



# 2023 청소년미디어수요조사



 서울특별시

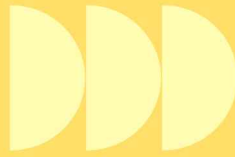
 시립청소년미디어센터

 푸른나무재단  
The Blue Tree Foundation





# 목 차



## 제1장 조사개요

1. 조사 목적	3
2. 조사 설계	3
3. 조사 내용	4
4. 분석 방법	5
5. 응답자 특성	5

## 제2장 조사 결과 요약

1. 미디어콘텐츠 제작 경험	9
2. 미디어프로그램 참여 경험	10
3. 미디어리터러시와 저작권	11
4. 미디어와 AI(인공지능)	12

## 제3장 조사 결과 분석

1. 미디어 이용 현황	15
2. 미디어콘텐츠 제작 경험	18
3. 미디어프로그램 참여 경험	27
4. 미디어공간과 콘텐츠	44
5. 미디어리터러시와 저작권	52
6. 미디어와 AI(인공지능)	72

## 제4장 결론 및 제언

1. 결론 및 제언	81
------------	----

## (부록) 설문지

- 표 -

**제3장 - 조사 결과 분석**

〈표 3-1〉 현재 참여하고 있는 미디어 활동 .....	15
〈표 3-2〉 시립청소년미디어센터 인지 여부 .....	16
〈표 3-3〉 시립청소년미디어센터 인지 경로 .....	17
〈표 3-4〉 미디어콘텐츠 제작 경험 .....	18
〈표 3-5〉 제작 경험이 있는 미디어콘텐츠 .....	19
〈표 3-6〉 미디어콘텐츠를 제작한 이유 .....	20
〈표 3-7〉 미디어콘텐츠를 제작할 때 어려웠던 점 .....	21
〈표 3-8〉 미디어콘텐츠 제작 경험이 없는 이유 .....	22
〈표 3-9〉 미디어콘텐츠 공모전 출품 경험 .....	23
〈표 3-10〉 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험 .....	24
〈표 3-11〉 미디어콘텐츠를 게시한 플랫폼 및 사이트 .....	25
〈표 3-12〉 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 한 이유 .....	26
〈표 3-13〉 미디어 관련 프로그램 참여 경험 .....	27
〈표 3-14〉 참여했던 미디어 프로그램 .....	28
〈표 3-15〉 참여 프로그램 인지 경험 .....	29
〈표 3-16〉 프로그램 참여 경험이 없는 이유 .....	30
〈표 3-17〉 프로그램 참여 신청 의사 .....	31
〈표 3-18〉 미디어 프로그램 관심 분야 .....	32
〈표 3-19〉 참여하고 싶은 미디어 프로그램 .....	33
〈표 3-20〉 미디어프로그램 참여를 통해 스스로 기대하는 것 .....	34
〈표 3-21〉 미디어 분야 직업 선택 가능성 .....	35
〈표 3-22〉 진로/직업체험 시 원하는 직업 분야 .....	37
〈표 3-23〉 원하는 미디어 활동 및 프로그램 .....	38
〈표 3-24〉 적절한 미디어 프로그램 교육 과정 .....	39
〈표 3-25〉 적절한 미디어 프로그램 교육 시기 .....	40
〈표 3-26〉 적절한 미디어 프로그램 교육 요일 .....	41
〈표 3-27〉 적절한 미디어 프로그램 교육 시간 .....	42
〈표 3-28〉 선호하는 미디어프로그램 교육 방식 .....	43
〈표 3-29〉 여가시간에 자주 이용하는 플랫폼 .....	45
〈표 3-30〉 궁금하거나 필요한 정보가 있을 때 자주 이용하는 플랫폼 .....	46
〈표 3-31〉 미디어 이용 시 가장 선호하는 콘텐츠 .....	48
〈표 3-32〉 가장 자주 이용하는 OTT 플랫폼 .....	49
〈표 3-33〉 다른 사람과 연락할 때 가장 많이 이용하는 수단 .....	50
〈표 3-34〉 가장 좋아하고 자주 보는 플랫폼/채널명 .....	51
〈표 3-35〉 미디어리터러시 교육 여부 .....	52

〈표 3-36〉 미디어리터러시 교육 장소 .....	53
〈표 3-37〉 정보의 사실 여부 확인 경험 .....	54
〈표 3-38〉 미디어리터러시 인지 정도 .....	55
〈표 3-39〉 미디어 이해 및 활용 교육 필요 정도 .....	56
〈표 3-40〉 미디어콘텐츠를 접하는 시간 .....	57
〈표 3-41〉 미디어 이용으로 인해 일상생활에서 문제를 겪은 경험 .....	58
〈표 3-42〉 미디어 이용으로 인해 겪은 문제의 내용 .....	59
〈표 3-43〉 미디어를 이용하면서 겪어본 역기능 .....	60
〈표 3-44〉 미디어 역기능 경험 후 대처 내용 .....	61
〈표 3-45〉 미디어 역기능과 관련하여 가장 필요하다고 생각하는 교육 .....	62
〈표 3-46〉 미디어 저작권 교육 여부 .....	63
〈표 3-47〉 미디어 저작권 교육 장소 .....	64
〈표 3-48〉 미디어콘텐츠를 이용/제작 시 저작권 보호 여부 .....	65
〈표 3-49〉 평소 저작권에 대해 고민되는 상황 .....	66
〈표 3-50〉 미디어를 제작/이용하면서 겪은 경험 .....	67
〈표 3-51〉 저작권에 대해 인지하는 정도 .....	68
〈표 3-52〉 저작권 교육 필요 정도 .....	69
〈표 3-53〉 미디어 관련하여 나에게 필요하다고 생각하는 교육 .....	70
〈표 3-54〉 미디어 활용 능력을 기르기 위해 가장 필요한 교육 형식 .....	71
〈표 3-55〉 AI 인지 정도 .....	72
〈표 3-56〉 사용 경험이 있는 AI 기술 .....	73
〈표 3-57〉 AI와 AI 기술 신뢰 정도 .....	74
〈표 3-58〉 AI 관련 교육 경험 .....	75
〈표 3-59〉 AI를 활용한 미디어콘텐츠 제작 시 참여 의향 .....	76
〈표 3-60〉 참여해보고 싶은 AI를 이용한 미디어 활동 .....	77
〈표 3-61〉 AI기술을 활용한 미디어콘텐츠 제작에 대한 생각 .....	78

# - 그림 -

## 제2장 조사 결과 요약

〈그림 2-1〉 미디어콘텐츠 제작 경험 및 이유 .....	9
〈그림 2-2〉 미디어콘텐츠 출품 및 업로드 경험 .....	9
〈그림 2-3〉 참여경험이 있는 미디어 프로그램 .....	10
〈그림 2-4〉 참여의사가 있는 미디어 프로그램 .....	10
〈그림 2-5〉 미디어 역기능 및 대처 행동 .....	11
〈그림 2-6〉 미디어 저작권 관련 경험 .....	11
〈그림 2-7〉 시를 활용한 미디어 활동 .....	12
〈그림 2-8〉 시를 활용한 콘텐츠 제작에 대한 생각 .....	12

## 제3장 조사 결과 분석

〈그림 3-1〉 현재 참여하고 있는 미디어 활동 .....	15
〈그림 3-2〉 시립청소년미디어센터 인지 여부 .....	16
〈그림 3-3〉 시립청소년미디어센터 인지 경로 .....	17
〈그림 3-4〉 미디어콘텐츠 제작 경험 .....	18
〈그림 3-5〉 제작 경험이 있는 미디어콘텐츠 .....	19
〈그림 3-6〉 미디어콘텐츠를 제작한 이유 .....	20
〈그림 3-7〉 미디어콘텐츠를 제작할 때 어려웠던 점 .....	21
〈그림 3-8〉 미디어콘텐츠 제작 경험이 없는 이유 .....	22
〈그림 3-9〉 미디어콘텐츠 공모전 출품 경험 .....	23
〈그림 3-10〉 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험 .....	24
〈그림 3-11〉 미디어콘텐츠를 게시한 플랫폼 및 사이트 .....	25
〈그림 3-12〉 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 한 이유 .....	26
〈그림 3-13〉 미디어 관련 프로그램 참여 경험 .....	27
〈그림 3-14〉 참여했던 미디어프로그램 .....	28
〈그림 3-15〉 참여 프로그램 인지 경로 .....	29
〈그림 3-16〉 프로그램 참여 경험이 없는 이유 .....	30
〈그림 3-17〉 프로그램 참여 신청 의사 .....	31
〈그림 3-18〉 미디어 프로그램 관심 분야 .....	32
〈그림 3-19〉 참여하고 싶은 미디어 프로그램 .....	33
〈그림 3-20〉 미디어프로그램 참여를 통해 스스로 기대하는 것 .....	34
〈그림 3-21〉 미디어 분야 직업 선택 가능성 .....	35
〈그림 3-22〉 진로/직업 체험 시 원하는 직업 분야 .....	36
〈그림 3-23〉 적절한 미디어 프로그램 교육 과정 .....	39
〈그림 3-24〉 적절한 미디어 프로그램 교육 시기 .....	40
〈그림 3-25〉 적절한 미디어 프로그램 교육 요일 .....	41

<그림 3-26> 적절한 미디어 프로그램 교육 시간 .....	42
<그림 3-27> 선호하는 미디어프로그램 교육 방식 .....	43
<그림 3-28> 여가시간에 자주 이용하는 플랫폼 .....	44
<그림 3-29> 궁금하거나 필요한 정보가 있을 때 자주 이용하는 플랫폼 .....	46
<그림 3-30> 미디어 이용 시 가장 선호하는 콘텐츠 .....	47
<그림 3-31> 가장 자주 이용하는 OTT 플랫폼 .....	49
<그림 3-32> 다른 사람과 연락할 때 가장 많이 이용하는 수단 .....	50
<그림 3-33> 미디어리터러시 교육 여부 .....	52
<그림 3-34> 미디어리터러시 교육 장소 .....	53
<그림 3-35> 정보의 사실 여부 확인 경험 .....	54
<그림 3-36> 미디어리터러시 인지 정도 .....	55
<그림 3-37> 미디어 이해 및 활용 교육 필요 정도 .....	56
<그림 3-38> 미디어콘텐츠를 접하는 시간 .....	57
<그림 3-39> 미디어 이용으로 인해 일상생활에서 문제를 겪은 경험 .....	58
<그림 3-40> 미디어 이용으로 인해 겪은 문제의 내용 .....	59
<그림 3-41> 미디어를 이용하면서 겪어본 역기능 .....	60
<그림 3-42> 미디어 역기능 경험 후 대처 내용 .....	61
<그림 3-43> 미디어 역기능과 관련하여 가장 필요하다고 생각하는 교육 .....	62
<그림 3-44> 미디어 저작권 교육 여부 .....	63
<그림 3-45> 미디어 저작권 교육 장소 .....	64
<그림 3-46> 미디어콘텐츠를 이용/제작 시 저작권 보호 여부 .....	65
<그림 3-47> 평소 저작권에 대해 고민되는 상황 .....	66
<그림 3-48> 미디어를 제작/이용하면서 겪은 경험 .....	67
<그림 3-49> 저작권에 대해 인지하는 정도 .....	68
<그림 3-50> 저작권 교육 필요 정도 .....	69
<그림 3-51> 미디어 관련하여 나에게 필요하다고 생각하는 교육 .....	70
<그림 3-52> 미디어 활용 능력을 기르기 위해 가장 필요한 교육 형식 .....	71
<그림 3-53> AI 인지 정도 .....	72
<그림 3-54> 사용 경험이 있는 AI 기술 .....	73
<그림 3-55> AI와 AI 기술 신뢰 정도 .....	74
<그림 3-56> AI 관련 교육 경험 .....	75
<그림 3-57> AI를 활용한 미디어콘텐츠 제작 시 참여 의향 .....	76
<그림 3-58> 참여해보고 싶은 AI를 이용한 미디어 활동 .....	77
<그림 3-59> AI기술을 활용한 미디어콘텐츠 제작에 대한 생각 .....	78

# 제1장 조사개요







## 1. 조사목적

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 미디어를 소비하고 제작하는 환경이 편리하고 간소화됨에 따라 청소년에게 미디어는 삶의 일부가 되어 미디어리터러시 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.

			
2017년도	2018년도	2019년도	2021년도

## 2. 조사 설계

구분	내용
조사 대상	• 12세 이상 ~ 24세 이하 청소년
조사 기간	• 2023년 10월 23일 ~ 2023년 11월 23일
조사 방법	• 구조화된 설문지를 활용한 온라인 조사
표본 크기	• 512표본
조사 기관	• (주)서던포스트



## 3. 조사 내용

구분	내용	
기본정보	<ul style="list-style-type: none"> <li>연령</li> <li>거주지역</li> <li>참여하고 있는 미디어 활동</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>성별</li> <li>소속</li> <li>시립청소년미디어센터 인지 여부</li> </ul>
미디어콘텐츠 제작 경험	<ul style="list-style-type: none"> <li>미디어콘텐츠 제작 경험</li> <li>제작 경험이 있는 콘텐츠</li> <li>미디어콘텐츠를 제작한 이유</li> <li>콘텐츠를 제작할 때 어려웠던 점</li> <li>콘텐츠 제작 경험이 없는 이유</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>미디어콘텐츠 공모전 출품 경험</li> <li>미디어콘텐츠 업로드 경험</li> <li>콘텐츠를 게시한 플랫폼 및 사이트</li> <li>콘텐츠를 인터넷에 업로드한 이유</li> </ul>
미디어프로그램 참여 경험	<ul style="list-style-type: none"> <li>미디어 관련 프로그램 참여 경험</li> <li>참여했던 미디어프로그램</li> <li>참여 프로그램 인지 경로</li> <li>프로그램 참여 경험이 없는 이유</li> <li>프로그램 참여 신청 의사</li> <li>관심있는 분야</li> <li>참여하고 싶은 미디어 프로그램</li> <li>미디어프로그램 참여를 통해 스스로 기대하는 것</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>미디어분야 직업 선택 가능성</li> <li>진로/직업체험 원하는 직업 분야</li> <li>원하는 미디어 활동 및 프로그램</li> <li>적절한 미디어프로그램 교육과정</li> <li>적절한 미디어 교육 시기</li> <li>적절한 미디어 교육 요일</li> <li>적절한 미디어 교육 시간</li> <li>선호하는 교육 방식</li> </ul>
미디어공간과 콘텐츠	<ul style="list-style-type: none"> <li>여가시간에 자주 이용하는 플랫폼</li> <li>궁금하거나 필요한 정보가 있을 때 자주 이용하는 플랫폼</li> <li>미디어 이용 시 가장 선호하는 콘텐츠</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>가장 자주 이용하는 OTT플랫폼</li> <li>다른 사람과 연락할 때 가장 많이 이용하는 수단</li> <li>가장 좋아하고 자주 보는 플랫폼/채널명</li> </ul>
미디어리터러시와 저작권	<ul style="list-style-type: none"> <li>미디어리터러시 교육 여부</li> <li>미디어리터러시 교육 장소</li> <li>정보의 사실 여부 확인 경험</li> <li>미디어리터러시 인지 정도</li> <li>미디어 이해 및 활용 교육 필요 정도</li> <li>미디어콘텐츠를 접하는 시간</li> <li>미디어 이용으로 인해 일상 생활에서 문제를 겪은 경험</li> <li>미디어 이용으로 인해 겪은 문제의 내용</li> <li>미디어를 이용하면서 겪어본 역기능</li> <li>미디어 역기능 경험 후 대처 내용</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>미디어 역기능과 관련하여 가장 필요하다고 생각하는 교육</li> <li>미디어 저작권 교육 여부</li> <li>미디어 저작권 교육 장소</li> <li>미디어콘텐츠를 이용/제작시 저작권 보호 여부</li> <li>평소 저작권에 대해 고민되는 상황</li> <li>미디어를 제작/이용하면서 겪은 경험</li> <li>저작권에 대해 인지하는 정도</li> <li>저작권 교육 필요 정도</li> <li>미디어 관련하여 나에게 가장 필요하다고 생각하는 교육</li> <li>미디어 활용 능력을 기르기 위해 가장 필요한 교육 형식</li> </ul>
미디어와 AI (인공 지능)	<ul style="list-style-type: none"> <li>AI 인지 정도</li> <li>AI 기술 관련 사용해 본 것</li> <li>AI와 AI 결과 신뢰 정도</li> <li>AI 관련 교육 경험</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>AI를 활용한 미디어콘텐츠 제작 시 참여 의향</li> <li>참여해보고 싶은 AI를 이용한 미디어 활동</li> <li>AI기술을 활용하여 미디어콘텐츠를 제작하는 것에 대한 생각</li> </ul>



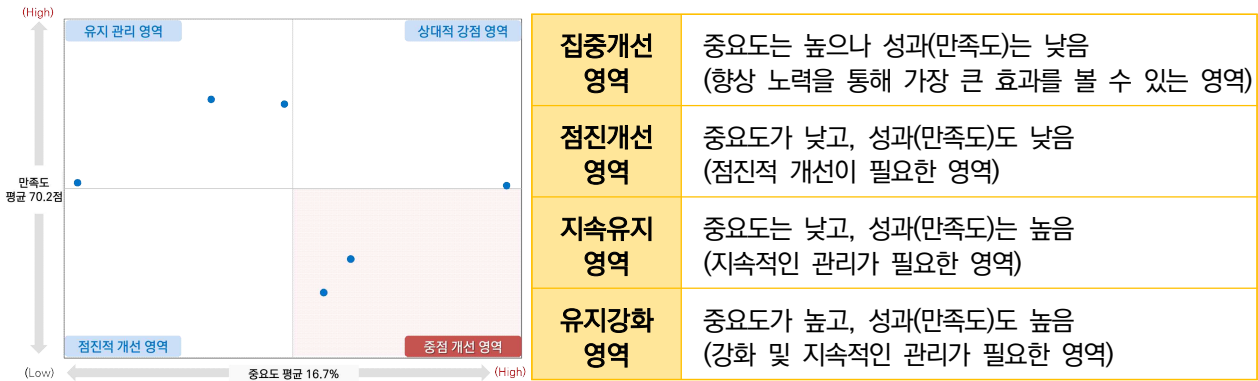
## 4. 분석 방법

### 1) 점수 산출 방법

구분	매우 부정	부정	보통	긍정	매우 긍정
5점 척도	1	2	3	4	5
100점 만점	0	25.0	50.0	75.0	100.0

### 2) 포트폴리오 분석

- 평가항목 중 응답자가 중요하게 여기지만, 그에 비해 만족도가 낮은 항목을 찾아 개선할 수 있도록 돕는 분석방법
- 항목들의 상대적 중요도와 만족도 점수를 기준으로 사분면으로 구분하여 우선적인 개선이 필요한 영역을 탐색
- 항목들의 중요도는 각 차원의 전반적 만족도를 종속변수로, 각 항목의 점수들을 독립변수로 두어 회귀분석을 통해 산출된 회귀계수를 이용함



## 5. 응답자 특성

구분		사례수	%
전체		(512)	100.0
성별	여성	(354)	69.1
	남성	(158)	30.9
지역	서울	(184)	35.9
	서울 외 거주	(328)	64.1
소속	초등학생	(65)	12.7
	중학생	(155)	30.3
	고등학생	(155)	30.3
	특성화고등학생	(45)	8.8
	학교 밖 청소년(대안학교 학생)	(27)	5.3
	후기 청소년(대학생)	(65)	12.7



## 제2장

# 조사 결과 요약







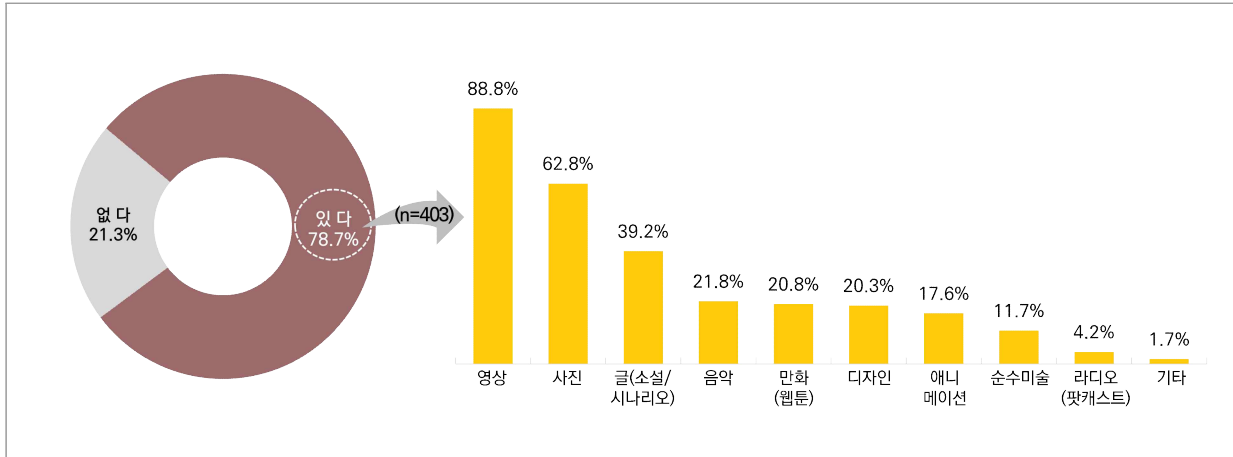
## 1. 미디어콘텐츠 제작 경험

### 1) 미디어콘텐츠 제작 경험 및 이유

- 미디어콘텐츠 제작 경험과 이유를 조사한 결과, '경험이 있다'는 응답은 78.7%로 나타났으며 '영상'을 제작하였다는 응답이 88.8%로 가장 높았고, '사진'(62.8%), '글(소설/시나리오)'(39.2%) 등이 뒤를 이음

〈그림2-1〉 미디어콘텐츠 제작 경험 및 이유

(n=512, 단위: %)

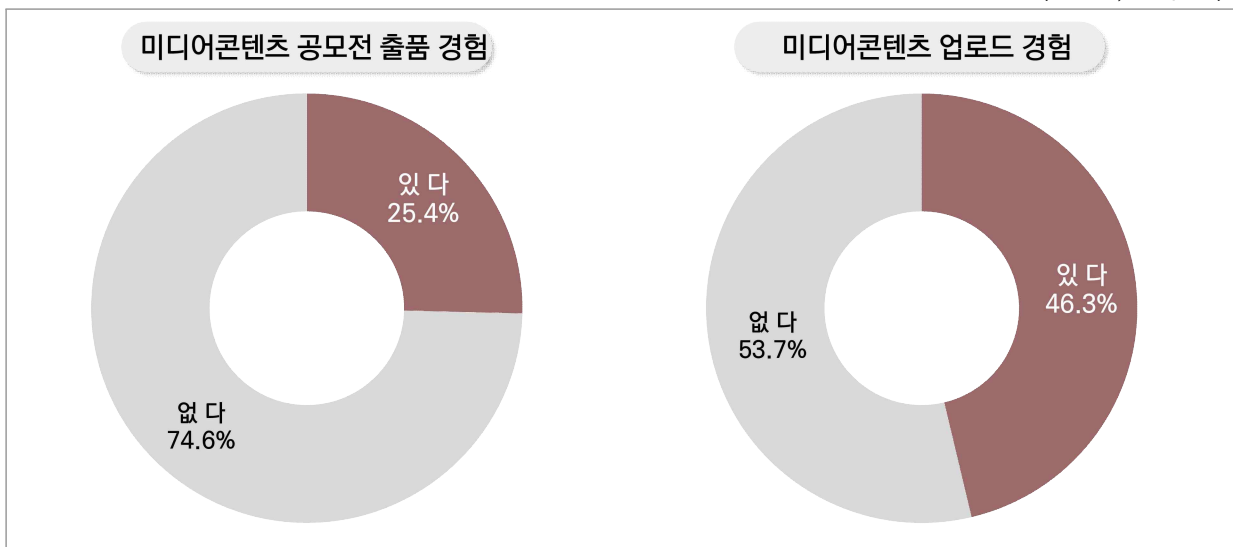


### 2) 미디어콘텐츠 출품 및 업로드 경험

- 미디어콘텐츠 출품 경험과 업로드 경험을 살펴보면, 공모전 '출품 경험이 있다'는 응답이 전체 중 25.4%로 나타났고 '업로드 경험이 있다'는 응답은 46.3%로서 미디어콘텐츠 공모전 출품 대비 업로드 경험자의 수가 더 높은 것으로 나타남

〈그림2-2〉 미디어콘텐츠 출품 및 업로드 경험

(n=512, 단위: %)





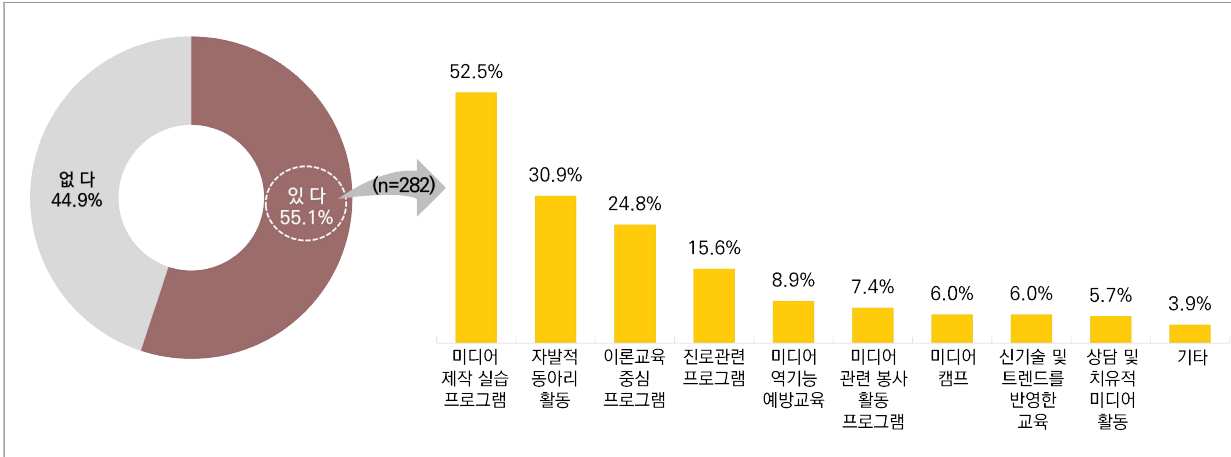
## 2. 미디어프로그램 참여 경험

### 1) 참여 경험이 있는 미디어프로그램

- 참여 경험이 있는 미디어프로그램을 조사한 결과, '참여 경험이 있다'고 한 응답자는 55.1%로 조사되었으며 그 중 '미디어 제작 실습 프로그램'이 52.5%로 가장 높았고 이어 '자발적 동아리 활동'(30.9%), '이론교육 중심 프로그램'(24.8%) 등의 순으로 나타남

〈그림2-3〉 참여경험이 있는 미디어프로그램

(n=512, 단위: %)

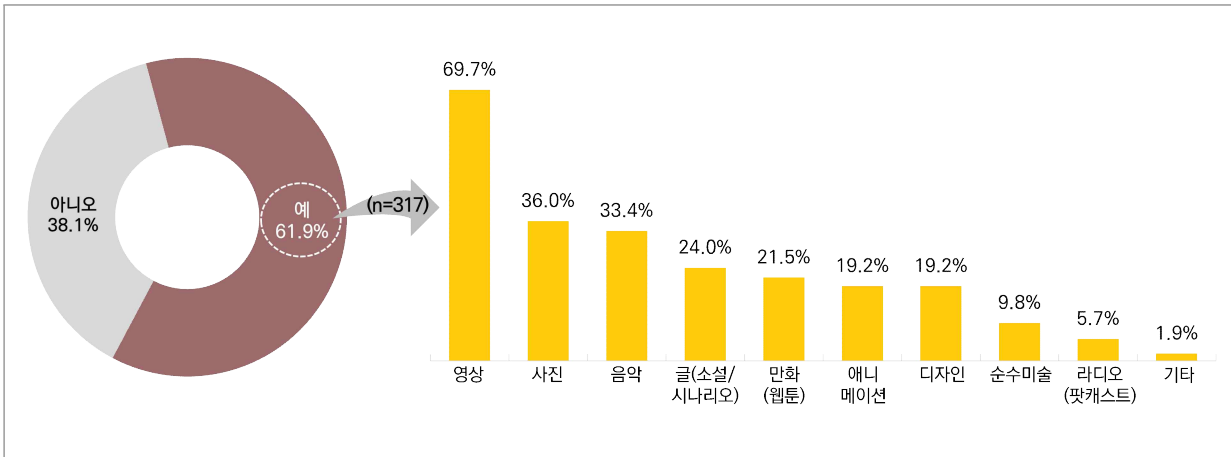


### 2) 참여의사가 있는 미디어프로그램

- 참여의사가 있는 미디어프로그램을 조사한 결과, 전체 응답자 중 '참여의사가 있다'고 응답한 비율은 61.9%로 조사되었으며 미디어프로그램으로는 '영상'(69.7%), '사진'(36.0%) 등이 높은 반면, '라디오(팟캐스트)'(5.7%)나 '순수미술'(9.8%)은 낮게 나타남

〈그림2-4〉 참여의사가 있는 미디어프로그램

(n=512, 단위: %)





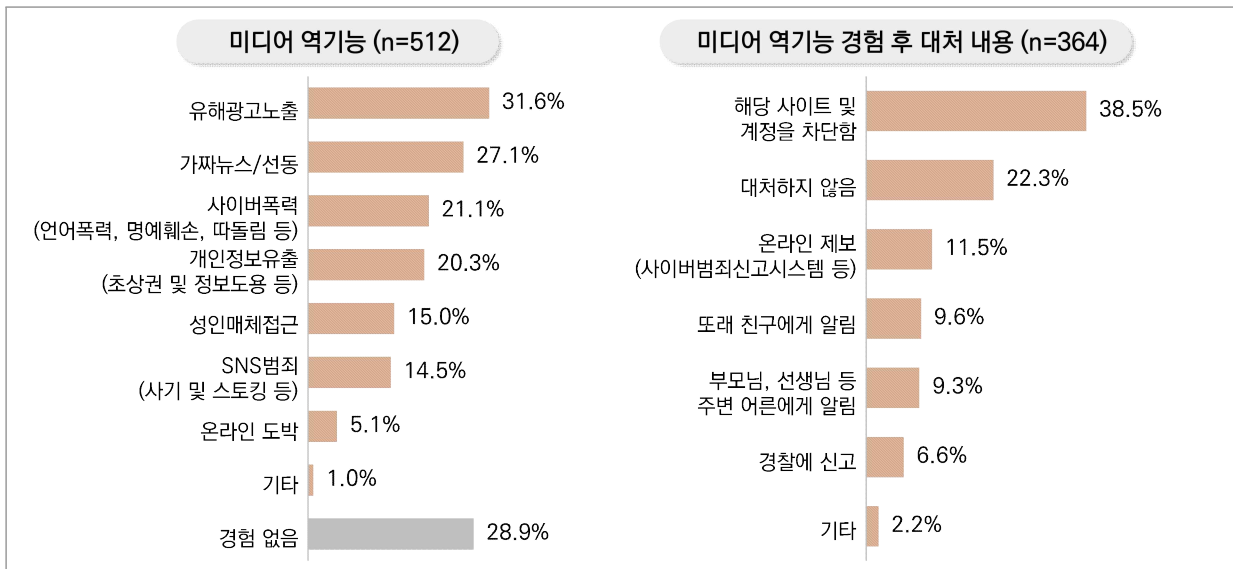
### 3. 미디어리터러시와 저작권

#### 1) 미디어 역기능 및 대처 행동

- 미디어 역기능 및 대처 행동을 살펴보면, 미디어 역기능에서는 '유해광고노출'이라는 응답자가 31.6% 가장 높았고 다음으로 '가짜뉴스/선동'이 27.1%, '사이버폭력'이 21.1%, '개인정보유출'은 20.3% 등으로 나타남
- 미디어 역기능 경험 후 대처 내용을 조사한 결과로는, '해당 사이트 및 계정을 차단함'(38.5%), '대처하지 않음'(22.3%), '온라인 제보'(11.5%) 등의 순임

〈그림2-5〉 미디어 역기능 및 대처 행동

(n=512, 단위: %)

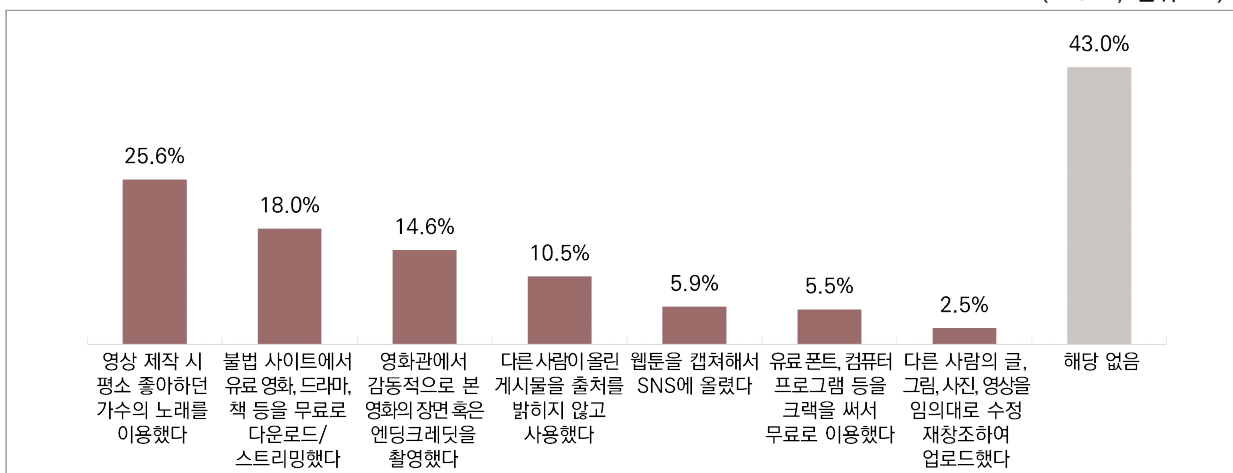


#### 2) 미디어 저작권 관련 경험

- 미디어 저작권 관련 경험을 조사한 결과, '해당 없다'고 답한 43.0%를 제외하면 '영상 제작 시 평소 좋아하던 가수의 노래를 이용했다'는 응답자가 25.6%로 비교적 높았고 '불법 사이트에서 유료 영화, 드라마, 책 등을 무료로 다운로드/스트리밍 했다'가 18.0%로 뒤를 이음

〈그림2-6〉 미디어 저작권 관련 경험

(n=512, 단위: %)





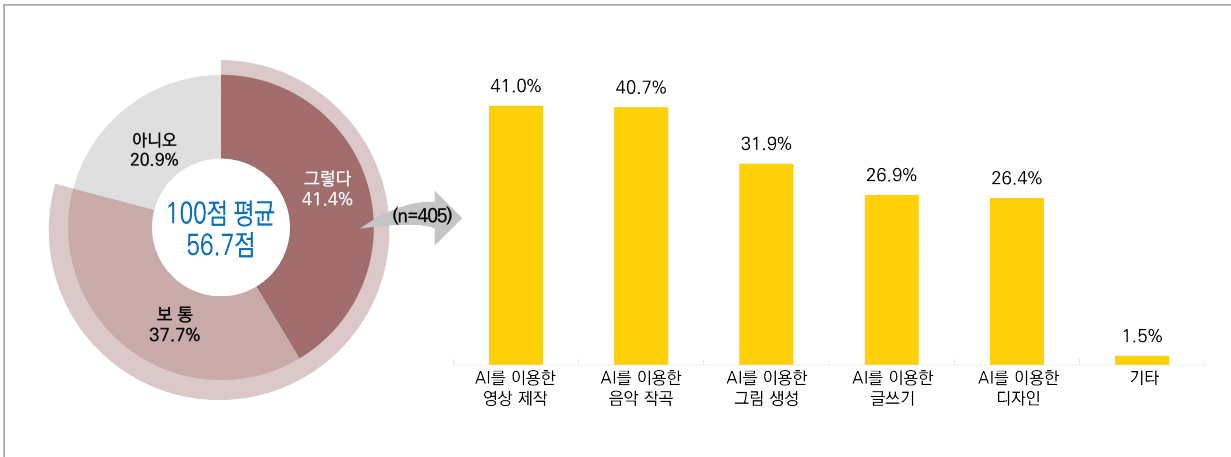
## 4. 미디어와 AI(인공지능)

### 1) AI를 활용한 미디어 활동

- AI를 활용한 미디어 활동을 조사한 결과, 100점 평균 점수는 56.7점으로 조사되었고 전체 응답자 중 '그렇다'고 답한 비율은 41.4%로 나타남
- 구체적 응답별로 살펴보면, 'AI를 이용한 영상 제작'(41.0%) 및 'AI를 이용한 음악 작곡'(40.7%)은 비교적 높은 반면 'AI를 이용한 디자인'(26.4%)은 낮게 조사됨

〈그림2-7〉 AI를 활용한 미디어 활동

(n=512, 단위: %)

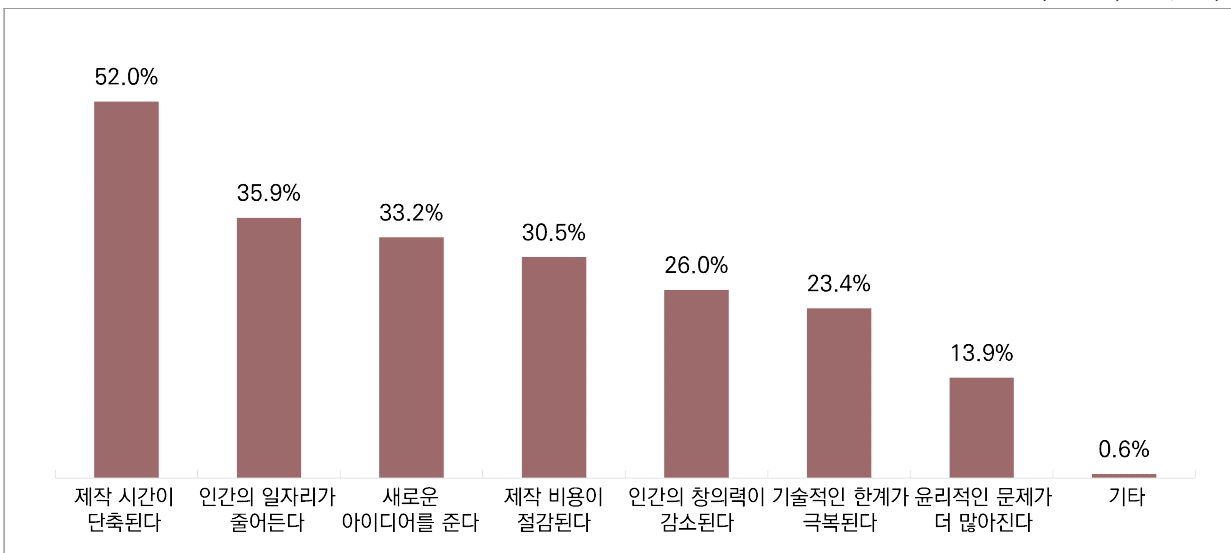


### 2) AI를 활용한 콘텐츠 제작에 대한 생각

- AI를 활용한 콘텐츠 제작에 대한 생각을 조사한 결과, '제작 시간이 단축된다'가 52.0%로 가장 높았고 '인간의 일자리가 줄어들다'(35.9%), '새로운 아이디어를 준다'(33.2%), '제작 비용이 절감된다'(30.5%) 등이 뒤를 이음

〈그림2-8〉 AI를 활용한 콘텐츠 제작에 대한 생각

(n=512, 단위: %)



## 제3장

# 조사 결과 분석







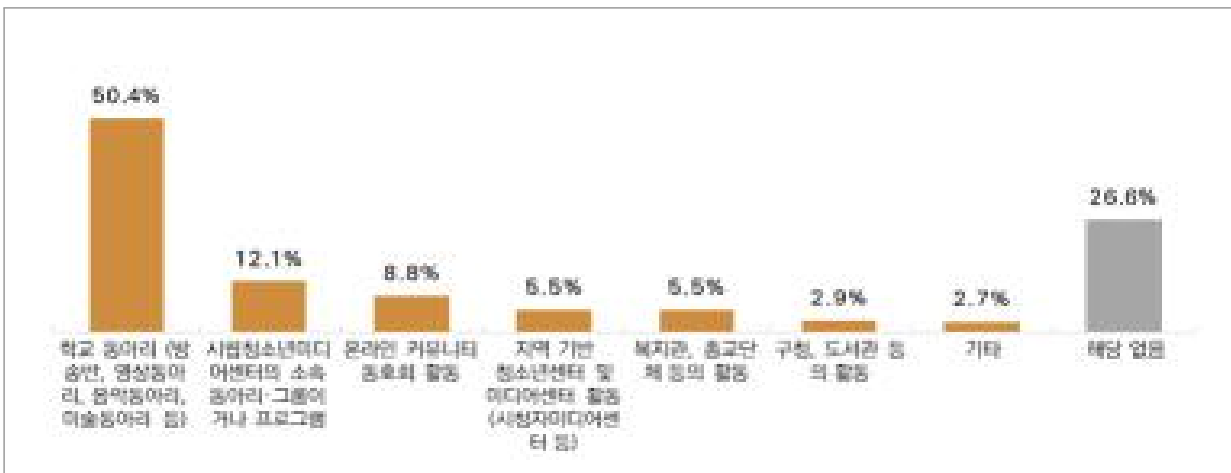
# 1. 미디어 이용 현황

## 1) 현재 참여하고 있는 미디어 활동

- 현재 참여하고 있는 미디어 활동을 살펴보면, ‘학교 동아리(방송반, 영상동아리, 음악동아리, 미술동아리 등)’가 50.4%로 가장 높았고 ‘시립청소년미디어센터의 소속동아리·그룹이거나 프로그램’이 12.1%, ‘온라인 커뮤니티 동호회 활동’이 8.8% 등으로 뒤를 이음
- 소속별로 분석한 결과, 학교 동아리에 참여하고 있는 응답자 중에서는 특성화고등학생이 71.1%로 타 소속 대비 비교적 높게 나타남

