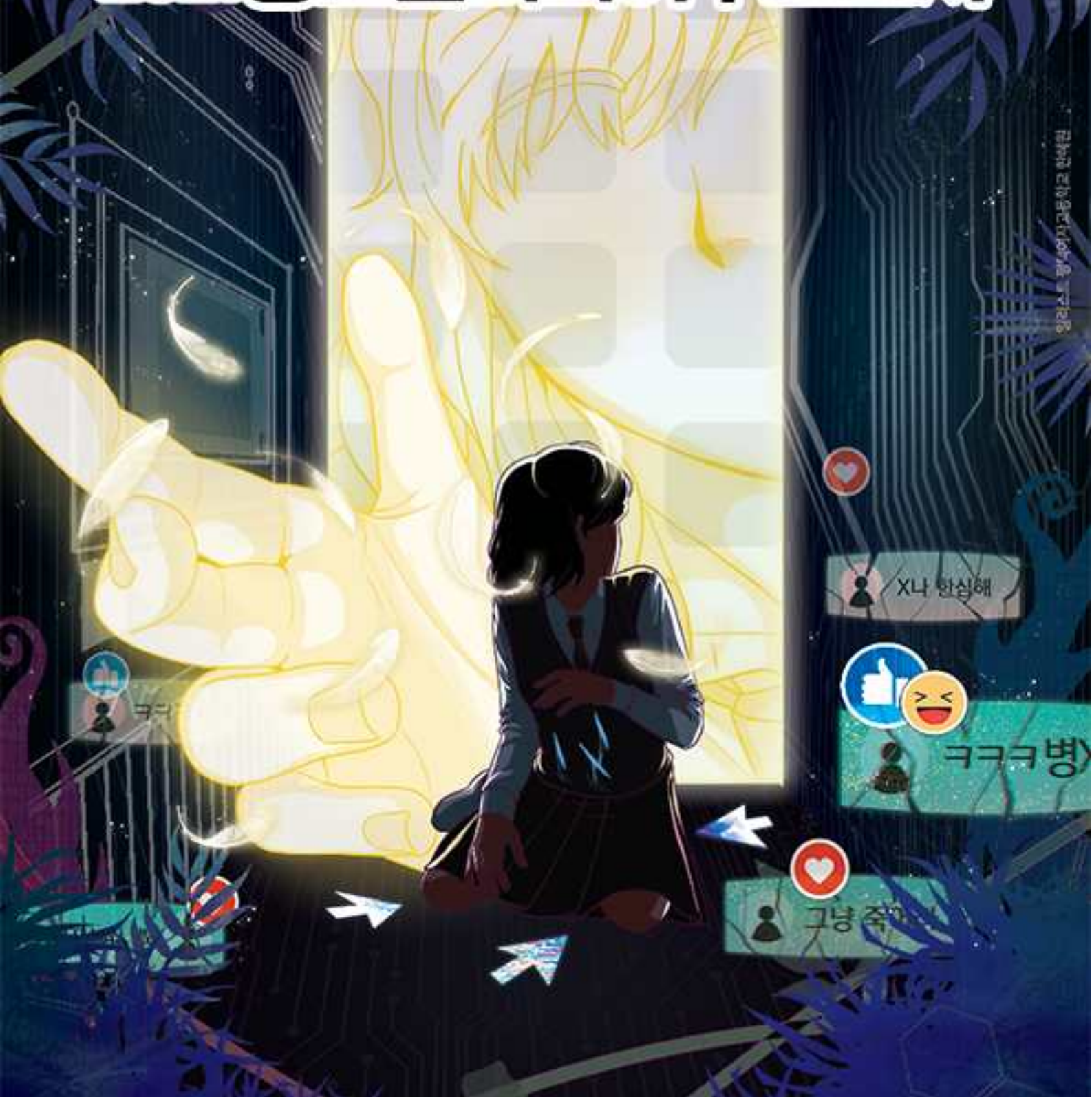


2021 청소년미디어수요조사



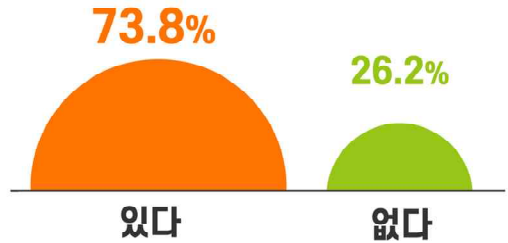
권혁민, 김민준, 김민준, 김민준, 김민준

2021 청소년 미디어어수요조사

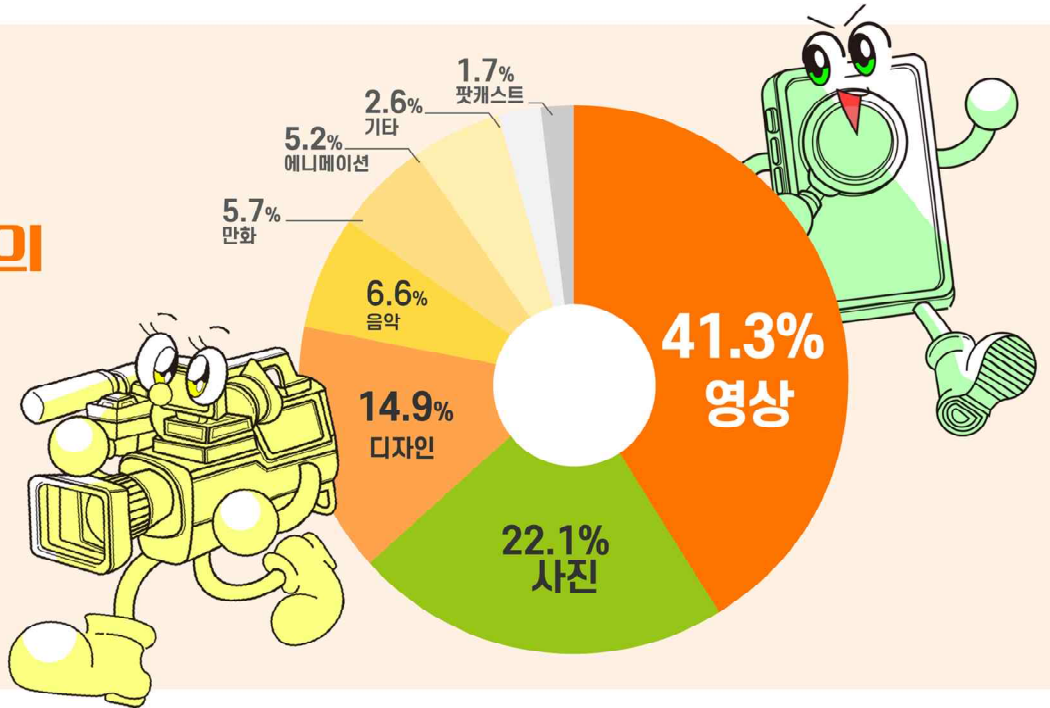
청소년의 미디어콘텐츠 제작 경험



Q 청소년이 제작한 미디어콘텐츠 업로드 경험



제작한 미디어콘텐츠의 종류



미디어콘텐츠 업로드 이유

나의 의견과 생각을 표현하고, 타인의 공감과 응원을 받고 싶다	30.5%
나의 진학 및 진로를 위한 포트폴리오를 남기고 싶다	22.8%
내 존재 자체를 알리고 홍보하고 싶다	20.7%
새로운 사람들과의 관계를 형성하고 싶다	12.6%
다른 사람들도 하니까 크게 의미는 없다	7.8%
기타	5.7%

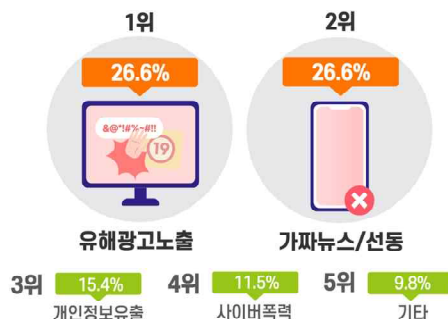
Q 청소년이 미디어콘텐츠를 제작하며 경험한 어려움

1 미디어콘텐츠 제작스킬 부족 및 어려움	44.0%
2 제작비 및 예산 등 금전적인 이유	16.2%
3 함께할 사람이 없음	10.3%
4 내가 표현하고자 하는 주제와 내용 전달의 어려움	6.5%
5 장비 및 소프트웨어, 촬영 공간의 부재	5.6%
6 저작권, 초상권 등 법에 대해 몰라 잘못을 저지을까봐	5.4%

청소년의 코로나 이후 미디어(영상/SNS등) 사용량 증가율



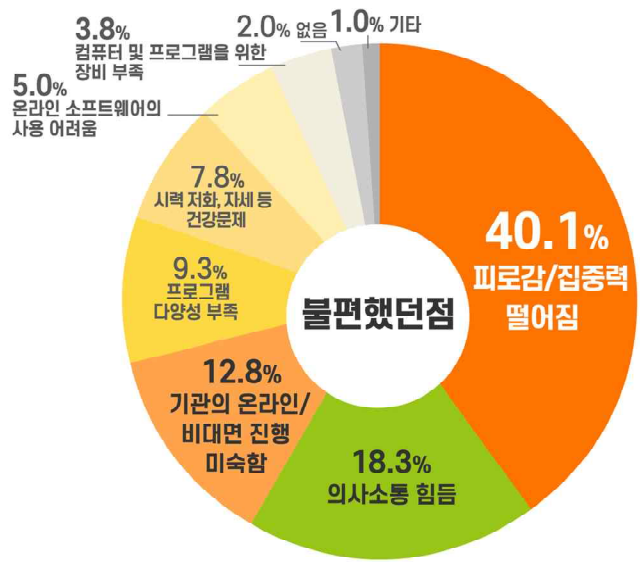
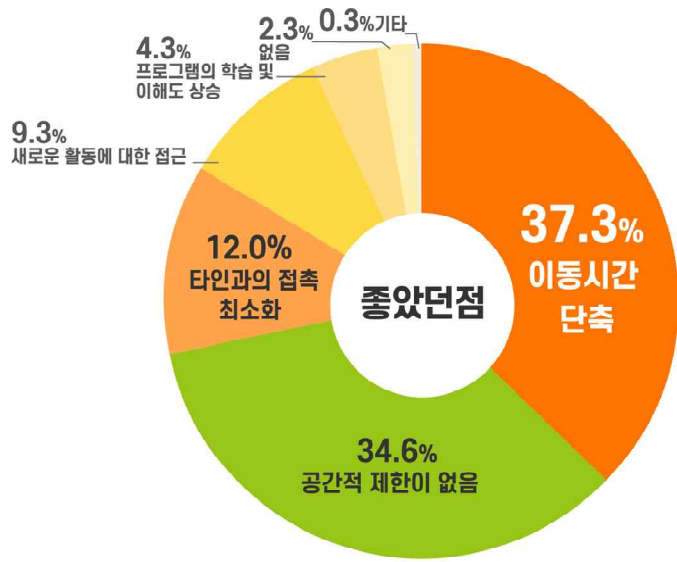
Q 미디어사용 시 있었던 부정적 경험



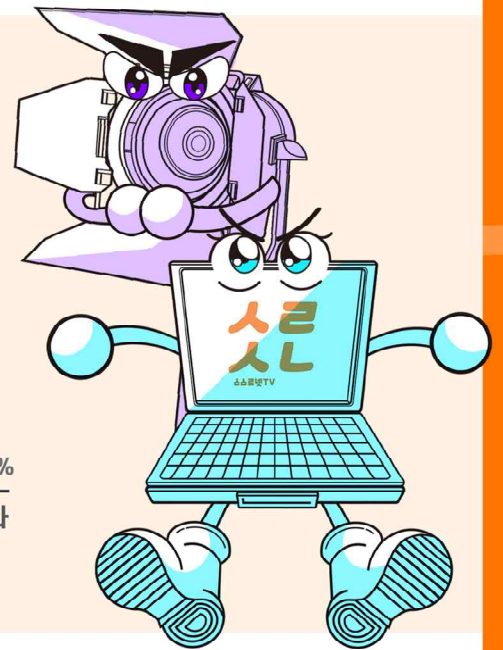
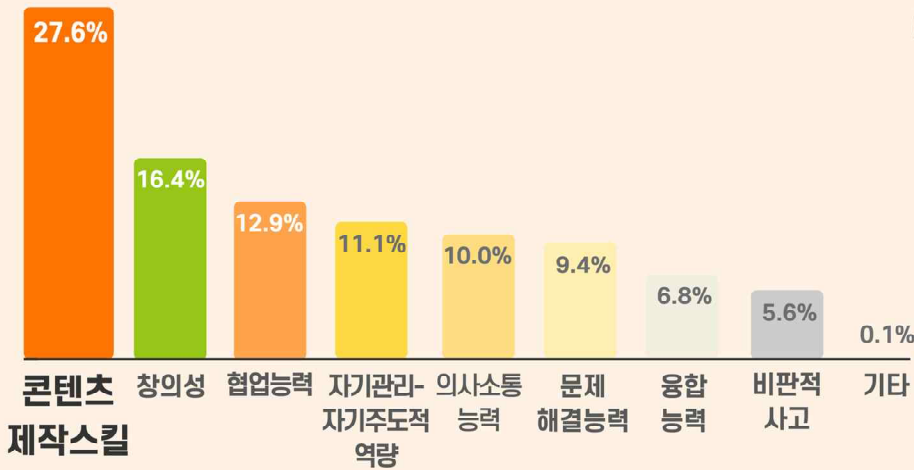
Q 청소년이 말한 미디어리터러시 필요성



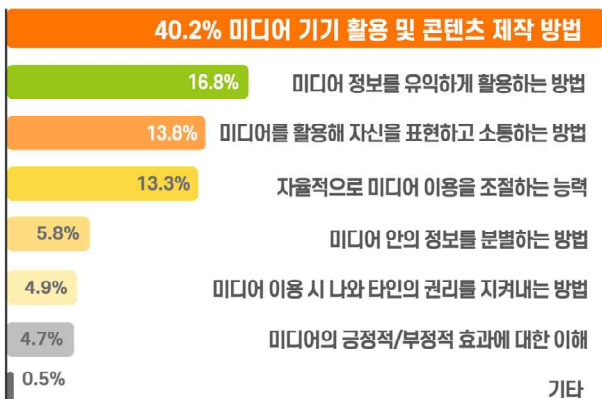
Q 온라인/비대면 프로그램 참여시 좋았던/불편했던 점



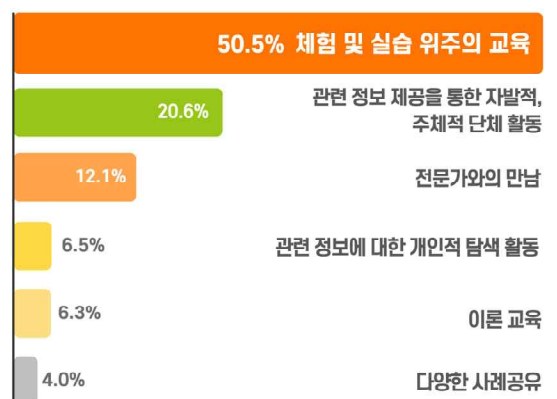
Q 미디어 프로그램 참여를 통해 생감이 기대되는 역량



Q 청소년이 생각하는 가장 필요한 미디어 교육은?



Q 청소년이 생각하는 가장 이상적인 미디어 교육의 형태는?



- 목 차 -

조사개요

1. 조사목적	4
2. 조사설계	5
3. 응답자 특성	6

본론 I - 문항별 응답 결과

1. 내가 좋아하는 미디어 콘텐츠, 그리고 제작 경험	9
2. 내가 하고 싶은 미디어 프로그램과 참여했던 기억	18
3. 미디어 공간과 콘텐츠에 대한 사실 확인	39
4. 온라인/비대면 교육 및 프로그램	51
5. 4차 산업혁명과 청소년	59

본론 II - 조사대상자 특성별 심층분석 결과

1. 내가 좋아하는 미디어 콘텐츠, 그리고 제작 경험	70
2. 내가 하고 싶은 미디어 프로그램과 참여했던 기억	79
3. 미디어 공간과 콘텐츠에 대한 사실 확인	100
4. 온라인/비대면 교육 및 프로그램	112
5. 4차 산업혁명과 청소년	120

결론 I

1. 조사결과 요약	1
------------------	---

결론 II

1. 결론 및 제언	16
------------------	----

별첨

1. 설문조사지 원본	24
-------------------	----

- 표 -

본론 I - 문항별 응답 결과

<표 1> 조사대상자 특성	6
<표 2> 선호하는 콘텐츠 내용	9
<표 3> 하고 싶은 이야기를 미디어콘텐츠로 제작한 경험	10
<표 4> 제작 경험이 있는 콘텐츠 종류	11
<표 5> 콘텐츠를 제작한 목적	12
<표 6> 공모전에 출품한 경험	13
<표 7> 제작 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험	14
<표 8> 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 하는 이유	15
<표 9> 제작물을 게시한 플랫폼 및 사이트	16
<표 10> 콘텐츠 제작에 어려웠던 점이나 경험이 없는 이유	17
<표 11> 미디어 관련 프로그램의 참여 경험	18
<표 12> 참여한 미디어 프로그램	19
<표 13> 참여한 프로그램의 인지 경로	20
<표 14> 학교 및 선생님을 통한 인지 경로	21
<표 15> 미디어프로그램에 참여하지 못한 이유	22
<표 16> 향후 미디어프로그램에 참여할 의향	23
<표 17> 참여하고 싶은 미디어프로그램	24
<표 18> 미디어 프로그램에 대한 관심분야	25
<표 19> 미디어프로그램 참여를 통한 기대역량	26
<표 20> 진로-직업체험에 만나고 싶은 직업분야	27
<표 21> 미디어 분야 직업에 진로선택 의향	28
<표 22> 현재 나에게 가장 필요한 미디어 교육	29
<표 23> 미디어 이해와 활용능력에 필요한 미디어 교육	30
<표 24> 미디어 이론 교육의 적절한 교육과정	31
<표 25> 미디어 이론교육에 적절한 학기별 교육주기	32
<표 26> 미디어 이론교육에 적절한 방학별 교육주기	33
<표 27> 미디어 이론교육에 적절한 시간별 교육주기	34
<표 28> 미디어 체험/실습에 적절한 교육과정	35
<표 29> 미디어 체험/실습에 적절한 학기별 교육주기	36
<표 30> 미디어 체험/실습에 적절한 방학별 교육주기	37
<표 31> 미디어 체험/실습에 적절한 시간별 교육주기	38
<표 32> 최대 이용 미디어 플랫폼	39
<표 33> 플랫폼에서 주로 접하는 콘텐츠 주제	40
<표 34> 콘텐츠 접하게 된 경로 및 방법	41

<표 35> 새로운 정보 확인 시 사실에 근거한 내용 진단 정도	42
<표 36> 새로운 정보에 대한 사실 확인 여부	43
<표 37> 미디어 리터러시에 대한 인지정도	44
<표 38> 미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용하는 교육의 필요성	45
<표 39> 코로나 사태 이후 미디어 사용량 증가 정도	46
<표 40> 미디어 사용량 증가 후 부정적 경험 정도	47
<표 41> 본인이 겪은 부정적 경험의 종류	48
<표 42> 미디어 사용량 증가 후 나 자신의 문제 또는 주변과의 갈등	49
<표 43> 내가 겪은 문제와 갈등의 종류	50
<표 44> 참여 온라인/비대면 교육 및 프로그램	51
<표 45> 참여 시 이용기기 및 장비	52
<표 46> 온라인/비대면 청소년 프로그램에 대한 참여 의향	53
<표 47> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 학기별 교육주기	54
<표 48> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 방학별 교육주기	55
<표 49> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 시간별 교육주기	56
<표 50> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점	57
<표 51> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 불편했던 점	58
<표 52> 4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준	59
<표 53> 4차 산업혁명과 관련한 정보 습득 경로	60
<표 54> 4차 산업혁명에 관심이 있는 분야	61
<표 55> 4차 산업혁명 중요 역량 중, 누군가의 도움이 필요한 역량	62
<표 56> 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야 참여 의향	63
<표 57> 4차 산업혁명과 관련하여 참여하고 싶은 프로그램	64
<표 58> 최신 기술 습득에 대한 걱정	65
<표 59> 배우고 습득하는 것에 대한 걱정이 되는 사항	66
<표 60> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 긍정적 영향	67
<표 61> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 부정적 영향	68

본론 II - 조사대상자 특성별 심층분석 결과

<표 62> 선호하는 콘텐츠 내용	70
<표 63> 하고 싶은 이야기를 미디어콘텐츠로 제작한 경험	71
<표 64> 제작 경험이 있는 콘텐츠 종류	72
<표 65> 콘텐츠를 제작한 목적	73
<표 66> 공모전에 출품한 경험	74
<표 67> 제작 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험	75
<표 68> 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 하는 이유	76
<표 69> 제작물을 게시한 플랫폼 및 사이트	77
<표 70> 콘텐츠 제작에 어려웠던 점이나 경험이 없는 이유	78
<표 71> 미디어 관련 프로그램의 참여 경험	79

<표 72> 참여한 미디어프로그램	80
<표 73> 참여한 프로그램의 인지 경로	81
<표 74> 학교 및 선생님을 통한 인지 경로	82
<표 75> 미디어프로그램에 참여하지 못한 이유	83
<표 76> 향후 미디어프로그램에 참여할 의향	84
<표 77> 참여하고 싶은 미디어프로그램	85
<표 78> 미디어 프로그램에 대한 관심분야	86
<표 79> 미디어프로그램 참여를 통한 기대역량	87
<표 80> 진로-직업체험에서 만나고 싶은 직업분야	88
<표 81> 미디어 분야 직업에 진로선택 의향	89
<표 82> 현재 나에게 가장 필요한 미디어 교육	90
<표 83> 미디어 이해와 활용능력에 필요한 미디어 교육	91
<표 84> 미디어 이론교육의 적절한 교육과정	92
<표 85> 미디어 이론교육의 적절한 학기별 교육주기	93
<표 86> 미디어 이론교육의 적절한 방학별 교육주기	94
<표 87> 미디어 이론교육의 적절한 시간별 교육주기	95
<표 88> 미디어 체험/실습에 적절한 교육과정	96
<표 89> 미디어 체험/실습에 적절한 학기별 교육주기	97
<표 90> 미디어 체험/실습에 적절한 방학별 교육주기	98
<표 91> 미디어 체험/실습에 적절한 시간별 교육주기	99
<표 92> 최대 이용 미디어 플랫폼	100
<표 93> 플랫폼에서 주로 접하는 콘텐츠 주제	101
<표 94> 콘텐츠 접하게 된 경로 및 방법	102
<표 95> 새로운 정보 확인 시 사실에 근거한 내용 진단 정도	103
<표 96> 새로운 정보에 대한 사실 확인 여부	104
<표 97> 미디어 리터러시에 대한 인지 정도	105
<표 98> 미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용하는 교육의 필요성	106
<표 99> 코로나 사태 이후 미디어 사용량 증가 정도	107
<표 100> 미디어 사용량 증가 후 부정적 경험 정도	108
<표 101> 본인이 겪은 부정적 경험의 종류	109
<표 102> 미디어 사용량 증가 후 나 자신의 문제 또는 주변과의 갈등	110
<표 103> 내가 겪은 문제와 갈등의 종류	111
<표 104> 참여 온라인/비대면 교육 및 프로그램	112
<표 105> 참여 시 이용기기 및 장비	113
<표 106> 온라인/비대면 청소년 프로그램에 대한 참여 의향	114
<표 107> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 학기별 교육주기	115
<표 108> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 방학별 교육주기	116
<표 109> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 시간별 교육주기	117
<표 110> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점	118

<표 111> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 불편했던 점	119
<표 112> 4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준	120
<표 113> 4차 산업혁명과 관련한 정보 습득 경로	121
<표 114> 4차 산업혁명에 관심이 있는 분야	122
<표 115> 4차 산업혁명 중요 역량 중, 누군가의 도움이 필요한 역량	123
<표 116> 4차 산업혁명과 관련한 관심분야 프로그램 참여 의향	124
<표 117> 4차 산업혁명과 관련하여 참여하고 싶은 프로그램	125
<표 118> 최신 기술 습득에 대한 걱정	126
<표 119> 배우고 습득하는 것에 대한 걱정이 되는 사항	127
<표 120> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 긍정적 영향	128
<표 121> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 부정적 영향	129

- 그림 -

본론 I - 문항별 응답 결과

<그림 1> 조사대상자 특성	7
<그림 2> 선호하는 콘텐츠 내용	9
<그림 3> 하고 싶은 이야기를 미디어콘텐츠로 제작한 경험	10
<그림 4> 제작 경험이 있는 콘텐츠 종류	11
<그림 5> 콘텐츠를 제작한 목적	12
<그림 6> 공모전에 출품한 경험	13
<그림 7> 제작 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험	14
<그림 8> 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 하는 이유	15
<그림 9> 제작물을 게시한 플랫폼 및 사이트	16
<그림 10> 콘텐츠 제작에 어려웠던 점이나 경험이 없는 이유	17
<그림 11> 미디어 관련 프로그램의 참여 경험	18
<그림 12> 참여한 미디어 프로그램	19
<그림 13> 참여한 프로그램의 인지 경로	20
<그림 14> 학교 및 선생님을 통한 인지 경로	21
<그림 15> 미디어프로그램에 참여하지 못한 이유	22
<그림 16> 향후 미디어프로그램에 참여할 의향	23
<그림 17> 참여하고 싶은 미디어프로그램	24
<그림 18> 미디어 프로그램에 대한 관심분야	25
<그림 19> 미디어프로그램 참여를 통한 기대역량	26
<그림 20> 진로-직업체험에 만나고 싶은 직업분야	27
<그림 21> 미디어 분야 직업 선택 의향	28
<그림 22> 현재 나에게 가장 필요한 미디어 교육	29
<그림 23> 미디어 이해와 활용능력에 필요한 미디어 교육	30
<그림 24> 미디어 이론 교육의 적절한 교육과정	31
<그림 25> 미디어 이론교육에 적절한 학기별 교육주기	32
<그림 26> 미디어 이론교육에 적절한 방학별 교육주기	33
<그림 27> 미디어 이론교육에 적절한 시간별 교육주기	34
<그림 28> 미디어 체험/실습에 적절한 교육과정	35
<그림 29> 미디어 체험/실습에 적절한 학기별 교육주기	36
<그림 30> 미디어 체험/실습에 적절한 방학별 교육주기	37
<그림 31> 미디어 체험/실습에 적절한 시간별 교육주기	38
<그림 32> 최대 이용 미디어 플랫폼	39
<그림 33> 플랫폼에서 주로 접하는 콘텐츠 주제	40
<그림 34> 콘텐츠 접하게 된 경로 및 방법	41
<그림 35> 새로운 정보 확인 시 사실에 근거한 내용 진단 정도	42

<그림 36> 새로운 정보에 대한 사실 확인 여부	43
<그림 37> 미디어 리터러시에 대한 인지정도	44
<그림 38> 미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용하는 교육의 필요성	45
<그림 39> 코로나 사태 이후 미디어 사용량 증가 정도	46
<그림 40> 미디어 사용량 증가 후 부정적 경험 정도	47
<그림 41> 본인이 겪은 부정적 경험의 종류	48
<그림 42> 미디어 사용량 증가 후 나 자신의 문제 또는 주변과의 갈등	49
<그림 43> 내가 겪은 문제와 갈등의 종류	50
<그림 44> 참여 온라인/비대면 교육 및 프로그램	51
<그림 45> 참여 시 이용기기 및 장비	52
<그림 46> 온라인/비대면 청소년 프로그램 참여 의향	53
<그림 47> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 학기별 교육주기	54
<그림 48> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 방학별 교육주기	55
<그림 49> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 시간별 교육주기	56
<그림 50> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점	57
<그림 51> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 불편했던 점	58
<그림 52> 4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준	59
<그림 53> 4차 산업혁명과 관련한 정보 습득 경로	60
<그림 54> 4차 산업혁명에 관심이 있는 분야	61
<그림 55> 4차 산업혁명 중요 역량 중, 누군가의 도움이 필요한 역량	62
<그림 56> 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야 참여 의향	63
<그림 57> 4차 산업혁명과 관련하여 참여하고 싶은 프로그램	64
<그림 58> 최신 기술 습득에 대한 걱정	65
<그림 59> 배우고 습득하는 것에 대한 걱정이 되는 사항	66
<그림 60> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 긍정적 영향	67
<그림 61> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 부정적 영향	68



제 1장. 조사 개요

I. 조사목적

II. 조사설계

III. 응답자 특성

조사개요

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 현시점에서, 청소년들의 시대 변화에 대한 인식과 프로그램 수요를 파악하여, 급변하는 미디어 환경 속 청소년 기관의 미디어 프로그램 정책 운영의 방향성을 정립하고자 한다.

2. 조사 방법

가. 조사 설계

1) 대상

서울·수도권에 거주하는 중학생 이하 연령(12세~16세), 고등학생 연령(17세~19세) 및 후기 청소년 연령(20세~24세) 등을 대상으로 조사를 실시하였다. 총 538명이 조사에 참여했으며 특성별로 분류하면 다음과 같다.

총 538명이 조사에 참여했으며 특성별로 분류하면 다음과 같다.

- ※ 성별 : 여성 365명(67.8%), 남성 173명(32.2%)
- ※ 연령대별 : 10대 481명(89.4%), 20대 57명(10.6%)
- ※ 소속별 : 중학교 이하 99명(18.4%), 일반 고등학교 285명(53.0%), 미디어·문화·예술관련 고등학교 46명(8.6%), 학교밖청소년 51명(9.5%), 후기청소년 57명(10.6%)
- ※ 스스로넷 인지여부 : 예 322명(59.9%), 아니오 216명(40.1%)
- ※ 동아리 활동이나 프로그램 경험 : 학교 미디어 관련 동아리 298명(43.3%), 서울시립청소년미디어센터의 소속 동아리/그룹이거나 프로그램 참여경험 164명(23.8%), 이외의 온라인 커뮤니티 동호회 관련 미디어 활동(17.6%), 지역기반 청소년센터 복지관, 종교단체 등 75명(10.9%), 기타 31명(4.5%)

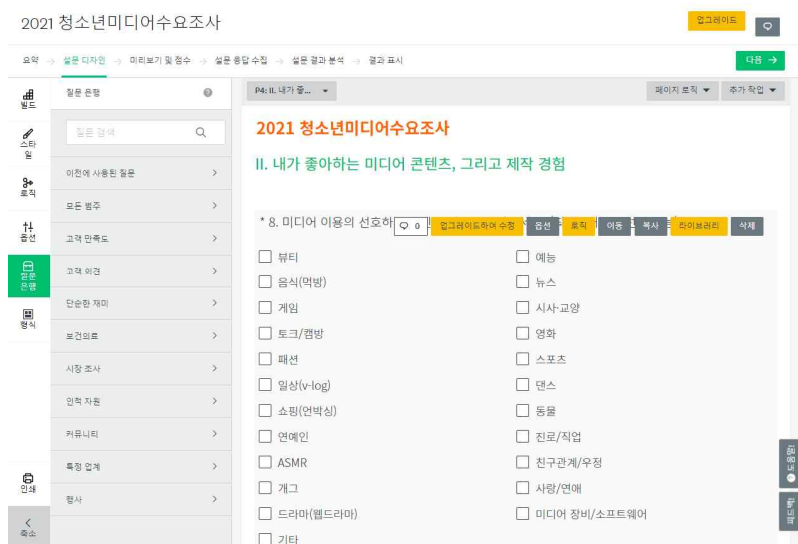
2) 내용

조사 내용은 미디어에 대한 청소년의 이용과 경험, 인식에 대해서 논리적 흐름을 바탕으로 문항이 구성되었다. 조사내용을 주제별로 분류하면 아래와 같다.

- ① 내가 좋아하는 미디어 콘텐츠, 그리고 제작 경험
- ② 내가 하고 싶은 미디어 프로그램과 참여했던 기억
- ③ 미디어 공간과 콘텐츠에 대한 사실 확인
- ④ 온라인/비대면 교육 및 프로그램
- ⑤ 4차 산업혁명과 청소년

3) 자료 수집 및 분석방법

동일하게 구성된 질문지를 온라인(몽키서베이 설문지)으로 제작하고 배포하여 조사를 진행하였다. 온라인 설문 조사는 2021년 9월 10일(화)부터 10월 15일(토)까지 진행되었다. 서울 및 수도권 내의 학교와 청소년기관의 협조, SNS 홍보 등을 통한 온라인 응답은 총 538명으로 집계되었다.



자료 분석은 응답자의 특성과 응답빈도를 파악하기 위하여 SPSS 25.0을 활용하여 기초통계량 분석과 빈도 분석을 실시하였고, 출생년도, 성별, 소속, 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부에 따른 각 주제별 인식 차이를 분석하기 위하여 SPSS 25.0을 활용하여 교차분석을 수행하였다.

4) 전문가 자문/일반회의

(1) 자문/일반 회의

센터의 자체 인적인프라 더불어 설문조사의 완성도/신뢰도를 높이기 위한 외부의 자문위원을 초빙하였다. 전문가 자문회의는 온/오프라인 2회로 진행하였으며 상시로 일반회의를 진행 하였다. 문항컨설팅 자문회의는 2021년 6월 16일, 설문결과분석 자문회의는 2021년 12월 8일에 각각 진행하였다. 문항컨설팅회의는 설문조사지 내용에 대하여 청소년 대상의 조사로서의 워딩과 질문 수준에 관한 확인, 결과 지표의 타당성 검증, 결론 도출을 위한 조사방법과 목적성, 방향성 확인 등에 대한 자문의견을 수렴하였다. 설문결과분석회의는 설문조사 진행 후 완성된 통계 분석 자료를 바탕으로 전체 통계에 대한 검토와 결과에 대한 시사점과 항목별 수치 편차에 관한 유의미성 검토 및 기준정립, 보고서 분석 방향 등에 대한 논의를 진행하였다.

(2) 점검 사항 및 내용

- 가. 보기 수정 : 뉴스 -> 시사/교양
- 나. 청소년을 대상으로 하는 설문조사로 친절한 형태의 문항 수정
- 다. 문항 난이도의 전반적인 수정 (어려운 용어 설명 제시)
- 라. 주제별 대분류 제목 수정 및 온라인/비대면 주제 추가
- 마. 중복체크 항목에 대한 추가 및 수정
- 바. 전체 문항수에 대한 조정으로 신뢰도
- 사. 어텐션 필터 삽입 및 프리 테스트 진행

I. 조사목적

- 본 조사는 2021년 청소년미디어수요조사를 통해 청소년 미디어이용실태와 프로그램 수요를 파악하여 개선된 청소년의 미디어 시장 환경을 조성하는 데 목적을 둠



2017/2018/2019년도 청소년미디어수요조사

II. 조사설계

조사대상

◇ 2021년 청소년 대상 538명

표본추출방법

◇ 전수 조사(신뢰수준 95 기준 ± 2.49)

조사방법

◇ 구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사

조사기간

◇ 2021년 09월 01일 ~ 2021년 09월 25일

조사기관

◇ 통계쉐프(T.C Consulting)

분석방법

◇ 아래의 통계분석 기법을 활용하여 출력값 산출

- 빈도분석
- 교차분석

Ⅲ. 응답자 특성

1) 조사대상자 특성

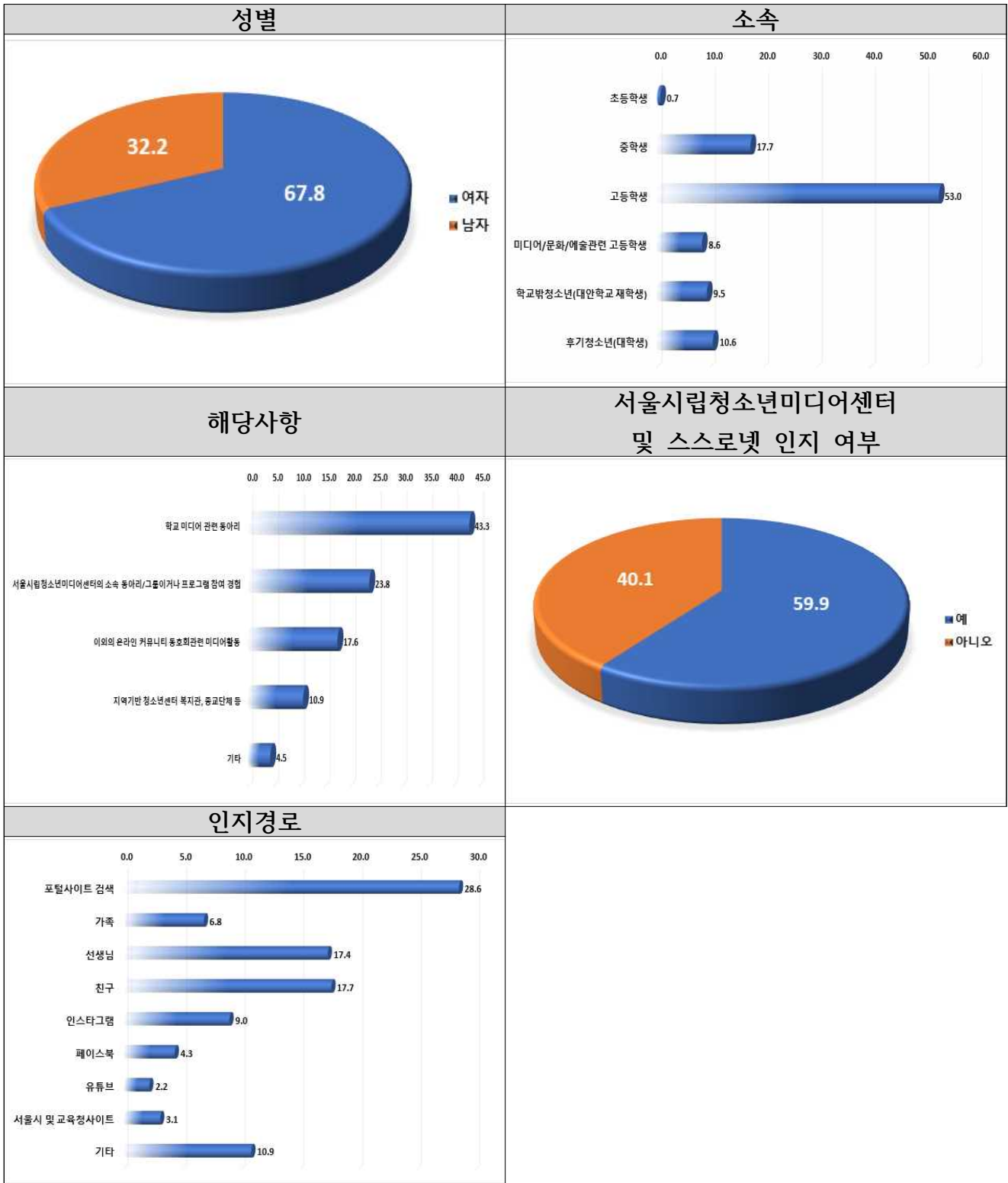
<표 1> 조사대상자 특성

구 분		N(명)	비율(%)
전 체		538	100.0
성별	여자	365	67.8
	남자	173	32.2
소속	초등학생	4	0.7
	중학생	95	17.7
	고등학생	285	53.0
	미디어/문화/예술관련 고등학생	46	8.6
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	51	9.5
	후기청소년(대학생)	57	10.6
해당사항*	학교 미디어 관련 동아리	298	43.3
	서울시립청소년미디어센터의 소속 동아리/그룹이거나 프로그램 참여 경험	164	23.8
	이외의 온라인 커뮤니티 동호회관련 미디어활동	121	17.6
	지역기반 청소년센터 복지관, 종교단체 등	75	10.9
	기타	31	4.5
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	322	59.9
	아니오	216	40.1
인지경로	포털사이트 검색	92	28.6
	가족	22	6.8
	선생님	56	17.4
	친구	57	17.7
	인스타그램	29	9.0
	페이스북	14	4.3
	유튜브	7	2.2
	서울시 및 교육청사이트	10	3.1
	기타	35	10.9
	합계	322	100.0
	결측	221	

* 복수응답

<그림 1> 조사대상자 특성

(단위 : 백분율)





제 2장. 문항별 응답 결과

- I. 내가 좋아하는 미디어 콘텐츠, 그리고 제작 경험
- II. 내가 하고 싶은 미디어 프로그램과 참여했던 기억
- III. 미디어 공간과 콘텐츠에 대한 사실 확인
- IV. 온라인/비대면 교육 및 프로그램
- V. 4차 산업혁명과 청소년

제 2장 문항별 응답 결과

I. 내가 좋아하는 미디어 콘텐츠, 그리고 제작 경험

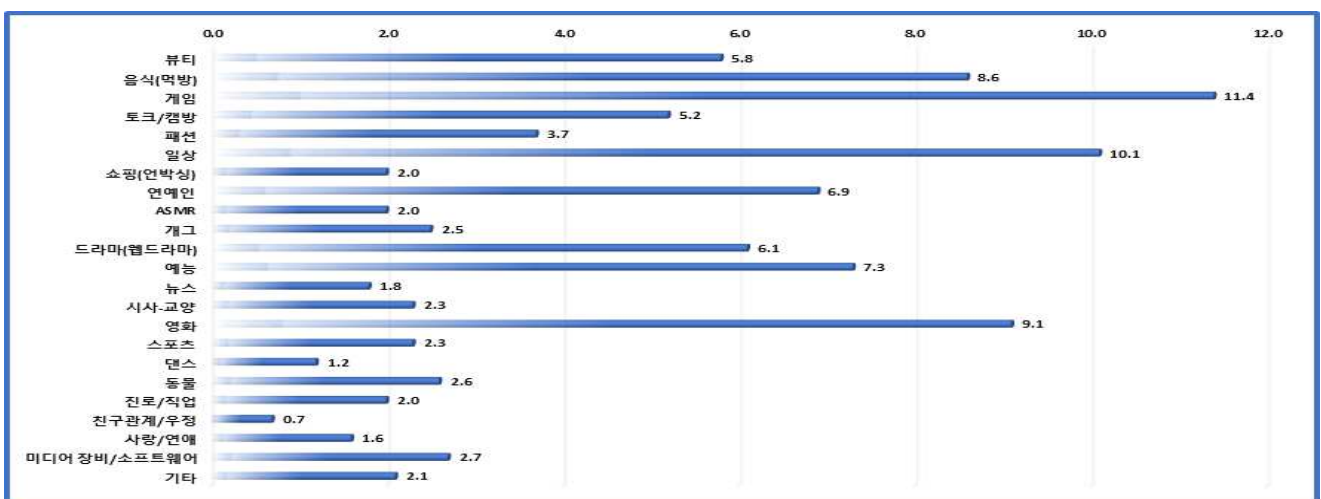
1 선호하는 콘텐츠 내용

- 게임이 11.4%로 가장 높았고, 일상이 10.1%로 뒤를 이었음
- 단, 친구관계/우정이 0.7%로 가장 낮았음

<표 2> 선호하는 콘텐츠 내용

(N=1,369, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)	구분	빈도(n)	백분율(%)
뷰티	80	5.8	뉴스	25	1.8
음식(먹방)	118	8.6	시사-교양	31	2.3
게임	156	11.4	영화	124	9.1
토크/캠방	71	5.2	스포츠	31	2.3
패션	50	3.7	댄스	17	1.2
일상	138	10.1	동물	35	2.6
쇼핑(언박싱)	27	2.0	진로/직업	28	2.0
연예인	94	6.9	친구관계/우정	10	0.7
ASMR	28	2.0	사랑/연애	22	1.6
개그	34	2.5	미디어 장비/소프트웨어	37	2.7
드라마(웹드라마)	84	6.1	기타	29	2.1
예능	100	7.3			



<그림 2> 선호하는 콘텐츠 내용

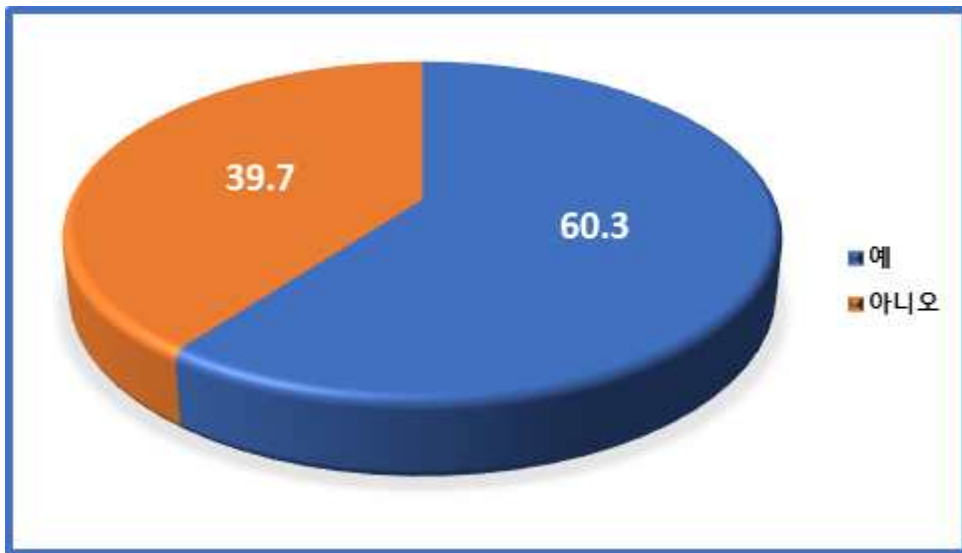
2 하고 싶은 이야기를 미디어콘텐츠로 제작한 경험

□ 제작 경험이 있는 비율은 60.3%로 경험이 없는 39.7%에 비해 비교적 많은 것으로 나타남

<표 3> 하고 싶은 이야기를 미디어콘텐츠로 제작한 경험

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
예	293	60.3
아니오	193	39.7
합계	486	100.0
결측	52	



