 중학생 자녀보다 고등학생 자녀에 대한 부모의 개입 또는 중재 노력이 낮은 것으로 나타났다. 중학생과 고등학생 모두가 부모님이 자신의 친구관계에 관심이 많으시다고 응답한 비율이 71.5%로 조사되었다. 그러나 미디어 이용에 대한 적극적 중재(미디어 이용에 대한 장점과 단점 설명; 중 47.9%, 고 38.9%)와 제한적 중재(미디어 이용 간섭 및 통제; 중 46.6%, 고 33.5%) 노력에 있어서 두 학교급 간 차이가 두드러진다.

더구나 부모님이 스마트폰을 자주 하신다는 응답률은 36.6%로 자주 하지 않는다는 응답률 21.9%보다 높게 나타났다. 2020년도 초등학생 대상 조사에서도 드러났듯이, 부모가 미디어 사용을 많이 하는 경우, 자녀가 이 같은 행태를 답습할 가능성이 높다. 그러므로 자녀의 적절한 미디어 이용을 위해서 부모 스스로 스마트폰을 포함한 미디어의 적절한 사용 습관을 키우는 것이 중요하다.

표 III-47 부모님에 대한 의견 - 부모님(보호자)께서는 나의 친구관계에 대하여 관심이 많으시다

		(단위 : 점, %)										
	사례수 (명)	1. 전혀 그렇지 않다	2. 그렇지 않다	3. 보통 이다	4. 그렇다	5. 매우 그렇다	부정 (1+2)	긍정 (4+5)	평균	표준 편차	t	
■ 전체 ■	(2,782)	1.6	3.7	23.3	41.9	29.6	5.2	71.5	3.9	0.9		
성별												
남	(1,436)	1.4	4.1	25.6	42.0	26.8	5.6	68.8	3.9	0.9	-3.44 **	
여	(1,345)	1.8	3.2	20.8	41.6	32.7	4.9	74.3	4.0	0.9		
교급												
중학생	(1,379)	1.7	4.2	22.5	41.0	30.5	6.0	71.5	3.9	0.9	0.04	
고등학생	(1,402)	1.5	3.1	24.0	42.7	28.8	4.5	71.5	3.9	0.9		

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

표 III-48 부모님에 대한 의견 - 부모님(보호자)은 나의 디지털 매체(인터넷, 스마트폰, 게임 등)의 이용이 내게 미치는 좋은 점과 나쁜 점을 설명해주시다

(단위 : 점, %)

	사례수 (명)	1.전혀 그렇지 않다	2. 그렇지 않다	3.보통 이다	4. 그렇다	5. 매우 그렇다	부정 (1+2)	긍정 (4+5)	평균	표준 편차	t
■ 전체 ■	(2,778)	6.3	16.3	34.1	30.2	13.1	22.6	43.3	3.3	1.1	
성별											
남	(1,432)	6.1	15.1	35.6	30.6	12.6	21.3	43.2	3.3	1.1	0.43
여	(1,346)	6.5	17.5	32.5	29.8	13.7	24.0	43.5	3.3	1.1	
교급											
중학생	(1,378)	5.1	13.3	33.7	31.5	16.3	18.5	47.9	3.4	1.1	6.34 ***
고등학생	(1,400)	7.5	19.2	34.5	28.9	10.0	26.7	38.9	3.1	1.1	

표 III-49 부모님에 대한 의견 - 나의 디지털 매체(인터넷, 스마트폰, 게임 등)의 이용과 관련 하여 부모님(보호자)은 간섭하거나 통제 하신다

(단위 : 점, %)

	사례수 (명)	1.전혀 그렇지 않다	2. 그렇지 않다	3.보통 이다	4. 그렇다	5. 매우 그렇다	부정 (1+2)	긍정 (4+5)	평균	표준 편차	t
■ 전체 ■	(2,781)	10.0	18.4	31.6	26.9	13.1	28.4	40.0	3.1	1.2	
성별											
남	(1,435)	9.3	16.6	32.8	27.3	14.0	25.9	41.3	3.2	1.2	2.51*
여	(1,346)	10.7	20.4	30.3	26.4	12.2	31.1	38.6	3.1	1.2	
교급											
중학생	(1,379)	7.4	15.1	30.8	29.6	16.9	22.6	46.6	3.3	1.1	8.52 ***
고등학생	(1,402)	12.4	21.7	32.3	24.2	9.4	34.1	33.5	3.0	1.2	

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

표 III -50 부모님에 대한 의견 - 부모님(보호자)은 스마트폰을 자주 사용하신다

(단위 : 점, %)

	사례수 (명)	1. 전혀 그렇지 않다	2. 그렇지 않다	3. 보통 이다	4. 그렇다	5. 매우 그렇다	부정 (1+2)	긍정 (4+5)	평균	표준 편차	t
▣ 전체 ▣	(2,776)	5.3	16.6	41.4	28.4	8.3	21.9	36.6	3.2	1.0	
성별											
남	(1,432)	5.1	15.5	40.8	28.5	10.2	20.6	38.6	3.2	1.0	3.042 **
여	(1,344)	5.5	17.8	42.1	28.2	6.3	23.4	34.5	3.1	1.0	
교급											
중학생	(1,376)	4.6	16.4	40.4	29.1	9.5	21.0	38.6	3.2	1.0	2.473 *
고등학생	(1,400)	5.9	16.9	42.4	27.6	7.1	22.8	34.8	3.1	1.0	

3. 미디어교육 및 디지털 격차

1) 미디어교육

(1) 미디어의 신뢰 수준

10대 청소년들에게 뉴스나 정보를 얻는 데 있어 활용되는 ① 텔레비전, ② 종이 신문 등 레거시 미디어와 ③ 유튜브, ④ 포털(예: 네이버, 다음 등), ⑤ SNS, ⑥ 팟캐스트 등의 뉴미디어에 대한 신뢰도를 5점 척도로 물었다. 조사에 참여한 청소년들이 가장 신뢰하는 미디어는 텔레비전(M=3.6, 긍정 응답률= 56.8%)인 것으로 조사되었다. 그 뒤를 이어, 종이신문(M=3.5, 긍정 응답률=53.7%), 포털(M=3.4, 긍정 응답률=49.0%)이 신뢰도 2위와 3위를 차지하였다. 레거시 미디어와 그곳에서 생산된 뉴스를 온라인상에 주로 노출하는 포털이 신뢰도 상위권을 차지한 것이다. 소위 전문 언론인의 게이트키퍼(gatekeeping) 과정을 거쳐 뉴스와 정보가

제공된다는 차원에서 이들이 유튜브나 팟캐스트보다 신뢰도면에서 상위권을 차지한 것은 미디어 리터러시 교육적 차원에서도 당연하고 다행스런 결과일 수 있다. 하위권을 차지한 나머지 미디어는 유튜브(M=3.1, 긍정 응답률=27.0%), SNS(M=2.6, 긍정 응답률=13.7%), 팟캐스트(M=2.6, 긍정 응답률=9.7%) 순으로 조사되었다.

표 III-51 뉴스 및 정보 취득을 위한 미디어에 대한 신뢰도

(단위 : %)

미디어	텔레비전	종이신문	인터넷 포털	유튜브	SNS (유튜브 제외)	팟캐스트
전체	56.8	53.7	49.0	27.0	13.7	9.7
성별	53.3	49.4	44.9	32.1	13.2	9.3
	60.7	58.4	53.6	21.5	14.2	10.1
교급별	57.9	51.8	49.7	30.2	15.3	9.9
	55.7	55.6	48.4	23.9	12.1	9.5

이 같은 신뢰도 순위는 남녀 간, 학교급 간 긍정 응답률이 특정 미디어에서 상대적으로 많고 적은 수준의 차이는 보였으나 전체 순위는 모두 동일한 것으로 집계되었다. 성별에 있어서 주목할 점은 여학생들이 남학생들에 비해 레저시 미디어인 텔레비전과 종이신문 그리고 3위를 차지한 포털에 대해 상대적으로 높은 신뢰도를 보였다는 점이다. 교급별 차이에 있어 주목할 점은 중학생 집단(M=3.2, 긍정 응답률=30.2%)이 고등학생 집단(M=3.0, 긍정 응답률=23.9%)보다 유튜브의 신뢰도를 상대적으로 높게 평가하고 있다는 것이다.

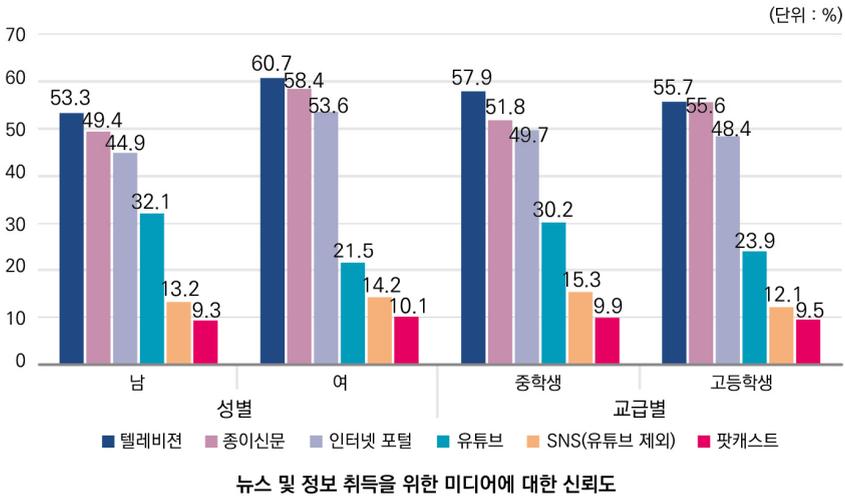


그림 III-34 뉴스 및 정보 취득을 위한 미디어에 대한 신뢰도

(2) 뉴스 관심도 및 취득 경로

정치, 경제, 사회, 외교 등 시사뉴스에 대한 청소년의 관심도에 대해 알아보았다. 미디어 리터러시 교육의 궁극적인 목적이 ‘시민윤리의식 함양과 미디어를 통한 사회참여 활성화’(국회의안정보시스템, 2021. 4. 21. 인출)에 있기에 시사뉴스에 대한 청소년의 관심도 제고는 선택이 아닌 필수 사항이다. 10대 청소년의 시사 관련 뉴스 관심도는 5점 만점에 2.9점으로 나타났다. ‘관심 있다’(약간 관심 있음+매우 관심 있음)고 응답한 비율은 전체 응답자의 36.8%로 ‘관심 없다’(전혀 관심 없음+별로 관심 없음)는 응답률 40.8%보다 낮았다. 남학생이 여학생보다 관심 있다는 응답률에서 5.5% 포인트 높게 나타났지만, 전체적으로 성별 간 차이는 미미한 수준으로 파악되었다. 중학생 집단(M=2.7, 관심 있음=31.5%)과 고등학생 집단(M=3.0, 관심 있음=42.0%) 간에는 두드러진 차이를 보였다. 시사뉴스에 대

한 관심도는 학급성적, 경제수준, 지역규모 수준에 따라 두드러진 차이를 보였다. 학급성적과 가정의 경제수준이 높을수록 시사뉴스에 대한 관심도가 높았으며, 대도시에 거주하는 청소년 집단이 읍면지역에 거주하는 청소년들보다 시사뉴스에 대한 관심도가 9.7% 포인트 높게 나타났다.

정치, 경제, 사회, 외교 등 시사뉴스를 주로 어떤 채널을 통해 얻고 있는지를 물었다. 10대 청소년들의 시사뉴스 취득 통로는 1순위 응답 기준으로, 1위 유튜브(33.4%), 2위 텔레비전(20.2%), 3위 부모/가족(17.5), 4위 인터넷 포털(14.6%), 5위 SNS(10.0%), 6위 친구/선후배/교사(2.9%) 순으로 나타났다. 1+2순위 응답 집계 결과도 1순위 응답 기준 집계 순위와 동일하였다. 청소년들은 시사뉴스의 취득 통로로 유튜브를 가장 많이 활용하는 것으로 나타났으며, 텔레비전도 여전히 청소년들의 뉴스 주요 채널로 자리매김하고 있음을 보여주었다.

표 III-52 시사 관련 뉴스에 대한 관심도

(단위 : 점, %)

	사례수 (명)	1. 전혀 관심 없음	2. 별로 관심 없음	3. 보통	4. 약간 관심이 있음	5. 매우 관심이 있음	관심 없음 (1+2)	관심 있음 (4+5)	평균	표준 편차	t/F
■ 전체 ■	(2,762)	15.8	25.0	22.4	29.6	7.2	40.8	36.8	2.9	1.2	
성별											
남	(1,423)	17.1	22.3	21.1	30.7	8.7	39.5	39.5	2.9	1.2	1.88
여	(1,340)	14.4	27.8	23.8	28.4	5.7	42.2	34.0	2.8	1.2	
교급											
중학생	(1,370)	18.9	27.9	21.6	25.4	6.2	46.8	31.5	2.7	1.2	-6.75 ***
고등학생	(1,392)	12.8	22.1	23.1	33.7	8.3	34.9	42.0	3.0	1.2	
학급성적											
상위권	(937)	12.9	19.0	21.0	36.4	10.6	31.9	47.1	3.1	1.2	39.59 ***
중위권	(954)	15.3	26.0	24.0	29.0	5.7	41.2	34.8	2.8	1.2	
하위권	(848)	19.7	30.8	21.6	22.6	5.3	50.5	27.9	2.6	1.2	
경제수준											
상위권	(853)	15.3	21.5	22.5	30.4	10.3	36.8	40.7	3.0	1.2	5.70 **
중위권	(1,516)	15.0	27.4	22.7	29.2	5.8	42.4	34.9	2.8	1.2	
하위권	(363)	20.1	23.9	20.0	29.2	6.8	44.0	36.0	2.8	1.3	
부모중재											
그렇다	(1,185)	14.6	24.7	21.3	31.7	7.7	39.3	39.4	2.9	1.2	2.62 (n.s.)
보통	(928)	15.5	26.7	24.7	27.7	5.5	42.2	33.2	2.8	1.2	
아니다	(619)	18.0	23.4	20.8	28.8	9.0	41.4	37.8	2.9	1.3	
지역규모											
대도시	(1,112)	16.5	24.4	20.4	31.8	7.0	40.9	38.8	2.9	1.2	8.59 ***
중소도시	(1,294)	13.5	25.2	24.0	29.1	8.2	38.7	37.3	2.9	1.2	
읍면지역	(356)	22.1	25.9	22.8	24.5	4.6	48.1	29.1	2.6	1.2	

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

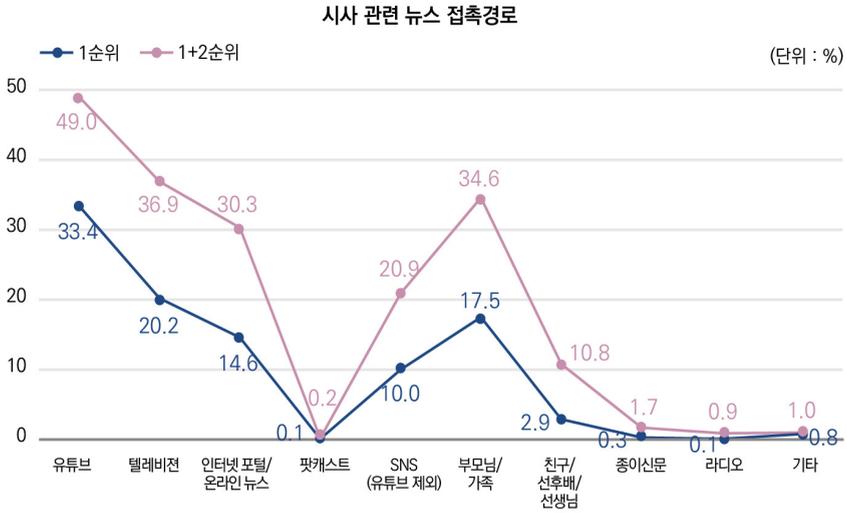


그림 III-35 시사 관련 뉴스 접촉경로

한걸음 더 들어가서, 앞서 질문에 시사뉴스에 관심 있다고 응답한 집단과 관심 없다고 응답한 집단을 나눠 두 그룹 간 시사뉴스 취득 통로의 차이점을 살펴보았다. 시사뉴스에 관심 있다는 집단의 주요 뉴스 취득 채널은 1순위 응답 기준으로 볼 때, 1위는 압도적인 수치로 유튜브(35.5%)가 차지했으며, 그 다음 상위 그룹 두 개는 포털(22.2%)과 TV(21.3%)가 차지하였다. 부모/가족(10.5%), SNS(7.4%), 친구/선후배/교사(1.8%)는 각각 4, 5, 6위를 차지하였다. 고관심 집단의 1+2순위 응답 집계도 1순위 응답 집계 순위와 동일한 것으로 조사되었다.

시사뉴스에 관심 없다고 응답한 집단 역시 뉴스 취득 통로로 유튜브(31.1%)를 1위로 두었다. 그러나 뉴스 고관심 집단과 달리 부모나 가족(22.9%)이 2위를 차지하였으며, 그 뒤를 이어 TV(18.8%), SNS(13.1%), 포털(7.9%)이 각각 3, 4, 5위를 차지하였다. 뉴스 고관심 집단과 마찬가지로 친구/선후배/교사(4.6%)는 6위를 차지했으나 응답률이 고관심 집단에 비해 매우 높게 나타났다.

표 III-53 중고등학생의 시사뉴스 취득 통로 top 6

(단위: %)

순위	시사뉴스 고관심 집단			시사뉴스 비관심 집단		
	뉴스 취득 채널	1순위	1+2순위	뉴스 취득 채널	1순위	1+2순위
1	유튜브	35.5	52.6	유튜브	31.1	48.9
2	포털	22.2	41.6	부모/가족	22.9	45.0
3	TV	21.3	41.1	TV	18.8	34.6
4	부모/가족	10.5	27.6	SNS	13.1	27.9
5	SNS	7.4	16.6	포털	7.9	22.2
6	친구/선후배	1.8	6.5	친구/선후배	4.6	17.7

종합적으로 살펴보면, 10대 청소년들은 성별과 교급을 막론하고 시사 뉴스 취득 채널로 유튜브를 가장 애용하는 것으로 나타났다. 시사뉴스 고관심 집단은 포털, TV 등 뉴스의 게이트키퍼가 작동하는 채널을 사용하는 비율이 시사뉴스 비관심 집단에 비해 매우 높다. 시사뉴스 비관심 집단은 부모/가족, 친구/선후배/교사 등의 주변 인적 네트워크를 활용하여 뉴스를 취득하는 비율이 상대적으로 매우 높다. SNS를 통한 뉴스 취득 비율에 있어서도 시사뉴스 비관심 집단이 고관심 집단에 비해 높은 것으로 나타났다. 10대 청소년 상당수가 시사뉴스에 관심이 부족한 상태에서 유튜브, SNS, 주변 인물 등 일정 수준의 게이트키퍼 과정을 거치지 않은 채널을 통해 시사 뉴스를 취득하는 것에 대한 정책방안 마련이 필요하다.

(3) 미디어교육

최근 「디지털 기반의 원격교육 활성화 기본법」이 제정되어 각 학교에서 디지털 미디어 문해 교육 실시를 의무화하고 있다. 이 외에도 「미디어교육 활성화 법률안」이 국회에 발의된 상태이다. 이는 미디어교육의 필요성에 대한 사회적 공감대의 확산에 따른 결과라 할 수 있다.

미디어 리터러시 교육의 세부 내용을 영역별로 총 8개로 구분하여 중고등학생에게 최근 3년 이내 교육을 받은 경험과 받았다면 학교 내 또는 학교 밖으로 구분하여 응답을 하도록 하였다(〈표 Ⅲ-54〉 참조).

표 Ⅲ-54 중고등학생의 미디어 리터러시 교육 경험_최근 3년 이내

미디어 리터러시 교육 분야	학교급	교육받은 적 있음		교육받은 적 없음
		학교내	학교밖	
		(단위: %)		
인터넷을 통해 유용하고 신뢰할 수 있는 정보를 찾고 비교, 분석하는 교육	중	40.5	12.0	49.7
	고	30.5	9.1	60.6
미디어가 제공하는 드라마나 영상에 대한 비판적인 시각을 갖는 교육	중	35.2	13.6	52.6
	고	32.0	10.8	58.0
뉴스/기사가 공정하고 정확하게 취재되고 보도되었는지를 판단하는 교육	중	34.4	13.4	53.7
	고	23.9	11.0	65.4
온라인상에서 제공된 정보가 사실인지 아닌지를 구분하는 방법에 대한 교육	중	40.9	14.7	46.2
	고	26.9	12.5	61.3
동영상 촬영이나 편집 등 동영상 제작 교육	중	38.8	19.7	42.9
	고	21.4	16.4	63.3
온라인상에서 개인정보 보호하는 방법에 관한 교육	중	62.7	15.0	25.0
	고	49.4	11.7	40.6
온라인상에서의 예절(네티켓)교육	중	73.5	14.6	15.9
	고	61.7	11.1	29.4
방송국, 신문사, 영화사, 포털업체 등 미디어 산업에 관한 교육	중	23.0	14.8	63.2
	고	18.5	12.2	69.6

해당 교육을 받은 경우, 학교 내와 학교 밖으로 구분하여 교육 받은 곳을 필요한 경우 복수응답토록 하였는데 대부분의 학생들이 학교 밖보다 학교 내에서 교육을 받았다고 응답하였다. 조사결과에 따르면, 고등학생 집단에 비해 중학생 집단이 미디어 리터러시 교육을 받은 경험이 높은 것으로 조사되었다. 중학교와 고등학교 재학생 모두 온라인상에서의 예절(네티켓)교육과 온라인상에서 개인정보(예: 전화번호, 계정 비밀번호 등)보호하는 방법에 관한 교육을 가장 많이 받았다고 응답하

였다. 중학생과 고등학생의 네티켓 교육 경험률은 각각 84.1%, 70.6%로 8개 항목 중 1위를 기록하였다. 그 뒤를 이어 개인정보 보호 교육이 중학생 75.0%, 고등학생 59.4%로 다른 항목들에 비해 높은 수치를 보였다.

중학생의 미디어 리터러시 교육 경험률 top 5를 보면 1위 네티켓 교육(84.1%), 2위 개인정보 보호교육(75.0%), 3위 동영상 제작교육(57.1%), 4위 온라인에서 취득한 정보의 사실 구분 교육(53.8%), 5위 인터넷을 통한 유익한 정보 탐색 교육(50.3%)으로 이루어졌다. 고등학생의 미디어 리터러시 교육 경험률 top 5는 1위 네티켓 교육(70.6%), 2위 개인정보 보호 교육(59.4%), 3위 미디어 콘텐츠 비판적 분석 교육(42.0%), 4위 인터넷을 통한 유익한 정보 탐색 교육(39.4%), 5위 온라인에서 취득한 정보의 사실 구분 교육(38.7%)으로 나타났다.

조사결과를 살펴보면, 미디어 리터러시 교육의 핵심이라 할 수 있는 미디어 콘텐츠의 비판적·분석적 태도를 함양하는 교육은 중고등학교에서 제대로 이루어지지 않고 있는 것으로 나타났다. 비교적 활발한 미디어교육이 이루어지는 중학교에서조차 네티켓 교육, 정보보호 교육, 동영상 제작 교육이 주를 이루는 현실과 고등학생들은 특히 이 같은 비판적 시각을 키우는 교육이 매우 필요한 시점임에도 고등학생 전체 응답자의 절반이 채 안 되는 학생들만이 해당 교육을 받았다고 하는 점은 학교 현장에서의 미디어교육 정책의 개선이 필요함을 시사하는 대목이다.

상술한 여덟 가지 미디어 리터러시 교육과 관련하여 중고등학생들에게 자신이 가장 관심 또는 흥미가 있는 교육과 자신에게 가장 필요 또는 중요하다고 생각하는 교육을 선택하도록 요청하였다. 10대 청소년이 가장 관심/흥미 있는 미디어 리터러시 교육은 동영상 제작/편집 교육(39.2%)이 압도적인 1위로 조사되었다. 나머지 교육들은 순위를 따질 필요 없이 모든 항목에서 응답률이 10% 이하로 나타났다. 청소년들이 생각하는 자신에게 가장 필요하고 중요한 교육은 학교 현장에서 가장 많이 이루어지고 있는 개인정보 보호 교육(24.1%)과 네티켓 교육(23.3%)으

로 집계되었다. 그 뒤를 이어 최근 가짜뉴스를 구분하는 팩트체크대회가 학교 및 사회기관에서 종종 개최되는 상황을 반영한 듯 온라인상 정보의 사실 판단 교육이 13.4%로 10대 청소년에게 가장 필요한 미디어 리터러시 교육 3위를 차지하였다. 반면, 미디어 콘텐츠에 대한 비판적·분석적 태도와 역량을 키우는 교육은 후순위로 밀렸다. 학교 현장의 미디어 리터러시 교육의 재개념화가 시급함을 시사하는 대목이다.

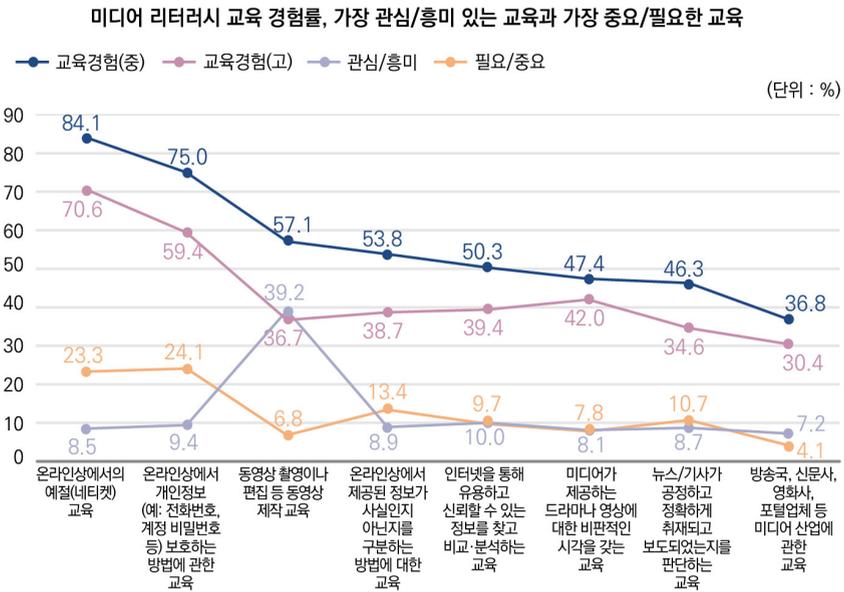


그림 III-36 미디어 리터러시 교육 경험률, 가장 관심/흥미 있는 교육과 가장 중요/필요한 교육

표 III-55 미디어 리터러시 교육 경험률, 가장 관심/흥미 있는 교육과 중요/필요한 교육

(단위: %)

	온라인상에서의 예절(네티켓) 교육	온라인상에서 개인정보(예: 전화 번호, 계정 비밀번호 등) 보호하는 방법에 관한 교육	동영상 촬영이나 편집 등 동영상 제작 교육	온라인상에서 제공된 정보가 사실인지 아닌지를 구분하는 방법에 대한 교육	인터넷을 통해 유용하고 신뢰할 수 있는 정보를 찾고 비교·분석하는 교육	미디어가 제공하는 드라마나 영상에 대한 비판적인 시각을 갖는 교육	뉴스/기사가 공정하고 정확하게 취재되고 보도되었는지를 판단하는 교육	방송국, 신문사, 영화사, 포털업체 등 미디어 산업에 관한 교육
교육경험(중)	84.1	75.0	57.1	53.8	50.3	47.4	46.3	36.8
교육경험(고)	70.6	59.4	36.7	38.7	39.4	42.0	34.6	30.4
관심/흥미	8.5	9.4	39.2	8.9	10.0	8.1	8.7	7.2
필요/중요	23.3	24.1	6.8	13.4	9.7	7.8	10.7	4.1

미디어 콘텐츠의 단순한 소비가 아닌 비판적·분석적 태도를 견지하기 위해서는 미디어 기업과 미디어 콘텐츠가 가치중립적이지 않은 존재와 대상물이라는 것을 인식해야 한다. 상당수 미디어 콘텐츠가 저작권의 시각에서 특정 이슈와 상황을 재현하고, 사실 전달을 목적으로 하는 뉴스 미디어도 사회적 편견과 스테레오타입을 강화하는 도구로 사용될 수 있음을 깨달아야 한다.

그러나 조사 결과에 따르면, 설문에 응한 중고등학생들은 이 같은 역량이 부족한 것으로 나타났다. 드라마나 영화가 특정 집단에 대한 편견과 고정관념을 갖게 하거나 소비문화나 외모지상주의를 부추길 수 있음을 인지하는 비율은 전체 응답자의 절반에도 훨씬 못 미쳤다. 뉴스를 취재하고 제작하는 사람의 성향에 따라 뉴스 기사의 내용과 방향이 달라질 수 있다고 응답한 비율은 전체 응답자의 55.1%에 머물렀다.

표 III-56 중고등학생의 미디어 리터러시 관련 역량 수준

(단위: 점, %)

항목	교급	아니다	보통	그렇다	평균
드라마나 영화가 사람이나 집단에 대한 편견과 고정관념을 갖게 한다	전체	30.7	39.2	30.1	2.9
	중	33.7	39.0	27.3	2.9
	고	27.7	39.5	32.8	3.0
드라마나 영화가 소비문화를 부추긴다	전체	30.3	40.7	29.0	2.9
	중	34.7	42.7	22.7	2.8
	고	25.9	38.8	35.3	3.1
드라마나 영화가 외모지상주의를 부추긴다	전체	24.5	35.3	40.2	3.2
	중	28.1	34.2	37.7	3.1
	고	20.9	36.4	42.7	3.3
뉴스를 취재/제작하는 사람의 성향에 따라 뉴스기사 내용이 달라질 수 있다	전체	12.8	32.1	55.1	3.5
	중	15.9	33.4	50.7	3.4
	고	9.7	30.8	59.5	3.7
유튜브가 편견과 선입견을 조장/강화하는 가짜뉴스의 진원지가 되고 있다	전체	19.2	43.1	37.7	3.2
	중	22.0	44.4	33.7	3.1
	고	16.5	41.8	41.8	3.3
유튜브가 다양한 정보와 새로운 시각의 뉴스를 다루는 대안 미디어로서 기능을 한다	전체	14.1	53.8	32.1	3.2
	중	14.8	56.4	28.8	3.2
	고	13.4	51.3	35.3	3.2

10대 청소년에게 가장 인기 있는 미디어 활동 중 하나인 유튜브에 대한 인식을 다음 두 가지 항목으로 파악하였다: 1) 유튜브가 편견과 선입견을 조장/강화하는 가짜뉴스의 진원지가 되어가고 있다, 2) 유튜브가 다양한 정보와 새로운 시각의 뉴스를 다루는 대안 미디어로서 긍정적인 기능을 한다. 청소년들은 유튜브의 긍정적 기능보다 부정적 기능에 동의하는 비율이 더 높았다. 유튜브가 가짜뉴스의 진원지가 되고 있다는 응답률은 37.7%(중학생 33.7%, 고등학생 41.8%), 유튜브가 대안 미디어로서 긍정적 기능을 하고 있다는 응답률은 32.1%(중학생 28.8%, 고등학생 35.3%)로 두 응답률 간 차이가 5.6% 포인트에 달했다. 그러나 긍정적 기능 문항에 부정도 긍정도 아닌 중립의 입장을 위한 비율이 상대적으로 더 높게

나타나 두 항목의 평균값은 비슷한 것으로 조사되었다.

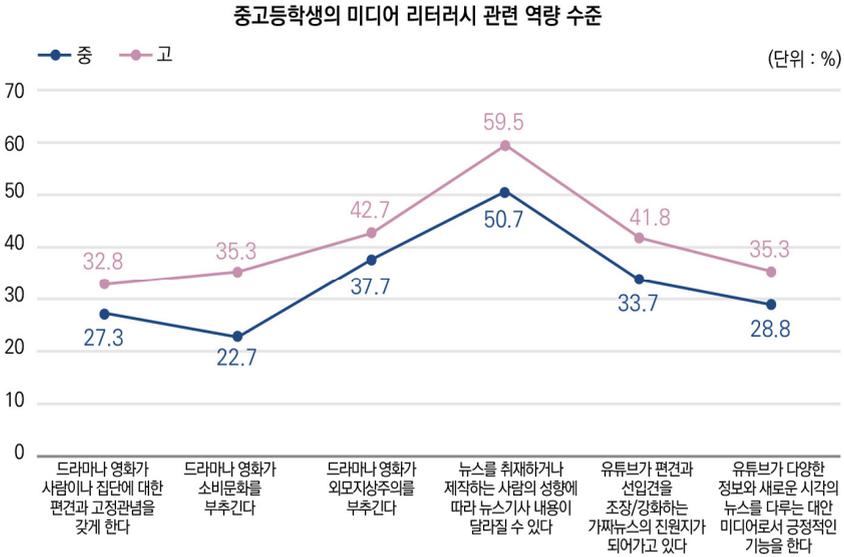


그림 III-37 중고등학생의 미디어 리터러시 관련 역량 수준

(4) 디지털 격차(digital divide)

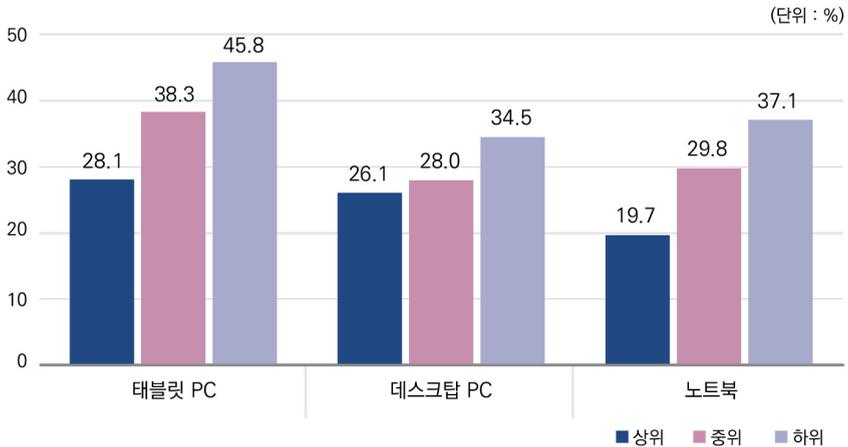
디지털 격차는 정보통신 기술의 접근 가능성이 사회경제적 수준에 따라 차이가 나는 현상을 일컫는 말이다. 청소년이 속한 가정의 경제 수준에 따라 디지털격차 현상이 발생하고 이 같은 격차가 청소년의 교육에 부정적으로 영향을 줄 수 있다. 이는 결국 교육을 통한 계층 간 이동을 원활히 하는데 부정적으로 작용하여 부와 가난의 고착화를 유발하는 원인이 될 수 있다. 이 같은 취지에서 10대 청소년의 주요 디지털 기기 보유 수준이 가정의 경제수준에 따라 차이를 보이는지 살펴보았다. 자신이 속한 가정에 노트북, 태블릿PC, 데스크탑 PC가 갖춰졌는지 물었다.

조사 결과에 따르면, 가정의 경제수준에 따라 각종 디지털 기기의 보유율에 있어 차이를 보였다. 즉, 경제수준이 상위층일수록 디지털 기기인 노트북, 태블릿PC, 데스크탑 PC, 등 디지털 기기의 보유율이 높게 나타났다.

표 III-57 디지털 기기 보유: 경제 수준에 따른 디지털 격차

(단위: %)

디지털 기기	없음 응답률 전체 (%)	경제수준		
		상위	중위	하위
태블릿 PC	36.1	28.1	38.3	45.8
데스크탑 PC	28.5	26.1	28.0	34.5
노트북	27.7	19.7	29.8	37.1



디지털 기기 보유: 경제 수준에 따른 디지털 격차

그림 III-38 디지털 기기 보유: 경제 수준에 따른 디지털 격차

4. 요약 및 시사점

전국 17개 시·도 거주 중·고등학생 총 2,810명(전국 17개 시·도 중·고등학교 대상 확률표집, 오프라인조사)과 학교밖청소년 673명(전국 꿈드림센터 소속 10대 청소년 비확률표집, 온라인 조사)이 설문조사에 참여하였다. 10대 청소년 미디어 이용 현황 및 특징은 스마트폰, 유튜브, 소셜미디어, 온라인/모바일 게임, 온라인 공간에서의 경험 등 총 5개 영역으로 나눠 분석 결과를 2절에 제시하였다. 3절에서는 뉴스/시사, 미디어 리터러시 교육, 디지털 격차 총 3개 영역으로 구성된 미디어교육 및 디지털 격차 관련 주제를 다뤘다.

디지털 원주민이라 일컬어지는 10대 청소년들은 실제 미디어 이용도 매우 활발히 하는 것으로 조사되었다. 특히 코로나19에 따른 외부 활동의 제약과 온택트 문화의 보편화로 인해 청소년의 미디어 이용 시간이 크게 늘어난 것으로 조사되었다. 전체 응답자의 66%가 코로나 19로 인해 자신의 미디어 소비 시간이 증가했다고 밝혔다. 10대 청소년의 스마트폰 보유율은 98.0%이며, 그들의 최대 미디어 활동으로 나타난 유튜브 이용률은 97.7%로 성별과 교급별 간 이용률에 있어 차이를 보이지 않았다. 소셜미디어 이용률은 77.2%이고, 온라인/모바일 게임 이용률은 77.9%로 나타났다. 소셜미디어는 여성들이 남성들보다 즐겨하는 미디어 활동(이용률: 남 69.9%, 여 85.1%)인 반면, 게임은 남성 중심 미디어 활동(이용률: 남 92.1%, 여 61.6%)으로 나타났다.

스마트폰 소지 비율이 경제력, 지역규모, 학급성적, 부모중재 수준 등에 영향을 받지 않는 것으로 조사돼, 스마트폰이 10대 청소년의 필수품으로 자리 잡은 것으로 나타났다. 중학생들의 경우 학년이 오르면서 스마트폰 이용 시간도 급증하는 것으로 나타났다. 중학교 1학년생의 하루 평균 4시간 이상 스마트폰 이용률이 30.3%였으나 중학교 2학년생은 41.5%로 꺾음 뛰었다. 중학교 3학년생의 하루 평균 4시간 이상 이용자 비율은 44.5%로 소폭 증가하였다. 고등학교 1학년생은

41.7%로 중학교 2학년생과 비슷한 비율로 조사되었다. 고2와 고3 학생의 4시간 이상 스마트폰 이용률은 45% 이내로 조사되었다. 미디어 활동이 최고로 활발해지는 시기인 중학교 2학년 시기 이전인 중학교 1학년부터 청소년의 미디어 리터러시 함양과 미디어 오남용을 방지할 수 있는 교육과 정책이 집중 투입되어야 함을 시사하는 결과로 해석할 수 있다. 학교밖청소년 고연령층의 경우 절반 가량인 47.6%가 하루 평균 5시간 이상 스마트폰을 이용한다고 응답하였으며, 3시간 이상 이용하는 비율은 전체 응답자의 82.7%에 달했다. 학교밖청소년의 스마트폰 과의존에 따른 부작용에 대한 대응방안이 필요함을 시사하는 대목이다. 휴대전화는 나에게 없어서는 안되는 소중한 물건이다에 대한 10대 청소년의 응답률은 53.4%를 차지하였다. 남성보다 여성이, 중학생보다 고등학생이 스마트폰 집착정도가 더 큰 것으로 나타났다. 학업성적이 좋고 부모중재가 적절한 그룹에서 청소년 스마트폰 집착 정도가 상대적으로 낮은 것으로 조사되었다.

유튜브 이용은 성별, 교급별, 학년별, 성적수준, 경제수준, 부모중재 수준, 지역 규모 수준 사이에 차이가 없어 10대 청소년이 가장 좋아하는 미디어 활동으로 조사되었다. 유튜브를 비학습용으로 하루 평균 2시간 이용한다는 비율의 경우 중학생이 주중 36.1% 주말 48.8%, 고등학생이 주중 37.6% 주말 54.1%로 나타나 타 미디어 활동과 견주어 유튜브 이용에 최다 시간을 할애하고 있었다. 유튜브 시청 방식으로는 알고리즘에 따른 추천동영상 시청 위주로 한다는 비율이 59.9%로 가장 높았다. 조사 결과에 따르면, 구독자 수, 알고리즘, 검색창, 구독채널 네 가지 시청방식 중 유튜브 집착 경향성에 가장 많은 영향력을 행사하는 시청 행태가 알고리즘 방식의 추천 동영상 위주 시청 방식으로 나타났다. 남녀 모두 유튜브 이용보다 가족여행 및 친구교제 선호 비율이 매우 높은 반면, 텔레비전전보다 유튜브 시청 선호율이 매우 높았다. 남학생은 유튜브 이용보다 게임을 선호했으나, 여학생은 게임보다 유튜브를 선호하였다. 유튜브의 집착 경향성에 있어 가장 심각한 상황인 이용 중단에 따른 초조/불안 증세에 있어서 학교밖청소년이 중고등

학생보다 다소 높은 것으로 조사되었는데, 이는 학교밖청소년의 미디어 오남용 문제에 대한 보다 적극적인 정책의 필요성을 시사하는 것이다. 학급성적이 좋을수록 그리고 부모중재 수준이 적절할수록 청소년의 유튜브 집착 경향성은 낮아지는 것으로 조사되었다. 2020년도 초등학생 대상 조사와 마찬가지로 부모의 역할의 중요성을 시사하는 대목이다.

여학생(85.1%)이 남학생(69.9%)보다 소셜미디어 이용 비율이 높게 나타났다. 소셜미디어 아이디 수와 팔로워/친구 수, 이용 시간에 있어 남학생보다 여학생이 월등히 더 많았다. 남학생은 페이스북, 인스타그램, 틱톡 위주로, 여학생은 인스타그램, 페이스북, 틱톡, 트위터 위주로 이용하고 있었다. 교급별로 살펴보면, 중학생은 페이스북, 인스타그램, 틱톡 위주로, 고등학생은 인스타그램, 페이스북, 틱톡, 트위터 위주로 이용하는 것으로 나타났다. 10대 청소년이 인식하는 소셜미디어 최대 혜택은 ‘타인과의 소통과 교류’인 반면, 사회참여나 사회활동은 비교적 활발하지 않은 것으로 나타났다. 사회문제에 대한 의견 남기기, 온라인 서명운동, 기부나 기부 관련 캠페인 동참 등의 각 활동에 있어 네 명 중 한 명꼴 미만으로 관련 경험이 있다고 응답하였다. 소셜미디어의 순기능을 활용한 사회참여 활동이 보다 적극적으로 이루어질 수 있는 정책방안과 프로그램 마련이 필요하다.

게임 이용률은 남성이(92.1%) 여성(61.6%)보다, 중학생(80.3%)이 고등학생(75.4%)보다, 학급성적이 낮을수록 높은 것으로 조사되었다. 주중과 주말 하루 평균 게임 이용 시간 비율은 남학생이 각각 20.2%, 38.0%로 여학생의 6.5%, 11.4%보다 월등히 높았다. 살면서 게임 이용 경험이 전무한 비율의 경우 중학생과 고등학생이 각각 3.3%, 3.4%로 조사되었다. 초등학교 시기에 게임을 최초로 이용한 비율은 중학생이 79.5%로 고등학생의 72.0%보다 높았는데, 게임 이용의 저연령화 현상에 기인한 것으로 해석될 수 있다. 게임 이용 중 폭력적 장면에 쉽게 노출된다고 응답한 비율은 30.5%로 나타났다. 최초 게임 이용 시기가 청소년의 폭력성향에 정적 영향을 미친다는 선행 연구(예: 배상률, 문수정, 2018)를 고려하

면 이 같은 게임의 저연령화 현상에 대한 대응방안으로 적정 연령 등급 게임의 이용을 위한 게임 리터러시 교육과 규제 정책이 함께 이루어질 필요가 있다. 학습 성적이 좋을수록 게임이 스트레스 해소나 자신의 여가생활에 긍정적으로 기여한다고 응답한 비율이 높다는 본 조사결과는 게임이 적절하게 이용될 경우 게임이 가진 순기능에 따른 긍정적 효과를 제공해줄 수 있음을 시사하는 것이다. 공부하는데 지장이 있는데도 불구하고 온라인 게임을 계속하게 된다는 비율은 남학생(23.6%)이 여학생(12.7%)보다 높게 나타났다. 마찬가지로, 게임을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안해진다는 비율도 남학생이 6.9%로 여학생의 2.2%에 비해 세 배가량 높았다.

전체 응답자의 94.2%가 온라인 공간에서 자신의 개인정보가 유출된 경험이 있다고 답했다. 온라인 공간에서 낯선 이성으로부터 만나자는 제안을 받은 경험률도 92.5%로 높게 나타났다. 온라인 공간에서 사이버폭력(따돌림, 욕설)이 매우 빈번히 발생하는 것으로 조사되었다. 실제로 만나본 적 없으나 온라인 공간에서만 친하게 지내는 친구가 10명 이상이라고 응답한 비율은 중학생이 21.6%, 고등학생이 13.8%로 나타나, 정책의 선택과 집중을 고려한다면, 중학생 연령대의 미디어 인터넷 활동에 대한 교육과 지도가 적절히 이루어지는 것이 보다 필요할 것이다.

10대 청소년들의 시사뉴스 관심도는 5점 만점에 2.9점으로 낮은 수준에 머물렀으며, 시사뉴스 취득 핵심 채널은 유튜브로 조사되었다. 시사뉴스 고관심 집단은 포털, TV 등의 이용 비율이 높게 나타났으나, 시사뉴스 비관심 집단은 부모, 친구, SNS 등의 이용 비율이 상대적으로 높았다. 레거시 미디어처럼 뉴스의 게이트키퍼 과정이 작동되지 않는 유튜브, SNS, 주변 인물에 의존한 뉴스 및 시사정보의 취득이 10대 청소년 사회에서 보편화된다면 이는 자칫 편향된 정보 취득으로 정치·사회적 이슈에 균형 잡힌 시각을 갖는데 부정적으로 작용할 수 있어 주의가 필요하다.

중고등학생 모두 미디어 리터러시 교육을 받은 경험이 매우 낮은 현실에서,

특히 고등학생의 미디어 리터러시 교육 경험률이 상대적으로 더 낮은 것으로 나타났다. 미디어 콘텐츠의 비판적 분석 및 평가 역량을 함양해야 할 고등학생 시기에 관련 교육을 받았다는 응답률이 절반에 못 미친다는 사실은 학교 미디어 리터러시 교육 정책의 개선이 필요함을 시사하는 것이다. 중고등학생 모두 자신에게 가장 필요한 미디어 리터러시 교육으로 네티켓 교육, 개인정보보호 교육 등을 우선순위로 꼽은 반면, 미디어 콘텐츠의 비판적 분석 태도 및 평가 역량을 키우는 교육이 후순위로 밀렸는데 이는 학교현장의 미디어교육 재개념화가 필요하다는 사실을 반증하는 것이다. 미디어 기업과 미디어 콘텐츠가 가치중립적이지 않은 존재와 대상물이라는 것과 상당수 미디어 콘텐츠가 기득권의 시각에서 특정 이슈와 상황을 재현하고 있으며, 사실 전달을 목적으로 하는 뉴스 미디어도 사회적 편견과 스테레오타입을 강화하는 도구로 사용될 수 있음을 깨달아야 한다. 그러나 본 조사결과에 따르면, 10대 청소년들은 이 같은 역량이 부족한 것으로 나타났다. 미디어 리터러시 교육의 보다 체계적이고 적극적인 시행의 필요성을 방증하는 것으로 해석할 수 있다.

청소년이 소속된 가정의 경제수준에 따라 정보통신 기술의 접근성에 차이가 나타났다. 노트북, 태블릿 PC, 데스크탑 PC 모두 경제수준이 높을수록 보유율이 높게 나타났는데, 특히, 태블릿 PC를 보유하고 있다는 응답률에 있어서 경제수준 하위권의 청소년 45.8%가 보유하지 않고 있다고 응답한 반면 상위권은 28.1%만이 보유하지 않는 것으로 조사되었다. 원격 수업 등 온택트 시대를 맞아 디지털 격차 발생에 따른 불이익을 청소년들이 받지 않도록 지원 정책이 필요하다.

○ — 제Ⅳ장 미디어패널조사 분석

- 1. 조사개요
- 2. 조사결과
- 3. 요약 및 시사점

- 정보통신정책연구원의 미디어패널조사(2020년 조사 등)의 원자료를 활용하여, 10대 청소년들의 최근 미디어 이용행태 및 이와 관련된 변인들 간 관계를 분석함
- 2016~20년 동안 청소년들의 미디어 이용행태 추이를 살펴본 결과, 최근의 주목할 만한 경향으로 동영상 콘텐츠의 소비 증가, OTT 서비스의 인기 급증, 스마트폰의 이용 보편화가 관찰되었음
- 학습 욕구와 관련이 깊은 인지적 욕구(need for cognition)와 미디어 관련 이용시간 간 상관관계 및 편상관관계를 분석한 결과, 스마트폰 이용시간, UCC/개인방송 시청시간, OTT 서비스 이용빈도·시간이 인지적 욕구와 통계적으로 유의한 부정적 관계에 있음이 관찰되었음
- 청소년들의 비판적 미디어 이해능력(4개 하위 차원)을 다른 연령대 응답자들의 그것과 비교한 결과, 청소년들의 이해능력은 비교적 양호한 것으로 평가되었으나, 일부 차원(미디어 산업·규제 관련 배경지식)에서는 청소년들의 비판적 미디어 이해능력이 여타 차원에 비해 미흡한 것으로 나타남
- 청소년들의 비판적 미디어 이해능력과 미디어 이용 관련 변인들 간 관계를 분석한 결과(다중 회귀분석), PC/노트북/넷북과 스마트폰은 공히 비판적 미디어 이해능력의 함양에 필요한 정보를 제공하는데 기여하지만 스마트폰의 기여도는 상대적으로 낮게 나타났으며, 게임 이용시간 및 UCC/개인방송 시청시간은 일부 차원에서 비판적 미디어 이해능력과 부정적 관계를 보였음

4) 이 장은 정보통신정책연구원 김남두 연구위원이 작성하였음.

1. 조사개요

1) 자료 수집

본 연구는 정보통신정책연구원의 2016년~2020년 한국 미디어패널 조사의 원 자료를 활용하여 분석을 실시하였다. 미디어패널 조사는 (1) 가구 서베이(가구 단위), (2) 개인 서베이(가구원 대상 개인 단위), (3) 미디어 다이어리 작성(가구원 대상 개인 단위)로 구성되며, 각 하위 조사에 대해 원 자료를 제공한다(한국미디어패널조사연구팀, 2020). 이 중 개인 서베이와 미디어 다이어리의 원 자료가 사용되었으며, 분석을 위해 두 자료를 결합하였다(merging).⁵⁾ 조사대상은 만 6세 이상 가구원부터 포함되지만, 본 연구의 목적상 청소년에 해당하는 만 13세~만 18세 응답자들을 분석대상으로 삼았다.⁶⁾

본 연구는 크게 세 가지의 주제를 다룬다. 첫 번째 주제는 2016년~20년 동안 청소년들의 미디어 기기·콘텐츠 이용행태의 추이이다. 이를 위해, 해당 연도별 만 13~18세 청소년들의 응답자료(연도별 개인 서베이 및 미디어 다이어리를 결합한 자료)가 사용되었다. 두 번째 주제는 청소년들의 인지적 욕구와 미디어 이용 관련 변인들 간 관계, 세 번째 주제는 청소년의 비판적 미디어 이해능력의 수준 및 다른 변인들과의 관계이며, 이를 위하여 인지적 욕구 및 비판적 미디어 이해능력의 측정항목들이 포함된 2020년 미디어패널 조사의 자료가 사용되었다.

5) 단, 통제변인 중 하나인 '월 평균 가구소득'의 측정치는 가구 서베이 원 자료에 포함되어 있어, 실제로는 가구 서베이, 개인 서베이, 미디어 다이어리의 원자료를 모두 개인 단위로 결합해 분석에 사용하였다.

6) 단, 청소년들의 '비판적 미디어 이해능력' 관련 변인들의 측정치를 다른 연령대 응답자들의 그것과 비교하는 분석의 경우에는 만 13세 이상 모든 응답자들의 자료가 사용되었다.

2) 변인들의 측정방법 소개

본 연구에서 전술한 세 가지 주제 중 두 번째와 세 번째의 주제는 변인 간 관계의 분석(상관관계·편상관관계 분석, 회귀분석 등)의 수행결과를 토대로 서술된다. 이러한 분석에 사용된 변인들에 대해 측정방법을 소개한다.

(1) 미디어 다이어리 기록자료에 토대를 둔 이용시간 변인들

미디어 다이어리 작성에 참여한 응답자들은 3일 동안 매 15분 간격으로 자신이 어떤 미디어 기기를 이용하여 어떤 미디어 관련 이용행위를 하였는지 기입하였다. 따라서 미디어 다이어리 원자료는 복합적인 코딩 체계를 기반으로 응답자들이 어느 시간대에 어떤 기기를 통해 무슨 행위를 했는지에 대한 정보를 제공한다. 본 연구에서는 미디어 다이어리 원 자료를 토대로 ① 미디어 기기 유형별 1일 평균 이용시간, ② 동영상 유형별 1일 평균 시청시간, 그리고 ③ 그 밖의 인터넷 활동별 이용시간 및 게임의 1일 평균 이용시간을 계산하여 미디어 기기 이용 변인들의 값으로 사용하였다.

첫째, 미디어 기기 유형으로 스마트폰, PC/노트북/넷북, 그리고 가정용 TV 수상기를 선정하여 미디어 기기별 1일 평균 이용시간을 해당 기기 이용 변인들로 사용하였다. 참고로, PC/노트북/넷북의 1일 평균 이용시간은 각 하위 기기별 1일 평균 이용시간을 합산하였다.