〈그림3-1〉 현재 참여하고 있는 미디어 활동

(단위: %)



〈표3-1〉 현재 참여하고 있는 미디어 활동

(단위: %)

		사례수	학교 동아리 (방송반, 영상동아리, 음악동아리, 미술동아리 등)	시립청소년 미디어센터의 소속 동아리·그룹이거나 프로그램	온라인 커뮤니티 동호회 활동	지역 기반 청소년센터 및 미디어센터 활동 (시청자미디어센터 등)	복지관, 종교단체 등의 활동	구청, 도서관 등의 활동	기타	해당없음
◆ 전 체 ◆		(145)	50.4	12.1	8.8	5.5	5.5	2.9	2.7	26.6
성별	여성	(91)	51.4	7.9	5.9	4.8	5.1	3.7	2.0	29.4
	남성	(54)	48.1	21.5	15.2	7.0	6.3	1.3	4.4	20.3
지역	서울	(71)	47.8	16.3	9.8	5.4	7.1	2.2	3.8	24.5
	서울 외 거주	(74)	51.8	9.8	8.2	5.5	4.6	3.4	2.1	27.7
소속	초등학생	(8)	50.8	1.5	4.6	3.1	9.2	4.6	0.0	35.4
	중학생	(27)	60.6	5.8	3.9	3.9	5.8	3.9	3.2	27.1
	고등학생	(53)	51.6	16.8	14.8	3.2	3.2	1.3	1.9	22.6
	특성화고등학생	(16)	71.1	11.1	8.9	6.7	2.2	0.0	8.9	8.9
	학교 밖 청소년	(13)	3.7	25.9	7.4	25.9	3.7	0.0	7.4	37.0
	후기 청소년	(28)	27.7	21.5	10.8	7.7	9.2	6.2	0.0	33.8

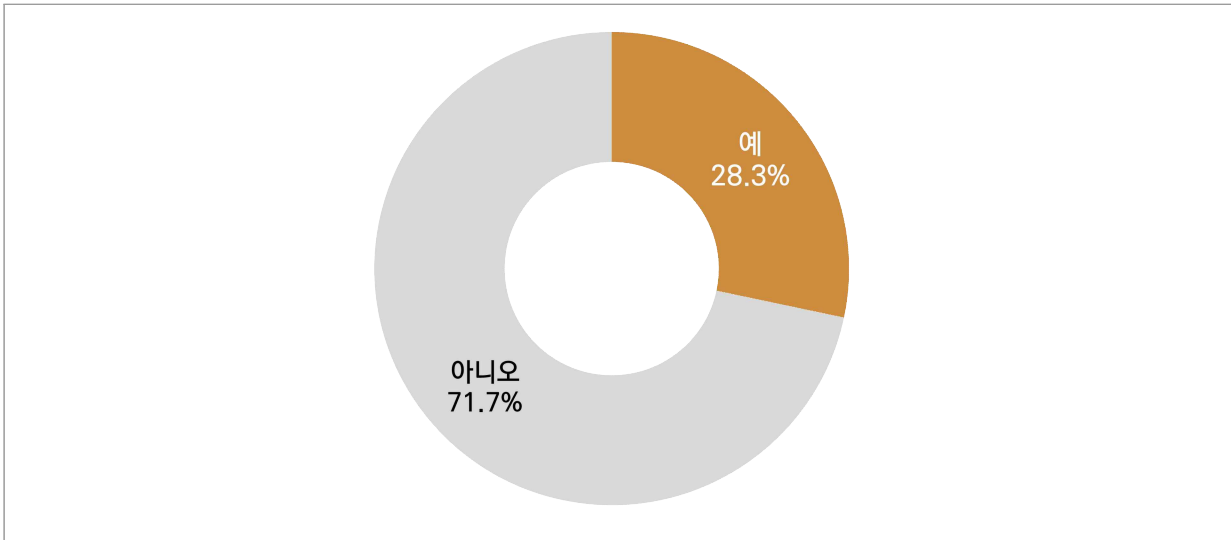


## 2) 시립청소년미디어센터 인지 여부

- 시립청소년미디어센터 인지 여부를 조사한 결과, 인지하고 있다는 응답은 28.3%로 나타남
- 소속별로 살펴보면, ‘학교 밖 청소년’의 인지율이 48.1%로 가장 높게 나타났으며, ‘후기 청소년’(43.1%), ‘특성화고등학생’(35.6%) 순으로 나타남
- 특히 성별, 지역, 소속별로 시립청소년미디어센터 인지율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-2〉 시립청소년미디어센터 인지 여부

(단위: %)



〈표3-2〉 시립청소년미디어센터 인지 여부

(단위: %)

		사례수	예	아니오	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	28.3	71.7	
성별	여성	(354)	25.7	74.3	$\chi^2 = 3.862^*$
	남성	(158)	34.2	65.8	
지역	서울	(184)	38.6	61.4	$\chi^2 = 14.913^{***}$
	서울 외 거주	(328)	22.6	77.4	
소속	초등학생	(65)	12.3	87.7	$\chi^2 = 33.279^{***}$
	중학생	(155)	17.4	82.6	
	고등학생	(155)	34.2	65.8	
	특성화고등학생	(45)	35.6	64.4	
	학교 밖 청소년	(27)	48.1	51.9	
	후기 청소년	(65)	43.1	56.9	

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

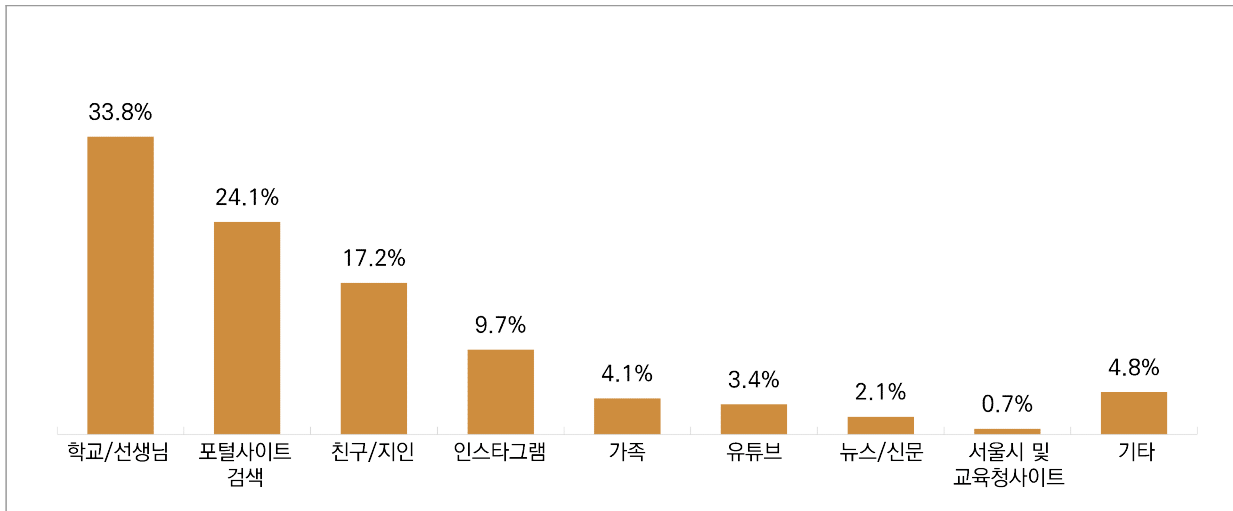


### 3) 시립청소년미디어센터 인지 경로

- 시립청소년미디어센터 인지 경로를 조사한 결과, ‘학교/선생님’을 통해서 인지했다는 응답이 33.8% 가장 높았고 이어서 ‘포털사이트 검색’(24.1%), ‘친구/지인’(17.2%), ‘인스타그램’(9.7%) 등의 순임
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘학교/선생님’을 통해 인지했다는 응답은 남성(40.7%)이 여성(29.7%)보다 비교적 높은 반면, ‘포털사이트 검색’을 통해 인지했다는 응답은 여성(27.5%)이 남성(18.5%)보다 더 높게 나타남

〈그림3-3〉 시립청소년미디어센터 인지 경로

(단위: %)



〈표3-3〉 시립청소년미디어센터 인지 경로

(단위: %)

		사례수	학교/ 선생님	포털 사이트 검색	친구/지인	인스타 그램	가족	유튜브	뉴스/신문	서울시 및 교육청 사이트	기타
◆ 전 체 ◆		(145)	33.8	24.1	17.2	9.7	4.1	3.4	2.1	0.7	4.8
성별	여성	(91)	29.7	27.5	17.6	11.0	3.3	3.3	2.2	1.1	4.4
	남성	(54)	40.7	18.5	16.7	7.4	5.6	3.7	1.9	0.0	5.6
지역	서울	(71)	29.6	35.2	15.5	7.0	5.6	1.4	1.4	0.0	4.2
	서울 외 거주	(74)	37.8	13.5	18.9	12.2	2.7	5.4	2.7	1.4	5.4
소속	초등학생	(8)	25.0	0.0	25.0	25.0	0.0	12.5	12.5	0.0	0.0
	중학생	(27)	33.3	22.2	3.7	22.2	3.7	7.4	7.4	0.0	0.0
	고등학생	(53)	26.4	28.3	24.5	9.4	1.9	1.9	0.0	0.0	7.5
	특성화고등학생	(16)	37.5	12.5	25.0	6.3	18.8	0.0	0.0	0.0	0.0
	학교 밖 청소년	(13)	53.8	30.8	0.0	0.0	7.7	7.7	0.0	0.0	0.0
	후기 청소년	(28)	39.3	28.6	17.9	0.0	0.0	0.0	0.0	3.6	10.7



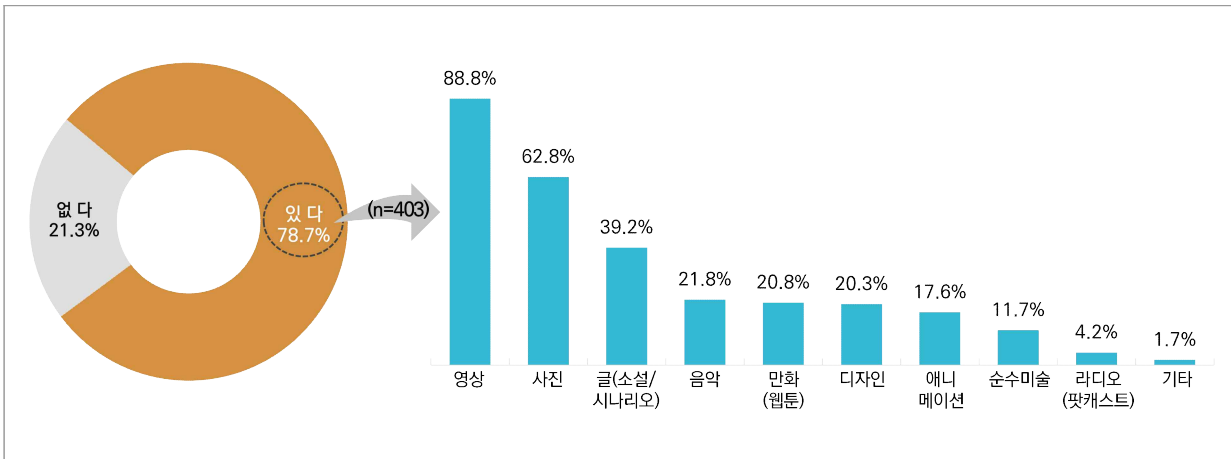
## 2. 미디어콘텐츠 제작 경험

### 1) 미디어콘텐츠 제작 경험

- 미디어콘텐츠 제작 경험을 살펴보면, ‘경험이 있다’는 응답이 전체 응답 중 78.7%로 나타났으며 구체적인 응답으로는, ‘영상’이 88.8%로 가장 높았고 ‘사진’이 62.8%, ‘글(소설/시나리오)’는 39.2% 등으로 나타남
- 소속별로 분석한 결과, 특성화고등학생의 제작 경험(97.8%)이 압도적으로 높은 반면, 후기 청소년(66.2%)의 경우 상대적으로 저조한 비율을 보임
- 특히 성별, 소속별로 미디어콘텐츠 제작 경험률에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-4〉 미디어콘텐츠 제작 경험

(단위: %)



〈표3-4〉 미디어콘텐츠 제작 경험

(단위: %)

		사례수	있다	없다	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	78.7	21.3	
성별	여성	(354)	82.8	17.2	$\chi^2 = 11.270^{***}$
	남성	(158)	69.6	30.4	
지역	서울	(184)	77.7	22.3	$\chi^2 = 0.169$
	서울 외 거주	(328)	79.3	20.7	
소속	초등학생	(65)	84.6	15.4	$\chi^2 = 26.327^{***}$
	중학생	(155)	83.9	16.1	
	고등학생	(155)	70.3	29.7	
	특성화고등학생	(45)	97.8	2.2	
	학교 밖 청소년	(27)	81.5	18.5	
	후기 청소년	(65)	66.2	33.8	

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

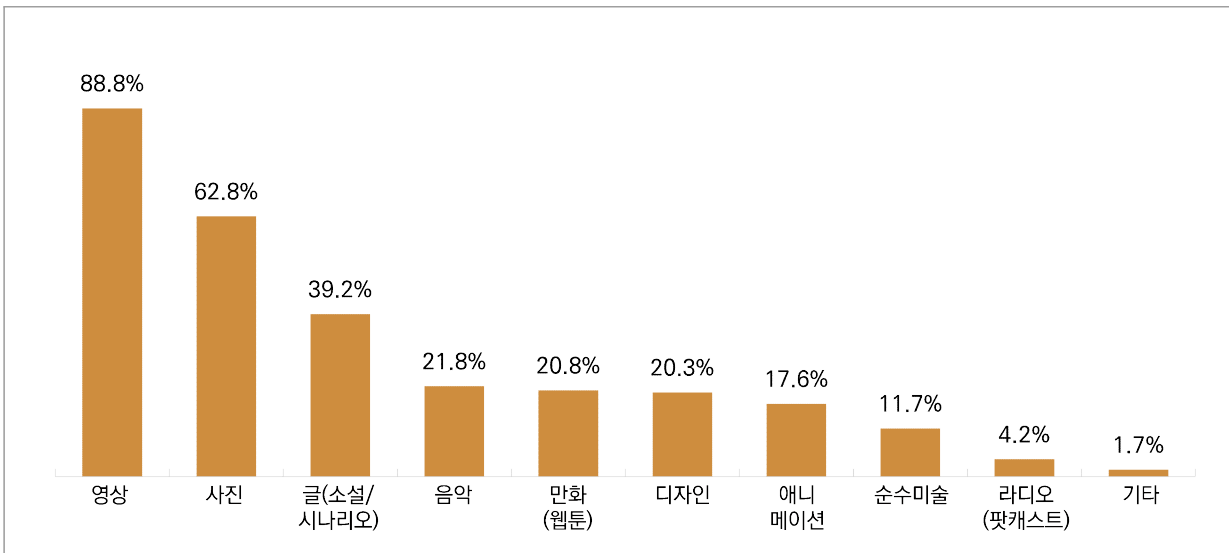


## 2) 제작 경험이 있는 미디어콘텐츠

- 제작 경험이 있는 미디어콘텐츠를 조사한 결과, '영상'(88.8%), '사진'(62.8%), '글(소설/시나리오)'(39.2%) 등으로 조사됨
- '영상' 제작 경험이 있다고 답한 응답자를 소속별로 살펴보면, 특성화 고등학생(97.7%)과 초등학생(90.9%)이 상대적으로 높게 나타남

〈그림3-5〉 제작 경험이 있는 미디어콘텐츠

(단위: %)



〈표3-5〉 미디어콘텐츠 제작 경험

(단위: %)

		사례수	영상	사진	글 (소설/ 시나리오)	음악	만화 (웹툰)	디자인	애니 메이션	순수미술	라디오 (팟 캐스트)	기타
◆ 전 체 ◆		(403)	88.8	62.8	39.2	21.8	20.8	20.3	17.6	11.7	4.2	1.7
성별	여성	(293)	88.1	62.1	42.7	21.8	24.6	23.5	18.4	13.7	4.8	1.4
	남성	(110)	90.9	64.5	30.0	21.8	10.9	11.8	15.5	6.4	2.7	2.7
지역	서울	(143)	86.0	61.5	28.7	24.5	13.3	15.4	11.9	6.3	6.3	2.8
	서울 외 거주	(260)	90.4	63.5	45.0	20.4	25.0	23.1	20.8	14.6	3.1	1.2
소속	초등학생	(55)	90.9	67.3	49.1	27.3	30.9	20.0	27.3	20.0	1.8	0.0
	중학생	(130)	86.9	63.8	41.5	21.5	26.9	23.1	26.2	17.7	6.2	1.5
	고등학생	(109)	89.9	60.6	34.9	18.3	15.6	17.4	11.9	5.5	4.6	1.8
	특성화고등학생	(44)	97.7	63.6	43.2	31.8	22.7	25.0	9.1	11.4	6.8	2.3
	학교 밖 청소년	(22)	86.4	45.5	18.2	18.2	4.5	18.2	0.0	4.5	0.0	4.5
	후기 청소년	(43)	81.4	67.4	37.2	16.3	9.3	16.3	11.6	2.3	0.0	2.3

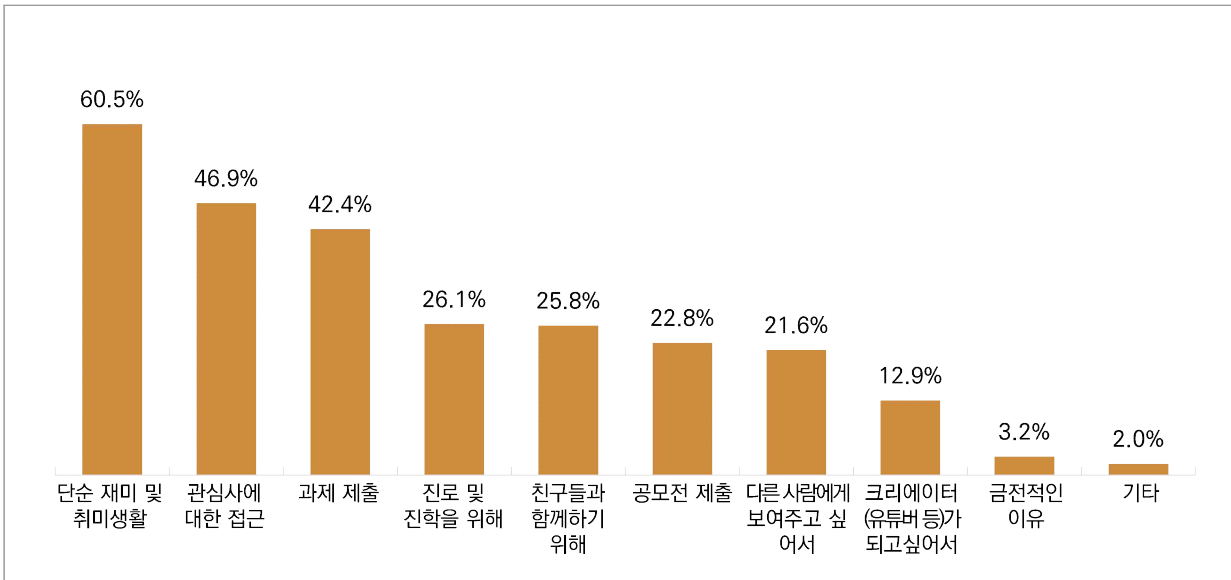


### 3) 미디어콘텐츠를 제작한 이유

- 미디어콘텐츠를 제작한 이유를 살펴보면, ‘단순 재미 및 취미생활’이라는 응답이 60.5%로 가장 높았으며 ‘관심사에 대한 접근’(46.9%), ‘과제 제출’(42.4%) 등의 순으로 조사됨
- ‘단순 재미 및 취미생활’이라는 항목을 소속별로 분석한 결과, 초등학생이 76.4%로 다른 소속 대비 높은 한편 특성화고등학생은 52.3%로 비교적 낮게 나타남

〈그림3-6〉 미디어콘텐츠를 제작한 이유

(단위: %)



〈표3-6〉 미디어콘텐츠를 제작한 이유

(단위: %)

		사례수	단순 재미 및 취미생활	관심사에 대한 접근	과제 제출	진로 및 진학을 위해	친구들과 함께하기 위해	공모전 제출	다른 사람에게 보여주고 싶어서	크리에이터가 되고 싶어서	금전적인 이유	기타
◆ 전체 ◆		(403)	60.5	46.9	42.4	26.1	25.8	22.8	21.6	12.9	3.2	2.0
성별	여성	(293)	62.1	47.4	46.1	24.2	27.0	23.2	22.5	10.2	2.7	1.0
	남성	(110)	56.4	45.5	32.7	30.9	22.7	21.8	19.1	20.0	4.5	4.5
지역	서울	(143)	51.7	51.0	35.0	25.9	23.8	18.9	14.0	11.9	2.1	2.1
	서울 외 거주	(260)	65.4	44.6	46.5	26.2	26.9	25.0	25.8	13.5	3.8	1.9
소속	초등학생	(55)	76.4	38.2	43.6	7.3	32.7	12.7	29.1	18.2	3.6	0.0
	중학생	(130)	62.3	40.0	44.6	16.9	26.9	23.8	14.6	12.3	2.3	1.5
	고등학생	(109)	56.9	54.1	35.8	40.4	23.9	23.9	24.8	13.8	3.7	0.9
	특성화고등학생	(44)	52.3	65.9	50.0	54.5	27.3	31.8	25.0	13.6	2.3	4.5
	학교 밖 청소년	(22)	54.5	54.5	27.3	13.6	13.6	9.1	4.5	18.2	4.5	9.1
	후기 청소년	(43)	55.8	37.2	51.2	18.6	23.3	27.9	30.2	2.3	4.7	2.3

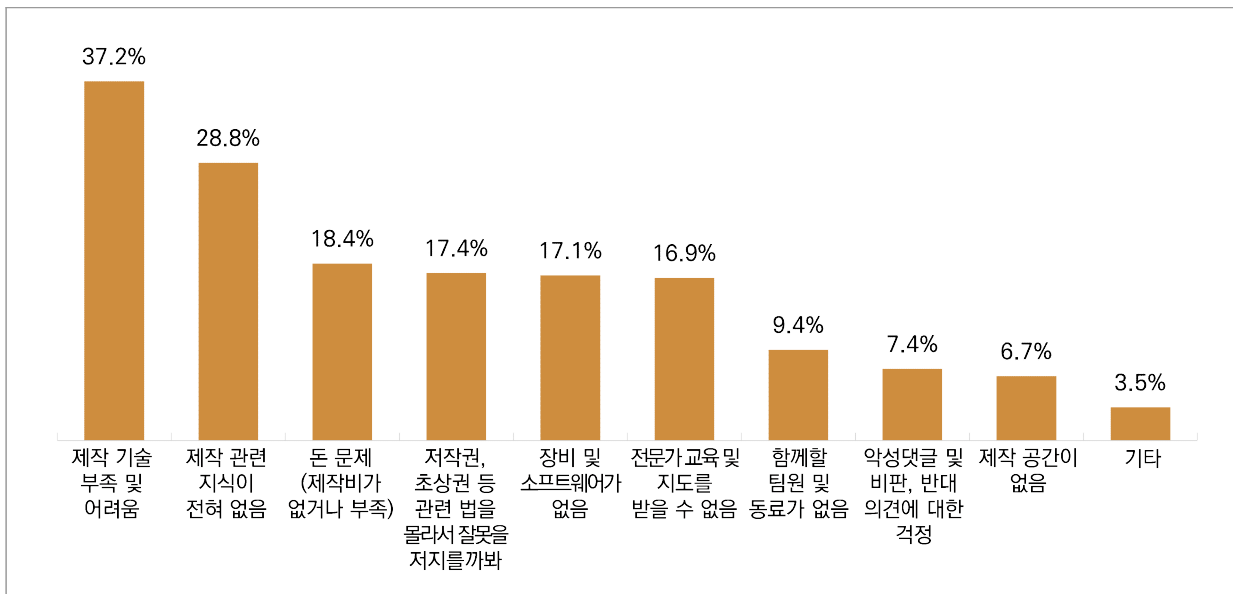


#### 4) 미디어콘텐츠를 제작할 때 어려웠던 점

- 미디어콘텐츠를 제작할 때 어려웠던 점을 살펴보면, ‘제작 기술 부족 및 어려움’이 37.2%로 가장 높은 비중을 차지했고 다음으로 ‘제작 관련 지식이 전혀 없음’(28.8%), ‘돈 문제(제작비가 없거나 부족)’(18.4%) 등의 순으로 뒤를 이음
- ‘제작 기술 부족 및 어려움’ 항목을 응답자 특성별로 살펴보면, 여성이 38.6%로 남성(33.6%)에 비해 더 높게 나타남

〈그림3-7〉 미디어콘텐츠를 제작할 때 어려웠던 점

(단위: %)



〈표3-7〉 미디어콘텐츠를 제작할 때 어려웠던 점

(단위: %)

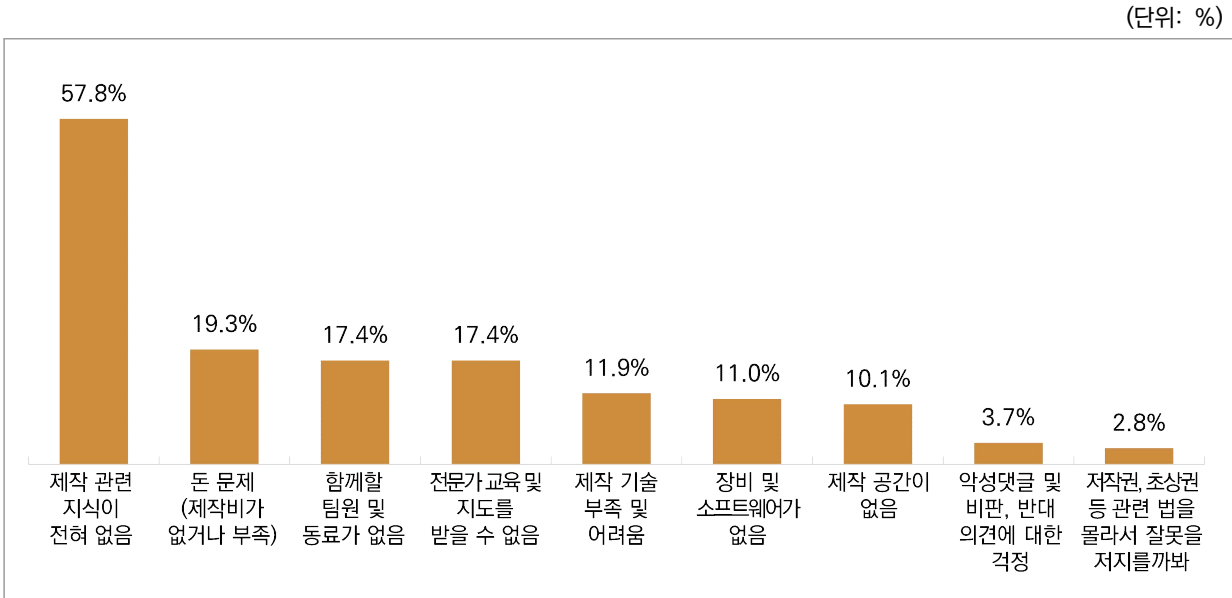
		사례수	제작 기술 부족 및 어려움	제작 관련 지식이 전혀 없음	돈 문제 (제작비가 없거나 부족)	저작권, 초상권 등 관련 법을 몰라서 잘못을 저지름까봐	장비 및 소프트웨어가 없음	전문가 교육 및 지도를 받을 수 없음	함께할 팀원 및 동료 없음	악성댓글 및 비판, 반대 의견에 대한 걱정	제작 공간이 없음	기타
◆ 전 체 ◆		(403)	37.2	28.8	18.4	17.4	17.1	16.9	9.4	7.4	6.7	3.5
성별	여성	(293)	38.6	25.6	18.1	18.1	18.1	18.1	6.8	9.2	6.8	2.4
	남성	(110)	33.6	37.3	19.1	15.5	14.5	13.6	16.4	2.7	6.4	6.4
지역	서울	(143)	32.9	29.4	20.3	13.3	19.6	17.5	13.3	4.2	4.9	4.9
	서울 외 거주	(260)	39.6	28.5	17.3	19.6	15.8	16.5	7.3	9.2	7.7	2.7
소속	초등학생	(55)	32.7	21.8	9.1	25.5	9.1	10.9	10.9	16.4	1.8	5.5
	중학생	(130)	36.2	31.5	15.4	17.7	10.8	18.5	8.5	9.2	7.7	1.5
	고등학생	(109)	39.4	31.2	16.5	15.6	22.0	21.1	12.8	5.5	6.4	3.7
	특성화고등학생	(44)	31.8	13.6	45.5	15.9	18.2	11.4	13.6	2.3	11.4	2.3
	학교 밖 청소년	(22)	27.3	31.8	22.7	22.7	13.6	4.5	4.5	4.5	4.5	18.2
	후기 청소년	(43)	51.2	37.2	14.0	9.3	34.9	20.9	0.0	2.3	7.0	0.0



### 5) 미디어콘텐츠 제작 경험이 없는 이유

- 미디어콘텐츠 제작 경험이 없는 이유를 조사한 결과, ‘제작 관련 지식이 전혀 없음’이 57.8%로 가장 높았고 이어서 ‘돈 문제(제작비가 없거나 부족)’이 19.3%로 뒤를 이음
- ‘제작 관련 지식이 전혀 없음’ 항목을 소속별로 살펴보면, 학교 밖 청소년(80.0%)이 높은 반면, ‘돈 문제(제작비가 없거나 부족)’ 항목에서는 고등학생(32.6%)이 높게 나타남

〈그림3-8〉 미디어콘텐츠 제작 경험이 없는 이유



〈표3-8〉 미디어콘텐츠를 제작 경험이 없는 이유

(단위: %)

		사례수	제작 관련 지식이 전혀 없음	돈 문제 (제작비가 없거나 부족)	함께할 팀원 및 동료 없음	전문가 교육 및 지도를 받을 수 없음	제작 기술 부족 및 어려움	장비 및 소프트웨어 없음	제작 공간 없음	악성댓글 및 비판, 반대 의견에 대한 걱정	저작권, 초상권 등 관련 법을 몰라서 잘못을 저지을까봐
◆ 전 체 ◆		(109)	57.8	19.3	17.4	17.4	11.9	11.0	10.1	3.7	2.8
성별	여성	(61)	67.2	6.6	16.4	18.0	11.5	9.8	8.2	6.6	4.9
	남성	(48)	45.8	35.4	18.8	16.7	12.5	12.5	12.5	0.0	0.0
지역	서울	(41)	58.5	7.3	24.4	26.8	9.8	12.2	12.2	2.4	0.0
	서울 외 거주	(68)	57.4	26.5	13.2	11.8	13.2	10.3	8.8	4.4	4.4
소속	초등학생	(10)	60.0	0.0	40.0	0.0	20.0	0.0	20.0	20.0	0.0
	중학생	(25)	68.0	16.0	16.0	28.0	8.0	8.0	8.0	0.0	4.0
	고등학생	(46)	52.2	32.6	10.9	13.0	6.5	17.4	10.9	4.3	2.2
	특성화고등학생	(1)	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	학교 밖 청소년	(5)	80.0	0.0	40.0	0.0	20.0	0.0	0.0	0.0	20.0
	후기 청소년	(22)	54.5	9.1	13.6	27.3	22.7	9.1	9.1	0.0	0.0

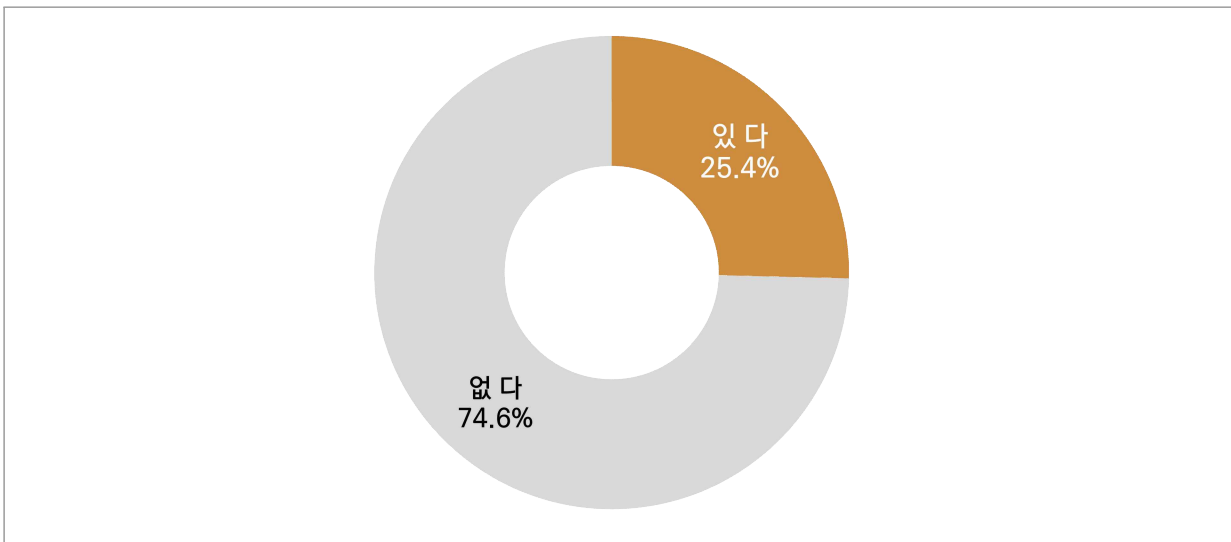


## 6) 미디어콘텐츠 공모전 출품 경험

- 미디어콘텐츠 공모전 출품 경험을 조사한 결과, ‘출품 경험이 있다’는 응답이 25.4%로 ‘출품 경험이 없다’(74.6%)는 응답이 더 높게 나타남
- 소속별로 분석한 결과, 특성화고등학생의 출품 경험(60.0%)이 타 소속 대비 높은 반면, 학교 밖 청소년(11.1%)의 경우 상대적으로 저조한 비율을 보임
- 특히, 소속별로 미디어콘텐츠 공모전 출품 경험률에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-9〉 미디어콘텐츠 공모전 출품 경험

(단위: %)



〈표3-9〉 미디어콘텐츠 공모전 출품 경험

(단위: %)

		사례수	있다	없다	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	25.4	74.6	
성별	여성	(354)	25.1	74.9	$\chi^2 = 0.038$
	남성	(158)	25.9	74.1	
지역	서울	(184)	26.1	73.9	$\chi^2 = 0.074$
	서울 외 거주	(328)	25.0	75.0	
소속	초등학생	(65)	23.1	76.9	$\chi^2 = 34.449^{***}$
	중학생	(155)	23.2	76.8	
	고등학생	(155)	24.5	75.5	
	특성화고등학생	(45)	60.0	40.0	
	학교 밖 청소년	(27)	11.1	88.9	
	후기 청소년	(65)	16.9	83.1	

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

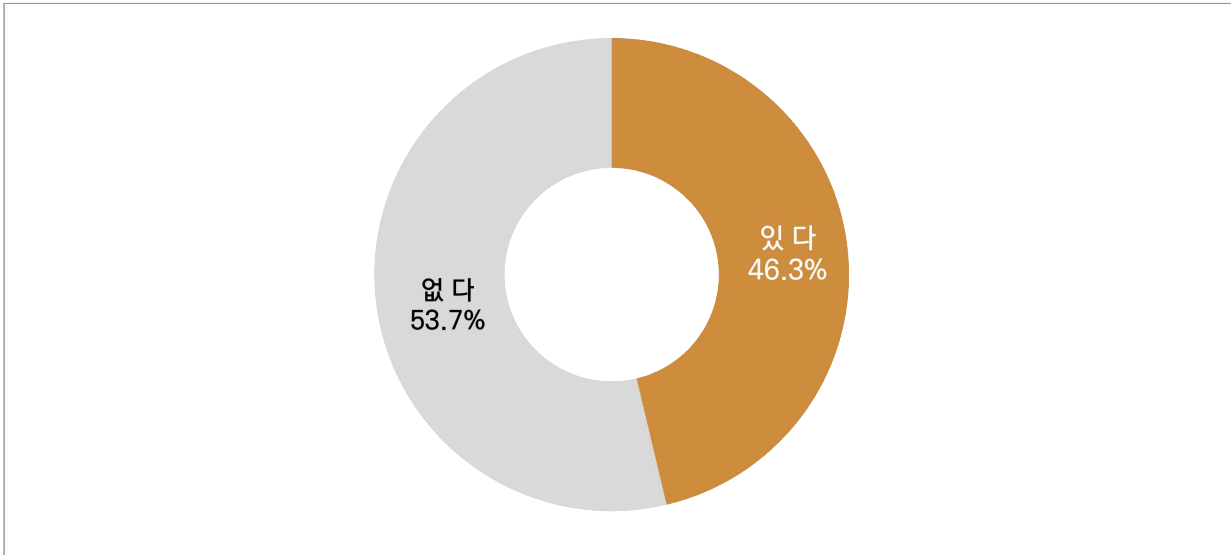


### 7) 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험

- 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험에 대해 분석한 결과, '경험이 있다'는 응답이 46.3%로 조사됨
- 성별에 따라 살펴보면, 여성(47.2%)이 남성(44.3%)보다 업로드 경험이 더 높은 것으로 나타남
- 특히, 지역별로 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험률에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-10〉 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험

(단위: %)



〈표3-10〉 미디어콘텐츠 인터넷 업로드 경험

(단위: %)

		사례수	있다	없다	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	46.3	53.7	
성별	여성	(354)	47.2	52.8	$\chi^2 = 0.362$
	남성	(158)	44.3	55.7	
지역	서울	(184)	40.2	59.8	$\chi^2 = 4.259^*$
	서울 외 거주	(328)	49.7	50.3	
소속	초등학생	(65)	46.2	53.8	$\chi^2 = 9.485$
	중학생	(155)	47.1	52.9	
	고등학생	(155)	42.6	57.4	
	특성화고등학생	(45)	66.7	33.3	
	학교 밖 청소년	(27)	44.4	55.6	
	후기 청소년	(65)	40.0	60.0	

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

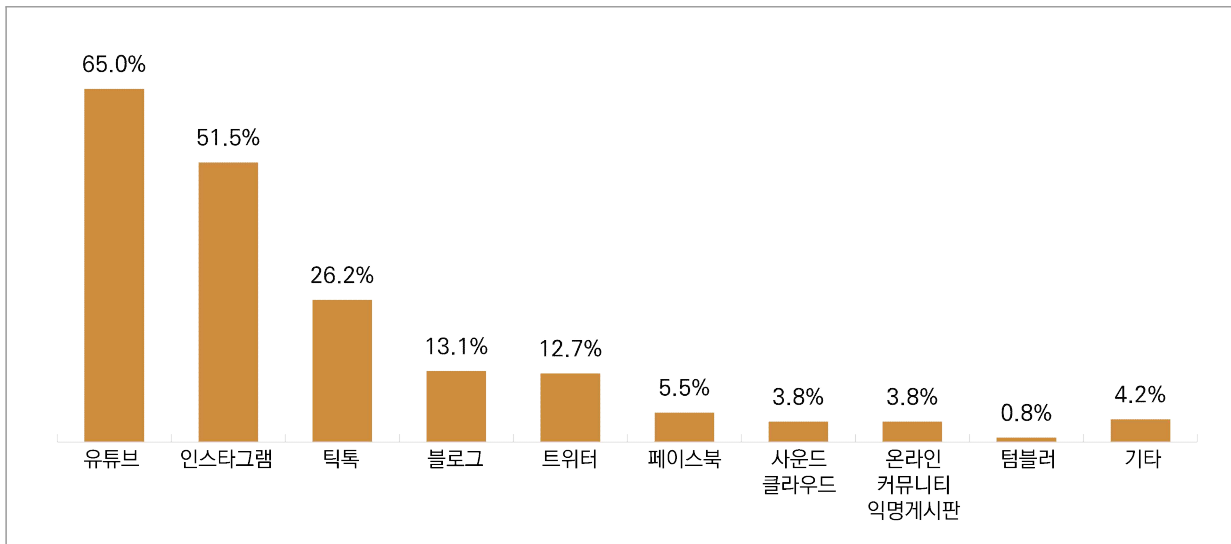


## 8) 미디어콘텐츠를 게시한 플랫폼 및 사이트

- 미디어콘텐츠를 게시한 플랫폼 및 사이트를 조사한 결과, '유튜브'가 65.0%로 가장 높았으며 다음으로 '인스타그램'이 51.5%, '틱톡'이 26.2% 등의 순서로 나타남
- 소속별로 살펴보면, '유튜브'의 경우 학교 밖 청소년(83.3%)과 특성화고등학생(80.0%)이 높게 조사되었고 '인스타그램'의 경우 후기 청소년(61.5%)이 가장 높았음

〈그림3-11〉 미디어콘텐츠를 게시한 플랫폼 및 사이트

(단위: %)



〈표3-11〉 미디어콘텐츠를 게시한 플랫폼 및 사이트

(단위: %)

		사례수	유튜브	인스타 그램	틱톡	블로그	트위터	페이스 북	사운드 클라우드	온라인 커뮤니 티 익명 게시판	텀블러	기타
◆ 전 체 ◆		(237)	65.0	51.5	26.2	13.1	12.7	5.5	3.8	3.8	0.8	4.2
성별	여성	(167)	62.9	50.9	29.9	13.8	13.8	4.8	3.6	4.2	0.0	4.8
	남성	(70)	70.0	52.9	17.1	11.4	10.0	7.1	4.3	2.9	2.9	2.9
지역	서울	(74)	67.6	59.5	23.0	16.2	9.5	8.1	6.8	2.7	1.4	2.7
	서울 외 거주	(163)	63.8	47.9	27.6	11.7	14.1	4.3	2.5	4.3	0.6	4.9
소속	초등학생	(30)	53.3	56.7	43.3	3.3	10.0	3.3	0.0	3.3	0.0	10.0
	중학생	(73)	61.6	53.4	43.8	8.2	13.7	2.7	4.1	6.8	2.7	1.4
	고등학생	(66)	66.7	51.5	13.6	19.7	12.1	7.6	3.0	1.5	0.0	3.0
	특성화고등학생	(30)	80.0	46.7	20.0	10.0	16.7	3.3	0.0	3.3	0.0	6.7
	학교 밖 청소년	(12)	83.3	16.7	8.3	16.7	16.7	0.0	8.3	0.0	0.0	8.3
	후기 청소년	(26)	57.7	61.5	3.8	23.1	7.7	15.4	11.5	3.8	0.0	3.8

