

I. 서 론

1. 연구의 목적 및 필요성

청소년들의 인터넷 이용은 이제 생활상의 매우 중요한 부분으로 자리잡아 가고 있다. 국가정보화사업의 추진으로 인한 인터넷 고속통신망의 설치와 정보통신기기의 보급은 가정과 학교, 그리고 사회의 어느 곳에서나 손쉽게 인터넷을 이용할 수 있는 환경이 되었다. 청소년들에게는 꿈과 잠재력을 마음껏 발휘할 수 있는 무한한 정보의 바다가 눈앞에 펼쳐지고 있는 것이다. 그러나 다니엘 벨(Daniel Bell)을 비롯한 여러 학자들은 이러한 정보사회에 대하여 장밋빛 전망뿐만 아니라 사생활침해, 개인간·국가간 정보격차, 비인간화, 과잉정보로 인한 수동적 인간상, 정보의 무감각 현상 등의 문제, 문화지체 등의 비판적인 견해도 내놓은 바 있다(한상완, 1999: 47~51).

그러면 현재 청소년들은 정보사회로 일컬어지는 오늘날의 사회에서 어떻게 생활하고 있는가? 특히, 청소년들이 수시로 접하고 있는 인터넷 공간 속에서의 생활상은 어떠한가? 그동안 정부에서는 정보화와 관련하여 PC보급률, 초고속 인터넷 보급률, 인터넷 이용률 등을 주요 지표로 삼는 패러다임을 전개하여 왔다. 그 결과, 2000년 1월 현재 인터넷 가입자 수는 OECD 국가 중 1위, 2001년 6월 현재 초고속 인터넷 접속 가구비율이 세계 1위 등 양적인 측면에서는 세계를 선도하는 수준으로 성장하였다(한국전산원, 2002: 31). 또한, 1990년대 중반 이후 인터넷 이용이 대중화되기 시작한 이래로 인터넷의 상업화는 급격한 진전을 보여, 음악, 영화, 문화, 교육, 금융 등 사회 대부분의 분야로 파급되고 있어서 인터넷 시장의 가능성이 현실화되는 단계에 있다. 우리나라의 경우 전체 도메인 가운데 .co가 차지하는 비율은 94%에 가

까우며, 이를 전체 도메인 비율과 비교해 보면, 인터넷의 지나친 상업화를 알 수 있다(한국전산원, 2002: 34).

이와 같은 인터넷 환경 속에서 우리나라 청소년들의 인터넷 이용률은 일본과 아시아, 유럽의 평균에 비해 월등히 높은 것으로 나타나고 있다. 2001년 4월 30일 현재, 20세 미만의 경우 우리나라 청소년의 이용률이 41.6%로 일본(18.4%), 아시아평균(30.0%), 유럽평균(22.0%)보다 높다(김효석, 2001: 8). 또한, 2001년 7월에서 9월 사이에 서울, 싱가포르, 타이페이에 있는 1,303명의 중학생을 대상으로 실시한 설문조사에서도 인터넷 이용율은 우리나라 학생들(97.8%)이 싱가포르(94.7%)나 타이페이(91.9%) 학생들보다도 가장 높게 나타났다. 그러나 온라인 활동 유형을 보면, 이메일, 게임, 음악을 다운로드 받는 것에 집중되어 있어서 이메일을 제외하고는 모두 오락과 관련된 활동인 반면, 웹 서핑을 하고 온라인 뉴스를 읽는 등 정보획득과 보다 밀접하게 연관된 활동에 참여하는 학생들의 비율은 상대적으로 적은 것으로 나타나고 있다. 즉, 우리나라 청소년들의 경우 인터넷에서 경험할 수 있는 다양한 활동에 참여하고 있긴 하지만, 정보 획득을 위한 활동보다는 오락과 관련된 활동에 더 많이 치중하고 있다(황진구 외, 2001: 231~232). 이는 최근 우리나라에서 국제적인 수준의 게임대회를 직접 주최하고, TV 정규프로그램을 통해서도 인터넷 게임을 직접 방송하는 것 등을 보더라도 쉽게 짐작할 수 있는 일이다. 이와 함께 최근 청소년들 사이에서는 인터넷 중독증의 확산, 인터넷을 통한 음란물 접촉 경험과 원조교제의 확대, 자살사이트 및 각종 범죄가 급증하고 있어 정보화의 부정적인 면을 부각시키는 결과를 초래하고 있다.

이러한 결과는 우리나라의 정보화 정책이 양적인 측면에 치중하여 인터넷에 접근할 수 있는 사회적 환경은 세계적인 수준에 도달해 있지만, 정보화의 차별성과 상업적인 콘텐츠 이외의 비상업적 콘텐츠의 경우에 흥미와 관심을 끌지 못하는 평이한 내용이나 심오한 고찰

을 요구하는 내용이 중심을 이루어 인터넷 콘텐츠의 불균형적인 발달을 가져오고 있으며, 정보통신기술의 이용이라는 측면에서도 뒤쳐져 있는 데에 원인이 있는 것으로 보여지고 있다. 실제로, 2000년 3월 현재, 우리나라에서 청소년에게 유익한 정보를 제공하는 인터넷 홈페이지는 전체 홈페이지의 0.32% 정도에 불과한 것으로 추정되고 있는데, 이는 청소년의 건전한 성장을 위해 일하고 있는 기관의 정보화 수준이 매우 낙후되어 있다는 데에 원인이 있는 것으로 보여지고 있다. 즉, 청소년단체 중에서 인터넷 홈페이지를 운영하는 경우는 50.8%이고, 청소년수련시설의 경우에는 27.5%에 불과하며, 홈페이지의 운영내용도 매우 취약한 것으로 나타나고 있다(황진구, 2000:48~51). 또한, 현재까지 청소년들의 정보화교육의 과정을 보면, 기술적 활용능력, 즉, 컴퓨터, 인터넷 등의 정보통신기기의 활용에 초점이 모아져 있어서 교사나 청소년들에게 있어서 컴퓨터와 인터넷은 교육방법과 수단으로서 주로 인식되며, 정보통신기기를 어떤 목적으로 어떤 방법을 통하여 무슨 내용을 가지고 교육할 것인가에 대한 종합적이고 체계적인 교육이 실시되고 있지 못하는 현실이다.

정보화의 양적인 확대 못지 않게 중요한 것은 정보통신 기술을 어떻게 적절하게 이용하고 있는가 하는 점이다. 고속 인터넷 전송망의 확대 못지 않게 청소년들에게 유익한 양질의 콘텐츠를 확보할 수 있도록 하는 일과 청소년이 활용할 수 있도록 연결하는 일이 중요하다. 이러한 일이 전제되지 않고는 청소년들이 유해한 정보에 탐닉하는 일, 그리고 오락과 게임만을 집중적으로 활용하는 행태에서 벗어나게 하는 일은 매우 어려울 것이다. 따라서 이 연구에서는 많은 시간을 인터넷 공간에서 생활하고 있는 청소년들로 하여금 보다 유익한 정보를 얻고 만족스러운 활동을 수행할 수 있도록 청소년 유익정보에 대한 실태조사를 기초로 정보제공기관의 실태와 문제점 등을 분석하고 청소년 유익정보를 증대할 수 있는 방안을 모색하는 것을 목적으로 하고 있다.

2. 연구의 내용

본 연구에서는 청소년들이 그들의 일상생활 중 많은 시간을 투자하고 있는 인터넷 공간에서의 활동을 보다 유익하게 전개할 수 있도록 다각적인 방안을 모색하는데 목적을 두고 있기 때문에 청소년 유익정보 콘텐츠에 대한 의미와 이의 활성화와 관련된 요인 탐색, 인터넷 상에서의 청소년들의 정보이용실태와 청소년정보 제공기관의 현황 등의 파악, 그리고 청소년 유익정보 콘텐츠의 증대 방안을 모색하는 것을 주요 연구내용으로 하였다.

첫째, 청소년 유익정보 콘텐츠와 활성화를 위한 관련 요인을 탐색하고자 하였다. 청소년에 대한 사회적 요구와 청소년의 독특한 문화적 특성을 고려하여 청소년 유익콘텐츠를 규범적 측면뿐만 아니라 실용적, 정서적 측면을 다양하게 고려하여 개념적으로 정의하고자 하였으며, 이러한 콘텐츠가 활성화 되어야 할 필요성, 그리고 유익콘텐츠의 활성화를 위해 고려되어야 할 요인들, 즉, 콘텐츠의 생산, 유통, 전달 등의 직접적인 영역과 청소년들에게 이용여건을 제공해주는 가정, 학교, 사회, 정부 등의 사회제도와 사회 전체의 유익/유해 콘텐츠의 범위와 정도, 내용 등을 규정짓고 방향짓는 사회가치와 규범 등의 이용 환경과 관련된 영역의 중요성에 대해서 언급하였다. 또한, 포털사이트, 영화, 음악, 온라인게임, 교육콘텐츠, 공공정보, 무선인터넷콘텐츠 등 국내 인터넷 콘텐츠 제공 환경과 관련 법·제도를 파악하였다.

둘째, 청소년들의 인터넷정보 이용실태와 유익정보 콘텐츠에 대한 인식을 파악하고자 하였다. 청소년들이 인터넷 공간상의 어떠한 정보에 관심을 가지고 있고, 주로 어떤 정보를 이용하고 있는지, 그리고 청소년들에게 유익한 정보는 무엇이고, 그러한 정보는 제대로 제공되고 있는지, 또한, 청소년들이 유해정보의 접촉에서 벗어나 유익정보를 보다 활용하기 위해서는 어떠한 대안들을 마련해야 하는지 등을 알아보

고자 하였다. 특히, 정보 영역을 학습정보, 성교육·상담정보, 영화·음악 등 문화활동정보, 진학·취업정보, 컴퓨터 관련정보, 야영수련활동, 자원봉사활동, 방송·연예정보, 스포츠정보, 쇼핑정보, 미용·패션정보, 쇼핑정보 등의 유익정보와, 음란물정보, 자살사이트정보, 폭탄사이트 등의 유해정보로 구분하여 각 정보에 대한 이용실태와 유익정보에 대한 그들의 인식 및 요구를 파악하였다.

셋째, 청소년 정보제공기관의 현황 및 유익정보컨텐츠에 대한 인식을 파악하고자 하였다. 현재 인터넷 상에서 서비스되고 있는 청소년 정보컨텐츠를 제공기관별, 영역별, 설립연도별로 조사함으로써 유익 정보 컨텐츠의 실태를 분석하였으며, 이를 토대로 청소년 정보 제공기관의 현황을 파악하였다. 청소년 정보 제공기관의 정보화 환경은 기관의 정보 운영에 필수적이라 할 수 있는 정보 제공 인력 현황(기관 홈페이지 운영에 참여하고 있는 전체 인력, 기능별 인력 등)과 운영시스템 환경(운영시스템의 종류, 도입 및 교체시기 등)을 파악하였다. 또한, 청소년 유익정보에 대한 인식과 청소년 유익정보를 판단하는 기준에 대한 인식을 토대로 청소년 유익정보라는 개념의 실질적 의미를 살펴보고자 하였다. 또한, 최근 사회적으로 논의되고 있는 인터넷내용등급제도와 컨텐츠품질인증제도의 효과를 예측하고 그 밖의 정책 방안 및 제도적으로 뒷받침되어야 할 사항들을 파악하고자 하였다.

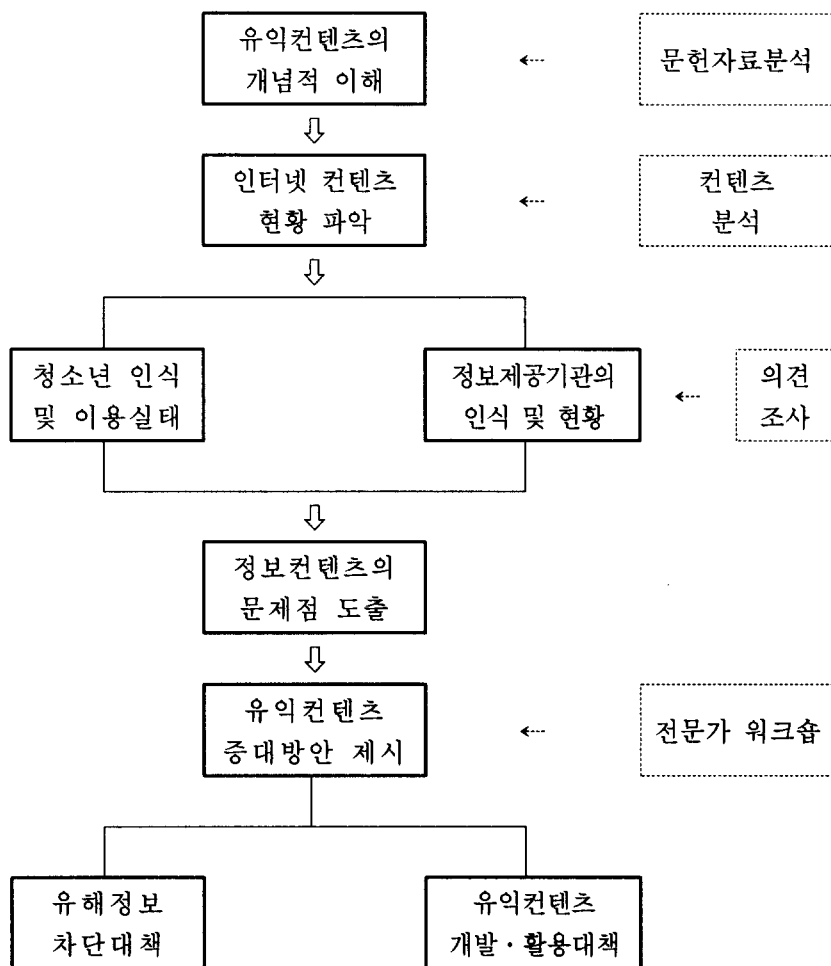
넷째, 청소년 유익정보 컨텐츠를 증대할 수 있는 방안을 모색하고자 하였다. 인터넷 정보 컨텐츠에 대한 청소년의 인식과 정보제공기관의 실태, 그리고 청소년을 비롯한 관련 전문가들의 의견을 토대로 유익정보 컨텐츠를 증대하기 위한 대안을 모색하고자 하였다. 특히, 청소년 유익컨텐츠를 활성화하기 위해서 유해정보를 차단하는 일과 유익정보를 개발하는 일 등을 동시에 고려해야 할 필요가 있음을 강조하고자 하였다. 즉, 청소년들을 유해정보로부터 차단하기 위한 가정·학교·사회에서의 다각적인 조치와 함께 청소년들의 흥미를 유발할 수

있는 다양한 유익콘텐츠의 생산과 제공, 그리고 이러한 콘텐츠 개발을 촉진하기 위한 사회환경적 지원 및 개발된 유익콘텐츠의 효과적인 활용전략 등이 종합적으로 이루어질 필요가 있음을 논의하였다.

3. 연구 절차 및 주요 연구방법

인터넷 유익콘텐츠의 효과적인 증진 방안을 마련하기 위해서 먼저 문헌·자료의 분석을 통해 콘텐츠와 활성화와 관련된 요인 등을 포함하는 인터넷 유익 콘텐츠에 대한 개념적 이해를 하였으며, 실제 인터넷 상에서 제공되고 있는 청소년 관련 콘텐츠에 대한 분석을 실시하였다.

또한, 이들 청소년콘텐츠에 대한 청소년들의 이용실태와 인식, 그리고 청소년 정보제공기관의 정보화 환경과 콘텐츠 실태 및 정보 담당자의 인식 및 요구 등을 파악하였다. 이러한 과정을 통하여 청소년 정보콘텐츠의 문제점을 파악하였으며, 청소년을 비롯하여 청소년 및 정보 관련 전문가 등의 의견을 수렴하여 청소년 유익정보 콘텐츠 증대방안을 유해정보 차단 대책과 유익콘텐츠 개발·활용대책의 두 가지 차원으로 나누어서 도출했다. 유해정보 차단 대책으로는 가정에서의 대책, 학교 및 교육 제도적 차원의 대책, 사회에서의 대책을 마련했으며, 유익콘텐츠 개발·활용대책으로는 정보 생산 및 제공차원의 콘텐츠 개발 대책, 사회환경적 차원의 콘텐츠 개발 대책, 청소년 유익콘텐츠 활용 대책으로 나누어 구체적인 대안을 제시하였다.



<그림 I-1> 연구의 절차

1) 인터넷 정보검색

인터넷상의 청소년 유익정보 콘텐츠의 검색을 위하여 2002년 5월 20일~6월

15일 사이에 야후코리아(www.yahoo.co.kr), 심마니(www.simmani.com), 엠파스(www.empas.com), 네이버(www.naver.com), 한미르(www.hanmir.com), 다음(www.daum.net) 등의 주요 검색엔진을 조사하였다. 검색을 시작하기 전에 먼저 청소년유익정보사이트 개념에 대한 논의를 하였으며, 이를 통하여 청소년 유익정보를 청소년을 대상으로 한 학습, 생활, 진로, 상담, 수련, 교류, 동아리 정보, 인성교육, 종교교육, 자원봉사 등을 홍보하고 도움을 주는 사이트라고 정의하였다. 여기에서 초, 중, 고등학교와 대학의 홈페이지는 청소년유익사이트라고 인정했지만 검색이 용이하고 굳이 이 연구에서 검색할 필요가 없다고 생각하여 검색내용에는 포함하지 않았다. 또한, 많은 사이트는 청소년과 성인들에게 모두 유익하고 또 즐겨 찾게 될 것이라고 생각했지만 굳이 청소년유익정보 사이트에 넣을 필요가 없다고 생각했다. 예를 들면, 검색엔진, 뉴스, 예술, 쇼핑물, 오락, 정부 및 공공기관의 공식사이트 등은 검색대상에 넣지 않았다.

조사는 청소년 유익정보를 청소년, 학습, 생활, 수련, 상담, 진로, 동아리 등을 키워드로 1차 작업을 시작하였다. 그리고 검색한 사이트 중에서 추천사이트나 관련사이트를 단서로 또 다른 사이트를 찾았다. 청소년 관련단체 및 기관은 반드시 포함되어야 한다고 생각하여 먼저 단체명을 정리하고 다시 검색엔진을 사용하여 검색하였다. 검색과정 중 매개 사이트를 모두 방문하여 운영기관의 성격, 사이트명, 설립년도, 전화번호, 사이트 소개 등을 작성하였다.

1차 작업에서 찾은 사이트 2,200개 중 중복되거나 타당하지 않은 사이트를 제외한 것이 1,193개가 조사되었다. 2차 작업 때에도 많은 사이트를 방문하게 되었지만 기본적으로 중복되는 사이트가 대부분이었다. 2차 작업 때에는 이미 어떤 사이트는 업그레이드 중이고 혹은 프로세서버가 잘 작동되지 않는 사이트가 대략 20개 정도였는데 사이트가 존재하고 있었지만 완전하지는 않았다. 그리고 꼭 찾아야 된다고 생각한 청소년단체와 청소년관련 공공기관의 일부 홈페이지를 찾지

못했는데, 아마 아직 홈페이지를 만들지 않은 것으로 추정된다. 개인사이트나 동아리사이트도 우수한 것이 많았으나 설립년도나 운영단체분류 및 전화번호가 상세하지 않아서 찾지 못하였고 또 이런 것들이 가치가 없는 것으로 생각하였다.

2) 청소년 의견조사

서울·경기도 등 수도권 지역에 거주하고 있는 중·고등학교 학생 1,920명을 대상으로 인터넷 정보 이용실태, 청소년 유익정보에 대한 인식 등을 조사하였다.

(1) 조사내용

조사 내용은 크게 정보매체 활용 정도, 인터넷 정보이용실태, 유익정보에 대한 인식 및 요구, 유익정보 활성화에 대한 개선방향, 개인 정보 등 크게 5가지 영역으로 나누었으며, 각 영역별로 세부항목을 선정하였다.

첫 번째 조사영역은 정보매체 활용 정도인데, 이는 최근 청소년들의 이용이 확대되고 있는 유·무선인터넷과 전통적인 정보매체인 신문, 잡지, TV, 라디오 등과의 이용 정도를 비교·분석하기 위해서이다. 따라서 청소년들의 신문·잡지 구독시간, TV시청시간, 라디오청취시간, 인터넷접속시간, 이동통신 소유 여부 및 활용정도, 정보획득의 주요 매체를 조사하였다. 이 조사결과는 기존의 연구결과들(황진구 외, 2001; 정진웅, 2000)과 비교하면서 최근의 청소년 인터넷 정보이용 정도를 파악하였다.

<표 I-1> 설문지 내용 구성

영역	세부항목	문항수
정보매체 활용정도	· 신문, 잡지, TV, 라디오 이용정도 · 하루 평균 인터넷 접속시간 · 무선인터넷 활용여부와 이용정도 · 정보획득의 주요 매체	9
인터넷 정보이용 실태	· 인터넷정보의 이용율 및 이용시간 · 인터넷정보 활용 후 느낌 · 인터넷 이용 장소 · 인터넷정보 접촉 경로 · 동호회 가입여부 및 가입영역 · 인터넷 정보활용시 부딪히는 개인적인 어려움 · 청소년의 정보화 능력 · 인터넷정보검색 교육경험	11
유익정보에 대한 인식 및 요구	· 인터넷에서 유통되고 있는 유익정보의 정도 · 인터넷에 유통되는 정보의 문제점에 대한 인식 · 본인에게 가장 필요한 정보에 대한 인식 · 가장 취약하게 제공되는 정보에 대한 인식 · 청소년들에게 가장 유익한 정보에 대한 인식 · 유익정보로서 갖추어야 할 조건에 대한 인식 · 청소년정보제공기관의 이용율 및 만족도 · 만족도를 결정하는 요인에 대한 인식 · 청소년관련기관 이용정도가 낮은 이유	10
유익정보 활성화방향	· 인터넷내용등급제 실시에 대한 찬반 · 인터넷내용등급제 실시 후 효과	3
개인정보	· 성별, 학급, 성적, 지역 · 가정의 경제적 수준 · 컴퓨터 및 컴퓨터통신시설 보유 여부 · 인터넷 활용기간	8

두 번째 조사영역은 인터넷 정보에 대한 청소년들의 이용경향이 다. 이를 위해 청소년들이 인터넷상에서 접할 수 있는 다양한 정보 사이트를 조사하고, 이를 기반으로 주요 정보 영역을 9개로 분류한 후 각 영역별 세부정보를 추출하여 총 19개의 정보종류로 분류하였다.

<표 I-2> 정보영역 분야

	영역	정보종류
유익정보	학습정보	· 학교학습정보 · 진학 및 취업정보 · 시사 및 뉴스정보 · 성교육 상담정보 · 자원봉사활동정보
	컴퓨터관련정보	· 컴퓨터관련정보
	레저정보	· 야영 및 수련활동정보 · 여행정보
	취미활동정보	· 영화 등 문화활동정보 · 취미생활정보
	친목정보	· 커뮤니티정보
	게임정보	· 게임 및 오락정보
	연예스포츠정보	· 방송·연예정보 · 스포츠정보
	상품정보	· 미용패션정보 · 쇼핑정보
유해정보	유해정보	· 음란물정보 · 자살사이트정보 · 폭탄사이트정보

이렇게 분류된 각 정보에 대한 청소년들의 이용실태 및 경향을 조사하였다. 즉, 각 정보에 대한 인터넷 접속 횟수, 한번 접속 시 이용시간, 정보 이용 후 느낌, 정보이용의 주요 장소와 경로 등을 조사하였다. 그리고 이외에 인터넷 정보이용 피해 사례, 정보이용 만족도의 기준, 청소년들이 많이 가입하고 있는 커뮤니티 등을 조사하였다. 나아가 이러한 조사결과를 바탕으로 유익정보와 유해정보의 이용정도를 비교·분석하고 유익정보가 갖추어야 할 조건들을 부분적으로 유추해보았다.

세 번째 조사영역은 유익정보에 대한 청소년들의 인식 및 요구이

다. 현재 인터넷에 유통되고 있는 정보에 대한 인식, 청소년들에게 필요한 정보, 청소년 유익 정보가 갖추어야 할 성격 등을 조사하고자 하였다. 마지막으로 청소년 유익정보 활성화 방안으로 요즘 사회적으로 쟁점화 되고 있는 '인터넷 내용 등급제'와 정보화교육의 필요성에 관해 청소년들의 의견을 조사하였다.

(2) 조사대상의 표집

조사 대상은 수도권지역의 중학교, 인문고, 실업고 학생들을 각각 동수로 표집하였다. 서울 18개교, 경기도 11개교 총 29개교를 선정해 한 학급당 40명을 기준으로 남녀공학인 경우는 80부, 남녀별학인 경우는 40부를 배포해 총 1,920명(서울 960부, 경기도 960부)을 조사대상으로 선정하였다.

<표 I -3> 설문조사 대상 표집

(단위 : 명)

		중 학 교	인 문 고	실 업 고	계
남	서울	160	160	160	480
	경기	160	160	160	480
여	서울	160	160	160	480
	경기	160	160	160	480
계		640	640	640	1,920

조사대상을 수도권지역에 거주하고 있는 청소년들로 한정 한 것은 이 연구의 목적이 지역간의 정보격차보다는 인터넷 공간에서 유통되고 있는 유익정보에 대한 청소년들의 인식을 알아보기 위한 것이기 때문에 전국적인 조사보다는 인터넷을 자주 이용하는 집단이 연구 대상으로 더 적합하다고 판단했으며, 따라서 서울 및 수도권으로 대상지역을 한정하게 된 것이다.

(3) 조사 절차 및 분석방법

조사는 예비조사와 본 조사를 실시했다. 예비조사는 본 조사에 앞서서 설문지의 타당성을 검증하기 위해 2002년 6월 19일에 서울에 위치한 ○○정보산업고등학교 학생 40명을 대상으로 실시하였다. 예비조사를 통해서 청소년들에게 부적절한 용어를 수정하고, 설문내용의 타당성을 검증하였으며, 청소년들의 유익정보에 대한 인식을 나타낼 수 있는 새로운 문항을 추가하기도 하였다. 보다 구체적으로는 첫째, 중복되는 문항들을 통합하였다. 동일한 질문을 서로 다른 방식으로 질문하는 문항들은 한 문항으로 통합하였으며, 이중적으로 해석될 수 문항은 수정하고, 본 연구의 목적과 거리감이 있는 불필요한 문항은 삭제하였다. 둘째, 유익정보에 대한 청소년들의 이용경험뿐만 아니라 이용 후 그 정보에 대한 만족도를 파악할 수 있는 문항이 부족하다는 것을 발견하고 이를 추가하였다. 즉, 청소년들이 정보를 이용한 후 만족 혹은 불만족하다고 느꼈을 경우 그것을 판단하는 기준, 청소년관련 기관의 정보이용율이 낮은 이유 등을 알아볼 수 있는 문항을 새롭게 추가하였다. 이밖에 청소년들의 정보화능력과 관련된 문항을 새롭게 추가하였다. 이는 청소년 유익정보 활성화방안을 모색하는 데 있어서 필요한 기본자료로 활용될 수 있다고 판단했기 때문이다. 이러한 예비조사를 통해 수정된 설문지를 가지고 2002년 6월 23일~7월 23일 사이에 각 학교 교사들의 입회 하에 본 조사를 실시하였다. 이러한 절차를 거쳐서 배포된 설문지 총 1,920부 중 1,825부(95.1%)가 회수되었는데, 이중 불성실한 응답지 32부를 제외한 1,793부를 최종 분석에 사용하였다. 설문지 분석은 SPSSWin 10.0을 이용하여 빈도분석, 교차분석, 분산분석 등의 통계방법을 사용하였다.

3) 청소년정보 제공기관 전문가 의견조사

청소년단체 및 수련시설, 공공기관, 청소년인터넷 동아리 등 청소년 유익정보 콘텐츠를 제공하는 기관 담당자를 대상으로 청소년 유익정보 제공 기관의 인력, 예산, 운영방법 등의 현황과 청소년 유익정보 콘텐츠에 관련한 전문가들의 인식을 조사하였다.

<표 I -4> 설문지 내용 구성

영역	세부항목	문항수
청소년정보 제공기관의 정보화 환경	· 기관 홈페이지 운영 인력 · 운영시스템 서버 수 · 운영시스템 도입시기, 교체시기	8
청소년정보 제공기관의 정보운영실태 와 문제점	· 기관 홈페이지 현황 · 자료 업데이트 주기 · 홈페이지 개편 경험 · 홈페이지 개편 주기 · 홈페이지 운영 방식 · 홈페이지 홍보 방식 · 청소년 관련 정보의 문제점 · 청소년 취약 정보에 대한 인식 · 정보제공시 고려사항	15
청소년 정보콘텐츠에 대한 인식	· 청소년 취약 정보에 대한 인식 · 청소년 유익 정보에 대한 인식 · 청소년 유익 정보의 조건	3
청소년유익 정보콘텐츠 증대방안	· 인터넷등급제 실시 찬반여부, 유해정보 차단효과 등 · 콘텐츠품질인증제 실시 찬반여부, 효과 등 · 유익정보 증대 정책방안 · 청소년유익정보 증대 제도	9
개인정보	· 성별 · 근무기관, 근무경력	3

먼저, 청소년 정보 제공기관의 정보화 실태와 유익정보콘텐츠에 대한 인식 및 증대방안 등에 대한 의견 수렴을 위해 2002년 7월 30~9월 14일 사이에 현재 인터넷 상에서 청소년정보를 제공하고 있는 기관의

청소년정보 운영 담당자를 대상으로 의견조사를 실시하였다. 설문지 내용은 청소년정보 제공기관의 정보화 환경, 정보 운영 실태, 청소년 정보 관련 문제점 및 유익정보에 대한 인식, 청소년 유익정보컨텐츠 증대 방안, 개인정보 등 5개 영역으로 구성하였다.

조사는 청소년 사이트 검색 결과를 이용하여 유익정보를 제공하고 있는 기관을 포탈사이트, 청소년단체 및 수련시설, 종교단체, 교육기관, 문화 및 복지기관, 상담기관, 정부 및 지방자치단체, 청소년공동체 등의 8개 기관으로 분류하고, 각 기관별로 10개씩 총 80개의 사이트를 선정하여 전화면접 및 메일 등의 방법을 통해서 조사하였다. 1차 조사 결과 누락된 부분에 대해서 2차, 3차 대상기관을 추가로 선정하여 조사하였으며, 최종적으로 64개 기관(민간기관 44개, 정부기관 20개)이 분석 대상이 되었다.

<표 I -5> 조사 대상기관

	명(%)		
	민간	정부	전체
기관수	44	20	64
백분율	68.8	31.2	100.0

4) 워크숍 개최

2002년 10월 11일에 「청소년들의 유익정보컨텐츠 이용실태와 증대 방안」이라는 주제로 청소년, 청소년정보 제공기관 종사자, 대학교수, 정보센터 종사자 등이 참여하는 워크숍을 개최하여 청소년 유익정보에 대한 청소년과 성인들간의 개념적 인식의 차이와 청소년 정보제공기관의 문제점, 유익컨텐츠 활성화를 위한 대안을 제시하였다. 특히, 청소년의 입장에서 본 청소년 정보의 문제점과 대안에 대한 논의를 통해서 향후 청소년의 시각에서 청소년 정보기관이 나아가야 할 방향 등을 모색하였다.

II. 이론적 배경

1. 청소년 유익콘텐츠의 개념

콘텐츠는 흔히 문자, 그림, 음성, 동영상 등을 검색할 수 있도록 데이터베이스화되어 있거나 지적 재산을 인정할 수 있는 자료를 말한다. 이러한 콘텐츠는 유통경로의 모형에 따라 온라인과 오프라인으로 구분되는데, PC통신망과 인터넷망, 즉 온라인을 통해 유통되는 콘텐츠 관련 산업군을 좁은 의미의 디지털콘텐츠로 정의하고, 넓은 의미로는 다양한 저장매체(디스켓, CD롬, DVD)를 통해 디지털화 된 정보를 오프라인 기반으로 제공하는 것까지 모두 포괄한다(송재홍, 2002:24).

특히, 디지털콘텐츠는 기존 미디어와의 차별성으로 인해서 인터넷 콘텐츠, 멀티미디어콘텐츠 등과 혼용되어 사용되고 있는데, 인터넷에서 소통되는 내용 전체를 의미하고 있다. 즉, 네트워크와 네트워크 상에서 동작하는 소프트웨어 등의 하부구조를 기반으로 하여, 인터넷을 응용하여 전개하는 모든 정보 내용을 말한다. 예를 들면, 신문, 잡지 등의 기사나 새로운 뉴스, 오락게임, 교육 등을 포괄하며, 넓은 의미에서 전자 상거래도 정보를 제공하고 유통시키는 하나의 콘텐츠로 볼 수 있다(이동현, 2000: 29~30).

이러한 콘텐츠는 다양하게 분류되는데, 먼저 유통과 관련해서 크게 5가지 유형으로 나누기도 한다(송재홍, 2002:25). 첫째, 영화나 애니메이션처럼 한번 제작된 콘텐츠가 다양한 유통경로를 통해 반복적으로 소비되는 형태의 ‘멀티형 콘텐츠’, 둘째, 정보가 데이터베이스로 축적되어 이용되는 ‘축적형 콘텐츠’, 셋째, 서로 정보를 주고받는 데 가치

가 있는, 이른바 커뮤니케이션형 콘텐츠라고도 하는 ‘쌍방향적 콘텐츠’, 넷째, 신문과 텔레비전 뉴스 등 통신회사가 제공하는 속보성 가치를 지닌 ‘실시간 정보형 콘텐츠’, 다섯째, 정기적으로 정보를 수집·갱신하여 데이터베이스로 활용할 수 있는 ‘수집·갱신형 콘텐츠’ 등이 바로 그것이다.

그리고 사용자집단의 특성, 기술적 표현 형태, 위치적 특성 등에 따라서는 콘텐츠를 다음과 같이 분류할 수 있다(이동현, 2000:30~31). 첫째, 특정의 콘텐츠에 접근하는 사용자층은 대체로 일정한 속성을 가지고 있다. 해당 콘텐츠를 중심으로 이용자들의 특정 정보에 대한 지향 특성은 콘텐츠 분류에 있어 중요한 분류기준이 될 수 있다. 둘째, 기술적 표현 형태에 따라서 단순한 텍스트 형태에서 음성, 그래픽 등에 이르기까지 기술적 수준에 따라 콘텐츠의 표현양식은 다양하다. 이 표현 양식은 해당 콘텐츠의 선호도에 직·간접적으로 영향을 미친다. 셋째, 콘텐츠가 존재하는 네트워크상의 위치에 따라서 웹(web)에 오픈된 형태, 특정 BBS나 폐쇄 유저그룹, 심지어 무선인터넷 등 존재하는 위치에 따라 동일한 콘텐츠도 가치, 운영방식, 구축을 위한 기술적 조건들이 모두 다르다. 넷째, 이메일(e-mail) 콘텐츠를 들 수 있다. 종래에 전자우편은 비공유성이나 단방향성의 성향으로 단순한 의사전달 수단이었으나 HTML 방식이나 그래픽 데이터 등이 효과적으로 적용되면서 계량화된 속성으로 전이되고 있다. 이것은 전자우편이 메일 매거진(mail magazine)으로 활용되는 예가 급격하게 늘었기 때문이다. 다섯째, 상업성·영리성의 내재 여부에 따른 콘텐츠의 분류를 들 수 있다. 콘텐츠 운영주체의 영리확보 측면은 해당 콘텐츠의 경제적인 가치 자체를 규명한다. 오늘날 대부분의 비영리 성격의 콘텐츠까지 급격한 상품화가 이루어지고 있는 추세이다.

이와 같이 다양한 형태로 존재하고 있는 콘텐츠에 대해서 유익성 여부를 판단하기 위해서는 보다 신중한 접근이 필요하다. 보통 청소년

과 관련한 콘텐츠 내용에 대해서는 주로 유해성 또는 문제성 있는 콘텐츠에 대한 논의가 주를 이루어 왔는데, 유익정보콘텐츠에 대한 판단 기초도 주로 이와 대비되는 개념으로 논의되곤 한다. 즉, 콘텐츠가 해당 사회의 가치 규범 그리고 문화현상에 어느 정도 적합한가의 여부 및 해당 콘텐츠들이 청소년들의 성장 및 발달과정에 어떤 영향을 미칠 것인가가 결정요인이 된다(유지열, 2002: 31~32). 이는 지식기반의 정보사회는 인간의 자율성과 개성 그리고 창의력을 최대한 발휘될 수 있는 사회로서, 개인들은 이를 바탕으로 사회의 합리성과 효율성을 극대화시키며 나아가 공동체의 삶의 질을 향상시키는 사회라는 점을 전제한다. 따라서, 규범적 측면에서 유익한 콘텐츠라는 것은 정보사회에서 지향하는 개인 및 집단이 추구하는 가치를 극대화시키며, 나아가 이를 위한 사회규범이 잘 발휘되어 공동체의 삶의 질이 향상되는데 기여하는 것이다. 이러한 차원에서 청소년들에게 유익한 콘텐츠는 정보사회에 적합한 자질과 능력을 함양하고, 건전한 인격과 시민의식을 갖춘 시민을 양성하는데 도움이 되는 것이다. 지식정보사회의 자질과 능력은 사회생활의 핵심 도구인 정보통신기기를 능숙하게 이용하는 것이며, 이를 바탕으로 정보사회의 기본 가치인 창의력, 개성, 자율성을 발휘하여 개인과 사회발전에 기여하는 것이다.

그러나 청소년을 대상으로 하는 콘텐츠를 생각할 때에는 청소년들의 독특한 특성과 문화적 환경을 고려하여 유익정보를 판단해야 할 필요가 있다. 즉, 청소년들의 경우에 정보에 대한 접근 및 인식은 성인들이 일차적으로 고려하고 있는 규범적인 측면을 염두에 두기보다는 오히려 실용적인 측면이나 쾌락적인 측면에 보다 몰두하는 경향이 있으며, 따라서 유익성을 판단하는 척도에 있어서도 이러한 측면이 많이 고려될 가능성이 있다. 더욱이, 유익정보에 대한 사전적인 의미를 파악해 보더라도 단지 불건전 또는 유해 정보와 대비되는 개념으로만 파악되는 것이 아니라 정보의 유용성과 유리성 등의 개념이 포함되는

것이 사실이다.

따라서 청소년 유익컨텐츠라 할 때 규범적인 측면과 더불어 실용적인 측면, 그리고 청소년들의 정서적인 측면을 다양하게 고려할 필요가 있다. 본 연구에서는 컨텐츠라 할 때 온라인 상에서 유통되고 있는 디지털컨텐츠에 국한하고 있으며, 따라서 청소년 유익컨텐츠를 정보사회의 다양한 능력과 자질 향상 및 시민사회 적응에 도움이 될 뿐만 아니라 청소년들의 정서적인 만족 및 현실적인 문제해결에 도움이 되는 온라인 상의 지식 및 정보라고 정의하기로 한다.

2. 청소년 유익컨텐츠 활성화의 중요성

정보사회로의 진행은 정치, 경제, 사회, 문화, 교육 등 사회 전 분야에 걸쳐서 커다란 영향을 미칠 것으로 예상되어 왔다. 특히, 청소년과 관련해서는 다음과 같은 변화가 예측되어 왔다(한상완, 1999:275~307 ; 김기태, 2000:15~18).

첫째, 정치적인 측면에서는 컴퓨터와 통신기술에 의한 정보화가 전자투표나 전자여론 수렴 등을 통하여 참여민주주의를 가능케 한다고 보여지고 있다. 하지만 정보처리가 고도로 발달할수록 정치세력의 중앙집중화는 더욱 강화될 가능성이 짙으며 공익을 표방하면서 상업적 이윤을 추구하는 자본세력이 너무 비대하기 때문에 정보기술의 민주화 기능은 본질적으로 결여되어 있다고 보는 시각도 있다.

둘째, 사회적인 측면에서는 사회적 관계나 생활양식, 언어와 습관 형성에도 커다란 영향력을 행사한다. 건전한 내용을 접하는 경우에 대화하는 방법, 상대를 설득하는 요령, 윗사람을 공경하는 태도, 아랫사람에게 친절을 베푸는 아량, 참는 버릇, 가난한 이웃을 돕는 자세 등을 배울 수 있으나 그 반대의 경우에는 잘못된 가치관과 신념에 사로잡

힐 수 있다. 사이버 공간에서의 익명성과 가명성으로 인해 다양한 사람들과의 상호작용을 통해 대인관계에서의 자신감을 습득할 수 있지만 가상공간에서의 분절된 자아상으로 인해 자아정체성을 상실하게 되며, 온라인 상에서의 인간관계나 유대 강화가 현실세계에서의 친구 관계나 인간관계를 소원하게 만들어 사회적 고립을 초래할 수 있는 면도 예상되고 있다.

셋째, 문화적인 측면에서는 전자매체의 발달로 보다 다양한 계층의 사람들이 다양한 문화를 접할 수 있어 문화전달면에서 정보기술의 긍정적 효과가 기대되고 있는 반면, 전파월경¹⁾(spill-over)으로 인한 인접국가의 외국 프로그램의 유입으로 자국의 현실과 유리된 외국 프로그램에의 무분별한 노출 때문에 자국의 전통적 정서의식에 폐해를 주고, 외국의 윤리의식에 기준하여 제작된 개방적 프로그램의 선정성과 폭력성으로 인해 자국의 청소년층을 비롯한 국민 윤리의식에 악영향을 주며, 외래문화에 대한 숭배와 모방의식은 자국의 문화의식을 상대적으로 약화하여 결국 문화사대주의에 빠질 우려가 크다는 등의 부정적 효과가 나타날 것으로 지적되고 있다.

넷째, 교육적인 측면에서는 CAI(Computer Aided Instruction) 시스템의 활용, 각종 정보검색시스템, 시청각교육시스템, 교사용 교육정보데이터베이스, 가정학습시스템 등의 도입으로 기초적인 지식, 기능교육의 효율화, 균질화와 학습자의 개성에 따른 교육의 실시, 학습기회의 확대, 평생교육에 대한 공헌 등의 긍정적인 영향이 있으며, 반면에 교육에 있어서 개성을 상실하게 될지도 모른다는 우려도 있다.

그러나 이상에서 예측한 청소년에 대한 정보사회의 전망은 현재 우리 사회 속에서 긍정적인 면보다는 부정적인 측면이 훨씬 부각되고 있다. 무분별한 유해 정보의 폭발적인 확산에 따른 청소년의 피해는

1) 전파월경이란 방송위성의 전파가 대상지역을 넘어 주변국에까지 수신 가능하게 되는 현상을 말한다.