둘째, 동영상 유형으로 TV 프로그램(실시간·비실시간 시청 포함), 영화/전문 동영상, UCC/개인방송(실시간·비실시간 시청 포함), 학습동영상(‘20년 신설된 동영상 유형)을 선정하여 해당 동영상 유형의 1일 평균 시청시간을 계산하여 동영상 시청 변인들의 값으로 사용하였다. 참고로, TV 프로그램 시청시간은 미디어 다이어리 원자료에서 지상파 방송프로그램, 종합편성 방송프로그램, 비

지상파 방송프로그램, 데이터 방송프로그램의 실시간·비실시간 시청시간을 합산하여 계산하였다.

셋째, 그 밖의 미디어 이용 유형으로 채팅/메신저, SNS/소셜미디어, 정보콘텐츠 검색(이상 인터넷 활동)과 게임을 선정하여 해당 유형의 1일 평균 시청시간을 계산하여 인터넷/게임 이용 변인들의 값으로 사용하였다.

(2) 개인 서베이 자료에 토대를 둔 연구 변인들

첫째, 2019년 미디어 패널조사부터 개인 서베이 설문에는 OTT 서비스 이용빈도와 OTT 서비스 1회 이용 시 평균 이용시간에 대한 문항이 포함되었다. 이를 고려하여 OTT 서비스 이용빈도·시간(‘20년 조사 자료)을 추가적인 미디어 이용 관련 변인들로 사용하였다. OTT 서비스 이용빈도는 8단계 리커트 척도(최소 빈도는 ‘분기/연간 1회,’ 최다 빈도는 ‘하루에도 여러번’)를 사용해 측정되었다. OTT 서비스 1회 이용 시 평균 이용시간은 응답자들이 직접 기입하였으며, 이를 분단위로 환산하였다.

둘째, 2020년 미디어 패널 조사의 개인 서베이 설문에는 인지적 욕구의 측정항목들이 포함되었다. 인지적 욕구란 인지적 노력이 요구되는 활동에 참여하면서 이를 즐기는 경향성(Caccioppo et al., 1986)으로 정의되며, 지적인 노력이 필요한 주제에 대해 학습 동기를 부여하는 인지심리적 조건이라 할 수 있다. 미디어 패널 조사에서는 김완석(2007)이 제안한 인지적 욕구 측정척도를 사용하였다. 해당 척도는 15개 측정항목들, 가령 “나는 토론하기를 좋아한다,” “나는 보통 다른 사람들이 까다롭다고 생각하는 문제에 대해 생각하지 않는다(역방향)”로 구성되었다.

셋째, 2020년 미디어 패널 조사의 개인 서베이 설문에는 다수의 비판적 미디어 이해능력(critical media literacy) 측정항목들이 사용되었다. 비판적 미디어 이

해능력에 대한 조작적 정의가 다양할 수 있음을 고려하여, 미디어 패널 조사에서는 여러 하위 차원들을 상정하고 다수의 측정항목들을 사용하였다. 본 연구에서는 4개 차원의 측정항목들을 사용하며, 이들 차원은 측정항목들의 내용을 고려할 때 ‘미디어 콘텐츠 구분,’ ‘인터넷 정보 판별,’ ‘미디어 이미지 판단,’ ‘미디어 산업·규제 관련 배경지식 보유’ 차원으로 명명할 수 있다.

부연하면, 미디어 콘텐츠 구분 차원의 경우 6개 측정항목들이 사용되었다(“나는 뉴스와 콘텐츠를 구분할 수 있다” 등). 인터넷 정보 판별 차원의 경우, 10개 측정항목들이 사용되었다(가령, “내가 접한 정보가 사실인지 아닌지 살펴본다” 등). 미디어 이미지 판단 차원의 경우, 6개 측정항목들이 사용되었다(가령, “나는 미디어가 보여주는 여성 이미지에 문제가 있다고 생각한다” 등). 마지막으로 미디어 산업·규제 관련 배경지식 보유 차원의 경우, 9개 측정항목들이 사용되었다(가령, “방송과 같이 사회적 영향력이 큰 미디어 기업에 규제가 필요하다는 것을 알고 있다” 등). 각 측정항목(진술문)에 대한 응답자의 동의 정도를 5단계 리커트 척도(1점: “별로 그렇지 않다,” 5점: “매우 그렇다”)로 측정하였다.

넷째, 인구통계학적 변인들로 성별(더미 변인, 여성=1), 연령(원 수치), 월 평균 가구소득(50만원 간격, 1점: “50만원 미만,” 22점(1,000만원 이상)이 사용되었다. 참고로, 월 평균 가구소득은 가구 서베이 자료로부터 추출하였다.

2. 조사결과

1) 청소년 미디어 이용행태의 최근 추이

(1) 스마트폰 이용 증가 등 주요 미디어 기기의 이용 추이

청소년들의 스마트폰 보급률은 꾸준히 상승하여 2020년에는 사실상 100% 수준에 이른 것으로 조사되었다. 미디어패널 조사에 응답자 중 만 13세~18세에 해당하는 응답자들의 스마트폰 보유율은 2016년에 이미 90.4%에 달했으며, 2020년에는 99.6%로까지 증가했다(〈표 IV-1〉 참조)

표 IV-1 스마트폰 보유률 추이(2016-2020년)

(단위: %)

구분	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
보유비율	90.4	93.0	95.2	99.1	99.6
N	720	676	667	771	695

주) 스마트폰에는 스마트워치, 키즈폰 포함

청소년들이 자주 이용하는 기기로 스마트폰, PC/노트북/넷북, 가정용 TV 수상기를 선정하여, 2016년~20년 미디어 패널조사의 다이어리 자료를 토대로 각 기기 유형의 1일 평균 이용시간(다이어리에 기록된 3일치 이용시간의 평균)을 산출하였다. PC/노트북/넷북의 이용시간은 각 기기별 이용시간을 합산하여 계산하였다(〈표 IV-2〉 참조).

표 IV-2 주요 기기별 1일 평균 이용시간의 추이(2016-2020년)

(단위: 분)

	2016	2017	2018	2019	2020	'16-'19 CAGR	'19-'20 변화율
스마트폰	99.56 (88.70)	115.69 (92.86)	132.92 (90.18)	142.26 (107.65)	164.25 (105.20)	12.6%	15.5%
PC/노트북	38.19 (65.15)	39.89 (65.55)	44.94 (70.09)	40.53 (62.37)	108.48 (125.60)	2.0%	167.7 %
가정용 TV	86.56 (89.54)	79.11 (84.54)	95.88 (96.65)	73.88 (85.82)	77.30 (86.76)	-5.1%	4.6%
N	720	676	667	771	703		

주) 괄호 안 수치는 표준편차. CAGR은 연평균 성장률(compound annual growth rate)

그 결과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 스마트폰의 1일 평균 이용시간은 2016~20년 동안 꾸준한 증가세를 유지하였다('16년 99.56분 → '20년 164.25분). '16년~'19년 동안(3개년)에는 연평균 12.6%의 증가율을, 그리고 '19~'20년 동안에는 15.5%의 증가율을 보였다.

둘째, PC/노트북/넷북의 1일 평균 이용시간은 '16년~'19년 동안 미약하게 증가하다가(연평균 2.0% 증가), 2020년(108.48분)에는 전년도(40.53분)보다 큰 폭으로 급증하였다(전년 대비 167.7%). 이는 코로나 19 사태의 지속으로 인하여 휴교 조치가 내려지고 비대면 온라인 화상 수업이 도입되는 등 돌발 변수가 발생하였기 때문인 것으로 생각된다.

셋째, 가정용 TV 수상기의 1일 평균 이용시간은 '16년~'19년 동안에는 점진적으로 감소하다가(연평균 5.1% 감소) '20년 이용시간은 전년도 이용시간보다 다소 증가하였다. 이는 그간 실시간 TV 방송 시청의 하락이 진행되어 왔으나 작년의 경우 코로나 19 사태의 여파로 실내 가정에 머무르는 시간이 증가하는 변화가

발생했기 때문인 것으로 풀이할 수 있다.

(2) 동영상 콘텐츠의 소비 증가

최근의 청소년 미디어 이용행태 추이에서 주목할 만한 특징 중 하나는 스마트기기 등을 이용한 다양한 종류의 동영상 콘텐츠(TV 프로그램, 영화, 인터넷 개인방송 등)의 소비 증가이다.

2016년~2020년 동안 청소년들이 스마트 기기에서 가장 자주 이용하는 어플리케이션(이하 앱) 유형이 무엇인지 조사한 자료를 살펴보면(매년 1순위 이용 기준 응답점유율, <표 IV-3> 참조), 방송/동영상 앱의 선호 증가를 관찰할 수 있다. 이 기간 동안 가장 자주 이용한 스마트 앱 1~3위는 계속하여 인스턴트 메신저, 게임, 책/만화(웹툰 포함)가 차지하였으나, '18년 조사에서 방송/동영상 앱이 가장 자주 이용하는 앱 5위에 진입하였고 '20년 조사에서는 4위로 상승하였다.

표 IV-3 스마트 기기에서 가장 자주 이용하는 애플리케이션(2016-2020년)

(단위: %)

순위	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년
1위	인스턴트 메신저(27.6)	인스턴트 메신저(25.7)	인스턴트 메신저(25.2)	인스턴트 메신저(34.6)	인스턴트 메신저(28.0)
2위	게임(19.3)	게임(19.1)	게임(18.3)	게임(17.5)	게임(19.5)
3위	책/만화(13.6)	책/만화(14.0)	책/만화(16.1)	책/만화(11.7)	책/만화(12.8)
4위	소셜네트워킹(10.9)	소셜네트워킹(11.7)	소셜네트워킹(11.4)	소셜네트워킹(8.7)	방송/동영상(12.0)
5위	음악(8.3)	포털 애플리케이션(8.8)	방송/동영상(7.4)	방송/동영상(8.2)	소셜네트워킹(7.8)
N	653	634	638	716	694

주) 괄호 안 수치는 응답점유율

이러한 점을 고려하여, 연구자는 2016년~20년의 미디어 다이어리 자료를 이용하여 연도별 각 동영상 유형의 1일 평균 시청시간을 계산하였다. 동영상 유형은 TV 프로그램, 영화/전문동영상, UCC/개인방송, 학습동영상(20년 조사에서 항목 신설)으로 구분하였다.⁷⁾ 이 중 TV 프로그램과 UCC/개인방송은 실시간 시청시간과 비실시간(또는 VOD) 시청시간을 합산하였다. 추가로, 전술한 구분과는 별개로 실시간 동영상 시청(TV 프로그램과 UCC/개인방송의 실시간 시청)과 비실시간 동영상 시청(TV 프로그램, UCC/개인방송의 비실시간 시청 및 기타 동영상 유형의 시청)을 구분하여, 각 범주의 1일 평균 시청시간을 계산하였다. 이를 토대로, 동영상 유형별 1일 평균 시청시간의 추이 자료를 산출하였다(〈표 IV-4〉 참조).

7) TV 프로그램 시청시간의 경우, 미디어 다이어리 원 자료 기준으로 지상파 방송채널 프로그램, 종합편성 방송채널 프로그램, 비지상파 방송채널(대부분의 케이블 전문편성 방송채널) 프로그램, 데이터 방송채널 프로그램의 실시간/비실시간 시청시간을 합산하였다.

표 IV-4 동영상 유형별 1일 평균 시청시간의 추이(2016-2020년)

(단위: 분)

	2016	2017	2018	2019	2020	'16-'19 CAGR	'19-'20 변화율
TV 프로그램	87.38 (89.34)	79.23 (84.52)	95.68 (96.220)	73.72 (84.87)	77.18 (85.20)	-5.5%	4.7%
영화/전문 동영상	12.36 (35.97)	15.78 (45.99)	22.49 (50.86)	23.33 (54.35)	13.56 (40.21)	23.6%	-41.9%
UCC/ 개인방송	1.19 (10.19)	3.97 (23.79)	5.40 (23.33)	11.78 (31.54)	19.45 (37.31)	114.7%	65.1%
학습 동영상	-	-	-	-	73.17 (107.28)	-	
총계	100.92 (93.69)	98.99 (91.54)	123.58 (106.12)	108.83 (96.69)	183.50 (135.29)	2.5%	68.6%
실시간 시청	84.34 (88.91)	76.04 (83.38)	93.67 (95.43)	75.89 (85.35)	78.05 (83.33)	-3.5%	2.8%
비실시간 시청	16.58 (41.94)	22.95 (53.84)	29.90 (58.33)	32.93 (60.47)	112.39 (123.00)	25.7%	241.3%
N	720	676	667	720	703		

주) 괄호 안 수치는 표준편차. CAGR은 연평균 성장률. 학습 동영상은 '20년 조사에서 신설된 항목.

산출 결과를 살펴보면 다음과 같다.

첫째, 전체 동영상의 1일 평균 시청시간 추이를 살펴보면(〈표 IV-4〉의 '총계' 열 참조), '16년~'19년 동안에는 1일 평균 시청시간이 완만하게 증가하다가(연평균 2.5% 증가), '20년 초 코로나 사태의 발생을 계기로 큰 폭으로 증가했음을 알 수 있다('19년 108.83분 → '20년 183.50분, 전년 대비 68.6% 증가).

둘째, 최근 전체 동영상 시청시간의 증가에는 '20년 조사에서 신설된 학습 동영상의 시청시간(73.17분)이 상당 비율을 차지한다. 참고로, 학습 동영상은 그 이전의 조사에서는 영화/전문동영상의 일부로 취급되었으며, 이로 인해 '20년의 영화/

전문동영상 시청시간은 전년보다 감소하였다. 이는 비대면 온라인 수업의 도입 등으로 인해 학습 동영상의 이용이 전반적으로 크게 증가한 현상을 반영한다.

셋째, 여러 동영상 유형 중에서 UCC/개인방송이 가장 빠르게 시청시간이 증가하는 중이다. 분석기간의 첫해인 2016년에 UCC/개인방송의 1일 평균 시청시간은 1.19분에 불과했으나, '19년에는 11.78분으로 10배 이상 증가하였고 '20년에는 19.45분에 이르러 전년 대비 65.1% 증가하였다.

넷째, TV 프로그램은 '20년 조사에서(77.18분) 여러 동영상 유형 중에서 여전히 가장 높은 1일 평균 시청시간을 기록하고 있으나, TV 프로그램과 다른 동영상 유형 간 시청시간의 격차는 좁혀지고 있다. '16년에는 전체 동영상 시청시간 중 TV 프로그램 시청시간의 비중이 86.6%에 달했으나, '20년에는 42.1%(학습 동영상을 제외할 경우 70.0%)로까지 감소하였다.

다섯째, 실시간 동영상 1일 평균 시청시간과 비실시간 동영상 1일 평균 시청시간의 추이를 비교하면, 실시간 시청시간에 비해 비실시간 시청시간이 급속히 증가하고 있음을 알 수 있다. 실시간 동영상 시청시간의 경우 분석 기간 동안 변화량이 그리 크지 않았던 것과 달리, 비실시간 동영상 시청시간은 '16~'19년 동안에는 연평균 25.7%, '19~'20년 중에는 2.5배에 가까운 증가율을 보였다.

(3) OTT 서비스의 이용 증가

앞서 언급한 청소년들의 방송/동영상 앱에 대한 선호 증가는 OTT (Over-the-Top) 서비스의 이용 증가를 반영하는 지표 중 하나라고 할 수 있다. OTT 서비스에는 유튜브, 아프리카TV 등 무료 중심 서비스와 넷플릭스, 웨이브, 티빙 등 유료 중심 서비스가 모두 포함된다.⁸⁾ OTT 서비스 시장의 성장을 반영하

8) 유튜브와 아프리카TV가 UCC 및 인터넷 개인방송 영상콘텐츠를 제공한다면, 넷플릭스나 웨이브는 TV 프로그램, 해외 시리즈물, 국내의 영화 등 전문 동영상을 주로 제공한다.

여, 정보통신정책연구원(2019)은 2019년부터 미디어 패널 조사 중 개인 서베이를 통해 OTT 서비스 이용경험률, 이용빈도, 이용시간 등을 조사하고 있다. 해당 조사결과를 이용하여, 이하에서는 2019년·20년의 OTT 서비스 이용 추이를 소개한다.

먼저, 청소년들의 최근 3개월 OTT 서비스 이용경험 비율은 '19년 조사의 경우 51.2%(771명 중 395명)에서 '20년 조사의 경우 90.0%(703명 중 633명)로 급증하였다(증가율 75.8%).

다음으로, OTT 서비스 이용경험이 있는 청소년들을 대상으로 이용빈도를 조사한 결과(〈표 IV-5〉 참조), 응답 보기 중 최다 빈도('하루에도 여러 번')를 선택한 응답자의 비율이 '19년에 31.6%를 기록하였고 '20년에는 47.1%에 달하였다. 참고로, 상위 빈도의 응답 보기인 '1주일에 5~6회,' '하루 1번(매일)' 및 '하루에도 여러 번'을 합산한 응답점유율은 '19년에 52.6%였으며 '20년에는 73.3%나 되었다.

표 IV-5 OTT 서비스 이용빈도(2019년, 2020년)

(단위: %)

이용빈도	2019년	2020년
1) 하루에도 여러 번	31.6	47.1
2) 하루 1번(매일)	13.4	15.5
3) 1주일에 5~6회	7.6	10.7
4) 1주일에 3~4회	15.9	9.0
5) 1주일에 1~2회	22.0	14.2
6) 월 1~3회	6.3	2.5
7) 월 1회	2.3	0.9
8) 분기/연간 1회	0.8	-
N	395	633

주) N은 최근 3개월 이내 OTT 서비스 이용경험자 수

또한, OTT 서비스 이용경험이 있는 청소년들을 대상으로 OTT 서비스의 1회 이용 시 평균 이용시간을 조사한 결과(자기응답식 설문)를 보면, '19년 조사에는 평균 49.8분(표준편차 49.86)이었으며, '20년에는 1시간을 넘는 평균 54.50분(표준편차 75.75)을 기록하였다(증가율 29.5%).

청소년들이 가장 자주 이용하는 OTT 서비스가 무엇인지 조사한 결과('20년 조사 기준, <표 IV-6> 참조), 무료 서비스인 유튜브라고 답한 응답자가 87.2%로 절대 다수를 차지하였고, 큰 격차를 두고 티빙이 2위, 넷플릭스가 3위를 기록하였다. 지상파 방송콘텐츠를 주로 제공하는 웨이브보다 tvN 및 JTBC의 방송콘텐츠가 핵심인 티빙을 응답한 청소년들이 더 많은 점은 젊은 세대의 취향을 시사하는 것으로 해석할 수 있다.

표 IV-6 가장 자주 이용하는 OTT 서비스(2020년)

(단위: %)

순위	서비스	응답점유율
1위	유튜브	87.2
2위	티빙	3.9
3위	넷플릭스	3.2
4위	웨이브	1.3
5위	카카오TV	1.1
N(최근 3개월 이내 OTT 서비스 이용경험자 수)		633

이러한 청소년들의 OTT 서비스 이용 증가는 앞서 소개한 스마트폰의 이용시간 증가 추세, 그리고 동영상 콘텐츠의 전반적 소비 증가 및 개인방송 영상콘텐츠에 대한 선호 강화와 궤를 같이 한다.

구체적으로, OTT 서비스 이용경험이 있는 청소년들을 대상으로 OTT 서비스 이용 시 가장 많이 사용하는 기기가 무엇인지 질문한 결과('20년 조사 기준, <표

IV-7) 참조), 스마트폰이 96.4%의 압도적인 응답점유율을 보였다. 또한, 이들을 대상으로 OTT 서비스에서 가장 자주 이용하는 콘텐츠 유형을 조사한 결과(〈표 IV-8〉 참조), 개인방송 영상콘텐츠라고 답한 응답자 비율이 55.3%로 과반을 넘어 TV 프로그램이라고 답한 비율(28.1%)을 훨씬 앞지른 것으로 나타났다.

표 IV-7 가장 많이 이용하는 OTT 서비스 이용 기기(2020년)

(단위: %)

기기 유형	응답점유율
스마트폰	96.4
태블릿 PC	1.1
데스크톱 컴퓨터	1.1
노트북 컴퓨터	1.1
TV 수상기	0.3
N(최근 3개월 이내 OTT 서비스 이용경험자 수)	633

표 IV-8 가장 자주 보는 OTT 서비스의 콘텐츠(2020년)

(단위: %)

콘텐츠 유형	응답점유율
개인방송 영상 콘텐츠	55.3
TV 방송 프로그램 (다시보기 포함)	28.1
OTT 사업자 자체 제작 프로그램(넷플릭스 오리지널 등)	4.6
영화	3.9
음악	3.6
실시간 TV	3.5
해외 TV 방송 프로그램	0.5
기타	0.5
N(최근 3개월 이내 OTT 서비스 이용경험자 수)	633

(4) 그 밖의 인터넷·게임 관련 이용 추이

동영상 소비 이외에 청소년들이 즐겨 하는 미디어 관련 활동 중 인터넷 이용과 게임 이용을 선정하여, 역시 미디어 다이어리 자료를 이용하여 각 활동의 1일 평균 이용시간을 계산하여 2016년~20년 추이를 살펴보았다. 인터넷 이용의 경우, 미디어 다이어리 자료에서 인터넷 활동 항목으로 채팅/메신저, SNS/소셜미디어, 정보콘텐츠 검색, 전자 상거래를 선정하였다(〈표 IV-9〉 참조).

표 IV-9 인터넷 활동 유형별 1일 평균 이용시간의 추이(2016-2020년)

(단위: 분)

콘텐츠 유형	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	'16-'19 CAGR	'19-'20 변화율
채팅/메신저	30.44 (46.28)	29.72 (37.48)	37.70 (46.78)	33.85 (38.20)	35.65 (40.88)	3.6%	5.3%
SNS/소셜 미디어	10.31 (32.84)	10.98 (31.46)	8.09 (26.05)	11.87 (36.03)	13.20 (33.73)	4.8%	11.2%
정보콘텐츠 검색	11.32 (25.01)	11.63 (25.37)	10.37 (23.23)	10.30 (20.85)	9.72 (18.26)	-3.1%	-5.6%
온라인 상거래	0.63 (8.02)	0.67 (7.31)	0.37 (2.96)	0.34 (3.66)	0.56 (3.98)	-18.6%	64.7%
계	52.70 (66.61)	52.99 (58.67)	56.52 (59.48)	56.36 (57.32)	58.91 (68.93)	2.3%	4.5%
N	720	676	667	720	703		

주) 괄호 안 수치는 표준편차. CAGR은 연평균 성장률.

인터넷 활동 유형 간에 1일 평균 이용시간을 비교하면, 채팅/메신저의 이용시간이 가장 많고(20년 기준 35.65분), 그 다음으로 SNS/소셜미디어의 이용시간이

많았다(13.20분). 변화의 추이로 보면, 전체 분석기간 동안 SNS/소셜 미디어 이용 시간의 증가가 가장 뚜렷하였고('16~'19년에 연평균 4.8%, '19~'20년에 11.2% 증가), 채팅/메신저 또한 꾸준한 증가세를 보였다.

반면, 정보 콘텐츠 검색의 이용시간은 분석기간 중 하락 추세를 보였다('16년 11.32분 → '20년 9.72분). 정보 콘텐츠가 통상 텍스트 중심의 콘텐츠를 감안하면 정보 콘텐츠 검색의 이용시간 감소 추세는 앞서 언급한 동영상 콘텐츠의 이용시간 증가 추세와 대비된다.

추가로, 청소년들이 즐겨 하는 미디어 활동으로 게임 이용시간의 추이를 살펴본 결과 역시 꾸준한 증가세를 보였다(<표 IV-10> 참조).

구체적으로, 청소년들의 1일 평균 게임 이용시간은 '16년 32.77분에서 '20년 56.71분으로까지 증가하였으며, '16년~'19년 동안 연평균 증가율(12.0%)보다 코로나 19 사태가 지속된 '20년의 전년 대비 증가율(23.1%)이 훨씬 높은 것으로 나타났다. 앞서 보고한 것처럼 스마트폰 이용시간이 꾸준히 상승 추세인 점, 스마트 기기의 앱 중 게임이 가장 자주 이용하는 앱 기준으로 3위를 차지해 온 점 등을 고려하면, 게임 이용시간의 증가는 가정 내 게임기보다는 스마트폰의 이용에 기인하는 바가 더 큰 것으로 추정할 수 있다.

표 IV-10 1일 평균 게임 이용시간의 추이(2016-2020년)

(단위: 분)

활동	2016년	2017년	2018년	2019년	2020년	'16-'19 CAGR	'19-'20 변화율
게임	32.77 (53.06)	35.21 (62.77)	45.92 (66.85)	46.07 (66.64)	56.71 (79.62)	12.0%	23.1%

주) 괄호 안 수치는 표준편차. CAGR은 연평균 성장률.

2) 청소년의 인지적 욕구와 미디어/콘텐츠 이용시간 간 관계

(1) 인지적 욕구 관련 3개 측정변인의 도출

지금까지 서술한 청소년들의 최근 미디어 이용행태(스마트폰 이용 증가, 동영상 콘텐츠 소비 증가 등)는 이들이 지닌 모종의 인지심리적 조건과 관련이 있는가? 2020년 미디어패널 조사 중 개인 서베이 설문지에는 인지 욕구 측정문항들이 포함되어 있다. 이에 착안하여, 연구자는 연구방법에서 서술한 것처럼 서베이 응답 자료와 미디어 다이어리 기록자료를 결합하여 청소년들의 인지적 욕구와 미디어 관련 이용시간 간에 통계적으로 유의한 상관관계가 있는지 여부를 분석하였다. 아울러 인구통계학적 변인들(성별, 연령, 월 평균 가구소득)을 통제한 조건에서 이들 변인 간에 통계적으로 유의한 편상관관계가 있는지 여부도 분석하였다. 참고로, 인지적 욕구 측정항목들(15개)의 기술통계치를 <표 IV-11>에 소개하였다.

표 IV-11 인지적 욕구의 기술통계치

측정항목	평균	표준편차
나는 토론하기를 좋아한다	2.22	.83
나는 보통 다른 사람들이 까다롭다고 생각하는 문제에 대해 생각하지 않는다(역방향)	2.77	.79
나는 복잡한 문제를 잘 해결한다	2.38	.80
나는 생소한 과제에 접하면 해결해야겠다는 생각보다 귀찮다는 생각이 먼저 든다(역방향)	2.70	.85
나는 어떤 문제에 대해 새로운 해결방법을 배울 때 즐겁다	2.48	.82
나는 복잡한 문제를 보면 왠지 그것을 분석해 보고 싶은 생각이 든다	2.39	.85
나는 잘 모르는 것에 대해서 더 알고 싶어 한다	2.51	.82

측정항목	평균	표준편차
나는 어렵고 시간이 많이 드는 문제도 가능한 한 끝까지 풀기위해 노력한다	2.47	.86
나는 많은 생각을 필요로 하는 일에 더욱 적극적이다	2.41	.82
나는 어떤 결과에 대해 왜 그렇게 됐는지 이해하려고 노력하기보다는 그냥 있는대로 받아들이는 편이다(역방향)	2.74	.82
나는 깊이 생각해야 하는 상황은 가급적 피하려고 한다(역방향)	2.83	.80
나는 내 사고능력에 도전하는 일이 좋다	2.41	.77
나는 다른 사람들로부터 논리적이라는 이야기를 듣는다	2.29	.81
나는 어려운 문제를 푸는 동안이 더 즐겁다	2.20	.84
나는 단순한 문제보다는 복잡한 문제를 더 좋아한다	2.18	.83

주. N = 703. 모든 측정치의 값은 최소 1, 최대 5

본 분석에 앞서, 인지적 욕구 측정항목들에 대해 요인분석을 실시한 결과 2개의 요인이 도출되었다. 1개 요인에는 긍정 서술문 형태의 측정항목들이 모두 높은 적재치를 보였고(0.6 이상) 다른 1개 요인에는 부정 서술문 형태의 측정항목들(역방향 코딩 실시)이 모두 높은 적재치를 보였으며 교차적재(cross-loading)는 관찰되지 않았다. 이를 고려하면 첫 번째 요인(요인 1)은 ‘적극적인 인지적 욕구’로, 두 번째 요인(요인 2)은 ‘소극적인 인지적 욕구’로 명명할 수 있다. 요인 1에 속한 측정항목들(11개)과 요인 2에 속한 측정항목들(4개)을 각각 합산해 양자 간 상관관계를 산출한 결과 상당히 낮은 수치(-.03)가 산출되었다. 이를 고려할 때, 연구자는 통상적인 관행을 따른 인지적 욕구의 단일 요인 모형(15개 항목 모두의 합산 평균)과 2개 요인 모형(11개 항목과 4개 항목 각각의 합산평균)이 모두 사용 가능하다고 보아 3개 변인들을 모두 분석에 사용하였다.

(2) 인지적 욕구와 미디어 기기별 이용시간 간 상관관계

먼저, 청소년 응답자들을 대상으로 1) 개인 서베이 자료를 토대로 산출한 인지적 욕구(3개 변인)의 측정치, 그리고 2) 미디어 다이어리 자료를 토대로 3개 미디어 기기(스마트폰, PC/노트북/넷북, 가정용 TV)에 대해 각각 계산한 1일 평균 이용 시간을 이용하여 양자 간 상관계수를 계산하고 통계적 유의성 여부를 검정하였다. 아울러 성별, 연령, 그리고 월 평균 가구소득을 통제한 조건에서 편상관계수도 계산하고 역시 통계적 유의성 여부를 검정하였다(〈표 IV-12〉 참조).⁹⁾

표 IV-12 미디어 기기 또는 OTT 서비스의 이용과 인지적 욕구 간 상관관계

미디어 기기 또는 OTT 서비스의 이용빈도/시간		인지적 욕구 (단일 요인 가정)	인지적 욕구(2개 요인 가정)	
			요인1	요인2
스마트폰 (이용시간)	상관	-.100**	-.132***	.074
	편상관	-.097	-.127***	.065
PC/노트북/넷북 (이용시간)	상관	.093*	.092*	.018
	편상관	.101**	.106**	.006
가정용TV (이용시간)	상관	-.047	-.001	-.138***
	편상관	-.033	.014	-.139***

주. N=690. 요인 1은 적극적인 인지적 욕구, 요인 2는 소극적인 인지적 욕구. 편상관 계수에서 통제변인은 성별, 연령, 월 평균 가구소득

분석 결과는 다음과 같다.

첫째, 스마트폰 1일 평균 이용시간은 인지적 욕구 중 2개 변인(단일 요인 가정시 단일 요인, 그리고 2개 요인 가정 시 요인 1)과 각각 통계적으로 유의한 부적

9) 통제변인들 중에서 월 평균 가구 소득은 가구 서베이 설문지 항목에 포함되어 있었으며, 개인 서베이 자료와 가구 서베이 자료를 결합하여 해당 변인의 값을 추출하였다.

상관관계를 보였다(각각 -.100, -.132). 인지적 욕구 2개 변인 중에서, 요인 1(즉, 적극적인 인지적 욕구)은 성별, 연령 및 월 평균 가구소득을 통제한 조건에서도 스마트폰 이용시간과 역시 통계적으로 매우 유의한 편상관관계(-.127)를 보였다.

둘째, PC/노트북/넷북 합산 1일 평균 이용시간은 인지적 욕구 중 2개 변인(단일 요인 및 요인 1)과 각각 통계적으로 유의한 정적 상관관계를 보였다(각각 .093, .092). 이들 정적 상관관계는 성별, 연령, 월 평균 가구소득을 통제한 조건에서도 역시 통계적으로 유의하였다(각각 .101, .106).

셋째, 가정용 TV 1일 평균 이용시간은 인지적 욕구 중 1개 변인(2개 요인 가정 시 요인 2, 즉 소극적인 인지적 욕구)과 통계적으로 매우 유의한 부적 상관관계(-.138) 및 편상관관계(-.139)를 보였다.

이처럼 스마트폰 이용시간은 인지적 욕구(특히 적극적인 인지적 욕구)와 부정적 관계를 보였고 반면 PC/노트북/넷북은 인지적 욕구와 긍정적 관계를 보인 것으로 나타났다.

다만, 이러한 상관·편상관관계 분석결과가 반드시 인과적 관점에서 특정 미디어 기기가 인지적 욕구를 증대 혹은 감소시키는 효과가 있음을 뜻하는 것은 아니다. 통상 미디어 분야 연구에서 인지적 욕구는 미디어 이용에 영향을 받는다기보다는 미디어 이용 정도나 미디어 효과에 영향을 주는 변인으로 간주된다. 그런 점에서 보면, 인지적 욕구가 높은 청소년은 상대적으로 PC/노트북 컴퓨터의 이용을 선호하는 경향이, 반면 인지적 욕구가 낮은 청소년은 스마트폰의 이용을 선호하는 경향이 있다는 해석이 더욱 합리적이다.¹⁰⁾

그럼에도 불구하고, 인지적 욕구와 스마트폰 이용 간 부정적 관계가 연쇄적으로 상호작용함에 따라 그 결과로 장기적 관점에서 스마트폰의 과다 이용이 인지적

10) PC나 노트북의 경우, 대형 스크린 기기에 해당하므로 텍스트 중심의 정보 콘텐츠 열람, 학업 관련 과제 수행, 학습 동영상 시청 등에 이용되는 경향이 소형 스크린 기기인 스마트폰에 비해 높을 것으로 추정할 수 있다. 반면, 스마트폰의 경우 지루함을 해소하거나 학업으로 인한 스트레스를 완화하기 위한 손쉬운 방법으로 사용되기에 적합한 기기일 것으로 추정할 수 있다.

욕구 또는 이와 관련된 학습동기의 만성적 저하를 유인할 가능성은 상정할 수 있다고 생각된다. 이런 점에서, 스마트폰을 보유한 청소년들이 이의 사용을 절제할 수 있는 통제 능력을 갖추는 것이 필요해 보인다.

(3) 인지적 욕구와 동영상 유형별 이용시간 간 상관관계

다음으로, 앞서와 마찬가지로의 방법으로 1) 청소년들의 인지적 욕구 변인들과 2) 이들의 동영상 유형별 1일 평균 이용시간 간에 각각 상관계수 및 편상관계수를 계산하고 통계적 유의성 여부를 검정하였다. 동영상 유형으로는 TV 프로그램(실시간·비실시간 합산), 영화/전문동영상, UCC/개인방송, 학습동영상이 사용되었다. 추가로, 개인 서베이 설문지 항목에 포함된 OTT 서비스 이용빈도 및 1회 이용시 평균 이용시간에 대해서도(공히 최근 3개월 이내 OTT 서비스 이용경험이 있는 청소년 대상으로 추정) 인지적 욕구 변인들과의 상관계수 및 편상관계수를 산출하고 통계적 유의성을 검정하였다. 분석 결과를 <표 IV-13>에 제시하였다.

표 IV-13 동영상 유형별 시청시간과 인지적 욕구 간 상관관계

동영상 유형별 시청시간		인지적 욕구 (단일요인 가정)	인지적 욕구(2개 요인 가정)	
			요인1	요인2
TV 프로그램 시청시간	상관	-.038	.007	-.134***
	편상관	-.024	.021	-.132***
영화/전문 동영상 시청시간	상관	.066	.047	.066
	편상관	.066	.047	.065
UCC/개인방송 시청시간	상관	-.111**	-.140***	.063
	편상관	-.105**	-.129***	.048
학습 동영상 시청시간	상관	.060	.044	.055
	편상관	.068	.061	.033

동영상 유형별 시청시간		인지적 욕구 (단일요인 가정)	인지적 욕구(2개 요인 가정)	
			요인1	요인2
OTT 서비스 (이용 빈도)	상관	-.112**	-.146***	.077
	편상관	-.113**	-.143***	.064
OTT 서비스 (1회 이용시간)	상관	-.146***	-.179***	.066
	편상관	-.142***	-.170***	.049

주) N=690(단, OTT 서비스 이용빈도 또는 1회 평균 이용시간과 인지적 욕구 간 상관/편상관 계수의 N=623. 편상관 계수에서 통제변인은 성별, 연령, 월 평균 가구소득.

** : $p < .01$; *** : $p < .001$

분석 결과는 다음과 같다.

첫째, TV 프로그램의 1일 평균 시청시간은 인지적 욕구 중 1개 변인(요인 2)과 통계적으로 매우 유의한 부적 상관관계(-.134)를 보였다. 성별, 연령, 월 평균 가구소득을 통제한 조건에서의 편상관관계 또한 동일한 패턴을 보였다(-.132).

둘째, UCC/개인방송 1일 평균 시청시간은 인지적 욕구 중 2개 변인(단일 요인 및 요인 1)과 통계적으로 매우 유의한 부적 상관관계(각각 -.111, -.140)를 보였다. 이들 부적 상관관계는 성별, 연령, 월 평균 가구소득을 통제한 조건에서도 유의하였다(각각 -.105, -.129).

셋째, OTT 서비스의 이용빈도 및 1회 이용 시 이용시간은 모두 인지적 욕구 중 2개 변인(단일 요인 및 요인 1)과 통계적으로 유의한 부적 상관관계를 보였다(OTT 서비스 이용빈도의 경우, 각각 -.113, -.146; 1회 이용 시 이용시간의 경우, 각각 -.146, -.179). 편상관관계를 검증한 결과에서도 역시 동일한 패턴을 보였다.

이상을 종합하면, TV 프로그램 시청시간은 소극적인 인지적 욕구와 통계적으로 유의한 부적 상관관계를 보였고, UCC/개인방송 시청시간, OTT 서비스 이용빈도 및 1회 이용 시 평균 이용시간은 인지적 욕구, 그 중에서도 적극적인 인지적 욕구와 통계적으로 유의한 부적 상관관계를 보였다.

앞서 다룬 미디어 기기와 인지적 욕구 간 상관·편상관관계까지 고려하면, 이상의 분석 결과는 스마트폰 이용시간, UCC/개인방송 시청시간, 그리고 OTT 서비스 이용빈도·시간이 공통적으로 인지적 욕구와 대체로 유사한 양상의 부정적 관계가 있음을 보여준다. 이는 OTT 서비스를 이용하는 청소년들이 대체로 스마트폰을 이용하고 개인방송 영상 콘텐츠를 선호하기 때문에 나타난 현상으로 해석할 수 있다.

이런 점에서, 인지적 욕구와 UCC/개인방송 콘텐츠 간, 그리고 인지적 욕구와 OTT 서비스 이용빈도·시간 간 부정적 관계가 지니는 함의 또한 앞서 인지적 욕구와 스마트폰 이용시간 간 부정적 관계에 대해 언급한 시사점과 대체로 일치한다. 즉, 단기적·인과적 관점에서 개인방송 영상의 시청이나 OTT 서비스의 이용이 청소년 집단에서 인지적 욕구의 저하를 유발한다고 단정할 수는 없지만, 장기적·상호작용적 관점에서 이들 콘텐츠·서비스의 과다 이용이 인지적 욕구의 만성적 저하를 동반할 가능성은 존재한다고 생각된다.

3) 청소년의 비판적 미디어 이해능력과 이에 영향을 미치는 요인

(1) 비판적 미디어 이해능력의 기술통계치

스마트폰 보급 증가 및 OTT 서비스 이용 증가는 전례 없이 다종다양한 미디어 콘텐츠에 청소년이 노출될 수 있는 환경의 도래를 시사한다. 이러한 미디어 콘텐츠에는 기존의 전통적 미디어(TV 방송, 신문 등)와 포털이 제공하는 콘텐츠 뿐 아니라 다양한 정보생산자들에서 연원하는 개인방송 영상, 소셜 미디어를 통해 전파되는 각종 정보 콘텐츠도 포함된다. 이런 상황을 고려할 때 청소년들이 얼마나 비판적 미디어 이해 능력을 갖추고 있는지가 정책적 관심사가 될 수 있다.

2020년 미디어패널 조사의 개인 서베이 설문지에는 비판적 미디어 이해능력을 다차원적으로 측정하는 문항들이 포함되어 있다. 연구자는 이들 문항 중에서 4개 차원, 즉 미디어 콘텐츠 구분, 인터넷 정보 검토, 미디어 이미지 판별, 미디어 산업·규제 관련 배경지식(이하 콘텐츠 구분, 인터넷 정보, 미디어 이미지, 배경지식으로 축약해 표현)의 차원에 속한 문항에 대한 응답자료를 이용하여 청소년들의 비판적 미디어 이해능력이 어느 정도의 수준인지, 그리고 어떤 변인들이 이와 관련되어 있는지 알아보았다.

먼저, 청소년 응답자들을 대상으로 비판적 미디어 이해능력 측정항목들의 기술통계치를 산출한 결과를 <표 IV-14>에 제시하였다(모든 측정항목들의 최소값은 1, 최대값은 5).

표 IV-14 비판적 미디어 이해능력의 기술통계치(청소년 대상)

차원	측정항목	평균	표준편차
콘텐츠 구분	나는 뉴스와 광고를 구분할 수 있다	3.78	.935
	나는 뉴스와 기사형 광고(기사처럼 쓴 광고)를 구분할 수 있다	3.62	.984
	나는 뉴스와 홍보물을 구분할 수 있다	3.62	1.040
	나는 인터넷 신문사 뉴스와 블로그 글을 구분할 수 있다	3.58	1.034
	나는 방송사 제작 프로그램과 1인 영상물(BJ 제작 동영상 등)을 구분할 수 있다	3.64	1.059
	나는 상업적 웹사이트와 비상업적 웹사이트를 구분할 수 있다	3.44	1.080
인터넷 정보	내가 접한 정보가 사실인지 아닌지 살펴본다	3.19	.980
	내가 접한 정보의 출처를 확인해본다	3.10	1.044
	내가 접한 정보의 출처가 믿음만한지 판단해본다	3.18	1.047
	내가 접한 정보가 타당한 근거를 제시하고 있는지 살펴본다	3.14	1.035
	내가 접한 정보가 상업적 의도를 담고 있는지 판단해본다	3.04	1.064
	내가 접한 정보가 정치적 의도를 담고 있는지 판단해본다	2.89	1.063

차원	측정항목	평균	표준편차
	내가 접한 정보가 의도적으로 하나의 입장만을 주장하고 있는 것은 아닌지 의심해본다	2.99	1.091
	내가 접한 정보가 나에게 유용한지 판단해본다	3.27	1.009
	인터넷에서 접한 정보와 관련된 상황을 더 잘 알기 위해 추가정보를 찾아본다	3.16	1.046
	인터넷에서 접한 정보와 관련하여 다양한 입장들을 알아보기 위해 추가정보를 찾아본다	3.09	1.005
미디어 이미지	나는 미디어가 보여주는 여성 이미지에 문제가 있다고 생각한 적이 있다	3.05	.939
	나는 미디어가 보여주는 남성 이미지에 문제가 있다고 생각한 적이 있다	2.91	.945
	나는 미디어가 보여주는 동성애자 이미지에 문제가 있다고 생각한 적이 있다	2.84	1.041
	나는 미디어가 보여주는 청소년 이미지에 문제가 있다고 생각한 적이 있다	3.06	.999
	나는 미디어가 보여주는 이주(외국인) 노동자 이미지에 문제가 있다고 생각한 적이 있다	2.86	.998
	나는 미디어가 보여주는 장애인 이미지에 문제가 있다고 생각한 적이 있다	2.92	.960
배경 지식	신문사나 방송사의 소유주가 누구냐에 따라 미디어 내용이 달라질 수 있다는 것을 알고 있다	2.37	.845
	간접광고(방송프로그램 안에서 그 상품을 노출시키는 형태의 광고)로 인해 프로그램의 내용이 달라질 수 있다는 것을 알고 있다	2.44	.907
	다른 미디어일지라도 소유자가 같다면(예. TV조선과 조선일보), 그 내용이 유사할 수 있다는 것을 알고 있다	2.35	.933
	방송과 같이 사회적 영향력이 큰 미디어 기업에 대해 규제가 필요하다는 것을 알고 있다	2.34	.934
	방송통신위원회의 역할(예. 방송사업자의 면허부여, 방송사업자의 소유규제 등)을 알고 있다	2.22	.873
	방송통신심의위원회의 역할(예. 방송프로그램 내용 심의)을 알고 있다	2.24	.881

차원	측정항목	평균	표준편차
	방송사업자가 제공하는 서비스 혹은 콘텐츠가 규제의 대상이 될 수 있음을 알고 있다	2.26	.886
	방송사업자의 기업 소유 구조, 사업자간 경쟁 방식 등이 규제의 대상이 될 수 있음을 알고 있다	2.18	.880
	언론중재위원회의 역할(예. 언론 보도로 인한 침해 사항을 심의함, 언론 보도로 인한 분쟁을 중재함)을 알고 있다	2.17	.887

주) N = 703. 모든 측정치의 값은 최소 1, 최대 5

본 분석에 앞서, 연구자는 각 차원의 측정항목들 간에 내적 일치도(internal consistency)가 얼마나 되는지 점검하였다. 내적 일치도의 값(크론바흐 α)은 .92~.95의 수준인 것으로 나타나 매우 양호하였다.¹¹⁾

(2) 연령대 간 비판적 미디어 이해능력의 비교

청소년들의 비판적 미디어 이해능력이 다른 연령대 응답자들과 비교하여 어느 정도의 수준이 되는지 비교하였다. 이를 위하여 2020년 미디어패널 조사의 응답자 중 만 12세 이하 응답자를 제외한 나머지 사람들의 응답자료를 사용되었다. 응답자들을 연령에 따라 4개 집단, 즉 (1) 만 13~18세(청소년), 그리고 (2) 만 19~39세(19세 포함 20·30대), (3) 40세~59세(40·50대), (4) 만 60세 이상(60대 이상)으로 구분하였다. 그리고 각 차원의 비판적 미디어 이해능력에 대해, 응답자 집단별 평균을 계산하고 집단 간 차이의 통계적 유의성 여부를 검정하였다. 분석 결과는 <표 IV-15>에 제시하였다.

11) 구체적으로, 각 차원의 비판적 미디어 이해 측정항목들에 대해 산출한 크론바흐의 α 값은 다음과 같다.
 (1) '콘텐츠 구분' 차원에서 .94, (2) '인터넷 정보' 차원에서 .95, (3) '미디어 이미지' 차원에서 .92,
 (5) '미디어 산업·규제 관련 배경지식' 차원에서 .94

표 IV-15 비판적 미디어 이해능력의 연령대 간 비교

차원	연령대	평균	표준편차	F
콘텐츠 구분	청소년	3.61	.91	1023.56***
	19세 포함 20·30대	3.89	.76	
	40·50대	3.62	.82	
	60대 이상	2.72	.92	
	만 13세 이상 모두	3.40	.97	
인터넷 정보	청소년	3.11	.87	1032.12***
	19세 포함 20·30대	3.40	.70	
	40·50대	3.20	.77	
	60대 이상	2.28	.96	
	만 13세 이상 모두	2.95	.95	
미디어 이미지	청소년	2.94	.83	180.43***
	19세 포함 20·30대	3.18	.77	
	40·50대	3.09	.74	
	60대 이상	2.73	.81	
	만 13세 이상 모두	2.99	.80	
미디어 배경지식	청소년	2.29	.73	545.24***
	19세 포함 20·30대	2.66	.62	
	40·50대	2.58	.62	
	60대 이상	2.03	.71	
	만 13세 이상 모두	2.40	.71	

주) N= 9,896(만 12세 이하 응답자 제외). 청소년: 703명, 19세 포함 20·30대: 2,258명, 40·50대: 3,834명, 60대 이상: 3,101명.

대체로 보아, 비판적 미디어 이해능력의 집단별 평균값은 20·30대 집단에서 가장 높았고 그 아래로 40·50대 집단과 청소년 집단이 위치하였으며, 60대 이상 집단에서 가장 낮은 것으로 나타났다. 개별 응답자 집단 간 평균 차이의 유의성을

알아보기 위하여 사후 검정을 실시하였다(Games-Howell 기법 사용, <표 IV-16> 참조). 검정 결과, 비판적 미디어 이해능력의 집단별 평균값은 ‘19세 포함 20·30대 > 40·50대 ≥ 청소년 > 60대 이상’의 순위를 보인 것으로 관찰되었다.

표 IV-16 비판적 미디어 이해능력의 연령대 간 비교

차원	개별 응답자 집단 간 평균 차이의 검정 결과
콘텐츠 구분	19세 포함 20·30대 > 40·50대, 청소년, 60대 이상 40·50대 > 60대 이상 청소년 > 60대 이상
인터넷 정보	19세 포함 20·30대 > 40·50대, 청소년, 60대 이상 40·50대 > 청소년, 60대 이상 청소년 > 60대 이상
미디어 이미지	19세 포함 20·30대 > 40·50대, 청소년, 60대 이상 40·50대 > 청소년, 60대 이상 청소년 > 60대 이상
미디어 배경지식	19세 포함 20·30대 > 40·50대, 청소년, 60대 이상 40·50대 > 60대 이상 청소년 > 60대 이상

주) 사후 검정을 위해 Games-Howell 기법 사용.

따라서, 다른 연령대 집단과 비교했을 때 청소년 집단의 비판적 미디어 이해능력은 하위 차원에 따라 다소 차이가 있기는 하지만 대체로 20·30대 집단보다는 낮고 40·50대 집단보다 조금 낮거나 유사한 수준이었다.

추가적으로, 청소년 집단의 비판적 미디어 이해능력을 4개 차원 간에 비교하면, ‘콘텐츠 구분’ 차원에서 평균값(M=3.61)이 가장 높았고, ‘미디어 산업·규제 관련 배경지식’ 차원에서 평균값(M=2.29)이 가장 낮았다. 참고로, 측정척도에서 3이 ‘중립’(진술문에 대해 긍정도 부정도 아닌 태도 지칭)에 해당하는 값을 고려하면, 청소년 집단에서 ‘콘텐츠 구분’ 차원에서 평균적으로 긍정적 응답이 우세했던 반면 ‘배경지식’ 차원에서 평균적으로 부정적 응답이 우세하였음을 알 수 있다.

다시 말해, 청소년들은 미디어 콘텐츠를 구분할 수 있는 능력(가령, 광고와 미디어 콘텐츠를 분간할 수 있는 능력)에서는 긍정적인 자기평가가 비교적 우세하였으나, 미디어 산업·규제 관련 배경지식을 보유하고 있는 정도(가령, 미디어 산업의 속성이나 미디어 규제기관의 역할)에서는 부정적인 자기평가가 비교적 우세하였다.

청소년이 아직 성장시기임을 고려하면, 청소년 응답자 집단의 비판적 미디어 이해능력이 성인 집단(20·30대 및 40·50대)보다 어느 정도 낮은 것은 자연스러운 현상이라 생각할 수 있다. 다만, 비판적 미디어 이해능력 중 일부 차원(미디어 산업·규제 관련 배경지식)의 평균값이 다른 차원의 그것보다 낮았고 부정적 자기평가(‘중립’ 미만)가 우세했음을 고려하면, 이와 관련된 미디어 교육이 강화되어야 할 것으로 생각된다.

(3) 청소년의 비판적 미디어 이해능력에 영향을 미치는 요인

다음으로, 연구자는 청소년 응답자들의 비판적 미디어 이해능력이 각 하위 차원에서 인구통계학적 변인들과 미디어 관련 이용 변인들과 어떠한 관련성이 있는지를 분석하였다. 이를 위하여 청소년 응답자 집단을 대상으로 각 차원의 비판적 미디어 이해능력을 종속변인으로 사용한 위계적 다중 회귀분석을 실시하였다(총 4회의 회귀분석). 독립변인들로, 인구통계학적 변인들(성별, 연령, 월평균 가구소득)과 미디어 관련 1일 평균 이용시간(스마트폰, PC/노트북/넷북, 신문기사, TV 프로그램, 영화/전문동영상, UCC/개인방송, 게임, 채팅/메신저, SNS/소셜미디어, 정보콘텐츠 검색의 1일 평균 이용시간)이 사용되었다.

다중회귀분석 결과는 <표 IV-17>부터 <표 IV-20>까지에 제시하였다. 이에 대해 서술하면 다음과 같다.

첫째, ‘콘텐츠 구분’ 차원의 비판적 미디어 이해능력을 종속변인으로 삼아 회귀분석을 실시한 결과를 살펴보면(<표 IV-17> 참조), 인구통계학적 변인들 중 연령

과 월 평균 가구소득, 그리고 미디어 관련 이용 변인들 중 PC/노트북/넷북 이용시간과 SNS/소셜 미디어 이용시간이 각각 종속변인과 통계적으로 유의한(.10 또는 이보다 낮은 수준) 정적 관계를 보였다. 반면, 신문기사 이용시간, 채팅/메신저 이용시간 및 정보콘텐츠 검색 이용시간은 각각 통계적으로 유의한(.10 또는 이보다 낮은 수준) 부적 관계를 보였다.

표 IV-17 콘텐츠 구분 차원 비판적 미디어 이해능력의 다중 회귀분석 결과

독립변인		비표준화계수	표준오차	표준화계수
상수		1.588***	.371	
인구 통계학 변인	성별(여=1)	-.006	.072	-.003
	연령	.107***	.021	.195
	월평균 가구소득	.026**	.008	.115
미디어 관 련 이용 시간	스마트폰 이용시간	.001	.000	.085
	PC/노트북/넷북 이용시간	.001*	.000	.098
	신문기사 이용시간	-.001*	.000	-.077
	TV 프로그램 이용시간	.000	.000	-.017
	영화/전문동영상 시청시간	.001	.001	.040
	UCC/개인방송 시청시간	.001	.001	.022
	게임 이용시간	.000	.001	-.021
	채팅/메신저 이용시간	-.002#	.001	-.077
	SNS/소셜미디어 이용시간	.002#	.001	.078
	정보콘텐츠 검색 이용시간	-.004#	.002	-.074
R2		.095		

주) N = 690

#: $p < .10$; *: $p < .05$; **: $p < .01$; ***: $p < .001$

둘째, ‘인터넷 정보’ 차원의 비판적 미디어 이해능력을 종속변인으로 삼은 다중 회귀분석을 실시한 결과를 살펴보면(〈표 IV-18〉 참조), 연령, PC/노트북/넷북

이용시간, 그리고 TV 프로그램 시청시간이 각각 종속변인과 통계적으로 유의한 (.05 또는 이보다 낮은 수준) 정적 관계를 보였다. 반면 게임 이용시간은 종속변인과 .01 수준에서 유의한 부적 관계를 보였다.