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

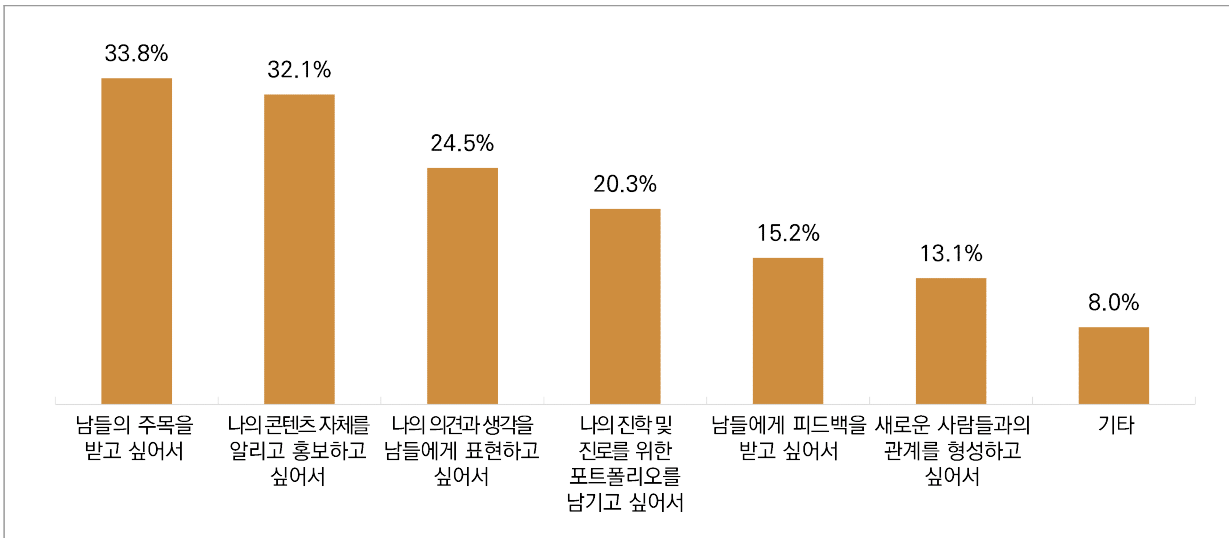


### 9) 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 한 이유

- 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 한 이유로는, ‘남들의 주목을 받고 싶어서’(33.8%), ‘나의 콘텐츠 자체를 알리고 홍보하고 싶어서’(32.1%), ‘나의 의견과 생각을 남들에게 표현하고 싶어서’(24.5%) 등의 순임
- 소속별로 살펴보면, ‘남들의 주목을 받고 싶어서’ 항목에서는 중학생이 41.1%로 가장 높은 한편, 학교 밖 청소년은 16.7%로 상대적으로 저조한 비율로 나타남

〈그림3-12〉 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 한 이유

(단위: %)



〈표3-12〉 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드 한 이유

(단위: %)

		사례수	남들의 주목을 받고 싶어서	나의 콘텐츠 자체를 알리고 홍보하고 싶어서	나의 의견과 생각을 남들에게 표현하고 싶어서	나의 진학 및 진로를 위한 포트폴리오를 남기고 싶어서	남들에게 피드백을 받고 싶어서	새로운 사람들과의 관계를 형성하고 싶어서	기타
◆ 전 체 ◆		(237)	33.8	32.1	24.5	20.3	15.2	13.1	8.0
성별	여성	(167)	34.7	31.1	24.0	20.4	13.8	13.2	8.4
	남성	(70)	31.4	34.3	25.7	20.0	18.6	12.9	7.1
지역	서울	(74)	24.3	33.8	32.4	16.2	12.2	12.2	8.1
	서울 외 거주	(163)	38.0	31.3	20.9	22.1	16.6	13.5	8.0
소속	초등학생	(30)	33.3	36.7	13.3	0.0	23.3	16.7	3.3
	중학생	(73)	41.1	28.8	28.8	15.1	11.0	19.2	9.6
	고등학생	(66)	33.3	30.3	31.8	24.2	16.7	10.6	3.0
	특성화고등학생	(30)	33.3	36.7	13.3	43.3	13.3	3.3	13.3
	학교 밖 청소년	(12)	16.7	33.3	33.3	8.3	16.7	8.3	8.3
	후기 청소년	(26)	23.1	34.6	15.4	26.9	15.4	11.5	15.4



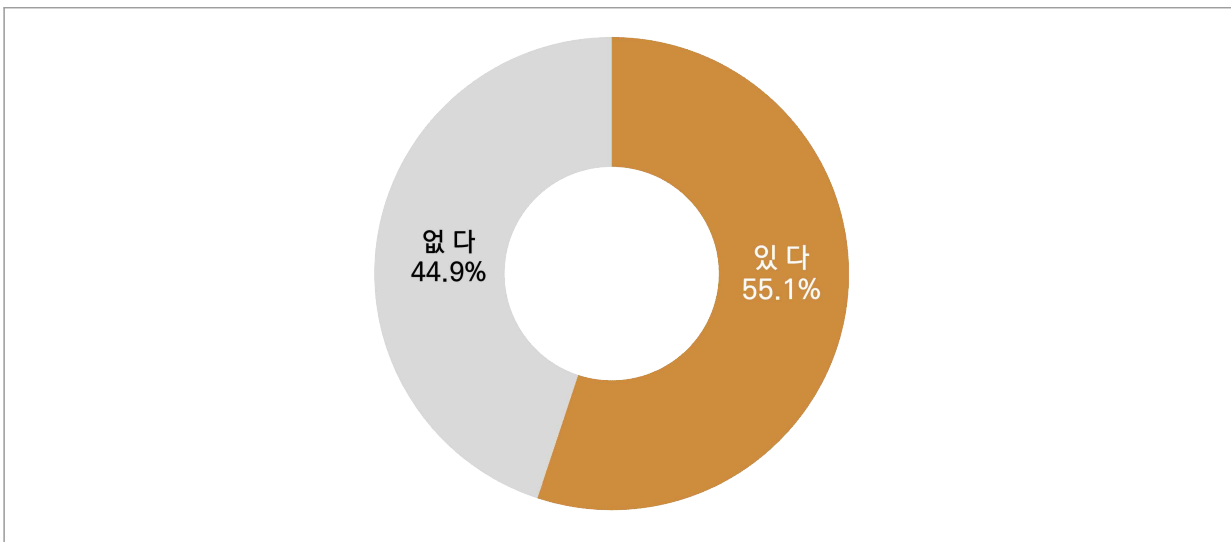
### 3. 미디어프로그램 참여 경험

#### 1) 미디어 관련 프로그램 참여 경험

- 미디어 관련 프로그램 참여 경험을 조사한 결과, '경험이 있다'는 응답이 55.1%로 과반 이상으로 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 여성이 56.5%로 남성(51.9%)에 비해 프로그램 참여 경험이 더 높은 것으로 조사됨
- 특히, 소속별로 미디어 관련 프로그램 참여 경험률에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-13〉 미디어 관련 프로그램 참여 경험

(단위: %)



〈표3-13〉 미디어 관련 프로그램 참여 경험

(단위: %)

		사례수	있다	없다	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	55.1	44.9	
성별	여성	(354)	56.5	43.5	$\chi^2 = 0.934$
	남성	(158)	51.9	48.1	
지역	서울	(184)	55.4	44.6	$\chi^2 = 0.015$
	서울 외 거주	(328)	54.9	45.1	
소속	초등학생	(65)	60.0	40.0	$\chi^2 = 16.567^{**}$
	중학생	(155)	59.4	40.6	
	고등학생	(155)	47.7	52.3	
	특성화고등학생	(45)	75.6	24.4	
	학교 밖 청소년	(27)	55.6	44.4	
	후기 청소년	(65)	43.1	56.9	

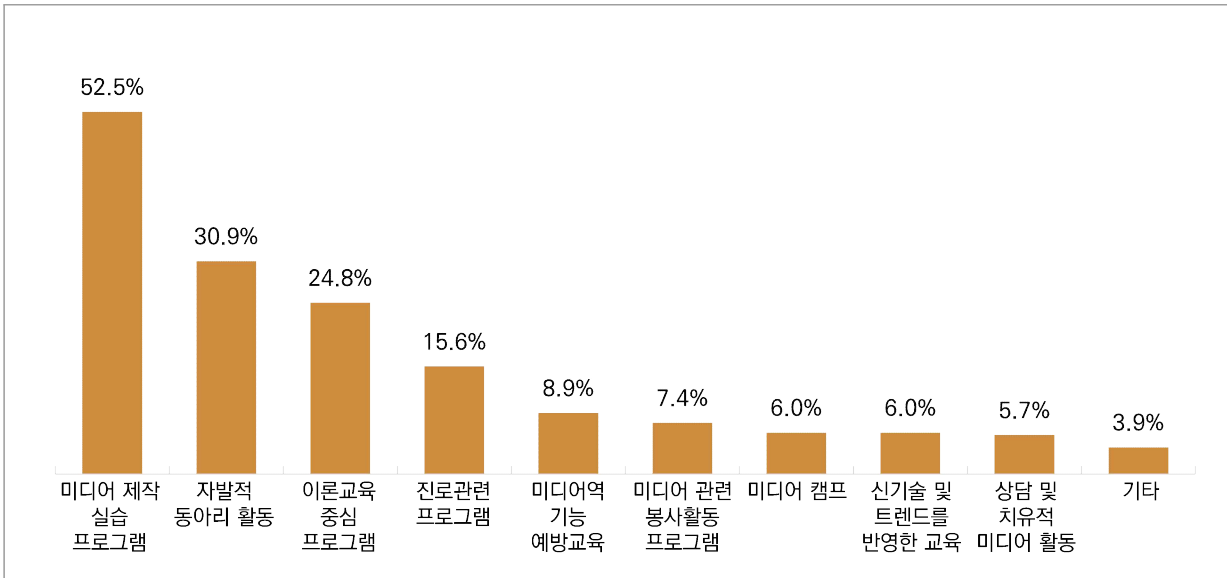


## 2) 참여했던 미디어프로그램

- 참여했던 미디어프로그램을 조사한 결과, ‘미디어 제작 실습 프로그램’(52.5%), ‘자발적 동아리 활동’(30.9%), ‘이론교육 중심 프로그램’(24.8%) 등의 순으로 나타남
- 소속별로 분석한 결과, ‘미디어 제작 실습 프로그램’ 항목의 경우 특성화고등학생(64.7%)과 고등학생(59.5%)이 비교적 높게 조사됨

〈그림3-14〉 참여했던 미디어프로그램

(단위: %)



〈표3-14〉 참여했던 미디어프로그램

(단위: %)

		사례수	미디어 제작 실습 프로그램	자발적 동아리 활동	이론교육 중심 프로그램	진로관련 프로그램	미디어역기능 예방교육	미디어 관련 봉사활동 프로그램	미디어 캠프	신기술 및 트렌드를 반영한 교육	상담 및 치유적 미디어 활동	기타
◆ 전 체 ◆		(282)	52.5	30.9	24.8	15.6	8.9	7.4	6.0	6.0	5.7	3.9
성별	여성	(200)	53.0	34.0	22.0	16.0	9.0	7.5	5.0	4.5	6.0	3.5
	남성	(82)	51.2	23.2	31.7	14.6	8.5	7.3	8.5	9.8	4.9	4.9
지역	서울	(102)	50.0	26.5	28.4	11.8	8.8	6.9	3.9	4.9	5.9	5.9
	서울 외 거주	(180)	53.9	33.3	22.8	17.8	8.9	7.8	7.2	6.7	5.6	2.8
소속	초등학생	(39)	33.3	30.8	15.4	17.9	12.8	5.1	2.6	7.7	7.7	2.6
	중학생	(92)	53.3	25.0	26.1	14.1	6.5	5.4	3.3	6.5	5.4	1.1
	고등학생	(74)	59.5	39.2	24.3	10.8	9.5	6.8	10.8	4.1	4.1	8.1
	특성화고등학생	(34)	64.7	26.5	32.4	23.5	8.8	0.0	11.8	8.8	8.8	0.0
	학교 밖 청소년	(15)	53.3	20.0	13.3	26.7	20.0	6.7	6.7	0.0	6.7	6.7
	후기 청소년	(28)	42.9	39.3	32.1	14.3	3.6	28.6	0.0	7.1	3.6	7.1

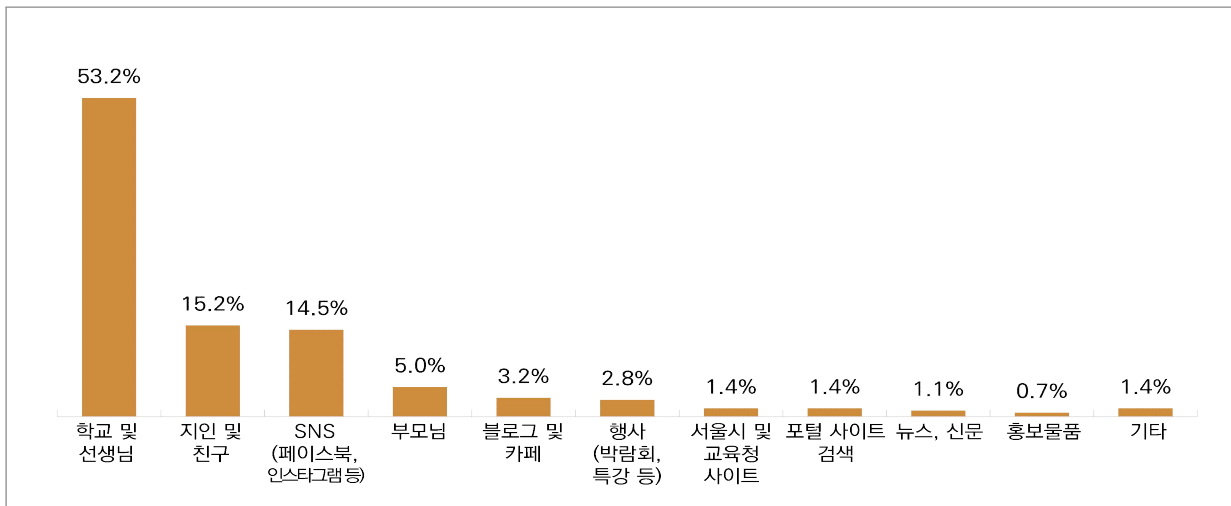


### 3) 참여 프로그램 인지 경로

- 참여 프로그램 인지 경로를 조사한 결과, '학교 및 선생님'이 53.2%로 가장 높았으며 '지인 및 친구'(15.2%), 'SNS(페이스북, 인스타그램 등)'(14.5%) 등이 뒤를 이음
- 지역별로 살펴보면, '학교 및 선생님' 항목에서는 서울 외 거주 비율이 56.7%로 서울(47.1%) 거주 비율보다 비교적 높게 나타남
- 특히, 지역별 및 소속별로 참여 프로그램 인지율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-15〉 참여 프로그램 인지 경로

(단위: %)



〈표3-15〉 참여 프로그램 인지 경로

(단위: %)

	사례수	학교 및 선생님	지인 및 친구	SNS	부모님	블로그 및 카페	행사	서울시 및 교육청 사이트	포털 사이트 검색	뉴스, 신문	홍보물품	기타	검증
◆ 전 체 ◆	(282)	53.2	15.2	14.5	5.0	3.2	2.8	1.4	1.4	1.1	0.7	1.4	
성별	여성	(200)	49.5	17.0	15.5	4.5	3.5	3.5	1.5	1.5	1.0	1.0	1.5
	남성	(82)	62.2	11.0	12.2	6.1	2.4	1.2	1.2	1.2	0.0	1.2	1.2
지역	서울	(102)	47.1	21.6	13.7	4.9	2.9	0.0	2.9	1.0	2.9	1.0	2.0
	서울 외 거주	(180)	56.7	11.7	15.0	5.0	3.3	4.4	0.6	1.7	0.0	0.6	1.1
소속	초등학생	(39)	51.3	15.4	12.8	12.8	0.0	0.0	2.6	0.0	2.6	0.0	2.6
	중학생	(92)	60.9	9.8	15.2	4.3	1.1	4.3	1.1	0.0	1.1	2.2	0.0
	고등학생	(74)	52.7	17.6	12.2	2.7	8.1	1.4	0.0	2.7	0.0	0.0	2.7
	특성화고등학생	(34)	41.2	29.4	11.8	2.9	2.9	8.8	0.0	0.0	0.0	0.0	2.9
	학교 밖 청소년	(15)	73.3	0.0	13.3	6.7	6.7	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	후기 청소년	(28)	35.7	17.9	25.0	3.6	0.0	0.0	7.1	7.1	3.6	0.0	0.0

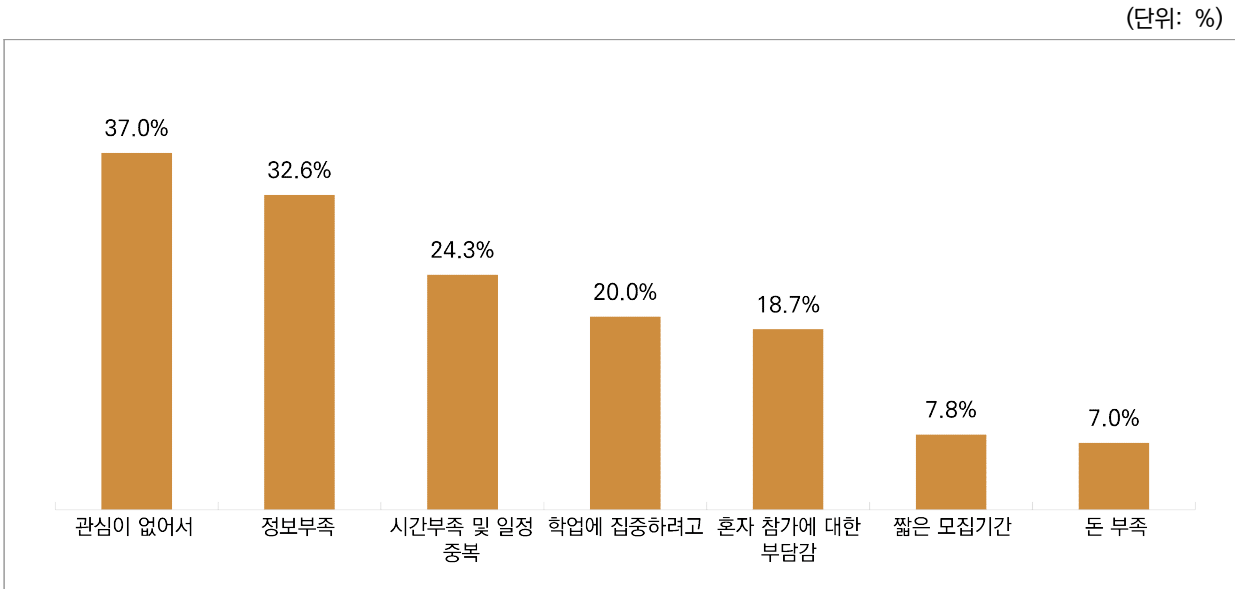
\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$



#### 4) 프로그램 참여 경험이 없는 이유

- 프로그램 참여 경험이 없는 이유로는, ‘관심이 없어서’(37.0%) 및 ‘정보부족’(32.6%)이 높게 나타난 한편 ‘돈 부족’(7.0%)과 ‘짧은 모집기간’(7.8%)은 비교적 낮게 조사됨
- 소속별로 분석한 결과, ‘관심이 없어서’에 대한 항목은 초등학생이 69.2%로 가장 높게 나타남

〈그림3-16〉 프로그램 참여 경험이 없는 이유



〈표3-16〉 프로그램 참여 경험이 없는 이유

(단위: %)

		사례수	관심이 없어서	정보부족	시간부족 및 일정 중복	학업에 집중하려고	혼자 참가에 대한 부담감	짧은 모집기간	돈 부족
◆ 전 체 ◆		(230)	37.0	32.6	24.3	20.0	18.7	7.8	7.0
성별	여성	(154)	37.7	32.5	25.3	20.8	22.7	3.9	4.5
	남성	(76)	35.5	32.9	22.4	18.4	10.5	15.8	11.8
지역	서울	(82)	32.9	37.8	26.8	14.6	14.6	6.1	6.1
	서울 외 거주	(148)	39.2	29.7	23.0	23.0	20.9	8.8	7.4
소속	초등학생	(26)	69.2	11.5	26.9	7.7	7.7	3.8	0.0
	중학생	(63)	39.7	36.5	25.4	14.3	23.8	4.8	9.5
	고등학생	(81)	27.2	30.9	27.2	23.5	13.6	13.6	8.6
	특성화고등학생	(11)	36.4	9.1	36.4	18.2	45.5	0.0	18.2
	학교 밖 청소년	(12)	41.7	41.7	0.0	25.0	33.3	8.3	8.3
	후기 청소년	(37)	29.7	48.6	18.9	29.7	16.2	5.4	0.0

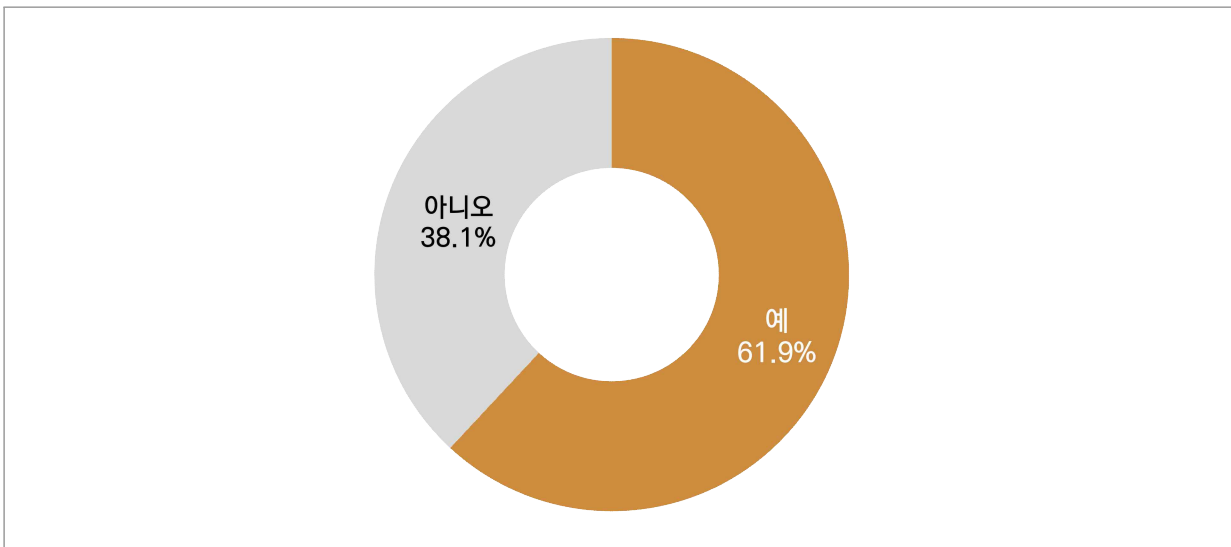


## 5) 프로그램 참여 신청 의사

- 프로그램 참여 신청 의사를 조사한 결과, ‘참여 신청 의사가 있다’는 응답이 61.9%로 타 응답 대비 높게 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 여성(66.4%)의 참여 의사가 남성(51.9%)보다 압도적인 수준으로 더 높게 나타남
- 특히, 성별에 따른 프로그램 참여 신청 의사 비율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-17〉 프로그램 참여 신청 의사

(단위: %)



〈표3-17〉 프로그램 참여 신청 의사

(단위: %)

		사례수	예	아니오	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	61.9	38.1	
성별	여성	(354)	66.4	33.6	$\chi^2 = 9.721^{**}$
	남성	(158)	51.9	48.1	
지역	서울	(184)	65.8	34.2	$\chi^2 = 1.802$
	서울 외 거주	(328)	59.8	40.2	
소속	초등학생	(65)	50.8	49.2	$\chi^2 = 6.375$
	중학생	(155)	62.6	37.4	
	고등학생	(155)	63.9	36.1	
	특성화고등학생	(45)	73.3	26.7	
	학교 밖 청소년	(27)	59.3	40.7	
	후기 청소년	(65)	60.0	40.0	

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

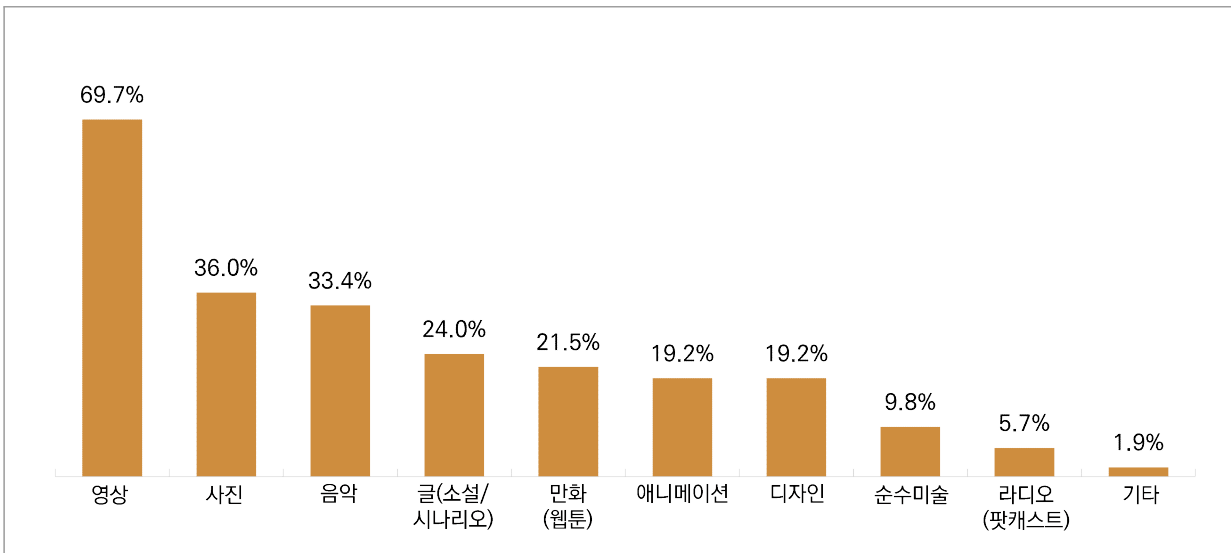


### 6) 미디어프로그램 관심 분야

- 미디어프로그램 관심 분야를 조사한 결과, ‘영상’이 69.7%로 가장 높았고 이어서 ‘사진’은 36.0%, ‘음악’은 33.4%로 뒤를 이음
- 소속별로 살펴보면, ‘영상’ 항목에서는 특성화고등학생이 84.8%로 가장 높은 반면, ‘사진’ 항목에서는 학교 밖 청소년이 56.3%로 비교적 높게 나타남

〈그림3-18〉 미디어프로그램 관심 분야

(단위: %)



〈표3-18〉 미디어프로그램 관심 분야

(단위: %)

		사례수	영상	사진	음악	글 (소설/ 시나리오)	만화 (웹툰)	애니 메이션	디자인	순수미술	라디오 (팟 캐스트)	기타
◆ 전 체 ◆		(317)	69.7	36.0	33.4	24.0	21.5	19.2	19.2	9.8	5.7	1.9
성별	여성	(235)	69.4	35.7	37.0	26.4	25.1	22.6	23.0	12.3	6.4	1.3
	남성	(82)	70.7	36.6	23.2	17.1	11.0	9.8	8.5	2.4	3.7	3.7
지역	서울	(121)	79.3	38.0	31.4	24.0	15.7	19.8	15.7	13.2	12.4	1.7
	서울 외 거주	(196)	63.8	34.7	34.7	24.0	25.0	18.9	21.4	7.7	1.5	2.0
소속	초등학생	(33)	63.6	27.3	30.3	27.3	36.4	18.2	15.2	12.1	0.0	0.0
	중학생	(97)	57.7	30.9	32.0	23.7	28.9	30.9	26.8	15.5	7.2	1.0
	고등학생	(99)	76.8	35.4	34.3	21.2	15.2	19.2	16.2	5.1	4.0	1.0
	특성화고등학생	(33)	84.8	33.3	36.4	24.2	15.2	3.0	18.2	3.0	12.1	6.1
	학교 밖 청소년	(16)	75.0	56.3	50.0	31.3	12.5	25.0	12.5	12.5	0.0	6.3
	후기 청소년	(39)	71.8	51.3	28.2	25.6	15.4	2.6	15.4	10.3	7.7	2.6

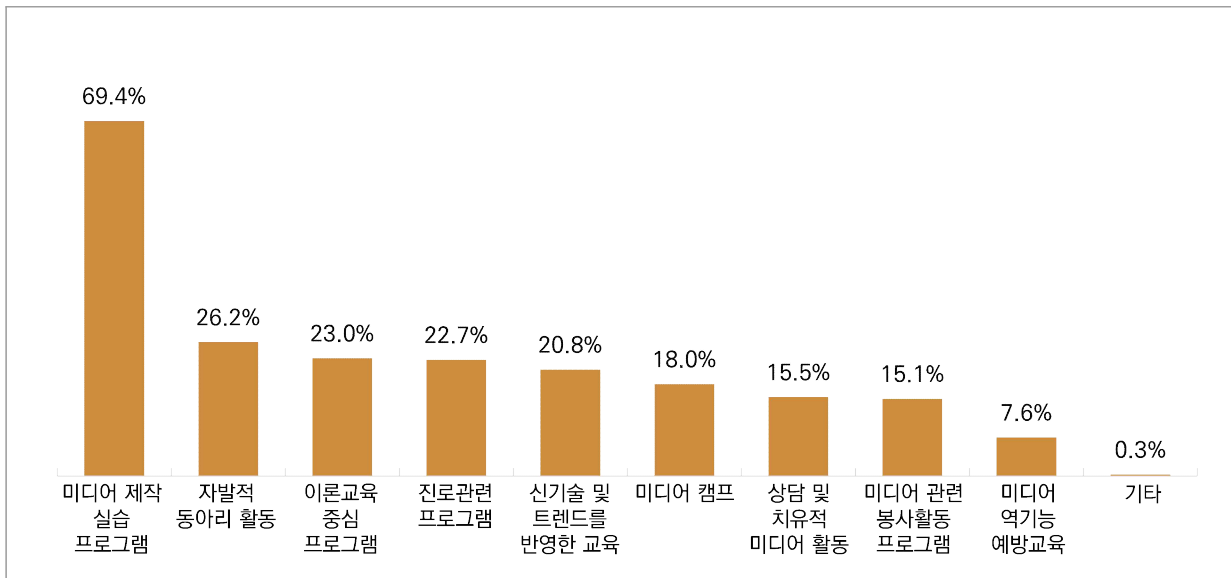


## 7) 참여하고 싶은 미디어프로그램

- 참여하고 싶은 미디어프로그램을 조사한 결과, ‘미디어 제작 실습 프로그램’(69.4%), ‘자발적 동아리 활동’(26.2%), ‘이론교육 중심 프로그램’(23.0%) 등의 순으로 나타남
- 각 항목을 소속별로 분석한 결과, ‘미디어 제작 실습 프로그램’의 경우 특성화고등학생이 81.8%로 비교적 높은 반면 중학생은 59.8%로 저조한 수준으로 조사됨

〈그림3-19〉 참여하고 싶은 미디어프로그램

(단위: %)



〈표3-19〉 참여하고 싶은 미디어프로그램

(단위: %)

	사례수	미디어 제작 실습 프로그램	자발적 동아리 활동	이론교육 중심 프로그램	진로관련 프로그램	신기술 및 트렌드를 반영한 교육	미디어 캠프	상담 및 치유적 미디어 활동	미디어 관련 봉사활동 프로그램	미디어역기능 예방교육	기타
◆ 전 체 ◆	(317)	69.4	26.2	23.0	22.7	20.8	18.0	15.5	15.1	7.6	0.3
성별	여성 (235)	70.2	26.4	22.6	25.5	20.0	17.4	18.3	18.3	8.1	0.0
	남성 (82)	67.1	25.6	24.4	14.6	23.2	19.5	7.3	6.1	6.1	1.2
지역	서울 (121)	70.2	26.4	30.6	20.7	22.3	24.0	14.0	13.2	12.4	0.0
	서울 외 거주 (196)	68.9	26.0	18.4	24.0	19.9	14.3	16.3	16.3	4.6	0.5
소속	초등학생 (33)	63.6	39.4	9.1	24.2	12.1	9.1	15.2	9.1	9.1	0.0
	중학생 (97)	59.8	24.7	22.7	18.6	17.5	19.6	14.4	12.4	5.2	0.0
	고등학생 (99)	75.8	25.3	27.3	18.2	23.2	21.2	16.2	18.2	7.1	1.0
	특성화고등학생 (33)	81.8	18.2	24.2	21.2	39.4	21.2	6.1	3.0	9.1	0.0
	학교 밖 청소년 (16)	75.0	25.0	25.0	31.3	18.8	18.8	18.8	12.5	0.0	0.0
	후기 청소년 (39)	69.2	28.2	23.1	41.0	15.4	10.3	23.1	30.8	15.4	0.0

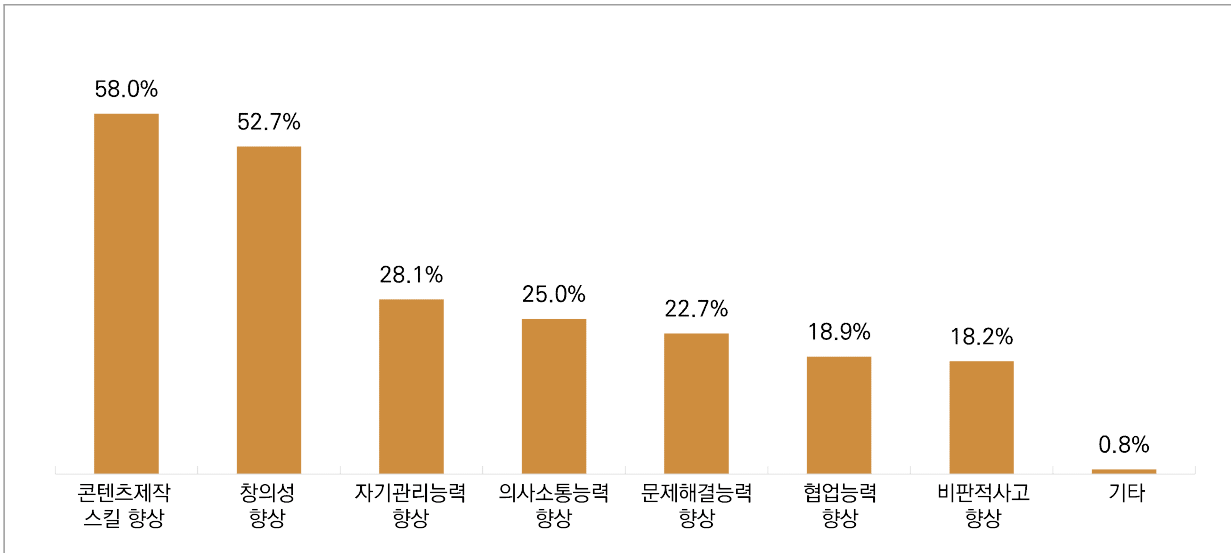


### 8) 미디어프로그램 참여를 통해 스스로 기대하는 것

- 미디어프로그램 참여를 통해 스스로 기대하는 것으로는, ‘콘텐츠제작 스킬 향상’이 58.0%로 가장 높았고 다음으로 ‘창의성 향상’(52.7%), ‘자기관리능력 향상’(28.1%) 등의 순임
- 성별에 따라 살펴보면, ‘비판적사고 향상’을 제외한 모든 항목에서 여성의 비중이 남성보다 더 높게 나타남

〈그림3-20〉 미디어프로그램 참여를 통해 스스로 기대하는 것

(단위: %)



〈표3-20〉 미디어프로그램 참여를 통해 스스로 기대하는 것

(단위: %)

		사례수	콘텐츠제작 스킬 향상	창의성 향상	자기관리 능력 향상	의사소통 능력 향상	문제해결 능력 향상	협업능력 향상	비판적사고 향상	기타
◆ 전 체 ◆		(512)	58.0	52.7	28.1	25.0	22.7	18.9	18.2	0.8
성별	여성	(354)	60.5	54.8	30.5	26.8	24.0	20.9	16.4	0.6
	남성	(158)	52.5	48.1	22.8	20.9	19.6	14.6	22.2	1.3
지역	서울	(184)	60.3	53.8	27.2	25.0	17.4	17.9	20.7	1.6
	서울 외 거주	(328)	56.7	52.1	28.7	25.0	25.6	19.5	16.8	0.3
소속	초등학생	(65)	60.0	50.8	33.8	21.5	27.7	15.4	18.5	3.1
	중학생	(155)	46.5	51.6	25.2	23.9	23.2	15.5	14.2	0.0
	고등학생	(155)	60.0	56.8	28.4	25.2	20.6	20.0	25.8	1.3
	특성화고등학생	(45)	68.9	66.7	44.4	31.1	31.1	31.1	13.3	0.0
	학교 밖 청소년	(27)	59.3	33.3	25.9	37.0	33.3	25.9	11.1	0.0
	후기 청소년	(65)	70.8	46.2	18.5	21.5	10.8	16.9	15.4	0.0

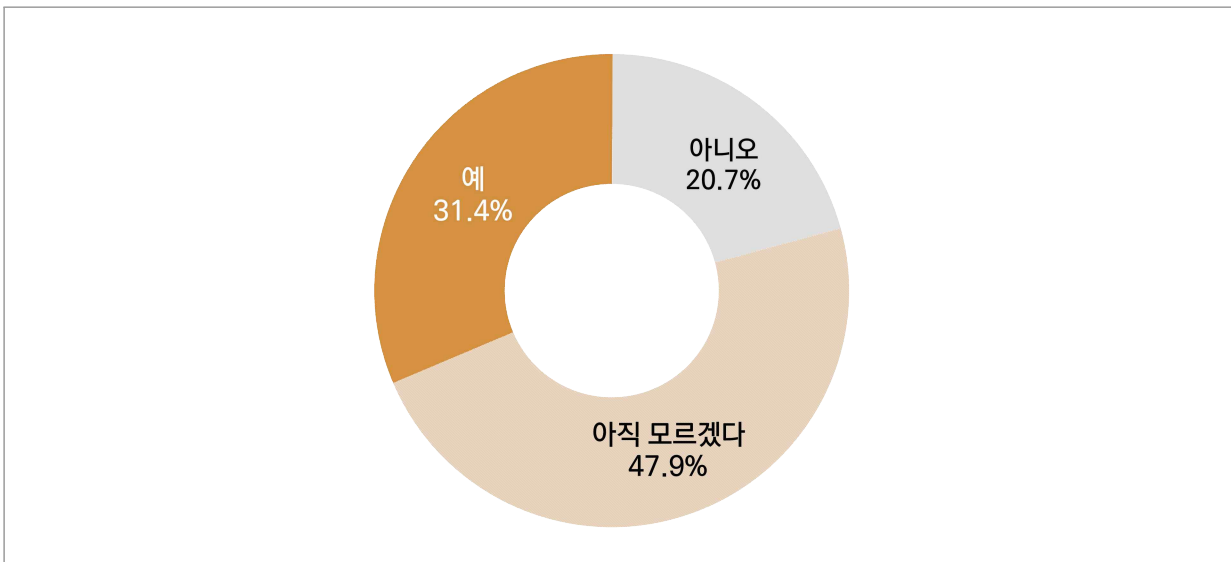


## 9) 미디어 분야 직업선택 가능성

- 미디어 분야 직업선택 가능성을 조사한 결과, '미디어 분야로 직업을 선택할 것이다'라고 응답한 비율은 전체 응답자 중 31.4%로 조사됨
- 응답자 특성별로 살펴보면, 특성화고등학생(60.0%), 중학생 및 고등학생(각 31.6%), 초등학생(27.7%) 등의 순으로 미디어 분야의 직업 선택 가능성 비중이 높게 나타남
- 특히, 소속별로 미디어 분야 직업 선택 비율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-21〉 미디어 분야 직업 선택 가능성

(단위: %)



〈표3-21〉 미디어 분야 직업 선택 가능성

(단위: %)

		사례수	예	아니오	아직 모르겠다	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	31.4	20.7	47.9	
성별	여성	(354)	31.4	20.3	48.3	$\chi^2 = 0.126$
	남성	(158)	31.6	21.5	46.8	
지역	서울	(184)	32.1	20.7	47.3	$\chi^2 = 0.055$
	서울 외 거주	(328)	31.1	20.7	48.2	
소속	초등학생	(65)	27.7	15.4	56.9	$\chi^2 = 34.881^{***}$
	중학생	(155)	31.6	20.6	47.7	
	고등학생	(155)	31.6	19.4	49.0	
	특성화고등학생	(45)	60.0	8.9	31.1	
	학교 밖 청소년	(27)	25.9	18.5	55.6	
	후기 청소년	(65)	16.9	38.5	44.6	

