



일러스트 최은교 (계원에술고) 作

2018 청소년 미디어 수요조사

목 차

서론	1
1. 조사 목적	1
2. 조사 방법	1
1) 조사 설계	1
(1) 대상 및 내용	1
(2) 자료 수집 및 분석 방법	2
2) 전문가 자문회의	2
(1) 일반 사항 점검	2
 본론 I - 기본 정보	4
1) 성별	4
2) 연령대	5
3) 거주지역	6
4) 소속	7
5) 현재 혹은 희망 전공	8
6) 동아리 활동이나 프로그램 참가 경험	8
 본론 II - 조사 결과	10
1. 미디어 이용실태 및 선호도	10
2. 미디어프로그램 경험과 만족도	31
3. 미디어프로그램 참여 수요	46
4. 4차 산업혁명에 따른 자기인식과 프로그램 수요	63
 결론 및 제언	74
1) 응답 대상의 성격·특징에 부합하는 차별화된 프로그램 설계·운영의 필요성	74
2) 미디어제작 프로그램에 대한 청소년들의 요구	77
3) 적절한 프로그램 운영시기 및 교육과정	78
4) 다양하고 적극적인 미디어 프로그램 홍보	78
5) 4차 산업혁명에 대한 청소년들의 인식에 따른 변화된 프로그램의 시도	78
 부록 - 설문조사지	80

표 목차

<표 1> 성별	4
<표 2> 연령대	5
<표 3> 거주지역	6
<표 4> 소속	7
<표 5> 현재 혹은 희망 전공	8
<표 6> 동아리 활동이나 프로그램 참가 경험	9
<표 7> 필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼	10
<표 8> 필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼 (1순위)	11
<표 9> 필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼 (2순위)	11
<표 10> 필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼 (3순위)	12
<표 11> 선호하는 콘텐츠	13
<표 12> 선호하는 콘텐츠 (1순위)	14
<표 13> 선호하는 콘텐츠 (2순위)	14
<표 14> 선호하는 콘텐츠 (3순위)	15
<표 15> 미디어이용의 주요목적	16
<표 16> 미디어이용의 주요목적 (1순위)	17
<표 17> 미디어이용의 주요목적 (2순위)	17
<표 18> 미디어이용의 주요목적 (3순위)	18
<표 19> 미디어이용을 위해 주로 사용하는 기기	19
<표 20> 미디어이용을 위해 주로 사용하는 기기 (1순위)	20
<표 21> 미디어이용을 위해 주로 사용하는 기기 (2순위)	20
<표 22> 미디어이용을 위해 주로 사용하는 기기 (3순위)	21
<표 23> SNS 보유 여부	22
<표 24> 보유 SNS	22
<표 25> 보유 SNS (1순위)	23
<표 26> 보유 SNS (2순위)	24
<표 27> 보유 SNS (3순위)	24
<표 28> 미디어 콘텐츠 제작 경험	25
<표 29> 제작 경험 콘텐츠	26
<표 30> 제작 경험 콘텐츠 (1순위)	26
<표 31> 제작 경험 콘텐츠 (2순위)	27
<표 32> 제작 경험 콘텐츠 (3순위)	27
<표 33> SNS 공개 경험	28
<표 34> 공모전 출품 경험	29
<표 35> 공모전 입상 경험	29
<표 36> 미디어 프로그램 참가 경험	31
<표 37> 교육에 대한 만족도	32
<표 38> 미디어리터러시 교육에 대한 만족도	32

<표 39> 미디어 단순체험에 대한 만족도	33
<표 40> 미디어분야 진로/직업체험에 대한 만족도	33
<표 41> 미디어치료 및 상담에 대한 만족도	34
<표 42> 미디어동아리에 대한 만족도	35
<표 43> 미디어제작캠프에 대한 만족도	35
<표 44> 미디어제작아카데미에 대한 만족도	36
<표 45> 미디어체험 프로그램 선택 시 중요하게 생각하는 것	37
<표 46> 미디어체험 프로그램 선택 시 중요하게 생각하는 것 (1순위)	37
<표 47> 미디어체험 프로그램 선택 시 중요하게 생각하는 것 (2순위)	38
<표 48> 미디어체험 프로그램 선택 시 중요하게 생각하는 것 (3순위)	38
<표 49> 미디어 체험 참여 결정에 가장 큰 영향을 주는 사람	40
<표 50> 미디어 체험 참여 결정에 가장 큰 영향을 주는 사람 (1순위)	41
<표 51> 미디어 체험 참여 결정에 가장 큰 영향을 주는 사람 (2순위)	41
<표 52> 미디어 체험 참여 결정에 가장 큰 영향을 주는 사람 (3순위)	42
<표 53> 본인결정인 경우 정보를 얻는 곳	43
<표 54> 본인결정인 경우 정보를 얻는 곳 (1순위)	43
<표 55> 본인결정인 경우 정보를 얻는 곳 (2순위)	44
<표 56> 본인결정인 경우 정보를 얻는 곳 (3순위)	44
<표 57> 미디어프로그램 신청 의사	46
<표 58> 참여하고 싶은 프로그램 선호도	47
<표 59> 참여하고 싶은 프로그램 선호도 (1순위)	47
<표 60> 참여하고 싶은 프로그램 선호도 (2순위)	48
<표 61> 참여하고 싶은 프로그램 선호도 (3순위)	48
<표 62> 참여하고 싶은 프로그램 선호도 (4순위)	49
<표 63> 참여하고 싶은 프로그램 선호도 (5순위)	49
<표 64> 참여하고 싶은 프로그램 선호도 (6순위)	50
<표 65> 참여하고 싶은 프로그램 선호도 (7순위)	50
<표 66> '미디어분야 진로/직업체험'을 1순위로 선택한 경우 희망직업	51
<표 67> '미디어분야 진로/직업체험'을 1순위로 선택한 경우 희망직업 (1순위)	51
<표 68> '미디어분야 진로/직업체험'을 1순위로 선택한 경우 희망직업 (2순위)	52
<표 69> 미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다면 그 이유는	53
<표 70> 미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다면 그 이유는 (1순위)	54
<표 71> 미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다면 그 이유는 (2순위)	54
<표 72> 미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다면 그 이유는 (3순위)	55
<표 73> 적절한 교육주기와 시간	55
<표 74> 미디어 프로그램 참여시 적절한 교육과정	56
<표 75> 미디어체험프로그램 참여를 통해 기대하는 역량	57
<표 76> 미디어체험프로그램 참여를 통해 기대하는 역량 (1순위)	58
<표 77> 미디어체험프로그램 참여를 통해 기대하는 역량 (2순위)	58
<표 78> 미디어체험프로그램 참여를 통해 기대하는 역량 (3순위)	59

<표 79> 4차 산업혁명 하면 가장 먼저 떠오르는 분야	63
<표 80> 4차 산업혁명 하면 가장 먼저 떠오르는 분야 (1순위)	64
<표 81> 4차 산업혁명 하면 가장 먼저 떠오르는 분야 (2순위)	64
<표 82> 4차 산업혁명 하면 가장 먼저 떠오르는 분야 (3순위)	65
<표 83> 4차 산업혁명시대에 필요하다고 생각하는 역량	66
<표 84> 4차 산업혁명시대에 필요하다고 생각하는 역량 (1순위)	66
<표 85> 4차 산업혁명시대에 필요하다고 생각하는 역량 (2순위)	67
<표 86> 4차 산업혁명시대에 필요하다고 생각하는 역량 (3순위)	68
<표 87> 4차 산업혁명시대와 관련하여 참여하고 싶은 프로그램	69
<표 88> 4차 산업혁명시대와 관련하여 참여하고 싶은 프로그램 (1순위)	69
<표 89> 4차 산업혁명시대와 관련하여 참여하고 싶은 프로그램 (2순위)	70
<표 90> 4차 산업혁명시대와 관련하여 참여하고 싶은 프로그램 (3순위)	71

2018 청소년 미디어 수요조사 결과분석 보고서

서울특별시립청소년미디어센터

【결과요약】

본 조사의 목적은 서울·수도권 지역 청소년의 미디어 관련 수요를 조사하여 각 청소년 기관에 제공하고 이용자 중심의 정책 수립 및 프로그램 운영의 방향을 제시하는 것이다.

1. 조사 대상 및 내용

1) 조사 대상

전국(서울, 수도권, 비수도권)에 거주하는 초등학교 연령대(10~13세), 중학교 연령대(14세~16세), 고등학교 연령대(17세~19세) 및 후기청소년 연령대(20세~24세) 등을 대상으로 조사를 실시하였다.

총 943명이 조사에 참여했으며 특성별로 분류하면 다음과 같다.

- ① 성별 : 여성 566명(60.28%), 남성 373명(39.72%)
- ② 연령대별 : 10대 811명(93.97%), 20대 51명(5.91%), 30대 1명(0.12%)
- ③ 거주 지역별 : 서울 687명(76.25%), 수도권(경기도, 인천) 98명(31.3%), 비수도권(서울, 수도권 외) 116명(10.88%)
- ④ 소속별 : 초등학교 2명(0.21%), 중학교 600명(64.10%), 일반 고등학교 183명(19.55%), 미디어·문화·예술관련 고등학교 79명(8.44%), 학교밖청소년 15명(1.60%), 대학교 46명(5.98%), 기타 1명(0.11%)

⑤ 현재 혹은 희망 전공

: 예술대학 212명(17.3%), 인문대학 163명(13.3%), 기타 158명(12.9%), 사회과학대학 149명(12.2%), 공학대학 139명(11.3%), 미술대학 106명(8.6%), 사범대학 95명(7.7%), 자연과학대학 69명(5.6%), 음악대학 63명(5.1%), 의과대학 46명(3.8%), 농업대학 26명(2.1%)

⑥ 동아리 활동이나 프로그램 참가 경험

: 해당없음 752명(78.58%), 서울시립청소년미디어센터 동아리 80명(8.36%), 서울시립청소년미디어센터 단순 프로그램 참가 63명(6.58%), 학교 방송반 62명(6.48%)

2) 조사 방법 및 내용

동일하게 구성된 질문지를 온라인(Google 설문지)과 오프라인(출력된 설문지), 2가지 형태로 제작하여 조사를 진행하였다.

조사내용을 주제별로 분류하면 다음과 같다.

- ① 미디어 이용실태 및 선호도
- ② 미디어프로그램 경험 및 만족도
- ③ 미디어프로그램 참여수요
- ④ 4차 산업혁명에 따른 자기인식과 프로그램 수요

3) 분석 방법

수집된 자료는 Stata 13.1 프로그램을 이용하여 빈도 및 교차분석을 실시하였다.

2. 조사 결과

1) 미디어 이용실태와 선호도 조사결과

(1) 필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼(중복체크)

- ① 유튜브 765명(30.1%) ② 포털사이트 591명(23.2%) ③ 페이스북 485명(19.1%)
- ④ 인스타그램 265명(10.4%) ⑤ 블로그 182명(7.2%) ⑥ TV 119명(4.7%)
- ⑦ 기타 78명(3.1%) ⑧ 아프리카TV 31명(1.2%) ⑨ 라디오방송 15명(0.6%)
- ⑩ 팟캐스트 14명(0.6%)

(2) 미디어 이용의 주요 목적(중복체크)

- ① 콘텐츠이용·감상 651명(27.1%) ② 정보습득 602명(25.1%) ③ 인맥관리 364명(15.2%)
- ④ 쇼핑 202명(8.4%) ⑤ 진로탐색 170명(7.1%) ⑥ 학업 129명(5.4%)
- ⑦ 개인역량강화 112명(4.7%) ⑧ 뉴스 102명(4.3%) ⑨ 기타 68명(2.8%)

(3) 선호하는 콘텐츠(중복체크)

- ① 영화 594명(22%) ② 음악 556명(20.6%) ③ 게임 431명(16%)
- ④ TV-예능 416명(15.4%) ⑤ 만화-웹툰 370명(13.7%) ⑥ 책-글 149명(5.5%)
- ⑦ TV-시사 78명(2.9%) ⑧ 기타 50명(1.9%) ⑨ 라디오 33명(1.2%)
- ⑩ 팟캐스트19명(0.7%)

(4) 미디어 이용을 위해 주로 활용하는 기기(중복체크)

- ① 스마트폰 882명(41.3%) ② 컴퓨터(데스크탑) 449명(21%) ③ 노트북 339명(15.9%)
- ④ TV 338명(15.8%) ⑤패드 97명(4.5%) ⑥ 라디오 16명(0.7%)⑦ 기타 14명(0.7%)

(5) 개인 SNS 보유 여부

- ① 있음 94.62% ② 없음 5.38%

(5-1) 보유 SNS

- ① 카카오톡 777명(24.4%) ② 페이스북732명(23%) ③ 유튜브 588명(18.5%)
- ④ 인스타그램 563명(17.7%) ⑤ 트위터 306명(9.6%) ⑥ 라인 137명(4.3%)
- ⑦ 기타 49명(1.5%) ⑧ 텔레그램 33명(1%)

(6) 미디어 콘텐츠 제작 경험

- ① 있음 50.92% ② 없음 49.08%

(6-1) 제작 경험 콘텐츠

- ① 영상 375명(44%) ② 사진 191명(22.4%) ③ 디자인 85명(10%) ④ 음악 67명(7.9%)
- ⑤ 만화 49명(5.5%) ⑥ 애니메이션 41명(4.8%) ⑦ 기타 35명(4.1%) ⑧ 팟캐스트 9명(1.1%)

(6-2) SNS 공개 경험

- ① 있음 61.38% ② 없음 38.62%

(6-3) 공모전 출품 경험

- ① 있음 31.44% ② 없음 68.56%

(6-4) 공모전 입상 경험

- ① 있음 31.44% ② 없음 68.56%

2) 미디어프로그램 경험 및 만족도

(1) 미디어 프로그램 참가 경험

- ① 예 36.60% ② 아니오 63.40%

(1-1) 교육에 대한 만족도(순위)

- ① 미디어제작캠프 ② 미디어제작아카데미 ③ 미디어치료 및 상담 ④ 미디어리터러시 교육
- ⑤ 미디어분야 진로/직업체험 ⑥ 미디어동아리 ⑦ 미디어 단순체험

(2) 미디어체험 프로그램 선택 시 중요하게 생각하는 것

- ① 관심사 673명(32.9%) ② 진로 502명(24.6%) ③ 능력향상 415명(20.3%)
- ④ 유행 256명(12.5%) ⑤ 단순체험 144명(7%) ⑥ 기타 53명(2.6%)

(3) 미디어 체험 참여 결정에 가장 큰 영향을 주는 사람

- ① 본인결정 515명(53%) ② 친구 194명(20%) ③ 부모님 147명(15.1%)
④ 학교선생님 68명(7%) ⑤ 형제 18명(1.9%) ⑥ 학원선생님 3명(3%)

(3-1) 본인결정인 경우 정보를 얻는 곳

- ① 포털검색 357명(39.9%) ② SNS검색 346명(38.7%) ③ 학교게시판 109명(12.2%)
④ 기타 58명(6.5%) ⑤ 현수막 24명(2.7%)

3) 미디어체험 프로그램 참여 수요

(1) 미디어프로그램의 참여기회가 있다면 신청할 의사

- ① 예 54.05% ② 아니오 45.95%

(1-1) 참여하고 싶은 프로그램 선호도(순위)

- ① 미디어제작아카데미 ② 미디어리터러시 교육 ③ 미디어제작캠프 ④ 미디어치료 및 상담
⑤ 미디어분야 진로/직업체험 ⑥ 미디어동아리 ⑦ 미디어 단순체험

(1-2) '미디어분야 진로/직업체험'을 1순위로 선택한 경우 희망직업

- ① 기타 139명(33.3%) ② PD 105명(25.2%) ③ 작가 47명(11.3%)
④ 촬영감독 47명(11.3%) ⑤ 아나운서 39명(9.4%) ⑥ 기자 30명(7.2%)
⑦ 보도사진기자 10명(2.4%)

(2) 미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다는 그 이유는(중복체크)

- ① 정보부족 370명(24.9%) ② 일정중복 251명(16.9%) ③ 학업 204명(13.7%)
④ 혼자참가 200명(13.5%) ⑤ 기타 199명(13.4%) ⑥ 비용 153명(10.3%)
⑦ 모집마감 107명(7.2%)

(2-1) 위의 질문에서 '일정중복'을 선택한 경우 적절한 교육주기와 시간은?(순위)

- ① 방학 중 평일 오전(88명) ② 방학 중 평일 오후(70명) ③ 학기 중 평일 저녁(52명)
④ 학기 중 평일 오후(50명) ⑤ 학기 중 주말 오전(39명) ⑥ 학기 중 주말 오후(35명)
⑦ 방학 중 평일 저녁(35명) ⑧ 방학 중 주말 오후(33명) ⑨ 방학 중 주말 오전(25명)
⑩ 학기 중 주말 저녁(13명) ⑪ 방학 중 주말 저녁(8명)

(3) 미디어 프로그램 참여시 적절한 교육과정

- ① 단기과정(47.80%) ② 장기과정(30.55%) ③ 일회성특강(16.37%) ④ 기타(5.27%)

(4) 미디어체험프로그램 참여를 통해 기대하는 역량(중복체크)

- ① 창의성-융합능력 549명(27.2%) ② 협력-의사소통능력 405명(20%)
③ 자기관리-자기주도적역량 311명(15.4%) ④ 문제해결능력 300명(14.9%)
⑤ 공동체역량 196명(9.7%) ⑥ 비판적사고 180명(8.9%) ⑦ 기타 79명(3.9%)

(5) 청소년을 대상으로 하는 미디어교육기관에서 진행해야한다고 생각하는 프로그램

※ 자유 서술형 답변, 본론에서 상세 기술

4) 4차 산업혁명에 따른 자기인식과 프로그램 수요

(1) 4차 산업혁명 하면 가장 먼저 떠오르는 분야

- ① 인공지능 601명(25.5%) ② 빅데이터 423명(17.9%) ③ 가상증강현실 342명(14.5%)
④ 기타 308명(13.1%) ⑤ 차세대통신 233명(9.9%) ⑥ 드론 233명(9.9%)
⑦ 자율주행차 141명(6%) ⑧ 지능형로봇 129명(5.5%) ⑨ 신재생에너지 76명(3.2%)
⑩ 스마트시티 75명(3.2%) ⑪ 지능형반도체 47명(2.0%) ⑫ 첨단소재 41명(1.7%)
⑬ 혁신신약 18명(0.8%)

(2) 4차 산업혁명시대에 필요하다고 생각하는 역량

- ① 창의성-융합능력 623명(28.7%) ② 문제해결능력 427명(19.7%)
③ 협력-의사소통능력 401명(18.5%) ④ 비판적사고 312명(14.4%)
⑤ 자기관리-자기주도적역량 206명(9.5%) ⑥ 공동체역량 151명(7%) ⑦ 기타 49명(2.3%)

(3) 4차 산업혁명시대와 관련하여 참여하고 싶은 프로그램

- ① 미디어융합 412명(22.3%) ② 메이커운동 347명(18.8%)
③ 디자인싱킹 322명(17.5%) ④ 사회참여 249명(13.5%) ⑤ 적정기술 213명(11.6%)

(4) 4차 산업혁명과 관련된 태도(순위)

- ① 나는 4차 산업혁명과 관련한 최신 기술을 배우고 습득하는데 대한 두려움이 있다.
② 나는 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야의 체험활동에 자발적으로 참여해 본 적이 있다.
③ 나는 4차 산업혁명시대가 원하는 능력과 기술을 갖추기 위해 열심히 준비하고 있다.
④ 나는 4차 산업혁명과 관련한 다양한 체험 정보를 알고 있다.
⑤ 나는 4차 산업혁명과 관련한 주위(언론, 학교 등)의 반응에 걱정이 앞선다.
⑥ 나는 4차 산업혁명과 관련해 관심이 있는 정보를 인터넷을 통해 검색해 본적이 있다.
⑦ 나는 4차 산업혁명시대와 관련한 최신기술 분야에 대해 알고 있다.
⑧ 나는 4차 산업혁명의 의미를 이해하고 그것이 내 삶에 어떤 영향을 미칠지 알고 있다.
⑨ 나는 4차 산업혁명시대가 요구하는 역량에 대해 알고 있다.

3. 결과 분석

1) 응답 대상의 성격·특징에 부합하는 차별화된 프로그램 설계·운영의 필요성

(1) 소속별

가. 중학교, 고등학교 연령대 청소년들이 선호하는 콘텐츠와 교육과정

(II-2) 선호하는 콘텐츠

응답 1위 영화, ‘일반 고등학교(74.32%)’, ‘미디어문화예술 고등학교(74.68%)’에 소속되어 있는 응답자가 ‘중학교(58.83%)’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

응답 2위 음악의 경우 ‘일반 고등학교(66.12%)’, ‘미디어문화예술 고등학교(75.95%)’에 소속되어 있는 응답자가 ‘중학교(53.83%)’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

응답 3위 게임의 경우 ‘중학교(56.50%)’에 소속되어 있는 응답자가 ‘일반 고등학교(26.78%)’, ‘미디어문화예술 고등학교(30.38%)’에 소속되어있는 응답자보다 월등히 응답률이 높았다.