예상보다 훨씬 심각한 것으로 보고되고 있으며, 이에 따라 정보의 바다 속에서 청소년들의 다양성과 창의성을 살리려고 하는 노력보다는 유해하고 불건전한 정보로부터 청소년들을 격리시키려는 소극적인 정책에 보다 관심이 모아지고 있는 형편이다. 이러한 결과가 나타난 것은 여러 가지 요인이 있겠지만, 콘텐츠의 발달과 이용 등과 매우 밀접한 관련을 가지고 있다고 보아야 할 것이다.

정보사회 초기의 기대와는 달리 콘텐츠 구성분야의 특정한 부문에 대한 지나친 편중과 집중적인 발전은 정보의 다양성과 선택성에 엄청난 악영향을 미치고 있다(이동현, 2000: 74~81).

이는 상업적 콘텐츠 영역의 확대가 상대적으로 비상업적 콘텐츠의 급격한 위축과 감소를 초래한 결과로 보여진다. 인터넷 콘텐츠의 발전은 특정부문에만 집중되어 있는데, 4S(증권, 성, 교육, 영화부문)를 제외하면 정보의 참신성과 독자성을 접하기 힘들다. 비상업적 콘텐츠는 학술연구(특히, 사회·인문, 순수과학), 공공부문, 사회운동부문 등에 한정되어 있으며, 상업적인 가치, 즉 상품으로서 가치가 상대적으로 낮은 콘텐츠가 비상업적 콘텐츠를 구성하고 있다. 예를 들면, 흥미와 관심을 끌지 못하는 평이한 내용이나 심오한 고찰을 요구하는 내용이 중심을 이루고 있으며, 이러한 현상은 인터넷 콘텐츠의 불균형적인 발달을 가져오고 있다. 상업적인 가치를 만들어내지 못하는 다른 분야의 정보는 오프라인과 차별성이 없어지면서 초창기 인터넷이 가져다준 다양성의 해방공간이 산업사회시절 시장원리에 의해 길들여졌던 기호의 몰개성화를 그대로 재현할 가능성이 커져가고 있다.

특히, 청소년에게 유익한 정보를 생산하고 제공해야 하는 청소년 기관의 경우에 기관 홈페이지조차도 제대로 갖추고 있지 못한 형편²⁾

2) 인터넷 홈페이지 운영율은 2000년 7월 현재 49.9%정도에 그치고 있으며, 가상공간내의 청소년에게 제공되는 정보의 양과 질도 매우 낮은 것으로 추정되고 있다(최충욱, 2001:62).

이며, 정보 운영에서도 청소년들의 관심을 불러일으킬 수 있는 콘텐츠를 제공하고 있지 못하다. 따라서 상업주의적 콘텐츠와 비건될만한 콘텐츠가 생산되지 못하고 있으며, 이리하여 청소년들로부터 외면당하는 결과를 초래하고 있다.

또한, 콘텐츠의 적절한 활용에 대한 교육 없이 기술·방법적인 측면에 치중한 청소년 정보화 정책은 청소년의 정보통신기기에 대한 기술적 활용능력을 향상시키기는 했으나 유익성 여부를 판별하고 선택적으로 이용할 수 있는 능력을 소홀히 다루어 왔다. 그 결과 정보의 정확한 판단을 토대로 한 선택적 수용을 무작정 기대하기는 현실적으로 불가능하며, 제한과 규제를 통해서 유해한 정보를 차단하려는 시도도 한정적인 효과만 있을 것으로 보여진다.

결국, 정보사회에서 요구로 하는 다양한 자질과 능력 등을 갖춘 인간으로 성장하기 위해서는 정보사회인프라 구축, 즉 정보기반시설의 보급 및 확충, 정보통신기기의 보급 및 활용 등도 중요하나 이들 청소년들이 유해한 정보만을 탐닉하게 된다면 아무 의미가 없는 것이다. 따라서 청소년들이 스스로 유해 정보보다는 유익한 정보를 찾을 수 있도록 청소년들의 감각에 맞는 다양한 콘텐츠를 개발하는 것이 무엇보다도 필요하다. 여기에 청소년 유익콘텐츠가 활성화될 필요성이 있다고 볼 수 있다.

3. 청소년 유익콘텐츠 활성화를 위한 고려사항³⁾

청소년들에게 유익콘텐츠 이용을 활성화하기 위해서는 사회 각

3) 본 연구과제 수행의 일환으로 개최된 워크숍에서 발표된 논문(유지열, “청소년 유익정보콘텐츠 이용활성화를 위한 법·제도적 개선 방안”)의 일부분을 수록한 것임.

부문에서 다양한 차원의 고려가 필요하다. 이는 가장 기본적으로 직접적으로 연관되는 제공되는 콘텐츠의 내용 문제에서부터, 콘텐츠를 생산, 전달, 교환을 담당하는 콘텐츠 생산 및 유통 관련 업체와 전달체계 및 통신수단의 과정, 그리고 청소년들의 정보통신기기의 이용여건을 제공해주는 가정, 학교, 시민 및 사회단체, 정부 등의 각종 사회제도 그리고 사회 전체의 유익/유해 콘텐츠의 범위와 정도, 내용 등을 규정짓고 방향 짓는 사회가치와 규범 등을 총괄하는 사회문화 등의 제 차원을 포괄한다.

1) 콘텐츠와 직접 연관이 있는 영역

유익콘텐츠의 이용의 활성화 및 불건전 정보의 이용 억제를 위한 다양한 제도적, 사회적 노력은 크게 콘텐츠와 직접적으로 관련이 있는 영역과 간접적으로 관련이 있는 영역, 즉 콘텐츠 자체보다는 인터넷 이용환경과 관련된 영역으로 구분해서 살펴볼 수 있다. 콘텐츠와 직접 관련이 있는 영역의 주요 내용은 콘텐츠의 생산, 전달, 유통과 관련이 있는 영역으로, 콘텐츠를 생산하는 개인이나 단체, 업체 등의 콘텐츠 생산자, 생산된 콘텐츠를 전달하고 유통시키는 각종 통신회사, ISP 등으로 구성된다.

일반적으로 정보사회의 핵심요소는 콘텐츠에 놓여있다고 해도 과언이 아니다. 아무리 좋은 컴퓨터와 빠른 통신망 등의 훌륭한 정보사회인프라를 구축하고 있다 하더라도 다양한 사회생활을 담아낼 콘텐츠가 부족하다면 정보사회의 인프라들은 그 용도가 극히 제한될 것이다. 따라서, 청소년들을 비롯한 네티즌들에게 제공되는 콘텐츠의 내용은 유익/유해 여부를 결정하는 가장 직접적인 문제의 차원이다.

유익하고 좋은 콘텐츠의 제공이 바람직한 결과를 가져오는 것은 단지 청소년들에게만 적용되는 것이 아니고, 모든 네티즌에게 적용되

는 평범한 사실이다. 그러나, 아직 명확한 자아 정체감과 판단능력을 갖추지 못한 청소년들의 경우 인터넷 등의 정보통신기기를 얼마나 효과적으로 유익하게 이용하느냐의 여부는 컴퓨터나 인터넷을 통해 제공하는 다양한 콘텐츠의 내용과 질에 따라 결정 될 것이다. 따라서, 청소년들이 유익컨텐츠를 이용하고 유해컨텐츠의 이용을 최소화하기 위해서는 유익컨텐츠의 생산 유통을 극대화하기 위한 다양한 사회 제도적 장치를 마련하고, 불건전 정보의 경우는 생산 자체를 억제하기 위한 노력이 가장 중요하다고 할 수 있다.

다음으로 생산된 콘텐츠의 유통 및 전달과 관련된 영역이다. 이 영역에는 포함되는 주요 활동업체들은 통신사업자, ISP 등의 인터넷 정보제공자 등이 포함되는데, 이들 유통 및 전달업체들이 유익/유해컨텐츠의 전달과 유통에 얼마나 관심을 갖느냐에 따라서 청소년들의 콘텐츠 이용 내용이 크게 달라진다. 따라서, 생산된 정보의 유통과 전달 과정에 관련된 사업자나 단체들의 차원에서도 유익컨텐츠의 활성화 및 유해컨텐츠의 유통 및 전달 억제를 위한 노력과 사회제도적 장치의 마련은 중요하다.

2) 인터넷 이용환경과 관련된 영역

컨텐츠의 직접적인 생산 및 유통과는 관련이 없지만 청소년들의 인터넷 콘텐츠 이용에 막대한 영향을 미치는 영역들이 가정, 학교를 비롯한 교육제도, 사회환경과 사회·문화적 특성, 그리고 국가사회의 정책 등이다.

첫째, 가정은 인터넷 이용환경의 초석이 된다고 할 수 있다. 일반적으로 정보사회에서 정보통신기기의 보급과 확산의 최종적인 목적중의 하나는 개인과 가정이다. 따라서, 개인과 가정은 정보사회의 발전과 정착을 위한 시작이자 끝이 되는 중요한 사회적 결절점이라 할 수 있

다. 특히, 가정은 미래 정보사회의 주역이 될 어린이와 청소년이 성장하면서 정보사회의 생활방식과 삶의 여건을 일상화된 생활과정으로 인식하는 공간적 장소이며, 개인들은 정보통신테크놀로지를 몸소 실천하는 행위의 주체이기 때문이다. 따라서 가정내의 유익정보이용환경의 조성을 통한 청소년들의 정보이용촉진은 매우 중요하다.

정보통신기기의 이용은 사회경제적 지위와 가정내외의 사회적 상호작용과 같은 사회·문화적 환경, 기술적 특성과 이용자의 접근 환경(interface)에 따라 차이가 발생한다고 한다. 가정은 개인이 소속감과 정체성을 갖고 사회적 존재로서의 동일시를 느낄 수 있는 기본적인 토대임과 동시에 개인을 다양한 사회적 활동을 수행하는 집단과 조직, 그리고 국가사회를 연결하는 핵심적인 매개체이다. 즉, 가정은 새로운 정보통신기기의 채택 및 이용에 있어서 사회적으로 중요한 장소이다. 결국, 가정은 새로운 정보통신 테크놀로지를 채택하고 활용하도록 고무하여 전체 사회의 정보화 과정에 추동력을 제공해주는 핵심적인 위치를 차지한다. 따라서 가정의 정보화 환경, 특히 가정내에서 청소년들에게 미치는 정보화의 수용태도 환경은 청소년들의 정보이용양태 및 효과에 미치는 영향은 매우 중요하다.

둘째, 학교를 비롯한 교육 제도는 체계적이고 조직적으로 청소년들의 인터넷 이용에 양태에 영향을 미칠 수 있는 가장 핵심적인 장소이다. 청소년들은 가정을 제외하고 대부분의 시간을 학교에서 보내며, 특히 교육과정을 통하여 해당사회의 가치와 규범 등의 문화를 습득함과 동시에 독립된 성인으로써 필요한 지식과 기술을 습득한다. 따라서, 학교에서의 인터넷 이용환경은 청소년들의 인터넷 이용문화를 결정하는 핵심 사회제도이다.

학교와 함께 청소년들의 인터넷관련 지식과 기술을 학습하는 곳이 학원을 비롯한 각종 교육기관이나 단체이다. 우리나라의 경우 초등학교를 전후한 어린이들이 컴퓨터 및 속셈학원 등을 중심으로 컴퓨터

에 대한 기초적인 교육을 받기 시작한다. 따라서, 컴퓨터를 비롯한 정보통신기기의 입문과정인 각종 학원을 비롯한 사회교육 단체의 정보통신이용기기에 대한 교육은 매우 중요한 의미를 갖는다.

셋째, 사회·문화적 환경은 어느 사회나 그 사회 구성원의 전체적인 생활방향과 내용을 결정하는 가장 기본적인 삶의 틀을 제공한다. 일반적으로 청소년들의 사회화과정은 해당 사회의 주도문화를 학습하고 체득하여 그 사회의 가치와 규범 등의 문화를 내면화함으로써 사회의 일원으로 성장해 가는 과정이라고 한다. 정보통신기기의 수용과 이용도 마찬가지로 해당 사회의 가치와 규범 등의 주도 문화는 물론 정보화에 대한 수용태도와 가치, 규범 등의 정보문화가 어떻게 형성되고 전개되는가에 밀접한 영향을 받는다.

현재 정보사회의 가치 및 규범 등의 문화에 관련해서 다각도의 연구가 진행되고 있다. 일반적으로 정보사회의 가치와 문화는 정보사회가 지향하는 미래 인간상 및 사회상을 투영하여 형성해나가고자 하는 노력이 강하게 영향을 미치고 있다. 특히, 우리나라의 경우 현재 정보화가 왕성하게 진행중이고 정보사회의 주요 특징들이 확고하게 자리 잡지 않은 상황에서 정보문화의 정착노력은 한편에서는 정보화를 앞당기는 사회적 추동력으로써 의미를 가짐과 동시에 올바른 정보통신기기의 이용을 위한 사회문화의 정착이라는 과제로서 진행되고 있다.

이러한 차원에서 주요 정보문화의 추진 현황을 살펴보면, 하나는 인식·의식의 차원에서 올바른 정보화마인드의 확산으로써, 여기서는 정보사회가 지향하는 올바른 가치관과 윤리를 형성하고 이를 사회적으로 확산 정착시키는 것이다. 둘째로는 규범·행동의 차원에서 정보리터러시(문해력)의 제고로서, 정보통신기기 이용능력을 활성화를 통하여 정보이용의 생활화 및 대중화를 촉진하는 것이다. 셋째로는 제도·절차적 차원에서 정보화의 불균형 및 역기능의 해소로써, 여기서는 정보사회의 역기능을 최소화하고 불건전 정보의 이용을 억제하여

정보복지사회의 구현을 목표로 하는 법·제도를 정비하는 것이다.

<표 II-1> 정보문화의 개념적 범주

차 원	범	주
인식·의식	정보화마인드 확산	정보사회의 가치관·윤리 형성
규범·행동	정보 리터러시 제고	정보통신기기 이용능력 향상 정보의 대중화, 생활화 촉진
제도·절차	정보화 역기능 및 불균형 해소	불건전 정보 유통 억제 정보복지 구현 및 법·제도 정비 (보편적 서비스와 보편적 접근)

청소년들의 경우 우리 사회의 주도문화는 물론 새롭게 형성하는 정보문화도 수용해야 하는 이중적 혼란이 발생할 수 있다. 특히 자아 정체감이 확립이 안된 상태에서 급변하는 정보문화를 수용할 경우 많은 혼란과 불안상태에서 올바른 정보문화를 수용하기가 어렵게 된다. 따라서 청소년들이 올바른 정보문화를 수용하고 확립해 나갈 수 있도록 사회문화적 차원의 방향정립과 문화정착이 중요하다.

넷째로 정보화 과정 및 정보사회 정착을 위한 국가·사회의 정책적 방향 또한 청소년들의 콘텐츠 이용에 큰 영향을 미친다. 국가사회의 정책은 직접적으로는 교육 및 청소년 육성정책에 반영되어 나타나서 교육의 실질적인 내용과 방향을 결정한다. 또한 간접적으로는 각종 사회의 자원흐름, 분배양태, 권력 및 권위구조에 영향을 미쳐 청소년들의 미래지향적 활동, 즉 종사하고자 하는 직업, 국가나 지역사회가 공동체에 대한 소속감, 그리고 그들이 추구하고자 하는 사회적 가치 등에 영향을 미친다.

특히, 국가사회의 정책적 방향이 효율성과 생산성을 중시하는 기술중심의 가치를 중심으로 추진되느냐, 아니면 복지와 분배, 그리고 휴머니즘을 강조하는 형평성과 사회복지를 중시하는 정책을 추진하느냐

에 따라서 그 과정 및 결과가 청소년들에게 미치는 영향은 크게 다르게 나타난다. 따라서 국가 및 사회의 정보화 및 정보사회에 대한 비전과 정책 또한 청소년들의 유익콘텐츠 활성화에 큰 영향을 미치는 중요한 요소라고 할 수 있다.

4. 국내 인터넷콘텐츠 환경

인터넷 콘텐츠를 제공하는 사업자는 IP(Information Provider), CP(Contents Provider)로 분류되는데, 이는 초창기 PC통신시절부터 쓰여지기 시작한 용어로, 온라인 상으로 정보 또는 콘텐츠를 제공하는 업체를 지칭하는 말이었다. 그러나 최근 들어서는 인터넷의 급성장으로 TCP/IP 기반의 멀티미디어 정보 제공 사업자인 CP로 급속하게 변화하고 있으며, CP는 독자적인 웹서버와 망을 갖추고 소비자에게 콘텐츠를 직접 제공한다(한국전산원, 2001; 한국소프트웨어진흥원, 2000; 한국소프트웨어진흥원, 2002).

(1) 포털사이트

포털사이트는 인터넷상의 구매자와 판매자의 거래를 촉진시킴으로써 전자상거래 시장의 효율을 증진시키는 콘텐츠 서비스로서 대표적인 인터넷중개 서비스로 볼 수 있다. 즉 포털사이트란 이미 구축된 인터넷 네트워크의 접속을 전제로 하여 이용자를 모집하여 부가가치를 발생시키는 네트워크 서비스를 의미한다. 그러나 포털사이트의 개념이 이전부터 정형화된 것은 아니며 포털사이트는 콘텐츠 서비스로서 시장수요에 따라 다양하게 변화하여 왔다. 인터넷의 비체계성 때문에 이용자들은 원하는 정보 및 상품에 접근하는데 어려움을 느낄 수밖에 없는데, 포털사이트는 정보를 체계적으로 정리함에 따라 이러한

불편을 해소시켜 주는 역할을 주로 담당하였다. 초기에는 관문사이트로서 주로 웹브라우저를 제공하는 서비스업체의 홈페이지가 포털사이트로 간주되었으나 인터넷상의 정보 검색이 중요성을 나타내게 되면서 검색업체(Directory)가 중요한 위치를 선점하게 되었다. 그러나 최근에는 검색업체에서 한걸음 더 나아가 미디어 콘텐츠 사이트로서 변모하고 있는 과정에 있다.

국내의 경우, 다음, 야후, 라이코스, 네띠앙, 네이버 등 검색서비스와 커뮤니티를 기반으로 한 포털사이트가 선두업체로서 시장을 주도하고 있으며, 최근에는 천리안, 하이텔 등의 PC통신업체들이 인터넷 기반으로 프로토콜을 전환하여 포털사이트 시장에 참여하며 경쟁이 가열되고 있다. 이들 업체들은 그동안 광고수입(배너광고) 외에 엔터테인먼트를 비롯한 각종 콘텐츠를 보강하여 유료화를 계획하는 한편 채팅코너나 동호회와 같은 커뮤니티를 강화함으로써 전자상거래로 연결시켜 나간다는 계획을 가지고 있다. 또한, ADSL, Cable-Modem 등의 초고속인터넷 서비스의 보급으로 멀티미디어 콘텐츠를 이용할 수 있는 환경이 자리잡아 감에 따라 각종 동영상을 비롯한 온라인게임 등 멀티미디어 콘텐츠를 중심으로 한 멀티미디어 허브 포털의 경쟁이 심화되고 있다. 대표적인 업체로는 드림라인의 드림엑스와 두루넷의 코리아닷컴 등으로서 이들 사이트는 영화, 음악, 게임, 만화 등 엔터테인먼트 콘텐츠를 중심으로 유료 콘텐츠를 정착시키고 있다. 이들 허브 포털간의 콘텐츠 확보 경쟁은 다변화되는 이용자들의 선호를 만족시키기 위하여 더욱 치열하게 될 것으로 보여진다.

(2) 인터넷 영화

인터넷영화는 1999년 말부터 본격적으로 등장하였는데, 음악과는 비교할 수 없을 정도로 긴 러닝타임을 갖고 있는 영화는 온라인으로 전송해야 하는 방대한 정보의 양 때문에 다운로드가 쉽지 않다. 스트

리밍을 통한 VOD 역시 끊임이 잦고, 스크린의 크기가 작을 뿐만 아니라 화질 또한 열악한 편이다. 이러한 기술적인 한계를 가지고 있음에도 불구하고 현실적인 VOD 대안으로 자리잡아가고 있다. 국내에서 유료로 인터넷 영화를 서비스하는 업체는 약 30개 사로, 성인영화사 사이트를 중심으로 비교적 유료화에 성공하고 있는 것으로 나타나고 있다. 인터넷 이용자들이 역시 유료화에 있어서 가장 긍정적인 태도를 보인 콘텐츠는 영화인 것으로 나타나고 있다.

(3) 인터넷 음악

1997년 MP3 음악파일이 국내 PC통신망과 인터넷을 통해 처음 선보여 네티즌들 사이에서 폭발적인 인기를 모으며 급속히 확산되었고, 1999년 3월 삼성, 새한 등 MP3 플레이어 제조사 중심으로 인터넷상으로 일시적으로 제공된 바 있으나 곧 중단되었다. 1998년 8월 이후부터 인터넷 음악서비스업체와 음반사들과의 제휴를 통해 서비스가 재개되고 있다. 그러나 현재 유료 디지털 음악파일 다운로드 서비스는 불법 복제와 음원의 저작권 확보 등의 어려움을 겪고 있다. 사이트별로 제공하고 있는 디지털 음악파일이 제한적이고, 심지어는 같은 가수의 음악일지라도 음반에 따라서 제공하는 사이트가 다른 경우도 있다. 이에 서비스 업체들은 일부 음반사의 저작권 활용만으로는 사용자를 확보하기 어렵기 때문에 뮤직 비디오서비스, 음악 웹캐스팅, 음악편지 서비스 등 다양한 부가 서비스 제공을 통해 커뮤니티를 형성하면서 수익은 온라인 쇼핑몰, 광고, 게임 및 온라인교육 등 유료 콘텐츠 제공, 맞춤 CD 제작 등을 통해 이루어지고 있다.

(4) 온라인게임

국내 게임시장은 전반적으로 급성장하고 있으며, 특히 통신기술의 발달과 함께 네트워크 기반의 온라인 게임이 2000년에 가장 높은 성

장률을 보였으나, 향후 이동통신의 급격한 발달로 모바일 게임이 가장 높은 성장률을 보일 것으로 전망되고 있다. 온라인게임과 PC게임의 제작매출 비중은 2000년 73.7%에서 2001년 87.4%로 증가하였다. 국내 무선인터넷 게임 개발업체들이 자사의 게임을 유선 인터넷으로 사용이 가능하도록 하고, 이와 반대로 유선 게임 개발업체들은 기존의 웹 게임을 무선인터넷으로 이용할 수 있도록 상호 연동이 가능한 게임 개발에 나서고 있다. 2001년 현재 국내 무선 인터넷 게임업체는 30여 개에 달하고 있으나 넥슨, 컴투스, 마리텔리콤, 언와이어드코리아 등이 시장을 선도하고 있으며 나머지 업체들은 시장진입단계에 있다.

(5) 교육컨텐츠

1996년부터 인터넷 기반의 교육사업이 주요 관심사로 떠올랐으나 인터넷 관련 인프라가 확충되지 못하여 시장 형성이 되지 못하였고, 1999년 이후 대부분 기업, 교육기관의 인터넷 관련 인프라가 확충되고 초고속 인터넷의 보급으로 인터넷을 이용한 교육 사업에 대한 진출이 급증하고 있다. 정부정책에 의해서 시장분위기가 조성되었는데, 「세계 10대 지식정보강국」 비전 달성과 국민정보화를 실현하기 위한 효율적인 도구임과 동시에 국민 평생교육과 피폐해진 공교육을 보완할 수 있다는 측면에서 중요성이 부각되었고, 교육부에서는 에듀넷을 통한 사이버교육, 학교종합관리시스템, 각급 학교 PC 및 인터넷 보급, 교단 선진화 등을 통해 온라인 교육의 기반을 조성하는데 중점을 두었다.

국내 교육시장 전체 규모는 2000년 현재 40조원 수준으로 추정되고 있으며, 이중 약 65%인 26조원이 사교육 시장으로 향후 온라인 교육시장 성장의 견인차 역할을 할 것으로 예상되고 있다. 국내 온라인 교육시장 규모는 2000년 80억원 수준에서 인터넷 이용자의 폭발적 증가와 시장에 대한 낙관적 기대로 2005년에는 1조 7,000억원에 이를 것으로 전망되고 있다.

(6) 공공정보

공공부문의 정보화 투자는 전자정부 구현과 행정효율성 제고, 정보인프라 확충 및 산업부문의 인프라 구축, 문화·토지·교통 등 사회부문의 정보화, 정보격차 해소 등 4개 부문으로 나누어지는데, 1998~2002년까지 5년간 연평균 23%가 증가했다. 이중 전자정부 구현과 행정효율성 제고 부문에 약 2조원이 투입되어 전체 정보화 예산의 35%로 가장 많은 투자가 이루어졌고, 정보인프라 확충 및 산업부문의 정보화에는 약 1조 3천억원이 투입되어 전체 정보화 예산의 23%를 차지한 것으로 나타났다. 5년 동안 가장 높은 성장률을 보인 부문은 문화·토지·교통 등 사회 각 부문의 정보화투자로 연평균 28.6%의 증가율을 보였으며, 정보격차 해소 부문은 연평균 17.2%로 가장 낮은 증가율을 보였다.

국가 정보화를 전체적으로 조망해 보면, 세계 최고의 정보통신 인프라 구축과 인터넷 이용 저변 확대 등 기존의 정보화 성과를 바탕으로 2001년에는 전자정부 핵심과제, 정보격차 해소 및 지식정보자원 관리 등 다양한 정보화사업을 통해 사회 전반적인 운영시스템이 개선되어 정부의 효율성과 투명성이 제고되었고, 산업의 생산성과 국민 삶의 질이 한층 높아졌다. 그러나 지난 2~3년 동안 추진한 정보화 교육사업은 주로 PC활용이나 인터넷검색 등 기초교육 중심으로 실시되어 교육 대상의 수준에 맞는 중급 이상의 교육과정에 대한 요구가 많다. 그리고 국민의 일상생활과 밀접하게 관련된 국민안전·교통·환경·복지·문화분야 등의 정보화사업은 아직 그 성과가 미흡하고 시범적인 단계에 머물러 있다.

(7) 무선인터넷콘텐츠

무선 인터넷은 이동성, 편리성의 특징을 가지며 시·공간의 제약성을 탈피하고 개인화된 맞춤형서비스를 제공할 수 있는 장점이 있다.

무선인터넷은 유선인터넷에서 인기가 있었던 도서정보, 재테크, 여행정보, 날씨 등의 콘텐츠를 단순히 전이하는 초기기획에서 무선의 특성을 최대한 활용한 콘텐츠 기획으로 옮겨가고 있다. 즉, 증권시세, 이메일도착, 경보정보, 뉴스 등 인터넷의 즉시성을 살릴 수 있는 콘텐츠, 위치정보서비스, 뉴스, 운세, 날씨 등 개인맞춤 정보서비스 등을 기획하고 있다. 매일 Dead Time(친구를 기다리거나 전철을 타고 갈 때의 비는 시간)에 뉴스, 스포츠, 운세, 유머, 영화정보, 교육·취업정보를 검색하고 있는데, 이 외에도 여행·레저, 쿠폰, 방송순서, 신용정보, 재테크와 다양한 게시판 서비스가 제공된다. 특히, 무선 엔터테인먼트 서비스는 무선인터넷서비스에서 가장 주목받고 있는 서비스로 10~20대가 주사용자 층이 되고 있다.

엔터테인먼트 서비스에서 선풍적인 인기를 끄는 것은 휴대폰을 통해서도 자신만의 개성을 드러낼 수 있게 하는 캐릭터·멜로디 다운로드 서비스가 대표적이며, 이외에도 게임 퀴즈, 만화, 채팅, 경매서비스 등이 있다. 이 중에서도 게임 서비스는 등장하자마자 이동 통신사 무선인터넷콘텐츠 순위 1위를 차지하며 대단한 인기를 끌고 있으며 이미 200여 개의 다양한 서비스가 실시 중이다. 무선인터넷게임 대부분은 제한된 단말기 환경에 쉽게 응용 가능한 카지노, 배팅 등의 보드 게임이며 점차 일반 컴퓨터 및 유선인터넷에서와 마찬가지로 전략을 구사하고, 멀티유저 지원이 가능한 시뮬레이션게임, 어드벤처 등의 네트워크게임이 인기를 끌고 있다.

5. 청소년 정보화 정책과 콘텐츠 관련 법·제도

1) 현행 청소년 정보화 정책

기존 청소년 정보화 정책은 정보인프라 구축 및 접근 위주의 정

책, 유해정보로부터 청소년을 보호하려는 소극적인 정책, 그리고 청소년육성정책 수단으로서의 정보화 정책 등으로 일컬어지고 있다(최충욱, 2001:62~63). 우선 하드웨어적인 측면에서는 세계가 놀랄만한 괄목할만한 성과를 가져오고 있다. 청소년을 자녀로 둔 가정의 95.1%가 PC를 보유하고 있고 78.4%가 인터넷을 이용하고 있으며, 청소년의 인터넷 이용장소도 가정이 가장 높은 것으로 조사되었다. 또한 2001년 4월 모든 학교에 인터넷이 연결되는 세계 최초의 국가가 되었다. 전국 1만여개 모든 학교가 인터넷에 연결되어 있으며 34만여명 교원 모두에게 PC가 지급되었으며 22만여개 교실마다 PC가 한 대씩 설치되는 등 총 1백만대에 육박하는 PC가 교육현장에 보급된 상태이다.

하지만 내용적인 측면에서는 아직도 부족한 점이 많이 보여지고 있다. 인터넷이 청소년에게 미치는 영향은 긍정적 측면과 부정적 측면이 동시에 상존하고 있는 것이지만, 최근 인터넷의 부정적인 효과는 사회적인 문제로 확산되고 있어서 정책적인 관심이 긍정적인 인터넷 내용의 증대보다도 내용 규제에 치중되어 있는 측면이 많다. 즉, 청소년을 유해한 정보로부터 보호해야 한다는 소극적 보호정책 중심으로 이루어져 왔으며 대다수 청소년들의 건전한 자생적 문화를 창조할 수 있도록 하는 유익정보를 제공하고자 하는 적극적인 정책에는 소홀해왔다고 볼 수 있다. 현재 일본⁴⁾, 미국⁵⁾, 유럽⁶⁾ 등 세계 각 국에서 활

4) 일본의 경우는 1996년부터 통상산업성의 지휘아래 인터넷 사업자협의회형태인 전자네트워크컨소시엄(Electronic Network Consortium) 주도로 “세이프티 온라인(Safety Online)”이라는 독자적인 등급서비스를 구축하고 있다.

5) 미국, 캐나다 등의 경우는 ICRA(RSACi), SafeSurf, Netshepard 등 복수의 내용등급체계와 지역기반의 다양한 상업적 등급서비스가 있으며, 북미는 전반적으로 민간기업 중심의 자율적인 등급서비스들이 시장에서 경쟁하고 있다.

6) 일본에 비해 유럽의 인터넷내용등급제는 정부의 역할이 보다 두드러지는데, 유럽의 인터넷내용등급제는 정부규제와 자율규제의 절충방식을 취하고 있다. 현재 영국에 본부를 두고 있는 인터넷내용등급협회(ICRA)가 중심이 되어 각 회원국에서 인터넷내용등급제가 도입되고 있다.

발하게 추진되고 있는 인터넷내용등급제의 도입과 때를 맞춰서 우리나라에서도 인터넷내용등급제의 도입과 관련법의 제정 등을 추진해 오고 있다(정보통신윤리위원회, 2002). 이는 청소년들이 보다 안전한 환경 속에서 생활할 수 있도록 기반을 조성하는 일이지만 새로운 시대의 청소년 육성 정책으로서는 다소 미흡한 점들이 많다. 정보사회의 선도자로서 청소년을 육성하기 위해서는 급속하게 변화하는 사회환경에 대응할 수 있는 탄력적이고 다양한 정책 마련이 요청되고 있다. 또한, 청소년 정보화는 그 자체가 하나의 중요한 육성정책의 목표로 설정되어 이를 통하여 다양한 정책수단을 강구하는 방식으로 이루어지지 못하고 단순히 청소년육성정책의 효율성을 담보하기 위한 수단으로서만 인식되고 있어서 시대의 흐름에 맞는 효과적인 청소년 정보화 정책이 마련되고 있지 못하다.

2) 콘텐츠 관련 주요 법·제도

1995년 정보화촉진기본법 제정 이후 정보화와 관련한 다양한 법령을 본격적으로 정비하고 체계화하였는데, 국가사회 정보화의 촉진과 인터넷의 이용, 전자상거래 등 정보기술의 활용을 뒷받침하는 방향으로 추진되어 그 이전에 비해 법적 규율 범위가 크게 확대된 것으로 나타나고 있다. 그동안 이루어진 법령의 제정 또는 개정 분야는 정보화 정책 추진체계의 정비, 정보통신망의 고도화, 정보 이용환경의 조성, 정보통신산업의 기반조성과 전자상거래 등 신산업의 육성, 행정·공공정보화의 추진, 정보화 역기능 방지 등 6개 분야로 구분할 수 있는데(한국전산원, 2001:403~408), 청소년과 밀접한 관련을 가지고 있는 분야는 주로 정보화 역기능 방지, 정보이용환경의 조성 등의 분야라고 볼 수 있다.

(1) 정보통신망이용촉진및정보보호등에관한법률

이 법률은 정보통신망의 이용을 촉진하고 정보통신서비스를 이용하는 자의 개인정보를 보호함과 아울러 정보통신망을 건전하고 안정하게 이용할 수 있는 환경을 조성함으로써 국민 생활의 향상과 공공복리의 증진에 이바지함을 목적으로 한다. 이 법률은 종전의 '전산망보급확장και이용촉진에관한법률'을 1999년 2월 8일 전문 개정한 '정보통신망이용촉진등에관한법률'을 다시 2001년 1월 16일 전문 개정하여, 정보통신망의 이용촉진 및 인터넷주소자원의 확충을 위한 시책 마련, 정보통신서비스이용자 등의 개인정보보호 강화, 인터넷상의 음란·폭력물로부터 청소년보호, 정보통신망의 안정성 확보 등에 관한 내용을 대폭 보완한 것이다(한국전산원, 2001:407).

(2) 전기통신기본법(제48조의2)과 전기통신사업법

현재 우리나라에 있어서 인터넷 및 PC통신상의 내용규제에 관한 대표적인 법률로서는 「전기통신기본법」과 「전기통신사업법」을 들 수 있다. 전기통신사업법에는 '허위의 통신'을 처벌하고 있는 제47조 제1항 및 제2항, 그리고 '음란한 통신'을 처벌하고 있는 제48조의 2가 있으며, 전기통신사업법에는 '불온통신'에 대한 정보통신부장관의 거부·정지·제한명령 등을 규정하고 있는 제53조 및 정보통신윤리위원회에 의한 내용심의제도를 규정하고 있는 제53조의 2가 있다. 전기통신기본법상의 규제시스템이 직접적인 형사적 처벌인데 비하여 전기통신사업법상의 규제시스템은 행정적 규제와 정보통신윤리위원회에 의한 내용심의라는 점에서 성격을 달리한다(서정우 외, 2000:53).

(3) 음반·비디오물및게임물에관한법률

음반·비디오물 및 게임물에 관한 법률은 음반·비디오물·게임물의 질적 향상을 도모하고 관련산업의 진흥을 촉진함으로써 국민의

문화적 삶의 질을 높이고 국민경제의 발전에 이바지함을 목적으로 하고 있다(제1조). 이 법에서는 음반·비디오물·게임물의 진흥시책을 효율적으로 추진하기 위하여 진흥위원회를 설치·운영하게 되어 있을 뿐만 아니라, 영화·음반·비디오물·게임물 및 공연물과 그 광고·선전물의 윤리성 및 공공성을 확보하고 청소년을 보호하기 위하여 문화예술·영상물·청소년·법률·교육 및 언론분야와 비영리민간단체 등 15인 이내의 위원으로 구성되는 영상물등급위원회의 설치(제5조, 제7조)와 비디오물·게임물 내용에 관하여 등급분류제도(제20조)를 규정하고 있다.

Ⅲ. 청소년들의 유익정보콘텐츠에 대한 인식

기존의 청소년 인터넷 정보이용실태를 조사한 대부분의 연구들은 청소년들을 유해환경으로부터 보호하는 소극적인 대책방안에 초점이 맞추어져 있었다. 하지만, 정보사회의 선도자로서 청소년들을 육성하기 위해서는 청소년들에게 유익한 정보서비스를 적극적으로 제공하는 노력도 동시에 추진할 필요가 있다. 이를 위해서는 청소년들의 정보이용경향과 그들이 인식하고 있는 유익정보가 무엇인지에 대한 정확한 진단이 선행될 필요가 있다. 이를 통해 청소년들이 인식하고 있는 유익정보의 종류와 기존에 청소년 유익정보라고 분류되었던 내용들간에 차이를 보인다면 이를 좁혀 나갈 수 있을 것으로 기대된다. 따라서 이 장에서는 인터넷 정보공간에 대한 청소년들의 이용실태와 유익정보에 대한 그들의 인식 및 요구를 조사하고자 한다.

1. 조사대상의 일반적 특성

조사대상자의 일반적인 특성을 살펴보면 <표 III-1>에 제시된 바와 같다. 우선, 성별로 보면 남학생 823명(45.9%), 여학생 970명(54.1%)이며, 학교급별로는 중학생 589명(32.8%), 인문계 고등학생 615명(34.3%), 실업계 고등학생 589명(32.8%)이다. 조사대상자의 96%가 컴퓨터를 소유하고 있었으며 이중 통신시설을 갖춘 비율도 92%나 되었다. 이는 2001년 현재 우리나라 일반가구 평균 컴퓨터 보유율인 78.7%보다 17%정도 높은 것이다(황진구, 2001). 이러한 결과는 서울을 비롯한 수도권의 대도시 지역을 중심으로 연구대상을 표집했기 때문

인 것으로 보인다.

<표 III-1> 표본집단의 일반적 특성

		명(%)	
		빈도	퍼센트
성별	남자	823	45.9
	여자	970	54.1
학교	중학교	589	32.8
	인문고	615	34.3
	실업고	589	32.8
지역	서울	943	52.6
	경기도	850	47.4
컴퓨터 소유여부	있다	1,724	96.2
	없다	69	3.8
통신시설설치여부	있다	1,658	92.5
	없다	126	7.0
	무응답	9	0.5
합 계		1,793	100.0

조사대상자의 인터넷 이용경력을 보면, 인터넷을 사용하지 않는 청소년은 전체 응답자의 2.5%에 불과한 것으로 나타나 대부분의 청소년들이 인터넷을 사용해 본 경험이 있는 것으로 조사되었다(<표 III-2> 참조). 이는 가정에 컴퓨터를 소유하고 있지 않다고 응답한 청소년의 비율(3.8%)보다 낮은 비율이어서 비록 가정에 컴퓨터가 없더라도 학교 및 다른 장소를 통해 대부분의 청소년들이 인터넷을 이용하고 있음을 짐작하게 한다. 이용경력으로는 '1년~2년'(37.5%)이 가장 많으며 그 다음으로 '3년~4년 이하'가 35.9%로 많고, '5년 이상'이 된 청소년들도 13.4%나 되었다. 이를 성별로 보았을 때, '3년 이상'의 경력을 가진 여학생의 비율(55.7%)이 남학생(41.9%)보다 높은 것으로 나타났

는데, 이는 여학생이 남학생보다 짧은 인터넷이용경력을 가질 것이라는 일반적 통념과는 상반된 결과이다. 학교급별로는 고등학생(인문고 46.2%; 실업고 47.2%)이 중학생(44.1%)보다 인터넷을 사용한 기간이 더 길게 나타났다. 이러한 결과를 통해 인터넷 사용이 우리나라 청소년들에게 보편화되었다고 단정지을 수 없지만 어느 정도 일상화되어 가고 있음을 짐작할 수는 있다.

<표 III-2> 인터넷사용 기간

		명(%)					
		1년미만	1년-2년	3년-4년	5년-6년	아직 이용하고 있지않다	전체
성별 ¹⁾	남자	78 (9.5)	381 (46.5)	254 (31.0)	89 (10.9)	18 (2.2)	820 (100.0)
	여자	113 (11.8)	286 (29.8)	385 (40.1)	150 (15.6)	27 (2.8)	961 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	73 (12.5)	241 (41.3)	197 (33.7)	61 (10.4)	12 (2.1)	584 (100.0)
	인문고	40 (6.5)	215 (35.1)	248 (40.5)	96 (15.7)	13 (2.1)	612 (100.0)
	실업고	78 (13.3)	211 (36.1)	194 (33.2)	82 (14.0)	20 (3.4)	585 (100.0)
합계		191 (10.7)	667 (37.5)	639 (35.9)	239 (13.4)	45 (2.5)	1,781 (100.0)

1) $\chi^2=53.341$ $p<.001$ 2) $\chi^2=33.621$ $p<.001$

2. 청소년들의 정보매체 활용 정도

청소년들의 정보활용매체는 크게 전통적인 정보매체와 인터넷으로 나누어 최근 청소년들의 매체활용 경향을 분석하였다. 전통적인 정

보매체로는 신문 및 잡지, TV, 라디오 등을 선정하였고 인터넷 매체로는 유·무선인터넷으로 한정되었다.

1) 전통적인 정보매체

청소년들의 하루 평균 신문 및 잡지 구독시간을 조사해 본 결과 '10분 정도'라고 응답한 청소년들이 37.6%로 청소년들의 신문 구독 시간이 매우 낮은 것으로 조사되었다. '30분 이상' 구독한다고 응답한 비율만을 놓고 본다면 여학생(11.3%)보다는 남학생(17.7%)이, 중학생(12.4%)이나 실업계 학생들(10.4%)보다 인문계 학생들(21.1%)이 상대적으로 더 많이 신문·잡지를 구독하는 것으로 나타났다.

<표 III-3> 하루 평균 신문·잡지 구독 시간

		명(%)					
		10분 정도	20분 정도	30분 정도	1시간 이상	전혀 읽지않음	전체
성별 ¹⁾	남자	291 (35.5)	162 (19.8)	108 (13.2)	37 (4.5)	221 (27.0)	819 (100.0)
	여자	381 (39.3)	206 (21.2)	89 (9.2)	30 (3.1)	264 (27.2)	970 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	232 (39.5)	112 (19.1)	50 (8.5)	23 (3.9)	170 (29.0)	587 (100.0)
	인문고	199 (32.4)	151 (24.6)	107 (17.4)	23 (3.7)	134 (21.8)	614 (100.0)
	실업고	241 (41.0)	105 (17.9)	40 (6.8)	21 (3.6)	181 (30.8)	588 (100.0)
합계		672 (37.6)	368 (20.6)	197 (11.0)	67 (3.7)	485 (27.1)	1789 (100.0)

1) $\chi^2=11.024$ $p<.05$ 2) $\chi^2=60.152$ $p<.001$

라디오 역시 전체 응답자의 53.4%가 '전혀 듣지 않는다'고 응답해, 라디오 매체에 대한 청소년들의 선호도가 매우 낮은 것으로 조사되었다. 이러한 경향은 여학생보다는 남학생들에게서 더욱 뚜렷하게 나타나고 있다.