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

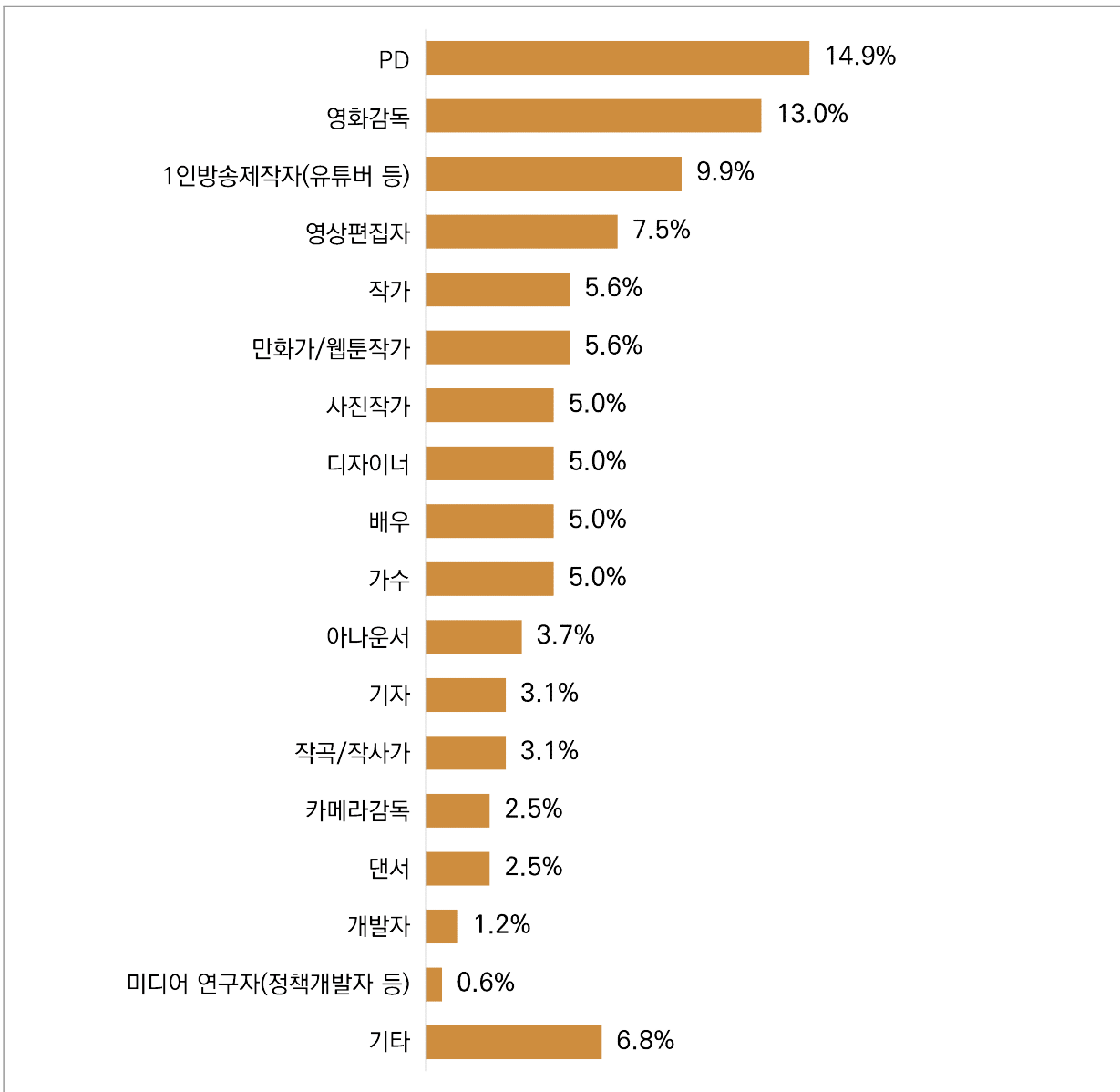


### 10) 진로/직업 체험 시 원하는 직업분야

- 진로/직업 체험 시 원하는 직업분야를 살펴보면, 'PD'가 14.9%로 가장 높았고 '영화감독'(13.0%)이 뒤를 이은 한편, 미디어 연구자(정책개발자 등)(0.6%)나 개발자(1.2%)는 상대적으로 낮게 나타남
- 응답자 특성별로 분석한 결과, 'PD' 항목에서는 후기 청소년(18.2%)이, '영화감독' 항목에서는 특성화 고등학생(29.6%)이 상대적으로 높게 조사됨
- 특히, 소속별로 진로/직업 체험 시 원하는 직업 분야에 관한 비율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-22〉 진로/직업 체험 시 원하는 직업 분야

(단위: %)





〈표3-22〉 진로/직업 체험 시 원하는 직업 분야

(단위: %)

		사례수	PD	영화감독	1인방송 제작자 (유튜버 등)	영상 편집자	작가	만화가/ 웹툰작가	사진작가	디자이너	배우	검증
◆ 전 체 ◆		(161)	14.9	13.0	9.9	7.5	5.6	5.6	5.0	5.0	5.0	
성별	여성	(111)	13.5	10.8	9.0	7.2	7.2	7.2	3.6	6.3	5.4	$\chi^2 = 12.819$
	남성	(50)	18.0	18.0	12.0	8.0	2.0	2.0	8.0	2.0	4.0	
지역	서울	(59)	8.5	13.6	11.9	5.1	5.1	0.0	8.5	3.4	3.4	$\chi^2 = 21.838$
	서울 외 거주	(102)	18.6	12.7	8.8	8.8	5.9	8.8	2.9	5.9	5.9	
소속	초등학생	(18)	11.1	0.0	11.1	11.1	5.6	11.1	5.6	16.7	0.0	$\chi^2 = 124.490$ **
	중학생	(49)	14.3	0.0	8.2	2.0	2.0	12.2	8.2	8.2	6.1	
	고등학생	(49)	16.3	26.5	8.2	12.2	4.1	0.0	6.1	0.0	6.1	
	특성화고등학생	(27)	14.8	29.6	14.8	7.4	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	학교 밖 청소년	(7)	14.3	0.0	28.6	0.0	14.3	14.3	0.0	14.3	0.0	
	후기 청소년	(11)	18.2	0.0	0.0	9.1	36.4	0.0	0.0	0.0	18.2	

		사례수	가수	아나운서	기자	작곡/ 작사가	카메라 감독	댄서	개발자	미디어 연구자 (정책 개발자 등)	기타	검증
◆ 전 체 ◆		(161)	5.0	3.7	3.1	3.1	2.5	2.5	1.2	0.6	6.8	
성별	여성	(111)	6.3	4.5	2.7	3.6	1.8	1.8	0.9	0.9	7.2	$\chi^2 = 12.819$
	남성	(50)	2.0	2.0	4.0	2.0	4.0	4.0	2.0	0.0	6.0	
지역	서울	(59)	5.1	6.8	5.1	3.4	5.1	5.1	1.7	0.0	8.5	$\chi^2 = 21.838$
	서울 외 거주	(102)	4.9	2.0	2.0	2.9	1.0	1.0	1.0	1.0	5.9	
소속	초등학생	(18)	5.6	5.6	0.0	0.0	0.0	5.6	5.6	0.0	5.6	$\chi^2 = 124.490$ **
	중학생	(49)	8.2	6.1	0.0	6.1	0.0	4.1	2.0	0.0	12.2	
	고등학생	(49)	2.0	2.0	4.1	2.0	4.1	0.0	0.0	0.0	6.1	
	특성화고등학생	(27)	7.4	3.7	3.7	0.0	7.4	3.7	0.0	3.7	3.7	
	학교 밖 청소년	(7)	0.0	0.0	14.3	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	후기 청소년	(11)	0.0	0.0	9.1	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	

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



## 11) 원하는 미디어 활동 및 프로그램

- 원하는 미디어 활동 및 프로그램을 살펴보면, '미디어콘텐츠 제작'이 105건으로 가장 많았으며 다음으로 '유튜브 제작'(47건), '미디어 편집 프로그램'(31건), '영화 제작'(30건) 등의 응답이 있었음

〈표3-23〉 원하는 미디어 활동 및 프로그램

응답 내용 (n=512)	사례수	%
미디어콘텐츠 제작	(105)	20.5
유튜브 제작	(47)	9.2
미디어 편집 프로그램	(31)	6.1
영화 제작	(30)	5.9
진로/직업 프로그램	(23)	4.5
음악 제작	(20)	3.9
웹툰 제작	(18)	3.5
다양한 실습/체험 프로그램	(18)	3.5
애니메이션 제작	(11)	2.1
글쓰기 프로그램	(10)	2.0
멘토링 프로그램(전공자, 종사자)	(10)	2.0
미술/그림	(9)	1.8
드라마 제작	(6)	1.2
예능	(6)	1.2
사진	(6)	1.2
게임 제작	(6)	1.2
신기술(AI, 3D, 소프트웨어) 활용법	(6)	1.2
광고 제작	(5)	1.0
다큐 제작	(5)	1.0
작곡	(5)	1.0
촬영 기법	(5)	1.0
교육 미디어(교육, 지식 등)	(5)	1.0

※ 상위 1.0%이상 응답 제시

※ 없음 11.7%(60명). 무응답 13.5%(69명)

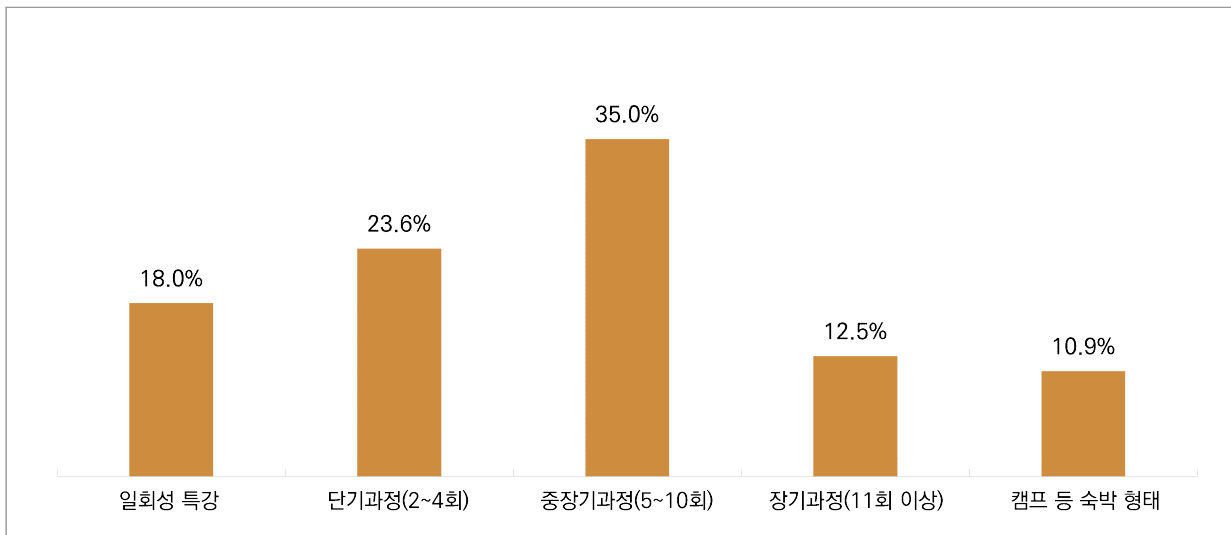


## 12) 적절한 미디어프로그램 교육 과정

- 적절한 미디어프로그램 교육 과정을 조사한 결과, ‘중장기과정(5~10회)’이 35.0%로 가장 높았고 그 다음 단기과정(2~4회)(23.6%)이 뒤를 이었는데 한편, ‘캠프 등 숙박 형태’는 10.9%로 타 항목 대비 낮게 나타남
- ‘중장기과정(5~10회)’ 항목을 소속별로 조사한 결과, 초등학생(41.5%)과 후기 청소년(38.5%)이 가장 높게 조사됨
- 특히, 성별이 미디어프로그램 교육 과정에 관한 비율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-23〉 적절한 미디어프로그램 교육 과정

(단위: %)



〈표3-24〉 적절한 미디어프로그램 교육 과정

(단위: %)

		사례수	일회성 특강	단기과정 (2~4회)	중장기과정 (5~10회)	장기과정 (11회 이상)	캠프 등 숙박 형태	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	18.0	23.6	35.0	12.5	10.9	
성별	여성	(354)	15.3	25.7	35.9	11.0	12.1	$\chi^2 = 10.618^*$
	남성	(158)	24.1	19.0	32.9	15.8	8.2	
지역	서울	(184)	17.4	26.6	33.2	14.7	8.2	$\chi^2 = 4.537$
	서울 외 거주	(328)	18.3	22.0	36.0	11.3	12.5	
소속	초등학생	(65)	16.9	26.2	41.5	7.7	7.7	$\chi^2 = 13.715$
	중학생	(155)	21.3	26.5	30.3	9.7	12.3	
	고등학생	(155)	18.7	22.6	36.1	12.9	9.7	
	특성화고등학생	(45)	13.3	22.2	31.1	20.0	13.3	
	학교 밖 청소년	(27)	11.1	25.9	37.0	14.8	11.1	
	후기 청소년	(65)	15.4	16.9	38.5	16.9	12.3	

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

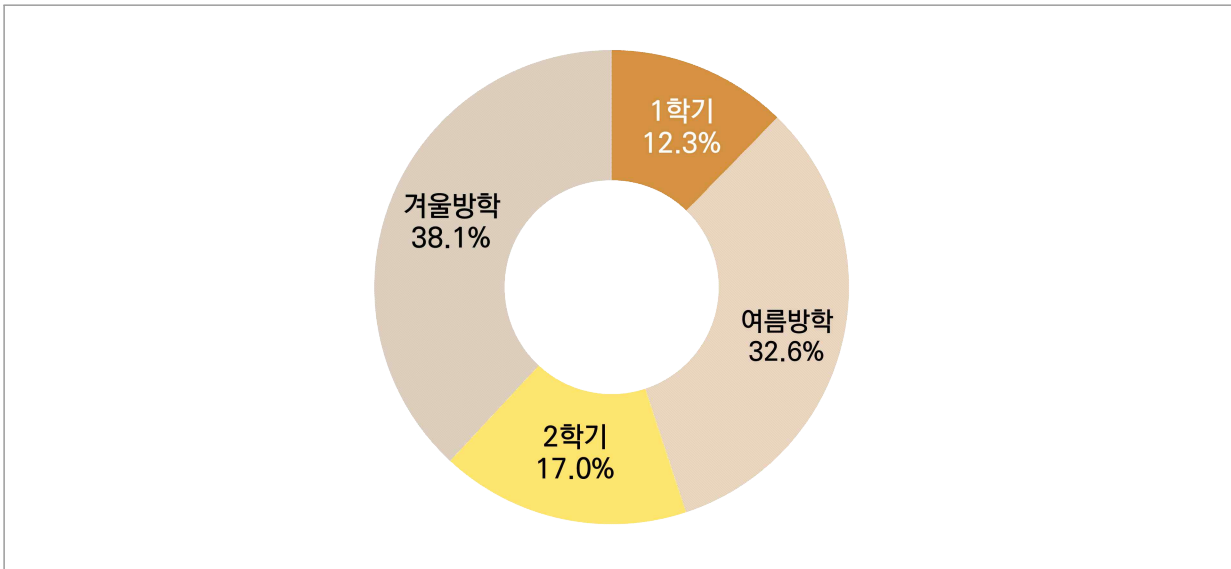


### 13) 적절한 미디어프로그램 교육 시기

- 적절한 미디어프로그램 교육 시기를 조사한 결과, ‘겨울방학’이 38.1%로 가장 높은 반면 ‘1학기’는 12.3%로 낮게 나타남
- 응답자 특성별로 분석한 결과, ‘겨울방학’ 항목에서는 남성이 더 높지만 ‘여름방학’ 항목에서는 여성이 더 높게 조사됨
- 특히, 소속별로 미디어프로그램 교육 시기에 관한 비율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-24〉 적절한 미디어프로그램 교육 시기

(단위: %)



〈표3-25〉 적절한 미디어프로그램 교육 시기

(단위: %)

		사례수	1학기	여름방학	2학기	겨울방학	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	12.3	32.6	17.0	38.1	
성별	여성	(354)	11.6	33.6	17.2	37.6	$\chi^2 = 0.956$
	남성	(158)	13.9	30.4	16.5	39.2	
지역	서울	(184)	15.8	34.8	14.1	35.3	$\chi^2 = 5.160$
	서울 외 거주	(328)	10.4	31.4	18.6	39.6	
소속	초등학생	(65)	12.3	26.2	36.9	24.6	$\chi^2 = 57.458^{***}$
	중학생	(155)	20.0	29.7	16.8	33.5	
	고등학생	(155)	7.7	31.0	12.9	48.4	
	특성화고등학생	(45)	11.1	26.7	15.6	46.7	
	학교 밖 청소년	(27)	22.2	40.7	14.8	22.2	
	후기 청소년	(65)	1.5	50.8	9.2	38.5	

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

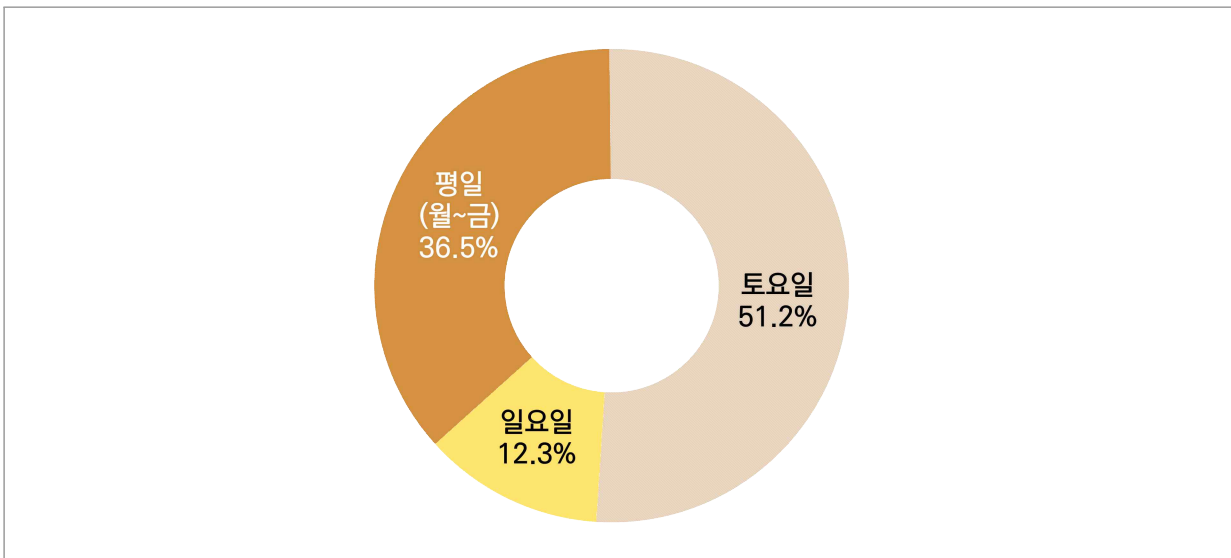


#### 14) 적절한 미디어프로그램 교육 요일

- 적절한 미디어프로그램 교육 요일을 조사한 결과, ‘토요일’(51.2%) > ‘평일(월~금)’(36.5%) > ‘일요일’(12.3%) 순으로 조사됨
- 소속별로 살펴보면, ‘토요일’로 응답한 항목에서는 고등학생(63.2%)이 높게 조사된 반면 초등학교(35.4%)는 비교적 낮게 나타남
- 특히, 소속별로 미디어프로그램 교육 요일에 관한 비율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-25〉 적절한 미디어프로그램 교육 요일

(단위: %)



〈표3-26〉 적절한 미디어프로그램 교육 요일

(단위: %)

		사례수	평일(월~금)	토요일	일요일	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	36.5	51.2	12.3	
성별	여성	(354)	37.3	50.8	11.9	$\chi^2 = 0.388$
	남성	(158)	34.8	51.9	13.3	
지역	서울	(184)	33.7	52.7	13.6	$\chi^2 = 1.147$
	서울 외 거주	(328)	38.1	50.3	11.6	
소속	초등학생	(65)	49.2	35.4	15.4	$\chi^2 = 34.060^{***}$
	중학생	(155)	40.0	43.2	16.8	
	고등학생	(155)	24.5	63.2	12.3	
	특성화고등학생	(45)	48.9	48.9	2.2	
	학교 밖 청소년	(27)	51.9	44.4	3.7	
	후기 청소년	(65)	29.2	61.5	9.2	

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

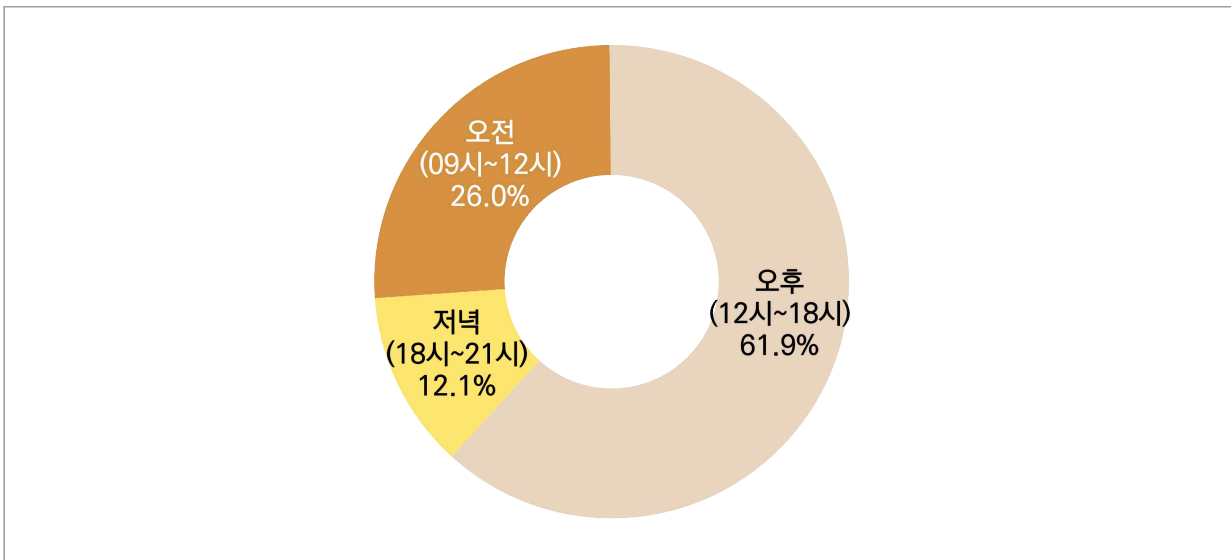


### 15) 적절한 미디어프로그램 교육 시간

- 적절한 미디어프로그램 교육 시간을 조사한 결과, ‘오후(12시~18시)’가 61.9%로 가장 높았고 이어서 ‘오전(09시~12시)’(26.0%), ‘저녁(18시~21시)’(12.1%) 순임
- 소속별로 살펴보면, ‘오후(12시~18시)’ 항목에서는 특성화고등학생(73.3%)이 가장 높게 나타난 반면 중학생(55.5%)은 낮게 조사됨

〈그림3-26〉 적절한 미디어프로그램 교육 시간

(단위: %)



〈표3-27〉 적절한 미디어프로그램 교육 시간

(단위: %)

		사례수	오전(09시~12시)	오후(12시~18시)	저녁(18시~21시)	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	26.0	61.9	12.1	
성별	여성	(354)	25.4	61.6	13.0	$\chi^2 = 0.897$
	남성	(158)	27.2	62.7	10.1	
지역	서울	(184)	29.9	56.5	13.6	$\chi^2 = 3.561$
	서울 외 거주	(328)	23.8	64.9	11.3	
소속	초등학생	(65)	29.2	66.2	4.6	$\chi^2 = 10.860$
	중학생	(155)	31.0	55.5	13.5	
	고등학생	(155)	23.9	62.6	13.5	
	특성화고등학생	(45)	20.0	73.3	6.7	
	학교 밖 청소년	(27)	22.2	63.0	14.8	
	후기 청소년	(65)	21.5	63.1	15.4	

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

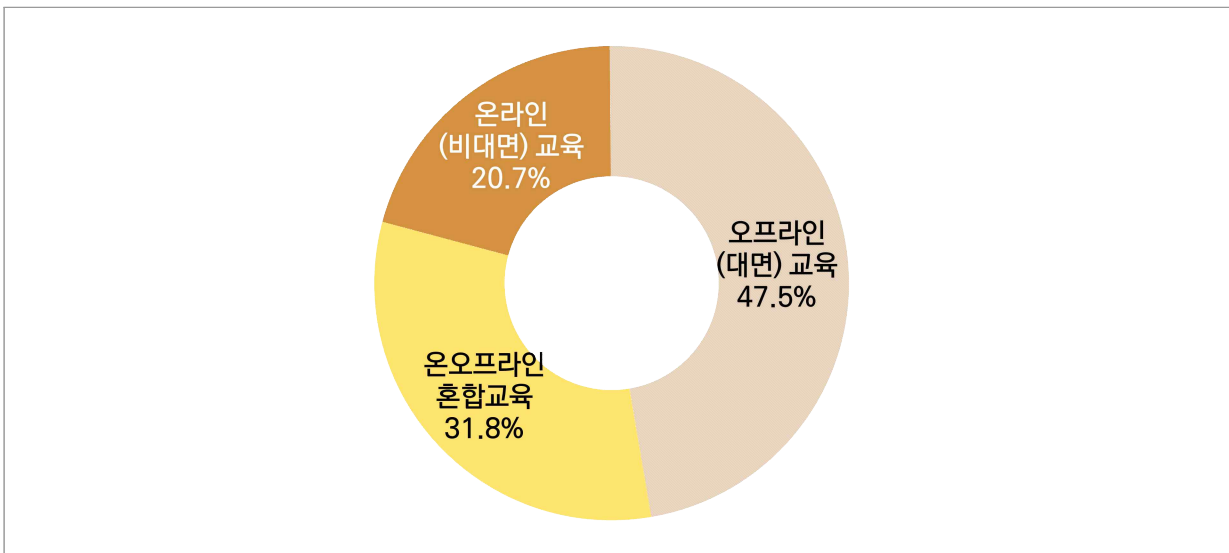


## 16) 선호하는 미디어프로그램 교육 방식

- 선호하는 미디어프로그램 교육 방식을 조사한 결과, ‘오프라인(대면) 교육’(47.5%), ‘온오프라인 혼합교육’(31.8%), ‘온라인(비대면) 교육’(20.7%) 순서로 조사되었음
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘오프라인(대면) 교육’의 경우 특성화고등학생(60.0%)과 중학생(55.5%)이 높은 비중을 차지함
- 특히 지역별, 소속별로 선호하는 미디어프로그램 교육 방식 비율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-27〉 선호하는 미디어프로그램 교육 방식

(단위: %)



〈표3-28〉 선호하는 미디어프로그램 교육 방식

(단위: %)

		사례수	온라인(비대면) 교육	오프라인(대면) 교육	온오프라인 혼합교육	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	20.7	47.5	31.8	
성별	여성	(354)	19.8	45.8	34.5	$\chi^2 = 3.663$
	남성	(158)	22.8	51.3	25.9	
지역	서울	(184)	17.9	54.9	27.2	$\chi^2 = 6.365^*$
	서울 외 거주	(328)	22.3	43.3	34.5	
소속	초등학생	(65)	30.8	44.6	24.6	$\chi^2 = 24.490^{**}$
	중학생	(155)	20.0	55.5	24.5	
	고등학생	(155)	19.4	43.2	37.4	
	특성화고등학생	(45)	8.9	60.0	31.1	
	학교 밖 청소년	(27)	22.2	51.9	25.9	
	후기 청소년	(65)	23.1	30.8	46.2	

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



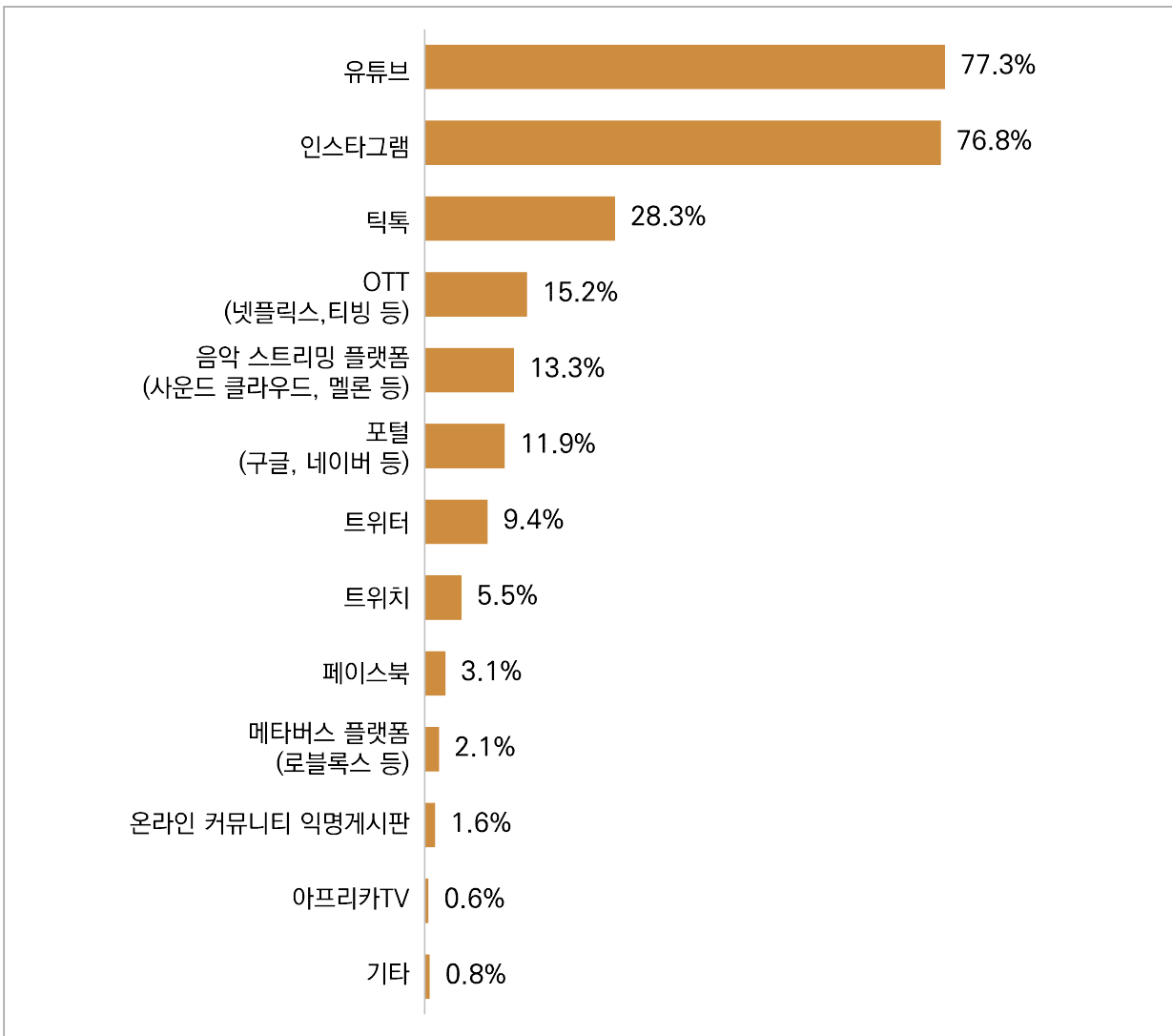
## 4. 미디어공간과 콘텐츠

### 1) 여가시간에 자주 이용하는 플랫폼

- 여가시간에 자주 이용하는 플랫폼을 조사한 결과, ‘유튜브’(77.3%)와 ‘인스타그램’(76.8%)이 자주 이용하는 것으로 나타났고 반면, ‘아프리카TV’(0.6%)는 이용 비율이 상대적으로 저조했음
- 성별로 살펴보면, ‘유튜브’ 및 ‘인스타그램’을 포함한 상위 플랫폼에서는 여성이 남성보다 더 높은 비중을 차지함

〈그림3-28〉 여가시간에 자주 이용하는 플랫폼

(단위: %)





〈표3-29〉 여가시간에 자주 이용하는 플랫폼

(단위: %)

		사례수	유튜브	인스타그램	틱톡	OTT	음악 스트리밍 플랫폼	포털	트위터
◆ 전 체 ◆		(512)	77.3	76.8	28.3	15.2	13.3	11.9	9.4
성별	여성	(354)	78.0	82.8	30.8	18.1	15.3	12.7	12.4
	남성	(158)	75.9	63.3	22.8	8.9	8.9	10.1	2.5
지역	서울	(184)	83.2	72.8	24.5	12.0	12.0	11.4	8.2
	서울 외 거주	(328)	74.1	79.0	30.5	17.1	14.0	12.2	10.1
소속	초등학생	(65)	73.8	83.1	38.5	16.9	9.2	9.2	10.8
	중학생	(155)	73.5	81.9	36.8	11.6	16.1	8.4	5.2
	고등학생	(155)	78.1	73.5	30.3	12.9	11.6	10.3	11.0
	특성화고등학생	(45)	77.8	75.6	17.8	24.4	15.6	15.6	8.9
	학교 밖 청소년	(27)	92.6	59.3	14.8	11.1	18.5	14.8	14.8
	후기 청소년	(65)	81.5	73.8	6.2	23.1	10.8	23.1	12.3

		사례수	트위치	페이스북	메타버스 플랫폼	온라인 커뮤니티 익명게시판	아프리카TV	기타
◆ 전 체 ◆		(512)	5.5	3.1	2.1	1.6	0.6	0.8
성별	여성	(354)	2.5	2.3	1.4	1.7	0.0	0.8
	남성	(158)	12.0	5.1	3.8	1.3	1.9	0.6
지역	서울	(184)	6.0	3.3	3.8	1.6	0.0	0.0
	서울 외 거주	(328)	5.2	3.0	1.2	1.5	0.9	1.2
소속	초등학생	(65)	3.1	3.1	0.0	3.1	0.0	1.5
	중학생	(155)	4.5	3.9	2.6	1.3	0.0	1.3
	고등학생	(155)	6.5	1.3	1.3	1.3	1.9	0.6
	특성화고등학생	(45)	4.4	6.7	8.9	2.2	0.0	0.0
	학교 밖 청소년	(27)	7.4	3.7	3.7	0.0	0.0	0.0
	후기 청소년	(65)	7.7	3.1	0.0	1.5	0.0	0.0

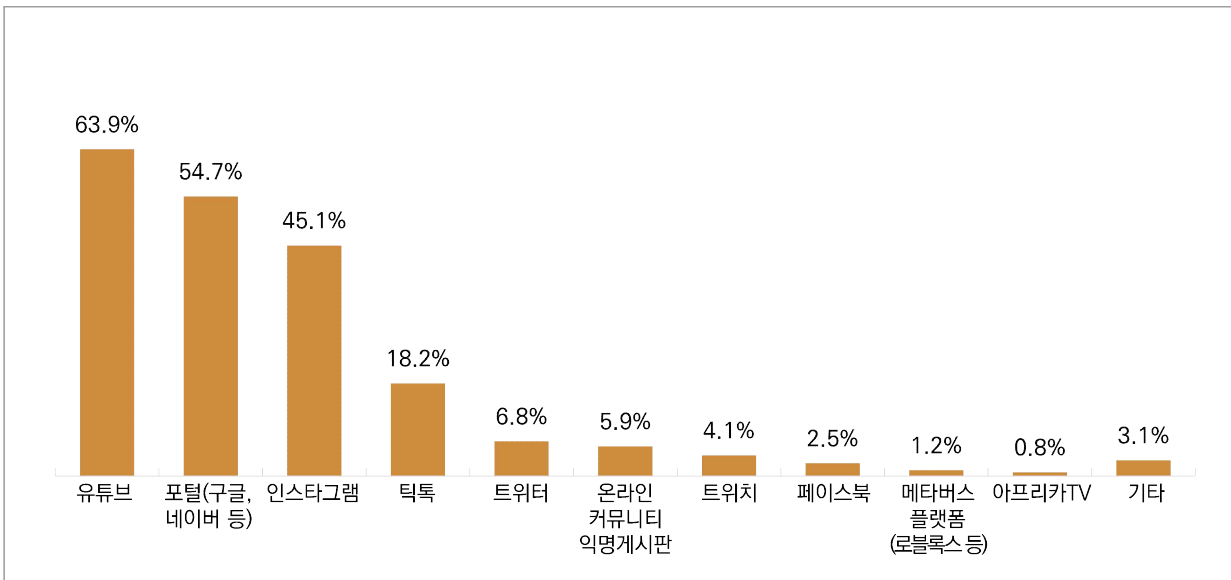


## 2) 궁금하거나 필요한 정보가 있을 때 자주 이용하는 플랫폼

- 궁금하거나 필요한 정보가 있을 때 자주 이용하는 플랫폼을 조사한 결과, '유튜브'가 63.9%로 가장 높았고 다음으로 '포털(구글, 네이버 등)'(54.7%), '인스타그램'(45.1%) 등의 순서로 나타남
- 후기 청소년은 '포털'(76.9%)이 높게 조사되었고, 후기 청소년을 제외한 모든 소속이 '유튜브'가 가장 높았음

〈그림3-29〉 궁금하거나 필요한 정보가 있을 때 자주 이용하는 플랫폼

(단위: %)



〈표3-30〉 궁금하거나 필요한 정보가 있을 때 자주 이용하는 플랫폼

(단위: %)

		사례수	유튜브	포털	인스타 그램	틱톡	트위터	온라인 커뮤니티 익명 게시판	트위치	페이스 북	메타 버스 플랫폼	아프 리카 TV	기타
◆ 전 체 ◆		(512)	63.9	54.7	45.1	18.2	6.8	5.9	4.1	2.5	1.2	0.8	3.1
성별	여성	(354)	63.8	58.8	48.0	20.3	8.2	5.9	1.4	2.5	1.1	0.8	3.7
	남성	(158)	63.9	45.6	38.6	13.3	3.8	5.7	10.1	2.5	1.3	0.6	1.9
지역	서울	(184)	64.7	51.1	46.7	16.3	7.6	5.4	3.3	4.3	2.2	1.1	1.6
	서울 외 거주	(328)	63.4	56.7	44.2	19.2	6.4	6.1	4.6	1.5	0.6	0.6	4.0
소속	초등학생	(65)	60.0	50.8	52.3	35.4	4.6	6.2	3.1	0.0	3.1	0.0	13.8
	중학생	(155)	66.5	49.7	51.0	21.9	4.5	5.2	3.2	2.6	0.0	0.0	3.2
	고등학생	(155)	61.3	45.8	41.9	14.8	7.7	4.5	7.1	3.9	1.3	0.6	0.6
	특성화고등학생	(45)	75.6	68.9	46.7	17.8	6.7	11.1	2.2	2.2	0.0	4.4	0.0
	학교 밖 청소년	(27)	81.5	66.7	25.9	7.4	18.5	11.1	3.7	3.7	7.4	0.0	0.0
	후기 청소년	(65)	52.3	76.9	38.5	4.6	7.7	4.6	1.5	1.5	0.0	1.5	1.5

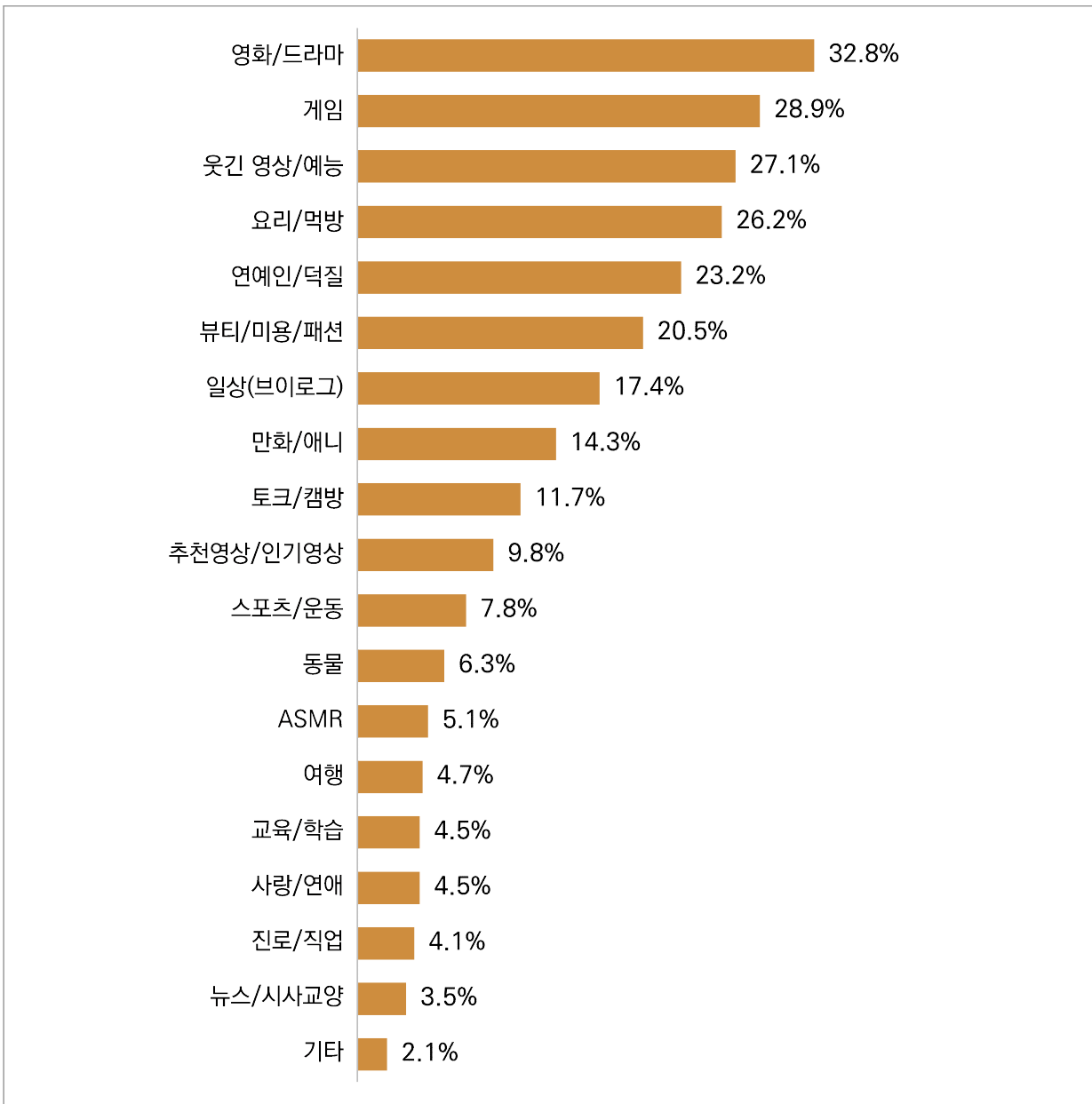


### 3) 미디어 이용 시 가장 선호하는 콘텐츠

- 미디어 이용 시 가장 선호하는 콘텐츠로는, ‘영화/드라마’(32.8%), ‘게임’(28.9%), ‘웃긴 영상/예능’(27.1%) 등의 순임
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘영화/드라마’ 항목에서는 학교 밖 청소년(55.6%)이 가장 높은 한편 ‘연예인/덕질’ 항목에서는 학교 밖 청소년(11.1%)이 가장 낮게 나타남