<그림 3> 하고 싶은 이야기를 미디어콘텐츠로 제작한 경험

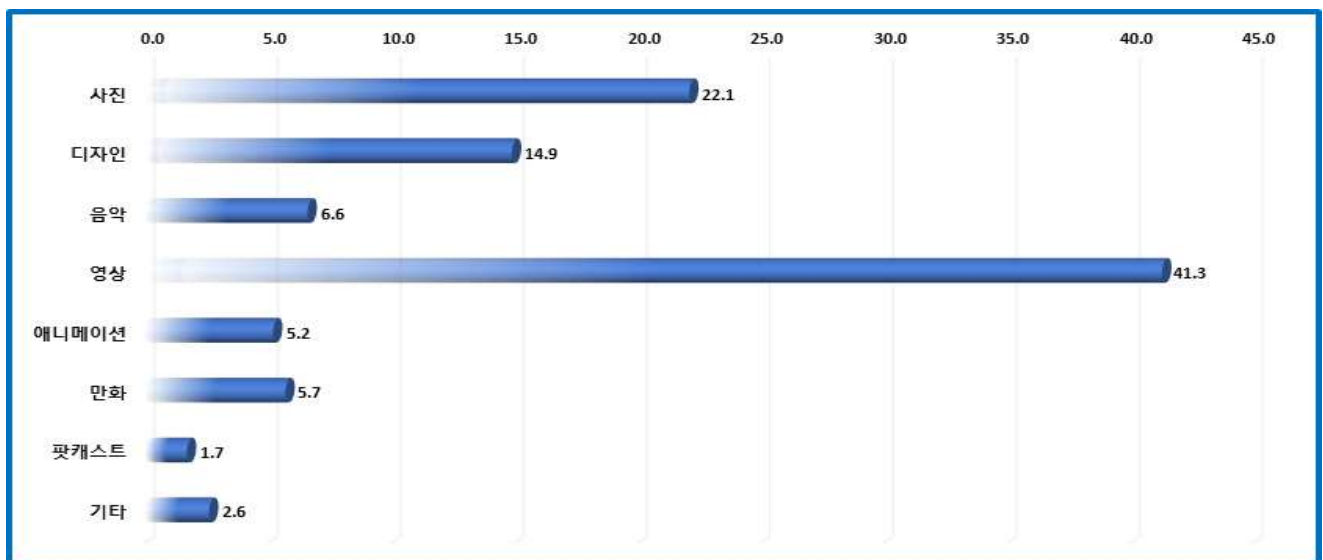
3 제작 경험이 있는 콘텐츠 종류

- 영상을 제작한 비율이 41.3%로 가장 높았고, 사진이 22.1%, 디자인이 14.9%로 뒤를 이었음
- 단, 팟캐스트가 1.7%로 가장 낮았음

<표 4> 제작 경험이 있는 콘텐츠 종류

(N=543, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
사진	120	22.1
디자인	81	14.9
음악	36	6.6
영상	224	41.3
애니메이션	28	5.2
만화	31	5.7
팟캐스트	9	1.7
기타	14	2.6



<그림 4> 제작 경험이 있는 콘텐츠 종류

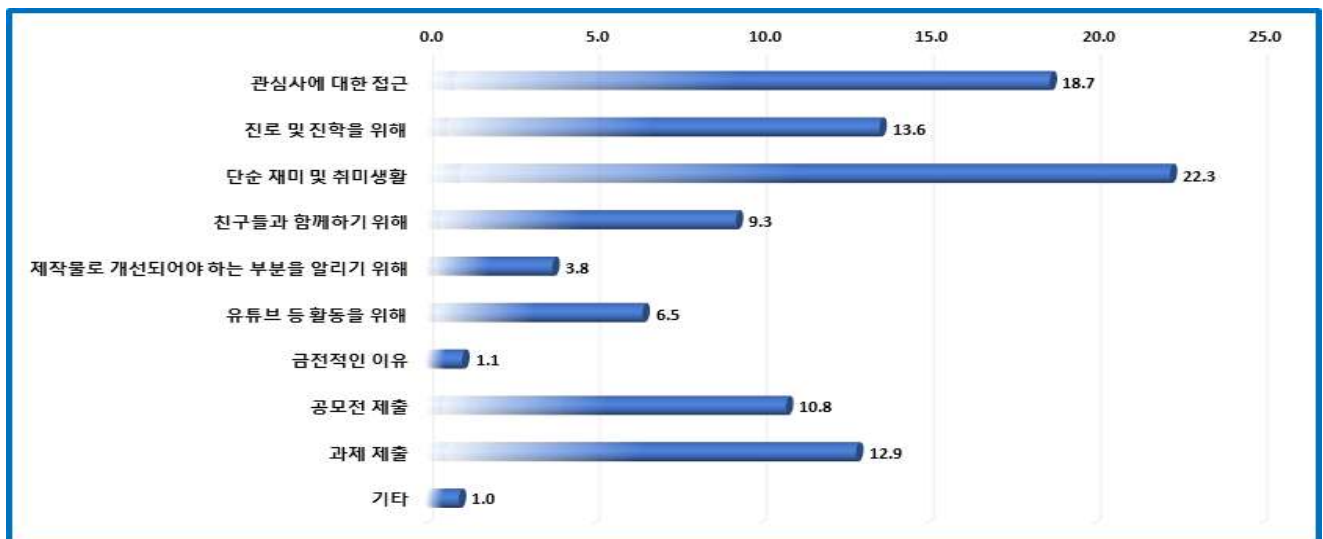
4 콘텐츠를 제작한 목적

□ 단순 재미 및 취미생활이 22.3%로 가장 높았고, 관심사에 대한 접근이 18.7%로 뒤를 이었음
 □ 단, 금전적인 이유가 1.1%, 기타가 1.0%로 가장 낮았음

<표 5> 콘텐츠를 제작한 목적

(N=712, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
관심사에 대한 접근	133	18.7
진로 및 진학을 위해	97	13.6
단순 재미 및 취미생활	159	22.3
친구들과 함께하기 위해	66	9.3
제작물로 개선되어야 하는 부분을 알리기 위해	27	3.8
유튜브 등 활동을 위해	46	6.5
금전적인 이유	8	1.1
공모전 제출	77	10.8
과제 제출	92	12.9
기타	7	1.0



<그림 5> 콘텐츠를 제작한 목적

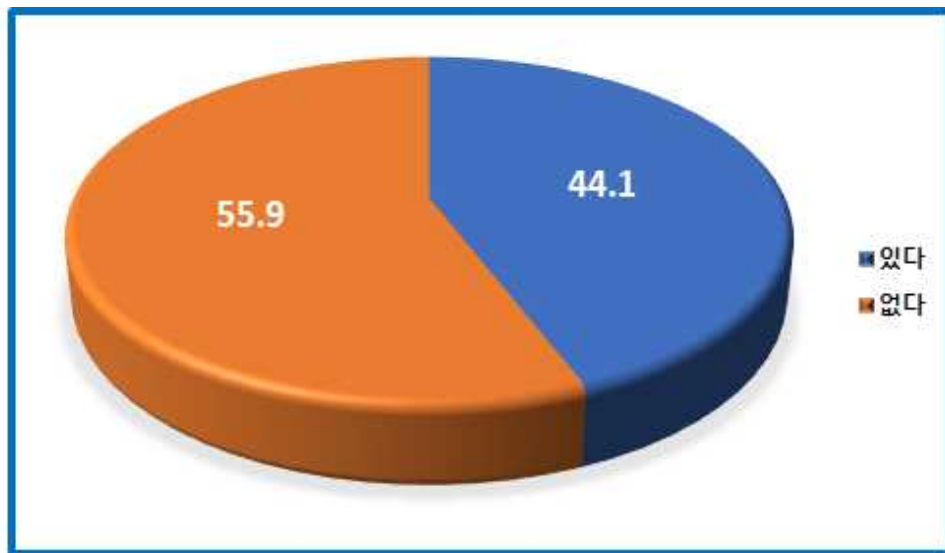
5 공모전에 출품한 경험

□ 공모전 출품 경험이 없는 비율이 55.9%로 경험이 있는 44.1%에 비해 다소 높았음

<표 6> 공모전에 출품한 경험

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
있다	126	44.1
없다	160	55.9
합계	286	100.0
결측	252	



<그림 6> 공모전에 출품한 경험

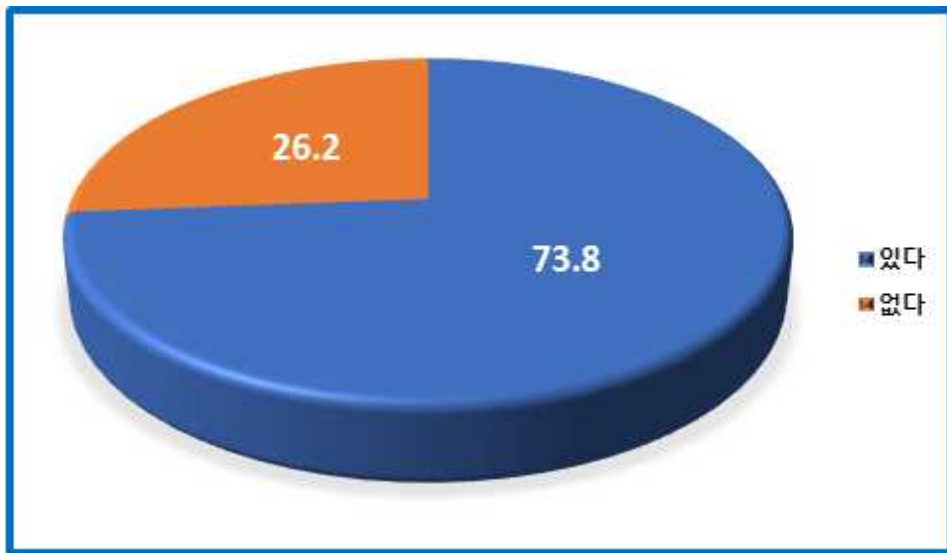
6 제작 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험

□ 제작 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 경험이 있는 비율이 73.8%로 경험이 없는 26.2%에 비해 매우 높았음

<표 7> 제작 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
있다	211	73.8
없다	75	26.2
합계	286	100.0
결측	252	



<그림 7> 제작 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험

7 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 하는 이유

□ 나의 의견과 생각을 표현하고, 타인의 공감과 응원을 받고 싶어서가 30.5%로 가장 높았고, 나의 진학 및 진로를 위한 포트폴리오를 남기고 싶어서가 22.8%로 뒤를 이었음

□ 단, 다른 사람들도 하나까 크게 의미는 없다고 응답한 비율이 7.8%로 가장 낮았음

<표 8> 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 하는 이유

(N=334, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
나의 의견과 생각을 표현하고, 타인의 공감과 응원을 받고 싶다	102	30.5
내 존재 자체를 알리고 홍보하고 싶다	69	20.7
새로운 사람들과의 관계를 형성하고 싶다	42	12.6
나의 진학 및 진로를 위한 포트폴리오를 남기고 싶다	76	22.8
다른 사람들도 하나까 크게 의미는 없다	26	7.8
기타	19	5.7



<그림 8> 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 하는 이유

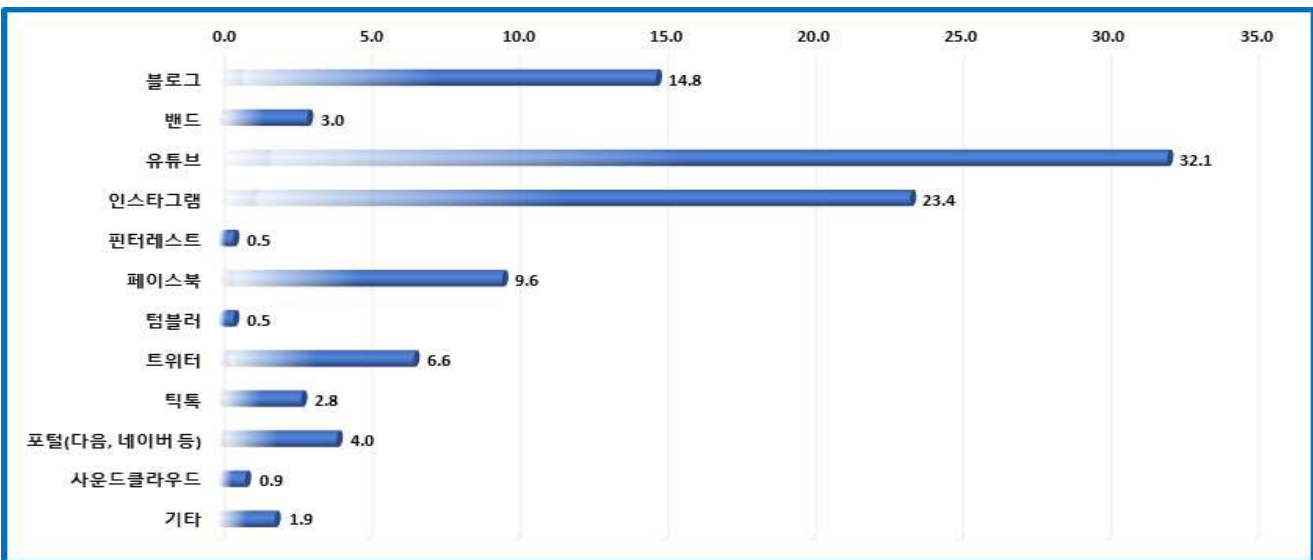
8 제작물을 게시한 플랫폼 및 사이트

□ 유튜브가 32.1%로 가장 높았고, 인스타그램이 23.4%, 블로그가 14.8%로 뒤를 이었음
 □ 단, 핀터레스트와 텀블러가 각각 0.5%로 가장 낮았음

<표 9> 제작물을 게시한 플랫폼 및 사이트

(N=427, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
블로그	63	14.8
밴드	13	3.0
유튜브	137	32.1
인스타그램	100	23.4
핀터레스트	2	0.5
페이스북	41	9.6
텀블러	2	0.5
트위터	28	6.6
틱톡	12	2.8
포털(다음, 네이버 등)	17	4.0
사운드클라우드	4	0.9
기타	8	1.9



<그림 9> 제작물을 게시한 플랫폼 및 사이트

9 콘텐츠 제작에 어려웠던 점이나 경험이 없는 이유

- 미디어콘텐츠 제작스킬 부족 및 어려움이 44.0%로 가장 높았고, 제작비 및 예산 등 금전적인 이유가 16.2%, 함께할 사람이 없어서가 10.3%로 뒤를 이었음
- 단, 부모님 및 가족, 친구 등 금전적인 이유와 제작 콘텐츠가 내가 원하지 않는 공간/기간까지 업로드가 될까봐 각각 1.7%로 가장 낮았음

<표 10> 콘텐츠 제작에 어려웠던 점이나 경험이 없는 이유

(N=464, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
미디어콘텐츠 제작스킬 부족 및 어려움	204	44.0
팀원 및 동료와의 갈등	9	1.9
함께할 사람이 없음	48	10.3
제작비 및 예산 등 금전적인 이유	75	16.2
부모님 및 가족, 친구 등 주변인의 반대	8	1.7
장비 및 소프트웨어, 촬영 공간의 부재	26	5.6
내가 표현하고자 하는 주제와 내용 전달의 어려움	30	6.5
저작권, 초상권 등 법에 대해 몰라 잘못을 저지을까봐	25	5.4
향후 제작한 콘텐츠에 대해 악성댓글 및 비판, 반대 의견에 대한 걱정	15	3.2
제작 콘텐츠가 내가 원하지 않는 공간/기간까지 업로드가 될까봐	8	1.7
기타	16	3.4



<그림 10> 콘텐츠 제작에 어려웠던 점이나 경험이 없는 이유

Ⅱ. 내가 하고 싶은 미디어 프로그램과 참여했던 기억

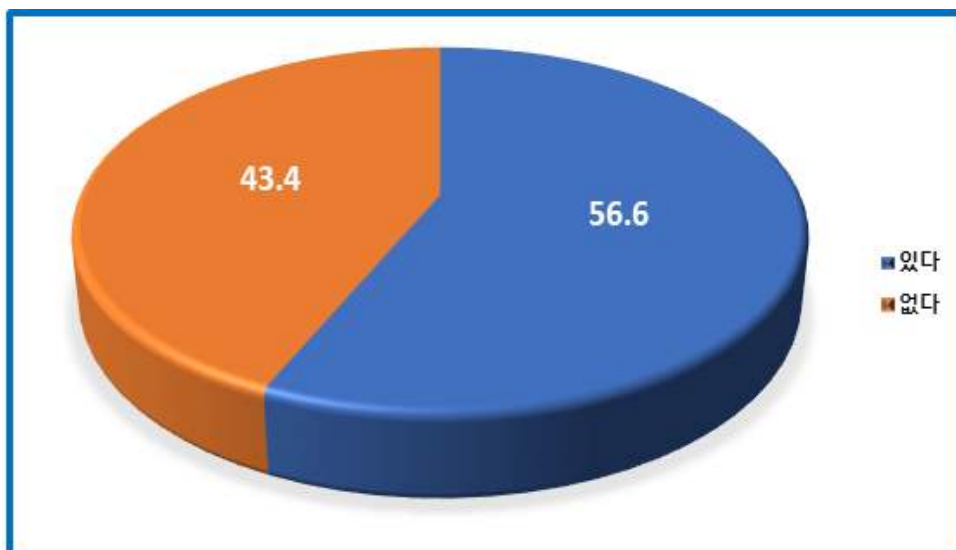
1 미디어 관련 프로그램의 참여 경험

□ 미디어 관련 프로그램의 참여 경험이 있는 비율이 56.6%로 경험이 없는 43.4%에 비해 다소 높은 것으로 나타남

<표 11> 미디어 관련 프로그램의 참여 경험

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
있다	260	56.6
없다	199	43.4
합계	459	100.0
결측	79	



<그림 11> 미디어 관련 프로그램의 참여 경험

2 참여한 미디어 프로그램

□ 영화, 광고, 사진, 웹툰, 디자인, 음악 등 주체적 활동에 참여한 비율이 29.5%로 가장 높았고, 진로관련 프로그램-현장직업인 만남, 관련학과 체험이 17.1%로 뒤를 이었음

□ 단, 기타가 1.1%로 가장 낮았음

<표 12> 참여한 미디어 프로그램

(N=438, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
미디어콘텐츠 이해/분석/비평 교육 중심 활동	69	15.8
1-4회의 영화/사진/라디오 등 제작 실습 등	63	14.4
4회 이상의 제작/실습 중심 장기형태	57	13.0
영화/광고/사진/웹툰/디자인/음악 등 주체적 활동	129	29.5
영화, 사진, 그림책 치료/사이버폭력&미디어과의존 예방교육	31	7.1
미디어 캠프 숙박 형태	9	2.1
진로관련 프로그램-현장직업인 만남, 관련학과 체험	75	17.1
기타	5	1.1



<그림 12> 참여한 미디어 프로그램

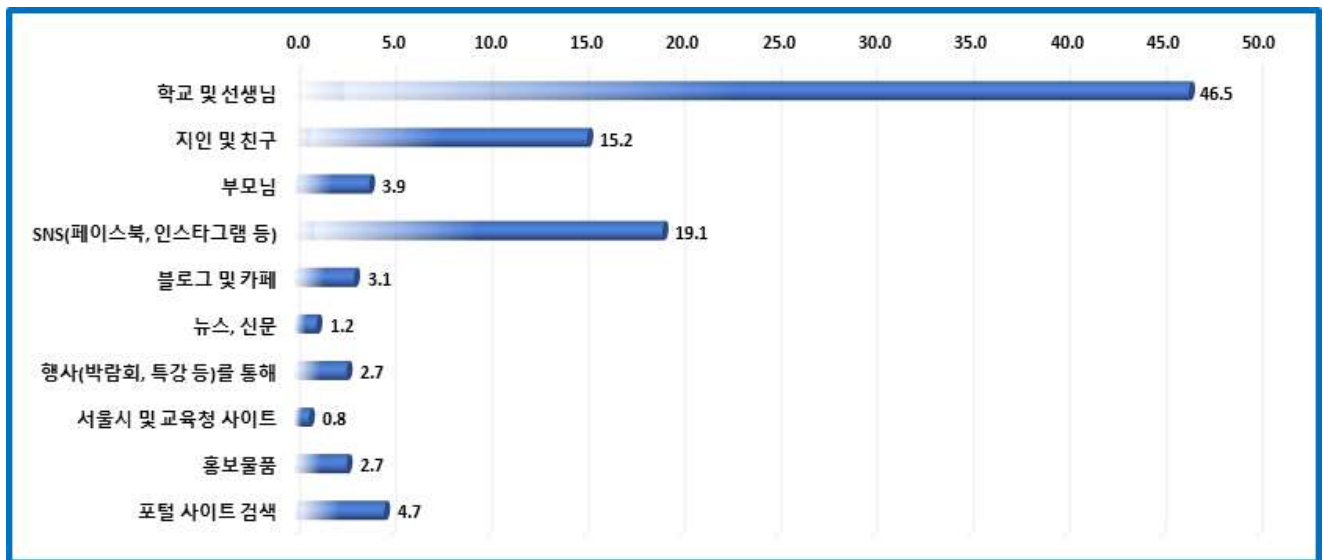
3 참여한 프로그램의 인지 경로

- 학교 및 선생님이 46.5%로 가장 높았고, SNS(페이스북, 인스타그램 등)가 19.1%, 지인 및 친구가 15.2%로 뒤를 이었음
- 단, 서울시 및 교육청 사이트가 0.8%로 가장 낮았음

<표 13> 참여한 프로그램의 인지 경로

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
학교 및 선생님	119	46.5
지인 및 친구	39	15.2
부모님	10	3.9
SNS(페이스북, 인스타그램 등)	49	19.1
블로그 및 카페	8	3.1
뉴스, 신문	3	1.2
행사(박람회, 특강 등)를 통해	7	2.7
서울시 및 교육청 사이트	2	0.8
홍보물품	7	2.7
포털 사이트 검색	12	4.7
합계	256	100.0
결측	282	



<그림 13> 참여한 프로그램의 인지 경로

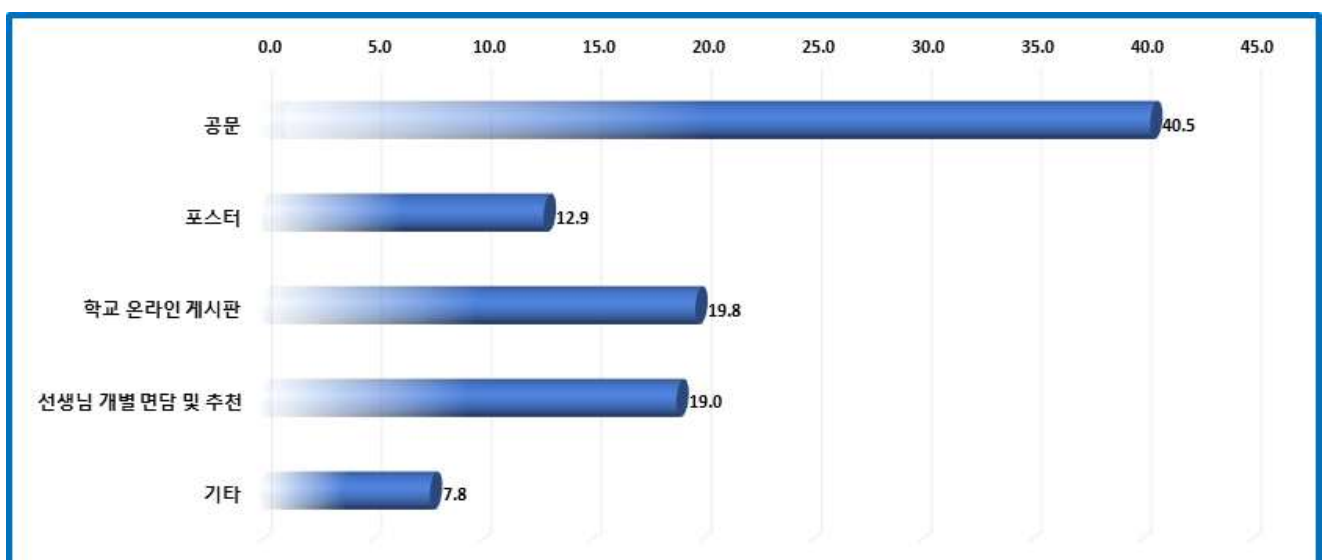
4 학교 및 선생님을 통한 인지 경로

- 공문이 40.5%로 가장 높았고, 학교 온라인 게시판이 19.8%, 선생님 개별 면담 및 추천이 19.0%로 뒤를 이었음
- 단, 기타가 7.8%로 가장 낮았음

<표 14> 학교 및 선생님을 통한 인지 경로

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
공문	47	40.5
포스터	15	12.9
학교 온라인 게시판	23	19.8
선생님 개별 면담 및 추천	22	19.0
기타	9	7.8
합계	116	100.0
결측	422	



<그림 14> 학교 및 선생님을 통한 인지 경로

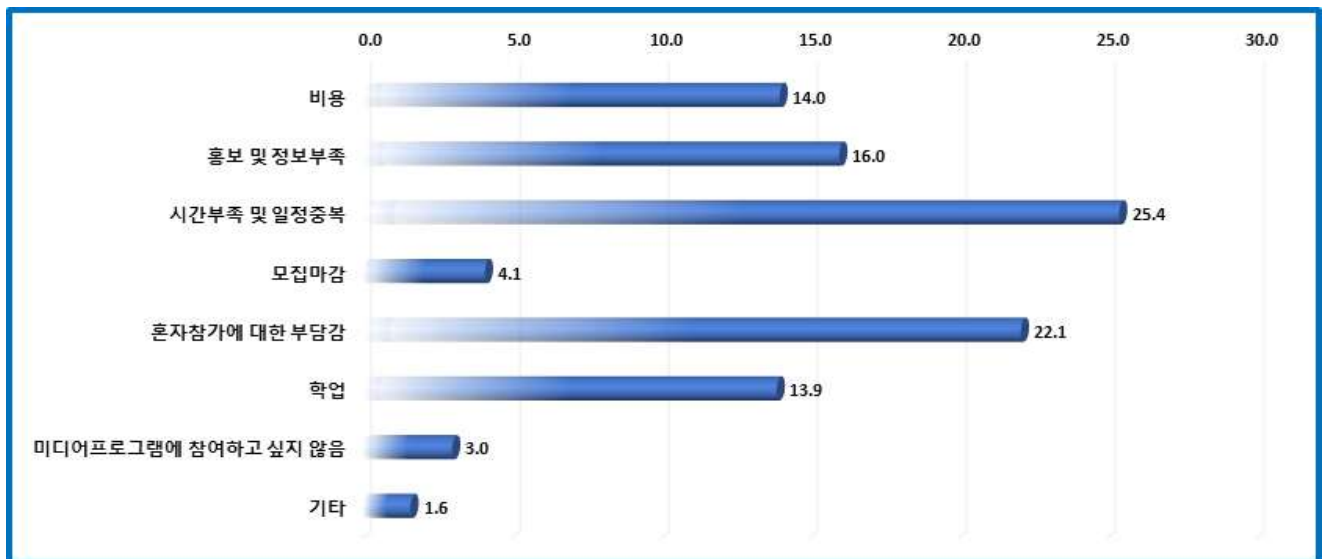
5 미디어프로그램에 참여하지 못한 이유

□ 시간부족 및 일정중복이 25.4%로 가장 높았고, 혼자참가에 대한 부담감이 22.1%로 뒤를 이었음
 □ 단, 기타가 1.6%로 가장 낮았음

<표 15> 미디어프로그램에 참여하지 못한 이유

(N=706, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
비용	99	14.0
홍보 및 정보부족	113	16.0
시간부족 및 일정중복	179	25.4
모집마감	29	4.1
혼자참가에 대한 부담감	156	22.1
학업	98	13.9
미디어프로그램에 참여하고 싶지 않음	21	3.0
기타	11	1.6



<그림 15> 미디어프로그램에 참여하지 못한 이유

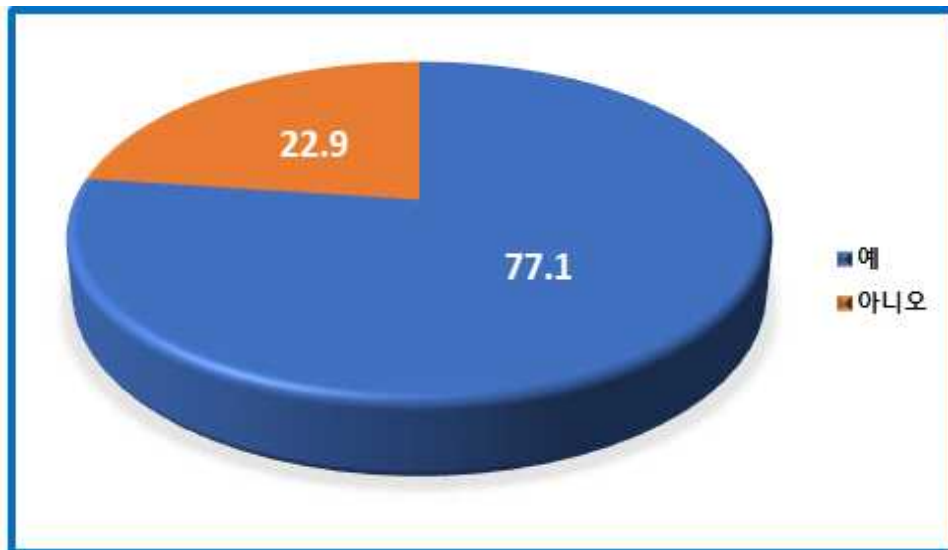
6 향후 미디어프로그램에 참여할 의향

□ 향후 미디어프로그램에 참여 의향이 있는 비율이 77.1%로 의향이 없는 22.9%에 비해 매우 많은 것으로 나타남

<표 16> 향후 미디어프로그램에 참여할 의향

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
예	347	77.1
아니오	103	22.9
합계	450	100.0
결측	88	



<그림 16> 향후 미디어프로그램에 참여할 의향

7 참여하고 싶은 미디어프로그램

□ 영화/광고/사진/웹툰/디자인/음악 등 주체적 활동이 179명(24.0%)으로 가장 높았고, 1-4회의 영화/사진/라디오 등 제작 실습 등이 134명(18.0%)으로 뒤를 이었음

□ 단, 기타가 4명(0.5%)으로 가장 낮았음

<표 17> 참여하고 싶은 미디어프로그램

(N=746, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
미디어콘텐츠 이해/분석/비평 교육 중심 활동	97	13.0%
1-4회의 영화/사진/라디오 등 제작 실습 등	134	18.0%
4회 이상의 제작/실습 중심 장기형태	100	13.4%
영화/광고/사진/웹툰/디자인/음악 등 주체적 활동	179	24.0%
영화, 사진, 그림책 치료/사이버폭력&미디어과의존 예방교육	55	7.4%
미디어 캠프 숙박 형태	76	10.2%
현장직업인 만남, 관련학과 체험	101	13.5%
기타	4	.5%



<그림 17> 참여하고 싶은 미디어프로그램

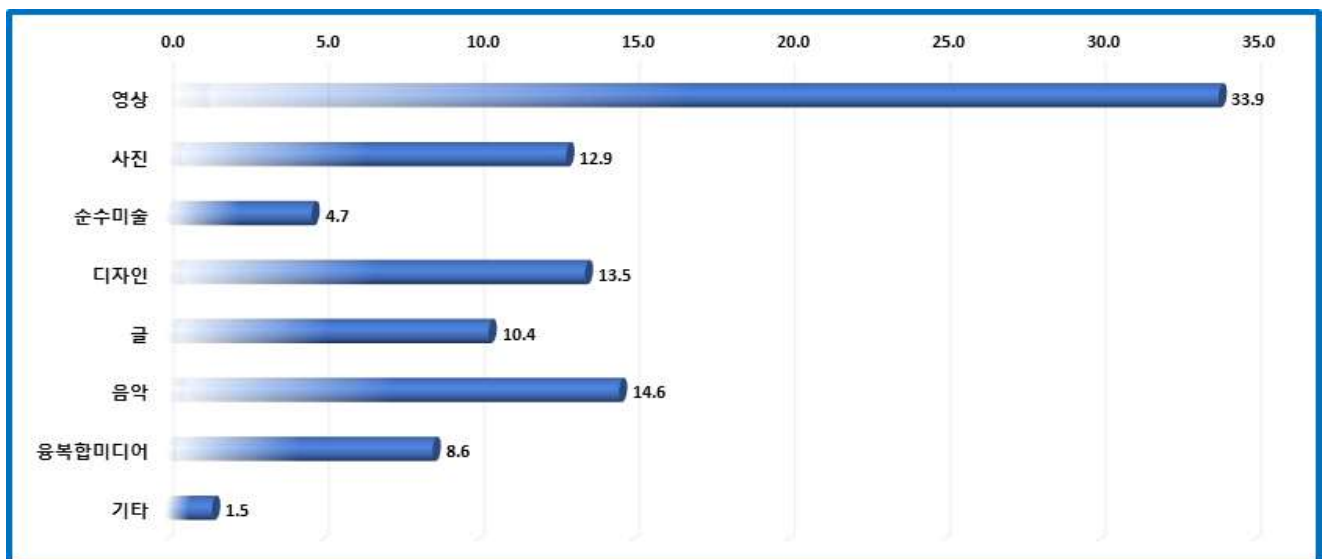
8 미디어프로그램에 대한 관심분야

- 영상이 33.9%로 가장 높았고, 음악이 14.6%로 뒤를 이었음
- 단, 기타가 1.5%로 가장 낮았음

<표 18> 미디어프로그램에 대한 관심분야

(N=747, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
영상	253	33.9
사진	96	12.9
순수미술	35	4.7
디자인	101	13.5
글	78	10.4
음악	109	14.6
융복합미디어	64	8.6
기타	11	1.5



<그림 18> 미디어프로그램에 대한 관심분야

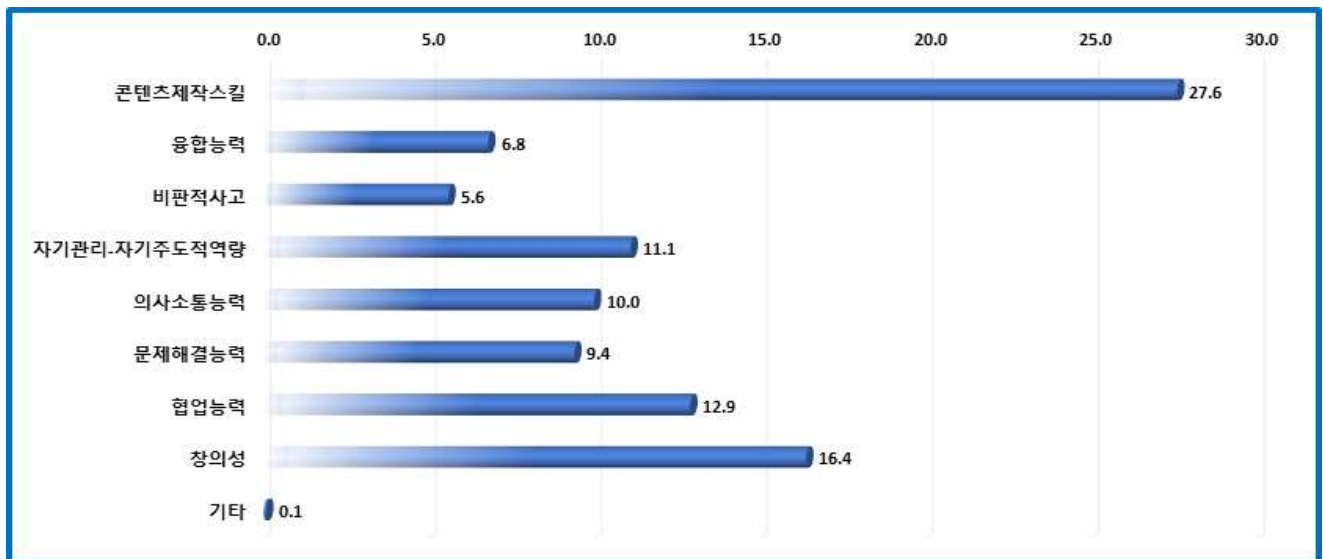
9 미디어프로그램 참여를 통한 기대역량

□ 콘텐츠제작스킬이 27.6%로 가장 높았고, 창의성이 16.4%로 뒤를 이었음
 □ 단, 기타가 0.1%로 가장 낮았음

<표 19> 미디어프로그램 참여를 통한 기대역량

(N=1,029, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
콘텐츠제작스킬	284	27.6
융합능력	70	6.8
비판적사고	58	5.6
자기관리-자기주도적역량	114	11.1
의사소통능력	103	10.0
문제해결능력	97	9.4
협업능력	133	12.9
창의성	169	16.4
기타	1	0.1



<그림 19> 미디어프로그램 참여를 통한 기대역량

10 진로-직업체험에 만나고 싶은 직업분야

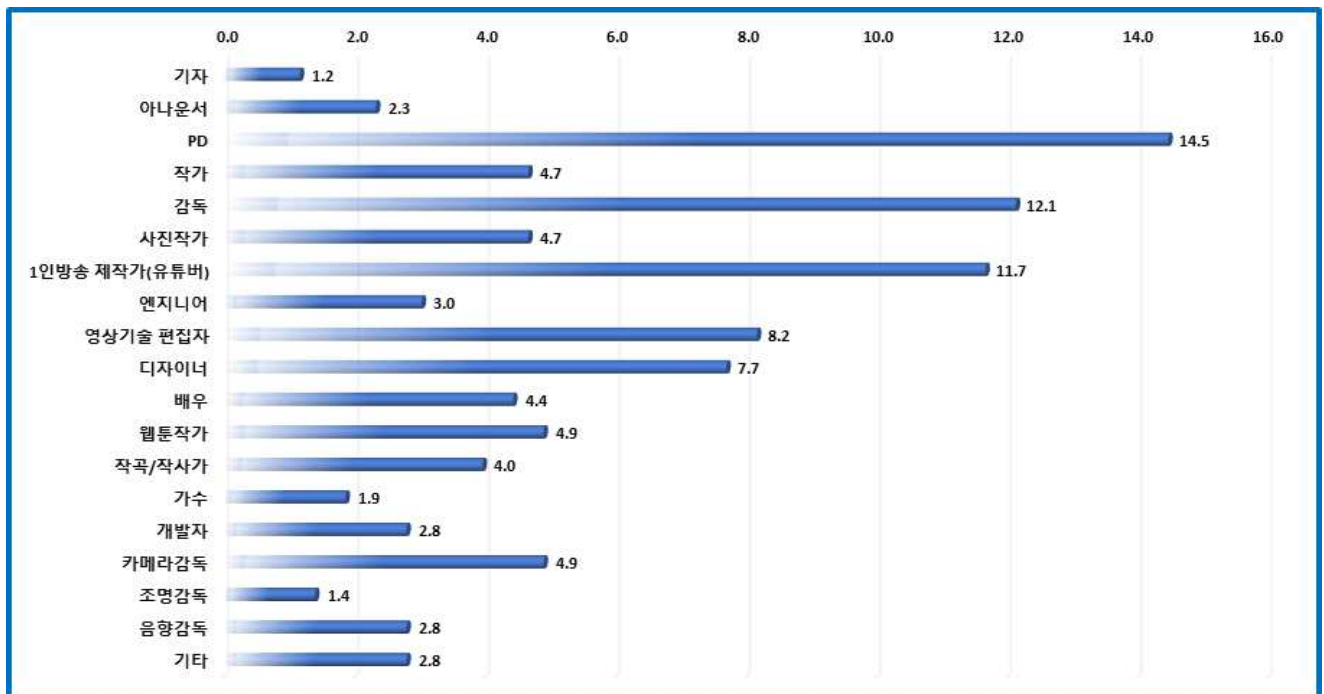
- PD가 14.5%로 가장 높았고, 감독이 12.1%, 1인방송 제작가(유튜버)가 11.7%로 뒤를 이었음
- 단, 기자가 1.2%로 가장 낮았음

<표 20> 진로-직업체험에 만나고 싶은 직업분야

(N=1,029, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)	구분	빈도(n)	백분율(%)
기자	5	1.2	웹툰작가	21	4.9
아나운서	10	2.3	작곡/작사가	17	4.0
PD	62	14.5	가수	8	1.9
작가	20	4.7	개발자	12	2.8
감독	52	12.1	카메라감독	21	4.9
사진작가	20	4.7	조명감독	6	1.4
1인방송 제작가(유튜버)	50	11.7	음향감독	12	2.8
엔지니어	13	3.0	기타	12	2.8
영상기술 편집자	35	8.2	합계	428	100.0
디자이너	33	7.7	결측	110	
배우	19	4.4			

※ 항목의 수로 인해 심층분석에서 제외



<그림 20> 진로-직업체험에 만나고 싶은 직업분야

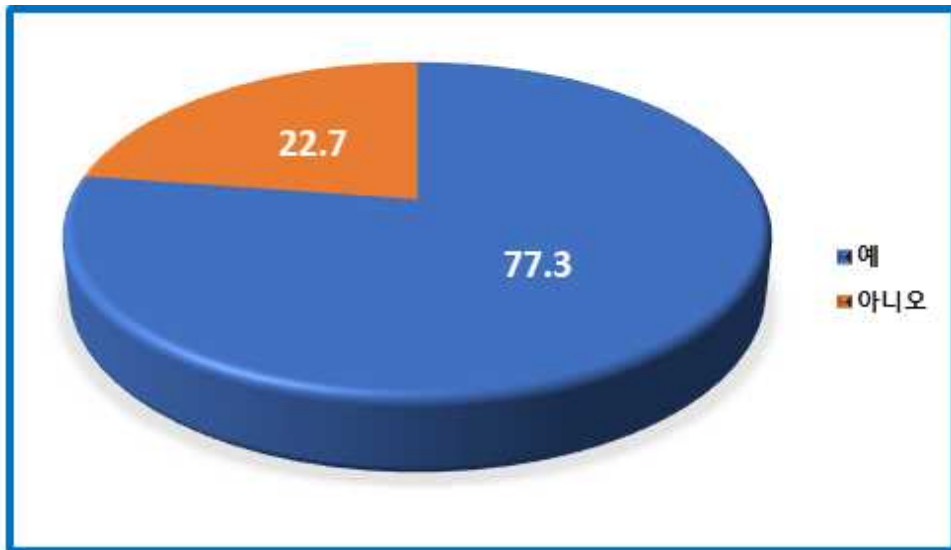
11 미디어 분야 직업에 진로선택 의향

□ 미디어 분야 직업 선택 의향이 있는 비율이 77.3%로 의향이 없는 22.7%에 비해 매우 높았음

<표 21> 미디어 분야 직업에 진로선택 의향

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
예	331	77.3
아니오	97	22.7
합계	428	100.0
결측	110	



<그림 21> 미디어 분야 직업에 진로선택 의향

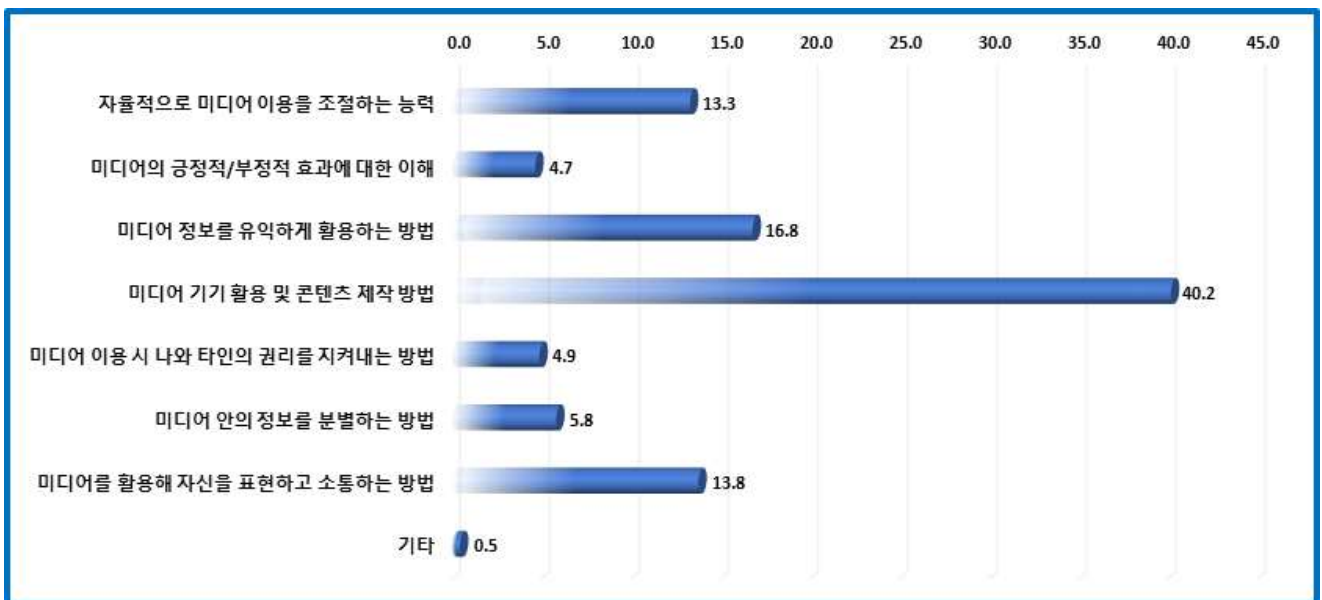
12 현재 나에게 가장 필요한 미디어 교육

- 미디어 기기 활용 및 콘텐츠 제작 방법이 40.2%로 가장 높았고, 미디어 정보를 유익하게 활용하는 방법이 16.8%로 뒤를 이었음
- 단, 기타가 0.5%로 가장 낮았음

<표 22> 현재 나에게 가장 필요한 미디어 교육

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
자율적으로 미디어 이용을 조절하는 능력	57	13.3
미디어의 긍정적/부정적 효과에 대한 이해	20	4.7
미디어 정보를 유익하게 활용하는 방법	72	16.8
미디어 기기 활용 및 콘텐츠 제작 방법	172	40.2
미디어 이용 시 나와 타인의 권리를 지켜내는 방법	21	4.9
미디어 안의 정보를 분별하는 방법	25	5.8
미디어를 활용해 자신을 표현하고 소통하는 방법	59	13.8
기타	2	0.5
합계	428	100.0
결측	110	