청취를 한다고 응답한 청소년들만을 대상으로 청취시간을 조사한 경우 '30분 정도' 라디오를 듣는다고 응답한 비율이 23.3%로 가장 많아 라디오에 대한 청소년들의 선호도는 비교적 낮은 편이라 하겠다.

<표 III-4> 라디오 청취시간

		명(%)					
		30분 정도	1시간 정도	2시간 정도	3시간 이상	전혀 듣지않음	전체
성별 ¹⁾	남자	197 (24.0)	59 (7.2)	32 (3.9)	35 (4.3)	498 (60.7)	821 (100.0)
	여자	220 (22.7)	112 (11.6)	119 (12.3)	61 (6.3)	457 (47.2)	969 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	161 (27.4)	54 (9.2)	56 (9.5)	30 (5.1)	286 (48.7)	587 (100.0)
	인문고	133 (21.7)	70 (11.4)	53 (8.6)	28 (4.6)	330 (53.7)	614 (100.0)
	실업고	123 (20.9)	47 (8.0)	42 (7.1)	38 (6.5)	339 (57.6)	589 (100.0)
합계		417 (23.3)	171 (9.6)	151 (8.4)	96 (5.4)	955 (53.4)	1790 (100.0)

1) $\chi^2=64.830$ $p<.001$ 2) $\chi^2=18.766$ $p<.05$

반면 TV시청 시간은 '전혀 보지 않는다'고 응답한 청소년은 3.6%에 불과해 대부분의 청소년들이 TV를 시청하는 것으로 나타났다. TV를 시청한다고 응답한 청소년들만을 대상으로 시청시간을 조사한 결

과, 하루 평균 ‘2시간이상’이라고 응답한 비율이 53.2%로 가장 많은데 이러한 경향은 여학생과 실업계 학생들에게서 더욱 뚜렷하게 나타났다. TV를 시청한다고 응답한 청소년들 중에서 인문계 고등학생들이 다른 집단에 비해 시청시간이 약간 더 짧은 것으로 나타났다.

<표 III-5> TV시청시간

		명(%)				
		30분정도	1시간 정도	2시간 이상	전혀 보지 않음	전체
성별 ¹⁾	남자	141 (17.2)	261 (31.8)	384 (46.8)	35 (4.3)	821 (100.0)
	여자	121 (12.5)	250 (25.8)	569 (58.7)	29 (3.0)	969 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	81 (13.8)	161 (27.4)	335 (57.1)	10 (1.7)	587 (100.0)
	인문고	114 (18.6)	212 (34.5)	264 (43.0)	24 (3.9)	614 (100.0)
	실업고	67 (11.4)	138 (23.4)	354 (60.1)	30 (5.1)	589 (100.0)
합계		262 (14.6)	511 (28.5)	953 (53.2)	64 (3.6)	1,790 (100.0)

1) $\chi^2=26.181$ $p<.001$ 2) $\chi^2=53.061$ $p<.001$

요컨대, 전통적인 정보매체 활용도는 TV를 제외하고는 매우 낮다. 특히 신문·잡지보다 라디오에 대한 선호도가 더 낮은 것으로 조사되었다. 이는 일정부분 수업시간에 신문을 활용하는 경우가 있으며 입학시험을 준비하는 중·고등학생들의 경우 시험대비의 일환으로 신문 및 시사잡지의 내용을 활용하는 경우가 종종 있기 때문인 것으로 보인다.

2) 인터넷 정보활용도

그렇다면 청소년들의 인터넷 활용정도는 어느 정도일까? 우선 하루 평균 청소년들의 인터넷 접속시간을 조사한 결과, 전체 응답자중 34.2%가 '3시간 이상', 28.6%가 하루 평균 '2시간 이상' 접속하는 것으로 나타났다(<표 III-6> 참조). 이는 전통적인 매체활용도와 비교했을 때 매우 높은 수치인데, '2시간 이상' TV를 시청한다는 응답보다 무려 9.6%나 높은 비율이다. 이러한 경향은 남학생집단과 실업계 학생들에게서 뚜렷한데 실업계 학생들의 경우는 다른 집단의 청소년들보다 학교교육을 통해 인터넷 접속기회가 더 많기 때문인 것으로 보인다.

<표 III-6> 인터넷 접속시간

		명(%)				
		30분정도	1시간 정도	2시간 이상	전혀 보지 않음	전체
성별 ¹⁾	남자	141 (17.2)	261 (31.8)	384 (46.8)	35 (4.3)	821 (100.0)
	여자	121 (12.5)	250 (25.8)	569 (58.7)	29 (3.0)	969 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	81 (13.8)	161 (27.4)	335 (57.1)	10 (1.7)	587 (100.0)
	인문고	114 (18.6)	212 (34.5)	264 (43.0)	24 (3.9)	614 (100.0)
	실업고	67 (11.4)	138 (23.4)	354 (60.1)	30 (5.1)	589 (100.0)
합계		262 (14.6)	511 (28.5)	953 (53.2)	64 (3.6)	1,790 (100.0)

1) $\chi^2=15.105$ $p<.01$ 2) $\chi^2=86.197$ $p<.001$

한편, 요즘 새로운 통신수단으로 부각되고 있는 이동통신의 경우, 전체 응답자의 58.7%가 무선전화기를 가지고 있는 것으로 조사되었는데, 남학생(49.1%)보다는 여학생(66.9%)이, 중학생(38.4%)보다는 고등학생들(인문고 65.9%; 실업고 71.6%)의 소유 비율이 더 높다. 특히 실업계학생들 경우 10명 중 7명은 무선전화기를 갖고 있는 것으로 나타났다.

<표 III-7> 이동통신전화기 유무

		명(%)		
		있다	없다	전체
성별 ¹⁾	남자	404 (49.1)	418 (50.9)	822 (100.0)
	여자	648 (66.9)	321 (33.1)	969 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	226 (38.4)	362 (61.6)	588 (100.0)
	인문고	405 (65.9)	210 (34.1)	615 (100.0)
	실업고	421 (71.6)	167 (28.4)	588 (100.0)
합계		1,052 (58.7)	739 (41.3)	1,791 (100.0)

1) $\chi^2=57.648$ $p<.001$ 2) $\chi^2=152.978$ $p<.001$

무선전화기를 가지고 있다고 응답한 청소년들만을 대상으로 무선인터넷 접속 정도를 조사한 결과, 성별간 차이는 나타나지 않았지만 학교급간에는 통계적으로 유의미한 차이를 보였다. ‘매일’ 접속하는 비율을 놓고 보았을 때, 중학생들(7.9%)이 고등학생들(인문고 4.0%; 실업고 6.9%)에 비해 무선 인터넷에 더 자주 접속하는 것으로 조사되었다. ‘한 달에 한 두 번 접속한다’(28.3%) 혹은 ‘무선전화기를 가지고 있

지만 무선 인터넷을 사용하지 않는다'(23.4%)고 응답한 비율을 보면 무선인터넷 활용이 보편화되었다고는 볼 수 없지만 무선전화기를 가지고 있는 청소년들의 75%정도가 적어도 무선 인터넷을 '한 달에 한 두 번'은 사용한다고 볼 수 있다. 이러한 결과는 2001년 조사(황진구 외, 2001)된 청소년들의 무선 인터넷 이용비율(24.9%)보다 매우 높은 수치로 그 이용비율이 꾸준히 증가한다고 할 수 있다.

<표 III-8> 무선인터넷 접속 정도

	명(%)			
	중학교	인문고	실업고	합계
매일	18 (7.9)	16 (4.0)	29 (6.9)	63 (6.0)
일주일에3-4회	32 (14.1)	44 (10.9)	42 (10.0)	118 (11.2)
일주일에1-2번	49 (21.6)	71 (17.6)	73 (17.3)	193 (18.3)
한달에 3-4회	29 (12.8)	58 (14.4)	48 (11.4)	135 (12.8)
한달에 1-2번	62 (27.3)	124 (30.7)	112 (26.5)	298 (28.3)
전혀 접속 안함	37 (16.3)	91 (22.5)	118 (28.0)	246 (23.4)
합계	227 (100.0)	404 (100.0)	422 (100.0)	1,053 (100.0)

$\chi^2=20.341$ $p<.05$

그렇다면 무선인터넷을 사용하는 청소년들의 접속시간은 어느 정도나 될까? <표 III-9>를 보면 '5분 정도 사용한다'고 응답한 비율이

전체 응답자의 59.4%로 가장 높으며, 그 다음으로 '10분 정도'(30.7%)인 것으로 나타나, 청소년들이 무선 인터넷에 접속한다고 하더라도 오랫동안 사용하지는 않는다고 할 수 있다. 이러한 경향은 성별간, 학교급간에 따라 뚜렷한 차이를 보이고 있는데, '1시간 이상' 접속한다고 응답한 비율을 높고 보았을 때, 남학생과 실업계 학생들이 다른 집단의 청소년들보다 이용시간이 더 길다.

<표 III-9> 무선인터넷 접속시간

		명(%)				
		5분정도	10분정도	30분정도	1시간이상	합계
성별 ¹⁾	남자	213 (63.2)	92 (27.3)	17 (5.0)	15 (4.5)	337 (100.0)
	여자	300 (56.9)	173 (32.8)	42 (8.0)	12 (2.3)	527 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	116 (56.6)	66 (32.2)	20 (9.8)	3 (1.5)	205 (100.0)
	인문고	211 (63.4)	97 (29.1)	20 (6.0)	5 (1.5)	333 (100.0)
	실업고	186 (57.1)	102 (31.3)	19 (5.8)	19 (5.8)	326 (100.0)
합계		513 (59.4)	265 (30.7)	59 (6.8)	27 (3.1)	864 (100.0)

1) $\chi^2=9.097$ $p<.05$ 2) $\chi^2=17.534$ $p<.01$

무선전화기를 가지고 있지만 무선인터넷을 사용하지 않는다고 응답한 청소년들만을 대상으로 무선인터넷을 사용하지 않는 이유를 조사해 보았다. 이때 인문계와 실업계를 고등학교라는 변수로 통합해 통계분석을 한 결과, 학교급간에 통계적으로 유의미한 차이가 나타났다.

중학생이나 고등학생 모두 ‘통화료가 비싸서 이용하지 않는다’고 응답한 비율이 가장 높지만 고등학생(52.9%)보다는 중학생(62.4%)이 경제적 부담을 더 많이 느끼는 것으로 조사되었다. 반면 ‘한정된 무선 인터넷의 콘텐츠’로 인해 사용하지 않는다고 응답한 비율은 중학생보다 고등학생들이 더 많은 것으로 조사되어 고등학생들은 인터넷 이용시 정보내용에 더 많은 비중을 두는 것으로 보인다.

<표 III-10> 무선인터넷을 사용하지 않는 이유

	단말기 가 구형	통화료가 비싸서	화면이 작아서	통신 속도가 느려서	컨텐츠가 부실	유선인터넷만으로 충분해서	기타	명(%)
중학교	2 (1.5)	83 (62.4)	4 (3.0)	10 (7.5)	5 (3.8)	14 (10.5)	15 (11.3)	133 (100.0)
고등학교	29 (5.8)	264 (52.9)	31 (6.2)	39 (7.8)	39 (7.8)	64 (12.8)	33 (6.6)	499 (100.0)
합계	31 (4.9)	347 (54.9)	35 (5.5)	49 (7.8)	44 (7.0)	78 (12.3)	48 (7.6)	632 (100.0)

$$\chi^2=13.599 \quad p<.05$$

요컨대, 청소년들의 매체 활용은 전통적인 매체에서 정보통신매체로 옮겨지고 있다고 말할 수 있다. 아직은 무선 인터넷보다는 유선 인터넷 활용도가 가장 높으며, 그 다음으로 TV 등의 영상매체, 신문 및 잡지 등의 인쇄매체 순으로 나타났다. 이러한 경향은 청소년들이 어느 곳에서 주요 정보를 획득하는지를 조사한 결과에서도 유사하게 나타났다.

청소년들이 생활에 필요한 정보를 주로 획득하는데 있어 가장 많이 이용하는 매체를 조사한 결과, 대부분의 청소년들이 인터넷(73.9%)을 통해 정보를 획득하는 것으로 나타났다. 그 다음이 TV(12.7%)로

나타났으며 신문이나 도서와 같은 인쇄매체를 통해서 정보를 획득하는 비율은 3.0%로 매우 낮게 나타났다.

이를 학교급에 따라 구분해 보면, 중학생(4.8%)이 고등학생(2.1%)보다 인쇄매체의 활용비율이 더 높게 나타났다. 반면, TV를 통한 정보획득은 고등학생(13.7%)이 중학생(10.6%)보다 더 높다. 반면 성별에 따라서는 유의미한 차이가 나타나지 않았다.

<표 III-11> 정보를 주로 얻는 매체

	명(%)		
	중학교	고등학교	전체
인터넷	434 (74.3)	884 (73.7)	1,318 (73.9)
TV	62 (10.6)	164 (13.7)	226 (12.7)
라디오	2 (0.3)	6 (0.5)	8 (0.4)
신문이나 잡지	16 (2.7)	19 (1.6)	35 (2.0)
도서	12 (2.1)	6 (0.5)	18 (1.0)
친구	45 (7.7)	106 (8.8)	151 (8.5)
가족	7 (1.2)	3 (0.3)	10 (0.6)
교사	4 (0.7)	7 (0.6)	11 (0.6)
기타	2 (0.3)	4 (0.3)	6 (0.3)
합계	584 (100.0)	1199 (100.0)	1,783 (100.0)

$\chi^2=22.171$ $p<.01$

3. 인터넷 정보 이용 실태

청소년들의 인터넷 정보 이용 실태를 알아보기 위해 인터넷 정보에 대한 접속 횟수, 한번 접속 시 이용시간, 정보 이용 후 느낌, 정보 이용의 주요 장소와 경로 등을 조사하였다. 그리고 이외에 인터넷 정보이용 피해 사례, 정보이용 만족도의 기준, 청소년들이 많이 가입하고 있는 커뮤니티 등을 조사하였다.

1) 정보 접속 횟수

각 정보에 대한 청소년들의 접속횟수를 조사한 결과는 <표 III-12>에 제시되어 있다. 각 정보에 대한 인터넷 접속 횟수를 통해 청소년들이 주로 많이 이용하는 정보가 무엇인지를 분석해 보면, ‘영화·음악 등 문화활동정보’ (94%)를 가장 많이 이용하는 것으로 나타났다. 그 다음으로 ‘온라인게임 및 오락정보’ (81%), ‘방송·연예정보’ (79%), ‘취미생활정보’ (65%), ‘커뮤니티정보’ (65%), ‘학교·학습정보’ (63%) 순으로 인터넷 정보를 이용하고 있는 것으로 보인다.

반면 정보이용율이 가장 낮은 것은 ‘성교육, 상담정보’인데, 전체 응답자의 89.0%가 ‘이용한 경험이 없다’고 응답했다. 그리고 자원봉사 활동 정보와 야영 등 수련활동 정보에 있어서는 그 이용율이 각각 22.4%, 24.9%에 불과하다.

이러한 결과를 통해 두 가지를 시사 받을 수 있는데 우선, 일반적으로 청소년들에게 유익하다고 생각되는 정보에 대한 청소년들의 이용율이 그리 높지 않다는 것과 다른 한편으로 청소년 유익정보에 대한 청소년들의 인식과 사회적 인식간에 차이가 있다는 것이다.

<표 III-12> 세부 정보에 대한 접속 횟수

	명(%)					
	전혀없다	하루에 3-4번이상	하루에 1-2번	일주일에 1-2번	한달에 1-2번	합계
학교학습정보	651 (36.5)	44 (2.5)	182 (10.2)	387 (21.7)	519 (29.1)	1,783 (100)
성교육, 상담정보	1,575 (88.8)	20 (1.1)	16 (.9)	20 (1.1)	142 (8.0)	1,773 (100)
영화, 음악 등 문화활동정보	115 (6.5)	417 (23.5)	656 (36.9)	421 (23.7)	167 (9.4)	1,776 (100)
진학 및 취업정보	856 (48.3)	44 (2.5)	112 (6.3)	248 (14.0)	513 (28.9)	1,773 (100)
컴퓨터관련 정보	764 (43.3)	122 (6.9)	220 (12.5)	314 (17.8)	346 (19.6)	1,766 (100)
야영 등 수련활동 정보	1,329 (75.1)	27 (1.5)	55 (3.1)	96 (5.4)	263 (14.9)	1,770 (100)
여행정보	920 (51.8)	43 (2.4)	99 (5.6)	178 (10.0)	535 (30.1)	1,775 (100)
자원봉사활동정보	1,371 (77.6)	31 (1.8)	39 (2.2)	88 (5.0)	237 (13.4)	1,766 (100)
방송·연예정보	367 (20.7)	315 (17.8)	457 (25.8)	429 (24.2)	205 (11.6)	1,773 (100)
스포츠정보	748 (42.3)	168 (9.5)	277 (15.6)	346 (19.5)	231 (13.1)	1,770 (100)
쇼핑정보	743 (42.0)	126 (7.1)	272 (15.4)	362 (20.5)	265 (15.0)	1,768 (100)
미용,패션정보	853 (48.3)	141 (8.0)	240 (13.6)	309 (17.5)	223 (12.6)	1,766 (100)
온라인게임 및 오락정보	343 (19.3)	486 (27.4)	433 (24.4)	340 (19.1)	174 (9.8)	1,776 (100)
취미생활정보	617 (35.0)	254 (14.4)	352 (19.9)	343 (19.4)	199 (11.3)	1,765 (100)
시사 및 뉴스정보	1,002 (55.6)	78 (4.4)	204 (11.5)	239 (13.5)	247 (14.0)	1,770 (100)
커뮤니티정보	618 (34.8)	306 (17.2)	414 (23.3)	275 (15.5)	161 (9.1)	1,774 (100)
음란물정보	1,360 (76.8)	43 (2.4)	49 (2.8)	120 (6.8)	199 (11.2)	1,771 (100)
자살사이트정보	1,672 (94.0)	22 (1.2)	18 (1.0)	20 (1.1)	47 (2.6)	1,779 (100)
폭탄사이트정보	1,699 (95.7)	22 (1.2)	14 (.8)	13 (.7)	28 (1.6)	1,776 (100)

한편, 유해정보에 대한 접속비율은 기존의 조사결과 보다 낮게 조사되었다. 본 조사에서는 음란정보를 이용한 비율은 전체 응답자의

23%이며 자살사이트는 6%, 폭탄사이트는 4%인 것으로 나타났다. 이는 2002년 서울가정법원 소비자보호자협회가 조사한 음란물 접속 비율(66.3%), 자살사이트 접속비율(34%) 보다 매우 낮은 수준이다. 하지만 부산 YWCA 청소년유해감시단(2002년)이 '컴퓨터 이용실태 설문조사' 결과와는 비슷하다. 이 결과에 의하면 응답자의 16.4%가 자살 및 폭탄사이트에 접속한 것으로 나타나며 PC방을 통해 음란물을 접속했다고 응답한 비율은 16.1%로 조사되었다.

그 다음으로 각 세부 정보 이용횟수에 있어 집단간 차이가 나타나 있는지를 조사해 보았다. 그 결과, 정보의 종류에 따라 집단간 차이는 다르게 나타났는데, 이에 통계적으로 유의미한 결과를 보인 정보영역만을 제시하면 다음과 같다.

우선, 학교학습정보의 접속횟수에 있어서는 성별보다는 학교급간에 뚜렷한 차이가 나타났다. 매일 접속하는 비율은 고등학생(인문고 14.5%; 실업고 17.7%)보다는 중학생(28.1%)이 더 높게 조사되었다.

<표 III-13> 학교학습 정보 접속 횟수

	하루에 3-4번이상	하루에 1-2번	일주일에 1-2번	한달에 1-2번	명(%)
중학교	15 (4.0)	91 (24.1)	133 (35.3)	138 (36.6)	377 (100.0)
인문고	12 (2.8)	50 (11.7)	151 (35.4)	213 (50.0)	426 (100.0)
실업고	17 (5.2)	41 (12.5)	103 (31.3)	168 (51.1)	329 (100.0)
합계	44 (3.9)	182 (16.1)	387 (34.2)	519 (45.8)	1,132 (100.0)

$$\chi^2=37.258 \quad p<.001$$

영화, 음악 등 문화활동 정보의 경우에 하루에 1~2번 접속하는 비율이 39.5%로 가장 많은데, 중학생보다는 고등학생들의 접속횟수가

많은 편이다(<표 III-14> 참조). 특히 다른 집단(중학생 62.7%; 인문고 62.3%)에 비해 실업계 학생들의 하루 기준 접속횟수(68.9%)가 높게 나타났다.

<표 III-14> 문화활동정보 접속 횟수

	명(%)				
	하루에 3-4번이상	하루에 1-2번	일주일에 1-2번	한달에 1-2번	합계
중학교	135 (26.0)	191 (36.7)	113 (21.7)	81 (15.6)	520 (100.0)
인문고	129 (22.0)	236 (40.3)	171 (29.2)	50 (8.5)	586 (100.0)
실업고	153 (27.6)	229 (41.3)	137 (24.7)	36 (6.5)	555 (100.0)
합계	417 (25.1)	656 (39.5)	421 (25.3)	167 (10.1)	1661 (100.0)

$\chi^2=35.586$ $p<.001$

반면 컴퓨터관련 정보에 있어서는 고등학생(인문고 26.8%; 실업고 35.6%)보다 중학생(39.5%)의 하루 기준 접속횟수가 더 많은 것으로 조사되었다.

<표 III-15> 컴퓨터 관련 정보 접속 횟수

	명(%)				
	하루에 3-4번이상	하루에 1-2번	일주일에 1-2번	한달에 1-2번	합계
중학교	52 (15.8)	79 (24.0)	97 (29.5)	101 (30.7)	329 (100.0)
인문고	25 (7.7)	62 (19.1)	106 (32.6)	132 (40.6)	325 (100.0)
실업고	45 (12.9)	79 (22.7)	111 (31.9)	113 (32.5)	348 (100.0)
합계	122 (12.2)	220 (22.0)	314 (31.3)	346 (34.5)	1,002 (100.0)

$\chi^2=16.913$ $p<.05$

방송·연예 정보의 경우는 고등학생(실업고 57%; 인문고 49.4%)에 비해 중학생(59%)의 접속 횟수가 많은 편이다(<표 III-16> 참조). 특히 인문계 고등학생들의 접속횟수는 ‘일주일에 한 두 번’ 정도가 가장 많은 반면 중학생이나 실업계 고등학생인 경우는 ‘하루에 한 두 번’ 접속하는 비율이 가장 높게 나타났다.

<표 III-16> 방송, 연예 정보 접속 횟수

	명(%)				
	하루에 3-4번이상	하루에 1-2번	일주일에 1-2번	한달에 1-2번	합계
중학교	122 (27.7)	138 (31.3)	117 (26.5)	64 (14.5)	441 (100.0)
인문고	78 (15.6)	169 (33.8)	171 (34.2)	82 (16.4)	500 (100.0)
실업고	115 (24.7)	150 (32.3)	141 (30.3)	59 (12.7)	465 (100.0)
합계	315 (22.4)	457 (32.5)	429 (30.5)	205 (14.6)	1406 (100.0)

$$\chi^2=24.173 \quad p<.001$$

<표 III-17>에 나타난 바와 같이 스포츠정보에 대한 접속횟수를 살펴보면 성별간 차이를 발견할 수 있다. 남학생들이 여학생들에 비해 더 자주 스포츠정보에 접속하는 것으로 조사되었다. 남학생 응답자의 49.1%가 ‘하루에 최소한 한번 정도’ 접속하는 반면 여학생은 그 비율이 36.3%로 남학생보다 12.6% 낮게 나타나고 있다.

<표 III-17> 스포츠정보 접속 횟수

	명(%)				
	하루에 3-4번이상	하루에 1-2번	일주일에 1-2번	한달에 1-2번	합계
남자	108 (20.6)	152 (29.0)	163 (31.0)	102 (19.4)	525 (100.0)
여자	60 (12.1)	125 (25.2)	183 (36.8)	129 (26.0)	497 (100.0)
합계	168 (16.4)	277 (27.1)	346 (33.9)	231 (22.6)	1022 (100.0)

$\chi^2=19.906$ $p<.001$

미용·패션 정보의 경우는 일주일에 1~2번 접속하는 비율이 가장 많은 가운데, 인문계 고등학생들의 접속횟수가 다른 집단에 비해 적은 반면 실업계 학생들의 45.3%는 '최소한 하루에 한 번'은 미용 패션 정보에 접속하는 것으로 나타났다.

<표 III-18> 미용 패션정보 접속 횟수

	명(%)				
	하루에 3-4번이상	하루에 1-2번	일주일에 1-2번	한달에 1-2번	합계
중학교	38 (17.1)	58 (26.1)	63 (28.4)	63 (28.4)	222 (100.0)
인문고	36 (11.0)	84 (25.7)	120 (36.7)	87 (26.6)	327 (100.0)
실업고	67 (18.4)	98 (26.9)	126 (34.6)	73 (20.1)	364 (100.0)
합계	141 (15.4)	240 (26.3)	309 (33.8)	223 (24.4)	913 (100.0)

$\chi^2=14.452$ $p<.05$

온라인 게임 접속 횟수에 있어서는 성별간, 학교급간에 뚜렷한 차이를 볼 수 있다. 남학생 10명 중 7명은 ‘하루에 최소한 한 번’은 온라인 게임 및 오락정보에 접속하는 것으로 나타났다. 여학생은 그보다 낮은 50% 정도가 매일 온라인 게임에 접속하고 있다. 학교급별로는 실업계 고등학생들이 다른 집단에 비해 하루 평균 접속하는 횟수(69.1%)가 가장 빈번하며 인문계 고등학생들은 하루 기준 접속횟수가 중학생(68%)보다 낮은 55.4%로 나타났다.

<표 III-19> 온라인 게임 접속 횟수

		명(%)				
		하루에 3-4번이상	하루에 1-2번	일주일에 1-2번	한달에 1-2번	전체
성별 ¹⁾	여자	177 (25.5)	215 (31.0)	191 (27.6)	110 (15.9)	693 (100.0)
	남자	309 (41.8)	218 (29.5)	149 (20.1)	64 (8.6)	740 (100.0)
학교 ²⁾	실업고	173 (37.4)	147 (31.7)	94 (20.3)	49 (10.6)	463 (100.0)
	인문고	125 (26.0)	141 (29.4)	138 (28.8)	76 (15.8)	480 (100.0)
	중학교	188 (38.4)	145 (29.6)	108 (22.0)	49 (10.0)	490 (100.0)
합계		486 (33.9)	433 (30.2)	340 (23.7)	174 (12.1)	1,433 (100.0)

1) $\chi^2=51.736$ $p<.001$ 2) $\chi^2=29.943$ $p<.001$

시사 및 뉴스정보에 있어 남학생은 ‘최소한 하루에 한번 접속’하는 비율이 46.7%이고 여학생은 28.3%인 것으로 나타나 상대적으로 남학생들이 여학생들에 비해 시사정보에 더 많은 관심을 갖고 있는 것으로 나타났다. 하지만 전반적으로는 시사 및 뉴스정보의 접속횟수가 36.8%에 불과해 이 정보에 대한 청소년들의 선호도가 매우 낮다고 할 수 있다.

<표 III-20> 시사 및 뉴스정보 접속 횟수

	명(%)				
	하루에 3-4번이상	하루에 1-2번	일주일에 1-2번	한달에 1-2번	합계
남자	47 (13.4)	117 (33.3)	98 (27.9)	89 (25.4)	351 (100.0)
여자	31 (7.4)	87 (20.9)	141 (33.8)	158 (37.9)	417 (100.0)
합계	78 (10.2)	204 (26.6)	239 (31.1)	247 (32.2)	768 (100.0)

$\chi^2=29.250$ $p<.001$

지금까지 세부 정보의 접속횟수에 있어 집단간 차이를 분석했는데, 몇몇 정보에 있어 성별간, 학교급간 차이가 나타났다. 특히 우리사회에 관습화되어 있는 전통적 성역할 구분을 정보이용 실태에서도 부분적으로 볼 수 있었다. 그 단적인 예로 스포츠 정보나 게임·오락정보는 남학생의 이용비율이 높다는 것을 들 수 있다.

유해 정보 중의 하나인 폭탄사이트에 대한 접속횟수는 청소년들의 학교유형과 밀접한 관련이 있는 것으로 나타났다. 폭탄사이트에 접속 경험이 있는 응답자의 46.8%가 최소한 하루 한번은 이 사이트에 접속하는 것으로 나타났으며, 특히, 실업계 고등학생(67.7%)이 다른 집단(중학교 53.3%; 인문고 17.8%)에 비해 더 자주 접속하는 것으로 나타났다. 이는 동일한 고등학생 집단인 인문계 학생들보다 3.8배 높은 비율이다. 반면 음란정보나 자살사이트의 경우 그 이용횟수에 있어 성별간, 학교급간의 차이는 볼 수 없었다.

<표 III-21> 폭탄사이트 접속 횟수

	명(%)				
	하루에 3-4번이상	하루에 1-2번	일주일에 1-2번	한달에 1-2번	합계
중학교	6 (40.0)	2 (13.3)	3 (20.0)	4 (26.7)	15 (100.0)
인문고	2 (7.1)	3 (10.7)	7 (25.0)	16 (57.1)	28 (100.0)
실업고	14 (41.2)	9 (26.5)	3 (8.8)	8 (23.5)	34 (100.0)
합계	22 (28.6)	14 (18.2)	13 (16.9)	28 (36.4)	77 (100.0)

$$\chi^2=17.154 \quad p<.01$$

2) 인터넷 1회 접속시 이용시간

그렇다면 청소년들은 각 정보에 접속했을 경우 이용시간은 어느 정도일까? 이를 알아보기 위해 각 정보를 이용해 본 경험이 있다고 응답한 청소년들만을 대상으로 한 번 접속시 이용시간을 조사해 보았다.

그 결과 전체 응답자의 49.0%가 한번 접속시 '30분 미만'으로 이용하고 있는 것으로 나타났으며, '1시간 미만' 혹은 '1시간~2시간 미만'이라고 응답한 청소년이 각각 25.3%, 17.0%로 응답자의 91.3%가 '1시간 미만' 이나 '1시간 정도' 정보를 이용하는 경우로 나타났다.

이를 성별로 보았을 경우, 여학생(21.2%)이 남학생(19.4%)보다 '1시간 이상' 접속하는 비율이 약간 높으며, 고등학생들(실업고 27.5%; 인문고 26.1%)이 중학생(중학교 23.1%)보다 한 번 접속시 더 오랫동안 각 정보 사이트에 머무는 것으로 나타났다.

<표 III-22> 정보 접속시 1회 평균 이용 시간

		명(%)				
		30분미만	30분-1시간미만	1시간정도	2시간이상	합계
성별	남자	3,876 (54.2)	1,757 (24.6)	997 (13.9)	521 (7.3)	7,151 (44.6)
	여자	3,966 (44.7)	2,294 (25.9)	1,725 (19.5)	880 (9.9)	8,865 (55.4)
학교	중학교	2,467 (52.6)	1,144 (24.4)	730 (15.6)	353 (7.5)	4,694 (29.3)
	인문고	2,834 (48.4)	1,491 (25.5)	1,076 (18.4)	451 (7.7)	5,852 (36.5)
	실업고	2,541 (46.5)	1,416 (25.9)	916 (16.7)	597 (10.9)	5,470 (34.2)
합계		7,842 (49.0)	4,051 (25.3)	2,722 (17.0)	1,401 (8.7)	16,016 (100.0)

청소년들이 각 정보에 접속했을 경우 가장 오랫동안 머무는 정보는 영화, 음악 등 문화활동정보나 온라인 게임 및 오락정보로 나타났다. 특히 게임 및 오락정보에 있어서는 '2시간 이상'이라고 응답한 청소년들이 26.7%이나 되어, 게임정보인 경우 청소년들이 장시간 이용하는 것으로 보인다. 반면 자원봉사활동 정보나 시사 및 뉴스정보인 경우의 이용시간이 다른 정보에 비해 짧은 것으로 나타났는데, '30분 미만'이라고 응답한 비율이 각각 72.5%, 67.8%이다.

<표 III-23> 세부 정보 1회 접속시 평균 이용시간

	명(%)				
	30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상	합계
학교·학습정보	607 (53.4)	268 (23.6)	191 (16.8)	70 (6.2)	1,136 (100.0)
성교육, 상담정보	153 (67.1)	42 (18.4)	27 (11.8)	6 (2.6)	228 (100.0)
영화, 음악 등 문화활동정보	512 (31.7)	460 (28.5)	397 (24.6)	246 (15.2)	1,615 (100.0)
진학 및 취업정보	502 (55.3)	206 (22.7)	166 (18.3)	34 (3.7)	908 (100.0)
컴퓨터관련 정보	582 (59.9)	224 (23.1)	115 (11.8)	50 (5.1)	971 (100.0)
야영 등 수련활동정보	307 (68.4)	91 (20.3)	40 (8.9)	11 (2.4)	449 (100.0)
여행정보	511 (60.5)	203 (24.0)	102 (12.1)	29 (3.4)	845 (100.0)
자원봉사활동정보	293 (72.5)	65 (16.1)	40 (9.9)	6 (1.5)	404 (100.0)
방송·연예정보	567 (41.4)	423 (30.9)	256 (18.7)	125 (9.1)	1,371 (100.0)
스포츠정보	607 (59.7)	254 (25.0)	126 (12.4)	29 (2.9)	1,016 (100.0)
쇼핑정보	494 (48.4)	295 (28.9)	166 (16.3)	66 (6.5)	1,021 (100.0)
미용, 패션정보	419 (46.0)	254 (27.9)	164 (18.0)	73 (8.0)	910 (100.0)
온라인게임 및 오락정보	377 (27.0)	336 (24.1)	309 (22.2)	372 (26.7)	1,394 (100.0)
취미생활정보	485 (43.4)	324 (29.0)	216 (19.3)	93 (8.3)	1,118 (100.0)
시사 및 뉴스정보	519 (67.8)	171 (22.4)	63 (8.2)	12 (1.6)	765 (100.0)
커뮤니티정보	526 (47.0)	298 (26.6)	206 (18.4)	90 (8.0)	1,120 (100.0)
음란물정보	244 (58.8)	73 (17.6)	64 (15.4)	34 (8.2)	415 (100.0)
자살사이트정보	61 (54.5)	21 (18.8)	23 (20.5)	7 (6.3)	112 (100.0)
폭탄사이트정보	42 (48.3)	19 (21.8)	20 (23.0)	6 (6.9)	87 (100.0)

각 정보를 이용하는 시간이 성별 및 학교급과 관련성을 맺고 있는지를 검토하기 위해 각 정보의 이용시간을 성별과 학교급에 따른 차이를 분석해 보았다. 이에 유의미한 차이를 보이는 결과만을 제시하면 다음과 같다.

우선 학교·학습정보의 경우 전체적으로는 ‘30분 미만’ 이용하는 비율이 전체 응답자의 53.4%로 가장 많지만, 여학생이 남학생에 비해 더 오랫동안 이용하는 것으로 나타났다. ‘1시간 이상’ 이용하는 비율이 여학생이 26.8%인 반면 남학생은 17.6%이다.

<표 III-24> 학교·학습정보 이용 시간

	명(%)				
	30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상	전체
남자	291 (61.7)	98 (20.8)	67 (14.2)	16 (3.4)	472 (100.0)
여자	316 (47.6)	170 (25.6)	124 (18.7)	54 (8.1)	664 (100.0)
합계	607 (53.4)	268 (23.6)	191 (16.8)	70 (6.2)	1136 (100.0)

$$\chi^2=26.313 \quad p< .001$$

성교육 및 상담정보인 경우 역시 ‘30분 미만’ 이용하는 경우가 전체 응답자의 67.1%로 가장 많으나 고등학생들(인문고 14.5%; 실업고 12.5%)에 비해 중학생들(17.6%)이 ‘1시간 이상’ 이용하는 비율이 높다.

<표 III-25> 성교육 및 상담정보 이용 시간

		명(%)				
		30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상	전체
학교	중학교	41 (71.9)	6 (10.5)	7 (12.3)	3 (5.3)	57 (100.0)
	인문고	47 (56.6)	24 (28.9)	11 (13.3)	1 (1.2)	83 (100.0)
	실업고	65 (73.9)	12 (13.6)	9 (10.2)	2 (2.3)	88 (100.0)
합계		153 (67.1)	42 (18.4)	27 (11.8)	6 (2.6)	228 (100.0)

 $\chi^2=12.667$ $p<.05$

영화, 음악 등 문화활동정보인 경우 성별과 학교급간에 집단간 차이를 뚜렷하게 볼 수 있다. 남학생(33.6%)보다 여학생(44.9%)이 한 번 접속시 '1시간 이상' 이용하는 경우가 더 많으며 중학생(33.2%)보다는 고등학생(인문고 42.7%; 실업고 42.9%)이 더 오랫동안 접속하는 것으로 나타났다.

<표 III-26> 영화, 음악 등 문화활동 정보 이용 시간

명(%)						
		30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상	전체
성별 ¹⁾	남자	262 (36.3)	217 (30.1)	155 (21.5)	87 (12.1)	721 (100.0)
	여자	250 (28.0)	243 (27.2)	242 (27.1)	159 (17.8)	894 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	185 (36.8)	151 (30.0)	105 (20.9)	62 (12.3)	503 (100.0)
	인문고	168 (29.4)	159 (27.8)	165 (28.9)	79 (13.8)	571 (100.0)
	실업고	159 (29.4)	150 (27.7)	127 (23.5)	105 (19.4)	541 (100.0)
합계		512 (31.7)	460 (28.5)	397 (24.6)	246 (15.2)	1,615 (100.0)

1) $\chi^2=23.629$ $p<.001$ 2) $\chi^2=23.667$ $p<.01$

진학 및 취업정보에 있어서도 성별 및 학교급별로 정보이용시간과 밀접하게 관련되어 있었다. 여학생이 남학생보다 한 번 접속했을 경우 1시간 이상 이용하는 비율이 높으며 학교급이 올라갈 수록 이용시간이 더 긴 것으로 나타났다. 특히 인문계 고등학생들인 경우는 응답자의 24.8%가 '1시간 이상' 이용하는 것으로 조사되었다. 이는 우리나라 대부분의 청소년들이 고등학교 시절에 자신의 진로에 대해 심각하게 고민하는 동시에 대학진학에 대한 정보수집을 주로 한다는 점이 어느 정도 반영된 것으로 보인다.

<표 III-27> 진학 및 취업정보 이용 시간

		명(%)				
		30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상	전체
성별 ¹⁾	남자	231 (64.0)	80 (22.2)	42 (11.6)	8 (2.2)	361 (100.0)
	여자	271 (49.5)	126 (23.0)	124 (22.7)	26 (4.8)	547 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	116 (67.8)	29 (17.0)	20 (11.7)	6 (3.5)	171 (100.0)
	인문고	189 (48.7)	103 (26.5)	76 (19.6)	20 (5.2)	388 (100.0)
	실업고	197 (56.4)	74 (21.2)	70 (20.1)	8 (2.3)	349 (100.0)
합계		502 (55.3)	206 (22.7)	166 (18.3)	34 (3.7)	908 (100.0)

1) $\chi^2=26.505$ $p<.001$ 2) $\chi^2=22.421$ $p<.01$

여행정보인 경우, 전체 응답자의 60.5%가 '30분 미만' 이라고 응답했으며, '1시간 이하'라고 응답한 경우도 24.0%여서 대부분의 청소년들

이 1시간 미만으로 여행정보를 이용하는 것으로 나타났다. 단, 여학생(18.7%)이 남학생(10.8%)보다, 고등학생(인문고 17.4; 실업고 16.7%)이 중학생(11.6%)보다 한 번 접속시 최소한 1시간 정도 이용하는 비율이 높은 것으로 조사되었다.

<표 III-28> 여행정보 이용 시간

		명(%)				
		30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상	전체
성별 ¹⁾	남자	225 (66.0)	79 (23.2)	28 (8.2)	9 (2.6)	341 (100.0)
	여자	286 (56.7)	124 (24.6)	74 (14.7)	20 (4.0)	504 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	165 (68.2)	49 (20.2)	23 (9.5)	5 (2.1)	242 (100.0)
	인문고	179 (61.3)	62 (21.2)	43 (14.7)	8 (2.7)	292 (100.0)
	실업고	167 (53.7)	92 (29.6)	36 (11.6)	16 (5.1)	311 (100.0)
합계		511 (60.5)	203 (24.0)	102 (12.1)	29 (3.4)	845 (100.0)

1) $\chi^2=11.147$ $p<.05$ 2) $\chi^2=18.625$ $p<.01$

방송·연예정보인 경우, 남학생(17.3%)에 비해 여학생(34.8%)이 한 번 접속시 '1시간 이상' 이용하는 비율이 높게 나타났다. 또한 인문계 고등학생들이 다른 집단에 비해 접속시간이 약간 더 짧은 것으로 조사되었다.

<표 III-29> 방송·연예정보 이용 시간

		명(%)				
		30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상	전체
성별 ¹⁾	남자	286 (52.1)	168 (30.6)	74 (13.5)	21 (3.8)	549 (100.0)
	여자	281 (34.2)	255 (31.0)	182 (22.1)	104 (12.7)	822 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	181 (42.3)	133 (31.1)	79 (18.5)	35 (8.2)	428 (100.0)
	인문고	222 (45.5)	140 (28.7)	97 (19.9)	29 (5.9)	488 (100.0)
	실업고	164 (36.0)	150 (33.0)	80 (17.6)	61 (13.4)	455 (100.0)
합계		567 (41.4)	423 (30.9)	256 (18.7)	125 (9.1)	1371 (100.0)

1) $\chi^2=66.904$ $p<.001$ 2) $\chi^2=22.290$ $p<.01$

스포츠 정보인 경우, 전체 응답자의 84.7%가 '1시간 미만'이라고 응답한 것으로 보아 대체적으로 1시간 미만 정도로 스포츠 관련 사이트에 접속하는 것으로 보여진다. 단, 실업계 고등학생들이 다른 집단에 비해 한 번 접속시 최소한 1시간 정도 이용하는 비율에 있어 약간 더 높게 나타났다.