〈그림3-30〉 미디어 이용 시 가장 선호하는 콘텐츠

(단위: %)





〈표3-31〉 미디어 이용 시 가장 선호하는 콘텐츠

(단위: %)

		사례수	영화/ 드라마	게임	웃긴 영상/ 예능	요리/ 먹방	연예인/ 덕질	뷰티/ 미용/ 패션	일상 (브이 로그)	만화/ 애니	토크/ 캠방	추천영상 / 인기영상
◆ 전 체 ◆		(512)	32.8	28.9	27.1	26.2	23.2	20.5	17.4	14.3	11.7	9.8
성별	여성	(354)	30.5	19.2	29.1	30.5	29.9	26.6	20.1	16.4	11.0	12.7
	남성	(158)	38.0	50.6	22.8	16.5	8.2	7.0	11.4	9.5	13.3	3.2
지역	서울	(184)	32.6	31.0	21.7	31.5	18.5	21.7	22.3	13.0	12.0	9.8
	서울 외 거주	(328)	32.9	27.7	30.2	23.2	25.9	19.8	14.6	14.9	11.6	9.8
소속	초등학생	(65)	18.5	26.2	41.5	20.0	36.9	13.8	13.8	10.8	10.8	16.9
	중학생	(155)	26.5	29.0	26.5	27.1	25.2	21.9	17.4	14.8	16.1	12.3
	고등학생	(155)	34.8	31.0	22.6	29.7	16.8	21.3	14.8	13.5	12.9	5.8
	특성화고등학생	(45)	46.7	28.9	28.9	24.4	24.4	20.0	20.0	13.3	8.9	6.7
	학교 밖 청소년	(27)	55.6	25.9	29.6	33.3	11.1	11.1	40.7	25.9	3.7	11.1
	후기 청소년	(65)	38.5	27.7	23.1	20.0	24.6	26.2	15.4	13.8	4.6	7.7

		사례수	스포츠/ 운동	동물	ASMR	여행	교육/ 학습	사랑/ 연애	진로/ 직업	뉴스/ 시사교양	기타
◆ 전 체 ◆		(512)	7.8	6.3	5.1	4.7	4.5	4.5	4.1	3.5	2.1
성별	여성	(354)	3.7	7.9	6.8	3.7	4.2	4.5	4.2	3.1	2.3
	남성	(158)	17.1	2.5	1.3	7.0	5.1	4.4	3.8	4.4	1.9
지역	서울	(184)	6.0	4.9	4.3	5.4	6.0	3.3	6.0	1.6	2.2
	서울 외 거주	(328)	8.8	7.0	5.5	4.3	3.7	5.2	3.0	4.6	2.1
소속	초등학생	(65)	4.6	12.3	12.3	1.5	1.5	4.6	1.5	3.1	3.1
	중학생	(155)	10.3	5.8	1.9	2.6	4.5	5.2	1.9	1.3	1.9
	고등학생	(155)	7.1	4.5	6.5	5.8	4.5	3.2	6.5	2.6	1.3
	특성화고등학생	(45)	2.2	6.7	6.7	6.7	8.9	8.9	4.4	2.2	0.0
	학교 밖 청소년	(27)	3.7	11.1	0.0	3.7	3.7	0.0	3.7	3.7	7.4
	후기 청소년	(65)	12.3	3.1	3.1	9.2	4.6	4.6	6.2	12.3	3.1

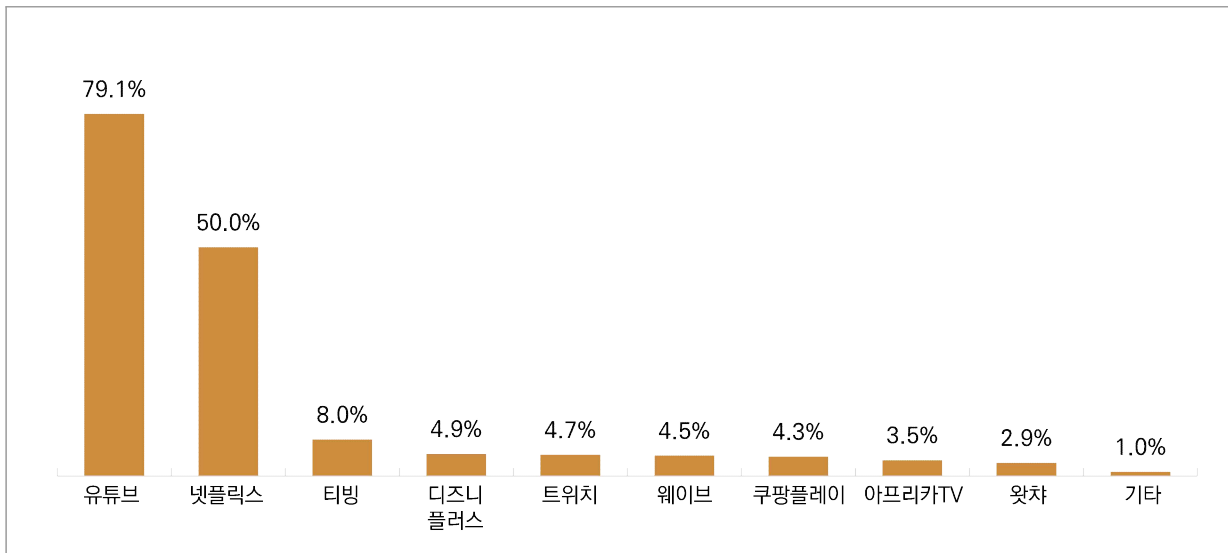


#### 4) 가장 자주 이용하는 OTT 플랫폼

- 가장 자주 이용하는 OTT 플랫폼으로는 '유튜브'가 79.1%로 가장 높았고 다음으로 '넷플릭스'(50.0%), '티빙'(8.0%) 순서로 조사됨
- 소속별로 살펴보면, '유튜브'의 경우 특성화고등학생이 88.9%, 학교 밖 청소년이 85.2%로 비교적 높게 나타남

〈그림3-31〉 가장 자주 이용하는 OTT 플랫폼

(단위: %)



〈표3-32〉 가장 자주 이용하는 OTT 플랫폼

(단위: %)

		사례수	유튜브	넷플릭스	티빙	디즈니 플러스	트위치	웨이브	쿠팡 플레이	아프리카 TV	왓챠	기타
◆ 전 체 ◆		(512)	79.1	50.0	8.0	4.9	4.7	4.5	4.3	3.5	2.9	1.0
성별	여성	(354)	82.5	54.0	10.2	4.2	3.1	4.2	4.0	1.4	3.1	1.1
	남성	(158)	71.5	41.1	3.2	6.3	8.2	5.1	5.1	8.2	2.5	0.6
지역	서울	(184)	82.1	53.3	5.4	6.0	5.4	2.7	4.3	1.6	3.3	0.0
	서울 외 거주	(328)	77.4	48.2	9.5	4.3	4.3	5.5	4.3	4.6	2.7	1.5
소속	초등학생	(65)	84.6	50.8	3.1	4.6	3.1	6.2	4.6	0.0	1.5	1.5
	중학생	(155)	80.0	52.9	9.7	1.9	3.2	3.9	3.9	1.3	2.6	0.6
	고등학생	(155)	74.8	43.9	7.7	6.5	6.5	4.5	4.5	6.5	1.3	1.9
	특성화고등학생	(45)	88.9	57.8	2.2	4.4	2.2	6.7	6.7	2.2	4.4	0.0
	학교 밖 청소년	(27)	85.2	51.9	0.0	3.7	11.1	0.0	0.0	3.7	7.4	0.0
	후기 청소년	(65)	72.3	50.8	16.9	9.2	4.6	4.6	4.6	6.2	6.2	0.0

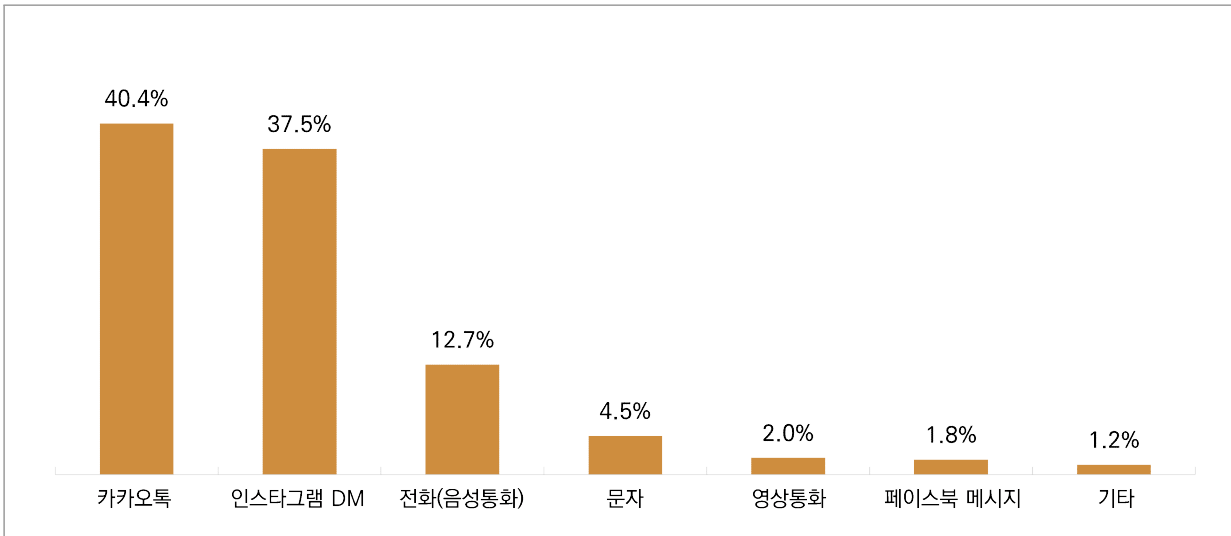


### 5) 다른 사람과 연락할 때 가장 많이 이용하는 수단

- 다른 사람과 연락할 때 가장 많이 이용하는 수단을 조사한 결과, ‘카카오톡’(40.4%)이 가장 높았고, 다음으로 ‘인스타그램 DM’(37.5%), ‘전화(음성통화)’(12.7%) 등의 순임
- 성별로 살펴보면, ‘카카오톡’과 ‘인스타그램 DM’의 경우 여성이 남성보다 더 높은 비중을 차지함
- 특히 성별, 지역별, 소속별로 연락할 때 사용하는 수단에 관한 비율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-32〉 다른 사람과 연락할 때 가장 많이 이용하는 수단

(단위: %)



〈표3-33〉 다른 사람과 연락할 때 가장 많이 이용하는 수단

(단위: %)

		사례수	카카오톡	인스타그램 DM	전화 (음성통화)	문자	영상통화	페이스북 메시지	기타	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	40.4	37.5	12.7	4.5	2.0	1.8	1.2	
성별	여성	(354)	41.5	39.8	11.3	3.7	2.0	0.3	1.4	$\chi^2 = 20.253$ **
	남성	(158)	38.0	32.3	15.8	6.3	1.9	5.1	0.6	
지역	서울	(184)	50.0	25.0	16.3	5.4	0.5	2.2	0.5	$\chi^2 = 26.162$ ***
	서울 외 거주	(328)	35.1	44.5	10.7	4.0	2.7	1.5	1.5	
소속	초등학생	(65)	35.4	44.6	12.3	4.6	3.1	0.0	0.0	$\chi^2 = 74.533$ ***
	중학생	(155)	24.5	50.3	14.8	4.5	1.9	2.6	1.3	
	고등학생	(155)	44.5	35.5	9.7	5.8	1.9	1.9	0.6	
	특성화고등학생	(45)	40.0	40.0	17.8	0.0	2.2	0.0	0.0	
	학교 밖 청소년	(27)	40.7	25.9	14.8	3.7	3.7	3.7	7.4	
	후기 청소년	(65)	73.8	7.7	10.8	4.6	0.0	1.5	1.5	

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



## 6) 가장 좋아하고 자주 보는 플랫폼/채널명

- 가장 좋아하고 자주 보는 플랫폼을 살펴보면, ‘유튜브’가 425건으로 가장 많았고 ‘인스타그램’이 20건으로 그 뒤를 이음
- 가장 좋아하고 자주 보는 채널명을 살펴보면, 다음으로 ‘오징’(60건), ‘주둥이방송’(22건), ‘넷플릭스’(18건) 등으로 나타남

〈표3-34〉 가장 좋아하고 자주 보는 플랫폼/채널명

플랫폼 응답내용	사례수	%	채널명 응답내용	사례수	%
유튜브	(425)	83.0	오징	(60)	11.7
인스타그램	(20)	3.9	주둥이방송	(22)	4.3
틱톡	(6)	1.2	넷플릭스	(18)	3.5
트위치	(4)	0.8	잠뜰	(11)	2.1
			해안	(8)	1.6
			세븐틴	(8)	1.6
			티빙	(7)	1.4
			침착맨	(6)	1.2
			채널십오야	(6)	1.2
			쯔양	(6)	1.2
			준우	(5)	1.0
			감스트	(5)	1.0
			미미미누	(5)	1.0
			숫박스	(4)	0.8
			G Movie	(3)	0.6
			해썬	(3)	0.6
			BTS	(3)	0.6
			지번번	(3)	0.6

※ 상위 0.6%이상 응답 제시  
 ※ 없음 2.3%(12명). 무응답 2.9%(15명)



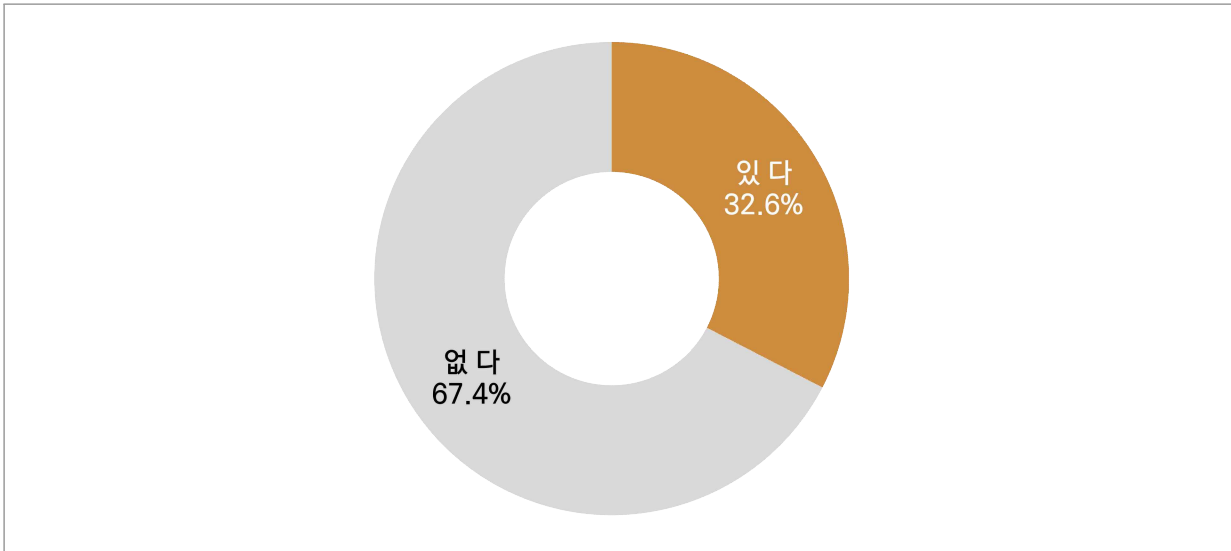
## 5. 미디어리터러시와 저작권

### 1) 미디어리터러시 교육 여부

- 미디어리터러시 교육 여부를 조사한 결과, '교육을 받은 적이 있다'는 응답이 32.6%로 나타났다
- 소속별로 분석한 결과, '교육을 받은 적이 있다'는 항목은 후기 청소년이 41.5%로 높은 반면, 학교 밖 청소년은 11.1%로 상대적으로 저조한 비율을 보임

〈그림3-33〉 미디어리터러시 교육 여부

(단위: %)



〈표3-35〉 미디어리터러시 교육 여부

(단위: %)

		사례수	있다	없다	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	32.6	67.4	
성별	여성	(354)	31.4	68.6	$\chi^2 = 0.830$
	남성	(158)	35.4	64.6	
지역	서울	(184)	32.1	67.9	$\chi^2 = 0.040$
	서울 외 거주	(328)	32.9	67.1	
소속	초등학생	(65)	27.7	72.3	$\chi^2 = 9.701$
	중학생	(155)	35.5	64.5	
	고등학생	(155)	31.0	69.0	
	특성화고등학생	(45)	35.6	64.4	
	학교 밖 청소년	(27)	11.1	88.9	
	후기 청소년	(65)	41.5	58.5	

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

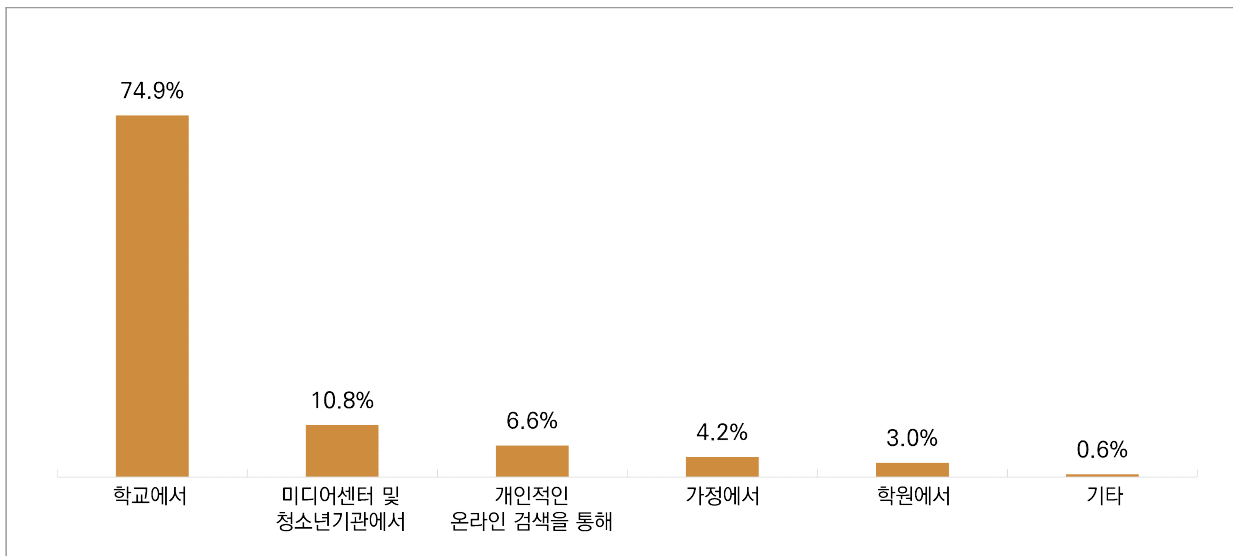


## 2) 미디어리터러시 교육 장소

- 미디어리터러시 교육 장소를 조사한 결과, ‘학교에서’(74.9%), ‘미디어센터 및 청소년기관에서’(10.8%), ‘개인적인 온라인 검색을 통해’(6.6%) 순으로 조사됨
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘학교에서’ 교육을 진행했다는 항목에서는 중학생(83.6%)이 타 소속 대비 비율이 가장 높았지만, ‘미디어센터 및 청소년기관에서’ 진행했다는 항목에서는 중학생(1.8%)이 가장 낮게 나타남

〈그림3-34〉 미디어리터러시 교육 장소

(단위: %)



〈표3-36〉 미디어리터러시 교육 장소

(단위: %)

		사례수	학교에서	미디어센터 및 청소년기관에서	개인적인 온라인 검색을 통해	가정에서	학원에서	기타
◆ 전 체 ◆		(167)	74.9	10.8	6.6	4.2	3.0	0.6
성별	여성	(111)	76.6	10.8	5.4	3.6	2.7	0.9
	남성	(56)	71.4	10.7	8.9	5.4	3.6	0.0
지역	서울	(59)	64.4	16.9	5.1	5.1	6.8	1.7
	서울 외 거주	(108)	80.6	7.4	7.4	3.7	0.9	0.0
소속	초등학생	(18)	61.1	27.8	11.1	0.0	0.0	0.0
	중학생	(55)	83.6	1.8	3.6	5.5	5.5	0.0
	고등학생	(48)	77.1	12.5	6.3	2.1	2.1	0.0
	특성화고등학생	(16)	62.5	6.3	12.5	12.5	6.3	0.0
	학교 밖 청소년	(3)	66.7	33.3	0.0	0.0	0.0	0.0
	후기 청소년	(27)	70.4	14.8	7.4	3.7	0.0	3.7

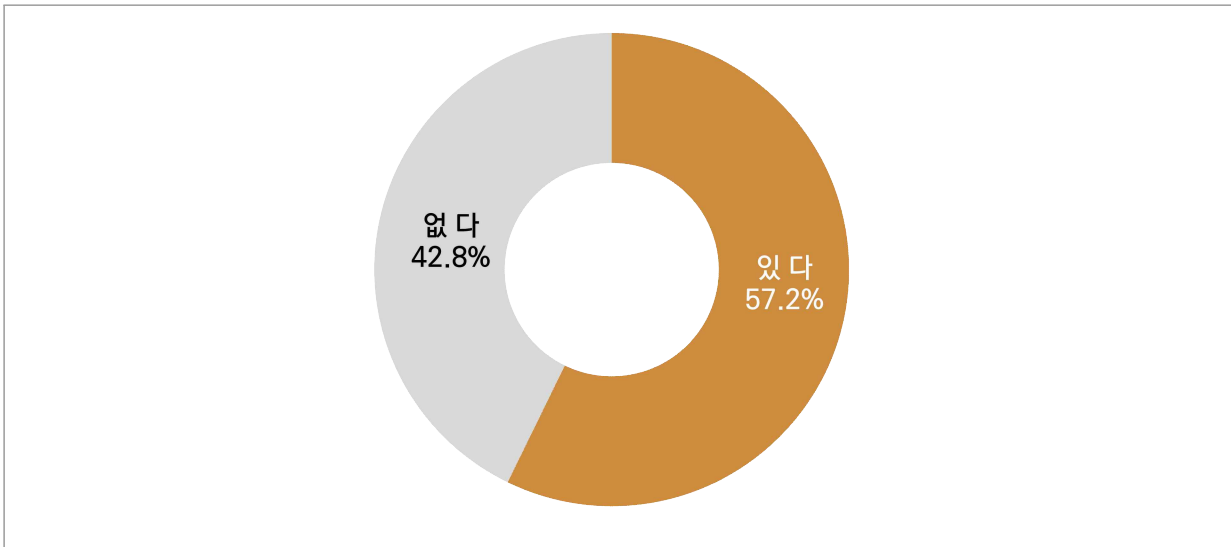


### 3) 정보의 사실 여부 확인 경험

- 정보의 사실 여부 확인 경험을 살펴보면, ‘확인한 적 있다’는 응답은 57.2%로 과반 이상의 비중을 차지함
- 성별로 분석한 결과, 정보 사실 여부를 ‘확인한 적 있다’는 응답은 여성(60.7%)이 높게 나타난 한편 남성(49.4%)은 비교적 저조한 수준을 보임
- 특히, 성별이 정보의 사실 여부 확인 경험률에 대해 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-35〉 정보의 사실 여부 확인 경험

(단위: %)



〈표3-37〉 정보의 사실 여부 확인 경험

(단위: %)

		사례수	있다	없다	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	57.2	42.8	
성별	여성	(354)	60.7	39.3	$\chi^2 = 5.767^*$
	남성	(158)	49.4	50.6	
지역	서울	(184)	54.3	45.7	$\chi^2 = 0.972$
	서울 외 거주	(328)	58.8	41.2	
소속	초등학생	(65)	55.4	44.6	$\chi^2 = 2.183$
	중학생	(155)	56.8	43.2	
	고등학생	(155)	54.2	45.8	
	특성화고등학생	(45)	64.4	35.6	
	학교 밖 청소년	(27)	59.3	40.7	
	후기 청소년	(65)	61.5	38.5	

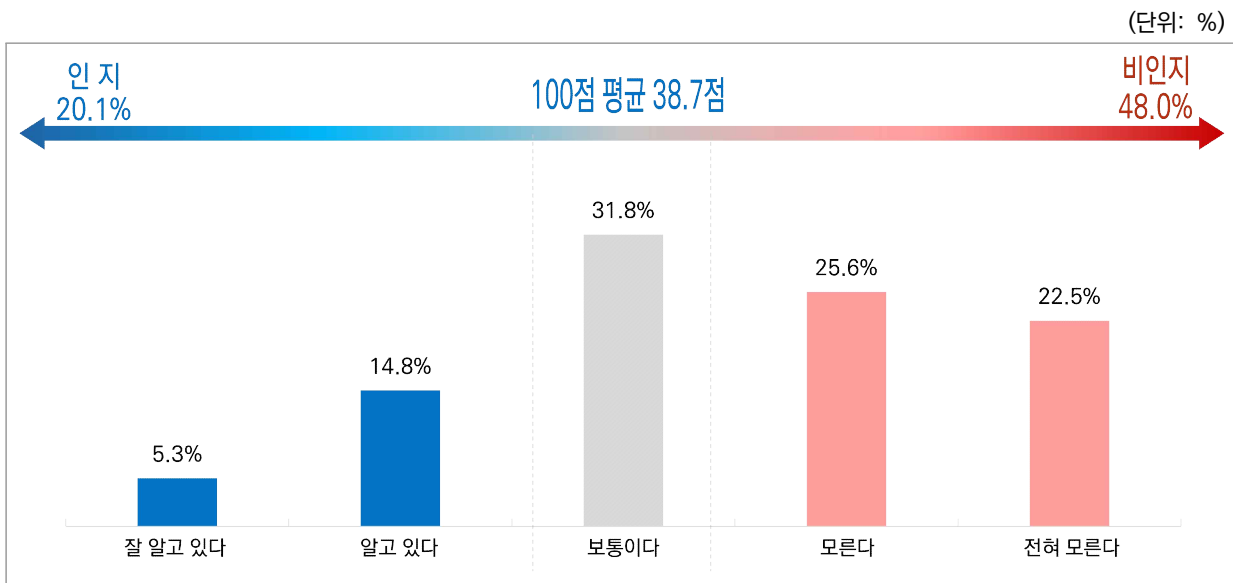
\*  $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$



#### 4) 미디어리터러시 인지 정도

- 미디어리터러시 인지 정도를 조사한 결과, 100점 평균 38.7점으로 나타났으며 ‘인지’ 비율(‘잘 알고 있다’ 5.3% + ‘알고 있다’ 14.8%)이 20.1%로 ‘비인지’(48.0%) 비율이 더 높게 조사됨
- 소속별로 살펴보면, 후기 청소년의 100점 평균 점수는 54.6점으로 가장 높은 반면 초등학생의 경우 29.6점으로 낮게 나타남
- 특히, 소속별로 미디어리터러시 인지율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-36〉 미디어리터러시 인지 정도



〈표3-38〉 미디어리터러시 인지 정도

(단위: %, 점)

	사례수	전혀 모른다	모른다	보통이다	알고 있다	잘 알고 있다	종합평가			평균 [5점]	평균 [100점]	검증
							비인지	보통	인지			
◆ 전체 ◆	(512)	22.5	25.6	31.8	14.8	5.3	48.0	31.8	20.1	2.55	38.7	
성별	여성 (354)	21.8	26.6	31.9	15.3	4.5	48.3	31.9	19.8	2.54	38.6	t=0.191
	남성 (158)	24.1	23.4	31.6	13.9	7.0	47.5	31.6	20.9	2.56	39.1	
지역	서울 (184)	19.0	26.1	31.5	17.4	6.0	45.1	31.5	23.4	2.65	41.3	t=1.531
	서울 외 거주 (328)	24.4	25.3	32.0	13.4	4.9	49.7	32.0	18.3	2.49	37.3	
소속	초등학생 (65)	32.3	27.7	32.3	4.6	3.1	60.0	32.3	7.7	2.18	29.6	F=8.899 ***
	중학생 (155)	29.0	25.8	33.5	9.0	2.6	54.8	33.5	11.6	2.30	32.6	
	고등학생 (155)	16.1	25.2	30.3	22.6	5.8	41.3	30.3	28.4	2.77	44.2	
	특성화고등학생 (45)	22.2	35.6	28.9	11.1	2.2	57.8	28.9	13.3	2.36	33.9	
	학교 밖 청소년 (27)	25.9	25.9	37.0	7.4	3.7	51.9	37.0	11.1	2.37	34.3	
후기 청소년 (65)	10.8	16.9	30.8	26.2	15.4	27.7	30.8	41.5	3.18	54.6		

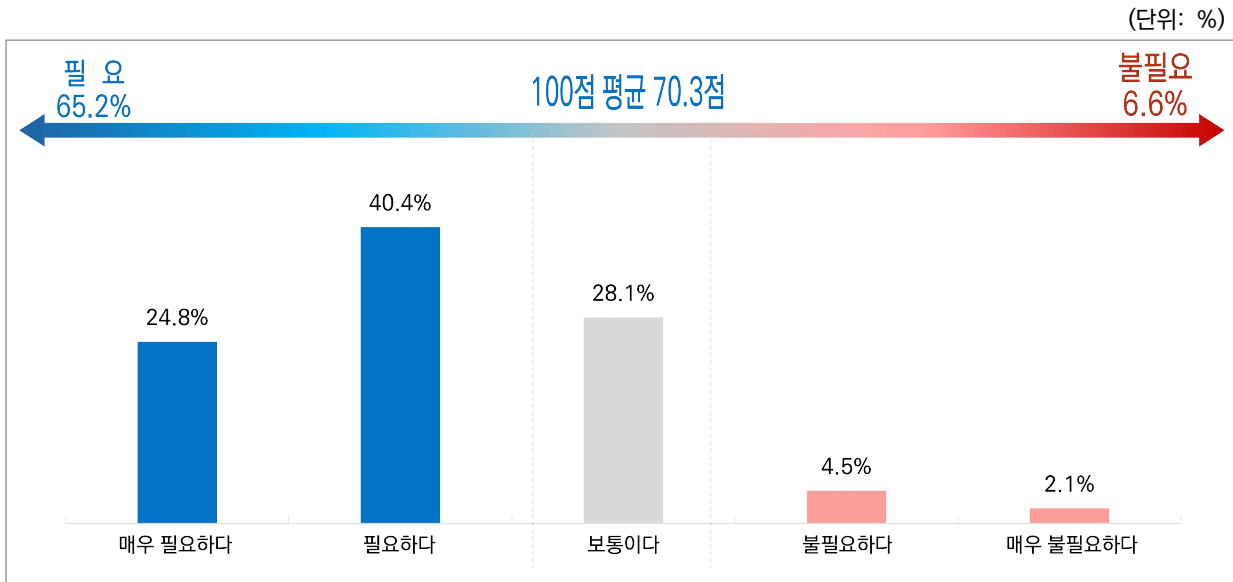
\*  $p < .05$  \*\*  $p < .01$  \*\*\*  $p < .001$



### 5) 미디어 이해 및 활용 교육 필요 정도

- 미디어 이해 및 활용 교육 필요 정도를 조사한 결과, 100점 평균 점수는 70.3점으로 ‘필요하다’(‘매우 필요하다’ 5.3% + ‘필요하다’ 14.8%)고 응답한 비율인 65.2%로 높게 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 후기 청소년의 평균 점수가 79.2점으로 높게 나타났으며, 다음으로 고등학생이 73.4점, 특성화고등학생이 73.3점으로 조사됨
- 특히 성별, 소속별로 미디어 교육 필요 정도에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-37〉 미디어 이해 및 활용 교육 필요 정도



〈표3-39〉 미디어 이해 및 활용 교육 필요 정도

(단위: %, 점)

	사례수	매우 불필요하다	불필요하다	보통이다	필요하다	매우 필요하다	종합평가			평균 [5점]	평균 [100점]	검증
							불필요	보통	필요			
◆ 전 체 ◆	(512)	2.1	4.5	28.1	40.4	24.8	6.6	28.1	65.2	3.81	70.3	
성별	여성 (354)	1.1	2.8	26.6	43.2	26.3	4.0	26.6	69.5	3.91	72.7	t=3.204 **
	남성 (158)	4.4	8.2	31.6	34.2	21.5	12.7	31.6	55.7	3.60	65.0	
지역	서울 (184)	3.8	3.8	29.3	38.0	25.0	7.6	29.3	63.0	3.77	69.2	t=-0.840
	서울 외 거주 (328)	1.2	4.9	27.4	41.8	24.7	6.1	27.4	66.5	3.84	71.0	
소속	초등학생 (65)	6.2	3.1	32.3	40.0	18.5	9.2	32.3	58.5	3.62	65.4	F=5.194 ***
	중학생 (155)	3.2	4.5	40.6	33.5	18.1	7.7	40.6	51.6	3.59	64.7	
	고등학생 (155)	0.6	5.8	18.7	49.0	25.8	6.5	18.7	74.8	3.94	73.4	
	특성화고등학생 (45)	2.2	2.2	26.7	37.8	31.1	4.4	26.7	68.9	3.93	73.3	
	학교 밖 청소년 (27)	0.0	7.4	22.2	51.9	18.5	7.4	22.2	70.4	3.81	70.4	
후기 청소년 (65)	0.0	3.1	20.0	33.8	43.1	3.1	20.0	76.9	4.17	79.2		

\* p < .05    \*\*p < .01    \*\*\*p < .001

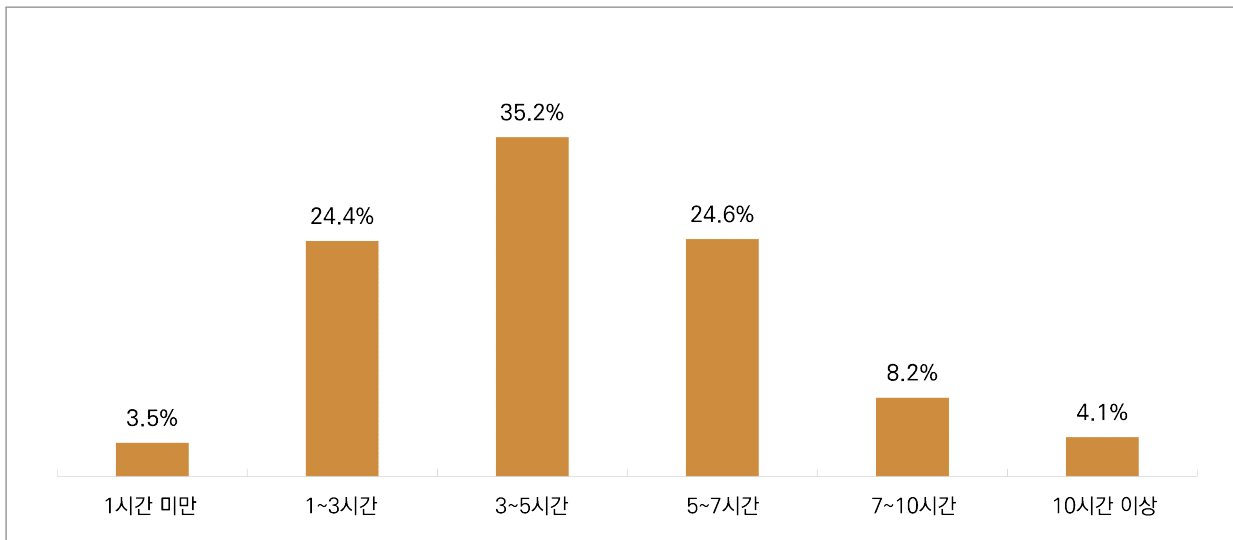


## 6) 미디어콘텐츠를 접하는 시간

- 미디어콘텐츠를 접하는 시간을 조사한 결과, '3~5시간'(35.2%)이 가장 높았고, 다음으로 '5~7시간'(24.6%)이 뒤를 이었으나 '1시간 미만'(3.5%)의 경우는 상대적으로 낮게 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, '3~5시간'의 경우 여성(37.0%)이 남성(31.0%)보다 더 높지만, '5~7시간'의 경우 남성(25.9%)이 여성(24.0%)보다 더 높았음
- 특히 지역별로 미디어콘텐츠를 접하는 시간에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-38〉 미디어콘텐츠를 접하는 시간

(단위: %)



〈표3-40〉 미디어콘텐츠를 접하는 시간

(단위: %)

		사례수	1시간 미만	1~3시간	3~5시간	5~7시간	7~10시간	10시간 이상	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	3.5	24.4	35.2	24.6	8.2	4.1	
성별	여성	(354)	2.8	23.7	37.0	24.0	8.5	4.0	$\chi^2 = 3.224$
	남성	(158)	5.1	25.9	31.0	25.9	7.6	4.4	
지역	서울	(184)	3.8	33.2	32.6	20.7	6.0	3.8	$\chi^2 = 13.204$ *
	서울 외 거주	(328)	3.4	19.5	36.6	26.8	9.5	4.3	
소속	초등학생	(65)	4.6	27.7	26.2	23.1	13.8	4.6	$\chi^2 = 20.060$
	중학생	(155)	3.9	21.3	34.2	29.7	7.7	3.2	
	고등학생	(155)	2.6	27.1	34.8	23.2	7.7	4.5	
	특성화고등학생	(45)	6.7	22.2	42.2	17.8	8.9	2.2	
	학교 밖 청소년	(27)	3.7	7.4	48.1	25.9	7.4	7.4	
	후기 청소년	(65)	1.5	30.8	36.9	21.5	4.6	4.6	

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

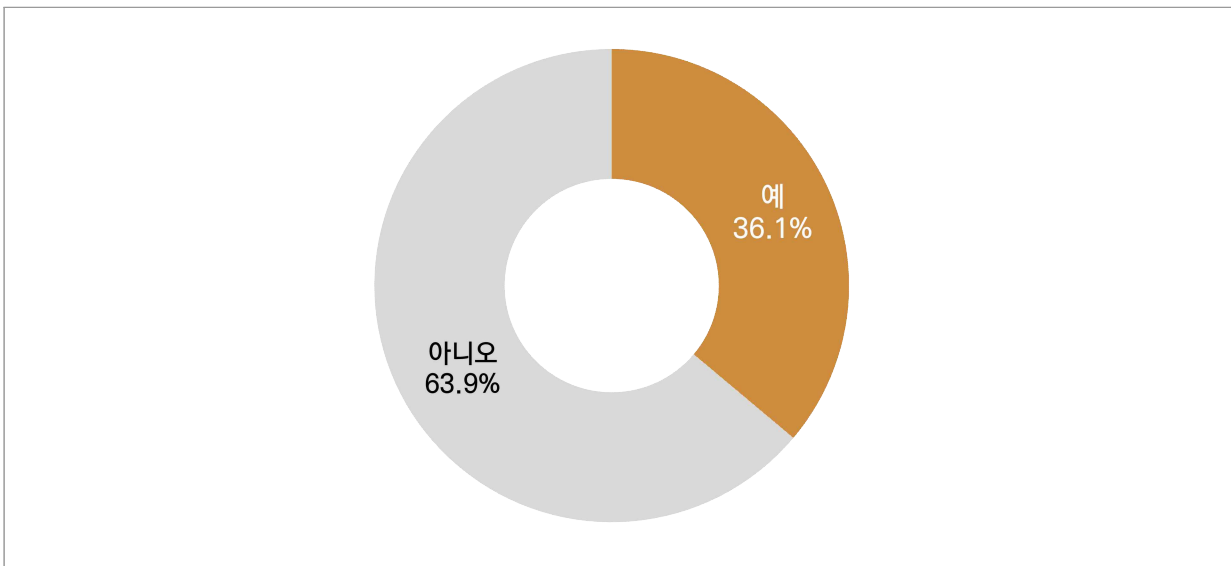


### 7) 미디어 이용으로 인해 일상생활에서 문제를 겪은 경험

- 미디어 이용으로 인해 일상생활에서 문제를 겪은 경험을 조사한 결과, ‘문제를 겪은 적 있다’는 답변이 36.1%로 나타남
- 소속별로 살펴보면, 특성화고등학생(46.7%)과 중학생(43.9%)이 미디어 이용에 문제를 겪은 경험이 높게 조사됨
- 특히, 소속별로 미디어 이용으로 인한 일상생활의 문제에 대한 경험률에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-39〉 미디어 이용으로 인해 일상생활에서 문제를 겪은 경험

(단위: %)



〈표3-41〉 미디어 이용으로 인해 일상생활에서 문제를 겪은 경험

(단위: %)

		사례수	예	아니오	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	36.1	63.9	
성별	여성	(354)	37.9	62.1	$\chi^2 = 1.471$
	남성	(158)	32.3	67.7	
지역	서울	(184)	33.7	66.3	$\chi^2 = 0.739$
	서울 외 거주	(328)	37.5	62.5	
소속	초등학생	(65)	32.3	67.7	$\chi^2 = 13.344^*$
	중학생	(155)	43.9	56.1	
	고등학생	(155)	34.2	65.8	
	특성화고등학생	(45)	46.7	53.3	
	학교 밖 청소년	(27)	29.6	70.4	
	후기 청소년	(65)	21.5	78.5	