<그림 22> 현재 나에게 가장 필요한 미디어 교육

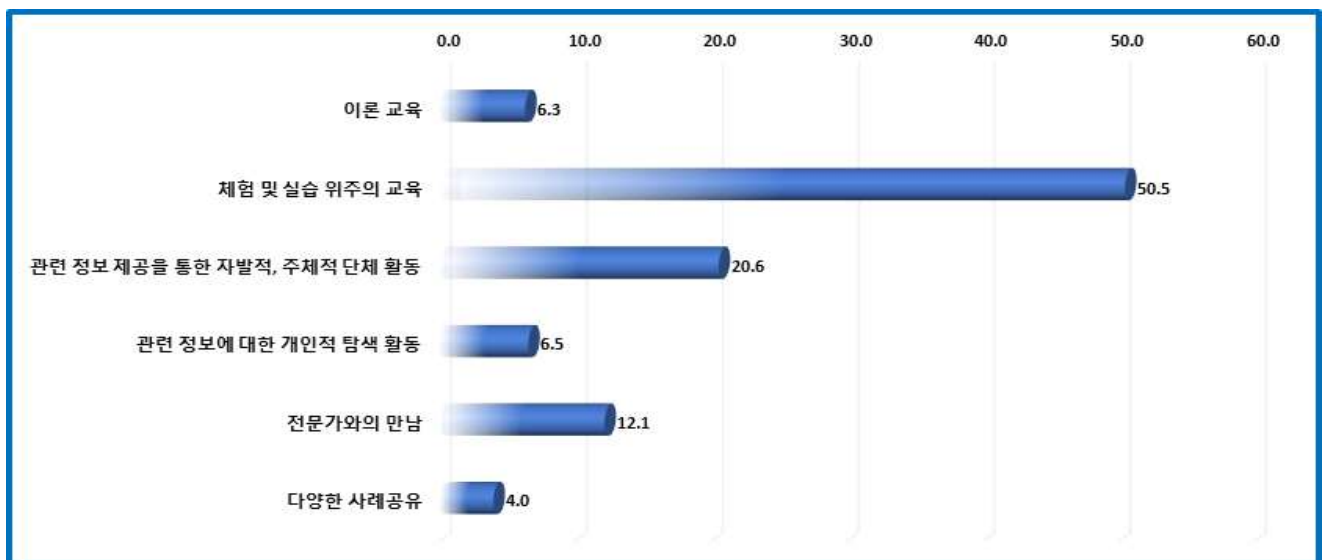
13 미디어 이해와 활용능력에 필요한 미디어 교육

- 체험 및 실습 위주의 교육이 50.5%로 가장 높았고, 관련 정보 제공을 통한 자발적, 주체적 단체 활동이 20.6%로 뒤를 이었음
- 단, 다양한 사례공유가 4.0%로 가장 낮았음

<표 23> 미디어 이해와 활용능력에 필요한 미디어 교육

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
이론 교육	27	6.3
체험 및 실습 위주의 교육	216	50.5
관련 정보 제공을 통한 자발적, 주체적 단체 활동	88	20.6
관련 정보에 대한 개인적 탐색 활동	28	6.5
전문가와의 만남	52	12.1
다양한 사례공유	17	4.0
합계	428	100.0
결측	110	



<그림 23> 미디어 이해와 활용능력에 필요한 미디어 교육

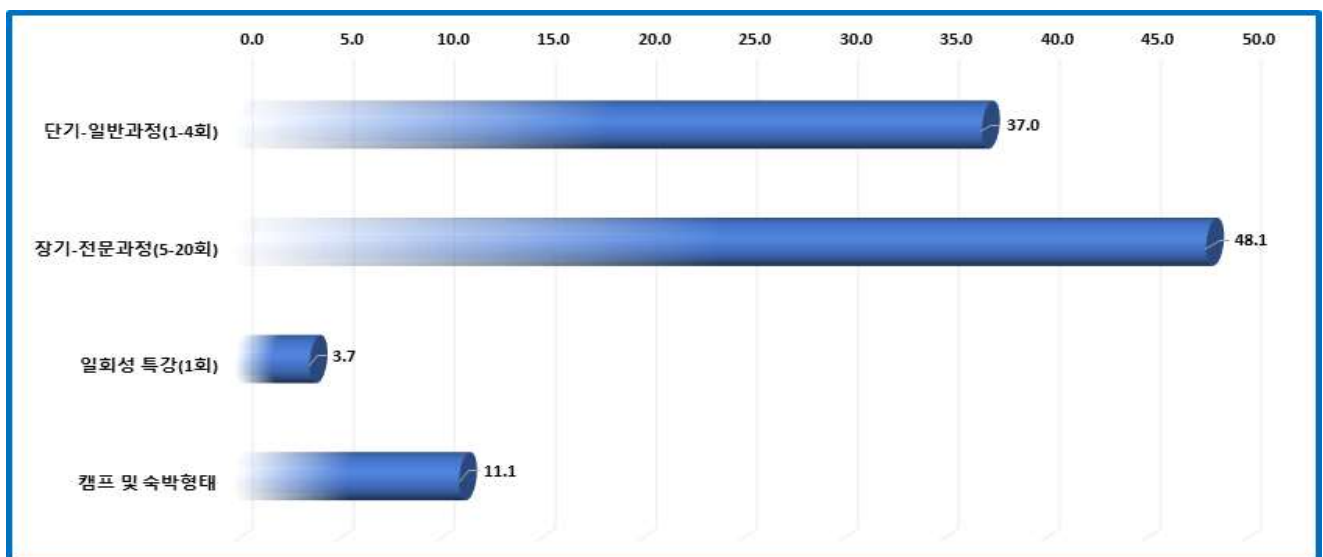
14 미디어 이론 교육의 적절한 교육과정

- 장기-전문과정(5-20회)이 48.1%로 가장 높았고, 단기-일반과정(1-4회)이 37.0%로 뒤를 이었음
- 단, 일회성 특강(1회)이 3.7%로 가장 낮았음

<표 24> 미디어 이론 교육의 적절한 교육과정

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
단기-일반과정(1-4회)	10	37.0
장기-전문과정(5-20회)	13	48.1
일회성 특강(1회)	1	3.7
캠프 및 숙박형태	3	11.1
합계	27	100.0
결측	511	



<그림 24> 미디어 이론 교육의 적절한 교육과정

15 미디어 이론교육에 적절한 교육주기 및 시간

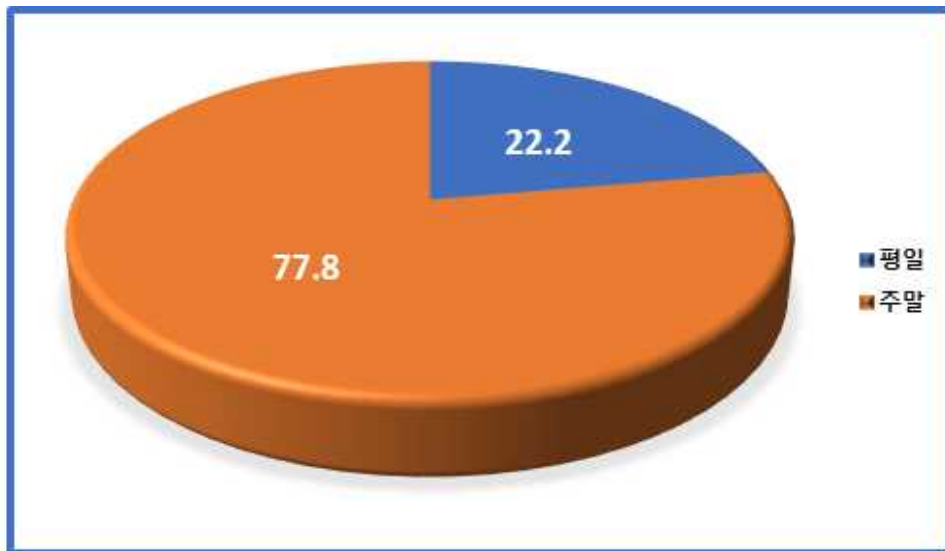
15-1. 학기별 교육주기 (미디어 이론교육)

□ 주말은 21명(77.8%)으로 평일 6명(22.2%)에 비해 높았음

<표 25> 미디어 이론교육에 적절한 학기별 교육주기

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
평일	6	22.2
주말	21	77.8
합계	27	100.0
결측	538	



<그림 25> 미디어 이론교육에 적절한 학기별 교육주기

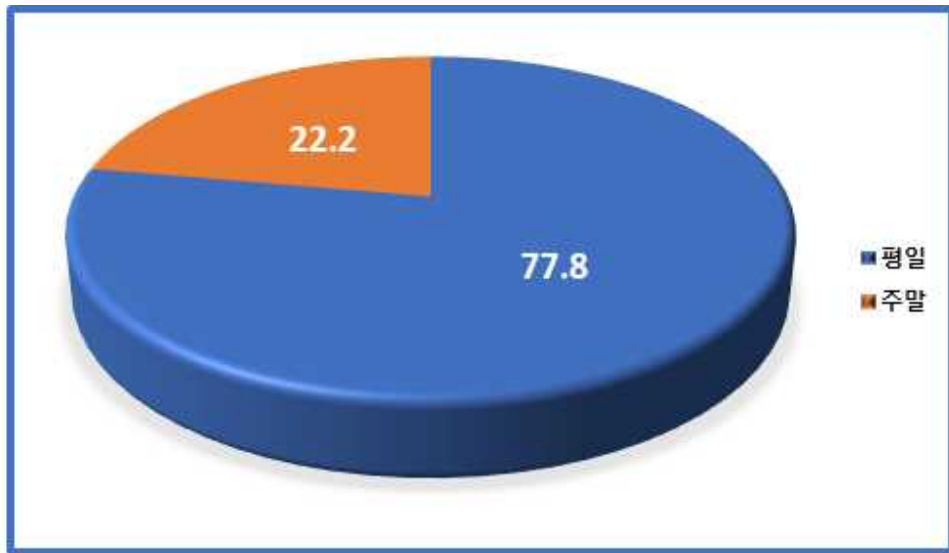
15-2. 방학별 교육주기 (미디어 이론교육)

□ 평일이 21명(77.8%)으로 주말 6명(22.2%)에 비해 높았음

<표 26> 미디어 이론교육에 적절한 방학별 교육주기

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
평일	21	77.8
주말	6	22.2
합계	27	100.0
결측	511	



<그림 26> 미디어 이론교육에 적절한 방학별 교육주기

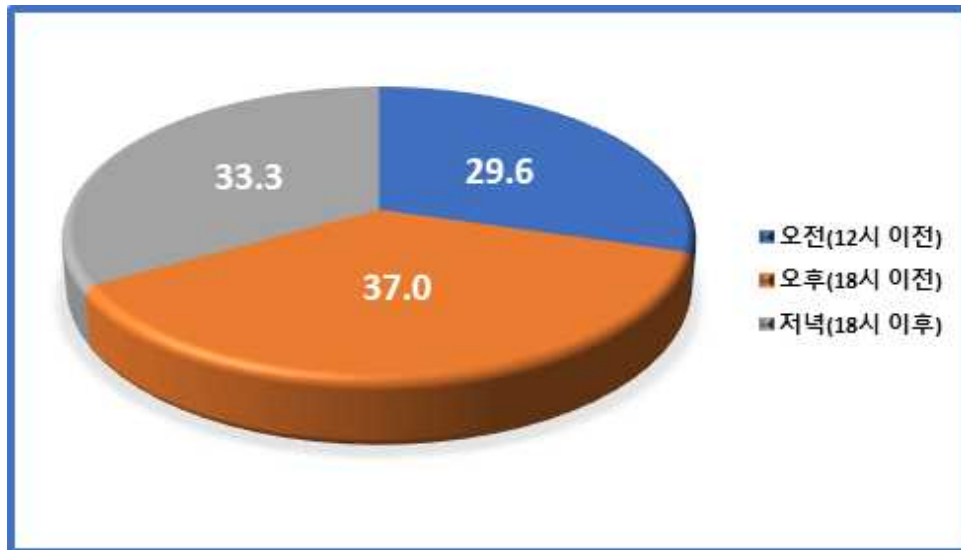
15-3. 시간별 교육주기 (미디어 이론교육)

□ 오후(18시 이전)가 10명(37.0%)으로 가장 많았고, 저녁(18시 이후)이 9명(33.3%), 오전(12시 이전)이 8명(29.6%) 순으로 나타남

<표 27> 미디어 이론교육에 적절한 시간별 교육주기

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
오전(12시 이전)	8	29.6
오후(18시 이전)	10	37.0
저녁(18시 이후)	9	33.3
합계	27	100.0
결측	511	



<그림 27> 미디어 이론교육에 적절한 시간별 교육주기

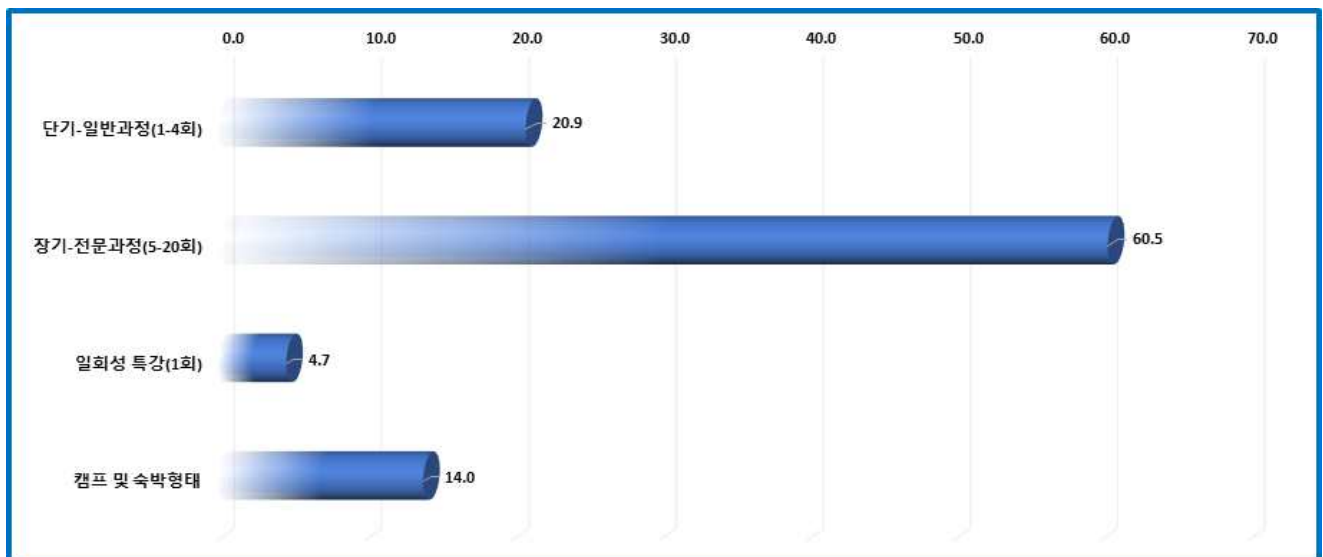
16 미디어 체험/실습에 적절한 교육과정

- 장기-전문과정(5-20회)이 60.5%로 가장 높았고, 단기-일반과정(1-4회)이 20.9%로 뒤를 이었음
- 단, 일회성 특강(1회)이 4.7%로 가장 낮았음

<표 28> 미디어 체험/실습에 적절한 교육과정

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
단기-일반과정(1-4회)	45	20.9
장기-전문과정(5-20회)	130	60.5
일회성 특강(1회)	10	4.7
캠프 및 숙박형태	30	14.0
합계	215	100.0
결측	323	



<그림 28> 미디어 체험/실습에 적절한 교육과정

17 미디어 체험/실습에 적절한 교육주기와 시간

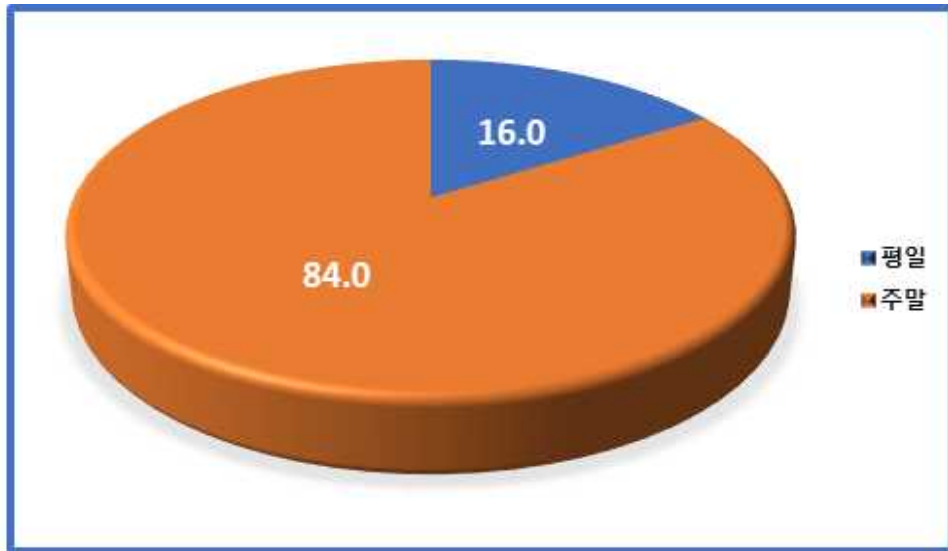
17-1. 학기별 교육주기 (미디어 체험/실습)

□ 주말이 168명(84.0%)으로 평일 32명(16.0%)에 비해 높았음

<표 29> 미디어 체험/실습에 적절한 학기별 교육주기

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
평일	32	16.0
주말	168	84.0
합계	200	100.0
결측	338	



<그림 29> 미디어 체험/실습에 적절한 학기별 교육주기

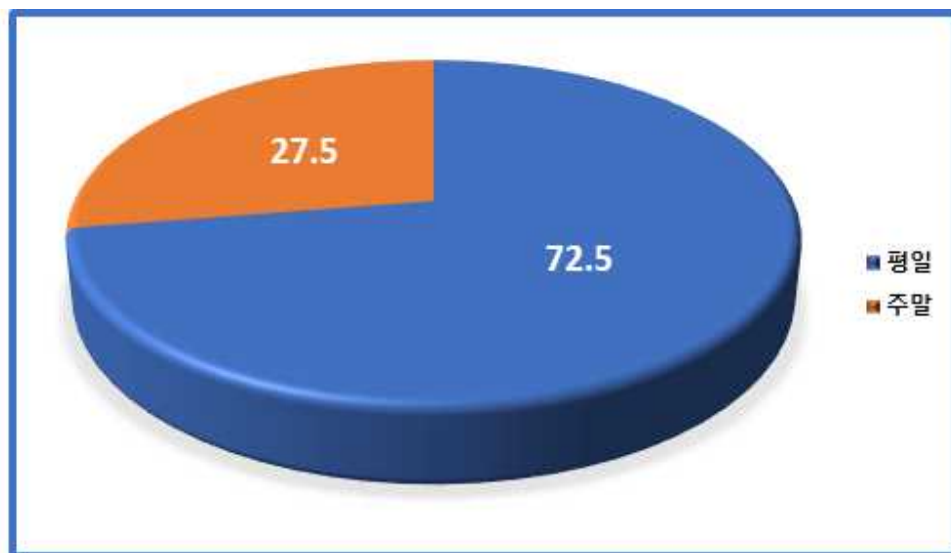
17-2. 방학별 교육주기 (미디어 체험/실습)

□ 평일이 150명(72.5%)으로 주말 57명(27.5%)에 비해 높았음

<표 30> 미디어 체험/실습에 적절한 방학별 교육주기

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
평일	150	72.5
주말	57	27.5
합계	207	100.0
결측	331	



<그림 30> 미디어 체험/실습에 적절한 방학별 교육주기

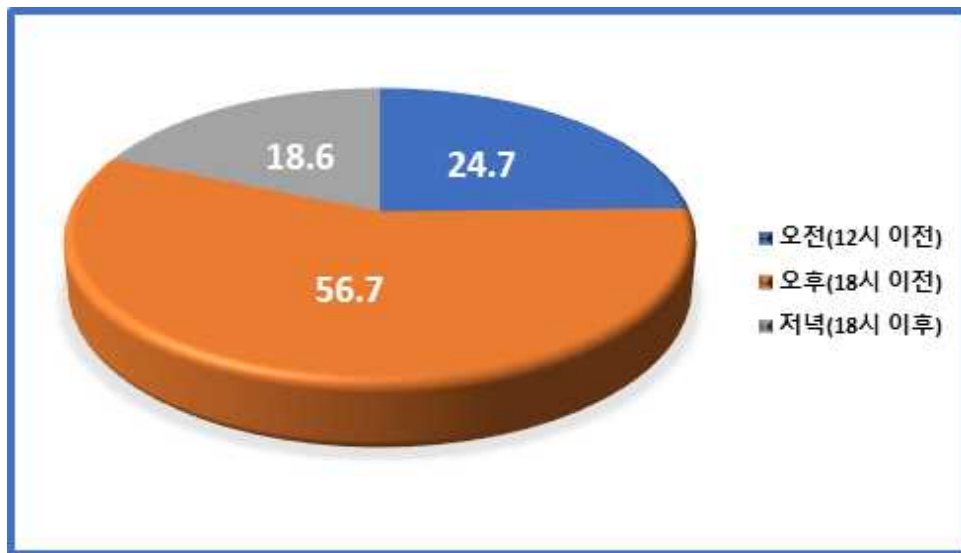
17-3. 시간별 교육주기 (미디어 체험/실습)

□ 오후(18시 이전)가 122명(56.7%)으로 가장 많았고, 오전(12시 이전)이 53명(24.7%), 저녁(18시 이후)이 40명(18.6%) 순으로 나타남

<표 31> 미디어 체험/실습에 적절한 시간별 교육주기

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
오전(12시 이전)	53	24.7
오후(18시 이전)	122	56.7
저녁(18시 이후)	40	18.6
합계	215	100.0
결측	323	



<그림 31> 미디어 체험/실습에 적절한 시간별 교육주기

Ⅲ. 미디어 공간과 콘텐츠에 대한 사실 확인

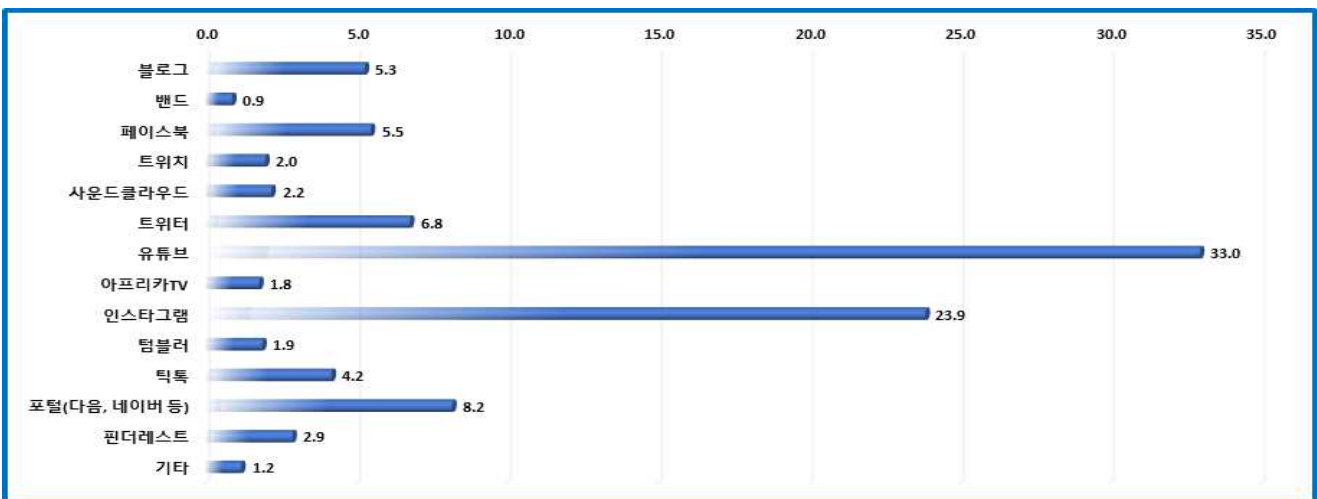
1 최대 이용 미디어 플랫폼

□ 유튜브가 33.0%로 가장 높았고, 인스타그램이 23.9%로 뒤를 이었음
 □ 단, 밴드가 0.9%로 가장 낮았음

<표 32> 최대 이용 미디어 플랫폼

(N=1,032, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
블로그	55	5.3
밴드	9	0.9
페이스북	57	5.5
트위치	21	2.0
사운드클라우드	23	2.2
트위터	70	6.8
유튜브	341	33.0
아프리카TV	19	1.8
인스타그램	247	23.9
텀블러	20	1.9
틱톡	43	4.2
포털(다음, 네이버 등)	85	8.2
핀터레스트	30	2.9
기타	12	1.2



<그림 32> 최대 이용 미디어 플랫폼

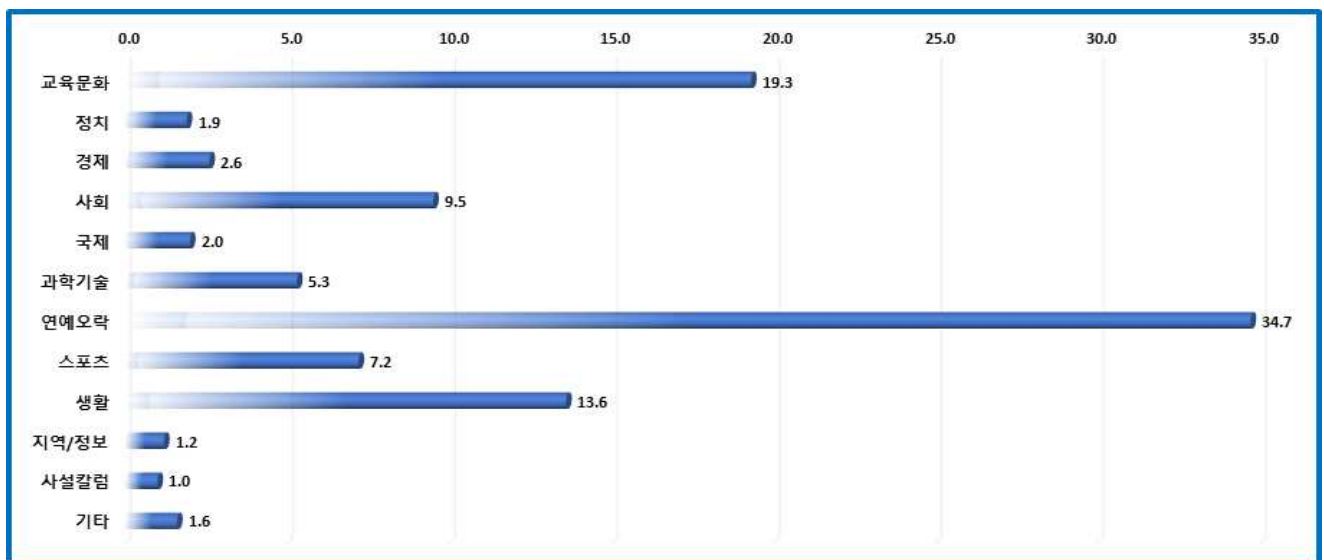
2 플랫폼에서 주로 접하는 콘텐츠 주제

- 연예오락이 34.7%로 가장 높았고, 교육문화가 19.3%, 생활이 13.6%로 뒤를 이었음
- 단, 사설칼럼이 1.0%로 가장 낮았음

<표 33> 플랫폼에서 주로 접하는 콘텐츠 주제

(N=735, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
교육문화	142	19.3
정치	14	1.9
경제	19	2.6
사회	70	9.5
국제	15	2.0
과학기술	39	5.3
연예오락	255	34.7
스포츠	53	7.2
생활	100	13.6
지역/정보	9	1.2
사설칼럼	7	1.0
기타	12	1.6



<그림 33> 플랫폼에서 주로 접하는 콘텐츠 주제

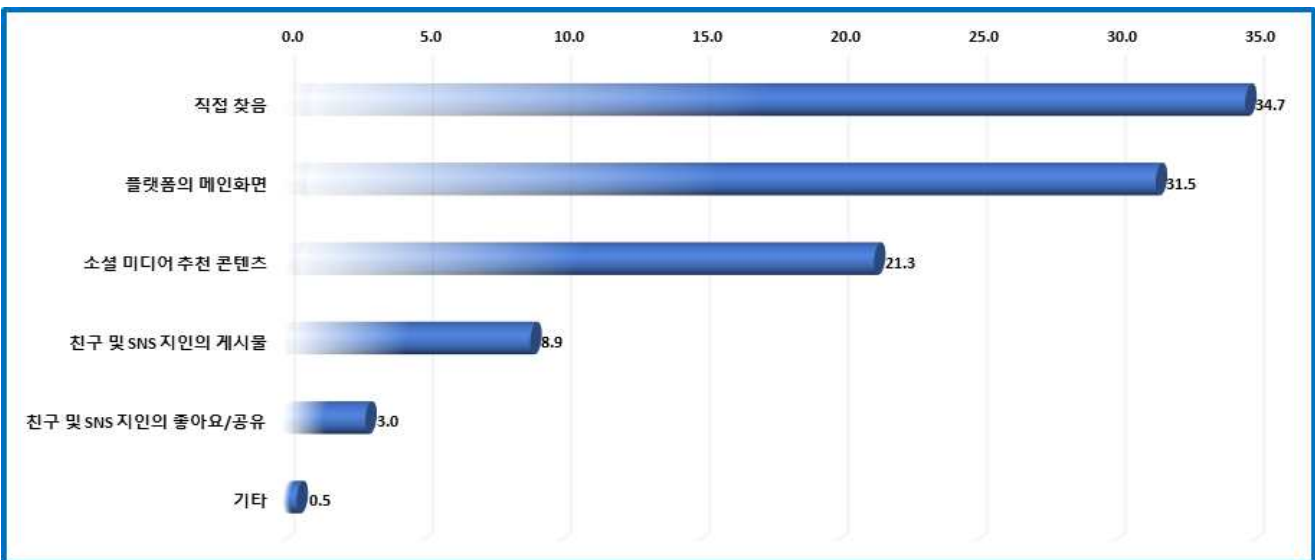
3 콘텐츠 접하게 된 경로 및 방법

- 직접 찾는 비율이 34.7%로 가장 높았고, 플랫폼의 메인화면이 31.5%로 뒤를 이었음
- 단, 기타가 0.5%로 가장 낮았음

<표 34> 콘텐츠 접하게 된 경로 및 방법

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
직접 찾음	140	34.7
플랫폼의 메인화면	127	31.5
소셜 미디어 추천 콘텐츠	86	21.3
친구 및 SNS 지인의 게시물	36	8.9
친구 및 SNS 지인의 좋아요/공유	12	3.0
기타	2	0.5
합계	403	100.0
결측	135	



<그림34> 콘텐츠 접하게 된 경로 및 방법

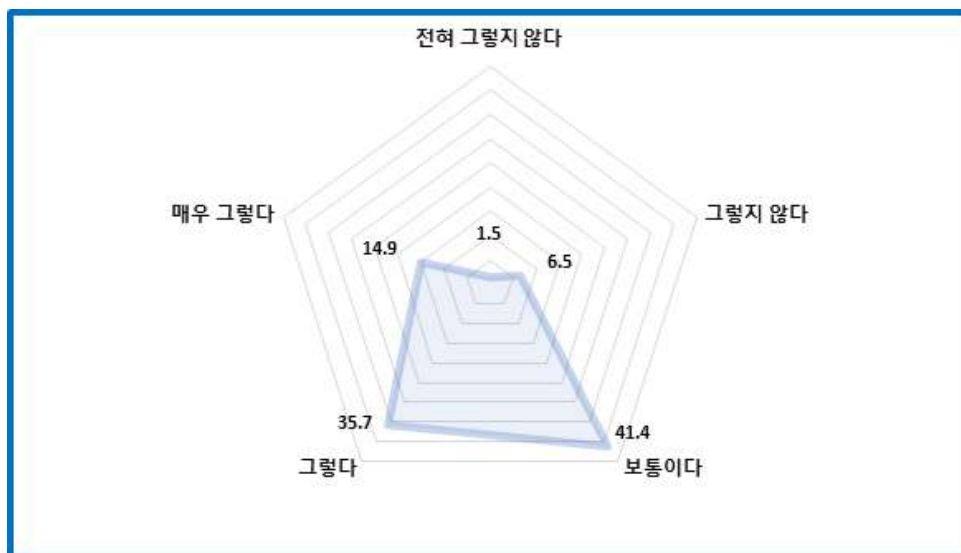
4 새로운 정보 확인 시 사실에 근거한 내용 진단 정도

□ 보통이라 응답한 비율이 41.4%로 가장 높았고, 그렇다가 35.7%로 뒤를 이었음

<표 35> 새로운 정보 확인 시 사실에 근거한 내용 진단 정도

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
전혀 그렇지 않다	6	1.5
그렇지 않다	26	6.5
보통이다	167	41.4
그렇다	144	35.7
매우 그렇다	60	14.9
합계	403	100.0
결측	135	



<그림 35> 새로운 정보 확인 시 사실에 근거한 내용 진단 정도

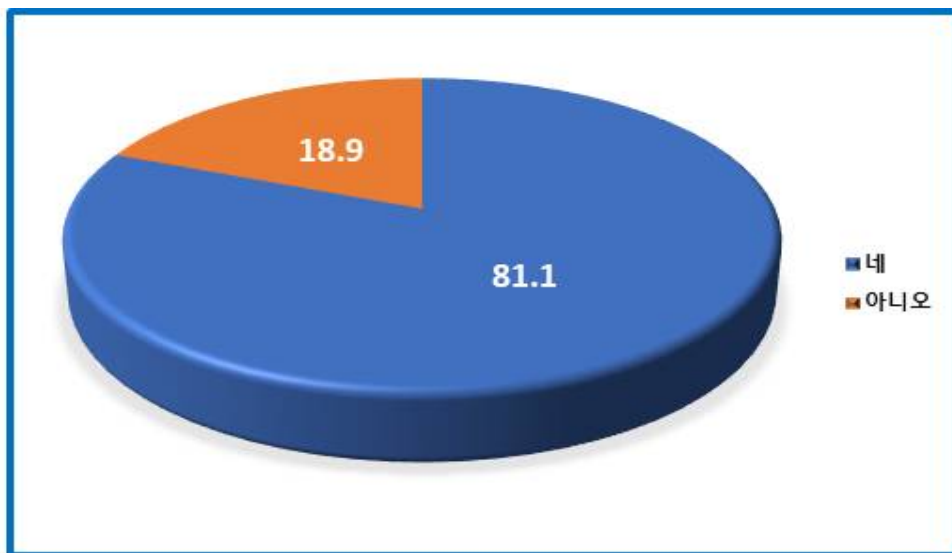
5 새로운 정보에 대한 사실 확인 여부

□ 새로운 정보에 대한 사실을 확인하는 비율이 81.1%로 확인하지 않는 18.9%에 비해 매우 높은 것으로 나타남

<표 36> 새로운 정보에 대한 사실 확인 여부

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
네	327	81.1
아니오	76	18.9
합계	403	100.0
결측	135	



<그림 36> 새로운 정보에 대한 사실 확인 여부

6 미디어 리터러시에 대한 인지정도

□ 미디어 리터러시 인지 정도에 대해 보통이라 응답한 비율이 38.7%로 가장 높았고, 알고 있다가 23.1%로 뒤를 이었음

<표 37> 미디어 리터러시에 대한 인지정도

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
전혀 모른다	39	9.7
모른다	86	21.3
보통이다	156	38.7
알고 있다	93	23.1
잘 알고 있다	29	7.2
합계	403	100.0
결측	135	



<그림 37> 미디어 리터러시에 대한 인지정도

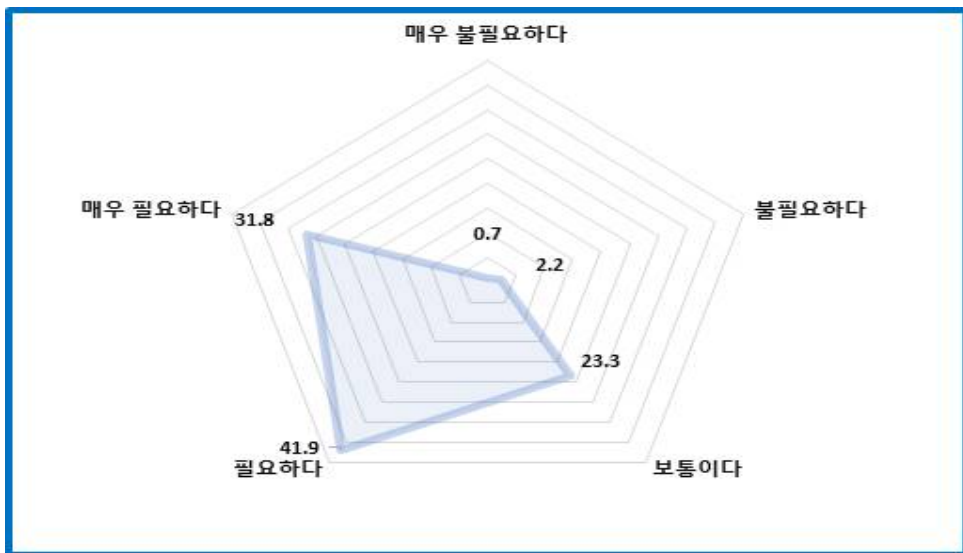
7 미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용하는 교육의 필요성

□ 미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용하는 교육의 필요성에 대해 필요하다고 응답한 비율이 41.9%로 가장 높았고, 매우 필요하다는 31.8%로 뒤를 이었음

<표 38> 미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용하는 교육의 필요성

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
매우 불필요하다	3	0.7
불필요하다	9	2.2
보통이다	94	23.3
필요하다	169	41.9
매우 필요하다	128	31.8
합계	403	100.0
결측	135	



<그림 38> 미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용하는 교육의 필요성

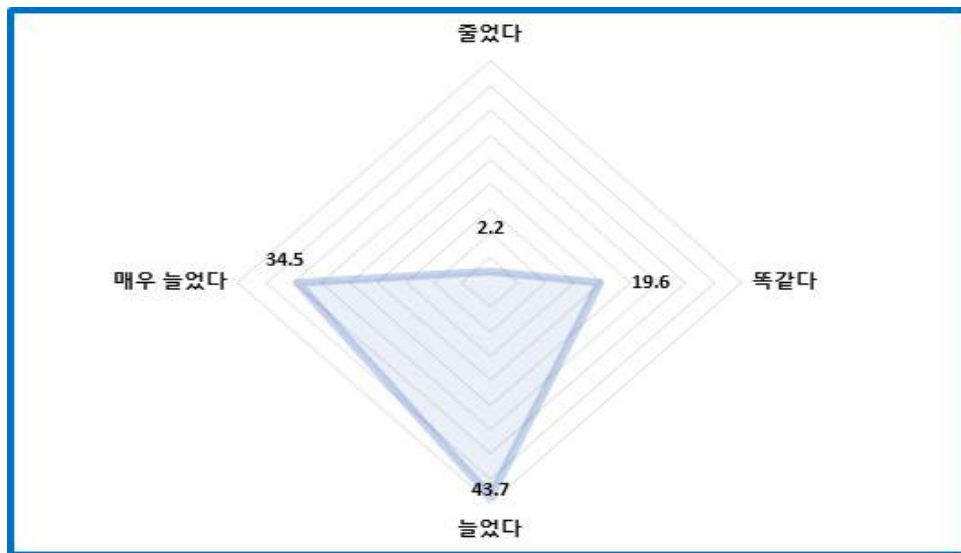
8 코로나 사태 이후 미디어 사용량 증가 정도

□ 미디어 사용량이 증가한 비율이 43.7%로 가장 높았고, 매우 늘었다고 응답한 비율이 34.5%로 뒤를 이었음

<표 39> 코로나 사태 이후 미디어 사용량 증가 정도

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
줄었다	9	2.2
똑같다	79	19.6
늘었다	176	43.7
매우 늘었다	139	34.5
합계	403	100.0
결측	135	



<그림 39> 코로나 사태 이후 미디어 사용량 증가 정도

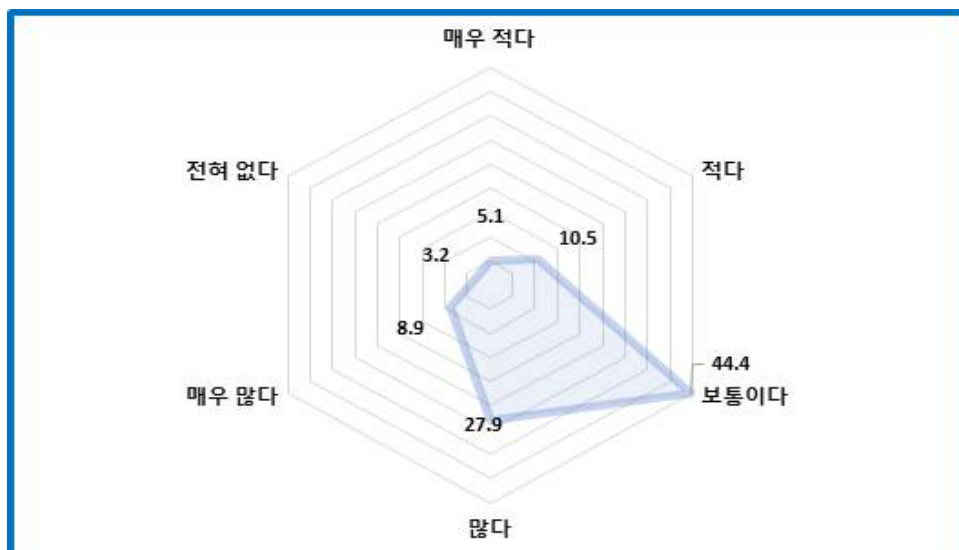
9 미디어 사용량 증가 후 부정적 경험 정도

□ 부정적 경험에 대해 보통이라 응답한 비율이 44.4%로 가장 높았고, 부정적 경험이 많다고 응답한 비율이 27.9%로 뒤를 이었음

<표 40> 미디어 사용량 증가 후 부정적 경험 정도

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
매우 적다	16	5.1
적다	33	10.5
보통이다	140	44.4
많다	88	27.9
매우 많다	28	8.9
전혀 없다	10	3.2
합계	315	100.0
결측	223	



<그림 40> 미디어 사용량 증가 후 부정적 경험 정도

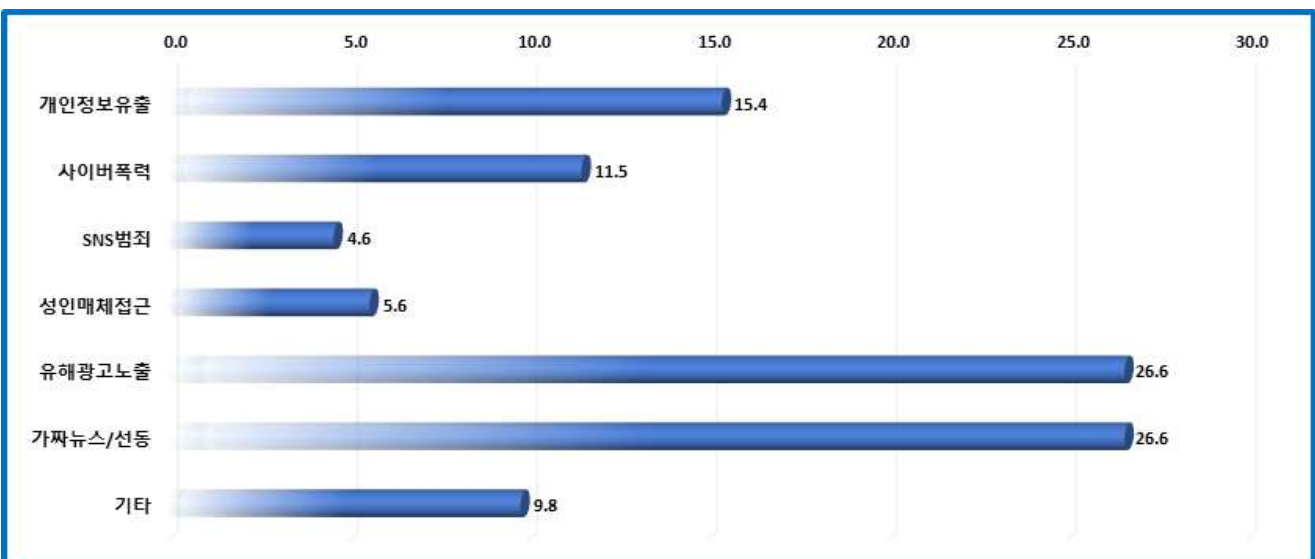
10 본인이 겪은 부정적 경험의 종류

- 유해광고노출과 가짜뉴스 및 선동에 대해 부정적인 경험이 있다고 응답한 비율이 각각 26.6%로 가장 높았고, 개인정보유출이 15.4%로 뒤를 이었음
- SNS범죄가 4.6%로 가장 낮았음

<표 41> 본인이 겪은 부정적 경험의 종류

(N=305, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
개인정보유출	47	15.4
사이버폭력	35	11.5
SNS범죄	14	4.6
성인매체접근	17	5.6
유해광고노출	81	26.6
가짜뉴스/선동	81	26.6
기타	30	9.8



<그림 41> 본인이 겪은 부정적 경험의 종류

11 미디어 사용량 증가 후 나 자신의 문제 또는 주변과의 갈등

□ 문제 또는 갈등이 보통이라 응답한 비율이 36.9%로 가장 높았고, 적다고 응답한 비율이 25.8%로 뒤를 이었음

<표 42> 미디어 사용량 증가 후 나 자신의 문제 또는 주변과의 갈등

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
매우 적다	37	11.8
적다	81	25.8
보통이다	116	36.9
많다	33	10.5
매우 많다	12	3.8
전혀 없다	35	11.1
합계	314	100.0
결측	224	



<그림 42> 미디어 사용량 증가 후 나 자신의 문제 또는 주변과의 갈등

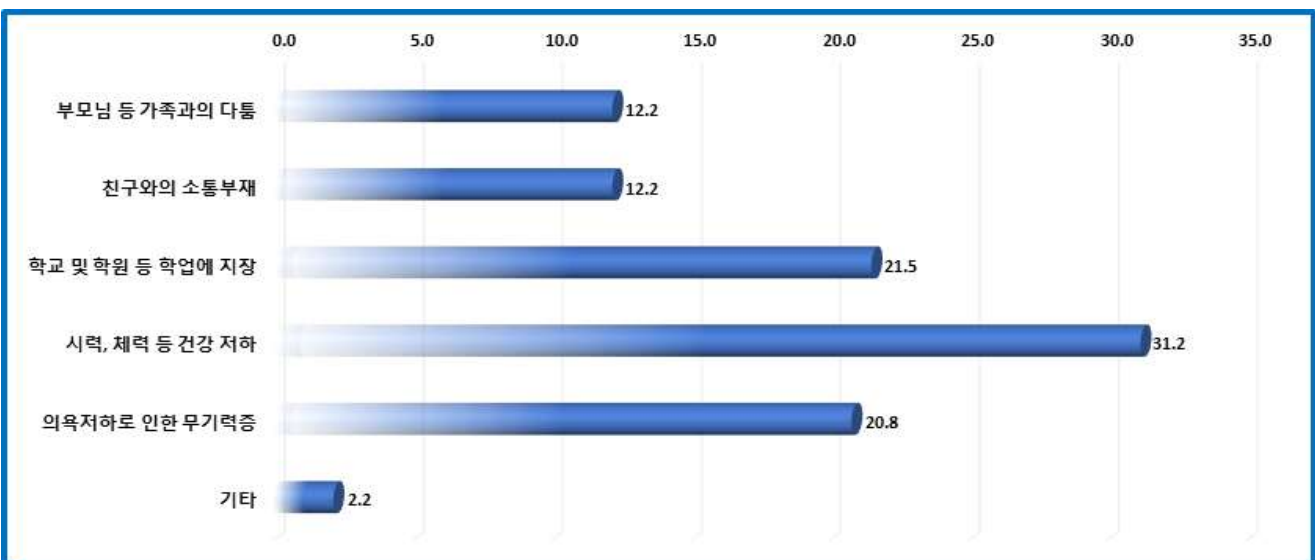
12 내가 겪은 문제와 갈등의 종류

- 시력, 체력 등 건강 저하가 31.2%로 가장 높았고, 학교 및 학원 등 학업에 지장이 21.5%, 의욕저하로 인한 무기력증이 20.8%로 뒤를 이었음
- 단, 기타가 2.2%로 가장 낮았음