<표 III-30> 스포츠정보 이용 시간

		명(%)				
		30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상	전체
중학교		202 (62.0)	80 (24.5)	33 (10.1)	11 (3.4)	326 (100.0)
인문고		237 (61.9)	95 (24.8)	47 (12.3)	4 (1.0)	383 (100.0)
실업고		168 (54.7)	79 (25.7)	46 (15.0)	14 (4.6)	307 (100.0)
합계		607 (59.7)	254 (25.0)	126 (12.4)	29 (2.9)	1,016 (100.0)

$\chi^2=12.811$ $p<.05$

쇼핑정보 이용시간에 있어서는 학교급뿐만 아니라 성별로도 관련이 있는 것으로 나타났다. 여학생(26%)이 남학생(16.7%)보다 한 번 접속시 최소한 '1시간 이상' 이용하는 경우가 더 많은 것으로 나타났다. 또한, 중학생(16.5%)보다는 고등학생(인문고 23.5%; 실업고 25.8%)이 더 이용시간이 긴 것으로 나타났다. 이는 실제 구매가 가능한 집단이 중학생보다는 고등학생들이라는 점을 감안한다면 이들의 이용빈도와 시간의 양은 실제 구매와 연결될 수 있다고 보여진다.

<표 III-31> 쇼핑정보 이용 시간

		명(%)				
		30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상	전체
성별 ¹⁾	남자	207 (55.6)	102 (27.4)	45 (12.1)	18 (4.8)	372 (100.0)
	여자	287 (44.2)	193 (29.7)	121 (18.6)	48 (7.4)	649 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	141 (58.3)	61 (25.2)	31 (12.8)	9 (3.7)	242 (100.0)
	인문고	184 (46.9)	116 (29.6)	70 (17.9)	22 (5.6)	392 (100.0)
	실업고	169 (43.7)	118 (30.5)	65 (16.8)	35 (9.0)	387 (100.0)
합계		494 (48.4)	295 (28.9)	166 (16.3)	66 (6.5)	1021 (100.0)

1) $\chi^2=15.444$ $p<.01$ 2) $\chi^2=18.077$ $p<.01$

반면, 미용·패션정보에 있어서는 성별 차이만을 볼 수 있다. 남학생(14.6%)보다 두 배 많은 여학생(30.6%) 비율이 한 번 접속시 '1시간 이상' 미용패션 정보를 이용하는 것으로 나타났다.

<표 III-32> 미용, 패션정보 이용 시간

	명(%)				
	30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상	전체
남자	162 (63.3)	57 (22.3)	25 (9.8)	12 (4.7)	256 (100.0)
여자	257 (39.3)	197 (30.1)	139 (21.3)	61 (9.3)	654 (100.0)
합계	419 (46.0)	254 (27.9)	164 (18.0)	73 (8.0)	910 (100.0)

$\chi^2=45.466$ $p<.001$

온라인 게임 및 오락정보에 있어서는 한 가지 재미있는 사실이 발견되었다. 접속횟수에 있어서는 남학생이 여학생에 비해 더 자주 접속하고 있으나 실제 접속했을 경우 이용시간에 있어서는 여학생이 남학생보다 더 오랫동안 이용하는 것으로 나타났다. 한 번 접속시 적어도 1시간 정도 이용하는 비율이 여학생은 51.6%인 반면, 남학생은 46.2%인 것으로 나타났다.

또한 학교급간 차이에 있어서는 접속횟수가 가장 빈번한 실업계 고등학생집단이 가장 오랫동안 정보를 이용하는 것으로 나타났다. 단, 인문계 고등학생들보다 접속빈도가 많았던 중학생들의 이용시간은 '1시간 미만'인 경우가 전체 응답자의 56.3%로 다른 집단에 비해 이용시간이 짧은 것으로 나타났다.

<표 III-33> 온라인 게임 및 오락정보 이용 시간

		명(%)			
		30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상
성별 ¹⁾	남자	198 (27.6)	188 (26.2)	136 (18.9)	196 (27.3)
	여자	179 (26.5)	148 (21.9)	173 (25.6)	176 (26.0)
학교 ²⁾	중학교	138 (29.1)	129 (27.2)	109 (23.0)	98 (20.7)
	인문고	131 (28.2)	110 (23.7)	105 (22.6)	119 (25.6)
	실업고	108 (23.7)	97 (21.3)	95 (20.9)	155 (34.1)
합계		377 (27.0)	336 (24.1)	309 (22.2)	372 (26.7)
					718 (100.0)
					676 (100.0)
					474 (100.0)
					465 (100.0)
					455 (100.0)
					1,394 (100.0)

1) $\chi^2=9.969$ $p<.05$ 2) $\chi^2=22.653$ $p<.01$

취미생활정보 이용시간에 있어서는 성별에 따른 집단간 차이만 나타났다. 여학생(31.3%)이 남학생(23.1%)에 비해 한 번 접속시 '1시간 이상' 이용하는 비율이 더 높게 나타났다.

<표 III-34> 취미생활정보 이용 시간

		명(%)			
		30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상
성별	남자	245 (49.5)	136 (27.5)	84 (17.0)	30 (6.1)
	여자	240 (38.5)	188 (30.2)	132 (21.2)	63 (10.1)
합계		485 (43.4)	324 (29.0)	216 (19.3)	93 (8.3)
					1,118 (100.0)

$\chi^2=16.333$ $p<.01$

커뮤니티정보 이용시간에 있어서도 남학생에 비해 여학생의 한번 접속시 이용시간이 더 긴 것으로 나타났다. 1시간 이상 커뮤니티 정보를 이용하는 여학생의 비율은 32.5%인 반면 남학생의 경우는 18.7%에 불과하다. 또한 학교급에 따라서도 그 차이를 볼 수 있는데 중학생보다는 고등학생이 더 오랫동안 커뮤니티정보를 이용하는 것으로 나타났다. 특히, 실업계 고등학생들의 커뮤니티 이용시간이 가장 많은데, 응답자의 30.8%가 최소한 한번 접속시 1시간을 이용하고 있는 것으로 나타났다.

<표 III-35> 커뮤니티정보 이용 시간

		명(%)				
		30분미만	30분-1시간	1시간정도	2시간이상	전체
성별 ¹⁾	남자	266 (54.0)	135 (27.4)	70 (14.2)	22 (4.5)	493 (100.0)
	여자	260 (41.5)	163 (26.0)	136 (21.7)	68 (10.8)	627 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	172 (55.0)	72 (23.0)	46 (14.7)	23 (7.3)	313 (100.0)
	인문고	197 (45.7)	123 (28.5)	88 (20.4)	23 (5.3)	431 (100.0)
	실업고	157 (41.8)	103 (27.4)	72 (19.1)	44 (11.7)	376 (100.0)
합계		526 (47.0)	298 (26.6)	206 (18.4)	90 (8.0)	1,120 (100.0)

1) $\chi^2=31.799$ $p<.001$ 2) $\chi^2=22.574$ $p<.01$

지금까지 청소년들의 정보이용 시간을 살펴보았는데, 대부분의 청소년들이 '30분 정도' 정보이용을 하고 있으며, 집단별로 보았을 때는 대체로 여학생과 실업계 고등학생들의 이용시간이 다른 집단에 비해 약간 더 긴 것으로 조사되었다.

3) 각 정보 이용 후 느낌

그렇다면 청소년들의 정보이용 후 그 유익정도는 어느 정도일까? 정보이용 경험이 있는 응답자들만을 대상으로 정보 이용 후 그 느낌을 조사해 본 결과, 전체 응답자의 50%가 '유익했다'고 응답해 정보이용자 10명 중 5명은 인터넷 정보이용에 만족하는 것으로 조사되었다. '유익하지 않았다'거나 '피해를 입었다'는 경우는 각각 5.9%, 1.4%로 매우 낮은 비율을 보였다. 하지만 42.7%에 해당하는 청소년들이 정보이용 후 느낌에 대해 '그저 그렇다'는 유보적인 입장을 나타내 정보이용에 대한 전반적인 만족도가 높다고 할 수 없다. 이러한 점에 비추어 청소년들의 정보이용 경험이 보다 의미 있는 것으로 구성될 수 있도록 다양한 조치들이 필요하다.

<표 III-36> 각 정보를 이용 후 유익성 판단

		명(%)				
		유익했다	그저 그렇다	유익하지 않았다	피해를 입었다	합계
성별	남자	3,779 (50.1)	3,118 (41.4)	508 (6.7)	134 (1.8)	7,539 (43.7)
	여자	4,841 (49.9)	4,233 (43.7)	511 (5.3)	111 (1.1)	9,696 (56.3)
학교	중학교	2,564 (50.7)	11,647 (42.8)	259 (5.1)	67 1.3	5,054 29.3
	인문고	3,021 (49.0)	2,667 (43.2)	396 (6.4)	83 (1.3)	6,167 (35.8)
	실업고	3,035 (50.5)	2,520 (41.9)	364 (6.1)	95 (1.6)	6,014 (34.9)
합계		8,620 (50.0)	7,351 (42.7)	1,019 (5.9)	245 (1.4)	17,235 (100.0)

각 세부정보에 대한 유익성 정도를 분석해 본 결과, 영화·음악 등 문화활동정보에 대한 만족도가 가장 높은 것으로 나타났다. 이 정보를 이용한 응답자의 71.5%가 '유익했다'고 하였으며, 부정적인 반응을 보이

는 응답자는 1.2%에 불과하다. 하지만 문화활동 정보 이외에 ‘유익했다’고 응답한 비율이 50%가 넘는 정보가 그리 많지 않다는 점을 감안한다면 청소년 유익정보컨텐츠에 대한 관심을 더 가져야 할 것이다.

<표 III-37> 정보 콘텐츠별 이용 후 유익성 정도

	명(%)				
	유익했다	그저 그렇다	유익하지 않았다	피해를 입었다	전체
학교학습정보	462 (40.4)	630 (55.1)	46 (4.0)	5 (0.4)	1,143 (100.0)
성교육, 상담정보	100 (28.4)	210 (59.7)	36 (10.2)	6 (1.7)	352 (100.0)
영화, 음악 등 문화활동정보	1,171 (71.5)	446 (27.2)	18 (1.1)	2 (0.1)	1,637 (100.0)
진학 및 취업정보	506 (51.6)	433 (44.1)	38 (3.9)	4 (0.4)	981 (100.0)
컴퓨터관련 정보	489 (48.4)	473 (46.8)	43 (4.3)	6 (0.6)	1,011 (100.0)
야영 등 수련활동정보	175 (30.5)	328 (57.2)	67 (11.7)	3 (0.5)	573 (100.0)
여행정보	415 (46.5)	431 (48.3)	41 (4.6)	5 (0.6)	892 (100.0)
자원봉사활동정보	178 (36.8)	274 (56.6)	29 (6.0)	3 (0.6)	484 (100.0)
방송·연예정보	743 (51.8)	601 (41.9)	90 (6.3)	1 (0.1)	1,435 (100.0)
스포츠정보	610 (55.3)	461 (41.8)	27 (2.4)	5 (0.5)	1,103 (100.0)
쇼핑정보	540 (50.0)	459 (42.5)	69 (6.4)	11 (1.0)	1,079 (100.0)
미용, 패션정보	478 (49.4)	426 (44.1)	58 (6.0)	5 (0.5)	967 (100.0)
온라인게임 및 오락정보	771 (53.1)	538 (37.1)	119 (8.2)	24 (1.7)	1,452 (100.0)
취미생활정보	663 (57.0)	452 (38.9)	40 (3.4)	8 (0.7)	1,163 (100.0)
시사 및 뉴스정보	468 (55.0)	331 (38.9)	40 (4.7)	12 (1.4)	851 (100.0)
커뮤니티정보	599 (51.1)	510 (43.5)	52 (4.4)	12 (1.0)	1,173 (100.0)
음란물정보	110 (22.8)	181 (37.5)	121 (25.1)	71 (14.7)	483 (100.0)
자살사이트 정보	42 (23.9)	64 (36.4)	42 (23.9)	28 (15.9)	176 (100.0)
폭탄사이트 정보	33 (21.2)	60 (38.5)	38 (24.4)	25 (16.0)	156 (100.0)

특히, 성교육 및 상담정보(28.4%)에 대한 유익성 정도가 유해정보 사이트의 유익성 정도와 거의 비슷하다는 것은 이러한 심각성을 절실히 드러내는 예이다. 또한 청소년단체들이 주로 제공하는 수련활동 정보에 대한 만족도 역시 30%에 그쳐 청소년들의 특성과 요구에 맞는 청소년단체와 상담기관의 정보컨텐츠 개발이 시급하다고 할 수 있다.

각 정보에 대한 만족도가 성별과 학교급에 따라 차이가 나는지를 분석해 보았다. 이에 집단간 유의미한 차이를 보이는 결과만을 제시하면 다음과 같다.

우선, 컴퓨터 관련 정보에 있어 성별간의 차이를 보였는데, 여학생보다 남학생들이 이 정보를 이용한 후 긍정적인 느낌을 더 많이 받는 것으로 나타났다.

<표 III-38> 컴퓨터관련 정보의 유익성

	명(%)				
	유익했다	그저 그렇다	유익하지 않았다	피해를 입었다	전체
남자	297 (55.1)	217 (40.3)	21 (3.9)	4 (0.7)	539 (100.0)
여자	192 (40.7)	256 (54.2)	22 (4.7)	2 (0.4)	472 (100.0)
합계	489 (48.4)	473 (46.8)	43 (4.3)	6 (0.6)	1,011 (100.0)

$$\chi^2=22.109 \quad p< .001$$

방송·연예 정보에 있어서는 학교급간의 차이가 나타났는데, 다른 집단에 비해 인문계 고등학생(7.9%)이 ‘유익하지 않았다’고 느낀 경우가 약간 더 많은 것으로 나타났다.

<표 III-39> 방송·연예 정보의 유익성

	명(%)				
	유익했다	그저 그렇다	유익하지 않았다	피해를 입었다	전체
중학교	248 (56.8)	166 (38.0)	23 (5.3)	0 (0)	437 (100.0)
인문고	235 (45.5)	241 (46.6)	40 (7.7)	1 (0.2)	517 (100.0)
실업고	260 (54.1)	194 (40.3)	27 (5.6)	0 (0)	481 (100.0)
합계	743 (51.8)	601 (41.9)	90 (6.3)	1 (0.1)	1,435 (100.0)

$\chi^2=15.722$ $p<.05$

반면, 스포츠 정보에 있어서는 성별간 차이가 나타나고 있는데, 여학생(51.3%)에 비해 남학생(59.5%)이 유익했다고 인식하는 경우가 더 많은 것으로 나타나고 있다. 유보적인 태도를 보이거나 유익하지 않았다고 응답한 비율은 여학생들에게서 더 높게 나타났다.

<표 III-40> 스포츠 정보의 유익성

	명(%)				
	유익했다	그저 그렇다	유익하지 않았다	피해를 입었다	전체
남자	323 (59.5)	210 (38.7)	9 (1.7)	1 (0.2)	543 (100.0)
여자	287 (51.3)	251 (44.8)	18 (3.2)	4 (0.7)	560 (100.0)
합계	610 (55.3)	461 (41.8)	27 (2.4)	5 (0.5)	1,103 (100.0)

$\chi^2=10.311$ $p<.05$

쇼핑정보에 있어서는 중학생보다는 고등학생들이 더 긍정적인 경험을 한 것으로 나타났다. 반면, 피해를 입은 경우 역시 고등학생 집단에게서만 나타나고 있는데, 이는 인터넷에서 유통되는 상품을 실질적으로 구매해본 경험이 중학생보다는 고등학생들이 더 많기 때문인 것으로 보인다.

<표 III-41> 쇼핑정보의 유익성

	유익했다	그저 그렇다	유익하지 않았다	피해를 입었다	전체 명(%)
중학교	108 (39.7)	139 (51.1)	25 (9.2)	0 (0)	272 (100.0)
인문고	198 (49.6)	172 (43.1)	23 (5.8)	6 (1.5)	399 (100.0)
실업고	234 (57.4)	148 (36.3)	21 (5.1)	5 (1.2)	408 (100.0)
합계	540 (50.0)	459 (42.5)	69 (6.4)	11 (1.0)	1,079 (100.0)

$\chi^2=27.090$ $p<.001$

미용 및 패션정보의 이용경험에 있어서는 전체 응답자의 49.4%만이 유익했다고 응답함으로써 이 정보에 대한 만족도가 매우 낮음을 알 수 있다. 하지만 이 정보의 접속횟수가 많은 집단인 여학생(53.6%)과 실업계 고등학생들(56.5%)인 경우는 그렇지 않은 집단보다 긍정적인 의미부여를 하고 있는 것으로 나타나고 있다.

<표 III-42> 미용패션 정보의 유익성

		명(%)				
		유익했다	그저 그렇다	유익하지 않았다	피해를 입었다	전체
성별 ¹⁾	남자	109 (38.8)	138 (49.1)	32 (11.4)	2 (0.7)	281 (100.0)
	여자	369 (53.8)	288 (42.0)	26 (3.8)	3 (0.4)	686 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	107 (43.9)	117 (48.0)	20 (8.2)	0 (0)	244 (100.0)
	인문고	154 (45.4)	162 (47.8)	21 (6.2)	2 (0.6)	339 (100.0)
	실업고	217 (56.5)	147 (38.3)	17 (4.4)	3 (0.8)	384 (100.0)
합계		478 (49.4)	426 (44.1)	58 (6.0)	5 (0.5)	967 (100.0)

1) $\chi^2=16.730$ $p<.01$ 2) $\chi^2=30.849$ $p<.001$

온라인 게임 및 오락정보에 있어서는 이 정보를 자주 이용하는 남학생 집단(61.8%)이 그렇지 않은 여학생(44.0%)보다 더 유의미한 경험을 하고 있는 것으로 나타났다.

<표 III-43> 온라인 게임정보의 유익성

					명(%)
	유익했다	그저 그렇다	유익하지 않았다	피해를 입었다	전체
남자	457 (61.8)	217 (29.4)	54 (7.3)	11 (1.5)	739 (100.0)
여자	314 (44.0)	321 (45.0)	65 (9.1)	13 (1.8)	713 (100.0)
합계	771 (53.1)	538 (37.1)	119 (8.2)	24 (1.7)	1,452 (100.0)

$\chi^2=47.360$ $p<.000$

시사 및 뉴스정보에 있어서는 인문계 고등학생들(59.2%)이 다른 집단(중학교 53.6%; 실업고 51.1%)보다 약간 더 긍정적인 경험을 하는 것으로 조사되었다.

<표 III-44> 시사 및 뉴스정보 유익성

	명(%)				
	유익했다	그저 그렇다	유익하지 않았다	피해를 입었다	전체
중학교	126 (53.6)	100 (42.6)	6 (2.6)	3 (1.3)	235 (100.0)
인문고	199 (59.2)	121 (36.0)	12 (3.6)	4 (1.2)	336 (100.0)
실업고	143 (51.1)	110 (39.3)	22 (7.9)	5 (1.8)	280 (100.0)
합계	468 (55.0)	331 (38.9)	40 (4.7)	12 (1.4)	851 (100.0)

$$\chi^2=13.074 \quad p<.05$$

그렇다면 청소년들의 인터넷 정보이용에 대한 만족도가 낮은 원인이 무엇일까? 이를 알아보기 위해 피해를 입었거나 유익하지 않았고 응답한 청소년들에게 인터넷을 통한 피해 경험을 조사해 보았다.

인터넷 정보 이용 후 청소년들이 가장 많이 경험하는 피해는 ‘원하지 않는 정보를 계속 받아야 하는 것’(40.8%)으로 조사되었다. 그 다음으로 ‘인터넷을 통한 언어폭력, 정신적 폭력 등의 피해’(31.7%), ‘ID 도용으로 인한 피해’(10.4%)가 빈번하게 일어나는 피해유형으로 나타났다. ‘개인정보 유출로 인한 사생활 피해’(6.4%), ‘구매상품의 배달 지연 및 광고와 상품의 불일치’(5.3%)로 인한 피해는 10%미만으로 조사되었다. 그리고 기타로는 ‘시간을 빼앗긴다’, ‘무료인줄 알고 이용했는데 유료였다’ 등의 의견이 제시되었다.

<표 III-45> 인터넷 정보이용 후 입은 피해 유형

		명(%)						
		인터넷을 통한 폭력피해	개인정보 보완이 안됨	상품의 지연 및 허위광고	원하지 않는 정보를 계속 받아야 함	ID도용으 로 인한 피해	기타	전체
성별 ¹⁾	남자	162 (30.5)	28 (5.3)	36 (6.8)	206 (38.8)	68 (12.8)	31 (5.8)	531 (100.0)
	여자	206 (32.6)	46 (7.3)	26 (4.1)	268 (42.5)	53 (8.4)	32 (5.1)	631 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	118 (33.2)	25 (7.0)	18 (5.1)	116 (32.7)	54 (15.2)	24 (6.8)	355 (100.0)
	인문고	110 (25.8)	26 (6.1)	24 (5.6)	216 (50.6)	31 (7.3)	20 (4.7)	427 (100.0)
	실업고	140 (36.8)	23 (6.1)	20 (5.3)	142 (37.4)	36 (9.5)	19 (5.0)	380 (100.0)
합계		368 (31.7)	74 (6.4)	62 (5.3)	474 (40.8)	121 (10.4)	63 (5.4)	1,162 (100.0)

1) $\chi^2=12.726$ $p<.05$ 2) $\chi^2=39.513$ $p< .001$

이러한 피해유형은 성별 학교급별로 차이를 보였는데, 우선, 남학생보다는 여학생이 ‘원하지 않는 정보메일을 계속 받아야 하는 것’과 ‘인터넷 언어폭력’을 통한 피해경험이 높은 것으로 조사되었다. 또한, 고등학생보다는 중학생들이 ‘개인정보의 유출로 인한 사생활 침해’와 ‘인터넷 통한 폭력’을 더 많이 경험하는 것으로 나타났다. 여기서 한가지 주목할 점은 여학생과 상대적으로 나이가 어린 중학생들의 피해경험이 다른 집단에 비해 상대적으로 높다는 것이다. 따라서 청소년들이 정보 이용 후 피해를 입었을 경우 이에 대처할 수 있는 방법들에 대한 교육과 이를 사전에 방지할 수 있는 제도적 장치들이 마련될 필요가 있다.

4) 인터넷 정보의 이용 장소

청소년이 인터넷을 주로 이용하는 장소를 조사한 결과는 <표 III-46>에 제시된 바와 같다.

청소년들은 가정(88.9%)에서 주로 인터넷을 하는 것으로 나타났으며 그 다음으로 PC방(4.3%), 학교(3.0%), 친구집(2.8%) 순으로 나타났다. 이러한 결과는 2001년(황진구 외, 2001)의 조사 결과보다 청소년들의 ‘집’ 이용비율이 더 증가한 것이다. 이는 수도권 지역인 경우 컴퓨터와 통신시설의 보급이 각 가정을 중심으로 어느 정도 보편화되어 가고 있기 때문인 것으로 보인다.

각 세부정보별로 분석해 본 결과, 온라인 게임 및 오락정보인 경우는 PC방을 이용하는 경우(10.1%)가 많으며 음란물 정보인 경우는 친구집(9.1%)을 이용하는 비율이 높게 나타나고 있다. 또한 학교·학습정보(9.3%)와 성교육 및 상담정보(11.1%)는 학교에서의 이용 경험 많은 것으로 조사되었다.

이용장소에 있어 성별과 학교급에 따른 차이가 나타나는지를 조사한 결과, <표 III-47>에 나타난 바와 같이 여학생과 인문계 고등학생들이 다른 집단보다 ‘집’에서 인터넷을 이용하는 경우가 더 많으며 실업계 고등학생들은 ‘학교’에서 인터넷을 이용하는 비율이 다른 집단에 비해 약간 높은데, 이는 학교교육과정 안에 정보통신관련 과목 실습시간이 포함되어 있기 때문인 것으로 보인다. 또한 한가지 흥미로운 사실은 상대적으로 여학생의 PC방 이용율(5.2%)이 남학생들의 이용율(3.1%)보다 더 높다는 점이다. 세부정보의 이용장소에서 언급하겠지만 여학생들은 PC방에서 패션정보와 이메일 등의 커뮤니티정보를 주로 이용하는 것으로 조사되었다.

<표 Ⅲ-46> 인터넷 정보의 이용 장소

	명(%)					
	집	친구집	학교	PC방	기타	합계
학교학습정보	1,009 (85.0)	24 (2.0)	110 (9.3)	32 (2.7)	12 (1.0)	1,187 (100.0)
성교육, 상담정보	295 (77.8)	19 (5.0)	42 (11.1)	16 (4.2)	7 (1.8)	379 (100.0)
영화, 음악 등 문화활동정보	1,510 (91.8)	30 (1.8)	16 (1.0)	78 (4.7)	11 (0.7)	1,645 (100.0)
진학 및 취업정보	856 (86.1)	16 (1.6)	73 (7.3)	36 (3.6)	13 (1.3)	994 (100.0)
컴퓨터관련정보	910 (88.1)	25 (2.4)	56 (5.4)	30 (2.9)	12 (1.2)	1,033 (100.0)
야영 등 수련활동정보	549 (86.2)	26 (4.1)	33 (5.2)	22 (3.5)	7 (1.1)	637 (100.0)
여행정보	832 (90.4)	28 (3.0)	16 (1.7)	35 (3.8)	9 (1.0)	920 (100.0)
자원봉사활동정보	470 (83.0)	27 (4.8)	47 (8.3)	17 (3.0)	5 (0.9)	566 (100.0)
방송 · 연예정보	1,323 (91.2)	38 (2.6)	11 (0.8)	69 (4.8)	10 (0.7)	1,451 (100.0)
스포츠정보	1,006 (90.5)	31 (2.8)	23 (2.1)	42 (3.8)	10 (0.9)	1,112 (100.0)
쇼핑정보	990 (91.2)	27 (2.5)	15 (1.4)	44 (4.1)	9 (0.8)	1,085 (100.0)
미용, 패션정보	886 (91.2)	30 (3.1)	11 (1.1)	37 (3.8)	7 (0.7)	971 (100.0)
온라인게임 및 오락정보	1,263 (86.0)	37 (2.5)	10 (0.7)	149 (10.1)	10 (0.7)	1,469 (100.0)
취미생활정보	1,087 (93.2)	16 (1.4)	13 (1.1)	41 (3.5)	9 (0.8)	1,166 (100.0)
시사 및 뉴스정보	781 (90.9)	25 (2.9)	18 (2.1)	25 (2.9)	10 (1.2)	859 (100.0)
커뮤니티정보	1,086 (91.3)	35 (2.9)	12 (1.0)	45 (3.8)	11 (0.9)	1,189 (100.0)
음란물정보	379 (83.7)	41 (9.1)	10 (2.2)	17 (3.8)	6 (1.3)	453 (100.0)
자살사이트정보	140 (80.9)	10 (5.8)	6 (3.5)	12 (6.9)	5 (2.9)	173 (100.0)
폭탄사이트정보	120 (80.0)	9 (6.0)	8 (5.3)	7 (4.7)	6 (4.0)	150 (100.0)

<표 III-47> 각 정보 이용 장소

		명(%)					
		집	친구집	학교	PC방	기타	전체
성별	남자	7,067 (90.5)	203 (2.6)	204 (2.6)	245 (3.1)	91 (1.2)	7,810 (44.5)
	여자	8,539 (87.5)	295 (3.0)	326 (3.3)	512 (5.2)	82 (0.8)	9,754 (55.5)
학교	중학교	4,470 (87.7)	165 (3.2)	139 (2.7)	250 (4.9)	72 (1.4)	5,096 (29.0)
	인문고	5,783 (91.4)	119 (1.9)	128 (2.0)	263 (4.2)	32 (0.5)	6,325 (36.0)
	실업고	5,353 (87.1)	214 (3.5)	263 (4.3)	244 (4.0)	69 (1.1)	6,143 (35.0)
합계		15,606 (88.9)	498 (2.8)	530 (3.0)	757 (4.3)	173 (1.0)	17,564 (100.0)

각 세부정보에 대한 이용 장소가 집단별로 차이를 보이는가를 알아보기 위해 성별과 학교급을 중심으로 교차분석을 해 보았다. 우선, 학교·학습 정보인 경우 전반적인 경향과 유사하지만, 실업계 고등학생들의 ‘학교 이용’ 경험(13.6%)이 다른 집단(중학교 7.8%; 인문고 7.1%)의 2배 정도로 높게 나타났다. 또한 진학관련 정보를 이용할 경우 인문계 고등학생들이 ‘친구집’을 이용하는 경우는 거의 없는 것으로 나타났다. 컴퓨터관련 정보에 있어서는 여학생(7.7%)과 실업계 고등학생들(7.4%)이 학교를 이용하는 비율이 다른 집단(남자 3.3%; 중학교 5.3%; 인문고 3.4%) 보다 많게는 두 배정도 높은 편이다. 야영 및 수련활동 정보이용에 있어서는 비슷한 경향을 보이고 있어 여학생과 실업계 고등학생들의 학교이용율이 높다. 미용 및 패션 정보와 커뮤니티 정보를 이용할 경우 남학생보다 여학생이 PC방을 더 많이 이용하는 것으로 나타났다.

유해정보 이용 장소의 경우 성별보다는 학교급에 따라 차이를 보

이고 있다. 음란물, 자살사이트, 폭탄사이트인 경우 대체로 집에서 이용하는 경우가 많지만 고등학생보다는 중학생이 '친구집'과 'PC방'을 이용하는 비율이 높은 편이다. 이때 남학생이 폭탄사이트를 친구집에서 이용하는 경우가 높은 것으로 나타났다.

5) 정보획득의 주요 경로

청소년들은 각 세부 정보사이트를 처음 어떻게 접할까? 이를 알아보기 위해 정보획득의 주요 경로를 조사한 결과, 전체 응답자의 62.8%가 '검색사이트'를 통해 각종 정보에 접하게 되는 것으로 나타났다. 남학생들은 '검색사이트'와 '다른 사람의 소개'로 정보를 획득하는 비율이 높은 반면, 여학생은 '검색 중에 우연히' 정보를 이용하는 경우가 더 많은 것으로 나타났다.

<표 III-48> 정보 이용 경로

								명(%)
		검색 사이트	타인을 통해	검색중 우연히	신문,방송, 잡지 통해	이메일을 통해	기타	합계
성별	남자	4,811	1,070	858	331	264	44	7,378
		65.2	14.5	11.6	4.5	3.6	0.6	100.0
	여자	5,789	1,226	1,430	519	509	37	9,510
		60.9	12.9	15.0	5.5	5.4	0.4	100.0
학교	중학교	3,015	744	594	245	257	25	4,880
		61.8	15.2	12.2	5.0	5.3	0.5	28.9
	인문고	3,837	810	828	337	264	20	6,096
		62.9	13.3	13.6	5.5	4.3	0.3	36.1
	실업고	3,748	742	866	268	252	36	5,912
		63.4	12.6	14.6	4.5	4.3	0.6	35.0
합계		10,600	2,296	2,288	850	773	81	16,888
		62.8	13.6	13.5	5.0	4.6	0.5	100.0

이러한 성별간 차이는 유해정보 접촉경로에서도 분명히 나타나는데, 남학생의 29.0%가 ‘다른 사람의 소개로’ 음란정보를 알게 되는 반면, 여학생의 경우는 응답자의 30.3%가 ‘검색 중에 우연히’ 접하게 된다고 응답하였다. 이를 통해 여학생들은 자신이 원하지 혹은 의도하지 않는 상황에서 음란정보를 접하게 되는 경우가 남학생의 경우보다 더 빈번하게 일어나고 있다고 할 수 있다.

학교급에 따라서는 중학생들의 경우 ‘타인을 통해’(15.2%) 혹은 ‘이메일을 통해’(5.3%) 사이트에 접속하는 비율이 고등학생들보다 약간 더 많은 반면 고등학생들(인문고 13.6%; 실업고 14.6%)은 ‘검색 중에 우연히’ 정보사이트에 접근하는 비율이 더 많은 것으로 조사되었다.

이를 세부정보별로 보았을 경우(<표 III-49> 참조), 다른 사람의 소개로 접하게 되는 정보로는 온라인게임 정보(26.2%), 커뮤니티정보(25.5%)가 많으며, 검색 중에 우연히 접하게 되는 정보는 성교육 및 상담정보(26.0%), 음란물 정보(26.5%), 자살사이트(25.7%), 폭탄사이트(24.3%)가 많은 것으로 나타났다. 신문, 방송 잡지를 통해서도 스포츠 정보(10.0%)와 시사 및 뉴스정보(10.6%)를 접하게 되고, 이메일을 통해서도 쇼핑정보(9.4%)를 주로 제공받는 것으로 나타났다.

정보이용경로에 있어 세부정보별로 집단간 차이가 나타나는지를 살펴보면 다음과 같다. 학교·학습정보는 남학생(24.1%)과 중학생(23.6%)인 경우 ‘다른 사람의 소개로’ 정보를 이용하는 경우가 많은 반면, 여학생(10.9%)과 실업계 고등학생(15.2%)인 경우는 ‘검색 중에 우연히’ 정보를 이용하게 되는 경우가 더 많은 것으로 나타났다.

영화·음악 등 문화활동 정보, 컴퓨터관련 정보, 음란정보의 경우에도 성별에 따른 차이만 나타났는데, 남학생은 ‘다른 사람의 소개로’, 여학생은 ‘검색 중에 우연히’ 정보를 이용하게 되는 것으로 나타났다.

<표 Ⅲ-49> 정보 이용의 주요 경로

	명(%)						
	검색 사이트	다른 사람의 소개로	검색중 우연히	신문 방송 잡지	이메일 을 통해	기타	합계
학교학습정보	714 (62.6)	215 (18.8)	120 (10.5)	41 (3.6)	39 (3.4)	12 (1.1)	1,141 (100.0)
성교육, 상담정보	176 (49.2)	53 (14.8)	93 (26.0)	15 (4.2)	17 (4.7)	4 (1.1)	358 (100.0)
영화, 음악 문화활동정보	1,124 (69.7)	241 (14.9)	146 (9.1)	56 (3.5)	39 (2.4)	7 (0.4)	1,613 (100.0)
진학 및 취업정보	598 (63.0)	146 (15.4)	125 (13.2)	43 (4.5)	33 (3.5)	4 (0.4)	949 (100.0)
컴퓨터 관련 정보	638 (64.6)	136 (13.8)	153 (15.5)	29 (2.9)	30 (3.0)	2 (0.2)	988 (100.0)
수련활동 정보	348 (58.7)	71 (12.0)	121 (20.4)	29 (4.9)	22 (3.7)	2 (0.3)	593 (100.0)
여행정보	569 (64.4)	73 (8.3)	137 (15.5)	62 (7.0)	39 (4.4)	4 (0.5)	884 (100.0)
자원봉사활동정보	278 (56.4)	79 (16.0)	96 (19.5)	18 (3.7)	20 (4.1)	2 (0.4)	493 (100.0)
방송·연예정보	990 (69.7)	95 (6.7)	160 (11.3)	101 (7.1)	67 (4.7)	7 (0.5)	1,420 (100.0)
스포츠정보	723 (66.1)	56 (5.1)	158 (14.4)	109 (10.0)	45 (4.1)	3 (0.3)	1,094 (100.0)
쇼핑정보	670 (62.3)	81 (7.5)	159 (14.8)	62 (5.8)	101 (9.4)	3 (0.3)	1,076 (100.0)
미용, 패션정보	599 (62.1)	75 (7.8)	142 (14.7)	67 (7.0)	78 (8.1)	3 (0.3)	964 (100.0)
온라인게임 및 오락정보	865 (60.8)	372 (26.2)	90 (6.3)	48 (3.4)	40 (2.8)	7 (0.5)	1,422 (100.0)
취미생활정보	772 (70.1)	84 (7.6)	148 (13.4)	44 (4.0)	51 (4.6)	2 (0.2)	1,101 (100.0)
시사 및 뉴스정보	495 (60.1)	40 (4.9)	138 (16.8)	87 (10.6)	61 (7.4)	2 (0.2)	823 (100.0)
커뮤니티정보	697 (59.9)	297 (25.5)	103 (8.8)	17 (1.5)	45 (3.9)	5 (0.4)	1,164 (100.0)
음란물정보	180 (39.5)	115 (25.2)	121 (26.5)	4 (0.9)	33 (7.2)	3 (0.7)	456 (100.0)
자살사이트	69 (49.3)	19 (13.6)	36 (25.7)	10 (7.1)	4 (2.9)	2 (1.4)	140 (100.0)
폭탄사이트	57 (49.6)	22 (19.1)	28 (24.3)	4 (3.5)	2 (1.7)	2 (1.7)	115 (100.0)

또한, 여행정보와 스포츠정보, 온라인 게임 및 오락정보, 시사 및 뉴스정보, 커뮤니티정보의 경우 성별간 차이만을 볼 수 있는데, 여학생들이 남학생들에 비해 ‘다른 사람의 소개’나 ‘검색 중 우연히’ 혹은 ‘신문잡지를 통해’ 정보를 접하게 되는 경우가 더 자주 있는 것으로 조사되었다.

반면, 방송·연예정보의 경우는 성별, 학교급별로 차이를 나타내고 있는데 남학생과 중학생의 경우는 ‘다른 사람의 소개로’, 인문계 고등학생은 ‘신문잡지를 통해’, 여학생과 실업계 고등학생은 ‘검색 중에 우연히’ 접하게 되는 경우가 다른 집단에 비해 높게 나타나고 있다.

6) 인터넷 커뮤니티 활동

인터넷 정보의 또 다른 활용은 직접적으로 정보를 이용한다는 것 이외에 다른 사람들과의 만남을 통한 정보활용이다. 따라서 청소년들의 인터넷 커뮤니티 활동을 알아보기 위해 커뮤니티의 가입여부와 가입한 커뮤니티의 종류에 대해 조사해 보았다. <표 III-50>에 나타난 바와 같이 남학생의 90.7%, 여학생의 95.4%가 인터넷 동우회에 가입하고 있는 것으로 조사되어, 이제 인터넷을 통한 공동체 형성은 청소년들에게 어느 정도 보편화되었다고 볼 수 있다.

<표 III-50> 인터넷 커뮤니티 가입 여부

	명(%)		
	예	아니오	전체
남자	744 (90.7)	76 (9.3)	820 (100.0)
여자	923 (95.4)	44 (4.6)	967 (100.0)
합계	1,667 (93.3)	120 (6.7)	1,787 (100.0)

$$\chi^2=13.768 \quad p<.001$$

그렇다면 청소년들이 가장 많이 가입하고 있는 커뮤니티는 무엇일까? 이를 알아보기 위해 커뮤니티에 가입하고 있는 청소년들만을 대상으로 커뮤니티 종류를 조사해 보았다. 그 결과, 가장 많은 청소년들(28.1%)이 '취미활동 동우회'에 가입하고 있었으며 그 다음으로 동창 및 친목 동우회(27.0%), 온라인 게임 동우회(14.2%) 순으로 나타났다. 이밖에 기타항목으로는 쇼핑동우회, 개인홈페이지, 아르바이트동우회, 음란물동우회 등이 조사되었다.

<표 III-51> 가입한 커뮤니티 종류

	성별		학교			명(%)
	남자	여자	중학교	인문고	실업고	합계
스포츠	177 (11.0)	127 (7.0)	93 (8.9)	125 (9.6)	86 (8.1)	304 (8.9)
취미활동	367 (22.8)	594 (32.8)	251 (23.9)	366 (28.0)	344 (32.2)	961 (28.1)
동창,친목	364 (22.6)	562 (31.0)	256 (24.4)	385 (29.4)	285 (26.7)	926 (27.0)
컴퓨터	151 (9.4)	85 (4.7)	65 (6.2)	82 (6.3)	89 (8.3)	236 (6.9)
학습	75 (4.6)	86 (4.7)	58 (5.5)	73 (5.6)	30 (2.8)	161 (4.7)
종교	50 (3.1)	89 (4.9)	41 (3.9)	56 (4.3)	42 (3.9)	139 (4.1)
게임	375 (23.2)	113 (6.2)	197 (18.8)	156 (11.9)	135 (12.6)	488 (14.2)
연예인	11 (0.7)	108 (6.0)	63 (6.0)	34 (2.6)	22 (2.1)	119 (3.5)
기타	43 (2.7)	48 (2.6)	25 (2.4)	31 (2.4)	35 (3.3)	91 (2.7)
합계	1,613 (47.1)	1,812 (52.9)	1,049 (30.6)	1,308 (38.2)	1,068 (31.2)	3,425 (100.0)

이를 집단별로 살펴보면, 남학생들은 취미활동(22.8%)과 온라인게임 동우회(23.2%)에 가장 많이 가입하고 있으며, 여학생은 취미활동(32.8%), 동창 및 친목동우회(31.0%)에 가장 많이 가입하고 있었다. 학교급별로 보았을 경우에 중학생(24.4%)과 인문계 고등학생들(29.4%)은 동창모임에 가장 많이 가입한 것으로 나타난 반면, 실업계 고등학생들(32.2%)은 취미활동 동우회에 가장 많이 가입하고 있는 것으로 조사되었다.

7) 정보이용시 부딪히는 어려움

청소년들이 인터넷 정보를 이용할 때 부딪히는 어려움에는 어떤 것들이 있는지를 알아보기 위해 정보이용시 개인적으로 부딪히는 환경적 요인과 정보내용과 관련된 요인으로 나누어 질문하였다.

우선, 정보내용이 아닌 '인터넷 이용시 개인적으로 부딪히는 어려움이 무엇인지'를 조사해 보았다. 조사결과 '어려움이 없다'고 응답한 11.2%의 설문지를 배제한 후 이를 분석했는데, '시간 부족'(39.3%)이 가장 큰 어려움으로 나타났다.

이러한 경향은 중학생(39.3%)이나 실업계 고등학생(35.3%)보다 인문계 고등학생(43.0%)에게서 더 많이 나타났다. 그 다음으로 '부모님이 못하게 한다'는 것도 주요 어려움으로 나타났는데, 고등학생보다는 중학생들이 이러한 어려움을 더 많이 느끼는 것으로 조사되었다.

<표 III-52> 인터넷 이용시 개인적으로 부딪히는 어려움

	명(%)			
	중학교	인문고	실업고	합계
부모님이 못하게 함	172 (30.6)	156 (26.4)	93 (16.9)	421 (24.7)
시간이 부족	221 (39.3)	254 (43.0)	194 (35.3)	669 (39.3)
정보이용에 돈이 들어서	36 (6.4)	47 (8.0)	72 (13.1)	155 (9.1)
집에 통신시설이 없음	17 (3.0)	18 (3.0)	21 (3.8)	56 (3.3)
정보 검색 방법 모름	20 (3.6)	21 (3.6)	38 (6.9)	79 (4.6)
낙후된 컴퓨터로 인해	12 (2.1)	12 (2.0)	17 (3.1)	41 (2.4)
어려움이 없다	56 (10.0)	57 (9.6)	77 (14.0)	190 (11.2)
기타	28 (5.0)	26 (4.4)	38 (6.9)	92 (5.4)
전체	562 (100.0)	591 (100.0)	550 (100.0)	1,703 (100.0)

$\chi^2=62.203$ $p<.001$

그 다음으로 인터넷 정보내용면에서 어려움을 경험하지 않았는가를 질문한 결과 응답자의 65.2%가 ‘정보이용에 있어 어려움을 경험한 적이 있다’고 응답했다.