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

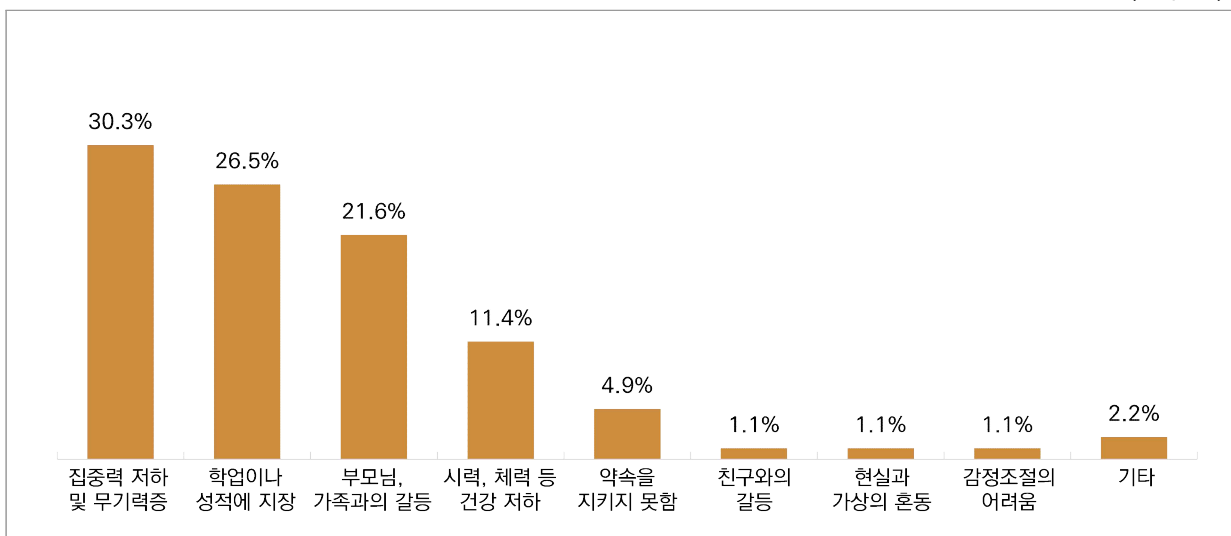


## 8) 미디어 이용으로 인해 겪은 문제의 내용

- 미디어 이용으로 인해 겪은 문제의 내용으로는, ‘집중력 저하 및 무기력증’이 30.3%로 높았으며 다음으로 ‘학업이나 성적에 지장’(26.5%), ‘부모님, 가족과의 갈등’(21.6%), ‘시력, 체력 등 건강 저하’(11.4%) 등으로 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘집중력 저하 및 무기력증’ 항목에서는 후기 청소년이 50.0%로 높게 나타난 반면 ‘학업이나 성적에 지장’ 항목에서는 특성화 고등학생이 42.9%로 높게 조사됨
- 특히, 소속별로 미디어 이용으로 인해 겪은 문제내용에 유의미한 차이가 있었음

〈그림3-40〉 미디어 이용으로 인해 겪은 문제의 내용

(단위: %)



〈표3-42〉 미디어 이용으로 인해 겪은 문제의 내용

(단위: %)

		사례수	집중력 저하 및 무기력증	학업이나 성적에 지장	부모님, 가족과의 갈등	시력, 체력 등 건강 저하	약속을 지키지 못함	친구와의 갈등	현실과 가상의 혼동	감정 조절의 어려움	기타	검증
◆ 전 체 ◆		(185)	30.3	26.5	21.6	11.4	4.9	1.1	1.1	1.1	2.2	
성별	여성	(134)	32.8	27.6	17.9	12.7	5.2	0.7	0.0	0.7	2.2	$\chi^2 = 11.554$
	남성	(51)	23.5	23.5	31.4	7.8	3.9	2.0	3.9	2.0	2.0	
지역	서울	(62)	32.3	22.6	19.4	12.9	1.6	1.6	1.6	3.2	4.8	$\chi^2 = 10.651$
	서울 외 거주	(123)	29.3	28.5	22.8	10.6	6.5	0.8	0.8	0.0	0.8	
소속	초등학생	(21)	19.0	9.5	57.1	9.5	0.0	0.0	0.0	0.0	4.8	$\chi^2 = 62.916$ *
	중학생	(68)	20.6	26.5	30.9	10.3	7.4	0.0	1.5	1.5	1.5	
	고등학생	(53)	39.6	32.1	7.5	9.4	1.9	1.9	1.9	1.9	3.8	
	특성화고등학생	(21)	14.3	42.9	9.5	19.0	9.5	4.8	0.0	0.0	0.0	
	학교 밖 청소년	(8)	87.5	0.0	0.0	12.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	
	후기 청소년	(14)	50.0	21.4	7.1	14.3	7.1	0.0	0.0	0.0	0.0	

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

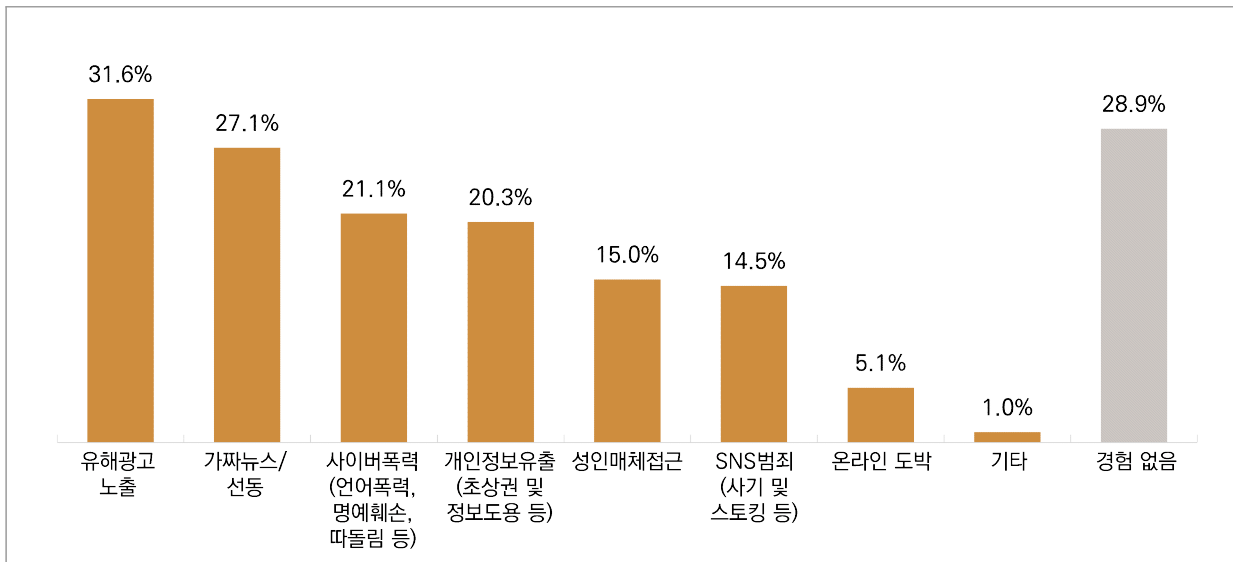


### 9) 미디어를 이용하면서 겪어본 역기능

- 미디어를 이용하면서 겪어본 역기능을 조사한 결과, '유해광고 노출'이 31.6%로 가장 높았고 이어서 '가짜뉴스/선동'(27.1%), '사이버폭력(언어폭력, 명예훼손, 따돌림 등)'(21.1%) 등의 순임
- '유해광고 노출'을 성별로 살펴보면, 여성이 33.9%로 남성(26.6%)보다 더 높은 비율로 노출된 것으로 나타남

〈그림3-41〉 미디어를 이용하면서 겪어본 역기능

(단위: %)



〈표3-43〉 미디어를 이용하면서 겪어본 역기능

(단위: %)

		사례수	유해광고 노출	가짜뉴스/선동	사이버폭력	개인정보 유출	성인매체 접근	SNS범죄	온라인 도박	기타	경험 없음
◆ 전 체 ◆		(512)	31.6	27.1	21.1	20.3	15.0	14.5	5.1	1.0	28.9
성별	여성	(354)	33.9	28.0	20.3	19.5	13.0	13.3	4.2	1.1	32.2
	남성	(158)	26.6	25.3	22.8	22.2	19.6	17.1	7.0	0.6	21.5
지역	서울	(184)	25.5	22.8	18.5	21.2	10.3	12.0	4.3	1.1	36.4
	서울 외 거주	(328)	35.1	29.6	22.6	19.8	17.7	15.9	5.5	0.9	24.7
소속	초등학생	(65)	20.0	26.2	16.9	13.8	12.3	9.2	9.2	3.1	38.5
	중학생	(155)	27.1	23.9	25.8	23.2	12.3	14.8	6.5	0.6	31.6
	고등학생	(155)	34.2	26.5	18.1	21.3	18.7	14.8	3.2	0.6	24.5
	특성화고등학생	(45)	26.7	22.2	13.3	17.8	13.3	15.6	4.4	0.0	37.8
	학교 밖 청소년	(27)	33.3	25.9	22.2	14.8	11.1	14.8	0.0	3.7	37.0
	후기 청소년	(65)	50.8	41.5	26.2	21.5	18.5	16.9	4.6	0.0	13.8

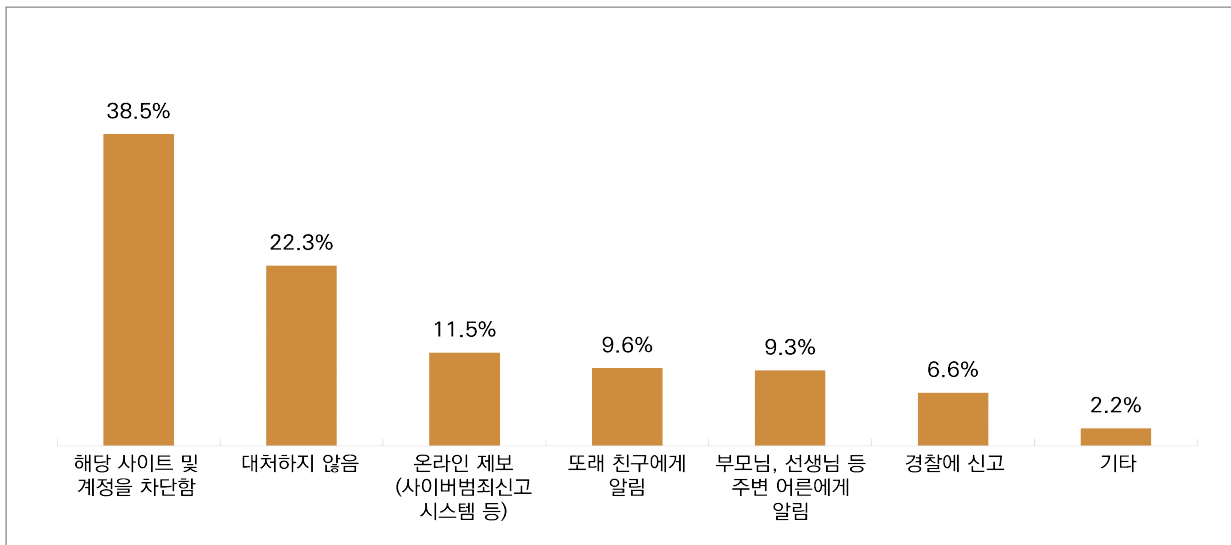


## 10) 미디어 역기능 경험 후 대처 내용

- 미디어 역기능 경험 후 대처 내용으로는, ‘해당 사이트 및 계정을 차단함’(38.5%), ‘대처하지 않음’(22.3%), ‘온라인 제보(사이버 범죄신고 시스템 등)’(11.5%) 등의 순서로 조사됨
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘해당 사이트 및 계정을 차단함’ 항목에서는 후기 청소년(51.8%)이 높게 나타났고, ‘대처하지 않음’ 항목에서는 특성화고등학생(35.7%)이 높게 나타남
- 특히 성별, 소속별로 미디어 역기능 경험 후의 대처 내용에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-42〉 미디어 역기능 경험 후 대처 내용

(단위: %)



〈표3-44〉 미디어 역기능 경험 후 대처 내용

(단위: %)

		사례수	해당 사이트 및 계정을 차단함	대처하지 않음	온라인 제보	또래 친구에게 알림	주변 어른에게 알림	경찰에 신고	기타	검증
◆ 전 체 ◆		(364)	38.5	22.3	11.5	9.6	9.3	6.6	2.2	
성별	여성	(240)	41.3	22.9	8.3	12.1	7.5	5.4	2.5	$\chi^2 = 16.627^*$
	남성	(124)	33.1	21.0	17.7	4.8	12.9	8.9	1.6	
지역	서울	(117)	32.5	23.9	13.7	9.4	12.8	5.1	2.6	$\chi^2 = 5.415$
	서울 외 거주	(247)	41.3	21.5	10.5	9.7	7.7	7.3	2.0	
소속	초등학생	(40)	35.0	25.0	2.5	15.0	17.5	0.0	5.0	$\chi^2 = 45.288^*$
	중학생	(106)	33.0	23.6	9.4	10.4	15.1	7.5	0.9	
	고등학생	(117)	37.6	17.9	15.4	9.4	4.3	12.0	3.4	
	특성화고등학생	(28)	39.3	35.7	10.7	10.7	3.6	0.0	0.0	
	학교 밖 청소년	(17)	41.2	17.6	11.8	11.8	11.8	0.0	5.9	
	후기 청소년	(56)	51.8	21.4	14.3	3.6	5.4	3.6	0.0	

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

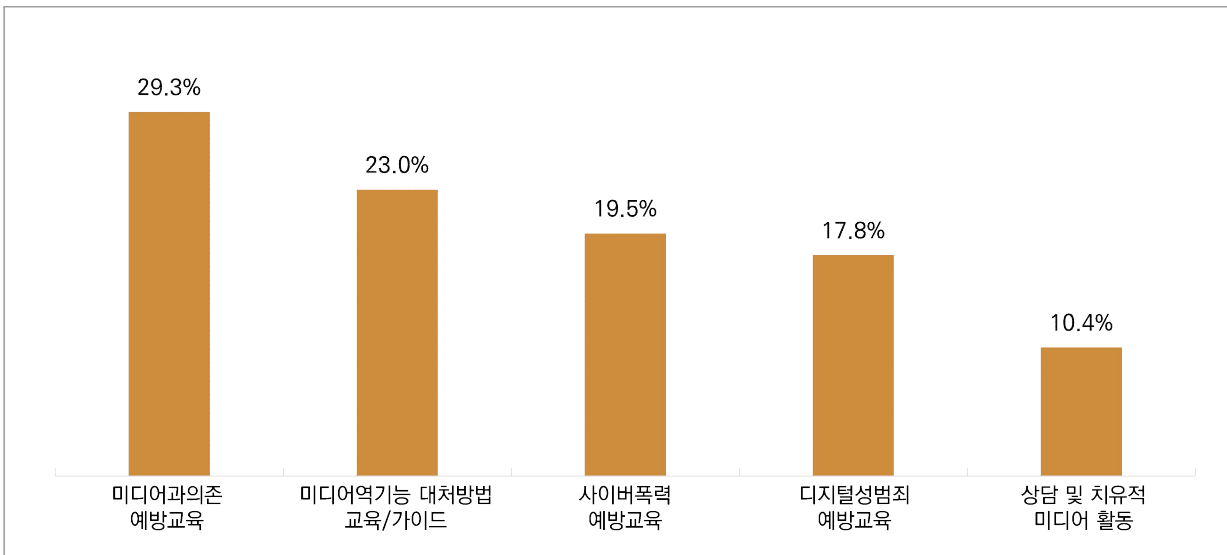


### 11) 미디어 역기능과 관련하여 가장 필요하다고 생각하는 교육

- 미디어 역기능과 관련해서 필요하다고 생각하는 교육을 조사한 결과, ‘미디어과의존 예방교육’이 29.3%로 가장 높았고, ‘상담 및 치유적 미디어 활동’은 10.4%로 상대적으로 낮게 조사됨
- 소속별로 분석한 결과, ‘미디어과의존 예방교육’ 항목에서는 특성화고등학생이 35.6%로 상대적으로 높게 나타난 한편, 초등학생은 16.9%로 낮게 조사되었음

〈그림3-43〉 미디어 역기능과 관련하여 가장 필요하다고 생각하는 교육

(단위: %)



〈표3-45〉 미디어 역기능과 관련하여 가장 필요하다고 생각하는 교육

(단위: %)

		사례수	미디어과의존 예방교육	미디어역기능 대처방법 교육/가이드	사이버폭력 예방교육	디지털성범죄 예방교육	상담 및 치유적 미디어 활동
◆ 전체 ◆		(512)	29.3	23.0	19.5	17.8	10.4
성별	여성	(354)	27.7	23.2	18.9	18.9	11.3
	남성	(158)	32.9	22.8	20.9	15.2	8.2
지역	서울	(184)	33.7	20.7	18.5	18.5	8.7
	서울 외 거주	(328)	26.8	24.4	20.1	17.4	11.3
소속	초등학생	(65)	16.9	12.3	26.2	26.2	18.5
	중학생	(155)	34.2	22.6	20.0	17.4	5.8
	고등학생	(155)	31.6	23.2	21.3	16.1	7.7
	특성화고등학생	(45)	35.6	24.4	11.1	8.9	20.0
	학교 밖 청소년	(27)	22.2	37.0	3.7	29.6	7.4
	후기 청소년	(65)	23.1	27.7	20.0	15.4	13.8

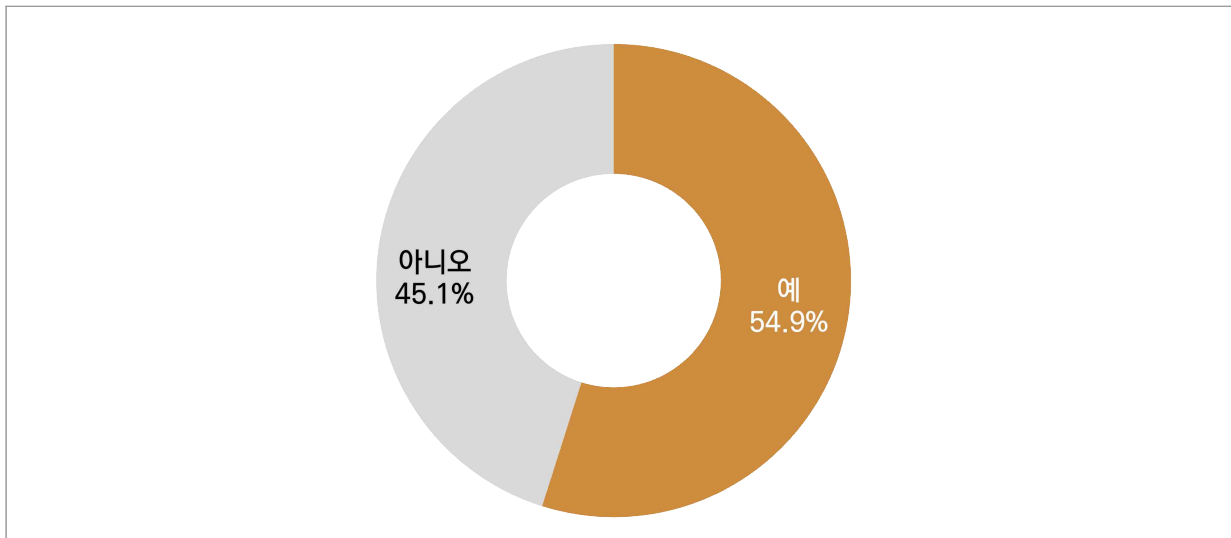


## 12) 미디어 저작권 교육 여부

- 미디어 저작권 교육 여부를 살펴보면, ‘교육을 진행했다’는 항목이 54.9%로 과반 이상으로 조사됨
- 소속별로 분석한 결과, 특성화고등학생(66.7%)의 교육율이 높은 반면 후기 청소년(41.5%)의 경우는 비교적 낮았음
- 특히, 소속별로 미디어 저작권 교육 비율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-44〉 미디어 저작권 교육 여부

(단위: %)



〈표3-46〉 미디어 저작권 교육 여부

(단위: %)

		사례수	있다	없다	검증
◆ 전 체 ◆		(512)	54.9	45.1	
성별	여성	(354)	57.6	42.4	$\chi^2 = 3.489$
	남성	(158)	48.7	51.3	
지역	서울	(184)	49.5	50.5	$\chi^2 = 3.415$
	서울 외 거주	(328)	57.9	42.1	
소속	초등학생	(65)	56.9	43.1	$\chi^2 = 13.506^*$
	중학생	(155)	62.6	37.4	
	고등학생	(155)	50.3	49.7	
	특성화고등학생	(45)	66.7	33.3	
	학교 밖 청소년	(27)	44.4	55.6	
	후기 청소년	(65)	41.5	58.5	

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

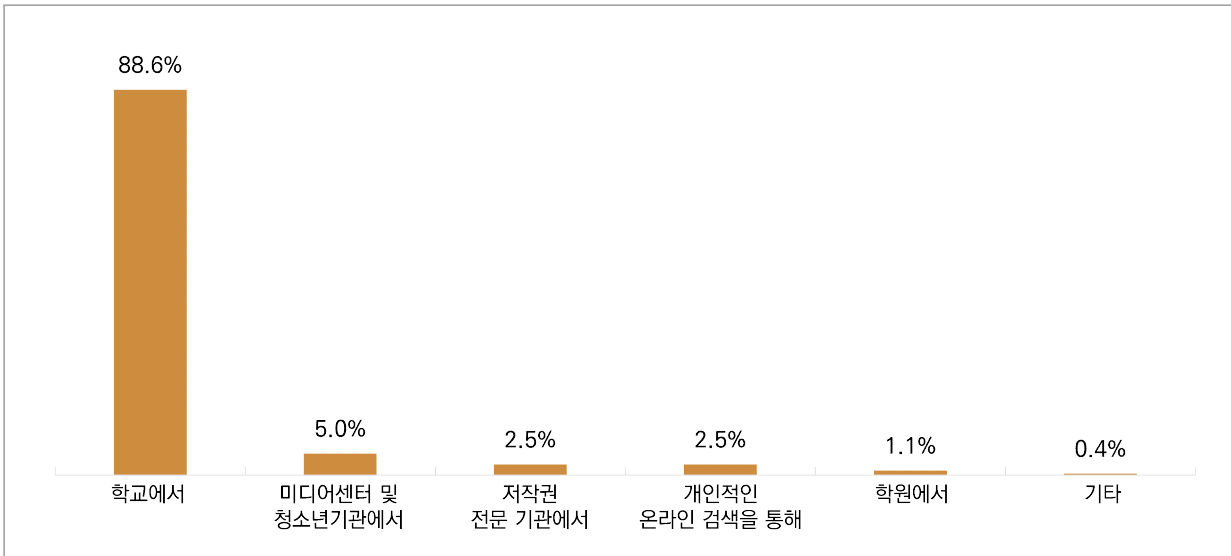


### 13) 미디어 저작권 교육 장소

- 미디어 저작권 교육 장소를 조사한 결과, ‘학교에서’가 88.6%로 대부분을 차지했고 이어서 ‘미디어센터 및 청소년기관에서’가 5.0%로 뒤를 이음
- 소속별로 살펴보면, ‘학교에서’ 교육을 받았다는 응답자는 초등학생(94.6%)과 중학생(91.8%)의 비율이 높게 나타남
- 특히, 지역별로 미디어 저작권 교육 장소에 유의미한 차이가 있는 것으로 조사됨

〈그림3-45〉 미디어 저작권 교육 장소

(단위: %)



〈표3-47〉 미디어 저작권 교육 장소

(단위: %)

		사례수	학교에서	미디어센터 및 청소년 기관에서	저작권 전문 기관에서	개인적인 온라인 검색을 통해	학원에서	기타	검증
◆ 전 체 ◆		(281)	88.6	5.0	2.5	2.5	1.1	0.4	
성별	여성	(204)	88.2	5.4	2.0	2.9	1.0	0.5	$\chi^2 = 2.139$
	남성	(77)	89.6	3.9	3.9	1.3	1.3	0.0	
지역	서울	(91)	82.4	7.7	1.1	6.6	2.2	0.0	$\chi^2 = 14.795$ *
	서울 외 거주	(190)	91.6	3.7	3.2	0.5	0.5	0.5	
소속	초등학생	(37)	94.6	2.7	0.0	2.7	0.0	0.0	$\chi^2 = 20.943$
	중학생	(97)	91.8	2.1	3.1	2.1	1.0	0.0	
	고등학생	(78)	87.2	6.4	3.8	0.0	1.3	1.3	
	특성화고등학생	(30)	86.7	6.7	0.0	3.3	3.3	0.0	
	학교 밖 청소년	(12)	75.0	16.7	0.0	8.3	0.0	0.0	
	후기 청소년	(27)	81.5	7.4	3.7	7.4	0.0	0.0	

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

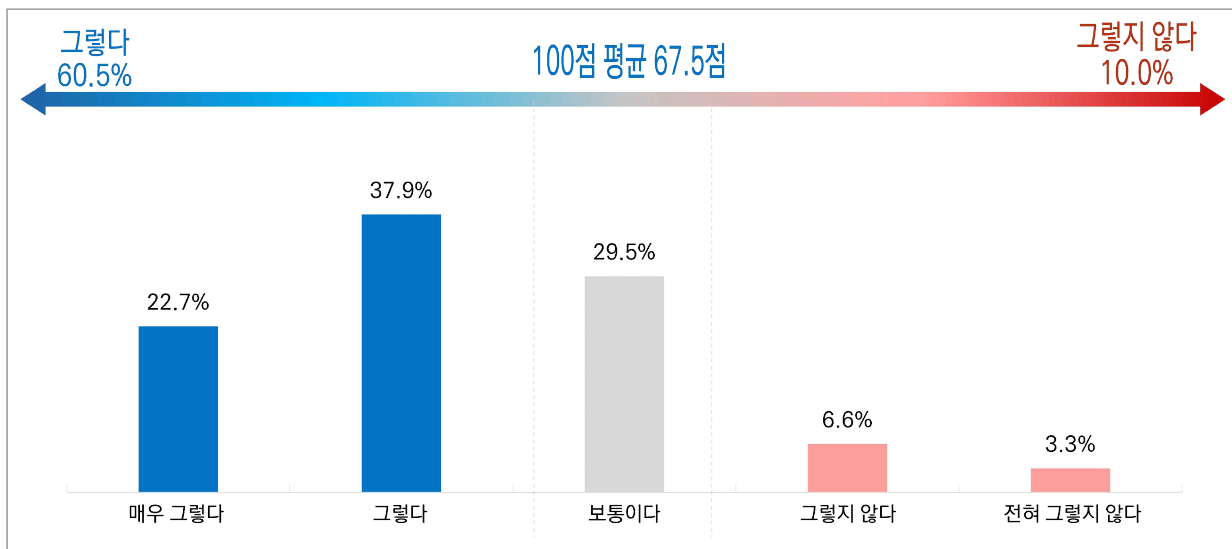


#### 14) 미디어콘텐츠를 이용/제작 시 저작권 보호 여부

- 미디어콘텐츠를 이용/제작 시 저작권 보호 여부를 조사한 결과, 평균 점수는 67.5점으로 ‘그렇다’고 응답한 비율이 전체 응답자 중 60.5%로 나타났다
- 응답자 특성별로 분석한 결과, 학교 밖 청소년(74.1점)의 평균 점수가 비교적 높은 한편, 중학생(65.5점)의 점수는 저조한 것으로 조사됨
- 특히, 성별에 따른 저작권 보호 비율에 유의미한 차이가 있는 것으로 조사됨

〈그림3-46〉 미디어콘텐츠를 이용/제작 시 저작권 보호 여부

(단위: %)



〈표3-48〉 미디어콘텐츠를 이용/제작 시 저작권 보호 여부

(단위: %, 점)

	사례수	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	종합평가			평균 [5점]	평균 [100점]	검증	
							그렇지 않다	보통	그렇다				
◆ 전 체 ◆	(512)	3.3	6.6	29.5	37.9	22.7	10.0	29.5	60.5	3.70	67.5		
성별	여성	(354)	2.5	5.1	28.8	39.8	23.7	7.6	28.8	63.6	3.77	69.3	t=2.338 *
	남성	(158)	5.1	10.1	31.0	33.5	20.3	15.2	31.0	53.8	3.54	63.4	
지역	서울	(184)	4.3	5.4	25.0	40.8	24.5	9.8	25.0	65.2	3.76	68.9	t=0.954
	서울 외 거주	(328)	2.7	7.3	32.0	36.3	21.6	10.1	32.0	57.9	3.67	66.7	
소속	초등학생	(65)	6.2	4.6	30.8	27.7	30.8	10.8	30.8	58.5	3.72	68.1	F=0.787
	중학생	(155)	4.5	7.7	32.3	32.3	23.2	12.3	32.3	55.5	3.62	65.5	
	고등학생	(155)	1.9	5.2	32.3	44.5	16.1	7.1	32.3	60.6	3.68	66.9	
	특성화고등학생	(45)	2.2	6.7	20.0	46.7	24.4	8.9	20.0	71.1	3.84	71.1	
	학교 밖 청소년	(27)	0.0	0.0	33.3	37.0	29.6	0.0	33.3	66.7	3.96	74.1	
후기 청소년	(65)	3.1	12.3	20.0	40.0	24.6	15.4	20.0	64.6	3.71	67.7		

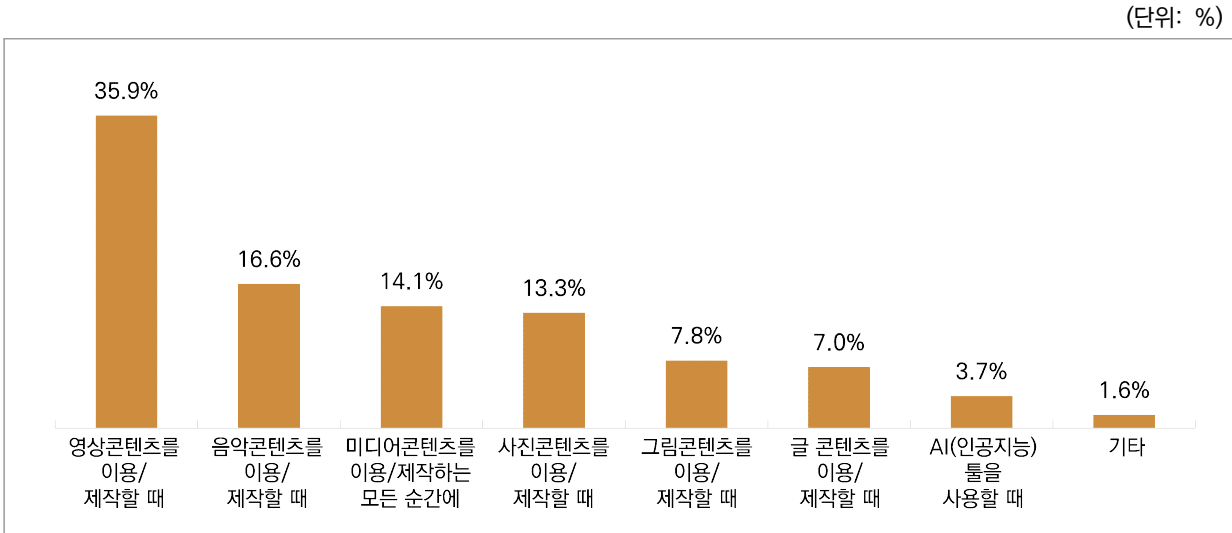
\*  $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$



### 15) 평소 저작권에 대해 고민되는 상황

- 평소 저작권에 대해 고민되는 상황을 살펴보면, ‘영상콘텐츠를 이용/제작할 때’(35.9%)가 가장 높았고, 다음으로 ‘음악콘텐츠를 이용/제작할 때’(16.6%)가 뒤를 이음
- 성별로 분석한 결과, ‘영상콘텐츠를 이용/제작할 때’는 여성(36.2%)이 남성(35.4%)보다 더 높았지만, ‘음악콘텐츠를 이용/제작할 때’에는 남성(20.3%)이 여성(15.0%)보다 더 높게 나타남

〈그림3-47〉 평소 저작권에 대해 고민되는 상황



〈표3-49〉 평소 저작권에 대해 고민되는 상황

(단위: %)

		사례수	영상콘텐츠를 이용/제작할 때	음악콘텐츠를 이용/제작할 때	미디어 콘텐츠를 이용/제작하는 모든 순간에	사진콘텐츠를 이용/제작할 때	그림콘텐츠를 이용/제작할 때	글 콘텐츠를 이용/제작할 때	AI(인공지능) 툴을 사용할 때	기타	검증
◆ 전체 ◆		(512)	35.9	16.6	14.1	13.3	7.8	7.0	3.7	1.6	
성별	여성	(354)	36.2	15.0	16.1	13.6	7.1	7.9	2.8	1.4	$\chi^2 = 9.988$
	남성	(158)	35.4	20.3	9.5	12.7	9.5	5.1	5.7	1.9	
지역	서울	(184)	36.4	13.6	17.4	16.3	6.5	5.4	3.3	1.1	$\chi^2 = 8.056$
	서울 외 거주	(328)	35.7	18.3	12.2	11.6	8.5	7.9	4.0	1.8	
소속	초등학생	(65)	36.9	20.0	15.4	10.8	4.6	7.7	4.6	0.0	$\chi^2 = 48.712$
	중학생	(155)	41.9	17.4	9.7	12.9	9.7	3.9	2.6	1.9	
	고등학생	(155)	29.0	16.1	20.6	11.0	6.5	11.0	4.5	1.3	
	특성화고등학생	(45)	48.9	24.4	6.7	8.9	4.4	2.2	4.4	0.0	
	학교 밖 청소년	(27)	29.6	11.1	11.1	25.9	7.4	7.4	0.0	7.4	
	후기 청소년	(65)	30.8	9.2	13.8	20.0	12.3	7.7	4.6	1.5	

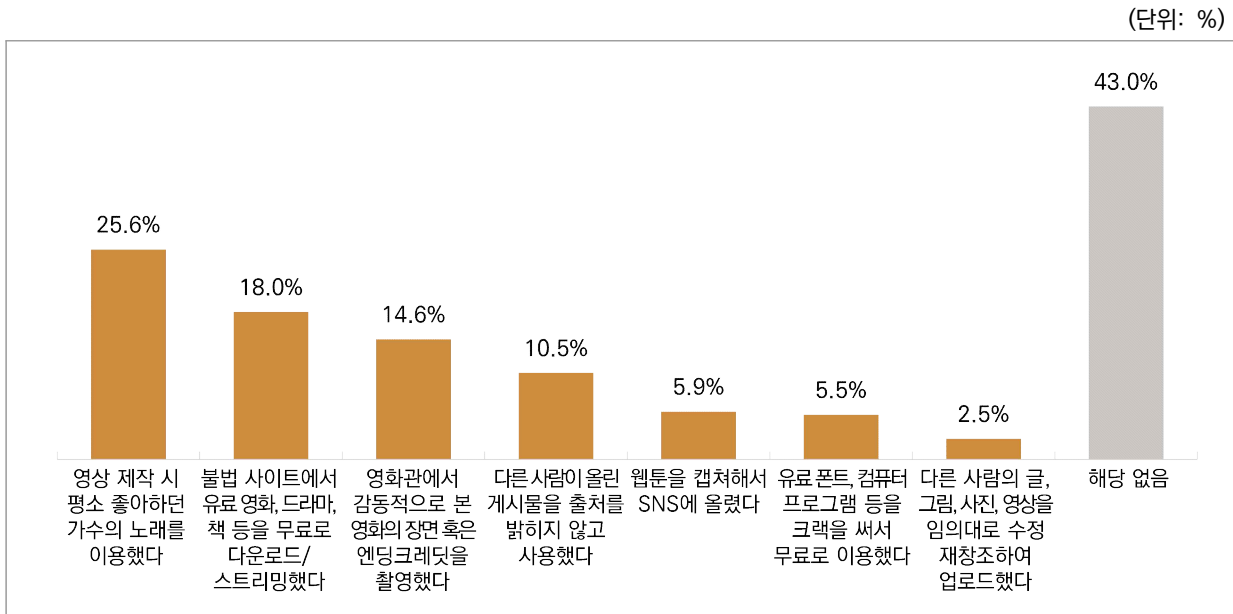
\*  $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$



## 16) 미디어를 제작/이용하면서 겪은 저작권 관련 경험

- 미디어를 제작/이용하면서 겪은 저작권 관련 경험을 조사한 결과, '해당 없음'(43.0%)을 제외하면 '영상 제작 시 평소 좋아하던 가수의 노래를 이용했다'는 항목이 25.6%로 가장 높게 조사됨
- 특히, '영상 제작 시 평소 좋아하던 가수의 노래를 이용했다'는 항목에서는 특성화고등학생이 37.8%로 타 소속 대비 높게 나타남

〈그림3-48〉 미디어를 제작/이용하면서 겪은 경험



〈표3-50〉 미디어를 제작/이용하면서 겪은 경험

(단위: %)

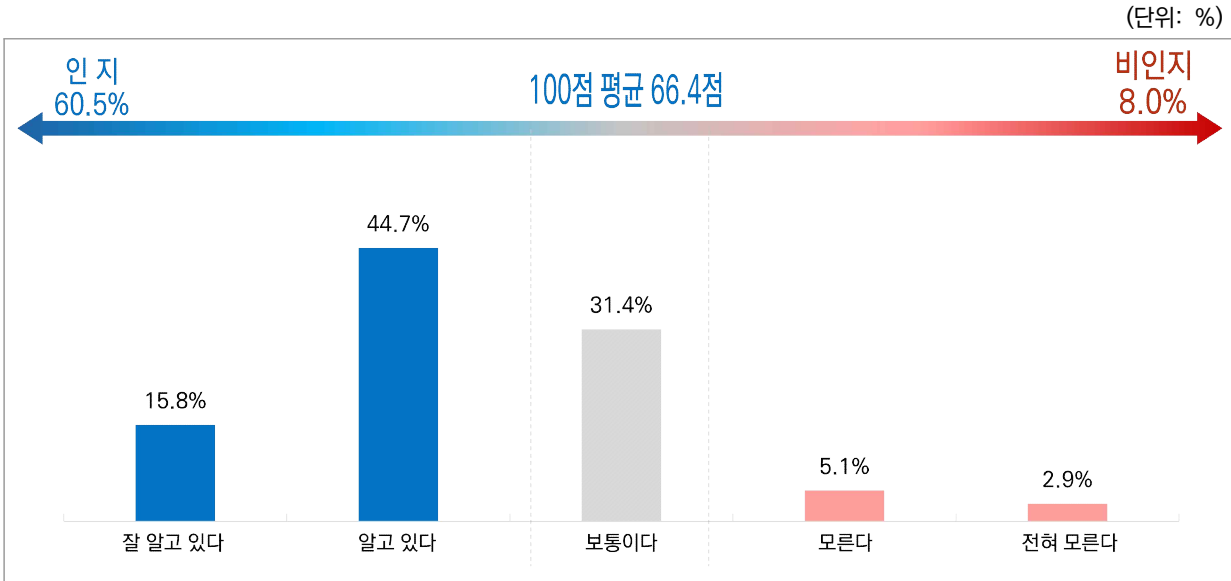
		사례수	영상 제작 시 평소 좋아하던 가수의 노래를 이용했다	불법 사이트에서 유료 영화, 드라마, 책 등을 무료로 다운로드/스트리밍했다	영화관에서 감동적으로 본 영화의 장면 혹은 엔딩크레딧을 촬영했다	다른 사람이 올린 게시물을 출처를 밝히지 않고 사용했다	웹툰을 캡처해서 SNS에 올렸다	유료 폰트, 컴퓨터 프로그램 등을 크랙을 써서 무료로 이용했다	다른 사람의 글, 그림, 사진, 영상을 임의대로 수정 재창조하여 업로드했다	해당 없음
◆ 전 체 ◆		(512)	25.6	18.0	14.6	10.5	5.9	5.5	2.5	43.0
성별	여성	(354)	27.1	15.8	13.0	9.9	6.8	4.5	2.3	46.0
	남성	(158)	22.2	22.8	18.4	12.0	3.8	7.6	3.2	36.1
지역	서울	(184)	25.0	17.4	14.7	8.2	6.0	3.3	2.2	46.2
	서울 외 거주	(328)	25.9	18.3	14.6	11.9	5.8	6.7	2.7	41.2
소속	초등학생	(65)	21.5	9.2	4.6	6.2	3.1	4.6	3.1	60.0
	중학생	(155)	27.1	12.9	14.8	4.5	4.5	6.5	2.6	48.4
	고등학생	(155)	25.2	21.9	22.6	13.5	8.4	4.5	2.6	34.2
	특성화고등학생	(45)	37.8	26.7	15.6	11.1	2.2	6.7	0.0	28.9
	학교 밖 청소년	(27)	18.5	11.1	14.8	18.5	11.1	0.0	3.7	48.1
	후기 청소년	(65)	21.5	26.2	4.6	18.5	6.2	7.7	3.1	41.5



### 17) 저작권에 대해 인지하는 정도

- 저작권에 대해 인지하는 정보를 살펴보면, 평균 점수 66.4점으로 ‘인지하고 있다’는 비율이 60.5%로서 전체 과반 이상을 차지함
- 소속별로 분석해보면, 전체 소속 모두 60점대의 평균 점수를 가지고 있지만 특히 학교 밖 청소년의 경우 63.9점으로 비교적 낮은 점수가 도출됨

〈그림3-49〉 저작권에 대해 인지하는 정도



〈표3-51〉 저작권에 대해 인지하는 정도

(단위: %, 점)