<표 43> 내가 겪은 문제와 갈등의 종류

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
부모님 등 가족과의 다툼	34	12.2
친구와의 소통부재	34	12.2
학교 및 학원 등 학업에 지장	60	21.5
시력, 체력 등 건강 저하	87	31.2
의욕저하로 인한 무기력증	58	20.8
기타	6	2.2
합계	279	100.0
결측	259	



<그림 43> 내가 겪은 문제와 갈등의 종류

IV. 온라인/비대면 교육 및 프로그램

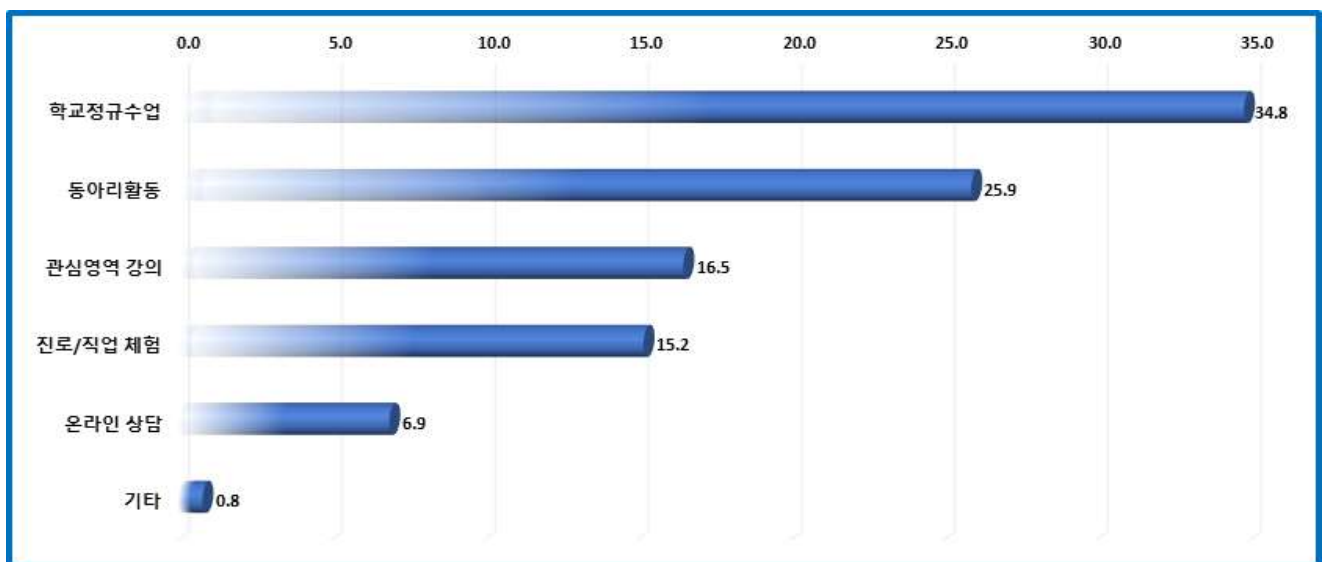
1 참여한 온라인/비대면 교육 및 프로그램

□ 학교정규수업이 34.8%로 가장 높았고, 동아리활동이 25.9%로 뒤를 이었음
 □ 단, 기타가 0.8%로 가장 낮았음

<표 44> 참여한 온라인/비대면 교육 및 프로그램

(N=758, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
학교정규수업	264	34.8
동아리활동	196	25.9
관심영역 강의	125	16.5
진로/직업 체험	115	15.2
온라인 상담	52	6.9
기타	6	0.8



<그림 44> 참여한 온라인/비대면 교육 및 프로그램

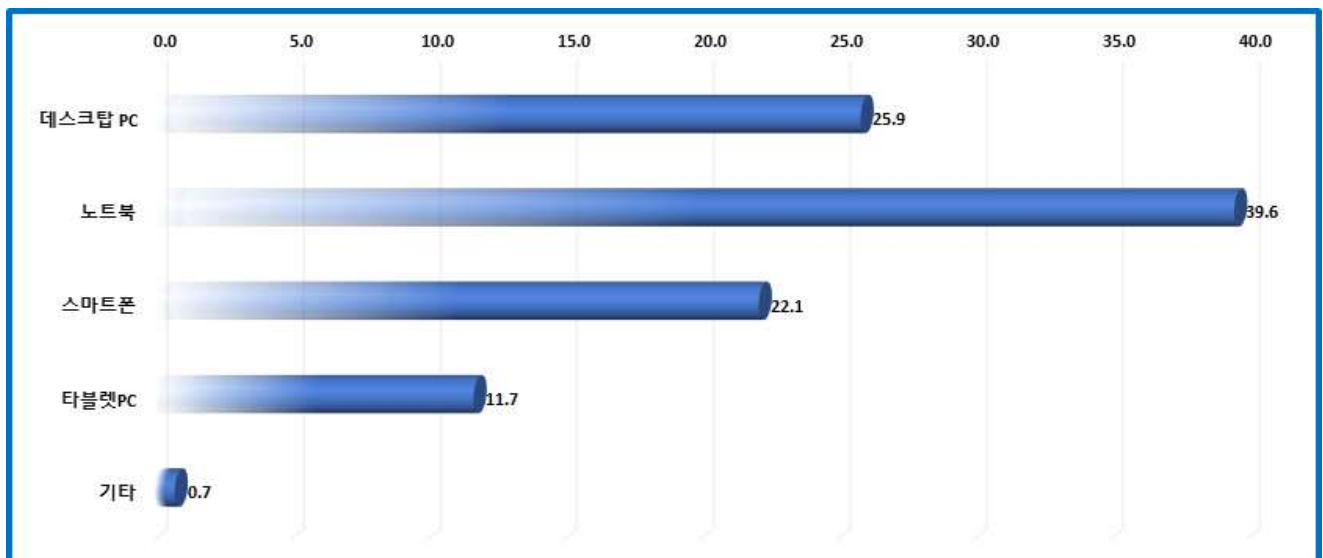
2 참여 시 이용기기 및 장비

- 노트북이 39.6%로 가장 높았고, 데스크탑 PC가 25.9%, 스마트폰이 22.1%로 뒤를 이었음
- 단, 기타가 0.7%로 가장 낮았음

<표 45> 참여 시 이용기기 및 장비

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
데스크탑 PC	104	25.9
노트북	159	39.6
스마트폰	89	22.1
태블릿PC	47	11.7
기타	3	0.7
합계	402	100.0
결측	136	



<그림 45> 참여 시 이용기기 및 장비

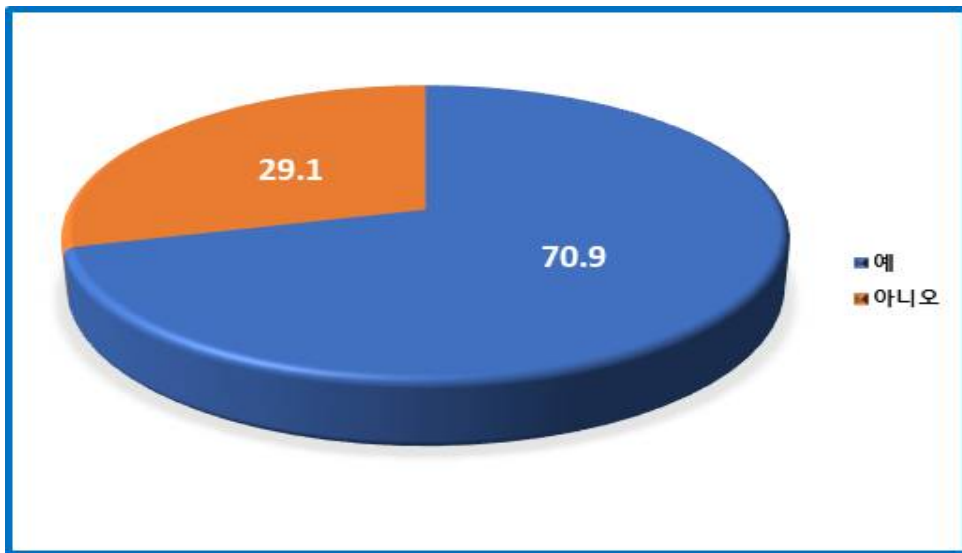
3 온라인/비대면 청소년 프로그램에 대한 참여 의향

□ 온라인/비대면 청소년 프로그램에 참여 의향이 있는 비율이 70.9%로 의향이 없는 29.1%에 비해 매우 높은 것으로 나타남

<표 46> 온라인/비대면 청소년 프로그램에 대한 참여 의향

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
예	285	70.9
아니오	117	29.1
합계	402	100.0
결측	136	



<그림 46> 온라인/비대면 청소년 프로그램에 대한 참여 의향

4 온라인/비대면 프로그램에 적절한 교육주기 및 시간

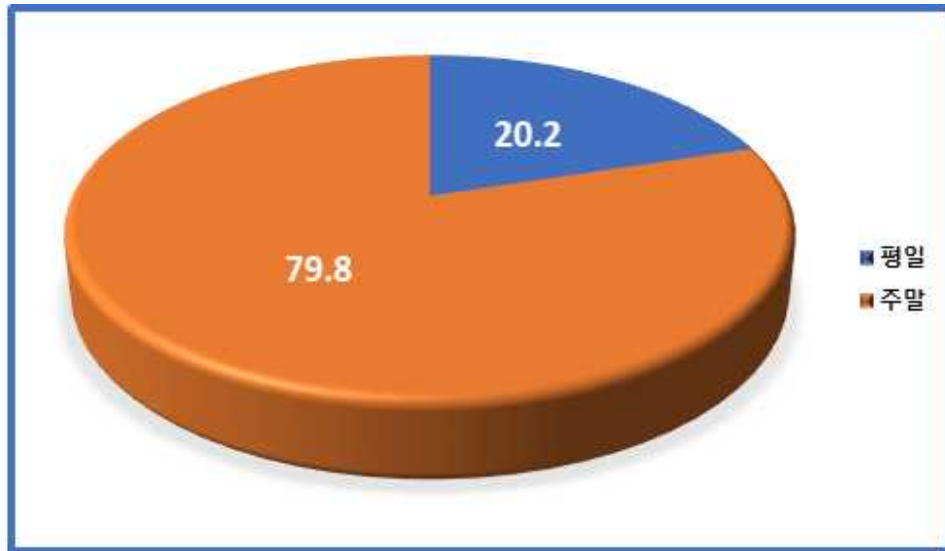
4-1. 학기별 교육주기 (온라인/비대면)

□ 주말이 309명(79.8%)으로 평일 78명(20.2%)에 비해 높았음

<표 47> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 학기별 교육주기

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
평일	78	20.2
주말	309	79.8
합계	387	100.0
결측	151	



<그림 47> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 학기별 교육주기

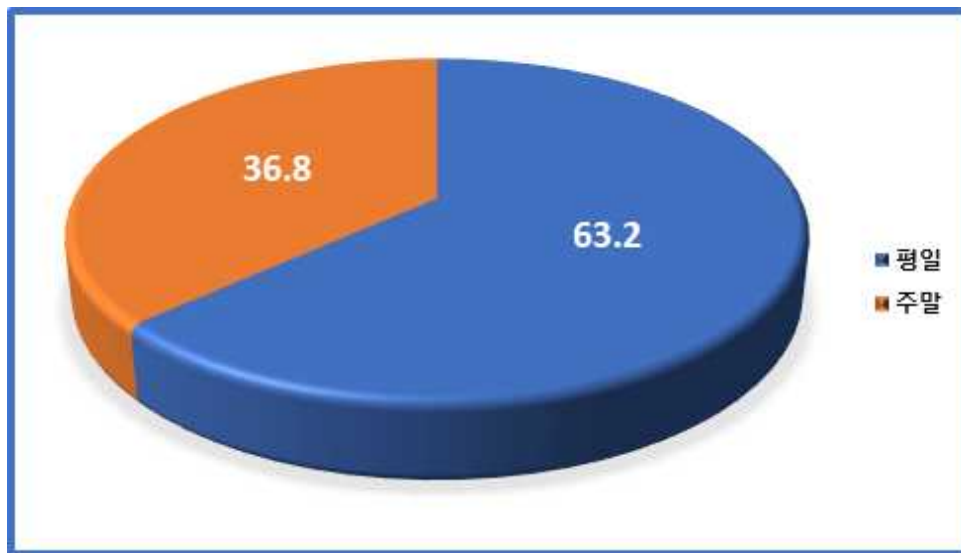
4-2. 방학별 교육주기 (온라인/비대면)

□ 평일이 237명(63.2%)으로 주말 138명(36.8%)에 비해 높았음

<표 48> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 방학별 교육주기

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
평일	237	63.2
주말	138	36.8
합계	375	100.0
결측	163	



<그림 48> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 방학별 교육주기

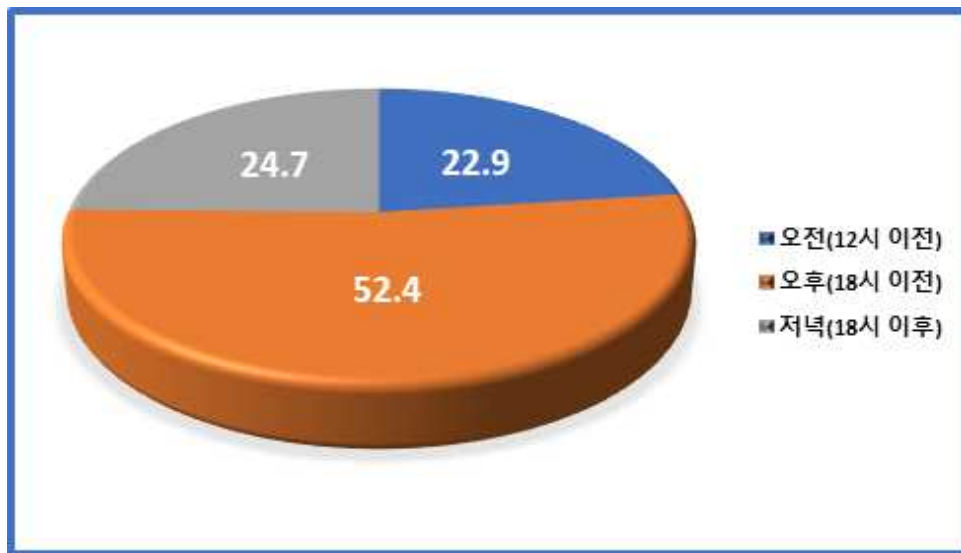
4-3. 시간별 교육주기 (온라인/비대면)

□ 오후(18시 이전)가 210명(52.4%)으로 가장 많았고, 저녁(18시 이후)이 99명(24.7%), 오후(12시 이전)이 92명(22.9%) 순으로 나타남

<표 49> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 시간별 교육주기

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
오전(12시 이전)	92	22.9
오후(18시 이전)	210	52.4
저녁(18시 이후)	99	24.7
합계	401	100.0
결측	137	



<그림 49> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 시간별 교육주기

5 온라인/비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점

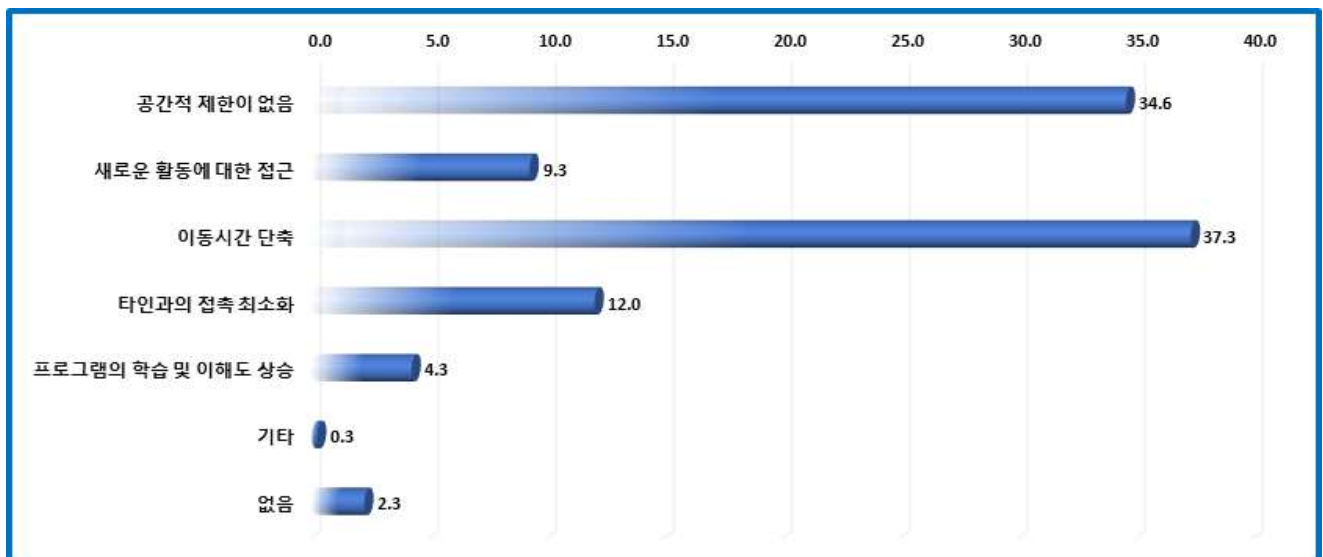
□ 이동시간 단축이 좋다고 응답한 비율이 37.3%로 가장 높았고, 공간적 제한이 없어서 좋다고 응답한 비율이 34.6%로 뒤를 이었음

□ 단, 기타가 0.3%로 가장 낮았음

<표 50> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
공간적 제한이 없음	138	34.6
새로운 활동에 대한 접근	37	9.3
이동시간 단축	149	37.3
타인과의 접촉 최소화	48	12.0
프로그램의 학습 및 이해도 상승	17	4.3
기타	1	0.3
없음	9	2.3
합계	399	100.0
결측	139	



<그림 50> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점

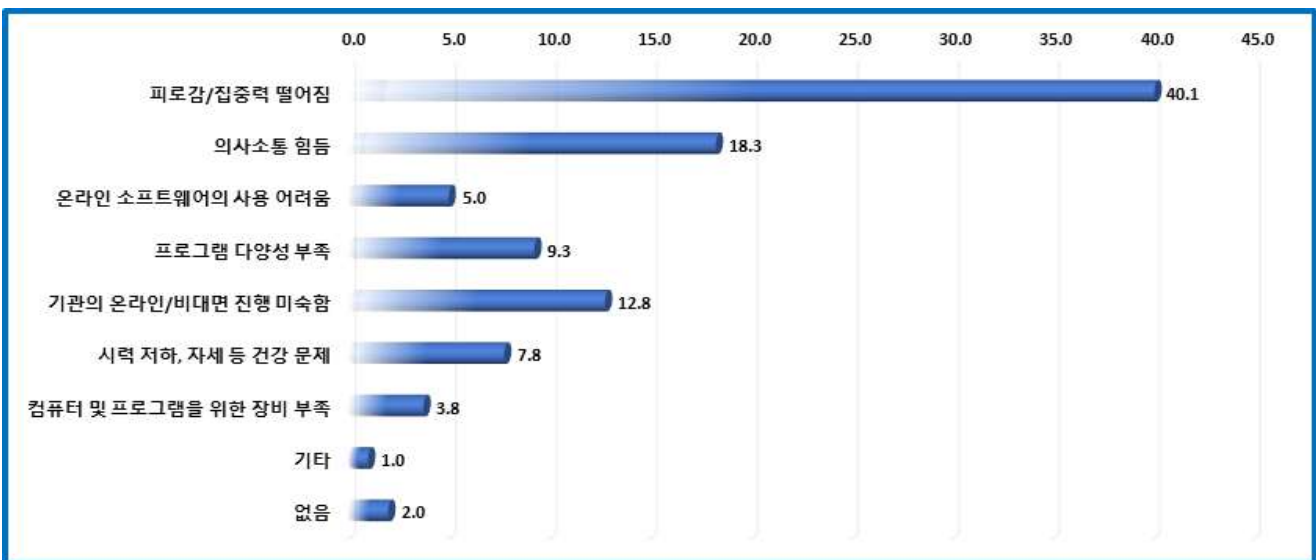
6 온라인/비대면 프로그램 참여 시 불편했던 점

- 피로감, 집중력이 떨어져서 불편했다고 응답한 비율이 40.1%로 가장 높았고, 의사소통이 힘들어서가 18.3%로 뒤를 이었음
- 단, 기타가 1.0%로 가장 낮았음

<표 51> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 불편했던 점

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
피로감/집중력 떨어짐	160	40.1
의사소통 힘들	73	18.3
온라인 소프트웨어의 사용 어려움	20	5.0
프로그램 다양성 부족	37	9.3
기관의 온라인/비대면 진행 미숙함	51	12.8
시력 저하, 자세 등 건강 문제	31	7.8
컴퓨터 및 프로그램을 위한 장비 부족	15	3.8
기타	4	1.0
없음	8	2.0
합계	399	100.0
결측	139	



<그림 51> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 불편했던 점

V. 4차 산업혁명과 청소년

1

 4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준

□ 4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준에 대해 보통이라 응답한 비율이 53.9%로 가장 높았고, 많다고 응답한 비율이 19.5%로 뒤를 이었음

<표 52> 4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
매우 적음	10	2.5
적음	63	15.9
보통	213	53.9
많음	77	19.5
매우 많음	32	8.1
합계	395	100.0
결측	143	



<그림 52> 4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준

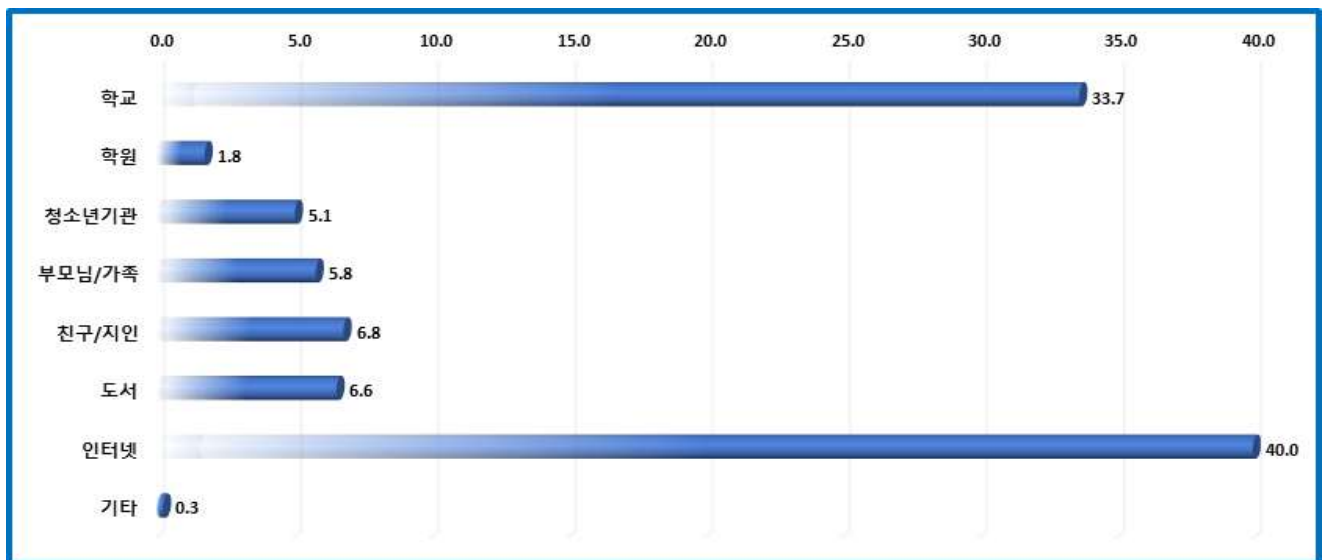
2 4차 산업혁명과 관련한 정보 습득 경로

- 인터넷이 40.0%로 가장 높았고, 학교가 33.7%로 뒤를 이었음
- 단, 기타가 0.3%로 가장 낮았음

<표 53> 4차 산업혁명과 관련한 정보 습득 경로

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
학교	133	33.7
학원	7	1.8
청소년기관	20	5.1
부모님/가족	23	5.8
친구/지인	27	6.8
도서	26	6.6
인터넷	158	40.0
기타	1	0.3
합계	395	100.0
결측	143	



<그림 53> 4차 산업혁명과 관련한 정보 습득 경로

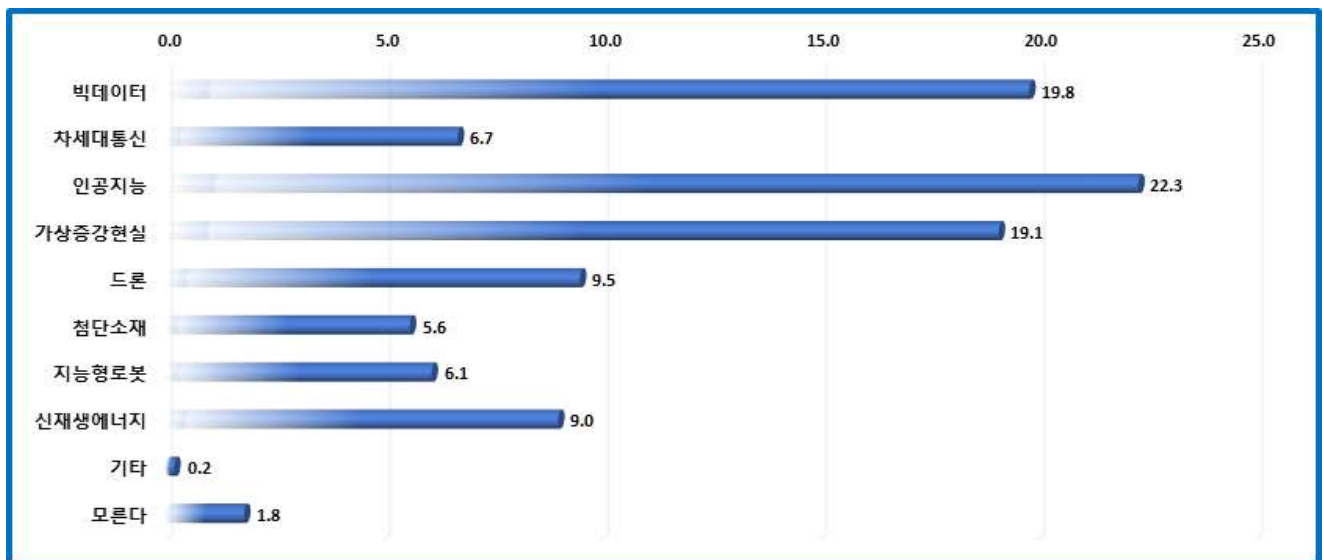
3 4차 산업혁명에 관심이 있는 분야

- 인공지능이 22.3%로 가장 높았고, 빅데이터가 19.8%, 가상증강현실이 19.1%로 뒤를 이었음
- 단, 기타가 0.2%로 가장 낮았음

<표 54> 4차 산업혁명에 관심이 있는 분야

(N=656, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
빅데이터	130	19.8
차세대통신	44	6.7
인공지능	146	22.3
가상증강현실	125	19.1
드론	62	9.5
첨단소재	37	5.6
지능형로봇	40	6.1
신재생에너지	59	9.0
기타	1	0.2
모른다	12	1.8



<그림 54> 4차 산업혁명에 관심이 있는 분야

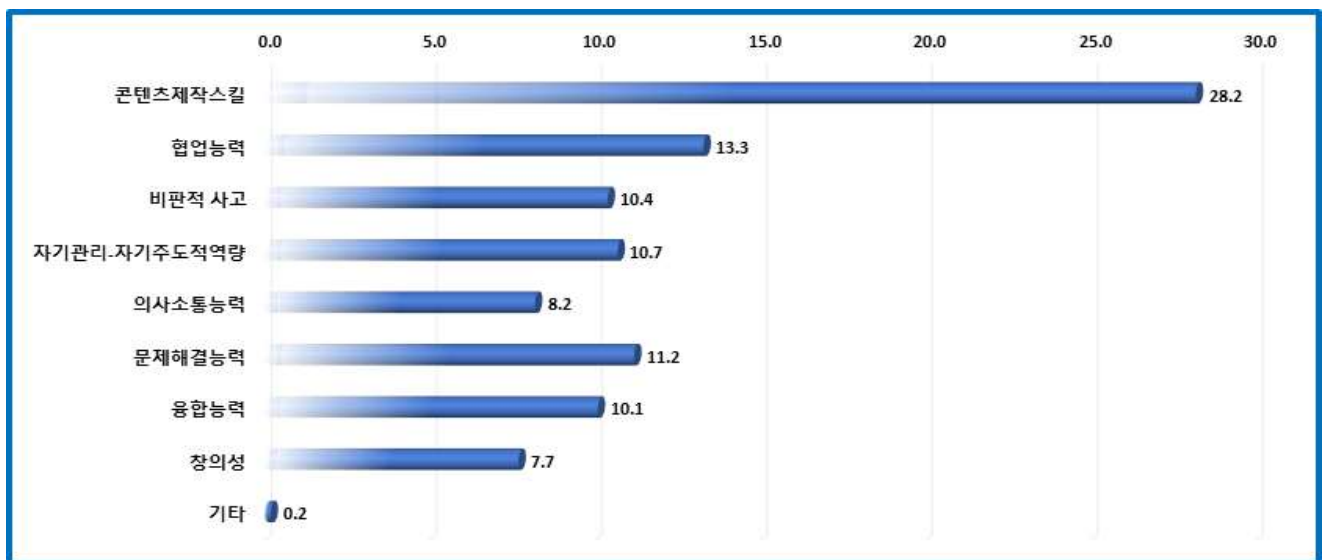
4 4차산업혁명 중요 역량 중, 누군가의 도움이 필요한 역량

- 콘텐츠제작스킬이 28.2%로 가장 높았고, 협업능력이 13.3%로 뒤를 이었음
- 단, 기타가 0.2%로 가장 낮았음

<표 55> 4차 산업혁명 중요 역량 중, 누군가의 도움이 필요한 역량

(N=662, 복수응답)

구분	빈도(n)	백분율(%)
콘텐츠제작스킬	187	28.2
협업능력	88	13.3
비판적 사고	69	10.4
자기관리-자기주도적역량	71	10.7
의사소통능력	54	8.2
문제해결능력	74	11.2
융합능력	67	10.1
창의성	51	7.7
기타	1	0.2



<그림 55> 4차산업혁명 중요 역량 중, 누군가의 도움이 필요한 역량

5 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야 프로그램 참여 의향

□ 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야 참여 의향에 대해 보통이라 응답한 비율이 35.2%로 가장 높았고, 아니라고 응답한 비율이 32.2%로 뒤를 이었음

<표 56> 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야 프로그램 참여 의향

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
전혀 아니다	54	13.7
아니다	127	32.2
보통이다	139	35.2
그렇다	51	12.9
매우 그렇다	24	6.1
합계	395	100.0
결측	143	



<그림 56> 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야 프로그램 참여 의향

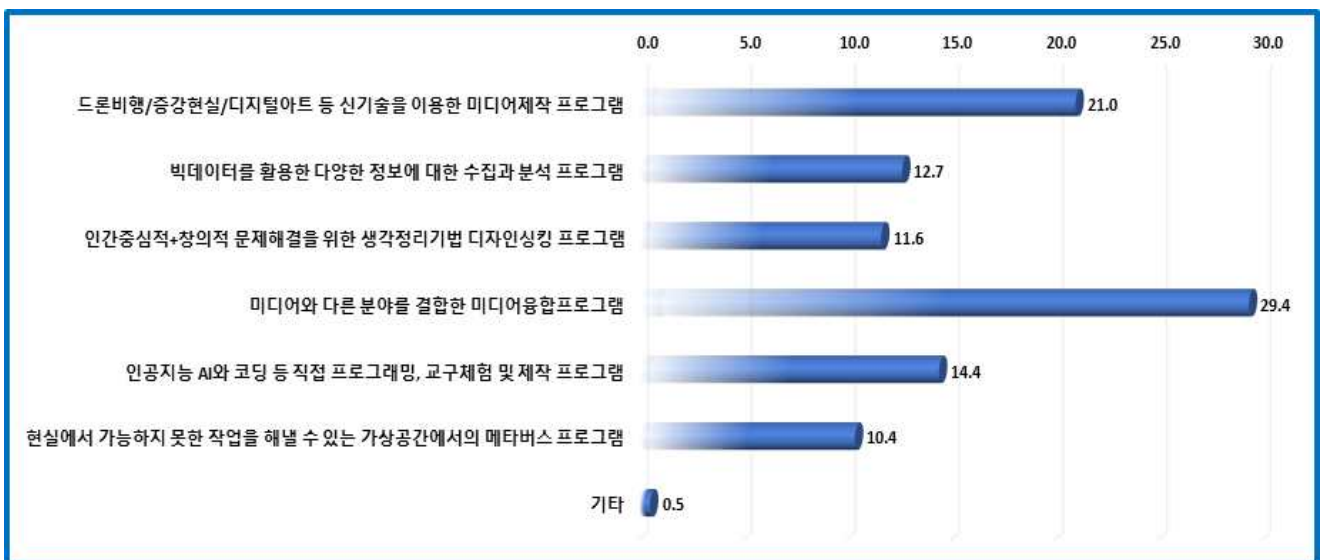
6 4차 산업혁명과 관련하여 참여하고 싶은 프로그램

□ 미디어와 다른 분야를 결합한 미디어융합프로그램이 29.4%로 가장 높았고, 드론비행, 증강현실, 디지털아트 등 신기술을 이용한 미디어제작 프로그램이 21.0%로 뒤를 이었음

<표 57> 4차 산업혁명과 관련하여 참여하고 싶은 프로그램

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
드론비행/증강현실/디지털아트 등 신기술을 이용한 미디어제작 프로그램	83	21.0
빅데이터를 활용한 다양한 정보에 대한 수집과 분석 프로그램	50	12.7
인간중심적+창의적 문제해결을 위한 생각정리기법 디자인싱킹 프로그램	46	11.6
미디어와 다른 분야를 결합한 미디어융합프로그램	116	29.4
인공지능 AI와 코딩 등 직접 프로그래밍, 교구체험 및 제작 프로그램	57	14.4
현실에서 가능하지 못한 작업을 해낼 수 있는 가상공간에서의 메타버스 프로그램	41	10.4
기타	2	0.5
합계	395	100.0
결측	143	



<그림 57> 4차 산업혁명과 관련하여 참여하고 싶은 프로그램

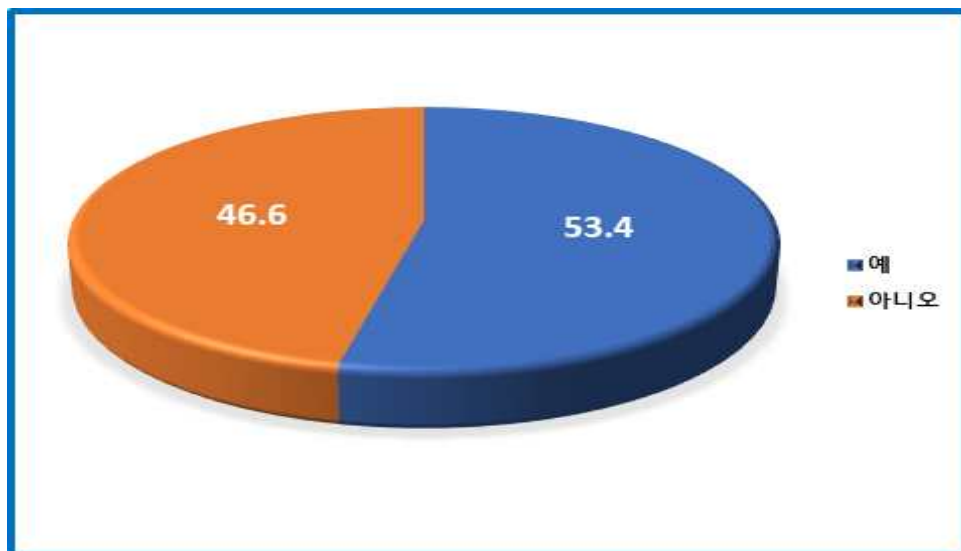
7 최신 기술 습득에 대한 걱정

□ 최신 기술 습득에 대한 걱정이 있다는 비율이 53.4%로 걱정하지 않는다는 46.6%에 비해 다소 많은 것으로 나타남

<표 58> 최신 기술 습득에 대한 걱정

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
예	211	53.4
아니오	184	46.6
합계	395	100.0
결측	143	



<그림 58> 최신 기술 습득에 대한 걱정

8 배우고 습득하는 것에 대해 걱정이 되는 사항

□ 4차 산업혁명을 알지 못하기 때문이라 응답한 비율이 25.7%로 가장 높았고, 정규교과 과정과 병행하기엔 시간적 여유가 없어서가 21.9%로 뒤를 이었음

□ 단, 기타가 2.4%로 가장 낮았음

<표 59> 배우고 습득하는 것에 대해 걱정이 되는 사항

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
4차 산업혁명을 알지 못하기 때문에	54	25.7
배우고 습득하는 것에 대한 어려움	41	19.5
비용/금전적인 측면	41	19.5
정규교과 과정과 병행하기엔 시간적 여유가 없음	46	21.9
학습할 장소/기관에 대한 정보 부족	23	11.0
기타	5	2.4
합계	210	100.0
결측	328	



<그림 59> 배우고 습득하는 것에 대해 걱정이 되는 사항

9 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 긍정적 영향

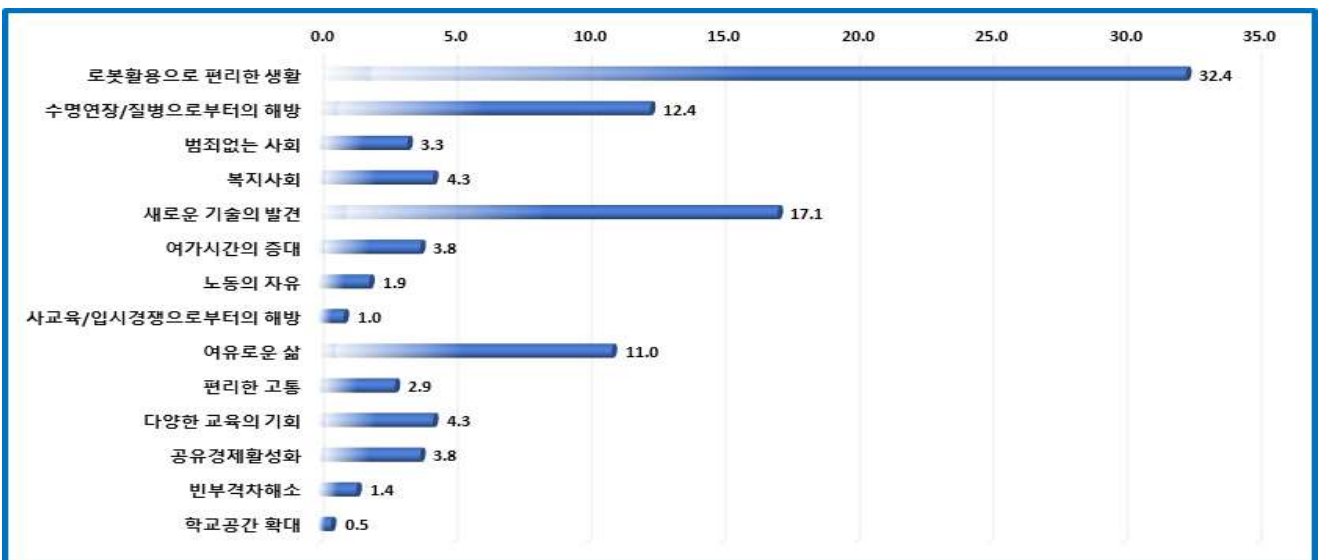
- 로봇활용으로 편리한 생활이 32.4%로 가장 높았고, 새로운 기술의 발견이 17.1%로 뒤를 이었음
- 단, 학교공간 확대가 0.5%로 가장 낮았음

<표 60> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 긍정적 영향

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
로봇활용으로 편리한 생활	68	32.4
수명연장/질병으로부터의 해방	26	12.4
범죄없는 사회	7	3.3
복지사회	9	4.3
새로운 기술의 발견	36	17.1
여가시간의 증대	8	3.8
노동의 자유	4	1.9
사교육/입시경쟁으로부터의 해방	2	1.0
여유로운 삶	23	11.0
편리한 교통	6	2.9
다양한 교육의 기회	9	4.3
공유경제활성화	8	3.8
빈부격차해소	3	1.4
학교공간 확대	1	0.5
합계	210	100.0
결측	328	

※ 항목의 수로 인해 심층분석에서 제외



<그림 60> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 긍정적 영향

10 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 부정적 영향

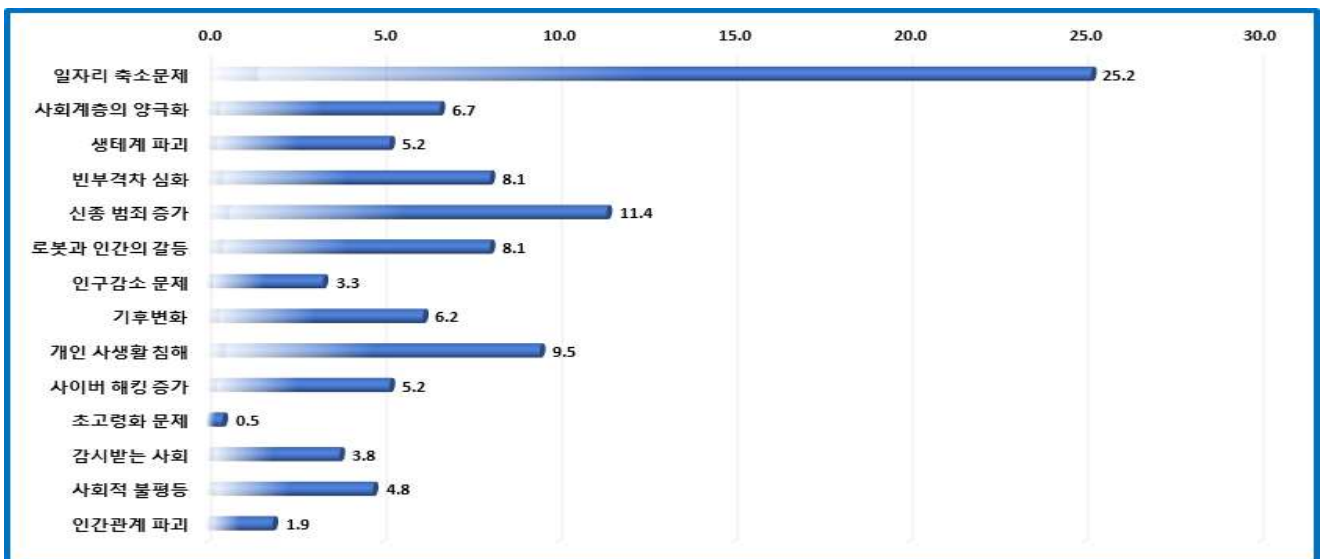
- 일자리 축소문제가 25.2%로 가장 높았고, 신종 범죄 증가가 11.4%로 뒤를 이었음
- 단, 초고령화 문제가 0.5%로 가장 낮았음

<표 61> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 부정적 영향

(N=538)

구분	빈도(n)	백분율(%)
일자리 축소문제	53	25.2
사회계층의 양극화	14	6.7
생태계 파괴	11	5.2
빈부격차 심화	17	8.1
신종 범죄 증가	24	11.4
로봇과 인간의 갈등	17	8.1
인구감소 문제	7	3.3
기후변화	13	6.2
개인 사생활 침해	20	9.5
사이버 해킹 증가	11	5.2
초고령화 문제	1	0.5
감시받는 사회	8	3.8
사회적 불평등	10	4.8
인간관계 파괴	4	1.9
합계	210	100.0
결측	328	

※ 항목의 수로 인해 심층분석에서 제외



<그림 61> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 부정적 영향



제 3장. 조사대상자 특성별 심층분석 결과

- I. 내가 좋아하는 미디어 콘텐츠, 그리고 제작 경험
- II. 내가 하고 싶은 미디어 프로그램과 참여했던 기억
- III. 미디어 공간과 콘텐츠에 대한 사실 확인
- IV. 온라인/비대면 교육 및 프로그램
- V. 4차 산업혁명과 청소년

내가 좋아하는 미디어 콘텐츠, 그리고 제작 경험

1

선호하는 콘텐츠 내용

□ 성별에서는 여자는 일상, 남자는 게임의 비율이 높게 나타남

<표 62> 선호하는 콘텐츠 내용

(Base=전체, N(명)=1,369, 백분율)