선호하는 콘텐츠에 있어서 ‘고등학교’에 소속되어 있는 청소년의 경우 ‘영화’, ‘음악’ 콘텐츠에 대한 관심도가 높았으며, ‘중학교’에 소속되어 있는 청소년의 경우 ‘게임’ 콘텐츠에 대한 관심도가 월등히 높은 것으로 보인다.

(IV-3) 미디어 프로그램 참여시 적절한 교육과정

장기과정(5~20회)의 선호도에서 ‘일반고등학교(37.70%)’, ‘미디어문화예술 고등학교(37.97%)’에 소속되어 있는 응답자가 ‘중학교(26.41%)’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

‘중학교’에 소속되어 있는 청소년보다는 ‘고등학교’에 소속되어 있는 청소년들의 경우 교육과정에 있어 ‘단기과정(2~4회)’보다는 ‘장기과정(5~20회)’을 선호하는 것으로 보여 단순체험 및 경험적인 부분을 넘어서 기술습득, 전문적인 심화과정을 선호하는 것으로 알 수 있다.

나. 미디어문화예술 고등학교 소속 청소년들의 미디어에 대한 관심도

(III-2) 미디어채널 프로그램 선택 시 중요하게 생각하는 것

응답 2위 진로의 경우 ‘미디어문화예술 고등학교(77.22%)’에 소속되어 있는 응답자가 ‘중학교(47.33%)’, ‘일반 고등학교(60.11%)’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 월등히 높았다.

(II-6-1~3) 미디어 콘텐츠 제작 경험 / 공모전 출품 경험 / 공모전 입상 경험 ‘미디어문화예술 고등학교’에 소속되어 있는 응답자가 ‘중학교’, ‘일반 고등학교’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

미디어에 대한 관심과 참여, 진로에 대한 질문에 ‘미디어문화예술 고등학교’에 소속되어 있는 청소년들의 응답률이 ‘중학교’, ‘일반 고등학교’에 소속되어 있는 청소년들에 비해 월등히 높은 것으로 파악할 수 있다.

평소 미디어에 관심이 많아 본인의 선택으로 미디어와 관련된 교육을 받을 수 있는 ‘미디어문화예술 고등학교’에 소속되어 있는 청소년들의 경우 미디어에 대한 이해도와 관심도가 확실히 타 청소년들 보다 높고, 앞으로 본인의 직업을 선택(진로)하는 것에 있어서 미디어와 관련된 직업을 선호하는 것으로 보인다.

다. ‘포털’의 선호도가 높은 중학교 소속 청소년

(II-1) 필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼

응답 2위 포털의 경우 ‘중학교’에 소속되어 있는 응답자가 ‘일반 고등학교’, ‘미디어문화예술 고등학교’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았으며 해당 응답의 경우 ‘중학교’에 소속되어 있는 청소년이 ‘고등학교’에 소속되어 있는 청소년보다 ‘포털’에 대한 응답률이 15%이상 높은 것으로 확인되었다.

기존 청소년들이 익숙하게 사용하고 있다고 생각하였던 모바일(어플리케이션 등) 매체에 대한 청소년들의 선호도가 더욱 높을 것이라는 인식을 가지고 해당 조사를 진행하였으나 의외로 PC기반의 공식적인 매체인 ‘포털’에 대한 선호도가 매우 높은 것으로 밝혀져 의외의 결과를 확인할 수 있었다.

또한 10대 연령 중 상대적으로 어린 연령대 인 ‘중학교’에 소속되어 있는 청소년들의 응답률이 높아 여가생활 및 취미활동으로는 모바일 매체를 사용하는 경우가 많으나 정보습득을 위한 매체로는 성인들이 사용하는 ‘포털’에 대한 선호도가 높은 것으로 알 수 있다.

(2) 연령별

가. 10대의 ‘유튜브’에 대한 높은 관심도

(II-1) 필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼

응답률 1위인 ‘유튜브’의 경우 ‘10대(82.74%)’가 ‘20대(60.78%)’보다 응답률이 높았다.

설문에 참여한 대다수의 10대 청소년들은 필요한 정보를 얻기 위하여 '유튜브'라는 플랫폼을 가장 많이 사용하는 것으로 보이며 10대와 20대의 응답률에는 다소 차이가 있는 것으로 보인다.

나. 연령에 따라 다른 기기 사용패턴

(II-4) 미디어이용을 위해 주로 사용하는 기기

응답률 3위인 노트북 이용의 경우 '20대(62.75%)'가 '10대(34.40%)'에 비해 응답이 높게 나타났다.

20대의 경우 대학입학, 취업 등에 따라 다양한 기기를 활용함에 따라 10대와 20대의 기기 사용패턴이 매우 다른 것으로 보인다.

(3) 거주지별

가. 거주지별 미디어 관련 정보의 접근성 차이

(IV-2) 미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다면 그 이유

응답 1위 정보부족의 경우 '수도권(56.12%)'과 '비수도권(50.86%)'에 거주하는 응답자가 '서울(35.95%)'에 거주하는 응답자보다 응답률이 높았다.

미디어와 관련된 정보를 얻는데 있어 '서울'에 거주하는 청소년들의 타 지역에 거주하고 있는 청소년들에 비해 접근성이 훨씬 용이한 것으로 보인다. '수도권' 및 '비수도권' 지역 청소년들의 경우 정보가 부족하여 미디어프로그램에 참여하지 못하는 경우가 많은 것으로 알 수 있다.

(4) 성별

(II-3) 미디어이용의 주요목적

응답 3위 인맥관리의 경우 '남자(45.58%)'가 '여자(33.92%)'보다 응답률이 높았다.

성별이 남자인 경우 여자에 비해 미디어를 통해 온라인으로 인맥관리를 하는 경우가 많은 것으로 알 수 있다.

2) 미디어제작 프로그램에 대한 청소년들의 요구

(1) 콘텐츠 제작에 대한 청소년들의 요구

가. (II-6) 미디어 콘텐츠 제작 경험 ① 있음 50.92% ② 없음 49.08%

나. (II-6-1) 제작 경험 콘텐츠

① 영상 375명(44%) ② 사진 191명(22.4%) ③ 디자인 85명(10%) ... ⑧ 팟캐스트 9명(1.1%)

다. (II-6-2) SNS 공개 경험 ① 있음 61.38% ② 없음 38.62% 설문에 참여한 과반 수 이상의 청소년들이 미디어 콘텐츠에 대한 제작경험이 있는 것으로 보이며 해당 청소년

들의 44%이상의 청소년들이 '영상'콘텐츠에 대한 제작경험이 있는 것으로 밝혀졌다.

또한 콘텐츠 제작에만 멈추는 것이 아닌 본인의 SNS계정에 업로드, 공모전출품 등 제작한 콘텐츠를 다양한 방법을 통해 공유하고 있는 것으로 보인다.

(2) 미디어제작에 대한 높은 만족도 및 선호도

가. (III-1-1) 교육에 대한 만족도

① 미디어제작캠프(2.063) ② 미디어제작아카데미(2.063) ... ⑦ 미디어 단순체험

나. (IV-1-1) 참여하고 싶은 프로그램 선호도

① 미디어제작아카데미(4.322) ③ 미디어제작캠프(4.021) ... ⑦ 미디어 단순체험

청소년들은 참여해보았던 교육에 대한 만족도와, 앞으로 참여하고 싶은 프로그램과 관련하여 미디어제작과 관련된 프로그램에 대한 만족도와 선호도가 높은 것으로 파악할 수 있다.

3) 적절한 프로그램 운영시기 및 교육과정

가. (III-1) 미디어프로그램의 참여기회가 있다면 신청할 의사

① 예 54.05% ② 아니오 45.95%

나. (IV-2-1) 적절한 교육주기와 시간(순위)

① 방학 중 평일 오전(88명) ② 방학 중 평일 오후(70명) ③ 학기 중 평일 저녁(52명)

④ 학기 중 평일 오후(50명) ... ⑩ 방학 중 주말 저녁(8명)

다. (IV-3) 미디어 프로그램 참여시 적절한 교육과정

*단기과정(2~4회) / 장기과정 (5~20회) / 일회성특강(1회)

① 단기과정(47.80%) ② 장기과정(30.55%) ③ 일회성특강(16.37%) ④ 기타(5.27%)

설문에 참여한 과 반수이상 청소년들이 미디어프로그램에 참여하고 싶다는 의사를 밝혀 청소년들이 미디어와 관련된 교육에 관심이 적절히 있는 것으로 파악된다.

청소년들이 선호하는 교육주기는 방학 중 평일 오전과 오후시간이 가장 많았으며 학기 중에는 평일 오후와 저녁시간대를 선호하는 것으로 보인다.

또한 교육과정의 경우에는 2~4회 정도 운영하는 단기과정에 대한 선호도가 가장 높은 것으로 파악할 수 있다.

4) 다양하고 적극적인 미디어 프로그램 홍보

가. (IV-2) 미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다는 그 이유

① 정보부족 370명(24.9%), ② 일정중복 251명(16.9%) ... ⑦ 모집마감 107명(7.2%)

나. (Ⅲ-3-1) 미디어 체험 참여 결정이 본인결정인 경우 정보를 얻는 곳

① 포털검색 357명(39.9%), ② SNS검색 346명(38.7%), ③ 학교게시판 109명(12.2%) ...

설문에 참여한 청소년들이 미디어체험에 참여하지 못한 가장 큰 이유는 '정보부족'으로 알 수 있다.

미디어 체험 참여 시 정보를 얻는 곳의 경우 '포털검색'의 응답률이 가장 높았으며 'SNS 검색', '학교게시판' 등 다양한 방법을 통해 청소년들이 정보를 습득하는 것으로 보인다.

미디어관련 프로그램을 홍보하는데 있어 온라인, 오프라인과 공문발송 등 다양한 방법을 이용하여 청소년들이 더욱 용이하게 정보를 얻을 수 있도록 다양하고 적극적인 미디어 프로그램 홍보를 진행해야할 필요성이 있는 것으로 보인다.

5) 시대변화(4차 산업혁명)에 따른 미디어체험 프로그램 개발의 필요성

(1) 4차 산업혁명시대 필요한 역량과 미디어체험 프로그램 기대 역량

가. (IV-4) 미디어체험 프로그램 참여를 통해 기대하는 역량

① 창의성-융합능력 549명(27.2%) ② 협력-의사소통능력 405명(20%)
③ 자기관리-자기주도적역량 311명(15.4%) ④ 문제해결능력 300명(14.9%)
⑤ 공동체역량 196명(9.7%) ⑥ 비판적사고 180명(8.9%) ⑦ 기타 79명(3.9%)

나. (V-2) 4차 산업혁명시대에 가장 필요하다고 생각하는 역량

① 창의성-융합능력 623명(28.7%) ② 문제해결능력 427명(19.7%)
③ 협력-의사소통능력 401명(18.5%) ④ 비판적사고 312명(14.4%)
⑤ 자기관리-자기주도적역량 206명(9.5%) ⑥ 공동체역량 151명(7%)
⑦ 기타 49명(2.3%)

청소년들은 4차 산업혁명시대 필요한 역량과 미디어체험 프로그램에 기대하는 역량 모두 '창의성-융합능력'으로 응답하였다. 두 응답 모두 '창의성'을 바탕으로, '다양성'을 가진 새로운 기술·매체에 대한 '융합적 사고·행동 능력' 함양·배양에 공감하고 있음을 파악할 수 있다.

(2) 4차 산업혁명에 대한 청소년들의 태도

가. (IV-4) 4차 산업혁명과 관련된 태도

1순위 - 나는 4차 산업혁명과 관련한 최신 기술을 배우고 습득하는데 대한 두려움이 있다. (평균 3.099)

2순위 - 나는 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야의 체험활동에 자발적으로 참여해 본 적이 있다. (평균 3.007)

현 시대에서 요구하는 4차 산업혁명과 관련된 체험의 공급이 많아 경험의 기회는 많으나 관련 기술을 습득하는 것에 대해서는 두려움과 부담감을 가지고 있는 것으로 보인다.

서론

1. 조사 목적

본 보고서는 각종 미디어 프로그램에 대한 청소년들의 이용 실태와 수요를 조사·분석하여, 프로그램 설계·운영의 근거로 활용하고자 기획되었다. 이는 기관 편의적 운영을 지양하고, 기관의 존재 목적인 청소년의 수요를 반영한 이용자 중심적(혹은 친화적) 프로그램을 제공하기 위함이다.

또한 경계를 뛰어넘는 기술 융합 시대(4차 산업혁명)를 맞이하고 있는 현 시점에서, 청소년들의 시대 변화에 대한 인식과 프로그램 수요를 파악하여, 급변하는 미디어 환경 속 청소년 기관의 미디어 프로그램·정책 운영의 방향성을 정립하고자 한다.

2. 조사 방법

1) 조사 설계

(1) 대상 및 내용

서울·수도권에 거주하는 중학생 연령(14세~16세), 고등학생 연령(17세~19세) 및 후기 청소년 연령(20세~24세) 등을 대상으로 조사를 실시하였다. 총 943명이 조사에 참여했으며 특성별로 분류하면 다음과 같다.

가. 성별 : 여성 566명(60.28%), 남성 373명(39.72%)
 나. 연령대 : 10대 811명(93.97%), 20대 51명(5.91%), 30대 1명(0.12%)
 다. 거주 지역 : 서울 687명(76.25%), 수도권(경기도, 인천) 98명(31.3%), 비수도권(서울, 수도권 외) 116명(10.88%)
 라. 소속별 : 초등학교 2명(0.21%), 중학교 600명(64.10%), 일반 고등학교 183명(19.55%), 미디어·문화·예술관련 고등학교 79명(8.44%), 학교밖청소년 15명(1.60%), 대학교 46명(5.98%), 기타 1명(0.11%)

마. 현재 혹은 희망 전공
 예술대학 212명(17.3%), 인문대학 163명(13.3%), 기타 158명(12.9%), 사회과학대학 149명(12.2%), 공학대학 139명(11.3%), 미술대학 106명(8.6%), 사범대학 95명(7.7%), 자연과학대학 69명(5.6%), 음악대학 63명(5.1%), 의과대학 46명(3.8%), 농업대학 26명(2.1%)

바. 동아리 활동이나 프로그램 참가 경험
 : 해당없음 752명(78.58%), 서울시립청소년미디어센터 동아리 80명(8.36%), 서울시립청소년미디어센터 단순 프로그램 참가 63명(6.58%), 학교 방송반 62명(6.48%)

조사 내용은 '미디어체험'이라는 핵심키워드와 관련된 '과거의 경험과 만족도', '현재의 수요', '미래에 대한 인식과 수요'로 이어지는 논리적 흐름을 바탕으로 질문을 구성하였다. 조사 내용을 주제별로 분류하면 다음과 같다.

과거의 경험과 만족도	① 미디어 이용실태와 선호도 ② 미디어프로그램 경험 및 만족도
-------------	---------------------------------------



현재의 수요	③ 미디어체험 프로그램 참여 수요
--------	--------------------



미래에 대한 인식과 수요	④ 4차 산업혁명에 따른 자기인식과 프로그램 수요
---------------	-----------------------------

(2) 자료 수집 및 분석 방법

동일하게 구성된 질문지를 온라인(Google 설문지)과 오프라인(출력된 설문지), 2가지 형태로 제작하여 조사를 진행하였다. 온·오프라인 조사는 2018년 12월 5일(수)부터 12월 13일(목)까지 진행되었다. 온라인 응답은 총 292명, 오프라인 응답은 총 651명으로 집계되었다.



수집된 자료는 Stata 13.1 프로그램을 이용하여 빈도 및 교차분석을 실시하였다.

2) 전문가 자문회의

(1) 일반 사항 점검

가. 조사 명 '청소년미디어수요조사'를 청소년에게 친숙한 단어(수요)로 변경하여 '청소년미디어수요조사'로 변경하여 배포

나. I-3 : 지역 분류의 경우 '서울/수도권/지방'의 분류를 '서울/수도권/비수도권'으로 정정
 다. I-5 : ㉞이 대학교이니 I-5의 '본인의 희망 전공'은 '현재 전공 혹은 희망 전공 선택 (희

망 전공의 경우 중복체크 가능'으로 변경

라. II-1: ⑥ TV -> TV방송, ⑦ 라디오 -> 라디오방송으로 변경

마. 우선순위 3개라고 되어 있는 문항들에 대해 '최대 세 개 중복체크 가능'로 수정

예) II-1에서 선호 플랫폼이 하나 혹은 둘인 경우

바. 중복체크가 가능할 거 같은데 언급이 없는 경우 중복체크로 수정

예) IV-2, IV-2-1, I-5

(2) 결과 분석 자문회의

전문가 자문회의는 온라인 3회, 오프라인 1회로 진행하였다.

온라인 전문가 자문회의는 2018년 12월 1일, 4일, 5일에 진행하였다. 회의는 결과 지표의 타당성 검증, 결과에 대한 시사점과 유의미성 검토, 보고서 분석 방향 등에 대한 자문의견을 수렴하였다.

2018년 12월 7일, 수정된 통계 분석 자료를 바탕으로 오프라인 회의를 진행하였다. 전체 통계 지표를 최종 점검하고, 항목별 수치 편차에 관한 유의미성 기준 정립, 결과 분석 보고서의 방향성에 대해 논의하였다.

본론

[분석결과]

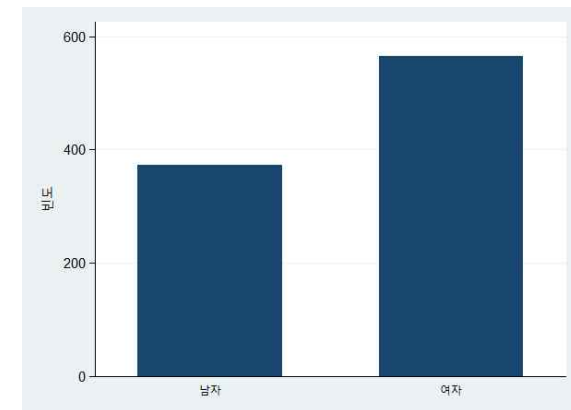
I. 기본 정보

1. 성별

○ 응답자의 성별은 남성이 39.55%, 여성이 60.02%로 나타났다.

<표 1> 성별

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적 퍼센트
남성	373	39.55	39.72	39.72
여성	566	60.02	60.28	100.00
합계	939	99.57	100.00	



[그림 1] 성별 분포

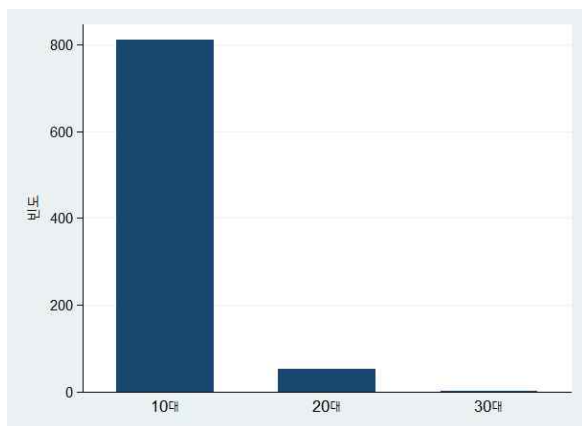
2. 연령대

○ 응답자의 연령은 10대가 86%, 20대가 5.41%, 30대가 0.11%로 나타났다. 30대 응답자는 1명으로 분석에 사용할 수 없어 이후 분석에서 제외, 항목별 차이분석에서는 10대와 20대를 대상으로 비교하였다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 연령대는 '10대'로 나타났다.

<표 2> 연령대

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적 퍼센트
10대	811	86.00	93.97	93.97
20대	51	5.41	5.91	99.88
30대	1	0.11	0.12	100.00
합계	863	91.52	100.00	



[그림 2] 연령대 분포

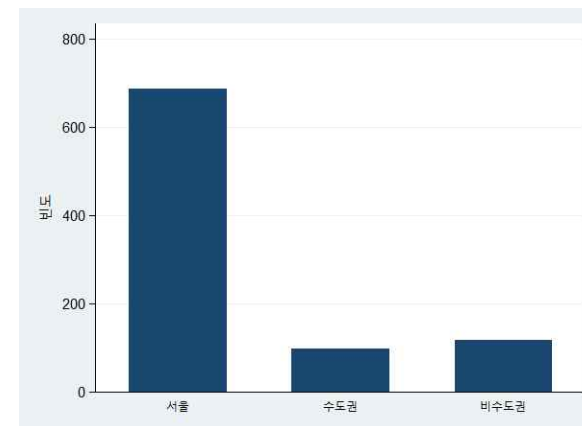
3. 거주지역

○ 응답자의 거주지역은 서울 72.85%, 수도권(경기도, 인천지역)이 12.30%, 비수도권(서울, 수도권 외) 10.39%로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 거주지역은 '서울'로 나타났다.