	사례수	전혀 모른다	모른다	보통이다	알고 있다	잘 알고 있다	종합평가			평균 [5점]	평균 [100점]	검증
							비인지	보통	인지			
◆ 전 체 ◆	(512)	2.9	5.1	31.4	44.7	15.8	8.0	31.4	60.5	3.65	66.4	
성별	여성 (354)	2.5	5.1	29.7	49.7	13.0	7.6	29.7	62.7	3.66	66.4	t=0.038
	남성 (158)	3.8	5.1	35.4	33.5	22.2	8.9	35.4	55.7	3.65	66.3	
지역	서울 (184)	2.7	7.1	36.4	38.6	15.2	9.8	36.4	53.8	3.57	64.1	t=-1.638
	서울 외 거주 (328)	3.0	4.0	28.7	48.2	16.2	7.0	28.7	64.3	3.70	67.6	
소속	초등학생 (65)	4.6	6.2	29.2	43.1	16.9	10.8	29.2	60.0	3.62	65.4	F=0.475
	중학생 (155)	1.9	2.6	38.7	43.9	12.9	4.5	38.7	56.8	3.63	65.8	
	고등학생 (155)	5.2	3.2	22.6	52.9	16.1	8.4	22.6	69.0	3.72	67.9	
	특성화고등학생 (45)	2.2	6.7	26.7	42.2	22.2	8.9	26.7	64.4	3.76	68.9	
	학교 밖 청소년 (27)	0.0	7.4	48.1	25.9	18.5	7.4	48.1	44.4	3.56	63.9	
후기 청소년 (65)	0.0	12.3	33.8	38.5	15.4	12.3	33.8	53.8	3.57	64.2		

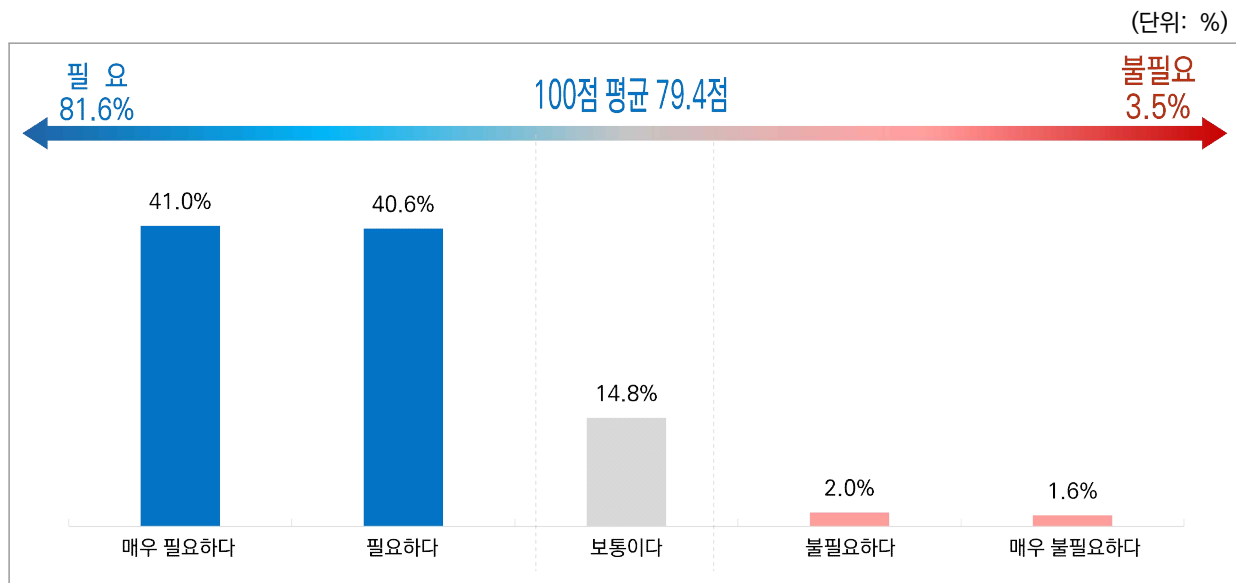
\*  $p < .05$  \*\* $p < .01$  \*\*\* $p < .001$



## 18) 저작권 교육 필요 정도

- 저작권 교육 필요정도를 조사한 결과, 전체 평균 79.4점으로 나타났으며 ‘필요하다’는 응답이 81.6%로 높은 비율을 보임
- 성별로 살펴보면, 여성이 평균 81.0점인 한편 남성은 75.8점으로 저조하게 나타남
- 특히, 성별에 따라 저작권 교육 필요하다고 생각하는 비율에 유의미한 차이가 있는 것으로 조사됨

〈그림3-50〉 저작권 교육 필요 정도



〈표3-52〉 저작권 교육 필요 정도

(단위: %, 점)

	사례수	매우 불필요하다	불필요하다	보통이다	필요하다	매우 필요하다	종합평가			평균 [5점]	평균 [100점]	검증
							불필요	보통	필요			
◆ 전 체 ◆	(512)	1.6	2.0	14.8	40.6	41.0	3.5	14.8	81.6	4.18	79.4	
성별	여성 (354)	0.6	1.7	13.3	42.1	42.4	2.3	13.3	84.5	4.24	81.0	t=2.533 *
	남성 (158)	3.8	2.5	18.4	37.3	38.0	6.3	18.4	75.3	4.03	75.8	
지역	서울 (184)	2.2	2.2	13.6	39.1	42.9	4.3	13.6	82.1	4.18	79.6	t=0.176
	서울 외 거주 (328)	1.2	1.8	15.5	41.5	39.9	3.0	15.5	81.4	4.17	79.3	
소속	초등학생 (65)	1.5	4.6	10.8	32.3	50.8	6.2	10.8	83.1	4.26	81.5	F=1.006
	중학생 (155)	1.3	3.2	16.1	45.2	34.2	4.5	16.1	79.4	4.08	76.9	
	고등학생 (155)	1.9	0.0	16.8	41.3	40.0	1.9	16.8	81.3	4.17	79.4	
	특성화고등학생 (45)	0.0	2.2	15.6	35.6	46.7	2.2	15.6	82.2	4.27	81.7	
	학교 밖 청소년 (27)	3.7	0.0	18.5	40.7	37.0	3.7	18.5	77.8	4.07	76.9	
후기 청소년 (65)	1.5	1.5	9.2	40.0	47.7	3.1	9.2	87.7	4.31	82.7		

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

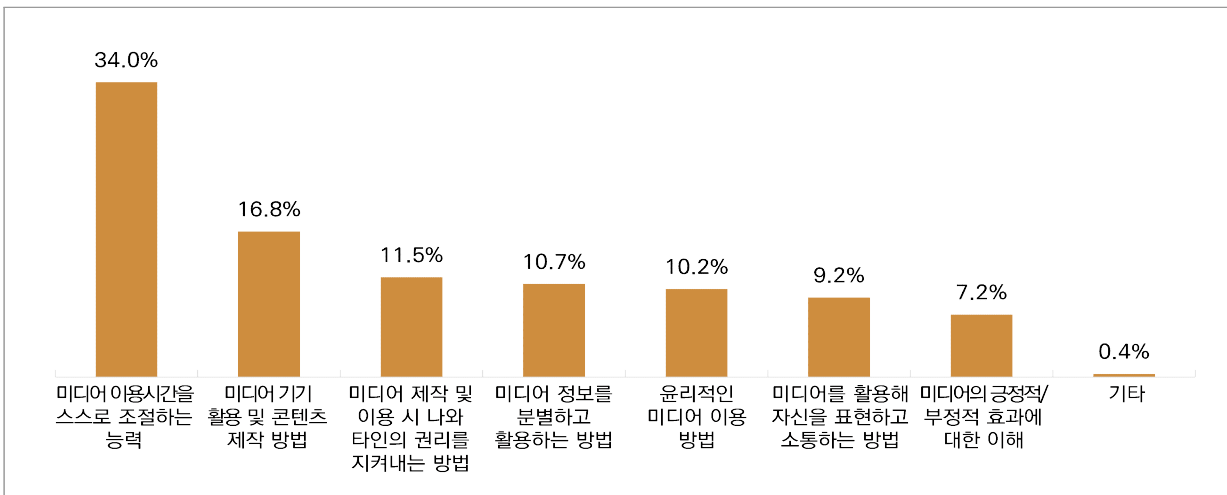


### 19) 미디어 관련하여 나에게 필요하다고 생각하는 교육

- 미디어 관련하여 나에게 필요하다고 생각하는 교육을 살펴보면, ‘미디어 이용시간을 스스로 조절하는 능력’(34.0%), ‘미디어 기기 활용 및 콘텐츠 제작 방법’(16.8%), ‘미디어 제작 및 이용 시 타인의 권리를 지켜내는 방법’(11.5%) 등의 순서임
- 응답자 특성별로 살펴보면, ‘미디어 이용시간을 스스로 조절하는 능력’의 경우 초등학생(50.8%)이 타 소속에 비해서 높게 조사됨
- 특히, 성별 및 소속별로 자신에게 필요하다고 생각되는 교육에 유의미한 차이가 나타남

〈그림3-51〉 미디어 관련하여 나에게 필요하다고 생각하는 교육

(단위: %)



〈표3-53〉 미디어 관련하여 나에게 필요하다고 생각하는 교육

(단위: %)

	사례수	미디어 이용시간을 스스로 조절하는 능력	미디어 기기 활용 및 콘텐츠 제작 방법	미디어 제작 및 이용 시 나와 타인의 권리를 지켜내는 방법	미디어 정보를 분별하고 활용하는 방법	윤리적인 미디어 이용 방법	미디어를 활용해 자신을 표현하고 소통하는 방법	미디어의 긍정적/부정적 효과에 대한 이해	기타	검증
◆ 전 체 ◆	(512)	34.0	16.8	11.5	10.7	10.2	9.2	7.2	0.4	
성별	여성 (354)	37.6	14.4	10.5	9.6	11.3	10.7	5.6	0.3	$\chi^2 = 19.555$ **
	남성 (158)	25.9	22.2	13.9	13.3	7.6	5.7	10.8	0.6	
지역	서울 (184)	26.6	20.7	10.3	9.8	12.0	10.3	10.3	0.0	$\chi^2 = 13.984$
	서울 외 거주 (328)	38.1	14.6	12.2	11.3	9.1	8.5	5.5	0.6	
소속	초등학생 (65)	50.8	6.2	10.8	6.2	12.3	10.8	3.1	0.0	$\chi^2 = 58.996$ **
	중학생 (155)	41.3	14.8	11.0	9.7	9.7	6.5	6.5	0.6	
	고등학생 (155)	27.1	23.2	11.6	11.6	9.0	11.0	5.8	0.6	
	특성화고등학생 (45)	26.7	17.8	15.6	0.0	6.7	13.3	20.0	0.0	
	학교 밖 청소년 (27)	18.5	18.5	3.7	18.5	14.8	14.8	11.1	0.0	
후기 청소년 (65)	27.7	15.4	13.8	20.0	12.3	4.6	6.2	0.0		

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

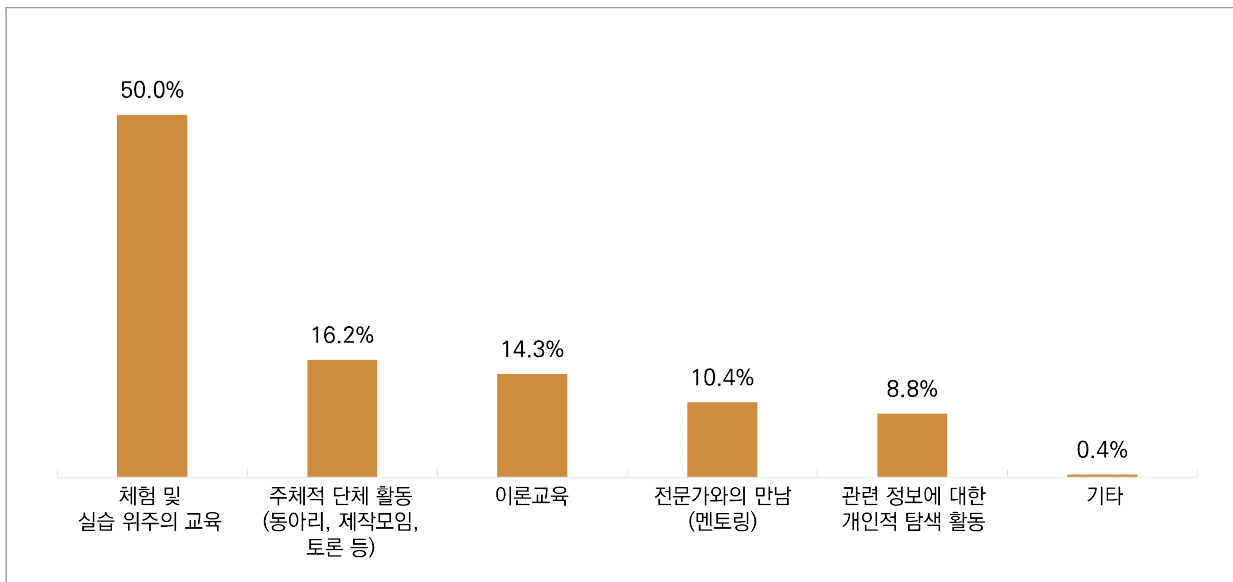


## 20) 미디어 활용 능력을 기르기 위해 가장 필요한 교육 형식

- 미디어 활용 능력을 기르기 위해 가장 필요한 교육 형식을 조사한 결과, '체험 및 실습 위주의 교육'이 50.0%로 가장 높았고 이어서 '주체적 단체 활동(동아리, 제작모임, 토론 등)'이 16.2%, '이론교육'이 14.3%로 뒤를 이음
- '체험 및 실습 위주의 교육'을 지역별로 분석해보면, 서울이 52.2%로 서울 외 거주(48.8%)에 비해서 체험 및 실습 교육을 더 많이 필요하다고 조사됨

〈그림3-52〉 미디어 활용 능력을 기르기 위해 가장 필요한 교육 형식

(단위: %)



〈표3-54〉 미디어 활용 능력을 기르기 위해 가장 필요한 교육 형식

(단위: %)

		사례수	체험 및 실습 위주의 교육	주체적 단체 활동(동아리, 제작모임, 토론 등)	이론교육	전문가와의 만남(멘토링)	관련 정보에 대한 개인적 탐색 활동	기타
◆ 전 체 ◆		(512)	50.0	16.2	14.3	10.4	8.8	0.4
성별	여성	(354)	55.6	14.4	13.0	11.3	5.4	0.3
	남성	(158)	37.3	20.3	17.1	8.2	16.5	0.6
지역	서울	(184)	52.2	12.5	14.7	10.9	9.2	0.5
	서울 외 거주	(328)	48.8	18.3	14.0	10.1	8.5	0.3
소속	초등학생	(65)	49.2	21.5	15.4	9.2	4.6	0.0
	중학생	(155)	51.0	11.0	16.1	12.3	9.7	0.0
	고등학생	(155)	49.7	17.4	14.8	8.4	9.0	0.6
	특성화고등학생	(45)	48.9	15.6	11.1	17.8	6.7	0.0
	학교 밖 청소년	(27)	48.1	14.8	18.5	3.7	14.8	0.0
	후기 청소년	(65)	50.8	21.5	7.7	9.2	9.2	1.5

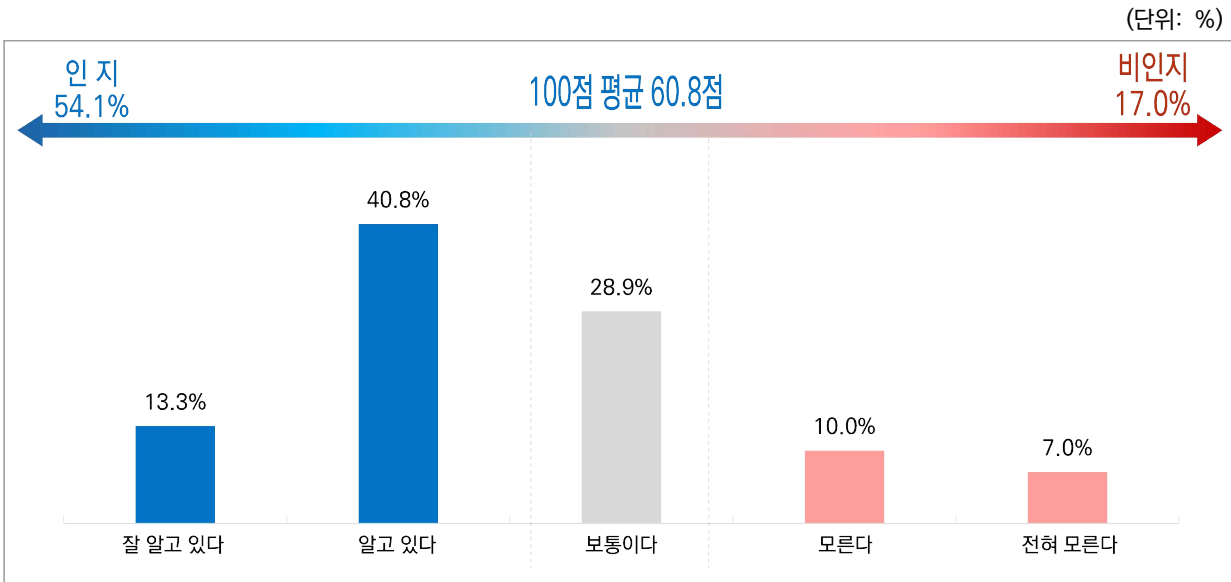


## 6. 미디어와 AI(인공지능)

### 1) AI 인지 정도

- AI 인지 정도를 살펴보면, 평균 점수는 60.8점으로 나타났고 ‘인지’ 비율이 54.1%로 ‘비인지’ 비율은 17.0%로 조사되었음
- 소속별로 분석한 결과, 특성화고등학생(66.1점)과 학교 밖 청소년(63.9점)의 AI 인지 정도가 상대적으로 높게 나타남
- 특히, 성별에 따른 AI 인지율에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-53〉 AI 인지 정도



〈표3-55〉 AI 인지 정도

(단위: %, 점)

	사례수	전혀 모른다	모른다	보통이다	알고 있다	잘 알고 있다	종합평가			평균 [5점]	평균 [100점]	검증
							비인지	보통	인지			
◆ 전체 ◆	(512)	7.0	10.0	28.9	40.8	13.3	17.0	28.9	54.1	3.43	60.8	
성별	여성 (354)	5.1	8.5	28.0	47.2	11.3	13.6	28.0	58.5	3.51	62.8	t= 2.278 *
	남성 (158)	11.4	13.3	31.0	26.6	17.7	24.7	31.0	44.3	3.26	56.5	
지역	서울 (184)	6.0	13.6	28.8	41.3	10.3	19.6	28.8	51.6	3.36	59.1	t= -1.105
	서울 외 거주 (328)	7.6	7.9	29.0	40.5	14.9	15.5	29.0	55.5	3.47	61.8	
소속	초등학생 (65)	7.7	9.2	26.2	40.0	16.9	16.9	26.2	56.9	3.49	62.3	F= 1.207
	중학생 (155)	5.8	7.7	29.0	45.8	11.6	13.5	29.0	57.4	3.50	62.4	
	고등학생 (155)	9.0	11.6	27.1	40.6	11.6	20.6	27.1	52.3	3.34	58.5	
	특성화고등학생 (45)	0.0	11.1	31.1	40.0	17.8	11.1	31.1	57.8	3.64	66.1	
	학교 밖 청소년 (27)	0.0	11.1	37.0	37.0	14.8	11.1	37.0	51.9	3.56	63.9	
후기 청소년 (65)	12.3	10.8	30.8	32.3	13.8	23.1	30.8	46.2	3.25	56.2		

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

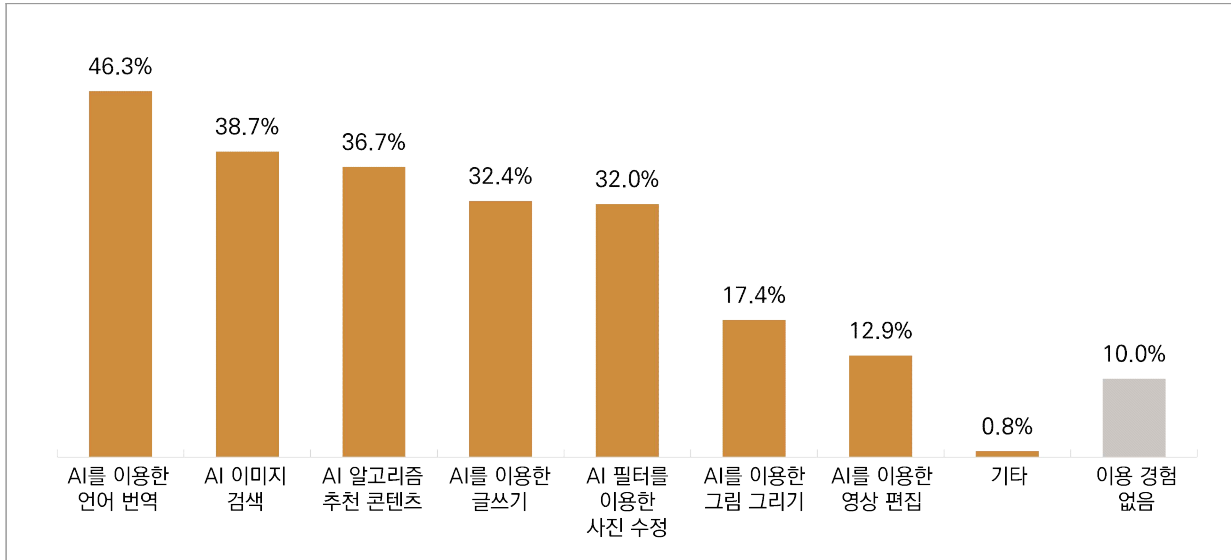


## 2) 사용 경험이 있는 AI 기술

- 사용 경험이 있는 AI 기술을 조사한 결과, 'AI를 이용한 언어 번역'이 46.3%로 가장 높았고 다음으로 'AI 이미지 검색'(38.7%)과 'AI 알고리즘 추천 콘텐츠'(36.7%) 등의 순서로 조사됨
- 'AI를 이용한 언어 번역'을 성별로 분석해보면, 여성이 타 성별 대비 높게 나타남

〈그림3-54〉 사용 경험이 있는 AI 기술

(단위: %)



〈표3-56〉 사용 경험이 있는 AI 기술

(단위: %)

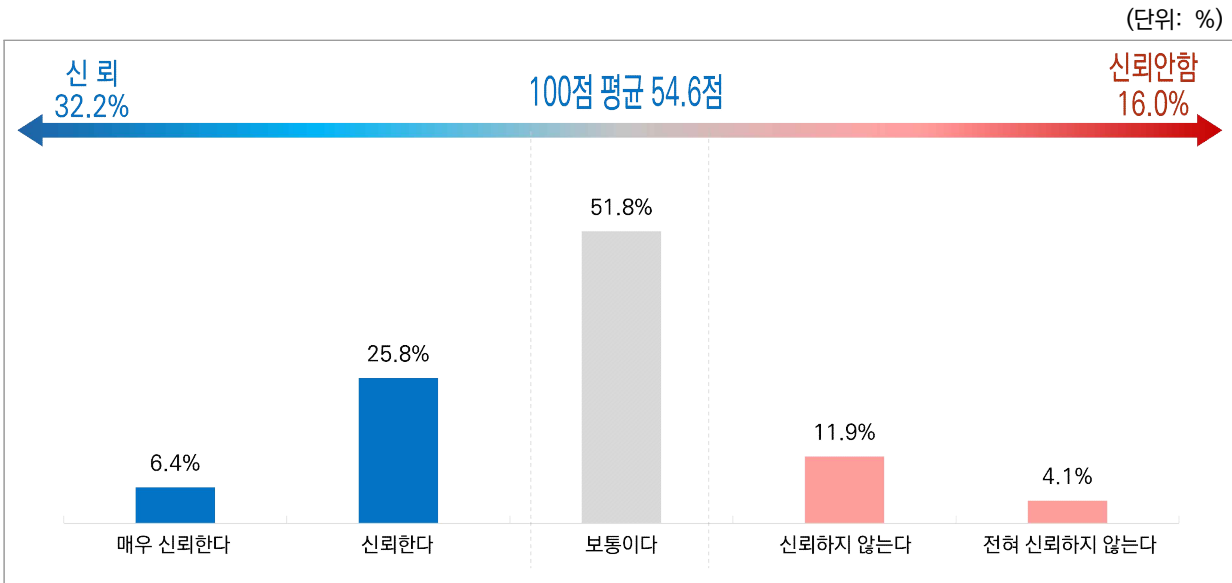
		사례수	AI를 이용한 언어 번역	AI 이미지 검색	AI 알고리즘 추천 콘텐츠	AI를 이용한 글쓰기	AI 필터를 이용한 사진 수정	AI를 이용한 그림 그리기	AI를 이용한 영상 편집	이용 경험 없음	기타
◆ 전 체 ◆		(512)	46.3	38.7	36.7	32.4	32.0	17.4	12.9	10.0	0.8
성별	여성	(354)	50.8	41.8	38.1	30.2	35.3	18.6	11.9	9.9	0.3
	남성	(158)	36.1	31.6	33.5	37.3	24.7	14.6	15.2	10.1	1.9
지역	서울	(184)	36.4	32.1	33.2	30.4	29.3	15.8	10.3	13.0	1.1
	서울 외 거주	(328)	51.8	42.4	38.7	33.5	33.5	18.3	14.3	8.2	0.6
소속	초등학생	(65)	49.2	35.4	36.9	20.0	43.1	21.5	20.0	7.7	0.0
	중학생	(155)	49.0	46.5	36.1	30.3	38.7	25.2	14.8	11.0	0.0
	고등학생	(155)	41.9	34.8	35.5	36.1	26.5	12.3	11.6	7.7	0.6
	특성화고등학생	(45)	44.4	40.0	37.8	35.6	35.6	22.2	11.1	11.1	0.0
	학교 밖 청소년	(27)	55.6	40.7	51.9	18.5	22.2	7.4	14.8	11.1	3.7
	후기 청소년	(65)	44.6	30.8	33.8	44.6	20.0	7.7	4.6	13.8	3.1



### 3) AI와 AI 결과 신뢰 정도

- AI와 AI 결과 신뢰 정도를 조사한 결과, 평균 54.6점으로 '신뢰한다'는 비율이 32.2%로 조사됨
- 응답자 특성별로 살펴보면, 특성화고등학생이 51.1점으로 타 소속에 비하여 AI 및 AI 기술에 대한 신뢰 정도가 낮게 나타남
- 특히, 성별에 따른 AI 기술 신뢰도에 유의미한 차이가 있는 것으로 나타남

〈그림3-55〉 AI와 AI 기술 신뢰 정도



〈표3-57〉 AI와 AI 기술 신뢰 정도

(단위: %, 점)

	사례수	전혀 신뢰하지 않는다	신뢰하지 않는다	보통이다	신뢰한다	매우 신뢰한다	종합평가			평균 [5점]	평균 [100점]	검증
							신뢰하지 않는다	보통	신뢰한다			
◆ 전 체 ◆	(512)	4.1	11.9	51.8	25.8	6.4	16.0	51.8	32.2	3.19	54.6	
성별	여성 (354)	3.4	13.0	55.9	23.2	4.5	16.4	55.9	27.7	3.12	53.1	t=-2.216*
	남성 (158)	5.7	9.5	42.4	31.6	10.8	15.2	42.4	42.4	3.32	58.1	
지역	서울 (184)	4.9	8.7	50.0	27.2	9.2	13.6	50.0	36.4	3.27	56.8	t=1.672
	서울 외 거주 (328)	3.7	13.7	52.7	25.0	4.9	17.4	52.7	29.9	3.14	53.4	
소속	초등학생 (65)	3.1	10.8	50.8	33.8	1.5	13.8	50.8	35.4	3.20	55.0	F=0.556
	중학생 (155)	5.2	9.7	56.1	21.3	7.7	14.8	56.1	29.0	3.17	54.2	
	고등학생 (155)	3.9	13.5	43.9	29.7	9.0	17.4	43.9	38.7	3.26	56.6	
	특성화고등학생 (45)	4.4	13.3	57.8	22.2	2.2	17.8	57.8	24.4	3.04	51.1	
	학교 밖 청소년 (27)	3.7	7.4	66.7	18.5	3.7	11.1	66.7	22.2	3.11	52.8	
후기 청소년 (65)	3.1	15.4	50.8	24.6	6.2	18.5	50.8	30.8	3.15	53.8		

\* p < .05    \*\*p < .01    \*\*\*p < .001

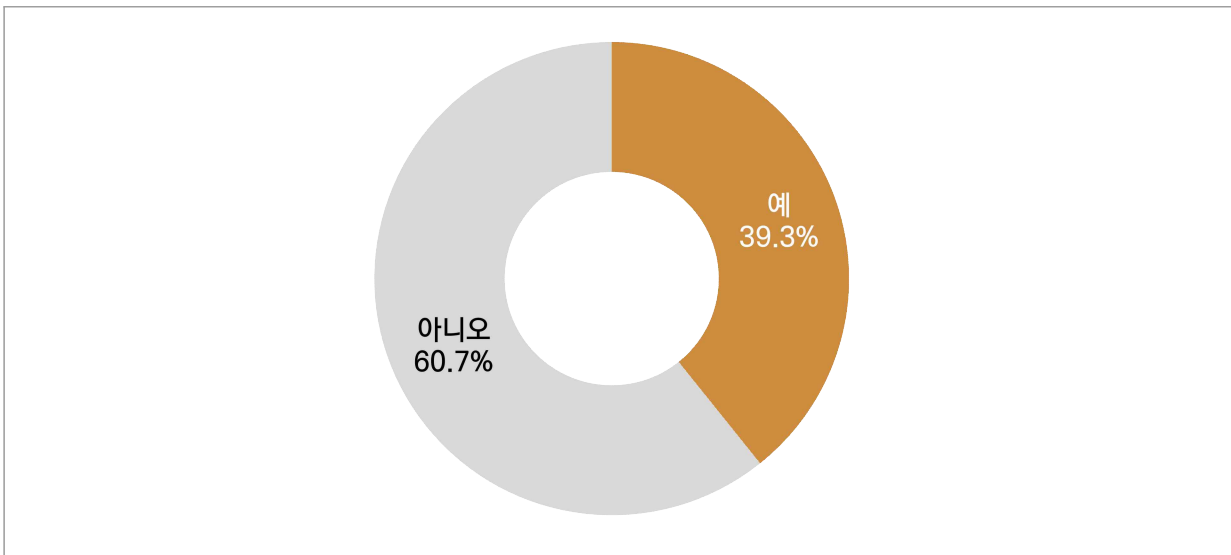


#### 4) AI 관련 교육 경험

- AI 관련 교육 경험을 살펴보면, ‘교육 경험이 있다’가 39.3%로서 ‘교육 경험이 없다’(60.7%)는 비율이 더 높게 나타남
- 소속별로 분석한 결과, 중학생이 56.8%로 AI 교육 경험율이 높지만 후기 청소년의 경우 13.8%로 비교적 낮게 조사됨

〈그림3-56〉 AI 관련 교육 경험

(단위: %)



〈표3-58〉 AI 관련 교육 경험

(단위: %)

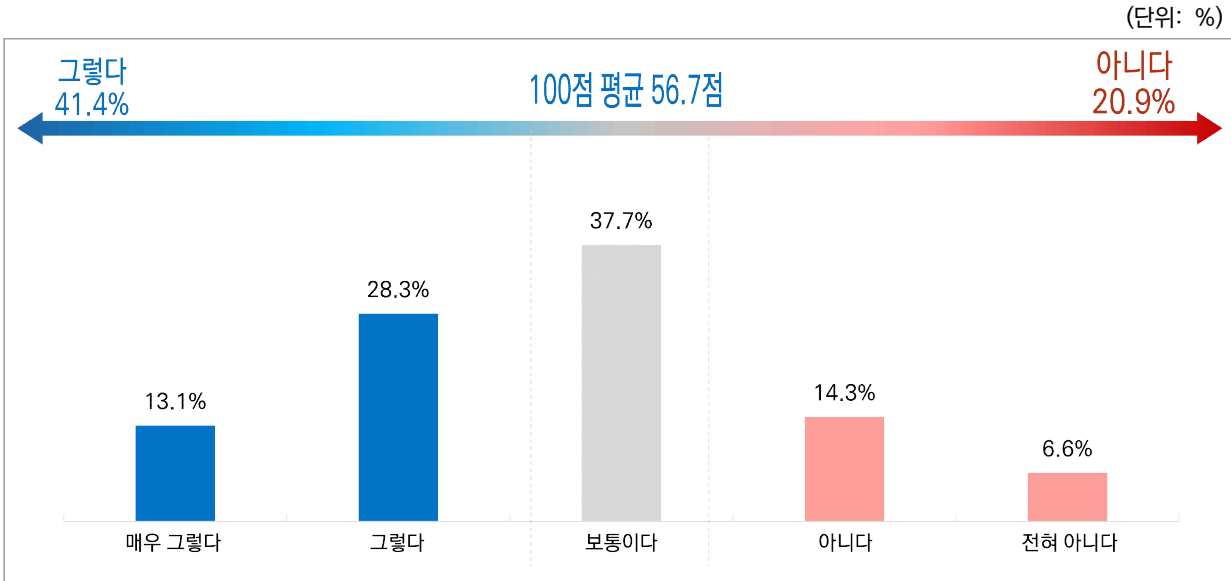
		사례수	있다	없다
◆ 전 체 ◆		(512)	39.3	60.7
성별	여성	(354)	40.1	59.9
	남성	(158)	37.3	62.7
지역	서울	(184)	38.6	61.4
	서울 외 거주	(328)	39.6	60.4
소속	초등학생	(65)	49.2	50.8
	중학생	(155)	56.8	43.2
	고등학생	(155)	31.6	68.4
	특성화고등학생	(45)	31.1	68.9
	학교 밖 청소년	(27)	33.3	66.7
	후기 청소년	(65)	13.8	86.2



### 5) AI를 활용한 미디어콘텐츠 제작 시 참여 의향

- AI를 활용한 미디어콘텐츠 제작 시 참여 의향을 조사한 결과, 평균 56.7점으로 '참여 의향이 있다'는 비율이 41.4%로 나타남
- 응답자 특성별로 살펴보면, 특성화고등학생(65.0점)과 학교 밖 청소년(57.4점)이 타 소속 대비 참여 의향이 높은 것으로 조사됨

〈그림3-57〉 AI를 활용한 미디어콘텐츠 제작 시 참여 의향



〈표3-59〉 AI를 활용한 미디어콘텐츠 제작 시 참여 의향

(단위: %, 점)

	사례수	전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다	종합평가			평균 [5점]	평균 [100점]	검증
							아니다	보통	그렇다			
◆ 전 체 ◆	(512)	6.6	14.3	37.7	28.3	13.1	20.9	37.7	41.4	3.27	56.7	
성별	여성 (354)	4.8	16.7	36.7	29.4	12.4	21.5	36.7	41.8	3.28	57.0	t= 0.320
	남성 (158)	10.8	8.9	39.9	25.9	14.6	19.6	39.9	40.5	3.25	56.2	
지역	서울 (184)	7.1	11.4	37.5	28.8	15.2	18.5	37.5	44.0	3.34	58.4	t= 1.068
	서울 외 거주 (328)	6.4	15.9	37.8	28.0	11.9	22.3	37.8	39.9	3.23	55.8	
소속	초등학생 (65)	9.2	15.4	35.4	29.2	10.8	24.6	35.4	40.0	3.17	54.2	F= 1.415
	중학생 (155)	5.2	13.5	42.6	26.5	12.3	18.7	42.6	38.7	3.27	56.8	
	고등학생 (155)	6.5	14.8	34.8	31.0	12.9	21.3	34.8	43.9	3.29	57.3	
	특성화고등학생 (45)	2.2	8.9	33.3	37.8	17.8	11.1	33.3	55.6	3.60	65.0	
	학교 밖 청소년 (27)	3.7	18.5	37.0	25.9	14.8	22.2	37.0	40.7	3.30	57.4	
후기 청소년 (65)	12.3	15.4	38.5	20.0	13.8	27.7	38.5	33.8	3.08	51.9		

\* p < .05    \*\*p < .01    \*\*\*p < .001

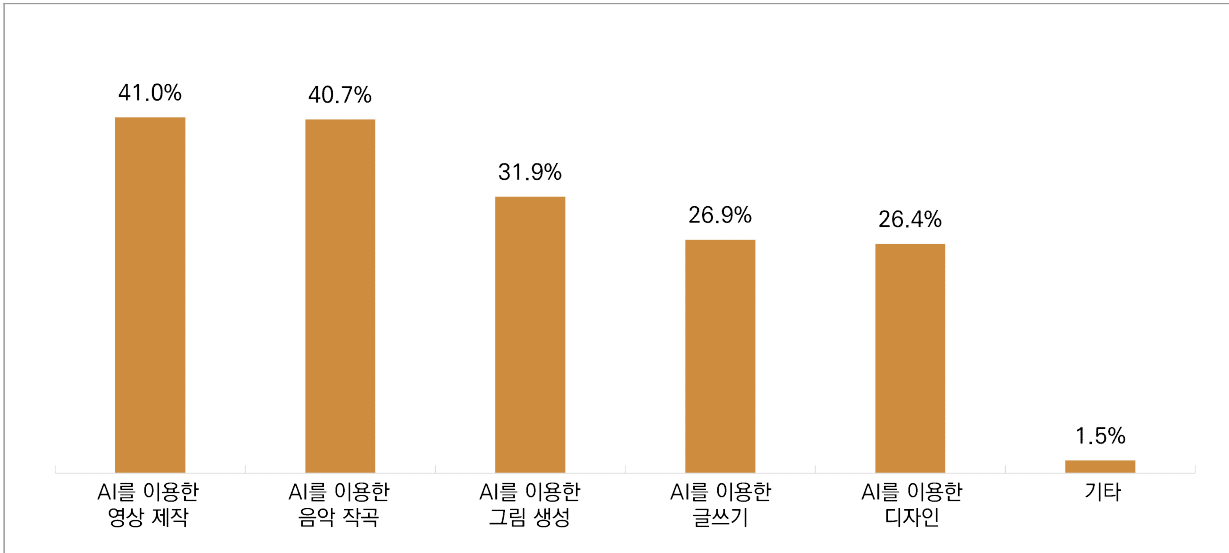


## 6) 참여해보고 싶은 AI를 이용한 미디어 활동

- 참여해보고 싶은 AI를 이용한 미디어 활동을 조사한 결과, 'AI를 이용한 영상 제작'과 'AI를 이용한 음악 작곡'이 각 41.0% 및 40.7%로 높게 나타남
- 특히, 'AI를 이용한 영상 제작'의 경우 남성이 43.3%로 여성(39.9%)에 비해서 높게 나타남

〈그림3-58〉 참여해보고 싶은 AI를 이용한 미디어 활동

(단위: %)



〈표3-60〉 참여해보고 싶은 AI를 이용한 미디어 활동

(단위: %)

		사례수	AI를 이용한 영상 제작	AI를 이용한 음악 작곡	AI를 이용한 그림 생성	AI를 이용한 글쓰기	AI를 이용한 디자인	기타
◆ 전 체 ◆		(405)	41.0	40.7	31.9	26.9	26.4	1.5
성별	여성	(278)	39.9	43.9	33.1	25.9	29.1	0.7
	남성	(127)	43.3	33.9	29.1	29.1	20.5	3.1
지역	서울	(150)	46.0	38.7	30.7	30.7	22.7	1.3
	서울 외 거주	(255)	38.0	42.0	32.5	24.7	28.6	1.6
소속	초등학생	(49)	38.8	38.8	36.7	22.4	32.7	4.1
	중학생	(126)	35.7	46.0	39.7	28.6	26.2	0.8
	고등학생	(122)	48.4	36.9	26.2	22.1	14.8	1.6
	특성화고등학생	(40)	47.5	42.5	17.5	25.0	30.0	2.5
	학교 밖 청소년	(21)	47.6	38.1	38.1	33.3	33.3	0.0
	후기 청소년	(47)	29.8	38.3	29.8	38.3	44.7	0.0

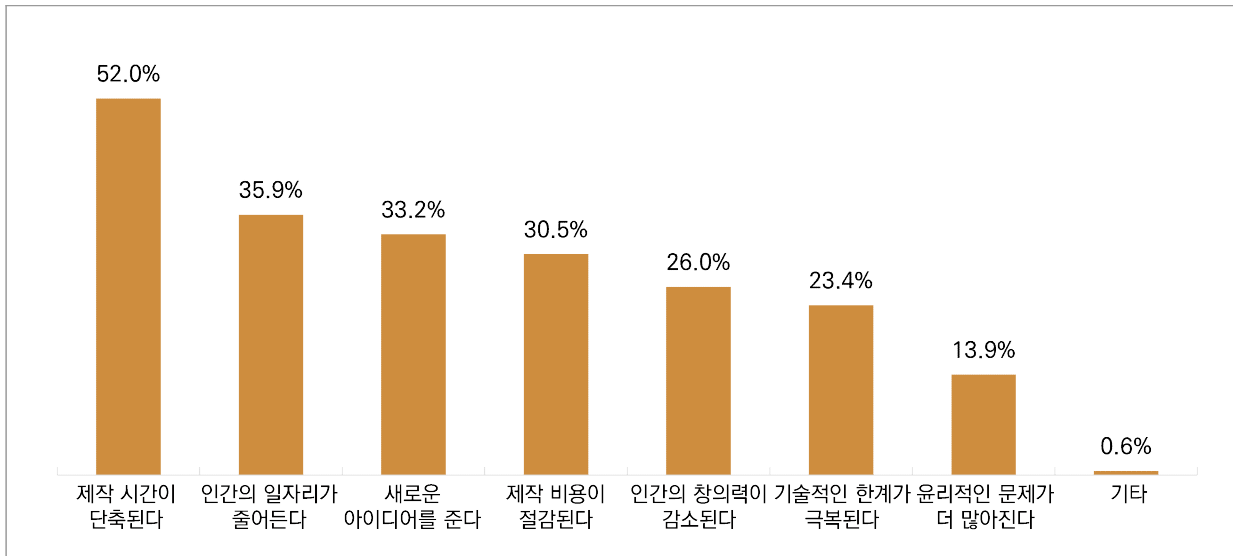


### 7) AI기술을 활용한 미디어콘텐츠 제작에 대한 생각

- AI기술을 활용한 미디어콘텐츠 제작에 대한 생각을 보면, ‘제작 시간이 단축된다’는 응답이 52.0%로 가장 높았고 ‘인간의 일자리가 줄어든다’(35.9%), ‘새로운 아이디어를 준다’(32.2%) 등의 순서임
- 소속별로 살펴보면, ‘제작 시간이 단축된다’는 항목에서는 학교 밖 청소년(74.1%)이 높은 반면 ‘인간의 일자리가 줄어든다’는 항목에서는 특성화고등학생(51.1%)이 높게 조사됨

〈그림3-59〉 AI기술을 활용한 미디어콘텐츠 제작에 대한 생각

(단위: %)



〈표3-61〉 AI 기술을 활용한 미디어콘텐츠 제작에 대한 생각

(단위: %)

		사례수	제작 시간이 단축된다	인간의 일자리가 줄어든다	새로운 아이디어를 준다	제작 비용이 절감된다	인간의 창의력이 감소된다	기술적인 한계가 극복된다	윤리적인 문제가 더 많아진다	기타
◆ 전 체 ◆		(512)	52.0	35.9	33.2	30.5	26.0	23.4	13.9	0.6
성별	여성	(354)	54.8	38.4	35.9	28.8	27.7	22.6	14.7	0.3
	남성	(158)	45.6	30.4	27.2	34.2	22.2	25.3	12.0	1.3
지역	서울	(184)	50.5	31.5	33.2	32.1	22.8	23.9	7.6	0.5
	서울 외 거주	(328)	52.7	38.4	33.2	29.6	27.7	23.2	17.4	0.6
소속	초등학생	(65)	66.2	33.8	50.8	20.0	23.1	20.0	4.6	0.0
	중학생	(155)	54.8	40.0	32.9	32.3	24.5	20.6	9.0	0.0
	고등학생	(155)	40.6	32.3	27.7	29.0	23.9	27.7	19.4	1.3
	특성화고등학생	(45)	53.3	51.1	31.1	40.0	24.4	17.8	11.1	0.0
	학교 밖 청소년	(27)	74.1	37.0	29.6	33.3	37.0	25.9	11.1	0.0
	후기 청소년	(65)	47.7	26.2	32.3	32.3	33.8	26.2	24.6	1.5

## 제4장

# 결론 및 제언







# 1. 조사 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

초등학생, 중학생, 고등학생, 특성화고등학생, 학교 밖 청소년(대안학교 학생), 후기 청소년(대학생) 등을 대상으로 조사를 실시하였다. 총 512명이 조사에 참여했으며 특성별로 분류하면 다음과 같다.