표 IV-18 인터넷 정보 차원 비판적 미디어 이해능력의 다중 회귀분석 결과

독립변인		비표준화계수	표준오차	표준화계수
상수		1.351***	.357	
인구 통계학 변인	성별(여=1)	-.052	.070	-.030
	연령	.111***	.020	.212
	월평균 가구소득	.004	.008	.019
미디어 이용 시간	스마트폰 이용시간	<.001	.000	.012
	PC/노트북/넷북 이용시간	.001***	.000	.168
	신문기사 이용시간	<.001	.000	-.003
	TV 프로그램 시청시간	.001*	.000	.078
	영화/전문동영상 시청시간	.001	.001	.049
	UCC/개인방송 시청시간	-.001	.001	-.032
	게임 이용시간	-.002**	.001	-.137
	채팅/메신저 이용시간	-.001	.001	-.031
	SNS/소셜미디어 이용시간	.000	.001	-.014
	정보콘텐츠 검색/이용시간	-.001	.002	-.018
	R2		.075	

주) N = 690

*: p < .05; **: p < .01; ***: p < .001

셋째, ‘미디어 이미지’ 차원의 비판적 미디어 이해능력을 종속변인으로 삼은 다중 회귀분석을 실시한 결과를 살펴보면(표 IV-19) 참조, 연령과 월 평균 가구 소득, 그리고 스마트폰 이용시간, PC/노트북/넷북 이용시간 및 TV 프로그램 시청

시간이 종속변인과 통계적으로 유의한(.05 또는 이보다 낮은 수준) 정적 관계를 보였다. 반면, UCC/개인방송 시청시간, 게임 이용시간, 그리고 SNS/소셜 미디어 이용시간은 각각 종속변인과 통계적으로 유의한(.05 또는 이보다 낮은 수준) 부적 관계를 보였다.

표 IV-19 미디어 이미지 차원 비판적 미디어 이해력의 다중 회귀분석 결과

독립변인		비표준화계수	표준오차	표준화계수
상수		2.082	.342	
인구 통계학 변인	성별(여=1)	.015	.067	.009
	연령	.058**	.019	.116
	월평균 가구소득	-.016*	.008	-.079
미디어 이용 시간	스마트폰 이용시간	.001**	.000	.148
	PC/노트북/넷북 이용시간	.001***	.000	.158
	신문기사 이용시간	<.001	.000	-.020
	TV 프로그램 시청시간	.001**	.000	.108
	영화/전문동영상 시청시간	-.001	.001	-.028
	UCC/개인방송 시청시간	-.003**	.001	-.124
	게임 이용시간	-.002***	.001	-.198
	채팅/메신저 이용시간	-.001	.001	-.060
	SNS/소셜미디어 이용시간	-.002*	.001	-.099
	정보콘텐츠 검색/이용시간	-.001	.002	-.011
R2		.072		

주. N = 690

*: $p < .05$; **: $p < .01$; ***: $p < .001$

마지막으로, ‘배경 지식’ 차원의 비판적 미디어 이해능력을 종속변인으로 삼은 다중 회귀분석을 실시한 결과를 살펴보면(〈표 IV-20〉 참조), 연령과 PC/노트북/넷북 이용시간, 그리고 TV 프로그램 시청시간은 종속변인과 통계적으로 유의한

(.10 또는 이보다 낮은 수준) 정적 관계를 보였다. 반면, 게임 이용시간은 종속변인과 통계적으로 매우 유의한(.001 수준) 부적 관계를 보였다.

표 IV-20 미디어 배경지식 차원 비판적 미디어 이해력의 다중 회귀분석 결과

독립변인		비표준화계수	표준오차	표준화계수
상수		.573	.295	
인구 통계학 변인	성별(여=1)	-.064	.058	-.044
	연령	.122***	.017	.277
	월평균 가구소득	-.007	.007	-.039
미디어 이용 시간	스마트폰 이용시간	.000	.000	.017
	PC/노트북/넷북 이용시간	.001*	.000	.095
	신문기사 이용시간	.000	.000	-.035
	TV 프로그램 시청시간	.001#	.000	.066
	영화/전문동영상 시청시간	.000	.001	.015
	UCC/개인방송 시청시간	.000	.001	.014
	게임 이용시간	-.002***	.000	-.164
	채팅/메신저 이용시간	.000	.001	.007
	SNS/소셜미디어 이용시간	-.001	.001	-.061
	정보콘텐츠 검색/이용시간	-.002	.001	-.053
	R2		.103	

주) N = 690

#: $p < .10$; *: $p < .05$; **: $p < .01$; ***: $p < .001$

이상 비판적 미디어 이해능력의 다중 회귀분석 결과를 요약하면, 독립변인들 중 일부는 1개 차원 이상의 비판적 미디어 이해능력과 통계적으로 유의한 정적 또는 부적 관계를 보였음을 알 수 있다. <표 IV-21>은 각 하위 차원의 비판적 미디어 이해능력의 다중 회귀분석 결과에서 통계적으로 유의한 정적·부적 관계를 보인 독립변인들에 대해 양(+) 또는 음(-)의 부호로 표시하였다. 단, 유의확률이

p < .10인 경우 1개의 양 또는 음의 부호로, < .01인 경우 2개의 양 또는 음의 부호로, 그리고 < .001인 경우 3개의 양·음 부호로 표시하였다.

표 IV-21 비판적 미디어 이해능력과 독립변인들 간 통계적 유의성 요약

독립변인		비판적 미디어 이해능력			
		콘텐츠 구분	인터넷 정보	미디어 이미지	배경지식
인구 통계학 변인	성별(여=1)				
	연령	+++	+++	++	+++
	월평균 가구소득	++		-	
미디어 이용 시간	스마트폰 이용시간			++	
	PC/노트북/넷북 이용시간	+	+++	+++	+
	신문기사 이용시간	-			
	TV 프로그램 시청시간		+	++	+
	영화/전문동영상 시청시간				
	UCC/개인방송 시청시간			--	
	게임 이용시간		--	---	---
	채팅/메신저 이용시간	-			
	SNS/소셜미디어 이용시간	+		-	
	정보콘텐츠 검색/이용시간	-			

주) N = 690. 독립변인들 중에서 종속변인과 통계적으로 유의한 정적 관계를 보인 경우 양(+)의 부호로, 부적 관계를 보인 경우 음(-)의 부호로 표시함. 단, 유의확률이 p < .01인 경우 2개의 양·음 부호로, p < .001인 경우 3개의 양·음 부호로 표시함.

해당 표의 내용에서 주목할 만한 사항은 다음과 같다.

첫째, 인구통계학적 변인 중 연령은 모든 종속변인에 대해 통계적으로 매우 유의한 정적 관계를 보였는데, 이는 성장기의 청소년 특성을 반영한 것으로 볼 수 있다. 월 평균 가구소득은 콘텐츠 구분 차원의 비판적 미디어 이해능력과는

정적 관계를 보였으나, 미디어 이미지 차원의 비판적 미디어 이해능력과는 부적 관계를 보였다.

둘째, 미디어 기기 이용시간 변인들인 PC/노트북/넷북 이용시간과 스마트폰 이용시간에 초점을 맞춰 종속변인과의 관련성을 비교하면 흥미로운 해석이 가능하다. PC/노트북/넷북 이용시간은 모든 차원의 비판적 미디어 이해능력과 정적 관계를 보여, 청소년들의 비판적 미디어 이해능력을 함양하는데 비교적 기여가 높은 것으로 나타났다. 상대적으로, 스마트폰 이용시간은 미디어 이미지 차원에서만 비판적 미디어 이해능력과 정적 관계를 보인 것으로 관찰되었다. 이는 PC/노트북/넷북과 스마트폰 모두 청소년들에게 다양한 미디어 관련 정보를 제공하는 기기로 이용될 수 있으나, 스마트폰은 미디어 관련 비판적 정보를 제공하는 수단으로 기여하는 정도가 상대적으로 미약한 것으로 평가될 수 있다. 스마트폰의 이용 증가 추세를 고려할 때, 이는 유의할 만한 사항이라 할 수 있다.

셋째, 다른 미디어 관련 이용 변인들 중에서, TV 프로그램 시청시간은 3개 차원의 비판적 미디어 이해능력과 정적 관계를 보인 반면, 게임 이용시간은 3개 차원의 비판적 미디어 이해능력과 통계적 유의도가 높은 부적 관계를 보였다. 그리고 UCC/개인방송 시청시간은 1개 차원('미디어 이미지') 차원에서 종속변인과 비교적 통계적 유의도가 높은 부적 관계를 보였다. 앞서 살펴본 것처럼, 게임은 청소년들이 가장 즐겨하는 미디어 관련 활동 중 하나이며, UCC/개인방송은 OTT 서비스를 이용하는 청소년들이 가장 선호하는 콘텐츠 유형이다. 이런 점에서, 게임이나 UCC/개인방송에 과다 몰입하는 청소년들은 다른 청소년들에 비해 비판적 미디어 이해능력이 떨어질 소지가 있다고 생각되며, 이에 대한 정책적 관심이 필요하다고 생각된다.

3. 요약 및 시사점

지금까지 정보통신정책연구원의 미디어패널조사 자료를 이용하여 청소년들의 미디어 이용행태에서 나타나는 최근 경향을 살펴보고, 이들의 인지적 욕구와 미디어 이용 관련 변인들 간 관계, 그리고 비판적 미디어 이해능력의 수준 및 다른 변인들과의 관계를 분석한 결과를 제시하였다.

앞서 서술한 내용 중에서 주목할 만한 사항을 요약하면 다음과 같다.

첫째, 2016~20년 동안 청소년들의 미디어 이용 추이를 조사한 결과, 최근의 가장 주목할 만한 경향 중 하나는 동영상 콘텐츠의 소비 증가라 할 수 있다. 이는 코로나 19 사태 변수의 영향(온라인 화상 수업 도입으로 인한 학습 동영상 이용 증가 등)을 받은 바가 크다. 아울러, 청소년들의 동영상 소비 증가는 스마트폰의 이용 보편화 및 다양한 유형의 동영상을 제공하는 OTT 서비스의 확산을 반영하는 것으로 볼 수 있다.

둘째, 2020년 미디어패널 조사 자료를 활용해 학습 욕구와 관련이 깊은 인지적 욕구와 미디어 관련 이용시간 간 상관관계 및 편상관관계(성별, 연령, 월 평균 가구소득을 통제한 조건)를 분석한 결과, 스마트폰 이용시간, UCC/개인방송 시청 시간, OTT 서비스 이용빈도·시간의 경우 인지적 욕구와 통계적으로 유의한 부정적 관계가 있음이 관찰되었다. 이는 스마트폰 기기 사용, OTT 서비스 이용 증가 및 UCC/개인방송 이용 증가가 최근 청소년들의 주목한 미디어 트렌드임을 고려할 때, 이러한 현상에 대해 정책적으로 유의할 필요가 있다고 생각된다.

셋째, 역시 2020년 미디어패널 조사 자료를 활용해 청소년들의 비판적 미디어 이해능력(4개 하위 차원)을 다른 연령대 응답자들의 이해능력과 비교한 결과, 청소년들의 비판적 미디어 이해능력은 비교적 양호한 수준인 것으로 평가되었다. 다만, 일부 하위 차원(특히 미디어 산업·규제 관련 배경지식 차원)의 경우 다른 차원에 비해 청소년들의 비판적 미디어 이해능력이 저조한 것으로 나타났는데, 이는

미디어 관련 교육의 필요성을 시사한다고 볼 수 있다.

넷째, 청소년들의 비판적 미디어 이해능력과 미디어 이용 관련 변인들 간 관계를 회귀분석을 통해 알아본 결과, PC/노트북/넷북과 스마트폰은 공히 비판적 미디어 이해능력의 함양에 필요한 정보를 제공하는 수단으로 이용되고 있으나 상대적으로 스마트폰의 기여도는 PC/노트북에 비해 낮은 것으로 관찰되었다. 또한 청소년들의 미디어 관련 활동 중에서 게임 이용시간 및 UCC/개인방송 시청시간은 일부 차원에서 비판적 미디어 이해능력과 부정적 관계를 보였다. 전술한 것처럼, 스마트폰 이용, 게임 이용, UCC/개인방송 시청이 청소년들이 매우 선호하는 활동임을 고려할 때, 과다 몰입을 방지할 수 있는 정책의 개발을 고려할 필요가 있다고 생각된다.

○———— 제 V 장 심층면접조사

- 1. 조사개요
- 2. 면접결과
- 3. 요약 및 시사점

- 청소년들의 미디어이용을 심층적으로 분석하기 위해 학교청소년 16명, 학교밖청소년 4명 등 총 20명의 10대 청소년을 대상으로 인터뷰를 실시함.
- 10대 청소년에게 유튜브는 매우 일상화되고 유용한 도구였음. 대학진학을 앞둔 고등학생들에게 유튜브는 진학관련 정보를 제공해주고 학습방법을 알려주는 유용한 매체였고 게임을 좋아하는 남학생들에게 유튜브는 게임을 잘 하는 기술이나 요령을 알려주는 역할도 했음.
- 페이스북에 대한 이용이나 선호가 떨어지고 인스타그램에 대한 사용이 늘고 있는 점도 흥미로움. 몇 년 전까지만 하더라도 페이스북을 이용하는 청소년이 많았으나 영상과 이미지 중심의 인스타그램이 최근 청소년들에게 급속히 확산하고 있음을 알 수 있음.
- 많은 피면접자들이 미디어가 일상생활에 없어서는 안될 존재로 묘사했음. 미디어를 통해 청소년들은 또래와 소통하고 친구들과의 관계를 돈독히 하고 있음. 또한 부모와의 소통도 점차 미디어를 매개로 이뤄지고 있음. 무엇보다도 미디어는 청소년들의 스트레스를 해소하는 역할을 했음. 특히 미디어는 청소년들에게 중요한 학습도구였음. 이들은 미디어를 통해 영어를 배우고 뉴스를 접하며 궁금한 내용을 찾았음.
- 미디어가 청소년에게 미치는 부정적 영향도 많음. 특히 청소년들은 가짜뉴스의 확산에 많은 우려를 표명하였음. 특히 유튜브의 확산에 따라 추천알고리즘으로 인한 어려움을 호소하는 청소년들이 많아지고 있음.

12) 이장은 이창호 선임연구위원이 작성하였음.

1. 조사개요

1) 면접절차

본 연구는 2021년 5월 원내 기관생명윤리위원회 심의를 받고 승인을 얻어 진행되었다(NYPI-202105-HR-고유-007-01). 청소년들의 미디어이용현황을 보다 심층적으로 분석하기 위해 중, 고등학교에 다니는 학교청소년 16명과 학교밖청소년 4명 등 총 20명을 대상으로 면접을 실시하였다.

학교청소년 섭외는 연구자와 친분이 있는 교사나 학부모의 소개로 이뤄졌고 학교밖청소년 섭외는 학교밖청소년지원센터의 도움을 받아 진행되었다. 미리 연구의 취지를 담은 설명문과 질문지를 보내 피면접자들이 연구에 대해 충분히 알 수 있도록 했다. 면접에 참여한 청소년에게는 소정의 상품권을 인센티브로 지급하였다. 면접방식은 한 면접당 2명이 참여하는 집단면접으로 진행하였다. 그 결과 총 10회 면접을 실시하게 되었다. 피면접자를 2명으로 제한한 것은 청소년들과 충분히 소통하면서 면접을 진행하기 위한 목적도 있고 코로나19 상황 때문에 부득불 2명을 대상으로 진행한 부분도 있다. 1인당 면접 소요시간은 30분 안팎이었고 한명씩 번갈아가면서 면접을 진행하였다. 면접은 2021년 7월초부터 10월초까지 3개월간 실시되었다. 코로나19 상황 때문에 예정된 것 보다 다소 길어졌다. 본 면접은 모임공간, 학교, 꿈드림센터 등에서 진행되었다.

기본적으로 연구자가 설정한 질문을 던지면 피면접자가 답하는 방식으로 면접을 진행하였지만 연구자가 추가적인 질문을 하는 등 융통성을 발휘할 수 있는 반구조화된 면담방식으로 면접이 진행되었다. 피면접자의 동의를 얻어 면접 내용을 녹음하였고 이후 전사하여 분석하였다. 아울러, 면접에 앞서 연구참여에 대한 피면접자 동의와 부모 동의를 얻었다.

2) 면접 질문지

면접질문지는 모두 여섯 가지 영역으로 구성돼 있다. 첫 번째는 미디어이용행태에 관한 질문인데 어떤 미디어를 주로 이용하는지와 해당 미디어를 이용하는 주된 동기에 관해 초점을 두고 질문하였다. 두 번째는 미디어가 피면접자에게 어떤 의미를 가지는지를 질문하였다. 세 번째는 미디어 이용의 긍정적인 측면에 관한 것이다. 즉 청소년들이 일상생활 속에서 미디어의 어떤 측면을 긍정적으로 느끼고 있는지 파악하고자 하였다. 네 번째는 미디어이용의 부정적인 측면으로 이용자들이 미디어를 이용하면서 느낀 안 좋은 점에 대해 자유롭게 이야기하도록 하였다. 다섯 번째는 가정에서의 미디어이용과 관련하여 부모의 중재방식이나 부모와의 갈등상황에 대해 질문하였다. 마지막은 학교의 미디어교육에 관한 것으로 청소년들이 학교미디어교육을 어떻게 바라보고 있는지 파악하였다.

질문내용을 정리하면 아래와 같다.

표 V-1 면접질문지

질문영역	질문내용
미디어이용 행태	<ul style="list-style-type: none"> - 하루평균 미디어 이용시간은 어느 정도인가요? - 주로 어느 때 미디어를 이용하나요? - 주로 어떤 미디어를 이용하나요? (게임, SNS, 유튜브 등) - 미디어를 이용하는 주된 동기는 어떻게 되나요?
미디어의 의미	<ul style="list-style-type: none"> - 미디어가 본인에게 어떤 의미를 가진 존재이며 왜 그렇게 생각하는지요?
미디어이용의 긍정적인 측면	<ul style="list-style-type: none"> - 미디어를 이용하면서 좋은 점은 무엇인가요? (친구와의 소통 활성화, 학업스트레스 해소 등)
미디어이용의 부정적인 측면	<ul style="list-style-type: none"> - 미디어를 이용하면서 안 좋은 점은 무엇인가요? (혐오표현이나 가짜뉴스 노출 위험성, 건강문제 등)
가정에서의 미디어 이용	<ul style="list-style-type: none"> - 가정에서 미디어를 이용할 때 부모의 중재방식이나 태도는 어떤가요? - 미디어이용과 관련하여 부모와 갈등이 생긴 적이 있나요?
학교 미디어교육	<ul style="list-style-type: none"> - 학교에서 어떤 미디어교육을 받았는지요? (미디어중독예방, 가짜뉴스분별교육 등) - 향후 학교에서 받고 싶은 미디어교육은 무엇인지요?

3) 피면접자

면접에 참여한 피면접자는 총 20명으로 남자 10명, 여자 10명이다. 학년별로 보면 중학생이 8명, 고등학생이 8명, 학교밖청소년 4명으로 구성돼 있다. 거주지역은 서울이 14명으로 가장 많았고 인천 2명, 세종 2명, 대전 2명이었다. 면접 참여자 20명중 19명이 스마트폰을 사용하고 있었고 1명만이 피쳐폰을 썼다. 피면접자들의 하루 평균 스마트폰 이용시간은 적게는 1시간에서 많게는 6시간~7시간 까지 다양하게 분포돼 있다.

표 V-2 피면접자 정보

연번	성	학교급/학년	거주 지역	휴대전화 종류	하루 미디어 이용시간
1	남	중학교 3학년	대전	스마트폰	1시간
2	남	중학교 1학년	대전	스마트폰	1시간~1시간30분
3	남	중학교 1학년	서울	스마트폰	5시간~6시간
4	남	중학교 1학년	서울	스마트폰	4시간
5	여	중학교 1학년	세종	스마트폰	3시간~4시간
6	여	중학교 1학년	세종	스마트폰	2시간~4시간
7	여	중학교 2학년	서울	피쳐폰	2시간~3시간
8	여	중학교 2학년	서울	스마트폰	1시간 30분
9	남	고등학교 1학년	서울	스마트폰	1시간 30분
10	남	고등학교 1학년	서울	스마트폰	2시간 30분
11	남	고등학교 2학년	서울	스마트폰	3시간~4시간
12	남	고등학교 2학년	서울	스마트폰	5시간~6시간
13	여	고등학교 3학년	서울	스마트폰	2시간~3시간
14	여	고등학교 3학년	서울	스마트폰	3시간~4시간
15	여	고등학교 2학년	인천	스마트폰	2시간~3시간
16	여	고등학교 2학년	인천	스마트폰	3시간~4시간
17	남	학교밖청소년(17세)	서울	스마트폰	4시간~5시간
18	여	학교밖청소년(18세)	서울	스마트폰	4시간~5시간
19	남	학교밖청소년(18세)	서울	스마트폰	5시간
20	여	학교밖청소년(17세)	서울	스마트폰	6시간~7시간

2. 면접결과

1) 미디어이용행태

(1) 저녁시간 때 주로 미디어 이용

피면접자들은 주로 저녁 7시 이후 미디어를 많이 이용하였다. 일부 청소년들은 밤늦게까지 핸드폰을 붙잡고 있었다. 가령, 피면접자 15(고2, 여)는 자정부터 새벽 1시까지 미디어를 많이 이용한다고 언급했는데 이는 이 때 게시물이 가장 많이 올라오기 때문이라는 것이다.

특히 학원은 피면접자들의 미디어 이용에 중요한 영향을 미쳤다. 학원 가기 전이나 후에 미디어를 이용하는 경우가 많았다. 국내 대부분의 학생들은 학원에 얽매어 생활하기 때문에 학원이 없는 날은 미디어를 이용하면서 시간을 보내기에 좋은 때다. 피면접자 3(중1, 남)은 학원 안가는 날에 미디어를 많이 이용한다고 말했다. 피면접자 4(중1, 남) 역시 학원 없을 때나 숙제를 끝낸 후 미디어를 많이 이용하는 경우이다.

학교밖청소년의 경우는 미디어 이용시간대가 학교청소년의 경우와 다소 달랐다. 학교를 안가다보니 아침에 일찍 일어나야 할 필요가 없어 밤늦게까지 이용하는 경우도 있었다. 예를 들어, 피면접자 17(17세, 남)은 저녁 7시나 8시부터 새벽 한두 시까지 집중적으로 미디어를 이용한다고 언급했다. 검정고시를 준비하고 있는 피면접자 19(18세, 남)는 오전 9시부터 12시까지, 저녁 9시부터 11시까지 주로 미디어를 이용하고 있다고 한다. 이처럼 늦은 밤이나 오전에 미디어를 이용하는 것은 학교를 다니지 않기 때문에 가능한 일이다. 비록 적은 수의 사례이긴 하지만 학교밖청소년의 미디어 이용 시간대는 학교에 다니는 청소년의 것과 다소 다를 수 있다는 것을 시사해주고 있다.

(2) 취향에 따른 유튜브 채널 선택

유튜브는 10대 청소년들에게 가장 인기 있는 매체였다. 피면접자가 어떤 관심과 취미를 갖고 있는지가 채널 선택에 중요한 영향을 미쳤다. 즉 동물에 관심이 있는 청소년은 동물관련 채널을 보고 게임에 관해 알고 싶은 청소년은 게임관련 채널을 보며 태권도에 관심이 많은 청소년은 태권도 관련 채널을 봤다.

동물이나 곤충을 채집해주는 영상을 본다. 개나 말, 신기한 곤충 등 동물에 관한 관심이 많아 동물에 대해 알 수 있어 즐겨 본다. (피면접자 2, 중1, 남)

집에 개를 키우고 있어 개 관련 영상을 본다. 개 키우는 법, 개 예방접종 하는 법, 개에게 간식주는 것, 개 목욕시키는 것 등을 본다. 이런 영상을 보면 힐링이 된다. (피면접자 11, 고2, 남)

유튜브를 가장 많이 이용한다. 쉬는 시간의 대부분을 유튜브를 보면서 보낸다. 게임이나 애니메이션 위주로 영상을 본다. 유튜브를 보면서 동시에 게임을 하는 경우가 많다. 가령, 콘솔게임을 위에 두고 유튜브를 아래에 두면서 왔다 갔다 하면서 게임을 한다. 한 기기만 이용하면 재미가 없어서 게임할 때 유튜브도 함께 본다. (피면접자 3, 중1, 남)

방탄소년단 노래도 듣고 영상도 많이 보며 태권도 영상인 〈타이거즈〉도 본다. 방탄소년단 노래는 좋아해서 듣고 태권도영상을 통해서는 태권도를 배우기도 하고 품새교정과 같은 도움을 많이 받고 있다. (피면접자 5, 중1, 여)

피면접자 12(고2, 남)는 자동차나 오토바이를 너무 좋아해서 〈대학생 라이더 Solid Layer〉, 〈Car-wow Korea〉를 즐겨 본다. 피면접자 17(17세, 남)은 취미가 기타를 치는 것이어서 노래코드를 알려주거나 기타치는 방법을 알려주는 영상을

찾아본다고 한다. 피면접자 8(중2, 여)은 음악채널을 많이 봤고 특히 다양한 언어를 배우는 걸 좋아해서 영어 팝송을 즐겨 들었다.

고등학생들 중에는 입시관련 내용을 알고 싶어 유튜브를 즐기는 경우도 있었다. 또한 자신의 진로에 도움이 될 만한 내용을 찾기도 했다.

좋아하는 유튜브 프로그램은 <울산큰고래>, <미미미누>, <유니브클래스> 등이다. 특히 <미미미누>를 좋아하는데 이 채널은 입시상담내용이나 공부 잘하는 방법을 주로 전달하고 있다. 고등학교에 입학하다보니 공부하는 방법에 관심이 생겨서 이 채널을 보게 됐다. 유튜브 진행자가 재미있고 마음에 들어 이 채널을 즐겨 보는 편이다. (피면접자 9, 고1, 남)

가수들 노래 부르는 것 많이 보고 아이돌 뮤직비디오도 본다. 영화나 만화 리뷰 보는 것도 좋아한다. 실용음악과를 가려고 준비하는데 참고자료로 활용하기 위해 노래 부르는 영상을 즐겨 본다. (피면접자 13, 고3, 여)

학생이다보니 공부할 때 막막할 때가 있는데 명문대에 합격한 유튜버들의 영상을 보면서 본받을 부분을 찾게 된다. (피면접자 8, 중2, 여)

유튜브 채널 중에서도 영상을 짧게 만들어 편집해 놓은 것도 인기를 끌었다. 학업에 바쁜 청소년들에게 드라마나 영화 전체를 짧게 편집해 주요 내용만 정리해 놓은 영상은 시간을 절약할 수 있는 기회를 제공했다. 또한 영화리뷰를 다룬 채널도 인기를 끌었다. 즉 요즘 청소년들은 드라마나 영화 리뷰를 미리 접하고 나서 자신들이 보고 싶은 콘텐츠를 소비하는 패턴을 보이고 있다.

드라마나 예능 프로그램을 짧게 편집한 콘텐츠를 즐겨 본다. 풀로 볼만한 시간도 많지 않고 이야기들이 중간에 지루한 부분이 있을 수 있어 흥미 있는 부분만 편집해

놓은 걸 보면 재미있다. 그만큼 짧은 시간 안에 쾌락을 느낄 수 있다. 영화 리뷰도 많이 챙겨본다. 영화에 대해 소개하는 것도 있고 처음부터 끝까지를 간략하게 편집한 것도 있는데 골고루 보는 편이다. 영화나 드라마를 좋아하는데 즐길 수 있는 시간이 짧다보니 보게 됐다. (피면접자 19, 18세, 남)

아이돌 활동 무대나 TV 영상을 짧게 편집해 놓은 핫클립을 많이 보는 편이다. 레드벨벳이나 에스파 아이돌을 좋아한다. 유튜브의 가장 큰 장점은 단순히 하나의 영상만 있는 것이 아니라 가수의 여러 가지 측면을 볼 수 있는 직캠, 페이스캠 등 여러 가지 영상이 있어 다양한 아이돌의 생활을 볼 수 있어 좋다. 보통 TV 프로그램이 1시간 이상 지속되는 경우가 많은데 나 같은 중학생이 보기에는 부담스럽다. 그래서 10분, 20분씩 짧막하게 끊어놓은 방송이 보기에 편하다. (피면접자 7, 중2, 여)

예능이나 드라마를 짧게 만든 모음영상도 본다. (피면접자 15, 고2, 여)

유튜브를 통해 스포츠 하이라이트, 영화리뷰, 뉴스 짤방도 많이 본다. (피면접자 9, 고1, 남)

드라마나 영화 리뷰 채널도 본다. 드라마나 영화를 몰아보는 걸 좋아하는 편인데 리뷰를 미리 봐야 내 취향에 맞는걸 찾아보기 편해서이다(피면접자 20, 17세, 여)

일부 피면접자들은 유튜브가 추천하는 영상을 보기도 했다. 추천영상 때문에 계속 유튜브를 봐야 하는 어려움을 호소하는 청소년도 있었다.

유튜브를 통해 방탄소년단 음악을 많이 듣는다. 요즘 저희 또래에 인기가 많다. 이것 외에도 알고리즘을 통해 추천된 영상도 많이 보게 된다. (피면접자 6, 중1, 여)

유튜브는 검색해서 이용하기 보다는 메인화면에 있는 추천동영상 위주로 본다. 우연히 보다보면 시사뉴스도 많이 보게 된다. 기사를 쉽게 잘 해설해주는 유튜버들이 많다. (피면접자 10, 고1, 남)

흥미로운 영상이 계속 뜨니까 유튜브에 몰입하게 된다. (피면접자 15, 고2, 여)

게임유튜브는 남학생들에게 인기가 있었다. 유튜브를 통해 게임을 중계하는 장면을 즐기는 남학생들이 많았다.

게임유튜브를 즐겨 본다. 게임을 잘하는 사람의 게임을 보거나 그 사람이 게임하는 방식이 재미있어서 본다. 또한 게임을 배우기 위해서도 유튜브를 시청한다. (피면접자 17, 17세, 남)

〈리그오브레전드〉나 〈배틀그라운드〉, 〈마인크래프트〉 게임영상을 본다. (피면접자 11, 고2, 남)

〈마인크래프트〉, 〈하이픽셀〉을 즐겨 본다. 하이픽셀은 마인크래프트에 있는 서버인데 다른 사람과 경쟁하는 것이다. 내가 좋아하는 게임이기도 하고 게임을 잘하는 사람은 어떤 방법을 써서 잘하게 되었는지를 알기 위해 게임영상을 본다. (피면접자 3, 중1, 남)

이처럼 유튜브는 청소년들이 관심 있는 주제를 찾을 때 가장 많이 사용하는 매체였다. 피면접자 15(고2, 여)의 언급처럼 유튜브는 가장 시간 때우기 좋고 뭐든지 검색이 가능해서 편리한 매체이다. 그는 뭔가를 찾아볼 때 유튜브를 제일 먼저 보게 된다고 말했다. 피면접자 14(고3, 여) 역시 학교에서 발표할 자료를 찾기 위해 유튜브를 활용하고 있었다.

(3) 페이스북은 지고 인스타그램은 뜬

SNS는 청소년들이 친구들과의 관계를 유지하고 강화하는데 매우 중요한 매체가 되고 있다. 최근에는 영상콘텐츠를 주로 공유하는 인스타그램이 청소년들에게 인기를 끌고 있는 추세다. 주위 친구들이 하니까 덩달아 시작한 경우가 많다. 또한 DM 기능을 활용하여 친구들과 메시지를 주고 받는 경우가 많았다.

농구하는 걸 좋아하다보니 농구에 대한 정보도 얻을 수 있고 농구경기도 짧게 관람할 수 있다. 음식, 요리하는 방법을 본다. 친구가 100명이상이다. 같은 반 친구도 있고 학교친구, 모르는 사람도 있다. 사진 올리는 것은 싫어한다. 주로 보기만 한다. 친구들이 뭘 먹었는지, 어디로 여행을 갔는지, 어떻게 공부를 하고 있는지 등 정보를 주로 탐색한다. 어느날 친구들이 많이 하기에 분위기에 휩쓸려서 시작을 하게 됐다. 친구들과 소통할 수 있고 원하는 정보를 얻을 수 있으며 여가시간을 재미있게 보낼 수 있어 좋다. (피면접자 1, 중3, 남)

SNS의 경우 인스타그램을 주로 즐긴다. 학교 친구들이랑 연락하거나 게시물을 구경한다. 취미가 태권도인데 태권도 하는 장면을 스마트폰으로 찍어 인스타그램에 올린다. 친구들이 좋아요도 눌러주고 댓글도 달아준다. 친구들이 태권도 잘 한다고 칭찬하면 기분이 좋아진다. 현재 태권도 3단이다. (피면접자 5, 중1, 여)

인스타그램도 많이 쓰는 편이다. 친구들이 40명 정도 된다. 하루에 있었던 특별한 일이나 일상생활을 올린다. 가령, 차에 앉아 있는 장면이나 공부하는 장면, 여행갔을 때의 풍경사진 등을 올리는 편이다. (피면접자 7, 중2, 여)

SNS의 경우 인스타그램을 잘 사용한다. 경치좋은 곳, 맛있는 집, 친구들이랑 노는 장면을 사진으로 담아 올린다. <미미미누> 인스타그램을 팔로우하고 있는데 예전에 그곳에 댓글을 단 적이 있는데 운영자가 좋아요도 눌러줘서 매우 기뻐다. 인스타그램

의 경우 친구들이 다 하고 있어 해봤더니 좋았다. 특히 고등학교에서 알게된 친구들과 더 친해질 수 있는 계기가 되었다. 사진찍는걸 좋아하다보니 이미지를 올리는 것이 좋다. 친구들이랑 연락할 때에도 페이스북, 인스타그램 메시지 기능을 사용한다. (피면접자 10, 고1, 남)

인스타그램은 중3때부터 시작했다. 친구들이 하니까 해보자해서 시작했다. 친구들이 올린 영상을 보고 자동차도 본다. 옛날차들을 좋아해서 그런 것 많이 본다. 메신저로 친구들과 연락한다. 다른 매체들에 비해 인스타그램은 보기가 편리하다. (피면접자 12, 고2, 남)

인스타그램을 제일 많이 본다. 200명 가량 친구들이 있다. 초등학교 동창도 있고 외국인친구도 있다. 맞팔돼 있는 친구들 소식도 듣고 추천영상을 많이 본다. 춤추는 영상이나 화장품사용후기영상을 주로 본다. 내 취미가 춤추는 것이다. 뷰티관련 학과에 진학하려다 보니 화장품에 관심이 많다. 셀카나 친구들이랑 기억하고 싶을 때 영상을 찍어 올린다. 춤학원을 다녔었는데 이 때 친구들이나 강사가 댓글을 주로 달아준다. 다들 칭찬해주고 관심받는 거니까 기분이 좋다. (피면접자 14, 고3, 여)

인스타그램도 많이 이용하는 편이다. 50명 가량 친구들이 있다. 나는 친한 친구들끼리만 소통하는 편이다. 친구들이랑 영화본 것 올리고 마음에 드는 영상 있으면 올린다. 또한 친구들이랑 맛있는 것 먹으러 가면 올리고 좋아하는 연예인 이야기들 올린다. 친구들이 거의 다 인스타그램을 이용해서 카톡보다는 이것을 이용해서 친구들과 연락한다. 카톡의 경우 반 공지사항을 확인하기 위해 많이 이용하는 반면 인스타그램은 편한 친구들과 이야기를 나누기가 편리한 측면이 있다. 특히 일대일 대화기능이 있어서 많이 이용하는 편이다. 학생회도 인스타그램을 통해 이벤트를 홍보한다. (피면접자 15, 고2, 여)

인스타그램의 경우 게시물을 올리고 스토리(24시간이 지나면 없어짐)에 짤막하게 글을 올린다. 친한 친구들끼리 만나는 계정이 있는데 여기에는 자신의 일사상을 올린

다. 지금 기분이라든지 오늘 무엇을 먹었는지와 같은 시시콜콜한 이야기를 올린다. 주변 친구들이 다 하나씩 인스타그램을 사용하게 됐다. (피면접자 16, 고2, 여)

사진을 잘 안 찍어서 인스타그램은 잘 하지 않는다. 하지만 남이 올린 유머게시물은 읽는 편이다. 음식 사진들이 올라오면 많이 보는 편이고 특히 케이크나 베이커리 위주로 보는 편이다. 메시지 기능을 활용하여 친구들과 연락한다. (피면접자 20, 17세, 여)

인스타그램이 인기를 끌다보니 상대적으로 페이스북에 대한 선호도와 이용은 줄어들었다.

중학생때까지는 페이스북을 많이 했었는데 최근에 보니 인스타그램 쪽으로 추세가 바뀌어 앱을 삭제했다. (피면접자 14, 고3, 여)

페이스북은 인맥을 늘리기 위해 사용하는 반면 인스타그램은 기존 친구들과의 관계를 강화하기 위해 많이 사용하는 것 같다. 중학교 때는 페이스북을 많이 이용했는데 고등학교 오면서 인스타그램을 많이 쓰고 있다. (피면접자 9, 고1, 남)

페이스북은 계정만 있고 사용하지 않는다. 페이스북은 친하지 않은데도 친분을 과시하는 용도로 쓰여 별로 좋아하지 않았다. 중학교때는 친구들이 많이 사용했던 것 같다. (피면접자 15, 고2, 여)

그럼에도 불구하고 일부 피면접자들은 페이스북을 활용하고 있었다. 친구와의 연락을 위해 메신저 기능을 이용하는 경우가 많았다.

페이스북은 가끔 하고 있다. 농구나 요리에 관한 것도 보고 게임에 관한 정보도 얻는 편이다. 특정게임에 관한 페이스북그룹에 가입했는데 게임에 관한 정보들이 많이

올라온다. (피면접자 1, 중3, 남)

페이스북은 친구추천으로 중1때부터 이용했다. 페이스북 상에서 친구들이랑 소통하고 관심있는 영상이 뜨면 본다. 특별한 이용동기는 없다. 페이스북 메신저기능을 통해 친구와 같이 연락하는 수단으로 사용한다. (피면접자 11, 고2, 남)

페이스북도 가끔 본다. 많이 올리지는 않지만 드라마클립 같은 걸 본다. (피면접자 20, 17세, 여)

하지만 일부 청소년들은 여러 제약으로 인하여 SNS를 사용하지 않았다. 이들 중에는 중학생들이 많았다. 일상생활에서 굳이 SNS를 사용하지 않아도 소통할 수 있다는 것이다. 또한 남과 비교되거나 타인과 일상을 공유하기 싫은 점도 주요 원인이었다.

페이스북이나 인스타그램은 계정 자체를 만드는 것도 복잡하고 안 써도 일상생활에 지장이 없어 사용하지 않는다. (피면접자 4, 중1, 남)

부모님이 인스타그램은 나이제한이 있으니 일정 연령이 돼서 가입하라고 해서 하지 못하고 있다. 페이스북도 많이 사용하면 아이들처럼 갈등이 생길 수밖에 없어 부모가 못하게 했다. (피면접자 6, 중1, 여)

SNS는 관리가 귀찮아 잘 이용하지 않는다. 더구나 소셜네트워크 상에서는 타인과 내가 비교돼 자존감이 낮아질수 있기 때문에 오래전부터 SNS를 사용하지 않기로 마음먹었다. 가령, 저 사람은 키도 크고 예쁜데 나는 방구석에 앉아서 쳐다보고만 있구나 하는 기분이 들 때가 있다. SNS를 왜 안하느냐고 친구들이 묻곤 하지만 나는 카카오톡이나 문자 등 다른 수단을 써서 친구와 충분히 소통할 수 있다고 생각한다. (피면접자 8, 중2, 여)

인스타그램은 잘 사용하지 않는다. 계속 보게 되니까 시간 낭비가 많아서 안하게 됐다. 10분 정도 봐야겠다고 보면 1시간은 금방 지나버린다. (피면접자 11, 고2, 남)

SNS는 잘 하지 않는다. 모르는 사람과 소통하면 긴장돼서 싫다. 다른 사람들과 내 일상을 공유하기 싫은 것도 중요한 이유다. 하지만 풍경을 찍어서 올리면 재미있을 것 같다. (피면접자 17, 17세, 남)

이처럼 지금의 10대 청소년들에게 인스타그램은 큰 인기를 얻고 있다. 영상세대이니만큼 사진이나 영상을 공유하기 편리한 점이 주요 인기 원인이다. 인스타그램의 부상에 따라 한 때 10대들에게 인기를 차지했던 페이스북은 서서히 퇴색해 가는 분위기이다.

하지만 트위터는 특정분야의 정보를 손쉽게 얻을 수 있다는 면에서 청소년에게 인기가 있었다. 동일한 관심을 가진 사람들을 만나 깊은 정보를 얻을 수 있다는 것이 트위터의 장점이었다.

트위터를 통해 만화나 애니메이션, 연예인에 관련한 관심사를 찾아본다. 계정이 원래 세 개였는데 하나는 정지당해서 현재는 두 개 계정을 갖고 있다. 이 중 하나는 애니메이션 알아보는 계정이고 다른 하나는 연예인 소식을 얻는 계정이다. (피면접자 13, 고3, 여)

트위터 상에서 좋아하는 연예인을 본다. 최근에는 올림픽 때문에 여자배구 선수들을 좋아해서 선수들 소식을 본다. 좋아하는 팬들이 트위터로 많이 사용해서 팬들끼리 소통한다. (피면접자 14, 고3, 여)

트위터에서는 짤막하게 올라온 글을 주로 본다. 패션, 요리, 만화 등 다양한 글이 올라오는데 내 관심사와 비슷한 걸 찾아본다. 많은 콘텐츠가 실시간으로 한번에 쏟아

지니까 많은 정보를 얻을 수 있다. 삶의 교훈을 주는 글들이 많다. 쉽고 재미있게 이야기를 해 줘서 좋다. 모르는 사람들과 연락해서 좋고 트위터 공간에서 제일 빨리 글들이 올라와서 좋다. (피면접자 16, 고2, 여)

내가 뮤지컬에 관심이 많아 뮤지컬에 관한 내용을 많이 찾아본다. 팔로워가 140명 가량 된다. 트위터 친구들은 뮤지컬 보는 것 좋아하고 뮤지컬 배우를 좋아하는 사람들이다. 나는 주로 남이 올린 걸 보는 편이다. 하지만 최근 들어 내가 좋아하는 배우 이야기도 하고 다음에는 어떤 뮤지컬이 올라왔으면 좋겠다는 등의 글을 올린다. 현재 뮤지컬 학원을 다니고 있다. 트위터의 장점은 아이돌이나 드라마 등 여러 가지 분야에 대해 접근성이 편하다는 점이다. 해당 분야를 좋아하는 사람들끼리 소통하기 편리하다. 또한 영상이나 사진도 접근성이 편리하다. (피면접자 20, 17세, 여)

한때 인기를 누렸던 블로그의 경우 피면접자 18(18세, 여)만이 적극적으로 활용하고 있었다.

블로그도 많이 한다. 사람들과 공유하면 좋을만한 정보를 올린다. 특히 학교밖청소년들이 알만한 좋은 정보들을 올린다. 가령, 서울시에서 학교밖청소년을 위한 지원사업이 있으면 올린다. 내 생각이나 일상도 쓰고 매일 한번 이상 포스팅 하는 편이다.

이처럼 한 때 청소년들이 즐겨 이용했던 페이스북이나 블로그 이용은 줄어들고 있고 인스타그램이 새로운 청소년 SNS 문화를 만들고 있다.

(4) 남학생들에게 여전히 인기 있는 게임

게임은 남학생들에게 특히 인기가 많았다. 경쟁을 통한 성취감, 좋은 아이템 획득, 친구와의 대화 필요성, 즐거움과 재미 등이 주요 게임동기였다.

게임을 많이 한다. <배틀그라운드>만 한다. 충기를 가지고 적을 사살해서 생존해 나가는 슈팅게임인데 재미있다. 게임을 하면 학업 스트레스를 해소할 수 있고 심심할 때 쾌락을 느낄 수 있다. 초등학교 4학년부터 게임을 시작했다. PC방은 내가 제일 싫어한다. 분위기가 너무 안좋다. 실내공간보다 실외를 좋아해서 꼭 막힌 실내는 싫다. 친구들이 가자고 해도 거절한다. (피면접자 1, 중3, 남)

<브롤스타즈> 슈팅게임을 한다. 정해진 캐릭터에 특기나 능력을 사용해서 다른 캐릭터를 사살하는 게임이어서 재미있다. 캐릭터를 뽑을 때 즐거움을 느껴서 자주 이용하게 됐다. 경쟁을 해서 이기면 기쁨도 느낄 수 있고 친구와의 게임대화에 끼일 수 있어 좋다. 게임을 많이 하는 친구들끼리 대화를 자주 하다보니 게임하는 것이 매우 중요하다. 초등학교 4학년 때 시작했는데 <배틀그라운드> 게임을 처음 알게 됐고 이후 새로운 게임을 하면서 게임에 몰입하게 됐다. (피면접자 2, 중1, 남)

초등학교 1, 2학년 때 형이 닌텐도를 사면서부터 게임을 시작했다. 이전에도 게임을 했지만 부모님이 7세 이하 연령이 이용할 수 있는 게임만 하도록 해 게임이 너무 재미 없었다. 하지만 초등학교 저학년부터 모바일 게임을 본격적으로 하기 시작했다. 게임을 하면 좋은 점은 미션을 수행하면 성취감도 느끼고 좋은 아이템을 얻으면 소유감도 느끼며 전투에서 승리하면 뭔가 해냈다는 행복한 기분도 느낄 수 있어 좋다. (피면접자 3, 중1, 남)

좋아하는 게임은 <마인크래프트>, <리그오브레전드>, <카트라이더>, <메이플스토리>이다. 마인크래프트의 경우 여럿이서도 하고 혼자서도 한다. 어려운 상황에서 살아남을 때의 긴장감과 짜릿함, 레벨이 높은 어려운 상대를 이겼을 때의 기쁨을 느껴서 좋다. 현재 사는 곳으로 이사 오면서 주변 아이들이 게임을 많이 하게 돼 초등학교 4학년 때 게임을 시작하게 됐다. 한번 해봤더니 너무 재미있었다. (피면접자 4, 중1, 남)

좋아하는 게임은 PC게임으로 <피파온라인4>, <오버워치>, <리그오브레전드>이다.

집에서는 혼자 PC로 게임을 하고 주말에 주로 친구들과 함께 PC방을 간다. (피면접자 9, 고1, 남)

게임을 가장 많이 한다. 미디어이용시간 중 대부분이 게임이다. <리그오브레전드>, <메이플스토리>를 자주 한다. 스팀이라는 사이트가 있는데 거기에 있는 게임을 사서 다운로드 해서 플레이한다. 여럿이 같이 하는 것을 좋아하고 생존 서바이벌 게임, 슈팅게임 등을 즐긴다. 2년 전부터 게임을 시작했다. 친구집에서 게임을 하면서 놀다 보니까 너무 재미있어서 노트북을 산 뒤 시작했다. PC는 그래픽 기기가 너무 비싸서 노트북을 이용해 게임을 하고 있다. 재미라는 게임만의 매력이 있어 거기에 빠지는 것 같다. 또한 현실에서는 못할 것 같은 것을 가상공간에서 체험할 수 있어서 좋다. (피면접자 17, 17세, 남)

이처럼 대부분의 남학생들이 PC나 모바일게임을 했지만 피면접자 19(18세, 남)는 체스게임을 즐겼다.

일반 게임은 하지 않고 다만 온라인으로 체스게임을 한다. 초등학교 5학년때부터 두세 달에 한번씩 하는 것으로 시작했다. 요즘은 주말에 심심할 때 한다. 뭔가에 집중하고 머리가 돌아온다는 느낌을 즐기고 싶어 가끔 사용한다. (피면접자 19, 18세, 남)

하지만 고1 남학생인 피면접자 10은 PC게임을 조작하는 법을 잘 몰라 게임을 하지 않는다고 말했다.

주로 남학생들이 열심히 게임을 했지만 일부 여학생들도 게임을 즐기고 있었다.

게임의 경우 <배틀그라운드>를 많이 하는데 혼자 할 수 도 있고 친구들과 같이할 수도 있다. 슈팅게임인데 재미있다. 특히 이기려고 싸우는 게 재미있다. 요즘에는 여학생들도 게임을 많이 하는 편이다. (피면접자 5, 중1, 여)

게임은 친구들이 하자고 할 때 하거나 심심할 때 가끔 한다. <배틀그라운드>, <리듬하
이브>를 한다. <리듬하이브>는 방탄소년단 노래에 맞춰 박자를 맞추는 게임이다. PC
방은 한번 가보고 싶었는데 코로나19로 인해 한 번도 가보지 않았다. (피면접자 6,
중1, 여)

일부 게임을 즐기는 여학생들이 있지만 여전히 많은 여학생들이 게임을 하지
않았다. 피면접자 8(중2, 여)은 예전에 게임을 했지만 지금은 공부 때문에 잘 하지
않는 경우이다. 그는 평화주의자여서 서로 공격하고 죽이는 게임을 별로 좋아하지
않는다고 그 이유를 언급했다. 피면접자 13(고3, 여)과 15(고2, 여), 18(18세,
여)는 게임에 별로 흥미를 느끼지 못해서 잘 안한다고 말했다. 피면접자 20(17세,
여)은 게임보다 SNS가 저 재미있는 것 같아 게임을 전혀 하지 않는 경우이다.

이처럼 남녀 간 게임 이용에 있어 뚜렷한 차이가 발견됐다. 게임에 흥미를 잘
느끼지 못하는 여자청소년들과 달리 남자청소년들은 어렸을 때부터 게임을 해
왔고 게임에 많은 시간을 보내고 있었다.

(5) 정보공유와 연락수단으로서의 카톡

카톡은 비용을 거의 들이지 않고 타인과 정보를 공유하고 소통하는 수단이다.
이미 많은 국민들이 카톡을 사용하고 있다. 특히 여러 명의 사람들과 손쉽게 대화
방을 구성해 정보를 공유할 수 있다는 면에서 큰 인기를 끌고 있다. 청소년들의
경우 반 친구들이 대화하는 반톡을 통해 과제나 행사 등 학교생활에 필요한 정보를
얻고 있었다. 또한 친한 친구들끼리의 단체 대화방(단톡)을 만들어 일상을 공유하
였다. 무엇보다 빠르게 소통할 수 있다는 점이 카톡의 장점이었다.

반톡을 주로 사용한다. 교육안내도 받고 친구들과 이야기한다. 학교에서 웃겼던 일,
재미있었던 일, 재미있는 이야기를 하고 간단히 할 수 있는 게임도 한다. (피면접자

1, 중3, 남)

게임하거나 영상을 친구들에게 보낼 때 카톡을 쓰는 편이다. (피면접자 4, 중1, 남)

SNS를 안하다보니 카톡을 많이 사용한다. 웃긴 사진이나 재미있는 영상 있으면 카톡으로 친구들과 공유한다. 반톡도 하는데 보통 공지글이 많이 올라온다. (피면접자 6, 중1, 여)

카카오톡의 경우 반톡을 통해 정보를 받을 때 주로 사용한다. 담임선생님이 반톡을 통해 수행평가 안내나 대회 알림을 공지한다. 과목준비물도 반톡을 통해 알 수 있다. (피면접자 10, 고1, 남)

반톡을 통해 시험기간이 되면 답이 어떨고 난이도가 어떤지 이야기한다. 일상과 관련된 다양한 주제에 관해 이야기한다. 게임을 좋아하는 친한 친구들끼리 만든 단톡방을 통해서도 게임이야기밖에 안한다. 가령, 한 친구가 게임을 같이 하자고 하면 그 게임이 어떤지 알아보고 같이 할지 말지 결정한다. (피면접자 12, 고2, 남)

친한 친구들끼리 단톡방을 만들어 소통한다. 대학진학 이야기를 많이 나눈다. 대학 입학해서 놀러갈 계획도 이야기하고 맛집소식도 나눈다. (피면접자 14, 고3, 여)

중학교 2학년인 피면접자 8은 구체적으로 카톡 사용 동기를 다음과 같이 밝혔다.

사실 중학교 오기 전까지 카톡을 사용하지 않았지만 학교 공지사항 등 중요한 연락을 받기 위해 반톡을 쓰게 되었다. 단톡방의 경우 한번에 많은 사람들에게 메시지를 보낼수 있어서 좋다. 소통이 빠르고 쉽게 돼서 좋다. 친구들이 빠르게 읽고 답장할 수 있는 것도 좋다.

가족끼리 카톡방을 만든 사례도 있다. 피면접자 11(고2, 남)은 부모님이 맞벌이어서 늦게 오는 경우가 많아 상호 소통을 위해 가족대화방을 만든 경우이다. 먹고 싶은게 있으면 사 달라고 카톡에 올리는 등 주로 일상생활을 이야기한다고 한다. 피면접자 12(고2, 남)도 가족 단독방을 쓰고 있다. 피면접자 20(17세, 여)은 집을 떠나 할아버지 댁에 지내고 있어 부모와 떨어져 있다 보니 부모와는 주로 카톡으로 연락한다고 한다. 하지만, 할아버지, 할머니와는 전화로 주로 연락한다.