<표 3> 거주지역

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적 퍼센트
서울	687	72.85	76.25	76.25
수도권	98	12.30	12.87	89.12
비수도권	116	10.39	10.88	100.00
합계	901	95.54	100.00	



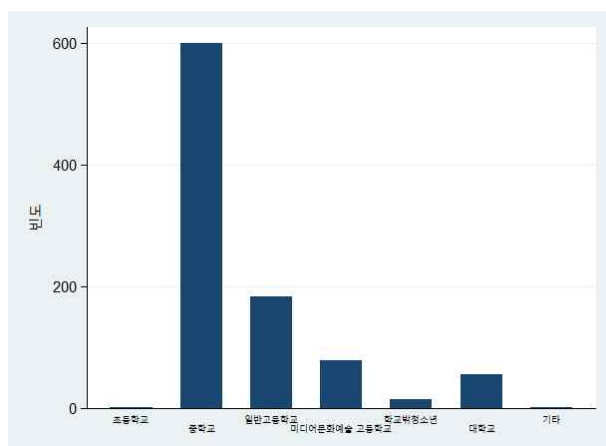
[그림 3] 거주지역 분포

4. 소속

- 응답자의 소속은 초등학교 0.21%, 중학교 63.63%, 일반 고등학교 19.41%, 미디어·문화·예술관련 고등학교 8.38%, 학교밖청소년 1.59%, 대학교 5.94%, 기타 0.11%로 나타났다.
- 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 소속은 '중학교'로 나타났다.

<표 4> 소속

	빈도	퍼센트	유효 퍼센트	누적 퍼센트
초등학교	2	0.21	0.21	0.21
중학교	600	63.63	64.10	64.32
일반 고등학교	183	19.41	19.55	83.37
미디어·문화·예술관련 고등학교	79	8.38	8.44	92.31
학교밖청소년	15	1.59	1.60	93.91
대학교	56	5.94	5.98	99.89
기타	1	0.11	0.11	100.00
합계	936	99.26	100.00	



[그림 4] 소속 분포

5. 현재 혹은 희망 전공 (중복선택)

* 인문대학(문학, 외국어, 국제, 종교과 등) / 사회과학대학(경제, 정치, 사회복지과 등) / 자연과학대학(통계, 물리, 화학과 등) / 공과대학(환경, 전기, 공학과 등) / 경영대학 / 농업대학(산림, 식품, 농경과 등) / 사범대학(교육과 등) / 미술대학(디자인, 동·서양, 조소과 등) / 음악대학(작곡, 성악과 등) / 예술대학(연극, 영화, 영상과 등) / 의과대학

○ 응답자의 '현재 전공하고 있는 전공 및 희망전공'은 예술대학 212명(17.3%), 인문대학 163명(13.3%), 기타 158명(12.9%), 사회과학대학 149명(12.2%), 공학대학 139명(11.3%), 미술대학 106명(8.6%), 사범대학 95명(7.7%), 자연과학대학 69명(5.6%), 음악대학 63명(5.1%), 의과대학 46명(3.8%), 농업대학 26명(2.1%) 순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '예술대학'으로 나타났다.

<표 5> 현재 혹은 희망 전공

	인문	사회과학	자연과학	공학	농업	사범	미술	음악	예술	의과	기타
인문											
사회과학	37										
자연과학	6	11									
공학	13	14	20								
농업	2	5	2	4							
사범	15	8	8	5	2						
미술	13	5	5	16	3	5					
음악	10	5	2	4	1	5	13				
예술	37	19	3	14	2	8	36	28			
의과	5	8	3	5	1	3	4	0	2		
기타	3	1	0	1	0	3	6	2	2	2	
전체	163	149	69	139	26	95	106	63	212	46	158

6. 동아리 활동이나 프로그램 참가 경험 (중복선택)

○ 응답자의 '동아리 활동이나 프로그램 참가 경험'은 해당 없음 752명(78.58%), 서울시립청소년미디어센터 소속 동아리 80명(8.36%), 서울시립청소년미디어센터 단순 프로그램 참가 63명(6.58%), 학교 방송반 62명(6.48%) 순으로 나타났다.

<표 6> 동아리 활동이나 프로그램 참가 경험

	빈도	유효 퍼센트	누적 퍼센트
학교 방송반	62	6.48	6.48
서울시립청소년미디어센터 소속 동아리	80	8.36	14.84
서울시립청소년미디어센터 단순 프로그램 참가	63	6.58	21.42
해당 없음	752	78.58	100.00
합계	957	100.00	

II. 미디어 이용실태 및 선호도

1. 필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼(최대 세 개 중복체크 가능)

○ 응답자의 '필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼'은 유튜브 765명(30.1%), 포털사이트 591명(23.2%), 페이스북 485명(19.1%), 인스타그램 265명(10.4%), 블로그 182명(7.2%), TV 119명(4.7%), 기타 78명(3.1%), 아프리카TV 31명(1.2%), 라디오방송 15명(0.6%), 팟캐스트 14명(0.6%) 순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '유튜브'로 나타났다.

○ 연령대, 10대와 20대 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 8> 응답 1위 유튜브의 경우 '10대'가 '20대'보다 응답률이 높았다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 9> 응답 2위 포털의 경우 '중학교'에 소속되어 있는 응답자가 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다

<표 7> 상호 교차 선택 (빈도)

	페이스북	블로그	인스타그램	유튜브	아프리카TV	TV 방송	라디오 방송	팟캐스트	포털	기타
페이스북										
블로그	47									
인스타그램	171	32								
유튜브	398	148	194							
아프리카TV	19	1	7	28						
TV 방송	45	15	19	98	2					
라디오 방송	7	1	1	9	0	4				
팟캐스트	6	4	2	9	0	4	0			
포털	239	116	99	465	11	59	6	4		
기타	13	11	10	57	0	3	0	2	46	
전체	485	182	265	765	31	119	15	14	591	78

<표 8> 응답 1위 유튜브

응답자 특성		비선호	선호	빈도	x2
성별	남자	19.57%	80.43%	373	0.152
	여자	18.55%	81.45%	566	
연령대	10대	17.26%	82.74%	811	15.298***
	20대	39.22%	60.78%	51	
거주지	서울	17.61%	82.39%	687	10.952**
	수도권	30.61%	69.39%	98	
	비수도권	14.66%	85.34%	116	
소속	중학교	16.83%	83.17%	600	1.058
	일반 고등학교	19.67%	80.33%	183	
	미디어문화예술 고등학교	15.19%	84.81%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 10> 응답 3위 페이스북

응답자 특성		비선호	선호	빈도	x2
성별	남자	45.84%	54.16%	373	1.690
	여자	50.18%	49.82%	566	
연령대	10대	49.57%	50.43%	811	1.352
	20대	41.18%	58.82%	51	
거주지	서울	48.76%	51.24%	687	5.257
	수도권	37.76%	62.24%	98	
	비수도권	52.59%	47.41%	116	
소속	중학교	49.83%	50.17%	600	0.877
	일반 고등학교	46.45%	53.55%	183	
	미디어문화예술 고등학교	51.90%	48.10%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 9> 응답 2위 포털

응답자 특성		비선호	선호	빈도	x2
성별	남자	36.46%	63.54%	373	0.223
	여자	37.99%	62.01%	566	
연령대	10대	37.24%	62.76%	811	0.078
	20대	35.29%	64.71%	51	
거주지	서울	35.08%	64.92%	687	5.773
	수도권	45.92%	54.08%	98	
	비수도권	42.24%	57.76%	116	
소속	중학교	32.50%	67.50%	600	19.045***
	일반 고등학교	48.63%	51.37%	183	
	미디어문화예술 고등학교	46.84%	53.16%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

2. 선호하는 콘텐츠(최대 세 개 중복체크 가능)

○ 응답자의 '선호하는 콘텐츠'는 영화 594명(22%), 음악 556명(20.6%), 게임 431명(16%), TV-예능 416명(15.4%), 만화-웹툰 370명(13.7%), 책-글 149명(5.5%), TV-시사 78명(2.9%), 기타 50명(1.9%), 라디오 33명(1.2%), 팟캐스트 19명(0.7%) 순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '영화'로 나타났다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 12> 응답 1위 영화, <표 13> 응답 2위 음악의 경우 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 14> 응답 3위 게임의 경우 '중학교'에 소속되어 있는 응답자가 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 월등히 응답률이 높았다.

<표 11> 상호 교차 선택 (빈도)

	영화	TV-예능	TV-시사	게임	음악	팟캐스트	라디오	책-글	만화-웹툰	기타
영화										
TV-예능	252									
TV-시사	40	36								
게임	231	135	18							
음악	346	220	29	212						
팟캐스트	5	8	3	2	6					
라디오	10	11	9	6	15	14				
책-글	71	34	17	40	85	5	3			
만화-웹툰	192	126	9	172	180	4	4	54		
기타	15	14	4	11	17	13	13	5	8	
전체	594	416	78	431	556	19	33	149	370	50

<표 12> 응답 1위 영화

응답자 특성		비선호	선호	빈도	x2
성별	남자	35.39%	64.61%	373	0.651
	여자	37.99%	62.01%	566	
연령대	10대	35.76%	64.24%	811	1.131
	20대	43.14%	56.86%	51	
거주지	서울	38.14%	61.86%	687	5.632
	수도권	27.55%	72.45%	98	
	비수도권	31.03%	68.97%	116	
소속	중학교	41.17%	58.83%	600	19.153***
	일반 고등학교	25.68%	74.32%	183	
	미디어문화예술 고등학교	25.32%	74.68%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 13> 응답 2위 음악

응답자 특성		비선호	선호	빈도	x2
성별	남자	34.58%	65.42%	373	9.861**
	여자	44.88%	55.12%	566	
연령대	10대	41.18%	58.82%	811	0.306
	20대	37.25%	62.75%	51	
거주지	서울	41.05%	58.95%	687	4.161
	수도권	39.80%	60.20%	98	
	비수도권	31.03%	68.97%	116	
소속	중학교	46.17%	53.83%	600	19.663***
	일반 고등학교	33.88%	66.12%	183	
	미디어문화예술 고등학교	24.05%	75.95%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 14> 응답 3위 계입

응답자 특성		비선호	선호	빈도	x2
성별	남자	68.36%	31.64%	373	48.514***
	여자	45.23%	54.77%	566	
연령대	10대	53.39%	46.61%	811	14.134***
	20대	80.39%	19.61%	51	
거주지	서울	49.64%	50.36%	687	35.720***
	수도권	73.47%	26.53%	98	
	비수도권	72.41%	27.59%	116	
소속	중학교	43.50%	56.50%	600	60.227***
	일반 고등학교	73.22%	26.78%	183	
	미디어문화예술 고등학교	69.62%	30.38%	79	

3. 미디어이용의 주요목적(중복체크 가능)

○ 응답자의 '미디어이용의 주요목적'은 콘텐츠이용·감상 651명(27.1%), 정보습득 602명(25.1%), 인맥관리 364명(15.2%), 쇼핑 202명(8.4%), 진로탐색 170명(7.1%), 학업 129명(5.4%), 개인역량강화 112명(4.7%), 뉴스 102명(4.3%), 기타 68명(2.8%) 순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '콘텐츠이용·감상'으로 나타났다.

○ 성별, 남자와 여자 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 18> 응답 3위 인맥관리의 경우 '남자'가 '여자'보다 응답률이 높았다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 17> 응답 2위 정보습득의 경우 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교'에 소속되어있는 응답자보다 월등히 응답률이 높았다.

<표 15> 상호 교차 선택 (빈도)

	인맥 관리	정보 습득	진로 탐색	콘텐츠 이용·감상	학업	개인역 량강화	쇼핑	뉴스	기타
인맥 관리									
정보 습득	253								
진로 탐색	66	117							
콘텐츠 이용·감상	246	434	88						
학업	54	96	50	85					
개인역 량강화	42	91	33	83	32				
쇼핑	107	140	42	149	35	24			
뉴스	42	76	25	72	23	21	46		
기타	13	27	2	27	5	4	8	6	
전체	364	602	170	651	129	112	202	102	68

<표 16> 응답 1위 콘텐츠이용·감상

응답자 특성		미선택	선택	빈도	x2
성별	남자	30.56%	69.44%	373	0.030
	여자	31.10%	68.90%	566	
연령대	10대	29.84%	70.16%	811	1.583
	20대	21.57%	78.43%	51	
거주지	서울	31.88%	68.12%	687	4.884
	수도권	26.53%	73.47%	98	
	비수도권	22.41%	77.59%	116	
소속	중학교	35.50%	68.10%	862	14.465**
	일반 고등학교	26.78%	73.22%	183	
	미디어문화예술 고등학교	16.46%	83.54%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 18> 응답 3위 인맥관리

응답자 특성		미선택	선택	빈도	x2
성별	남자	54.42%	45.58%	373	12.890***
	여자	66.08%	33.92%	566	
연령대	10대	62.15%	37.85%	811	3.487
	20대	49.02%	50.98%	51	
거주지	서울	60.84%	39.16%	687	3.372
	수도권	54.08%	45.92%	98	
	비수도권	66.38%	33.62%	116	
소속	중학교	63.83%	36.17%	600	7.390*
	일반 고등학교	62.84%	37.16%	183	
	미디어문화예술 고등학교	48.10%	51.90%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 17> 응답 2위 정보습득

응답자 특성		미선택	선택	빈도	x2
성별	남자	35.39%	64.61%	373	0.137
	여자	36.57%	63.43%	566	
연령대	10대	35.39%	64.61%	811	2.072
	20대	25.49%	74.51%	51	
거주지	서울	36.54%	63.46%	687	2.725
	수도권	30.61%	69.39%	98	
	비수도권	30.17%	69.83%	116	
소속	중학교	42.33%	57.67%	600	21.858***
	일반 고등학교	27.87%	72.13%	183	
	미디어문화예술 고등학교	21.52%	78.48%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

4. 미디어이용을 위해 주로 사용하는 기기(최대 세 개 중복체크 가능)

○ 응답자의 '미디어이용을 위해 주로 사용하는 기기'는 스마트폰 882명(41.3%), 컴퓨터(데스크탑) 449명(21%), 노트북 339명(15.9%), TV 338명(15.8%), 패드 97명(4.5%), 라디오 16명(0.7%), 기타 14명(0.7%) 순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '스마트폰'으로 나타났다.

○ 성별, 남자와 여자 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 21> 응답 2위 컴퓨터(데스크탑)의 경우 '남자'가 '여자'보다 응답률이 높았다.

○ 연령대, 10대와 20대 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표22>응답 3위 노트북의 경우 '20대'가 '10대'에 비해 노트북 이용에 대한 응답이 높게 나타났다.

20대의 경우 대학입학, 취업 등에 따라 다양한 기기를 활용함에 따라 10대와 20대의 기기 사용패턴이 매우 다른 것으로 보인다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표22>응답 3위 노트북의 경우 '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교', '일반 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 19> 상호 교차 선택 (빈도)

	스마트폰	패드	노트북	컴퓨터 (데스크탑)	TV	라디오	기타
스마트폰							
패드	86						
노트북	328	36					
컴퓨터 (데스크탑)	422	32	108				
TV	327	15	110	169			
라디오	13	0	6	7	6		
기타	9	0	1	6	2	0	
전체	882	97	339	449	338	16	14

<표 20> 응답 1위 스마트폰

응답자 특성		미선택	선택	빈도	χ2
성별	남자	3.49%	96.51%	373	9.236**
	여자	8.48%	91.52%	566	
연령대	10대	6.66%	93.34%	811	1.773
	20대	1.96%	98.04%	51	
거주지	서울	6.70%	93.30%	687	4.904
	수도권	1.02%	98.98%	98	
	비수도권	6.03%	93.97%	116	
소속	중학교	8.67%	91.33%	600	9.620**
	일반 고등학교	4.92%	95.08%	183	
	미디어문화예술 고등학교	0.00%	100.00%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 21> 응답 2위 컴퓨터(데스크탑)

응답자 특성		미선택	선택	빈도	χ2
성별	남자	61.13%	38.87%	373	18.453***
	여자	46.82%	53.18%	566	
연령대	10대	51.66%	48.34%	811	2.362
	20대	62.75%	37.25%	51	
거주지	서울	52.84%	47.16%	687	0.571
	수도권	55.10%	44.90%	98	
	비수도권	50.00%	50.00%	116	
소속	중학교	53.00%	48.26%	862	1.267
	일반 고등학교	48.63%	51.37%	183	
	미디어문화예술 고등학교	49.37%	50.63%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 22> 응답 3위 노트북

응답자 특성		미선택	선택	빈도	χ2
성별	남자	59.79%	40.21%	373	4.780*
	여자	66.78%	33.22%	566	
연령대	10대	65.60%	34.40%	811	16.714***
	20대	37.25%	62.75%	51	
거주지	서울	66.67%	33.33%	687	13.265**
	수도권	56.12%	43.88%	98	
	비수도권	50.86%	49.14%	116	
소속	중학교	73.17%	26.83%	600	51.008***
	일반 고등학교	56.83%	43.17%	183	
	미디어문화예술 고등학교	36.71%	63.29%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

5. 개인 SNS 보유 여부

○ SNS 보유 여부에 대해서는 '있음'이 94.62%, '없음'이 5.38%로 나타났다.

<표 23> SNS 보유 여부

응답자 특성		있음	없음	빈도	χ2
전체		94.62%	5.38%	911	
성별	남자	96.71%	3.29%	365	4.897*
	여자	93.36%	6.64%	542	
연령대	10대	94.90%	5.10%	784	1.012
	20대	98.04%	1.96%	51	
거주지	서울	93.98%	6.02%	664	5.722
	수도권	97.96%	2.04%	98	
	비수도권	98.23%	1.77%	113	
소속	중학교	93.18%	6.82%	572	4.669
	일반 고등학교	96.65%	3.35%	179	
	미디어문화예술 고등학교	97.47%	2.53%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

5-1. 보유 SNS

○ 응답자의 '보유 SNS'는 카카오톡 777명(24.4%), 페이스북732명(23%), 유튜브 588명(18.5%), 인스타그램 563명(17.7%), 트위터 306명(9.6%), 라인 137명(4.3%), 기타 49명(1.5%) 텔레그램 33명(1%) 순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '카카오톡'으로 나타났다.

○ 성별, 남자와 여자 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 25> 응답 1위 카카오톡의 경우 '남자'가 '여자'보다 응답률이 높았다.

<표 24> 상호 교차 선택 (빈도)

	페이스북	유튜브	인스타그램	텔레그램	라인	트위터	카카오톡	기타
페이스북								

유튜브	506							
인스타 그램	504	403						
텔레 그램	27	25	23					
라인	130	116	117	14				
트위터	261	237	265	15	102			
카카 오톡	661	548	519	30	135	294		
기타	43	43	33	2	21	25	47	
전체	732	588	563	33	137	306	777	49

<표 25> 응답 1위 카카오톡

응답자 특성		없음	있음	빈도	x2
성별	남자	11.26%	88.74%	373	16.530***
	여자	21.55%	78.45%	566	
연령대	10대	16.52%	83.48%	811	0.799
	20대	11.76%	88.24%	51	
거주지	서울	18.20%	81.80%	687	5.894
	수도권	10.20%	89.80%	98	
	비수도권	12.07%	87.93%	116	
소속	중학교	20.00%	81.90%	862	5.242
	일반 고등학교	14.75%	85.25%	183	
	미디어문화예술 고등학교	11.39%	88.61%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 26> 응답 2위 페이스북

응답자 특성		없음	있음	빈도	x2
성별	남자	19.84%	80.16%	373	2.272
	여자	24.03%	75.97%	566	
연령대	10대	23.06%	76.94%	811	8.238**
	20대	5.88%	94.12%	51	
거주지	서울	23.87%	76.13%	687	7.889*
	수도권	12.24%	87.76%	98	
	비수도권	18.10%	81.90%	116	
소속	중학교	25.50%	74.50%	600	5.854
	일반 고등학교	18.03%	81.97%	183	
	미디어문화예술 고등학교	17.72%	82.28%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 27> 응답 3위 유튜브

응답자 특성		없음	있음	빈도	x2
성별	남자	34.58%	65.42%	373	2.388
	여자	39.58%	60.42%	566	
연령대	10대	36.37%	63.63%	811	8.586**
	20대	56.86%	43.14%	51	
거주지	서울	37.55%	62.45%	687	0.777
	수도권	38.78%	61.22%	98	
	비수도권	33.62%	66.38%	116	
소속	중학교	37.00%	63.00%	600	0.872
	일반 고등학교	36.07%	63.93%	183	
	미디어문화예술 고등학교	31.65%	68.35%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

6. 미디어 콘텐츠 제작 경험

○ 미디어 콘텐츠 제작 경험 여부에 대해서는 '있음'이 50.92%, '없음'이 49.08%로 나타났다.
○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표32> 응답 3위의 경우 '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교', '일반 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 미디어 콘텐츠 제작경험에 대한 응답률이 월등히 높았다.

<표 28> 미디어 콘텐츠 제작 경험

응답자 특성		있음	없음	빈도	x2
전체		50.92%	49.08%	927	
성별	남자	55.41%	44.59%	370	4.502*
	여자	48.28%	51.72%	553	
연령대	10대	51.38%	48.62%	796	1.063
	20대	58.82%	41.18%	51	
거주지	서울	49.33%	50.67%	675	7.511*
	수도권	60.20%	39.80%	98	
	비수도권	60.00%	40.00%	115	
소속	중학교	41.71%	49.76%	846	62.727***
	일반 고등학교	63.74%	36.26%	182	
	미디어문화예술 고등학교	82.28%	17.72%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

6-1. 제작 경험 콘텐츠

○ 응답자의 '제작 경험 콘텐츠'는 영상 375명(44%), 사진 191명(22.4%), 디자인 85명(10%), 음악 67명(7.9%), 만화 49명(5.5%), 애니메이션 41명(4.8%), 기타 35명(4.1%), 팟캐스트 9명(1.1%) 순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '영상'으로 나타났다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 30> 응답 1위 영상, <표 31> 응답 2위 사진, <표 31> 응답 3위 디자인의 경우 '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교', '일반 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 월등히 높았다.