<표 III-53> 정보이용의 어려움

		명(%)		
		예	아니오	전체
성별 ¹⁾	남자	504(61.5)	315(38.5)	819(100.0)
	여자	662(68.4)	306(31.6)	968(100.0)
학교 ²⁾	중학교	377(64.3)	209(35.7)	586(100.0)
	인문고	430(70.0)	184(30.0)	614(100.0)
	실업고	359(61.2)	228(38.8)	587(100.0)
합계		1,166(65.2)	621(34.8)	1,787(100.0)

1) $\chi^2=9.181$ $p<.01$ 2) $\chi^2=10.744$ $p<.01$

특히, 남학생(61.5%)보다는 여학생(68.4%)이, 그리고 중학생(64.3%)과 실업계 고등학생들(61.2%)보다는 인문계 고등학생(70.0%)들이 더 많은 어려움을 경험하는 것으로 나타났다.

4. 인터넷 정보콘텐츠에 대한 인식

1) 인터넷 정보 콘텐츠의 문제점

청소년들에게 인터넷 상에서 유통되는 정보 중 유해정보와 유익정보의 비율을 어느 정도로 생각하는지를 알아본 결과, 집단간 뚜렷한 인식차이를 발견할 수 있었다.

<표 III-54> 정보 종류 인식

		명(%)			
		유익정보가 더 많다	유해정보가 더 많다	서로 비슷하다	잘 모르겠다
성별 ¹⁾	남자	284 (34.8)	131 (16.1)	296 (36.3)	104 (12.8)
	여자	312 (32.3)	89 (9.2)	459 (47.5)	106 (11.0)
학교 ²⁾	중학교	174 (29.7)	90 (15.4)	225 (38.4)	97 (16.6)
	인문고	198 (32.4)	71 (11.6)	292 (47.8)	50 (8.2)
	실업고	224 (38.4)	59 (10.1)	238 (40.8)	63 (10.8)
합계		596 (33.5)	220 (12.4)	755 (42.4)	210 (11.8)

1) $\chi^2=31.971$ $p<.001$ 2) $\chi^2=39.106$ $p<.001$

전체 응답자의 42.5%에 해당하는 청소년들이 ‘유익정보와 유해정보의 양이 비슷하다’고 인식하고 있었지만, 남학생(16.1%)이 여학생(9.2%)보다 ‘유익정보 보다는 유해정보가 더 많다’고 인식하였다. 그리고 중학생(29.7%)보다는 고등학생(인문고 32.4%; 실업고 38.4%)이 유익정보가 더 많다고 인식하고 있었다.

그렇다면 청소년들은 인터넷 정보내용의 가장 큰 문제점이 무엇이라고 생각하는가? 인터넷 정보 중 ‘상업성 정보가 많다’(36.7%)는 응답이 가장 높게 나왔다. 그 다음으로 ‘필요한 정보가 별로 없다’(30.2%), ‘음란물 정보가 많다’(21.6%), ‘성인사이트접근이 용이하다’(7.2%) 순으로 조사되었다. 이러한 인식은 학교급간에 차이를 보이고 있는데, 고등학생들은 ‘상업성 정보가 많다’는 것을 가장 큰 문제로 지적한 반면, 중학생들은 ‘필요한 정보가 없다’는 것을 가장 큰 문제로 인식하고 있었다.

이러한 결과는 인터넷상에 유통되는 청소년 관련 정보의 양은 많지만 청소년들이 정작 필요로 하는 정보의 양은 그리 많지 않다는 것을 의미한다고 볼 수 있다.

<표 III-55> 정보내용의 문제점

	필요한 정보가 별로 없다	음란물 정보가 많다	상업성 정보가 많다	성인사 이트 접근이 용이하다	기타	명(%)
중학교	122 (32.2)	100 (26.4)	102 (26.9)	41 (10.8)	14 (3.7)	379 (100.0)
인문고	117 (27.2)	76 (17.7)	194 (45.1)	27 (6.3)	16 (3.7)	430 (100.0)
실업고	114 (31.8)	76 (21.2)	133 (37.0)	16 (4.5)	20 (5.6)	359 (100.0)
합계	353 (30.2)	252 (21.6)	429 (36.7)	84 (7.2)	50 (4.3)	1,168 (100.0)

$$\chi^2=40.564 \quad p<.001$$

2) 청소년이 원하는 인터넷 정보 콘텐츠

청소년들이 제기하는 인터넷 정보 콘텐츠의 문제점을 기반으로 청소년들이 원하는 청소년정보가 무엇인지에 대한 정확한 진단이 필요한 것으로 보인다. 따라서 청소년들에게 필요한 정보는 무엇이고 취약하게 제공되는 정보는 무엇인지를 조사했다. 이를 위해 청소년들에게 3가지 질문을 제시하고 복수응답이 가능하도록 하였다.

<표 III-56> 청소년 본인에게 가장 필요한 정보

	성별		학교			명(%)
	남자	여자	중학교	인문고	실업고	합계
학교학습정보	188(11.8)	287(15.2)	185(16.2)	195(16.3)	95(8.3)	475(13.7)
성교육, 상담정보	25(1.6)	18(1.0)	17(1.5)	12(1.0)	14(1.2)	43(1.2)
영화·음악 문화활동정보	288(18.1)	304(16.1)	207(18.1)	204(17.0)	181(15.9)	592(17.0)
진학취업정보	271(17.1)	453(24.0)	98(8.6)	335(28.0)	291(25.6)	724(20.8)
컴퓨터관련정보	88(5.5)	59(3.1)	51(4.5)	32(2.7)	64(5.6)	147(4.2)
야영수련활동정보	14(0.9)	12(0.6)	6(0.5)	8(0.7)	12(1.1)	26(0.7)
자원봉사활동정보	9(0.6)	22(1.2)	11(1.0)	8(0.7)	12(1.1)	31(0.9)
방송·연예정보	38(2.4)	148(7.8)	87(7.6)	51(4.3)	48(4.2)	186(5.3)
스포츠정보	85(5.3)	23(1.2)	50(4.4)	29(2.4)	29(5.4)	108(3.1)
쇼핑정보	33(2.1)	57(3.0)	18(1.6)	34(2.8)	38(3.3)	90(2.6)
미용패션정보	23(1.4)	159(8.4)	45(3.9)	45(3.8)	92(8.1)	182(5.2)
온라인게임정보	303(19.1)	67(3.5)	184(16.1)	84(7.0)	102(9.0)	370(10.6)
취미생활정보	112(7.0)	140(7.4)	94(8.2)	71(5.9)	87(7.6)	252(7.2)
시사뉴스정보	31(2.0)	46(2.4)	16(1.4)	35(2.9)	26(2.3)	77(2.2)
커뮤니티정보	48(3.0)	80(4.2)	54(4.7)	36(3.0)	38(3.3)	128(3.7)
기타	23(2.1)	15(0.8)	21(1.8)	18(1.5)	9(0.8)	48(1.4)
합계	1,589 (45.7)	1,890 (54.3)	1,144 (32.9)	1,197 (34.4)	1,138 (32.7)	3,479 (100.0)

우선, 본인에게 가장 필요한 정보가 무엇인지를 조사한 결과, 진학 및 취업정보(20.8%)가 가장 필요하다고 응답했으며, 그 다음으로 학교 학습정보(13.7%), 영화·음악 등 문화활동 정보(17.0%), 온라인 게임 및 오락정보(10.6%)라고 응답했다.

이를 집단별로 살펴보았을 경우, 남학생은 온라인 게임 및 오락정보(19.1%)가 가장 필요한 정보라고 응답한 반면, 여학생은 진학 및 취업정보(24.0%)라고 응답했다. 또한, 학교급별로 보면 중학생은 영화·음악 등 문화활동 정보(18.1%)를, 고등학생(인문고 28.0%; 실업고 25.6%)은 진학 및 취업정보가 현재 자신에게 가장 필요한 정보라고 응답했다.

<표 III-57> 유익정보의 종류

	성별		학교			명(%)
	남자	여자	중학교	인문고	실업고	합계
학교·학습정보	375(23.4)	436(23.0)	349(30.0)	264(22.0)	198(17.4)	811(23.2)
성교육, 상담정보	123(7.7)	149(7.9)	69(5.4)	105(8.8)	98(8.6)	272(7.8)
영화음악 문화활동정보	192(12.0)	224(11.8)	130(11.2)	132(11.0)	154(13.5)	416(11.9)
진학·취업정보	304(19.0)	469(24.7)	152(13.1)	333(27.8)	288(25.3)	773(22.1)
컴퓨터관련정보	76(4.7)	78(4.1)	57(4.9)	36(3.0)	61(5.4)	154(4.4)
야영·수련활동정보	28(1.7)	30(1.6)	15(1.3)	15(1.3)	28(2.5)	58(1.7)
자원봉사활동정보	96(6.0)	108(5.7)	81(7.0)	69(5.8)	54(4.7)	204(5.8)
방송·연예정보	23(1.4)	50(2.6)	35(3.0)	10(0.8)	28(2.5)	73(2.1)
스포츠정보	53(3.3)	11(0.6)	24(2.1)	15(1.3)	25(2.2)	64(1.8)
쇼핑정보	14(0.9)	18(0.9)	6(0.5)	17(1.4)	9(0.8)	32(0.9)
미용·패션정보	6(0.4)	41(2.2)	8(0.7)	16(1.3)	23(2.0)	47(1.3)
온라인게임정보	120(7.5)	39(2.1)	82(7.1)	34(2.8)	43(3.8)	159(4.5)
취미생활정보	99(6.2)	142(7.5)	95(8.2)	80(6.7)	66(5.8)	241(6.9)
시사뉴스정보	48(3.0)	70(3.7)	37(3.2)	45(3.8)	36(3.2)	118(3.4)
커뮤니티정보	27(1.7)	33(1.7)	17(1.5)	20(1.7)	23(2.0)	60(1.7)
기타	19(1.2)	0(0.0)	5(0.4)	9(0.8)	5(0.4)	19(0.5)
합계	1,603 (45.8)	1,898 (54.2)	1,162 (33.2)	1,200 (34.3)	1,139 (32.5)	3,501 (100.0)

두 번째로 ‘일반적으로 청소년시기에 가장 유익한 정보는 무엇이라고 생각하는지’를 조사하였다. 그 결과는 <표 III-57>에 나타난 바와 같이 학교·학습정보(23.2%), 진학 및 취업정보(22.1%), 영화, 음악 등 문화활동정보(11.9%)가 청소년들에게 가장 유익한 정보라고 응답했다. 이러한 경향은 집단간에 차이를 보이는 데 남학생은 학교·학습정보가 가장 유익한 정보라고 인식하는 반면, 여학생은 진학 및 취업정보라고 인식하고 있었다. 학교급에 있어서도 중학생은 학교·학습정보를 고등학생은 진학 및 취업정보를 청소년기에 가장 유익한 정보라고 응답하였다.

그렇다면 청소년들은 인터넷상에서 취약하게 제공되는 정보는 어떤 것이라고 생각할까?

응답자의 15.7%가 학교·학습정보가 가장 취약하게 제공되고 있다고 했는데, 그 중에서도 인문계 학생들이 가장 크게 인식하고 있는 것으로 나타났다. 그 다음으로 진학 및 취업정보(14.2%)가 취약하게 제공되는 것으로 나타났는데 이는 남학생보다는 여학생이, 중학생보다는 고등학생이 더 많이 인식하고 있는 조사되었다. 또한, 청소년들은 자원봉사활동(10.2%)도 매우 취약하게 제공되고 있다고 응답했는데, 대부분의 청소년들이 봉사활동점수를 얻어야 한다는 점에서 자원봉사활동에 대한 정보부족은 매우 심각하다고 보여진다. 하지만 청소년 개인적 차원에서 가장 필요하다고 생각했던 정보 중 4번째로 많이 응답한 ‘온라인 게임 및 오락정보’는 전체 응답자의 4.5%만이 취약하게 제공되고 있다고 응답함으로써 이에 대한 정보는 인터넷상에서 비교적 많이 제공되고 있는 것으로 보인다.

여기서 한 가지 주목할 사실은 청소년들이 필요하거나 유익하다고 생각하고 있는 정보들이 대체로 인터넷상에서 취약하게 제공되는 정보들이라는 점이다. 따라서 학교학습정보, 진학 및 취업정보, 문화활동 정보에 대한 보다 질 좋은 콘텐츠들이 개발될 필요성이 제기된다.

<표 III-58> 취약정보의 종류

	성별		학교			명(%)
	남자	여자	중학교	인문고	실업고	합계
학교학습정보	2,238(15.5)	282(15.9)	167(15.3)	196(17.1)	157(14.7)	520(15.7)
성교육 상담정보	153(10.0)	150(8.5)	86(7.9)	107(9.3)	110(10.3)	303(9.2)
영화음악 문화활동정보	76(5.0)	60(3.4)	56(5.1)	38(3.3)	42(3.9)	136(4.1)
진학취업정보	173(11.3)	295(16.6)	99(9.1)	207(18.0)	162(15.2)	468(14.2)
컴퓨터관련정보	68(4.4)	93(5.2)	63(5.8)	42(3.7)	56(5.3)	161(4.9)
야영수련활동	127(8.3)	126(7.1)	88(8.1)	86(7.5)	79(7.4)	253(7.7)
자원봉사활동	154(10.1)	183(10.3)	109(10.0)	128(11.1)	100(9.4)	337(10.2)
방송·연예정보	38(2.5)	43(2.4)	42(3.9)	17(1.5)	22(2.1)	81(2.5)
스포츠정보	42(2.7)	49(2.8)	36(3.3)	25(2.2)	30(2.8)	91(2.8)
쇼핑정보	76(5.0)	89(5.0)	64(5.9)	47(4.1)	54(5.1)	165(5.0)
미용패션정보	80(5.2)	53(3.0)	55(5.0)	47(4.1)	31(2.9)	133(4.0)
온라인게임정보	76(5.0)	74(4.2)	64(5.9)	38(3.3)	48(4.5)	150(4.5)
취미생활정보	87(5.7)	84(4.7)	55(5.0)	61(5.3)	55(5.2)	171(5.2)
시사뉴스정보	71(4.6)	117(6.6)	56(5.1)	69(6.0)	63(5.9)	188(5.7)
커뮤니티정보	36(2.4)	33(1.9)	25(2.3)	19(1.7)	25(2.3)	69(2.1)
기타	36(2.4)	42(2.4)	25(2.3)	22(1.9)	31(2.9)	78(2.4)
합계	1,531 (46.3)	1,773 (53.7)	1,090 (33.0)	1,149 (34.8)	1,065 (32.2)	3,304 (100.0)

5. 청소년 유익 정보 컨텐츠의 조건

그렇다면 청소년들에게 유익한 정보라고 할 때 그 조건은 무엇일까? 이에 유익정보의 조건 11가지를 제시한 후, 그 조건이 어느 정도로 중요하다고 생각하는지를 청소년들에게 질문해 보았다.

그 결과, ‘유용한 지식이어야 한다’(85.0%), ‘즐거움을 주어야 한다’(81.1%), ‘접근이 용이해야 한다’(79.6%)가 유익정보로서 갖추어야 할 주요 조건으로 나타났다. 이밖에 ‘학습에 도움이 되어야 한다’(76.4%), ‘문화여가생활에 도움을 주어야 한다’(75.8%), ‘인간관계 증진에 도움을 주어야 한다’(74.6%)로 나타났다. 또한 ‘청소년 문제해결에 도움을 주어야 한다’도 응답자의 73.7%가 ‘그렇다’고 응답했다.

<표 III-59> 청소년 유익정보의 조건

(%)			
조건	찬성율	조건	찬성율
유용한 지식이어야 한다	85.0	시간절약을 해야 한다	74.1
즐거움을 주어야 한다	81.1	청소년문제해결에 도움을 주어야 한다	73.7
접근이 용이해야 한다	79.6	사회활동 참여기회를 제공해야 한다	60.7
학습에 도움이 되어야 한다	76.4	경제적으로 도움을 주어야 한다	55.4
문화여가생활에 도움을 주어야 한다	75.8	유행을 주도해야 한다	27.9
인간관계 증진에 도움을 주어야 한다	74.6		

반면 ‘유행을 주도해야 한다’(27.9%), ‘경제적으로 도움으로 주어야 한다’(55.4%)는 조건들은 상대적으로 다른 조건들에 비해 그리 중요하게 고려될 조건은 아닌 것으로 조사되었다.

이러한 인식은 집단간 유의미한 차이를 나타내고 있다. 유익정보 콘텐츠 조건에 대한 11개 문항 합의 평균은 42.5인데, 남학생과 중학생 집단을 제외하고는 평균보다 높은 비율로 본 조사에 제시된 조건들에 대해 긍정적인 의미를 부여하고 있다. 구체적으로 집단간 차이를 보면,

남학생에 비해 여학생들이 이 조건들에 대한 동의율이 높게 나타났다. 학교급간에는 고등학생 집단, 특히, 인문계 고등학생이 중학생에 비해 이 조건들에 대해 더 강한 동의를 나타내고 있다.

<표 III-60> 청소년 유익정보 컨텐츠 조건에 대한 집단간 인식차

		사례수	평균	표준 편차	표준 오차	통계치
성별	남자	810	42.20	7.71	.27	t=20.549***
	여자	956	42.84	6.22	.20	
학교	중학교	574	41.09	7.11	.30	F=19.076***
	인문고	611	43.28	6.29	.25	
	실업고	581	43.21	7.23	.30	
	합계	1766	42.55	6.95	.17	

***p< .001

6. 정보제공기관에 대한 이용현황 및 만족도

1) 이용경험

청소년들이 접하는 정보를 제공하는 기관을 포털사이트, 청소년단체, 종교단체, 교육기관, 문화 및 복지기관, 상담기관, 정부 및 지방자치단체, 청소년공동체 등 크게 8가지 유형으로 구분하였다. 이에 청소년들의 이용경험과 만족도를 조사해 보았다.

청소년들이 가장 많이 이용하는 정보제공기관은 무엇인지를 판단하기 위해 각 기관의 접속비율을 조사해 본 결과, 청소년들은 '포털사이트'(95%)를 가장 많이 이용하고 있으며, 그 다음으로 '교육기관'(53.6%)으로 나타났다. 하지만 그 이외의 기관들은 20% 미만의 매우 낮은 이용율을 보였는데, 특히 '정부기관', '상담기관' 등은 응답자의

15.0%내외만이 각 기관에서 제공하는 정보를 이용한 경험이 있다고 응답함으로써 이 정보제공기관의 정보이용 활성화 대책 마련이 시급한 것으로 보인다.

<표 III-61> 정보제공기관의 이용율

	포탈 사이트	청소년 단체	종교 단체	교육 기관	복지 기관	상담 기관	정부 기관	청소년 공동체
빈도	1,680	370	329	970	346	268	229	285
(%)	(95.0)	(21.1)	(18.7)	(53.6)	(19.8)	(15.3)	(13.1)	(16.3)

각 기관에 대한 이용경험이 성별 학교급간에 차이를 보이는지를 분석해 보았는데, 포탈사이트, 청소년단체의 정보이용율에서는 집단간 차이를 보이지 않았고, 그 이외의 정보기관의 활용도에 있어서는 집단간 차이를 볼 수 있었다. 종교단체 정보인 경우 남학생보다 여학생들이 약간 더 자주 이용하는 것으로 조사되었다.

<표 III-62> 종교단체에 대한 이용경험

	전혀 없다	1-2번	가끔씩	자주	전체
남자	674 (84.0)	57 (7.1)	53 (6.6)	18 (2.2)	802 (100.0)
여자	753 (78.9)	74 (7.8)	93 (9.7)	34 (3.6)	954 (100.0)
합계	1,427 (81.3)	131 (7.5)	146 (8.3)	52 (3.0)	1,756 (100.0)

$$\chi^2=9.375 \quad p<.05$$

교육기관 정보 이용경험에 있어서는 여학생과 일반계 고등학생들의 이용경험이 많지만, 이용빈도에 있어서 '자주 이용한다'고 응답한

비율이 남학생(4.6%)과 중학생(6.1%) 집단에 더 높게 나타났다.

<표 III-63> 교육기관에 대한 이용경험

		명(%)				
		전혀없다	1-2번	가끔씩	자주	전체
성별 ¹⁾	남자	412 (51.3)	183 (22.8)	171 (21.3)	37 (4.6)	803 (100.0)
	여자	403 (42.2)	255 (26.7)	259 (27.1)	38 (4.0)	955 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	261 (45.3)	135 (23.4)	145 (25.2)	35 (6.1)	576 (100.0)
	인문고	243 (39.9)	176 (28.9)	169 (27.8)	21 (3.4)	609 (100.0)
	실업고	311 (54.3)	127 (22.2)	116 (20.2)	19 (3.3)	573 (100.0)
합계		815 (46.4)	438 (24.9)	430 (24.5)	75 (4.3)	1,758 (100.0)

1) $\chi^2=16.942$ $p<.01$ 2) $\chi^2=33.058$ $p<.001$

정부 및 지방자치단체에서 제공하는 정보는 중학생들(25.5%)이 고등학생들(인문고 11.6%; 실업고 12.2%)보다 이용경험이 더 많고, 이용빈도에 있어서도 더 자주 이용하는 것으로 나타났다.

<표 III-64> 정부 및 지방자치단체에 대한 이용경험

		명(%)				
		전혀 없다	1-2번	가끔씩	자주	전체
중학교		484 (84.5)	45 (7.9)	30 (5.2)	14 (2.4)	573 (100.0)
인문고		535 (88.4)	41 (6.8)	26 (4.3)	3 (0.5)	605 (100.0)
실업고		503 (87.8)	27 (4.7)	34 (5.9)	9 (1.6)	573 (100.0)
합계		1,522 (86.9)	113 (6.5)	90 (5.1)	26 (1.5)	1,751 (100.0)

$\chi^2=14.241$ $p<.05$

2) 각 기관 정보이용 만족도

그 다음으로 제공기관에 대한 만족도를 조사해 보았다. 각 기관에서 제공하는 정보를 이용 한 후 ‘만족한다’는 응답은 다음과 같이 나타났다.

<표 III-65> 정보제공기관의 만족도

	포탈 사이트	청소년 단체	종교 단체	교육 기관	복지 기관	상담 기관	정부 기관	명(%) 청소년 공동체
빈도	925	45	115	147	60	52	42	65
(%)	(59.3)	(13.6)	(39.5)	(16.9)	(19.0)	(21.2)	(19.5)	(25.2)

대체적으로 제공기관에 대한 만족도가 낮은 상황에서 포탈사이트에 대한 만족도가 가장 높게 나타났다. 그 다음으로 종교기관에 대한 만족도가 높는데, 이는 이 기관에 대한 청소년들의 낮은 정보이용율과 비교해 보면 의미 있는 결과이다. 앞의 <표 III-61>에 제시된 바와 같이 종교기관의 이용율은 18.7%에 불과하지만 이 기관의 정보를 이용한 경험이 있는 청소년 중 39.5%가 정보이용에 만족하는 것으로 조사되었다. 반면 두 번째로 청소년들에게 이용율이 높았던 교육기관의 만족도(16.9%)는 매우 낮게 나타났다.

그렇다면 정보제공기관에 대한 만족도는 집단간에 차이를 보일까? 이를 알아보기 위해 성별, 학교급별, 이용빈도별 차이를 분석해 보았다.

<표 III-66> 포탈사이트에 대한 만족도

		명(%)			
		만족	그저 그렇다	불만족	전체
성별 ¹⁾	남자	412 (58.9)	264 (37.8)	23 (3.3)	699 (100.0)
	여자	516 (59.6)	340 (39.3)	10 (1.2)	866 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	332 (66.0)	163 (32.4)	8 (1.6)	503 (100.0)
	인문고	291 (52.6)	249 (45.0)	13 (2.4)	553 (100.0)
	실업고	305 (59.9)	192 (37.7)	12 (2.4)	509 (100.0)
합계		928 (59.3)	604 (38.6)	33 (2.1)	1,565 (100.0)
자료 이용 횟수 ³⁾	1~2번	36 (40.9)	50 (56.8)	2 (2.3)	88 (100.0)
	가끔씩	91 (39.9)	128 (56.1)	9 (3.9)	228 (100.0)
	자주	798 (64.1)	425 (34.2)	21 (1.7)	1,244 (100.0)
합계		925 (59.3)	603 (38.7)	32 (2.1)	1,560 (100.0)

1) $\chi^2=8.617$ $p<.05$ 2) $\chi^2=19.970$ $p<.01$ 3) $\chi^2=61.256$ $p<.001$

우선, 포탈사이트의 경우 청소년의 이용한 경험(95.0%)이 많지만 청소년의 59.6%만이 '만족했다'고 응답했다. 이를 집단간 차이를 보면 남학생(58.9%)보다는 여학생(59.6%), 그리고 고등학생(인문고 52.6%; 실업고 59.9%)보다는 중학생(66.0%)의 만족도가 더 높게 나타났다. 그리고 전반적으로 정보를 자주 이용하는 집단일수록 제공기관에 대한 만족도가 더 높게 나타났지만 '1~2번' 이용하는 집단이 '가끔' 이용하는 집단보다는 만족도가 약간 높게 나타났다.

종교단체정보의 만족도 역시 이용빈도에 따라 차이를 발견할 수 있었는데 자주 이용하는 집단일 수록 이 제공기관에 대한 만족도가 높게 나타났다.

<표 III-67> 종교단체에 대한 만족도

	만족	그저 그렇다	불만족	명(%)
1-2번	27(24.3)	70(63.1)	14(12.6)	111(100.0)
가끔씩	55(41.7)	68(51.5)	9(6.8)	132(100.0)
자주	31(68.9)	10(22.2)	4(8.9)	45(100.0)
합계	113(39.2)	148(51.4)	27(9.4)	288(100.0)

$\chi^2=29.140$ $p<.001$

교육기관의 만족도에 있어서는 여학생(14.5%)보다는 남학생(20.5%)이, 그리고 고등학생(인문고 10.0%; 실업고 15.6%)보다는 중학생(26.0%)의 만족도가 더 높은 것으로 나타났다. 그리고 이 정보를 자주 이용하는 집단이 그렇지 않은 집단에 비해 만족도가 크게는 5배정도 차이가 나타나는 것으로 조사되었다.

<표 III-68> 교육기관에 대한 만족도

		만족	그저 그렇다	불만족	명(%)
성별 ¹⁾	남자	72 (20.5)	218 (61.9)	62 (17.6)	352 (100.0)
	여자	75 (14.5)	375 (72.3)	69 (13.3)	519 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	75 (26.0)	187 (64.7)	27 (9.3)	289 (100.0)
	인문고	34 (10.0)	236 (69.6)	69 (20.4)	339 (100.0)
	실업고	38 (15.6)	170 (70.0)	35 (14.4)	243 (100.0)
합계		147(16.9)	593(68.1)	131(15.0)	871(100.0)
자료 이용 횟수 ³⁾	1-2번	43 (10.8)	283 (71.1)	72 (18.1)	398 (100.0)
	가끔씩	69 (17.1)	285 (70.7)	49 (12.2)	403 (100.0)
	자주	33 (50.0)	24 (36.4)	9 (13.6)	66 (100.0)
합계		145(16.7)	592(68.3)	130(15.0)	867(100.0)

1) $\chi^2=10.363$ $p<.01$ 2) $\chi^2=37.135$ $p<.001$ 3) $\chi^2=67.525$ $p<.001$

문화 및 복지기관에 있어서는 성별, 학교급간의 차이는 발견할 수 없었지만 이용비율에 따른 차이는 나타났다. 문화 및 복지기관에서 제공하는 정보를 '자주' 이용하는 집단(47.8%)은 '1~2번'(14.4%)이나 '가끔'(17.2%)이용하는 집단에 비해 만족도가 높게 나타났다.

<표 III-69> 문화복지기관에 대한 만족도

명(%)

	만족	그저 그렇다	불만족	전체
1-2번	22(14.4)	109(71.2)	22(14.4)	153(100.0)
가끔씩	23(17.2)	96(71.6)	15(11.2)	134(100.0)
자주	11(47.8)	6(26.1)	6(26.1)	23(100.0)
합계	56(18.1)	211(68.1)	43(13.9)	310(100.0)

$$\chi^2=22.117 \quad p< .001$$

상담기관의 경우도 문화 및 복지기관의 경향과 비슷하다. 정보이용율이 높은 집단일수록 만족도가 높은 편이지만 불만족도 역시 높은 편이다.

<표 III-70> 상담기관에 대한 만족도

명(%)

	만족	그저 그렇다	불만족	전체
1-2번	24(19.4)	75(60.5)	25(20.2)	124(100.0)
가끔씩	19(19.8)	70(72.9)	7(7.3)	96(100.0)
자주	8(38.1)	5(23.8)	8(38.1)	21(100.0)
합계	51(21.2)	150(62.2)	40(16.6)	241(100.0)

$$\chi^2=21.730 \quad p< .001$$

정부 및 지방자치단체에서 제공하는 정보에 대한 만족도는 여학

생들(15.6%)보다는 남학생들(23.6%)에게서 높게 나타나고, 자주 이용하는 집단(43.5%)이 그렇지 않은 집단(1-2번 14.4%; 가끔 18.1%)보다 정보 만족도가 높다.

<표 III-71> 정부 및 지방자치단체에 대한 만족도

		명(%)			
		만족	그저 그렇다	불만족	전체
성별 ¹⁾	남자	25 (23.6)	61 (57.5)	20 (18.9)	106 (100.0)
	여자	17 (15.6)	80 (73.4)	12 (11.0)	109 (100.0)
합계		42 (19.5)	141 (65.6)	32 (14.9)	215 (100.0)
자료 이용 ²⁾ 횟수	1-2번	15 (14.4)	77 (74.0)	12 (11.5)	104 (100.0)
	가끔씩	15 (18.1)	55 (66.3)	13 (15.7)	83 (100.0)
	자주	10 (43.5)	9 (39.1)	4 (17.4)	23 (100.0)
합계		40 (19.0)	141 (67.1)	29 (13.8)	210 (100.0)

1) $\chi^2=6.043$ $p<.05$ 2) $\chi^2=12.659$ $p<.05$

청소년공동체의 경우, 자주 이 정보를 이용하는 집단의 만족도 (57.5%)가 높게 나타나고 있다. 단, '가끔' 이용하는 집단(18.1%)보다는 '1-2번' 이용하는 집단(19.7%)의 만족도가 약간 더 높다. 하지만 이용 경험이 많을 수록 불만족도 높다는 점에 주목할 필요가 있다.

<표 III-72> 청소년공동체에 대한 만족도

		명(%)			
		만족	그저 그렇다	불만족	전체
청소년 공동체	1-2번	23 (19.7)	85 (72.6)	9 (7.7)	117 (100.0)
	가끔씩	17 (18.1)	66 (70.2)	11 (11.7)	94 (100.0)
	자주	23 (57.5)	10 (25.0)	7 (17.5)	40 (100.0)
합계		63 (25.1)	161 (64.1)	27 (10.8)	251 (100.0)

$$\chi^2=34.158 \quad p< .001$$

3) 각 기관 정보 만족도 판단 기준

그렇다면 청소년들은 어떤 기준 하에 정보의 만족도를 판단할까? 이에 복수응답이 가능하게 한 후 질문을 한 결과, 청소년들은 ‘정보의 다양성’(27.9%), ‘정보의 신뢰성’(16.9%), ‘정보의 최신성’(16.2%), ‘찾아가는 과정의 신속성 및 편리성’(13.6%)을 기준으로 정보의 만족도를 판단하는 것으로 조사되었다. 반면, 인터넷 정보의 화면구성(1.2%)이나 커뮤니티의 제공여부(1.7%)는 정보의 만족 여부에 크게 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

집단간 차이를 살펴보면, 여학생은 ‘정보의 다양성’과 ‘찾아가는 과정의 신속성 및 편리성’을 주요 기준으로 삼는 반면, 남학생은 ‘정보의 다양성’과 ‘신뢰성’을 더 중시하는 것으로 나타났다. 중학생은 ‘정보의 신뢰성’을 중시하는 반면, 고등학생들은 ‘정보의 최신성’을 더 우선시하는 것으로 조사되었다.

<표 III-73> 사이트에 대한 만족도 판단 기준

	성별		학교			명(%)
	남자	여자	중학교	인문고	실업고	합계
정보의 다양성	389(24.9)	565(30.5)	324(28.8)	328(27.7)	302(27.4)	954(27.9)
사이트의 안정성	150(9.6)	130(7.0)	135(12.0)	57(4.8)	88(8.0)	280(8.2)
접근의 용이성	115(7.4)	125(6.8)	54(4.8)	110(9.3)	76(6.9)	240(7.0)
정보의 신뢰성	289(18.5)	287(15.5)	196(17.4)	204(17.2)	176(16.0)	576(16.9)
정보의 최신성	271(17.3)	282(15.2)	161(14.3)	214(18.0)	178(16.1)	553(16.2)
찾아가는 과정의 신속성, 편리성	173(11.1)	291(15.7)	149(13.2)	150(12.6)	165(15.0)	464(13.6)
접속충수신 속도	109(7.0)	111(6.0)	56(5.0)	86(7.3)	78(7.1)	220(6.4)
화면구성	20(1.3)	21(1.1)	15(1.3)	11(0.9)	15(1.4)	41(1.2)
커뮤니티 제공	28(1.8)	29(1.6)	25(2.2)	15(1.3)	17(1.5)	57(1.7)
기타	20(1.3)	10(0.5)	11(1.0)	11(0.9)	8(0.7)	30(0.9)
합계	1,564 (45.8)	1,851 (54.2)	1,126 (33.0)	1,186 (34.7)	1,103 (32.3)	3,415 (100.0)

그렇다면 청소년들이 청소년단체의 정보이용율이 낮은 이유는 무엇일까? 가장 큰 이유로 지적된 것은 ‘청소년단체가 제공하는 정보사이트가 있다는 것을 알지 못하기’(47.1%) 때문인 것으로 나타났다. 따라서 무엇보다 청소년단체들이 적극적으로 사이트를 홍보할 필요가 있는 것으로 보인다.

그 다음으로 굳이 청소년단체 사이트를 이용하지 않더라도 ‘다른 사이트를 통해서 원하는 정보를 얻을 수 있기’(22.6%) 때문인 것으로 나타났다. 이는 정보내용의 문제점을 드러내는 것으로 청소년단체의 정보내용이 다른 일반사이트들과 차별성을 갖지 못한다는 것을 의미

한다.

이와 비슷한 문제로 청소년단체의 정보가 최신정보가 아니라는 점(12.7%)이 청소년 관련 단체 정보이용율이 낮은 원인으로 조사되었다. 이는 대부분의 청소년단체 사이트들이 열악한 재정상태에서 운영되다 보니 전문인력을 배치한 상황에서 그때그때 자료를 신속하게 갱신하지 못하는 데에서 연유하는 것으로 보인다.

<표 III-74> 청소년단체의 정보를 이용하지 않는 이유

		명(%)					
		그런 사이트가 있다는 것을 알지 못해서	각기관이 제공하는 정보가 최신정보가 아니어서	다른 사이트를 통해서도 원하는 정보를 얻을 수 있어서	기타	관심이나 필요성이 없어서	전체
성별 ¹⁾	남자	393 (49.0)	102 (12.7)	151 (18.8)	72 (9.0)	84 (10.5)	802 (100.0)
	여자	432 (45.5)	120 (12.6)	244 (25.7)	53 (5.6)	100 (10.5)	949 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	232 (40.8)	55 (9.7)	156 (27.5)	47 (8.3)	78 (13.7)	568 (100.0)
	인문고	312 (51.5)	78 (12.9)	124 (20.5)	45 (7.4)	47 (7.8)	606 (100.0)
	실업고	281 (48.7)	89 (15.4)	115 (19.9)	33 (5.7)	59 (10.2)	577 (100.0)
합계		825 (47.1)	222 (12.7)	395 (22.6)	125 (7.1)	184 (10.5)	1,751 (100.0)

1) $\chi^2=17.259$ $p<.01$ 2) $\chi^2=36.738$ $p<.001$

7. 유익정보 활성화 방안

청소년 유익정보를 활성화할 수 있는 방안을 크게 두 가지로 설정하고 청소년들에게 이에 대한 의견 조사를 실시하였다. 그것은 인터넷

내용등급제와 정보화교육이다. 인터넷 내용등급제가 제도적 차원에서 유해정보로부터 이용자들을 보호하는 소극적인 대응이라면 교육적 접근은 인터넷이 이용자 중심의 매체라는 점에서 유익정보 증대에 대한 정보이용자들의 자발적인 행동을 유발할 수 있는 적극적인 대안이라 할 수 있다.

1) 제도적 차원

우선, 인터넷 내용등급제에 대해서 전체 응답자의 34.9%가 찬성을 하고 있으며 8.8%만이 반대한다고 응답했다. 아직 이 제도를 잘 모르겠다고 응답한 청소년도 14.9%인 것으로 조사되어 이 제도에 대한 홍보가 필요한 것으로 보인다.

<표 III-75> 인터넷 내용등급제 찬반 여부

		명(%)					
		매우 찬성한다	찬성한다	그저 그렇다	매우 반대한다	잘 모르겠다	전체
성별 ¹⁾	남자	86 (10.5)	191 (23.3)	300 (36.6)	115 (14.0)	127 (15.5)	819 (100.0)
	여자	80 (8.3)	266 (27.5)	440 (45.5)	42 (4.3)	139 (14.4)	967 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	71 (12.1)	180 (30.8)	197 (33.7)	40 (6.8)	97 (16.6)	585 (100.0)
	인문고	49 (8.0)	145 (23.7)	262 (42.7)	75 (12.2)	82 (13.4)	613 (100.0)
	실업고	46 (7.8)	132 (22.4)	281 (47.8)	42 (7.1)	87 (14.8)	588 (100.0)
합계		166 (9.3)	457 (25.6)	740 (41.4)	157 (8.8)	266 (14.9)	1,786 (100.0)

1) $\chi^2=61.655$ $p<.001$ 2) $\chi^2=46.048$ $p<.001$

집단간 차이를 살펴보면, 남학생(33.8%)보다는 여학생(35.8%)이, 그리고 고등학생(인문고 31.7%; 실업고 30.2%)보다는 중학생(42.9%)이 이 제도에 찬성하는 비율이 높다.

인터넷 내용등급제를 실시하는 주요 이유 중의 하나는 유해정보의 차단이라고 할 수 있다. 이에 대해 청소년들은 어떻게 생각하는지를 조사한 결과, 전체 응답자의 69.3%가 '효과를 거둘 것이다'라고 응답해 청소년들이 인터넷 내용등급제에 대해 긍정적인 기대를 하고 있음을 알 수 있었다.

이를 집단별로 살펴보면, 남학생(62.1%)보다는 여학생(75.5%)이, 그리고 고등학생(인문고 62.4% 실업고 67.4%)보다는 중학생(78.5%)이 정보차단 효과에 대해 더 긍정적인 반응을 보이고 있다.

<표 III-76> 인터넷내용등급제의 유해정보차단 효과

		명(%)			
		매우 큰 효과를 거둘 것임	어느 정도 효과를 거둘 것임	효과를 거두지 못할 것임	전체
성별 ¹⁾	남자	88 (10.8)	419 (51.3)	310 (37.9)	817 (100.0)
	여자	74 (7.7)	654 (67.8)	237 (24.6)	965 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	77 (13.2)	382 (65.3)	126 (21.5)	585 (100.0)
	인문고	33 (5.4)	349 (57.0)	230 (37.6)	612 (100.0)
	실업고	52 (8.9)	342 (58.5)	191 (32.6)	585 (100.0)
합계		162 (9.1)	1,073 (60.2)	547 (30.7)	1,782 (100.0)

1) $\chi^2=50.476$ $p<.001$ 2) $\chi^2=49.909$ $p<.001$

인터넷 내용등급제를 통해 유해정보의 차단이 어느 정도 이루어질 수 있다면 유익정보 증대에 있어서도 기여한다고 볼 수 있는가? 청소년들에게 이에 대해 질문한 결과, 전체 응답자의 73.6%가 유익정보 증대에 효과가 있을 것이라라고 하였다. 여학생(12.0%)보다는 남학생(15.7%)이, 그리고 인문계 고등학생(9.0%)보다는 중학생(19.3%)과 실업계 고등학생(13.0%)이 더 긍정적인 반응을 보였다.

<표 III-77> 인터넷 내용등급제를 통한 유익정보의 증대 효과

		명(%)			
		매우 그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	전체
성별 ¹⁾	남자	128 (15.7)	419 (51.3)	270 (33.0)	817 (100.0)
	여자	116 (12.0)	649 (67.1)	202 (20.9)	967 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	113 (19.3)	365 (62.4)	107 (18.3)	585 (100.0)
	인문고	55 (9.0)	352 (57.3)	207 (33.7)	614 (100.0)
	실업고	76 (13.0)	351 (60.0)	158 (27.0)	585 (100.0)
합계		244 (13.7)	1,068 (59.9)	472 (26.5)	1,784 (100.0)

1) $\chi^2=47.643$ $p<.001$ 2) $\chi^2=52.120$ $p<.001$

2) 정보화교육의 필요성

청소년유익정보의 또 다른 증대방안으로 교육의 필요성을 조사하였다. 교육 대상은 정보를 이용하는 청소년 그리고 정보제공자 교육내용은 이용능력 향상을 위한 기술적, 기능적 측면과 사이버윤리교육 등

다양한 분야에 초점을 맞출 수 있는데, 여기서는 정보이용자인 청소년의 정보이용능력에만 한정지어 생각해 보고자 한다.

일반적으로 정보화이용능력은 단순히 정보를 찾고 암기하는 것뿐만 아니라 찾아놓은 정보를 정리하고 분류하며 종합하며 자신에게 필요한 정보를 만들 수 있는 능력이다. 이러한 능력을 배양하기 위해서는 단순한 기능적 조작기술이 아닌 작문, 논리력, 커뮤니케이션 능력 등에 관련된 교육이 필요하다.

정보화능력을 위한 교육의 필요성을 언급하기에 앞서 현재 청소년들의 정보화수준이 어느 정도이고 어느 부분에서 어려움을 경험하고 있는지에 대한 정확한 진단을 먼저 하고자 했다. 이는 이러한 결과를 기반으로 교육의 필요성 및 방향을 제시할 수 있다는 생각 하에서이다.

조사 결과, 여학생보다는 남학생이, 그리고 실업계 고등학생보다는 중학생과 인문계 고등학생들의 정보화능력이 약간 더 높은 것으로 나타났다. 또한 기존에 정보교육을 받은 학생들이 그렇지 않은 청소년들보다 정보화능력이 더 높은 것으로 조사되었다. 이는 정보교육이 청소년들의 정보화능력에 일정정도 영향을 미치고 있다는 것을 의미한다.