중학교 1학년 남학생인 피면접자 4는 카톡도 쓰지만 디스코드라는 메신저를 통해서도 소통을 자주 하고 있다. 그는 카톡에 비해 디스코드를 통해 할 수 있는 것이 많다고 말한다. 가령, 서버를 만들어서 여러 채널을 만들어 이야기 한다거나 파일자료를 주고 받기가 용이하다는 것이다.

(6) 숙제 검색할 때 유용한 포털

피면접자들은 무언가를 검색하고자 할 때 포털을 많이 이용했다. 학원숙제나 학교숙제를 할 때 주로 포털을 검색했다. 또한 뉴스를 찾을 때도 포털을 이용했다.

학원숙제나 학교숙제할 때 가끔 포털사이트를 이용한다. 게임모니터나 키보드, 컴퓨터수용품 등 이따금씩 사고 싶은 것이 있을 때 가격비교를 위해 포털을 이용하기도 한다. (피면접자 3, 중1, 남)

네이버는 검색용으로 주로 쓰는데 학교 자료조사할 때 이 앱을 사용하면 자료를 쉽게 구할 수 있다. (피면접자 7, 중2, 여)

포털에서 뉴스를 찾아본다. (피면접자 8, 중2, 여)

날씨나 교통정보, 공부할 때 모르는 개념과 같이 알고 싶은 정보를 찾고자 하는 경우에

포털에서 검색한다. (피면접자 9, 고1, 남)

포털을 통해 대학교 검색만 많이 한다. (피면접자 14, 고3, 여)

(7) 적극적으로 찾지 않는 뉴스

대체로 피면접자들은 뉴스를 적극적으로 검색하지 않았다. 부모와 함께 뉴스를 보거나 관심 있는 주제가 나오면 찾는 경우가 많았다. 뉴스를 보더라도 짧은 영상을 선호했다.

부모님이 TV로 뉴스볼 때 한번씩 같이 보곤 한다. 또 네이버나 구글을 통해 뉴스를 본다. 관심있는 주제가 나오면 한번씩 보는 정도다. (피면접자 1, 중3, 남)

아침에 부모님이 뉴스를 보는데 가끔 같이 본다. 그러다 셋다운제 폐지와 같이 관심 있는 주제가 나오면 집중적으로 보는 편이다. 내 취미가 게임이어서 게임관련 뉴스에 관심이 많다. 적극적으로 뉴스를 찾아보는 편은 아니고 눈술학원 준비하느라 가끔 뉴스를 찾아보는 정도다. (피면접자 3, 중1, 남)

뉴스는 평소에는 적극적으로 찾아보지 않는다. 하지만 큰 뉴스가 발생하면 궁금해서 찾아본다. 부모님이 가끔 세상소식을 나에게 이야기해준다. (피면접자 5, 중1, 여)

부모님이 TV 뉴스를 볼 때 지나가면서 한 번씩 본다. 가끔 집에서 정기구독하는 신문뉴스를 본다. (피면접자 6, 중1, 여)

학원 갔다오면 저녁 10시인데 이 때 부모님과 과일 먹으면서 뉴스를 본다. 자주보는 편은 아니고 일주일에 두 세 번 보는 것 같다. 페이스북을 보다 흥미로운 뉴스기사가 뜨면 포털검색해서 뉴스 본다. 가끔씩 뉴스를 볼 뿐이지 적극적으로 뉴스를 찾지는

않는다. 뉴스를 보면 너무 나쁜 이야기 밖에 없다. 코로나관련 뉴스도 그렇고 집값 이야기도 그렇고 최근에 문제된 LH사건도 그렇고 안 좋은 이야기가 많다. (피면접자 11, 고2, 남)

뉴스는 잘 보지 않는다. 하지만 연예관련 뉴스는 자주 보는 편이다. 좋아하는 연예인들의 열애설이 터지면 관심 있게 본다. 큰 대회가 열리면 누가 상을 받았는지 시상식을 본다. 정치나 시사문제에 별로 관심이 없다. (피면접자 13, 고3, 여)

뉴스는 관심이 없어 거의 보지 않는다. 간혹 보더라도 뉴스영상을 보지 기사는 읽지 않는다. 이유는 영상이 편해서 그렇다. 유튜브에 올라온 거나 페이스북 넘기다 보면 올라오는 뉴스영상을 본다. 길면 3분이고 보통 1-2분짜리 영상인데 뉴스내용을 쉽게 설명하는 것 같아 좋다. (피면접자 18, 18세, 여)

할아버지가 저녁 뉴스를 보고 있으면 가끔 옆에서 본다. (피면접자 20, 17세, 여)

일부 청소년들은 적극적으로 뉴스를 찾아보기도 했다. 흥미로운 점은 정치, 시사적인 뉴스 뿐 아니라 환경, 인권, 동물학대 등 다양한 사회적 문제에 관심이 있었다.

뉴스는 실시간으로 보지 않고 주로 유튜브에 올라와 있는 걸 많이 본다. 정치, 시사적인 문제에 평소 관심이 많은 편이다. 우연히 추천영상을 보게 됐는데 추천 목록에 떠 있는 걸 보면 관련된 영상이 많이 나오기 때문에 계속 보게 된다. (피면접자 4, 중1, 남)

포털에서 뉴스를 찾아보기도 하고 9시 뉴스도 본다. 어릴 때부터 사회문제에 관심이 많았다. 특히 환경문제와 건강한 페미니즘이 무엇인지에 흥미를 가졌다. 초등학교 때 아동노동에 반대하는 캠페인을 맡아 진행한 적이 있는데 이걸 계기로 사회문제에

관심을 갖게 됐다. (피면접자 8, 중2, 여)

네이버나 트위터 뉴스 계정을 통해 뉴스를 자주 보는 편이다. 정치에는 관심이 없고 사회문제에 관심이 많다. 인권, 범죄, 동물학대 등에 관심이 많다. 특히 범죄자들이 받는 형량에 관심이 많다. 하지만 아직까지 뚜렷한 주관은 잡히지 않았다. (피면접자 16, 고2, 여)

네이버 헤드라인 뉴스기사를 자주 보는데 속보 위주로 본다. 평소 정치적인 문제에 관심이 많다. 세상이 어떻게 돌아가는지를 아는 게 재미있어서 자주 챙겨본다. TV뉴스는 잘 보지 않는다. 정치나 경제소식에 관심이 많다. 내가 원래 책임는 것도 좋아하고 개인적으로 주식투자를 하다보니 경제문제에 관심을 가지게 되었다. (피면접자 19, 18세, 남)

대체로 많은 청소년들이 뉴스를 접하는 것으로 나타났지만 일부 청소년들에게 뉴스는 어렵고 딱딱한 존재였다.

뉴스에는 별로 관심이 없다. 정치에 관한 이야기가 많은데 그 분야에 배경지식이 없어서 내용을 이해하기 어렵다보니 정치문제에 관심이 가지 않는다. (피면접자 7, 중2, 여)

뉴스는 딱딱하고 재미가 없어서 거의 안 본다. (피면접자 12, 고2, 남)

이처럼 청소년들은 적극적으로 뉴스를 찾는 것이 아니라 포털이나 SNS에 올라온 뉴스게시물을 우연히 접하거나 관심 있는 뉴스거리가 있을 때 뉴스를 집중적으로 보는 경향이 있었다. 이는 아직도 청소년들에게 뉴스이용이 일상화되지 않았음을 보여주고 있다.

(8) 영어공부로 활용되고 있는 다양한 앱

일부 피면접자들은 앱을 통해 세계의 다양한 사람들과 소통하면서 영어를 배웠다. 피면접자 8(중2, 여)은 세계친구들과 소통하고 싶어서 헬로톡이라는 펜팔하는 앱을 깔아 세계 다양한 친구들과 영어로 이야기하고 소통한다. 영어학원을 오래 다니다 최근 그만두었는데 영어말하기의 경우 원어민이랑 대화를 해야 늘기 때문에 펜팔을 시작하게 됐다고 한다. 이 앱의 장점은 오디오메시지를 녹음해서 보낼 수도 있고 전화도 가능하다는 점이다. 장래희망이 UN과 같은 국제기관에서 일하는 것이어서 영어의 필요성을 많이 느꼈다고 한다. 또한 코로나 때문에 밖에 못나가서 놀 친구가 필요한 것도 영향을 미쳤다.

초등학생들에게 한때 인기를 끈 틱톡은 피면접자 16(고2, 여)에게는 영어공부를 위한 중요한 수단이다. 그는 다음과 같이 이 앱의 이점을 말했다.

이걸 사용하면 미국에서 유행하는 트렌드를 쉽게 알 수 있다. 또한 미국인이 쓰는 일상 언어나 유행어를 쉽게 파악할 수 있다. 국적을 미국으로 설정해서 영어로만 볼 수 있게 했다. 이용하다보니 유튜브 보다 재미있는 영상이 많은 것 같다. 틱톡을 한번 보기 시작하니 유튜브를 보지 않게 되었다. 틱톡은 짧은 반면 유튜브는 영상이 길다. 가령, 유튜브에는 게임영상이 많은데 긴 것은 4시간도 넘어가 너무 지루하다. 짧고 자극적인 영상에 익숙해지다 보니 틱톡을 많이 보게 되었다.

두 청소년의 사례에서처럼, 미디어는 영어를 공부하고 세계의 다양한 사람들과 소통하는 수단으로 작용하기도 했다.

2) 미디어의 의미

(1) 없어서는 안 될 존재

청소년들에게 미디어는 무엇보다도 없어서는 안 될 존재였다. 모든 것이 미디어를 통해 연결되고 소통된다. 이런 상황에서 미디어가 없는 학교생활을 상상하기란 어렵다.

없으면 단 하루도 살 수 없는 존재다. 정보화시대다 보니 미디어가 있어야 연결고리가 되니까 없어서는 안 될 존재다. (피면접자 1, 중3, 남)

떼어내려 해도 결코 떼어낼 수 없는 존재다. 미디어가 없으면 의사소통도 불가능하고 스트레스를 풀지도 못한다. (피면접자 2, 중1, 남)

심심할 때마다 보고 없어서는 안 될 존재다. (피면접자 12, 고2, 남)

어릴 때는 필수적인 요소가 아니라고 생각했는데 갈수록 살아가는데 필요한 존재이다. 미디어가 없으면 내가 받아들이는 정보도 제한적일 것 같다. (피면접자 14, 고3, 여)

안할 수가 없는 존재다. 핸드폰을 통해 세상소식을 다 알게 되기 때문이다. 소식을 알아야 대화가 된다. (피면접자 15, 고2, 여)

평생 못 끊을 것 같은 존재다. 미디어는 사람들과의 관계를 의미한다고 생각한다. 폴더폰을 이용해서 계속 생활하다보니 공감대가 없어서 친구들과 이야기가 잘 되지 않았다. 하지만 스마트폰을 쓰면서 친구사귀기가 쉬워졌다. (피면접자 16, 고2, 여)

(2) 재미있는 존재

미디어는 또한 청소년들에게 재미와 즐거움을 주는 존재다. 특히 미디어에는 볼거리와 즐길 거리가 많이 있기 때문에 청소년들이 미디어에 몰입하게 만든다.

미디어는 재미있는 존재라고 생각한다. 미디어에는 재미있는 것들이 많기 때문이다.
(피면접자 3, 중1, 남)

미디어는 쾌락을 주는 존재다. 미디어를 이용하면 재미있기 때문이다. (피면접자 19, 18세, 남)

(3) 스트레스 해소 수단

청소년들은 과중한 학업부담으로 스트레스를 많이 받는다. 이런 상황에서 미디어는 스트레스를 해소할 수 있는 중요한 수단이 되고 있다.

학업 스트레스와 같은 스트레스를 받을 때 이를 해소하는 수단이다. (피면접자 5, 중1, 여)

스트레스를 해소해 주는 매체다. 미디어가 없으면 스트레스 풀 곳이 줄어들 것 같다.
(피면접자 11, 고2, 남)

(4) 정보제공 수단

청소년들은 미디어를 통해 다양한 정보를 찾는다. 또한 이 과정에서 세상 돌아가는 소식도 알게 되고 다양한 사람들과 문화를 접하기도 한다. 이 때문에 미디어

는 청소년들에게 유용한 정보를 제공하는 수단이다.

여러 정보를 제공하기도 하고 대면으로 만나기 어려운 사람들을 쉽게 만나게 해주는 매체이다. (피면접자 9, 고1 남)

재미와 흥미를 주면서 필요한 정보도 주는 존재이다. 내가 모르는 정보를 잘 알려주는 것 같다. 가령, <미미미누>를 보면 한국의 입시가 어떻게 바뀌고 어떤 이슈가 있는지를 쉽게 알 수 있다. (피면접자 10, 고1, 남)

세상소식을 전달해 주는 존재이다. 진로에 있어 도움을 주는 참고자료이다. (피면접자 13, 고3, 여)

잘 모르는 걸 알려주고 궁금증을 풀어주는 존재다. (피면접자 17, 17세, 남)

이처럼 미디어는 많은 청소년들에게 긍정적 의미를 가진 존재로 인식되었다. 하지만 피면접자 8(중2, 여)은 미디어는 하나로 정의할 수 없는 다차원적인 존재라고 생각한다. 왜냐하면 미디어를 통해 생활의 편리함을 느끼고 있고 온라인에서 좋은 시간을 보내고 있지만 동시에 부정적인 영향도 크다고 생각하기 때문이다.

3) 미디어이용의 긍정적 측면

(1) 빠르고 다양한 정보 제공

피면접자들은 무엇보다도 미디어가 빠르고 다양한 정보를 제공하는 것이 미디어이용의 긍정적 측면이라고 말하고 있다. 미디어는 학업에 관한 정보 뿐 아니라 이용자가 평소 관심을 갖고 있는 주제나 문제에 관해 빠르고 신속하게 정보를

찾아준다.

정보를 빠르게 알아 낼 수 있어 좋다. 가령, 학원에서 어떤 것을 조사하라고 하면 검색하면 나오기 때문에 좋다. 또한 미디어를 이용하고 있으면 행복하다. 옛날시대에 미디어가 없었으면 어떻게 살았을까 하는 생각이 든다. (피면접자 3, 중1, 남)

수행평가 알림과 학업에 관한 정보를 제공해준다. 내 반에는 모든 학생들이 한 개의 역할을 하도록 돼 있는데 도우미란 친구가 한 학기동안 카카오톡을 통해 수행평가, 준비물, 시간표 등을 알려준다. (피면접자 1, 중3, 남)

잡다한 지식을 많이 얻게 된다. 가령, 내가 몰랐던 차를 보면 설명을 해주니까 이차가 몇 마력이고 어떤 엔진을 쓰는지 알게 된다. 오토바이의 경우도 몇 cc이고 몇 기통인지 알게 된다. (피면접자 12, 고2, 남)

정보에 대한 접근이 쉬운 것 같다. 어떤 것을 검색해도 모든 정보가 다 나오니까 너무 편리하다. (피면접자 18, 18세, 여)

(2) 타인과의 소통 활성화

미디어는 또한 타인과의 소통을 활성화하는 긍정적 기능을 한다. 청소년들은 미디어를 통해 친구와의 관계를 유지, 발전시킨다. 또한 온라인상에서 모르는 사람들과도 쉽게 어울리고 친구가 된다.

친구들이랑 연락할 수 있어 좋다. (피면접자 5, 중1, 여)

코로나 19이후 원격수업으로 전환되면서 처음 1년 동안은 일방향수업을 했었다. 밖에 나가는 것도 힘들었고 만날 수 있는 사람이 부모밖에 없었지만 미디어를 통해

친구들과 소통하는 것이 삶의 활력이 되었다. (피면접자 8, 중2, 여)

평소에 만나지 못했던 사람들도 온라인상에서 쉽게 만날 수 있다는 점이 좋다. 또한 연령대나 성별이 다른 사람들과도 만날 수 있다는 것이 좋은 점인 것 같다. (피면접자 9, 고1, 남)

미디어를 통해 소통하면 친구관계가 좋아지는 측면이 있다. 친구들이랑 여러 가지 주제를 정해 이야기하면 좋다. (피면접자 11, 고2, 남)

(3) 재미와 행복

미디어는 재미와 행복을 가져다준다. 청소년들에게는 미디어를 하고 있을 순간이 즐겁고 행복하다.

재미있고 하다보면 행복하다. 친구들이랑 연락하거나 지루할 때 미디어를 보면 가장 좋다. (피면접자 12, 고2, 남)

내가 흥미 있는 걸 찾아보니까 재미있다. (피면접자 15, 고2, 여)

재미를 북돋우거나 우울한 것을 해소할 수 있어 힐링에 도움이 된다. (피면접자 17, 17세, 남)

미디어는 무엇보다도 즐거움을 준다. (피면접자 19, 18세, 남)

(4) 스트레스 해소

앞서 청소년들에게 미디어는 스트레스를 해소하는 중요한 수단으로 인식되었

다. 미디어의 긍정적 측면에 관한 답변 중에도 스트레스 해소 기능이 많았다. 이는 우리사회의 많은 청소년들이 학업 스트레스를 많이 받고 있기 때문에 미디어 이용을 통해 이를 해소하고 있다는 것을 암시해주고 있다.

학업스트레스도 해소할 수 있다. 가끔씩 수행평가도 있고 학원공부도 해야 하고 학교 숙제도 해야 해서 스트레스를 받는다. (피면접자 2, 중1, 남)

스트레스가 해소된다. 학업에 시달릴 때 스트레스를 받는데 미디어를 통해 친구와 비슷한 고민을 나누기도 하고 세계 사람들과 통화하거나 재미있는 영상을 보며 웃기도 한다. (피면접자 8, 중2, 여)

기분이 안 좋거나 하면 인스타그램 친구들과 연락하면서 스트레스를 해소한다. (피면접자 10, 고1, 남)

고등학교 때 스트레스를 받는 일이 많은데 아무 생각 없이 멍하니 웃긴 것들만 계속 보다보면 스트레스 해소가 많이 된다. (피면접자 16, 고2, 여)

4) 미디어이용의 부정적 측면

(1) 시력저하 등 건강 악화

많은 청소년들이 미디어의 부정적 측면으로 시력저하를 꼽았다. 또한 수면부족을 호소하는 청소년도 있었다.

시력이 나빠지고 한번 보면 잘 끊지 못한다는 단점이 있다. (피면접자 4, 중1, 남)

시력이 저하된다. 실제로 시력이 떨어졌기도 했다. (피면접자 5, 중1, 여)

건강이 안 좋아지고 시력이 매우 나빠졌다. (피면접자 7, 중2, 여)

자기 전에 유튜브를 많이 봐서 시력도 나빠지고 수면시간도 줄어들어 피곤하다. (피면접자 13, 고3, 여)

핸드폰 볼 때 자세가 안 좋아지는 것도 문제다. (피면접자 14, 고3, 여)

(2) 가짜뉴스의 범람

피면접자들은 미디어의 부정적 기능으로 가짜뉴스의 확산을 많이 꼽았다. 따라서 청소년 시기에 객관적이고 신뢰할만한 정보를 분별해내는 능력이 점차 중요해지고 있다.

거짓정보가 빠르게 확산될 수 있다. (피면접자 6, 중1, 여)

페이스북 기사를 찾아보니 선동을 당할 수 있다는 문제점이 있다. 사실이 아닌 정보를 사실로 받아들인 경우도 있었다. 가령, 대통령에 관한 안 좋은 루머가 있어서 사실인 줄 알았는데 뉴스를 통해 거짓인 줄 알게 되었다. (피면접자 10, 고1, 남)

많은 뉴스가 쏟아지다보니 어떤 것이 진짜이고 가짜인지를 구별하기가 어렵고 거짓뉴스가 많은 것이 불편하다. (피면접자 17, 17세, 남)

유튜브 정보나 뉴스 기사를 보면 사실판단이 잘 안되는 경우도 있다. 특히 허위정보에 쉽게 속아 넘어갈 수도 있다. (피면접자 18, 18세, 여)

가짜뉴스가 심각한 것 같다. 카더라 같은 정보가 너무 많다. 이러다보니 사람들이 정보를 너무 무분별하게 수용하고 있다. (피면접자 14, 고3, 여)

(3) 사이버폭력

사이버폭력은 일찍이 청소년 사이에서 중요한 이슈였다. 여전히 많은 청소년들이 사이버폭력 사례를 경험하고 있는 것으로 나타나고 있다. 프로필 사진을 이상하게 만들어 공유하거나 외모에 대해 놀리는 경우도 있었다.

친구들이 내 프로필 사진을 캡처해서 이상하게 만들어 모르는 친구에게 공유하거나 SNS에 올리는 바람에 기분이 나쁜 적이 있었다. 개인정보가 쉽게 유출된다. (피면접자 2, 중1, 남)

사이버폭력도 심각한 문제다. 사이버상에서 일어나는 문제다 보니까 많이 심각한 것 같다. 친구들을 보니 외모에 대한 놀림이 많은 것 같다. (피면접자 5, 중1, 여)

사이버폭력도 문제다. 학교에서 사이버폭력이 나쁘다는 교육을 받다보니 이렇게 생각하게 됐다. (피면접자 11, 고2, 남)

친구들 사이에서 사이버폭력이 자주 일어나는 것 같다. 실제로 친구들이 다른 친구들의 외모나 행동에 대한 뒷담화를 늘어놓은 것을 보기도 했다. (피면접자 18, 18세, 여)

(4) 중독

미디어 이용이 늘어남에 따라 중독문제를 호소하는 청소년들이 늘고 있다. 피면접자들 역시 중독을 미디어의 중요한 부정적 기능으로 지적하였다.

아무래도 중독이라 생각한다. 자기가 제어를 잘하지 못하면 쉽게 빠지고 현실과 잘 구분하지 못할 수 있다. (피면접자 9, 고1, 남)

중독문제가 제일 큰 것 같다. 미디어를 하다보면 다른 일을 못하게 된다. 실제로 페이스북을 계속 보게 되면서 성적이 하락한 적도 있다. (피면접자 11, 고2, 남)

중독성이 있다. 새로운 게시물이 실시간으로 떠다보니까 계속 이것 저것 접속하게 된다. 가령, 유튜브 보다가 인스타그램 보게 되고 트위터도 보게 된다. 실제로 공부하다가 5분 쉬어야지 하면서 핸드폰을 보게 되는데 몇 시간이 금방 지나가버리는 경우도 일어난다. (피면접자 15, 고2, 여)

(5) 학업방해

미디어는 또한 청소년들의 학업을 방해한다. 수시로 올라오는 게시물을 체크하기 위해서는 자주 스마트폰을 봐야 하기 때문에 미디어는 공부에 방해가 된다.

미디어사용이 계속 늘어나게 되면 학업에 방해가 돼서 내신관리도 힘들고 평소 생활 패턴이 어긋날 수 있다. (피면접자 1, 중3, 남)

미디어 이용을 자제할 수 없으니까 학업에 안 좋은 영향을 미치는 것 같다. (피면접자 2, 중1, 남)

(6) 자극성, 선정성, 폭력성

미디어가 묘사하는 자극적이고 선정적이며 폭력적인 장면 역시 청소년이 많이 지적하는 부정적 측면 중의 하나다. 특히 게임광고의 유해성을 지적하는 청소년이 일부 있었다.

미디어에서 나쁜 것을 배울 수 있다. 가령, 선정적인 것이나 욕설 등을 쉽게 배울수

있다. 내가 좋아하는 게임광고를 보면 요즘 매우 선정적인 장면이 많아졌다. 또한 익명성이 보장되기 때문에 악플도 쉽게 달 수 있다. (피면접자 3, 중1, 남)

청소년의 경우 가치관을 정립하는 시기이기 때문에 접하는 정보가 매우 중요하다. 하지만 미디어가 안 좋은 정보를 접하게 한다. 가령, 유튜브의 경우 조회수가 중요한 수익이다 보니 이용자들을 끌어 모으기 위해 자극적인 콘텐츠를 양산하고 있다. 문제는 초등학생과 중학생 등 어린 시청자들이 여기에 포함될 수 있다는 것이다. 얼마전에 유튜브 게임광고를 본 적이 있다. 선정적인 내용도 포함돼 있고 여성을 남성에게 잘 보이고 예쁘게 보이려고 하는 존재로 묘사하고 있어 좀 불편하다고 느꼈다. 그런데 이 게임을 찾아보니 12세 이용가라고 돼 있어 초등학생들이 이러한 게임에 노출될 수 있다는 현실이 놀라웠다. (피면접자 8, 중2, 여)

미디어가 점점 자극적이 되는 것 같다. 가령, 몰래카메라로 은행을 터는 장면을 찍었는데 시민들이 진짜로 오해해서 경찰에 잡혀가는 일도 있다. 이처럼 콘텐츠를 돈으로 생각해서 큰 일이 많이 일어나는 것 같다. (피면접자 16, 고2, 여)

익명으로 활동하는 플랫폼이기 때문에 서슴지 않게 유해성 게시물을 쉽게 접할 수 있다. 최근 인기를 끌고 있는 오징어게임의 경우 내가 보기에 잔인한데 유튜브 등을 통해 쉽게 전파돼 아이들도 쉽게 노출될 수 있다. (피면접자 20, 17세, 여)

5) 가정에서의 미디어 이용과 부모 중재

(1) 규칙을 통한 미디어이용 통제

대체로 중학생들이 가정에서 미디어이용에 관한 규칙을 가지고 있었다. 이는 이 시기가 미디어 이용을 스스로 통제하기 어려운 때라는 것에 기인한다. 규칙의 내용은 피면접자들마다 다소 달랐지만 전반적으로 특정 시간대에 미디어이용을

못하게 하거나 숙제 등을 끝마치면 어느 정도 허용하는 경우가 많았다.

미디어를 사용하는 것은 좋는데 할 일은 하자라는 규칙이 있다. 이를 어기면 핸드폰을 압수당하거나 사용하지 못하게 된다. 숙제검사 말고는 비교적 자유롭게 미디어를 이용한다. (피면접자 2, 중1, 남)

아버지가 밤 늦게까지 게임하는 것을 안좋아 하기 때문에 밤 11시까지만 게임을 하도록 규칙을 정했다. (피면접자 3, 중1, 남)

형이 고3이라 형이 집에 오면 미디어를 이용하지 못하는 규칙이 있다. 내가 미디어를 너무 오래하면 부모님은 눈 나빠진다고 그만하라고 한다. 가까이 와서 계속 보다가 큰 소리를 내기도 하고 코드 뽑을 때니까 그만하라고 한다. 이러한 식으로 부모와 갈등이 많은 편이다. (피면접자 4, 중1, 남)

부모와 크게 충돌한 적은 없다. 하지만 지켜야 할 규칙은 있다. 가령, 주말에는 사용을 많이 못하고 시간을 정해놓고 사용한다. 그래서인지 주말에 한두시간 밖에 이용을 안한다. 주중에는 내버려두는 편이다. (피면접자 5, 중1, 여)

부모님은 내가 미디어를 많이 사용하는 것을 좋아하지 않는다. 그래서 밤 10시 이후에는 가족이 핸드폰을 한 곳에 모아놓고 다음날 오전7시까지 사용하지 않는다는 규칙도 있다. 그리고 아이패드나 노트북 등 미디어기기를 사용할 때는 무조건 거실에 나와서 사용해야 한다. (피면접자 7, 중2, 여)

내가 어느 정도 미디어이용을 조절할 줄 아니까 평소에는 내버려 두는 편이다. 하지만 시험기간에는 자제를 해야 하는데 그게 잘 안돼 부모와 갈등이 좀 있었다. 내가 게임에 좋아하다보니 게임은 한번 할 때 1시간 30분은 넘지 않는 걸로 부모와 약속을 정했다. 또한 잠자기 전에는 휴대폰을 밖에 놔두고 잔다. (피면접자 9, 고1, 남)

사용시간이 많아지면서 부모와 갈등을 겪은 적이 많다. 특히 공부할 때 핸드폰을 사용하면 집중력도 떨어지고 공부하는 시간이 줄다보니 부모님이 나무란다. 공부할 때는 핸드폰을 밖에다 두는 규칙을 만들어 지키고 있다. 대신 내가 할 일을 다하면 부모님이 내가 미디어를 이용하는 것에 별다른 신경을 안 쓴다. (피면접자 10, 고1, 남)

부모님은 웬만하면 핸드폰을 많이 하지 말라고 한다. 내가 계속하다가 걸리면 노트북, 핸드폰 등을 빼앗아 간다. 몇 가지 규칙이 있는데 가령 핸드폰을 방에 갖고 들어가면 안 된다. 집에 오면 거실, 소파에 핸드폰을 올려놓게 돼 있다. 원래는 SNS를 다 지우라고 했는데 그렇게 할 수 없으니까 계속 사용하게 됐다. 노래듣는 음악사이트 결제도 못하게 했다. 친구들이랑 쓸데없는 대화도 못하게 한다. 독서실에 가면 사물함에 핸드폰을 넣어두라고 한다. (피면접자 15, 고2, 여)

일부 피면접자들은 스스로 미디어이용을 잘 조절해 부모와의 갈등이 없는 경우도 있었다. 대체로 고등학생들이 자율적으로 미디어를 이용하고 있었다.

초6때 처음 휴대폰을 가졌는데 중학교 때 너무 모바일게임만 해서 휴대폰을 압수당하고 부모에게 엄청 혼난 적이 있다. 그 이후로 내가 잘 조절하여 사용해 현재는 이런 문제로 부모와 갈등을 빚는 경우는 거의 없다. 내가 조절을 잘 하기 때문에 부모가 특별히 간섭하는 것은 없다. (피면접자 11, 고2, 남)

부모가 신경을 잘 안 쓰는 편인데 자정이나 새벽까지 하고 있으면 빨리 끄라고 이야기한다. 동생에게는 잔소리를 하는데 나는 고등학생이다보니 자율에 맡긴다. 중학교 때는 저녁 10시 이전에 핸드폰을 부모에게 맡기는 규칙을 만들었는데 지금은 딱히 없다. (피면접자 12, 고2, 남)

중학생 때까지 어머니가 핸드폰을 검사했다. 카톡메시지 다 확인하고 저녁 10시까지

핸드폰을 사용했다. 하지만 고등학교 올라오면서 밤늦게까지 과제하는 게 많아져서 시간제한을 별로 두지 않았다. 알아서 할 나이라고 판단해서 자유롭게 됐다. (피면접자 14, 고3, 여)

부모님은 내가 미디어를 이용하는 것에 부정적인 생각을 갖고 있다. 잔소리는 많이 하지만 딱히 규제하지는 않는다. 내가 할 일을 하고 미디어를 이용하면 그다지 간섭하지 않는다. 부모님 눈을 피해 몰래 핸드폰을 이용하기도 한다. 중학교 때까지는 와이파이 비밀번호도 안 알려주고 핸드폰을 뺐은 적도 있었지만 고등학교 와서 내가 자율적으로 하도록 했다. 그래서 요즘은 부모와 갈등은 별로 없다. (피면접자 18, 18세, 여)

(2) 미디어에 관한 부모와 자녀의 인식 차이

지금의 부모세대는 디지털환경에서 자라지 않았기 때문에 새로운 디지털 기기에 익숙하지 않다. 반면 청소년세대는 어렸을 때부터 디지털 기기를 다뤄 디지털 매체에 익숙해 있다. 이 때문에 미디어 이용을 둘러싼 갈등도 많고 미디어를 바라보는 인식의 차이도 크다. 즉 부모들은 자녀의 미디어 이용이 공부에 방해되고 쓸모없는 것으로 여기는 반면 자녀들은 미디어를 정해진 시간보다 더 많이 이용하려고 하고 긍정적으로 미디어를 바라보는 시각이 강하다.

하루에 미디어를 사용할 수 있는 적절한 시간으로 부모님은 1시간 정도, 나는 2시간 정도를 주장. 엄마와 갈등이 있었다. 결국 부모말씀대로 하게 됐다. (피면접자 2, 중1, 남)

어머니가 나보고 미디어를 많이 썼다고 하는데 내 입장에서는 또래친구들에 비해 적게 사용했다고 느끼기 때문에 이런 생각차이가 서로 충돌을 하기도 한다. 또 인터넷 사용시간을 지키지 않아서 혼나는 경우도 많다. 가끔 핸드폰을 뺐기기도 한다. 요즘에

는 아이패드를 통해 공부를 하거나 노트북에서 다운로드를 받아 공부하는 사례가 많아 따라하고 싶은데 어머니 입장에서는 내가 노는 것으로 생각하는 경향이 많아 갈등이 많이 나타난다. 어머니도 스마트폰을 많이 쓰는 편이어서 내가 지적하면 부모 세대에는 스마트폰을 많이 사용 안했으니까 너도 적게 쓰라고 이야기할 때도 있다. (피면접자 7, 중2, 여)

부모님이 가끔 내가 뭘 하는지를 알기 위해 내 스마트폰을 보곤 하는데 나에게 미리 동의를 얻고 봤으면 좋겠다. (피면접자 8, 중2, 여)

부모와 매일 갈등이 있는 것 같다. 어머니가 원하는 것은 유튜브든 뭐든 아무것도 하지 말라는 것이다. 연예인을 찾아보거나 노래를 검색해 찾아 듣는 시간에 차라리 잠을 자거나 수학문제를 풀라는 식이다. 뭔가 필요한 일이 아니면 핸드폰을 하지 말라고 하는데 내 입장에서는 어쩔 수가 없는 것 같다. 도저히 해결될 수는 없을 것 같다. (피면접자 15, 고2, 여)

6) 학교의 미디어교육

(1) 지루하고 재미없는 미디어교육

청소년들은 창체나 수업시간을 통해 미디어교육을 받았지만 내용 자체가 너무 지루하고 재미없었다고 말한다. 자신들의 수준에 맞지 않은 점도 지적됐다. 피면접자들이 받은 미디어교육은 대부분 중독예방이나 사이버폭력예방에 초점을 둔 것이었다.

게임중독에 관한 교육을 받았는데 당시에 아무 생각도 없었다. (피면접자 3, 중1, 남)

국어시간에 매체종류와 특성에 대해 알아보는 단원이 있어 처음으로 매체의 의미에 대해 알게 됐다. 스마트폰중독예방교육 때 교육내용을 유인물로 나눠주는 경우가 있었다. 실제로 스마트폰 앱을 어떻게 관리해야 할지 안내해주는 경우가 없어 한번보고 그냥 버리는 경우가 대다수인 것 같다. (피면접자 7, 중2, 여)

창체시간에 수업을 받았는데 미디어사용시간 줄이기와 가짜뉴스 예방하는 방법이었다. 하지만, 너무 지루했다. (피면접자 10, 고1, 남)

사이버폭력예방교육, 스마트폰중독예방교육을 받았다. 나도 별로 집중하지 않았고 친구들도 집중해서 듣는 것 같지는 않았다. 1년마다 하나씩 매년 비슷한 내용으로 교육이 이뤄지다보니 친구들이 흥미를 갖지 못하는 것 같다. (피면접자 11, 고2, 남)

교육받을 때마다 자서 사이버폭력 외에는 딱히 기억에 남는 것은 없다. 교육내용이 고등학생 수준에 맞지 않았다. 어린이들이 볼만한 영상이어서 재미가 없었다. (피면접자 12, 고2, 남)

정보통신윤리교육을 받았다. 창체시간에 관련영상을 틀어 주는데 아무도 보지 않는다. 의미 없는 시간을 보내는 것 같다. (피면접자 15, 고2, 여)

학교에서 영상을 틀어줬다. 영상내용은 핸드폰중독예방이었는데 이미 학생들이 다 중독이 된 것 같아 별 의미가 없다. 오히려 치료쪽이 도움이 될 것 같다. (피면접자 16, 고2, 여)

인터넷중독예방교육을 받았다. 솔직히 지루했다. (피면접자 18, 18세, 여)

가짜뉴스 분별하는 것이 가장 기억에 남지만 당시 크게 인상을 받은 것은 없다. 교육내용이 재미가 없었고 결론이 너무 뻔했다. (피면접자 19, 18세, 남)

애니메이션으로 미디어중독예방교육을 받은 게 기억난다. 좀 더 현실성 있는 교육이 이뤄졌으면 좋겠다. 당시 애니메이션이 보기에 유치했다. (피면접자 20, 17세, 여)

하지만 일부 청소년들에게 미디어교육은 효과가 있었다.

외부강사가 와서 미디어중독예방에 관한 교육을 했다. 그 덕분에 나의 생활습관을 고치게 되었다. 그전까지는 하루에 휴대폰만 달고 살 정도로 많이 했는데 교육을 받고 나서 휴대폰 이용을 많이 줄였다. 차근차근 줄여서 지금까지 오게 됐다. 학업에 지장을 줄 수 있다는 점을 많이 강조했다. (피면접자 1, 중3, 남)

핸드폰 중독예방이나 사이버폭력예방교육을 받았다. 핸드폰중독예방교육을 받고서는 핸드폰사용을 줄이려고 노력은 해보야겠다는 생각이 들었다. 사이버폭력예방교육을 받고나서는 기록에 계속 남으니까 조심해야겠다는 생각을 했다. 교육은 괜찮았는데 지루해하는 학생들이 제법 있었다. 강사들에 따라 학생들이 받아들이는 것이 다른 것 같았다. (피면접자 6, 중1, 여)

특히 피면접자 8(중2, 여)은 초등학교 때부터 미디어관련 교육을 많이 받았다. 영재교육원에서의 경험은 미디어의 부작용을 몸소 느낄 수 있는 시간이었다.

초등학교, 중학교 때 학교에서 미디어교육을 많이 받았다. 특히 영재교육원에 다닐 때 디지털플랫폼에 관한 교육을 받았는데 당시 몸으로 느끼면서 여러 문제를 경험하였다. 가령, 어떤 친구가 죽고 싶다고 SNS에 올렸는데 많은 사람들이 위로를 해줬다. 이후 죽고 싶다고 하는 것이 유행처럼 번졌는데 자살시도를 했다는 거짓말을 올리는 친구들까지 생겨났다. 이런 일을 겪고 나니 가짜뉴스가 있을 수 있어 조심해야겠다는 생각을 했다. 학교에서 도덕이나 정보시간에도 많이 배웠다. 정보시간에 가짜뉴스에 관해 준비를 해서 발표를 한 적도 있다. 이 과정에서 내가 믿고 있는 것이 진실이 아닐 수도 있겠다는 생각을 하게 되었다. (피면접자 8, 중2, 여)

(2) 형식적이 아닌 실질적인 미디어교육 희망

인터뷰결과에서도 나타났듯이, 학교에서의 미디어교육은 학생들의 호응을 이끌어내지 못하고 있다. 이에 따라 피면접자들이 갈망하는 미디어교육은 보다 실질적이고 참여적인 교육이었다. 청소년들이 직접 체험해 보고 느끼는 교육이 필요하다. 아울러 청소년들의 수준에 맞는 맞춤형 미디어교육이 절실하다.

사이버폭력의 경우 히어로가 나타나서 처벌한다는 억지스런 이야기를 교육을 통해 전달하고 있는데 내 생각에는 사이버폭력을 저지르면 조사를 받는다거나 친구관계가 멀어질 수 있다는 식으로 좀 더 현실적으로 교육을 해줬으면 좋겠다. (피면접자4, 중1, 남)

지금까지 학교교육은 가짜뉴스가 무엇인지 알려줬다면 향후 가짜뉴스 사례를 갖고 와서 이것이 진짜인지 아닌지를 판명해보는 교육이 이뤄졌으면 한다. 즉 학생들이 가짜뉴스가 얼마나 설득력이 있는지 몸으로 체험해 봤으면 한다. 예전에 잘못된 링크를 눌러 유해한 사이트에 접속한 적이 있어 큰 충격을 받았는데 이런 게 있을 수 있다는 것을 미리 알고 이게 잘못됐다는 것을 확실히 인지할 수 있도록 학생이 직접 참여하는 교육이 많아졌으면 한다. (피면접자 8, 중2, 여)

실습을 하면서 해보면 주의 깊게 듣고 경각심을 가질 수 있어서 좋을 것 같다는 생각을 한다. 교육자체는 만족하는데 전달하는 방식이 딱딱하다는 문제가 있었다. (피면접자 10, 고1, 남)

처음 스마트폰이 나왔을 때의 자료를 가지고 지금도 교육하고 있어 현 상황에 맞는 새로운 내용의 교육을 받고 싶다. 무작정 쓰지 말라고 할 게 아니라 스마트폰중독을 치료하는 법을 알려줬으면 한다. 특히 적절하게 스마트폰 사용을 통제할 수 있는 방법을 알려줬으면 좋겠다. 유해사이트에 접속하지 말라고만 교육 할 것이 아니라

유해콘텐츠가 왜 안 좋은지와 우리에게 어떤 영향을 미치는지를 집중적으로 알려줬으면 좋겠다. 이미 우리는 10년 이상 미디어를 이용한 세대이기 때문에 어떻게 접속해야 하는지를 어떻게든 다 알 수 있다. (피면접자 16, 고2, 여)

개념위주보다 사례위주의 교육이 많아졌으면 좋겠다. 즉 이렇게 하다가는 미디어의 안좋은 점에 빠질 수 있으니 이를 해결하기 위해서는 어떻게 해야 한다는 식의 구체적인 내용이 교육됐으면 한다. 좀 더 청소년들이 공감할 수 있는 교육으로 방법이 개선됐으면 좋겠다. (피면접자 19, 18세, 남)

(3) 가짜뉴스 분별교육 절실

많은 피면접자들이 향후 받고 싶은 미디어교육으로 가짜뉴스를 분별하는 교육을 꼽았다.

가짜사진이나 동영상을 유포하는 것을 예방하는 교육을 받았으면 좋겠다. 가짜뉴스가 뭔지 배워봤으면 좋겠다. 가짜뉴스의 정의에서부터 예방하는 법, 가짜뉴스와 진짜뉴스를 구별하는 법을 알고 싶다. (피면접자 2, 중1, 남)

워낙 미디어에 정보량이 많다 보니 어느 것이 진실이고 거짓인지를 잘 모르는 경우가 많다. 따라서 여러 정보를 비판적으로 선별해서 볼 수 있는 교육이 이뤄졌으면 좋겠다. (피면접자 9, 고1, 남)

가짜뉴스나 허위뉴스를 잘 분별할 수 있는 교육이 이뤄졌으면 좋겠다. 기사를 찾아볼 때 기자들이 자극적이거나 과장된 기사를 쓴 걸 가끔씩 보는데 이게 문제인 것 같다. (피면접자 11, 고2, 남)

여전히 가짜뉴스가 이슈가 돼서 가짜뉴스에 관한 교육이 필요하다. 친구들도 확실하

지 않은 정보를 믿는 걸 많이 봐서 가짜뉴스를 분별하는 교육이 더욱 필요할 것 같다. (피면접자 14, 고3, 여)

정보를 받아들일 때 사실판단을 어떻게 해야 할지에 관한 교육이 있었으면 한다. (피면접자 18, 18세, 여)

(4) 중독예방교육 강화

미디어에 중독된 청소년들이 점차 늘어나고 있는 상황에서 미디어 이용을 스스로 조절하거나 통제하지 못하는 청소년들이 증가하고 있다. 이에 따라 피면접자들은 미디어사용을 적절히 절제할 수 있는 수업을 받고 싶어했다.

미디어사용을 절제할 수 있는 수업을 받고 싶다. 더 절제할 수 있는 능력을 길러야 할 것 같다. (피면접자 5, 중1, 여)

여가시간에 사용하는 앱을 중독되지 않도록 어떻게 효율적으로 관리하고 사용할지에 관한 교육이 이뤄졌으면 좋겠다. (피면접자 7, 중2, 여)

중독예방교육을 받았으면 좋겠다. 주위 친구들을 보니까 너무 인스타그램에 중독된 것 같다. 인스타그램에 접속해 보면 대부분의 친구들도 접속해 있다. (피면접자 15, 고2, 여)

중독에서 벗어나는 방법과 핸드폰 이용을 절제할 수 있는 교육을 받았으면 좋겠다. (피면접자 18, 18세, 여)

(5) 유익한 미디어 사용법 교육

일부 청소년들은 미디어를 유익하게 사용하는 법을 배우고 싶어했다.

미디어를 보다 효율적으로 사용할 수 있는 교육을 받았으면 좋겠다. 어떤 걸 사용하면 어떤 분야에서 도움이 되는지 구체적으로 알려줬으면 좋겠다. 가령, 나는 농구에 관심이 많은데 농구에 관한 보다 구체적인 내용이나 정보를 찾을 수 있는 사이트를 많이 소개해주면 좋겠다. (피면접자 1, 중3, 남)

핸드폰 사용을 잘 할 수 있는 방법을 알려주면 게임이나 유튜브를 보지 않고 핸드폰을 좋게 사용할 수 있을 것 같다. (피면접자 6, 중1, 여)

3. 요약 및 시사점

지금까지 학교청소년 16명과 학교밖청소년 4명 등 청소년 20명을 대상으로 한 면접결과를 살펴보았다. 대체로 학교청소년과 학교밖청소년 간의 미디어 이용에는 큰 차이가 없어 보였다. 다만, 학교밖청소년의 경우 학교를 가지 않기 때문에 밤늦게까지 미디어를 이용하거나 오전시간에 미디어를 이용하는 경우가 있었다. 학교청소년과 학교밖청소년이 처한 환경이 다르기 때문에 미디어 이용시간대가 다소 차이가 날 수 있는 것이다.

면접결과에서 나타난 흥미로운 점을 정리하면 다음과 같다.

먼저 10대 청소년에게 유튜브는 매우 유용한 도구였다. 초등학생을 대상으로 한 연구에서도 유튜브는 정보를 검색하고 관련 정보를 얻는 주요 플랫폼이었다(배상률 외, 2020). 초등학생 뿐 아니라 중, 고등학생 등 10대 청소년에게도 유튜브는 여전히 인기를 끌고 있다. 특히 대학진학을 앞둔 고등학생들에게 유튜브는 진학관

런 정보를 제공해주고 학습방법을 알려주는 유용한 매체였다. 게임을 좋아하는 남학생들에게 유튜브는 게임을 잘 하는 기술이나 요령을 알려주는 역할도 했다. 이 같은 사실은 유튜브가 청소년의 사회화에 어느 정도 기여하고 있다는 것을 암시해주고 있다. 디지털 미디어가 보편화되기 이전에는 학교나 가족 등이 중요한 사회화의 역할을 맡았다면 디지털 미디어가 일상화된 지금은 유튜브를 비롯한 디지털 플랫폼이 사회의 가치와 문화를 내면화하는 중요한 수단이 되고 있다.

청소년들이 즐겨 쓰는 SNS이용도 그 목적이 달랐다. 트위터는 특정분야에 대한 정보를 얻을 목적으로 이용하는 경우가 많았고 인스타그램은 일상을 공유하는 용도로 활용되었으며 페이스북은 메신저를 통한 소통 역할을 하고 있었다. 특히 페이스북에 대한 이용이나 선호가 떨어지고 인스타그램에 대한 사용이 늘고 있는 점도 흥미롭다. 몇 년 전까지만 하더라도 페이스북을 이용하는 청소년이 많았으나 영상 이미지 중심의 인스타그램이 최근 청소년들에게 급속히 확산하고 있음을 알 수 있다. 여러 요인이 있지만 텍스트보다는 이미지에 익숙한 디지털 세대에게 인스타그램이 더 매력으로 다가왔을 수 있다. 그럼에도 불구하고 페이스북 메신저를 통해 친구들과 연락하는 청소년들도 제법 있었다. SNS가 청소년들 사이에서 매우 일상화돼 있지만 일부 청소년들은 SNS를 잘 이용하지 않는 것으로 나타났다. 즉 타인과 비교돼 자존감이 하락하거나 관리하기 어려운 점, 부모의 염려 등 여러 요인이 작용하는 것으로 드러났다.

온라인게임은 여전히 남자 청소년들에게 인기가 있었다. 이러한 결과는 게임에 있어서 성별 차이가 뚜렷하다는 것을 나타내주고 있다. 게임의 주요 동기는 성취감이었다. 즉 청소년들은 어려운 미션을 수행하고 타인과의 경쟁에서 이겼을 때 뿌듯함과 기쁨을 느꼈다.

미디어가 청소년에게 어떤 의미를 가지는지를 질문했을 때 많은 피면접자들이 미디어가 일상생활에 없어서는 안될 존재로 묘사했다. 즉 미디어가 청소년들의 삶에 뿌리내렸다는 것이다. 이 때문에 청소년들에게 미디어가 없는 삶을 상상하는

것은 이제 불가능하다. 미디어를 통해 청소년들은 또래와 소통하고 친구들과의 관계를 돈독히 한다. 또한 부모와의 소통도 점차 미디어를 매개로 이뤄지고 있다. 무엇보다도 미디어는 청소년들의 스트레스를 해소하는 역할을 했다. 사교육기관인 학원에 많은 시간을 보내는 지금의 청소년들에게 미디어는 즐거움과 안식을 가져다주는 존재였고 학업으로 인한 스트레스를 시원하게 해소해주는 수단이었다. 특히 미디어는 청소년들에게 중요한 학습도구였다. 영어를 배우고 뉴스를 접하며 모르는 것을 찾을 때 유용했다.

하지만 미디어가 청소년에게 미치는 부정적 영향도 많다. 특히 청소년들은 가짜뉴스의 확산에 많은 우려를 표명하였다. 그렇다보니 가짜뉴스를 분별할 수 있는 교육을 절실히 희망하였다. 새로운 매체가 계속 생기는 추세에 맞춰 수없이 많은 정보들이 쏟아지고 있지만 이 중에서 좋은 정보를 골라내는 것은 점차 어려워지고 있다. 따라서 청소년들이 허위정보에 속지 않고 생활에 유익한 정보를 취사선택할 수 있는 역량을 함양시켜줘야 한다.

특히 유튜브의 확산에 따라 추천알고리즘으로 인한 어려움을 호소하는 청소년들이 많아지고 있다. 유튜브가 이용자들이 즐겨보는 비슷한 주제의 내용을 계속 보여주다 보니 유튜브에 몰입할 가능성이 크다는 것이다. 이러한 상황이 지속되다 보면 유튜브를 이용하는 시간이 점차 늘어나게 되고 다양한 시각의 뉴스나 정보를 접할 가능성은 오히려 줄어들게 된다. 따라서 청소년들이 유튜브 추천 알고리즘에 대한 비판적 이해를 어느 정도 갖추도록 해야 한다.

면접결과에서도 드러났듯이, 미디어 이용시간이나 목적에 관한 부모와 자녀의 인식차이가 크게 나타나고 있다. 이 때문에 미디어 이용을 둘러싸고 갈등이 심해지고 있는 것이다. 부모는 미디어가 자녀에게 안 좋은 영향을 끼친다고 생각해서 자녀가 되도록 적게 미디어를 이용하길 바란다. 반면, 디지털 기기에 익숙한 자녀들은 미디어가 정보를 찾고 또래들과 소통하며 스트레스를 해소할 수 있는 매체로 인식한다. 충분한 놀 거리와 환경이 조성되지 않은 현실에서 미디어는 청소년들에

게 자투리 시간을 재미있게 보낼 수 있는 중요한 수단이다. 이러한 인식차이를 좁히기 위해서는 자녀의 미디어이용에 대한 부모의 적극적인 관심과 이해 노력이 필요하다. 자녀와 자주 대화함으로써 자녀가 어떤 미디어를 무슨 목적으로 이용하는지 충분히 파악할 필요가 있다. 아울러 부모세대에 겪은 경험으로 자녀의 미디어 이용을 바라볼 것이 아니라 디지털세대인 자녀의 관점에서 그들의 미디어 이용을 바라봐야 한다. 앞서 면접결과에서도 나타났듯이, 청소년들은 미디어를 통해 여러 유용한 정보를 얻고 다양한 사람들을 만나면서 시야를 넓히고 있다. 미디어가 청소년에게 미치는 긍정적 영향이나 효과도 많기 때문에 자녀가 미디어를 이용하는 것에 관해 부정적으로만 봐서는 안 된다. 부모 스스로 유튜브 등을 통해 좋은 콘텐츠를 찾아 자녀에게 추천해 함께 보는 것도 적극 권장할만하다.

면접결과는 또한 현행 미디어교육의 방향을 어느 정도 제시해주고 있다. 즉 미디어교육이 청소년들의 관심이나 눈높이에 맞춰 이뤄지지 않자보니 그 시간을 보내는 교육과정의 질 우려가 있다. 따라서 강사가 파견돼 일방적으로 강의하는 상향식 방식이 아니라 청소년들이 직접 참여하여 자신들의 문제를 이야기하고 해결방안까지 모색하는 하향식 참여형 수업이 활성화될 필요가 있다. 더불어 청소년들이 직접 체험하고 느끼는 체험형 수업도 미디어교육에 안착되어야 할 것이다. 미디어교육의 내용도 기존에 집중적으로 이뤄졌던 중독예방, 사이버폭력예방을 넘어서서 가짜뉴스, 추천알고리즘에 대한 비판적 이해로까지 나아가야 한다.

이처럼 면접결과는 청소년을 대상으로 한 미디어교육의 방향이 수요자 중심으로 바뀌어야 한다는 것을 시사해주고 있다. 청소년의 요구나 수준에 맞는 맞춤형 교육이 필요하다는 것이다. 아울러 부모를 대상으로 한 미디어교육의 필요성도 암시해주고 있다. 미디어가 청소년에게 미치는 긍정적 영향이 큰 것으로 확인된 만큼 부모는 자녀의 미디어 이용을 무조건 막기보다는 미디어를 통해 필요한 정보를 취사선택할 수 있는 능력을 함양시켜 줘야 한다. 더불어 자녀가 미디어에 지나치게 빠지지 않도록 적절하게 지도하고 개입해야 한다.