<표 29> 상호 교차 선택 (빈도)

	사진	디자인	음악	영상	애니메이션	만화	팟캐스트	기타
사진								
디자인	64							
음악	35	18						
영상	138	69	53					
애니메이션	19	15	10	25				
만화	24	19	11	30	17			
팟캐스트	4	3	3	5	1	2		
기타	8	4	1	16	3	4	0	
전체	191	85	67	375	41	49	9	35

<표 30> 미디어 콘텐츠 제작 경험 응답 1위 영상

응답자 특성		없음	있음	빈도	x2
성별	남자	54.96%	45.04%	373	6.721*
	여자	63.43%	36.57%	566	
연령대	10대	59.93%	40.07%	811	1.592
	20대	50.98%	49.02%	51	
거주지	서울	61.57%	38.43%	687	8.817*
	수도권	53.06%	46.94%	98	
	비수도권	48.28%	51.72%	116	
소속	중학교	69.83%	30.17%	600	70.991***
	일반 고등학교	45.90%	54.10%	183	
	미디어문화예술 고등학교	29.11%	70.89%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 31> 미디어 콘텐츠 제작 경험 응답 2위 사진

응답자 특성		없음	있음	빈도	χ ²
성별	남자	77.75%	22.25%	373	1.395
	여자	80.92%	19.08%	566	
연령대	10대	80.15%	19.85%	811	10.845**
	20대	60.78%	39.22%	51	
거주지	서울	79.77%	20.23%	687	1.317
	수도권	75.51%	24.49%	98	
	비수도권	76.72%	23.28%	116	
소속	중학교	85.50%	14.50%	600	27.734***
	일반 고등학교	71.04%	28.96%	183	
	미디어문화예술 고등학교	68.35%	31.65%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 32> 미디어 콘텐츠 제작 경험 응답 3위 디자인

응답자 특성		없음	있음	빈도	χ ²
성별	남자	89.81%	10.19%	373	0.969
	여자	91.70%	8.30%	566	
연령대	10대	90.88%	9.12%	811	5.996*
	20대	80.39%	19.61%	51	
거주지	서울	91.56%	8.44%	687	6.240*
	수도권	83.67%	16.33%	98	
	비수도권	90.52%	9.48%	116	
소속	중학교	94.83%	5.17%	600	39.581***
	일반 고등학교	89.62%	10.38%	183	
	미디어문화예술 고등학교	74.68%	25.32%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

6-2. SNS 공개 경험

○ SNS 공개 경험 여부에 대해서는 '있음'이 61.38%, '없음'이 38.62%로 나타났다.

<표 33> SNS 공개 경험

응답자 특성		있음	없음	빈도	χ ²
전체		61.38%	38.62%	492	
성별	남자	61.97%	38.03%	213	0.055
	여자	60.93%	39.07%	279	
연령대	10대	60.90%	39.10%	422	0.192
	20대	64.71%	35.29%	34	
거주지	서울	62.24%	37.76%	339	3.323
	수도권	68.75%	31.25%	64	
	비수도권	53.95%	46.05%	76	
소속	중학교	57.66%	42.34%	248	3.458
	일반 고등학교	66.94%	33.06%	124	
	미디어문화예술 고등학교	65.15%	34.85%	66	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

6-3. 공모전 출품 경험

○ 공모전 출품 경험 여부에 대해서는 '있음'이 31.44%, '없음'이 68.56%로 나타났다.

○ 거주지, 서울과 수도권, 비수도권의 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 34> 공모전 출품 경험의 경우 '수도권'에 거주하는 응답자가 '서울'과 '비수도권'에 거주하는 응답자보다 응답률이 높았다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 34> 공모전 출품 경험의 경우 '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교', '일반 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 34> 공모전 출품 경험

응답자 특성		있음	없음	빈도	x2
전체		31.44%	68.56%	458	
성별	남자	32.67%	67.33%	202	0.255
	여자	30.47%	69.53%	256	
연령대	10대	33.16%	66.84%	395	1.645
	20대	21.43%	78.57%	28	
거주지	서울	26.43%	73.57%	314	23.564***
	수도권	58.62%	41.38%	58	
	비수도권	34.25%	65.75%	73	
소속	중학교	15.32%	84.68%	235	84.831***
	일반 고등학교	45.00%	55.00%	120	
	미디어문화예술 고등학교	73.68%	26.32%	57	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

6-4. 공모전 입상 경험

○ 공모전 입상 경험 여부에 대해서는 '있음'이 26.42%, '없음'이 73.58%로 나타났다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 35> 공모전 입상 경험의 경우 '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교', '일반 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 35> 공모전 입상 경험

응답자 특성		있음	없음	빈도	x2
전체		26.42%	73.58%	352	
성별	남자	27.74%	72.26%	155	0.249
	여자	25.38%	74.62%	197	
연령대	10대	27.27%	72.73%	308	0.220

	20대	22.22%	77.78%	18	
거주지	서울	25.33%	74.67%	225	1.568
	수도권	34.00%	66.00%	50	
	비수도권	26.56%	73.44%	64	
소속	중학교	17.47%	82.53%	166	27.915***
	일반 고등학교	28.71%	71.29%	101	
	미디어문화예술 고등학교	54.90%	45.10%	51	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

III. 미디어프로그램 경험 및 만족도

1. 미디어 프로그램 참가 경험

○ 미디어 프로그램 참가 경험에 참가한 경험이 있는지 여부에 대해서는 '예'가 36.60%, '아니오'가 63.40%로 나타났다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 36> 미디어 프로그램 참가 경험의 경우 '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교', '일반 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 36> 미디어 프로그램 참가 경험

응답자 특성		있음	없음	빈도	χ ²
전체		36.60%	63.40%	858	
성별	남자	35.56%	64.44%	360	0.340
	여자	37.50%	62.50%	496	
연령대	10대	36.71%	63.29%	741	4.142*
	20대	50.98%	49.02%	51	
거주지	서울	35.69%	64.31%	622	6.477*
	수도권	48.96%	51.04%	96	
	비수도권	35.19%	64.81%	108	
소속	중학교	30.10%	69.90%	525	23.153***
	일반 고등학교	41.04%	58.96%	173	
	미디어문화예술 고등학교	55.70%	44.30%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

1-1. 교육에 대한 만족도

○ <표 37> 교육에 대한 만족도의 평균을 보면 미디어제작캠프의 평균값이 2.063으로 가장 높게 나타났다.

이어서 미디어제작아카데미(2.063), 미디어치료 및 상담(2.058), 미디어리터러시 교육(2.0), 미디어분야 진로/직업체험(1.985), 미디어동아리(1.923), 미디어 단순체험(1.895) 순으로 나타났다.

<표 37> 교육에 대한 만족도

	N	최솟값	최댓값	평균	표준편차
미디어리터러시 교육	325	1	5	2.000	0.824
미디어 단순체험	343	1	5	1.895	0.842
미디어분야 진로/직업체험	334	1	5	1.985	0.895
미디어치료 및 상담	277	1	5	2.058	0.942
미디어동아리	311	1	5	1.923	0.909
미디어제작캠프	245	1	5	2.094	0.977
미디어제작아카데미	253	1	5	2.063	0.919

○ 미디어리터러시 교육에 대한 만족도에 대해서 응답자의 74.54%가 긍정적으로 응답하였다.

○ 응답자의 특성에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 38> 미디어리터러시 교육에 대한 만족도

응답자 특성		매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족	빈도	χ ²
전체		37.00%	37.54%	29.23%	0.92%	0.31%	1	
성별	남자	36.52%	33.91%	27.83%	1.74%	0.00%	115	3.608
	여자	29.67%	39.23%	30.14%	0.48%	0.48%	209	
연령대	10대	34.66%	35.38%	28.88%	0.72%	0.36%	277	8.420
	20대	14.29%	66.67%	19.05%	0.00%	0.00%	21	
거주지	서울	31.00%	37.99%	30.13%	0.44%	0.44%	229	5.848
	수도권	41.86%	37.21%	18.60%	2.33%	0.00%	43	
	비수도권	31.71%	36.59%	31.71%	0.00%	0.00%	41	
소속	중학교	32.80%	34.95%	30.65%	1.08%	0.54%	186	5.282
	일반 고등학교	40.63%	29.69%	28.13%	1.56%	0.00%	64	
	미디어문화예술 고등학교	24.39%	46.34%	29.27%	0.00%	0.00%	41	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

- 미디어 단순체험에 대한 만족도에 대해서 응답자의 75.22%가 긍정적으로 응답하였다.
- 응답자의 특성에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 39> 미디어 단순체험에 대한 만족도

응답자 특성		매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족	빈도	χ2
전체		37.90%	37.32%	22.74%	1.46%	0.58%	343	
성별	남자	42.52%	39.37%	16.54%	1.57%	0.00%	127	5.691
	여자	35.35%	36.28%	26.05%	1.40%	0.93%	215	
연령대	10대	39.80%	36.05%	22.11%	1.36%	0.68%	294	1.147
	20대	36.36%	45.45%	18.18%	0.00%	0.00%	22	
거주지	서울	37.80%	36.99%	23.17%	1.22%	0.81%	246	2.175
	수도권	40.91%	38.64%	18.18%	2.27%	0.00%	44	
	비수도권	39.02%	39.02%	21.95%	0.00%	0.00%	41	
소속	중학교	35.90%	38.46%	23.08%	2.05%	0.51%	195	3.686
	일반 고등학교	42.25%	38.03%	18.31%	1.41%	0.00%	71	
	미디어문화예술 고등학교	42.86%	30.95%	26.19%	0.00%	0.00%	42	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

- 미디어분야 진로/직업체험에 대한 만족도에 대해서 응답자의 68.57%가 긍정적으로 응답하였다.
- 응답자의 특성에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 40> 미디어분야 진로/직업체험에 대한 만족도

응답자 특성		매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족	빈도	χ2
전체		36.53%	32.04%	28.44%	2.40%	0.60%	334	
성별	남자	44.35%	33.06%	19.35%	3.23%	0.00%	124	10.521
	여자	32.06%	31.58%	33.49%	1.91%	0.96%	209	
연령대	10대	39.10%	30.80%	26.99%	2.42%	0.69%	289	2.173
	20대	26.32%	42.11%	26.32%	5.26%	0.00%	19	

거주지	서울	35.90%	30.77%	30.34%	2.14%	0.85%	234	4.999
	수도권	44.19%	32.56%	18.60%	4.65%	0.00%	43	
	비수도권	35.56%	37.78%	24.44%	2.22%	0.00%	45	
소속	중학교	38.42%	29.47%	30.00%	1.58%	0.53%	190	6.477
	일반 고등학교	36.99%	32.88%	24.66%	4.11%	1.37%	73	
	미디어문화예술 고등학교	27.50%	40.00%	32.50%	0.00%	0.00%	40	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

- 미디어치료 및 상담에 대한 만족도에 대해서 응답자의 64.62%가 긍정적으로 응답하였다.
- 응답자의 특성에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 41> 미디어치료 및 상담에 대한 만족도

응답자 특성		매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족	빈도	χ2
전체		35.02%	29.60%	31.05%	3.25%	1.08%	277	
성별	남자	44.33%	26.80%	24.74%	3.09%	1.03%	97	5.914
	여자	30.17%	30.73%	34.64%	3.35%	1.12%	179	
연령대	10대	36.48%	27.90%	30.90%	3.43%	1.29%	233	8.204
	20대	23.81%	57.14%	19.05%	0.00%	0.00%	21	
거주지	서울	34.04%	29.79%	31.38%	3.72%	1.06%	188	3.870
	수도권	40.54%	32.43%	24.32%	0.00%	2.70%	37	
	비수도권	37.50%	27.50%	32.50%	2.50%	0.00%	40	
소속	중학교	35.71%	30.52%	29.87%	3.25%	0.65%	154	7.537
	일반 고등학교	39.66%	18.97%	36.21%	1.72%	3.45%	58	
	미디어문화예술 고등학교	30.56%	27.78%	36.11%	5.56%	0.00%	36	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

- 미디어동아리에 대한 만족도에 대해서 응답자의 71.38%가 긍정적으로 응답하였다.
- 성별, 남자와 여자 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다. '남자'가 '여자'보다 미디어동아리에 대한 만족도에 대한 응답률이 높았다.

<표 42> 미디어동아리에 대한 만족도

응답자 특성		매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족	빈도	χ2
전체		40.19%	31.19%	26.05%	1.29%	1.29%	311	
성별	남자	50.47%	32.71%	14.95%	1.87%	0.00%	107	14.674 **
	여자	34.98%	30.05%	32.02%	0.99%	1.97%	203	
연령대	10대	40.96%	30.63%	25.46%	1.48%	1.48%	271	1.221
	20대	35.29%	41.18%	23.53%	0.00%	0.00%	17	
거주지	서울	39.81%	28.91%	28.44%	0.95%	1.90%	211	7.039
	수도권	39.13%	39.13%	19.57%	2.17%	0.00%	46	
	비수도권	46.62%	33.33%	16.67%	2.38%	0.00%	42	
소속	중학교	39.41%	31.18%	26.47%	1.18%	1.76%	170	3.856
	일반 고등학교	46.38%	28.99%	23.19%	1.45%	0.00%	69	
	미디어문화예술 고등학교	35.71%	30.95%	30.95%	2.38%	0.00%	42	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

- 미디어제작캠프에 대한 만족도에 대해서 응답자의 62.45%가 긍정적으로 응답하였다.
○ 응답자의 특성에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 43> 미디어제작캠프에 대한 만족도

응답자 특성		매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족	빈도	χ2
전체		35.10%	27.35%	31.84%	4.49%	1.22%	245	
성별	남자	45.57%	26.58%	21.52%	5.06%	1.27%	79	7.613
	여자	30.30%	27.27%	36.97%	4.24%	1.21%	165	
연령대	10대	36.23%	27.54%	29.95%	4.83%	1.45%	207	2.482
	20대	37.50%	12.50%	43.75%	6.25%	0.00%	16	
거주지	서울	34.76%	28.05%	31.71%	4.27%	1.22%	164	3.571
	수도권	40.00%	25.71%	25.71%	8.57%	0.00%	35	
	비수도권	35.29%	23.53%	35.29%	2.94%	2.94%	34	

소속	중학교	34.53%	33.81%	28.78%	2.16%	0.72%	139	10.827
	일반 고등학교	38.00%	18.00%	32.00%	10.00%	2.00%	50	
	미디어문화예술 고등학교	29.03%	25.81%	38.71%	6.45%	0.00%	31	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

- 미디어제작아카데미에 대한 만족도에 대해서 응답자의 63.24%가 긍정적으로 응답하였다.
○ 응답자의 특성에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 44> 미디어제작아카데미에 대한 만족도

응답자 특성		매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족	빈도	χ2
전체		34.39%	28.85%	33.60%	2.37%	0.79%	253	
성별	남자	39.29%	27.38%	38.57%	4.76%	0.00%	84	5.794
	여자	32.14%	29.76%	35.71%	1.19%	1.19%	168	
연령대	10대	36.45%	27.57%	32.24%	2.80%	0.93%	214	4.498
	20대	18.75%	50.00%	31.25%	0.00%	0.00%	16	
거주지	서울	32.75%	30.41%	33.92%	1.75%	1.17%	171	4.939
	수도권	41.67%	27.78%	27.78%	2.78%	0.00%	36	
	비수도권	38.24%	20.59%	35.29%	5.88%	0.00%	34	
소속	중학교	33.33%	30.50%	33.33%	2.13%	0.71%	141	8.872
	일반 고등학교	42.31%	15.38%	36.54%	5.77%	0.00%	52	
	미디어문화예술 고등학교	30.30%	36.36%	33.33%	0.00%	0.00%	33	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

2. 미디어체험 프로그램 선택 시 중요하게 생각하는 것

○ 응답자의 '미디어체험 프로그램 선택 시 중요하게 생각하는 것'은 관심사 673명(32.9%), 진로 502명(24.6%), 능력향상 415명(20.3%), 유행 256명(12.5%), 단순체험 144명(7%), 기타 53명(2.6%)순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '관심사'로 나타났다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 47> 응답 2위 진로의 경우 '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교', '일반 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 월등히 높았다.

<표 45> 상호 교차 선택 (빈도)

	진로	관심사	유행	단순체험	능력향상	기타
진로						
관심사	377					
유행	99	198				
단순체험	56	88	39			
능력향상	263	308	80	29		
기타	12	15	3	7	8	
전체	502	673	256	144	415	53

<표 46> 응답 1위 관심사

응답자 특성		비중요	중요	빈도	χ ²
성별	남자	23.59%	76.41%	373	7.130**
	여자	31.63%	68.37%	566	
연령대	10대	27.99%	72.01%	811	3.663
	20대	15.59%	84.31%	51	
거주지	서울	28.24%	71.76%	687	1.640
	수도권	24.49%	75.51%	98	
	비수도권	23.28%	76.72%	116	

소속	중학교	33.00%	67.00%	600	13.215**
	일반 고등학교	26.78%	73.22%	183	
	미디어문화예술 고등학교	13.92%	86.08%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 47> 응답 2위 진로

응답자 특성		비중요	중요	빈도	χ ²
성별	남자	42.09%	57.91%	373	4.920*
	여자	49.47%	50.53%	566	
연령대	10대	46.24%	53.76%	811	0.495
	20대	41.18%	58.82%	51	
거주지	서울	47.16%	52.84%	687	2.435
	수도권	38.78%	61.22%	98	
	비수도권	46.55%	53.45%	116	
소속	중학교	52.67%	47.33%	600	30.013***
	일반 고등학교	39.89%	60.11%	183	
	미디어문화예술 고등학교	22.78%	77.22%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 48> 응답 3위 능력향상

응답자 특성		비중요	중요	빈도	χ ²
성별	남자	55.23%	44.77%	373	0.083
	여자	56.18%	43.82%	566	
연령대	10대	55.73%	44.27%	811	8.085**
	20대	35.29%	64.71%	51	
거주지	서울	56.91%	43.09%	687	14.568**
	수도권	37.76%	62.24%	98	
	비수도권	61.21%	38.79%	116	

소속	중학교	60.00%	40.00%	600	10.090**
	일반 고등학교	54.64%	45.36%	183	
	미디어문화예술 고등학교	41.77%	58.23%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

3. 미디어 체험 참여 결정에 가장 큰 영향을 주는 사람

○ 응답자의 '미디어 체험 참여 결정에 가장 큰 영향을 주는 사람'은 본인결정 515명(53%), 친구 194명(20%), 부모님 147명(15.1%), 학교선생님 68명(7%), 형제 18명(1.9%), 학원선생님 3명(3%)순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '본인결정'으로 나타났다.

○ 연령대, 10대와 20대 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 50> 응답 1위 본인결정의 경우 '20대'가 '10대'보다 응답률이 높았다.

○ 거주지, 서울과 수도권, 비수도권의 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 50> 응답 1위 본인결정의 경우 '수도권'에 거주하는 응답자가 '서울'과 '비수도권'에 거주하는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 52> 응답 3위 부모님의 경우 '서울'에 거주하는 응답자가 '수도권'과 '비수도권'에 거주하는 응답자보다 응답률이 높았다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 50> 응답 1위 본인결정의 경우 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 52> 응답 3위 부모님의 경우 '중학교'에 소속되어 있는 응답자가 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 월등히 응답률이 높았다.

<표 49> 상호 교차 선택 (빈도)

	본인결정	부모님	형제	친구	학교선생님	학원선생님	기타
본인결정							
부모님	16						
형제	3	3					
친구	21	9	6				
학교선생님	4	5	2	7			
학원선생님	0	0	0	0	0		
기타	2	2	0	2	0	0	
전체	515	147	18	194	68	3	27

<표 50> 응답 1위 본인결정

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	45.58%	54.42%	373	0.011
	여자	45.23%	54.77%	566	
연령대	10대	46.36%	53.46%	811	13.890***
	20대	19.61%	80.39%	51	
거주지	서울	48.62%	51.38%	687	23.093***
	수도권	26.53%	73.47%	98	
	비수도권	33.62%	66.38%	116	
소속	중학교	55.17%	44.83%	600	43.130***
	일반 고등학교	31.69%	68.31%	183	
	미디어문화예술 고등학교	29.11%	70.89%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 52> 응답 3위 부모님

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	82.45%	15.55%	373	0.000
	여자	84.45%	15.55%	566	
연령대	10대	83.85%	16.15%	811	7.452**
	20대	98.04%	1.96%	51	
거주지	서울	81.22%	18.78%	687	23.122***
	수도권	94.90%	5.10%	98	
	비수도권	94.83%	5.17%	116	
소속	중학교	77.83%	22.17%	600	38.521***
	일반 고등학교	95.63%	4.37%	183	
	미디어문화예술 고등학교	93.67%	6.33%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 51> 응답 2위 친구

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	79.36%	20.64%	373	0.015
	여자	79.68%	20.32%	566	
연령대	10대	79.16%	20.84%	811	0.781
	20대	84.31%	15.69%	51	
거주지	서울	78.31%	21.69%	687	1.758
	수도권	83.67%	16.33%	98	
	비수도권	81.03%	18.97%	116	
소속	중학교	78.17%	21.83%	600	0.820
	일반 고등학교	79.78%	20.22%	183	
	미디어문화예술 고등학교	82.28%	17.72%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

3-1. 본인결정인 경우 정보를 얻는 곳

○ 응답자의 '본인결정인 경우 정보를 얻는 곳'은 포털검색 357명(39.9%), SNS검색 346명(38.7%), 학교게시판 109명(12.2%), 기타 58명(6.5%), 현수막 24명(2.7%) 순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '포털검색'으로 나타났다.