구분		선호하는 콘텐츠 내용																						
		뷰티	음식 (먹방)	게임	토크/ 캠방	패션	일상	쇼킹 (엄박 싱)	연예인	ASMR	개그	드라마 (웹드 라마)	예능	뉴스	식사- 교양	영화	스포츠	댄스	동물	진로/ 직업	친구관 계/우 정	사랑/ 연애	미디어 장비/ 소프트 웨어	기타
출생년도	1,999년생 이하	2.6%	2.6%	13.2%	5.3%	5.3%	10.5%	2.6%	0.0%	0.0%	5.3%	2.6%	5.3%	5.3%	5.3%	15.8%	2.6%	0.0%	2.6%	5.3%	2.6%	0.0%	5.3%	0.0%
	2,000년생 이상	5.9%	8.8%	11.3%	5.2%	3.6%	10.1%	2.0%	7.1%	2.1%	2.4%	6.2%	7.4%	1.7%	2.2%	8.9%	2.3%	1.3%	2.6%	2.0%	0.7%	1.7%	2.6%	2.2%
성별	여자	7.4%	8.4%	8.1%	3.8%	3.8%	11.9%	2.0%	8.3%	2.2%	2.2%	7.1%	7.6%	1.6%	2.5%	9.0%	0.4%	1.5%	3.0%	2.6%	0.7%	1.9%	1.7%	2.1%
	남자	2.5%	9.0%	18.5%	8.1%	3.2%	6.2%	1.8%	3.7%	1.6%	3.0%	4.2%	6.7%	2.3%	1.8%	9.2%	6.2%	0.7%	1.6%	0.9%	0.7%	0.9%	4.8%	2.1%
소속	중학생 이하	6.8%	12.0%	16.5%	8.8%	4.0%	8.0%	1.6%	8.4%	1.6%	1.2%	4.4%	4.4%	1.6%	0.4%	4.4%	2.8%	3.2%	2.4%	0.8%	1.2%	0.4%	2.0%	2.8%
	고등학생	6.5%	8.8%	10.1%	4.1%	3.4%	10.3%	2.2%	6.7%	2.6%	2.7%	7.7%	6.9%	1.6%	1.9%	10.9%	2.4%	1.0%	1.6%	1.5%	0.4%	1.8%	2.7%	2.2%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	3.9%	7.1%	10.2%	2.4%	3.1%	11.8%	2.4%	5.5%	0.8%	1.6%	4.7%	11.0%	2.4%	3.9%	10.2%	0.8%	0.8%	3.1%	3.1%	0.8%	3.1%	4.7%	2.4%
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	5.7%	6.5%	13.0%	5.7%	4.1%	10.6%	1.6%	8.1%	3.3%	3.3%	0.8%	6.5%	1.6%	3.3%	4.1%	1.6%	0.0%	7.3%	5.7%	1.6%	2.4%	0.8%	2.4%
	후기청소년 (대학생)	2.2%	4.5%	9.0%	6.7%	4.5%	10.4%	1.5%	5.2%	0.0%	3.7%	6.7%	11.9%	3.0%	5.2%	11.2%	2.2%	0.7%	3.0%	3.0%	0.7%	0.7%	3.7%	0.0%
서울시립청소년 미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	아니오	4.9%	7.6%	10.2%	4.7%	2.7%	10.8%	1.8%	6.4%	1.9%	2.5%	7.3%	7.9%	2.5%	2.4%	10.7%	2.3%	1.0%	2.2%	2.1%	0.6%	1.2%	3.9%	2.3%
전체		5.8%	8.6%	11.4%	5.2%	3.7%	10.1%	2.0%	6.9%	2.0%	2.5%	6.1%	7.3%	1.8%	2.3%	9.1%	2.3%	1.2%	2.6%	2.0%	0.7%	1.6%	2.7%	2.1%

2 하고 싶은 이야기를 미디어콘텐츠로 제작한 경험

- 성별에서는 여자가 남자에 비해 제작 경험 비율이 높았음
- 소속에서는 미디어/문화/예술관련 고등학생의 비율이 가장 높았음
- 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있는 경우의 비율이 높았음

<표 63> 하고 싶은 이야기를 미디어콘텐츠로 제작한 경험
(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		하고 싶은 이야기를 미디어콘텐츠로 제작한 경험		전체	χ ²	p
		예	아니오			
출생년도	1,999년생 이하	64.3%	35.7%	100.0%	0.096	0.756
	2,000년생 이상	60.2%	39.8%	100.0%		
성별	여자	64.6%	35.4%	100.0%	7.960**	0.005
	남자	51.3%	48.7%	100.0%		
소속	중학생 이하	51.1%	48.9%	100.0%	13.827**	0.008
	고등학생	65.2%	34.8%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	72.7%	27.3%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	52.3%	47.7%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	45.7%	54.3%	100.0%		
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	71.1%	28.9%	100.0%	36.258***	0.000
	아니오	43.8%	56.3%	100.0%		
전체		60.3%	39.7%	100.0%		

p<.01, *p<.001

※ 교차분석을 실시

3 제작 경험이 있는 콘텐츠 종류

□ 출생연도가 1,999년생 이하인 경우 디자인을 제작한 경험이 있는 비율이 31.3%로 2,000년생 이상의 14.4%에 비해 비교적 높은 것으로 나타남

<표 64> 제작 경험이 있는 콘텐츠 종류

(Base=전체, N(명)=543, 백분율)

구분		제작 경험이 있는 콘텐츠 종류							
		사진	디자인	음악	영상	애니메이션	만화	팟캐스트	기타
출생년도	1,999년생 이하	18.8%	31.3%	6.3%	37.5%	0.0%	0.0%	6.3%	0.0%
	2,000년생 이상	22.2%	14.4%	6.6%	41.4%	5.3%	5.9%	1.5%	2.7%
성별	여자	23.4%	15.5%	5.9%	41.2%	3.8%	6.1%	1.5%	2.5%
	남자	18.7%	13.3%	8.7%	41.3%	8.7%	4.7%	2.0%	2.7%
소속	중학생 이하	24.1%	10.8%	10.8%	38.6%	4.8%	6.0%	3.6%	1.2%
	고등학생	21.2%	12.6%	6.3%	45.4%	5.3%	6.0%	1.3%	2.0%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	21.8%	23.1%	5.1%	33.3%	7.7%	7.7%	0.0%	1.3%
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	22.9%	14.3%	8.6%	37.1%	0.0%	0.0%	0.0%	17.1%
	후기청소년 (대학생)	24.4%	24.4%	2.2%	35.6%	4.4%	4.4%	4.4%	0.0%
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	20.6%	16.2%	6.2%	41.9%	4.9%	5.7%	2.3%	2.3%
	아니오	26.0%	11.7%	7.8%	39.6%	5.8%	5.8%	0.0%	3.2%
전체		22.1%	14.9%	6.6%	41.3%	5.2%	5.7%	1.7%	2.6%

4 콘텐츠를 제작한 목적

□ 출생연도가 1,999년생 이하인 경우 과제 제출을 위해 제작한 비율이 29.4%로 2,000년생 이상인 12.5%에 비해 비교적 높은 것으로 나타남

<표 65> 콘텐츠를 제작한 목적

(Base=전체, N(명)=712, 백분율)

구분		콘텐츠를 제작한 목적									
		관심사에 대한 접근	진로 및 진학을 위해	단순 재미 및 취미생활	친구들과 함께하기 위해	제작물로 개선되어야 하는 부분을 알리기 위해	유튜브 등 활동을 위해	금전적인 이유	공모전 제출	과제 제출	기타
출생년도	1,999년생 이하	17.6%	5.9%	11.8%	11.8%	0.0%	5.9%	11.8%	5.9%	29.4%	0.0%
	2,000년생 이상	18.7%	13.8%	22.6%	9.2%	3.9%	6.5%	0.9%	10.9%	12.5%	1.0%
성별	여자	17.7%	14.6%	22.8%	7.9%	3.0%	5.7%	0.8%	11.4%	14.8%	1.4%
	남자	21.1%	11.3%	21.1%	12.7%	5.9%	8.3%	2.0%	9.3%	8.3%	0.0%
소속	중학생 이하	27.4%	3.2%	27.4%	11.6%	1.1%	9.5%	0.0%	6.3%	13.7%	0.0%
	고등학생	16.5%	15.8%	21.8%	9.1%	4.6%	6.5%	0.7%	12.0%	11.5%	1.4%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	16.3%	16.3%	18.4%	10.2%	4.1%	4.1%	1.0%	12.2%	16.3%	1.0%
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	23.9%	6.5%	32.6%	4.3%	4.3%	8.7%	2.2%	6.5%	10.9%	0.0%
	후기청소년 (대학생)	19.6%	16.1%	16.1%	8.9%	1.8%	3.6%	5.4%	10.7%	17.9%	0.0%
서울시립청소년 미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	18.9%	14.9%	21.5%	8.6%	4.4%	5.9%	0.6%	11.0%	13.0%	1.3%
	아니오	18.2%	10.2%	24.6%	11.2%	2.1%	8.0%	2.7%	10.2%	12.8%	0.0%
전체		18.7%	13.6%	22.3%	9.3%	3.8%	6.5%	1.1%	10.8%	12.9%	1.0%

5 공모전에 출품한 경험

□ 소속에서는 미디어/문화/예술관련 고등학생의 출품 경험 비율이 가장 높았음

<표 66> 공모전에 출품한 경험

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		공모전에 출품한 경험		전체	χ^2	p
		있다	없다			
출생년도	1,999년생 이하	33.3%	66.7%	100.0%	0.433	0.510
	2,000년생 이상	44.4%	55.6%	100.0%		
성별	여자	44.0%	56.0%	100.0%	0.003	0.958
	남자	44.3%	55.7%	100.0%		
소속	중학생 이하	27.3%	72.7%	100.0%	9.505*	0.050
	고등학생	44.9%	55.1%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	62.5%	37.5%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	43.5%	56.5%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	45.0%	55.0%	100.0%		
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	44.8%	55.2%	100.0%	0.169	0.681
	아니오	42.2%	57.8%	100.0%		
전체		44.1%	55.9%	100.0%		

*p<.05

※ 교차분석을 실시

6 제작 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험

□ 소속에서 미디어/문화/예술 관련 고등학생의 콘텐츠 업로드 경험이 87.5% 가장 높게 나타났음

<표 67> 제작 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		제작 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험		전체	χ^2	p
		있다	없다			
출생년도	1,999년생 이하	55.6%	44.4%	100.0%	1.595	0.207
	2,000년생 이상	74.4%	25.6%	100.0%		
성별	여자	73.9%	26.1%	100.0%	0.007	0.932
	남자	73.4%	26.6%	100.0%		
소속	중학생 이하	63.6%	36.4%	100.0%	5.753	0.218
	고등학생	73.1%	26.9%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	87.5%	12.5%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	78.3%	21.7%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	75.0%	25.0%	100.0%		
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	73.9%	26.1%	100.0%	0.005	0.945
	아니오	73.5%	26.5%	100.0%		
전체		73.8%	26.2%	100.0%		

※ 교차분석을 실시

7 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 하는 이유

□ 소속이 중학생 이하인 경우 새로운 사람들과의 관계를 형성하기 위해 업로드 하는 비율이 23.1%로 가장 높은 것으로 나타남

<표 68> 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 하는 이유

(Base=전체, N(명)=334, 백분율)

구분		미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 하는 이유					
		나의 의견과 생각을 표현하고, 타인의 공감과 응원을 받고 싶다	내 존재 자체를 알리고 홍보하고 싶다	새로운 사람들과의 관계를 형성하고 싶다	나의 진학 및 진로를 위한 포트폴리오를 남기고 싶다	다른 사람들도 하나까 크게 의미는 없다	기타
출생년도	1,999년생 이하	12.5%	50.0%	12.5%	25.0%	0.0%	0.0%
	2,000년생 이상	31.0%	19.9%	12.6%	22.7%	8.0%	5.8%
성별	여자	31.0%	17.6%	11.7%	24.3%	10.0%	5.4%
	남자	29.5%	28.4%	14.7%	18.9%	2.1%	6.3%
소속	중학생 이하	33.3%	12.8%	23.1%	10.3%	12.8%	7.7%
	고등학생	31.1%	21.4%	13.3%	23.5%	6.1%	4.6%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	33.3%	20.8%	4.2%	29.2%	6.3%	6.3%
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	32.1%	17.9%	10.7%	14.3%	17.9%	7.1%
	후기청소년(대학생)	13.0%	30.4%	8.7%	34.8%	4.3%	8.7%
서울시립청소년 미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	30.5%	19.7%	11.7%	24.7%	6.3%	7.1%
	아니오	30.5%	23.2%	14.7%	17.9%	11.6%	2.1%
전체		30.5%	20.7%	12.6%	22.8%	7.8%	5.7%

8 제작물을 게시한 플랫폼 및 사이트

□ 성별에서 여자는 블로그, 인스타그램, 트위터에 게시한 비율이 남성에 비해 높았으나 남성은 여성에 비해 유튜브, 페이스북에 게시한 비율이 비교적 높은 것으로 나타남

<표 69> 제작물을 게시한 플랫폼 및 사이트

(Base=전체, N(명)=427, 백분율)

구분		제작물을 게시한 플랫폼 및 사이트											
		블로그	밴드	유튜브	인스타그램	핀터레스트	페이스북	텀블러	트위터	틱톡	포털(다음, 네이버 등)	사운드클라우드	기타
출생년도	1,999년생 이하	12.5%	0.0%	12.5%	37.5%	12.5%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%
	2,000년생 이상	14.8%	3.1%	32.5%	23.2%	0.2%	9.5%	0.5%	6.7%	2.9%	3.8%	1.0%	1.9%
성별	여자	16.4%	3.6%	29.0%	26.3%	0.6%	8.1%	0.3%	8.1%	2.1%	3.6%	0.3%	1.8%
	남자	8.7%	1.1%	43.5%	13.0%	0.0%	15.2%	1.1%	1.1%	5.4%	5.4%	3.3%	2.2%
소속	중학생 이하	7.1%	8.9%	23.2%	19.6%	0.0%	14.3%	1.8%	3.6%	5.4%	5.4%	3.6%	7.1%
	고등학생	15.8%	1.2%	35.6%	22.7%	0.4%	8.1%	0.4%	8.1%	2.8%	3.2%	0.8%	0.8%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	12.1%	1.7%	34.5%	25.9%	0.0%	13.8%	0.0%	3.4%	3.4%	3.4%	0.0%	1.7%
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	17.9%	5.1%	25.6%	28.2%	0.0%	5.1%	0.0%	10.3%	0.0%	5.1%	0.0%	2.6%
	후기청소년(대학생)	22.2%	7.4%	22.2%	25.9%	3.7%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	7.4%	0.0%	0.0%
	기타	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	16.3%	2.3%	31.7%	23.9%	0.3%	9.2%	0.7%	6.5%	2.6%	3.6%	1.0%	2.0%
	아니오	10.7%	5.0%	33.1%	22.3%	0.8%	10.7%	0.0%	6.6%	3.3%	5.0%	0.8%	1.7%
전체		14.8%	3.0%	32.1%	23.4%	0.5%	9.6%	0.5%	6.6%	2.8%	4.0%	0.9%	1.9%

9 콘텐츠 제작에 어려웠던 점이나 경험이 없는 이유

□ 소속이 중학생 이하인 경우 함께할 사람이 없어 제작하지 못한 비율이 가장 높았고, 미디어/문화/예술 관련 고등학생의 경우 제작비 및 예산 등 금전적인 이유로 제작하지 못한 비율이 가장 높은 것으로 나타남

<표 70> 콘텐츠 제작에 어려웠던 점이나 경험이 없는 이유

(Base=전체, N(명)=464, 백분율)

구분	콘텐츠 제작에 어려웠던 점이나 경험이 없는 이유											
	미디어콘텐츠 제작스킬 부족 및 어려움	팀원 및 동료와의 갈등	함께할 사람이 없음	제작비 및 예산 등 금전적인 이유	부모님 및 가족, 친구 등 주변인의 반대	장비 및 소프트웨어, 촬영 공간의 부재	내가 표현하고자 하는 주제와 내용 전달의 어려움	저작권, 초상권 등 법에 대해 몰라 잘못을 저지을까봐	향후 제작한 콘텐츠에 대해 악성댓글 및 비판, 반대 의견에 대한 걱정	제작 콘텐츠가 내가 원하지 않는 공간/기간까지 업로드가 될까봐	기타	
출생년도	1.999년생 이하	38.5%	0.0%	7.7%	0.0%	0.0%	7.7%	15.4%	15.4%	7.7%	0.0%	7.7%
	2.000년생 이상	44.1%	2.0%	10.4%	16.6%	1.8%	5.5%	6.2%	5.1%	3.1%	1.8%	3.3%
성별	여자	45.3%	1.6%	9.5%	15.2%	1.6%	5.1%	7.0%	5.1%	4.1%	2.2%	3.5%
	남자	41.2%	2.7%	12.2%	18.2%	2.0%	6.8%	5.4%	6.1%	1.4%	0.7%	3.4%
소속	중학생 이하	42.2%	1.2%	14.5%	14.5%	2.4%	4.8%	7.2%	4.8%	4.8%	2.4%	1.2%
	고등학생	42.9%	1.6%	11.5%	18.7%	2.4%	5.6%	4.8%	5.6%	2.4%	2.0%	2.8%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	40.9%	6.8%	2.3%	22.7%	0.0%	6.8%	9.1%	6.8%	0.0%	2.3%	2.3%
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	50.0%	2.4%	7.1%	7.1%	0.0%	4.8%	9.5%	0.0%	7.1%	0.0%	11.9%
	후기청소년(대학생)	51.2%	0.0%	7.0%	7.0%	0.0%	7.0%	9.3%	9.3%	4.7%	0.0%	4.7%
기타	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
서울시립청소년 미디어센터 및 스스로나눔터 인지 여부	예	41.6%	2.5%	10.0%	18.5%	2.1%	7.1%	5.0%	5.3%	2.8%	1.8%	3.2%
	아니오	47.5%	1.1%	10.9%	12.6%	1.1%	3.3%	8.7%	5.5%	3.8%	1.6%	3.8%
전체		44.0%	1.9%	10.3%	16.2%	1.7%	5.6%	6.5%	5.4%	3.2%	1.7%	3.4%

Ⅱ. 내가 하고 싶은 미디어 프로그램과 참여했던 기억

1 미디어 관련 프로그램의 참여 경험

- 출생년도에서는 2,000년생 이상이 참여 경험 비율이 가장 높았음
- 소속에서는 미디어/문화/예술관련 고등학생의 비율이 가장 높았음
- 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있는 경우의 비율이 높았음

<표 71> 미디어 관련 프로그램의 참여 경험

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	미디어 관련 프로그램의 참여 경험		전체	χ ²	p	
	있다	없다				
출생년도	1,999년생 이하	23.1%	76.9%	100.0%	6.139*	0.013
	2,000년생 이상	57.6%	42.4%	100.0%		
성별	여자	59.3%	40.7%	100.0%	2.786	0.095
	남자	51.0%	49.0%	100.0%		
소속	중학생 이하	39.8%	60.2%	100.0%	33.749***	0.000
	고등학생	64.4%	35.6%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	77.3%	22.7%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	39.0%	61.0%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	39.0%	61.0%	100.0%		
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	70.8%	29.2%	100.0%	56.660***	0.000
	아니오	35.2%	64.8%	100.0%		
전체		56.6%	43.4%	100.0%		

*p<.05, ***p<.001

※ 교차분석을 실시

2 참여한 미디어프로그램

□ 출생연도가 1,999년생 이하인 경우 미디어콘텐츠 이해/분석/비평 교육 중심 활동을 참여한 비율이 2,000년생 이상에 비해 매우 높은 것으로 나타남

<표 72> 참여한 미디어프로그램

(Base=전체, N(명)=438, 백분율)

구분		참여한 미디어프로그램							
		미디어콘텐츠 이해/분석/비평 교육 중심 활동	1-4회의 영화/사진/라디오 등 제작 실습 등	4회 이상의 제작/실습 중심 장기형태	영화/광고/사진/웹툰/디자인/음악 등 주제적 활동	영화, 사진, 그림책 치료/사이버폭력&미디어과의존 예방교육	미디어 캠프 숙박 형태	진로관련 프로그램-현장직업인 만남, 관련학과 체험	기타
출생연도	1,999년생 이하	40.0%	20.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	2,000년생 이상	15.5%	14.3%	13.2%	29.3%	7.2%	2.1%	17.3%	1.2%
성별	여자	15.3%	12.5%	13.4%	31.0%	6.1%	1.9%	18.8%	1.0%
	남자	16.8%	19.2%	12.0%	25.6%	9.6%	2.4%	12.8%	1.6%
소속	중학생 이하	14.3%	9.5%	14.3%	42.9%	2.4%	0.0%	16.7%	0.0%
	고등학생	16.8%	15.1%	11.5%	29.0%	9.0%	1.8%	15.4%	1.4%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	11.3%	12.9%	17.7%	29.0%	3.2%	6.5%	19.4%	0.0%
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	25.0%	16.7%	12.5%	20.8%	4.2%	0.0%	16.7%	4.2%
	후기청소년(대학생)	9.7%	16.1%	16.1%	22.6%	6.5%	0.0%	29.0%	0.0%
	기타	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
서울시립청소년 미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	16.1%	13.5%	13.2%	28.4%	7.8%	2.0%	18.1%	0.9%
	아니오	14.4%	17.8%	12.2%	33.3%	4.4%	2.2%	13.3%	2.2%
전체		15.8%	14.4%	13.0%	29.5%	7.1%	2.1%	17.1%	1.1%

3 참여한 프로그램의 인지 경로

□ 성별에서는 여자가 남자에 비해 SNS(페이스북, 인스타그램 등)를 통해 프로그램을 인지하는 비율이 높았음

<표 73> 참여한 프로그램의 인지 경로

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	참여한 프로그램의 인지 경로											전체	χ ²	p
	학교 및 선생님	지인 및 친구	부모님	SNS (페이스북, 인스타그램 등)	블로그 및 카페	뉴스, 신문	행사 (박람회, 특강 등)를 통해	서울시 및 교육청 사이트	홍보 물품	포털 사이트 검색				
출생년도	1,999년생 이하	33.3%	33.3%		33.3%							100.0%	1.666	0.996
	2,000년생 이상	46.6%	15.0%	4.0%	19.0%	3.2%	1.2%	2.8%	0.8%	2.8%	4.7%	100.0%		
성별	여자	45.6%	15.4%	3.3%	22.0%	4.4%		1.6%	0.5%	2.7%	4.4%	100.0%	17.256	0.045
	남자	48.6%	14.9%	5.4%	12.2%		4.1%	5.4%	1.4%	2.7%	5.4%	100.0%		
소속	중학생 이하	54.8%	12.9%	6.5%	16.1%	3.2%		3.2%		3.2%		100.0%	35.903	0.473
	고등학생	49.1%	16.1%	3.7%	19.3%	3.1%	1.9%	2.5%	0.6%		3.7%	100.0%		
	미디어/문화/예술관련 고등학생	32.4%	17.6%	2.9%	20.6%			2.9%	2.9%	11.8%	8.8%	100.0%		
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	46.7%	6.7%	6.7%	13.3%	6.7%				6.7%	13.3%	100.0%		
	후기청소년 (대학생)	33.3%	13.3%		26.7%	6.7%		6.7%		6.7%	6.7%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로나트 인지 여부	예	41.0%	18.5%	3.1%	20.5%	3.6%	1.5%	3.1%	1.0%	2.6%	5.1%	100.0%	15.993	0.067
	아니오	63.9%	4.9%	6.6%	14.8%	1.6%		1.6%		3.3%	3.3%	100.0%		
전체		46.5%	15.2%	3.9%	19.1%	3.1%	1.2%	2.7%	0.8%	2.7%	4.7%	100.0%		

*p<.05

※ 교차분석을 실시

4 학교 및 선생님을 통한 인지 경로

□ 성별에서는 여자가 남자에 비해 공문을 통한 학교 및 선생님 인지 비율이 가장 높았음

<표 74> 학교 및 선생님을 통한 인지 경로

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		학교 및 선생님을 통한 인지 경로					전체	χ ²	p
		공문	포스터	학교 온라인 게시판	선생님 개별 면담 및 추천	기타			
출생년도	1,999년생 이하	100.0%					100.0%	1.481	0.830
	2,000년생 이상	40.0%	13.0%	20.0%	19.1%	7.8%	100.0%		
성별	여자	46.9%	11.1%	22.2%	12.3%	7.4%	100.0%	10.421*	0.034
	남자	25.7%	17.1%	14.3%	34.3%	8.6%	100.0%		
소속	중학생 이하	47.1%	5.9%	23.5%	11.8%	11.8%	100.0%	23.854	0.093
	고등학생	40.3%	18.2%	19.5%	13.0%	9.1%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	40.0%		20.0%	40.0%		100.0%		
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	14.3%		14.3%	71.4%		100.0%		
	후기청소년 (대학생)	60.0%		20.0%	20.0%		100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	43.6%	10.3%	20.5%	16.7%	9.0%	100.0%	3.045	0.550
	아니오	34.2%	18.4%	18.4%	23.7%	5.3%	100.0%		
전체		40.5%	12.9%	19.8%	19.0%	7.8%	100.0%		

*p<.05

※ 교차분석을 실시

5 미디어프로그램에 참여하지 못한 이유

□ 고등학생과 학교밖청소년(대안학교 재학생)의 경우 학업으로 인해 참여하지 못한 경험이 타소속에 비해 비교적 높은 것으로 나타남

<표 75> 미디어프로그램에 참여하지 못한 이유

(Base=전체, N(명)=706, 백분율)

구분		미디어프로그램에 참여하지 못한 이유							
		비용	홍보 및 정보부족	시간부족 및 일정중복	모집마감	혼자참가에 대한 부담감	학업	미디어프로그램에 참여하고 싶지 않음	기타
출생년도	1,999년생 이하	19.0%	19.0%	23.8%	4.8%	19.0%	9.5%	4.8%	0.0%
	2,000년생 이상	13.9%	15.9%	25.4%	4.1%	22.2%	14.0%	2.9%	1.6%
성별	여자	13.4%	14.7%	27.3%	4.7%	22.4%	13.4%	2.6%	1.4%
	남자	15.3%	19.1%	20.9%	2.8%	21.4%	14.9%	3.7%	1.9%
소속	중학생 이하	13.6%	18.9%	26.5%	3.0%	22.7%	12.1%	2.3%	0.8%
	고등학생	12.5%	14.6%	27.1%	4.4%	21.1%	16.7%	1.6%	2.1%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	11.5%	19.7%	26.2%	3.3%	26.2%	6.6%	4.9%	1.6%
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	15.2%	15.2%	13.6%	4.5%	24.2%	15.2%	10.6%	1.5%
	후기청소년 (대학생)	25.4%	15.9%	23.8%	4.8%	20.6%	6.3%	3.2%	0.0%
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	13.4%	14.4%	27.5%	5.4%	22.1%	13.9%	1.6%	1.6%
	아니오	14.9%	18.5%	22.1%	2.1%	22.1%	13.9%	5.0%	1.4%
전체		14.0%	16.0%	25.4%	4.1%	22.1%	13.9%	3.0%	1.6%

6 향후 미디어프로그램에 참여할 의향

- 소속에서는 초등학생의 참여 의향 비율이 가장 높았음
- 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있는 경우의 비율이 높았음

<표 76> 향후 미디어프로그램에 참여할 의향

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		향후 미디어프로그램에 참여할 의향		전체	χ ²	p
		예	아니오			
출생년도	1,999년생 이하	69.2%	30.8%	100.0%	0.471	0.493
	2,000년생 이상	77.3%	22.7%	100.0%		
성별	여자	79.0%	21.0%	100.0%	1.947	0.163
	남자	73.1%	26.9%	100.0%		
소속	중학생 이하	66.7%	33.3%	100.0%	14.910**	0.005
	고등학생	82.1%	17.9%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	86.0%	14.0%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	65.0%	35.0%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	70.0%	30.0%	100.0%		
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	89.3%	10.7%	100.0%	58.246***	0.000
	아니오	58.4%	41.6%	100.0%		
전체		77.1%	22.9%	100.0%		

p<.01, *p<.001

※ 교차분석을 실시

7 참여하고 싶은 미디어프로그램

□ 출생연도가 2,000년생 이상인 경우 영화/광고/사진/웹툰/디자인/음악 등 주체적 활동에 참여하고 싶은 비율이 1,999년생 이하에 비해 높았으며, 1,999년생 이하는 미디어콘텐츠 이해/분석/비평 교육 중심 활동에 참여를 희망하는 비율이 비교적 높은 것으로 나타남

<표 77> 참여하고 싶은 미디어프로그램

(Base=전체, N(명)=746, 백분율)

구분		참여하고 싶은 미디어프로그램							
		미디어콘텐츠 이해/분석/비평 교육 중심 활동	1-4회의 영화/사진/라디오 등 제작 실습 등	4회 이상의 제작/실습 중심 장기형태	영화/광고/사진/웹툰/디자인/음악 등 주체적 활동	영화, 사진, 그림책 치료/사이버폭력&미디어과의존 예방교육	미디어 캠프 숙박 형태	현장직업인 만남, 관련학과 체험	기타
출생년도	1,999년생 이하	20.0%	25.0%	10.0%	10.0%	10.0%	10.0%	15.0%	0.0%
	2,000년생 이상	12.8%	17.8%	13.5%	24.4%	7.3%	10.2%	13.5%	0.6%
성별	여자	13.1%	18.5%	12.1%	23.0%	7.1%	10.5%	15.3%	0.4%
	남자	12.8%	16.6%	16.6%	26.5%	8.1%	9.5%	9.0%	0.9%
소속	중학생 이하	10.3%	21.5%	12.1%	27.1%	7.5%	9.3%	12.1%	0.0%
	고등학생	11.8%	17.6%	12.6%	22.9%	8.9%	11.1%	14.6%	0.4%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	17.1%	13.2%	17.1%	25.0%	2.6%	13.2%	10.5%	1.3%
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	17.9%	21.4%	12.5%	25.0%	3.6%	3.6%	16.1%	0.0%
	후기청소년 (대학생)	18.8%	16.7%	18.8%	25.0%	4.2%	6.3%	8.3%	2.1%
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	12.9%	17.5%	13.8%	22.7%	8.6%	10.0%	14.0%	0.5%
	아니오	13.4%	19.3%	12.3%	27.8%	3.7%	10.7%	12.3%	0.5%
전체		13.0%	18.0%	13.4%	24.0%	7.4%	10.2%	13.5%	0.5%

8 미디어프로그램에 대한 관심분야

□ 소속이 중학생 이하인 경우 음악에 관심을 가지는 비율이 가장 높았고, 학교밖청소년(대안학교 재학생)의 경우 글에 관심을 가지는 비율이 비교적 높은 것으로 나타남

<표 78> 미디어 프로그램에 대한 관심분야

(Base=전체, N(명)=747, 백분율)

구분		미디어 프로그램에 대한 관심분야							
		영상	사진	순수미술	디자인	글	음악	융복합 미디어	기타
출생년도	1,999년생 이하	33.3%	6.7%	13.3%	26.7%	0.0%	6.7%	6.7%	6.7%
	2,000년생 이상	33.9%	13.0%	4.5%	13.3%	10.7%	14.8%	8.6%	1.4%
성별	여자	32.4%	13.7%	4.9%	13.8%	11.1%	14.6%	8.2%	1.3%
	남자	37.9%	10.6%	4.0%	12.6%	8.6%	14.6%	9.6%	2.0%
소속	중학생 이하	30.6%	7.4%	5.6%	13.9%	11.1%	22.2%	7.4%	1.9%
	고등학생	37.7%	13.6%	3.3%	12.2%	9.8%	13.3%	8.7%	1.4%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	31.2%	13.0%	6.5%	18.2%	10.4%	10.4%	10.4%	0.0%
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	23.3%	15.1%	5.5%	13.7%	16.4%	17.8%	5.5%	2.7%
	후기청소년 (대학생)	29.0%	14.5%	9.7%	16.1%	6.5%	11.3%	11.3%	1.6%
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	33.7%	13.3%	4.1%	12.8%	11.3%	13.7%	9.6%	1.5%
	아니오	34.3%	11.6%	6.3%	15.5%	8.2%	16.9%	5.8%	1.4%
전체		33.9%	12.9%	4.7%	13.5%	10.4%	14.6%	8.6%	1.5%

9 미디어프로그램 참여를 통한 기대역량

□ 콘텐츠제작스킬 외로 의사소통능력과 창의성은 학교밖청소년이, 자기관리-자기주도적 역량과 비판적사고는 미디어/문화/예술 관련 고등학생이 가장 높은 응답을 보였음

<표 79> 미디어프로그램 참여를 통한 기대역량

(Base=전체, N(명)=1,029, 백분율)

구분		미디어 프로그램 참여를 통한 기대역량								
		콘텐츠제작스킬	융합능력	비판적사고	자기관리-자기주도적역량	의사소통능력	문제해결능력	협업능력	창의성	기타
출생년도	1,999년생 이하	28.0%	20.0%	12.0%	0.0%	4.0%	12.0%	8.0%	16.0%	0.0%
	2,000년생 이상	27.6%	6.5%	5.5%	11.4%	10.2%	9.4%	13.0%	16.4%	0.1%
성별	여자	28.0%	7.5%	5.3%	11.7%	8.6%	9.1%	13.2%	16.4%	0.1%
	남자	26.7%	5.1%	6.4%	9.5%	13.5%	10.1%	12.2%	16.6%	0.0%
소속	중학생 이하	23.6%	7.5%	5.0%	11.8%	11.8%	12.4%	13.0%	14.9%	0.0%
	고등학생	29.0%	6.0%	5.2%	10.9%	9.5%	9.0%	13.3%	17.1%	0.2%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	26.6%	4.6%	10.1%	15.6%	9.2%	7.3%	12.8%	13.8%	0.0%
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	23.1%	5.8%	4.8%	11.5%	12.5%	10.6%	12.5%	19.2%	0.0%
	후기청소년 (대학생)	33.3%	16.0%	5.3%	4.0%	8.0%	8.0%	10.7%	14.7%	0.0%
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	27.5%	7.2%	5.7%	10.8%	10.2%	9.1%	13.8%	15.7%	0.1%
	아니오	27.8%	6.1%	5.6%	11.7%	9.7%	10.0%	11.4%	17.8%	0.0%
전체		27.6%	6.8%	5.6%	11.1%	10.0%	9.4%	12.9%	16.4%	0.1%

10 진로-직업체험에 만나고 싶은 직업분야

- 소속에서는 고등학생이 진로, 직업체험에서 만나고 싶은 직업분야를 감독이라 응답한 비율이 높았음
- 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있는 경우 감독이라 응답한 비율이 높았음

<표 80> 진로-직업체험에 만나고 싶은 직업분야

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	진로-직업체험에서 만나고 싶은 직업분야																			전체	χ ²	p	
	기자	아나운서	PD	작가	감독	사진작가	1인 방송 제작가 (유튜버)	엔지니어	영상 기술 편집자	디자이너	배우	웹툰 작가	작곡/작사가	가수	개발자	카메라 감독	조명 감독	음향 감독	기타				
출생년도	1,999년생 이하	0%	7.7%	7.7%	0%	0%	7.7%	23.1%	0%	15.4%	15.4%	0%		7.7%						7.7%	100.0%	12.785	0.804
	2,000년생 이상	1.2%	2.2%	14.7%	4.8%	12.5%	4.6%	11.3%	3.1%	8.0%	7.5%	4.6%	5.1%	3.9%	1.9%	2.9%	4.8%	1.4%	2.9%	2.7%	100.0%		
성별	여자	1.4%	2.4%	14.8%	5.2%	12.4%	4.8%	11.0%	2.7%	7.2%	9.3%	4.8%	4.1%	4.5%	2.1%	2.4%	2.7%	1.4%	3.1%	3.8%	100.0%	20.134	0.325
	남자	0.7%	2.2%	13.9%	3.6%	11.7%	4.4%	13.1%	3.6%	10.2%	4.4%	3.6%	6.6%	2.9%	1.5%	3.6%	9.5%	1.5%	2.2%	.7%	100.0%		
소속	중학생 이하	3.9%	5.2%	7.8%	6.5%	2.6%	9.1%	7.8%	3.9%	5.2%	6.5%	3.9%	7.8%	7.8%	2.6%	6.5%	3.9%	2.6%	2.6%	3.9%	100.0%	95.242*	0.035
	고등학생	0.9%	2.6%	16.7%	4.7%	16.3%	3.0%	14.2%	2.6%	8.6%	6.9%	4.7%	3.9%	2.1%	1.7%	1.3%	4.3%	1.3%	1.7%	2.6%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생			14.6%		12.2%	2.4%	9.8%	2.4%	12.2%	12.2%	2.4%	9.8%	4.9%			9.8%		2.4%	4.9%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)			7.5%	7.5%	15.0%	5.0%	7.5%	7.5%	2.5%	10.0%	7.5%	5.0%	2.5%	5.0%	5.0%	2.5%		10.0%		100.0%		
	후기청소년(대학생)			21.6%	2.7%	2.7%	8.1%	10.8%		13.5%	8.1%	2.7%		8.1%		5.4%	8.1%	2.7%	2.7%	2.7%	100.0%		
서울시립 청소년 미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	1.2%	1.9%	14.6%	4.6%	16.2%	4.2%	11.5%	1.9%	9.2%	5.0%	5.0%	4.2%	4.6%	1.9%	1.9%	5.0%	1.5%	1.5%	3.8%	100.0%	29.513*	0.042
	아니오	1.2%	3.0%	14.3%	4.8%	6.0%	5.4%	11.9%	4.8%	6.5%	11.9%	3.6%	6.0%	3.0%	1.8%	4.2%	4.8%	1.2%	4.8%	1.2%	100.0%		
전체		1.2%	2.3%	14.5%	4.7%	12.1%	4.7%	11.7%	3.0%	8.2%	7.7%	4.4%	4.9%	4.0%	1.9%	2.8%	4.9%	1.4%	2.8%	2.8%	100.0%		

*p<.05

※ 교차분석을 실시

11 미디어 분야 직업에 진로선택 의향

소속에서는 미디어/문화/예술관련 고등학생의 직업 선택 의향 비율이 가장 높았음
 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있는 경우의 비율이 높았음

<표 81> 미디어 분야 직업에 진로선택 의향

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		미디어 분야 직업에 진로선택 의향		전체	χ^2	p
		예	아니오			
출생년도	1,999년생 이하	69.2%	30.8%	100.0%	0.503	0.478
	2,000년생 이상	77.6%	22.4%	100.0%		
성별	여자	79.4%	20.6%	100.0%	2.169	0.141
	남자	73.0%	27.0%	100.0%		
소속	중학생 이하	59.7%	40.3%	100.0%	32.490***	0.000
	고등학생	84.1%	15.9%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	92.7%	7.3%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	60.0%	40.0%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	73.0%	27.0%	100.0%		
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	86.5%	13.5%	100.0%	32.001***	0.000
	아니오	63.1%	36.9%	100.0%		
전체		77.3%	22.7%	100.0%		

*** $p < .001$

※ 교차분석을 실시

12 현재 나에게 가장 필요한 미디어 교육

□ 기기 활용 및 제작 방법 외에 학교밖청소년은 미디어 안의 정보를 분별하는 방법에 높은 비율을 나타냄

<표 82> 현재 나에게 가장 필요한 미디어 교육

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		현재 나에게 가장 필요한 미디어 교육								전체	χ ²	p
		자율적으로 미디어 이용을 조절하는 능력	미디어의 긍정적/부정적 효과에 대한 이해	미디어 정보를 유익하게 활용하는 방법	미디어 기기 활용 및 콘텐츠 제작 방법	미디어 이용 시 나와 타인의 권리를 지켜내는 방법	미디어 안의 정보를 분별하는 방법	미디어를 활용해 자신을 표현하고 소통하는 방법	기타			
출생년도	1,999년생 이하	15.4%	15.4%	7.7%	30.8%	7.7%	7.7%	15.4%	0%	100.0%	4.674	0.700
	2,000년생 이상	13.3%	4.3%	17.1%	40.5%	4.8%	5.8%	13.7%	0.5%	100.0%		
성별	여자	12.7%	4.8%	14.1%	42.3%	5.8%	5.2%	14.8%	0.3%	100.0%	8.602	0.282
	남자	14.6%	4.4%	22.6%	35.8%	2.9%	7.3%	11.7%	0.7%	100.0%		
소속	중학생 이하	14.3%	6.5%	23.4%	31.2%	3.9%	5.2%	15.6%	0%	100.0%	34.572	0.183
	고등학생	13.3%	4.7%	15.5%	42.9%	3.9%	5.2%	14.2%	0.4%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	19.5%	0%	9.8%	53.7%	2.4%	4.9%	7.3%	2.4%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	10.0%	2.5%	12.5%	37.5%	10.0%	15.0%	12.5%	0%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	8.1%	8.1%	24.3%	29.7%	10.8%	2.7%	16.2%	0%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	11.2%	5.0%	15.0%	44.2%	4.2%	5.4%	14.6%	0.4%	100.0%	7.765	0.354
	아니오	16.7%	4.2%	19.6%	33.9%	6.0%	6.5%	12.5%	0.6%	100.0%		
전체		13.3%	4.7%	16.8%	40.2%	4.9%	5.8%	13.8%	0.5%	100.0%		

※ 교차분석을 실시

13 미디어 이해와 활용능력에 필요한 미디어 교육

□ 체험 및 실습 위주의 교육 외에 개인적 탐색 활동에는 학교밖청소년이, 다양한 사례 공유 및 전문가와의 만남은 후기청소년의 비율이 높았음

<표 83> 미디어 이해와 활용능력에 필요한 미디어 교육

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	미디어 이해와 활용능력에 필요한 미디어 교육						전체	χ ²	p	
	이론 교육	체험 및 실습 위주의 교육	관련 정보 제공을 통한 자발적, 주체적 단체 활동	관련 정보에 대한 개인적 탐색 활동	전문가와의 만남	다양한 사례공유				
출생년도	1,999년생 이하	7.7%	38.5%	15.4%	15.4%	23.1%		4.051	0.542	
	2,000년생 이상	6.3%	50.8%	20.7%	6.3%	11.8%	4.1%			
성별	여자	4.8%	51.2%	19.9%	7.6%	11.3%	5.2%	100.0%	8.636	0.125
	남자	9.5%	48.9%	21.9%	4.4%	13.9%	1.5%			
소속	중학생 이하	5.2%	49.4%	29.9%	2.6%	7.8%	5.2%	100.0%	26.821	0.140
	고등학생	7.3%	49.4%	20.2%	6.0%	13.7%	3.4%			
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	4.9%	56.1%	19.5%	7.3%	12.2%				
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	2.5%	55.0%	15.0%	17.5%	7.5%	2.5%			
	후기청소년 (대학생)	8.1%	48.6%	10.8%	5.4%	16.2%	10.8%			
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	7.3%	47.7%	21.2%	5.8%	13.5%	4.6%	100.0%	4.406	0.493
	아니오	4.8%	54.8%	19.6%	7.7%	10.1%	3.0%			
전체		6.3%	50.5%	20.6%	6.5%	12.1%	4.0%	100.0%		

※ 교차분석을 실시

14 미디어 이론교육에 적절한 교육과정

□ 소속에서는 학교밖청소년이 단기-일반과정에 100% 비율을 나타냈음

<표 84> 미디어 이론교육의 적절한 교육과정

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		미디어 이론교육의 적절한 교육과정				전체	χ ²	P
		단기-일반과정 (1-4회)	장기-전문과정 (5-20회)	일회성 특강 (1회)	캠프 및 속박형태			
출생년도	1,999년생 이하	100.0%				100.0%	1.765	0.622
	2,000년생 이상	34.6%	50.0%	3.8%	11.5%	100.0%		
성별	여자	42.9%	50.0%		7.1%	100.0%	0.776	0.620
	남자	30.8%	46.2%	7.7%	15.4%	100.0%		
소속	중학생 이하	50.0%	25.0%		25.0%	100.0%	6.314	0.899
	고등학생	23.5%	58.8%	5.9%	11.8%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	50.0%	50.0%			100.0%		
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	100.0%				100.0%		
	후기청소년 (대학생)	66.7%	33.3%			100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	26.3%	57.9%	5.3%	10.5%	100.0%	3.696	0.296
	아니오	62.5%	25.0%		12.5%	100.0%		
전체		37.0%	48.1%	3.7%	11.1%	100.0%		

※ 교차분석을 실시

15 미디어 이론교육에 적절한 교육주기 및 시간

15-1. 학기별 교육주기 (미디어 이론교육)

□ 성별에서는 여자가 남자에 비해 미디어 이론교육에 적절한 학기별 교육주기는 주말이라 응답한 비율이 높았음

<표 85> 미디어 이론교육의 적절한 학기별 교육주기

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	미디어 이론교육의 적절한 학기별 교육주기		전체	χ^2	P
	평일	주말			
출생년도	1,999년생 이하	100.0%	100.0%	0.297	0.586
	2,000년생 이상	23.1%	76.9%		
성별	여자	7.1%	92.9%	3.825*	0.050
	남자	38.5%	61.5%		
소속	중학생 이하		100.0%	4.538	0.338
	고등학생	35.3%	64.7%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생		100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)		100.0%		
	후기청소년(대학생)		100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	21.1%	78.9%	0.051	0.822
	아니오	25.0%	75.0%		
전체		22.2%	77.8%		

* $p < .05$

※ 교차분석을 실시

15-2. 방학별 교육주기 (미디어 이론교육)

□ 성별에서는 남자에 비해 여자가 주말에 응답한 비율이 높았음

<표 86> 미디어 이론교육의 적절한 방학별 교육주기

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	미디어 이론교육의 적절한 방학별 교육주기		전체	χ^2	P
	평일	주말			
출생년도	1,999년생 이하	100.0%	100.0%	0.297	0.586
	2,000년생 이상	76.9%	23.1%		
성별	여자	71.4%	28.6%	100.0%	0.678
	남자	84.6%	15.4%		
소속	중학생 이하	100.0%	100.0%	2.723	0.605
	고등학생	70.6%	29.4%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	100.0%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	100.0%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	66.7%	33.3%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	68.4%	31.6%	100.0%	3.248
	아니오	100.0%	100.0%		
전체		77.8%	22.2%	100.0%	

※ 교차분석을 실시

15-3. 시간별 교육주기 (미디어 이론교육)

□ 소속에서는 미디어/문화/예술 관련 고등학생, 학교밖청소년이 저녁 시간대에 100% 응답 비율을 보였음

<표 87> 미디어 이론교육의 적절한 시간별 교육주기
(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		미디어 이론교육의 적절한 시간별 교육주기			전체	χ^2	P
		오전 (12시 이전)	오후 (18시 이전)	저녁 (18시 이후)			
출생년도	1,999년생 이하		100.0%		100.0%	1.765	0.414
	2,000년생 이상	30.8%	34.6%	34.6%	100.0%		
성별	여자	14.3%	50.0%	35.7%	100.0%	3.679	0.159
	남자	46.2%	23.1%	30.8%	100.0%		
소속	중학생 이하		50.0%	50.0%	100.0%	12.312	0.138
	고등학생	47.1%	35.3%	17.6%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생			100.0%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)			100.0%	100.0%		
	후기청소년(대학생)		66.7%	33.3%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로나눔인지 여부	예	31.6%	36.8%	31.6%	100.0%	0.142	0.931
	아니오	25.0%	37.5%	37.5%	100.0%		
전체		29.6%	37.0%	33.3%	100.0%		