제VI장 정책제언

- 1. 정책방향 및 정책방안 수립
절차
- 2. 정책 추진 방향에 따른
세부 추진 방안
- 3. 10대 청소년 미디어 이용관련
정책 과제 추진 로드맵

1. 정책방향 및 정책방안 수립 절차

본 연구는 2020년도부터 2022년도 까지 총 3년간 이루어지는 청소년의 생애주기 대상별 미디어 이용 실태 및 정책 대응방안을 마련하기 위한 연구이다. 2020년도 초등학교 대상 연구에 이어 2021년 올해는 10대 청소년에 초점을 맞춰 연구가 진행되었다. 이를 위해 청소년 미디어 이용의 특성을 밝히고 설문조사, 미디어 패널조사, 면접조사, 소셜리빙랩 운영 등 여러 조사방법을 통하여 주요 결과를 도출하였다. 아울러 전문가 자문회의, 정부부처와의 정책실무협의회를 통해 구체적인 정책방안에 관해 논의하였다.

아래 그림은 본 연구의 주요 내용과 시사점을 정리한 것이다. 이를 바탕으로 정책방향을 정하고 구체적인 정책방안수립에 활용하였다. 먼저 청소년미디어 이용현황에 대한 기존 자료 분석을 통해 청소년 미디어 이용의 특징으로 ① 유튜브 및 SNS 이용증가, ② 가짜뉴스 노출 빈도 증가, ③ 온라인공간에서의 혐오표현 증가, ④ 빈번한 사이버폭력을 논의하였다. 이를 위한 정책방향으로는 ① 미디어 이용을 스스로 조절하고 통제할 수 있는 능력 향상, ② 뉴스 리터러시 역량 강화, ③ 사이버안전 및 사이버윤리교육 강화, ④ 사이버폭력 예방교육 강화를 제시하였다.

13) 이 장은 배상률 연구위원과 이창호 선임연구위원이 함께 작성하였음. 소셜리빙랩의 확대적용 관련 정책제언은 정현선 교수가 집필에 참여하였음.

중고등학생 및 학교밖청소년을 대상으로 한 설문조사 결과 ① 알고리즘에 따른 추천동영상위주로 유튜브를 시청하는 비율이 높았고, ② 소셜미디어를 통한 사회 참여는 활발하지 않았으며, ③ 사이버폭력 가해/피해 경험이 높게 나타났고, ④ 가정의 경제적 수준에 따른 디지털 격차가 큰 것으로 드러났다. 이러한 문제점에 대한 해결책으로는 ① 유튜브 알고리즘에 대한 비판적 이해교육강화, ② 소셜 미디어를 통한 사회참여 활성화, ③ 사이버폭력 예방교육 강화, ④ 디지털 격차해소를 위한 사회적 지원 확대가 필요하다. 특히 코로나 19로 인해 사이버폭력이 빈번해짐에 따라 부모대상 미디어교육이 매우 절실하다.

정보통신정책연구원의 미디어 패널조사분석결과 청소년 미디어이용 특성으로 ① 코로나19로 인한 동영상소비증가, ② 정보콘텐츠 검색빈도 감소, ③ 미디어산업규제제도에 대한 낮은 수준의 미디어 리터러시 역량, ④ 게임 및 개인미디어 이용시간과 미디어 리터러시 역량간의 부적 관련성이 드러났다. 이러한 문제에 대한 해결책으로는 ① 가정에서의 자녀 대상 미디어교육 확대, ② 유용한 정보를 검색할 수 있는 기회 확대, ③ 미디어규제제도에 대한 리터러시 역량 고양, ④ 게임 및 개인미디어 과다이용을 막을 수 있는 방안 마련을 제안하였다.

청소년 20명을 대상으로 한 면접조사에서는 ① 유튜브 및 인스타그램 이용 확산, ② 미디어의 긍정적 기능 인식, ③ 가짜뉴스 확산 우려, ④ 청소년의 요구에 부합하지 못하는 미디어교육 등의 특징이 발견되었다. 따라서 ① 청소년 스스로 미디어 이용을 통제하도록 지원하고, ② 미디어를 긍정적으로 이용하도록 장려하며, ③ 뉴스분별교육을 강화하는 것이 필요하고, ④ 청소년이 실질적인 주체로 참여하는 미디어교육이 실시될 필요가 있다.

부모참여형 소셜리빙랩 운영은 부모의 인식변화에 많은 영향을 미친 것으로 드러나 향후 이를 더욱 확대할 필요가 있다. 연구의 주요 내용은 ① 전문가강의중심의 부모교육, ② 자녀의 미디어이용에 대한 부모의 부정적 인식, ③ 자녀의 미디어 이용을 둘러싼 부모와 자녀간의 갈등 심화, ④ 부모의 미디어에 대한 지식부족

이었다. 이러한 문제를 해결하기 위해서는 ① 부모참여형 소셜리빙랩 활성화를 통한 부모교육 강화, ② 부모의 미디어에 대한 긍정적 인식의 필요성, ③ 부모와 자녀의 소통 및 대화 활성화, ④ 전문가와의 교류를 통한 미디어 지식 향상 등을 위한 정책적 뒷받침이 필요하다.

조사분석결과의 주요 내용 및 시사점

조사	주요내용	시사점
청소년 미디어 이용현황	<ul style="list-style-type: none"> ● 유튜브 및 SNS 이용 증가 ● 가짜뉴스 노출 빈도 증가 ● 온라인 공간에서의 혐오표현 노출 증가 ● 사이버폭력의 빈번 	<ul style="list-style-type: none"> ● 미디어이용을 스스로 조절하고 통제할 수 있는 능력 향상 ● 뉴스 리터러시 역량 강화 ● 사이버안전 및 사이버윤리교육 강화 ● 사이버폭력예방교육 강화
10대 청소년 설문조사	<ul style="list-style-type: none"> ● 추천동영상 위주의 유튜브 시청 ● 소셜미디어를 통한 사회참여 빈약 ● 사이버폭력 노출빈도 증가 ● 가정의 경제적 수준에 따른 디지털 격차 	<ul style="list-style-type: none"> ● 추천알고리즘에 대한 비판적 교육 강화 ● 소셜미디어를 통한 사회참여 활성화 ● 사이버폭력예방교육 강화 ● 디지털격차해소를 위한 정책 절실
한국미디어 패널조사	<ul style="list-style-type: none"> ● 코로나19로 인한 동영상 소비 증가 ● 정보 콘텐츠 검색 빈도 감소 ● 미디어산업규제제도에 대한 낮은 미디어 리터러시 역량 ● 게임 및 개인미디어 이용시간과 미디어 리터러시 역량간의 부적 관계 	<ul style="list-style-type: none"> ● 가정에서의 자녀 대상 미디어교육 필요성 증대 ● 유용한 정보를 검색할 수 있는 기회 확대 ● 미디어규제제도에 대한 리터러시 역량 수준 제고 ● 게임 및 개인미디어 과다이용을 막을 수 있는 방안 마련
10대 청소년 면접조사	<ul style="list-style-type: none"> ● 유튜브 및 인스타그램 이용 확산 ● 미디어의 긍정적 기능 인식 ● 가짜뉴스 확산 우려 ● 일방향적이고 수용자의 요구에 부합하지 못한 미디어교육 	<ul style="list-style-type: none"> ● 청소년 스스로 미디어 이용을 통제하도록 지원 ● 미디어의 긍정적 활용 활성화 ● 뉴스 분별 교육 강화 ● 청소년이 참여하는 체험형 미디어교육 실시
부모참여 소셜리빙랩	<ul style="list-style-type: none"> ● 전문가강의중심의 부모교육 ● 자녀의 미디어이용에 대한 부모의 부정적 인식 ● 자녀의 미디어 이용을 둘러싼 부모와 자녀간의 갈등 심화 ● 부모의 미디어에 관한 지식 부족 	<ul style="list-style-type: none"> ● 부모참여형 소셜리빙랩 활성화를 통한 부모교육 강화 ● 미디어에 대한 긍정적 인식의 필요성 ● 부모와 자녀의 소통 및 대화 활성화 ● 전문가와의 교류를 통한 미디어지식 향상

그림 VI-1 조사분석결과의 주요 내용 및 시사점

2. 정책 추진 방향에 따른 세부 추진 방안

1) 제도 개선 및 인프라 구축

(1) 미디어 리터러시 교육 법안 마련 및 컨트롤타워 구축

① 제안배경

경기도교육청 미디어 리터러시 교육 지원 조례안을 시작으로 2021년까지 서울, 부산, 인천, 광주, 전남, 대전, 인천 등 주요 지자체의 교육청 주도로 미디어교육 관련 조례를 제정하고 있다. 청소년의 미디어교육 필요성을 현장에서 크게 느끼고 있음을 시사하는 것이다.

표 VI-1 주요 지자체의 미디어교육 관련 조례

조례명(공포일)	정의	주요내용
(경기) 경기도교육청 미디어 리터러시 교육 지원 조례 (*20.7.15.)	(미디어 리터러시 교육) 미디어(Media)를 통해 전달되는 내용에 대한 이해 및 정보의 진위여부를 판단하여 비판적 사고력을 기르는 교육	- 기본계획 매년 수립·시행 - 미디어 리터러시 교육 자문위원회 설치·운영 - 교원 연수 실시(위탁 가능) - 재정 지원 - 협력체계 구축
(부산) 부산광역시교육청 학교미디어교육 활성화 조례 (*21.1.6.)	(미디어교육) 미디어와 미디어를 통하여 전달되는 정보와 내용물에 대한 접근능력, 비판적 이해능력, 창의적 활용능력, 민주적 소통능력 및 미디어의 역기능 예방 및 대응 등을 목적으로 하는 모든 형태의 교육 (학교미디어교육) 초·중등교육법 제2조에 따른 학교의 학생을 대상으로 실시하는 미디어교육	- 기본계획 수립·시행 - 관련 교육계획 수립 및 교육과정 편성·운영 가능 - 학교미디어교육협의회 설치 - 학교미디어교육센터 설치 - 교직원 및 학부모 대상 연수 - 추진성과 평가 및 전문평가기관에 위탁 가능 - 협력체계 구축

조례명(공포일)	정의	주요내용
(전남) 전라남도교육청 미디어 정보 식별 교육 조례 (‘21.2.18.)	(미디어 정보 식별 교육) 미디어(Media)를 통해 전달되는 내용 의 이해 및 정보의 진위 여부를 판단하 여 비판적 사고력을 기르는 교육	- 기본계획 수립·시행 - 교원 교육 및 연수 실시(위탁 가능) - 미디어 정보 식별 교육 활성화 사 업(연구·조사, 교재 개발·보급 등) - 협력체계 구축
(광주) 광주광역시교육청 학생 미디어교육 활성화 및 지원에 관한 조례 (‘21.2.26.)	(미디어교육) 다양한 미디어 정보를 올바르게 평가· 분석하고 이해할 수 있는 역량과 합리 적 의사소통 능력을 높이고 미디어를 활용한 사회참여와 실천을 활성화하기 위한 교육 및 미디어 시스템이나 서비 스를 활용하여 미디어콘텐츠를 직접 제 작·생산할 수 있는 능력을 함양하는 모든 형태의 교육	- 기본계획 수립·시행 - 교육 프로그램 개발 및 교육과 정 운영 - 학생의 제작 활동 지원 - 미디어교육협의회 구성 - 위탁 및 재정지원
(서울) 서울특별시교육청 디지털 리터러시교육 지원에 관한 조례 (‘21.3.25.)	(디지털 리터러시) 디지털 기술, 데이터, 정보, 콘텐츠, 미 디어를 읽고 분석하고 쓸 줄 아는 능력 과 소양	- 기본계획 수립·시행 - 자문위원회 설치·구성 - 교원 연수 - 재정지원 - 협력체계 구축
(제주) 학교민주시민교육 진흥 조례 (‘21.5.20.)	(미디어 리터러시 교육) 미디어(media)를 통해 전달되는 내용 에 대한 이해 및 정보의 진위여부를 판 단하여 비판적 사고력을 기르는 교육	- 학교민주시민교육 내용에 미디 어 리터러시 교육 추가
(대전) 대전광역시교육청 미디어교육 활성화 조례 (‘21.6.7.)	(미디어 교육) 다양한 미디어에 접근하고, 미디어가 제공하는 정보와 콘텐츠를 비판적으로 이해하며, 자신의 생각을 미디어로 책 임 있게 표현하고 소통할 수 있는 능력 을 함양하는 관련 교육	- 기본계획 수립·시행 - 교육과정 및 지역사회 연계 미디어교육 사업 - 연구학교를 지정·운영 - 교원연수 - 협력체계 구축
(충남) 충청남도교육청 미디어 리터러시 교육 지원에 관한 조례 (‘21.6.18.)	(미디어 리터러시 교육) 미디어(Media)를 통해 전달되는 내용 을 이해하고 정보의 진위여부를 판단할 수 있는 비판적 사고력을 기르는 교육	- 기본계획 수립·시행 - 교원 연수 - 재정지원 - 협력체계 구축

조례명(공포일)	정의	주요내용
(전북) 전라북도교육청 미디어 리터러시 교육 지원에 관한 조례 (‘21.7.9.)	(미디어 리터러시) 다양한 미디어에 접근하여 필요한 정보와 콘텐츠를 읽고 분석하여 쓸 줄 아는 능력과 소양	- 기본계획 수립·시행 - 자료 등의 개발 및 지원 - 교원 연수 및 학생 교육 지원 - 교육·연구 및 조사 - 행정적·재정적 지원 - 학교와 지역사회 간 협력체제 구축 방안
(인천) 인천광역시교육청 학교 미디어교육 지원에 관한 조례 (‘21.9.2.)	(미디어교육) 미디어를 통하여 전달되는 정보와 내용 물에 대한 접근·조절·활용 능력, 비 판적 이해 능력, 창의적 생산 능력을 증 진시키고, 디지털 환경의 위험에 대비 해 자신을 보호하며, 사회에 참여할 수 있는 민주적 의사소통능력을 기르기 위 한 모든 형태의 교육	- 기본계획 수립·시행 - 학교미디어교육협의회 설치 - 교직원 및 학부모 연수 - 성과평가 - 협력체제 구축

* 출처: 교육부 (2021) 학교미디어교육 관련 내부 자료 및 미리네
(www.milne.or.kr/board?menuId=MENU00333)와 자치법규정보시스템(<https://www.elis.go.kr/>) 내 정보 발췌
하여 연구진 작성.

이에 반해 중앙정부 차원의 미디어교육 관련법은 부재한 실정이다. 미디어 교육 관련 법안은 2007년 이경숙 국회의원이 대표발의 한 「미디어교육진흥 법안」을 시작으로 20대 국회까지 총 다섯 차례의 미디어교육 관련법이 발의되었으나 미디어교육을 담당하는 부처와 주체들 간의 이해관계와 이견 등으로 국회의 문턱을 넘지 못하고 자동 폐기되었다. 21대 국회에서 정필모 의원이 「미디어교육 활성화 및 지원에 관한 법률안」을, 권인숙 의원이 「미디어교육 활성화에 관한 법률안」을 각각 대표 발의하였으며, 국회에 현재 계류 중이다.

표 VI-2 미디어교육 관련 국회 법률안 발의 현황(2007-2021)

법안명 (발의 연도)	미디어교육 진흥법안 (2007)	미디어교육 지원법안 (2012)	미디어교육 지원법안 (2013)	미디어교육 활성화에 관한 법 률안(2018)	미디어교육 지원법안 (2018)	미디어교육 활성화 및 지원에 관한 법률안(2020)	미디어교육 활성화에 관한 법률안(2021)
대표발의	이경숙	최민희	김희정	유은혜	신경민	정필모	권인숙
목적	미디어교육 진흥을 위한 미디어교육의 체계적 활성화	미디어교육 활성화를 통한 비판적 이해 능력 향상, 미디어 폐해 최소화	미디어와 미디어콘텐츠에 대한 올바른 이해와 창의적 활용 능력 제고	미디어교육의 활성화를 통한 미디어에 대한 국민의 역량 강화	미디어와 미디어콘텐츠에 대한 올바른 이해와 창의적 활용 능력 강화	국민의 미디어와 미디어콘텐츠에 대한 올바른 이해와 능동적 활용 능력을 강화	미디어에 대한 국민의 역량 강화를 통한 국민의 삶의 질 향상과 민주주의 발전에 이바지
미디어 교육 정의	미디어에 관한 건전한 이해와 활용 증진을 목적으로 하는 모든 형태의 교육	미디어에 관한 건전한 이해와 활용 증진을 목적으로 하는 모든 형태의 교육	미디어와 미디어콘텐츠에 대한 올바른 이해와 창의적 활용 능력 증진을 통해 사회 구성원으로서 소통능력을 제고하는 교육	미디어와 미디어콘텐츠에 대한 올바른 이해와 창의적 활용 능력과 민주적 소통능력을 증진시켜 국민의 시민의식을 함양하고 미디어를 통한 사회참여를 활성화하기 위한 모든 형태의 교육	방송, 통신 등을 포함한 미디어와 미디어 콘텐츠를 통해 전달되는 콘텐츠에 대한 올바른 이해와 창의적 활용 능력 증진, 미디어의 역할에 대응 등을 목적으로 하는 모든 형태의 교육	방송, 통신 등을 포함한 미디어와 미디어 콘텐츠를 통해 전달되는 콘텐츠에 대한 올바른 이해와 창의적 활용 능력 증진, 미디어의 역할에 대응 등을 목적으로 하는 모든 형태의 교육	미디어를 통하여 전달되는 정보와 내용에 대한 접근·활용 능력, 이해·비평 능력과 민주적 소통능력을 증진시켜 시민의 의식을 함양하고 미디어 통한 사회참여 활성화 위한 모든 형태의 교육
추진	(총괄)국가 및 지방자치단체	(총괄)국가 및 지방자치단체	(총괄)국가 및 지방자치단체	(총괄)국가 및 지방자치단체	(총괄)국가 등(중앙행정기관, 지방자치	(총괄)국가 등(중앙행정기관, 지방자치	(총괄)국가 및 지방자치단체

법안명 (발의 연도)	미디어교육 진흥법안 (2007)	미디어교육 지원법안 (2012)	미디어교육 지원법안 (2013)	미디어교육 활성화에 관한 법 률안(2018)	미디어교육 지원법안 (2018)	미디어교육 활성화 및 지원에 관한 법률안(2020)	미디어교육 활성화에 관한 법률안(2021)
체계 (실행 조직)	(주관부처)문화 관광부 (실행조직)미디 어교육자문위원 회, 미디어교육 진흥기관, 미디어 어교육협의회	(주관부처)방송통 신위원회, 교육과 학기술부 (실행조직)미디어 교육진흥위원회	(주관부처)문화체육 관광부(교육부, 방 송통신위원회 협의) (실행조직)미디어교 육진흥기관, 지역미 디어교육센터	(주관부처)교육부, 문화 체육관광부, 방송통신위 원회 (실행조직)국무총리 소속 미디어교육위원회	단체, 시·도교육청) (주관부처)방송통신 위원회(교육부, 문 화체육관광부 협의) (실행조직)미디어 교육위원회	단체, 시·도교육청) (주관부처)방송통 신위원회 (실행조직)미디어 교육위원회	(주관부처)교육부, 문화체육관광부, 방 송통신위원회 (실행조직)부총리 소 속 미디어교육위원회
주요 내용	-종합적인 진흥 계획 5년마다 수립, 시행 -관광부상관 소속 미디어교육자문 위원회 설치 -미디어교육협 의회 설치 -미디어교육사 자격 부여 및 배치	-5년마다 미디어 교육종합계획 수립 -학교교과 및 교육 과정 운영에 미디 어교육 반영 -시·도 지역미디 어교육지원협의 회 설치 -미디어교육사 자 격 부여 및 배치	-5년마다 미디어교 육종합계획 수립, 매년 연도별 시행 계획 수립 및 시행 -미디어교육진흥기 관 및 지역미디어 교육센터 지정 -학교 교육과정에 미디어교육 반영, 미디어교육전문인 력 활용	-국무총리 소속 미디어 교육위원회 설치 -주관기관이 5년마다 소 관 분야의 미디어교육 계획 수립, 위원회가 미 디어교육 기본계획 확정 -미디어교육 전문인력 양성 및 지원	-5년마다 미디어 교육종합계획 수립 -방송통신위원회 소속 미디어교육 위원회 설치 -5년마다 미디어 교육종합계획 수립	-방송통신위원회 소속 미디어교육 위원회 설치 -5년마다 미디어 교육종합계획 수립	-부총리 소속 미디 어교육위원회 설치 -주관기관이 5년마 다 소관 분야의 미 디어교육 계획 수 립, 위원회가 미디 어교육 기본계획 확정 -전문 인력 양성 및 지원

* 출처: 국회의안정보시스템. <http://lik.ms.assembly.go.kr/bill/main.do>에서 2021년 11월 30일 인출.

국내 청소년 미디어 이용 관련 정책은 규제 및 보호 중심 정책이 주가 되어 왔다. 스마트폰, 온라인 게임 등의 과의존이나 중독, 유해매체 노출 등에 관한 법제는 관계 부처별로 마련하여 시행중이다. 이들 법제와 정책에 비해 청소년의 미디어 리터러시를 함양시켜줄 수 있는 법령과 정책의 수준은 상대적으로 부족한 수준이다(배상률 외, 2020).

표 VI-3 미디어중독 예방 및 교육 등을 위한 지원 관련 규정

부처	법령	관련조항
과학 기술 정보 통신부	국가정보화 기본법 (2019.12.10. 일부개정)	제30조(인터넷중독의 예방 및 해소 계획 수립 등) 제30조의 2(인터넷 중독 관련 계획 수립의 협조) 제30조의 6(인터넷중독대응센터) 제30조의 8(인터넷중독 관련 교육)
문화 체육 관광부	게임산업진흥에 관한 법률 (2019.11.26. 일부개정)	제12조의2(게임과몰입 예방 등) 제12조의3(게임과몰입·중독 예방조치 등) 제12조의4(게임물 이용 교육 지원 등) 제14조(이용자의 권익보호)
	게임산업진흥에 관한 법률 시행령 (2020.4.7. 일부개정)	제8조(게임문화의 기반조성) 제8조의2(게임과몰입의 예방 등) 제8조의3(게임과몰입·중독 예방조치 등) 제8조의4(평가 방법 및 절차)
여성 가족부	청소년보호법 (2020.3.24. 타법개정)	제24조(인터넷게임 이용자의 친권자 등의 동의) 제25조(인터넷게임 제공자의 고지 의무) 제26조(심야시간대의 인터넷게임 제공시간 제한) 제27조(인터넷게임 중독 등의 피해 청소년 지원)
	청소년보호법 시행령 (2019.7.2. 타법개정)	제21조(인터넷게임 제공시간 제한에 관한 평가 및 개선 등 조치) 제22조(심각한 인터넷게임 중독의 우려가 없는 기기) 제23조(인터넷게임 중독 등의 피해 청소년 지원)

* 출처: 배상률 외(2020). 청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책대응방안 연구 I, 46쪽.

② 추진내용

미디어교육의 체계적이고 효과적인 실행을 위한 미디어교육 관련 법제 정비 및 학교미디어교육과 사회미디어교육 전반을 다루는 컨트롤타워의 구축이 필요하다. 특정 부처만의 분절적이고 개별적인 노력만으로는 미디어교육의 효과성을 담보할 수 없다. 학교미디어교육을 주도해야할 교육부부터 문화체육관광부, 방송통신위원회 등 관계 부처의 협력이 없다면 효과적인 미디어교육이 이루어지기 어렵다. 미디어교육의 주관부처를 문화부, 방통위 등 단일 부처에 두는 안과, 복수의 관계 부처들이 공동으로 주관하는 것에 대한 공방이 있어왔다. 최근 국회에 상정된 권인숙 의원 안은 교육부장관이자 사회부총리가 미디어교육위원장을 맡고, 문체부, 방통위, 교육부가 미디어교육 주관기관으로 학교미디어교육과 사회미디어교육을 협업체계에 따라 담당하는 방안이다. 우리나라 교육 환경과 미디어 환경을 고려했을 때, 권인숙 의원 안이 방통위를 주관부처로 한 정필모 의원안에 비해 효과성면에서 보다 나은 방안으로 연구진은 판단하고 있다. 사회부총리는 미디어교육의 핵심 대상인 초등 및 중등 교육 주관부처의 장인 동시에 교육, 사회, 문화 분야의 정책 조정과 관계 부처 간 협력 유도를 담당하는 사회부총리이기에 미디어교육의 효과적인 실행을 위한 미디어교육위원회의 장으로 적임이다.

위원회에는 교육부, 문체부, 방통위 외에 여성가족부, 보건복지부, 과학기술정보통신부 등 타 부처와 미디어교육 관련 지식과 경험이 풍부한 민간위원들로 구성하여 운영하는 것이 바람직하다. 이들로 하여금 미디어환경 및 사회환경 변화를 고려한 생애주기별 미디어 리터러시 교육에 관한 중장기 계획을 세워 교육의 실효성을 제고하여야 한다. 부처 간 그리고 민관의 유기적 협력이 이루어질 수 있는 거버넌스 구축은 청소년의 미디어 리터러시 함양을 위한 필요조건이다.

③ 기대효과

법률에 근거하여 관계부처가 협업하는 미디어교육 컨트롤타워가 생긴다면, 미디어 리터러시 교육 정책추진의 효과성 및 효율성 제고와 유아부터 성인까지의 생애주기별 맞춤형 미디어교육이 가능해질 것이다. 특히, 디지털 미디어 사용이 왕성하여 미디어 콘텐츠 소비가 급증하고, 가치관 및 자기정체성을 형성하는 시기인 10대 청소년을 대상으로 한 미디어 리터러시 교육은 학교 울타리 안팎을 가리지 않고 미디어교육의 기회가 충분히 제공될 수 있을 것이다. 상술한 미디어교육 관련 법안 통과와 컨트롤타워 구축은 부처 간 협업을 통해 중복된 사업과 프로그램 및 시설 구축에 따른 불필요한 예산낭비를 막고, 학교밖청소년, 중도입국청소년 등 미디어교육 사각지대를 찾아 체계적인 교육이 이루어질 수 있는 토대가 될 것이다.

(2) 스마트폰 및 인터넷 과의존 해소를 위한 치유 및 상담 시설 증설

① 제안배경

본 연구의 설문조사 결과뿐만 아니라 관계 부처와 정부 기관의 최근 조사를 통해서도 청소년의 미디어 이용이 급증하고 있음을 알 수 있다. 본 설문조사 결과에 따르면, 10대 청소년의 66%가 코로나19로 미디어의 이용 시간이 늘었다고 응답하였다. 본 보고서의 4장에 제시한 정보통신정책연구원이 수행한 「한국 미디어패널조사」에서도 2016년부터 2019년까지의 연평균 이용 시간 증가율에 견주어 스마트폰, 노트북, 텔레비전, SNS 등의 2020년 청소년 미디어 이용 시간이 크게 늘어난 것을 알 수 있다. 자연스레 2020년 청소년의 스마트폰 및 인터넷 과의존 비율도 급격히 상승하게 되었다(과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원, 2020a). 청소년의 경우 2018년 29.3%, 2019년 30.2%로 스마트폰 과의존 위험군 비율이 소폭 상승하는데 그쳤으나 2020년

코로나19 여파로 청소년의 미디어 활동이 늘어나게 되면서 전년 대비 5.6% 포인트 증가한 35.8%를 기록하였다. 이것은 성인, 60대, 유아동과 비교했을 때 가장 높은 비율과 증가세를 보인 것이다.



그림 VI-2 연도별·대상별 스마트폰 과의존 위험군 현황

* 출처: 과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원 (2020a). 2020 스마트폰 과의존 실태조사, 10쪽.

② 추진내용

청소년과 부모를 대상으로 한 미디어 리터러시 교육의 필요성은 이론의 여지가 없으나, 문제는 이 같은 교육의 효과성은 단기간에 드러나지 않는다는 것이다. 즉, 미디어교육은 긴 호흡으로 접근해야 하는 과제이다. 청소년의 미디어 이용 시간 및 과의존 비율은 코로나19 사태 이전에도 꾸준히 증가세를 보여왔으나, 코로나19 사태가 발발한 2020년을 기점으로 이 증가세가 보다 급격해졌다. 스마트폰이나 인터넷의 과의존 현상은 청소년의 정신적·신체적 건강에 부정적 요인으

로 작용할 가능성이 많다. 이에 따른, 대응책으로 예방 및 치유 프로그램의 활성화와 청소년들로 하여금 이 같은 서비스를 용이하게 받을 수 있도록 접근성을 강화할 필요가 있다.

〈상담〉

스마트폰, 인터넷, 게임 등의 과의존이나 중독 증세를 보이는 청소년들과 이들의 학부모를 대상으로 상담이 원활히 이루어지는 것이 필요하다. 특히, 과의존 고위험군을 식별하여 이들을 대상으로 집중적인 상담과 치유 프로그램이 이루어지는 체계가 강화될 필요가 있다. 전국의 스마트쉼센터, 위(WEE)센터, 청소년상담복지센터 등이 이 같은 역할을 현재 수행하고 있으나 접근성면에서 아직까지 제약이 존재한다. 청소년의 미디어 과의존 비율은 높아가고 있는 현실과 이들을 조기 상담할 인력이 부족하여 체계적이고 효과적인 치유가 어렵다는 현장의 목소리에 귀를 기울여야 할 때이다. 이를 위해 상담인력 증원과 상담시설 증설이 필요하다.

청소년이 있는 전국 각지에 전문 인력이 상주하는 상담시설을 갖추고 미디어 이용 관련하여 상담이 필요하고 원하는 청소년의 접근성을 높여야한다. 보다 중요한 것은 상담인력의 전문성 강화이다. 스마트쉼센터나 청소년상담복지센터 등 공공시설에 속한 상담인력의 전문성이 강화된다면, 예외적인 경우를 제외하고, 청소년과 학부모가 사설 센터나 병원의 도움을 받을 필요가 없어질 것이다. 사회경제적 배경이 낮은 청소년일수록 미디어 과의존 및 집착 경향성이 높다는 연구결과를 고려했을 때, 이들 공공시설의 상담인력의 증원과 전문성 강화는 사회경제적 소외계층의 청소년들로 하여금 경제적·심리적 어려움 없이 조기 상담 및 치유 서비스를 받을 수 있는 기회를 넓히는 길이 될 수 있다.

또한, 코로나19로 인한 온택트 문화와 바쁜 일상을 사는 청소년과 학부모의 상황을 고려했을 때, 비대면 온라인 상담의 접근성도 강화될 필요가 있다. 본격적

인 상담과 치유는 면대면으로 이루어지는 것이 효과성면에서 우수할 수 있으나, 초기 상담 서비스의 진입을 유도하는데 비대면 온라인 상담이 긍정적 역할을 할 수 있다. 일상적인 상담과 문의를 위해 매번 물리적인 이동을 해야 하는 상황과 교통 인프라나 상담시설이 제대로 갖춰지지 않은 읍면 지역 등에 거주하는 청소년들에게는 매우 유용한 서비스로 자리매김할 수 있을 것이다.

〈치유 캠프 및 시설〉

디지털 미디어의 과의존 예방교육도 상시적으로 이루어질 필요가 있다. 이 같은 학교현장에서의 교육 시행 이외에 보다 면밀하고 집중적인 치유가 필요한 청소년들을 위해 여성가족부 산하 한국청소년상담복지개발원이 운영하는 청소년 인터넷드림마을과 같은 치유 캠프가 전국 각지에 증설될 필요가 있다.

2014년 전남 무주에 설립된 국립청소년인터넷드림마을은 인터넷 및 스마트폰 과의존 청소년을 대상으로 ① 상담 및 치유 서비스를 제공하고, ② 음악, 미술, 역할극 등 각종 치유 프로그램을 제공, ③ 부모·가족상담 등을 제공하고 있으며, 2019년 기준 연인원 8,000여명이 이용하는 대표적인 인터넷·스마트폰 기숙 치유캠프로 자리매김하고 있다(여성가족부, 2021). 2020년은 코로나19의 여파로 치유캠프 운영이 3개월 이루어지지 않으면서 연인원 이용자도 절반가량 줄어들었다. 드림마을 참여가능 대상자는 13세부터 19세까지의 인터넷·스마트폰 과의존 위험군(주의사용자군+위험사용자군) 청소년과 그들의 보호자로 한정되어 있다(여성가족부, 2021). 다음은 인터넷드림마을이 운영하는 프로그램을 정리한 것이다.

표 VI-4 청소년인터넷드림마을 운영 프로그램 내용 및 목표

프로그램	내 용 및 목 표
집단상담	<ul style="list-style-type: none"> - 인터넷·스마트폰 과의존 행동에 대한 인식과 변화 동기 증진 - 자신의 /원하는 모습을 구체화하고 변화 동기 촉진 - 꿈 찾기, 꿈 실현에 대한 동기유발 및 꿈을 실현하기 위한 방법 습득 - 스트레스 다루기 및 관계 형성, 유지 훈련 등
개인상담	<ul style="list-style-type: none"> - 대상자별 맞춤형 서비스 구현 - 인터넷·스마트폰 과의존에 대한 내담자 변화 목표 설정 - 인터넷·스마트폰 과의존 원인 및 스트레스 해소방법 탐색 - 변화 동기 증진과 행동 수정 경험을 통한 자기통제력 증진
부모교육	<ul style="list-style-type: none"> - 청소년의 인터넷·스마트폰 과의존 특성 및 원인, 피해 등을 소개하고, 정확한 이해 도모 자녀와의 갈등 해소 및 대화 기법 - 인터넷 치유캠프 이후 가정 내 건강 인터넷 환경 조성 및 유지
부모상담 가족상담	<ul style="list-style-type: none"> - 자녀의 인터넷·스마트폰 과의존 특성 이해 및 자녀양육의 어려움에 대한 공감 및 지지 - 부모와 함께 갈등 해소 방안 및 새로운 가족 행동 등 규칙 설정을 통한 변화를 유지하고, 인터넷·스마트폰 과의존 재발 방지에 도움
체험활동	<ul style="list-style-type: none"> - 참여자간 공동협력활동을 통한 관계형성능력 강화 - 적극적인 자기표현 능력 증진과 공동의 합의를 통한 의사결정 능력 배양 - 지역 자원 및 외부 시설을 활용한 자연체험, 문화체험 등의 다양한 활동의 경험 기회를 제공
자치활동	<ul style="list-style-type: none"> - 치유학교 생활과 관련된 자신들의 문제에 대해 스스로 생각해 보고 토론을 통해 풀어 나갈 수 있도록 민주적인 토론 문화 활성화
동아리활동	<ul style="list-style-type: none"> - 인터넷·스마트폰 이외의 대체활동을 탐색하고 성취 경험
대안활동	<ul style="list-style-type: none"> - 인터넷 게임 이외의 재미있는 놀이와 활동 경험 - 참여 구성원간의 협력활동을 통한 관계형성 강화
봉사활동	<ul style="list-style-type: none"> - 이타적인 활동을 통한 자신감 함양
산책명상	<ul style="list-style-type: none"> - 하루 일정을 되돌아보고, 신체의 긴장을 이완시킴

* 출처: 여성가족부 (2021). 청소년인터넷드림마을 관련 내부 자료. 여가부 정책실무협의회에서 자료 확보

프로그램 구성은 단기캠프(1~2주 프로그램), 장기캠프(3~4주 프로그램)로 구성된다. 심층적 치유와 관리가 필요한 과의존 고위험군의 경우, 3~4주가량 숙박하

면서 상담과 치유 프로그램 참여가 이루어진다. 일반이용자가 아닌 숙박을 통한 집중 치유캠프 운영은 2019년 이전까지 10여 차례 이루어졌으며, 수료인원이 300~400명대에 달했으나, 2020년은 코로나19 여파로 운영회수가 7회로 줄면서 수료인원도 104명에 머물렀다.

표 VI-5 청소년인터넷드림마을 운영 프로그램 내용 및 목표

구분	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020
운영회수	8회	24회	24회	17회	17회	17회	17회	14회	14회	7회
수료인원	150명	511명	545명	369명	372명	393명	402명	321명	334명	104명

* 출처: 여성가족부 (2021). 청소년인터넷드림마을 관련 내부자료. 여가부 정책실무협의회에서 자료 확보

치유캠프의 효과성을 살펴보면, 인터넷 및 스마트폰 과의존 수준은 청소년 당사자와 청소년 부모(보호자) 사전 사후 평균 점수 보고에서 모두 눈에 띄는 감소세를 확인할 수 있었다.

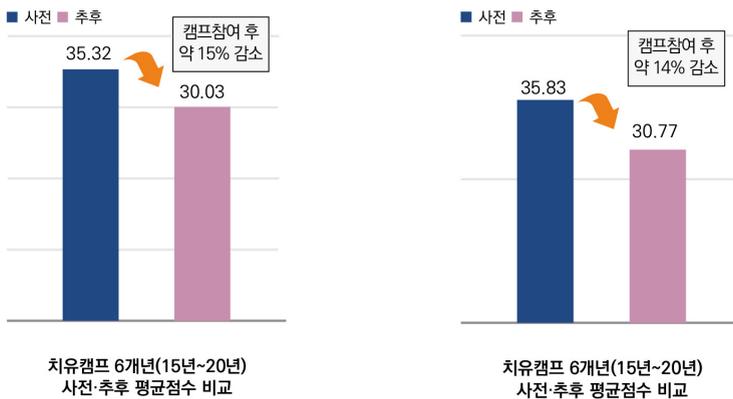


그림 VI-3 인터넷과 스마트폰 과의존 치유캠프 사전-추후 평균점수(청소년 자기보고)

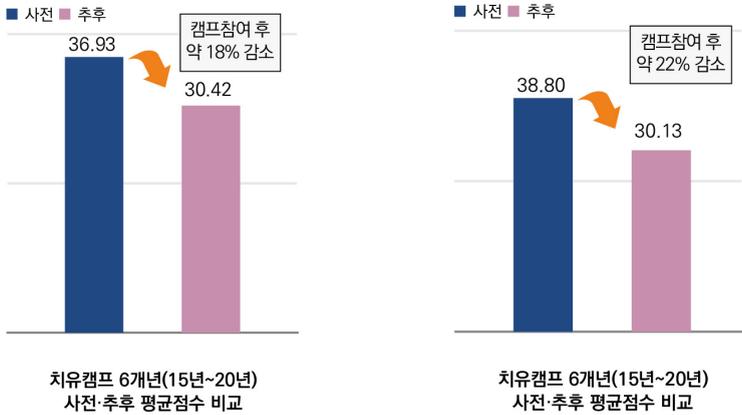


그림 VI-4 인터넷과 스마트폰 과의존 치유캠프 사전-추후 평균점수(학부모 보고)

* 출처: 여성가족부 (2021). 청소년인터넷드립마를 관련 내부자료. 여가부 정책실무협의회에서 자료 확보

이처럼 효과가 검증된 치유캠프는 무주에 설립된 이래 대구에 현재 추가 개설을 계획하고 있을 뿐 전국적인 증설이 아직 이루어지지 않고 있다. 또한 2020년도 이용자 수 및 운영 프로그램 감소에서 알 수 있듯이 코로나19와 같은 대면 접촉이 어려운 환경에서는 본 프로그램의 운영에 상당한 제약이 이루어진다.

시도별 드립마을과 같은 치유캠프가 증설되어 청소년들에게 적절한 상담과 치유 프로그램의 제공이 이루어질 필요가 있다. 치유캠프의 효과가 검증됐음에도 예산문제로 전국적 증설이 아직까지 이루어지지 않은 것은 우리 사회와 정부가 청소년의 스마트폰 및 과의존으로 인한 병폐의 심화가 결국 막대한 사회적 부담으로 나타날 수 있음을 간과한 것이다.

인터넷 및 스마트폰 과의존 현상은 특히 사회경제적 지위(SES)가 낮은 가정의 자녀에게서 더 많이 나타난다. 이들의 부모가 함께 치유캠프에 참여하는 것이

재정적으로나 시간적으로 상당한 부담으로 작용할 수 있다. 이 경우, 청소년들의 성공적인 가족캠프 참여 독려와 협조적인 운영을 위한 방안으로 재정적 지원이나 부모의 직장에서 캠프 참여시 적극적인 협조가 이루어질 수 있도록 유급휴직 제도를 정비하는 것을 고려해볼만하다.

③ 기대효과

이 같은 부모-자녀 참여형 숙박캠프의 장점은 단순히 청소년의 스마트폰 및 인터넷 과의존 해소뿐만 아니라 부모-자녀 관계 증진과 자녀의 건전한 미디어 이용을 위한 부모의 역할에 대한 교육도 이루어진다는 것이다. 온오프라인 상담시설의 증성과 상담인력의 전문성 강화는 해당 서비스가 필요한 청소년과 학부모에게 매우 큰 기여를 하게 될 것이다. 즉, 청소년의 미디어 과의존 경향이 심화되기 전에 치유가 이루어질 수 있도록 하는 예방과 치유 효과를 기대할 수 있다.

(3) 유해콘텐츠 모니터링 강화

① 제안배경

최근 유엔의 아동권리위원회가 발표한 일반논평 제25호 「디지털 환경에서의 아동권리」는 아동·청소년의 건강한 성장과 발달을 위해 우리 사회와 정부가 관심을 기울여할 원칙들을 제시하고 있다(아동권리보장원 번역물 내부자료). 그 중에 미성년자의 유해 콘텐츠 접촉에 따른 위험성을 언급하고 정부, 사회, 미디어 기업의 적극적인 대처가 필요함을 지적하고 있다. 본 설문조사 결과에서도 드러났듯이, 유튜브를 시청하다 의도치 않게 폭력적 영상물에 노출된다는 응답률이 16.4%, 선정적 영상물에 노출된다는 응답률이 15.3%에 달했다. 온라인 공간에서 특정집단에 대한 혐오표현을 접한 경험이 있다는 응답률은 76.9%를 차지하였다. 청소년

의 미디어 이용 시간이 늘어나면서 미디어 콘텐츠의 소비와 생산도 자연스럽게 증가하였다. 이 같은 상황에서 청소년이 유해콘텐츠의 의도적·비의도적 접촉 및 소비가 지속적으로 이루어진다면 이들의 정신건강에도 부정적으로 작용할 것이다.

〈유엔아동권리위원회 일반논평 제25호 디지털 환경에서의 아동권리 내용 중〉

(아동 최선의 이익) 디지털 환경은 원래 아동을 위해 설계된 것은 아니지만, 아동의 삶에 중요한 역할을 하고 있다. 국가는 디지털 환경의 제공, 규제, 설계, 관리와 이용 관련 모든 행위에서 아동 최선의 이익을 우선적으로 고려하도록 보장해야 한다.

(생명·생존·발달권) 디지털 환경이 제공하는 온라인 경험과 기회는 아동 발달에 매우 중요하며, 특히 유사시 아동의 삶과 생존에 필수적일 수 있다. 국가는 생명권, 생존권, 발달권에 대한 위험으로부터 아동을 보호하기 위한 모든 적절한 조치를 취해야 한다. 콘텐츠, 접촉, 행위, 계약, 그 중에서도 특히 폭력 및 성적 콘텐츠, 사이버공격 및 괴롭힘, 도박, 성 착취와 학대를 포함한 착취 및 학대, 자살 유인 또는 범죄자 또는 테러리스트 또는 폭력적 극단주의자로 지정된 무장단체를 포함한 생명을 위협하는 행위와 관련된 위험이 있다. 국가는 아동이 직면한 특정 위험의 특성에 대한 아동의 견해를 고려하고 새로운 위험을 식별, 해결해야 한다.

(독립적 모니터링) 국가는 국가 인권기관 또는 기타 적절한 독립기관이 디지털 환경 속 아동의 권리를 보장하고, 아동과 아동의 대리자로부터 민원을 접수, 조사 및 처리할 수 있도록 해야 한다.

(기업 부문) 국가는 법률, 규제 및 정책의 개발, 모니터링, 이행 및 평가를 통해 기업의 네트워크 또는 온라인 서비스가 아동의 프라이버시권과 보호권을 포함하여 아동의 권리를 침해하거나 남용하거나, 이를 부추기지 않도록 방지하는 의무를 다하고 아동, 부모 및 양육자에게 즉각적이고 효과적인 구제책을 제공하도록 보장해야 한다.

* 출처: 아동권리보장원 번역물 내부자료. 원자료: UN Human Rights office of the high commissioner https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CRC/C/GC/25&Lang=en에서 2021년 5월 10일 인용.

② 추진내용

최근 청소년들의 유튜브 시청과 SNS 이용이 대폭 늘어나면서 유해 콘텐츠에 대한 부모와 사회의 우려가 늘어나고 있다. 선정성과 폭력성 등의 유해 콘텐츠는 사전·사후 모니터링을 통해 최소화할 필요가 있다. 청소년매체환경보호센터에서 이 같은 청소년 유해 콘텐츠에 대한 모니터링이 자체적으로 수행되고 있으나, 끊임없이 쏟아지는 유튜브 콘텐츠에 비해 턱없이 부족한 인원으로 인하여 정책의 실효성에 회의적 시각을 거두기 어렵다. 유튜브 영상물뿐만 아니라, SNS를 통한 불건전한 채팅의 위험이 도사리고 있어 보다 적극적인 정책적 대응이 시급하다. 본 설문조사에서도 온라인 공간에서 낯선 이성으로부터 만나자는 제안을 받은 청소년이 상당수인 점을 고려할 때, 온라인을 통한 랜덤 채팅으로 인해 자칫 청소년이 심리적·신체적 위험에 빠질 가능성이 높은 환경이다. 모니터링 인원의 대폭 증원과 모니터링 인력의 전문성 강화가 시급하다. 정보통신의 발달과 미디어 이용시간의 증가는 사이버공간에 음란물 및 음란채팅의 가능성을 높였다. 온라인 상에서 이 같은 일탈을 부추기고 개인권리 및 명예를 훼손하는 콘텐츠나 행위에 대한 모니터링이 보다 적극적이고 치밀하게 이루어질 필요가 있다. 또한, 모니터링이 이루어진 후 모니터링에 의해 포착된 유해 콘텐츠 생산자 및 배포자들에 대한 엄격한 제재가 따라야할 것이다.

③ 기대효과

미디어 기업의 자율규제만으로는 청소년의 정신 건강에 위해를 가할 수 있는 유해 콘텐츠는 사라지지 않는다. 정부와 사회 차원의 모니터링이 참여 인력과 전문성을 강화하여 이루어진다면 유엔아동권리위원회가 「디지털 환경에서의 아동권리」에서 밝힌 아동·청소년의 생명·생존·발달권을 보장하는데 기여할 수 있을 것이다. 폭력적·선정적 유해콘텐츠의 지속적인 소비는 아동·청소년의 폭력성과 왜곡된 성의식을 배양할 수 있음은 수많은 선행연구들에서 밝혀졌다. 유해콘텐츠

의 최소화는 건강한 디지털 시민성 여부와도 직결되는 이슈인 것이다.

2) 부모의 미디어 교육 역량 강화를 위한 소셜리빙랩 방법론의 확대 적용

(1) 부모 주도적 참여에 의한 소셜리빙랩 접근의 미디어 교육 프로그램 확대 적용

① 제안배경

지금까지의 부모 미디어 교육은 전문가가 주도하는 일회적 강의나 짧은 시간의 활동 중심 워크숍으로 교육 내용도 미디어 이용 실태, 이용 조절 중재, 미디어 제작 체험, 가짜 뉴스 분별 등으로 대동소이했다. 즉 이러한 내용 중의 한두 가지 혹은 방대한 범위의 내용들을 개론식으로 여러 강사들이 나누어 맡아 훑어가는 방식의 공급자 중심의 프로그램이 여러 지방자치단체, 공공기관, 시민단체에서 제공되고 있었고 그 효과를 알기 어려웠다. 최근 유엔의 아동권리위원회의 일반 논평 제25호 등에서는 지속적으로 진화하는 디지털 환경 속에서 청소년이 경험할 수 있는 기회와 위험에 대해 부모와 보호자가 이해할 수 있도록 해야 하며, 유아기와 청소년기의 뇌발달에 대한 최신 연구 결과를 부모가 알고 양육할 수 있도록 최신의 전문적인 정보를 제공해야 함을 강조하고 있다(아동권리보장원 번역물 내부자료; UN Human Rights office of the high commissioner, 2021). 이에 비해 청소년 부모 대상의 미디어 교육은 대동소이한 내용, 최신 연구 결과에 근거한 것으로 보기 어려운 업데이트 되지 않은 내용, 복잡한 청소년기의 다양한 미디어 이용 문화와 사회적 문제를 자기 자녀의 상황과 연관하여 부모가 이해하고 도움을 줄 수 있는 유용한 교육을 제공하는 데 한계가 있었다.

② 추진내용

전문가들의 지침을 일방적으로 제공하는 강의 중심의 부모 미디어 교육 방식을 지양하고, 부모 참여자들이 각자의 삶의 맥락에서 마주하고 있는 자신의 문제를 가지고 전문가 및 다른 부모들과 함께 관련 정보와 최신 연구 결과를 참조하며 열린 대화를 할 수 있는 소셜리빙랩 접근에 의한 부모 미디어 교육을 다양한 지역, 계층, 연령, 자녀 교육 상황 등에 놓인 부모를 대상으로 확대 적용할 필요가 있다.

부모참여중심의 소셜리빙랩 운영에 관한 본 연구는 짧은 기간에 파일럿 프로그램으로 시도된 이유로 인해, 예를 들어 자녀의 홈스쿨링, 대안학교, 공립학교, 사립학교, 특수학교, 특수학급 등 자녀가 재학 중인 학교나 학급의 유형, 자녀의 장애 및 특수교육 요구 등을 두루 고려한 프로그램을 복수로 운영하지는 못했다. 가정과 자녀가 안고 있는 상황에 따라 자녀의 미디어 이용 및 부모의 중재와 지원 방식도 달라질 수밖에 없는 만큼, 다양한 상황을 고려한 부모 미디어 교육이 소셜리빙랩 방식으로 이루어져 청소년들의 미디어 교육을 부모의 역량 강화를 통해 간접적으로 지원할 수 있는 방안도 마련될 필요가 있을 것이다. 아래 그림이 보여 주듯이, 가정의 다양한 환경을 고려하여 맞춤형 소셜리빙랩 운영이 활성화 될 필요가 있다.

이를 실현하기 위해서는 시청자미디어재단이나 청소년활동시설 등 외부자원과의 연계가 필요하다. 또한 미디어전문가집단 풀이 충분히 갖춰져 전문가와 부모참여자가 원활하게 소통할 수 있도록 해야 한다. 특히 전반적으로 소셜리빙랩을 관리하는 코디네이터의 역할이 매우 중요하다.

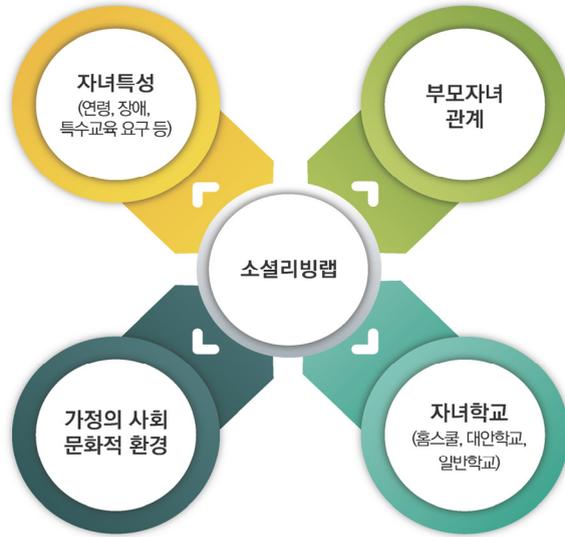


그림 VI-5 소셜리빙랩 활용 활성화 방안

③ 기대효과

부모참여중심의 소셜리빙랩이 확대 운영된다면 부모들이 실제 삶에서 겪는 자녀의 미디어 이용 지도에 도움을 주며 지속적으로 변화하는 디지털 미디어 환경과 자라나는 자녀의 변화된 발달 상황과 사회적 관계 속에서 자신에게 실제로 도움이 되는 미디어 이용 지도 역량을 기를 수 있다.

(2) 부모와 청소년이 함께 참여하는 방식의 소셜 리빙랩 강화

① 제안배경

유엔 아동권리위원회에서 제시한 일반논평 제25에서 가장 강조하고 있는 것은 디지털 환경이 지속적으로 진화하는 특징을 갖고 있다는 점이다(아동권리보장원 번역물 내부자료; UN Human Rights office of the high commissioner,

2021). 최근 주목받고 있는 메타버스 같은 경우, 청소년뿐 아니라 부모도 새롭게 접하게 되는 현상이고, 인공지능과 관련한 디지털 기술도 지속적으로 변화하기 때문에 서로 다른 세대에 속하는 부모와 청소년 자녀가 동시에 경험하며 사용법을 익히고 그 문제나 혜택을 이해하고 새로운 행동 규범과 문화를 만들며 적응해 가야 하는 입장에 있다. 따라서 부모와 청소년이 전문가의 조력을 받아 서로 대화하고 돕는 참여적 관계와 문화를 만들면서 새로운 디지털 미디어 기술이나 문화를 이해하고 함께 적응해 가는 시민의 일원으로 참여할 수 있는 소셜리빙랩이 세대 간 상호 이해와 소통을 촉진하는 방법이 될 수 있을 것이다.

② 추진내용

틱톡과 같은 숏폼 형식의 새로운 동영상 서비스, 다양한 메타버스 서비스, 게임 등 청소년과 부모 세대가 함께 새롭게 동시에 배우고 익히거나 알아가야 하는 새로운 디지털 서비스나 문화 현상 등을 다양하게 체험하며 세대 간 이해와 소통을 촉진하되, 전문가와 함께 관련 지식과 현상에 대한 대화의 매개에 있어 도움을 받을 수 있는 소셜리빙랩 접근을 통해 사회 변화의 일부로서 디지털 미디어에 대해 지속적으로 참여하며 목소리를 내는 시민으로서 부모와 청소년이 동반 성장할 수 있는 내용으로 추진할 필요가 있다.