○ 거주지, 서울과 수도권, 비수도권의 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 54> 응답 1위 포털검색의 경우 '수도권'에 거주하는 응답자가 '서울'과 '비수도권'에 거주하는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 56> 응답 3위 학교게시판의 경우 '서울'에 거주하는 응답자가 '수도권'과 '비수도권'에 거주하는 응답자보다 응답률이 높았다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 54> 응답 1위 포털검색의 경우 '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교', '일반 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 55> 응답 2위 SNS검색의 경우 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 56> 응답 3위 학교게시판의 경우 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 53> 상호 교차 선택 (빈도)

	포털검색	SNS검색	학교게시판	현수막	기타
포털검색					
SNS검색	207				
학교게시판	57	58			
현수막	15	13	13		
기타	10	7	3	1	
전체	357	346	109	24	58

<표 54> 응답 1위 포털검색

응답자 특성		아님	맞음	빈도	χ ²
성별	남자	64.08%	35.92%	373	1.039
	여자	60.78%	39.22%	566	
연령대	10대	61.41%	38.59%	811	5.337*

	20대	45.10%	54.90%	51	
거주지	서울	65.07%	34.93%	687	20.539***
	수도권	42.86%	57.14%	98	
	비수도권	54.31%	45.69%	116	
소속	중학교	71.83%	28.17%	600	64.366***
	일반 고등학교	53.01%	46.99%	183	
	미디어문화예술 고등학교	30.38%	69.62%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 55> 응답 2위 SNS검색

응답자 특성		아님	맞음	빈도	χ ²
성별	남자	64.34%	35.66%	373	0.313
	여자	62.54%	37.46%	566	
연령대	10대	64.24%	35.76%	811	4.788*
	20대	49.02%	50.98%	51	
거주지	서울	65.65%	34.35%	687	13.309**
	수도권	47.96%	52.04%	98	
	비수도권	56.90%	43.10%	116	
소속	중학교	72.00%	28.00%	600	43.330***
	일반 고등학교	53.01%	46.99%	183	
	미디어문화예술 고등학교	41.77%	58.23%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 56> 응답 3위 학교게시판

응답자 특성		아님	맞음	빈도	χ ²
성별	남자	87.13%	12.87%	373	0.958
	여자	89.22%	10.78%	566	
연령대	10대	87.92%	12.08%	811	0.237

	20대	90.20%	9.80%	51	
거주지	서울	90.68%	9.32%	687	19.282***
	수도권	76.53%	23.47%	98	
	비수도권	83.62%	16.38%	116	
소속	중학교	93.83%	6.17%	600	64.115***
	일반 고등학교	77.60%	22.40%	183	
	미디어문화예술 고등학교	69.62%	30.38%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

IV. 미디어프로그램 참여수요

1. 미디어프로그램의 참여기회가 있다면 신청할 의사

○ 미디어프로그램의 참여기회가 있다면 신청할 의사가 있는지 여부에 대해서는 '예'가 54.05%, '아니오'가 45.95%로 나타났다.

○ 성별, 남자와 여자 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 57> 응답 1위 정보부족의 경우 '남자'가 '여자'보다 응답률이 높았다.

○ 거주지, 서울과 수도권, 비수도권의 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 57> 응답 1위 정보부족의 경우 '수도권'과 '비수도권'에 거주하는 응답자가 '서울'에 거주하는 응답자보다 응답률이 높았다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 57> 응답 1위 정보부족의 경우 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 57> 미디어프로그램 신청 의사

응답자 특성		있음	없음	빈도	x2
전체		54.05%	45.95%	901	
성별	남자	64.50%	35.50%	369	26.889***
	여자	46.98%	53.02%	530	
연령대	10대	53.80%	46.20%	777	8.299**
	20대	74.51%	25.49%	51	
거주지	서울	51.37%	48.63%	658	18.897***
	수도권	66.67%	33.33%	96	
	비수도권	69.91%	30.09%	113	
소속	중학교	44.23%	55.77%	563	49.248***
	일반 고등학교	69.83%	30.17%	179	
	미디어문화예술 고등학교	72.15%	27.85%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

1-1 참여하고 싶은 프로그램 선호도

○ 응답자의 '참여하고 싶은 프로그램 선호도'는 미디어제작아카데미(4.322), 미디어리터러시 교육(4.237), 미디어제작캠프(4.021), 미디어치료 및 상담(3.665), 미디어분야 진로/직업체험(3.277), 미디어동아리(3.05), 미디어 단순체험(2.774)순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '미디어제작아카데미'로 나타났다.

<표 58> 참여하고 싶은 프로그램 선호도

	N	최솟값	최댓값	평균	표준편차
미디어리터러시 교육	514	1	7	4.237	2.084
미디어 단순체험	517	1	7	2.774	1.749
미디어분야 진로/직업체험	513	1	7	3.277	1.874
미디어치료 및 상담	508	1	7	3.665	1.873
미디어동아리	515	1	7	3.050	1.870
미디어제작캠프	513	1	7	4.021	2.113
미디어제작아카데미	510	1	7	4.322	2.081

<표 59> 선호도 우선순위 1위 미디어제작아카데미

응답자 특성		1	2	3	4	5	6	7	빈도	x2
전체		14.12%	12.16%	9.61%	12.16%	13.33%	20.78%	17.84%	510	
성 별	남자	13.58%	9.05%	10.29%	11.52%	12.76%	24.28%	18.52%	243	6.712
	여자	14.66%	14.66%	9.02%	12.78%	13.91%	17.67%	17.29%	266	
	10대	12.87%	11.72%	8.28%	13.10%	14.02%	21.61%	18.39%	435	5.139
	20대	21.05%	18.42%	10.53%	10.53%	13.16%	13.16%	13.16%	38	
거 주 지	서울	12.64%	11.24%	8.43%	12.36%	14.33%	21.63%	19.38%	356	16.73 4
	수도권	27.42%	17.74%	9.68%	11.29%	9.68%	12.90%	11.29%	62	
	비수도권	12.05%	12.05%	12.05%	10.84%	12.05%	24.10%	16.87%	83	
소 속	중학교	9.93%	10.66%	7.72%	10.66%	15.81%	23.53%	21.69%	272	19.81 1
	일반 고등학교	16.67%	11.90%	11.90%	15.08%	10.32%	21.43%	12.70%	126	
	미디어문화예술 고등학교	21.43%	17.86%	8.93%	12.50%	10.71%	14.29%	14.29%	56	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 60>선호도 우선순위 2위 미디어리터러시 교육

응답자 특성		1	2	3	4	5	6	7	빈도	x2
전체		12.84%	12.84%	14.40%	13.42%	12.65%	11.87%	21.98%	514	
성 별	남자	11.11%	12.76%	11.11%	13.58%	14.40%	13.17%	23.87%	243	7.066
	여자	14.44%	12.59%	17.41%	13.33%	11.11%	10.74%	20.37%	270	
연 령 대	10대	11.62%	13.44%	13.90%	13.90%	12.98%	11.39%	22.78%	439	3.884
	20대	15.79%	10.53%	18.42%	15.79%	5.26%	15.79%	18.42%	38	
거 주 지	서울	12.85%	8.94%	13.97%	14.80%	13.13%	12.57%	23.74%	358	27.96 5**
	수도권	17.46%	22.22%	22.22%	7.94%	7.94%	7.94%	14.29%	63	
	비수도권	7.14%	22.62%	10.71%	13.10%	14.29%	10.71%	21.43%	84	
소 속	중학교	14.80%	9.39%	12.64%	12.64%	14.44%	13.00%	23.10%	277	16.04 1
	일반 고등학교	10.48%	20.97%	12.90%	13.71%	11.29%	8.87%	21.77%	124	
	미디어문화예술 고등학교	10.71%	10.71%	21.43%	12.50%	14.29%	12.50%	17.86%	56	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 61>선호도 우선순위 3위 미디어제작캠프

응답자 특성		1	2	3	4	5	6	7	빈도	x2
전체		17.15%	13.84%	12.67%	10.92%	13.06%	16.18%	16.18%	513	
성 별	남자	17.77%	13.22%	13.64%	9.50%	14.05%	17.36%	14.46%	242	3.044
	여자	16.30%	14.44%	11.85%	12.22%	12.22%	15.19%	17.78%	270	
	10대	17.58%	13.47%	11.42%	10.27%	13.93%	17.35%	15.98%	438	10.45 8
	20대	5.26%	23.68%	15.79%	10.53%	7.89%	10.53%	26.32%	38	
거 주 지	서울	17.37%	13.45%	12.04%	10.08%	12.89%	17.65%	16.53%	357	5.861
	수도권	23.81%	14.29%	14.29%	12.70%	9.52%	12.70%	12.70%	63	
	비수도권	13.10%	14.29%	13.10%	11.90%	15.48%	14.29%	17.86%	84	
소 속	중학교	18.68%	12.82%	12.09%	11.72%	12.45%	17.58%	14.65%	273	6.931
	일반 고등학교	15.63%	14.06%	13.28%	7.81%	17.19%	16.41%	15.63%	128	
	미디어문화예술 고등학교	22.81%	10.53%	10.53%	14.04%	10.53%	12.28%	19.30%	57	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 62>선호도 우선순위 4위 미디어치료 및 상담

응답자 특성		1	2	3	4	5	6	7	빈도	×2
전체		13.98%	18.11%	17.32%	19.09%	12.40%	7.68%	11.42%	508	
성 별	남자	13.75%	18.75%	18.75%	17.92%	11.25%	8.33%	11.25%	240	1.811
	여자	14.23%	17.23%	16.10%	20.22%	13.48%	7.12%	11.61%	267	
	10대	14.06%	17.74%	17.28%	18.43%	12.44%	7.83%	12.21%	434	5.011
	20대	13.51%	27.03%	13.51%	21.62%	16.22%	2.70%	5.41%	37	
거 주 지	서울	13.64%	17.05%	18.75%	18.75%	13.35%	7.10%	11.36%	352	10.21 3
	수도권	17.46%	20.63%	19.05%	20.63%	9.52%	3.17%	9.52%	63	
	비수도권	14.29%	17.86%	10.71%	17.86%	11.90%	13.10%	14.29%	84	
소 속	중학교	12.31%	17.91%	18.66%	18.66%	13.81%	7.46%	11.19%	268	9.623
	일반 고등학교	11.72%	18.75%	15.63%	19.53%	11.72%	9.38%	13.28%	128	
	미디어문화예술 고등학교	25.00%	14.29%	17.86%	16.07%	7.14%	7.14%	12.50%	56	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 63> 선호도 우선순위 5위 미디어분야 진로/직업체험

응답자 특성		1	2	3	4	5	6	7	빈도	×2
전체		22.22%	18.52%	19.10%	12.48%	11.70%	9.16%	6.82%	513	
성 별	남자	18.18%	16.94%	21.49%	15.29%	12.81%	9.50%	5.79%	242	9.376
	여자	25.93%	19.63%	17.04%	10.00%	10.74%	8.89%	7.78%	270	
	10대	22.50%	18.86%	19.09%	12.73%	11.59%	11.59%	8.18%	440	6.590
	20대	21.62%	18.92%	13.51%	16.22%	8.11%	18.92%	2.70%	37	
거 주 지	서울	21.23%	19.27%	19.55%	12.29%	12.29%	9.50%	5.87%	358	16.26 5
	수도권	31.25%	14.06%	25.00%	10.94%	7.81%	9.38%	1.56%	64	
	비수도권	21.95%	17.07%	14.63%	15.85%	9.76%	7.32%	13.41%	82	
소 속	중학교	18.55%	18.91%	20.36%	12.00%	14.55%	8.00%	7.64%	275	18.47 7
	일반 고등학교	24.60%	18.25%	19.05%	11.90%	7.94%	7.94%	10.32%	126	
	미디어문화예술 고등학교	35.09%	21.05%	15.79%	12.27%	5.26%	10.53%	0.00%	57	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 64> 선호도 우선순위 6위 미디어동아리

응답자 특성		1	2	3	4	5	6	7	빈도	×2
전체		29.71%	16.89%	15.15%	12.82%	13.01%	7.18%	5.24%	515	
성 별	남자	32.92%	15.64%	16.46%	11.52%	11.52%	6.17%	5.76%	243	4.706
	여자	26.94%	17.71%	14.02%	14.02%	14.39%	8.12%	4.80%	271	
	10대	29.32%	17.73%	15.00%	12.50%	12.95%	7.05%	5.45%	440	4.534
	20대	31.58%	10.53%	7.89%	21.05%	15.79%	7.89%	5.26%	38	
거 주 지	서울	28.41%	16.43%	15.60%	12.53%	13.37%	7.80%	5.85%	359	14.79 9
	수도권	32.81%	23.44%	3.13%	17.19%	15.63%	4.69%	3.13%	64	
	비수도권	31.33%	14.46%	21.69%	12.05%	10.84%	4.82%	4.82%	83	
소 속	중학교	29.04%	17.28%	15.81%	11.76%	12.50%	6.99%	6.62%	272	5.521
	일반 고등학교	30.00%	15.38%	16.15%	11.54%	13.85%	8.46%	4.62%	130	
	미디어문화예술 고등학교	35.09%	15.79%	14.04%	17.54%	10.53%	5.26%	1.75%	57	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 65>선호도 우선순위 7위 미디어 단순체험

응답자 특성		1	2	3	4	5	6	7	빈도	×2
전체		30.75%	23.40%	16.05%	11.80%	7.35%	6.77%	3.87%	517	
성 별	남자	33.20%	18.44%	16.39%	14.34%	7.38%	5.74%	4.51%	244	9.206
	여자	28.68%	27.57%	15.81%	9.56%	7.35%	7.72%	3.31%	272	
	10대	31.08%	23.42%	15.99%	12.61%	7.21%	5.63%	4.05%	444	3.978
	20대	24.32%	32.43%	18.92%	5.41%	5.41%	8.11%	5.41%	37	
거 주 지	서울	28.73%	24.59%	16.02%	13.81%	7.46%	5.25%	4.14%	362	26.26 2*
	수도권	34.92%	33.33%	6.35%	7.94%	4.76%	7.94%	4.76%	63	
	비수도권	38.55%	10.84%	22.89%	6.02%	8.43%	10.84%	2.41%	83	
소 속	중학교	29.50%	22.30%	14.75%	14.39%	8.63%	6.47%	3.96%	278	15.39 0
	일반 고등학교	33.59%	19.53%	17.19%	10.16%	5.47%	9.38%	4.69%	128	
	미디어문화예술 고등학교	33.33%	31.58%	21.05%	5.26%	7.02%	1.75%	0.00%	57	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

1-2. '미디어분야 진로/직업체험'을 1순위로 선택한 경우 희망직업

○ 응답자의 '미디어분야 진로/직업체험'을 1순위로 선택한 경우 희망직업'은 기타 139명(33.3%), PD 105명(25.2%), 작가 47명(11.3%), 촬영감독 47명(11.3%), 아나운서 39명(9.4%), 기자 30명(7.2%), 보도사진기자 10명(2.4%)순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '기타'로 나타났다. '기타'를 선택한 응답자들은 '개인미디어콘텐츠 제작자, 공연마케터, 그래픽디자이너, 성우, 애니메이터, 영상편집자, 영화사 직원, 음향기사, 조명기사, 작곡/사운드디자인, 크리에이터, 패션에디터 등'의 응답을 하였다.

○ 설문에 참여한 대상 중 두 번째로 많은 비율을 차지하는 응답은 'PD'로 나타났다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 68> 응답 2위 PD의 경우 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 66> 상호 교차 선택 (빈도)

	기자	아나운서	PD	작가	촬영감독	보도사진 기자	기타
기자							
아나운서	0						
PD	1	1					
작가	0	0	0				
촬영감독	0	0	0	1			
보도사진 기자	0	0	0	0	0		
기타	6	0	0	1	0	0	
전체	30	39	105	47	47	10	139

<표 67> 응답 1위 기타

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	88.20%	11.80%	373	3.608
	여자	83.75%	16.25%	566	
연령대	10대	84.96%	15.04%	811	1.993

	20대	92.16%	7.84%	51	
거주지	서울	85.59%	14.41%	687	0.805
	수도권	86.73%	13.27%	98	
	비수도권	82.76%	17.24%	116	
소속	중학교	84.67%	15.33%	600	0.595
	일반 고등학교	86.89%	13.11%	183	
	미디어문화예술 고등학교	86.08	13.92	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 68> 응답 2위 PD

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	88.47%	11.53%	373	0.075
	여자	89.05%	10.95%	566	
연령대	10대	88.66%	11.34%	811	0.008
	20대	88.24%	11.76%	51	
거주지	서울	90.10%	9.90%	687	7.442*
	수도권	81.63%	18.37%	98	
	비수도권	85.34%	14.66%	116	
소속	중학교	91.67%	8.33%	600	19.849***
	일반 고등학교	80.33%	19.67%	183	
	미디어문화예술 고등학교	83.54%	16.46%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

2. 미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다면 그 이유는(중복체크)

○ 응답자의 '미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다면 그 이유는'은 정보부족 370명 (24.9%), 일정중복 251명(16.9%), 학업 204명(13.7%) 혼자참가 200명(13.5%) 기타 199명 (13.4%), 비용 153명(10.3%), 모집마감 107명(7.2%)순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '정보부족'으로 나타났다.

○ 성별, 남자와 여자 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 70> 응답 1위 정보부족의 경우 '남자'가 '여자'보다 응답률이 높았다.

○ 연령대, 10대와 20대 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 70> 응답 1위 정보부족의 경우 '20대'가 '10대'보다 응답률이 월등히 높았다.

○ 거주지, 서울과 수도권, 비수도권의 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 70> 응답 1위 정보부족의 경우 '수도권'과 '비수도권'에 거주하는 응답자가 '서울'에 거주하는 응답자보다 응답률이 높았다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 70> 응답 1위 정보부족의 경우 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 71> 응답 2위 일정중복의 경우 '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교', '일반 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 69> 상호 교차 선택 (빈도)

	비용	정보부족	일정중복	모집마감	혼자참가	학업	기타
비용							
정보부족	82						
일정중복	49	105					
모집마감	17	41	45				
혼자참가	48	81	67	31			
학업	32	72	70	24	52		
기타	5	22	13	2	8	13	
전체	153	370	251	107	200	204	199

<표 70> 응답 1위 정보부족

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	54.42%	45.58%	373	10.589**
	여자	65.02%	34.98%	566	
연령대	10대	61.65%	38.35%	811	20.738***
	20대	29.41%	70.59%	51	
거주지	서울	64.05%	35.95%	687	20.991***
	수도권	43.88%	56.12%	98	
	비수도권	49.14%	50.86%	116	
소속	중학교	70.33%	29.67%	600	46.086***
	일반 고등학교	43.17%	56.83%	183	
	미디어문화예술 고등학교	56.96%	43.04%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 71> 응답 2위 일정중복

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	75.87%	24.13%	373	1.972
	여자	71.73%	28.27%	566	
연령대	10대	73.49%	26.51%	811	6.654*
	20대	56.86%	43.14%	51	
거주지	서울	73.80%	26.20%	687	4.814
	수도권	63.27%	36.73%	98	
	비수도권	73.28%	26.72%	116	
소속	중학교	78.67%	21.33%	600	16.508***
	일반 고등학교	68.86%	31.15%	183	
	미디어문화예술 고등학교	60.76%	39.24%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 72> 응답 3위 학업

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	79.89%	20.11%	373	0.953
	여자	77.21%	22.79%	566	
연령대	10대	78.30%	21.70%	811	0.923
	20대	72.55%	27.45%	51	
거주지	서울	78.89%	21.11%	687	0.890
	수도권	78.57%	21.43%	98	
	비수도권	75.00%	25.00%	116	
소속	중학교	80.17%	19.83%	600	4.069
	일반 고등학교	73.22%	26.78%	183	
	미디어문화예술 고등학교	77.22%	22.78%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

2-1. 위의 질문에서 ‘일정중복’ 을 선택한 경우 적절한 교육주기와 시간은?(중복체크)

*오전(12시 이전)/오후(18시 이전)/저녁(18시 이후)

○ 응답자의 '적절한 교육주기와 시간은?'은 방학 중 평일 오전(88명), 방학 중 평일 오후(70명), 학기 중 평일 저녁(52명), 학기중평일 오후(50명), 학기 중 주말 오전(39명), 학기 중 주말 오후(35명), 방학 중 평일 저녁(35명), 방학중 주말 오후(33명), 방학 중 주말 오전(25명), 학기 중 주말 저녁(13명), 방학 중 주말 저녁(8명) 순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 ‘방학 중 평일 오전’으로 나타났다.