※ 교차분석을 실시

16 미디어 체험/실습에 적절한 교육과정

□ 성별에서는 남자가 여자에 비해 미디어 체험/실습에 적절한 교육과정이 장기-전문과정(5-20회)이라 응답한 비율이 높았음

<표 88> 미디어 체험/실습에 적절한 교육과정

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		미디어 체험/실습에 적절한 교육과정				전체	χ ²	p
		단기-일반과정 (1-4회)	장기-전문과정 (5-20회)	일회성 특강 (1회)	캠프 및 숙박형태			
출생년도	1,999년생 이하	40.0%	60.0%			100.0%	1.842	0.606
	2,000년생 이상	20.5%	60.5%	4.8%	14.3%	100.0%		
성별	여자	22.1%	55.0%	4.7%	18.1%	100.0%	8.755*	0.033
	남자	18.2%	72.7%	4.5%	4.5%	100.0%		
소속	중학생 이하	23.7%	52.6%	2.6%	21.1%	100.0%	9.870	0.627
	고등학생	20.9%	58.3%	6.1%	14.8%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	21.7%	73.9%		4.3%	100.0%		
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	14.3%	61.9%	9.5%	14.3%	100.0%		
	후기청소년 (대학생)	22.2%	72.2%		5.6%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	18.5%	65.3%	4.8%	11.3%	100.0%	3.449	0.327
	아니오	24.2%	53.8%	4.4%	17.6%	100.0%		
전체		20.9%	60.5%	4.7%	14.0%	100.0%		

*p<.05

※ 교차분석을 실시

17 미디어 체험/실습에 적절한 교육주기와 시간

17-1. 학기별 교육주기 (미디어 체험/실습)

□ 소속에서는 후기청소년(대학생)이 미디어 체험/실습에 적절한 교육주기는 주말이라 응답한 비율이 높았음

<표 89> 미디어 체험/실습에 적절한 학기별 교육주기

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		미디어 체험/실습에 적절한 학기별 교육주기		전체	χ ²	P
		평일	주말			
출생년도	1,999년생 이하	20.0%	80.0%	100.0%	0.061	0.805
	2,000년생 이상	15.9%	84.1%	100.0%		
성별	여자	15.0%	85.0%	100.0%	0.347	0.556
	남자	18.3%	81.7%	100.0%		
소속	중학생 이하	11.1%	88.9%	100.0%	18.081***	0.001
	고등학생	12.0%	88.0%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	17.4%	82.6%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	47.6%	52.4%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	8.3%	91.7%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	14.3%	85.7%	100.0%	0.642	0.423
	아니오	18.5%	81.5%	100.0%		
전체		16.0%	84.0%	100.0%		

***p<.01

※ 교차분석을 실시

17-2. 방학별 교육주기 (미디어 체험/실습)

□ 전체적으로 주말보다는 평일을 선호하였으며, 소속에서는 중학생 이하, 미디어/문화/예술 관련 고등학생이 다른 소속에 비해서는 낮은 비율을 보임

<표 90> 미디어 체험/실습에 적절한 방학별 교육주기

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		미디어 체험/실습에 적절한 방학별 교육주기		전체	χ^2	P
		평일	주말			
출생년도	1,999년생 이하	100.0%	0%	100.0%	1.947	0.163
	2,000년생 이상	71.8%	28.2%	100.0%		
성별	여자	72.4%	27.6%	100.0%	0.001	0.980
	남자	72.6%	27.4%	100.0%		
소속	중학생 이하	63.2%	36.8%	100.0%	7.233	0.124
	고등학생	73.1%	26.9%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	60.9%	39.1%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	85.0%	15.0%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	88.9%	11.1%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	72.0%	28.0%	100.0%	0.025	0.873
	아니오	73.0%	27.0%	100.0%		
전체		72.5%	27.5%	100.0%		

※ 교차분석을 실시

17-3. 시간별 교육주기 (미디어 체험/실습)

□ 소속에서는 학교밖청소년(대안학교 재학생)이 미디어 체험/실습에 적절한 시간별 교육주기는 오후(18시 이전)이라 응답한 비율이 높았음

<표 91> 미디어 체험/실습에 적절한 시간별 교육주기

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	미디어 체험/실습에 적절한 시간별 교육주기			전체	χ ²	P	
	오전 (12시 이전)	오후 (18시 이전)	저녁 (18시 이후)				
출생년도	1,999년생 이하	20.0%	40.0%	40.0%	100.0%	1.557	0.459
	2,000년생 이상	24.8%	57.1%	18.1%			
성별	여자	22.1%	58.4%	19.5%	100.0%	1.658	0.437
	남자	30.3%	53.0%	16.7%			
소속	중학생 이하	23.7%	55.3%	21.1%	100.0%	20.004**	0.010
	고등학생	27.0%	50.4%	22.6%			
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	4.3%	78.3%	17.4%			
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	14.3%	81.0%	4.8%			
	후기청소년(대학생)	50.0%	44.4%	5.6%			
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	24.2%	50.8%	25.0%	100.0%	8.286*	0.016
	아니오	25.3%	64.8%	9.9%			
전체		24.7%	56.7%	18.6%	100.0%		

**p<.01

* 교차분석을 실시

Ⅲ. 미디어 공간과 콘텐츠에 대한 사실 확인

1 최대 이용 미디어 플랫폼

□ 소속에서 후기청소년(대학생)은 블로그를 이용한 비율이 비교적 높았으며, 학교밖청소년(대안학교 재학생)의 경우 유튜브를 이용한 비율이 상대적으로 높은 것으로 나타남

<표 92> 최대 이용 미디어 플랫폼

(Base=전체, N(명)=1,032, 백분율)

구분		최대 이용 미디어 플랫폼															
		블로그	밴드	페이스북	트위치	사운드클라우드	트위터	유튜브	아프리카TV	인스타그램	텀블러	스폰	틱톡	포털(다음, 네이버 등)	핀터레스트	OTT서비스	기타
출생년도	1,999년생 이하	5.9%	2.9%	5.9%	5.9%	0.0%	11.8%	26.5%	5.9%	17.6%	2.9%	0.0%	0.0%	14.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	2,000년생 이상	5.3%	0.8%	5.5%	1.9%	2.3%	6.6%	33.3%	1.7%	24.1%	1.9%	0.0%	4.3%	8.0%	3.0%	0.0%	1.2%
성별	여자	5.5%	0.8%	4.5%	1.1%	1.8%	8.9%	32.4%	0.7%	26.1%	2.1%	0.0%	3.5%	8.1%	3.1%	0.0%	1.1%
	남자	4.9%	0.9%	7.7%	4.0%	3.1%	2.1%	34.4%	4.3%	19.3%	1.5%	0.0%	5.5%	8.6%	2.5%	0.0%	1.2%
소속	중학생 이하	4.5%	1.7%	6.1%	1.7%	1.1%	3.9%	34.1%	4.5%	20.1%	2.2%	0.0%	8.4%	7.3%	3.4%	0.0%	1.1%
	고등학생	4.9%	0.7%	6.8%	2.1%	3.0%	8.5%	32.5%	1.2%	24.3%	1.4%	0.0%	3.5%	7.6%	2.1%	0.0%	1.6%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	1.0%	2.1%	1.0%	5.2%	2.1%	1.0%	33.3%	1.0%	27.1%	1.0%	0.0%	5.2%	10.4%	9.4%	0.0%	0.0%
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	7.1%	0.0%	2.4%	0.0%	1.2%	8.2%	40.0%	1.2%	23.5%	2.4%	0.0%	2.4%	8.2%	2.4%	0.0%	1.2%
	후기청소년(대학생)	12.5%	0.0%	4.2%	1.0%	1.0%	6.3%	28.1%	2.1%	26.0%	5.2%	0.0%	1.0%	11.5%	1.0%	0.0%	0.0%
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	4.5%	0.9%	5.3%	2.0%	2.8%	7.3%	32.8%	1.5%	25.5%	1.2%	0.0%	3.6%	8.3%	3.1%	0.0%	1.2%
	아니오	6.8%	0.8%	6.0%	2.1%	1.3%	6.0%	33.5%	2.3%	21.3%	3.1%	0.0%	5.2%	8.1%	2.6%	0.0%	1.0%
전체		5.3%	0.9%	5.5%	2.0%	2.2%	6.8%	33.0%	1.8%	23.9%	1.9%	0.0%	4.2%	8.2%	2.9%	0.0%	1.2%

2 플랫폼에서 주로 접하는 콘텐츠 주제

□ 소속에서 후기청소년(대학생)인 경우 생활 콘텐츠를 접하는 비율이 비교적 높은 것으로 나타남

<표 93> 플랫폼에서 주로 접하는 콘텐츠 주제

(Base=전체, N(명)=735, 백분율)

구분		플랫폼에서 주로 접하는 콘텐츠 주제											
		교육문화	정치	경제	사회	국제	과학기술	연예오락	스포츠	생활	지역/정보	사실칼럼	기타
출생년도	1,999년생 이하	22.7%	0.0%	0.0%	13.6%	4.5%	4.5%	27.3%	4.5%	13.6%	4.5%	4.5%	0.0%
	2,000년생 이상	19.2%	2.0%	2.7%	9.4%	2.0%	5.3%	34.9%	7.3%	13.6%	1.1%	0.8%	1.7%
성별	여자	22.2%	1.6%	2.4%	10.4%	1.8%	3.3%	35.8%	3.5%	15.7%	1.2%	1.0%	1.0%
	남자	13.5%	2.5%	2.9%	7.8%	2.5%	9.4%	32.4%	14.8%	9.4%	1.2%	0.8%	2.9%
소속	중학생 이하	13.0%	3.6%	3.6%	6.5%	1.4%	9.4%	34.8%	12.3%	11.6%	2.2%	0.7%	0.7%
	고등학생	19.2%	1.0%	2.2%	10.1%	2.0%	4.9%	36.2%	6.9%	13.8%	1.0%	1.0%	1.7%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	27.6%	1.7%	0.0%	8.6%	3.4%	3.4%	36.2%	3.4%	6.9%	1.7%	1.7%	5.2%
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	26.5%	1.5%	1.5%	11.8%	1.5%	2.9%	32.4%	5.9%	13.2%	0.0%	1.5%	1.5%
	후기청소년(대학생)	18.5%	4.6%	6.2%	10.8%	3.1%	3.1%	26.2%	3.1%	23.1%	1.5%	0.0%	0.0%
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	20.6%	2.1%	2.4%	10.3%	2.8%	5.4%	33.6%	5.6%	13.5%	1.3%	1.1%	1.5%
	아니오	17.2%	1.5%	3.0%	8.2%	0.7%	5.2%	36.6%	10.1%	13.8%	1.1%	0.7%	1.9%
전체		19.3%	1.9%	2.6%	9.5%	2.0%	5.3%	34.7%	7.2%	13.6%	1.2%	1.0%	1.6%

3 콘텐츠 접하게 된 경로 및 방법

□ 성별의 경우, 남자가 여자보다 콘텐츠를 직접 찾아 접하는 것으로 나타남

<표 94> 콘텐츠 접하게 된 경로 및 방법

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		콘텐츠 접하게 된 경로 및 방법						전체	χ ²	p
		직접 찾음	플랫폼의 메인화면	소셜 미디어 추천 콘텐츠	친구 및 SNS 지인의 게시물	친구 및 SNS 지인의 좋아요/ 공유	기타			
출생년도	1,999년생 이하	38.5%	15.4%	38.5%	7.7%	0%	0%	100.0%	3.498	0.624
	2,000년생 이상	34.6%	32.1%	20.8%	9.0%	3.1%	0.5%	100.0%		
성별	여자	32.2%	34.4%	22.3%	7.3%	2.9%	0.7%	100.0%	7.622	0.178
	남자	40.0%	25.4%	19.2%	12.3%	3.1%	0%	100.0%		
소속	중학생 이하	30.6%	30.6%	22.2%	15.3%	1.4%	0%	100.0%	15.828	0.727
	고등학생	33.6%	32.3%	21.5%	8.1%	3.6%	0.9%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	37.8%	27.0%	24.3%	2.7%	8.1%	0%	100.0%		
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	38.9%	33.3%	16.7%	11.1%	0%	0%	100.0%		
	후기청소년 (대학생)	42.9%	31.4%	20.0%	5.7%	0%	0%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	37.3%	31.3%	18.9%	8.8%	3.2%	0.4%	100.0%	3.385	0.641
	아니오	30.5%	31.8%	25.3%	9.1%	2.6%	0.6%	100.0%		
전체		34.7%	31.5%	21.3%	8.9%	3.0%	0.5%	100.0%		

***p<.001

※ 교차분석을 실시

4 새로운 정보 확인 시 사실에 근거한 내용 진단 정도

성별에서는 여자가 남자에 비해 내용 진단 정도에 그렇다고 응답한 비율이 높았음
 소속에서는 후기청소년(대학생)이 그렇다고 응답한 비율이 높았음

<표 95> 새로운 정보 확인 시 사실에 근거한 내용 진단 정도

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		새로운 정보 확인 시 사실에 근거한 내용 진단 정도					전체	χ ²	p
		전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다			
출생년도	1,999년생 이하		15.4%	38.5%	30.8%	15.4%	100.0%	1.985	0.739
	2,000년생 이상	1.5%	6.2%	41.5%	35.9%	14.9%	100.0%		
성별	여자	0.4%	5.1%	41.4%	38.1%	15.0%	100.0%	10.793*	0.029
	남자	3.8%	9.2%	41.5%	30.8%	14.6%	100.0%		
소속	중학생 이하	1.4%	8.3%	51.4%	25.0%	13.9%	100.0%	13.621	0.627
	고등학생	1.3%	6.3%	39.0%	37.7%	15.7%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	5.4%	2.7%	43.2%	32.4%	16.2%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)		8.3%	41.7%	36.1%	13.9%	100.0%		
	후기청소년(대학생)		5.7%	34.3%	48.6%	11.4%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로나이티 인지 여부	예	0.4%	6.8%	38.6%	36.9%	17.3%	100.0%	9.375	0.052
	아니오	3.2%	5.8%	46.1%	33.8%	11.0%	100.0%		
전체		1.5%	6.5%	41.4%	35.7%	14.9%	100.0%		

*p<.05, **p<.01

※ 교차분석을 실시

5 새로운 정보에 대한 사실 확인 여부

소속에서는 고등학생의 사실 확인 여부 비율이 가장 높았음
 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있는 경우의 비율이 높았음

<표 96> 새로운 정보에 대한 사실 확인 여부

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		새로운 정보에 대한 사실 확인 여부		전체	χ^2	p
		네	아니오			
출생년도	1,999년생 이하	76.9%	23.1%	100.0%	0.156	0.693
	2,000년생 이상	81.3%	18.7%	100.0%		
성별	여자	81.3%	18.7%	100.0%	0.017	0.895
	남자	80.8%	19.2%	100.0%		
소속	중학생 이하	62.5%	37.5%	100.0%	25.432***	0.000
	고등학생	87.9%	12.1%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	83.8%	16.2%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	83.3%	16.7%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	71.4%	28.6%	100.0%		
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	84.7%	15.3%	100.0%	5.511*	0.019
	아니오	75.3%	24.7%	100.0%		
전체		81.1%	18.9%	100.0%		

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

※ 교차분석을 실시

6 미디어 리터러시에 대한 인지정도

□ 소속에서는 후기청소년이 미디어 리터러시에 대해 알고 있다고 응답한 비율이 가장 높았음
 □ 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있는 경우가 알고 있다고 응답한 비율이 높았음

<표 97> 미디어 리터러시에 대한 인지정도

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		미디어 리터러시에 대한 인지정도					전체	χ ²	p
		전혀 모른다	모른다	보통이다	알고 있다	잘 알고 있다			
출생년도	1,999년생 이하	15.4%	23.1%	38.5%	15.4%	7.7%	100.0%	0.820	0.936
	2,000년생 이상	9.5%	21.3%	38.7%	23.3%	7.2%	100.0%		
성별	여자	8.8%	22.3%	38.5%	21.6%	8.8%	100.0%	4.880	0.300
	남자	11.5%	19.2%	39.2%	26.2%	3.8%	100.0%		
소속	중학생 이하	15.3%	13.9%	51.4%	16.7%	2.8%	100.0%	29.168*	0.023
	고등학생	6.3%	21.1%	39.5%	22.9%	10.3%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	16.2%	27.0%	21.6%	29.7%	5.4%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	16.7%	27.8%	30.6%	22.2%	2.8%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	5.7%	25.7%	34.3%	31.4%	2.9%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	5.6%	21.7%	35.7%	27.7%	9.2%	100.0%	22.424***	0.000
	아니오	16.2%	20.8%	43.5%	15.6%	3.9%	100.0%		
전체		9.7%	21.3%	38.7%	23.1%	7.2%	100.0%		

*p<.05, ***p<.001

※ 교차분석을 실시

7 미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용하는 교육의 필요성

- 성별에서는 여자가 남자에 비해 미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용하는 교육이 매우 필요하다고 응답한 비율이 높았음
- 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있는 경우가 매우 필요하다고 응답한 비율이 높았음

<표 98> 미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용하는 교육의 필요성
(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용하는 교육의 필요성					전체	χ ²	p
		매우 불필요하다	불필요하다	보통이다	필요하다	매우 필요하다			
출생년도	1,999년생 이하			30.8%	7.7%	61.5%	100.0%	8.225	0.084
	2,000년생 이상	0.8%	2.3%	23.1%	43.1%	30.8%	100.0%		
성별	여자	0.7%	1.1%	19.8%	44.0%	34.4%	100.0%	12.161*	0.016
	남자	0.8%	4.6%	30.8%	37.7%	26.2%	100.0%		
소속	중학생 이하	1.4%	2.8%	33.3%	41.7%	20.8%	100.0%	16.234	0.437
	고등학생	0.4%	1.3%	20.6%	44.4%	33.2%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	2.7%	5.4%	21.6%	32.4%	37.8%	100.0%		
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)		2.8%	19.4%	47.2%	30.6%	100.0%		
	후기청소년 (대학생)		2.9%	25.7%	31.4%	40.0%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	0.8%	2.4%	18.5%	43.0%	35.3%	100.0%	9.491*	0.050
	아니오	0.6%	1.9%	31.2%	40.3%	26.0%	100.0%		
전체		0.7%	2.2%	23.3%	41.9%	31.8%	100.0%		

*p<.05

※ 교차분석을 실시

8 코로나 사태 이후 미디어 사용량 증가 정도

성별에서는 여자가 남자에 비해 미디어 사용량이 늘었다고 응답한 비율이 높았음
 소속에서는 후기청소년(대학생)이 늘었다고 응답한 비율이 높았음

<표 99> 코로나 사태 이후 미디어 사용량 증가 정도
(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		코로나 사태 이후 미디어 사용량 증가 정도				전체	χ ²	p
		줄었다	똑같다	늘었다	매우 늘었다			
출생년도	1,999년생 이하		23.1%	46.2%	30.8%	100.0%	0.456	0.929
	2,000년생 이상	2.3%	19.5%	43.6%	34.6%	100.0%		
성별	여자	2.2%	15.0%	44.7%	38.1%	100.0%	12.466**	0.006
	남자	2.3%	29.2%	41.5%	26.9%	100.0%		
소속	중학생 이하		29.2%	43.1%	27.8%	100.0%	24.138*	0.019
	고등학생	2.7%	17.9%	40.4%	39.0%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생		16.2%	48.6%	35.1%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	5.6%	22.2%	33.3%	38.9%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	2.9%	11.4%	71.4%	14.3%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	1.6%	17.7%	43.4%	37.3%	100.0%	3.944	0.268
	아니오	3.2%	22.7%	44.2%	29.9%	100.0%		
전체		2.2%	19.6%	43.7%	34.5%	100.0%		

*p<.05, **p<.01
※ 교차분석을 실시

9 미디어 사용량 증가 후 부정적 경험 정도

□ 소속에서는 미디어/문화/예술관련 고등학생이 부정적 경험이 많다고 응답한 비율이 가장 높았음

<표 100> 미디어 사용량 증가 후 부정적 경험 정도
(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		미디어 사용량 증가 후 부정적 경험 정도						전체	χ ²	p
		매우 적다	적다	보통이다	많다	매우 많다	전혀 없다			
출생년도	1,999년생 이하	0%	0%	50.0%	30.0%	10.0%	10.0%	100.0%	3.224	0.666
	2,000년생 이상	5.2%	10.8%	44.3%	27.9%	8.9%	3.0%	100.0%		
성별	여자	4.9%	7.5%	44.2%	30.5%	9.7%	3.1%	100.0%	9.327	0.097
	남자	5.6%	18.0%	44.9%	21.3%	6.7%	3.4%	100.0%		
소속	중학생 이하	7.8%	9.8%	45.1%	25.5%	5.9%	5.9%	100.0%	33.551*	0.029
	고등학생	5.6%	10.7%	41.2%	31.6%	8.5%	2.3%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	6.5%	9.7%	35.5%	32.3%	9.7%	6.5%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	0%	15.4%	38.5%	19.2%	26.9%	0%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	0%	6.7%	76.7%	13.3%	0%	3.3%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	5.0%	10.9%	44.8%	29.9%	7.0%	2.5%	100.0%	4.009	0.548
	아니오	5.3%	9.6%	43.9%	24.6%	12.3%	4.4%	100.0%		
전체		5.1%	10.5%	44.4%	27.9%	8.9%	3.2%	100.0%		

*p<.05
※ 교차분석을 실시

10 본인이 겪은 부정적 경험의 종류

□ 소속에서 미디어/문화/예술 관련 고등학생의 경우 개인정보 유출과 유해광고 노출을 경험한 비율이 타소속에 비해 매우 높은 것으로 나타남

<표 101> 본인이 겪은 부정적 경험의 종류

(Base=전체, N(명)=305, 백분율)

구분		본인이 겪은 부정적 경험의 종류						
		개인정보 유출	사이버폭력	SNS범죄	성인매체 접근	유해광고 노출	가짜뉴스/선동	기타
출생년도	1,999년생 이하	22.2%	0.0%	0.0%	11.1%	11.1%	33.3%	22.2%
	2,000년생 이상	15.2%	11.8%	4.7%	5.4%	27.0%	26.4%	9.5%
성별	여자	14.2%	13.7%	4.1%	5.5%	26.9%	25.6%	10.0%
	남자	18.6%	5.8%	5.8%	5.8%	25.6%	29.1%	9.3%
소속	중학생 이하	16.3%	10.2%	10.2%	0.0%	22.4%	24.5%	16.3%
	고등학생	14.5%	13.3%	5.2%	7.5%	26.6%	27.7%	5.2%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	21.4%	7.1%	0.0%	3.6%	42.9%	14.3%	10.7%
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	7.7%	11.5%	0.0%	7.7%	23.1%	23.1%	26.9%
	후기청소년(대학생)	20.7%	6.9%	0.0%	3.4%	20.7%	37.9%	10.3%
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	16.9%	11.8%	4.1%	4.6%	26.2%	26.7%	9.7%
	아니오	12.7%	10.9%	5.5%	7.3%	27.3%	26.4%	10.0%
전체		15.4%	11.5%	4.6%	5.6%	26.6%	26.6%	9.8%

11 미디어 사용량 증가 후 나 자신의 문제 또는 주변과의 갈등

□ 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있지 않은 경우가 문제 또는 갈등이 적다고 응답한 비율이 높았음

<표 102> 미디어 사용량 증가 후 나 자신의 문제 또는 주변과의 갈등

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		미디어 사용량 증가 후 나 자신의 문제 또는 주변과의 갈등						전체	χ ²	p
		매우 적다	적다	보통이다	많다	매우 많다	전혀 없다			
출생년도	1,999년생 이하		50.0%	30.0%		10.0%	10.0%	100.0%	5.827	0.323
	2,000년생 이상	12.2%	25.0%	37.2%	10.9%	3.6%	11.2%	100.0%		
성별	여자	9.3%	24.4%	37.3%	11.6%	5.3%	12.0%	100.0%	10.731	0.057
	남자	18.0%	29.2%	36.0%	7.9%		9.0%	100.0%		
소속	중학생 이하	5.9%	29.4%	33.3%	11.8%	3.9%	15.7%	100.0%	21.884	0.347
	고등학생	15.3%	24.9%	37.3%	10.2%	3.4%	9.0%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	13.3%	16.7%	36.7%	10.0%		23.3%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)		30.8%	38.5%	15.4%	11.5%	3.8%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	10.0%	30.0%	40.0%	6.7%	3.3%	10.0%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	14.5%	21.0%	41.5%	10.0%	2.5%	10.5%	100.0%	14.320*	0.014
	아니오	7.0%	34.2%	28.9%	11.4%	6.1%	12.3%	100.0%		
전체		11.8%	25.8%	36.9%	10.5%	3.8%	11.1%	100.0%		

*p<.05

※ 교차분석을 실시

12 내가 겪은 문제와 갈등의 종류

□ 소속에서는 중학생 이하의 시력, 체력 등 건강 저하로 인한 문제 갈등의 비율이 가장 높았음

<표 103> 내가 겪은 문제와 갈등의 종류

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		내가 겪은 문제와 갈등의 종류						전체	χ ²	P
		부모님 등 가족과의 다툼	친구와의 소통부재	학교 및 학업에 지장	시력, 체력 등 건강 저하	익욕저하로 인한 무기력증	기타			
출생년도	1,999년생 이하		11.1%		55.6%	33.3%		100.0%	32.365	0.799
	2,000년생 이상	12.6%	12.2%	22.2%	30.4%	20.4%	2.2%	100.0%		
성별	여자	12.1%	9.1%	20.7%	32.8%	22.7%	2.5%	100.0%	7.838	0.165
	남자	12.3%	19.8%	23.5%	27.2%	16.0%	1.2%	100.0%		
소속	중학생 이하	16.3%	18.6%	11.6%	41.9%	9.3%	2.3%	100.0%	48.000**	0.000
	고등학생	11.8%	9.9%	29.2%	28.0%	20.5%	0.6%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	13.0%	8.7%	8.7%	21.7%	47.8%		100.0%		
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	12.0%	4.0%	16.0%	36.0%	20.0%	12.0%	100.0%		
	후기청소년 (대학생)	7.4%	25.9%	7.4%	37.0%	18.5%	3.7%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	12.3%	10.6%	21.8%	30.2%	23.5%	1.7%	100.0%	3.443	0.632
	아니오	12.0%	15.0%	21.0%	33.0%	16.0%	3.0%	100.0%		
전체		12.2%	12.2%	21.5%	31.2%	20.8%	2.2%	100.0%		

**p<.01

※ 교차분석을 실시

IV. 온라인/비대면 교육 및 프로그램

1 참여한 온라인/비대면 교육 및 프로그램

□ 소속에서 중학생 이하인 경우 학교정규수업을 참여한 비율이 43.5%로 가장 높았고, 후기청소년(대학생)의 경우 관심영역강의를 참여한 비율이 가장 높은 것으로 나타남

<표 104> 참여한 온라인/비대면 교육 및 프로그램
(Base=전체, N(명)=758, 백분율)

구분		참여한 온라인/비대면 교육 및 프로그램					
		학교정규 수업	동아리활동	관심영역 강의	진로/직업 체험	온라인 상담	기타
출생년도	1,999년생 이하	25.0%	30.0%	20.0%	15.0%	10.0%	0.0%
	2,000년생 이상	35.1%	25.7%	16.4%	15.2%	6.8%	0.8%
성별	여자	34.0%	25.5%	17.4%	15.7%	6.4%	0.9%
	남자	36.7%	26.6%	14.4%	14.0%	7.9%	0.4%
소속	중학생 이하	43.5%	19.1%	13.9%	13.9%	8.7%	0.9%
	고등학생	33.6%	28.1%	14.8%	16.3%	6.5%	0.7%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	38.6%	30.0%	15.7%	14.3%	1.4%	0.0%
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	25.4%	20.3%	25.4%	13.6%	11.9%	3.4%
	후기청소년(대학생)	32.7%	21.8%	27.3%	10.9%	7.3%	0.0%
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	33.5%	27.2%	17.7%	14.9%	6.2%	0.6%
	아니오	37.4%	23.2%	14.2%	15.7%	8.3%	1.2%
전체		34.8%	25.9%	16.5%	15.2%	6.9%	0.8%

2 참여 시 이용기기 및 장비

□ 출생년도에서는 1,999년생 이하가 2,000년생 이상에 비해 데스크탑 PC 이용 비율이 높았음
 □ 성별에서는 남자가 여자에 비해 데스크탑 PC 이용 비율이 높았음

<표 105> 참여 시 이용기기 및 장비

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	참여 시 이용기기 및 장비					전체	χ^2	p
	데스크탑 PC	노트북	스마트폰	태블릿 PC	기타			
출생년도	1,999년생 이하	30.8%	38.5%	23.1%	0%	7.7%	10.390*	0.034
	2,000년생 이상	25.7%	39.6%	22.1%	12.1%	0.5%		
성별	여자	18.8%	44.5%	22.1%	14.3%	0.4%	28.317***	0.000
	남자	40.8%	29.2%	22.3%	6.2%	1.5%		
소속	중학생 이하	16.7%	41.7%	26.4%	15.3%	0%	22.713	0.122
	고등학생	27.4%	37.2%	23.8%	10.8%	0.9%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	47.2%	33.3%	13.9%	5.6%	0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	16.7%	47.2%	13.9%	19.4%	2.8%		
	후기청소년(대학생)	22.9%	48.6%	20.0%	8.6%	0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	26.6%	42.7%	19.4%	10.9%	0.4%	5.449	0.244
	아니오	24.7%	34.4%	26.6%	13.0%	1.3%		
전체		25.9%	39.6%	22.1%	11.7%	0.7%	100.0%	

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

※ 교차분석을 실시

3 온라인/비대면 청소년 프로그램에 대한 참여 의향

□ 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있는 경우의 비율이 높았음

<표 106> 온라인/비대면 청소년 프로그램에 대한 참여 의향
(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	온라인/비대면 청소년 프로그램에 대한 참여 의향		전체	χ ²	p	
	예	아니오				
출생년도	1,999년생 이하	69.2%	30.8%	100.0%	0.018	0.893
	2,000년생 이상	71.0%	29.0%	100.0%		
성별	여자	71.7%	28.3%	100.0%	0.258	0.611
	남자	69.2%	30.8%	100.0%		
소속	중학생 이하	63.9%	36.1%	100.0%	8.014	0.091
	고등학생	73.5%	26.5%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	83.3%	16.7%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	58.3%	41.7%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	68.6%	31.4%	100.0%		
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	80.2%	19.8%	100.0%	27.407***	0.000
	아니오	55.8%	44.2%	100.0%		
전체		70.9%	29.1%	100.0%		

*p<.05, ***p<.001

※ 교차분석을 실시

4 온라인/비대면 프로그램에 적절한 교육주기 및 시간

4-1. 학기별 교육주기 (온라인/비대면)

□ 소속에서는 미디어/문화/예술관련 고등학생과 후기청소년(대학생)이 온라인/비대면 프로그램에 적절한 교육주기는 주말이라고 응답한 비율이 가장 높았음

<표 107> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 학기별 교육주기
(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		온라인/비대면 프로그램에 적절한 학기별 교육주기		전체	χ ²	P
		평일	주말			
출생년도	1,999년생 이하	33.3%	66.7%	100.0%	1.336	0.248
	2,000년생 이상	19.7%	80.3%	100.0%		
성별	여자	17.9%	82.1%	100.0%	2.475	0.116
	남자	24.8%	75.2%	100.0%		
소속	중학생 이하	16.9%	83.1%	100.0%	23.809***	0.000
	고등학생	18.9%	81.1%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	11.1%	88.9%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	50.0%	50.0%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	11.1%	88.9%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로나 인지 여부	예	18.9%	81.1%	100.0%	0.609	0.435
	아니오	22.2%	77.8%	100.0%		
전체		20.2%	79.8%	100.0%		

***p<.001

※ 교차분석을 실시

4-2. 방학별 교육주기 (온라인/비대면)

□ 소속에서는 학교밖청소년(대안학교 재학생)이 온라인/비대면 프로그램에 적절한 방학별 교육주기는 평일이라고 응답한 비율이 가장 높았음

<표 108> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 방학별 교육주기
(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	온라인/비대면 프로그램에 적절한 방학별 교육주기		전체	χ^2	P	
	평일	주말				
출생년도	1,999년생 이하	66.7%	33.3%	100.0%	0.064	0.800
	2,000년생 이상	63.1%	36.9%	100.0%		
성별	여자	63.5%	36.5%	100.0%	0.025	0.875
	남자	62.6%	37.4%	100.0%		
소속	중학생 이하	45.5%	54.5%	100.0%	16.812**	0.002
	고등학생	67.0%	33.0%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	52.8%	47.2%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	81.3%	18.8%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	68.8%	31.3%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로나 인지 여부	예	60.9%	39.1%	100.0%	1.389	0.239
	아니오	66.9%	33.1%	100.0%		
전체		63.2%	36.8%	100.0%		

**p<.01

※ 교차분석을 실시

4-3. 시간별 교육주기 (온라인/비대면)

- 성별에서는 여자가 남자에 비해 온라인/비대면 프로그램에 적절한 시간별 교육주기는 오후(18시 이전)라고 응답한 비율이 높았음

<표 109> 온라인/비대면 프로그램에 적절한 시간별 교육주기

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		온라인/비대면 프로그램에 적절한 시간별 교육주기			전체	χ^2	P
		오전 (12시 이전)	오후 (18시 이전)	저녁 (18시 이후)			
출생년도	1,999년생 이하	15.4%	69.2%	15.4%	100.0%	1.535	0.464
	2,000년생 이상	23.2%	51.8%	25.0%	100.0%		
성별	여자	19.6%	56.1%	24.4%	100.0%	6.422*	0.040
	남자	30.0%	44.6%	25.4%	100.0%		
소속	중학생 이하	15.3%	55.6%	29.2%	100.0%	14.305	0.074
	고등학생	24.7%	49.3%	26.0%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	16.7%	61.1%	22.2%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	19.4%	69.4%	11.1%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	38.2%	38.2%	23.5%	100.0%		
서울시립 청소년미디어센터 및 스스로나 인지 여부	예	22.3%	49.4%	28.3%	100.0%	4.690	0.096
	아니오	24.0%	57.1%	18.8%	100.0%		
전체		22.9%	52.4%	24.7%	100.0%		

* $p < .05$

※ 교차분석을 실시

5 온라인/비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점

□ 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있는 경우가 인지를 못하는 경우에 비해 이동시간 단축이 좋은 점이라 응답한 비율이 높았음

<표 110> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		온라인/비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점							전체	χ ²	p
		공간적 제한이 없음	새로운 활동에 대한 접근	이동 시간 단축	타인과 의 접촉 최소화	프로그 램의 학습 및 이해도 상승	기타	없음			
출생년도	1,999년생 이하	30.8%	7.7%	46.2%	15.4%				100.0%	1.407	0.965
	2,000년생 이상	34.7%	9.3%	37.0%	11.9%	4.4%	0.3%	2.3%	100.0%		
성별	여자	31.2%	9.7%	42.0%	11.9%	3.3%	0.4%	1.5%	100.0%	11.921	0.064
	남자	41.5%	8.5%	27.7%	12.3%	6.2%		3.8%	100.0%		
소속	중학생 이하	26.4%	12.5%	36.1%	11.1%	9.7%	1.4%	2.8%	100.0%	29.179	0.213
	고등학생	37.6%	9.0%	37.6%	11.3%	1.8%		2.7%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	36.1%	2.8%	44.4%	5.6%	8.3%		2.8%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	25.0%	8.3%	44.4%	19.4%	2.8%			100.0%		
	후기청소년(대학생)	41.2%	11.8%	23.5%	17.6%	5.9%			100.0%		
서울시립 청소년 미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	34.0%	8.9%	41.3%	8.5%	3.6%		3.6%	100.0%	17.320**	0.008
	아니오	35.5%	9.9%	30.9%	17.8%	5.3%	0.7%		100.0%		
전체		34.6%	9.3%	37.3%	12.0%	4.3%	0.3%	2.3%	100.0%		

**p<.01

※ 교차분석을 실시

6 온라인/비대면 프로그램 참여 시 불편했던 점

□ 전체적으로 1) 피로감/집중력 저하, 2) 의사소통 힘들 순으로 집계되었으며, 성별에서 남자에 비해 여자가 피로감이나 집중력이 떨어지는 것을 많이 느낀다는 결과를 보였음

<표 111> 온라인/비대면 프로그램 참여 시 불편했던 점
(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		온라인/비대면 프로그램 참여 시 불편했던 점										전체	χ ²	P
		피로감 / 집중력 떨어짐	의사소통 힘들	온라인 소프트웨어 사용 어려움	프로그램 다양성 부족	기관의 온라인 / 비대면 진행 미숙함	시력 저하, 등 자세 건강 문제	컴퓨터 및 프로그램을 위한 장비 부족	기타	없음				
출생년도	1,999년생 이하	23.1%	15.4%		15.4%	30.8%	7.7%	7.7%			100.0%	6.607	0.580	
	2,000년생 이상	40.7%	18.4%	5.2%	9.1%	12.2%	7.8%	3.6%	1.0%	2.1%	100.0%			
성별	여자	43.5%	17.1%	4.8%	10.4%	10.4%	7.4%	3.0%	0.7%	2.6%	100.0%	11.351	0.183	
	남자	33.1%	20.8%	5.4%	6.9%	17.7%	8.5%	5.4%	1.5%	0.8%	100.0%			
소속	중학생 이하	34.7%	20.8%	6.9%	5.6%	13.9%	12.5%	5.6%			100.0%	28.838	0.627	
	고등학생	42.5%	17.2%	4.5%	10.0%	12.7%	6.3%	2.7%	1.8%	2.3%	100.0%			
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	41.7%	25.0%	5.6%	5.6%	8.3%	8.3%	5.6%			100.0%			
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	38.9%	16.7%	2.8%	11.1%	13.9%	8.3%			8.3%	100.0%			
	후기청소년 (대학생)	35.3%	14.7%	5.9%	14.7%	14.7%	5.9%	8.8%			100.0%			
서울시립 청소년 미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	39.3%	19.4%	4.9%	9.7%	12.6%	7.7%	2.8%	1.2%	2.4%	100.0%	3.120	0.927	
	아니오	41.4%	16.4%	5.3%	8.6%	13.2%	7.9%	5.3%	0.7%	1.3%	100.0%			
전체		40.1%	18.3%	5.0%	9.3%	12.8%	7.8%	3.8%	1.0%	2.0%	100.0%			

※ 교차분석을 실시

V. 4차 산업혁명과 청소년

1 4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준

□ 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷을 인지하고 있는 경우가 인식/정보 수준이 많다고 응답한 비율이 높았음

<표 112> 4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준					전체	χ^2	p
		매우 적음	적음	보통	많음	매우 많음			
출생년도	1,999년생 이하	7.7%	23.1%	46.2%	15.4%	7.7%	100.0%	2.112	0.715
	2,000년생 이상	2.4%	15.7%	54.2%	19.6%	8.1%	100.0%		
성별	여자	2.6%	18.9%	53.6%	18.1%	6.8%	100.0%	6.846	0.144
	남자	2.3%	10.0%	54.6%	22.3%	10.8%	100.0%		
소속	중학생 이하	2.8%	19.4%	48.6%	18.1%	11.1%	100.0%	18.382	0.302
	고등학생	2.3%	13.6%	55.9%	19.5%	8.6%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	2.9%	2.9%	60.0%	28.6%	5.7%	100.0%		
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	5.9%	26.5%	52.9%	11.8%	2.9%	100.0%		
	후기청소년 (대학생)		26.5%	47.1%	20.6%	5.9%	100.0%		
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	0.8%	13.9%	52.0%	23.8%	9.4%	100.0%	16.802**	0.002
	아니오	5.3%	19.2%	57.0%	12.6%	6.0%	100.0%		
전체		2.5%	15.9%	53.9%	19.5%	8.1%	100.0%		

**p<.01

※ 교차분석을 실시

2 4차 산업혁명과 관련한 정보 습득 경로

□ 소속에서 학교밖청소년(대안학교 재학생)이 타소속에 비해 인터넷을 통해 정보를 습득하는 비율이 가장 높았음

<표 113> 4차 산업혁명과 관련한 정보 습득 경로

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		4차 산업혁명과 관련한 정보 습득 경로								전체	χ ²	P
		학교	학원	청소년 기관	부모님 /가족	친구 /지인	도서	인터넷	기타			
출생년도	1,999년생 이하	30.8%			7.7%	15.4%		46.2%		100.0%	3.517	0.833
	2,000년생 이상	33.8%	1.8%	5.2%	5.8%	6.5%	6.8%	39.8%	0.3%	100.0%		
성별	여자	36.2%	2.3%	4.9%	4.2%	6.4%	5.7%	40.0%	0.4%	100.0%	8.305	0.307
	남자	28.5%	.8%	5.4%	9.2%	7.7%	8.5%	40.0%		100.0%		
소속	중학생 이하	29.2%	5.6%	9.7%	4.2%	6.9%	11.1%	33.3%		100.0%	53.074***	0.003
	고등학생	40.5%	0.9%	3.2%	8.2%	5.9%	5.5%	35.5%	0.5%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	34.3%		2.9%		14.3%	5.7%	42.9%		100.0%		
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	14.7%		11.8%	5.9%		2.9%	64.7%		100.0%		
	후기청소년 (대학생)	17.6%	2.9%	2.9%		11.8%	8.8%	55.9%		100.0%		
서울시립 청소년 미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	36.1%	1.6%	3.7%	7.0%	8.2%	5.3%	37.7%	0.4%	100.0%	9.684	0.207
	아니오	29.8%	2.0%	7.3%	4.0%	4.6%	8.6%	43.7%		100.0%		
전체		33.7%	1.8%	5.1%	5.8%	6.8%	6.6%	40.0%	0.3%	100.0%		

***p<.001

※ 교차분석을 실시

3 4차 산업혁명에 관심이 있는 분야

□ 출생연도가 1,999년생 이하인 경우 신재생에너지에 대한 관심 비율이 2,000년생 이하에 비해 매우 높은 것으로 나타남

<표 114> 4차 산업혁명에 관심이 있는 분야

(Base=전체, N(명)=656, 백분율)

구분		4차 산업혁명에 관심이 있는 분야									
		빅데이터	차세대 통신	인공지능	가상증강현실	드론	첨단소재	지능형 로봇	신재생 에너지	기타	모른다
출생연도	1,999년생 이하	18.2%	4.5%	22.7%	13.6%	13.6%	0.0%	4.5%	22.7%	0.0%	0.0%
	2,000년생 이상	19.9%	6.8%	22.2%	19.2%	9.3%	5.8%	6.2%	8.5%	0.2%	1.9%
성별	여자	19.3%	5.2%	21.3%	20.2%	9.8%	5.7%	6.3%	10.0%	0.2%	2.0%
	남자	20.9%	9.8%	24.2%	16.7%	8.8%	5.6%	5.6%	7.0%	0.0%	1.4%
소속	중학생 이하	19.4%	5.6%	23.1%	18.5%	5.6%	5.6%	6.5%	13.0%	0.0%	2.8%
	고등학생	18.8%	6.6%	22.3%	19.9%	10.1%	6.6%	5.8%	8.0%	0.3%	1.6%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	20.6%	12.7%	19.0%	20.6%	12.7%	3.2%	4.8%	6.3%	0.0%	0.0%
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	24.1%	1.9%	20.4%	18.5%	9.3%	1.9%	9.3%	11.1%	0.0%	3.7%
	후기청소년 (대학생)	22.2%	7.4%	25.9%	13.0%	9.3%	5.6%	5.6%	9.3%	0.0%	1.9%
서울시립 청소년 미디어센터 및 스스로나눔터 인지 여부	예	19.3%	8.7%	21.5%	17.4%	9.9%	7.5%	5.1%	9.2%	0.0%	1.4%
	아니오	20.7%	3.3%	23.6%	21.9%	8.7%	2.5%	7.9%	8.7%	0.4%	2.5%
전체		19.8%	6.7%	22.3%	19.1%	9.5%	5.6%	6.1%	9.0%	0.2%	1.8%

4 4차 산업혁명 중요 역량 중, 누군가의 도움이 필요한 역량

□ 전체적으로 콘텐츠제작스킬의 비율이 가장 높았으며, 소속에서 학교밖청소년만이 협업능력보다 문제해결능력의 비율이 크게 나타남

<표 115> 4차 산업혁명 중요 역량 중, 누군가의 도움이 필요한 역량
(Base=전체, N(명)=662, 백분율)

구분		4차 산업혁명 중요 역량 중, 누군가의 도움이 필요한 역량								
		콘텐츠제작스킬	협업능력	비판적 사고	자기관리-자기주도적역량	의사소통능력	문제해결능력	융합능력	창의성	기타
출생년도	1,999년생 이하	33.3%	4.8%	9.5%	9.5%	9.5%	14.3%	4.8%	14.3%	0.0%
	2,000년생 이상	28.1%	13.6%	10.5%	10.8%	8.1%	11.1%	10.3%	7.5%	0.2%
성별	여자	29.3%	11.8%	10.2%	10.0%	8.0%	10.9%	12.2%	7.3%	0.2%
	남자	25.9%	16.5%	10.8%	12.3%	8.5%	11.8%	5.7%	8.5%	0.0%
소속	중학생 이하	25.4%	14.9%	8.8%	10.5%	8.8%	14.0%	8.8%	8.8%	0.0%
	고등학생	28.2%	12.9%	11.6%	11.6%	7.8%	10.5%	10.2%	7.0%	0.3%
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	30.0%	15.0%	6.7%	6.7%	13.3%	8.3%	10.0%	10.0%	0.0%
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	30.5%	10.2%	8.5%	10.2%	8.5%	15.3%	10.2%	6.8%	0.0%
	후기청소년 (대학생)	29.8%	14.0%	12.3%	10.5%	3.5%	8.8%	12.3%	8.8%	0.0%
서울시립 청소년 미디어센터 및 스스로나잇 인지 여부	예	28.5%	13.7%	10.8%	10.8%	8.4%	9.6%	10.3%	7.9%	0.0%
	아니오	27.8%	12.7%	9.8%	10.6%	7.8%	13.9%	9.8%	7.3%	0.4%
전체		28.2%	13.3%	10.4%	10.7%	8.2%	11.2%	10.1%	7.7%	0.2%