③ 기대효과

부모는 모르고 자녀는 잘 아는 미디어만이 아니라, 부모도 자녀도 새롭게 등장하는 디지털 미디어 환경에 함께 동시에 적응하고 이해하고 판단해야 하는 동시대의 사회 구성원이라는 점과 시민으로서 함께 참여하며 목소리를 낼 수 있는 존재라는 점을 자연스럽게 이해함으로써 부모와 자녀 간, 세대 간 이해와 대화가 미디어를 매개로 이루어질 수 있으며, 전문가의 도움을 받아 학습이 일어날 수 있다.

(3) 부모 미디어 교육 지원을 위한 온라인 커뮤니티형 플랫폼 개발

① 제안배경

부모들은 자녀의 미디어 이용에 대한 이해 및 지도에 있어 다양한 질문과 해결해야 할 문제를 안고 있는데, 이에 대해 적절한 도움을 줄 수 있는 한국어로 된 웹 정보가 매우 부족한 상황이다. 지금까지의 정보들은 과의존 예방, 이용 조절 등에 초점을 둔 것이 많고, 보다 구체적이고 실제적인 질문과 이에 대한 전문적인 조언이 부족하다.

② 추진내용

미국의 커먼센스미디어 (Common Sense Media, www.commonsensemedia.org), 영국의 페어런트 존(Parent Zone, parentzone.org.uk/home), 캐나다의 미디어스마트(MediaSmarts, mediasmarts.ca), 호주의 자녀양육 웹사이트(The Australian Parenting Website, raisingchildren.net.au) 등에서는 자녀의 연령을 세분화하고, 자녀의 상황(장애, 자폐스펙트럼, ADHD 등 자녀의 뇌 발달, 발달 장애적 측면과 관련된 특수교육 차원의 미디어 이용에 대한 조언과 요구도 포함)에 따른 전문가들의 실제적인 조언을 제공하고 있다. 이러한 정보가 제대로 제공되는 것이 부모들에게 실제적인 도움이 되고, 디지털 미디어 이용과 관련된 자녀 양육에 있어 잘못된 정보를 바로잡는 방법이 될 수 있다.

따라서, 미디어와 관련한 부모들의 고민과 궁금증을 해결할 수 있는 플랫폼이 온라인공간에서 구성될 필요가 있다. 이를 통해 최신 미디어관련 법 및 제도 현황, 최근 자녀들에게 인기를 끌고 있는 게임이나 동영상 콘텐츠, 자녀를 온라인위험환경으로부터 보호하는 실천방법 등을 부모들이 쉽게 이해할 수 있도록 해야 한다. 특히 디지털 플랫폼 시대에 자녀들의 미디어 이용을 적절히 지도할 수 있는 기법을 익히도록 할 필요가 있다.

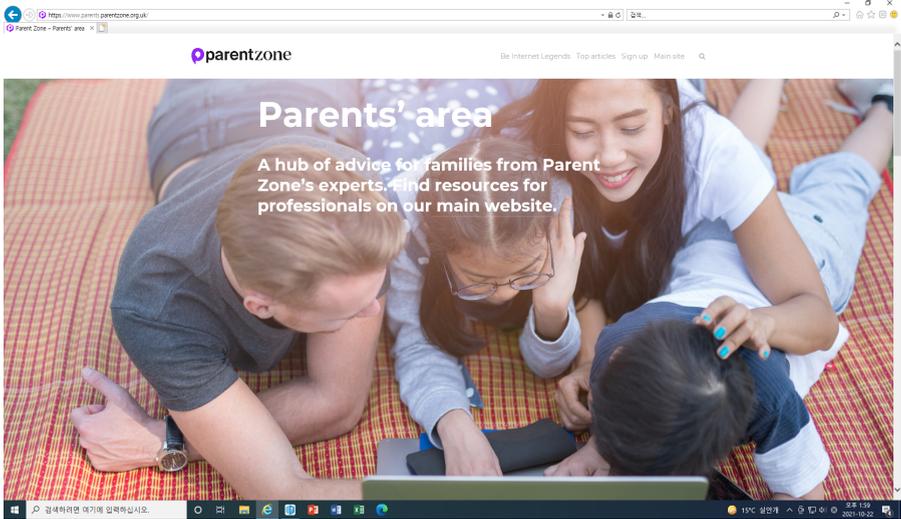


그림 VI-6 영국 페어런트 존 부모 페이지

* 출처: 페어런트 존 홈페이지. <https://www.parents.parentzone.org.uk/>에서 2021년 10월 22일 인출.

③ 기대효과

이 플랫폼을 통해 최신 미디어 발전 및 연구 동향을 파악할 수 있으며 자녀의 미디어 사용에 대한 올바른 지침이나 정보를 얻을 수 있다. 또한 비슷한 고민을 가진 부모들끼리 서로 교류함으로써 상호 도움을 받을 수 있으며 전문가의 조언과 상담도 쉽게 접할 수 있다.

3) 청소년 미디어 리터러시 역량 강화

(1) 뉴스리터러시 역량 강화

① 제안배경

본 연구의 설문조사 및 면접조사 결과에 따르면, 청소년들은 뉴스를 적극적으로 찾아보지는 않았지만 부모와 함께 뉴스를 보거나 포털이나 SNS를 통해 뉴스를 접하는 사례들이 많았다. 특히 청소년들은 가짜뉴스의 확산에 많은 우려를 표명하였고 가짜뉴스를 분별할 수 있는 교육을 절실히 희망하였다. 실제로 일부 청소년들은 가짜뉴스를 접한 사례도 있었다. 즉 청소년들이 접하는 매체가 다양해지고 이를 통해 쏟아지는 정보가 많다보니 어떤 것이 신뢰할만하고 어떤 것이 유용한 정보인지를 찾아내는 능력이 점차 중요해지고 있는 것이다. 따라서 청소년들이 허위정보에 쉽게 속지 않고 허위정보나 조작된 정보를 잘 판단할 수 있는 역량을 함양시키는 것이 필요하다. 더구나 인공지능시대에 누구나 쉽게 페이크 영상이나 뉴스를 만들어 배포할 수 있기 때문에 뉴스를 비판적으로 분석하는 리터러시능력이 어느 때보다도 중요해지고 있다.

② 추진내용

가짜뉴스를 분별할 수 있는 역량을 기르기 위해서는 먼저 뉴스의 출처를 확인할 필요가 있다. 우리에게 잘 알려진 신문사나 방송사의 뉴스라면 그 뉴스는 대체로 믿을만하다. 하지만 뉴스 출처가 불분명한 경우 일단 뉴스를 의심할 필요가 있다. 물론, 제도권 언론사에서조차 가짜뉴스를 퍼뜨리는 경우가 있기 때문에 특정 뉴스기관에서 나온 뉴스만 보기보다 여러 언론사의 뉴스를 비교 검토하는 습관이 중요하다. 특히 페이스북을 비롯한 SNS를 통해 뉴스를 접하다보면 출처나 근거가 명확하지 않은 뉴스 스토리에 현혹되기 쉽다. 따라서 평소 여러 기관의 뉴스를 비교해

보는 습관을 청소년기부터 갖도록 해야 한다.

많은 전문가들이 구체적인 가짜뉴스 분별 방법에 대해 제시하고 있는데 황치성(2018)의 논의는 참고 할만하다(226-236쪽). 그는 다음과 같이 구체적인 기준을 제시하고 있다.

- 정보가 수록된 웹주소는 정확한가?
- 소수의 정보원을 이용하고 있는가 아니면 다양한 정보원을 인용하고 있는가?
- 해당정보가 게시된 날짜가 현재 시점인가?
- 다른 뉴스미디어에서도 그 정보를 다루고 있는가?
- 팝업광고나 배너광고가 지나치게 많지 않은가?
- 기사가 지나치게 화려하거나 혹은 지나치게 혐오스러운 것이 아닌가?
- 극단적인 감정을 자극하여 분노를 느끼게 하거나 희열을 느끼게 하는 요소가 없는가?

즉 일부 소수의 정보원에 의존하고 날짜가 수록되지 않은 정보는 가짜뉴스일 가능성이 높다. 또한 사람들의 감정을 자극하거나 충격적인 소식은 일단 의심해서 볼 필요가 있다.

팩트체크 사이트를 방문하는 것도 좋은 방법이다. 가짜뉴스가 문제가 되면서 JTBC를 비롯한 여러 언론기관이 팩트체크 사이트를 운영하고 있다. 특히 서울대학교 언론정보연구소가 운영하는 팩트체크(<http://factcheck.snu.ac.kr/>)는 국내 27개 언론사와 제휴해 주요 공적사안에 대해 검증한 후 그 결과를 홈페이지에 게시한다. 최종 판정은 ‘전혀 사실 아님’, ‘대체로 사실 아님’, ‘절반의 사실’, ‘대체로 사실’, ‘사실’, ‘판단유보’로 이뤄진다. 주요 공적 사안이나 이슈에 대한 사실여부를 검증하기 위한 방법을 구체적으로 보여주고 있어 특정뉴스의 사실여부를 쉽게 확인할 수 있다. 특히 장기간 지속되고 있는 코로나19와 관련한 팩트체크가 많아 감염병확산과 관련한 뉴스의 진위여부를 쉽게 파악할 수 있다.

팩트체크 대회도 청소년의 뉴스 리터러시 역량을 함양시킬 수 있는 좋은 방안이다. 민주시민교육이 활성화되면서 정책제안발표대회가 많아지고 있지만 뉴스리터

러시를 강화하는 대회는 비교적 활성화가 잘 되지 않고 있다. 따라서 팩트체크 회의를 통해 최근 가짜뉴스 논란이 일었던 몇 가지 사안을 제시하면서 이 뉴스들이 어떤 의미에서 문제가 되는지를 청소년들 스스로가 정보를 찾아 검증할 수 있도록 참여의 장을 마련하는 것이다. 이 같은 과정을 통해 청소년들은 가짜뉴스를 분석하고 비판할 수 있는 기준을 스스로 체험하고 학습하게 된다.

③ 기대효과

이처럼 가짜뉴스를 분별할 수 있는 뉴스 리터러시 역량을 청소년들에게 길러주면 허위정보에 쉽게 속아 넘어가지 않고 사안에 대한 비교적 객관적인 판단이 가능하다. 또한 신뢰할만하고 사실에 근거한 정보를 가지고 있으면 어떤 의사결정을 할 때도 공정하고 올바른 판단을 할 수 있다.

(2) 비판적 데이터 리터러시 역량 강화¹⁴⁾

① 제안배경

3장에서 살핀 설문조사 결과에 따르면, 10대 청소년들에게 유튜브는 유용한 정보를 찾고 탐색하는 주요 미디어 채널이었다. 하지만 면접결과에서도 드러났듯이, 추천알고리즘으로 인한 어려움을 호소하는 청소년들이 많아지고 있다. 본 설문조사에 참여한 10대 청소년의 60% 가량이 알고리즘 추천 방식의 유튜브 콘텐츠를 시청한다고 응답하였다. 또 다른 연구에 의하면(Roose, 2019. 3. 29.), 유튜브 이용자들의 시청시간 중 약 70%가 추천알고리즘에 의한 결과일 정도로 알고리즘이 시청행태에 미치는 영향력은 크다. 특히 이 과정에서 문제가 되는 것은 다양한 관점이나 시각을 가진 뉴스나 정보를 접할 가능성은 줄어들고 이용자의 선호나 관심에 부합한 정보를 습득할 가능성은 증가할 수 있다는 것이다. 즉 자신의 관점

14) 이 부분은 한국지능정보사회진흥원 오연주 박사의 자문내용을 토대로 작성하였음.

과 신념에 일치하는 정보만 받아들이는 확증편향이 발생할 가능성이 크다(강정훈, 2021). 따라서 유튜브가 일상화된 현재 청소년 문화에서 알고리즘을 비롯한 데이터구조 및 작동방식에 대한 비판적 리터러시 역량을 함양하는 것은 매우 중요하다.

일반적으로 데이터 리터러시는 데이터를 이해하고 활용할 수 있는 능력으로 정의되고 비판적 데이터 리터러시는 데이터에 기반을 둔 혁신 근저에 놓인 이데올로기에 대한 비판적 판단을 할 수 있는 능력을 의미한다(Claes & Philippette, 2020). 특히 유튜브를 비롯한 디지털 플랫폼이 우리의 일상을 지배하고 있는 시대에 우리가 제공하는 데이터가 기업에 의해 어떻게 처리되고 활용되는지를 비판적으로 바라보는 것은 매우 중요한 일이다.

② 추진내용

유튜브 세대라고 볼 수 있는 10대 청소년들에게 특히 필요한 것은 알고리즘이 작동하는 원리를 비판적으로 이해할 수 있는 역량을 키워주는 것이다. 알고리즘의 작동 원리를 파악하기 위해서는 크게 두 가지가 필요하다. 한 가지는 알고리즘의 재료가 되는 다양한 데이터가 언제, 어떻게, 어느 정도 범위에서 수집되는지를 파악하는 것이다. 다른 한 가지는 수집한 데이터의 중요도가 어떻게 결정되어 최종적인 알고리즘으로 구현되는지 이해하는 것이다. 두 가지 모두 추상적인 과정으로, 학생들이 조작하고 체험할 수 있는 형태로 교육 내용을 구성할 필요가 있다.

유튜브에서 수집하는 데이터를 가장 쉽게 파악하는 방법은 직접 약관을 확인하는 것이다. 구글에서 수집하는 데이터의 종류는 한글로도 상세하게 설명되어 있으며, 동영상을 통해서도 제시된다. 또 다른 방법은 학생들이 직접 그림을 그림으로써 유튜브의 데이터 수집 방식과 범위를 탐색해 보는 것이다. 일례로 로버트슨과 티스달(Robertson & Tisdall, 2020)은 스코틀랜드의 초중등 학생을 대상으로 하는 데이터 리터러시 교육에서, 학생들로 하여금 마을 안에서 수집되는 데이터, 장소(가정, 공공장소, 상업 시설 등), 방식(스마트 가전, 센서, 무선 공유기)을 자유

롭게 그리도록 했다. 이와 같은 열린 방법론은 학생들이 데이터에 대해 이해하는 정도를 파악하는데 효과적이다. 아울러, 학생들은 데이터에 대해서 구체화하여 사고함으로써 그 수집 내용, 방식, 범위가 얼마나 광범위하고 문제적일 수 있는지 인식할 수 있다.

유튜브 추천알고리즘의 작동 방식은 공개되어 있지 않으며, 심층 신경망 모델을 사용하고 있어 유튜브 개발자들 또한 정확히 모르는 것으로 알려져 있다. 그 작동 원리가 복잡한 만큼 학생들이 이해할 수 있는 방식으로 교육 내용을 단순화하는 것이 중요하다. 자크 외(Jacques et al., 2020)는 학생들에게 유튜브 개발자로서의 역할을 부여하고 추천알고리즘을 구성하는 핵심적인 변인-조회수, 시청시간, 시청기록 등-들을 활용하여 최적의 알고리즘을 만들어내는 활동을 소개한다. 이는 일종의 리버스 엔지니어링(reverse engineering)으로 기기 및 소프트웨어 등의 기술적 원리를 이해하고자 구조적인 시스템을 해체하고 분석하는 작업을 말한다. 물론 학생들의 지식수준으로 유튜브 추천알고리즘의 작동 원리를 분석하는 것은 쉽지 않다. 정교한 분석보다 중요한 것은 부족하나마 유튜브 추천알고리즘의 작동 원리를 상상해 봄으로써, 동영상이 추천되기까지 특정한 의도, 과정, 편견 등이 존재한다는 것을 깨닫는 것이다. 연구자들은 역할 놀이를 통한 리버스 엔지니어링이 청소년이 당연하게 받아들이던 유튜브 동영상 소비를 좀 더 거리를 두고 불편하게 바라보도록 도왔음을 강조한다.

한 단계 더 나아가 학생들이 중학생 이상이라면 유튜브의 추천알고리즘 뒤에 가려져 있는 정치경제학적 배경을 살피도록 비판적 질문을 이어나갈 수 있다. 즉, 방대한 데이터의 수집과 이를 기반으로 한 추천알고리즘이 누구의 이해를 위해, 또는 누군가의 이해를 희생해 가면서 유지되고 강화되는지를 살피는 것이다. 특히, 청소년의 관점에서 추천알고리즘이 표현과 생각의 자유 행사, 행위성의 실천, 건강한 온라인 커뮤니티의 확장 등에 긍정적 역할을 하는지 성찰하도록 도울 필요가 있다.

뉴스의 경우에도 알고리즘이 작용하는데 강정훈(2021)은 다음과 같이 필터버블 시대에 뉴스를 보는 방법을 제시하고 있다(141-142쪽). 즉 자신의 생각과 다른 뉴스를 찾아보고 여러 뉴스 사이트를 비교 검색하는 등의 적극적인 노력이 뒷받침돼야 알고리즘이 초래한 문제들을 극복할 수 있다는 것이다.

- 내 생각과 다른 뉴스를 찾아보기
- 하나의 사이트보다 여러 뉴스사이트를 통해 뉴스를 검색하기
- 맞춤형 정보를 제공하지 않도록 설정 수정 - 쿠키삭제, 개인정보를 입력하지 않아도 볼 수 있는 대체 프로그램 활용

③ 기대효과

유튜브 추천알고리즘에 대한 이해를 비롯하여 비판적 데이터 리터러시 역량을 증진함으로써, 단기적으로는 유튜브상에서 다양한 내용과 관점의 정보를 탐색하도록 도울 수 있다. 궁극적으로는 청소년이 개인의 안녕과 사회의 성장에 위협이 될 수 있는 자동화된 의사결정의 작동방식과 그 영향에 대해서 비판적으로 사고하는데 기여할 수 있다.

(3) 미디어를 통한 사회참여 역량 강화

① 제안배경

유튜브 등 1인 미디어의 발달과 확산은 온라인 플랫폼에서 누구나 콘텐츠 생산자가 되도록 했다. 따라서 미디어를 통해 자신을 표현하고 자아정체성을 표출하는 것이 중요해지게 되었다. 최근 들어서는 청소년들의 미디어 리터러시 역량이 강조되면서 미디어를 매개로 한 사회참여도 중요해지고 있다. 즉 미디어를 활용하여 다양한 사회적 실천에 참여하면서 사회에 대한 관심을 갖고 공동체의식이나 시민 의식을 함양할 수 있다.

아래 그림에서도 나타나듯이, 미디어에 대한 분석과 평가, 창조 능력 뿐 아니라 공동체 문제해결에 동참할 수 있는 실천능력이 미디어 리터러시의 중요한 요소이다.



그림 VI-7 미디어 리터러시 증진방안

* 출처: Hobbs, R. (2010). Digital and media literacy: A plan of action. The Aspen Institute, p. 19.

② 추진내용

미디어를 매개로 한 청소년의 사회참여역량을 강화하기 위해서는 먼저 미디어가 사회를 변화시키는 중요한 수단이 될 수 있다는 것을 인식하는 것이 중요하다. 이후 미디어를 통해 사회문제해결에 참여할 수 있는 다양한 활동을 장려할 필요가 있다. 가령, 지역사회가 안고 있는 문제를 취재하여 블로그를 작성하거나 다큐멘터리 영상을 만들 수 있다. 또한 학교밖청소년이 겪는 어려움을 취재하고 관련 정책을 모니터링할 수도 있다. 이 과정에서 취재한 내용을 서로 논의하고 무엇을

부각시켜 보도할 것인지를 토의함으로써 청소년들은 미디어의 작동원리를 이해하게 되고 활동적 시민이자 비판적 시민으로 성장할 수 있는 토대를 쌓게 된다.

아래 사례에서처럼 다른 나라의 청소년들과 영상편지를 주고 받는 것도 문화간 이해를 높이는데 있어 미디어가 충분히 기여할 수 있다. 즉 미디어가 문화간 교류와 이해를 활성화시키는 중요한 매개체가 될 수 있는 것이다. 이 외에도 청소년들이 미디어를 매개로 사회와 소통하고 공동체에 대한 관심의 폭을 넓힐 수 있는 사례는 많다.

일본의 경우 초등학교나 중학교에서 영상편지라는 방법을 사용하여 문화간 이해와 교류의 폭을 넓히고 있다(자세한 내용은 준 사카모토(2021) 참조). 즉 각자 속한 지역과 학교생활을 영상으로 만들어 서로 주고 받고 있는 것이다. 이러한 실천의 성과는 매우 획기적이라고 한다. 가령, 일본 학생은 미디어가 전하는 메시지 때문에 중국학생에 대한 이미지가 매우 나빴지만 서로의 삶을 소개하는 영상편지를 접하면서 생활이나 생각하는 것이 크게 다르지 않다고 느꼈다고 한다. 이 수업을 통해 학생들은 스스로 두 문화의 공통점과 차이를 찾고 논의하는 과정을 경험하였다. 이 과정을 통해 편견 없이 타문화를 이해할 수 있는 역량을 기를 수 있었다. 이처럼 미디어를 활용한 사회참여교육은 문화간 이해와 소통에도 크게 기여할 수 있다.

이처럼 미디어를 통한 사회참여역량을 강화하기 위해서는 창의적 체험활동이나 자유학년제 등 청소년활동이 활발한 시간을 활용하여 프로젝트에 기반한 수업을 활성화시키는 것이 필요하다. 청소년들이 다양한 공공문제나 이슈에 관해 취재하고 그 결과를 공유하고 발표하기에는 많은 시간이 필요하기 때문이다.

③ 기대효과

미디어를 매개로 한 사회참여와 소통이 강화되면 청소년들이 사회문제에 대해 관심을 갖게 되고 시민의식을 증진할 수 있다. 또한 세계의 다양한 사회와 문화를 이해할 수 있는 기회가 된다.

3. 10대 청소년 미디어 이용관련 정책 과제 추진 로드맵

본 연구는 청소년들의 건강한 미디어 이용과 미디어 리터러시 증진을 목표로 3대 정책추진방향과 9개 정책과제를 제시하였다. 9대 정책추진과제의 추진 로드맵은 과제추진유형, 추진기간, 소관부처에 따라 아래 표와 같이 제안하였다.

먼저 단기적으로 필요한 것은 스마트폰 과의존 해소를 위한 치유 및 상담 시설의 증설, 유해콘텐츠 모니터링 강화, 부모 미디어교육역량 강화를 위한 소셜리빙랩 적용의 확대이다. 특히 코로나19로 인하여 청소년의 미디어의존이 심화되고 우울과 불안을 호소하는 청소년이 늘고 있다. 따라서 청소년의 미디어 과이용에 따른 부작용을 예방하기 위해 상담 및 치유 활동이 활성화될 필요가 있다. 특히 부모 대상의 미디어교육은 시급히 이뤄져야 한다. 그동안 교육의 대상으로 머물렀던 부모가 적극적으로 문제해결에 참여하는 소셜리빙랩이 단기적으로 확대될 필요가 있다. 부모에게 미디어와 관련한 다양한 정보를 제공하고 상호 소통할 수 있는 커뮤니티형 디지털 플랫폼 개발도 단기적으로 추진해야 할 사업이다.

이와 더불어 청소년의 디지털 역량을 강화하는 사업은 중장기적으로 준비해야 한다. 매체 환경이 빠르게 변화함에 따라 청소년들이 소비하는 디지털 기기가 급속히 바뀌고 있다. 이런 상황에서 어떤 매체가 등장하든지간에 그 매체의 속성을 파악하고 매체를 비판적으로 이해할 수 있는 역량은 필요하다. 따라서 뉴스리터러시 함양, 비판적 데이터 리터러시능력 제고, 미디어를 통한 사회참여역량 강화는 중장기적으로 준비해야 할 과업이다.

미디어 리터러시 교육법안 마련 및 컨트롤타워 구축도 중장기적 사업이다. 교육부, 과학기술정보통신부, 방송통신위원회 등 관련 부처에서 협의하여 교육법안을 마련하고 거버넌스체계를 구축하여 미디어 리터러시교육의 기반을 닦아야 한다. 미디어 리터러시교육이 제도화 돼야 학교 현장에서 더욱 힘을 받아 다양한 미디어 리터러시 사업이 추진될 수 있을 것이다.

표 VI-6 정책추진과제 요약

추진 과제	과제 추진 유형	추진 기간 ^{주)}	소관부처
	①법령 제개정 ②기존 사업 보완확대 ③신규 사업 도입 ④제도·추진업무정비	①단기 ②중기 ③장기	
① 제도개선 및 인프라 구축			
1. 미디어 리터러시 교육 법안 마련 및 컨트롤타워 구축	①	②, ③	교육부, 방송통신위원회, 과학기술정보통신부
2. 스마트폰 및 인터넷 과의존 해소를 위한 치유 및 상담 시설 증설	②, ③	①	여성가족부, 방송통신위원회
3. 유해콘텐츠 모니터링 강화	②, ③	①	여성가족부, 방송통신위원회
② 부모의 미디어 교육 역량 강화를 위한 소셜리빙랩 방법론의 확대 적용			
4. 부모의 주도적 참여에 의한 소셜리빙랩 접근의 미디어 교육 프로그램 확대 적용	③	①	교육부, 방송통신위원회, 여성가족부 과학기술정보통신부
5. 부모와 청소년이 함께 참여하는 방식의 소셜 리빙랩 강화	③	①	교육부, 방송통신위원회, 여성가족부, 과학기술정보통신부
6. 부모 미디어 교육 지원을 위한 온라인 커뮤니티형 플랫폼 개발	③	①	교육부, 여성가족부, 방송통신위원회, 과학기술정보통신부
③ 청소년 미디어리터러시 역량 강화			
7. 뉴스 리터러시 역량 강화	②, ③	②, ③	교육부, 방송통신위원회, 과학기술정보통신부, 문화체육관광부
8. 비판적 데이터 리터러시 역량 강화	②, ③	②, ③	교육부, 방송통신위원회, 과학기술정보통신부, 문화체육관광부
9. 미디어를 통한 사회참여 역량 강화	②, ③	②, ③	교육부, 방송통신위원회, 과학기술정보통신부, 문화체육관광부

주) 단기(1-2년 이내), 중기(3-5년 이내), 장기(5년 이상)

○———— 참고문헌

참고문헌

[국내문헌]

- 강정훈 (2021). 청소년을 위한 미디어 리터러시 이야기. 서울: 맘에드림.
- 강진숙, 배현순, 김지연, 박유신 (2019). 미디어 리터러시 교육과정 운영을 통한 시민역량 제고 방안 연구. 세종: 교육부.
- 강현웅, 박시원, 주연지, 이보아 (2020). 인스타그램 게시물이 전시관람참여에 미치는 영향: Z세대를 중심으로. 한국디지털콘텐츠학회논문지, 21(4), 731-740.
- 고은정, 김병년 (2020). 학교밖청소년의 사회적 낙인감이 스마트폰중독에 미치는 영향: 자아존중감의 매개효과. 청소년학연구, 27(12), 105-131.
- 과학기술정보통신부, 한국정보화진흥원 (2019). 2019년 스마트폰 과의존 실태조사.
- 과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원 (2020a). 2020년 스마트폰 과의존 실태조사.
- 과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원 (2020b). 2019 인터넷이용실태조사 통계표.
- 과학기술정보통신부, 한국지능정보사회진흥원 (2021). 2020 인터넷이용실태조사.
- 곽은아, 최진호 (2020). 청소년의 게임과몰입 영향에 관한 연구: 학교급(초·중·고)에 따른 차이를 중심으로. 한국게임학회논문지, 20(1), 33-46.
- 교육부 (2021). 학교미디어교육 관련 내부 자료.
- 국가인권위원회 (2019). 혐오표현에 대한 청소년인식조사.
- 권현정, 김희화 (2020). 중학생의 자의식 및 SNS 활동과 오프라인 또래관계 변화 간의 관계. 청소년학연구, 27(9), 109-130.

- 김도희 (2021). 코로나19 전후 청소년의 미디어이용행태 비교: 초중고생의 시간
대별 이용매체, 매체이용행위 및 장소를 중심으로. KISDI STAT REPORT,
21-06호.
- 김상욱 (2020). SNS에 빠진 아저씨들-한국의 세대별 콘텐츠 소비현황.
- 김소현, 김아영 (2012). 아동이 지각한 어머니의 양육행동척도 개발과 타당화:
자기결정성이론을 중심으로. 교육심리연구, 26(3), 717-738
- 김아미, 이지영, 주주자, 이윤주, 양소은 (2019). 디지털 시민성 개념 및 교육방안
연구. 수원: 경기도 교육연구원.
- 김아미, 이해정, 김아람, 박유신, 이지선 (2018). 중학생 미디어문화와 미디어 리
터러시 교육방향 연구. 수원: 경기도교육연구원.
- 김영한, 이유진, 조아미, 임성택 (2020). 청소년의 혐오표현 노출실태 및 대응방안
연구. 세종: 한국청소년정책연구원.
- 김완석(2007), 효율적인 인지욕구 측정 단축형 척도 개발. 한국심리학회지: 소비
자·광고, 8(1), 127-133.
- 김유현, 최은정, 김청송 (2020). 미디어 리터러시를 활용한 성교육 프로그램이
중학생의 성지식과 성태도에 미치는 영향. 청소년학연구, 27(7), 237-256.
- 김지연, 도영임 (2014). 부모 세대와 청소년 세대의 온라인 게임에 대한 인식
차이. 한국심리학회지: 문화 및 사회문제, 20(3), 263-280.
- 김현진, 김현영, 김은영, 최미애 (2019). 민주시민육성을 위한 미디어 리터러시
교육방안 연구. 대구: 한국교육학술정보원.
- 김혜영, 유승호 (2019). 상호작용 의례 관점에서의 청소년과 게임에 관한 연구.
문화와 사회, 27(1), 77-157.
- 김혜숙, 김진숙, 김한성, 신안나 (2017). OECD PISA 2015를 통해 본 한국의
교육정보화수준과 시사점. 2017 KERIS 이슈리포트.
- 남미자, 김영미, 손어진, 장아름 (2019). 민주주의 실현조건으로서 청소년정치참
여확대방안. 수원: 경기도교육연구원.

- 노가영, 조형석, 김정현 (2020). 콘텐츠가 전부다. 서울: 미래의 창.
- 박아란, 이나연, 오현경 (2020). 온라인 허위정보와 뉴스미디어. 서울: 한국언론진흥재단.
- 박혜숙 (2016). 신세대특성과 라이프스타일 연구-Z세대를 중심으로. 인문사회 21, 7(6), 753-767.
- 방송통신위원회 (2020). 2020 방송매체 이용행태 조사. 진천: 정보통신정책연구원.
- 방송통신위원회, 한국정보화진흥원 (2019). 2019년 사이버폭력 실태조사.
- 배상률 (2015). 청소년문화 활성화를 위한 소셜 미디어 활용 연구. 세종: 한국청소년정책연구원.
- 배상률, 문수정 (2018). 아동·청소년의 걱정 등급 게임물 이용을 위한 기초연구. 게임물관리위원회·한국청소년정책연구원.
- 배상률, 이창호, 이정림 (2020). 청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책대응방안 연구 I: 초등학생. 세종: 한국청소년정책연구원 연구보고서.
- 백경민, 유미연, 강혜연, 조문석 (2020). 사회적 관계가 게임이용행태에 미치는 영향: 게임선용정도와 게임과몰입을 중심으로. 한국콘텐츠학회논문지, 20(4), 77-85.
- 서경선, 조고미 (2019). 청소년의 뷰티관련 유튜브 이용동기, 자아존중감, 또래관계와의 연관성 연구. 한국디자인문화학회지, 25(4), 271-282.
- 성지은, 송위진, 정병걸, 최창범, 윤찬영, 정서화, 한규영(2017). 국내 리빙랩 현황 분석과 발전 방안 연구. 과학기술정책연구원.
- 송인덕 (2020). 청소년게임중독의 보호요인으로서 청소년과 부모 및 학교, 학원교사와의 관계의 영향: 초·중·고 학교급별 비교분석. 한국콘텐츠학회논문지, 20(8), 298-314.
- 신상기 (2020). 1인 미디어시대, 구독자는 누구인가? 김상남외 9인, 언택트시대 콘텐츠, 새로운 소비자를 욕망하다 (227-258쪽). 서울: 크린비디자인.

- 아동권리보장원 (2021). 유엔아동권리위원회 일반논평 제25호 번역물 내부 자료
- 안도현 (2020). 디지털 가짜뉴스에 대한 청소년의 확증편향 연구: 경북지역 고등학생을 중심으로. 언론과학연구, 20(1), 77-105.
- 안소진, 김용찬 (2020). 한국 10대 청소년 유튜브: 제작자로서의 능동적 이용자 개념 연구. 한국언론학보, 64(6), 275-318.
- 안정임, 김양은, 전경란, 최진호 (2017). 지능정보사회에서의 미디어 리터러시 이슈 및 정책방안 연구. 과천: 방송통신위원회.
- 안정임, 최진호 (2020). 디지털 시민성 역량이 공동체 의식에 미치는 영향: 연령대별 차이를 중심으로, 정치커뮤니케이션 연구, 57, 133-177.
- 여성가족부 (2013a). 청소년 매체이용 실태 조사.
- 여성가족부 (2013b). 청소년의 인터넷게임 이용 실태조사.
- 여성가족부 (2021). 청소년인터넷드림마을 관련 내부 자료.
- 염정윤, 정세훈 (2019). 가짜뉴스 노출과 전파에 영향을 미치는 요인: 성격, 뉴미디어 리터러시, 그리고 이용동기. 한국언론학보, 63(1), 7-45.
- 윤지선, 류한영 (2019). 이미지기반 SNS에 나타난 이미지의 속성과 사용자 만족: 인스타그램과 핀터레스트를 중심으로. 한국HCI학회논문지, 14(1), 5-13.
- 윤철경, 성윤숙, 유성렬, 김강호 (2016). 학교밖청소년 이행경로에 따른 맞춤형 대책연구 I. 세종: 한국청소년정책연구원.
- 이규영, 송승훈 (2016). 미디어 리터러시, 자아존중감이 고등학생의 성개방성에 미치는 영향. 한국콘텐츠학회논문지, 16(2), 740-749.
- 이금진(2020). 사회-참여 중심의 스마트도시 성장 전략. Journal of the Society of Disaster Information 16(2), 291-298.
- 이성희, 양희준, 황지원, 김수철 (2016). 디지털세대의 학생문화 연구. 진천: 한국교육개발원.
- 이숙정, 양정애 (2017). 뉴스리터러시가 의사소통역량과 공동체역량에 미치는 영

- 향. 한국방송학보, 31(6), 152-183.
- 이영성, 김희대, 권준아, 김기홍, 김동욱, 김민재, 임정책, 정태승, 조관현, 함식 (2016). ICT·SW 융합 지역사회 문제해결. 서울대학교, 지역SW산업발전협의 회, 미래창조과학부.
- 이완수 (2018). 가짜뉴스란 무엇인가?-가짜뉴스 개념과 범위에 대한 다차원적 논의. 미디어와 인격권, 4(2), 173-214.
- 이용준, 권이은 (2020). Post-truth 시대의 가짜뉴스와 리터러시교육의 증점. 리 터러시연구, 11(6), 101-134.
- 이윤정, 박문경 (2020). 학교박청소년의 게임중독이 주관적 건강상태에 미치는 영향: 자아존중감과 사회적 낙인의 매개효과. 한국웰니스학회지, 15(3), 321-332.
- 이재혁, 이정훈, 조경환(2019). 디지털 사회 혁신에서 리빙랩 프로젝트의 성과지 표에 대한 연구, 한국IT서비스학회지 18(5), 193-207.
- 이창호, 신나민 (2014). 청소년 사이버불링실태 및 대응방안 연구. 세종: 한국청소 년정책연구원.
- 이혜정, 김아미, 남미자, 민윤, 박진아, 이신애, 이정연 (2018). 학교안 혐오현상과 교육의 과제. 수원: 경기도교육연구원.
- 정경은, 임영식, 조영미 (2019). 청소년의 문화예술교육경험 차이와 효과 연구: 학생청소년과 학교박청소년 비교. 청소년문화포럼, 115-143.
- 장근영, 이해연, 배상률, 성은모, 이용교, 홍승애, 김균희 (2013). 청소년이 행복한 마을 지표개발 및 조성방안 연구 I: 총괄보고서 (연구보고 13-R11). 서울: 한국청소년정책연구원.
- 정다교, 김현진 (2018). 청소년의 소셜미디어 리터러시 역량모델 개발. 교육공학 연구, 34(4), 1053-1077.
- 정보통신정책연구원 (2015). SNS와 온라인 커뮤니티의 사회관계 형성 메커니즘 비교. 진천: 정보통신정책연구원.

- 정보통신정책연구원 (2019). 2019 한국미디어패널조사. 진천: 정보통신정책연구원.
- 정재엽, 박형성, 안세희 (2020). 학생들의 게임과몰입실태 및 게임리터러시 교육 방안 연구. 수원: 경기도교육연구원.
- 정현선 (2019). 미디어 리터러시 교육의 평가방법에 관한 연구: 호주 Pearson 출판사의 7-10학년 영어교과서와 교사용 지도서의 사례를 중심으로. 교육논총, 39권 2호, 235-259.
- 조윤정, 서성식, 염경미, 이은혜, 임고운 (2020). 중학생의 생활과 문화. 수원: 경기도교육연구원.
- 조은희 (2019). 뉴스미디어의 이용과 신뢰가 가짜뉴스의 인식, 식별, 수용태도에 미치는 영향. 언론과학연구, 19(1), 180-213.
- 준 사카모토 (2021). 문화간 대화와 디지털 시민성을 위한 미디어 정보리터러시. 2021 한일 MIL 미디어정보리터러시 포럼 기조강연.
- 최윤정, 이종혁 (2020). 부모중재와 미디어교육이 청소년 유튜브 이용에 미치는 영향: 학년에 따른 효과의 차이 분석. 방송통신연구, 113호, 141-171.
- 한국미디어패널조사연구팀(2020). 『2020 한국미디어패널조사』. 진천: 정보통신정책연구원.
- 한국언론진흥재단 (2019). 2019 10대 청소년미디어이용조사.
- 한국청소년상담복지개발원 (2020. 5). 코로나19로 바뀐 일상-청소년, 보호자 체감도 조사 및 대응방안. 청소년상담이슈페이퍼, 2호, 1-14.
- 한국청소년정책연구원 (2020). 학교밖청소년 규모 추정방안. 제29회 청소년정책포럼자료집.
- 한국콘텐츠진흥원(2010.8.) 게임행동 종합진단척도(CSG).
- 한국콘텐츠진흥원 (2020). 2020 게임이용자 실태조사.
- 황치성 (2018). 미디어리터러시와 비판적 사고. 파주: 교육과학사.

[국외문헌]

- Caccioppo, J. T., Petty, R. E., Kao, C., & Rodriguez, R. (1986). Central and peripheral routes to persuasion: An individual difference perspective. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1032-1043.
- Claes, A., & Philippette, T. (2020). Defining critical data literacy for recommender systems: A media-grounded approach. *Journal of Media Literacy Education*, 12(3), 17-29.
- Dezuanni, M., Foth, M., Mallan, K., Hughes, H. & Osborne, R. (2018). Social Living Labs for Digital Participation and Connected Learning. in Dezuanni, M., Foth, M. Mallan, K. & Hughes, H. (eds.) *Digital Participation through Social Living Labs*. Elsevier Ltd. <http://dx.doi.org/10.1016/B978-0-08-102059-3.00001-0>
- Hobbs, R. (2010). *Digital and media literacy: A plan of action*. The Aspen Institute.
- Jacques, J., Grosman, J., Collard, A. S., Oh, Y. J., Kim, A., & Jeong, H. S. (2020). "In the Shoes of an Algorithm" : A media education game to address issues related to recommendation algorithms. *The Journal of Education*, 2(1), 67-62.
- MediaSmarts (2014). *Young Canadians in a wired world: Experts or Amateurs? Gauging Young Canadians' Digital Literacy Skills*. http://mediasmarts.ca/sites/mediasmarts/files/pdfs/publication-report/full/YCWWIII_Experts_or_Amateurs.pdf 에서 2021년 1월 25일 인출.
- Notley, T., & Dezuanni, M. (2019). Advancing children's news media literacy: learning from the practices and experiences of young Australians. *Media, Culture & Society*, 41(5), 689-707.

Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon, 9(5), 1-6.

Robertson, J., & Tisdall, E. K. M. (2020). The importance of consulting children and young people about data literacy. Journal of Media Literacy Education, 12(3), 58-74.

Roose, K. (2019.3.29.). YouTube's Product Chief on Online Radicalization and Algorithmic Rabbit Holes. The New York Times. <https://www.nytimes.com/2019/03/29/technology/youtube-online-extremism.html>에서 2021년 9월 30일 인출.

The Manifest (2019). How Different Generations Use Social Media. <https://themanifest.com/social-media/how-different-generations-use-social-media> 에서 2021년 1월 22일 인출

[기타 웹사이트 자료]

국회의안정보시스템. <http://likms.assembly.go.kr/bill/main.do>에서 2021년 11월 30일 인출.

미디어스마트(MediaSmarts). <https://mediasmarts.ca>에서 2021년 10월 22일 인출.

미리네, 학교미디어교육지원플랫폼. <http://miline.or.kr>에서 2021년 10월 15일 인출.

서울대학교 언론정보연구소 팩트체크 사이트. <http://factcheck.snu.ac.kr>에서 2021년 9월 1일 인출.

세이브더칠드런, 서울대학교 사회복지연구소 (2015). 지표를 통해 본 한국 아동의 삶의 질. <https://www.sc.or.kr/news/reportView.do?NO=67941> 에서 2021년 10월 11일 인출.

UN Human Rights office of the high commissioner.

https://tbinternet.ohchr.org/_layouts/15/treatybodyexternal/Download.aspx?symbolno=CRC/C/GC/25&Lang=en 에서 2021년 5월 10일 인출.
자치법규정보시스템. <https://www.elis.go.kr/>에서 2021년 10월 22일 인출.
커먼센스미디어(Common Sense Media).

<https://www.common sense media.org>에서 2021년 10월 22일 인출.
페어런트 존(Parent Zone). <https://parentzone.org.uk/home>에서 2021년
10월 22일 인출.

호주의 자녀양육 웹사이트(The Australian Parenting Website).
<https://raisingchildren.net.au>에서 2021년 10월 22일 인출.

부 록

- 1. 소셜 리빙랩 참여자 모집
웹포스터
- 2. 참여자 사전설문 문항
- 3. 설문지: 청소년 미디어 이용
실태 조사(중·고등학생용)
- 4. 설문지: 청소년 미디어 이용
실태 조사(학교밖청소년용)

부록

1. 소셜 리빙랩 참여자 모집 웹포스터

**부모 미디어 교육
역량 증진을 위한
소셜 리빙랩 참여자 모집**

- ✓ 초등학교 5, 6학년 또는 중학교 1, 2학년 자녀가 있으신가요?
- ✓ 자녀의 스마트폰, 유튜브, SNS, 게임 이용을 어떻게 이해하고 지도해야 할 지 고민이 되시나요?
- ✓ 미디어 교육 전문가 및 다른 부모들과 만나 자녀가 살아갈 디지털 미래에 대해 함께 대화하고 싶으시며 부모로서 성장하고 싶으신가요?

소셜 리빙랩이란 사회적 문제 해결을 위해서 일상생활 속에 만드는 실험실을 뜻합니다. 부모 미디어 교육 역량 증진을 위한 소셜 리빙랩은 미디어 교육 전문가와 부모들이 함께 참여해 자녀의 디지털 미디어 이용에 관한 이해를 증진하고 자녀의 디지털 미디어 이용에 대해 새로운 지도 방법을 함께 모색하는 일상생활 속 실험실입니다. 전문가와 함께, 비슷한 고민을 안고 있는 다른 부모들과 만나 대화하며 부모로서 성장할 기회를 가져보면 어떨까요? 최신 연구 결과와 정보를 접하며 자녀가 이미 살고 있는 디지털 환경에 대해 이해하고, 부모 자신의 미디어 경험을 되돌아보며 부모로서의 역할을 함께 모색하는 특별한 기회가 마련되었습니다.

이 프로그램은 전체 모임 3회, 개별 인터뷰 2회를 포함해 총 5회로 진행되며, 사회적 거리두기 준수를 위해 모든 만남은 줌(Zoom)을 이용한 비대면으로 이루어집니다. 프로그램에 끝까지 참여하신 분에게는 10만원 상당의 문화상품권을 드립니다. 더 자세한 내용을 확인하거나 참여 신청을 하고 싶다면 아래 링크를 클릭해 주시기 바랍니다.

참여 방법



다음 QR코드를 스캔하여 2021년 5월 25일 (화) 저녁 6시까지 신청해 주세요.

프로그램 일정

날짜/시간	프로그램	비고
6/1(화) ~ 6/4(금)	첫 만남: 개별 인터뷰(30분-45분)	일대일 미팅
6/11(금) 19:30 ~ 21:30	우리 아이의 미디어 이용, 어떻게 바라보아야 할까요? (전문가 특강 및 프로젝트 시작하기)	전체모임1
6/18(금) 19:30 ~ 21:30	부모가 궁금해 하는 자녀 미디어 이용 지도의 FAQ 일아보고 토론하기	전체모임2
6/25(금) 19:30 ~ 21:30	자녀 미디어 이용 이해와 지도를 위한 새로운 실천 시도하기	개별 과제 수행
	실천 경험 공유하고 마무리하기	전체모임3
6/28(금) ~ 6/30(수)	마무리: 개별 인터뷰(30분-45분)	일대일 미팅

2. 참여자 사전설문 문항

부모 미디어 교육 역량 증진을 위한 소셜 리빙랩 참여자 모집 사전 설문

안녕하세요?

부모님들의 자녀 미디어 이용 현황과 고민을 파악하여 전문가 특강 및 프로그램 내용 구성에 참고하고자 하오니, 잠시 시간을 내어 설문에 응답해 주시기를 바탕드립니다. 설문 응답 시간은 10분 이내로 예상됩니다.

이 설문에는 맞고 틀리는 대답이 없습니다. 솔직하게 답변해 주시면 강의 준비와 진행에 도움이 되겠습니다.

자녀가 여럿인 경우, 특히 염두에 두고 있는 자녀를 한 명 선택하여 대답해 주시기 바랍니다.

연락처를 남기신 분께는 참여자 모집이 종료되는 5월 25일 이후 연구진에서 개별적으로 연락을 드립니다.

* 줌으로 진행되는 소셜 리빙랩의 원활한 상호작용을 위해, 참여자 모집이 조기 종료될 수 있음을 미리 알려드립니다.

문의: 연구책임자 정현선(경인교육대학교 교수, 미디어리터러시연구소 소장)
이메일: hyeonseon@ginue.ac.kr, 전화번호: 010-3424-3644

1. 자녀의 학교급과 학년을 선택해 주세요. *

- 어린이집 또는 유치원
- 초등 1-2학년
- 초등 3-4학년
- 초등 5-6학년
- 중1-3학년
- 고1-3학년

2. 자녀의 성별은 무엇인가요? *

- 여자
- 남자

3. 귀하의 자녀는 스마트폰을 사용하고 있나요? (본인의 스마트폰이 아니어도 됨) *

- 예(사용한다)
- 아니오(사용하지 않는다)

4. 귀하의 자녀는 본인의 스마트폰을 보유하고 있나요? *

- 예(스마트폰이 있다)
- 아니오(스마트폰이 없다)

5. 다음의 기기 중 귀댁에서 보유하고 있는 것을 모두 체크해 주세요. *

- 스마트TV(인터넷 기능 있음)
- 일반 TV(인터넷 기능 없음)
- 컴퓨터(데스크톱PC, 노트북)
- 태블릿PC(갤럭시탭, 아이패드 등)
- 게임 콘솔(닌텐도 스위치, 닌텐도 위, 플레이스테이션, 엑스박스 등)
- 인공지능 스피커(클로바, 미니씨, 누구, 지니, 구글 홈 등)
- 가상현실(VR) 기기 (오클러스 리프트, HTC 바이브, 기어 VR)

6. 자녀는 디지털 기기로 어떤 활동을 주로 하나요? *

Long answer text

7. 자녀의 미디어 이용에 대해 부모로서 스스로 어떤 태도를 갖고 있다고 생각하시나요? *

- | | | | | | | |
|----------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|-----------------------|----------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | |
| 매우 허용한다. | <input type="radio"/> | 매우 제한한다. |

8. 자녀의 디지털 미디어 이용에 대해 얼마나 걱정하시나요? *

	1	2	3	4	5	
거의 걱정하지 않는다.	<input type="radio"/>	매우 걱정한다.				

9. 자녀의 미디어 이용에 대해 궁금하거나 걱정하는 점은 무엇인가요? *

Long answer text

10. 자녀의 미디어 이용에 대해 평소에 누구와 대화를 나누는지 모두 체크해 주세요. *

	해당 자녀	다른 자녀	배우자	다른 부모	온라인 커뮤니티...	기타
Row 1	<input type="checkbox"/>					

11. 미디어 교육 전문가 및 다른 부모들과 함께 자녀가 살아갈 디지털 미래에 대해 열린 마음으로 대화하고 실천하며 부모로서 성장하고 싶으신가요? *

	1	2	3	4	5	
전혀 그렇지 않다.	<input type="radio"/>	매우 그렇다.				

12. 줌(Zoom)을 이용한 화상 회의에 참여할 수 있으신가요? *

예
 아니오

13. 아래의 표에 제시된 날짜와 시간에 따라 총 5회의 만남에 참여하실 수 있으신가요? (개별 인터뷰 * 시간은 협의하여 정하며, 개별 과제 수행은 가정에서 각자 실행합니다.)

날짜 및 시간	프로그램	비고
6.1(화) ~ 6/4(금)	첫 만남: 개별 인터뷰(30분 ~ 45분)	일대일 미팅
6/11(금), 19:30 ~ 21:30	우리 아이의 미디어 이용, 어떻게 바라보아야 할까요? (전문가 특강 및 프로젝트 시작하기)	전체 모임 1
6/18(금), 19:30 ~ 21:30	부모가 궁금해 하는 자녀 미디어 이용 지도의 FAQ 알아보고 토론하기	전체 모임 2
	자녀 미디어 이용 이해와 지도를 위한 새로운 실천 시도하기	개별 과제 수행
6/25(금), 19:30 ~ 21:30	실천 경험 공유하고 마무리하기	전체 모임 3
6/28(일) ~ 6.30(수)	마무리: 개별 인터뷰(30분 ~ 45분)	일대일 미팅

예

아니오

14. 13번 문항에 '예'라고 답하신 경우, 성함과 휴대전화 번호를 적어 주시기 바랍니다(예: 김참여, 010-1234-5678).

Short answer text

.....

15. 소셜 리빙랩 운영에 대해 궁금한 점이나 바라는 것은 무엇인가요? *

Long answer text

.....

3. 설문지: 청소년 미디어 이용 실태 조사(중·고등학생용)

통계법 제 33조(비밀의 보호 등) ① 통계작성과정에서 알려진 사항으로서 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 사항은 보호되어야 한다. ② 통계작성을 위하여 수집된 개인 또는 법인이나 단체의 비밀에 속하는 기초자료는 통계작성의 목적 외에 사용하여서는 아니 된다.	조사학교ID (면접원이 작성합니다) _____
---	-------------------------------------

청소년 미디어 이용실태 조사

안녕하세요?

한국청소년정책연구원은 국무총리 산하 정부출연 연구 기관으로 청소년의 인성 함양과 잠재력 개발, 디지털, 글로벌 역량 강화를 위해 노력하고 있습니다.

이번에 본 연구원에서는 디지털시대에 부합한 청소년미디어정책을 마련하기 위해 청소년들의 미디어 이용에 관한 설문조사를 실시하게 되었습니다.

여러분께서 응답하신 내용은 무기명으로(이름을 밝히지 않고) 처리되며 개인의 비밀이 철저히 보장됩니다. 조사 결과는 관련 정책 수립을 위한 연구 자료로만 활용될 것입니다.

여러분의 응답 내용은 학교 선생님이 절대로 볼 수 없으며, 모든 질문에는 맞고 틀린 답이 없습니다. 따라서 각 조사 문항에 대한 귀하의 의견을 솔직하고 성실하게 응답해주시길 부탁드립니다. 학업으로 바쁜신 중에도 본 조사에 응해 주셔서 진심으로 감사드립니다.

2021년 5월

※ 이 설문지에 기재된 내용은 통계법 제33조에 따라 비밀이 보장되며 통계작성 이외의 목적으로는 절대로 사용하지 않습니다.

주관기관	 한국청소년정책연구원 배상률 연구위원 044-415-2220 / drbai@nypi.re.kr 이창호 선임연구위원 044-415-2230 / ifsc334@nypi.re.kr 문지혜 연구사업운영원 044-415-2250 / jihyemoon@nypi.re.kr	수행기관	 황인창 부장 080-430-1000 ichwang@hrc.co.kr
------	--	------	---

조사 동의	1. 나는 이 조사의 목적과 내용에 대한 충분한 설명을 들었습니다. 2. 나는 내가 원하면 조사에 참여하지 않거나, 중간에 그만 둘 수도 있다는 것을 잘 알고 있습니다. 3. 나는 내가 응답한 내용이 연구목적으로 제3자(연구자)에게 제공되는 것에 동의합니다. 4. 나는 이 조사에 참여하는 것에 스스로 동의합니다.
	<input type="checkbox"/> 동의함 <input type="checkbox"/> 동의하지 않음

개인정보 수집 및 이용 동의	• 개인정보의 수집이용 목적 : <미디어 이용실태 조사> 관련 의견 수렴 • 개인정보 수집 항목 : 성별, 출생연도, 가족 구성, 부모(보호자) 학력 등 • 본인의 개인정보를 수집·이용하는 것에 동의합니다.
	<input type="checkbox"/> 동의함 <input type="checkbox"/> 동의하지 않음

SQ1	귀하의 성별은 무엇입니까?	<input type="checkbox"/> 남자 <input type="checkbox"/> 여자
-----	----------------	---

SQ2	귀하의 출생연도 (태어난 연도)는?	① 2009년 또는 이후(2010년, 2011년 등) ② 2008년 ③ 2007년 ④ 2006년 ⑤ 2005년 ⑥ 2004년 ⑦ 2003년 ⑧ 2002년 또는 이전(2001년, 2000년 등)
-----	---------------------	--



설문 응답 방법 안내문

※ 설문지에는 여러분 자신에 관한 질문들이 들어 있습니다.
질문의 내용을 잘 읽고 정확하게 솔직하게 응답해 주십시오.