<표 73> 적절한 교육주기와 시간

	학기중 평일 오후	학기중 평일 저녁	학기중 주말 오전	학기중 주말 오후	학기중 주말 저녁	방학중 평일 오전	방학중 평일 오후	방학중 평일 저녁	방학중 주말 오전	방학중 주말 오후	방학중 주말 저녁
빈 도	50	52	39	35	13	88	70	35	25	33	8

3. 미디어 프로그램 참여시 적절한 교육과정

*단기과정(2~4회) / 장기과정 (5~20회) / 일회성특강(1회) / 기타

○ 응답자의 '미디어체험 프로그램 참여 시 가장 적절한 교육과정'은 단기과정 47.80%, 장기과정 30.55%, 일회성특강 16.37%, 기타 5.27%순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '단기과정'으로 나타났다.

○ 성별, 남자와 여자 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 74> 미디어 프로그램 참여시 적절한 교육과정의 단기과정(1~4회)의 선호도에서 '남자'가 '여자'보다 응답률이 높았다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 74> 미디어 프로그램 참여시 적절한 교육과정의 장기과정(5~20회)의 선호도에서 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 74> 미디어 프로그램 참여시 적절한 교육과정

응답자 특성		단기	장기	일회성 특강	기타	빈도	x2
전체		47.80%	30.55%	16.37%	5.27%	910	
성별	남자	54.25%	30.14%	13.97%	1.64%	365	22.2779 ***
	여자	43.46%	30.94%	18.05%	7.55%	543	
연령대	10대	47.33%	30.79%	16.54%	5.34%	786	5.908
	20대	58.82%	33.33%	5.88%	1.96%	51	
거주지	서울	47.50%	29.35%	17.70%	5.45%	661	12.596
	수도권	46.94%	39.80%	11.22%	2.04%	98	
	비수도권	55.17%	31.90%	10.34%	2.59%	116	
소속	중학교	46.48%	26.41%	19.19%	7.92%	568	31.027 ***
	일반 고등학교	50.82%	37.70%	10.38%	1.09%	183	
	미디어문화예술 고등학교	45.57%	37.97%	16.46%	0.00%	79	

4. 미디어체험프로그램 참여를 통해 기대하는 역량(중복체크)

○ 응답자의 '미디어체험프로그램 참여를 통해 기대하는 역량'은 창의성-융합능력 549명(27.2%), 협력-의사소통능력 405명(20%), 자기관리-자기주도적역량 311명(15.4%), 문제해결능력 300명(14.9%), 공동체역량 196명(9.7%), 비판적사고 180명(8.9%), 기타 79명(3.9%)로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '창의성-융합능력'으로 나타났다.

○ 성별, 남자와 여자 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 77> 응답 2위 협력-의사소통능력의 경우 '남자'가 '여자'보다 응답률이 높았다.

○ 거주지, 서울과 수도권, 비수도권의 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 76> 응답 1위 창의성-융합능력의 경우 '수도권'과 '비수도권'에 거주하는 응답자가 '서울'에 거주하는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 75> 응답 2위 협력-의사소통능력의 경우 '수도권'과 '비수도권'에 거주하는 응답자가 '서울'에 거주하는 응답자보다 응답률이 높았다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 76> 응답 1위 창의성-융합능력의 경우 '일반 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 77> 응답 2위 협력-의사소통능력의 경우 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 75> 상호 교차 선택 (빈도)

	창의성- 융합능력	협력-의사 소통능력	비판적사고	자기주도 적역량	공동체 역량	문제해결 능력	기타
창의성- 융합능력							
협력-의사 소통능력	262						
비판적사고	103	79					
자기주도 적역량	177	127	48				
공동체 역량	105	107	29	52			
문제해결 능력	171	126	56	95	52		
기타	13	6	4	2	3	5	
전체	549	405	180	311	196	300	79

<표 76> 응답 1위 창의성-융합능력

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	38.07%	61.93%	373	3.246
	여자	43.99%	56.01%	566	
연령대	10대	41.68%	58.32%	811	6.552*
	20대	23.53%	76.47%	51	
거주지	서울	44.25%	55.75%	687	18.311***
	수도권	30.61%	69.39%	98	
	비수도권	25.86%	74.14%	116	
소속	중학교	50.00%	50.00%	600	37.920***
	일반 고등학교	24.59%	75.41%	183	
	미디어문화예술 고등학교	37.97%	62.03%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 77> 응답 2위 협력-의사소통능력

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	47.72%	52.28%	373	21.619***
	여자	63.07%	36.93%	566	
연령대	10대	57.09%	42.91%	811	0.337
	20대	52.94%	47.06%	51	
거주지	서울	58.95%	41.05%	687	16.306***
	수도권	50.00%	50.00%	98	
	비수도권	39.66%	60.34%	116	
소속	중학교	63.17%	36.83%	600	25.614***
	일반 고등학교	44.26%	55.74%	183	
	미디어문화예술 고등학교	45.57%	54.43%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 78> 응답 3위 자기관리-자기주도적역량

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	78.02%	21.98%	373	3.164
	여자	82.69%	17.31%	566	
연령대	10대	81.01%	18.99%	811	0.636
	20대	76.47%	23.53%	51	
거주지	서울	82.53%	17.47%	687	5.612
	수도권	75.51%	24.49%	98	
	비수도권	75.00%	25.00%	116	
소속	중학교	82.83%	17.17%	600	6.974*
	일반 고등학교	74.32%	25.68%	183	
	미디어문화예술 고등학교	83.54%	16.46%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

5. 청소년을 대상으로 하는 미디어교육기관에서 진행해야한다고 생각하는 프로그램

미디어 비평 및 분석
미디어교육프로그램
미디어윤리 프로그램
웹툰, 만화
연출에 대한 전반적 기술
글쓰기작가프로그램
영화제작 및 촬영기술 체험 프로그램
미디어 콘텐츠 제작
단편영화 만들기
영화 비평 프로그램
시나리오 수업
편집프로그램배우기
단편영화제작캠프
콘텐츠 기획
1인 미디어 제작
광고교육
각종 매체의 연출
미디어를 잘 다룰 수 있는 프로그램
알맞은 스마트폰 사용
크리에이터
연출/극본 관련
우리가 쉽게 접하는 미디어의 기본 정보
직접 참여해서 미디어창작물을 만들어 내는 활동
자기 표현을 위한 미디어 프로그램
청소년 인권에 대한 미디어 콘텐츠 제작 프로그램
영화 제작 실습과 관련된 프로그램, 멘토와의 만남
청소년들의 관심사나 진로에 대한 것을 실제로 영상에 담아내기
미디어리터러시
1인 미디어 콘텐츠
자기역량 향상 프로그램(영화·사진·디자인등)
여러 분야로 투자하고 수준과 흥미에 맞는 프로그램
인성함양 요즘 시대에 맞는 미디어 실력양성
청소년이 좋아할만한 프로그램
스스로 제작해보는 미디어프로그램
미디어의 문제점
VR 영상 제작 등 다양한 영상 제작
장편영화제작
창의적인 아이디어를 생각해내는 방법에 대해 강의

공동체 역량을 기를 수 있는 프로그램
미디어산업이 앞으로 얼마나 발전할지에 대한 교육
게임, 스트리밍 등등
다양한 종류의 미디어 체험
미디어 진로 캠프
음악제작 및 편집 프로그램
1인 콘텐츠 관련 교육
코딩, 빅데이터, 통계
미디어아트, 미디어융합프로그램
미디어 프로그램 관련 동아리
미디어 터치 교육
프로그래밍
미디어 상담
창의성-융합능력을 기르는 교육
미디어 제작 활동 실습
실습을 하여 동물에 대해 아는 것
미디어 관련 학과 체험
미디어 분야 직업체험
영상제작 동아리
드론같은 실용성이 있는 것
SNS를 통해 조별영상대결
재미있는 프로그램
영화 시청 프로그램
유튜브 영상제작, 편집 특강
미디어를 보는 바른 시선
올바른 SNS 사용법
올바른 미디어 사용법
게임에 대한 설명, 간단한 플레이
SNS 올바른 사용법
공익광고만들기
미디어제작캠프(숙박형)
올바른 미디어 구분
IT기술자와의 만남, 로봇프로그래머 등
유익한 미디어 사용
인공지능 발전
미디어분야 진로/직업체험
방송 만들기
기자, 스포츠기자
프로그래밍

미디어 제작 프로그램
영상 제작 프로그램
스마트폰 중독
창의적으로 생각할 수 있는 프로그램
미디어를 올바르게 활용할 수 있는 방법
미디어 분야와 관련된 진로에 대해 알기
미디어 정보 비디오 감상하기
미래를 위한 체계적인 교육
카메라 프로그램
e스포츠
미디어분야진로/직업체험
올바른 미디어 사용법
UCC만들기
음악과 글, 심리적인 부분을 다루는 프로그램
영상,사진 등을 제작, 미디어 설명(간단하게)
학교폭력을 주제로 삼은 영상 프로그램
미디어의 활용
미디어 단순체험
진로융합형 프로그램
올바른 미디어 사용법
적절한 미디어 문화 사용 특강
새로운 생각을 떠올릴 기회, 기존의 편견을 버리는 활동
심화형 기술제작실습
영화와 디자인 제작하는 프로그램
기자단
드라마 제작
미디어단순체험
미디어치료/상담
드론교육
미디어관련 직업체험
청소년이 이해하기 쉽고 간략한 미디어 교육
미디어 제작 방법과 정보수집 방법 알려주기
협력해서 영상제작
미디어로 진로찾기
미디어 바른 생활
미디어 교육기관 견학
컴퓨터 이용 시간
스마트폰이나 컴퓨터 같은 미디어 체험
미디어 콘텐츠 제작 과정

V. 4차 산업혁명에 따른 자기인식과 프로그램 수요

1. 4차 산업혁명 하면 가장 먼저 떠오르는 분야

○ 응답자의 '4차 산업혁명 하면 가장 먼저 떠오르는 분야'은 인공지능 601명(25.5%), 빅데이터 423명(17.9%), 가상증강현실 342명(14.5%), 기타 308명(13.1%), 차세대통신 233명(9.9%), 드론 233명(9.9%), 자율주행차 141명(6%), 지능형로봇 129명(5.5%), 신재생에너지 76명(3.2%), 스마트시티 75명(3.2%), 지능형반도체 47명(2.0%), 첨단소재 41명(1.7%), 혁신신약 18명(0.8%)순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '인공지능'으로 나타났다.

○ 응답자의 특성에 따라서 통계적으로 유의한 차이가 나타나지 않았다.

<표 79> 상호 교차 선택 (빈도)

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
1													
2	100												
3	268	146											
4	48	27	81										
5	86	32	130	36									
6	120	73	239	33	95								
7	26	15	38	8	10	13							
8	36	19	81	19	33	45	10						
9	17	10	27	3	12	13	1	6					
10	18	9	21	4	6	11	7	2	2				
11	8	2	5	1	3	1	5	1	0	4			
12	28	11	40	7	17	26	13	6	4	8	3		
13	171	65	209	24	62	112	26	37	16	12	3	21	
전체	423	233	601	141	233	342	75	129	47	41	18	76	308

(1) 빅데이터(빅데이터 개방, 활용) / (2) 차세대통신(5G, IoT 상용화) / (3) 인공지능(AI 핵심기술 개발) / (4) 자율주행차(레벨3 자율주행) / (5) 드론(무인기) / (6) 가상증강현실(VR/AR 융합) / (7) 스마트시티 / (8) 지능형로봇(서비스로봇) / (9) 지능형반도체(AI용 반도체) / (10) 첨단소재 / (11) 혁신신약 / (12) 신재생에너지 / (13) 기타

<표 80> 응답 1위 인공지능

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	30.29%	69.71%	373	8.729**
	여자	39.75%	60.25%	566	
연령대	10대	35.02%	64.98%	811	0.281
	20대	31.37%	68.63%	51	
거주지	서울	37.85%	62.15%	687	7.619*
	수도권	26.53%	73.47%	98	
	비수도권	28.45%	71.55%	116	
소속	중학교	40.83%	59.17%	600	11.792**
	일반 고등학교	27.87%	72.13%	183	
	미디어문화예술 고등학교	30.38%	69.62%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 81> 응답 2위 빅데이터

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	57.10%	42.90%	373	1.047
	여자	53.71%	46.29%	566	
연령대	10대	54.87%	45.13%	811	4.733*
	20대	39.22%	60.78%	51	
거주지	서울	55.60%	44.40%	687	11.698
	수도권	38.78%	61.22%	98	
	비수도권	60.34%	39.66%	116	
소속	중학교	58.67%	41.33%	600	6.296*
	일반 고등학교	48.63%	51.37%	183	
	미디어문화예술 고등학교	51.90%	48.10%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 82> 응답 3위 가상증강현실

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	57.10%	42.90%	373	11.199**
	여자	67.84%	32.16%	566	
연령대	10대	62.27%	37.73%	811	1.421
	20대	70.59%	29.41%	51	
거주지	서울	63.03%	36.97%	687	1.746
	수도권	67.35%	32.65%	98	
	비수도권	58.62%	41.38%	116	
소속	중학교	65.67%	34.33%	600	4.731
	일반 고등학교	56.83%	43.17%	183	
	미디어문화예술 고등학교	63.29%	36.71%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

2. 4차 산업혁명시대에 필요하다고 생각하는 역량

○ 응답자의 '4차 산업혁명시대에 필요하다고 생각하는 역량'은 창의성-융합능력 623명(28.7%), 문제해결능력 427명(19.7%), 협력-의사소통능력 401명(18.5%), 비판적사고 312명(14.4%), 자기관리-자기주도적역량 206명(9.5%), 공동체역량 151명(7%), 기타 49명(2.3%)순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '창의성-융합능력'으로 나타났다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 84> 응답 1위 창의성-융합능력 의 경우 '일반 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 83> 상호 교차 선택 (빈도)

	창의성- 융합능력	협력-의사 소통능력	비판적사고	자기주도 적역량	문제해결 능력	공동체역량	기타
창의성- 융합능력							
협력-의사 소통능력	268						
비판적사고	196	110					
자기주도 적역량	117	74	54				
문제해결 능력	305	164	133	76			
공동체역량	88	71	33	20	63		
기타	9	3	3	1	5	1	
빈도	623	401	312	206	427	151	49

<표 84> 응답 1위 창의성-융합능력

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	33.24%	66.76%	373	0.074

	여자	34.10%	65.90%	566	
연령대	10대	33.29%	66.71%	811	2.078
	20대	23.53%	76.47%	51	
거주지	서울	34.93%	65.07%	687	5.695
	수도권	26.53%	73.47%	98	
	비수도권	25.86%	74.14%	116	
소속	중학교	38.50%	61.50%	600	14.930***
	일반 고등학교	22.95%	77.05%	183	
	미디어문화예술 고등학교	35.44%	64.56%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 85> 응답 2위 문제해결능력

응답자 특성		아님	맞음	빈도	χ^2
성별	남자	49.33%	50.67%	373	7.308**
	여자	58.30%	41.70%	566	
연령대	10대	54.25%	45.75%	811	0.132
	20대	56.86%	43.14%	51	
거주지	서울	53.71%	46.29%	687	7.045*
	수도권	66.33%	33.67%	98	
	비수도권	49.14%	50.86%	116	
소속	중학교	54.17%	45.83%	600	1.753
	일반 고등학교	51.91%	48.09%	183	
	미디어문화예술 고등학교	60.76%	39.24%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 86> 응답 3위 협력-의사소통능력

응답자 특성		아님	맞음	빈도	χ^2
성별	남자	56.03%	43.97%	373	0.475
	여자	58.30%	41.70%	566	
연령대	10대	56.47%	43.53%	811	0.003
	20대	56.86%	43.14%	51	
거주지	서울	56.19%	43.81%	687	3.927
	수도권	52.04%	47.96%	98	
	비수도권	64.66%	35.34%	116	
소속	중학교	56.50%	43.50%	600	3.054
	일반 고등학교	60.66%	39.34%	183	
	미디어문화예술 고등학교	65.82%	34.18%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

3. 4차 산업혁명시대와 관련하여 참여하고 싶은 프로그램

○ 응답자의 '4차 산업혁명시대에 필요하다고 생각하는 역량'은 미디어융합 412명(22.3%), 메이커운동 347명(18.8%), 디자인싱킹 322명(17.5%), 미디어아트 301명(16.3%), 사회참여 249명(13.5%), 적정기술 213명(11.6%)순으로 나타났다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '미디어융합'으로 나타났다.

○ 소속, 중학교와 일반 고등학교, 미디어문화예술 고등학교 여부에 따라 통계적으로 유의한 차이가 나타났다.

<표 90> 응답 3위 디자인싱킹의 경우 '일반 고등학교', '미디어문화예술 고등학교'에 소속되어 있는 응답자가 '중학교'에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

<표 87> 상호 교차 선택 (빈도)

	적정기술	메이커운동	디자인싱킹	미디어융합	사회참여	미디어아트
적정기술						
메이커운동	78					
디자인싱킹	61	124				
미디어융합	69	139	112			
사회참여	59	76	72	83		
미디어아트	33	85	94	135	61	
빈도	213	347	322	412	249	301

<표 88> 응답 1위 미디어융합

응답자 특성		아님	맞음	빈도	χ2
성별	남자	60.86%	39.14%	373	5.385*
	여자	53.18%	46.82%	566	
연령대	10대	55.12%	44.84%	811	3.553

	20대	68.63%	31.37%	51	
거주지	서울	55.75%	44.24%	687	0.913
	수도권	60.20%	39.80%	98	
	비수도권	58.62%	41.38%	116	
소속	중학교	54.00%	46.00%	600	1.866
	일반 고등학교	57.92%	42.08%	183	
	미디어문화예술 고등학교	60.76%	39.24%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 89> 응답 2위 메이커운동

응답자 특성		아님	맞음	빈도	χ2
성별	남자	61.66%	38.34%	373	0.591
	여자	64.13%	35.87%	566	
연령대	10대	63.38%	36.62%	811	1.477
	20대	54.90%	45.10%	51	
거주지	서울	62.30%	37.70%	687	0.354
	수도권	59.18%	40.82%	98	
	비수도권	62.07%	37.93%	116	
소속	중학교	62.17%	37.83%	600	1.979
	일반 고등학교	67.21%	32.79%	183	
	미디어문화예술 고등학교	67.09%	32.91%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

<표 90> 응답 3위 디자인싱킹

응답자 특성		아님	맞음	빈도	x2
성별	남자	62.73%	37.27%	373	2.609
	여자	67.84%	32.16%	566	
연령대	10대	66.71%	33.29%	811	2.076
	20대	56.86%	43.14%	51	
거주지	서울	68.27%	31.73%	687	11.724**
	수도권	57.14%	42.86%	98	
	비수도권	54.31%	45.69%	116	
소속	중학교	70.50%	29.50%	600	16.467***
	일반 고등학교	55.19%	44.81%	183	
	미디어문화예술 고등학교	59.49%	40.51%	79	

*p<.05, **p<0.01, ***p<0.001

4. 4차 산업혁명과 관련된 태도

○ 응답자의 '4차 산업혁명과 관련된 태도'에 대한 응답은 다음과 같이 나타났다.

순위	항목
1	나는 4차 산업혁명과 관련한 최신 기술을 배우고 습득하는데 대한 두려움이 있다.
2	나는 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야의 체험활동에 자발적으로 참여해 본 적이 있다.
3	나는 4차 산업혁명시대가 원하는 능력과 기술을 갖추기 위해 열심히 준비하고 있다.
4	나는 4차 산업혁명과 관련한 다양한 체험 정보를 알고 있다.
5	나는 4차 산업혁명과 관련한 주위(언론, 학교 등)의 반응에 걱정이 앞선다.
6	나는 4차 산업혁명과 관련해 관심이 있는 정보를 인터넷을 통해 검색해 본 적이 있다.
7	나는 4차 산업혁명시대와 관련한 최신기술 분야에 대해 알고 있다.
8	나는 4차 산업혁명의 의미를 이해하고 그것이 내 삶에 어떤 영향을 미칠지 알고 있다.
9	나는 4차 산업혁명시대가 요구하는 역량에 대해 알고 있다.

○ 설문에 참여한 대상 중 가장 많은 비율을 차지하는 응답은 '나는 4차 산업혁명과 관련한 최신 기술을 배우고 습득하는데 대한 두려움이 있다'로 나타났다.

1) 나는 4차 산업혁명의 의미를 이해하고 그것이 내 삶에 어떤 영향을 미칠지 알고 있다.

N	최솟값	최댓값	평균	표준편차
916	1	5	2.439	0.995

2) 나는 4차 산업혁명과 관련한 주위(언론, 학교 등)의 반응에 걱정이 앞선다.

N	최솟값	최댓값	평균	표준편차
916	1	5	2.861	1.078

3) 나는 4차 산업혁명과 관련한 최신 기술을 배우고 습득하는데 대한 두려움이 있다.

N	최솟값	최댓값	평균	표준편차
917	1	5	3.099	1.189

4) 나는 4차 산업혁명시대가 요구하는 역량에 대해 알고 있다.

N	최솟값	최댓값	평균	표준편차
915	1	5	2.070	1.038

5) 나는 4차 산업혁명시대와 관련한 최신기술 분야에 대해 알고 있다.