5 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야 프로그램 참여 의향

□ 소속에서 미디어/문화/예술 관련 고등학생과 후기청소년의 참여 의향이 다른 소속보다 적게 나타남

<표 116> 4차 산업혁명과 관련한 관심분야 프로그램 참여 의향
(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		4차 산업혁명과 관련한 관심 분야 프로그램 참여 의향					전체	χ ²	p
		전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다			
출생년도	1,999년생 이하	15.4%	46.2%	15.4%	15.4%	7.7%	100.0%	2.468	0.650
	2,000년생 이상	13.6%	31.7%	35.9%	12.8%	6.0%	100.0%		
성별	여자	15.5%	33.6%	32.1%	13.2%	5.7%	100.0%	4.927	0.295
	남자	10.0%	29.2%	41.5%	12.3%	6.9%	100.0%		
소속	중학생 이하	9.7%	34.7%	36.1%	12.5%	6.9%	100.0%	21.111	0.174
	고등학생	13.6%	28.2%	37.7%	13.6%	6.8%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	17.1%	37.1%	31.4%	11.4%	2.9%	100.0%		
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	29.4%	29.4%	23.5%	8.8%	8.8%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	2.9%	50.0%	32.4%	14.7%		100.0%		
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	13.9%	30.7%	34.4%	14.3%	6.6%	100.0%	1.794	0.774
	아니오	13.2%	34.4%	36.4%	10.6%	5.3%	100.0%		
전체		13.7%	32.2%	35.2%	12.9%	6.1%	100.0%		

※ 교차분석을 실시

6 4차 산업혁명과 관련하여 참여하고 싶은 프로그램

□ 소속에서 중학생 이하가 타 소속에 비해 미디어와 다른 분야를 결합한 미디어융합프로그램에 참여하고 싶다는 비율이 가장 높았음

<표 117> 4차 산업혁명과 관련하여 참여하고 싶은 프로그램
(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	4차 산업혁명과 관련하여 참여하고 싶은 프로그램								전체	χ ²	p
	드론비행/증강현실/디지털아트 등 신기술을 활용한 미디어 제작 프로그램	빅데이터를 활용한 다양한 정보에 대한 수집과 분석 프로그램	인간 중심적 + 창의적 문제해결을 위한 생각 정리기법 디자인싱킹 프로그램	미디어와 다른 분야를 결합한 미디어 융합 프로그램	인공지능 AI와 코딩 등 직접 프로그래밍, 교구 체험 및 제작 프로그램	현실에서 가능한 다양한 작업을 해낼 수 있는 가상 공간에서의 메타버스 프로그램	기타				
출생년도	1,999년생 이하	7.7%	15.4%	15.4%	38.5%	7.7%	15.4%		100.0%	2.569	0.861
	2,000년생 이상	21.5%	12.6%	11.5%	29.1%	14.7%	10.2%	0.5%	100.0%		
성별	여자	22.6%	11.3%	12.8%	29.4%	12.5%	10.9%	0.4%	100.0%	5.819	0.444
	남자	17.7%	15.4%	9.2%	29.2%	18.5%	9.2%	0.8%	100.0%		
소속	중학생 이하	8.3%	13.9%	16.7%	25.0%	22.2%	13.9%		100.0%	56.242***	0.001
	고등학생	24.1%	9.5%	9.5%	34.1%	14.1%	8.2%	0.5%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	31.4%	8.6%	2.9%	31.4%	8.6%	14.3%	2.9%	100.0%		
	학교밖청소년 (대안학교 재학생)	26.5%	11.8%	14.7%	11.8%	17.6%	17.6%		100.0%		
	후기청소년 (대학생)	11.8%	35.3%	20.6%	23.5%	2.9%	5.9%		100.0%		
서울시립 청소년 미디어센터 및 스스로나눔 인지 여부	예	21.7%	11.5%	11.9%	32.0%	13.1%	9.4%	0.4%	100.0%	3.801	0.704
	아니오	19.9%	14.6%	11.3%	25.2%	16.6%	11.9%	0.7%	100.0%		
전체		21.0%	12.7%	11.6%	29.4%	14.4%	10.4%	0.5%	100.0%		

***p<.001

※ 교차분석을 실시

7 최신 기술 습득에 대한 걱정

□ 소속에서는 후기청소년(대학생)이 최신 기술 습득에 대한 걱정 비율이 가장 높았음

<표 118> 최신 기술 습득에 대한 걱정

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분		최신 기술 습득에 대한 걱정		전체	χ^2	p
		예	아니오			
출생년도	1,999년생 이하	61.5%	38.5%	100.0%	0.356	0.551
	2,000년생 이상	53.1%	46.9%	100.0%		
성별	여자	54.0%	46.0%	100.0%	0.096	0.757
	남자	52.3%	47.7%	100.0%		
소속	중학생 이하	36.1%	63.9%	100.0%	14.891**	0.005
	고등학생	56.8%	43.2%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	62.9%	37.1%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	44.1%	55.9%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	67.6%	32.4%	100.0%		
서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	56.1%	43.9%	100.0%	1.911	0.167
	아니오	49.0%	51.0%	100.0%		
전체		53.4%	46.6%	100.0%		

* $p < .05$

※ 교차분석을 실시

8 배우고 습득하는 것에 대한 걱정이 되는 사항

□ 소속에서는 미디어/문화/예술관련 고등학생이 비용/금전적인 측면의 걱정이 되는 비율이 가장 높았음

<표 119> 배우고 습득하는 것에 대한 걱정이 되는 사항

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	배우고 습득하는 것에 대한 걱정이 되는 사항						전체	χ ²	p	
	4차 산업혁명을 알지 못하기 때문에	배우고 습득하는 것에 대한 어려움	비용/금전적인 측면	정규교과 과정과 병행하기엔 시간적 여유가 없음	학습할 장소/기관에 대한 정보 부족	기타				
출생년도	1,999년생 이하	25.0%	50.0%		25.0%		100.0%	6.727	0.242	
	2,000년생 이상	25.7%	18.3%	20.3%	21.8%	11.4%	2.5%			100.0%
성별	여자	27.5%	18.3%	14.8%	22.5%	14.1%	2.8%	100.0%	10.247	0.069
	남자	22.1%	22.1%	29.4%	20.6%	4.4%	1.5%	100.0%		
소속	중학생 이하	32.0%	20.0%	12.0%	12.0%	20.0%	4.0%	100.0%	32.889*	0.035
	고등학생	21.6%	21.6%	18.4%	28.8%	8.8%	0.8%	100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	13.6%	4.5%	36.4%	18.2%	18.2%	9.1%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	46.7%	20.0%	20.0%		6.7%	6.7%	100.0%		
	후기청소년(대학생)	39.1%	21.7%	17.4%	13.0%	8.7%		100.0%		
서울시립 청소년 미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	23.5%	16.9%	19.9%	23.5%	14.0%	2.2%	100.0%	5.811	0.325
	아니오	29.7%	24.3%	18.9%	18.9%	5.4%	2.7%	100.0%		
전체		25.7%	19.5%	19.5%	21.9%	11.0%	2.4%	100.0%		

* 교차분석을 실시

9 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 긍정적 영향

□ 성별에서는 남자가 여자에 비해 4차 산업혁명으로 인한 긍정적 영향이 로봇활용으로 편리한 생활이라 응답한 비율이 높았음

<표 120> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 긍정적 영향

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 긍정적 영향															전체	χ ²	p
	로봇 활용으로 편리한 생활	수명연 장/질병 부턴의 해방	범죄 없는 사회	복지 사회	새로운 기술의 발견	여가 시간의 증대	노동의 자유	사교육 /입시 경쟁으로 부턴의 해방	어음로 운살	편리한 고통	다양한 교육의 기회	공유경 제 활성화	빈부격 차 해소	학교공 간 확대				
출생년도	1,999년생 이하	25.0%	25.0%		12.5%	12.5%				12.5%			12.5%			100.0%	5.875	0.951
	2,000년생 이상	32.7%	11.9%	3.5%	4.0%	17.3%	4.0%	2.0%	1.0%	10.9%	3.0%	4.5%	3.5%	1.5%	0.5%	100.0%		
성별	여자	30.3%	12.7%	1.4%	4.2%	20.4%	4.2%	1.4%	1.4%	7.0%	4.2%	4.2%	5.6%	2.1%	0.7%	100.0%	24.726*	0.025
	남자	36.8%	11.8%	7.4%	4.4%	10.3%	2.9%	2.9%		19.1%		4.4%				100.0%		
소속	중학생 이하	44.0%	12.0%	4.0%		20.0%		4.0%		4.0%	4.0%		8.0%			100.0%	39.022	0.908
	고등학생	29.6%	14.4%	3.2%	4.8%	15.2%	5.6%	.8%	1.6%	9.6%	2.4%	5.6%	4.0%	2.4%	0.8%	100.0%		
	미디어/문화/예술관련 고등학생	31.8%	4.5%		4.5%	22.7%	4.5%	4.5%		18.2%	4.5%	4.5%				100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	20.0%	6.7%	13.3%		33.3%				13.3%	6.7%	6.7%				100.0%		
	후기청소년(대학생)	43.5%	13.0%		8.7%	8.7%		4.3%		17.4%			4.3%			100.0%		
서울시립청소년 미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	28.7%	11.8%	3.7%	5.9%	16.2%	4.4%	2.2%	.7%	11.0%	3.7%	4.4%	5.1%	1.5%	0.7%	100.0%	8.423	0.815
	아니오	39.2%	13.5%	2.7%	1.4%	18.9%	2.7%	1.4%	1.4%	10.8%	1.4%	4.1%	1.4%	1.4%		100.0%		
전체		32.4%	12.4%	3.3%	4.3%	17.1%	3.8%	1.9%	1.0%	11.0%	2.9%	4.3%	3.8%	1.4%	0.5%	100.0%		

*p<.05

※ 교차분석을 실시

10 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 부정적 영향

□ 소속에서 미디어/문화/예술관련 고등학생이 타 소속에 비해 4차 산업혁명으로 인한 부정적 영향이 일자리 축소문제라고 응답한 비율이 가장 높았음

<표 121> 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 부정적 영향

(Base=전체, N(명)=538, 백분율)

구분	4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 부정적 영향															전체	χ ²	p
	일자리 축소문제	사회계층의 양극화	생태계 파괴	빈부격차 심화	신종범죄 증가	로봇과 인간의 갈등	인구감소 문제	기후변화	개인사생활 침해	사이버해킹 증가	초고령화 문제	감시받는 사회	사회적 불평등	인간관계 파괴				
출생년도	1.999년생 이하	12.5%	25.0%		12.5%			12.5%		12.5%			12.5%		12.5%	100.0%	17.097	0.195
	2.000년생 이상	25.7%	5.9%	5.4%	7.9%	11.9%	8.4%	3.0%	6.4%	9.4%	5.4%	0.5%	3.5%	5.0%	1.5%	100.0%		
성별	여자	26.1%	6.3%	6.3%	7.0%	14.1%	7.0%	3.5%	4.9%	9.9%	5.6%		2.8%	5.6%	0.7%	100.0%	13.705	0.395
	남자	23.5%	7.4%	2.9%	10.3%	5.9%	10.3%	2.9%	8.8%	8.8%	4.4%	1.5%	5.9%	2.9%	4.4%	100.0%		
소속	중학생 이하	24.0%	8.0%	12.0%	8.0%	12.0%	12.0%	4.0%	8.0%		4.0%		8.0%			100.0%	74.027*	0.024
	고등학생	27.2%	5.6%	4.8%	7.2%	12.8%	7.2%	2.4%	8.8%	12.8%	4.0%		3.2%	4.0%		100.0%		
	미디어/문화/예술 관련 고등학생	31.8%	4.5%	4.5%	9.1%	13.6%	4.5%			9.1%	9.1%			9.1%	4.5%	100.0%		
	학교밖청소년(대안학교 재학생)	20.0%	6.7%	6.7%	20.0%	6.7%	6.7%			6.7%	6.7%	6.7%		13.3%		100.0%		
서울시립청소년 미디어센터 및 스스로넷 인지 여부	예	25.0%	7.4%	3.7%	8.1%	13.2%	8.1%	1.5%	9.6%	9.6%	3.7%		3.7%	5.1%	1.5%	100.0%	18.427	0.142
	아니오	25.7%	5.4%	8.1%	8.1%	8.1%	8.1%	6.8%		9.5%	8.1%	1.4%	4.1%	4.1%	2.7%	100.0%		
전체		25.2%	6.7%	5.2%	8.1%	11.4%	8.1%	3.3%	6.2%	9.5%	5.2%	0.5%	3.8%	4.8%	1.9%	100.0%		

*p<.05

※ 교차분석을 실시



제 4장. 조사결과 요약

I. 결과 요약

결과 요약

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

가. 조사 대상

서울·수도권에 거주하는 중학생 이하 연령(12세~16세), 고등학생 연령(17세~19세) 및 후기 청소년 연령(20세~24세) 등을 대상으로 조사를 실시하였다. 총 538명이 조사에 참여했으며 특성별로 분류하면 다음과 같다.

총 538명이 조사에 참여했으며 특성별로 분류하면 다음과 같다.

- ※ 성별 : 여성 365명(67.8%), 남성 173명(32.2%)
- ※ 연령대별 : 10대 481명(89.4%), 20대 57명(10.6%)
- ※ 소속별 : 중학교 이하 99명(18.4%), 일반 고등학교 285명(53.0%), 미디어·문화·예술관련 고등학교 46명(8.6%), 학교밖청소년 51명(9.5%), 후기청소년 57명(10.6%)
- ※ 스스로넷 인지여부 : 예 322명(59.9%), 아니오 216명(40.1%)
- ※ 동아리 활동이나 프로그램 경험 : 학교 미디어 관련 동아리 298명(43.3%), 서울시립청소년미디어센터의 소속 동아리/그룹이거나 프로그램 참여경험 164명(23.8%), 이외의 온라인 커뮤니티 동호회 관련 미디어 활동(17.6%), 지역기반 청소년센터 복지관, 종교단체 등 75명(10.9%), 기타 31명(4.5%)

나. 조사 방법 및 내용

동일하게 구성된 질문지를 온라인(몽키서베이 설문지)으로 제작하고 배포하여 조사를 진행하였다.

또한 항목과 설문조사에 대해 유의미한 결과를 얻기 위해 어텐션 필터 설정, 파이널 테스트 등을 진행하였다.

조사내용을 주제별로 분류하면 다음과 같다.

- ① 내가 좋아하는 미디어 콘텐츠, 그리고 제작 경험
- ② 내가 하고 싶은 미디어 프로그램과 참여했던 기억
- ③ 미디어 공간과 콘텐츠에 대한 사실 확인
- ④ 온라인/비대면 교육 및 프로그램
- ⑤ 4차 산업혁명과 청소년

다. 분석 방법

자료 분석은 응답자의 특성과 응답빈도를 파악하기 위하여 SPSS 25.0을 활용하여 기초통계량 분석과 빈도 분석을 실시하였고, 출생년도, 성별, 소속, 서울시립청소년미디어센터 및 스스로넷 인지 여부에 따른 각 주제별 인식 차이를 분석하기 위하여 SPSS 25.0을 활용하여 교차분석을 수행하였다.

2-5) 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 이유(최대 2개 복수선택)

- ① 나의 의견과 생각을 표현하고, 타인의 공감과 응원을 받고 싶다.(30.5%)
- ② 나의 진학 및 진로를 위한 포트폴리오를 남기고 싶다.(22.8%)
- ③ 내 존재 자체를 알리고 홍보하고 싶다.(20.7%)
- ④ 새로운 사람들과의 관계를 형성하고 싶다.(12.6%)
- ⑤ 다른 사람들도 하니까 크게 의미는 없다.(7.8%)
- ⑥ 기타(5.7%)

2-6) 제작물 게시한 플랫폼 및 사이트(복수선택)

- ① 유튜브(32.1%) ② 인스타그램(23.4%) ③ 블로그(14.8%)
- ④ 페이스북(9.6%) ⑤ 트위터(6.6%) ⑥ 포털(다음, 네이버 등)(4.0%)
- ⑦ 밴드(3.0%) ⑧ 틱톡(2.8%) ⑨ 기타(1.9%)
- ⑩ 사운드클라우드(0.9%)
- ⑪ 핀더레스트(0.5%) ⑫ 텀블러(0.5%)

3) 콘텐츠 제작 시 어려웠던 점, 제작 경험 없는 이유(최대 2개 복수선택)

- ① 미디어콘텐츠 제작스킬 부족 및 어려움(44.0%)
- ② 제작비 및 예산 등 금전적인 이유(16.2%)
- ③ 함께할 사람이 없음(10.3%)
- ④ 내가 표현하고자 하는 주제와 내용 전달의 어려움(6.5%)
- ⑤ 장비 및 소프트웨어, 촬영 공간의 부재(5.6%)
- ⑥ 저작권, 초상권 등 법에 대해 몰라 잘못을 저지를까봐(5.4%)
- ⑦ 기타(3.4%)
- ⑧ 향후 제작한 콘텐츠에 대해 악성댓글 및 비판, 반대 의견에 대한 걱정(3.2%)
- ⑨ 팀원 및 동료와의 갈등(1.9%)
- ⑩ 제작 콘텐츠가 내가 원하지 않는 공간/기간까지 업로드가 될까봐(1.7%)
- ⑪ 부모님 및 가족, 친구 등 주변인의 반대(1.7%)

3-1) 관심 분야(복수선택)

- | | |
|--------------|----------------|
| ① 영상(33.9%) | ② 음악(14.6%) |
| ③ 디자인(13.5%) | ④ 사진(12.9%) |
| ⑤ 글(10.4%) | ⑥ 융복합미디어(8.6%) |
| ⑦ 순수미술(4.7%) | ⑧ 기타(1.5%) |

4) 미디어체험프로그램 참여를 통한 기대 역량(복수선택)

- | | |
|------------------|-----------------------|
| ① 콘텐츠제작스킬(27.6%) | ② 창의성(16.4%) |
| ③ 협업능력(12.9%) | ④ 자기관리-자기주도적역량(11.1%) |
| ⑤ 의사소통능력(10.0%) | ⑥ 문제해결능력(9.4%) |
| ⑦ 융합능력(6.8%) | ⑧ 비판적사고(5.6%) |
| ⑨ 기타(0.1%) | |

5) 미디어분야 진로/직업체험에서 만나고 싶은 직업 분야

- | | | |
|------------------|----------------|------------------------|
| ① PD(14.5%) | ② 감독(12.1%) | ③ 1인방송 제작가(유튜버)(11.7%) |
| ④ 영상기술 편집자(8.2%) | ⑤ 디자이너(7.7%) | ⑥ 웹툰작가(4.9%) |
| ⑦ 카메라감독(4.9%) | ⑧ 작가(4.7%) | ⑨ 사진작가(4.7%) |
| ⑩ 배우(4.4%) | ⑪ 작곡/작사가(4.0%) | ⑫ 엔지니어(3.0%) |
| ⑬ 개발자(2.8%) | ⑭ 음향감독(2.8%) | ⑮ 기타(2.8%) |
| ⑯ 아나운서(2.3%) | ⑰ 가수(1.9%) | ⑱ 조명감독(1.4%) |
| ⑲ 기자(1.2%) | | |

6) 미디어분야 직업 선택 의향

- | | |
|------------|--------------|
| ① 예(77.3%) | ② 아니오(22.7%) |
|------------|--------------|

7) 가장 필요한 미디어교육

- ① 미디어 기기 활용 및 콘텐츠 제작 방법(40.2%)
- ② 미디어 정보를 유익하게 활용하는 방법(16.8%)
- ③ 미디어를 활용해 자신을 표현하고 소통하는 방법(13.8%)
- ④ 자율적으로 미디어 이용을 조절하는 능력(13.3%)
- ⑤ 미디어 안의 정보를 분별하는 방법(5.8%)
- ⑥ 미디어 이용 시 나와 타인의 권리를 지켜내는 방법(4.9%)
- ⑦ 미디어의 긍정적/부정적 효과에 대한 이해(4.7%)
- ⑧ 기타(0.5%)

8) 올바른 미디어 이해 및 활용 능력 향상을 위해 필요한 것

- ① 체험 및 실습 위주의 교육(50.5%)
- ② 관련 정보 제공을 통한 자발적, 주체적 단체 활동(20.6%)
- ③ 전문가와의 만남(12.1%)
- ④ 관련 정보에 대한 개인적 탐색 활동(6.5%)
- ⑤ 이론 교육(6.3%)
- ⑥ 다양한 사례공유(4.0%)

8-1) 미디어 이론교육의 적절한 교육과정

- ① 장기-전문과정(5~20회)(48.1%)
- ② 단기-일반과정(1~4회)(37.0%)
- ③ 캠프 및 숙박형태(11.1%)
- ④ 일회성 특강(1회)(3.7%)

8-1-1) 학기

- ① 주말(77.8%)
- ② 평일(22.2%)

8-1-2) 방학

- ① 평일(77.8%)
- ② 주말(22.2%)

8-1-3) 시간

- ① 오후(18시 이전)(37.0%)
- ② 저녁(18시 이후)(33.3%)
- ③ 오전(12시 이전)(29.6%)

8-2) 미디어 체험/실습에 있어 적절한 교육과정

- | | |
|-------------------------|------------------------|
| ① 장기-전문과정(5~20회)(60.5%) | ② 단기-일반과정(1~4회)(20.9%) |
| ③ 캠프 및 숙박형태(14.0%) | ④ 일회성 특강(1회)(4.7%) |

8-2-1) 학기

- | | |
|-------------|-------------|
| ① 주말(84.0%) | ② 평일(16.0%) |
|-------------|-------------|

8-2-2) 방학

- | | |
|-------------|-------------|
| ① 평일(72.5%) | ② 주말(27.5%) |
|-------------|-------------|

8-2-3) 시간

- | | | |
|---------------------|---------------------|---------------------|
| ① 오후(18시 이전)(56.7%) | ② 오전(12시 이전)(24.7%) | ③ 저녁(18시 이후)(18.6%) |
|---------------------|---------------------|---------------------|

다. 미디어 플랫폼과 미디어 리터러시**1) 최대 이용 플랫폼(최대 3개 복수선택)**

- | | |
|-----------------------|----------------|
| ① 유튜브(33.0%) | ② 인스타그램(23.9%) |
| ③ 포털(다음, 네이버 등)(8.2%) | ④ 트위터(6.8%) |
| ⑤ 페이스북(5.5%) | ⑥ 블로그(5.3%) |
| ⑦ 틱톡(4.2%) | ⑧ 핀더레스트(2.9%) |
| ⑨ 사운드클라우드(2.2%) | ⑩ 트위치(2.0%) |
| ⑪ 텀블러(1.9%) | ⑫ 아프리카TV(1.8%) |
| ⑬ 기타(1.2%) | ⑭ 밴드(0.9%) |
| ⑮ 스폰(0.0%) | ⑯ OTT서비스(0.0%) |

2) 플랫폼에서 주로 접하는 콘텐츠 주제(최대 3개 복수선택)

- | | | |
|---------------|----------------|--------------|
| ① 연예오락(34.7%) | ② 교육·문화(19.3%) | ③ 생활(13.6%) |
| ④ 사회(9.5%) | ⑤ 스포츠(7.2%) | ⑥ 과학기술(5.3%) |
| ⑦ 경제(2.6%) | ⑧ 국제(2.0%) | ⑨ 정치(1.9%) |
| ⑩ 기타(1.6%) | ⑪ 지역·정보(1.2%) | ⑫ 사설칼럼(1.0%) |

3) 콘텐츠 접하게 된 경로 및 방법

- | | |
|-----------------------------|--------------------------|
| ① 직접 찾음(34.7%) | ② 플랫폼의 메인화면(31.5%) |
| ③ 소셜 미디어 추천 콘텐츠(21.3%) | ④ 친구 및 SNS 지인의 게시물(8.9%) |
| ⑤ 친구 및 SNS 지인의 좋아요/공유(3.0%) | ⑥ 기타(0.5%) |

4) 새로운 정보 확인 시 사실에 근거한 내용 진단 정도

- | | |
|-------------------|----------------|
| ① 보통이다(41.4%) | ② 그렇다(35.7%) |
| ③ 매우 그렇다(14.9%) | ④ 그렇지 않다(6.5%) |
| ⑤ 전혀 그렇지 않다(1.5%) | |

5) 새로운 정보에 대한 사실 확인 여부

- | | |
|------------|--------------|
| ① 네(81.1%) | ② 아니오(18.9%) |
|------------|--------------|

6) 미디어 리터러시 인지 정도

- | | |
|-----------------|----------------|
| ① 보통이다(38.7%) | ② 알고 있다(23.1%) |
| ③ 모른다(21.3%) | ④ 전혀 모른다(9.7%) |
| ⑤ 잘 알고 있다(7.2%) | |

7) 미디어의 다양한 정보에 대한 올바른 이해와 활용 교육의 필요성

- | | |
|------------------|------------------|
| ① 필요하다(41.9%) | ② 매우 필요하다(31.8%) |
| ③ 보통이다(23.3%) | ④ 불필요하다(2.2%) |
| ⑤ 매우 불필요하다(0.7%) | |

8) 코로나사태 이후 미디어(영상/SNS 등) 사용량 증가 여부

- | | |
|--------------|-----------------|
| ① 늘었다(43.7%) | ② 매우 늘었다(34.5%) |
| ③ 똑같다(19.6%) | ④ 줄었다(2.2%) |

8-1) 미디어 사용량 증가 후 부정적 경험

- | | |
|---------------|---------------|
| ① 보통이다(44.4%) | ② 많다(27.9%) |
| ③ 적다(10.5%) | ④ 매우 많다(8.9%) |
| ⑤ 매우 적다(5.1%) | ⑥ 전혀 없다(3.2%) |

8-1-1) 부정적 경험

- | | |
|-----------------|------------------|
| ① 유해광고노출(26.6%) | ② 가짜뉴스/선동(26.6%) |
| ③ 개인정보유출(15.4%) | ④ 사이버폭력(11.5%) |
| ⑤ 기타(9.8%) | ⑥ 성인매체접근(5.6%) |
| ⑦ SNS범죄(4.6%) | |

8-2) 미디어 사용량 증가 후 자신의 문제 혹은 주변인과의 갈등 정도

- | | |
|----------------|----------------|
| ① 보통이다(36.9%) | ② 적다(25.8%) |
| ③ 매우 적다(11.8%) | ④ 전혀 없다(11.1%) |
| ⑤ 많다(10.5%) | ⑥ 매우 많다(3.8%) |

8-2-1) 직접 경험한 나와 내 주변의 문제/갈등

- | | |
|------------------------|---------------------------|
| ① 시력/체력 등 건강 저하(31.2%) | ② 학교 및 학원 등 학업에 지장(21.5%) |
| ③ 의욕저하로 인한 무기력증(20.8%) | ④ 부모님 등 가족과의 다툼(12.2%) |
| ⑤ 친구와의 소통부재(12.2%) | ⑥ 기타(2.2%) |

라. 온라인/비대면 교육 및 프로그램**1) 참여했던 온라인/비대면 교육 및 프로그램(복수선택)**

- | | | |
|-------------------|----------------|------------------|
| ① 학교정규수업(34.8%) | ② 동아리활동(25.9%) | ③ 관심영역 강의(16.5%) |
| ④ 진로/직업 체험(15.2%) | ⑤ 온라인 상담(6.9%) | ⑥ 기타(0.8%) |

1-1) 참여 시 이용 기기/장비

- | | | |
|----------------|------------------|---------------|
| ① 노트북(39.6%) | ② 데스크탑 PC(25.9%) | ③ 스마트폰(22.1%) |
| ④ 태블릿PC(11.7%) | ⑤ 기타(0.7%) | |

2) 향후 온라인/비대면 청소년 대외활동 참여 의향

- | | |
|------------|--------------|
| ① 예(70.9%) | ② 아니오(29.1%) |
|------------|--------------|

2-1) 학기

- | | |
|-------------|-------------|
| ① 주말(79.8%) | ② 평일(20.2%) |
|-------------|-------------|

2-2) 방학

- | | |
|-------------|-------------|
| ① 평일(63.2%) | ② 주말(36.8%) |
|-------------|-------------|

2-3) 시간

- | | | |
|---------------------|---------------------|---------------------|
| ① 오후(18시 이전)(52.4%) | ② 저녁(18시 이후)(24.7%) | ③ 오전(12시 이전)(22.9%) |
|---------------------|---------------------|---------------------|

3) 온라인/비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점

- | | |
|---------------------------|-----------------------|
| ① 이동시간 단축(37.3%) | ② 공간적 제한이 없음(34.6%) |
| ③ 타인과의 접촉 최소화(12.0%) | ④ 새로운 활동에 대한 접근(9.3%) |
| ⑤ 프로그램의 학습 및 이해도 상승(4.3%) | ⑥ 없음(2.3%) |
| ⑦ 기타(0.3%) | |

4) 온라인/비대면 프로그램 참여 시 불편했던 점

- | | |
|------------------------------|---------------------------|
| ① 피로감/집중력 떨어짐(40.1%) | ② 의사소통 힘들(18.3%) |
| ③ 기관의 온라인/비대면 진행 미숙함(12.8%) | ④ 프로그램 다양성 부족(9.3%) |
| ⑤ 시력 저하, 자세 등 건강 문제(7.8%) | ⑥ 온라인 소프트웨어의 사용 어려움(5.0%) |
| ⑦ 컴퓨터 및 프로그램을 위한 장비 부족(3.8%) | ⑧ 없음(2.0%) |
| ⑨ 기타(1.0%) | |

마. 4차 산업혁명과 청소년**1) 4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준**

- | | |
|---------------|---------------|
| ① 보통(53.9%) | ② 많음(19.5%) |
| ③ 적음(15.9%) | ④ 매우 많음(8.1%) |
| ⑤ 매우 적음(2.5%) | |

1-1) 4차 산업혁명과 관련한 정보 습득 경로

- | | | | |
|----------------|---------------|---------------|------------|
| ① 인터넷(40.0%) | ② 학교(33.7%) | ③ 친구/지인(6.8%) | ④ 도서(6.6%) |
| ⑤ 부모님/가족(5.8%) | ⑥ 청소년기관(5.1%) | ⑦ 학원(1.8%) | ⑧ 기타(0.3%) |

2) 4차 산업혁명 관련 관심 분야(최대 2개 복수선택)

- | | |
|-----------------|---------------|
| ① 인공지능(22.3%) | ② 빅데이터(19.8%) |
| ③ 가상증강현실(19.1%) | ④ 드론(9.5%) |
| ⑤ 신재생에너지(9.0%) | ⑥ 차세대통신(6.7%) |
| ⑦ 지능형로봇(6.1%) | ⑧ 첨단소재(5.6%) |
| ⑨ 모른다(1.8%) | ⑩ 기타(0.2%) |

3) 4차 산업혁명 시대에 필요하다고 생각하는 역량(최대 2개 복수선택)

- | | |
|------------------|-----------------------|
| ① 콘텐츠제작스킬(28.2%) | ② 협업능력(13.3%) |
| ③ 문제해결능력(11.2%) | ④ 자기관리-자기주도적역량(10.7%) |
| ⑤ 비판적사고(10.4%) | ⑥ 융합능력(10.1%) |
| ⑦ 의사소통능력(8.2%) | ⑧ 창의성(7.7%) |
| ⑨ 기타(0.2%) | |

4) 4차 산업혁명 관련 관심 분야 체험활동 자발적 참여 의향

- | | |
|-----------------|--------------|
| ① 보통이다(35.2%) | ② 아니다(32.2%) |
| ③ 전혀 아니다(13.7%) | ④ 그렇다(12.9%) |
| ⑤ 매우 그렇다(6.1%) | |

4-1) 가장 참여하고 싶은 프로그램

- ① 미디어와 다른 분야를 결합한 미디어융합프로그램 (게임X사진, AR도서X영상 등)(29.4%)
- ② 드론비행/증강현실/디지털아트 등 신기술을 이용한 미디어제작 프로그램(21.0%)
- ③ 인공지능 AI와 코딩 등 직접 프로그래밍, 교구체험 및 제작 프로그램(14.4%)
- ④ 빅데이터를 활용한 다양한 정보에 대한 수집과 분석 프로그램(12.7%)
- ⑤ 인간중심적+창의적 문제해결을 위한 생각정리기법 디자인싱킹 프로그램(11.6%)
- ⑥ 현실에서 가능하지 못한 작업을 해낼 수 있는 가상공간에서의 메타버스 프로그램(10.4%)
- ⑦ 기타(0.5%)

5) 4차 산업혁명 관련 최신 기술 학습, 습득에 대한 걱정 여부

- | | |
|------------|--------------|
| ① 예(53.4%) | ② 아니오(46.6%) |
|------------|--------------|

5-1) 배우고 습득하는 것에 대한 걱정이 되는 사항

- ① 4차산업 혁명을 알지 못하기 때문에(25.7%)
- ② 정규교과 과정과 병행하기엔 시간적 여유 없음(21.9%)
- ③ 배우고 습득하는 것에 대한 어려움(19.5%)
- ④ 비용/금전적인 측면(19.5%)
- ⑤ 학습할 장소/기관에 대한 정보 부족 (11.0%)
- ⑥ 기타(2.4%)

6) 4차 산업혁명이 삶에 미치는 긍정적 영향

- ① 로봇활용으로 편리한 생활(32.4%)
- ② 새로운 기술의 발견(17.1%)
- ③ 수명연장/질병으로부터의 해방(12.4%)
- ④ 여유로운 삶(11.0%)
- ⑤ 복지사회(4.3%)
- ⑥ 다양한 교육의 기회(4.3%)
- ⑦ 여가시간의 증대(3.8%)
- ⑧ 공유경제활성화(3.8%)
- ⑨ 편리한 교통(2.9%)
- ⑩ 범죄없는 사회(3.3%)
- ⑪ 노동의 자유(1.9%)
- ⑫ 빈부격차해소(1.4%)
- ⑬ 사교육/입시경쟁으로부터의 해방(1.0%)
- ⑭ 학교공간 확대(0.5%)

7) 4차 산업혁명이 삶에 미치는 부정적 영향

- ① 일자리 축소문제(25.2%)
- ② 신종 범죄 증가(11.4%)
- ③ 개인 사생활 침해(9.5%)
- ④ 빈부격차 심화(8.1%)
- ⑤ 로봇과 인간의 갈등(8.1%)
- ⑥ 사회계층의 양극화(6.7%)
- ⑦ 기후변화(6.2%)
- ⑧ 생태계 파괴(5.2%)
- ⑨ 사이버 해킹 증가(5.2%)
- ⑩ 사회적 불평등(4.8%)
- ⑪ 감시받는 사회(3.8%)
- ⑫ 인구감소 문제(3.3%)
- ⑬ 인간관계 파괴(1.9%)
- ⑭ 초고령화 문제(0.5%)

바. 기타 및 주관식 내용 정리

1) 스스로넷 알게 된 경로

강사님의 설명	네이버 세학자카페	동아리
방문경험	방송부	봉필름
인터넷 웹사이트	전에 DDP에서 했던 행사에서 알게되었습니다.	카톡 오픈채팅방
트위터	프로그램을 통해서 알게됨	학교

2) 미디어 이용의 선호 콘텐츠 내용

4차 산업혁명	개발	그림
기타(guitar) 강좌	노래	디자인
뮤지컬	신앙	애니메이션
여행	예술	요리
연기	어학	음악
유튜브로 여러 콘텐츠를 보는 편	영화 콘텐츠는 좋는데 자극적인 영화 콘텐츠 리뷰가 싫어요.	

3) 구독한 유튜브 채널 중 가장 좋아하고 자주 보는 채널명

[2x9HD]구교환X이옥섭	빠니보틀	히밥
흔한남매	헤안	허팝

bangtan tv	haha ha	MBC옛날예능다시보기
tvN D ENT	감스트	강지
공부왕 찐천재	괴물취	그림 그리는 푸딩
김블루	딤디	디바걸스
또모	라이너의 컬쳐쇼크	랄로
런닝맨	룬룬쓰	마복필
무비건조	문명특급	몽치의 개팔상팔
미미미누	보검	보물섬
산범	선바	수탉
승우아빠	십오야	알간지
에바EVA	엔조이커플	예랑가랑
오분순삭	오킹	워크맨
웃소	유네린	울리하루
이동진의 파이아키아	이사배	입짧은햇님
잇섭	잠뜰	장빠주
지무비	지현공	진용진
썬앙	채널 십오야	침착맨
크집사	키즐	토모토모
티키틱	파뿌리	피식대학
핫소스	해썬	

4) 콘텐츠제작 목적

동아리	봉사활동	선거 영상
학교대회		

5) 콘텐츠 인터넷 업로드 이유

과제 제출 방식이 인터넷에 업로드 하기였음	그냥자기만족	기록용+의견교환
나중에 다시 내 모습을 보기 위해서	남들의 평가를 받고싶어서	내가 실 때 유튜브를 보는 것처럼 타인에게 쉬게 해줄 수 있는 영상을 만들어주고 싶다
다른 사람들에게 도움을 주고 싶다.	대회	덕질을 하기 위해
동아리 유튜브 채널	떡상각을 조용히 노리기 위해서 (알고리즘이시여 믿습니다!!)	방과후
유튜브를 보다가 희준님을 보고 나도 저렇게 놀 수 있는데 한번 찍어보자는 마인드로 올린적이 있다.	취미생활임. 재미있어서	타인이 나의 작품을 보며 행복해 했으면 좋겠다.

6) 진행하면 좋을 것 같은 청소년 프로그램

10명 내외로 진행하는 장기 프로젝트
1박 2일이나 3박 4일로 진행되는 미디어 교육 캠프
1인 미디어 제작 콘텐츠 혹은 단체 협력 제작 콘텐츠
AI를 통한 '나'의 아바타 제작
PD체험프로그램
UI제작
V-log 및 1인미디어 방송 실습

가짜뉴스 골라내기
게임을 만들어 보기
공모전 출품 프로그램
광고 기획해보기
나만의 유튜브 채널 올바르게 관리하는 법
구체적 진로 상담
꼭 진로쪽이 아니더라도 취미로 할수있는 동아리도 만들어주셨으면 좋겠습니다.
뉴 미디어의 등장과 이에따라 생기는 직군 및 직업의 교육
뉴스 제작
다양한 분야에 대한 기초적인 강의를 진행해서 청소년들이 여러 가지 분야를 접하고 진로를 탐색하는 경험을 할 수 있었으면 좋겠다
단기간내에 단편영화촬영
독서 토론
동영상 제작 프로그램(프리미어 프로 등), 작곡 프로그램(큐베이스 등) 안다뤄보고 쉽게 접하기 어려운 것들을 접해보는 것!
디자인 관련 특강
라디오 녹화방송 참관
멘토링 캠프
미디어 리터러시
미술 연관 프로그램
방송국 견학
비용을 지원해주고 다양한 주제의 영상을 제작해 1.2.3등을 수상하고 수상작 영상 시사회가 열리면 좋을 것 같습니다
사이버폭력 강의
사진촬영
소외된 영역의 프로그램 필요합니당 글이나 공예등

7) 겪은 부정적 경험

공부비율이 적어짐	밤낮 바뀜
시간 허비	시력 저하, 스마트폰 중독
학업에 지장이 갈 정도로 과도한 미디어 사용량	익명의 사람이 시비 걸고 개인정보를 발설하고 다님

8) 불편한점이 있는 경우 생각나는 해결방안

가족들이 없는 공간성이 필요함. 독립된 공간 부족
강사분께서 질문을 하면서 진행하기
화면과 마이크를 키게 한다
흥미를 유발할 수 있는 활동을 30분 정도에 한번씩 시행하기
피드백이 바로 반영됐음 좋겠어요
폰은 발열이 심함
채팅, 댓글 등을 활용하면 좋을것같다.
집중할 수있도록 중간중간 퀴즈내기를 한다
재미있는 농담, 혹은 흥미를 끌만한 주제로 이야기한다.
장비대여로 인해 불편하점 감소시켜주세요
음질좋은 프로그램 사용
온,오프 병행
쌍방향으로 진행
쉬는시간 증대
나이 제한, 첫 만남에 제대로된 자기소개와 인사
미디어를 잘 활용하는 법에 대한 강의 진행

9) 4차 산업혁명과 관련하여 프로그램 및 활동에 대한 아쉬웠던 점

없다 다 만족스러웠다
오프라인 참여가 간절했다
이론적인 설명이 대부분이라 지루했다. 학생들이 관심 갖고 재미 붙일만한 소재를 잘 융합시켜줬으면 좋겠음
이미 다 아는것들만 알려준다
인간관계 파괴할 수있는 염려점을 극복하는 활동이 필요
인공지능을 구축하는 회사에서 프로그램을 진행했었는데 오류가 나도 해결할 수 없다는 부분이 아쉬웠음
조금더 쉽게 설명
직접 체험 가능한 프로그램이 있으면 좋겠습니다
학생들을 대상으로 한 구체적/방법론적 교육 부족
홍보 및 학교의 지원이 적다
활용 뿐만 아니라 제작 단계로 직접 만드는 활동을 하고싶다.
뉴미디어의 기획 또는 제작 활동을 해볼수있는 프로그램이 있었음 합니다
넘미래적이라
무료교육 확대
시간이 너무 짧았다.
강의식 활동이나 짧게끝나는 강의인게 아쉽다.
4차 산업혁명을 말로만 듣고 실제로 체험한 경험이 적음
기초적인 설명도 해줬으면 좋겠음
드론 조정하는 프로그램
드론 비행할 시간이 적었음
다양하지 않다



제 5장. 결론 및 제언

I. 결론 및 제언

결론 및 제언

(1) 청소년과 미디어의 관계성

- 청소년이 선호하는 콘텐츠는 여전히 게임과 일상

〈표 2, 62〉 청소년이 가장 선호하는 콘텐츠는 게임/일상이었다. 2019년도에 이어 게임과 영화, 일상(v-log)의 강세가 계속됨을 알 수 있었다. 성별간의 선호 콘텐츠의 차이도 뚜렷하게 보였다. 특히 남자 청소년은 게임과 토크/캠방, 스포츠를 선호하며 여자 청소년은 뷰티, 일상, 연예인, 드라마/웹드라마에 관심을 보였다. 이런 성 별간의 유의미한 차이는 향후 청소년 기관이나 시설 등에서 청소년과 함께하는 프로그램 및 면담 등에서 해당 사항을 활용할 수 있다고 생각한다.

- 어떤 플랫폼에서나 많이 즐기고 접하는 연예·오락 콘텐츠

〈표 33, 93〉 청소년들은 ‘연예·오락(34.7%)’을 가장 많이 접하는 콘텐츠 주제로 뽑았다. 과거 TV에서만 즐길 수 있었던 분야였던 연예·오락은 최근 1인 매체나 숏폼 등의 다양한 형태와 기기의 지원으로 어디서나 가볍게 즐길 수 있는 상황이 되었다.

소속에서는 미디어/문화/예술 관련 고등학생과 학교밖청소년이 타 소속 청소년에 비해 교육문화에 대한 주제를 많이 선택했으며 이는 학교밖청소년의 특성으로 인해 접근성이 좋은 온라인 플랫폼에서 교육/문화에 대한 정보를 얻어가는 접근성과 연관 지을 수 있으며, 미디어/문화/예술 관련 고등학생 같은 경우는 전문 분야의 정보를 유튜브 등을 통해 얻는 다는 상황으로 해석할 수 있다.

- 특성에 따라 다른 선호 플랫폼 속 ‘유튜브와 인스타그램’의 높은 청소년 이용률

〈표 32, 92〉 유튜브와 인스타그램은 2019년 조사 이후로도 지속적인 강세를 보였다. 두 플랫폼의 합은 응답자 50%가 넘었다.

또한 여자청소년은 트위터/인스타그램, 남자청소년은 1인 방송 플랫폼(트위치/아프리카TV)을 더 많이 선택하였다. 트위터/인스타그램은 최근 여자청소년 사이의 팬덤 문화와 셀피 등의 활성화로 인한 수치 상승으로 보여지며 남자청소년 같은 경우는 게임방송, 보라(보이는라디오) 등의 수요로 인해 나타난 1인 방송 플랫폼의 꾸준한 선호라고 예상된다. 이런 차별성은 각 성별이 선호할 만한 플랫폼과 프로그램을 준비함에 있어 논의가 필요하다.

(2) 청소년의 미디어 제작경험에 대해서

- 영상과 사진 분야에 대한 중/상급 프로그램 개발과 보급 필요

〈표 3, 4, 64〉 청소년의 미디어콘텐츠 제작 경험은 약 60%로 높은 편이다. 그 중 가장 많이 제작한 콘텐츠는 ‘영상(41.3%)’와 ‘사진(22.1%)’로 나타났으며 이는 5명 중 2명은 영상, 1명은 사진을 제작하고 있다는 결과이다. 이는 스마트폰 카메라의 발전과 촬영/편집의 단순화로 인해 접근성이 높아진 상황과 밀접한 연관이 있다.

제작 경험과 접근성이 높은 만큼 영상과 사진의 기본적인 교육도 필요하지만, 경험자를 위한 중/상급 프로그램에 대한 개발과 보급이 필요하다.

- 청소년은 재미와 관심사를 위해 콘텐츠 제작한다

〈표 5, 65〉 청소년의 제작활동 이유는 ‘단순 재미 및 취미생활(22.3%)’과 ‘관심사에 대한 접근(18.7%)’이 가장 높은 비율을 차지했다. 이는 다양한 취미생활, 관심사 접근, 진로 등 결국 본인 흥미나 적성에 따라 청소년의 콘텐츠제작경험이 이루어진다는 결과로 도출된다.

특히 학교밖청소년은 타 소속의 평균보다 높은 수치로 ‘재미와 흥미’로 콘텐츠를 제작했다고 응답하기도 했다. 이는 콘텐츠 작업에 있어 이러한 부분을 중점요소로 지도자들이 잘 챙겨야한다는 결과이기도 하다.

또한 조사결과 연령대가 높아질수록 진로 및 진학을 위해 제작한다는 비중이 높아지는 것을 포착하였으며 이러한 결과는 최근 미디어콘텐츠를 통해 본인을 나타내고 결과물을 공유하는 현 시대에 대한 반영과 재미로 만들던 미디어에 대해 진로와 방향성이 대한 생각이 커져가는 부분이기에도 이에 대해 향후 청소년에 대한 다양한 미디어의 체험과 필요에 따라 진로상담이 적절히 필요하다고 볼 수 있다.