01 표시하는 방법

대부분의 질문은 동그라미 숫자(①, ②, ③, ④, ⑤...)를 골라 답을 하게 되어 있습니다.
질문하는 내용을 읽고, 여러분이 생각할 때 알맞은 것을 골라서 동그라미(○)로 표시해 주세요.
표시한 것을 바꾸고 싶을 때에는 답을 한 곳에 가위표(X)를 하고 맞다고 생각하는 답에 동그라미(○)로 표시해 주세요. 지우개 또는 볼펜으로 지우지 않아도 됩니다.

미디어 이용	전혀 이용하지 않았다	30분 미만	30분 이상 ~ 1시간 미만	1시간 이상 ~ 2시간 미만	2시간 이상 ~ 3시간 미만	3시간 이상 ~ 4시간 미만	4시간 이상
1) 유튜브(학습 관련)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

02 응답을 선택한 후 화살표/지시문에 따라 해당 번호로 이동

항목 오른쪽에 화살표나 지시문이 있는 경우는,
응답을 한 후 선택한 항목의 오른쪽의 화살표를 따라가거나, 오른쪽 지시문이 이동하라고 하는 번호로 이동합니다.

2 귀하는 현재 스마트폰을 갖고 있나요?

※ 평소 스마트폰 소유하고 이용했으나 현재 시점에서 스마트폰의 고장, 파손, 분실에 따라 잠시 스마트폰이 없는 경우는
① 스마트폰 있음에 응답해주세요.

① 스마트폰 있음 → 3번 문항으로
② 스마트폰 없음 → 8번 문항으로

3 귀하가 지금까지 살면서 자기소유의 스마트폰을 사용한 총 기간은 얼마나 되었나요?

16 귀하는 최근 한 달 동안 소셜미디어(페이스북, 틱톡, 카카오톡 등) 이용을 한 적이 있나요?

① 예 → 16-1번 문항으로
② 아니오 → 20번 문항으로

16-1 현재 가장 많이 사용하는 SNS 사이트가 몇 개 정도 인가요?

03 강조 지침

설명 표시(※), 색깔이 되어 있는 항목, 굵은 글씨에 밑줄이 되어있는 항목은 반드시 지침에 따라 응답합니다.

9 귀하가 최근 한 달 동안 가장 즐겨본 유튜브 채널 이름을 최대 두 개만 순서대로 작성해주세요.

※ 채널 하나만 시청한 경우 1순위에만 기재하시면 됩니다.
※ 즐겨본 채널이 전혀 없는 경우, 1순위에 없음으로 기재하시면 됩니다.

1순위 채널명 공부의 신 강성태 2순위 채널명 내셔널지오그래픽

미디어이용시간

1 귀하는 다음의 미디어 이용을 얼마나 자주했나요?
 최근 한 달 간 귀하가 다음에 제시한 각각의 활동에 하루 평균 이용시간을 평일과 주말로 구분하여 해당하는 번호에 동그라미(O)표시 해주세요.

※ 각 미디어 이용은 스마트폰이나 디지털 기기(예: 컴퓨터, 아이패드 등)를 이용한 경우 모두 포함
 ※ 텔레비전 이용은 TV 수신기나 디지털 기기(예: 컴퓨터, 아이패드, 스마트폰 등)를 이용한 경우 모두 포함

1-1 평일(월요일부터 금요일까지 학교 수업이 있는 날) 하루 평균 이용시간

미디어 이용	전혀 사용하지 않았다	30분 미만	30분 이상 ~ 1시간 미만	1시간 이상 ~ 2시간 미만	2시간 이상 ~ 3시간 미만	3시간 이상 ~ 4시간 미만	4시간 이상
1) 유튜브(학습 관련)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 유튜브(비학습 관련)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) SNS(유튜브 제외한 페이스북, 인스타그램 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 온라인/모바일 게임	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) 텔레비전 (휴식/오락 목적)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

1-2 주말/휴일(토요일부터 일요일까지 학교 수업이 없는 날이나 공휴일) 하루 평균 이용시간

미디어 이용	전혀 사용하지 않았다	30분 미만	30분 이상 ~ 1시간 미만	1시간 이상 ~ 2시간 미만	2시간 이상 ~ 3시간 미만	3시간 이상 ~ 4시간 미만	4시간 이상
1) 유튜브(학습 관련)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 유튜브(비학습 관련)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3) SNS(유튜브 제외한 페이스북, 인스타그램 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4) 온라인/모바일 게임	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5) 텔레비전 (휴식/오락 목적)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

휴대전화

2 귀하는 현재 스마트폰을 갖고 있나요?

※ 평소 스마트폰 소유하고 이용했으나 현재 시점에서 스마트폰의 고장, 파손, 분실에 따라 잠시 스마트폰이 없는 경우는 ① 스마트폰 있음에 응답해주세요.

① 스마트폰 있음 ② 스마트폰 없음 → 8번 문항으로

3 귀하가 지금까지 살면서 자기소유의 스마트폰을 사용한 총 기간은 얼마나 되었나요?

※ 현재 보유한 스마트폰을 포함하여 귀하가 살면서 지금까지 스마트폰을 소지하며 이용했던 총 기간을 합산하여 응답

① 6개월 미만 ② 6개월 이상 ~ 1년 미만 ③ 1년 이상 ~ 2년 미만
 ④ 2년 이상 ~ 3년 미만 ⑤ 3년 이상 ~ 4년 미만 ⑥ 4년 이상 ~ 5년 미만
 ⑦ 5년 이상 ~ 6년 미만 ⑧ 6년 이상 ~ 7년 미만 ⑨ 7년 이상

4 귀하는 최근 한 달 동안 스마트폰을 하루 평균 몇 시간 이용했나요?

① 1시간 미만 ② 1시간 이상 ~ 2시간 미만 ③ 2시간 이상 ~ 3시간 미만
 ④ 3시간 이상 ~ 4시간 미만 ⑤ 4시간 이상 ~ 5시간 미만 ⑥ 5시간 이상

5 최근 6개월 동안 귀하가 스마트폰으로 가장 많이 이용한 기능을 아래 보기에서 순서대로 2가지만 골라서 번호를 적으시고 하루 평균 이용시간을 주중과 주말을 구분하여 각각 적어주세요.

① 전화통화 ② 카카오톡/채팅 ③ 게임 ④ 유튜브 ⑤ 틱톡
 ⑥ 음악듣기 ⑦ 사진/동영상 촬영 ⑧ TV시청 ⑨ SNS(유튜브/틱톡 제외) ⑩ 시간보기/알람
 ⑪ 인터넷이용(포털사이트, 웹서핑 등) ⑫ 문자메시지 ⑬ 기타(그 외 기능 활용)

순위	1순위: _____	2순위: _____
학교수업이 있는 날 (주중: 월-금)	하루 평균 이용시간 [] 시간 [] 분	하루 평균 이용시간 [] 시간 [] 분
학교수업이 없는 날 (주말: 토, 일, 공휴일)	하루 평균 이용시간 [] 시간 [] 분	하루 평균 이용시간 [] 시간 [] 분

문5 응답방법 예시

1순위로 3번 게임, 2순위로 9번 SNS를 선택,
 게임은 주중에 1시간, 주말에 2시간 30분을,
 SNS는 주중에 하지 않고 주말에 1시간 25분 할 때

순위	1순위: 3	2순위: 9
학교수업이 있는 날 (주중: 월-금)	하루 평균 이용시간 1 시간 00 분	하루 평균 이용시간 0 시간 0 분
학교수업이 없는 날 (주말: 토, 일, 공휴일)	하루 평균 이용시간 2 시간 30 분	하루 평균 이용시간 1 시간 25 분

응답 후 5 페이지 6번도 응답하세요

6

현재 귀하의 스마트폰에는 **이용 제한(유해 콘텐츠나 특정 사이트 차단, 이용시간 제한 등) 프로그램이나 앱이 설치되어** 있나요?

- ① 예
- ② 아니오
- ③ 모름

7

아래 각 항목에 대해 **나와 가장 가깝다고** 생각되는 번호에 동그라미(O)표시 하주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1) 스마트폰 이용 때문에 학업이나 업무 수행에 어려움이 있다	①	②	③	④	⑤
2) 적절한 스마트폰 이용시간을 지키는 것이 어렵다	①	②	③	④	⑤
3) 스마트폰은 나에게 없어서는 안 되는 소중한 물건이다	①	②	③	④	⑤

유튜브

※ 아래의 8번부터 15번까지의 유튜브에 관한 질문은 학교에서 실시한 원격수업이나 교실에서 이루어진 일반수업 중에 의무적으로 이용한 경우를 제외하고 귀하 자신이 개인적으로 이용한 경우에만 해당하는 질문입니다.

8 귀하는 최근 한 달간 유튜브를 이용한 적이 있습니까? (학교 원격수업/일반수업 중 이용한 경우 제외)

① 있다 ② 없다 → 12번 문항으로

9 귀하가 최근 한 달 동안 가장 즐겨본 유튜브 채널 이름을 최대 두 개만 순서대로 작성해주세요.

※ 채널 하나만 시청한 경우 1순위에만 기재하시면 됩니다.
 ※ 즐겨본 채널이 전혀 없는 경우, 1순위에 없음으로 기재하시면 됩니다.

1순위채널명 2순위채널명

10 다음은 유튜브에서 제공하는 콘텐츠를 주제별로 구분한 것입니다. 귀하는 최근 한 달 동안 각각의 내용을 유튜브에서 얼마나 자주 시청했나요? 해당하는 번호에 동그라미(O)표시해주세요.

콘텐츠 주제	전혀 이용하지 않았다	한 달에 1~4번	한 달에 5~9번	한 달에 10~19번	한 달에 20번 이상
1) 게임	①	②	③	④	⑤
2) 미용/뷰티/패션	①	②	③	④	⑤
3) 음악/댄스	①	②	③	④	⑤
4) 먹방/요리	①	②	③	④	⑤
5) 영화/TV 드라마	①	②	③	④	⑤
6) 코미디/예능 TV프로그램	①	②	③	④	⑤
7) 유희/웃긴 영상	①	②	③	④	⑤
8) 스포츠/운동	①	②	③	④	⑤
9) 장난감/놀이/방탈출	①	②	③	④	⑤
10) 학습/교육(※ 학교 원격수업용 제외)	①	②	③	④	⑤
11) 뉴스/시사정보	①	②	③	④	⑤
12) ASMR(에이에스엠알)	①	②	③	④	⑤
13) 여행/외국문화	①	②	③	④	⑤
14) 팬활동/연예인	①	②	③	④	⑤
15) 동물/펫방	①	②	③	④	⑤
16) 만화/애니메이션	①	②	③	④	⑤
17) 캠방/토크	①	②	③	④	⑤
18) 코로나19	①	②	③	④	⑤

11 다음은 귀하가 유튜브를 시청하는 방식 및 태도에 대한 질문입니다. 각 문항을 읽고 귀하의 생각과 가장 가까운 번호에 동그라미(O)표시 해주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 구독자 수나 조회 수가 많은 콘텐츠 위주로 시청하는 편이다	①	②	③	④	⑤
2) 나는 유튜브의 추천 동영상을 주로 시청하는 편이다	①	②	③	④	⑤
3) 나는 보고 싶은 내용이나 주제를 유튜브 검색창으로 검색하여 시청하는 편이다	①	②	③	④	⑤
4) 나는 구독하고 있는 채널에서 제공하는 동영상을 주로 시청하는 편이다	①	②	③	④	⑤
5) 원래 보려고 했던 시간보다 더 오래 유튜브를 보게 되는 편이다	①	②	③	④	⑤
6) 유튜브 이용을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안해진다	①	②	③	④	⑤

12 귀하는 최근 6개월 동안 유튜브에 콘텐츠를 올린 적이 있나요? 있다면, 얼마나 자주 올렸나요?

① 전혀 없다 → 14번 문항으로

② 1회~2회

③ 3회~5회

④ 6회~10회

⑤ 11회~19회

⑥ 20회 이상

13 귀하가 유튜브에 콘텐츠를 올렸을 때 느낀 감정이나 행동에 대한 질문입니다. 각 문항에 해당하는 번호에 동그라미(O) 표시 해주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1) 내가 올린 콘텐츠의 구독자수/조회수나 '좋아요' 수를 수시로 확인하게 된다	①	②	③	④	⑤
2) 내가 올린 콘텐츠의 구독자수/조회수나 '좋아요' 수가 많아지면 우울감이나 자존감이 높아진다	①	②	③	④	⑤
3) 내가 올린 콘텐츠에 부정적인 댓글을 달까봐 두렵다	①	②	③	④	⑤
4) 유튜브에 올릴 동영상을 만드느라 해야 할 공부를 소홀히 한 적 있다	①	②	③	④	⑤
5) 내기 유튜브에 올린 동영상을 조회하고 좋아해주는 사람에게서 동질감/연대감을 느낀다	①	②	③	④	⑤

14 다음은 귀하가 유튜브에 대해 어떤 생각과 의견을 갖고 있는지 묻는 질문입니다. 각 문항을 읽고 귀하의 생각과 가장 가까운 번호에 동그라미(○)표시해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 유튜브의 정보를 대체로 신뢰하는 편이다	①	②	③	④	⑤
2) 구독자 수나 조회 수가 많은 콘텐츠는 비교적 신뢰할만하다	①	②	③	④	⑤
3) 나의 장래희망은 유튜버가 되는 것이다	①	②	③	④	⑤
4) 나는 유튜버가 되어 돈을 많이 벌고 싶다	①	②	③	④	⑤
5) 나는 유튜브 하는 것이 가족여행보다 더 좋다	①	②	③	④	⑤
6) 나는 유튜브 하는 것이 친구들과 노는 것보다 더 좋다	①	②	③	④	⑤
7) 유튜브를 이용하다보면 의도치 않게 폭력적 동영상에 노출되곤 한다	①	②	③	④	⑤
8) 유튜브를 이용하다보면 의도치 않게 선정적 동영상에 노출되곤 한다	①	②	③	④	⑤
9) 나는 유튜브를 하는 것이 텔레비전을 시청하는 것보다 더 좋다	①	②	③	④	⑤
10) 나는 유튜브를 하는 것이 온라인 게임하는 것보다 더 좋다	①	②	③	④	⑤

15 다음은 유튜브가 귀하에게 주는 혜택에 관한 질문입니다. 각 항목별로 귀하가 느끼는 동의수준에 해당하는 번호에 동그라미(○)표시해주세요.

항목	전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
1) 유익한 정보를 습득할 수 있다	①	②	③	④	⑤
2) 내가 원하는 정보를 손쉽게 찾을 수 있다	①	②	③	④	⑤
3) 동영상이라 알고 싶은 정보를 쉽게 이해할 수 있다	①	②	③	④	⑤
4) 다른 사람들의 의견이나 생각을 파악할 수 있다	①	②	③	④	⑤
5) 시간을 때우거나 노닥거릴 수 있다	①	②	③	④	⑤
6) 다른 사람의 일상을 관찰하거나 엿볼 수 있다	①	②	③	④	⑤
7) 우리 사회의 주요 관심사와 문제를 파악할 수 있다	①	②	③	④	⑤
8) 나의 고민이나 문제를 해결할 수 있다	①	②	③	④	⑤
9) 스트레스가 해소된다	①	②	③	④	⑤
10) 기분전환이 되거나 즐거워진다	①	②	③	④	⑤
11) 공부/학습에 도움이 된다	①	②	③	④	⑤
12) 친구와의 대화에 질 수 있다/친구관계에 도움이 된다	①	②	③	④	⑤

18 다음은 귀하가 위 17번 문항에서 "1순위"로 선택한 소셜미디어의 혜택에 관한 내용입니다. 각 항목별로 귀하가 느끼는 동의 수준에 해당하는 번호에 동그라미(O)표시해주세요.

항목	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/학업 이외의 유익한 정보를 습득 할 수 있다	①	②	③	④	⑤
3) 정보탐색 시간을 절약 할 수 있다	①	②	③	④	⑤
4) 신속하게 정보를 전달 할 수 있다	①	②	③	④	⑤
5) 지식의 깊이를 더하거나 지식의 범위를 넓힐 수 있다	①	②	③	④	⑤
6) 타인과 손쉽게 의사소통할 수 있다	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) 인터넷상에서 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 고민이나 문제를 해결할 수 있다	①	②	③	④	⑤
13) 다른 사람의 일상을 관찰하거나 덧붙 수 있다	①	②	③	④	⑤
14) 시간을 때우거나 노닥거릴 수 있다	①	②	③	④	⑤
15) 내 의견에 동조/지지하는 사람을 만날 수 있다	①	②	③	④	⑤
16) 사회 참여/활동/봉사를 할 수 있다	①	②	③	④	⑤
17) 오프라인 친구들과 대화할 화제나 이슈를 얻을 수 있다	①	②	③	④	⑤
18) 우리사회의 주요 이슈나 문제를 파악할 수 있다	①	②	③	④	⑤

19 최근 한 달 동안 귀하의 소셜미디어 포스팅 횟수는 얼마나 되나요?

① 전혀 없음 → 20번 문항으로
 ② 한 달에 1번 정도
 ③ 한 달에 2-3번 정도
 ④ 일주일에 1-2번 정도
 ⑤ 일주일에 3-4번 정도
 ⑥ 일주일에 5번 이상

19-1 최근 한 달 동안 소셜미디어에 포스팅을 하셨다면, 주 내용은 무엇인지 해당하는 주제를 모두 골라주세요.

① 정치	② 사회	③ 경제	④ 국제
⑤ 스포츠	⑥ 유머	⑦ 학습/교육	⑧ 연예인/ TV프로그램
⑨ 여행	⑩ 친구/가족	⑪ 개인안부	⑫ 이성교제/관계
⑬ 진로/취업	⑭ 소핑/제품 정보	⑮ 개인적 고민	⑯ 사회봉사/참여
⑰ 코로나19	⑱ 학교생활	⑲ 공연/ 문화생활	⑳ 기타 (_____)

20 귀하는 최근 1년 동안 소셜미디어를 통하여 다음 각 항목에 제시된 활동에 참여한 경험이 있습니까?

항목	있다	없다
1) 사회문제에 대한 의견 남기기 (포스팅, 영상, 댓글, 민원 등)	①	②
2) 사회문제에 대한 타인의 글/영상 포스팅, 퍼 나르기/리트윗	①	②
3) 온라인 서명운동	①	②
4) 기부 또는 기부 관련 캠페인 동참	①	②
5) 봉사활동/ 자원봉사 또는 관련 캠페인 동참	①	②
6) 학업, 친구관계, 가정사 등으로 어려움을 겪는 친구 돕기	①	②
7) 종교 활동/ 선교 활동	①	②
8) 사회단체/기관 활동	①	②



온라인/모바일게임

21 귀하가 컴퓨터, 태블릿PC, 스마트폰 등을 통해 온라인/모바일 게임을 처음 시작한 시기는 언제인가요?

※ 귀하가 지금까지 살면서 한번도 온라인/모바일 게임을 해본 경험이 없다면 '㉑ 게임경험 없음'을 선택해 주세요.

- ① 초등학교 입학 전 ② 초등학교 1~2학년 ③ 초등학교 3~4학년 ④ 초등학교 5~6학년
- ⑤ 중학교 1학년 ⑥ 중학교 2학년 ⑦ 중학교 3학년
- ⑦ 고등학교 1학년 ⑧ 고등학교 2학년 ⑨ 고등학교 3학년
- ⑩ 게임경험 없음 → 25번 문항으로

22 귀하는 최근 한 달 동안 컴퓨터, 태블릿PC, 스마트폰 등을 통해 온라인/모바일 게임을 한 적이 있나요?

- ① 예 ② 아니오 → 24번 문항으로

23 최근 한 달 동안 이용한 온라인/모바일 게임들 중 가장 자주 이용한 순서대로 게임명 2개(최소 1가지 이상)를 적어 주세요.

1순위게임명 _____ 2순위게임명 _____

24 온라인/모바일 게임에 대한 아래 내용을 읽고, 본인이 느끼는 대로 답해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 온라인/모바일 게임은 스트레스 해소나 여가생활에 도움을 준다	①	②	③	④	⑤
2) 온라인/모바일 게임은 친구관계에 도움이 된다	①	②	③	④	⑤
3) 온라인/모바일 게임을 통해 폭력적인 장면을 자주 접하게 된다	①	②	③	④	⑤
4) 공부하는데 지장이 있는데도 불구하고 온라인 게임을 계속하게 된다	①	②	③	④	⑤
5) 게임을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안해진다	①	②	③	④	⑤



온라인공간에서의 경험

25

다음은 카카오톡, SNS, 인터넷게임 등 온라인공간에서 경험할 수 있는 일에 대한 질문입니다. 최근 6개월 동안 아래에 열거된 경험을 한 적이 있습니까?

항목	있다	없다
1) 나는 온라인공간에서 누군가를 따돌린 적이 있다	①	②
2) 나는 온라인공간에서 누군가에 대해 욕을 한 적이 있다	①	②
3) 나는 온라인공간에서 누군가에 의해 따돌림을 당한 적이 있다	①	②
4) 온라인 공간에서 누군가가 나에게 욕을 한 적이 있다	①	②
5) 나의 개인정보(전화번호, 계정 비밀번호 등)가 의도치 않게 온라인공간에서 유출된 적이 있다	①	②
6) 나는 온라인 공간에서 낯선 이성으로부터 직접 만나자는 제안을 받은 적이 있다	①	②
7) 나는 온라인 공간에서 특정집단(여성, 남성, 외국인, 장애인 등)에 대한 혐오표현을 접한 적이 있다	①	②



뉴스/시사

26

귀하는 다음과 같은 미디어가 전하는 뉴스나 정보에 대해 어느 정도 신뢰를 하고 있나요? 각 미디어별로 귀하가 느끼는 신뢰 수준과 가까운 번호에 동그라미(O)표시해주세요.

항목	전혀 신뢰하지 않는다	신뢰하지 않는다	보통이다	신뢰한다	매우 신뢰한다
1) 텔레비전	①	②	③	④	⑤
2) 유튜브	①	②	③	④	⑤
3) 포털 (네이버, 다음 등)	①	②	③	④	⑤
4) SNS(유튜브 제외; 페이스북, 카카오톡 등)	①	②	③	④	⑤
5) 종이신문	①	②	③	④	⑤
6) 팟캐스트(오디오 또는 비디오 파일형태로 다양한 콘텐츠를 인터넷망을 통해 제공하는 서비스: 예 팟빵 등)	①	②	③	④	⑤

27 귀하는 평소 정치, 경제, 사회, 국제 뉴스 등 시사 관련 뉴스에 얼마나 관심을 가지고 있나요?

① 전혀 관심 없음 ② 별로 관심 없음 ③ 보통 ④ 약간 관심이 있음 ⑤ 매우 관심이 있음

28 귀하는 평소 정치, 경제, 사회, 국제 뉴스 등 시사 관련 뉴스를 어디에서 또는 누구에게서 주로 얻나요? 우선순위로 최대 2순위까지 아래 빈칸에 번호를 적어주세요.

※ 뉴스를 얻는 통로가 오직 하나인 경우 1순위에만 해당하는 번호를 적어주시면 됩니다.

1순위	2순위
① 유튜브	② 텔레비전
⑤ SNS(유튜브 제외)	⑥ 부모님/가족
⑨ 라디오	⑩ 기타(적어주세요: _____)
③ 인터넷 포털/온라인뉴스	④ 팟캐스트
⑦ 친구/선호배/선생님	⑧ 종이신문

29 귀하는 평소 코로나19 관련 뉴스나 정보를 어디에서 또는 누구에게서 주로 얻나요? 우선순위로 최대 2순위(최소 1가지 이상)까지 아래 빈칸에 번호를 적어주세요.

1순위	2순위
① 유튜브	② 텔레비전
⑤ SNS(유튜브 제외)	⑥ 부모님/가족
⑨ 라디오	⑩ 기타(적어주세요: _____)
③ 인터넷 포털/온라인뉴스	④ 팟캐스트
⑦ 친구/선호배/선생님	⑧ 종이신문

29-1 최근 6개월간 코로나19 관련 뉴스나 정보를 얻는데 귀하가 가장 자주 이용한 미디어는 무엇입니까? 매체 이름을 최대 2개까지 구체적으로 적어주세요. (예: 조선일보, 한겨레, KBS, JTBC, 네이버 포털 등.)

※ 최근 6개월간 이용한 미디어가 없으면 “없음”으로 기재해주세요.
 ※ 관련 정보를 얻는데 이용한 매체가 오직 하나인 경우 1순위에만 기재하시면 됩니다.
 ※ 유튜브의 경우 특정 채널 이름을 함께 적어주세요(예: 유튜브의 ○○○ 채널).

1순위 미디어명	2순위 미디어명
_____	_____

30 귀하가 생각하는 현재 한국사회의 가장 주된 문제점(불안요인)을 중요한 순서대로 최대 2개까지 아래 빈칸에 번호를 적어주세요.

1순위	2순위
① 국가안보	② 자연재해
⑤ 전대(남녀) 갈등	⑥ 안전사고
⑨ 범죄 발생	⑩ 사회지도층 비리
⑬ 청년문제/세대 간 갈등	⑭ 국제관계
⑯ 기타(적어주세요: _____)	③ 환경오염
	④ 경제/경기 불안
	⑦ 도덕성 부족
	⑧ 코로나19
	⑨ 정치 갈등/불안
	⑫ 빈부격차/빈부갈등
	⑮ 입시/교육문제



미디어교육

31

귀하는 최근 3년 이내에 학교 내 또는 학교 밖에서 다음과 같은 교육을 받아 본 적이 있나요?
각각의 교육을 어디에서 받았는지 해당하는 번호에 모두 동그라미(○) 표시를 해주세요.

- ※ 학교 내에서 교육을 받았으면 ①번을, 학교 밖에서 교육을 받았으면 ②번에 동그라미(○) 표시해 주시고, 학교 내와 학교 밖에서 모두 받았다면 ①번과 ②번 모두에 동그라미(○) 표시를 해주세요.
- ※ 해당 교육을 받은 적이 없다면 ③번에 동그라미(○) 표시를 해주세요.

항목	교육을 받은 적이 있다		교육을 받은 적이 없음
	학교 내에서 받았음	학교 밖에서 받았음	
1) 인터넷을 통해 유용하고 신뢰할 수 있는 정보를 찾고 비교·분석하는 교육	①	②	③
2) 미디어가 제공하는 드라마나 영상에 대한 비판적인 시각을 갖는 교육	①	②	③
3) 뉴스/기사가 공정하고 정확하게 취재되고 보도되었는지를 판단하는 교육	①	②	③
4) 온라인상에서 제공된 정보가 사실인지 아닌지를 구분하는 방법에 대한 교육	①	②	③
5) 동영상 촬영이나 편집 등 동영상 제작 교육	①	②	③
6) 온라인상에서 개인정보(예: 전화번호, 계정 비밀번호 등) 보호하는 방법에 관한 교육	①	②	③
7) 온라인상에서의 예절(네티켓) 교육	①	②	③
8) 방송국, 신문사, 영화사, 포털업체 등 미디어 산업에 관한 교육	①	②	③

31-1

31번에 제시된 1)번부터 8)번까지의 교육 중 귀하가 A) 가장 관심/흥미 있는 교육과 귀하에게 B) 가장 필요/중요하다고 생각하시는 교육을 선택하여 아래 빈칸에 번호를 적어주세요.

※ 관심/흥미 있는 교육과 필요/중요한 교육이 동일한 경우 같은 번호를 각각 적으면 됩니다.

A) 가장 관심/흥미 있는 교육	번	B) 가장 필요/중요한 교육	번
-------------------	---	-----------------	---

32

아래 각 항목에 대해 귀하가 동의하는 정도를 선택하여 해당하는 번호에 O 표시해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1) 드라마나 영화가 사람이나 집단에 대한 편견과 고정관념을 갖게 한다	①	②	③	④	⑤
2) 드라마나 영화가 소비문화를 부추긴다	①	②	③	④	⑤
3) 드라마나 영화가 외모지상주의를 부추긴다	①	②	③	④	⑤
4) 뉴스를 취재하거나 제작하는 사람의 성향에 따라 뉴스기사 내용이 달라질 수 있다	①	②	③	④	⑤
5) 유튜브가 편견과 선입견을 조장/강화하는 가짜뉴스의 전염지가 되어가고 있다	①	②	③	④	⑤
6) 유튜브가 다양한 정보와 새로운 시각의 뉴스를 다루는 대안 미디어로서 긍정적인 기능을 한다	①	②	③	④	⑤

배경 질문

배문1 귀하 가정에는 다음의 각 기기와 인터넷 서비스를 보유하고 있나요?
해당하는 번호에 동그라미(○)표시해 주세요.

항목	갖고 있다	갖고 있지 않다
1) 노트북	①	②
2) 데스크탑 컴퓨터	①	②
3) 태블릿 PC (예: 아이패드 등)	①	②
4) 인터넷 연결(유선, 무선 모두 해당)	①	②

배문2 현재 귀하는 누구와 함께 살고 있습니까?
함께 살고 있는 가족을 모두 골라서 해당하는 번호에 동그라미(○)표시해 주세요.

① (외)할아버지 ② (외)할머니 ③ 아버지/새아버지
 ④ 어머니/새어머니 ⑤ 형/오빠/남동생 ⑥ 누나/언니/여동생
 ⑦ 친인척 ⑧ 기타(적어주세요: _____)

배문3 귀하의 부모님(보호자)은 학교를 어디까지 다니셨나요?
부모님께서 졸업한 학교에 해당하는 번호에 동그라미(○) 표시해 주세요

※ 부모님이 안 계신 경우, 가족 내 부모님을 대신해 귀하를 보호하는 성인에 대해 답을 해주시면 됩니다.
 ※ 고등학교를 다니다가 졸업하지 않고 중간에 그만둔 경우 '중학교 졸업'에 표시합니다.

항목	해당사항 없음	초등학교 졸업 이하	중학교 졸업	고등학교 졸업	대학교 졸업	대학원졸업 (석사·박사)	잘 모르겠음
1) 아버지 (남자 보호자)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2) 어머니 (여자 보호자)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

배문4 귀하의 부모님(보호자)은 직업이 있습니까?

항목	있다	없다	해당사항 없음
1) 아버지 (남자 보호자)	①	②	③
2) 어머니 (여자 보호자)	①	②	③

배문8 귀하의 성적은 학급에서 어느 정도 수준입니까?

① 하위권 ② 중하위권 ③ 중위권 ④ 중상위권 ⑤ 상위권

배문9 귀하가 속한 가정의 전반적인 소득 수준이 어떻다고 생각하세요?

① 하위권 ② 중하위권 ③ 중위권 ④ 중상위권 ⑤ 상위권

배문10 다음은 코로나19 관련한 서술문입니다. 각 항목에 귀하가 동의하는 수준에 해당하는 번호에 동그라미(O) 표시해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통 이다	그렇다	매우 그렇다
1) 코로나19로 인해 나의 미디어(게임, 유튜브 등) 이용 시간이 늘었다	①	②	③	④	⑤
2) 코로나19 관련하여 정부의 전반적인 대응정책을 긍정적으로 평가한다	①	②	③	④	⑤
3) 내년 초에는 코로나19가 종식되어 일상생활로 돌아갈 수 있을 것이다	①	②	③	④	⑤
4) 우리나라에서 코로나19 방역은 잘 이루어지고 있다	①	②	③	④	⑤
5) 코로나19 백신은 오히려 인체에 해를 끼칠 가능성이 상당하다	①	②	③	④	⑤
6) 나는 코로나19 관련 뉴스나 소식에 관심이 많다	①	②	③	④	⑤
7) 나는 내가 코로나19에 전염될까봐 불안하다	①	②	③	④	⑤
8) 우리나라에서 코로나19 백신 수급과 접종이 잘 이루어지고 있다	①	②	③	④	⑤
9) 코로나19에 감염이 되어도 일반적으로 건강에 그다지 위협적이지 않다	①	②	③	④	⑤
10) 우리나라보다 일본의 코로나19 방역이 더 잘 이루어지고 있다	①	②	③	④	⑤

배문 11

귀하는 다음 각 항목에 어느 정도 동의하십니까?
 귀하의 동의수준에 해당하는 번호에 동그라미(O) 표시해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
1) 나는 놀이를 즐기고 휴식을 취하며 즐겁게 지낼 수 있는 시간이 충분하다	①	②	③	④	⑤
2) 우리 동네에는 놀이와 휴식을 위한 공간이 충분히 마련되어 있다	①	②	③	④	⑤
3) 나는 학교 이외의 공간에서 친구들과 함께 취미나 여가를 위한 그룹 활동을 하거나 프로그램에 자주 참여한다	①	②	③	④	⑤
4) 전반적인 나의 여가생활에 대해 만족한다	①	②	③	④	⑤
5) 가족이 있는 집에 있으면 마음이 편안하다	①	②	③	④	⑤
6) 우리 가족은 함께 즐거운 시간을 자주 보낸다	①	②	③	④	⑤
7) 나는 우리 집의 경제적 여건/수준에 만족한다	①	②	③	④	⑤
8) 또래친구가 내게 시비를 걸면 신체적 폭력을 행사해도 된다	①	②	③	④	⑤
9) 문제해결을 위한 신체적 폭력은 상황에 따라 허용될 수 있다	①	②	③	④	⑤
10) 전반적으로 현재의 내 삶은 행복하다	①	②	③	④	⑤
11) 나 자신에 대해 긍정적 태도를 가지고 있다	①	②	③	④	⑤
12) 나 자신의 외모에 만족한다	①	②	③	④	⑤
13) 나에게서는 자랑스러워할 만한 것이 별로 없다	①	②	③	④	⑤
14) 외로움을 자주 느낀다	①	②	③	④	⑤
15) 나는 나 자신이 가치있는 사람이라고 생각한다	①	②	③	④	⑤

응답을 모두 마치셨습니다. 귀중한 시간을 내시어 응답해 주셔서 감사합니다.

4. 설문지: 청소년 미디어 이용 실태 조사(학교밖청소년용)

설문조사 참여 설명문

<p>연구과제명 : 청소년 미디어 이용실태 조사</p> <p>본 연구는 한국청소년정책연구원(국무총리실 산하 국책연구기관)이 우리나라 청소년들의 미디어 이용 실태를 파악하여 청소년 미디어 정책을 마련하는 데 목적이 있습니다. 이를 위해 본 조사는 자발적으로 참여 의사를 밝힌 청소년을 대상으로 의견을 수집하여 연구에 이용할 예정입니다.</p> <p>※ 본 설문조사 대상은 10대 청소년으로 본인의 출생연도가 2001년부터 2009년까지인 청소년만 조사에 참여해 주시기 바랍니다.</p>	
<p>1. 무엇을 위한 조사이며 결과는 어떻게 이용되니까? 디지털 시대에 청소년들은 다양한 미디어를 접하고 이용할 수 있게 되었습니다. 본 연구에서는 여러분이 응답해 주시는 설문조사 결과를 통해 디지털 시대에 부합한 청소년 미디어 이용에 도움이 될 수 있는 여러가지 정책을 마련하고자 합니다.</p>	
<p>2. 조사 참여 절차 및 방법 등은 어떻게 됩니까? 본 조사는 전국의 학교 밖 청소년 기관(꿈드림센터)을 통해 약 700여명의 청소년들을 대상으로 웹/모바일 설문조사 방식으로 진행됩니다. 본 설명문을 읽고 연구 참여에 동의 의사를 표시한 후, 센터장님 또는 선생님이 알려주신 코드(영문숫자 혼용 5자리)를 입력하시면 조사에 참여할 수 있습니다.</p>	
<p>3. 수집되는 자료는 무엇이며, 어떻게 활용되고 관리되니까? 본 설문조사는 일반적인 미디어 이용행태, SNS, 게임 등 다양한 미디어 이용실태 및 미디어 교육에 관한 여러가지 질문으로 구성되어 있습니다. 수집된 정보를 통해 청소년 미디어 이용 정책 마련을 위한 자료로 활용될 예정이며, 수집된 자료는 통계목적 이외에는 절대로 사용하지 않을 것입니다.</p>	
<p>4. 조사에 참여함으로써 예상되는 위험 및 이득은 무엇입니까? 현재 여러분이 조사에 참여함으로써 예상되는 위험은 없으며, 조사에 참여하여 소중한 응답을 해준 청소년들에게는 감사의 표시로 사제품을 제공할 예정입니다.</p>	
<p>5. 조사 참여를 철회할 수 있습니까? 조사 참여 후에도 언제든지 조사 참여를 그만둘 수 있으며, 조사에 참여하지 않아도 어떠한 불이익은 없습니다. 설문 후에라도 조사 참여를 철회하겠다는 의사를 표시한 경우, 이미 응답한 정보나 기록 등은 저장되지 않고 삭제될 것입니다.</p>	
<p>6. 개인정보 보호 및 처리절차는 어떻게 됩니까? 본 조사참여로 수집되는 개인정보는 모바일 상품권을 받을 수 있는 휴대전화 번호, 성별 등입니다. 휴대전화번호는 조사를 완료한 청소년들에게 상품권을 발송하는 용도로만 활용되며, 자료 수집이 완료된 후 휴대전화번호는 완전히 삭제되고, 본 연구를 담당하는 연구자에게도 제공되지 않습니다. 성별은 연구 목적을 위해서만 사용되며, 수집된 정보는 개인정보보호법에 따라 적절히 관리됩니다. 관련 정보는 익명화 과정을 거쳐 개인을 식별할 수 없도록 처리된 후 연구에 이용되며, 정보의 비밀 보장을 위해 최선을 다할 것입니다.</p>	
<p>7. 조사 관련 문의는 누구에게 합니까? 본 조사에 대해 궁금한 점이나 질문이 있으면 언제든지 다음의 연구 담당자에게 연락 주시기 바랍니다.</p>	
<p>연구주관기관 : 한국청소년정책연구원 연구책임자: 배상률 연구위원 (044-415-2220) 공동연구자: 이창호 선임연구위원(044-415-2230) 문지혜 연구사업운영원(044-415-2250)</p>	<p>조사실시기관: ㈜ 한국리서치 조사책임자 : 황인창 부장 (02-3014-0086.</p>
<p>만일 어느 때라도 조사 참여자로서 귀하의 권익에 대한 문의사항이 있으시면 언제든지 한국청소년정책연구원 기관생명윤리 위원회로 문의주시기 바랍니다.</p>	
<p>한국청소년정책연구원 기관생명윤리위원회 ☎전화번호 : 044-415-2244</p>	

동의 여부 본 조사에 자발적으로 참여하는데 동의하시면 해당 항목에 표시를 부탁드립니다.

- 1. 동의함
- 2. 동의하지 않음 ->조사 중단

선문1. 선생님으로부터 전달받으신 코드 5자리(영문숫자 혼용)를 아래 빈칸에 입력해 주세요.

1. 코드 ()

선문2. 여러분이 조사를 완료한 후에 수령할 기프트콘(모바일 상품권 5천원)을 받으실 휴대 전화번호를 입력해 주세요.

※ 보유한 휴대전화기 없다면, 아래에서 이메일을 선택한 후, 상품권을 받을 수 있는 이메일 주소를 입력해 주세요..

1. 휴대 전화번호 010-()-()
2. 이메일 주소 ()@()

※ 이어하기 안내

: 설문을 중단하셨다가 다시 시작하실 때, 방금 입력하셨던 전화번호 또는 이메일 주소를 입력하시면, '중단된 곳부터 이어하기'하실 수 있습니다

선문3. 다음 중 귀하의 출생년도를 선택해 주세요..

1. 2000년 또는 그 이전(1999년, 1998년 등) ->조사 중단
2. 2001년
3. 2002년
4. 2003년
5. 2004년
6. 2005년
7. 2006년
8. 2007년
9. 2008년
10. 2009년
11. 2010년 또는 그 이후(2011년, 2012년 등) ->조사 중단

선문4. 귀하의 성별을 선택해 주세요.

1. 남자
2. 여자

[카테고리(문1-1 ~ 문1-2) : 미디어 이용 시간]

문1-1. 귀하는 다음의 미디어 이용을 얼마나 자주했나요? 다음의 미디어 각각에 대해 **최근 한 달 간 평일** (월요일부터 금요일까지)

하루 평균 이용 시간에 해당하는 것을 각각 선택해 주세요.

※ 각 미디어 이용은 **스마트폰이나 디지털 기기(예: 컴퓨터, 아이패드 등)를 이용한 경우 모두 포함**

※ **텔레비전 이용은 TV 수신기나 디지털 기기(예: 컴퓨터, 아이패드, 스마트폰 등)를 이용한 경우 모두 포함**

미디어 이용	전혀 이용하지 않았다	30분 미만	30분 이상 - 1시간미만	1시간 이상 - 2시간 미만	2시간 이상 - 3시간 미만	3시간 이상 - 4시간 미만	4시간 이상
	1	2	3	4	5	6	7
1. 유튜브(학습 관련)							
2. 유튜브(비학습 관련)							
3. SNS(유튜브 제외한 페이스북, 인스타그램 등)							
4. 온라인/모바일 게임							
5. 텔레비전(휴식/오락 목적)							

문1-2. **최근 한 달 간 주말/휴일** (토요일 및 일요일 또는 공휴일) 하루 평균 이용 시간에 해당하는 것을 각각 선택해 주세요.

※ 각 미디어 이용은 **스마트폰이나 디지털 기기(예: 컴퓨터, 아이패드 등)를 이용한 경우 모두 포함**

※ **텔레비전 이용은 TV 수신기나 디지털 기기(예: 컴퓨터, 아이패드, 스마트폰 등)를 이용한 경우 모두 포함**

미디어 이용	전혀 이용하지 않았다	30분 미만	30분 이상 - 1시간미만	1시간 이상 - 2시간 미만	2시간 이상 - 3시간 미만	3시간 이상 - 4시간 미만	4시간 이상
	1	2	3	4	5	6	7
1. 유튜브(학습 관련)							
2. 유튜브(비학습 관련)							
3. SNS(유튜브 제외한 페이스북, 인스타그램 등)							
4. 온라인/모바일 게임							
5. 텔레비전(휴식/오락 목적)							

[카테고리(문2 ~ 문7) : 휴대전화]

문2. 귀하는 현재 스마트폰을 갖고 있나요?

※ 평소 스마트폰 소유하고 이용했으나 현재 시점에서 스마트폰의 고장, 파손, 분실에 따라 잠시 스마트폰이 없는 경우는 **1.**

스마트폰 있음을 선택해주세요.

1. 스마트폰 있음 → 문3
2. 스마트폰 없음 → 문8

문3. 귀하가 지금까지 살면서 자기소유의 스마트폰을 사용한 총 기간은 얼마나 되었나요?

※ 현재 보유한 스마트폰을 포함하여 귀하가 살면서 지금까지 스마트폰을 소지하며 이용했던 총 기간을 합산하여 응답해 주세요.

1. 6개월 미만
2. 6개월 이상 ~ 1년 미만
3. 1년 이상 ~ 2년 미만
4. 2년 이상 ~ 3년 미만
5. 3년 이상 ~ 4년 미만
6. 4년 이상 ~ 5년 미만
7. 5년 이상 ~ 6년 미만
8. 6년 이상 ~ 7년 미만
9. 7년 이상

문4. 귀하는 최근 한 달 동안 스마트폰을 하루 평균 몇 시간 이용했나요?

1. 1시간 미만
2. 1시간 이상 ~ 2시간 미만
3. 2시간 이상 ~ 3시간 미만
4. 3시간 이상 ~ 4시간 미만
5. 4시간 이상 ~ 5시간 미만
6. 5시간 이상

문5. 최근 6개월 동안 귀하가 스마트폰으로 가장 많이 이용한 기능을 아래 보기에서 순서대로 2가지만 골라서 번호를 선택해 주세요.

1. 전화통화
2. 카카오톡/채팅
3. 게임
4. 유튜브
5. 틱톡
6. 음악듣기
7. 사진/동영상 촬영
8. TV시청
9. SNS(유튜브/틱톡 제외)
10. 시간보기/알람
11. 인터넷이용(포털사이트, 웹서핑 등)
12. 문자메시지
13. 기타(그 외 기능 활용)

문5-1. 귀하께서는 [제시 : 문5의 1순위]을 평일과 주말/휴일에 하루 평균 몇시간동안 이용하십니까?

1. 평일(월요일부터 금요일까지) : ()시간 [로직 : 0 to 20] ()분 [로직 : 0 to 59]
2. 주말/휴일(토요일 및 일요일 또는 공휴일) : ()시간 [로직 : 0 to 20] ()분 [로직 : 0 to 59]

문5-2. 귀하께서는 [제시 : 문5의 2순위]을 평일과 주말/휴일에 하루 평균 몇시간동안 이용하십니까?

1. 평일(월요일부터 금요일까지) : ()시간 [로직 : 0 to 20] ()분 [로직 : 0 to 59]
2. 주말/휴일(토요일 및 일요일 또는 공휴일) : ()시간 [로직 : 0 to 20] ()분 [로직 : 0 to 59]

문6. 현재 귀하의 스마트폰에는 이용 제한(유해 콘텐츠나 특정 사이트 차단, 이용시간 제한 등) 프로그램이나 앱이 설치되어 있습니까?

1. 예
2. 아니오
3. 모름

문7. 아래 각 항목에 대해 **나와 가장 가깝다**고 생각되는 것을 선택해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
	1	2	3	4	5
1. 스마트폰 이용 때문에 학업이나 업무 수행에 어려움이 있다					
2. 적절한 스마트폰 이용시간을 지키는 것이 어렵다					
3. 스마트폰은 나에게 없어서는 안 되는 소중한 물건이다.					

[카테고리(문8 ~ 문15) : 유튜브]

[카테고리 : 지금부터는 유튜브 이용에 대한 질문을 드리고자 합니다. 여기에서 말하는 유튜브 이용에는 **꿈드림센터나 학원 등에서 실시한 원격수업이나 교실 내에서 이루어진 일반수업 중에 의무적으로 이용한 경우를 제외**하고 귀하 자신이 **개인적으로 이용한 경우에만** 해당하는 질문입니다.]

//로직 : 문1-1의 2. 유튜브(비학습 관련) 또는 문1-2의 2. 2번(유튜브(비학습 관련)에서 2. 30분 미만 ~ 7. 4시간 이상을 응답한 경우 문8을 1. 있다 로 자동코딩 //

문8. 귀하는 **최근 한 달 동안** 유튜브를 이용한 적이 있습니까? (꿈드림센터나 학원 원격수업/일반수업 중 이용한 경우 제외)

1. 있다 -> 문9
2. 없다 -> 문12

문9. 귀하가 **최근 한 달 동안** 가장 즐겨본 유튜브 채널 이름을 **최대 두 개만** 순서대로 작성해주세요.

- ※ 채널 하나만 시청한 경우 1순위에만 기재하시면 됩니다.
- ※ 즐겨본 채널이 전혀 없는 경우, 1순위에 없음으로 기재하시면 됩니다.
- 1. 1순위 : ()
- 2. 2순위 : ()

//로직 : 1순위만 입력해도 넘어갈 수 있도록 프로그래밍 //

문10. 다음은 유튜브에서 제공하는 콘텐츠를 주제별로 구분한 것입니다. 귀하는 **최근 한 달 동안** 각각의 내용을 **유튜브에서 얼마나 자주 시청**했나요?

콘텐츠 주제	전혀 사용하지 않았다	한 달에 1~4번	한 달에 5~9번	한 달에 10~19번	한 달에 20번 이상
	1	2	3	4	5
1. 게임					
2. 미용/뷰티/패션					
3. 음악/댄스					
4. 먹방/요리					
5. 영화/TV 드라마					
6. 코미디/예능 TV프로그램					
7. 몰카/웃긴 영상					
8. 스포츠/운동					
9. 장난감/놀이/방탈출					
10) 학습/교육(※ 꿈드림센터/학원 원격수업용 제외)					
11. 뉴스/시사정보					
12. ASMR(에이세스엠알)					
13. 여행/외국문화					
14. 팬활동/연예인					
15. 동물/펫반					
16. 만화/애니메이션					
17. 캠퍼/토크					
18. 코로나19					

문11. 다음은 귀하가 **유튜브를 시청하는 방식 및 태도**에 대한 질문입니다. 각 문항을 읽고 귀하의 생각과 가장 가까운 것을 선택해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
	1	2	3	4	5
1. 나는 구독자 수나 조회 수가 많은 콘텐츠 위주로 시청하는 편이다					
2. 나는 유튜브의 추천 동영상을 주로 시청하는 편이다					
3. 나는 보고 싶은 내용이나 주제를 유튜브 검색창으로 검색하여 시청하는 편이다					
4. 나는 구독하고 있는 채널에서 제공하는 동영상을 주로 시청하는 편이다					
5. 원래 보려고 했던 시간보다 더 오래 유튜브를 보게 되는 편이나					
6. 유튜브 이용을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안해진다					

문12. 귀하는 최근 6개월 동안 유튜브에 콘텐츠를 올린 적이 있나요? 있다면, 얼마나 자주 올렸나요?

- 1. 전혀 없다 → 문14
- 2. 1~2회 → 문13
- 3. 3~5회 → 문13
- 4. 6~10회 → 문13
- 5. 11회~19회 → 문13
- 6. 20회 이상 → 문13

문13. 귀하가 유튜브에 콘텐츠를 올렸을 때 느낀 감정이나 행동에 대한 질문입니다. 각 문항에 해당하는 것을 선택해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
	1	2	3	4	5
1. 내가 올린 콘텐츠의 구독자수/조회수나 '좋아요' 수를 수시로 확인하게 된다					
2. 내가 올린 콘텐츠의 구독자수/조회수나 '좋아요' 수가 많아지면 우울감이나 자존감이 높아진다					
3. 내가 올린 콘텐츠에 부정적인 댓글을 달까봐 두렵다					
4. 유튜브에 올릴 동영상을 만드느라 해야 할 공부를 소홀히 한 적 있다.					
5. 내가 유튜브에 올린 동영상을 조회하고 좋아해주는 사람에게서 동질감/연대감을 느낀다					

문14. 다음은 귀하가 유튜브에 대해 어떤 생각과 의견을 갖고 있는지 묻는 질문입니다. 각 문항을 읽고 귀하의 생각과 가장 가까운 것을 선택해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
	1	2	3	4	5
1. 나는 유튜브의 정보를 대체로 신뢰하는 편이다					
2. 구독자 수나 조회 수가 많은 콘텐츠는 비교적 신뢰할만하다.					
3. 나의 장래희망은 유튜버가 되는 것이다					
4. 나는 유튜버가 되어 돈을 많이 벌고 싶다					
5. 나는 유튜브 하는 것이 가족여행보다 더 좋다					
6. 나는 유튜브 하는 것이 친구들과 노는 것보다 더 좋다					
7. 유튜브를 이용하다보면 의도치 않게 폭력적 동영상에 노출되곤 한다.					
8. 유튜브를 이용하다보면 의도치 않게 선정적 동영상에 노출되곤 한다.					
9. 나는 유튜브를 하는 것이 텔레비전을 시청하는 것보다 더 좋다					
10) 나는 유튜브를 하는 것이 온라인 게임하는 것보다 더 좋다					

// 6개 단위로 보여주고 응답할 수 있도록 구성해주세요. //

문15. 다음은 **유튜브가 귀하에게 주는 혜택**에 관한 질문입니다. 각 항목별로 귀하가 느끼는 동의수준을 선택해 주세요.

항목	전혀 동의 하지 않는다	동의 하지 않는다	보통이 다	동의 한다	매우 동의 한다
	1	2	3	4	5
1. 유익한 정보를 습득할 수 있다					
2. 내가 원하는 정보를 손쉽게 찾을 수 있다					
3. 동영상이라 알고 싶은 정보를 쉽게 이해할 수 있다					
4. 다른 사람들의 의견이나 생각을 파악할 수 있다					
5. 시간을 때우거나 노동거릴 수 있다					
6. 다른 사람의 입장을 관찰하거나 엿볼 수 있다					
7. 우리 사회의 주요 관심사와 문제를 파악할 수 있다					
8. 나의 고민이나 문제를 해결할 수 있다					
9. 스트레스가 해소된다					
10) 기분전환이 되거나 즐거워진다					
11. 공부/학습에 도움이 된다					
12. 친구와의 대화에 쫄 수 있다/친구관계에 도움이 된다					

[카테고리(문16 ~ 문20) : 소셜미디어(SNS)]

[카테고리 : 지금부터는 **소셜미디어(SNS)** 이용에 대한 질문을 드리고자 합니다. 여기에서 말하는 **소셜미디어(SNS)**에는 유튜브는 제외하고 페이스북이나 틱톡, 카카오토리 등을 의미합니다. 단, 카카오톡을 포함한 메신저(카카오톡, 텔레그램 등)는 소셜미디어에 해당하지 않습니다.

//로직 : 문1-1의 3. SNS(유튜브 제외한 페이스북, 인스타그램 등) 또는 문1-2의 3. SNS(유튜브 제외한 페이스북, 인스타그램 등)에서 2. 30분 미만 ~ 7. 4시간 이상을 응답한 경우 문16을 1. 예 로 자동코딩 //

문16. 귀하는 **최근 한 달 동안 소셜미디어(페이스북, 틱톡, 카카오토리 등) 이용**을 한 적이 있나요?