<표 III-78> 정보화 능력

		명(%)				
		N	평균	표준 편차	표준 오차	통계치
성별	남자	814	21.91	4.95	.17	t=6.240***
	여자	958	20.54	4.29	.14	
학교	중학교	581	21.57	4.76	.20	F=12.023***
	인문고	610	21.52	4.53	.18	
	실업고	581	20.40	4.59	.19	
정보교육 여부	있다	577	21.69	4.64	.19	t=1770**
	없다	1195	20.91	4.64	.13	
합계		1772	21.17	4.66	.11	

***p< .001 **p< .01

이를 좀 더 세부적으로 알아보기 위해 정보화능력을 정보검색, 정보이해, 정보분석, 정보저장, 정보재구성, 정보응용 등 6부분으로 구분해 이를 집단별로 분석해 보았다.

우선, 정보검색 능력에 있어서는 여학생(65%)보다는 남학생(67%)이 더 높은 것으로 조사되었다. 학교급간에는 인문계 고등학생(70.7%)이 중학생(66.7%)이나 실업계 고등학생(59.7%)보다 더 높게 나타났다. 또한 정보교육을 받은 집단(69.2%)이 그렇지 않은 집단(64.4%)보다 정보검색 능력이 더 높게 나타났다.

<표 III-79> 정보검색 능력

		명(%)					
		전혀 못하는 편이다	못하는 편이다	그저 그렇다	잘하는 편이다	매우 잘하는 편이다	전체
성별 ¹⁾	남자	29 (3.5)	20 (2.4)	221 (27.1)	365 (44.7)	182 (22.3)	817 (100.0)
	여자	17 (1.8)	32 (3.3)	288 (29.8)	479 (49.6)	149 (15.4)	965 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	21 (3.6)	11 (1.9)	161 (27.6)	264 (45.2)	127 (21.7)	584 (100.0)
	인문고	10 (1.6)	18 (2.9)	150 (24.5)	317 (51.8)	117 (19.1)	612 (100.0)
	실업고	15 (2.6)	23 (3.9)	198 (33.8)	263 (44.9)	87 (14.8)	586 (100.0)
정보교육 여부 ³⁾	있다	22 (3.8)	13 (2.2)	144 (24.7)	284 (48.8)	119 (20.4)	582 (100.0)
	없다	24 (2.0)	39 (3.3)	365 (30.4)	560 (46.7)	212 (17.7)	1,200 (100.0)
합계		46 (2.6)	52 (2.9)	509 (28.6)	844 (47.4)	331 (18.6)	1,782 (100.0)

1) $\chi^2=21.262$ $p<.001$ 2) $\chi^2=29.483$ $p<.001$ 3) $\chi^2=12.622$ $p<.05$

검색한 정보에 대한 이해능력에서도 남학생과 인문계 고등학생들이 높게 나타나고 있다. 남학생의 63.4%가 정보를 잘 이해하는 편이라고 응답한 반면, 여학생은 58.8%만이 ‘그렇다’고 응답했다. 인문계 고등학생들의 경우에 65.1%가 잘 하고 있다고 응답함으로써 중학생과 실업계 고등학생들에 비해 약간 더 높다고 하겠다.

<표 III-80> 정보이해 능력

		명(%)					
		전혀 못하는 편이다	못하는 편이다	그저 그렇다	잘하는 편이다	매우 잘하는 편이다	전체
성별 ¹⁾	남자	21 (2.6)	24 (2.9)	254 (31.1)	361 (44.1)	158 (19.3)	818 (100.0)
	여자	7 (0.7)	45 (4.7)	354 (36.8)	445 (46.2)	112 (11.6)	963 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	13 (2.2)	22 (3.8)	172 (29.5)	275 (47.1)	102 (17.5)	584 (100.0)
	인문고	5 (0.8)	18 (2.9)	190 (31.1)	294 (48.1)	104 (17.0)	611 (100.0)
	실업고	10 (1.7)	29 (4.9)	246 (42.0)	237 (40.4)	64 (10.9)	586 (100.0)
합계		28 (1.6)	69 (3.9)	608 (34.1)	806 (45.3)	270 (15.2)	1,781 (100.0)

1) $\chi^2=34.856$ $p<.001$ 2) $\chi^2=37.880$ $p<.001$

정보분석능력에 있어서는 ‘잘한다’고 응답한 청소년이 전체 40.4%로 매우 낮은 수준이다. 중학생(45.4%)이 고등학생(인문고 43.4%; 실업고 33.5%)보다 약간 더 높게 나타나고 있다. 하지만 실업계 고등학생들의 경우 평균 비율(40/4%)보다 낮은 33.5%만이 ‘잘한다’고 응답함으로써 그 심각성이 크다. 왜냐하면 이 집단의 경우 전공학과에 따라

정도의 차이는 있지만 컴퓨터 관련 과목이 정규교육과정에 배치되어 있기 때문이다. 따라서 교과내용에 정보분석과 관련된 세심한 교육내용이 제공될 필요가 있는 것으로 보인다.

<표 III-81> 정보분석 능력

		명(%)					
		전혀 못하는 편이다	못하는 편이다	그저 그렇다	잘하는 편이다	매우 잘하는 편이다	전체
성별 ¹⁾	남자	27 (3.3)	61 (7.4)	354 (43.2)	248 (30.3)	129 (15.8)	819 (100.0)
	여자	17 (1.8)	97 (10.1)	506 (52.5)	261 (27.1)	83 (8.6)	964 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	18 (3.1)	38 (6.5)	263 (45.0)	180 (30.8)	85 (14.6)	584 (100.0)
	인문고	12 (2.0)	52 (8.5)	288 (47.1)	182 (29.8)	77 (12.6)	611 (100.0)
	실업고	14 (2.4)	68 (11.6)	309 (52.6)	147 (25.0)	50 (8.5)	588 (100.0)
정보교육 여부 ³⁾	있다	16 (2.7)	38 (6.5)	261 (44.8)	191 (32.8)	77 (13.2)	583 (100.0)
	없다	28 (2.3)	120 (10.0)	599 (49.9)	318 (26.5)	135 (11.3)	1,200 (100.0)
합계		44 (2.5)	158 (8.9)	860 (48.2)	509 (28.5)	212 (11.9)	1,783 (100.0)

1) $\chi^2=36.100$ $P<.001$ 2) $\chi^2=27.191$ $p<.01$ 3) $\chi^2=14.447$ $p<.01$

정보저장능력에서는 전체 응답자의 66.7%가 '잘한다'고 응답해 다른 어느 능력보다 자신감이 있는 것으로 조사되었다. 하지만 이 능력에 있어서도 여학생(56.6%)보다는 남학생(78.3%)이, 중학생(67.9%)이나 실업계 고등학생(61.2%)보다는 인문계 고등학생들(70.5%)이 더 능력수준이 높게 조사되었다.

<표 III-82> 정보저장 능력

		명(%)					
		전혀 못하는 편이다	못하는 편이다	그저 그렇다	잘하는 편이다	매우 잘하는 편이다	전체
성별 ¹⁾	남자	22 (2.7)	32 (3.9)	123 (15.1)	292 (35.7)	348 (42.6)	817 (100.0)
	여자	28 (2.9)	118 (12.3)	271 (28.2)	337 (35.0)	208 (21.6)	962 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	20 (3.4)	43 (7.4)	124 (21.3)	208 (35.7)	188 (32.2)	583 (100.0)
	인문고	16 (2.6)	51 (8.3)	113 (18.5)	220 (36.0)	211 (34.5)	611 (100.0)
	실업고	14 (2.4)	56 (9.6)	157 (26.8)	201 (34.4)	157 (26.8)	585 (100.0)
합계		50 (2.8)	150 (8.4)	394 (22.1)	629 (35.4)	556 (31.3)	1,779 (100.0)

1) $\chi^2=133.158$ $p<.001$ 2) $\chi^2=18.807$ $p<.05$

정보재구성의 능력에 있어서는 오직 39.1%만이 '잘하는 편이다'라고 응답해 앞으로 이 부분에 대한 교육이 필요한 것으로 조사되었다. 이 능력에서는 중학생(44.1%)이 고등학생(인문고 42.2%; 실업고 30.9%) 보다 '잘한다'고 응답한 비율이 더 높게 나타났다. 이 부분에서도 한가지 주목할 점은 위의 정보분석능력에서 마찬가지로 실업계 고등학생들의 능력이 다른 집단에 비해 눈에 띄게 낮다는 것이다.

<표 III-83> 정보재구성 능력

		명(%)					
		전혀 못하는 편이다	못하는 편이다	그저 그렇다	잘하는 편이다	매우 잘하는 편이다	전체
성별 ¹⁾	남자	35 (4.3)	87 (10.6)	324 (39.6)	213 (26.0)	159 (19.4)	818 (100.0)
	여자	35 (3.6)	184 (19.1)	420 (43.6)	238 (24.7)	86 (8.9)	963 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	22 (3.8)	62 (10.6)	242 (41.5)	173 (29.7)	84 (14.4)	583 (100.0)
	인문고	22 (3.6)	101 (16.5)	230 (37.6)	156 (25.5)	102 (16.7)	611 (100.0)
	실업고	26 (4.4)	108 (18.4)	272 (46.3)	122 (20.8)	59 (10.1)	587 (100.0)
정보교육 여부 ³⁾	있다	14 (2.4)	68 (11.7)	235 (40.4)	172 (29.6)	93 (16.0)	582 (100.0)
	없다	56 (4.70)	203 (16.9)	509 (42.5)	279 (23.3)	152 (12.7)	1,199 (100.0)
합계		70 (3.9)	271 (15.2)	744 (41.8)	451 (25.3)	245 (13.8)	1,781 (100.0)

1) $\chi^2=58.828$ $p<.001$ 2) $\chi^2=37.669$ $p<.001$ 3) $\chi^2=21.822$ $p<.001$

마지막으로 정보이용 능력면에서 전체 응답자의 34.6%만이 '잘하는 편이다'라고 응답함으로써 다른 어떤 정보화능력보다 이 능력이 청소년들에게 매우 취약하다는 것을 드러내고 있다. 특히 여학생(29.1%)과 실업계 고등학생들(28.7%)의 자신감은 매우 낮은 것으로 나타났다.

<표 III-84> 정보응용 능력

		명(%)					
		전혀 못하는 편이다	못하는 편이다	그저 그렇다	잘하는 편이다	매우 잘하는 편이다	전체
성별 ¹⁾	남자	43 (5.3)	149 (18.2)	290 (35.5)	185 (22.6)	150 (18.4)	817 (100.0)
	여자	45 (4.7)	196 (20.4)	441 (45.8)	188 (19.5)	92 (9.6)	962 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	23 (3.9)	86 (14.8)	247 (42.4)	144 (24.7)	83 (14.2)	583 (100.0)
	인문고	30 (4.9)	129 (21.1)	231 (37.9)	124 (20.3)	96 (15.7)	610 (100.0)
	실업고	35 (6.0)	130 (22.2)	253 (43.2)	105 (17.9)	63 (10.8)	586 (100.0)
정보교 육여부 ³⁾	있다	23 (4.0)	94 (16.2)	223 (38.4)	146 (25.1)	95 (16.4)	581 (100.0)
	없다	65 (5.4)	251 (21.0)	508 (42.4)	227 (18.9)	147 (12.3)	1,198 (100.0)
합계		88 (4.9)	345 (19.4)	731 (41.1)	373 (21.0)	242 (13.6)	1,779 (100.0)

1) $\chi^2=40.012$ $p<.001$ 2) $\chi^2=26.933$ $p<.01$ 3) $\chi^2=19.756$ $p<.01$

이러한 결과를 통해 청소년들이 정보검색과 저장능력면에서는 자신감이 있지만 찾은 정보를 분석하고 재구성해 응용하는 능력에 있어서는 매우 취약하다고 할 수 있다. 따라서 단순히 정보를 검색하고 저장하는 기술적 수준의 교육뿐만 아니라 정보를 분석, 응용할 수 있는 부분의 교육이 청소년들에게 지속적으로 제공될 필요가 있다. 이러한 교육을 통해 청소년은 정보의 보고인 인터넷에서 정보의 양적 측면이 아닌 질적 제고를 검토할 수 있는 안목을 가질 수 있게 될 것이다. 특

히, 여학생과 실업계 고등학생들에 있어서는 더욱 필요하다 하겠다.

그렇다면 청소년들은 이러한 정보화교육에 대해 어떻게 인식하고 있을까? 청소년들에게 정보화교육 기회가 주어진다면 받을 의사가 있는지를 물어본 결과, 전체 응답자의 53.2%가 ‘받지 않겠다’고 응답했다. 이러한 경향은 남학생(60.0%)과 중학생들(61.9%)에게 더욱 뚜렷하게 나타났다.

<표 III-85> 정보교육 수용 여부

		명(%)		
		예	아니오	전체
성별 ¹⁾	남자	220 (40.0)	330 (60.0)	550 (100.0)
	여자	335 (52.8)	300 (47.2)	635 (100.0)
학교 ²⁾	중학교	136 (38.1)	221 (61.9)	357 (100.0)
	인문고	245 (55.4)	197 (44.6)	442 (100.0)
	실업고	174 (45.1)	212 (54.9)	386 (100.0)
합계		555 (46.8)	630 (53.2)	1,185 (100.0)

1) $\chi^2=19.259$ $p<.001$ 2) $\chi^2=24.543$ $p<.001$

이러한 결과는 앞으로 정보화교육의 형식에 있어 매우 중요한 의미를 시사한다고 볼 수 있다. 이는 더 이상 형식화된 교육에는 청소년들이 별로 흥미를 느끼지 못한다는 것을 보여주는 것으로 새로운 형식의 교육방법이 지속적으로 모색되어야 한다는 것이다.

IV. 청소년 정보제공기관의 현황 및 유익정보 콘텐츠에 대한 인식

청소년 유익 정보를 증대시키는 요인에는 정보콘텐츠 자체의 개선을 비롯해서 유통, 전달과정, 그리고 사회 환경적인 제도 등의 여러 가지 요인이 있지만, 특히, 유익한 정보를 제공하는 기관 자체의 정보화 정도 등이 중요한 영향을 미친다고 볼 수 있다. 정보제공기관의 정보화 여건과 기관의 의지, 그리고 정보콘텐츠의 홍보방법 등에 따라서 정보콘텐츠의 양과 질이 결정되며, 청소년들의 유익 정보 이용도 활성화 될 가능성이 높다. 따라서 이 장에서는 인터넷 상에서 제공되는 청소년 정보 현황 조사를 토대로 청소년 정보제공기관의 정보화 실태와 정보담당자들이 인식하는 청소년 유해정보 및 유익정보, 그리고 유익정보를 증대하기 위한 방안 등을 살펴봄으로써 청소년 유익정보를 증대할 수 있는 기반을 점검해 보고자 한다.

1. 온라인 상의 청소년 정보 실태

인터넷 상의 청소년 유익정보는 어느 정도나 존재하고 있는가? 이러한 정보는 주로 어떠한 기관에서 제공하고 있는가? 그리고 주로 어떠한 정보가 많이 제공되고 있는가? 이를 위해 청소년유익정보사이트를 청소년을 대상으로 학습, 생활, 진로, 상담, 수련, 교류, 동아리 정보, 인성교육, 종교교육, 자원봉사 등을 홍보하고 도움을 주는 사이트로 잠정적으로 정의하고, 우리나라의 대표적인 검색기관인 야후코리아, 심마니, 엠파스, 네이버, 한미르, 다음 등을 조사하였다.

전체 분석에 사용된 1,193개 청소년 관련 사이트 중에서 정보제공기관 유형별로는 개인, 클럽, 민간기업 등을 포함하는 '기타'가 21.0%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 '청소년단체·수련시설'(청협 회원단체, 자연권·생활권 수련시설 등) 17.4%, '문화 및 복지기관'(청소년문화원, 청소년복지회 등) 15.3%, 청소년공동체(청소년동아리 등) 10.4%, '정부·지방자치단체'(문화관광부, 농림부, 서울시청 등) 8.1%, '종교단체'(천주교, 기독교, 불교 등) 7.8%, '교육기관' 7.7%, '포털사이트'(다음, 야후, 엠파스 등) 7.5% 등의 순으로 조사되었다.

<표 IV-1> 정보제공기관 유형별 청소년관련 사이트 수

단위: 개(%)

정보 제공기관 유형	수	비율
포털사이트	90	7.5
청소년단체·수련시설	208	17.4
종교단체	93	7.8
교육기관	92	7.7
문화 및 복지기관	183	15.3
상담기관	57	4.8
정부·지방자치단체	96	8.1
청소년공동체	124	10.4
기타	250	21.0
합 계	1,193	100.0

정보영역별로 청소년사이트 현황을 살펴보면, 기타 정보가 21.3%로 가장 많았고, 그 다음으로는 문화활동정보(19.2%), 수련활동정보(17.5%), 학교·학습정보(16.3%), 성교육·상담정보(14.5%), 진학 및 취업정보(8.0%), 스포츠정보(3.2%)의 순으로 정보가 제공되는 것으로 나

타났다. 여기에서 기타 정보에는 복지정보가 가장 많고, 각종 생활 및 건강 정보 등이 포함되어 있다.

<표 IV-2> 정보 영역별 청소년관련 사이트 수

단위: 개(%)

정보 영역별	수	비율
학교·학습정보	195	16.3
성교육·상담정보	173	14.5
문화활동정보	229	19.2
진학 및 취업정보	95	8.0
수련활동정보	209	17.5
스포츠정보	38	3.2
기타 정보	254	21.3
합 계	1,193	100.0

2. 청소년 정보제공기관의 정보화 환경

청소년 정보 제공기관의 정보화 환경은 기관의 정보 운영에 필수적이라 할 수 있는 정보 제공 인력 현황(기관 홈페이지 운영에 참여하고 있는 전체 인력, 기능별 인력 등)과 운영시스템 환경(운영시스템의 종류, 도입 및 교체시기 등)을 조사하였다.

1) 정보 운영 인력 현황

청소년 정보 제공기관의 운영 인력 현황을 살펴보기 위해서 기관 홈페이지 운영에 참여하고 있는 총인원과 각 기능별 운영인력을 조사

하였다. 먼저 각 기관별로 홈페이지 운영에 참여하고 있는 인력 현황을 보면, 1명의 운영인력이 있는 기관이 29.0%로 가장 많고, 그 다음으로는 '2명' 25.8%, 그리고 '3명' 16.1%, '5명 이상' 16.1%, '없다' 9.7%로, 과반수 이상의 청소년 정보제공기관이 1~2명의 인력으로 운영되고 있는 것으로 나타났다. 이를 기관별로 살펴봐도 1~2명의 인력으로 운영되는 기관이 많았다. 그러나 5명 이상의 많은 인력을 보유하고 있는 기관은 민간기관이 정부기관보다 많았는데, 주로 포털사이트의 경우가 많은 것으로 나타났다.

<표 IV-3> 기관 홈페이지 운영 인력

							명(%)
	없다	1명	2명	3명	5명이상	기타	전체
민간	4 (9.5)	12 (28.6)	11 (26.2)	5 (11.9)	8 (19.0)	2 (4.8)	42 (100.0)
정부	2 (10.0)	6 (30.0)	5 (25.0)	5 (25.0)	2 (10.0)	-	20 (100.0)
전체	6 (9.7)	18 (29.0)	16 (25.8)	10 (16.1)	10 (16.1)	2 (3.2)	62 (100.0)

홈페이지 운영의 기본 인력이라 할 수 있는 기획자, 시스템관리자, 디자이너, 프로그래머 등을 기준으로 각 기관의 운영 인력을 살펴보면, 60% 이상의 기관이 시스템 관리자를 두고 있었으나 기획자는 30% 정도, 그리고 디자이너, 프로그래머의 경우에는 20% 정도의 기관만이 인력을 보유하고 있는 것으로 나타났다.

이상의 결과로 미루어 볼 때, 청소년정보 제공 기관은 홈페이지 운영인력으로 주로 시스템관리자 1명만을 두고 있고, 여기에 여건이 조금 나은 기관의 경우에는 기획자를 포함해서 2명 정도의 인력을 확보하고 있는 실정이며, 대부분의 청소년정보 제공 기관들이 디자이너, 프

로그래머 등 홈페이지의 효율적 운영에 필요한 인력을 제대로 갖추고 있지 못한 상황이라고 볼 수 있다.

<표 IV-4> 기능별 기관 홈페이지 운영 인력

	민간			정부		
	있다	없다	합계	있다	없다	합계
시스템관리자 여부	24 (57.1)	18 (42.9)	42 (100.0)	14 (70.0)	6 (30.0)	20 (100.0)
디자이너 여부	10 (25.0)	30 (75.0)	40 (100.0)	4 (20.0)	16 (80.0)	20 (100.0)
프로그래머 여부	10 (24.4)	31 (75.6)	41 (100.0)	3 (15.0)	17 (85.0)	20 (100.0)
기획자 여부	15 (36.6)	26 (63.4)	41 (100.0)	7 (38.9)	11 (61.1)	18 (100.0)

2) 정보 운영 시스템 현황

(1) 운영시스템(서버)

청소년 정보 제공기관들의 운영시스템 현황을 살펴보면, 서버의 경우는 1대를 갖추고 있는 기관(31.1%)이 가장 많으며, 2대가 16.4%, 그리고 3대 이상을 갖추고 있는 기관이 23.0%로 나타났다. 그렇지만 서버를 전혀 갖추고 있지 않은 기관도 29.5%나 되는 것으로 나타나, 청소년 정보제공기관의 운영시스템 환경이 좋지 못함을 보이고 있다.

이는 민간 기관의 경우가 정부기관보다도 더욱 열악한 경향을 보이고 있는데, 정부기관의 경우에 20.0%가 서버를 갖추고 있지 못하는데 비해서 민간기관의 경우에는 34.1%의 기관이 서버를 갖추고 있지 못한 것으로 나타났다.

<표 IV-5> 운영시스템(서버) 댓수

	명(%)		
	민간	정부	합계
없다	14(34.1)	4(20.0)	18(29.5)
1대	11(26.8)	8(40.0)	19(31.1)
2대	8(19.5)	2(10.0)	10(16.4)
3대 이상	8(19.5)	6(30.0)	14(23.0)
전체	41(100.0)	20(100.0)	61(100.0)

(2) 운영체제(서버 OS) 종류

청소년정보 제공기관들의 운영체제의 종류를 보면, Window계열을 갖추고 있는 기관이 40.0%로 가장 많으며, 그 다음이 Linux 15.0%, 그리고 UNIX 11.7% 등의 순으로 나타나, 청소년정보 제공기관들이 인력이 부족한 이유 등으로 관리가 용이하고 운영이 비교적 편리한 Window계열의 운영체제를 갖추고 있음을 보이고 있다.

<표 IV-6> 운영체제 종류

	명(%)		
	민간	정부	합계
해당안됨	13(31.7)	3(15.8)	16(26.7)
UNIX	4(9.8)	3(15.8)	7(11.7)
Window 계열	16(39.0)	8(42.1)	24(40.0)
Linux	6(14.6)	3(15.8)	9(15.0)
기타	2(4.9)	2(10.5)	4(6.7)
	41(100.0)	19(100.0)	60(100.0)

(3) 운영시스템(서버) 도입 시기

청소년정보 제공기관들의 시스템 도입 시기를 보면, 46.7%의 기관들이 비교적 최근(3년 이내)에 시스템을 도입하였으며, 21.7%의 기관들이 4~5년 전에 도입한 것으로 나타났다.

<표 IV-7> 운영시스템 도입시기

	명(%)		
	민간	정부	합계
해당안됨	14(34.1)	5(26.3)	19(31.7)
6개월 전	1(2.4)	-	1(1.7)
1년 전	4(9.8)	1(5.3)	5(8.3)
2년 전	7(17.1)	6(31.6)	13(21.7)
3년 전	7(17.1)	2(10.5)	9(15.0)
4~5년 전	8(19.6)	5(26.3)	13(21.7)
계	41(100.0)	19(100.0)	60(100.0)

이는 최근 사회적으로 정보화의 중요성이 부각됨에 따라 청소년 정보제공기관들의 경우에도 이와 관련한 운영시스템이 도입되게 되었음을 짐작하게 한다.

(4) 운영시스템(서버) 교체시기

운영시스템(서버) 교체시기를 보면, 31.2%의 기관이 3년 이내에 교체되었으며, 19.7%의 기관은 3년 이상을 교체시기로 하고 있는 것으로 나타났다. 이는 사용자의 증가로 인한 서버의 교체, 그리고 정보통신분야의 새로운 기술 발전(초고속통신망의 비약적 발전 등)으로 인한 서버의 도입 필요성 등이 주요한 원인인 것으로 보여진다.

<표 IV-8> 운영시스템(서버) 교체시기

	민간	정부	합계
해당안됨	22(53.7)	8(40.0)	30(49.2)
6개월마다	1(2.4)	-	1(1.6)
1년마다	7(17.1)	3(15.0)	10(16.4)
2년마다	2(4.9)	2(10.0)	4(6.6)
3년마다	-	4(20.0)	4(6.6)
기타	9(22.0)	3(15.0)	12(19.7)
전체	41(100.0)	20(100.0)	61(100.0)

3. 청소년 정보제공기관의 정보 운영 실태와 문제점

청소년 정보제공기관들이 현재 정보를 어떻게 운영하고 있는가를 파악하기 위해서 홈페이지 운영 실태(홈페이지 수, 홈페이지 개편, 자료 업데이트 등)와 청소년만족도(홍보방법, 청소년만족도), 청소년정보의 문제점 및 고려사항 등을 조사하였다.

1) 홈페이지 운영 실태

(1) 기관 홈페이지 현황

청소년정보 제공기관의 홈페이지 수는 51.6%의 기관이 1개였으며, 2개의 홈페이지를 가지고 있는 기관은 17.2%, 그리고 3개의 홈페이지를 가지고 있는 기관은 31.3%로 나타났다.

<표 IV-9> 기관의 홈페이지

구 분	세 부 사 항		전 체
	1개	33(51.6)	
홈페이지 갯수	2개	11(17.2)	64(100.0)
	3개	20(31.3)	

(2) 자료 업데이트 주기

청소년정보 제공기관의 자료 업데이트 주기는 매일 하는 기관이 28.1%로 가장 많으며, 그 다음으로 '1주일마다' 21.9%, '1개월마다' 17.2%, '3개월마다' 7.8% 등의 순으로 나타났으며, 각 기관별로는 정부기관의 경우 '매일' 55.0%, '1주일마다' 15.0% 등이고, 민간기관의 경우는 '매일' 15.9%, '1주일마다' 20.5%로 정부기관이 민간기관에 비해서 자료를 업데이트하는 주기가 빠른 것으로 나타나고 있다.

<표 IV-10> 자료 업데이트 주기

	매일	1주일마다	1개월마다	3개월마다	6개월마다	기타	전체
민간	7 (15.9)	9 (20.5)	10 (22.7)	4 (9.1)	1 (2.3)	13 (29.5)	44 (100.0)
정부	11 (55.0)	5 (25.0)	1 (5.0)	1 (5.0)	-	2 (10.0)	20 (100.0)
전체	18 (28.1)	14 (21.9)	11 (17.2)	5 (7.8)	1 (1.6)	15 (23.4)	64 (100.0)

이는 과반수의 기관이 매일 또는 일주일마다 자료를 업데이트하고 있으며, 특히, 기관별로는 정부기관이 새로운 정보를 많이 제공하고 있음을 알 수 있다.

(3) 홈페이지 개편경험

청소년정보 제공기관의 홈페이지에 대한 개편 경험을 조한 결과는 경험이 있는 기관이 81.3%이고, 경험이 없는 기관은 18.8%로 대부분 개편 경험이 있는 것으로 나타났다. 각 기관별로도 비슷한 결과를 보였는데, 개편 경험이 있는 기관은 민간기관이 81.8%이고, 정부기관은 80.0%로 근소한 차이를 나타냈다.

<표 IV-11> 홈페이지 개편 경험

	명(%)		
	있다	없다	전체
민간	36(81.8)	8(18.2)	44(100.0)
정부	16(80.0)	4(20.0)	20(100.0)
전체	52(81.3)	12(18.8)	64(100.0)

(4) 홈페이지 개편주기

홈페이지 개편 주기는 보통 6개월에서 1년 사이를 적정 주기로 보고 있는데, 청소년정보 제공기관의 경우에는 78.2%가 1년 이내를 개편 주기로 하고 있으며, 2년 이상을 개편 주기로 잡고 있는 기관은 21.9%로, 청소년 정보제공기관이 홈페이지 개편을 비교적 적정한 시기에 하고 있는 것으로 나타났다.

<표 IV-12> 홈페이지 개편 주기

	명(%)					
	3개월마다	6개월마다	1년마다	2년마다	기타	전체
민간	3(6.8)	15(34.1)	17(38.6)	2(4.5)	7(15.9)	44(100.0)
정부	1(5.0)	6(30.0)	8(40.0)	3(15.0)	2(10.0)	20(100.0)
전체	4(6.3)	21(32.8)	25(39.1)	5(7.8)	9(14.1)	64(100.0)

(5) 홈페이지 운영방식

홈페이지 운영방식은 자체적으로 운영하는 기관이 65.6%이고, 아웃소싱을 하는 기관은 34.4%였는데, 각 기관별로 살펴보면, 민간기관(70.5%)이 정부기관(55.0%)에 비해서 자체운영을 하는 기관이 많은 것으로 나타났다.

<표 IV-13> 홈페이지 운영 방식

	자체 운영	아웃소싱	명(%)
민간	31(70.5)	13(29.5)	44(100.0)
정부	11(55.0)	9(45.0)	20(100.0)
전체	42(65.6)	22(34.4)	64(100.0)

(6) 홈페이지 운영 아웃소싱 수준

청소년 정보 제공기관의 운영에 있어서 아웃소싱 수준을 살펴보면, 대부분이 사이트 유지보수 수준(69.6%)이며, 이 밖의 신규개발 등은 매우 적은 것으로 나타났다. 기관별로는 정부기관의 경우 사이트 유지보수 수준이 77.8%로 민간기관(64.3%)보다 많은 것으로 나타났다.

<표 IV-14> 홈페이지 운영 아웃소싱 수준

	컨설팅	사이트유지보수	신규개발	전부	명(%)
민간	-	9(64.3)	2(14.3)	3(21.4)	14(100.0)
정부	1(11.1)	7(77.8)	1(11.1)	-	9(100.0)
전체	1(4.3)	16(69.6)	3(13.0)	3(13.0)	23(100.0)

이는 대부분의 청소년 정보 제공기관들이 자체 인력의 부족을 아웃소싱을 통해서 충당하고 있으며, 또한 비용절감을 피하고 있음을 알 수 있다.

2) 홈페이지 콘텐츠 홍보 및 청소년 만족도

(1) 홈페이지 홍보방법

청소년 정보 제공기관들의 홈페이지에 대해서 92.1%의 기관들이 현재 홍보를 하고 있다고 하였는데, 포털사이트의 등록을 통해서 홍보하고 있다는 기관이 33.7%로 가장 많고, 그 다음으로는 '사이트 연결을 통해서' 22.5%, '배너 광고를 통해서' 12.4% 등의 순으로 나타났다.

<표 IV-15> 홈페이지 홍보방법

명(%)

	안하고 있다	배너광고 를 통해	사이트연 결을 통해	포털사이트 등록을 통해	기타	전체
민간	5(7.8)	7(10.9)	13(20.3)	25(39.1)	14(21.9)	64(71.9)
정부	2(8.0)	4(16.0)	7(28.0)	5(20.0)	7(28.0)	25(28.1)
전체	7(7.9)	11(12.4)	20(22.5)	30(33.7)	21(23.6)	89(100.0)

(2) 콘텐츠 만족도

청소년 정보 제공기관의 콘텐츠에 대한 만족도는 '매우 만족한다'가 40.0%, '그저 그렇다'가 53.3%, '만족하지 않는 편이다'가 6.7%로 만족한다는 의견이 과반수를 넘고 있지 못해 만족도가 그리 높다고 볼 수 없다.

<표 IV-16> 콘텐츠에 대한 청소년들의 만족도

명(%)

	매우 만족하다	그저 그렇다	만족하지 않는 편이다	전체
민간	15(36.6)	23(56.1)	3(7.3)	41(100.0)
정부	9(47.4)	9(47.4)	1(5.3)	19(100.0)
전체	24(40.0)	32(53.3)	4(6.7)	60(100.0)

기관별로는 정부기관의 만족도(47.4%)가 민간기관의 만족도(36.6%)보다 높아, 정부기관의 콘텐츠가 민간기관의 콘텐츠보다도 상대적으로 잘 되어 있음을 짐작하게 한다.

3) 청소년 관련 정보의 문제점 및 고려사항

(1) 청소년 관련 정보의 문제점

청소년 관련 정보의 문제점에 대해서는 ‘특정 몇 분야로 편중되어 있다’(42.2%)는 점이 가장 큰 문제점으로 지적되었으며, 그 다음으로는 ‘필요한 정보가 별로 없다’ 26.6%, ‘최신 정보가 아니다’ 7.8%, ‘유료 사이트가 많다’ 4.7% 등의 순으로 나타났다.

<표 IV-17> 청소년 관련정보의 문제점

	필요한 정보가 없음	특정분야 편중	최신정보 가 아님	유료사이 트 많음	기타	명(%)
민간	12(27.3)	20(45.5)	2(4.5)	1(2.3)	9(20.5)	44(100.0)
정부	5(25.0)	7(35.0)	3(15.0)	2(10.0)	3(15.0)	20(100.0)
전체	17(26.6)	27(42.2)	5(7.8)	3(4.7)	12(18.8)	64(100.0)

기관별로도 전체적인 결과와 비슷한 결과를 나타냈는데, 특히, 민간기관(45.5%)의 경우에는 ‘특정 몇 분야로 편중되어 있다’는 문제점이 정부기관(35.0%)보다 많아서 청소년 정보와 관련해서 무엇보다도 정보의 다양성을 필요로 하고 있음을 간접적으로 나타내 보이고 있다.

(2) 청소년 관련 기관의 정보 이용률이 낮은 이유

청소년 관련 기관의 정보 이용률이 낮은 이유에 대해서는 주로 각

기관에서 제공하는 정보 내용에 문제가 있는 것으로 지적되고 있는데, 그 중에서도 특히, ‘청소년들의 관심과 흥미를 충족시키지 못한다’(57.8%)는 것이 가장 큰 이유이고, 그 다음으로 ‘그런 사이트를 알지 못해서’ 21.9%, ‘다양하지 못하고 중복되는 면이 많다’ 12.5% 등이 주요한 이유로 지적되고 있다.

<표 IV-18> 청소년관련기관의 정보 이용률이 낮은 이유

	관련 사이트를 몰라서	최신 정보가 아니어서	다른 사이트를 이용해서	다양성 부족과 중복	청소년의 관심·흥미 미반영	기관 활동 관심 부족	명(%)
민간	9 (20.5)	1 (2.3)	2 (4.5)	7 (15.9)	24 (54.5)	1 (2.3)	44 (100.0)
정부	5 (25.0)	-	-	1 (5.0)	13 (65.0)	1 (5.0)	20 (100.0)
전체	14(21.9)	1(1.6)	2(3.1)	8(12.5)	37(57.8)	2(3.1)	64(100.0)

기관별로도 이와 비슷한 결과를 보였는데, 기관의 정보이용률을 개선하기 위해서는 청소년을 염두에 둔 청소년 관련 기관의 정보 내용의 개선이 무엇보다도 필요하고, 이와 더불어 청소년들에 대한 적극적인 홍보도 뒤따라야 한다는 것을 보여주고 있다.

(3) 정보 제공시 고려사항

청소년 정보 제공기관에서 정보를 제공할 경우에 고려해야 할 사항으로는 ‘정보의 다양성’ 25.4%, ‘정보의 신뢰성’ 21.4%, ‘접근의 용이성’ 15.9%, ‘정보의 최신성’ 15.1% 등이 중요한 것으로 나타났다.

기관별로도 ‘정보의 다양성’을 가장 고려해야 할 사항으로 보고 있었으나 그 다음의 우선 순위로 민간기관에서는 ‘정보의 신뢰성’ 23.3%, ‘접근의 용이성’ 19.6% 등을 들고 있는데 반해, 정부기관의 경우에는

‘정보의 최신성’ 22.5%, ‘정보의 신뢰성’ 17.5% 등을 중요하게 고려해야 할 사항으로 들고 있었다.

<표 IV-19> 정보 제공시 고려사항

명(%)

	민간	정부	전체
정보의 다양성	22(25.6)	10(25.0)	32(25.4)
사이트의 안정성	5(5.8)	3(7.5)	8(6.3)
접근의 용이성	16(18.6)	4(10.0)	20(15.9)
정보의 신뢰성	20(23.3)	7(17.5)	27(21.4)
정보의 최신성	10(11.6)	9(22.5)	19(15.1)
찾아가는 과정의 신속성, 편리성	1(1.2)	2(5.0)	3(2.4)
접속 송수신 속도	-	2(5.0)	2(1.6)
커뮤니티 제공 여부	5(5.8)	-	5(4.0)
개인정보 보호	2(2.3)	2(5.0)	4(3.2)
기타	5(5.8)	1(2.5)	6(4.8)
전체	86(68.3)	40(31.7)	126(100.0)

이러한 결과는 앞서 청소년 관련 기관의 문제점으로 지적되었던 정보의 특정분야로의 편중성 문제와 정보의 내실화 문제 등을 해결하기 위한 대안으로 제시된 것으로 보여지며, 기관별로는 각 기관이 가지고 있는 특성을 어느 정도 반영한 것이라 생각된다.

4. 청소년 관련 정보컨텐츠에 대한 인식

청소년 유익정보에 대해서 청소년들과 청소년 정보제공기관들 사이에는 어떠한 인식의 차이가 있는가? 또한, 청소년 유익정보를 판단하는 기준에 관해서는 어떠한 인식의 차이를 가지고 있는가? 이러한 질문을 통해서 청소년 유익정보라는 개념의 실질적 의미를 살펴보고자 하였다.

1) 청소년 취약정보에 대한 인식

청소년들에 제공되는 정보 중 취약하게 제공되는 정보로는 성교육·상담정보가 20.5%로 가장 많았으며, 그 다음으로 ‘자원봉사활동정보’ 19.7%, ‘진학 및 취업정보’ 14.8%, ‘시사 및 뉴스정보’ 9.0% 등이었는데, 청소년들의 인식과는 조금 다르게 나타났다. 즉, 청소년들의 경우에는 학교학습정보를 가장 취약한 정보라고 생각했고, 그 다음으로 진학 및 취업정보, 자원봉사활동정보였으며, 성교육·상담정보는 4번째로 생각하고 있었다.

이러한 결과는 제공하는 청소년정보 자체에도 문제가 있다고 보여지지만, 청소년 정보제공기관과 청소년간에 정보의 시급성에 대한 인식의 차이에도 어느 정도 원인이 있다고 보여진다. 즉, 청소년정보제공기관의 경우에는 사회적 현안 사항이 되고 있는 청소년문제나 활동 등을 지원하기 위해서 성교육·상담 정보나 자원봉사활동정보 등을 보다 중요하게 생각하고 있는 반면, 청소년들의 경우에는 그들의 당면 과제라 할 수 있는 학습 및 진로에 관한 정보를 보다 필요로 하고 있음을 보이는 것이라 할 수 있다.

<표 IV-20> 취약 정보

	명(%)		
	민간	정부	전체
학교·학습정보	7(8.3)	3(7.9)	10(8.2)
성교육·상담정보	17(20.2)	8(21.1)	25(20.5)
영화, 음악 등 문화활동정보	2(2.4)	2(5.3)	4(3.3)
진학·취업정보	14(16.7)	4(10.5)	18(14.8)
야영 등 수련활동정보	10(11.9)	4(10.5)	14(11.5)
자원봉사활동 정보	16(19.0)	8(21.1)	24(19.7)
취미생활정보	4(4.8)	4(10.5)	8(6.6)
시사 및 뉴스정보	9(10.7)	2(5.3)	11(9.0)
커뮤니티정보	1(1.2)	3(7.9)	4(3.3)
기타	4(4.8)	-	4(3.3)
전체	84(68.9)	38(31.1)	122(100.0)

2) 청소년 유익정보에 대한 인식

청소년 유익정보에 대해서는 진학·취업정보(22.3%)를 가장 유익한 정보라고 하였으며, 그 다음으로 성교육·상담정보 19.8%, 자원봉사활동정보 13.2%, 취미생활정보 9.1% 등의 순으로 유익한 정보라고 인식하였다.

이러한 인식은 청소년들과 차이를 보였는데, 청소년들의 경우에는 학교·학습정보를 가장 유익한 정보로 보았으며, 그 다음으로 진학·취업정보, 영화·음악 등 문화활동정보 등을 유익한 정보로 생각하고 있었다. 이는 청소년 정보제공기관에서는 청소년들의 문제와 다양한 자질을 함양하기 위하여 성교육·상담정보, 자원봉사활동정보 등을 유익한 정보라고 하여 제공하려 하고 있으나 이러한 정보들이 청소년들에게는 그리 실질적인 정보가 되고 있지 못하며, 청소년들의 현실적인

과제인 학교·학습정보, 진학·취업정보 등을 보다 유익한 것으로 느끼고 있으며, 또한 그들이 여가시간을 통하여 자유롭게 접근할 수 있는 영화·음악 등 문화활동정보가 청소년들에게는 보다 유익한 정보로 인식되고 있는 듯하다.

<표 IV-21> 청소년 유익정보

	명(%)		
	민간	정부	전체
학교학습정보	5(6.0)	4(10.8)	9(7.4)
성교육·상담정보	19(22.6)	5(13.5)	24(19.8)
영화, 음악 등 문화활동정보	4(4.8)	1(2.7)	5(4.1)
진학·취업정보	23(27.4)	4(10.8)	27(22.3)
컴퓨터학습 관련정보	2(2.4)	3(8.1)	5(4.1)
야영 등 수련활동 정보	5(6.0)	5(13.5)	10(8.3)
자원봉사활동 정보	9(10.7)	7(18.9)	16(13.2)
방송·연예정보	1(1.2)	-	1(0.8)
미용, 패션정보	1(1.2)	-	1(0.8)
취미생활정보	7(8.3)	4(10.8)	11(9.1)
시사 및 뉴스정보	3(3.6)	1(2.7)	4(3.3)
커뮤니티정보	3(3.6)	2(5.4)	5(4.1)
기타	2(2.4)	1(2.7)	3(2.5)
전체	84(69.4)	37(30.6)	121(100.0)

3) 청소년 유익정보의 조건

청소년 유익정보의 조건에 대해서는 청소년들의 인식과 비슷한 결과를 보이고 있는데, 다른 조건도 중요하지만 무엇보다도 ‘즐거움’을

주어야 한다' 100.0%, '접근이 용이해야 한다' 98.4%, '유용한 지식을 주어야 한다' 93.7% 등을 중요하게 생각하는 것으로 나타났다.