N	최솟값	최댓값	평균	표준편차
916	1	5	2.645	1.040

6) 나는 4차 산업혁명과 관련한 다양한 체험 정보를 알고 있다.

N	최솟값	최댓값	평균	표준편차
917	1	5	2.877	1.065

7) 나는 4차 산업혁명과 관련해 관심이 있는 정보를 인터넷을 통해 검색해 본적이 있다.

N	최솟값	최댓값	평균	표준편차
915	1	5	2.660	1.161

8) 나는 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야의 체험활동에 자발적으로 참여해 본 적이 있다.

N	최솟값	최댓값	평균	표준편차
912	1	5	3.007	1.198

9) 나는 4차 산업혁명시대가 원하는 능력과 기술을 갖추기 위해 열심히 준비하고 있다.

N	최솟값	최댓값	평균	표준편차
911	1	5	2.879	1.137

결론 및 제언

(1) 미디어에 대한 선호도와 신뢰도

- 비디오플랫폼 선호도 지속 증가

청소년이 '필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼'은 단연 유튜브(Youtube)였다. 모든 조사대상의 분류 그룹에서 수위를 나타냈으며, 포털사이트와의 격차가 최소 15%~ 최대 21%이었다. 한류콘텐츠가 유튜브를 통해 세계적 성공을 이룬 2015년에는 우리나라 유튜브의 이용량은 전년대비 110%, 업로드 용량은 90% 증가하였다.¹⁾ 이후 청소년을 포함한 다양한 연령대의 사람들이 유튜브를 주요 미디어콘텐츠 접근경로로 인식하고 있는 것으로 보인다. 또한 높은 스마트폰 보급률(94%, 2018년 기준)²⁾과, 고용량 무선통신망 구축, 그리고 통신요금이 인하 등의 사회적 인프라가 뒷받침 되었다.

유튜브에 대한 선호도는 10대 청소년(82.74%, 811명) 그룹과 20대 후기 청소년(60.78%, 51명)그룹 간의 격차가 두드러졌다. 미디어의 이용양상이 짧은 세대 간에도 상당히 다른 양상을 보일 수 있다는 것을 보여준다.

청소년의 정보취득과 정서형성에 유튜브가 큰 비중을 나타내고 있음이 최근 이어지고 있는 여러 연구를 통해 이미 입증되고 있다. 방송통신심의위원회는 '2018년 어린이·청소년 인터넷 개인방송 이용 실태'를 조사를 통해 비디오콘텐츠를 일 평균 114.9분 이상 이용하며, 이용동기는 '즐거움 추구' 등 여가 선용의 목적이 가장 큰 것으로 발표하였다.³⁾

청소년시설이나 교육기관에서 운영 중인 청소년 동아리에서 미디어 콘텐츠를 제작하거나, 미디어를 체험하면서 비디오플랫폼 제작자로서 경험을 쌓고, 이해의 폭을 넓힐 수 있다. 주어지는 미디어 콘텐츠를 단순 관람하는 사용자에 그치지 않고, 제작자로서 새로운 관점을 익히다 보면 청소년 스스로 주체적인 미디어 활용습관을 가질 수 있다.

- 포털사이트의 신뢰성과 가짜뉴스

본 조사에서 청소년이 정보검색을 위한 미디어플랫폼으로 포털사이트를 선택한다는 것으로 판단되었다. 정확성과 신뢰성이 우선되는 교육 신청 정보를 포털검색(39.9%)을 통해서 가장 많이 얻는다고 응답하였다. 이전 항목에서 언급한 방송통신심의위원회의 조사결과와 같이 유튜브 등의 통해 여가선용의 욕구를 충족하지만, 신뢰할 수 있는 정보는 포털이라는 미디어 경로를 통해 얻는 것으로 판단된다. 특히 중학생의 포털서비스 선호 응답률(67.50%)가 일반고 학생(51.37%)와 미디어문화예술고 학생(53.16%)에 비해 월등히 높았다. 학급 수준이 높아짐에 따라, 포털서비스 이외의 경로를 통해 보다 신뢰성과 희소성이 높은 정보를 수집하기 때문인 것으로 판단된다.

청소년이 정확성과 신뢰성을 얻기 위해 포털을 이용한다고 가정한다면, 포털 사이트를 활용한 '미디어 리터러시' 교육프로그램은 정확한 정보를 얻고자 하는 청소년에게 '최후의 도구'로서 지속 제공·관장 되어야 한다.

학교와 청소년 교육시설에서는 미디어를 통해 전달되는 콘텐츠를 분별할 수 있는 다양한 교육활동이 운영된다. 청소년을 위한 미디어비평활동이나, 청소년이 직접 미디어콘텐츠를 기획하고 홍보하는 체험활동과 동아리 활동을 통해, 미디어 콘텐츠를 해석하며 볼 수 있는 '미디어 리터러시' 역량을 기를 수 있다.

(2) 교육 수요 - 중학생은 '게임', 고등학생은 '음악, 영화, 미디어 진로'

- 실습 교육 선호

‘(향후) 참여하고 싶은 프로그램 선호도’ 항목에서 1위가 ‘미디어제작아카데미’였다. 선호도에 이어 교육 이수자를 대상으로 한 만족도 조사에서도 가장 높은 응답률을 기록하였다. 실습위주의 교육에 대한 (교육 이수 후) 만족도가 높았다. 반대로 미디어 단순체험-미디어동아리-미디어 분야 진로직업체험 순으로 참여의사가 가장 낮았다. ‘미디어 단순체험’과 청소년들이 학교에서 경험한 강의 중심의 ‘미디어 리터러시’ 교육의 경우, 전체 프로그램 만족도 대비 평균 이하의 만족도를 기록하였다.

교육효과 측면에서도 실습을 통한 체득화는 단순 이론 수업에 비해 교육효과가 높다는 것이 교육계의 정설이다. 현재 여러 청소년교육(수련)기관에서 방송제작, 사진, 영화제작, 팟캐스트, 1인크리에이터 관련 미디어제작체험 프로그램을 운영 중에 있고, 민간기업에서도 사회공헌의 일환으로 학교밖프로그램과 미디어교육캠프를 운영하고 있다. 또한 대한민국미디어대전처럼 공모전 형식으로 청소년의 미디어 재능을 점검해볼 수 있는 다양한 기회도 마련되고 있다. 미디어는 체험을 통해 느끼고 생각하는 과정이 중요한 만큼, 실습중심의 교육 인프라가 지속·확대되어야 한다.

- 연령대가 높을수록, 장기 교육과정 선호

미디어 분야에 대한 적성이 높고 진로계획을 가진 청소년의 경우, 중·장기간(5-20회)의 교육 참여를 통해 진로탐색과 교육성과 창출을 희망했다. 고교생이 중학생보다 이러한 경향이 두드러졌다. 본 조사에서 일반고교와 미디어문화예술고교 청소년간의 응답률 차이(37.7%-37.97%)는 무의미하였으나, 중학생(26.41%)과 고교생은 약 11% 내외로 유의미한 차이가 나타났다.

고교생의 경우 입시준비로 인하여 시간활용에 제약이 많다. 때문에 방학 기간 등을 활용한 ‘숙박형태의 미디어 제작캠프’를 통해 밀도 있는 교육기회가 확대 제공되는 것이 적절한 것으로 판단된다.

- 중학교 청소년에게 필요한 '게임 리터러시' 교육

미디어플랫폼 선호도에서 발견된 중학생과 고등학생의 차이점은 선호콘텐츠 영역에서 보다 간극이 넓어졌다. 중학생의 경우 게임(56.50%)을 가장 선호하는 미디어 콘텐츠로 선택하였다. 중학생의 게임콘텐츠 선호도는 고교생에 약 2배였다. 사회적으로 게임중독의 문제는 비단 청소년에게만 국한되지 않는다. 성인 역시 게임중독의 치료 대상이라는 점에서 본 조사결과에서 고등학교 청소년이 내적 동기로 인하여 게임 콘텐츠에 대한 흥미성을 잃는 것은 아닌 것으로 판단된다. 입시준비 등 시간부족으로 인하여 게임 콘텐츠이용시간이 감소하여 선호도 역시 떨어지는 것으로 예측된다. 때문에, 게임 콘텐츠의 건강한 이용을 위한 교육은 초·중학생 시절에 보다 선행되는 것이 효과적일 것으로 판단된다.

때문에 여러 청소년교육(수련)기관에서는 미디어활용과 건강한 습관을 위해 미디어치료, 미디어를 활용한 상담(개인/ 집단), 중독예방 프로그램을 운영하고 있다. 미디어에 대한 고민과 상담이 필요한 청소년은 언제든 도움을 얻을 수 있도록 홍보가 이뤄져야 할 것으로 판단된다.

(3) 4차 산업혁명과 융합교육

본 수요조사에서는 미디어교육의 미래와 관련하여 ‘4차 산업혁명’을 주제로 청소년의 인식과 교육수요를 조사하였다. 4차 산업혁명 주제는 급격한 사회변화와 관련하여 최근 3년간 사회 안팎에 많은 연구와 교육의 필요가 제기 되고 있다.⁴⁾

응답결과 청소년도 4차 산업혁명에 대한 경각심을 갖고 적극적으로 준비하려는 것으로 나타났다. ‘4차 산업혁명시대에 필요하다고 생각하는 역량’으로 창의성-융합능력(28.7%)이 가장 많이 선택되었고, 문제해결능력(19.7%)과 협력-의사소통능력(18.5%) 순으로 조사되었다. 필요한 역량을 기르기 위해 참여하고 싶은 프로그램 내용으로는 미디어융합(22.3%)과 메이커운동(18.8%)이 가장 높은 응답률을 보였다. 연령이나 지역별로 유의미한 수준의 큰 차이는 나타나지 않았다. 시대의 변화에 따라 청소년에게 필요한 융합과 메이커 활동에 대한 실습교육 인프라가 구축되어야 할 것으로 보인다.

다만 4차 산업혁명 시대에 필요한 역량을 배우기 위해 여러 교육프로그램에 적극적으로 참여(평균값 3.007, 5점 척도)하고 있지만, 4차 산업혁명과 진로에 대한 두려움을 느끼고 있다는 응답이 가장 높게 측정(평균값 3.099, 5점 척도)되었다.

4차 산업혁명과 사회변화에 대해서는 학계와 산업계 모두에서 다양한 연구가 진행 중이다. 현재에도 불확실한 미래에 대하여 막연한 두려움과 제한적인 정보를 가진 청소년들이 심리적인 안정을 갖고, 고민을 해결 할 수 있는 교육 기회가 필요하다.

(4) 한계 및 향후 보완점

- 데이터의 정확성과 분석의 한계

본 수요조사는 청소년에게 어떠한 미디어교육을 제공할 것인가라는 ‘인구사회학적(Sociology of population) 질문’을 양적연구방법(Qualitative Research)로 해답을 하고자 하였다. 하지만 본 조사에서 얻어진 데이터의 정확성과 의미분석에는 일부 한계가 발견되었다.

조사 응답자는 상당한 규모로 943명이다. 하지만, 단기간 내 참여자모집과 설문조사가 진행되었기 때문에, 외생변수(exogenous variable)에 대한 높은 수준의 통제가 이뤄지지 못하였다. 설문조사의 방법 역시, 우편을 통한 방법과 온라인 시트를 통한 방법이 병행되어, 응답자의 참여태도와 내용이 일부 변형되었을 가능성이 있다. 또한 응답자의 구성비율(초·중·고, 후기청소년)이 비교적 고르지 못하다.

- 현장의견 취합과 분석

향후 질적연구방법(Quantitative Research)을 수요조사의 도구로 일부 활용한다면, 청소년 미디어교육의 운영에 보다 도움이 되는 조사자료가 나올 것으로 판단된다. 교육현장 의견의 장기 취합·분석, 심층 인터뷰, 서술형 설문조사 등이 활용될 수 있다.

특히 본 수요조사에서 흥미로운 조사결과 중 하나는, ‘미디어 체험 참여 결정에 가장 큰 영향을 주는 사람’은 누구인가라는 응답이다. 절반을 상회하는 53%의 청소년이 ‘본인의 결정’이라고 답한 사실이다. 학업성취수준이 높은 청소년이라 할지라도, 진로, 입시, 교육참여 등 중요한 교육결정에 학부모와 교사의 영향력이 높다는 기존 자료와 예상과는 달랐다. 응답자자의 심층인터뷰를 통해 ‘청소년 본인이 결정할 수 있는 범위’에 대해 명확히 할 수 있다면, 교육대상자의 모집과 참여율 관리에 기준되는 자료 확보가 가능할 것이다.

부록(Ⅰ)

설문조사 주요 분석결과

1) 응답 대상의 성격·특징에 부합하는 차별화된 프로그램 설계·운영의 필요성

(1) 소속별

가. 중학교, 고등학교 연령대 청소년들이 선호하는 콘텐츠와 교육과정

(Ⅱ-2) 선호하는 콘텐츠

응답 1위 영화, ‘일반 고등학교(74.32%)’, ‘미디어문화예술 고등학교(74.68%)’에 소속되어 있는 응답자가 ‘중학교(58.83%)’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

응답 2위 음악의 경우 ‘일반 고등학교(66.12%)’, ‘미디어문화예술 고등학교(75.95%)’에 소속되어 있는 응답자가 ‘중학교(53.83%)’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

응답 3위 게임의 경우 ‘중학교(56.50%)’에 소속되어 있는 응답자가 ‘일반 고등학교(26.78%)’, ‘미디어문화예술 고등학교(30.38%)’에 소속되어있는 응답자보다 월등히 응답률이 높았다.

선호하는 콘텐츠에 있어서 ‘고등학교’에 소속되어 있는 청소년의 경우 ‘영화’, ‘음악’ 콘텐츠에 대한 관심도가 높았으며, ‘중학교’에 소속되어 있는 청소년의 경우 ‘게임’ 콘텐츠에 대한 관심도가 월등히 높은 것으로 보인다.

(Ⅳ-3) 미디어 프로그램 참여시 적절한 교육과정

장기과정(5~20회)의 선호도에서 ‘일반 고등학교(37.70%)’, ‘미디어문화예술 고등학교(37.97%)’에 소속되어 있는 응답자가 ‘중학교(26.41%)’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

‘중학교’에 소속되어 있는 청소년보다는 ‘고등학교’에 소속되어 있는 청소년들의 경우 교육과정에 있어 ‘단기과정(2~4회)’보다는 ‘장기과정(5~20회)’을 선호하는 것으로 보여 단순체험 및 경험적인 부분을 넘어서 기술습득, 전문적인 심화과정을 선호하는 것으로 알 수 있다.

프로그램 설계 및 운영 시, ‘중학교’에 소속되어 있는 청소년들을 대상으로는 ‘게임’ 콘텐츠의 ‘단기과정’의 프로그램을, ‘고등학교’에 소속되어 있는 청소년들을 대상으로는 ‘영화’, ‘음악’ 콘텐츠의 ‘장기과정’의 프로그램을 운영하는 방법을 고려할 필요가 있다. 대상의 욕구를 확인하여 **각 대상의 특성에 적합한 프로그램을 설계·운영**한다면 청소년들에게 더욱 효과적인 프로그램을 제공할 수 있을 것이다.

나. 미디어문화예술 고등학교 소속 청소년들의 미디어에 대한 관심도

(Ⅲ-2) 미디어체험 프로그램 선택 시 중요하게 생각하는 것

응답 2위 진로의 경우 ‘미디어문화예술 고등학교(77.22%)’에 소속되어 있는 응답자가 ‘중학교(47.33%)’, ‘일반 고등학교(60.11%)’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 월등히 높았다.

(Ⅱ-6~1~3) 미디어 콘텐츠 제작 경험 / 공모전 출품 경험 / 공모전 입상 경험

‘미디어문화예술 고등학교’에 소속되어 있는 응답자가 ‘중학교’, ‘일반 고등학교’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았다.

미디어에 대한 관심과 참여, 진로에 대한 질문에 ‘미디어문화예술 고등학교’에 소속되어 있는 청소년들의 응답률이 ‘중학교’, ‘일반 고등학교’에 소속되어 있는 청소년들에 비해 월등히 높은 것으로 파악할 수 있다.

평소 미디어에 관심이 많아 본인의 선택으로 미디어와 관련된 교육을 받을 수 있는 ‘**미디어문화예술 고등학교**’에 소속되어 있는 청소년들의 경우 **미디어에 대한 이해도와 관심도가 확실히 타 청소년들 보다 높고**, 앞으로 본인의 직업을 선택(진로)하는 것에 있어서 **미디어와 관련된 직업을 선호하는 것으로 보인다**.

프로그램 설계 및 운영 시, ‘미디어문화예술 고등학교’에 소속되어 있는 청소년들을 대상으로는 타 소속 청소년들보다 더욱 ‘**진로**’에 초점을 맞추어 ‘**직업인의 만남**’, ‘**미디어와 관련된 직업 체험**’ 등의 프로그램을 운영하는 방법을 고려할 필요가 있다.

다. ‘포털’의 선호도가 높은 중학교 소속 청소년

(Ⅱ-1) 필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼

응답 2위 포털의 경우 ‘중학교’에 소속되어 있는 응답자가 ‘일반 고등학교’, ‘미디어문화예술 고등학교’에 소속되어있는 응답자보다 응답률이 높았으며 해당 응답의 경우 ‘중학교’에 소속되어 있는 청소년이 ‘고등학교’에 소속되어 있는 청소년보다 ‘포털’에 대한 응답률이 15%이상 높은 것으로 확인되었다.

기존 청소년들이 익숙하게 사용하고 있다고 생각하였던 모바일(어플리케이션 등) 매체에 대한 청소년들의 선호도가 더욱 높을 것이라는 인식을 가지고 해당 조사를 진행하였으나 의외로 **PC 기반의 공식적인 매체인 ‘포털’에 대한 선호도가 매우 높은 것으로 밝혀져** 의외의 결과를 확인할 수 있었다.

또한 10대 연령 중 상대적으로 어린 연령대 인 ‘중학교’에 소속되어 있는 청소년들의 응답률이 높아 여가생활 및 취미활동으로는 모바일 매체를 사용하는 경우가 많으나 **정보습득을 위한 매체로는 성인들이 사용하는 ‘포털’에 대한 선호도가 높은 것으로 알 수 있다**.

(2) 연령별

가. 10대의 ‘유튜브’에 대한 높은 관심도

(Ⅱ-1) 필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼

응답률 1위인 ‘유튜브’의 경우 ‘10대(82.74%)’가 ‘20대(60.78%)’보다 응답률이 높았다.

설문에 참여한 대다수의 10대 청소년들은 **필요한 정보를 얻기 위하여 ‘유튜브’라는 플랫폼을 가장 많이 사용하는 것으로** 보이며 10대와 20대의 응답률에는 다소 차이가 있는 것으로 보인다.

나. 연령에 따라 다른 기기 사용패턴

(II-4) 미디어이용을 위해 주로 사용하는 기기

응답률 3위인 노트북 이용의 경우 '20대(62.75%)'가 '10대(34.40%)'에 비해 응답이 높게 나타났다. 20대의 경우 대학입학, 취업 등에 따라 다양한 기기를 활용함에 따라 **10대와 20대의 기기 사용패턴이 매우 다른 것으로 보인다.**

(3) 거주지별

가. 거주지별 미디어 관련 정보의 접근성 차이

(IV-2) 미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다면 그 이유

응답 1위 정보부족의 경우 '수도권(56.12%)'과 '비수도권(50.86%)'에 거주하는 응답자가 '서울(35.95%)'에 거주하는 응답자보다 응답률이 높았다.

미디어와 관련된 정보를 얻는데 있어 '서울'에 거주하는 청소년들의 타 지역에 거주하고 있는 청소년들에 비해 접근성이 훨씬 용이한 것으로 보인다. '수도권' 및 '비수도권' 지역 청소년들의 경우 정보가 부족하여 미디어프로그램에 참여하지 못하는 경우가 많은 것으로 알 수 있다.

프로그램 설계 및 운영 시, '수도권'과 '비수도권'에 거주하는 청소년들은 접근성의 어려움으로 미디어와 관련된 교육을 제공받는 것에 한계가 있는 것으로 보여 해당 청소년들을 위한 **온라인 프로그램(미디어 관련 온라인 강의 등)을 운영하는 방법**을 고려할 필요가 있다.

(4) 성별

(II-3) 미디어이용의 주요목적

응답 3위 인맥관리의 경우 '남자(45.58%)'가 '여자(33.92%)'보다 응답률이 높았다.

성별이 남자인 경우 여자에 비해 **미디어를 통해 온라인으로 인맥관리**를 하는 경우가 많은 것으로 알 수 있다.

2) 미디어제작 프로그램에 대한 청소년들의 요구

(1) 콘텐츠 제작에 대한 청소년들의 요구

가. (II-6) 미디어 콘텐츠 제작 경험 ① 있음 50.92% ② 없음 49.08%

나. (II-6-1) 제작 경험 콘텐츠

① 영상 375명(44%) ② 사진 191명(22.4%) ③ 디자인 85명(10%) … ⑧ 팟캐스트 9명(1.1%)

다. (II-6-2) SNS 공개 경험 ① 있음 61.38% ② 없음 38.62%

설문에 참여한 과반 수 이상의 청소년들이 미디어 콘텐츠에 대한 제작경험이 있는 것으로 보이며 해당 청소년들의 44%이상의 청소년들이 '영상'콘텐츠에 대한 제작경험이 있는 것으로 밝혀졌다.