1. 예 → 문16-1
2. 아니오 → 문20

문16-1. 현재 **꾸준히 활동 중인 SNS 아이디가 몇 개나** 되나요?

1. 없음
2. 1개
3. 2개
4. 3개
5. 4개
6. 5개 이상

문16-2. 현재 SNS를 통해 친구나 팔로워로 연결된 사람은 총 몇 명이나 되나요?

1. 없음
2. 1명~49명
3. 50명~99명
4. 100명~199명
5. 200명~299명
6. 300명 이상

문17. 최근 한 달 동안 귀하가 가장 자주 사용한 소셜미디어를 아래 보기에서 순서대로 2가지만 골라서 번호를 선택해 주세요.

※ 유튜브는 제외하고 응답하시되, 소셜미디어를 하나만 사용한 경우에는 한가지만 선택하시면 됩니다.

※ 1번 '페이스북'부터 12번 '클럽하우스' 항목 중 귀하가 자주 사용한 소셜미디어가 없다면 맨 아래 '기타' 항목을 선택하시고 해당 소셜미디어 이름을 적으시면 됩니다.

1. 페이스북
2. 틱톡
3. 트위터
4. 카카오토리
5. 피카캐스트
6. 인스타그램
7. 텀블러
8. 네이버 밴드
9. 스냅챗
10. 핀터레스트
11. 블로그
12. 클럽하우스
13. 기타 ()

문17-1. 귀하께서는 [제시 : 문17의 1순위]을 하루 평균 몇시간동안 이용하십니까? 주중과 주말 구분 없이 일주일 전체 이용 시간을 7일로 나누어서 계산해 주세요.

1. 하루 평균 이용 시간 : ()시간 [로직 : 0 to 20] ()분 [로직 : 0 to 59]

문17-2. 귀하께서는 [제시 : 문17의 2순위]을 하루 평균 몇시간동안 이용하십니까? 주중과 주말 구분 없이 일주일 전체 이용 시간을 7일로 나누어서 계산해 주세요.

1. 하루 평균 이용 시간 : ()시간 [로직 : 0 to 20] ()분 [로직 : 0 to 59]

// 6개 단위로 보여주고 응답할 수 있도록 구성해주세요. //

문18. 다음은 귀하가 이전 문항에서 선택한 [제시 : 문17의 1순위]의 혜택에 관한 내용입니다. 각 항목별로 귀하가 느끼는 동의 수준에 각각 선택해 주세요.

항목	전혀 동의하지 않는다	동의하지 않는다	보통이다	동의한다	매우 동의한다
	1	2	3	4	5
1. 학습/학업 관련 정보를 습득 할 수 있다					
2. 학습/학업 이외의 유익한 정보를 습득 할 수 있다					
3. 정보탐색 시간을 절약 할 수 있다					
4. 신속하게 정보를 전달 할 수 있다					
5. 지식의 깊이를 더하거나 지식의 범위를 넓힐 수 있다					
6. 타인과 손쉽게 의사소통할 수 있다					
7. 새로운 시각이 확장될 수 있으며, 타인의 의견을 파악할 수 있다					
8. 새로운 관계를 형성할 수 있고, 사람을 사귀거나 인맥을 확장시킬 수 있다					
9. 기존에 알고 있던 친구관계를 강화시킬 수 있다					
10. 인터넷상에서 나의 영향력을 확인할 수 있다					
11. 나의 감정 및 의견을 표출 할 수 있다					
12. 나의 고민이나 문제를 해결할 수 있다					
13. 다른 사람의 일상을 관찰하거나 엿볼 수 있다					
14. 시간을 때우거나 노닥거릴 수 있다					
15. 내 의견에 동조/지지하는 사람을 만날 수 있다					
16. 사회 참여/활동/봉사를 할 수 있다					
17. 오프라인 친구들과 대화할 기회나 이슈를 얻을 수 있다					
18. 우리사회의 주요 이슈나 문제를 파악할 수 있다					

문19. 최근 한 달 동안 귀하의 소셜미디어 포스팅 횟수는 얼마나 되나요?

- 1. 전혀 없음 → 문20
- 2. 한 달에 1번 정도 → 문19-1
- 3. 한 달에 2~3번 정도 → 문19-1
- 4. 일주일에 1~2번 정도 → 문19-1
- 5. 일주일에 3~4번 정도 → 문19-1
- 6. 일주일에 5번 이상 → 문19-1

문19-1. 최근 한 달 동안 소셜미디어에 포스팅을 하셨다면, 주 내용은 무엇인지 해당하는 주제를 모두 선택해 주세요.

- 1. 정치
- 2. 사회
- 3. 경제
- 4. 국제
- 5. 스포츠
- 6. 유머
- 7. 학습/교육

8. 연예인/ TV프로그램
9. 여행
10. 친구/가족
11. 개인인부
12. 이성교제/관계
13. 진로/취업
14. 쇼핑/제품 정보
15. 개인적 고민
16. 사회봉사/참여
17. 코로나19
18. 학교생활
19. 공연/ 문화생활
20. 기타 ()

문20. 귀하는 최근 1년 동안 소셜미디어를 통하여 참여한 경험이 있는 것을 모두 선택해 주세요.

1. 사회문제에 대한 의견 남기기 (포스팅, 영상, 댓글, 민원 등)
2. 사회문제에 대한 타인의 글/영상 포스팅, 퍼 나르기/리트윗
3. 온라인 서명운동
4. 기부 또는 기부 관련 캠페인 동참
5. 봉사활동/ 자원봉사 또는 관련 캠페인 동참
6. 학업, 친구관계, 가정사 등으로 어려움을 겪는 친구 돕기
7. 종교 활동/ 선교 활동
8. 사회단체/기관 활동
9. 해당 없음 [중복 선택 불가]

[카테고리(문21 ~ 문24) : 온라인/모바일 게임]

//로직 : 선문3=10 인 경우 문21에서 6,7,8,9,10번 선택 불가

선문3=9인 경우 문21에서 6,7,8,9,10번 선택 불가

선문3=8인 경우 문21에서 7,8,9,10번 선택 불가

선문3=7인 경우 문21에서 8,9,10번 선택 불가

선문3=6인 경우 문21에서 9,10번 선택 불가

선문3=5인 경우 문21에서 10번 선택 불가 //

문21. 귀하가 컴퓨터, 태블릿PC, 스마트폰 등을 통해 온라인/모바일 게임을 처음 시작한 시기는 언제인가요?

※ 귀하가 지금까지 살면서 한번도 온라인/모바일 게임을 하본 경험이 없다면 '게임경험 없음'을 선택해 주세요.

※ 아래 학년 구분은 게임 생애 최초 시작 시기에 대한 구분의 편의성을 위한 것으로, 귀하가 당시에 학교를 다니지 않은 경우에는 해당 연령에 해당하는 교급 및 학년을 계산하여 응답해 주시면 됩니다.

1. 초등학교 입학 전
2. 초등학교 1~2학년
3. 초등학교 3~4학년
4. 초등학교 5~6학년
5. 중학교 1학년
6. 중학교 2학년
7. 중학교 3학년
8. 고등학교 1학년
9. 고등학교 2학년
10. 고등학교 3학년
11. 게임경험 없음 → 문25

문22. 귀하는 최근 한 달 동안 컴퓨터, 태블릿PC, 스마트폰 등을 통해 온라인/모바일 게임을 한 적이 있나요?

1. 예 → 문23
2. 아니오 → 문24

문23. 최근 한 달 동안 이용한 온라인/모바일 게임들 중 가장 자주 이용한 순서대로 게임명 2개 (최소 17자 이상)를 적어 주세요.

1. 1순위 게임명 : ()
2. 2순위 게임명 : ()

//로직 : 1순위만 입력해도 넘어갈 수 있도록 프로그래밍 //

문24. 온라인/모바일 게임에 대한 아래 내용을 읽고, 본인이 느끼는 대로 답해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
	1	2	3	4	5
1. 온라인/모바일 게임은 스트레스 해소나 여가생활에 도움을 준다.					
2. 온라인/모바일 게임은 친구관계에 도움이 된다.					
3. 온라인/모바일 게임을 통해 폭력적인 장면을 자주 접하게 된다.					
4. 공부하는데 지장이 있는데도 불구하고 온라인 게임을 계속하게 된다.					
5. 게임을 못하거나 갑자기 줄이게 되면 초조하고 불안해진다.					

[카테고리(문25) : 온라인 공간에서의 경험]

문25. 다음은 카카오톡, SNS, 인터넷게임 등 온라인공간에서 경험할 수 있는 일에 대한 질문입니다. 아래 항목 중 **최근 6개월 동안** 경험한 것을 모두 선택해 주세요.

1. 나는 온라인공간에서 누군가를 따돌린 적이 있다
2. 나는 온라인공간에서 누군가에 대해 욕을 한 적이 있다
3. 나는 온라인공간에서 누군가에 의해 따돌림을 당한 적이 있다
4. 온라인 공간에서 누군가가 나에게 욕을 한 적이 있다
5. 나의 개인정보(전화번호, 계정 비밀번호 등)가 의도치 않게 온라인공간에서 유출된 적이 있다
6. 나는 온라인 공간에서 낯선 이성으로부터 직접 만나자는 제안을 받은 적이 있다
7. 나는 온라인 공간에서 특정집단(여성, 남성, 외국인, 장애인 등)에 대한 혐오표현을 접한 적이 있다
8. 해당 없음 **[중복 선택 불가]**

[카테고리(문26 - 문30) : 뉴스/시사]

문26. 귀하는 다음과 같은 미디어가 전하는 뉴스나 정보에 대해 어느 정도 신뢰를 하고 있나요? 각 미디어별로 귀하가 느끼는 **신뢰 수준**과 가까운 것을 선택해 주세요.

항목	전혀 신뢰하지 않는다	신뢰하지 않는다	보통이다	신뢰한다	매우 신뢰한다
	1	2	3	4	5
1. 텔레비전					
2. 유튜브					
3. 포털 (네이버, 다음 등)					
4. SNS(유튜브 제외; 페이스북, 카카오톡 등)					
5. 종이신문					
6. 팟캐스트(오디오 또는 비디오 파일형태로 다양한 콘텐츠를 인터넷망을 통해 제공하는 서비스; 예 팟빵 등)					

문27. 귀하는 **평소 정치, 경제, 사회, 국제 뉴스 등 시사 관련 뉴스에 얼마나 관심을 가지고** 있나요?

항목	전혀 관심 없음	별로 관심 없음	보통	약간 관심이 있음	매우 관심이 있음
	1	2	3	4	5
1. 시사 관련 뉴스 관심도					

문28. 귀하는 평소 정치, 경제, 사회, 국제 뉴스 등 시사 관련 뉴스를 어디에서 또는 누구에게서 주로 얻나요? 아래 항목 중에서 우선순위로 **최대 2순위**까지 선택해 주세요. 뉴스를 얻는 통로가 오직 하나인 경우에는 **하나만** 선택해 주세요.

1. 유튜브
2. 텔레비전
3. 인터넷 포털/온라인뉴스
4. 팟캐스트
5. SNS(유튜브 제외)
6. 부모님/가족
7. 친구/선후배/선생님
8. 종이신문
9. 라디오
10. 기타 ()

문29. 귀하는 평소 **코로나19 관련 뉴스나 정보**를 어디에서 또는 누구에게서 주로 얻나요? 우선순위로 **최대 2순위(최소 1가지 이상)**까지 선택해 주세요.

1. 유튜브
2. 텔레비전
3. 인터넷 포털/온라인뉴스
4. 팟캐스트
5. SNS(유튜브 제외)
6. 부모님/가족
7. 친구/선후배/선생님
8. 종이신문
9. 라디오
10. 기타 ()

문29-1. **최근 6개월간 코로나19 관련 뉴스나 정보**를 얻는데 귀하가 가장 **자주 이용한 미디어**는 무엇입니까? **매체 이름**을 최대 2개까지 구체적으로 아래 빈 칸에 적어주세요 (예: 조선일보, 한겨레, KBS, JTBC, 네이버 포털 등).

- ※ 최근 6개월간 이용한 미디어가 없으면 “없음”으로 기재해주세요.
- ※ 관련 정보를 얻는데 이용한 매체가 오직 하나인 경우 1순위만 선택하시면 됩니다.
- ※ 유튜브의 경우 특정 채널 이름을 함께 적어주세요 (예: 유튜브의 ○○○ 채널).
- 1. 1순위 매체 이름 : ()
- 2. 2순위 매체 이름 : ()

//로직 : 1순위만 입력해도 넘어갈 수 있도록 프로그래밍 //

문30. 귀하가 생각하는 **현재 한국사회의 가장 주된 문제점(불안요인)**을 중요한 순서대로 **최대 2개**까지 선택해 주세요.

1. 국가안보
2. 자연재해
3. 환경오염
4. 경제/경기 불안
5. 젠더(남녀) 갈등
6. 안전사고
7. 도덕성 부족
8. 코로나19
9. 범죄 발생
10. 사회지도층 비리
11. 정치 갈등/불안
12. 빈부격차/빈부갈등
13. 청년문제/세대 간 갈등
14. 국제관계
15. 입시/교육문제
16. 기타 ()

[카테고리(문31 ~ 문32) : 미디어 교육]

문31. 귀하는 **최근 3년 이내**에 **학교 내 또는 학교 밖**에서 다음과 같은 **교육을 받아 본 적이** 있나요? **받아본 경험**이 있는 **교육을 모두 선택**해 주세요.

1. 인터넷을 통해 유용하고 신뢰할 수 있는 정보를 찾고 비교 분석하는 교육
2. 미디어가 제공하는 드라마나 영상에 대한 비판적인 시각을 갖는 교육
3. 뉴스/기사가 공정하고 정확하게 취재되고 보도되었는지를 판단하는 교육
4. 온라인상에서 제공된 정보가 사실인지 아닌지를 구분하는 방법에 대한 교육
5. 동영상 촬영이나 편집 등 동영상 제작 교육
6. 온라인상에서 개인정보(예: 전화번호, 계정 비밀번호 등) 보호하는 방법에 관한 교육
7. 온라인상에서의 예절(네티켓) 교육
8. 방송국, 신문사, 영화사, 포털업체 등 미디어 산업에 관한 교육
9. 받아본 교육 없음 [중복 선택 불가] -> 문32

//로직: 문31에서 선택한 교육을 matrix 형태로 제시하고 응답을 받을 것//

문31-1. 귀하께서는 교육을 어디에서 받으셨나요? 받으셨던 교육을 어디에서 받았는지 각각 응답해 주세요.

※ 각각의 교육을 **학교 내에서**와 **학교 밖에서** 모두 받았다면, **두가지 모두 선택**해 주세요.

지난 2주간 경험한 증상	학교 내에서 받았음	학교 밖에서 받았음
	1	2
1. [제시 : 문31에서 응답한 교육 1]		
2. [제시 : 문31에서 응답한 교육 2]		
3. [제시 : 문31에서 응답한 교육 3]		
:		

문31-2. 다음 8개 항목 중 귀하가 가장 관심/흥미 있는 교육을 하나만 선택해 주세요.

1. 인터넷을 통해 유용하고 신뢰할 수 있는 정보를 찾고 비교·분석하는 교육
2. 미디어가 제공하는 드라마나 영상에 대한 비판적인 시각을 갖는 교육
3. 뉴스/기사가 공정하고 정확하게 취재되고 보도되었는지를 판단하는 교육
4. 온라인상에서 제공된 정보가 사실인지 아닌지를 구분하는 방법에 대한 교육
5. 동영상 촬영이나 편집 등 동영상 제작 교육
6. 온라인상에서 개인정보(예: 전화번호, 계정 비밀번호 등) 보호하는 방법에 관한 교육
7. 온라인상에서의 예절(네티켓) 교육
8. 방송국, 신문사, 영화사, 포털업체 등 미디어 산업에 관한 교육

문31-3. 다음 8개 항목 중 귀하가 가장 필요/중요하다고 생각하시는 교육을 하나만 선택해 주세요.

1. 인터넷을 통해 유용하고 신뢰할 수 있는 정보를 찾고 비교·분석하는 교육
2. 미디어가 제공하는 드라마나 영상에 대한 비판적인 시각을 갖는 교육
3. 뉴스/기사가 공정하고 정확하게 취재되고 보도되었는지를 판단하는 교육
4. 온라인상에서 제공된 정보가 사실인지 아닌지를 구분하는 방법에 대한 교육
5. 동영상 촬영이나 편집 등 동영상 제작 교육
6. 온라인상에서 개인정보(예: 전화번호, 계정 비밀번호 등) 보호하는 방법에 관한 교육
7. 온라인상에서의 예절(네티켓) 교육
8. 방송국, 신문사, 영화사, 포털업체 등 미디어 산업에 관한 교육

문32. 아래 각 항목에 대해 귀하가 동의하는 정도를 선택해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
	1	2	3	4	5
1. 드라마나 영화가 사람이나 집단에 대한 편견과 고정관념을 갖게 한다					
2. 드라마나 영화가 소비문화를 부추긴다					
3. 드라마나 영화가 외모지상주의를 부추긴다					
4. 뉴스를 취재하거나 제작하는 사람의 성향에 따라 뉴스기사 내용이 달라질 수 있다					
5. 유튜브가 편견과 선입견을 조장/강화하는 가짜뉴스의 진원지가 되어가고 있다					
6. 유튜브가 다양한 정보와 새로운 시각의 뉴스를 다루는 대안 미디어로서 긍정적인 기능을 한다					

[카테고리(배문1 ~ 배문9) : 배경 질문]

배문1. 귀하 가정에서 보유하고 있는 **기기와 인터넷 서비스**를 모두 선택해 주세요.

1. 노트북
2. 데스크탑 컴퓨터
3. 태블릿 PC (예: 아이패드 등)
4. 인터넷 연결(유선, 무선 모두 해당)
5. 이 중 하나도 없음 **[중복 선택 불가]**

배문2. 현재 귀하는 **누구와 함께** 살고 있습니까? **함께 살고 있는 가족을 모두** 선택해 주세요.

1. (외)할아버지
2. (외)할머니
3. 아버지/새아버지
4. 어머니/새어머니
5. 형/오빠/남동생
6. 누나/언니/여동생
7. 친인척
8. 기타 ()

배문3. 귀하의 **부모님(보호자)**은 학교를 어디까지 다니셨나요? 부모님께서 **졸업한 학교**를 선택해 주세요.

- * 부모님이 안 계신 경우, 가족 내 부모님을 대신해 귀하를 보호하는 성인에 대해 답을 해주시면 됩니다.
- * 고등학교를 다니다가 졸업하지 않고 중간에 그만둔 경우 '중학교 졸업'에 표시합니다.

	해당사항 없음	초등학교 졸업 이하	중학교 졸업	고등학교 졸업	대학교 졸업	대학원졸업 (석사·박사)	잘 모르겠음
	1	2	3	4	5	6	7
1. 아버지 (남자 보호자)							
2. 어머니 (여자 보호자)							

배문4. 귀하의 **부모님(보호자)**은 직업이 있습니까?

	없다	있다	해당사항 없음
	1	2	3
1. 아버지 (남자 보호자)			
2. 어머니 (여자 보호자)			

배문5. 귀하의 **부모님(보호자)**에 대한 질문입니다. 내용을 잘 읽고 해당하는 것을 선택해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
	1	2	3	4	5
1. 부모님(보호자)께서는 나의 의견을 존중해 주신다					
2. 부모님(보호자)께서는 나의 친구관계에 대하여 관심이 많으시다					
3. 나의 디지털 매체(인터넷, 스마트폰, 게임 등)의 이용과 관련하여 부모님(보호자)은 간섭하거나 통제 하신다					
4. 부모님(보호자)은 나의 디지털 매체(인터넷, 스마트폰, 게임 등)의 이용이 내게 미치는 좋은 점과 나쁜 점을 설명해주신다					
5. 부모님(보호자)은 스마트폰을 자주 사용하신다					
6. 부모님(보호자)은 온라인게임을 자주 하신다					

배문6. 귀하는 평소 친하게 지내는 친구가 몇명이나 됩니까? 온라인 친구와 오프라인 친구를 모두 포함한 친구 수를 아래 항목에서 선택해 주세요.

- 1. 0명 (없음) → **배문7**
- 2. 1명~2명
- 3. 3명 ~ 4명
- 4. 5명 ~ 9명
- 5. 10명 ~ 19명
- 6. 20명 ~ 29명
- 7. 30명 ~ 49명
- 8. 50명 ~ 99명
- 9. 100명 이상

[로직 : 배문6-1의 응답은 배문6과 같거나 배문6보다 작은 수를 선택해야 함]

배문6-1. 평소 친하게 지내는 친구(제시: **배문6 응답**) 중에서 실제로 만나본 적 없이 온라인상에서만 소통하는 친구는 몇명이나 됩니까? 단, 친하게 지내는 친구 중에서 온라인 친구만 응답하는 것이므로, 이전 응답보다 같거나 적은 것을 선택해야 합니다.

- 1. 0명 (없음)
- 2. 1명~2명
- 3. 3명 ~ 4명
- 4. 5명 ~ 9명
- 5. 10명 ~ 19명
- 6. 20명 ~ 29명
- 7. 30명 ~ 49명
- 8. 50명 ~ 99명
- 9. 100명 이상

배문7. 다음은 오프라인 및 온라인 친구관계에 대한 질문입니다. 내용을 잘 읽고 세가지 항목에 대해 오프라인 친구와 온라인 친구 모두 해당하는 것을 선택해 주세요. 단 온라인친구란 오프라인에서 보다 온라인상에서의 교류가 주로 이루어지는 친구를 뜻합니다.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
	1	2	3	4	5
1. (오프라인 친구) 나는 내 친구들에게 내 고민과 문제에 대해 이야기한다					
2. (온라인 친구) 나는 내 친구들에게 내 고민과 문제에 대해 이야기한다					
3. (오프라인 친구) 내 친구들은 나를 잘 이해해 준다					
4. (온라인 친구) 내 친구들은 나를 잘 이해해 준다					
5. (오프라인 친구) 나는 친구들과 함께 있어도 외롭고 혼자라는 느낌이 든다					
6. (온라인 친구) 나는 친구들과 함께 있어도 외롭고 혼자라는 느낌이 든다					

배문9. 귀하가 속한 가정의 전반적인 소득 수준이 어떻다고 생각하세요?

1. 허위권
2. 중하위권
3. 중위권
4. 중상위권
5. 상위권

// 5개 단위로 보여주고 응답할 수 있도록 구성해주세요. //

배문10. 다음은 코로나19 관련한 서술문입니다. 각 항목에 귀하가 동의하는 수준에 해당하는 것을 선택해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
	1	2	3	4	5
1. 코로나19로 인해 나의 미디어(게임, 유튜브 등) 이용 시간이 늘었다					
2. 코로나19 관련하여 정부의 전반적인 대응정책을 긍정적으로 평가한다					
3. 내년 초에는 코로나19가 종식되어 일상생활로 돌아갈 수 있을 것이다.					
4. 우리나라에서 코로나19 방역은 잘 이루어지고 있다					
5. 코로나19 백신 은 오히려 인체에 해를 끼칠 가능성이 상당하다					
6. 나는 코로나19 관련 뉴스나 소식에 관심이 많다					
7. 나는 내가 코로나19에 전염될까봐 불안하다					
8. 우리나라에서 코로나19 백신 수급과 접종이 잘 이루어지고 있다					
9. 코로나19에 감염이 되어도 일반적으로 건강에 그다지 위협적이지 않다					
10. 우리나라보다 일본의 코로나19 방역이 더 잘 이루어지고 있다					

배문11. 귀하는 다음 각 항목에 어느 정도 동의하십니까? 귀하의 동의수준에 해당하는 것을 선택해 주세요.

항목	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
	1	2	3	4	5
1. 나는 놀이를 즐기고 휴식을 취하며 즐겁게 지낼 수 있는 시간이 충분하다.					
2. 우리 동네에는 놀이와 휴식을 위한 공간이 충분히 마련되어 있다.					
3. 나는 친구들과 함께 취미나 여가를 위한 그룹 활동을 하거나 프로그램에 자주 참여한다.					
4. 전반적인 나의 여가생활에 대해 만족한다.					
5. 가족이 있는 집에 있으면 마음이 편안하다					
6. 우리 가족은 함께 즐거운 시간을 자주 보낸다					
7. 나는 우리 집의 경제적 여건/수준에 만족한다					
8. 또래친구가 내게 시비를 걸면 신체적 폭력을 행사해도 된다					
9. 문제해결을 위한 신체적 폭력은 상황에 따라 허용될 수 있다					
10. 전반적으로 현재의 내 삶은 행복하다					
11. 나 자신에 대해 긍정적 태도를 가지고 있다					
12. 나 자신의 외모에 만족한다					
13. 나에게서는 자랑스러워할 만한 것이 별로 없다					
14. 외로움을 자주 느낀다					
15. 나는 나 자신이 가치있는 사람이라고 생각한다					

국문초록

본 연구의 목적은 10대 청소년들의 미디어 이용에 대한 심층 분석과 함께 청소년들의 디지털 시민성을 함양할 수 있는 증거기반의 정책 방안을 도출하는 것이다.

중고등학생을 대상으로 한 설문조사 결과에 따르면, 코로나19로 청소년의 미디어 이용시간이 크게 늘어났다. 이에 따른 미디어 관련 집착 경향성 비율도 두드러졌다. 유튜브는 청소년 대부분이 가장 즐기는 미디어 활동으로 나타났다. 여가 및 정보 취득에 활용되는 유튜브가 청소년의 시사뉴스 및 정보의 주요 취득 통로가 되고 있다. 학교현장의 미디어 리터러시의 재개념화와 적극적인 미디어교육 시행이 필요하며, 디지털 격차 해소에도 정책적 노력이 요구되는 것으로 나타났다.

미디어패널 조사결과 최근 주목할 만한 경향으로 동영상 콘텐츠의 소비 증가, 유튜브를 비롯한 OTT 서비스의 인기 급증, 스마트폰의 이용 보편화가 관찰되었다. 또한 청소년들의 비판적 미디어 이해능력(콘텐츠 구분능력, 인터넷정보검색, 미디어이미지, 미디어배경지식)을 다른 연령대 응답자들과 비교한 결과, 전반적으로 청소년들의 이해능력은 비교적 양호한 것으로 평가되었으나, 미디어 산업·규제 관련 배경지식에서는 다소 미흡한 것으로 나타났다.

면접조사결과 10대 청소년에게 유튜브는 매우 일상화되고 유용한 도구였다. 즉 대학진학을 앞둔 고등학생들에게 유튜브는 진학관련 정보를

제공해주고 학습방법을 알려주는 유용한 매체였고 게임을 좋아하는 남학생들에게 유튜브는 게임을 잘 하는 기술이나 요령을 알려주는 역할을 했다. 인스타그램 또한 일상을 공유하고 또래와 소통하는 중요한 역할을 하면서 청소년들에게 큰 인기를 끌었다. 대체로 청소년들은 미디어의 긍정적인 기능을 많이 인식하였고 스트레스해소와 흥미추구를 주요한 미디어 이용동기로 밝혔다.

부모참여형 소셜리빙랩 프로그램 운영 결과 연구참여자들은 참여 과정에서 새로운 학습을 경험하였으며 프로그램이 종료된 후에는 유의미한 변화를 보여주었다. 참여 과정에서 참여자(부모)들은 또래부모들 간 공통의 경험 나누기, '솔직하고 개방적인 대화를 통한 교감'으로 인한 또래부모와의 교감을 경험하였으며, 개인 과제 활동을 통해 '자녀의 입장과 생각을 듣기 위한 소통의 시도', '부모의 학습 과정과 노력의 공유'를 통해 자녀와 새로운 방식으로 소통을 경험하였다.

본 연구는 정책 제안을 아래의 몇 가지 측면으로 나누어 제시하였다.

첫째, 청소년의 건강한 미디어 이용 습관과 미디어 리터러시 함양을 위하여 관련 제도 개선 및 인프라 구축이 필요하다. 우선, 미디어 리터러시 교육 활성화를 위한 법률 제정 및 교육부, 방통위, 문체부, 여가부 등 관계 부처 및 민간 전문가가 포함된 컨트롤타워 구축이 이루어져야 한다. 온·오프라인 상담시설 및 상담 인력의 전문성 강화가 요구되며, 미디어 과의존 청소년 치유 캠프 증설 및 부모 참여 유도 정책을 통한 효과성을 제고할 필요가 있다. 유해 콘텐츠에 대한 보다 체계적이고 적극적인 모니터링이 이루어져야 한다.

둘째, 부모를 대상으로 한 미디어교육의 강화이다. 부모참여형 소셜리빙랩 운영은 자녀의 미디어 이용에 대한 부모의 인식이나 자녀와의 소통 방식에 큰 영향을 미쳤다. 따라서, 소셜리빙랩 접근에 의한 부모 미디어 교육을 다양한 지역, 계층, 연령, 자녀 교육 상황 등에 놓인 부모를 대상으로 확대 적용할 필요가 있다. 또한 최근 유행하는 메타버스나 게임

등을 활용하여 부모와 자녀가 함께 참여하는 소셜리빙랩 운영을 강화할 필요가 있다. 아울러 부모 미디어 교육 지원을 위한 온라인 커뮤니티형 플랫폼 개발도 절실하다.

셋째, 청소년들의 미디어 리터러시교육 강화이다. 이를 위해 최근 문제가 되고 있는 가짜뉴스를 비롯한 허위조작정보를 분별해 낼 수 있는 능력이 요구된다. 또한 이용자의 취향이나 관심 등을 반영한 데이터를 활용하여 수익을 얻는 디지털 플랫폼에 대한 비판적 이해 역량도 필요하다. 특히 청소년의 긍정적 미디어 활용이 점차 중요해지는 만큼 미디어를 매개로 사회에 참여할 수 있는 역량을 함양하는 것이 어느 때보다도 중요하다.

ABSTRACT

The purpose of this study is to conduct an in-depth analysis of teenage media use and derive evidence-based policy responses that can foster digital citizenship among teenagers.

Based on the results of a survey, the time spent on media among adolescents increased significantly due to the COVID-19 pandemic. In this regard, the percentage of obsessional tendencies towards media also stood out. YouTube was found to be the most enjoyed media activity by most of the youth. YouTube, which is used for leisure purposes and information acquisition, is becoming a major channel for them to obtain current news and information. It was found that reconceptualization of media literacy at the site of school education and active media education are needed, and policy efforts are also required to bridge the digital divide.

The results of a media panel survey revealed that recent notable trends are an increase in the consumption of video content, a surge in popularity of OTT services including YouTube, and the generalization of smartphone use. In addition, as a result of comparing adolescents' critical media literacy (content classification ability (i.e., media content

genres), Internet search activities, image effects of mass media, and media background knowledge) with respondents from other age groups, overall, their media literacy was evaluated to be relatively good, but it was found that the background knowledge related to the media industry and regulations was somewhat insufficient.

According to an interview survey, YouTube was a very common and useful tool for teenagers. In other words, YouTube was a useful medium to provide college admission advice and methods of learning to college prep students, and to male students who liked games, it played a role in teaching skills and techniques to play games well. Instagram also played an important role in sharing details of their lives in cyberspace and communicating with their peers, making it very popular among teenagers. In general, adolescents recognized the positive functions of media and considered stress relief and interest pursuit as their main motives for using media.

The result of operating a parent-participating social living lab program found that the participants gained a new understanding in the process and showed significant changes after the program ended. In the process of participation, participants (parents) experienced communion with their peers through "sharing common experiences with peer parents" and "sympathy through honest and open dialogue"; through individual task activities, they experienced communication with their children in a new way, including "attempts to communicate to listen to their children's positions

and thoughts" and "sharing parents' learning process and efforts".

This study presents policy proposals by dividing them into several aspects as follows.

First, it is necessary to improve the related systems and build infrastructure to foster healthy media use habits and media literacy among adolescents. Above all, legislation to revitalize media literacy education should be enacted and a control tower should be formed that includes related government ministries (the Ministry of Education, the Korea Communications Commission, the Ministry of Culture, Sports and Tourism, and the Ministry of Gender Equality and Family) and nongovernment experts. It is required to strengthen on/offline counseling facilities and the expertise of counseling personnel, and increase the effectiveness through expansion of healing camps for media-overdependent adolescents and policies to promote parental participation. A more systematic and active monitoring of harmful content is also required.

Second, media education for parents should be strengthened. The operation of a parent-participating social living lab program had a significant effect on parents' perceptions of their children's media use, and communication methods with their children. Therefore, it is necessary to expand and apply media education for parents through the social living lab approach to parents with different factors related to their geographical location, social class types, and age groups, as well as educational situations of their children.

Furthermore, it is recommended to promote the operation of social living labs in which parents and children participate together by using the recently popular metaverses and games. There is also an urgent need for developing an online community-type platform to support media education for parents.

Third, media literacy education for young people should be enhanced. To this end, their ability to discern false information, including fake news, which has become an issue recently is required. In addition, it is necessary to have the ability to critically recognize digital platforms that generate profits by using data that reflects users' tastes and interests. In particular, as desirable use of media by young people becomes increasingly important, it is more important than ever to cultivate the ability to participate in society through media.

2021년 한국청소년정책연구원 간행물 안내

기관고유과제

- 21-R01 아동·청소년 대상 디지털 성범죄 현황 및 대응방안 연구 / 장근영·임지연
- 21-R02 지역사회 청소년 스포츠 활동 활성화 방안 연구 / 김정숙·정은주·정현우
- 21-R03 10대 청소년의 정신건강 실태조사 / 최정원·문호영·전진아·박용천
- 21-R04 청소년 정치참여 실태와 활성화방안 연구 / 모상현·최용환·남미자·정건희
- 21-R05 미래지향적 청소년 시설 및 공간 혁신방안 연구 / 김경준·강경균·변나향
- 21-R06 아동·청소년의 놀이 실태 및 성장지원 방안연구 / 김영한·이유진
- 21-R07 청년의 사회적 고립 실태 및 지원방안 연구 / 유민상·신동훈
- 21-R08 장애청소년 친화적 청소년정책 추진방안 연구 / 김지연·김승경·오욱찬·정소연
- 21-R09 청소년 분야 한국판 뉴딜 대응전략 연구 / 최창욱·좌동훈·성은모·남화성
- 21-R10 2021 아동·청소년 권리에 관한 국제협약 이행 연구 -한국 아동·청소년 인권실태: 총괄보고서 / 김영지·최홍일·유설희·이민희·김진호
- 21-R10-1 2021 아동·청소년 권리에 관한 국제협약 이행 연구 -한국 아동·청소년 인권실태: 심화분석보고서 / 유성상
- 21-R10-2 2021 아동·청소년 권리에 관한 국제협약 이행 연구 -한국 아동·청소년 인권실태: 총괄보고서 / 김영지·최홍일·유설희
- 21-R11 지역사회 네트워크를 활용한 청소년 성장지원정책 추진체계 구축 방안 연구 III / 황세영·이경상·송민경·조윤정
- 21-R12 포스트 코로나 시대의 청소년정책 대응 방안 연구 / 서정아·성윤숙·홍순구·권일남
- 21-R12-1 비정형 민원 데이터를 활용한 청소년 정책의제 도출 / 홍순구·임지연
- 21-R12-2 공공데이터를 활용한 청소년 정책의제 도출 / 홍성효
- 21-R13 2021 한국 아동·청소년 패널조사 / 하형석·황진구·김성은·이용해
- 21-R13-1 2021 한국 아동·청소년 패널조사: 데이터분석보고서 / 김성은·박찬호
- 21-R14 2021 다문화청소년 종단연구 / 양계민·장윤선·정윤미·한지형

21-R14-1 2021 다문화청소년 종단연구: 기초분석보고서(1기 패널) / 양계민·장윤선·정윤미·한지형

21-R14-2 2021 다문화청소년 종단연구: 기초분석보고서(2기 패널) / 양계민·장윤선·정윤미·한지형

협동연구과제

경제·인문사회연구회 협동연구총서 21-76-01 학교밖 청소년 지역사회 지원방안 연구Ⅳ: 질적 패널조사를 중심으로 / 김희진·서고운·김은정 (자체번호 21-R15)

경제·인문사회연구회 협동연구총서 21-76-02 학교밖 청소년 지역사회 지원방안 연구Ⅳ: 질적 종단자료 심층분석보고서 / 김희진·서고운·김미정·류정희·권지성 (자체번호 21-R15-1)

경제·인문사회연구회 협동연구총서 21-77-01 청소년의 건강권 보장을 위한 정책방안 연구Ⅲ: 후기청소년 / 임희진·황여정·유성렬 (자체번호 21-R16)

경제·인문사회연구회 협동연구총서 21-77-02 청소년의 건강권 보장을 위한 정책방안 연구Ⅲ: 후기청소년 - 해외사례 분석 / 임희진·박윤주·황여정 (자체번호 21-R16-1)

경제·인문사회연구회 협동연구총서 21-77-03 청소년의 건강권 보장을 위한 정책방안 연구Ⅲ: 후기청소년 - 기초분석보고서 / 임희진·황여정 (자체번호 21-R16-2)

경제·인문사회연구회 협동연구총서 21-78-01 청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책대응방안 연구Ⅱ: 10대 청소년 / 배상률·이창호·김남두 (자체번호 21-R17)

경제·인문사회연구회 협동연구총서 21-78-02 청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책대응방안 연구Ⅱ: 10대 청소년 - 청소년 미디어 교육 지원을 위한 부모 참여 중심 소셜리빙랩 운영 방안 / 정현선·조병영·권은선·김광희 (자체번호 21-R17-1)

경제·인문사회연구회 협동연구총서 21-78-03 청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책대응방안 연구Ⅱ: 10대 청소년 - 기초분석보고서 / 배상률·이창호 (자체번호 21-R17-2)

경제·인문사회연구회 협동연구총서 21-79-01 청년 빈곤 실태와 자립안전망 체계 구축방안 연구Ⅰ / 김형주·연보라·정세정·변금선 (자체번호 21-R18)

경제·인문사회연구회 협동연구총서 21-80-01 청년 사회 첫 출발 실태 및 정책방안 연구Ⅰ: 일자리 / 김기현·배정희·김창환·성재민 (자체번호 21-R19)

경제·인문사회연구회 협동연구총서 21-80-02 2021년 청년 사회·경제 실태조사 - 기초분석보고서 / 김기현·배정희 (자체번호 21-R19-1)

수 시 과 제

- 21-R20 보호종료아동 및 자립준비청소년 자립지원 현안과 과제 / 김지연
- 21-R21 청소년 자살 원인 탐색 및 예방 대책 연구 / 서고운
- 21-R22 포스트 코로나 시대의 청소년활동 활성화 방안 연구 / 문호영
- 21-R23 청년정책연구 분야별 현황 분석 / 신동훈·김세현
- 21-R24 학교미디어교육센터 설치 유형별 지역 안착방안 / 배상률
- 21-R25 이주배경 아동·청소년 행정자료 연계 및 법제화방안 연구 / 양계민

연구개발직립금

- 21-R26 정책동향분석 / 이지연

수 탁 과 제

- 21-R27 제4차 청소년보호종합대책 수립을 위한 기초연구 / 김승경·배정희
- 21-R28 청소년지도자 처우개선 및 청소년시설 운영기준 수립 연구용역 / 최용환·이희철·장혜윤
- 21-R29 청소년 자살예방 교육프로그램 효과성 분석 연구 / 김형주·강영배
- 21-R30 2021년 학교폭력 예방교육 컨설팅 매뉴얼 / 성윤숙·방인자·김유민·조아라
- 21-R31 2020 학교폭력 예방교육 어울림 프로그램 적용효과 분석 / 성윤숙·홍성호·김현수·장원빈
- 21-R32 한국 아동·청소년 삶의 질 지표 구축 방안 연구Ⅱ / 유민상
- 21-R33 2015년 개정교육과정에 따른 학교폭력 예방 어울림 교과 연계 프로그램(중학교용-영어) / 성윤숙·임희진
- 21-R34 2015년 개정교육과정에 따른 학교폭력 예방 어울림 교과 연계 프로그램(중학교용-기술·가정) / 성윤숙·서정아
- 21-R35 2015년 개정교육과정에 따른 학교폭력 예방 어울림 교과 연계 프로그램(중학교용-체육) / 성윤숙·김영지
- 21-R36 2015년 개정교육과정에 따른 학교폭력 예방 어울림 교과 연계 프로그램(고등학교용-영어) / 성윤숙·임희진

- 21-R37 2015년 개정교육과정에 따른 학교폭력 예방 어울림 교과 연계 프로그램(고등학교용-기술·가정) / 성윤숙·서정아
- 21-R38 2015년 개정교육과정에 따른 학교폭력 예방 어울림 교과 연계 프로그램(고등학교용-체육) / 성윤숙·김영지
- 21-R39 2020년 학부모용 학교폭력 예방교육 소식지 모음집 / 성윤숙·김옥수
- 21-R40 어울림 프로그램으로 열어가는 학교폭력 예방교육 안내서(초등학교용) / 성윤숙·김정민·김효주·장원빈
- 21-R41 어울림 프로그램으로 열어가는 학교폭력 예방교육 안내서(중학교용) / 성윤숙·김옥수
- 21-R42 어울림 프로그램으로 열어가는 학교폭력 예방교육 안내서(고등학교용) / 성윤숙
- 21-R43 이주배경 아동·청소년 현황통계 생성을 위한 행정자료 연계방안 연구 / 양계민·장윤선
- 21-R44 2020년 청소년종합실태조사 / 김기현·문호영·황세영·유민상·이용해·김규희
- 21-R45 2021년 학교폭력 예방교육 어울림 학생서포터즈단 시범 운영 매뉴얼 / 성윤숙·장원빈·최동혁·김예원
- 21-R46 (초등용) 학업중단 위기 학생을 위한 비대면 꿈지락 / 황세영·송원일·배수인·유한별
- 21-R47 (중등용) 학업중단 위기 학생을 위한 비대면 꿈지락 / 황세영·송원일·배수인·유한별
- 21-R48 미디어 리터러시 교육 지원체계 구축방안 연구 / 배상률
- 21-R49 강원 2024 청소년 참여 기본계획 / 김정숙·김경준·정은주·이용해·김혁진
- 21-R50 보호대상아동 심리정서지원체계 통합구축방안 연구 / 김지연·이상정·정소연
- 21-R51 위기청소년 자립지원 표준화방안 및 평가지표 개발 연구 / 김지연·정경은·권해수
- 21-R52 인천 다문화교육 종합발전방안 연구 / 연보라·김정숙·신동훈·김재우
- 21-R53 지자체 및 중앙부처 청년정책 분야별 시행계획 평가방안 심화연구 / 배정희·장근영·이용해
- 21-R54 청소년상담사 자격제도 개선연구 / 최창욱·좌동훈
- 21-R55 청소년 참여활성화 및 권리의식 신장을 위한 제도적 기반 연구 / 좌동훈·김지수
- 21-R56 2021년 대학 성희롱·성폭력 전담기구 실태조사 / 정은주·문호영
- 21-R57 포스트코로나 시대의 성남시 청소년서비스 수요분석과 대안전략 수립 연구 / 최용환·곽창규·김민주
- 21-R58 2021 특수교육대상자 인권실태조사 / 김성은·김영지·김지연·강경균·서고운·최홍일·임경원
- 21-R59 학교 성희롱·성폭력 사안처리 컨설팅 매뉴얼 / 정은주·임지연
- 21-R60 (2022년 개정판)어울림 프로그램으로 열어가는 학교폭력 예방교육 안내서(초등학교용) / 성윤숙·유설희·장원빈

- 21-R61 (2022년 개정판)어울림 프로그램으로 열어나가는 학교폭력 예방교육 안내서(중학교용) / 성윤숙·유설희·김예원
- 21-R62 (2022년 개정판)어울림 프로그램으로 열어나가는 학교폭력 예방교육 안내서(고등학교용) / 성윤숙·유설희·신보람
- 21-R63 지속가능한 청소년국제교류사업 발전방안 연구 / 양계민·김민
- 21-R64 2021 경기도 다문화학생 직업교육 지원방안 / 양계민·장윤선·강희숙
- 21-R65 이주배경 청소년 실태조사 / 양계민·정유미·장윤선
- 21-R66 학업중단 위기 청소년의 유형별·단계별 지원 방안 / 김영지·박하나·손진희
- 21-R67 학업중단 예방을 위한 지역자원 유형 조사 및 연계 방안 / 김성은·송원일·최홍일·배수인
- 21-R68 2021년 청소년방과후아카데미 효과만족도 조사 연구 / 서정아·조아미
- 21-R69 포스트코로나 시대의 한·중 청소년 생활실태 및 가치관 비교연구 / 배상률·장수·김수영
- 21-R70 니트 등 비경제활동 청년층의 노동시장 유입을 위한 정책방안 연구 / 김기현·유민상·배정희·신동훈
- 21-R71 청년정책 해외사례 및 시사점 / 김기현
- 21-R72 청년과 정의 연구 / 김기현
- 21-R73 이주배경 아동·청소년 지원 지역기관 연계 시범사업 모니터링, 평가 및 모델개발(2차) / 연보라·좌동훈·장윤선·김재우·오성배·장흔성
- 21-R74 2021 학교 밖 청소년 실태조사 / 김희진·임희진·김정숙·서고운
- 21-R75 다함께돌봄센터 운영 실무 개발 연구 / 황진구·좌동훈
- 21-R75-1 다함께돌봄센터 운영 실무 매뉴얼 / 황진구·좌동훈
- 21-R76 강진 청소년문화예술센터 건립 연구용역 / 김영한·이유진·선민철·이상선
- 21-R77 2021년 지역사회 청소년 성장지원 모델 운영사업 / 황세영·이경상·유민상·최홍일

세미나 및 워크숍 자료집

- 21-S01 2020 학교폭력 예방교육 어울림 프로그램 우수사례집 (1.28)
- 21-S02 2021년 학교폭력 예방교육 컨설팅단 워크숍(1.27)
- 21-S03 2020년 어울림 프로그램 운영 우수사례 시상 및 성과보고회(1.28)
- 21-S04 청년 연속기획포럼: 『2020 한국청년을 말한다』3차 포럼-한국청년, 무엇을 원하는가?(1.15)
- 21-S05 청소년정책 토론회 『코로나 팬데믹, 그리고 청소년』(2.26)

- 21-S06 2021년 학교폭력 예방교육 어울림 학생서포터즈단 발대식 및 사전교육 자료집(6.5)
- 21-S07 근거기반 이주배경청소년정책 추진방안모색을 위한 전문가 포럼(7.27)
- 21-S08 21세기 비전, 한국-몽골 청소년의 유라시아 이니셔티브(7.19)
- 21-S09 대안교실 프로그램(꿈지락) 이해 및 활용 직무연수 자료집(7.27)
- 21-S10 2021년 학교폭력 예방교육 컨설팅단 상반기 성과보고회(8.10)
- 21-S11 2021 학업중단 예방 및 대안교육 포럼: 미래 대안교육, 함께 길을 찾다-청소년에게 맞춤형 교육기회를(8.20)
- 21-S12 대안학교 및 대안교육특성화학교 역량강화 연수(8.18)
- 21-S13 2021년 학교폭력 예방교육 발전방안 포럼(8.18)
- 21-S14 2021 미디어교육 현장지원단 워크숍: 학교 미디어교육 활성화 제고 및 현장 적용 방안 수업의 실제와 사례 공 유(8.13)
- 21-S15 National Youth Policy Review: India(6.14)
- 21-S16 National Youth Policy Review: Malawi(6.21)
- 21-S17 제41회 청소년정책포럼: 미래 청소년 정책의 새로운 구상(11.5)
- 21-S18 National Youth Policy Review: Gambia(6.29)
- 21-S19 2021년 학교폭력 예방교육 어울림 학생서포터즈단 중간워크숍 자료집(8.21)
- 21-S20 제4회 한일진로교육포럼: 코로나 시대의 진로교육, '다양한 배움의 장'에서의 진로교육기회보장에 관한 한일비교 (9.25)
- 21-S21 미래를 대표하기: 핀란드 정부의 청소년 참여 정책(9.10)
- 21-S22 제12차 청년정책포럼: 청년의 사회적 고립 실태 및 대응방안(10.5)
- 21-S23 콜로키움 Mongolian Youth Policy Review 5차(10.1)
- 21-S24 콜로키움 Guatemalan Youth Policy Review 6차(10.8)
- 21-S25 Youth and Public Policy in Afghanistan(11.22)
- 21-S26 제42회 청소년정책포럼: 청소년 정치참여 현안과제 및 활성화 방안 모색(11.25)
- 21-S27 청소년정책 릴레이 토론회 자료집 '환경변화에 따른 청소년 위기상황 대응 및 보호지원 방향'(10.27)
- 21-S28 영국의 청년 고용 및 훈련 정책(11.23)
- 21-S29 청소년정책 릴레이 토론회 자료집 '뉴노멀 시대의 청소년 활동 환경 조성 방안'(11.3)
- 21-S30 청소년정책 릴레이 토론회 자료집 '뉴노멀 시대의 청소년 복지정책 방향'(11.10)
- 21-S31 직원역량 콜로키움: 실무자를 위한 예산 편성의 실제(11.22)
- 21-S32 2021 대안학교 관리자 및 담당자 역량 강화를 위한 랜선토크 워크숍 자료집(11.25)

- 21-S33 청소년 정책 토론회: 청소년활동 프로그램 성인지 감수성 제고 방안(12.2)
- 21-S34 지역사회 네트워크를 활용한 청소년 성장지원 정책 추진체계 구축 시범사업Ⅲ" 시범사업기관 성과공유 워크숍 (11.24)
- 21-S35 미국 연방정부 및 주정부의 주요 청소년 정책 사례(12.3)
- 21-S36 제10회 한국아동청소년패널 학술대회(11.19)
- 21-S37 2021년 우수 대안교육 위탁교육기관 지원사업 연차평가 사전 워크숍(12.17)
- 21-S38 2021 학업중단예방 집중지원학교 및 대안교실 성과공유회(12.16)
- 21-S39 2021 대안교육 위탁교육기관 담당자 역량강화 연수(12.16)
- 21-S40 청소년 정책 토론회: 청소년 참여활성화 및 권리의식 신장을 위한 제도(12.15)

학 술 지

- 「한국청소년연구」 제32권 제1호(통권 제100호)
- 「한국청소년연구」 제32권 제2호(통권 제101호)
- 「한국청소년연구」 제32권 제3호(통권 제102호)
- 「한국청소년연구」 제32권 제4호(통권 제103호)

기타 발간물

- NYPI Bluenote 이슈 & 정책 130호 : 청소년활동의 사회적 가치 제고방안 연구
- NYPI Bluenote 이슈 & 정책 131호 : 청소년지도자 양성시스템 재구축 방안 연구Ⅱ
- NYPI Bluenote 이슈 & 정책 132호 : 국가 미래 인적자원으로서 재외동포청소년 성장과 지원방안 연구 Ⅲ
- NYPI Bluenote 이슈 & 정책 133호 : 지역사회 네트워크를 활용한 청소년 성장지원 정책 추진체계 구축방안 연구 Ⅱ
- NYPI Bluenote 이슈 & 정책 134호 : 학교 밖 청소년 지역사회 지원방안 연구Ⅲ: 질적 패널조사를 중심으로
- NYPI Bluenote 이슈 & 정책 135호 : 청소년 빅데이터 체계 구축 및 활용방안 연구
- NYPI Bluenote 이슈 & 정책 136호 : 청소년·청년의 플랫폼 노동 실태와 대응 방안 연구

- NYPI Bluenote 통계 53호 : 위기청소년 실태 파악을 위한 예비조사 결과
- NYPI Bluenote 통계 54호 : 아동·청소년의 주거환경 인식조사
- NYPI Bluenote 통계 55호 : Z세대 10대 청소년의 가치관 변화 연구
- NYPI Bluenote 통계 56호 : 청년 사회·경제실태 및 정책방안 연구Ⅴ
- NYPI Bluenote 통계 57호 : 위기청소년 건강권 실태
- NYPI Bluenote 통계 58호 : 2020 다문화청소년 종단연구 2기 패널 주요 조사 결과
- NYPI Bluenote 통계 59호 : 청소년 혐오표현 노출 실태 연구
- NYPI Bluenote 통계 60호 : 청년 핵심정책 대상별 실태 및 지원방안 연구Ⅲ: 청년 이직자
- NYPI Bluenote 통계 61호 : 10대 청소년 미디어 이용 실태
- NYPI Bluenote 통계 62호 : 한국아동·청소년패널조사 2018 제3차년도 주요 조사 결과 및 데이터
분석·활용
- NYPI Bluenote 통계 63호 : 아동·청소년인권실태조사

연구보고 21-R17

청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책대응방안 연구II: 10대 청소년

인 쇄 2021년 12월 23일

발 행 2021년 12월 31일

발행처 한국청소년정책연구원
세종특별자치시 시청대로 370

발행인 김 현 철

등 록 1993. 10. 23 제 21-500호

인쇄처 아르빛

사전 승인없이 보고서 내용의 무단전재복제를 금함.

구독문의 : (044) 415-2125(학술정보관)

ISBN 979-11-5654-341-1 94330

979-11-5654-340-4 (세트)

연구보고 21-R17

청소년 미디어 이용 실태 및 대상별 정책대응방안 연구 II: 10대 청소년

 **한국청소년정책연구원**
National Youth Policy Institute

30147 세종특별자치시 시청대로370 세종국책연구단지
사회정책동(D동) 한국청소년정책연구원 6/7층
Social Policy Building, Sejong National Research Complex, 370,
Sicheong-daero, Sejong-si, 30147, Korea
Tel. 82-44-415-2114 **Fax.** 82-44-415-2369



ISBN 979-11-5654-341-1
ISBN 979-11-5654-340-4(세트)