<표 IV-22> 청소년 유익정보의 조건

(%)

조건	찬성율	조건	찬성율
유용한 지식이어야 한다	93.7	시간절약을 해야 한다	57.8
즐거움을 주어야 한다	100.0	청소년문제해결에 도움을 주어야 한다	87.6
접근이 용이해야 한다	98.4	사회활동 참여기회를 제공해야 한다	84.4
학습에 도움이 되어야 한다	65.7	경제적으로 도움을 주어야 한다	23.5
문화여가생활에 도움을 주어야 한다	84.3	유행을 주도해야 한다	31.3
인간관계 증진에 도움을 주어야 한다	82.9		

이 밖에도 '청소년문제해결에 도움이 되어야 한다' 87.6%, '사회활동참여기회를 제공해야 한다' 84.4%, '문화여가생활에 도움을 주어야 한다' 84.3%, '인간관계증진에 도움이 되어야 한다' 82.9%, '학습에 도움이 되어야 한다' 65.7% 등의 순으로 유익정보의 조건을 인식하고 있는 것으로 나타났다.

이러한 결과를 미루어 볼 때 청소년 유익정보라고 하면, 청소년들의 문제해결이나 사회성 증진 등을 위한 내용도 중요하지만, 청소년 개개인에게 실질적으로 도움이 될 뿐만 아니라 정서적인 측면에서나 기술적인 측면에서 청소년들을 배려하는 내용이 더욱 중요함을 알 수 있게 한다.

5. 청소년 유익정보콘텐츠 증대 방안

청소년 유익정보콘텐츠 증대 방안을 모색하기 위해서 최근 사회적으로 논의되고 있는 인터넷내용등급제도와 콘텐츠품질인증제도의 효과를 예측하고 이 이외의 정책 방안 및 제도적으로 뒷받침되어야 할 사항들을 점검하고자 하였다.

1) 인터넷내용등급제도

(1) 인터넷 내용등급제 실시 찬반 여부

인터넷내용등급제에 대해서 정보제공기관 담당자들의 경우에는 60.9%가 찬성하는 의견을 보여, 청소년(34.9%)보다 찬성하는 의견이 많은 것으로 나타났다. 즉, 청소년들에 비해서 정보제공기관 담당자들은 인터넷 유해정보에 대해서 보다 심각하게 느끼고 있으며, 인터넷 내용등급제를 통해서 청소년들을 보호해야 할 필요성을 많이 느끼고 있는 것이라 보여진다.

<표 IV-23> 인터넷 내용등급제 실시 찬반 여부

	매우 찬성한다	찬성하는 편이다	그저 그렇다	반대하는 편이다	매우 반대한다	잘 모르겠다	전체
민간	8(18.2)	20(45.5)	11(25.0)	-	2(4.5)	3(6.8)	44(100.0)
정부	2(10.0)	9(45.0)	5(25.0)	1(5.0)	2(10.0)	1(5.0)	20(100.0)
전체	10(15.6)	29(45.3)	16(25.0)	1(1.6)	4(6.3)	4(6.3)	64(100.0)

(2) 인터넷 내용등급제의 유해정보 차단 효과

인터넷 내용등급제의 유해정보 차단 효과에 대해서는 70.3%의 응

답자들이 ‘효과를 거둘 것’이라고 응답하였다. 이는 청소년의 응답(69.3%)보다 높은 것으로, 인터넷 내용등급제의 효과에 대해서 비교적 긍정적으로 생각하고 있음을 알 수 있다.

<표 IV-24> 인터넷 내용등급제의 유해정보 차단효과

	매우 큰 효과를 거둘 것이다	어느 정도 효과를 거둘 것이다	효과를 거두지 못할 것이다	전체
민간	4(9.1)	28(63.6)	12(27.3)	44(100.0)
정부	2(10.0)	11(55.0)	7(35.0)	20(100.0)
전체	6(9.4)	39(60.9)	19(29.7)	64(100.0)

명(%)

(3) 인터넷내용등급제와 유익정보와의 관련성

인터넷내용등급제 실시 후에 유익정보가 증가할 것인 지의 여부에 대해서는 긍정적인 의견(‘매우 그렇다’ 9.5%)보다는 부정적인 의견(‘그렇지 않다’ 30.2%)이 더 많았는데, 이를 통해서 인터넷 내용등급제가 유해정보의 차단에는 어느 정도 효과를 거둘 것이나 유익정보의 증대에 미치는 별로 영향을 끼치지 못할 것이라는 예상을 하고 있다고 볼 수 있다.

<표 IV-25> 인터넷내용등급제 실시 후 유익 정보의 증가 여부

	매우 그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	전체
민간	5(11.6)	28(65.1)	10(23.3)	43(100.0)
정부	1(5.0)	10(50.0)	9(45.0)	20(100.0)
전체	6(9.5)	38(60.3)	19(30.2)	63(100.0)

명(%)

2) 콘텐츠품질인증제도

(1) 콘텐츠품질인증제 실시 찬반 여부

콘텐츠품질인증제도는 콘텐츠 이용자들의 피해를 줄이고 이용자들이 신뢰할 수 있는 콘텐츠의 질적 개선을 꾀한다는 목적으로 실시되는 제도이다. 이러한 제도의 실시에 대해서 54.7%의 응답자들이 찬성하고 있었으며, 32.8%는 ‘그저 그렇다’로 유보적인 입장을 보였고, 반대하는 응답자는 12.5%로 나타났다. 이 제도에 대해서 과반수를 조금 넘는 응답자들이 찬성하고 있으나, 인터넷내용등급제보다도 찬성의견이 낮게 나타난 것은 이 제도가 도입 취지는 좋다고 하나 공정한 평가기준이나 심사기관의 선정 등 아직까지 해결해야 할 문제가 많이 남아있기 때문이라고 보여진다.

<표 IV-26> 콘텐츠품질인증제 실시 찬반 여부

	명(%)					
	매우 찬성한다	찬성하는 편이다	그저 그렇다	매우 반대한다	잘 모르겠다	전체
민간	6 (13.6)	21 (47.7)	12 (27.3)	1 (2.3)	4 (9.1)	44 (100.0)
정부	-	8 (40.0)	9 (45.0)	-	3 (15.0)	20 (100.0)
전체	6(9.4)	29(45.3)	21(32.8)	1(1.6)	7(10.9)	64(100.0)

(2) 콘텐츠품질인증제의 효과

콘텐츠품질인증제 실시에 따른 유해정보 차단 효과에 대해서는 74.6%의 응답자들이 ‘효과를 거둘 것이다’라고 하여 인터넷내용등급제의 차단효과(70.3%)보다도 그 효과를 더 높게 보는 것으로 나타났다. 이는 유익정보의 질적 개선을 통해서 청소년 이용자들이 유해정보보다 유익정보의 이용이 증대될 것이라는 기대가 큰 것을 의미하는 것

이라 볼 수 있다.

<표 IV-27> 콘텐츠 품질인증제의 효과

	매우 큰 효과를 거둘 것이다	어느 정도 효과를 거둘 것이다	효과를 거두지 못할 것이다	명(%) 전체
민간	4(9.1)	29(65.9)	11(25.0)	44(100.0)
정부	1(5.3)	13(68.4)	5(26.3)	19(100.0)
전체	5(7.9)	42(66.7)	16(25.4)	63(100.0)

(3) 콘텐츠품질인증제와 유익정보와의 관련성

콘텐츠품질인증제 실시 후에 유익정보가 증가할 것인 지의 여부에 대해서는 인터넷내용등급제와 마찬가지로 긍정적인 의견(‘매우 그렇다’ 15.6%)보다는 부정적인 의견(‘그렇지 않다’ 21.9%)이 더 많았으나, 인터넷내용등급제보다는 유익정보와의 관련성을 높게 보고 있었다.

<표 IV-28> 콘텐츠품질인증제 실시 후 유익정보 증가 여부

	매우 그렇다	그저 그렇다	그렇지 않다	명(%) 전체
민간	8(18.2)	28(63.6)	8(18.2)	44(100.0)
정부	2(10.0)	12(60.0)	6(30.0)	20(100.0)
전체	10(15.6)	40(62.5)	14(21.9)	64(100.0)

3) 청소년 유익정보 증대 방안

(1) 유익정보 증대를 위한 정책 방안

청소년 유익정보 증대 방안에 대해서는 현재 청소년 정보 제공 기

관 담당자를 중심으로 조사하였다. 유익정보 증대 정책 방안에 관해서 응답자들은 ‘각종 규제로 유해정보를 차단하는 정책’(28.1%)도 중요하지만 ‘청소년들의 자율적인 정보선택권에 맡기는 것’(31.3%)이 좋다는 의견을 보다 많이 제시하였다.

<표 IV-29> 유익정보 증대 정책방안

	각종 규제로 유해정보 차단	청소년들의 자율정보선택권 에 맡김	제공기관의 자율성을 최대한 보장	기타	명(%)
민간	13(29.5)	12(27.3)	8(18.2)	11(25.0)	44(100.0)
정부	5(25.0)	8(40.0)	4(20.0)	3(15.0)	20(100.0)
전체	18(28.1)	20(31.3)	12(18.8)	14(21.9)	64(100.0)

그러나 이를 정보제공기관별로 살펴보면, 정부 제공기관 담당자들의 경우는 ‘각종 규제로 유해정보를 차단한다’(25.0%)는 정책보다는 ‘청소년들의 자율적인 정보선택권에 맡긴다’(40.0%)는 의견이 훨씬 많은 반면, 민간 제공기관 담당자들은 ‘청소년들의 자율적인 정보선택권’(27.3%)보다는 ‘각종 규제로 유해정보를 차단하는 것’(29.5%)이 좋다는 의견이 더 많은 것으로 나타났다.

(2) 청소년유익정보를 증대하기 위한 제도

청소년 유익정보를 증대하기 위한 제도적 방안으로는 ‘유익콘텐츠 개발을 위한 정부의 재정적 지원’(29.4%)이 가장 중요한 것으로 나타났다으며, 그 다음으로 ‘청소년 인터넷 이용문화 개선 교육’(19.0%)과 ‘시민단체의 지속적인 모니터링’(19.0%), 그리고 ‘청소년 관련단체 홈페이지의 적극적인 홍보’(11.9%)가 필요한 것으로 나타났다. 이 밖에도 ‘정

보제공기관의 상업성 지양'(7.1%), '콘텐츠 질 향상'(6.3%), '콘텐츠 관련 법·제도 정비'(5.6%) 등도 필요한 것으로 나타났다.

<표 IV-30> 청소년유익정보 증대 제도

세 부 항 목	명(%)		
	민간	정부	전체
시민단체의 지속적인 모니터링	16(18.6)	8(20.0)	24(19.0)
제공기관의 상업성 지양	5(5.8)	4(10.0)	9(7.1)
청소년들을 대상으로 인터넷이용문화 개선을 위한 교육실시	15(17.4)	9(22.5)	24(19.0)
유익콘텐츠개발을 위한 정부의 재정적 지원	24(27.9)	13(32.5)	37(29.4)
개인정보 보완기능 확대	2(2.3)	-	2(1.6)
콘텐츠 유료화를 통한 콘텐츠의 질 향상	8(9.3)	-	8(6.3)
콘텐츠와 관련된 법, 제도정비	6(7.0)	1(2.5)	7(5.6)
청소년관련단체 홈페이지 적극 홍보	10(11.6)	5(12.5)	15(11.9)
전체	86(68.3)	40(31.7)	126(100.0)

결국, 청소년유익정보의 증대 문제는 유해정보의 차단이나 청소년들의 인터넷 이용문화의 개선도 물론 중요하지만, 청소년정보콘텐츠 개발에 핵심이 있으며, 청소년정보제공기관의 자체적인 노력에 맡겨둘 것이 아니라 정부나 지방자치단체의 관심과 적극적인 지원이 뒤따라야 하며, 그리고 이러한 지원을 기반으로 각 기관에서도 적극적인 홍보 노력을 기울여야 함을 의미한다고 할 수 있다.

V. 청소년 유익정보 콘텐츠 활성화 방안

청소년 유익컨텐츠를 활성화하기 위해서는 유해정보를 차단하는 일과 유익정보를 개발하는 일 등을 동시에 고려해야 할 필요가 있다. 즉, 청소년들을 유해정보로부터 차단하기 위한 가정·학교·사회에서의 다각적인 조치와 함께 청소년들의 흥미를 유발할 수 있는 다양한 유익컨텐츠의 생산과 제공, 그리고 이러한 컨텐츠 개발을 촉진하기 위한 사회 환경적 지원 및 개발된 유익컨텐츠의 효과적인 활용전략 등이 종합적으로 이루어질 필요가 있다. 이와 같은 관점에서 본 장에서는 유익컨텐츠의 직접적인 수혜자인 청소년을 비롯하여 청소년단체, 교육, 정보화 관계자 등이 참여한 워크숍에서 제시된 의견을 종합하고 설문조사 결과를 통하여 도출된 내용 등을 토대로 다음과 같이 청소년 유익컨텐츠 활성화에 대한 대안을 제시하였다.

1. 청소년 유해정보 차단 대책 수립

1) 가정에서의 대책

(1) 유해정보 차단프로그램의 설치

다양한 경로를 통하여 많은 음란물들이 청소년들에게 전달되고 있으며, 의도적으로든 비의도적으로든 음란물 중독에 걸리는 청소년들이 늘어나고 있다. 청소년들이 유해정보에 접하기 전에 일차적으로 유해정보를 차단할 수 있는 장치를 가정에 설치하는 것이 중독을 예방할 수 있는 우선적인 조치가 될 것이다. 이를 위해서는 먼저 부모들의

유해 정보 및 차단프로그램에 대한 인식이 있어야 할 것이다.

(2) 가족 내 인터넷 이용규칙 만들기

청소년들이 유익한 콘텐츠를 이용하기 위한 기본 환경으로서 부모, 형제자매 등 가족 구성원들의 역할이 매우 중요하다. 가정에서는 가족 성원들이 함께 합의하여 컴퓨터 및 인터넷의 이용규칙을 만들고 이를 이용하도록 노력해야 한다. 즉, 하루 컴퓨터 이용시간 정하기, 불건전 정보에 접근하지 않기, 인터넷게임 이용 시 사전에 부모 허락 받기, 그리고 컴퓨터 이용과 관련하여 문제가 있으면 가족과 상의하기 등의 가족 내 컴퓨터 이용규범을 만들고 이를 지키도록 노력하는 것이 매우 중요하다. 특히, 청소년들에게 이러한 이용규칙이 규제로 비쳐지지 않도록 자율성을 많이 부여할 필요가 있다.

(3) 부모의 유익정보 제공 및 지원

청소년들이 유해정보를 많이 접하고 거기에 탐닉하게 되는 것은 그러한 청소년들의 잘못도 크지만, 청소년들이 흥미를 느낄만한 유익한 정보를 아직 접하지 못한 데에도 큰 이유가 있다. 무작정 유해정보를 자녀들로부터 차단하려 하는 것보다는 부모들은 자녀들이 흥미를 가질만한 유익정보를 찾아 제공하는 노력을 보임으로써 청소년들이 자연스럽게 유해정보로부터 유익정보로 관심을 돌릴 수 있도록 해야 할 것이다. 유익정보의 제공은 부모들이 자녀들과 함께 찾고자 하는 과정을 통해서 인터넷 이용과 관련한 부모와 자녀 상호간의 이해가 돈독해 질 수 있을 것으로 보여진다.

(4) 정보교류의 장으로서 반상회의 적극적인 활용 및 지원

청소년들의 인터넷 이용 습관은 부모들의 관심과 노력 여하에 따라서 쉽게 바뀔 수 있다. 청소년의 인터넷과 관련된 문제는 한 가정만

의 문제가 아니고 모든 가정의 공통적인 사항이기 때문에 이웃과의 정보교류가 도움이 될 수 있다. 특히, 정기적으로 부모들이 모임을 갖게 되는 반상회 등을 통해서 자녀들의 인터넷 이용 및 지도에 관한 정보를 교류하는 것이 효과적이며, 필요한 경우에 공동의 노력을 기울여 문제를 해결하는 자세가 필요할 것이다. 가령, 반상회 등을 통해서 주민들의 의견을 수렴, 지역 회관 등을 활용해서 그 지역의 청소년들에게 인터넷 이용이 가능한 공동의 장을 마련해 줌으로써 불건전 교류의 온상이 되고 있는 PC방 등을 이용하지 않고 건전한 환경에서 인터넷을 이용하게 할 수도 있을 것이다.

2) 학교 및 교육 제도적 차원의 대책

(1) 「정보화 교육체계 전담반」 구성·운영

학교를 비롯한 교육제도의 차원에서는 무엇보다도 우선적으로 체계적이고 장기적인 정보화 교육체계를 정립하고 이를 일관성 있게 시행하는 것이 매우 중요하다. 이를 위해서는 선진 외국과 같이 장기적인 비전 하에 초등학교부터 중학교, 고등학교에 이르기까지 각 단계별 정보통신관련 교육을 위한 교육정책 수립을 위한 전담반을 구성할 필요가 있다. 학교정보화교육체계 수립을 위한 전담반은 계획수립을 위해 일시적으로 조직한 후 해체하기보다는 지속적으로 변하는 정보사회의 내용을 담을 수 있도록 지속적인 연구와 정책개발을 수행해야 하며, 이를 위한 법과 제도적인 지원이 필요하다.

(2) 사회 문화적·기술적 측면에서의 균형 있는 정보화 교육 시행

정보화교육은 정보통신기기 조직과 이용 관련 기술과 이를 이용하는 데 필요한 규범 및 가치, 윤리 등의 교육이 균형 있게 이루어져야

한다. 현재 우리나라 또한 다른 나라들과 마찬가지로 정보화 교육이 수립되어 시행되고 있다. 그러나 현재의 교육계획은 정보통신기기의 이용에 필요한 가치, 규범, 윤리 등의 사회 문화적 측면과 정보통신기기 및 프로그램 등의 조작과 이용이라는 기술적 측면이 조화를 이루지 못하고 기술적 측면에 비중이 놓여있다. 또한 수립된 계획이 일선 교육기관에서 공교육체계의 약화, 입시위주의 교육관행, 전담 교사들의 부족 등으로 잘 시행되지 못하고 있다. 따라서 사회 문화적 측면과 기술적 측면의 정보화 교육이 균형 있게 시행되도록 교과과정의 개편 등의 노력과 더불어 정보화 교육 전담 교사의 확보를 위한 제도적 장치가 절실히 요구된다. 나아가, 정보화 교육은 단순히 기술만 습득하는 기존의 교과과정과 별도로 존재하는 과목이 아니고 다른 교과목과 밀접한 연관을 갖고 있으며, 청소년들이 정보사회에서 완전한 성인 인격체로서 성장하기 위한 지식, 기술, 윤리, 규범 등을 종합적으로 학습하는 과정으로 자리매김 하는 것 또한 중요하다.

(3) 학교에서의 음란물 차단 프로그램의 설치 의무화

학교에서의 학생들의 음란물 이용 차단을 위해서는 인터넷차단프로그램의 설치와 음란물 검색 프로그램을 적절하게 활용할 수 있어야 할 것이다. 먼저 인터넷 전용선이 설치된 학교에서는 인터넷차단프로그램을 반드시 설치할 수 있도록 의무화해야 한다. 이를 위해 각 교육청에서는 인터넷 차단 프로그램을 선정, 보급하도록 하고 또한 갱신할 수 있도록 도움을 제공해야 할 것이다. 또한, 인터넷이 설치되어 있지 않은 학교에서는 음란물 검색 프로그램을 활용해서 정기적으로 음란물을 검색하고 삭제함으로써 청소년들이 음란물을 접하게 되는 일을 사전에 막아야 할 것이다. 음란물 검색 프로그램은 인터넷차단 프로그램이 설치된 곳에서도 수시로 활용하여 인터넷차단프로그램에서 막지 못한 음란물을 검색하도록 해야 할 것이다.

(4) 교사 대상 정보화교육 연수 실시

청소년들의 건전한 정보 이용을 위해서는 일선 교사들의 정보화에 대한 정확한 이해와 적절한 지도가 필요하다. 이를 위해서는 교사들에게 정기적으로 정보화 교육을 받게 하되, 이를 점수로 인정함으로써 참여를 높이도록 하는 일이 필요하다. 물론 교육 내용은 기술 중심의 교육에서 탈피하여 정보의 활용 및 정보화의 가치교육 등에 대한 내용이 병행되어야 할 것이다.

(5) 학교 단위의 인터넷 정화 캠페인 실시 및 교육과정에서의 실제적인 적용

인터넷 이용의 폐해에 대한 경각심을 불러일으키고 청소년들의 인터넷 건전 이용을 조장하기 위하여 학생들과 교사들이 함께 참여하는 캠페인을 학교 단위로 실시할 필요가 있다. 또한, 전산시간이나 특별활동시간 등에 정보이용에 대한 수업을 실시함으로써 청소년들이 컴퓨터를 현명하게 사용할 수 있도록 지도해야 할 필요가 있다.

3) 사회에서의 대책

(1) 「부모용 인터넷 소식지」 발간

청소년들의 인터넷 이용은 부모들의 관심과 이해와 밀접한 관련을 가지고 있다. 학습과 무관하다고 일방적으로 판단하여 자녀들의 컴퓨터 사용을 무조건 반대하는 것도 잘못이며, 컴퓨터에 대하여 부모들이 무지해서 자녀들의 이용을 무방비 상태로 방치하는 것도 잘못된 일이다. 현재 청소년들의 인터넷 이용은 전반적인 추세로서 유선뿐만 아니라 무선인터넷 사용도 확산되고 있어서 일정한 장소에서만 인터넷 이용이 가능한 것이 아니라 어느 곳에든 이용이 가능하게 되고 있

다. 이러한 인터넷 환경의 변화를 이해하지 못하면 자녀들의 지도는 어렵게 된다. 따라서 부모들은 인터넷 환경 변화와 청소년들의 이용 행태 등을 이해하는 것이 필요하다. 이를 위해서는 부모들이 인터넷 환경 변화를 쉽게 이해할 수 있는 「부모용 인터넷 소식지」 등을 제공할 수 있도록 여건을 마련하는 일이 필요할 것이다.

(2) 인터넷 유해정보 신고 및 감시체제 강화

인터넷 상의 불법·유해정보를 수시로 감시하고, 문제가 있는 정보의 경우에 시정을 요구하며, 그럼에도 불구하고 협조가 이루어지지 않을 경우에는 사법기관에 통지하여 법적인 제재를 가할 수 있는 유기적인 협조체제를 구축할 필요가 있다. 또한, 인터넷 이용자들이 손쉽게 불법·유해정보를 신고, 접수할 수 있는 체제를 갖추으로써 감시기구가 미처 발견하지 못한 불법·유해정보를 처리할 수 있도록 해야 할 것이다. 이를 위해서는 인터넷 이용자들이 감시기구에 대한 이해와 접근을 용이하게 할 수 있도록 적극적인 홍보를 실시해야 할 것이다.

(3) 인터넷사업자 윤리강령 제정 및 책임 부여

인터넷 콘텐츠 및 서비스 제공업자들이 사회적 책임의 원칙에 따라 행동하여야 한다는 사실을 분명히 하기 위해서는 인터넷 사업자 윤리강령의 도입이 필요하다. 이러한 강령들은 사회공동체의 관심에 부합되어야 하며, 높은 수준의 신뢰성과 건전성을 보장하는 공적인 시스템으로서 작용할 것이다. 사업자 윤리강령의 당사자로서 콘텐츠를 호스팅하고 있는 인터넷 제공업자들은 불법콘텐츠가 존재한다는 통보를 받으면 해당콘텐츠에 대한 적절한 조치를 취해야 할 의무가 있다. 그러한 의무가 반영되어 나타나는 것이 사업자 윤리강령인데, 사업자 윤리강령에는 정보서비스 제공자의 의무와 관련한 사항들을 구체적으로 명시되어야 한다. 또한, 서비스 제공자가 주어진 법적 책임들을 따

르도록 하고 준수할 의무를 부과하는 정보이용자 및 정보제공자 약관을 계약에 포함시켜야 한다. 그러한 책임을 맡는 것은 업계의 이해에서 보면 최선의 선택인데, 이는 그러한 선택이 소비자의 신뢰성을 높이고 궁극적으로 사업에 좋은 영향을 미치기 때문이다(최승훈, 2001:29~30).

(4) 「인터넷 그린 존」(Green Zone) 설치·운영

인터넷 상에 청소년이 꿈과 희망을 찾고 이를 실현해 나갈 수 있도록 다양한 유익 콘텐츠를 자유롭게 이용할 수 있는 인터넷 청정지역을 설정할 필요가 있다. 이러한 지역에는 상업주의적 정보 제공이 엄격히 통제되며, 만일 이를 어길 시에는 강력한 법적 제재를 가할 수 있게 함으로써 그린 존을 보존해야 한다. 인터넷 그린 존에는 청소년과 청소년동아리, 그리고 청소년을 위해 유익한 콘텐츠를 제공하기를 희망하는 사람들만이 출입이 허용되어야 한다. 또한, 국가와 지방자치단체에서는 그린 존이 엄격하게 유지되고 청소년들의 창조적인 공간으로 발전할 수 있도록 지속적인 감시와 적극적인 지원을 실시해야 할 것이다.

2. 다각적인 청소년 유익콘텐츠 개발 및 활용 대책

1) 정보 생산 및 제공 차원의 콘텐츠 개발 대책

(1) 청소년 유익정보 포털사이트 구축·운영

청소년들이 유익한 정보를 한 곳에서 손쉽게 이용할 수 있도록 포털사이트를 구축하여 운영할 필요가 있다. 가령, 에듀넷의 경우에 현재

주로 교수학습용으로만 사용함에도 불구하고 구조가 너무 복잡하여 자료를 찾기가 어렵고 쓸모 없는 자료가 많아서 학생과 교수들에게 배척 당하는 경향이 있다. 에듀넷을 경쟁력 있는 학생용 포털사이트로 구축함으로써 학생들이 필요로 하는 유익한 정보를 제공할 수 있도록 하는 것이 보다 적절할 것이다. 또한, 청소년 활동 정보의 경우에도 수련시설, 활동프로그램, 상담, 폭력, 왕따 등의 정보를 청소년들이 한 곳에서 찾아 볼 수 있도록 포털 사이트를 구축하는 것이 사이트 인지도를 확보해할 수 있는 효과를 가질 수 있을 것이다.

(2) 청소년정보 제공기관의 유익 콘텐츠 개발 확대

청소년단체들은 각기 고유의 설립 목적을 가지고 있으며, 그 중에서 몇몇 기관들은 특성화된 프로그램을 개발·운영하고 있다. 하지만 이러한 프로그램들은 인터넷 상으로 제대로 제공되고 있지 못하는 형편이다. 이는 각 기관의 정보화 여건이 불충분한 데에 이유가 크지만, 이를 잘 활용하면 기관을 홍보하고 프로그램을 보급할 수 있는 좋은 기회가 될 수 있다. 따라서 각 기관들은 기관의 특성에 맞는 프로그램을 개발하여 인터넷 상으로 보급하는 일에 힘써야 할 것이다. 만일 개별 기관의 여건상 힘든 일이라 하면, 소속 연맹이나 협의회 등을 통해서 제공할 수 있도록 다각적인 방안을 마련해야 할 것이다.

(3) 청소년의 흥미를 유도하는 청소년기관의 이미지 및 아이디어 개발

청소년기의 특성상 다른 사람과는 다른 자신만의 개성과 일반 상식과는 동떨어진 미지의 무언가를 동경하며, 신선하고 재미있으며 특 특 튀는 아이디어들로 무장한 이른바 '새로운 것'에 민감하다. 청소년들에게 생활 필수품이 된 휴대폰도 결국 청소년들의 특성을 반영한 전략을 통하여 보급할 수 있었다고 보여진다. 특히, 이동통신사들은 저

마다 차별화된 이미지와 연령별 마케팅 전략으로 소비자를 공략하여 타 기업과 경쟁하고 있다. TTL, Na, Khai, Ting, Uto 등 이름만 보고는 무엇인지 도대체 알 수 없는 것들이지만, 청소년들은 이러한 이미지를 보고 휴대폰을 선택하고 요금제를 이용하고 있다. 이처럼 이동통신사들은 자신들의 이미지를 한마디로 축약하고 전달한다. 그러나 청소년 정보를 제공하는 각 기관은 ‘○○청소년○○○’, ‘○○청소년수련관’, ‘○○청소년위원회’, ‘○○청소년센터’ 등으로 청소년의 흥미를 끌만한 타이틀이 갖고 있지 못하다. 따라서 청소년 관련 기관들의 성격에 맞는 이미지를 개발하고 구체화시키는 작업이 필요하다. 이와 함께, 각 기관들은 청소년들의 참여를 높이기 위해서 이용 청소년들에게 시설 무료 이용, 프로그램 참여 기회 제공 등 다양한 혜택을 줄 수 있는 방법을 개발하려는 자세가 필요하다.

(4) 청소년정보 제공자 대상 유익 콘텐츠 개발·운영 교육

청소년정보 제공기관 담당자들의 유익정보에 대한 인식 및 능력 향상은 각 기관의 유익정보 제공을 위해서 매우 필요한 일이다. 그러나 청소년 관련 기관의 정보담당자들은 특별히 교육을 받을 기회가 없으며, 전문적인 교육의 경우 비용이 너무 많이 들어서 참여하기 어려운 경우가 많다. 따라서 이러한 상태에서는 정보 담당자들은 청소년에게 유익한 새로운 정보를 개발하고 보급하려는 생각보다는 대체로 기존의 운영 방식을 지속하는 수준에 머무르는 생각을 가지게 된다. 이는 이들 담당자에 대한 정보 개발 및 운영 교육 체계가 제대로 마련되어 있지 못하기 때문으로 생각되며, 이의 개선을 위해서는 조속히 청소년기관 담당자를 대상으로 하는 프로그램을 개발하여 정기적으로 교육을 실시할 필요가 있다. 이러한 프로그램을 통하여 새로운 정보를 습득할 수 있을 뿐만 아니라 관련 기관 담당자들 간에 상호 정보 교류가 가능해지며, 이를 토대로 각 기관의 정보화 및 유익정보 개발 및

운영이 촉진될 수 있을 것으로 보여진다.

(5) 우수 콘텐츠 제공기관에 대한 인증제 실시 및 개발비 지원

정보 제공기관들의 유익 정보에 대한 개발 의욕을 불러일으키고 우수한 콘텐츠에 대해서 일정 정도 개발비용을 지원할 수 제도를 만들 필요가 있다. 즉, 우수콘텐츠 인증제를 실시하여 우수 콘텐츠 제공업체임을 증명하게 하고, 또한 우수한 아이디어를 가지고 있는 업체의 개발비용을 일정 정도 지원함으로써 정보제공기관들간의 유익정보 개발에의 참여를 독려해야 한다. 이는 유익 콘텐츠의 경우에 서비스가 대부분 무료로 제공되는 경우가 많기 때문에 개별 기관에게만 개발비용을 부담하게 하는 것은 그 기관에 경제적으로 커다란 타격을 가져다 주게 되며, 결과적으로 유익콘텐츠 개발 기관의 축소를 가져올 수 있기 때문에, 그러한 기관을 적극적으로 지원함으로써 유익콘텐츠 개발에의 활성화를 꾀할 필요가 있다.

2) 사회환경적 차원의 콘텐츠 개발 대책

(1) 청소년 유익콘텐츠 공모제 실시

유익콘텐츠에 대한 청소년들의 관심과 참여를 증진시키기 위하여 청소년들의 유익콘텐츠에 대한 아이디어를 공모하여 시상하는 제도를 마련할 필요가 있다. 응모대상은 청소년 개인뿐만 아니라 청소년동아리, 청소년단체나 기관 등 다양한 단위로 함으로써 청소년들과 청소년 관련 기관의 관심과 참여를 이끌어 낼 수 있도록 한다. 이러한 제도는 단순히 포상하는 차원에 머무르지 않고 우수한 콘텐츠에 대해서는 전문가집단을 통하여 기술적 자문을 제공하게 하고, 필요한 경우에 개발 및 운영에 필요한 자금을 일정 정도 지원할 수 있도록 할 필요가 있다. 따라서 청소년 및 프로그램 관련 전문가가 참여하는 유익콘텐츠

선정 및 개발지원위원회를 구성하여 그 실현가능성을 엄격하게 심사할 수 있도록 할 필요가 있다. 이를 통하여 청소년들의 잠재적 능력을 개발할 수 있는 기회를 제공하며, 청소년들의 독특하고 창의적인 문화를 창조해 낼 수 있는 기반을 확대해 나갈 수 있을 것으로 보인다.

(2) 청소년 중심의 유익콘텐츠 심사·평가위원회 구성·운영

인터넷 사이트에 대하여 그 유익성 정도를 청소년들이 직접 심사·평가할 수 있도록 유익콘텐츠 심사·평가위원회를 구성·운영할 필요가 있다. 이는 유익콘텐츠에 대한 인식과 평가를 성인들보다는 청소년의 수준에서 판단함으로써 청소년 정보 제공기관들에게 청소년들이 선호하는 콘텐츠의 개발을 독려하고 필요에 따라서는 명령할 수 있도록 하는데 목적을 두고 있다. 이러한 위원회의 심사·평가가 보다 의미를 갖도록 하기 위해서는 위원회의 설립 및 활동을 법적·제도적으로 보장해주고, 그 결과가 정보제공업체의 활동에 영향을 미칠 수 있도록 하기 위해서 세부내용을 규정하는 등의 조치가 필요할 것으로 보인다.

(3) 청소년 유익콘텐츠 개발 학생 및 교사 인센티브제도 시행

학생 및 교사들의 유익콘텐츠에 대한 관심과 개발의욕을 고취시키기 위하여 인센티브제도를 시행할 필요가 있다. 우선적으로 학생들에게는 학교에서 유익 사이트를 방문하여 자료를 조사하는 것을 학생들에게 과제로 주거나, 봉사활동 점수와 같은 직접적인 인센티브를 줄 필요가 있다. 또한, 교사들에게는 청소년 유익정보 사이트를 만들게 하고 그 사이트를 교육청이나 교사 평가단에게 지속적으로 평가하도록 하여 그 평가 결과를 연구점수로 인정할 수 있게 해준다. 그리고 가능한 경우에 소정의 홈페이지에 대한 지원비를 제공하여 개발을 활성화하도록 한다.

(4) 유익콘텐츠 진흥을 위한 법적·제도적 장치 마련

국가·사회적 차원에서는 청소년들의 유익콘텐츠 제공을 위한 실질적인 제도적·법적 장치를 제공해주어야 한다. 정보사회의 가치와 이념에 걸맞는 국가 사회의 이념 형성과 이를 바탕으로 한 경제·권력 등의 자원배분을 통하여 올바른 정보사회 형성을 선도해야 한다. 나아가 청소년들의 유익콘텐츠 이용 활성화 노력이 실질적인 효과를 가져올 수 있도록 다양한 정책개발이 필요하다. 정보올림픽아드와 같은 현재 진행되고 있는 유익콘텐츠 이용관련 각종 진흥정책을 더욱 확대하여 유익콘텐츠의 이용 대책을 마련해야 한다. 또한 현재의 정보통신윤리위원회와 같은 불건전정보 대책을 위한 전문집단과 같이 적극적으로 유익콘텐츠의 발굴 및 지원을 할 수 있는 청소년 콘텐츠이용 활성화를 단체나 기구를 조직할 필요성이 있다. 유익콘텐츠 관련 법령의 정비와 더불어 이러한 유익콘텐츠 활성화 조직은 유익콘텐츠 이용활성화 정책 수립, 유익콘텐츠 생산 및 유통 지원, 유익콘텐츠 분류 및 인증, 기타 유익콘텐츠 이용을 위한 종합계획 수립 등을 체계적으로 수행할 수 있다.

3) 청소년 유익콘텐츠 활용 대책

(1) 우수한 사이트를 학습교재로 적극적으로 활용

청소년들의 인터넷 활용이 매우 제한되어 있기 때문에 교사가 유익 사이트를 수시로 찾아서 학습자료로 제시함으로써 학생들이 유익한 콘텐츠에 대하여 관심을 갖도록 하는 일이 필요하다. 제시되는 콘텐츠는 청소년들의 흥미를 가질 수 있는 내용이어야 하며, 필요한 경우에는 교사와 학생이 직접 콘텐츠를 함께 제작하는 등의 활동이 필요할 것으로 보인다. 그리고 일정 부분 교과서 중심의 수업에서 과감하게 탈피하여 교과서 없이 인터넷 콘텐츠만을 활용하는 수업으로 진

행함으로써 인터넷 정보의 중요성과 활용방법 등을 체험적으로 배울 수 있는 기회를 가지는 것 또한 필요할 것으로 보인다.

(2) on-line과 off-line를 연계한 유익정보 문화행사 활성화

청소년 문화행사 등을 통하여 온라인 상의 콘텐츠 내용을 오프라인과 긴밀히 연계함으로써 청소년들이 인터넷 콘텐츠에 대하여 자연스럽게 관심을 가질 수 있도록 한다. 이러한 행사는 학교 축제 등을 활용하여 1년에 1회 이상 청소년들이 직접 기획하고 운영할 수 있도록 함으로써 많은 청소년들이 참여하도록 홍보할 수 있는 기회를 가지는 것이 필요하다. 학교나 지역사회에서는 청소년들의 행사에 대하여 물질적·정신적인 지원을 함으로써 청소년들의 정보문화 활성화에 도움을 주도록 할 필요가 있다.

(3) 학교홈페이지 활성화를 통한 학교 수업 활용 및 커뮤니티 강화

학교홈페이지는 해당 학교 학생들이 주로 이용하는 가상의 집합체이다. 따라서 다른 웹 상의 가상공간과 달리 오프라인 상태와 온라인 상태가 공존하는 공동체란 점에서 다른 웹사이트와 차별화 된다. 학교홈페이지 운영의 활성화는 학교 수업에의 활용이라는 측면에서만 이 아니라 학생들 간의 커뮤니티 강화 등의 면에서 매우 유용할 것으로 보여진다. 이러한 이유로 학교 홈페이지를 적극적으로 활용함으로써 학교 수업의 활성화를 꾀하고 학생들, 그리고 교사와 학생들 상호간에 의견을 나눌 수 있도록 하는 일이 필요하다.

(4) 유익정보 보급을 위한 교사 실무연수 실시 및 전문가집단 활용

유익정보를 효과적으로 활용할 수 있는 교원 연수 프로그램을 개

발하여 교사들에게 의무적으로 유익정보 보급을 위한 실무 연수를 실시할 필요가 있다. 또한, 교사들이 각종 유익정보에 대해 자문을 구할 수 있는 전문가집단을 구성하여 필요시 전화 또는 E-mail 등으로 연락을 취하여 필요한 도움을 받을 수 있도록 한다. 전문가집단은 정부 차원에서 민간단체 등과 협력하여 구성하고 연락처를 일선 학교에 배포한다. 교원 양성기관에 유익정보와 관련된 교과과정의 개설을 권유하는 것도 필요하다.

(5) 학교, 언론기관 및 정부기관 등에 유익 정보 설치 의무화

청소년, 교사, 학부모들이 자주 접하는 유력한 언론기관, 공공기관, 학교 등에 청소년 유익정보 목록이나 사이트가 주기적으로 자동 갱신되어 즐겨찾기 목록으로 유지되도록 의무화 할 필요가 있다. 이를 통하여 유익콘텐츠에 대한 정보를 상시적으로 접하게 됨으로써 청소년들이 이를 스스로 활용하거나, 혹은 부모나 교사에 의해서 권유받아 이용할 수 있게 될 것이다. 특히, 학교 홈페이지를 적절하게 활용함으로써 청소년들이 지적 능력의 개발뿐만 아니라 다양한 자질을 함양할 수 있도록 유도하는 일이 필요하다. 이에선 학교관계자의 청소년교육과 관련 정보의 제공 등에 대한 의식의 전환과 함께 긴밀한 협조가 전제되어야 할 것이다.

VI. 결 론

1. 요 약

이 연구에서는 많은 시간을 인터넷 공간에서 생활하고 있는 청소년들로 하여금 보다 유익한 정보를 얻고 만족스러운 활동을 수행할 수 있도록 청소년 유익정보에 대한 실태 조사를 기초로 정보제공기관의 실태와 문제점 등을 분석하고 청소년 유익정보를 증대할 수 있는 방안을 모색하는 것을 목적으로 하고 있다. 따라서 청소년 유익정보 콘텐츠에 대한 의미와 이의 활성화와 관련된 요인 탐색, 인터넷 상에서의 청소년들의 정보이용실태와 청소년정보 제공기관의 현황 등의 파악, 그리고 청소년 유익정보 콘텐츠의 증대 방안을 모색하는 것을 주요 연구내용으로 하고 있다.

이러한 연구 목적을 달성하기 위해서 문헌·자료의 분석, 인터넷 콘텐츠 분석, 청소년 의견조사, 청소년정보제공기관 담당자 의견조사, 전문가 워크숍 등의 다양한 연구방법을 활용하였다. 첫째, 인터넷상의 청소년 유익정보 콘텐츠의 검색을 위하여 2002년 5월 20일~6월 15일 사이에 야후코리아, 심마니, 엠파스, 네이버, 한미르, 다음 등의 주요 검색엔진을 조사하였다. 둘째, 청소년 의견조사는 서울·경기도 등 수도권 지역에 거주하고 있는 중·고등학교 학생 1,920명을 대상으로 크게 정보매체 활용 정도, 인터넷 정보이용실태, 유익정보에 대한 인식 및 요구, 유익정보 활성화에 대한 개선방향, 개인 정보 등 크게 5가지 영역으로 나누어 조사하였다. 조사 대상은 수도권지역의 중학교, 인문고, 실업고 학생들을 각각 동수로 표집하였으며, 배포된 설문지 총 1,920부 중 1,793부를 분석하였는데, SPSSWin 10.0을 이용하여 빈도분

석, 교차분석, 분산분석 등의 통계방법을 사용하였다. 셋째, 청소년 정보 제공기관 담당자에 대한 의견조사는 2002년 7월 30~9월 14일 사이에 현재 인터넷 상에서 청소년정보를 제공하고 있는 64개 기관(민간 기관 44개, 정부기관 20개)의 청소년정보 운영 담당자를 대상으로 청소년정보 제공기관의 정보화 환경, 정보 운영 실태, 청소년 정보 관련 문제점 및 유익정보에 대한 인식, 청소년 유익정보컨텐츠 중대 방안 등을 조사하여, 개인정보 등 5개 영역으로 구성하였다. 조사대상은 청소년 사이트 검색 결과를 이용하여 유익정보를 제공하고 있는 기관을 포털사이트, 청소년단체 및 수련시설, 종교단체, 교육기관, 문화 및 복지기관, 상담기관, 정부 및 지방자치단체, 청소년공동체 등의 8개 기관으로 분류하고, 각 기관별로 10개씩 총 80개의 사이트를 선정하여 전화면접 및 메일 등의 방법을 통해서 조사하였다. 넷째, 전문가 워크숍은 2002년 10월 11일에 「청소년들의 유익정보컨텐츠 이용실태와 중대방안」이라는 주제로 청소년, 청소년정보 제공기관 종사자, 대학교수, 정보센터 종사자 등이 참여하는 워크숍을 개최하였다.