- 청소년의 제작물이 업로드 되는 플랫폼 : 유튜브 - 인스타 - 블로그

〈표 9, 69〉제작물을 올리는 플랫폼으로는 유튜브/인스타/블로그 순으로 강세였으며 각 성별, 소속에 따라 업로드 플랫폼의 선택양상이 다르기도 하였다. 특히 여자 청소년의 제작물은 트위터에도 약 10%의 선택이 있었기에 언급하였던 위의 제언과도 일치하는 결과를 보였다.

각 미디어 청소년프로그램 뿐 아니라 다양한 분야의 청소년 활동에서 결과물 업로드에 대한 방향성을 본 결과물에 따라 적용하면 청소년들이 좋은 반응이 있을 것이라 예상된다.

- 청소년의 생각을 표현하고 공감, 지원을 받기 위한 소통 창구를 마련하라

〈표 8, 68〉 10대 청소년들은 나의 의견과 생각을 표현하고 공감과 응원(30.5%)을 받기 위해 인터넷에 본인의 미디어제작물을 업로드한다고 한다. 이러한 결과는 자신의 생각에 대한 공유의 니즈가 있는 MZ세대의 특성이 반영되었으며, 향후 미디어콘텐츠 제작과 관련한 프로그램에 운영 시에 콘텐츠에 참가청소년의 주체적 의견이 반영되고 대중에게 공감을 살 수 있도록 돕는 공유 과정이 포함되어야 하는 것을 암시한다.

또한 20대(후기)청소년은 진로와 진학을 위한 포트폴리오로 사용(34.8%)을 하기 위해 업로드를 하고 있었다. 이는 공감과 소통을 원하는 10대 청소년과 미래를 위한 투자로 생각하는 후기청소년의 내재된 생각이 담긴 응답 결과로 볼 수 있다.

- 청소년의 콘텐츠 제작에 전문적 도움과 예산적인 지원 필요

〈표 10〉 제작 경험이 없거나 콘텐츠 제작을 못했던 이유를 청소년은 제작스킬 부족과 어려움(44%)과 제작비와 예산 부족(16.2%)으로 뽑았다. 제작스킬에 대한 부분은 보편적으로 교육과 프로그램에 대한 반영이 필요한 부분으로 기본적인 과정 뿐 아니라, 전문적 과정까지 설계가 미디어와 청소년 전문가의 긴밀한 협업이 필요하다.

그리고 제작비와 예산에 대해서 청소년이 직접적으로 콘텐츠 제작을 위한 예산을 받는 방법은 적고 알려지지 않았다. 이에 대해 미디어에 대한 청소년의 관심과 주제적인 방향성을 위해 보다 폭 넓고 다양한 분야의 콘텐츠제작지원사업이 필요하다.

(3) 청소년이 원하는 미디어 프로그램/교육

- 수요가 많은 청소년 미디어동아리 활동을 적극 활용하라

〈표 12, 17, 72〉 청소년이 미디어 활동에 대한 경험은 주체적활동(29.5%), 즉 동아리 활동의 경험이 가장 높았다는 응답을 보였다. 또한 청소년이 원하는 가장 참여하고 싶은 프로그램으로도 주체적활동(24%)이 가장 높았다. 이는 커리큘럼이나 교육 위주의 활동과는 다른 청소년 간의 소통과 주체적 결정에 인한 동아리나 소그룹 활동에 대한 수요와 니즈가 일치하며 크다는 결과이기도 하다.

이러한 활동의 경험은 곧 수요가 그만큼 클 것이라는 내용으로 도출되기에 다양한 분야와 형태의 주체적 활동의 영역을 넓히고 구성이 되어있는 주체적 활동 그룹(동아리)에 대한 추가적 발굴과 지원, 프로그램에 대해 고민할 필요가 있다.

- 여전한 '영상'분야의 니즈, '음악과 디자인'분야의 대두

〈표 18, 78〉 청소년들은 영상(33.9%)을 가장 참여하고 싶은 미디어 프로그램의 분야로 뽑았다. 또한 '음악(14.6%)'과 '디자인(13.5%)' 등이 뒤를 이으며 기존의 영상분야 외에도 음악과 디자인분야에 대한 청소년의 니즈가 있기에 이에 대한 프로그램이나 활동을 준비할 필요성이 있다.

- 만나고 싶은 직업분야는 영상관련 직업군이 보편적

〈표 20, 80〉 PD(14.5%), 감독(12.1%), 1인방송제작자(11.7%), 영상기술편집자(8.2%) 등 순으로 청소년들이 만나고 싶은 직업분야를 골랐다. 다양한 미디어직업 분야의 보기 중 영상직업군의 선택이 큰 비중을 차지한 것은 그만큼 영상에 대한 관심과 미디어 진로 집중이 돋보이는 부분이었다. 향후 보편적인 진로직업체험이나 전문가 특강에 대해 본 문항이 좋은 참고자료가 될 것이라 예상된다.

- '미디어기기 활용과 콘텐츠 제작방법'을 '체험 및 실습형태'에 대한 강력한 의지

〈표 22〉 청소년들은 가장 필요한 미디어교육으로 '기기활용과 콘텐츠제작방법(40.2%)'를 뽑았다. 또한 〈표 19〉 미디어 프로그램에서 가장 키우고 싶은 역량 또한 '콘텐츠제작스킬(27.6%)'이 가장 높게 나오기도 하였다. 이는 청소년들의 미디어 장비와 제작스킬 학습/강화에 대한 큰 니즈를 확인할 수 있는 부분이었다.

〈표 23, 83〉 또한 미디어를 이해하고 활용하는 능력을 키우기 위해서는 '체험 및 실습 위주의 교육(50.5%)'가 필요하다는 응답이 가장 컸다. 중학교 이하에서는 '주체적활동', 후기청소년은 '전문가와외 만남'의 니즈도 추가적으로 확인되었다.

위 조사결과는 결과적으로 청소년들에게 체험과 실습 위주의 기기 사용능력과 콘텐츠 제작에 대한 교육이 가장 필요로 하고 있다는 것을 알 수 있다.

- 미디어 체험/실습 프로그램은 장기적으로 진행하라

〈표 24, 28〉 이론은 1~4회의 단기과정, 체험/실습은 5~20회 장기과정에 대한 니즈가 나타났다. 각각 장기전 문과정의 경우 이론(48.1%)보다 체험/실습(60.5%)을 더 선호하였으며, 반대로 단기일반과정의 경우에는 체험/실습(20.9%)보다 이론(37.0%)을 더 선호하고 있다.

이에 대해 각각 이론과 체험/실습에 대해서 프로그램을 설계할 시 기간에 대한 필요 과정과 청소년 니즈 반영이 고루 될 수 있도록 할 필요가 있다.

(4) 코로나에 따른 청소년&미디어의 변화

- 코로나에 따른 청소년의 미디어 사용량과 부정적 경험 증가

〈표 39, 40, 100〉 코로나로 인해 미디어 사용량이 늘었다는 응답은 약 78%로 높은 비율을 나타냈다. 또한, 사용량 증가에 따라 미디어 이용 시 부정적 경험도 함께 증가하였다는 결과가 나왔다. 이는 미디어 사용량에 따른 부정적 경험량이 상호작용하며 정비례하게 상승하는 상황을 나타낸다. 특히 학교밖청소년의 부정적 경험의 비율은 타 소속 청소년에 비해 높게 나타났으며 2018/2019년도 수요조사 결과와도 동일하기에 학교밖청소년에 대한 후속 연구 및 조치가 필요하다.

- 부정적 경험의 끝, 유해광고와 가짜뉴스/선동

〈표 41〉 청소년이 겪은 부정적 경험으로는 유해광고와 가짜뉴스/선동이 각 26.6%로 가장 크게 나타났다. 이는 위의 조사 내용 중 무분별한 미디어 노출과 관련이 있으며 이와 같은 미디어 사용의 부정적 경험에 대해서는 청소년에게 미치는 악영향이 우려되기에 정부 및 플랫폼, 유관기관 등 다각도에서의 대책 마련이 요구된다.

- 미디어 사용량의 증가에 대한 문제, 대책이 필요하다

〈표 43, 103〉 청소년들은 미디어 사용량 증가로 시력 및 체력 등의 건강악화(31.2%)가 가장 큰 문제로 뽑았다. 일반 고등학교 학생들은 학업에 지장(29.2%)을, 미디어 고등학교 학생들은 의욕저하와 무기력증(47.8%)에 높은 응답률을 보였다. 또한 남자청소년의 경우 여자청소년보다 두배 이상 높게 친구와의 소통부재(19.8%)를 문제로 뽑았다.

향후 지속적인 온라인/비대면 학습과 프로그램이 이어질 상황이기때문에 청소년의 건강 및 학업, 소통에 대한 대책과 미디어고 청소년의 의욕저하와 무기력증에 대한 조사 등을 마련해야한다.

- 온라인/비대면 프로그램을 청소년에게 보급하라

〈표 46, 106〉 청소년들은 온라인/비대면 프로그램에 대한 참여 의향(70.9%)이 굉장히 높다는 응답을 하였다. 이는 향후 코로나 상황이 종료되어도 비대면/온라인 학습에 대한 청소년의 수요가 있고 더불어 메타버스나 등의 뉴미디어 플랫폼과 같은 온라인 학습의 환경적인 연구와 개발이 필요하다.

- 시공간을 초월한 온라인/비대면 프로그램에 대한 지속적인 연구가 필요하다

〈표 50, 51〉 청소년들은 온라인/비대면 프로그램의 가장 좋았던 점으로 '이동시간 단축(37.3%)'와 '공간적 제한 없음(34.6%)'을 뽑았다. 반대로 가장 불편했던 점으로는 '피로감/집중력 떨어짐(40.1%)'와 '의사소통 힘들(18.3%)'을 뽑았다.

이에 대해서 각각 공간과 시간의 제약이 적은 온라인/비대면 활동의 장점 극대화하고 온라인 학습의 피로도과 동기부여, 커뮤니케이션 부족에 대한 단점을 어떠한 방식으로 보완할지에 대해 고민해봐야 한다. 온라인 학습의 수요와 필요가 있는 만큼 적극적인 참여를 밀어줄 필요 있다

(5) 청소년에 맞춘 홍보방안

- 청소년기관에 맞는 전략적인 SNS 마케팅 필요

〈표 1〉 설문조사 참가 청소년 약 60%가 미디어센터에 대해서 알고 있었다. 미디어센터를 알고 있는 청소년들은 주로 포털검색(28.6%)과 친구/선생님(각 17%)을 통해 알았다고 하며 이는 다수의 청소년들이 미디어센터의 SNS/유튜브를 유입경로로 발견하지 못했다는 결과이기도 하다.

이에 대한 부분은 미디어센터 뿐 아니라 각 청소년 유관기관에 대해서도 홍보채널로써의 SNS/유튜브가 활용될 수 있도록 전략적인 접근이 필요하다고 볼 수 있다. 특히 프로그램이나 기관에 대한 흥미를 유발할 수 있는 콘텐츠 뿐 아니라, 청소년이 매력성을 느낄 수 있는 정보제공이나 이벤트성 콘텐츠의 개발이 필요하다.

- 프로그램 홍보를 위해 선생님과 학교를 공략하라

〈표 13〉 '선생님과 학교(46.5%)'가 청소년들이 프로그램을 인지하는 최적의 경로로 선택되었다. 다음으로는 SNS(19.1%), 지인 및 친구(15.2%)로 나타났다. 청소년기의 가장 많은 시간을 보내는 만큼 청소년들이 프로그램에 대한 인지하고 선택하는 영향이 큰 것으로 나타난다. 이에 청소년기관에서 프로그램 및 행사에 대한 홍보를 진행함에 있어 전략적으로 학교와 선생님에게 접근하고 적극적인 소통이 필요하다는 것을 알 수 있었다.

- 공문으로 접근하고 직접 담당 선생님을 찾아라

〈표 14, 74〉 학교와 선생님을 통한 청소년의 프로그램 인지에서 세부적인 방법으로는 공문(40.5%)이 가장 높게 나타났다. 프로그램과 행사를 진행시 각 지역의 대상자 맞춰 학교에 공문을 필수적으로 보내고 담당자와의 소통을 해야한다는 결과이기도 하다.

하지만 학교밖청소년의 경우 선생님 개별 면담 및 추천이 전체의 70%이상으로 굉장히 높은 수준을 보였다. 이는 향후 학교밖청소년의 모집이 필요한 프로그램에는 각 선생님과 개별적이고 긴밀한 소통이 필요하다는 것을 알 수 있다.

- 시간 및 일정 부족, 혼자서는 청소년 프로그램 참여하기도 어려워

〈표 15, 75〉 시간부족 및 일정중복(25.4%)과 혼자 참여하기 부담(22.1%)이 청소년이 프로그램에 참여하기 가장 힘든 이유로 꼽혔다. 청소년기의 공교육과 입시를 위한 사교육 등은 청소년기의 스케줄의 대부분을 차지하고 있다. 이에 시간과 일정에 대한 전반적인 고려와 시공간의 제약이 없는 메타버스 등을 활용한 프로그램 개발의 노력이 필요하다. 그리고 혼자 참여하기 어려운 청소년들을 위한 동반참여나 프로그램 진행 시 사전의 참가자들의 라포 형성을 돕는 활동 등을 고려해야한다.

또한 각 어려움을 느끼는 부분에 대해 카드뉴스, 포스터 등을 활용하여 청소년에게 가벼운 어필을 하여 부담감을 덜어내고 참가를 독려할 수 있는 대책을 세워야한다.

(6) 청소년이 생각하는 미디어리터러시

- 알고리즘을 통해 콘텐츠에 무분별하게 노출된 10대 청소년

〈표 34, 94〉 많은 청소년들이 플랫폼의 메인화면이나 추천 콘텐츠(52.8%)를 통해 콘텐츠를 접한다는 조사결과가 나왔다. 이러한 상황은 콘텐츠에 무분별하게 노출되는 만큼 콘텐츠의 정보를 받아들이는 개별적인 역량함양이 필요에 대한 대책 마련이 필요하다는 것을 알려주는 대목이었다.

예외로 20대(후기)청소년의 경우 10대 청소년에 비해 직접 콘텐츠를 찾는 비율(42.9%)이 높게 나왔다. 이는 알고리즘으로 콘텐츠를 접하는 비율보다 본인이 필요한 정보에 대한 검색과 활용을 위한 결과로 보여진다.

- 새로운 정보에 대한 사실 확인을 하지만 '미디어리터러시의 뜻은 잘 몰라'

〈표 35, 36〉 약 80%의 청소년들은 새로운 정보를 접했을 때 사실에 근거한 내용인지 진단하며 사실 확인하는 '팩트체크'한다는 결과가 나왔다. 하지만 미디어리터러시에 대한 인지를 묻는 항목에서는 보통 수준으로 나왔기에 이에 대한 조치와 파악이 필요하다. 이는 명백히 청소년이 본인이 사실 여부를 확인하는 행위 자체가 '미디어리터러시', 즉 주체적 해석 역량을 키우고 있다는 것을 잘 모르고 있다는 것을 의미하기도 한다. 이에 대해서 낯설게만 느껴지는 미디어리터러시에 대해 접근하고 알아가기 위한 청소년에게 질적연구를 진행하는 것도 하나의 방안으로 사료된다.

- 청소년이 말하는 미디어리터러시에 대한 교육의 필요성

〈표 38〉 청소년들은 미디어의 다양한 정보를 올바르게 이해하고 활용하는 교육, 즉 미디어리터러시 교육에 대해서 85% 이상의 높은 수준으로 필요하다는 응답을 하였다. 이는 위의 제언과 연결되는 부분으로 미디어리터러시라는 워딩은 모르지만 필요성에 대한 강한 니즈가 반영된 결과이다. 이에 대해 무분별하게 미디어에 노출되는 청소년에 대해서 학교나 청소년기관 등이 우선적으로 다양한 미디어리터러시 교육과 활동을 전개해야한다.

(7) 4차 산업혁명과 미디어 융합교육

본 수요조사에서는 미디어교육의 미래와 관련하여 '4차 산업혁명'을 주제로 청소년의 인식과 교육수요를 조사하였다. 4차 산업혁명 주제는 급격한 사회변화와 관련하여 최근 5년간 사회 안팎에 많은 연구와 교육의 필요가 제기되고 있으며 청소년기관 및 교수자는 미래지향적 교육환경에 대한 관심을 가져야한다.

- 청소년이 인지하는 애매모호한 4차산업

〈표 112〉 청소년들의 4차산업 인식/정보에 대한 응답은 보통(53.9%)이 가장 높았다. 〈표 118〉 또한 청소년들이 이런 4차산업혁명 관련 내용을 배우고 습득하는 것은 '4차산업 혁명을 잘 알지 못해서(25.7%)' 어렵다는 응답을 하였다. 이는 곧 4차산업혁명에 대한 인지에 대해서 국가나 교육기관 차원에서의 접근이 필요하다는 것과 직결된다.

〈표 113〉 또한 대다수가 인터넷(40%)과 학교(33.7%)에서 정보를 얻고 있음을 알 수 있었기에 더욱이 인터넷(SNS)과 학교 교육에 적극적인 접근이 필요하다고 볼 수 있다.

특히 학교밖청소년은 과반수 이상의 청소년(64.7%)이 여러 가지 매체 중에 인터넷에서 4차산업 관련 내용을 습득하고 있다. 이에 인터넷을 통한 4차산업 관련 학습이나 정보를 줄 수 있는 기반을 마련해야한다.

- 청소년이 생각하고 바라는 4차산업혁명시대는 미디어로 직결한다

〈표 114〉 가장 많은 선택을 받은 분야는 인공지능(22.3%)과 빅데이터(19.8%), 가상증강현실(19.1%)이었다. 각 소속별로 세 분야에 대한 순위가 내부적으로 바뀐 경우는 있었지만, 큰 차이가 나지 않았다. 이는 청소년이 실제로 세 분야에 대한 관심이 집중되어 있다는 것을 알 수 있다.

〈표 115, 117〉 청소년이 4차산업혁명시대에 도움이 필요한 역량으로는 '콘텐츠제작스킬(28.2%)'을 뽑았다. 또한 청소년이 참여하고 싶은 4차산업 프로그램으로는 '미디어와 다른 분야를 결합한 미디어융합프로그램(29.4%)'와 '드론비행/증강현실/디지털아트 등 신기술을 이용한 미디어제작 프로그램(21%)'가 가장 높은 선택을 받았다.

이는 전반적으로 청소년이 4차산업혁명에 대한 인식과 기대에 있어 '미디어'라는 소스가 포함되어있음을 알 수 있으며, 실제로 미디어와 4차산업기술이 융합/결합된 프로그램에 대한 니즈가 있다는 것을 알 수 있다.

- 로봇활용으로 편리한 삶, 이면의 일자리 축소문제 걱정

〈표 120, 121〉 청소년이 4차산업혁명의 긍정적 영향으로는 '로봇활용으로 편리한 생활(32.4%)'을, 부정적 영향으로는 '일자리 축소문제(25.2%)'를 뽑았다. 이는 기계가 인간을 대체하여 생기는 편리함과 객관화, 비용적 절감 등의 측면에서는 긍정적이거나 반대로 인간의 일자리가 축소되는 문제를 걱정하는 청소년의 모습이 반영된 결과라 볼 수 있다.

이에 대해 청소년은 향후 기계가 대체하지 못하는 직무나 업무에 대한 고민과 역량 강화가 필요하다. 또한 이를 인식하는 만큼 관련한 프로그램이나 강의 등을 마련하여 제공하는 것도 하나의 순환적인 교육의 일환으로 판명된다.

(8) 한계 및 향후 보완점

- 데이터의 정확성과 분석의 한계

청소년미디어수요조사는 청소년만을 대상으로 진행된다. 그만큼 유의미한 결과를 얻기 위해서는 설문조사지를 제작하는 과정에서도 적절한 연구와 자문이 필요하다. 이에 본 설문조사지는 청소년 기관의 인력과 대학의 미디어 학 교수님을 자문위원으로 선정하여 함께 제작하였다.

하지만 설문조사지의 많은 문항의 수나 대상자가 청소년이라는 특수성, 온라인으로 진행된 점에 대한 검증이 아쉬웠던 점이기도 하다. 이에 대한 대비를 2022년에는 보다 철저하게 할 필요성이 있다.

- 현장의견 취합과 분석

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

특히 본 수요조사에서 흥미로운 조사결과 중 하나는, '가장 필요한 미디어교육과 형태'에 대한 부분이다. 약 절반의 청소년이 '미디어 기기 활용과 콘텐츠 제작방법'이라고 응답하였으며 더불어 '체험 및 실습' 위주의 교육 또한 절반의 청소년이 응답한 사실이다. 미디어의 시대에 사는 청소년들이 미디어를 단순히 소비하는 것이 아닌 만들어내는 제작자의 역할에 대한 니즈가 엄청나다라는 결과이기도 하다. 응답자와의 심층 인터뷰를 통해 '미디어 제작과 실습'에 대한 명확성과 역할, 필요상황 등 명확히 할 수 있다면, 교육대상자의 모집이나 향후 미디어 진로에 기준이 되는 자료 확보가 가능할 것이다.

또한, 미디어리터러시 관련 문항들 역시 중요 쟁점으로 뽑힌다. 청소년의 직접적인 정보의 명확성을 체크하는 부분과 관련 교육의 니즈가 있으나, 이와 같은 행위를 미디어리터러시라고 인지 못하는 상황에 대한 조사결과가 확인되었다. 알고리즘으로 미디어를 접하는 청소년들에게는 '미디어리터러시'를 사용하는 것 뿐 아니라 이해하는 부분까지도 중요하기에 추가적인 심층 연구가 필요하다고 사료된다.



별첨. 설문조사 문항지

I. 설문조사 문항지

2021 청소년미디어수요조사 설문지

안녕하십니까? 서울시립청소년미디어센터 '스스로넷'은 2000년에 서울특별시가 설립하고 푸른나무재단이 위탁 운영하는 서울시 유일 청소년미디어특화시설입니다.

스스로넷은 청소년미디어교육, 청소년미디어문화, 청소년 미디어과의존예방, 대안교육 그리고 국내 최대 규모의 청소년 미디어 축제인 KYMF(청소년미디어대전)를 통해 창의적이며 능동적으로 자기성장을 하는 미디어 인재를 육성하며 미디어를 통해 즐겁게 네트워크를 만들 수 있도록 돕고 있습니다.

이에 **청소년의 미디어이용실태와 프로그램 수요를 파악**하기 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 관장 이정연

팀장 윤지윤 070-7165-1017 lol@ssro.net / 담당 견상진 070-7165-1011 kyunsangjin@ssro.net

* 집중해서 올바르게 작성해주신 분들에게는 소정의 이벤트가 준비되었습니다.

1. 기본정보

1. 태어난 년도를 적어주세요(예-2002/2006) :

2. 성별을 골라주세요 ① 여자 ② 남자

3. 살고 있는 지역을 적어주세요(예-서울시 강북구/서울시 용산구) :

4. 현재 내가 소속되어 있는 곳을 골라주세요

① 초등학생 ② 중학생 ③ 고등학생 ④ 미디어·문화·예술관련 고등학생

⑤ 학교밖청소년(대안학교 재학생) ⑥ 후기청소년(대학생) ⑦ 기타()

5. 본인이 해당하는 것에 골라주세요(최대 2개 복수선택)

① 학교 미디어 관련 동아리 (방송반, 음악동아리, 영상동아리, 미술동아리 등)

② 서울시립청소년미디어센터의 소속 동아리·그룹이거나 프로그램 참여 경험

③ 이외의 온라인 커뮤니티 동호회관련 미디어활동 ④지역기반 청소년센터 복지관, 종교단체 등

⑤ 기타()

6. '서울시립청소년미디어센터' 및 '스스로넷'을 알고 있나요? ① 예 ② 아니오

6-1. 알고 있다고 대답한 경우, 스스로넷을 알게 된 경로를 골라주세요

① 포털사이트 검색 ② 가족 ③ 선생님 ④ 친구 ⑤ 인스타그램 ⑥ 페이스북 ⑦ 유튜브

⑧ 서울시 및 교육청사이트 ⑨ 뉴스/신문 ⑩ 기타()

II. 내가 좋아하는 미디어 콘텐츠, 그리고 제작 경험

1. 미디어 이용의 선호하는 콘텐츠 내용을 골라주세요(최대 2개 복수선택)

- ① 뷰티 ② 음식(먹방) ③ 게임 ④ 토크/캠방 ⑤ 패션 ⑥ 일상(v-log) ⑦ 쇼핑(언박싱)
 ⑧ 연예인 ⑨ ASMR ⑩ 개그 ⑪ 드라마(웹드라마) ⑫ 예능 ⑬ 뉴스 ⑭ 시사-교양
 ⑮ 영화 ⑯ 스포츠 ⑰ 댄스 ⑱ 동물 ⑲ 진로/직업 ⑳ 친구관계/우정 ㉑ 사랑/연애
 ㉒ 미디어 장비/소프트웨어 ㉓ 기타()

2. 구독한 유튜브 채널 중 가장 좋아하고 자주 보는 채널명을 적어주세요(서술)

3. 나는 하고 싶은 이야기를 미디어콘텐츠(글/사진/영상 등)로 제작해 본 경험이 있나요? ① 예 ② 아니오

3-1. (3>1번)제작 경험이 있는 경우, 제작한 경험이 있는 콘텐츠를 골라주세요(복수선택)

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

3-2. (3>1번)제작 경험이 있는 경우, 콘텐츠를 제작한 목적을 골라주세요(복수선택)

- ① 관심사에 대한 접근 ② 진로 및 진학을 위해 ③ 단순 재미 및 취미생활
 ④ 친구들과 함께하기 위해 ⑤ 제작물로 개선되어야 하는 부분을 알리기 위해
 ⑥ 유튜브 등 활동을 위해 ⑦ 금전적인 이유 ⑧ 공모전 제출 ⑨ 과제 제출 ⑩ 기타()

3-3. (3>1번)제작 경험이 있다고 응답한 경우, 공모전 출품의 경험이 있나요? ① 있다 ② 없다

3-4. (3>1번)제작한 미디어콘텐츠(글/사진/영상 등)를 인터넷에 업로드 한 적이 있나요? ① 있다 ② 없다

3-5. (3-4>1번)업로드 경험이 있다면, 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 하는 이유를 골라주세요(최대 2개 복수선택)

- ① 나의 의견과 생각을 표현하고, 타인의 공감과 응원을 받고 싶다.
 ② 내 존재 자체를 알리고 홍보하고 싶다.
 ③ 새로운 사람들과의 관계를 형성하고 싶다.
 ④ 나의 진학 및 진로를 위한 포트폴리오를 남기고 싶다.
 ⑤ 다른 사람들도 하니까. 크게 의미는 없다.
 ⑥ 기타 ()

3-6. (3-4>1번)업로드한 경험이 있다면, 제작물을 게시한 플랫폼 및 사이트 등을 골라주세요(복수선택)

- ① 블로그 ② 밴드 ③ 유튜브 ④ 인스타그램 ⑤ 핀더레스트 ⑥ 페이스북 ⑦ 텀블러
 ⑧ 트위터 ⑨ 틱톡 ⑩ 포털(다음, 네이버 등) ⑪ 사운드클라우드 ⑫ 기타 ()

4. 콘텐츠를 제작할 때 어려웠던 점, 제작 경험이 없는 경우에는 그 이유를 골라주세요(최대 2개 복수선택)

- ① 미디어콘텐츠 제작스킬 부족 및 어려움 ② 팀원 및 동료와의 갈등
 ③ 함께할 사람(동료)이 없음 ④ 제작비 및 예산 등 금전적인 이유
 ⑤ 부모님 및 가족, 친구 등 주변인의 반대 ⑥ 장비 및 소프트웨어, 촬영 공간의 부재
 ⑦ 내가 표현하고자 하는 주제와 내용 전달의 어려움
 ⑧ 저작권, 초상권 등 법에 대해 몰라 잘못을 저지를까봐
 ⑨ 향후 제작한 콘텐츠에 대해 악성댓글 및 비판, 반대 의견에 대한 걱정
 ⑩ 제작 콘텐츠가 내가 원하지 않는 공간/기간까지 업로드가 될까봐
 ⑪ 기타 ()

Ⅲ. 내가 하고 싶은 미디어 프로그램과 참여했던 기억

1. 미디어 관련 프로그램의 참여 경험이 있나요? ① 있다 ② 없다

* 영상, 사진, 디자인, 음악, 글, 상담 등 미디어를 이용/활용한 모든 프로그램

1-1. (1>1번)참여경험이 있는 경우, 참여했던 미디어프로그램을 골라주세요(복수선택)

- ① 미디어콘텐츠 이해/분석/비평 교육 중심 활동
- ② 1~4회의 영화/사진/라디오 등 제작 실습 등
- ③ 4회 이상의 제작/실습 중심 장기형태
- ④ 영화/광고/사진/웹툰/디자인/음악 등 주체적 활동 (동아리 등)
- ⑤ 영화, 사진, 그림책 등을 활용한 미디어 치료/사이버폭력&미디어과의존 예방교육
- ⑥ 미디어 캠프 등 숙박 형태
- ⑦ 진로관련 프로그램 - 현장직업인 만남, 관련학과 체험
- ⑧ 기타()

1-2. (1>1번)참여경험이 있는 경우, 프로그램을 어떻게 알게 되었는지 골라주세요

- ① 학교 및 선생님 ② 지인 및 친구 ③ 부모님 ④ SNS(페이스북, 인스타그램 등)
- ⑤ 블로그 및 카페 ⑥ 뉴스, 신문 ⑦ 행사(박람회, 특강 등)를 통해 ⑧ 서울시 및 교육청 사이트
- ⑨ 홍보물품 ⑩ 포털 사이트 검색(키워드:) ⑪ 기타()

1-2-1. (1-2>1번)학교 및 선생님의 경우에 어떤 방식으로 알게 되었는지 골라주세요

- ① 공문 ② 포스터 ③ 학교 온라인 게시판 ④ 선생님 개별 면담 및 추천 ⑤ 기타()

2. 미디어프로그램에 참여하지 못한 경험이 있다면 그 이유를 골라주세요(최대 2개 복수선택)

- ① 비용 ② 홍보 및 정보부족 ③ 시간부족 및 일정중복 ④ 모집마감 ⑤ 혼자참가에 대한 부담감
- ⑥ 학업 ⑦ 미디어프로그램에 참여하고 싶지 않음 ⑧ 기타()

3. 향후 미디어프로그램의 참여기회가 있다면 신청할 의사가 있나요? ① 예 ② 아니오

3-1. (3>1번)신청할 의사가 있는 경우, 참여하고 싶은 미디어프로그램을 골라주세요(복수선택)

- ① 미디어콘텐츠 이해/분석/비평 교육 중심 활동
- ② 1~4회의 영화/사진/라디오 등 제작 실습 등
- ③ 4회 이상의 제작/실습 중심 장기형태
- ④ 영화/광고/사진/웹툰/디자인/음악 등 주체적 활동
- ⑤ 영화, 사진, 그림책 치료/사이버폭력&미디어과의존 예방교육
- ⑥ 미디어 캠프 숙박 형태
- ⑦ 현장직업인 만남, 관련학과 체험
- ⑧ 기타()

3-2. (3>1번)참여한다면 어떤 분야에 관심이 있는지 골라주세요(복수선택)

- ① 영상 ② 사진 ③ 순수미술 ④ 디자인 ⑤ 글 ⑥ 음악 ⑦ 융·복합미디어 ⑧ 기타()

4. 본인이 미디어체험프로그램 참여를 통해 기대하는 역량을 골라주세요(복수선택)

- ① 콘텐츠제작스킬 ② 융합능력 ③ 비판적사고 ④ 자기관리-자기주도적역량 ⑤ 의사소통능력
- ⑥ 문제해결능력 ⑦ 협업능력 ⑧ 창의성 ⑨기타()

5. 미디어분야 진로/직업체험을 한다면 만나보고 싶은 직업분야를 골라주세요.

- ① 기자 ② 아나운서 ③ PD ④ 작가 ⑤ 감독 ⑥ 사진작가 ⑦ 1인방송 제작가(유튜버)
- ⑧ 엔지니어(기술개발자) ⑨ 영상기술 편집자 ⑩ 디자이너 ⑪ 배우 ⑫ 웹툰작가 ⑬ 작곡/작사가
- ⑭ 가수 ⑮ 개발자 ⑯ 카메라감독 ⑰ 조명감독 ⑱ 음향감독 ⑲ 기타()

6. 미래에 미디어분야의 직업을 선택할 마음이 있나요? ① 예 ② 아니오

7. 현재 나에게 가장 필요하다고 생각하는 미디어교육을 골라주세요.

- ① 자율적으로 미디어 이용을 조절하는 능력 ② 미디어의 긍정적/부정적 효과에 대한 이해
- ③ 미디어 정보를 유익하게 활용하는 방법 ④ 미디어 기기 활용 및 콘텐츠 제작 방법
- ⑤ 미디어 이용 시 나와 타인의 권리를 지켜내는 방법 ⑥ 미디어 안의 정보를 분별하는 방법
- ⑦ 미디어를 활용해 자신을 표현하고 소통하는 방법
- ⑧ 기타 ()

8. 미디어를 올바르게 이해하고 활용하는 능력을 기르기 위해서 필요하다고 생각하는 것을 골라주세요.

- ① 이론 교육(개념에 대한 이해) ② 체험 및 실습 위주의 교육
- ③ 관련 정보 제공을 통한 자발적, 주체적 단체 활동(동아리, 제작모임, 토론 등)
- ④ 관련 정보에 대한 개인적 탐색 활동 ⑤ 전문가와의 만남 ⑥ 다양한 사례공유
- ⑦ 기타 ()

8-1. (8>1번) 본인이 생각했을 때 미디어 이론교육에 있어서 가장 적절한 교육과정을 골라주세요

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

8-1-1. 본인이 생각했을 때 미디어 이론교육에 가장 적절한 교육주기와 시간을 하나씩 체크해주세요

학기-○	평일-○	오전(12시 이전)-○
		오후(18시 이전)-○
방학-○	주말-○	저녁(18시 이후)-○

8-2. (8>2번) 본인이 생각했을 때 미디어 체험/실습에 있어서 가장 적절한 교육과정을 골라주세요

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

8-2-1. 본인이 생각했을 때 미디어 체험/실습에 가장 적절한 교육주기와 시간을 하나씩 체크해주세요

학기-○	평일-○	오전(12시 이전)-○
		오후(18시 이전)-○
방학-○	주말-○	저녁(18시 이후)-○

9. 본인이 생각했을 때 서울시립청소년미디어센터에서 진행하면 좋을 것 같은 청소년 프로그램을 적어주세요(서술)

IV. 미디어 공간과 콘텐츠에 대한 사실 확인

1. 제일 많이 이용하는 플랫폼을 골라주세요(최대 세 개 복수선택)

- ① 블로그 ② 밴드 ③ 페이스북 ④ 트위치 ⑤ 사운드클라우드 ⑥ 트위터 ⑦ 유튜브
- ⑧ 아프리카TV ⑨ 인스타그램 ⑩ 텀블러 ⑪ 스폰 ⑫ 틱톡 ⑬ 포털(다음, 네이버 등)
- ⑭ 핀더레스트 ⑮ OTT서비스(넷플릭스, 티빙 등) ⑯ 기타 ()

2. 플랫폼에서 주로 접하는 콘텐츠의 주제를 골라주세요(최대 세 개 복수선택)

- ① 교육·문화(진로, 진학, 예술) ② 정치(선거, 정부, 국회) ③ 경제(비즈니스, 가계, 주식)
- ④ 사회(사건사고, 범죄) ⑤ 국제(국제정치, 국제경제) ⑥ 과학·기술(IT) ⑦ 연예·오락
- ⑧ 스포츠 ⑨ 생활(여가, 날씨, 패션, 건강) ⑩ 지역/정보 ⑪ 사설·칼럼 ⑫ 기타()

2-1. 이런 주제의 콘텐츠를 접하게 된 경로/방법을 골라주세요

- ① 직접 찾음 ② 플랫폼의 메인화면(알고리즘) ③ 소셜 미디어(SNS) 추천 콘텐츠
- ④ 친구 및 SNS 지인의 게시물 ⑤ 친구 및 SNS 지인의 좋아요/공유 ⑥ 기타()

3. 새로운 정보를 확인할 때 사실에 근거한 내용인지 생각하나요?

전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

3-1. 나는 새로운 정보에 대해 사실인지 확인 해본 적이 있나요? ① 네 ② 아니오

4. 본인이 미디어리터러시에 대해서 알고 있는 정도를 골라주세요

* 미디어리터러시 : 각종 미디어 정보를 주체성을 갖고 이해하고 해석 할 수 있는 능력

전혀 모른다	모른다	보통이다	알고 있다	잘 알고 있다
①	②	③	④	⑤

5. 나는 미디어에서 접하는 다양한 정보를 올바르게 이해하고, 활용하는 교육이 필요하다고 생각하나요?

매우 불필요하다	불필요하다	보통이다	필요하다	매우 필요하다
①	②	③	④	⑤

6. 코로나사태 이후 당신의 미디어(영상/SNS 등)사용량이 증가하였나요?

매우 줄었다	줄었다	똑같다	늘었다	매우 늘었다
①	②	③	④	⑤

6-1. (5)>4~5번)미디어 사용량이 증가한 후 부정적 경험이 있나요?

매우 적다	적다	보통이다	많다	매우 많다	전혀 없다
①	②	③	④	⑤	⑥

6-1-1. (6-1)>1~5번)본인이 겪은 부정적인 경험에 대해 골라주세요(복수선택)

- ① 개인정보유출(초상권 및 정보도용 등) ② 사이버폭력(언어폭력, 명예훼손, 따돌림 등)
- ③ SNS범죄(사기 및 스토킹 등) ④ 성인매체접근 ⑤ 유해광고노출 ⑥ 가짜뉴스/선동 ⑦ 기타()

6-2. (6-1)>1~5번)미디어 사용량이 증가한 후 나 자신의 문제나 주변인과 갈등이 있었나요?

매우 적다	적다	보통이다	많다	매우 많다	전혀 없다
①	②	③	④	⑤	⑥

6-2-1. (5-2>1~5번)본인이 겪은 나와 내 주변의 문제/갈등에 대해 골라주세요

- ① 부모님 등 가족과의 다툼 ② 친구와의 소통부재 ③ 학교 및 학원 등 학업에 지장
- ④ 시력, 체력 등 건강 저하 ⑤ 의욕저하로 인한 무기력증 ⑥ 기타()

V. 온라인/비대면 교육 및 프로그램에 대해서

1. 참여했던 온라인/비대면 교육 및 프로그램을 골라주세요(복수선택)

- ① 학교정규수업 ② 동아리활동 ③ 관심영역 강의 ④ 진로/직업 체험 ⑤ 온라인 상담
- ⑥ 기타()

1-1. 참여했을 때 어떤 기기/장비를 이용하였는지 골라주세요

- ① 데스크탑 PC ② 노트북 ③ 스마트폰 ④ 태블릿PC(아이패드, 탭등) ⑤ 기타()

2. 서울시에서 제공하는 온라인/비대면 청소년 프로그램에 참여할 마음이 있나요? ① 예 ② 아니오

3. 온라인/비대면 프로그램에 가장 적절한 교육주기와 시간을 하나씩 체크해주세요

학기-○	평일-○	오전(12시 이전)-○
		오후(18시 이전)-○
방학-○	주말-○	저녁(18시 이후)-○

4. 본인이 생각하는 온라인/비대면 프로그램 참여 시 좋았던 점을 골라주세요

- ① 공간적 제한이 없음 ② 새로운 활동에 대한 접근 ③ 이동시간 단축 ④ 타인과의 접촉 최소화
- ⑤ 프로그램의 학습 및 이해도 상승 ⑥ 기타() ⑦ 없음

5. 본인이 생각하는 온라인/비대면 프로그램 참여 시 불편했던 점을 골라주세요

- ① 피로감/집중력 떨어짐 ② 의사소통 힘들 ③ 온라인 소프트웨어의 사용 어려움
- ④ 프로그램 다양성 부족 ⑤ 기관 및 학교의 온라인/비대면 진행 미숙함
- ⑥ 시력 저하, 자세 등 건강 문제 ⑦ 컴퓨터 및 프로그램을 위한 장비 부족 ⑧ 기타() ⑨ 없음

5-1. (5>1~6번)불편한 점이 있는 경우, 본인이 생각하는 해결 방안을 적어주세요(서술)

VI. 4차 산업혁명과 청소년

1. 본인의 4차 산업혁명에 대한 인식/정보 수준을 골라주세요

- * 제4차 산업혁명 : 인공지능으로 자동화와 연결성이 극대화되는 산업 환경의 변화
- 인공지능(AI), 사물인터넷(IoT), 로봇기술, 드론, 자율주행차, 가상현실(VR) 등이 주도하는 차세대 산업혁명

매우 적음	적음	보통	많음	매우 많음
①	②	③	④	⑤

1-1. 4차 산업혁명과 관련한 정보를 습득하는 경로를 골라주세요

- ① 학교 ② 학원 ③ 청소년기관 ④ 부모님/가족 ⑤ 친구/지인 ⑥ 도서 ⑦ 인터넷 ⑧ 기타()

2. 4차 산업혁명에 관심이 있는 분야에 대해 골라주세요(최대 2개 복수선택)

- ① 빅데이터(빅데이터 개방, 활용) ② 차세대통신(5G, IoT 상용화) ③ 인공지능(AI 핵심기술 개발)
- ④ 가상증강현실(VR/AR 융합) ⑤ 드론(무인기) ⑥ 첨단소재(고도의 과학 기술을 이용하여 만든 재료)
- ⑦ 지능형로봇(서비스로봇) ⑧ 신재생에너지(지속 가능한 에너지 공급 체계) ⑨ 기타() ⑩ 모른다

3. 다음은 전문가들이 4차산업혁명과 관련하여 중요하다고 제안한 역량입니다. 다음 역량 중 여러분들 개인의 노력으로 획득하기 어려워 누군가의 도움이 필요한 역량은 무엇인가요?(최대 2개 복수선택)

- ① 콘텐츠제작스킬 ② 협업능력 ③ 비판적사고 ④ 자기관리-자기주도적역량 ⑤ 의사소통능력
- ⑥ 문제해결능력 ⑦ 융합능력 ⑧ 창의성 ⑨기타()

4. 4차 산업혁명과 관련한 관심 분야의 체험활동에 자발적으로 참여할 마음이 있나요?

전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

4-1. (4>3~5)참여할 마음이 있다면, 가장 참여 하고 싶은 프로그램을 골라주세요

- ① 드론비행/증강현실/디지털아트 등 신기술을 이용한 미디어제작 프로그램
- ② 빅데이터를 활용한 다양한 정보에 대한 수집과 분석 프로그램
- ③ 인간중심적+창의적 문제해결을 위한 생각정리기법 디자인싱킹 프로그램
- ④ 미디어와 다른 분야를 결합한 미디어융합프로그램 (게임X사진, AR도서X영상 등)
- ⑤ 인공지능 AI와 코딩 등 직접 프로그래밍, 교구체험 및 제작 프로그램
- ⑥ 현실에서 가능하지 못한 작업을 해낼 수 있는 가상공간에서의 메타버스 프로그램
- ⑦ 기타()

5. 4차 산업혁명과 관련한 최신 기술을 배우고 습득하는데 대한 걱정이 있나요? ① 예 ② 아니요

5-1. (5>1)배우고 습득에 있어 걱정이 있다면 어떤 걱정인지 골라주세요

- ① 4차산업혁명을 알지 못하기 때문에 ② 배우고 습득하는 것에 대한 어려움 ③ 비용/금전적인 측면
- ④ 정규교과 과정과 병행하기엔 시간적 여유 없음 ⑤ 학습할 장소/기관에 대한 정보 부족 ⑥ 기타()

6. 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 긍정적 영향이라고 생각하는 것을 골라주세요

- ① 로봇활용으로 편리한 생활 ② 수명연장/질병으로부터의 해방 ③ 범죄없는사회 ④ 복지사회
- ⑤ 새로운 기술의 발견 ⑥ 여가시간의 증대 ⑦ 노동의 자유 ⑧ 사교육/입시경쟁으로부터의 해방 ⑨ 여유로운 삶
- ⑩ 편리한 교통 ⑪ 다양한 교육의 기회 ⑫ 공유경제활성화 ⑬ 빈부격차해소 ⑭ 학교공간 확대 ⑮ 기타()

7. 4차 산업혁명이 우리 삶에 미칠 부정적 영향이라고 생각하는 것을 골라주세요

- ① 일자리 축소문제 ② 사회계층의 양극화 ③ 생태계 파괴 ④ 빈부격차 심화
- ⑤ 신종 범죄 증가 ⑥ 로봇과 인간의 갈등 ⑦ 인구감소 문제 ⑧ 기후변화
- ⑨ 개인 사생활 침해 ⑩ 사이버 해킹 증가 ⑪ 초고령화 문제 ⑫ 감시받는 사회
- ⑬ 사회적 불평등 ⑭ 인간관계 파괴 ⑮ 기타()

8. 4차 산업혁명과 관련하여 프로그램 및 활동에 대해 아쉬웠던 점이나 제안하고 싶은 부분이 있다면 아래 적어주세요

Ⅶ.개인정보 수집 및 활용에 대한 동의(선택)-기프티콘 발송용

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

***동의 시, 참여하신 분들 중 선착순 500분에게 2,000원 상당의 모바일 기프티콘을 발송해 드립니다.**

이름		휴대폰번호	
----	--	-------	--

2. 개인정보 수집

- 관리부서 : 서울시립청소년미디어센터 미디어교육팀
- 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)

2021 청소년 미디어 수요조사 결과분석 보고서

- 발행인 이정연(서울시립청소년미디어센터 관장)
- 금길호(서울시립청소년미디어센터 운영부장)
 유정민(서울시립청소년미디어센터 사업과장)
 윤지윤(서울시립청소년미디어센터 미디어교육팀장)
 견상진(서울시립청소년미디어센터 미디어교육팀)
편집인 이지우(서울시립청소년미디어센터 기획홍보팀)
 나은영(서강대학교 미디어&엔터테인먼트학과)
 김용환(동국대학교 미디어커뮤니케이션학과)
 유재후(서울시립청소년미디어센터 청소년운영위원회)
- 발행일 2022년 1월
- 주 소 04322 서울특별시 용산구 한강대로 255(갈월동 101-5)
- 연락처 02-795-8000 / FAX. 02-798-0014
- 누리집 www.ssro.net

2021청소년미디어수요조사

일러스트 한혜원 (평택여자고등학교)
2021 제21회 대한민국청소년미디어대전메인포스터 디자인

 **서울시립청소년미디어센터**

04322 서울특별시 용산구 한강대로 255 (갈월동 101-5)

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

www.ssro.net