또한 콘텐츠 제작에만 멈추는 것이 아닌 본인의 SNS계정에 업로드, 공모전출품 등 제작한 콘텐츠를 다양한 방법을 통해 공유하고 있는 것으로 보인다.

(2) 미디어제작에 대한 높은 만족도 및 선호도

가. (III-1-1) 교육에 대한 만족도

① 미디어제작캠프(2.063) ② 미디어제작아카데미(2.063) … ⑦ 미디어 단순체험

나. (IV-1-1) 참여하고 싶은 프로그램 선호도

① 미디어제작아카데미 ② 미디어리터러시 교육 ③ 미디어제작캠프

청소년들은 참여해보았던 교육에 대한 만족도와, 앞으로 참여하고 싶은 프로그램과 관련하여 미디어제작과 관련된 프로그램에 대한 만족도와 선호도가 높은 것으로 파악할 수 있다.

위 (1)과 (2)의 결과와 1)-(2)-가.10대의 '유튜브'에 대한 높은 관심도의 결과를 종합하면, 영상 콘텐츠를 제작하고 공유하는 것에 대한 청소년들의 욕구가 매우 높고 '유튜브'라는 콘텐츠에 대한 관심이 높은 것으로 보아 청소년들의 이러한 욕구를 반영한 '**크리에이터 분야**의 프로그램'을 개발하고 운영하는 것에 대해 고려할 필요가 있다.

3) 적절한 프로그램 운영시기 및 교육과정

가. (III-1) 미디어프로그램의 참여기회가 있다면 신청할 의사

① 예 54.05% ② 아니오 45.95%

나. (IV-2-1) 적절한 교육주기와 시간(순위)

① 방학 중 평일 오전(88명) ② 방학 중 평일 오후(70명) ③ 학기 중 평일 저녁(52명)

④ 학기 중 평일 오후(50명) … ⑩ 방학 중 주말 저녁(8명)

다. (IV-3) 미디어 프로그램 참여시 적절한 교육과정

*단기과정(2~4회) / 장기과정 (5~20회) / 일회성특강(1회)

① 단기과정(47.80%) ② 장기과정(30.55%) ③ 일회성특강(16.37%) ④ 기타(5.27%)

설문에 참여한 과 반수이상 청소년들이 미디어프로그램에 참여하고 싶다는 의사를 밝혀 청소년들이 **미디어와 관련된 교육에** 관심이 적절히 있는 것으로 파악된다.

청소년들이 선호하는 교육주기는 **방학 중 평일 오전과 오후**시간이 가장 많았으며 **학기 중에는 평일 오후와 저녁**시간대를 선호하는 것으로 보인다.

또한 교육과정의 경우에는 2~4회 정도 운영하는 **단기과정에 대한 선호도**가 가장 높은 것으로 파악할 수 있다.

4) 다양하고 적극적인 미디어 프로그램 홍보

가. (IV-2) 미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다면 그 이유

① 정보부족 370명(24.9%) ② 일정중복 251명(16.9%) … ⑦ 모집마감 107명(7.2%)

나. (III-3-1) 미디어 체험 참여 결정이 본인결정인 경우 정보를 얻는 곳

① 포털검색 357명(39.9%) ② SNS검색 346명(38.7%) ③ 학교계시판 109명(12.2%) …

설문에 참여한 청소년들이 미디어체험에 참여하지 못한 가장 큰 이유는 '정보부족'으로 알 수

있다.

미디어 체험 참여 시 정보를 얻는 곳의 경우 '포털검색'의 응답률이 가장 높았으며 'SNS검색', '학교게시판' 등 다양한 방법을 통해 청소년들이 정보를 습득하는 것으로 보인다.

위의 응답 결과를 종합하면, 미디어관련 프로그램을 홍보하는데 있어 온라인, 오프라인과 공문 발송 등 다양한 방법을 이용하여 청소년들이 더욱 용이하게 정보를 얻을 수 있도록 **다양하고 적극적인 미디어 프로그램 홍보를 진행**해야 할 필요성이 있는 것으로 보인다.

5) 4차 산업혁명에 대한 청소년들의 인식에 따른 변화된 프로그램의 시도

(1) 4차 산업혁명시대 필요한 역량과 미디어체험 프로그램 기대 역량

가. (IV-4) 미디어체험 프로그램 참여를 통해 기대하는 역량

- ① 창의성-융합능력 549명(27.2%) ② 협력-의사소통능력 405명(20%)
③ 자기관리-자기주도적역량 311명(15.4%) ④ 문제해결능력 300명(14.9%)
⑤ 공동체역량 196명(9.7%) ⑥ 비판적사고 180명(8.9%) ⑦ 기타 79명(3.9%)

나. (V-2) 4차 산업혁명시대에 가장 필요하다고 생각하는 역량

- ① 창의성-융합능력 623명(28.7%) ② 문제해결능력 427명(19.7%)
③ 협력-의사소통능력 401명(18.5%) ④ 비판적사고 312명(14.4%)
⑤ 자기관리-자기주도적역량 206명(9.5%) ⑥ 공동체역량 151명(7%)
⑦ 기타 49명(2.3%)

청소년들은 4차 산업혁명시대 필요한 역량과 미디어체험 프로그램에 기대하는 역량 모두 '창의성-융합능력'으로 응답하였다. 두 응답 모두 '창의성'을 바탕으로, '다양성'을 가진 새로운 기술·매체에 대한 '융합적 사고·행동 능력' 함양·배양에 공감하고 있음을 파악할 수 있다.

(2) 4차 산업혁명에 대한 청소년들의 태도

가. (IV-4) 4차 산업혁명과 관련된 태도

1순위 - 나는 4차 산업혁명과 관련한 최신 기술을 배우고 습득하는데 대한 두려움이 있다. (평균 3.099)

2순위 - 나는 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야의 체험활동에 자발적으로 참여해 본 적이 있다. (평균 3.007)

현 시대에서 요구하는 4차 산업혁명과 관련된 체험의 공급이 많아 경험의 기회는 많으나 관련 기술을 습득하는 것에 대해서는 두려움과 부담감을 가지고 있는 것으로 보인다.

프로그램 설계 및 운영 시, 4차 산업혁명과 관련된 단순과정에 대한 고민이 필요하다. **일회성 특강 및 어려운 내용에 대해 쉽게 설명시켜 줄 수 있는 내용**으로 구성하여 청소년들이 거부감을 느끼지 않도록 프로그램을 운영하는 방법을 고려할 필요가 있다.

부록 (Ⅱ)

설문조사지

2018 청소년미디어수요조사 설문지

안녕하십니까? 서울시립청소년미디어센터 '스스로넷'은 서울특별시가 설립하고 (재)푸른나무청예단이 위탁·운영하는 서울시 유일 청소년미디어특화시설입니다.

청소년의 미디어이용실태와 프로그램 수요를 파악하기 위하여 청소년 여러분의 소중한 의견을 듣고자 하오니 성의 있는 답변을 부탁드립니다. 조사된 모든 내용은 통계목적 이외에는 사용되지 않으며, 그 비밀이 보호되도록 통계법(제33조)에 규정되어 있음을 알려드립니다. 감사합니다.

서울시립청소년미디어센터 관장직무대행 임수정

팀장 신유철 070-7165-1021 manner67@gmail.com / 담당 윤지윤 070-7165-1017 yunjiyoon@ssro.net

Ⅰ. 기본정보

1. 생년(예시-2000/숫자입력) : 단답형

2. 성별 ① 여자 ② 남자

3. 거주지(예-서울시 금천구/경기도 안양시) : 단답형

4. 소속

- ① 초등학교 ② 중학교 ③ 일반 고등학교 ④ 미디어·문화·예술관련 고등학교 ⑤ 학교밖청소년
⑥ 대학교 ⑦ 기타()

4-1. 현재 전공 혹은 희망 전공 선택(희망 전공의 경우 중복체크 가능)

- ① 인문대학(문학, 외국어, 국제, 종교과 등) ② 사회과학대학(경제, 정치, 사회복지과 등)
③ 자연과학대학(통계, 물리, 화학과 등) ④ 공과대학(환경, 전기, 공학과 등) ⑤ 경영대학
⑥ 농업대학(산림, 식품, 농경과 등) ⑦ 사범대학(교육과 등) ⑧ 미술대학(디자인, 동·서양, 조소과 등)
⑨ 음악대학(작곡, 성악과 등) ⑩ 예술대학(연극, 영화, 영상과 등) ⑪ 의과대학 ⑫ 기타

5. 본인이 해당하는 것에 체크(최대 세 개 중복체크 가능)

- ① 학교 방송반 ② 서울시립청소년미디어센터 소속 동아리·그룹 외 ③ 서울시립청소년미디어센터 단순 프로그램 참가 ④ ①~③에 해당사항 없음

Ⅱ. 미디어 이용실태 및 선호도

1. 필요한 정보를 얻기 위해 선호하는 플랫폼(최대 세 개 중복체크 가능)

- ① 페이스북 ② 블로그 ③ 인스타그램 ④ 유튜브 ⑤ 아프리카TV ⑥ TV방송
⑦ 라디오방송 ⑧ 팟캐스트(인터넷라디오) ⑨ 포털(네이버, 다음 등) ⑩ 기타

2. 선호하는 콘텐츠(최대 세 개 중복체크 가능)

- ① 영화 ② TV방송-예능 ③ TV방송-뉴스, 시사 ④ 게임 ⑤ 음악 ⑥ 팟캐스트 ⑦ 라디오
⑧ 책-글 ⑨ 만화-웹툰 ⑩ 기타

3. 미디어이용의 주요목적(중복체크 가능)

- ① 인맥관리(친목) ② 정보습득 ③ 진로탐색 ④ 콘텐츠이용·감상 ⑤ 학업 ⑥ 개인역량강화
⑦ 쇼핑 ⑧ 뉴스 ⑨ 기타

4. 미디어이용을 위해 주로 사용하는 기기(최대 세 개 중복체크 가능)

- ① 스마트폰 ② 패드 ③ 노트북 ④ 컴퓨터(데스크탑) ⑤ TV ⑥ 라디오 ⑦ 기타

5. 개인 SNS 보유현황 ① 있다 ② 없다.

5-1. 위의 질문에서 ①을 선택한 경우 응답 / 보유 SNS는?(중복체크 가능)

- ① 페이스북 ② 유튜브 ③ 인스타그램 ④ 텔레그램 ⑤ 라인 ⑥ 트위터 ⑦ 카카오톡 ⑧ 기타

6. 미디어 콘텐츠를 제작한 경험 ① 있다 ② 없다

6-1. 위의 질문에서 ①을 선택한 경우 응답 / 제작한 경험이 있는 콘텐츠는?(중복체크 가능)

- ① 사진 ② 디자인 ③ 음악 ④ 영상 ⑤ 애니메이션 ⑥ 만화 ⑦ 팟캐스트 ⑧ 기타

6-2. 6번의 질문에서 ①을 선택한 경우 응답 / 제작 콘텐츠를 SNS에 공개한 경험 ① 있다 ② 없다

6-3. 6번의 질문에서 ①을 선택한 경우 응답 / 공모전 출품의 경험 ① 있다 ② 없다

6-4. 위의 질문에서 ①을 선택한 경우 응답 / 공모전 입상의 경험 ① 있다 ② 없다

Ⅲ. 미디어프로그램 경험 및 만족도

1. 미디어를 활용한 프로그램(교육, 활동, 상담, 제작 등)에 참가한 경험 ① 있다 ② 없다

1-1. 위의 질문에서 ①을 선택한 경우 경험해본 교육 체크

번호	문항	매우 만족	만족	보통	불만족	매우 불만족	경험 없음
1	미디어리터러시 교육(미디어콘텐츠 이해/분석/비평에 교육)	①	②	③	④	⑤	⑥
2	미디어 단순체험(영화/사진/라디오 등 제작 실습 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
3	미디어분야 진로/직업체험(현장직업인 만남, 관련학과 체험)	①	②	③	④	⑤	⑥
4	미디어치료 및 상담(영화/사진/그림책 치료 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
5	미디어동아리 (영화/광고/사진/웹툰/디자인/ 등)	①	②	③	④	⑤	⑥
6	미디어제작캠프(숙박 형)	①	②	③	④	⑤	⑥
7	미디어제작아카데미(미디어제작중심 장기 형)	①	②	③	④	⑤	⑥

2. 미디어체험 프로그램 선택 시 가장 중요하게 생각 하는 것(최대 세 개 중복체크 가능)

- ① 진로 ② 관심사 ③ 유형 ④ 단순체험 ⑤ 능력향상 ⑥ 기타

3. 미디어체험의 참여를 결정할 때 가장 큰 영향을 주는 사람

- ① 본인결정 ② 부모님 ③ 형제 ④ 친구 ⑤ 학교선생님 ⑥ 학원선생님 ⑦ 기타

3-1. 위의 질문에서 ①을 선택한 경우 응답 / 정보를 얻는 곳(중복체크 가능)

- ① 포털사이트 검색 ② SNS검색 ③ 학교게시판 ④ 현수막 ⑤ 기타

Ⅳ. 미디어프로그램 참여수요

1. 미디어프로그램의 참여기회가 있다면 신청할 의사 ① 있다 ② 없다

1-1. 위의 질문에서 ①을 선택한 경우 응답 / 참여하고 싶은 프로그램 선호도

*선호하는 순위를 ①위부터 ⑦위까지 체크

번호	문항	우선순위						
1	미디어리터러시 교육(미디어콘텐츠 이해/분석/비평에 교육)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
2	미디어 단순체험(영화/사진/라디오 등 제작 실습 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
3	미디어분야 진로/직업체험(현장직업인 만남, 관련학과 체험)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
4	미디어치료 및 상담(영화/사진/그림책 치료 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
5	미디어동아리 (영화/광고/사진/웹툰/디자인/ 등)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
6	미디어제작캠프(숙박 형)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦
7	미디어제작아카데미(미디어제작중심 장기 형)	①	②	③	④	⑤	⑥	⑦

1-2. 위의 질문에서 [3.미디어분야 진로/직업체험]을 1순위로 선택한 경우 희망하는 직업은?

- ① 기자 ② 아나운서 ③ PD ④ 작가 ⑤ 촬영감독 ⑥ 보도사진기자 ⑦ 기타

2. 미디어체험에 참여하지 못한 경험이 있다는 그 이유는(최대 세 개 중복체크 가능)

- ① 비용 ② 정보부족 ③ 일정충돌 ④ 모집마감 ⑤ 혼자참가 ⑥ 학업 ⑦ 기타

2-1. 위의 질문에서 ③을 선택한 경우 응답 / 적절한 교육주기와 시간은?(최대 세 개 중복체크 가능)

*오전(12시 이전)/오후(18시 이전)/저녁(18시 이후)

- ① 학기 중 평일 오후 ② 학기 중 평일 저녁

- ③ 학기 중 주말(토/일) 오전 ④ 학기 중 주말(토/일) 오후 ⑤ 학기 중 주말(토/일) 저녁

- ⑥ 방학 중 평일 오전 ⑦ 방학 중 평일 오후 ⑧ 방학 중 평일 저녁

- ⑨ 방학 중 주말(토/일) 오전 ⑩ 방학 중 주말(토/일) 오후 ⑪ 방학 중 주말(토/일) 저녁

3. 미디어체험 프로그램 참여 시 가장 적절한 교육과정은?

- ① 단기-일반과정(1~4회) ② 장기-전문과정(5~20회) ③ 일회성 특강(1회) ④ 기타

4. 미디어체험프로그램 참여를 통해 기대하는 역량(최대 세 개 중복체크 가능)

- ① 창의성-융합능력 ② 협력-의사소통능력 ③ 비판적사고 ④ 자기관리-자기주도적역량
⑤ 공동체 역량 ⑥ 문제해결능력 ⑦ 기타

5. 청소년을 대상으로 하는 미디어교육기관에서 진행해야한다고 생각하는 프로그램은?(서술형)

V. 4차 산업혁명에 따른 자기인식과 프로그램 수요

1. 4차 산업혁명 하면 가장 먼저 떠오르는 분야(최대 세 개 중복체크 가능)

- ① 빅데이터(빅데이터 개방, 활용) ② 차세대통신(5G, IoT 상용화) ③ 인공지능(AI 핵심기술 개발)
④ 자율주행차(레벨3 자율주행) ⑤ 드론(무인기) ⑥ 가상증강현실(VR/AR 융합) ⑦ 스마트시티
⑧ 지능형로봇(서비스로봇) ⑨ 지능형반도체(AI용 반도체) ⑩ 첨단소재 ⑪ 혁신신약 ⑫ 신재생에너지 ⑬ 기타

2. 4차 산업혁명시대에 가장 필요하다고 생각하는 역량(최대 세 개 중복체크 가능)

- ① 창의성-융합능력 ② 협력-의사소통능력 ③ 비판적사고 ④ 자기관리-자기주도적역량
⑤ 문제해결능력 ⑥ 공동체 역량 ⑦ 기타

3. 4차 산업혁명과 관련하여 가장 참여 하고 싶은 프로그램(최대 세 개 중복체크 가능)

- ① 적정기술프로그램(저개발국 주민의 삶의 질 개선기술 등)
② 메이커운동(누구나 필요한 것을 만들고 해당기술 네트워크 공유)
③ 디자인싱킹(인간중심적+창의적 문제해결을 위한 생각정리기법)
④ 미디어융합프로그램(예시-디자이너×게임개발 프로젝트)
⑤ 사회참여프로그램(사회변화, 청소년정책참여, 미디어콘텐츠 제작/공유)
⑥ 미디어아트(미디어예술, 프로젝션 맵핑 등)

4. 4차 산업혁명과 관련하여 본인이 해당하는 번호에 V 체크

*①매우 그렇다 ②그렇다 ③보통 ④아니다 ⑤전혀 아니다

번호	문항	답변				
1	나는 4차 산업혁명의 의미를 이해하고 그것이 내 삶에 어떤 영향을 미칠지 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
2	나는 4차 산업혁명과 관련한 주위(언론, 학교 등)의 반응에 걱정이 앞선다.	①	②	③	④	⑤
3	나는 4차 산업혁명과 관련한 최신 기술을 배우고 습득하는데 대한 두려움이 있다.	①	②	③	④	⑤
4	나는 4차 산업혁명시대가 요구하는 역량에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
5	나는 4차 산업혁명시대와 관련한 최신기술 분야에 대해 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
6	나는 4차 산업혁명과 관련한 다양한 체험 정보를 알고 있다.	①	②	③	④	⑤
7	나는 4차 산업혁명과 관련해 관심이 있는 정보를 인터넷을 통해 검색해 본적이 있다.	①	②	③	④	⑤
8	나는 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야의 체험활동에 자발적으로 참여해 본 적이 있다.	①	②	③	④	⑤
9	나는 4차 산업혁명시대가 원하는 능력과 기술을 갖추기 위해 열심히 준비하고 있다.	①	②	③	④	⑤

VI.개인정보 수집 및 활용에 대한 동의(선택)-기프티콘 발송용

1. 설문이벤트 응모여부(개인정보 수집에 동의하지 않으면 증정품 발송대상 제외)

*동의 시, 참여해주신 분들 중 선착순 300분에게는 2,000원 상당의 모바일 기프티콘을 발송해 드립니다.

이름		휴대폰번호	
----	--	-------	--

2. 개인정보 수집

- 관리부서 : 서울시립청소년미디어센터 미디어팀
- 관련법규 : 개인정보 보호법 제15조(개인정보 수집/이용), 제21조(개인정보의파기)
- 기본 개인정보 수집·활용 [선택]

수집·이용하려는 개인정보의 항목	개인정보의 수집 및 이용의 목적	개인정보 이용기간 및 보유기간
[선택]이름, 연락처	설문 감사기념품 증정	이벤트 종료 시 즉시 폐기

☐ 위 내용을 이해하였으며 개인정보 수집과 활용에 대해 동의합니다. (동의 시 V 체크)

2018 청소년 미디어 수요조사



서울시립청소년미디어센터

04322 서울특별시 용산구 한강대로 255(갈월동 101-5)

Tel. 02-795-8000 Fax.02-798-0014

[www..ssro.net](http://www.ssro.net)

1) <http://www.sisafcus.co.kr/news/articleView.html?idxno=122640>
2) <http://www.asiae.co.kr/news/view.htm?idxno=2018062108350352654>
3) <https://m.post.naver.com/viewer/postView.nhn?volumeNo=17517569&memberNo=31875496&vType=VERTICAL>
4) <https://news.joins.com/article/21666586>

2018 청소년 미디어 수요조사 결과분석 보고서

발행인 이정연(서울시립청소년미디어센터 관장)

금길호(서울시립청소년미디어센터 사업부장)

임수정(서울시립청소년미디어센터 운영부장)

편집인 신유철(서울시립청소년미디어센터 기획홍보팀장)
윤지윤(서울시립청소년미디어센터 기획홍보팀)
이환주(서울시립청소년미디어센터 기획홍보팀)
문희진(한국과학기술정보연구원)

발행일 2019년 3월

주 소 04322 서울특별시 용산구 한강대로 255(갈월동 101-5)

연락처 02-795-8000 / FAX. 02-798-0014

누리집 www.ssro.net