1) 청소년 유익정보컨텐츠와 관련 요인

청소년 유익정보 컨텐츠와 활성화를 위한 관련 요인을 탐색하였다. 청소년에 대한 사회적 요구와 청소년의 독특한 문화적 특성을 고려하여 청소년 유익컨텐츠를 규범적 측면뿐만 아니라 실용적, 정서적 측면을 다양하게 고려하여 청소년 유익컨텐츠를 정보사회의 다양한 능력과 자질 향상 및 시민사회 적응에 도움이 될 뿐만 아니라 청소년들의 정서적인 만족 및 현실적인 문제해결에 도움이 되는 온라인 상의 지식 및 정보라고 개념적으로 정의하였다. 또한, 정보사회 초기의 기대와는 달리 컨텐츠 구성분야의 특정한 부문에 대한 지나친 편중과 집중적인 발전, 청소년기관의 낙후된 정보화 여건과 컨텐츠 부족, 그리

고 청소년들의 콘텐츠 활용 능력에 대한 교육 부족 등을 청소년 유익 콘텐츠가 활성화될 필요성으로 보았다. 그리고 콘텐츠의 생산, 유통, 전달 등의 직접적인 영역과 청소년들에게 이용여건을 제공해주는 가정, 학교, 사회, 정부 등의 사회제도와 사회 전체의 유익/유해 콘텐츠의 범위와 정도, 내용 등을 규정짓고 방향짓는 사회가치와 규범 등의 이용 환경과 관련된 영역을 유익콘텐츠의 활성화를 위해 고려되어야 할 요인들로 설정하였다. 또한, 포털사이트, 영화, 음악, 온라인게임, 교육콘텐츠, 공공정보, 무선인터넷콘텐츠 등 국내 인터넷 콘텐츠 제공 환경과 관련 법·제도를 파악하였다.

2) 청소년 콘텐츠 이용실태 및 유익정보콘텐츠에 대한 인식

청소년들의 유익정보 이용실태와 유익정보에 대한 인식은 크게 정보매체 활용 정도, 인터넷 정보이용실태, 유익정보에 대한 인식 및 요구, 청소년 유익정보 콘텐츠의 조건, 정보제공기관의 이용 현황 및 만족도, 유익정보 활성화에 대한 개선방향 등으로 나누어 조사하였다.

우선, 청소년들의 정보활용매체는 전통적인 매체에서 정보통신매체로 옮겨지고 있었으나, 아직은 무선 인터넷보다는 유선 인터넷 활용도가 가장 높으며 그 다음으로 TV 등의 영상매체, 신문 및 잡지 등의 인쇄매체 순으로 나타났다. 이러한 경향은 주요 정보 획득 경로에서도 유사하게 나타났다. 청소년들이 생활에 필요한 정보를 주로 획득하는데 있어 가장 많이 이용하는 매체는 인터넷(73.9%)이며, 그 다음이 TV(12.7%), 신문이나 도서와 같은 인쇄매체를 통해서 정보를 획득하는 비율은 3.0%로 매우 낮았다.

둘째, 청소년들의 인터넷 정보이용 실태를 보면, 청소년들은 영화, 음악 등 문화활동정보(94%), 온라인게임 및 오락정보(81%), 방송·연예정보(79%), 취미생활정보(65%), 커뮤니티정보(65%), 학교학습정보

(63%) 순으로 인터넷 정보를 이용하고 있었다. 그러나 ‘성교육, 상담정보’는 11%로 정보접속율이 가장 낮았으며, 음란정보는 23%, 자살사이트는 6%, 폭탄사이트는 4%로 기존의 결과보다 조금 낮게 나타났다. 인터넷 이용시간은 대부분(91.3%)이 ‘1시간 미만’ 이나 ‘1시간 정도’였다. 정보영역별로는 영화, 음악 등 문화활동정보나 온라인 게임 및 오락정보를 가장 오래 이용하고 있었는데, 특히, 게임 및 오락정보는 ‘2시간 이상’이 26.7%로 청소년들이 장시간 이용하고 있었다. 반면 자원봉사활동 정보나 시사 및 뉴스정보인 경우는 ‘30분 미만’이 각각 72.5%, 67.8%로 이용시간이 짧았다. 정보 이용 후의 느낌에 대해서는 50%만이 ‘유익했다’고 응답해, 만족도가 높다고 볼 수는 없었다. 인터넷을 주로 이용하는 장소는 가정(88.9%)이 가장 많았고, ‘검색사이트’(62.8%)를 통해 각종 정보에 접하고 있는 것으로 조사되었다. 또한, 남학생의 90.7%, 여학생의 95.4%가 인터넷 동우회에 가입하고 있는 것으로 조사되어 이제 인터넷을 통한 공동체 형성은 청소년들에게 어느 정도 보편화된 것으로 나타났다.

셋째, 청소년들의 인터넷 정보컨텐츠에 대한 인식을 조사하였다. 청소년들은 인터넷 정보내용의 가장 큰 문제점은 ‘상업성 정보가 많다’(36.7%), ‘필요한 정보가 별로 없다’(30.2%), ‘음란물 정보가 많다’(21.6%), ‘성인사이트접근이 용이하다’(7.2%) 등의 순으로 나타났다. 청소년들이 원하는 정보 컨텐츠로는 ‘진학 및 취업정보’(20.8%), ‘문화활동정보’(17.0%), ‘학교·학습정보’(13.7%) 등이었으며, 청소년시기에 일반적으로 필요한 정보로는 ‘학교·학습정보’(23.2%), ‘진학 및 취업정보’(22.1%), ‘문화활동정보’(11.9%)로 나타났다.

넷째, 청소년들이 생각하는 유익정보 컨텐츠의 조건을 조사한 결과, ‘유용한 지식이어야 한다’(85.0%), ‘즐거움을 주어야 한다’(81.1%), ‘접근이 용이해야 한다’(79.6%)가 유익정보로서 갖추어야 할 주요 조건으로 나타났다. 반면 ‘유행을 주도해야 한다’(27.9%), ‘경제적으로 도움

으로 주어야 한다'(55.4%)는 조건들은 상대적으로 다른 조건들에 비해 그리 중요하게 고려될 조건은 아닌 것으로 조사되었다.

다섯째, 청소년들의 정보제공기관의 이용현황 및 만족도에 대해서는 먼저, 청소년들이 가장 많이 이용하는 정보제공기관으로는 포털사이트(95.0%)와 교육기관(53.6%)으로 조사되었으며 청소년관련기관, 정부기관 및 상담기관의 이용율은 15%내외로 나타났다. 각 기관에 대한 만족도는 포털사이트가 59.3%로 가장 높았으나, 이용율이 높았던 교육기관의 만족도는 16.9%에 불과했으며, 청소년기관의 정보이용 만족도는 가장 낮게 나타났다. 청소년들이 정보기관의 만족도를 판단하는 기준으로는 '정보의 다양성'(27.9%), '정보의 신뢰성'(16.9%), '정보의 최신성'(16.2%), '찾아가는 과정의 신속성 및 편리성'(13.6%)을 우선적으로 고려하는 것으로 조사되었다. 반면 인터넷 정보의 화면구성(1.2%)이나 커뮤니티의 제공 여부(1.7%)는 정보의 만족 여부에 크게 영향을 미치지 않는 것으로 나타났다.

여섯째, 청소년 유익정보 증대방안에 대해 제도적 차원과 교육적 차원으로 나누어 조사하였다. 우선, 제도적 차원에서 제시된 인터넷 내용등급제에 대해서 전체 응답자의 34.9%가 찬성하였으며, 8.8%만이 반대한다고 응답했다. 그리고 이 제도를 통해 유익정보 증대에 효과가 어느 정도 있을 것이다(73.6%)라고 긍정적인 기대를 하고 있는 것으로 조사되었다. 청소년들의 정보화능력의 경우는 정보검색과 저장능력면에서는 자신감을 갖고 있었지만 찾은 정보를 분석하고 재구성해 응용하는 능력에 있어서는 매우 취약한 것으로 나타났다. 특히, 여학생과 실업계 고등학생들에 있어서는 더욱 필요한 것으로 조사되었다. 그런데, 청소년들에게 정보화교육 기회가 주어지는 경우 교육받을 의사가 있는지를 알아본 결과는 53.2%가 '받지 않겠다'고 응답했는데, 특히, 이러한 경향은 남학생(60.0%)과 중학생들(61.9%)에게서 더욱 뚜렷하게 나타나, 형식화된 교육에 청소년들이 별로 흥미를 느끼지 못하는 것을 보였다.

3) 청소년 정보제공기관 현황 및 유익정보에 대한 인식

인터넷 상의 청소년 정보 실태, 청소년 정보제공기관의 정보화 현황 및 정보담당자들이 인식하는 청소년 유해정보 및 유익정보, 그리고 유익정보를 증대하기 위한 방안에 대해서는 다음과 같은 결과가 나타났다.

첫째, 온라인 상의 청소년정보 파악을 위해 우리나라의 대표적인 검색기관인 야후코리아, 심마니, 엠파스, 네이버, 한미르, 다음 등을 조사하였다. 3차례의 조사 결과, 1,193개의 사이트가 분석되었는데, 정보제공기관 유형별로는 개인, 클럽, 민간기업 등을 포함하는 '기타'가 21.0%로 가장 많았으며, 그 다음으로는 '청소년단체·수련시설' 17.4%, '문화 및 복지기관' 15.3%, 청소년공동체 10.4%, '정부·지방자치단체' 8.1%, '종교단체' 7.8%, '교육기관' 7.7%, '포탈사이트' 7.5% 등의 순으로 조사되었다. 정보영역별로는 기타 정보가 21.3%로 가장 많았고, 그 다음으로는 문화활동정보(19.2%), 수련활동정보(17.5%), 학교·학습정보(16.3%), 성교육·상담정보(14.5%), 진학 및 취업정보(8.0%), 스포츠정보(3.2%)의 순으로 정보가 제공되는 것으로 나타났다.

둘째, 청소년 정보 제공기관의 정보화 환경은 정보 제공 인력 현황과 운영시스템 환경을 조사하였다. 청소년정보 제공 기관은 홈페이지 운영인력으로 주로 시스템관리자 1명만을 두고 있고, 여건이 조금 나은 기관의 경우에는 기획자를 포함해서 2명 정도의 인력을 확보하고 있는 실정이었다. 운영시스템은 서버의 경우는 1대를 갖추고 있는 기관(31.1%)이 가장 많으며, 2대가 16.4%, 3대 이상이 23.0%, 서버를 전혀 갖추고 있지 않은 기관이 29.5%로 나타나, 운영시스템 환경이 좋지 못함을 보이고 있다. 운영체제는 관리가 용이하고 운영이 비교적 편리한 Window계열의 운영체제를 갖추고 있었으며, 시스템 도입 시기는 46.7%의 기관들이 비교적 최근(3년 이내)에 도입하였으며, 21.7%

의 기관들이 4~5년 전에 도입하였다. 운영시스템(서버) 교체시기는 31.2%의 기관이 3년 이내에, 그리고 19.7%의 기관은 3년 이상을 교체 시기로 하고 있는 것으로 나타났다.

셋째, 청소년 정보제공기관들의 정보 운영 실태는, 먼저 홈페이지 수의 경우 51.6%의 기관이 1개였으며, 2개의 기관은 17.2%, 그리고 3개의 기관은 31.3%로 나타났다. 자료 업데이트 주기는 매일이 28.1%로 가장 많으며, '1주일마다' 21.9%, '1개월마다' 17.2%, '3개월마다' 7.8% 등의 순으로 나타났다. 홈페이지 개편 경험이 있는 기관은 81.3%이고, 홈페이지 개편 주기는 78.2%가 1년 이내로 비교적 적절한 것으로 나타났다. 홈페이지 운영방식은 자체적 운영 기관이 65.6%이고, 아웃소싱 기관은 34.4%였으며, 아웃소싱 수준은 대부분 사이트 유지보수 수준(69.6%)이며, 신규개발 등은 매우 적었다. 현재, 대부분(92.1%)의 기관들이 홍보를 하고 있었는데, '포탈사이트의 등록을 통해서' 홍보하는 기관이 33.7%로 가장 많고, '사이트 연결을 통해서' 22.5%, '배너 광고를 통해서' 12.4% 등의 순으로 나타났다. 청소년 정보 제공기관의 콘텐츠에 대한 만족도는 40.0%로 그리 높지 않았는데, 가장 큰 문제점으로는 '특정 몇 분야로 편중되어 있다'(42.2%), '필요한 정보가 별로 없다' 26.6% 등이었다. 정보 이용율이 낮은 이유로는 '청소년들의 관심과 흥미를 충족하지 못해서'(57.8%), '그런 사이트를 알지 못해서' 21.9%, '다양하지 못하고 중복되는 많아서' 12.5% 등이 주요한 이유였으며, '정보의 다양성' 25.4%, '정보의 신뢰성' 21.4%, '접근의 용이성' 15.9%, '정보의 최신성' 15.1% 등이 정보제공시 고려되어야 할 요인으로 나타났다.

넷째, 청소년 정보에 대한 인식은 취약정보에 대해서는 성교육·상담정보가 20.5%로 가장 취약했고, 그 다음으로 '자원봉사활동정보' 19.7%, '진학 및 취업정보' 14.8%, '시사 및 뉴스정보' 9.0% 등으로, 학교학습정보, 진학 및 취업정보, 자원봉사활동정보, 성교육·상담정보

등의 순으로 응답한 청소년과 차이를 보였다. 청소년 유익정보에 대해서는 진학·취업정보(22.3%), 성교육·상담정보 19.8%, 자원봉사활동정보 13.2%, 취미생활정보 9.1% 등의 순으로 나타났다. 청소년 유익정보의 조건에 대해서는 ‘즐거움을 주어야 한다’ 100.0%, ‘접근이 용이해야 한다’ 98.4%, ‘유용한 지식을 주어야 한다’ 93.7% 등을 중요하게 생각해 청소년의 응답과 유사한 결과를 보였다.

다섯째, 청소년 유익정보컨텐츠 증대 방안과 관련해서는 인터넷내용등급제도와 컨텐츠품질인증제도, 그리고 그 밖의 정책 방안 및 제도에 대해서 조사하였다. 인터넷 내용등급제 실시의 찬반 여부에 대해서는 60.9%가 찬성하여, 청소년(34.9%)보다 찬성 의견이 많았으며, 유해정보 차단 효과에 대해서는 70.3%가 ‘효과를 거둘 것’이라고 하여 청소년(69.3%)보다 높은 것으로 나타났다. 인터넷내용등급제 실시 후에 유익정보가 증가 여부에 대해서는 긍정적인 의견(9.5%)보다는 부정적인 의견(30.2%)이 더 많았다. 그리고 컨텐츠품질인증제 실시의 찬반 여부에 대해서는 54.7%가 찬성하였으며, ‘그저 그렇다’가 32.8%, 그리고 반대는 12.5%로 나타났다. 컨텐츠품질인증제의 유해정보 차단 효과에 대해서는 ‘효과를 거둘 것이다’ 74.6%로, 인터넷내용등급제의 차단효과(70.3%)보다도 그 효과를 더 높게 보았다. 컨텐츠품질인증제 실시 후 유익정보 증가 여부에 대해서는 인터넷내용등급제와 마찬가지로 긍정적인 의견(15.6%)보다는 부정적인 의견(21.9%)이 더 많았으나, 인터넷 내용등급제보다는 유익정보와의 관련성을 높게 보고 있었다. 청소년 유익정보 증대 방안에 대해서는 ‘각종 규제로 유해정보를 차단하는 정책’(28.1%)도 중요하지만 ‘청소년들의 자율적인 정보선택권에 맡기는 것’(31.3%)이 좋다는 의견을 보다 많이 제시하였다. 청소년 유익정보를 증대하기 위한 제도적 방안으로는 ‘유익컨텐츠 개발을 위한 정부의 재정적 지원’(29.4%)이 가장 중요한 것으로 나타났으며, 그 다음으로 ‘청소년 인터넷 이용문화 개선 교육’(19.0%)과 ‘시민단체의 지속적인 모니

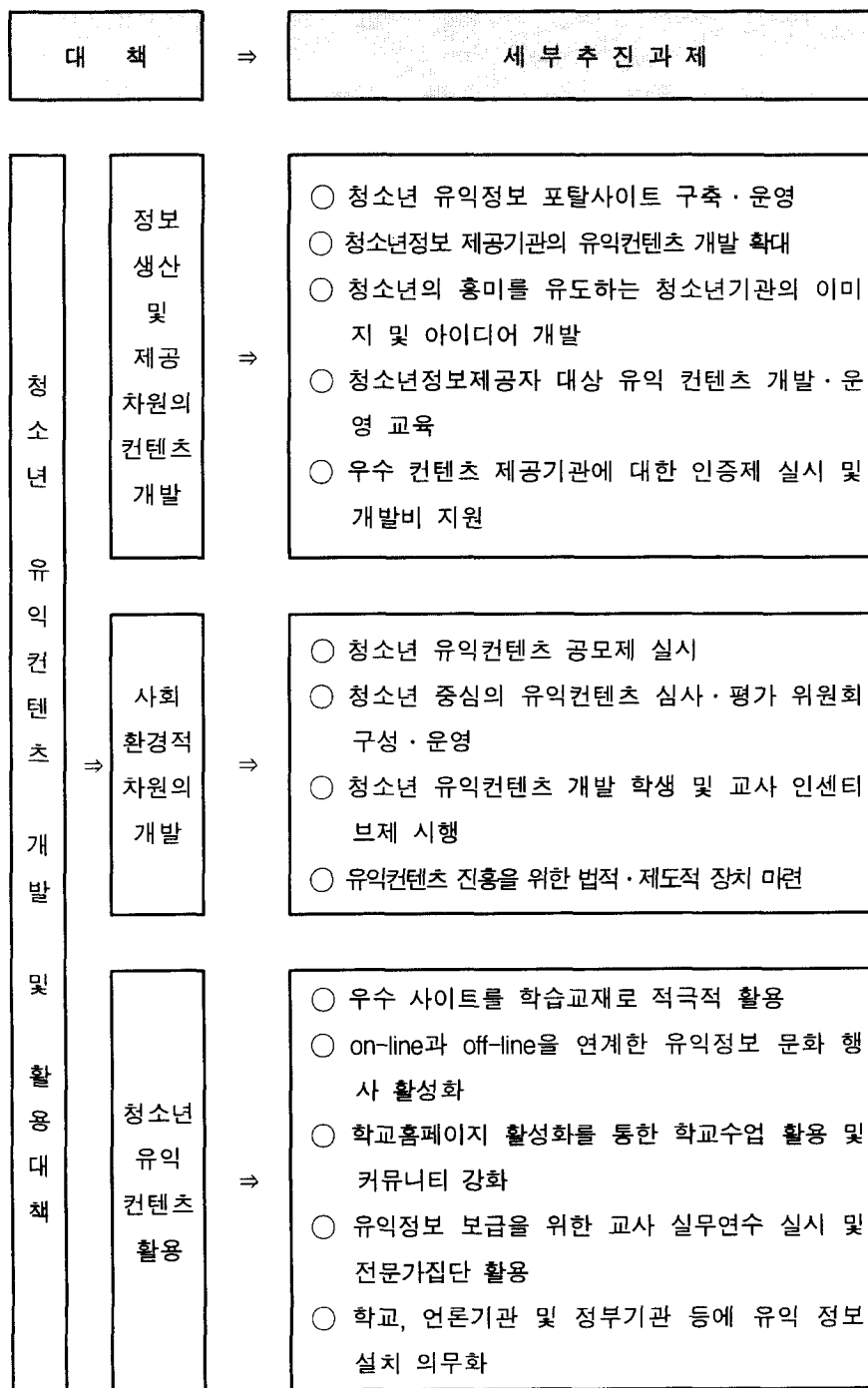
터링'(19.0%), 그리고 '청소년 관련단체 홈페이지의 적극적인 홍보'(11.9%), 그리고 이 밖에도 '정보제공기관의 상업성 지양'(7.1%), '콘텐츠 질 향상'(6.3%), '콘텐츠 관련 법·제도 정비'(5.6%) 등도 필요한 것으로 나타났다.

2. 정책 제언

본 연구에서는 청소년 유익컨텐츠를 활성화하기 위해서 유익컨텐츠의 직접적인 수혜자인 청소년을 비롯하여 청소년단체, 교육, 정보화 관계자 등이 참여한 워크숍에서 제시된 의견을 종합하고 설문조사 결과를 통하여 도출된 내용 등을 토대로 청소년 유해정보 차단 대책과 청소년 유익컨텐츠 개발 및 활용 대책을 제시하였다. 청소년 유해정보 차단 대책으로는 가정, 학교 및 교육제도적 차원, 그리고 사회에서의 대책을 마련하였으며, 청소년 유익컨텐츠 개발 및 활용 대책으로는 정보 생산 및 제공 차원, 사회환경적 차원, 청소년 유익컨텐츠 활용 차원의 대책을 제시하고 각각의 세부 추진과제를 제시하였다.

<표 VI-1> 청소년 유익정보 콘텐츠 증진을 위한 대책과 세부추진과제

대 책		⇒	세 부 추 진 과 제
유 해 정 보 차 단 대 책	가정 차원	⇒	○ 유해정보 차단프로그램의 설치 ○ 가족 내 인터넷 이용규칙 만들기 ○ 부모의 유익정보 제공 및 지원 ○ 정보교류의 장으로서 반상회 등의 적극적인 활용 및 지원
	학교 및 교육 제도 차원	⇒	○ 「정보화 교육체계 전담반」 구성·운영 ○ 사회 문화적·기술적 측면에서의 균형 있는 정보화 교육 시행 ○ 학교에서의 음란물 차단 프로그램의 설치 의무화 ○ 교사대상 정보화 교육 연수 실시 ○ 학교 단위의 인터넷 정화캠페인 실시 및 교육과정에서의 실제적인 적용
	사회 차원	⇒	○ 「부모용 인터넷 소식지」 발간 ○ 인터넷 유해정보 신고 및 감시체제 강화 ○ 인터넷사업자 윤리강령 제정 및 책임 부여 ○ 「인터넷 그린존(Green Zone)」 설치·운영



1) 청소년 유해정보 차단 대책

청소년 유해정보를 차단하기 위한 가정에서의 대책으로는 유해정보 차단프로그램의 설치, 가족 간의 인터넷 이용 규칙 만들기, 부모의 유익정보 제공 및 지원, 정보교류의 장으로서 반사회 등의 적극적인 활용 및 지원 등의 이루어질 필요가 있다.

청소년들로 하여금 유해정보를 접하지 못하게 하는 것은 가정의 역할이 매우 크다. 여러 조사 결과를 보면, 청소년들이 집에서 음란정보를 보게 되는 경우가 많은데, 이는 다음과 같은 가정에서의 역할이 매우 중요함을 의미하는 것이라 할 수 있다.

첫째, 가정에 유해정보 차단프로그램을 설치함으로써 일차적으로 유해정보를 차단할 수 있으며, 무의식 중에 접하게 되는 청소년들의 중독도 예방할 수 있을 것이다.

둘째, 가정 내에서 가족 성원들이 함께 합의하여 컴퓨터 및 인터넷의 이용규칙을 만들고 이를 이용하도록 노력도 필요하다. 즉, 하루 컴퓨터 이용시간 정하기, 불건전 정보에 접근하지 않기, 인터넷게임 이용시 사전에 부모 허락 받기, 그리고 컴퓨터 이용과 관련하여 문제가 있으면 가족과 상의하기 등의 가족내 컴퓨터 이용규범을 만들고 이를 지키도록 노력하는 것이 매우 중요하다. 특히, 청소년들에게 이러한 이용규칙이 규제로 비쳐지지 않도록 자율성을 많이 부여할 필요가 있다.

셋째, 청소년들이 자연스럽게 유해정보로부터 유익정보로 관심을 돌릴 수 있도록 부모들이 자녀들과 함께 유익정보를 찾아서 제공하는 노력을 보이는 것이 필요하다. 이를 통하여 인터넷 이용과 관련한 부모와 자녀 상호간의 이해가 돈독해 지고 청소년들의 관심이 바뀔 수 있을 것으로 보여진다.

넷째, 정기적으로 부모들이 모임을 갖게 되는 반상회 등을 통해서 자녀들의 인터넷 이용 및 지도에 관한 정보를 교류하는 것이 효과적이며, 필요한 경우에 공동의 노력을 기울여 건전한 인터넷 공간을 제공하려는 등의 문제를 해결하는 자세가 필요할 것이다.

청소년 유해정보를 차단하기 위한 학교 및 교육제도적 차원의 대책으로는 「정보화 교육체계 전담반」 구성·운영, 사회 문화적·기술적 측면에서의 균형 있는 정보화 교육 시행, 학교에서의 음란물 차단 프로그램의 설치 의무화, 교사 대상 정보화교육 연수 실시, 학교 단위의 인터넷 정화 캠페인 실시 및 교육과정에 실제적인 적용 등이 이루어질 필요가 있다.

학교는 청소년들에게 일상생활의 많은 시간을 보내는 장으로서 청소년들의 행동 변화 및 습관 형성에 있어서 매우 중요한 역할을 하고 있기 때문에 청소년들의 유해정보 이용 습관을 개선하기 위해서 다음과 같은 노력을 기울일 필요가 있다.

첫째, 학교를 비롯한 교육제도의 차원에서는 무엇보다도 우선적으로 체계적이고 장기적인 정보화 교육체계를 정립하고 이를 일관성 있게 시행하는 것이 매우 중요하다. 이를 위해서는 선진 외국과 같이 장기적인 비전 하에 초등학교부터 중학교, 고등학교에 이르기까지 각 단계별 정보통신관련 교육을 위한 교육정책 수립을 위한 전담반을 구성하여 지속적인 연구와 정책개발을 수행해야 할 것이며, 이를 위한 법과 제도적인 지원이 필요하다.

둘째, 사회 문화적 측면과 기술적 측면의 정보화 교육이 균형 있게 시행되도록 교과과정의 개편 등의 노력과 더불어 정보화 교육 전담 교사의 확보를 위한 제도적 장치가 절실히 요구된다. 더 나아가서 정보화 교육은 단순히 기술만 습득하는 기존의 교과과정과 별도로 존

재하는 과목이 아니고 다른 교과목과 밀접한 연관을 갖고 있으며, 청소년들이 정보사회에서 완전한 성인 인격체로서 성장하기 위한 지식, 기술, 윤리, 규범 등을 종합적으로 학습하는 과정으로 자리잡을 수 있도록 하는 것이 필요하다.

셋째, 학교에서의 학생들의 음란물 이용 차단을 위해서는 인터넷 차단프로그램의 설치와 음란물 검색 프로그램을 적절하게 활용할 수 있어야 할 것이다. 먼저 인터넷 전용선이 설치된 학교에서는 인터넷 차단프로그램을 반드시 설치할 수 있도록 의무화해야 한다. 이를 위해 각 교육청에서는 인터넷 차단 프로그램을 선정, 보급하도록 하고 또한 갱신할 수 있도록 도움을 제공해야 할 것이다. 또한, 인터넷이 설치되어 있지 않은 학교에서는 음란물 검색 프로그램을 활용해서 정기적으로 음란물을 검색하고 삭제함으로써 청소년들이 음란물을 접하게 되는 일을 사전에 막아야 할 것이다. 음란물 검색 프로그램은 인터넷 차단 프로그램이 설치된 곳에서도 수시로 활용하여 인터넷차단프로그램에서 막지 못한 음란물을 검색하도록 해야 할 것이다.

넷째, 일선 교사들의 정보화에 대한 정확한 이해와 적절한 지도를 위해서 교사들에게 정기적으로 정보화 교육을 받게 하되, 이를 점수로 인정함으로써 참여를 높이도록 하는 일이 필요하다. 물론 교육 내용은 기술 중심의 교육에서 탈피하여 정보의 활용 및 정보화의 가치교육 등에 대한 내용이 병행되어야 할 것이다.

다섯째, 인터넷 이용의 폐해에 대한 경각심을 불러일으키고 청소년들의 인터넷 건전 이용을 조장하기 위하여 학생들과 교사들이 함께 참여하는 캠페인을 학교 단위로 실시할 필요가 있다. 또한, 전산시간이나 특별활동시간 등에 정보이용에 대한 수업을 실시함으로써 청소년들이 컴퓨터를 현명하게 사용할 수 있도록 지도해야 할 필요가 있다.

청소년 유해정보를 차단하기 위한 사회에서의 대책으로는 「부모용 인터넷 소식지」 발간, 인터넷 유해정보 신고 및 감시체제 강화, 인터넷사업자 윤리강령 제정 및 책임 부여, 「인터넷 그린 존」(Green Zone) 설치·운영 등이 이루어질 필요가 있다.

사회에서는 인터넷정보 제공업자에 대한 철저한 감시와 법적·도덕적 책임 부여 등의 노력과 청소년 자녀를 두고 있는 부모에 대한 교육, 그리고 청소년들에게 안전한 환경을 마련하기 위해서 다음과 같은 노력을 전개해야 한다.

첫째, 부모들이 인터넷 환경 변화와 청소년들의 이용 행태 등을 이해할 수 있기 위해서 정부나 지방자치단체, 또는 교육기관 등에서는 부모들이 쉽게 이용할 수 있는 「부모용 인터넷 소식지」 등을 제작하여 보급하는 일이 필요하다.

둘째, 인터넷 상의 불법·유해정보를 수시로 감시하고, 문제가 있는 정보의 경우에 시정을 요구하며, 그럼에도 불구하고 협조가 이루어지지 않을 경우에는 사법기관에 통지하여 법적인 제재를 가할 수 있는 유기적인 협조체제를 구축할 필요가 있다. 또한, 인터넷 이용자들이 손쉽게 불법·유해정보를 신고, 접수할 수 있는 체제를 갖추으로써 감시기구가 미처 발견하지 못한 불법·유해정보를 처리할 수 있도록 해야 할 것이다.

셋째, 인터넷 콘텐츠 및 서비스 제공업자들이 사회적 책임의 원칙에 따라 행동하여야 한다는 사실을 분명히 하기 위해서 인터넷 사업자 윤리강령의 도입이 필요하다. 또한, 서비스 제공자가 주어진 법적 책임들을 따르도록 하고 준수할 의무를 부과하는 정보이용자 및 정보제공자 약관을 계약에 포함시켜야 한다.

넷째, 인터넷 상에 청소년이 꿈과 희망을 찾고 이를 실현해 나갈

수 있도록 다양한 유익 콘텐츠를 자유롭게 이용할 수 있는 「인터넷 그린 존」(Green Zone)이라는 인터넷 청정지역을 설정할 필요가 있다. 이러한 지역에는 상업주의적 정보 제공이 엄격히 통제되며, 청소년과 청소년동아리, 그리고 청소년을 위해 유익한 콘텐츠를 제공하기를 희망하는 사람들만이 출입이 허용되어야 한다. 이를 위해 국가와 지방자치단체에서는 지속적인 감시와 적극적인 지원을 실시해야 할 것이다.

2) 다각적인 청소년 유익콘텐츠 개발 및 활용 대책

청소년들에게 유익정보를 제공하기 위해서는 무엇보다도 청소년 유익정보 포털사이트 구축·운영, 청소년정보 제공기관의 유익 콘텐츠 개발 확대, 청소년의 흥미를 유도하는 청소년기관의 이미지 및 아이디어 개발, 청소년정보 제공자 대상 유익 콘텐츠 개발·운영 교육, 우수 콘텐츠 제공기관에 대한 인증제 실시 및 개발비 지원 등이 이루어질 필요가 있다.

청소년들로 하여금 유익정보를 많이 접하게 하기 위해서는 무엇보다도 청소년들이 흥미를 가질만한 다양한 유익정보의 생산이 확대되고 적절하게 제공되는 일이 필요하다. 이를 위해서는 다음과 같은 노력이 필요하다.

첫째, 청소년들이 유익한 정보를 한 곳에서 손쉽게 이용할 수 있도록 포털사이트를 구축하여 운영할 필요가 있다. 가령, 에듀넷의 경우에 현재 주로 교수학습용으로만 사용함에도 불구하고 구조가 너무 복잡하여 자료를 찾기가 어렵고 쓸모 없는 자료가 많아서 학생과 교수들에게 배척 당하는 경향이 있다. 에듀넷을 경쟁력 있는 학생용 포털사이트로 구축함으로써 학생들이 필요로 하는 유익한 정보를 제공할 수 있도록 하는 것이 보다 적절할 것이다. 또한, 청소년 활동 정보의

경우에도 수련시설, 활동프로그램, 상담, 폭력, 왕따 등의 정보를 청소년들이 한 곳에서 찾아 볼 수 있도록 포털 사이트를 구축하는 것이 사이트 인지도를 확보해할 수 있는 효과를 가질 수 있을 것이다.

둘째, 청소년정보 제공기관들이 기관의 특성에 맞는 프로그램을 개발하여 인터넷 상으로 보급하는 일에 힘써야 할 것이다. 만일 개별 기관의 여건상 힘든 일이라 하면, 소속 연맹이나 협의회 등을 통해서 제공할 수 있도록 다각적인 방안을 마련해야 할 것이다.

셋째, 청소년 관련기관들은 현재 청소년들의 흥미를 끌고 있는 상업적 상품 이미지에 비견할만한 이미지를 개발하고 구체화시키는 작업이 필요하다. 이와 함께, 각 기관들은 청소년들의 참여를 높이기 위해서 이용 청소년들에게 시설 무료 이용, 프로그램 참여 기회 제공 등 다양한 혜택을 줄 수 있는 방법을 개발하려는 자세가 필요하다.

넷째, 청소년정보 제공기관 담당자들의 유익정보에 대한 인식 및 능력의 향상을 위해서 청소년기관 담당자를 대상으로 하는 교육프로그램을 개발할 필요가 있다. 이를 통하여 새로운 정보를 습득할 수 있을 뿐만 아니라 관련 기관 담당자들 간에 상호 정보 교류가 가능해지며, 이를 토대로 각 기관의 정보화 및 유익정보 개발 및 운영이 촉진될 수 있을 것이다.

다섯째, 정보 제공기관들의 유익 정보에 대한 개발 의욕을 불러일으키고 우수한 콘텐츠에 대해서 일정 정도 개발비용을 지원할 수 제도를 만들 필요가 있다. 즉, 우수콘텐츠 인증제를 실시하여 우수 콘텐츠 제공업체임을 증명하게 하고, 또한 우수한 아이디어를 가지고 있는 업체의 개발비용을 일정 정도 지원함으로써 정보제공기관들간의 유익 정보 개발에의 참여를 독려해야 할 것이다.

사회환경적 차원에서는 청소년들에게 유익정보를 제공하기 위해서 청소년 유익콘텐츠 공모제의 실시, 청소년 중심의 유익콘텐츠 심사·평가위원회의 구성·운영, 청소년 유익콘텐츠 개발 학생 및 교사 인센티브제도의 시행, 유익콘텐츠 진흥을 위한 법적·제도적 장치의 마련 등을 시행할 필요가 있다.

청소년 유익콘텐츠를 직접적으로 개발하려는 노력도 중요하지만 청소년들이나 청소년 관련 기관들이 유익한 콘텐츠를 개발할 수 있는 환경을 조성하는 다음과 같은 노력도 필요하다.

첫째, 유익콘텐츠에 대한 청소년들의 관심과 참여를 증진시키기 위하여 청소년들의 유익콘텐츠에 대한 아이디어를 공모하여 시상하는 제도를 마련할 필요가 있다. 이러한 제도는 단순히 포상하는 차원에 머무르지 않고 우수한 콘텐츠에 대해서는 전문가집단을 통하여 기술적 자문을 제공하게 하고, 필요한 경우에 개발 및 운영에 필요한 자금을 일정 정도 지원할 수 있도록 할 필요가 있다. 따라서 청소년 및 프로그램 관련 전문가가 참여하는 유익콘텐츠 선정 및 개발지원위원회를 구성하여 그 실현가능성을 엄격하게 심사할 수 있도록 할 필요가 있다.

둘째, 인터넷 사이트에 대하여 그 유익성 정도를 청소년들이 직접 심사·평가할 수 있도록 유익콘텐츠 심사·평가위원회를 구성·운영할 필요가 있다. 이러한 위원회의 심사·평가가 보다 의미를 갖도록 하기 위해서는 위원회의 설립 및 활동을 법적·제도적으로 보장해주고, 그 결과가 정보제공업체의 활동에 영향을 미칠 수 있도록 하기 위해서 세부내용을 규정하는 등의 조치가 필요할 것으로 보인다.

셋째, 학생 및 교사들의 유익콘텐츠에 대한 관심과 개발의욕을 고취시키기 위하여 인센티브제도를 시행할 필요가 있다. 학생들에게는

학교에서 유익 사이트를 방문하여 자료를 조사하는 것을 학생들에게 과제로 주거나, 봉사활동 점수와 같은 직접적인 인센티브를 줄 필요가 있다. 또한, 교사들에게는 청소년 유익정보 사이트를 만들게 하고 그 사이트를 교육청이나 교사 평가단에게 지속적으로 평가하도록 하여 그 평가 결과를 연구점수로 인정할 수 있게 해주고, 가능한 경우에 소정의 홈페이지에 대한 지원비를 제공하여 개발을 활성화하도록 한다.

넷째, 국가·사회적 차원에서 청소년들의 유익콘텐츠 제공을 위한 실질적인 제도적·법적 장치를 제공해주어야 한다. 정보사회의 가치와 이념에 걸맞는 국가 사회의 이념 형성과 이를 바탕으로 한 경제·권력 등의 자원배분을 통하여 올바른 정보사회 형성을 선도해야 한다. 나아가 청소년들의 유익콘텐츠 이용 활성화 노력이 실질적인 효과를 가져올 수 있도록 다양한 정책개발이 필요하다. 또한 현재의 정보통신 윤리위원회와 같은 불건전정보 대책을 위한 전문집단과 같이 적극적으로 유익콘텐츠의 발굴 및 지원을 할 수 있는 청소년 콘텐츠이용 활성화를 단체나 기구를 조직할 필요성이 있다.

청소년 유익콘텐츠를 효과적으로 활용하기 위해서 우수한 사이트를 학습교재로 적극적으로 활용하고, on-line과 off-line을 연계한 유익정보 문화행사의 활성화, 학교홈페이지 활성화를 통한 학교 수업 활용 및 커뮤니티의 강화, 유익정보 보급을 위한 교사 실무 연수 실시 및 전문가집단의 활용, 학교, 언론기관 및 정부기관 등에 유익 정보 설치의 의무화 등을 실시할 필요가 있다.

현재 청소년 정보화 교육은 기기를 어떻게 사용할 것인가 하는 기능적인 측면에 치중해 있고 유익 정보를 판별하고 선택하고 이용할 수 있는 역량과 자질 향상을 위한 교육은 소홀해 왔다. 청소년들에게 이러한 능력을 키워주기 위해서는 유익콘텐츠의 생산 못지 않게 유익

컨텐츠를 적절하게 활용하게 다음과 같은 노력도 매우 중요하다.

첫째, 청소년들의 인터넷 활용이 매우 제한되어 있기 때문에 교사가 유익 사이트를 수시로 찾아서 학습자료로 제시함으로써 학생들이 유익한 콘텐츠에 대하여 관심을 갖도록 하는 일이 필요하다. 제시되는 콘텐츠는 청소년들의 흥미를 가질 수 있는 내용이어야 하며, 필요한 경우에는 교사와 학생이 직접 콘텐츠를 함께 제작하는 등의 활동이 필요하다.

둘째, 청소년 문화행사 등을 통하여 온라인 상의 콘텐츠 내용을 오프라인과 긴밀히 연계함으로써 청소년들이 인터넷 콘텐츠에 대하여 자연스럽게 관심을 가질 수 있도록 할 필요가 있다. 이러한 행사는 학교 축제 등을 활용하여 1년에 1회 이상 청소년들이 직접 기획하고 운영할 수 있도록 함으로써 많은 청소년들이 참여하도록 홍보할 수 있는 기회를 가지는 것이 필요하다. 학교나 지역사회에서는 청소년들의 행사에 대하여 물질적·정신적인 지원을 함으로써 청소년들의 정보문화 활성화에 도움을 주도록 할 필요가 있다.

셋째, 홈페이지를 적극적으로 활용함으로써 학교 수업의 활성화를 꾀하고 학생들, 그리고 교사와 학생들 상호간에 의견을 나눌 수 있도록 하는 일이 필요하다. 학교홈페이지 운영의 활성화를 통해서 학교 수업에의 활용이라는 측면에서만이 아니라 학생들 간의 커뮤니티 강화 등의 면에서 매우 유용할 것으로 보여진다.

넷째, 유익정보를 효과적으로 활용할 수 있는 교원 연수 프로그램을 개발하여 교사들에게 의무적으로 유익정보 보급을 위한 실무 연수를 실시할 필요가 있다. 또한, 교사들이 각종 유익정보에 대해 자문을 구할 수 있는 전문가집단을 구성하여 필요시 전화 또는 E-mail 등으로 연락을 취하여 필요한 도움을 받을 수 있도록 한다. 전문가집단은 정부 차원에서 민간단체 등과 협력하여 구성하고 연락처를 일선 학교에 배포한다. 교원 양성기관에 유익정보와 관련된 교과과정의 개설을

권유하는 것도 필요하다.

다섯째, 청소년, 교사, 학부모들이 자주 접하는 유력한 언론기관, 공공기관, 학교 등에 청소년 유익정보 목록이나 사이트가 주기적으로 자동 갱신되어 즐겨찾기 목록으로 유지되도록 의무화 할 필요가 있다. 이를 통하여 유익콘텐츠에 대한 정보를 상시적으로 접하게 됨으로써 청소년들이 이를 스스로 활용하거나, 혹은 부모나 교사에 의해서 권유받아 이용할 수 있게 될 것이다. 특히, 학교 홈페이지를 적절하게 활용함으로써 청소년들이 지적 능력의 개발뿐만 아니라 다양한 자질을 함양할 수 있도록 유도하는 일이 필요하다.