총 512명이 조사에 참여했으며 특성별로 분류하면 다음과 같다.

- ※ 성별 : 여성 354명(69.1%), 남성 158명(30.9%)
- ※ 지역별 : 서울 184명(64.1%), 서울 외 거주 328명(12.7%)
- ※ 소속별 : 초등학생 65명(12.7%), 중학생 155명(30.3%), 특성화고등학생 45명 (8.8%), 학교 밖 청소년 27명(5.3%), 후기 청소년 65명(12.7%)
- ※ 스스로넷 인지여부 : 예 (28.3%), 아니오 (71.7%)
- ※ 미디어 관련 동아리 활동이나 프로그램 경험 : 학교 동아리 (50.4%), 시립청소년미디어센터의 소속 동아리 및 그룹 프로그램 (12.1%), 온라인 커뮤니티 동호회 활동 (8.8%), 지역 기반 청소년센터 및 미디어센터 활동 (5.5%), 복지관, 종교단체 등의 활동 (5.5%), 구청, 도서관 등의 활동 (2.9%), 해당 없음 및 기타 (29.3%)

### 나. 조사 방법 및 내용

동일하게 구성된 질문지를 온라인으로 제작하고 배포하여 조사를 진행하였다. 조사내용을 주제별로 분류하면 다음과 같다.

- ① 미디어콘텐츠 제작 경험
- ② 미디어프로그램 참여 경험
- ③ 미디어공간과 콘텐츠
- ④ 미디어리터러시와 저작권
- ⑤ 미디어와 AI(인공지능)

### 다. 분석 방법

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



## 2) 조사 결과

### 가. 미디어콘텐츠 선호와 제작

#### 1. 미디어콘텐츠(글/사진/영상 등)를 만들어 본 경험

- ① 있다 (78.7%)
- ② 없다 (21.3%)

#### 1-1. 제작한 경험이 있는 콘텐츠 (복수선택)

- ① 영상 (88.8%)
- ② 사진 (62.8%)
- ③ 글(소설/시나리오) (39.2%)
- ④ 음악 (21.8%)
- ⑤ 만화(웹툰) (20.8%)
- ⑥ 디자인 (20.3%)
- ⑦ 애니메이션 (17.6%)
- ⑧ 순수미술 (11.7%)
- ⑨ 라디오(팟캐스트) (4.2%)
- ⑩ 기타 (1.7%)

#### 1-2. 미디어콘텐츠를 제작한 이유 (복수선택)

- ① 단순 재미 및 취미생활 (60.5%)
- ② 관심사에 대한 접근 (46.9%)
- ③ 과제 제출 (42.4%)
- ④ 진로 및 진학을 위해 (26.1%)
- ⑤ 친구들과 함께하기 위해 (25.8%)
- ⑥ 공모전 제출 (22.8%)
- ⑦ 다른 사람에게 보여주고 싶어서 (21.6%)
- ⑧ 크리에이터(유튜버 등)가 되고 싶어서 (12.9%)
- ⑨ 금전적인 이유 (3.2%)
- ⑩ 기타 (2.0%)

#### 1-3. 콘텐츠 제작할 때 어려웠던 점 (최대 2개까지 복수선택)

- ① 제작 기술 부족 및 어려움 (37.2%)
- ② 제작 관련 지식이 전혀 없음 (28.8%)
- ③ 돈 문제 (제작비가 없거나 부족) (18.4%)
- ④ 저작권, 초상권 등 관련 법을 몰라서 잘못을 저지을까봐 (17.4%)
- ⑤ 장비 및 소프트웨어가 없음 (17.1%)
- ⑥ 전문가 교육 및 지도를 받을 수 없음 (16.9%)
- ⑦ 함께할 팀원 및 동료 없음 (9.4%)
- ⑧ 악성댓글 및 비판, 반대 의견에 대한 걱정 (7.4%)
- ⑨ 제작 공간이 없음 (6.7%)
- ⑩ 기타 (3.5%)



#### 1-4. 제작 경험이 없는 이유 (최대 2개까지 복수선택)

- ① 제작 관련 지식이 전혀 없음 (57.8%)
- ② 돈 문제 (제작비가 없거나 부족) (19.3%)
- ③ 함께할 팀원 및 동료 없음 (17.4%)
- ④ 전문가 교육 및 지도를 받을 수 없음 (17.4%)
- ⑤ 제작 기술 부족 및 어려움 (11.9%)
- ⑥ 장비 및 소프트웨어가 없음 (11.0%)
- ⑦ 제작 공간이 없음 (10.1%)
- ⑧ 악성댓글 및 비판, 반대 의견에 대한 걱정 (3.7%)
- ⑨ 저작권, 초상권 등 관련 법을 몰라서 잘못을 저지를까봐 (2.8%)

#### 2. 미디어콘텐츠 공모전 출품 경험

- ① 없다 (74.6%)
- ② 있다 (25.4%)

#### 3. 미디어콘텐츠 업로드 경험

- ① 없다 (53.7%)
- ② 있다 (46.3%)

#### 3-1. 콘텐츠를 게시한 플랫폼 및 사이트

- ① 유튜브 (65.0%)      ② 인스타그램 (51.5%)      ③ 틱톡 (26.2%)
- ④ 블로그 (13.1%)      ⑤ 트위터 (12.7%)      ⑥ 페이스북 (5.5%)
- ⑦ 기타 (4.2%)      ⑧ 사운드 클라우드 (3.8%)      ⑨ 온라인 커뮤니티 익명게시판 (3.8%)
- ⑩ 텀블러 (0.8%)

#### 3-2. 콘텐츠를 인터넷에 업로드한 이유 (최대 2개까지 복수선택)

- ① 남들의 주목을 받고 싶어서 (33.8%)
- ② 나의 콘텐츠 자체를 알리고 홍보하고 싶어서 (32.1%)
- ③ 나의 의견과 생각을 남들에게 표현하고 싶어서 (24.5%)
- ④ 나의 진학 및 진로를 위한 포트폴리오를 남기고 싶어서 (20.3%)
- ⑤ 남들에게 피드백을 받고 싶어서 (15.2%)
- ⑥ 새로운 사람들과의 관계를 형성하고 싶어서 (13.1%)
- ⑦ 기타 (8.0%)



## 나. 미디어프로그램 참여 경험

### 1. 미디어 관련 프로그램 참여 경험

- ① 있다 (55.1%)
- ② 없다 (44.9%)

#### 1-1. 참여했던 미디어프로그램 (복수응답)

- ① 미디어 제작 실습 프로그램 (영화/뮤직비디오/글쓰기/그림그리기 등) (52.5%)
- ② 자발적 동아리 활동 (30.9%)
- ③ 이론교육 중심 프로그램 (콘텐츠 이해/분석/비평/법정책 등) (24.8%)
- ④ 진로관련 프로그램 (현장직업인 만남, 관련학과 체험 등) (15.6%)
- ⑤ 미디어역기능 예방교육 (사이버폭력, 디지털성범죄, 미디어과의존 예방교육 등) (8.9%)
- ⑥ 미디어 관련 봉사활동 프로그램 (번역봉사단 등) (7.4%)
- ⑦ 미디어 캠프 (6.0%)
- ⑧ 신기술 및 트렌드를 반영한 교육 (VR, AR, 드론, 시각특수효과, CG, 미디어아트 등) (6.0%)
- ⑨ 상담 및 치유적 미디어 활동 (5.7%)
- ⑩ 기타 (3.9%)

#### 1-2. 참여 프로그램 인지 경로

- ① 학교 및 선생님 (53.2%)
- ② 지인 및 친구 (15.2%)
- ③ SNS(페이스북, 인스타그램 등) (14.5%)
- ④ 부모님 (5.0%)
- ⑤ 블로그 및 카페 (3.2%)
- ⑥ 행사(박람회, 특강 등) (2.8%)
- ⑦ 서울시 및 교육청 사이트 (1.4%)
- ⑧ 포털 사이트 검색 (1.4%)
- ⑨ 기타 (1.4%)
- ⑩ 뉴스, 신문 (1.1%)
- ⑪ 홍보물품 (0.7%)

#### 1-3. 프로그램 참여 경험이 없는 이유 (최대 2개까지 복수선택)

- ① 관심이 없어서 (37.0%)
- ② 정보부족 (32.6%)
- ③ 시간부족 및 일정 중복 (24.3%)
- ④ 학업에 집중하려고 (20.0%)
- ⑤ 혼자 참가에 대한 부담감 (18.7%)
- ⑥ 짧은 모집기간 (7.8%)
- ⑦ 돈 부족 (7.0%)

### 2. 프로그램 참여 신청 의사

- ① 예 (61.9%)
- ② 아니오 (38.1%)



## 2-1. 관심있는 분야 (복수응답)

- ① 영상 (69.7%)                      ② 사진 (36.0%)                      ③ 음악 (33.4%)
- ④ 글(소설/시나리오) (24.0%)    ⑤ 만화(웹툰) (21.5%)              ⑥ 애니메이션 (19.2%)
- ⑦ 디자인 (19.2%)                    ⑧ 순수미술 (9.8%)                    ⑨ 라디오(팟캐스트) (5.7%)
- ⑩ 기타 (1.9%)

## 2-2. 참여하고 싶은 미디어프로그램 (복수응답)

- ① 미디어 제작 실습 프로그램 (영화/뮤직비디오/글쓰기/그림그리기 등) (69.4%)
- ② 자발적 동아리 활동 (26.2%)
- ③ 이론교육 중심 프로그램 (콘텐츠 이해/분석/비평/법정책 등) (23.0%)
- ④ 진로관련 프로그램 (현장직업인 만남, 관련학과 체험 등) (22.7%)
- ⑤ 신기술 및 트렌드를 반영한 교육 (VR, AR, 드론, 시각특수효과, CG, 미디어아트 등) (20.8%)
- ⑥ 미디어 캠프 (18.0%)
- ⑦ 상담 및 치유적 미디어 활동 (15.5%)
- ⑧ 미디어 관련 봉사활동 프로그램 (번역봉사단 등) (15.1%)
- ⑨ 미디어역기능 예방교육 (사이버폭력, 디지털성범죄, 미디어과의존 예방교육 등) (7.6%)
- ⑩ 기타 (0.3%)

## 3. 미디어프로그램 참여를 통해 스스로 기대하는 것 (복수선택)

- ① 콘텐츠제작스킬 향상 (58.0%)                      ② 창의성 향상 (52.7%)
- ③ 자기관리능력 향상 (28.1%)                      ④ 의사소통능력 향상 (25.0%)
- ⑤ 문제해결능력 향상 (22.7%)                      ⑥ 협업능력 향상 (18.9%)
- ⑦ 비판적사고 향상 (18.2%)                      ⑧ 기타 (0.8%)

## 4. 미디어분야 직업 선택 가능성

- ① 아직 모르겠다 (47.9%)                      ② 예 (31.4%)                      ③ 아니오 (20.7%)

### 4-1. 미디어분야 진로/직업체험 원하는 직업 분야

- ① PD (14.9%)                      ② 영화감독 (13.0%)                      ③ 1인방송제작자(유튜버 등) (9.9%)
- ④ 영상편집자 (7.5%)                      ⑤ 기타 (6.8%)                      ⑥ 작가 (5.6%)
- ⑦ 만화가/웹툰작가 (5.6%)                      ⑧ 사진작가 (5.0%)                      ⑨ 디자이너 (5.0%)
- ⑩ 배우 (5.0%)                      ⑪ 가수 (5.0%)                      ⑫ 아나운서 (3.7%)
- ⑬ 기자 (3.1%)                      ⑭ 작곡/작사가 (3.1%)                      ⑮ 카메라감독 (2.5%)
- ⑯ 댄서 (2.5%)                      ⑰ 개발자 (1.2%)                      ⑱ 미디어 연구자(정책 개발자 등) (0.6%)



### 5. 원하는 미디어 활동 및 프로그램 (서술)

미디어 콘텐츠 제작	유튜브 제작	미디어 편집 프로그램
영화 제작	진로/직업 프로그램	음악 제작
웹툰 제작	다양한 실습/체험 프로그램	애니메이션 제작
글쓰기 프로그램	멘토링 프로그램(전공자, 종사자)	미술/그림
드라마 제작	예능	사진
게임 제작	신기술(AI, 3D, 소프트웨어)활용법	광고 제작
다큐 제작	작곡	촬영 기법
교육 미디어(교육, 지식 등)	미디어 번역 봉사	뮤직비디오 제작
연극/공연	방송국 견학	드론 촬영 기술
악기(피아노, 색소폰, 우크렐라 등)	시각디자인	스포츠 프로그램
뉴스 제작	라디오	릴스(숏폼)
포토샵	촬영 장비	저작권 교육
공모전 목적의 영상제작	시나리오 작성 프로그램	홍보포스터 제작
물품 제작	미디어 드로잉	온라인 포트폴리오 제작
그림책 제작	미디어 캠프	방송 동아리
음악동아리(오케스트라, 밴드 등)		

### 6. 적절한 미디어프로그램 및 교육과정

- ① 중장기과정(5~10회) (35.0%)      ② 단기과정(2~4회) (23.6%)      ③ 일회성 특강 (18.0%)
- ④ 장기과정(11회 이상) (12.5%)      ⑤ 캠프 등 숙박 형태 (10.9%)

#### 6-1. 적절한 미디어 교육 시기·요일·시간

시기	요일	시간
겨울방학 (38.1%)	토요일 (51.2%)	오후(12시~18시) (61.9%)
여름방학 (32.6%)	평일(월~금) (36.5%)	오전(09시~12시) (26.0%)
2학기 (17.0%)		저녁(18시~21시) (12.1%)
1학기 (12.3%)	일요일 (12.3%)	

### 7. 선호하는 교육 방식

- ① 오프라인(대면) 교육 (47.5%)      ② 온오프라인 혼합교육 (31.8%)      ③ 온라인(비대면)교육 (20.7%)



## 다. 미디어공간과 콘텐츠

### 1. 여가시간에 자주 이용하는 플랫폼 (최대 3개까지 복수선택)

- |                           |                                       |                         |
|---------------------------|---------------------------------------|-------------------------|
| ① 유튜브 (77.3%)             | ② 인스타그램 (76.8%)                       | ③ 틱톡 (28.3%)            |
| ④ OTT(넷플릭스, 티빙 등) (15.2%) | ⑤ 음악 스트리밍 플랫폼(사운드 클라우드, 멜론 등) (13.3%) |                         |
| ⑥ 포털(구글, 네이버 등) (11.9%)   | ⑦ 트위터 (9.4%)                          | ⑧ 트위치 (5.5%)            |
| ⑨ 페이스북 (3.1%)             | ⑩ 메타버스 플랫폼(로블록스 등) (2.1%)             | ⑪ 온라인 커뮤니티 익명게시판 (1.6%) |
| ⑫ 기타 (0.8%)               | ⑬ 아프리카TV (0.6%)                       |                         |

### 2. 궁금하거나 필요한 정보가 있을 때 자주 이용하는 플랫폼 (최대 3개까지 복수선택)

- |                           |                         |                         |
|---------------------------|-------------------------|-------------------------|
| ① 유튜브 (63.9%)             | ② 포털(구글, 네이버 등) (54.7%) | ③ 인스타그램 (45.1%)         |
| ④ 틱톡 (18.2%)              | ⑤ 트위터 (6.8%)            | ⑥ 온라인 커뮤니티 익명게시판 (5.9%) |
| ⑦ 트위치 (4.1%)              | ⑧ 기타 (3.1%)             | ⑨ 페이스북 (2.5%)           |
| ⑩ 메타버스 플랫폼(로블록스 등) (1.2%) | ⑪ 아프리카TV (0.8%)         |                         |

### 3. 미디어 이용 시 가장 선호하는 콘텐츠 (최대 3개까지 복수선택)

- |                    |                  |                    |
|--------------------|------------------|--------------------|
| ① 영화/드라마 (32.8%)   | ② 게임 (28.9%)     | ③ 웃긴 영상/예능 (27.1%) |
| ④ 요리/떡방 (26.2%)    | ⑤ 연예인/덕질 (23.2%) | ⑥ 뷰티/미용/패션 (20.5%) |
| ⑦ 일상(브이로그) (17.4%) | ⑧ 만화/애니 (14.3%)  | ⑨ 토크/캠방 (11.7%)    |
| ⑩ 추천영상/인기영상 (9.8%) | ⑪ 스포츠/운동 (7.8%)  | ⑫ 동물 (6.3%)        |
| ⑬ ASMR (5.1%)      | ⑭ 여행 (4.7%)      | ⑮ 교육/학습 (4.5%)     |
| ⑯ 사랑/연애 (4.5%)     | ⑰ 진로/직업 (4.1%)   | ⑱ 뉴스/시사교양 (3.5%)   |
| ⑲ 기타 (2.1%)        |                  |                    |

### 4. 가장 자주 이용하는 OTT플랫폼 (최대 2개까지 복수선택)

- |                 |                 |              |
|-----------------|-----------------|--------------|
| ① 유튜브 (79.1%)   | ② 넷플릭스 (50.0%)  | ③ 티빙 (8.0%)  |
| ④ 디즈니플러스 (4.9%) | ⑤ 트위치 (4.7%)    | ⑥ 웨이브 (4.5%) |
| ⑦ 쿠팡플레이 (4.5%)  | ⑧ 아프리카TV (3.5%) | ⑨ 왓챠 (2.9%)  |
| ⑩ 기타 (1.0%)     |                 |              |



5. 다른 사람과 연락할 때 가장 많이 이용하는 수단

- ① 카카오톡 (40.4%)                      ② 인스타그램 DM (37.5%)                      ③ 전화(음성통화) (12.7%)
- ④ 문자 (4.5%)                              ⑤ 영상통화 (2.0%)                              ⑥ 페이스북 메시지 (1.8%)
- ⑦ 기타 (1.2%)

6. 가장 좋아하고 자주 보는 플랫폼/채널명 (서술) (예: 유튜브/오징)

유튜브	오징	주둥이방송
인스타그램	넷플릭스	잠뜰
헤안	세븐틴	티빙
틱톡	침착맨	채널십오야
쯔양	준우	감스트
미미미누	트위치	숫박스
G Movie	해썬	BTS
지뽀뽀	나도	해빈인테요
네이버 웹툰	레바	재민TV
유니브클래스	아이돌	눈꽃서리
아이네	보겸	오분순삭
잇섭	괴물취	뜰킵
안다	삶의낙	하양고예뽀
사나고	영미터	박지의 CCTV
전과자	피식대학	돼끼
악어	빅헤드	한살차이
고몽	런닝맨	조재원
말왕	SBS	리뷰영이
랄랄	흔한남매	LUCY ISLAND
우주하마	살빼조	사피엔스 스튜디오
에이티즈	이스타	투두
총몇명	wldo	스낵타운
곽튜브	올리버쌤	공룡
허팝	슈카	제이미포유
썸머썸머	타코사마	알간지
뜰뜰	풍월랑	예랑가랑
부라도커플	히밥	대한태권도협회
김민교	제인	몽중다과
단하나	쏘영	또간집
등등뜨개	햅지	전세계비극사
헤진쓰	최테마	유진씨
투모로우바이투게더	진용진	주말이
LG TWINS	뭉고리즘	팍잡아 윤기
농알뽀	서울리안	메르헨
핫소스	왕클세종	언제나가을
빵떡다살썰떡	이상한 과자가게	때임
스트레이키즈	1분과학	플레이미
임양	랄로	와블
디즈니플러스	재유	제베원



왓차	인피션	강오목트위치
웨이브	더무비	평개
진영민	아이브	T1
개리형	파카	뚜식이
가재맨	오눅	빵빵이의 일상
정택	부루마블	허니츄러스
모카형	rose	차린건 쥐빨도 없지만
반지의 비밀일기	매탈남	이도원
배배자매	때결룩	니니아
더뮤지컬	풍자	짤툰
또모	콕스	트위티
람비	아이네	룬룬쓰
정원의 세계여행	비투비	릉빵이
짧은대본	리쥬라이크	연다
상윤쓰	사고몽치	루시
미스터비스트	양평	삼대장
crazy gorilla	유우키	연애참견
ootb STUDIO	김뚜띠	김강토
마마무	나상나상나상현	여단오
힙플뎀	팡이요	오요
LUCY	KBS다큐	Ahmed Karim
쏟애플유튜브	상준TV	파뿌리
햇도시락	알튜브	웃소
chloe kim	청담언니	보물섬
KBS뉴스	공부의신	더블비
픽고	문복희	콘토니
몬스타엑스	슈카월드	지누
시원스쿨 스페인어(예씨)	장충동 쟀야타	김은별컴퍼니
모뎀이	냥농녕냥	김원팔
특파원25시	팍플레이	하루살이
질럿	슈퍼맨이 돌아왔다	sound_of_coups
뽀	키크니	조아라
너진톡	sosotmi	paegahun
일간지	이다교	IUSTHUS
꾸몽	가든의 세계여행	이현학
쇼츠	치킨쿤	라프텔
각블	숫노루	김재원의 즐거운 세상
헬스	승우아빠	mr.pioneer
온도		



## 라. 미디어리터러시와 저작권

### 1. 미디어리터러시 교육 여부

- ① 없다 (67.4%)
- ② 있다 (32.6%)

#### 1-1. 미디어리터러시 교육 장소

- ① 학교에서 (74.9%)
- ② 미디어센터 및 청소년기관에서 (10.8%)
- ③ 개인적 온라인 검색을 통해 (6.6%)
- ④ 가정에서 (4.2%)
- ⑤ 학원에서 (3.0%)
- ⑥ 기타 (0.6%)

### 2. 정보의 사실 여부 확인 경험

- ① 있다 (57.2%)
- ② 없다 (42.8%)

### 3. 미디어리터러시 인지 정도

- ① 보통이다 (31.8%)
- ② 모른다 (25.6%)
- ③ 전혀 모른다 (22.5%)
- ④ 알고 있다 (14.8%)
- ⑤ 잘 알고 있다 (5.3%)

### 4. 미디어 이해 및 활용 교육 필요 정도

- ① 필요하다 (40.4%)
- ② 보통이다 (28.1%)
- ③ 매우 필요하다 (24.8%)
- ④ 불필요하다 (4.5%)
- ⑤ 매우 불필요하다 (2.1%)

### 5. 미디어콘텐츠를 접하는 시간 (유튜브 영상, 웹툰, 게임, 웹소설 등)

- ① 3~5시간 (35.2%)
- ② 5~7시간 (24.6%)
- ③ 1~3시간 (24.4%)
- ④ 7~10시간 (8.2%)
- ⑤ 10시간 이상 (4.1%)
- ⑥ 1시간 미만 (3.5%)

#### 5-1. 미디어 이용으로 인해 일상생활에서 문제를 겪은 경험

- ① 아니오 (63.9%)
- ② 예 (36.1%)

##### 5-1-1. 미디어 이용으로 인해 겪은 문제의 내용

- ① 집중력 저하 및 무기력증 (30.3%)
- ② 학업이나 성적에 지장 (26.5%)
- ③ 부모님, 가족과의 갈등 (21.6%)
- ④ 시력, 체력 등 건강 저하 (11.4%)
- ⑤ 약속을 지키지 못함 (4.9%)
- ⑥ 기타 (2.2%)
- ⑦ 친구와의 갈등 (1.1%)
- ⑧ 현실과 가상의 혼동 (1.1%)
- ⑨ 감정조절의 어려움 (1.1%)



## 6. 미디어를 이용하면서 겪어본 역기능 (복수선택)

- |                                |                                    |
|--------------------------------|------------------------------------|
| ① 유해광고노출 (31.6%)               | ② 경험 없음 (28.9%)                    |
| ③ 가짜뉴스/선동 (27.1%)              | ④ 사이버폭력(언어폭력, 명예훼손, 따돌림 등) (21.1%) |
| ⑤ 개인정보유출(초상권 및 정보도용 등) (20.3%) | ⑥ 성인매체접근 (15.0%)                   |
| ⑦ SNS범죄(사기 및 스톡킹 등) (14.5%)    | ⑧ 온라인 도박 (5.1%)                    |
| ⑨ 기타 (1.0%)                    |                                    |

### 6-1. 미디어 역기능 경험 후 대처 내용

- |                                |                     |
|--------------------------------|---------------------|
| ① 해당 사이트 및 계정을 차단함 (38.5%)     | ② 대처하지 않음 (22.3%)   |
| ③ 온라인 제보(사이버범죄신고시스템 등) (11.5%) | ④ 또래 친구에게 알림 (9.6%) |
| ⑤ 부모님, 선생님 등 주변 어른에게 알림 (9.3%) | ⑥ 경찰에 신고 (6.6%)     |
| ⑦ 기타 (2.2%)                    |                     |

## 7. 미디어역기능과 관련하여 가장 필요하다고 생각하는 교육

- |                           |                              |
|---------------------------|------------------------------|
| ① 미디어과의존 예방교육 (29.3%)     | ② 미디어역기능 대처방법 교육/가이드 (23.0%) |
| ③ 사이버폭력 예방교육 (19.5%)      | ④ 디지털성범죄 예방교육 (17.8%)        |
| ⑤ 상담 및 치유적 미디어 활동 (10.4%) |                              |

## 8. 미디어 저작권 교육 여부

- |              |              |
|--------------|--------------|
| ① 있다 (54.9%) | ② 없다 (45.1%) |
|--------------|--------------|

### 8-1. 미디어 저작권 교육 장소

- |                      |                          |
|----------------------|--------------------------|
| ① 학교에서 (88.6%)       | ② 미디어센터 및 청소년기관에서 (5.0%) |
| ③ 저작권 전문 기관에서 (2.5%) | ④ 개인적인 온라인 검색을 통해 (2.5%) |
| ⑤ 학원에서 (1.1%)        | ⑥ 기타 (0.4%)              |

## 9. 미디어콘텐츠를 이용/제작 시 저작권 보호 여부

- |                 |                    |                  |
|-----------------|--------------------|------------------|
| ① 그렇다 (37.9%)   | ② 보통이다 (29.5%)     | ③ 매우 그렇다 (22.7%) |
| ④ 그렇지 않다 (6.6%) | ⑤ 전혀 그렇지 않다 (3.3%) |                  |



10. 평소 저작권에 대해 고민되는 상황

- ① 영상 콘텐츠를 이용/제작할 때 (35.9%)
- ② 음악 콘텐츠를 이용/제작할 때 (16.6%)
- ③ 미디어콘텐츠를 이용/제작하는 모든 순간에 (14.1%)
- ④ 사진 콘텐츠를 이용/제작할 때 (13.3%)
- ⑤ 그림 콘텐츠를 이용/제작할 때 (7.8%)
- ⑥ 글 콘텐츠를 이용/제작할 때 (7.0%)
- ⑦ AI(인공지능) 툴을 사용할 때 (3.7%)
- ⑧ 기타 (1.6%)

11. 미디어를 제작/이용하면서 겪은 경험

- ① 해당 없음 (43.0%)
- ② 영상 제작 시 평소 좋아하던 가수의 노래를 이용했다. (25.6%)
- ③ 불법 사이트에서 유료 영화, 드라마, 책 등을 무료로 다운로드/스트리밍했다. (18.0%)
- ④ 영화관에서 감동적으로 본 영화의 장면 혹은 엔딩크레딧을 촬영했다. (14.6%)
- ⑤ 다른 사람이 올린 게시물(글, 그림, 사진, 영상 등)을 출처를 밝히지 않고 사용했다. (10.5%)
- ⑥ 웹툰을 캡처해서 SNS에 올렸다. (5.9%)
- ⑦ 유료 폰트, 컴퓨터 프로그램 등을 크랙을 써서 무료로 이용했다. (5.5%)
- ⑧ 다른 사람의 글, 그림, 사진, 영상을 임의대로 수정 재창조하여 업로드했다. (2.5%)

12. 저작권에 대해 인지하는 정도

- ① 알고 있다 (44.7%)
- ② 보통이다 (31.4%)
- ③ 잘 알고 있다 (15.8%)
- ④ 모른다 (5.1%)
- ⑤ 전혀 모른다 (2.9%)

13. 저작권 교육 필요 정도

- ① 매우 필요하다 (41.0%)
- ② 필요하다 (40.6%)
- ③ 보통이다 (14.8%)
- ④ 불필요하다 (2.0%)
- ⑤ 매우 불필요하다 (1.6%)



#### 14. 미디어 관련, 현재 나에게 가장 필요하다고 생각하는 교육

- ① 미디어 이용시간을 스스로 조절하는 능력 (34.0%)
- ② 미디어 기기 활용 및 콘텐츠 제작 방법 (16.8%)
- ③ 미디어 제작 및 이용 시 나와 타인의 권리를 지켜내는 방법 (11.5%)
- ④ 미디어 정보를 분별하고 활용하는 방법 (10.7%)
- ⑤ 윤리적인 미디어 이용 방법 (10.2%)
- ⑥ 미디어를 활용해 자신을 표현하고 소통하는 방법 (9.2%)
- ⑦ 미디어의 긍정적/부정적 효과에 대한 이해 (7.2%)
- ⑧ 기타 (0.4%)

#### 15. 미디어 활용 능력을 기르기 위해 가장 필요한 교육 형식

- ① 체험 및 실습 위주의 교육 (50.0%)
- ② 주체적 단체 활동(동아리, 제작모임, 토론 등) (16.2%)
- ③ 이론교육 (14.3%)
- ④ 전문가와의 만남(멘토링) (10.4%)
- ⑤ 관련 정보에 대한 개인적 탐색 활동 (8.8%)
- ⑥ 기타 (0.4%)

### 마. 미디어와 AI(인공지능)

#### 1. AI 인지 정도

- ① 알고 있다 (40.8%)
- ② 보통이다 (28.9%)
- ③ 잘 알고 있다 (13.3%)
- ④ 모른다 (10.0%)
- ⑤ 전혀 모른다 (7.0%)

#### 2. AI 기술 관련 사용해본 것 (복수응답)

- ① AI를 이용한 언어 번역 (46.3%)
- ② AI 이미지 검색 (38.7%)
- ③ AI 알고리즘 추천 콘텐츠 (36.7%)
- ④ AI를 이용한 글쓰기 (32.4%)
- ⑤ AI 필터를 이용한 사진 수정 (32.0%)
- ⑥ AI를 이용한 그림 그리기 (17.4%)
- ⑦ AI를 이용한 영상 편집 (12.9%)
- ⑧ 이용 경험 없음 (10.0%)
- ⑨ 기타 (0.8%)

#### 3. AI와 AI 결과 신뢰 정도

- ① 보통이다 (51.8%)
- ② 신뢰한다 (25.8%)
- ③ 신뢰하지 않는다 (11.9%)
- ④ 매우 신뢰한다 (6.4%)
- ⑤ 전혀 신뢰하지 않는다 (4.1%)



4. AI 관련 교육 경험

- ① 없다 (60.7%)
- ② 있다 (39.3%)

5. AI를 활용하여 미디어콘텐츠 제작 시 참여 의향

- ① 보통이다 (37.7%)
- ② 그렇다 (28.3%)
- ③ 아니다 (14.3%)
- ④ 매우 그렇다 (13.1%)
- ⑤ 전혀 아니다 (6.6%)

5-1. 참여해보고 싶은 AI를 이용한 미디어 활동 (복수선택)

- ① AI를 이용한 영상 제작 (41.0%)
- ② AI를 이용한 음악 작곡 (40.7%)
- ③ AI를 이용한 그림 생성 (31.9%)
- ④ AI를 이용한 글쓰기 (26.9%)
- ⑤ AI를 이용한 디자인 (26.4%)
- ⑥ 기타 (1.5%)

6. AI 기술을 활용하여 미디어콘텐츠를 제작하는 것에 대한 생각 (최대 3개까지 복수선택)

- ① 제작 시간이 단축된다 (52.0%)
- ② 인간의 일자리가 줄어든다(35.9%)
- ③ 새로운 아이디어를 준다 (33.2%)
- ④ 제작 비용이 절감된다 (30.5%)
- ⑤ 인간의 창의력이 감소된다 (26.0%)
- ⑥ 기술적인 한계가 극복된다 (23.4%)
- ⑦ 윤리적인 문제가 더 많아진다 (13.9%)
- ⑧ 기타 (0.6%)



## 2. 결론 및 제언

### 청소년의 미디어콘텐츠 선호와 제작

#### - 청소년의 연령과 성별에 따른 소비 콘텐츠의 차이 다

미디어 이용 시 가장 선호하는 콘텐츠를 조사한 결과 영화/드라마(32.8%)가 가장 높게 나타났으며, 게임, 웃긴 영상/예능, 요리/떡방 등이 뒤를 이었다. 이와 함께 가장 자주 이용하는 OTT 플랫폼에는 유튜브(79.1%)와 넷플릭스(50.0%) 순으로 높은 응답을 보였다.

특성에 따른 차이로 저연령(초등학생) 일수록 웃긴 영상/예능, 연예인/덕질, 추천영상/인기영상 등 자신이 선호하는 특정 인물이 출연하는 방송 콘텐츠를 주로 소비했으며, 연령이 높아질 수록 영화/드라마 장르의 콘텐츠 소비 비중이 높아졌다. 특히 성별에 따른 차이로는 게임을 선호하는 남성은 50.6%였으나 여성은 19.2%에 그쳤고, 뷰티/미용/패션은 여성의 26.6%가 선호했으나 남성은 8.2%에 그쳤다.

영화/드라마를 제외하고는 출연진의 참여 및 상호작용이 주를 이루는 방송 콘텐츠의 소비가 높았으며, 인구학적 특성에 따른 선호 콘텐츠가 분명하게 나타남을 확인할 수 있었다.

#### - 여전히 '유튜브'와 '인스타그램', 점점 좁아지는 청소년의 콘텐츠 소비 : 숏폼 미디어리터러시 필요

제작한 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드한 경험이 있는 청소년은 46%로, 절반 정도를 차지한다. 주로 '유튜브', '인스타그램'과 같이 숏폼을 지원하는 플랫폼 위주로 업로드하고 있는 것으로 나타났다. '유튜브'와 '인스타그램'의 경우 2021년에 이어 1, 2위를 차지하며 꾸준한 강세를 보이는 한편 2021년 8위(2.8%)였던 틱톡은 2023년에 3위(26.2%)로 올라서며 숏폼 관련 플랫폼이 강세를 보였다.

여가시간에 자주 이용하는 플랫폼으로는 2021년에 이어 2023년에도 '유튜브(77.3%)'와 '인스타그램(76.8%)'이 높은 이용률을 보였으며, 성별에 따라 여성이 남성보다 해당 플랫폼을 더 선호하는 경향을 보였고, '틱톡'은 전체 응답률의 28.3%를 차지해 2021년 4.2%에 비해 높은 이용률을 보였다. 특히 초등학생(43.3%)과 중학생(43.8%) 사이에서는 틱톡의 인기가 높게 나타났다.

최근 청소년이 콘텐츠를 만드는 환경을 보면, 영상과 사진을 쉽게 촬영하고 편집할 수 있는 스마트폰의 보급으로 인한 '제작 편의성'과 유튜브/인스타그램/틱톡 등 영상을 제작하고 업로드 할 수 있는 '접근성 좋은 플랫폼'도 큰 영향을 주는 것으로 보인다. 이러한 플랫폼의 특징인 숏폼 콘텐츠는 지속적인 많은 소비가 사료되며, 따라서 숏폼 콘텐츠와 청소년의 관계적 특성을 파악하여야 한다. 이에 단순 소모형 유행콘텐츠나 부정적 정보를 다수 포함한 숏폼 콘텐츠를 올바르게 소비할 수 있도록 미디어리터러시 교육 개발과 보급이 필요하다.

#### - 제작 기술 및 지식의 부재를 메꿔줄 미디어 프로그램/사업 필요

조사결과 대다수(약 80%)의 청소년들이 다양한 미디어콘텐츠를 제작하고 있으며, 특히 '영상'이 2021년에 이어 가장 높은 비율을 차지하고 있다. 미디어콘텐츠를 제작한 이유로는 대부분이 '단순 재미 및 취미생활'이라고 응답하였으며, 특히 초등학생들은 이를 주된 동기로 삼고 있다.



미디어콘텐츠 제작 경험이 있다는 응답자들은 콘텐츠를 제작할 때 어려웠던 점으로 2021년에 이어 '제작 기술 부족 및 어려움'을 가장 높게 응답하였다. 또한, 미디어콘텐츠 제작 경험이 전무한 학생들은 제작 경험이 없는 이유로 '제작 관련 지식이 전혀 없음'을 주된 이유로 꼽았다.

이외에도 예산 부족과 저작권/초상권 이슈 등의 걱정에 의한 응답이 뒤를 이었기에 영상 콘텐츠를 필두로 제작 실습 위주의 교육프로그램을 비롯하여 콘텐츠 제작 예산지원 및 저작권 교육 등 청소년콘텐츠제작자에 대한 다양한 교육과 지원이 필요하다고 사료된다.

### 청소년의 수요를 고려한 미디어 프로그램 개발

#### - 영상/사진/음악 분야의 제작 실습 프로그램 및 주체적 동아리 활동 수요 高

미디어 관련 프로그램의 참여 경험을 살펴보면, 응답자의 55.1%가 미디어 관련 프로그램에 참여 경험이 있으며 여성 참여 비율이 남성보다 높았다. 참여했던 미디어 프로그램으로는 미디어 제작 실습프로그램이 52.5%로 가장 높게 나타났으며, 특히 특성화고등학생과 고등학생의 미디어 제작 실습프로그램 참여 비율이 높게 나타났다.

'미디어 제작 실습프로그램' 외에는 '자발적 동아리 활동', '이론 교육 중심 프로그램', '진로 관련 프로그램'이 뒤를 이었다. 프로그램 참여 신청 의사에 긍정적인 답변이 61.9%로, 관심있는 분야는 역시 '영상'과 '사진', '음악' 순으로 앞선 관심 있는 분야의 제작 실습프로그램 등을 진행하면 참여하고자 하는 의사가 있는 청소년이 다수 있다는 것으로 해석된다.

#### - 대상자에 따른 맞춤형 미디어 제작 지원 고려

청소년들이 미디어콘텐츠를 제작할 때 어려움을 느끼거나, 혹은 제작 경험이 전혀 없는 이유는 각각 '제작 기술 부족 및 어려움'과 '제작 관련 지식이 전혀 없음'으로 드러났다. 이를 통해 미디어콘텐츠 제작과 관련한 체계적인 교육이 필요하다는 것을 알 수 있으며, 특히 기술적인 부분과 제작 관련 이론 지식이 모두 중요하고 적절하게 교육되는 것이 필요하다고 할 수 있다.

특히 응답자 중 특성화고 재학 청소년은 예산이 부족하다는 답변이 가장 많고, 학교 밖 청소년의 경우 동료, 전문 지도자가 없다는 답이 가장 많이 나타난 점을 미뤄보아 청소년의 특성(소속)에 따라 필요한 교육과 지원이 다르기에 타겟 층에 맞는 프로그램 기획과 지원이 필요할 것으로 보인다.

#### - 특성화고 청소년 대상 진로/직업 체험 프로그램

특성화고 재학 청소년의 경우 미디어 분야 직업 선택 여부 질문에 대해 가장 높은 긍정응답을 하였다. 기존의 학교 교육 외 전문성 강화를 위한 프로그램을 마련하여 미디어 분야 진로를 고민하는 학생들에게 제공하는 것도 향후 미디어 진로를 희망하는 청소년에게 필요할 것으로 사료된다.

또한, 진로/직업 체험 시 원하는 분야로는 PD, 영화감독, 1인 방송제작자가 비슷한 수준으로 조사되었기에 특성화고 재학 청소년 대상으로 위와 같은 분야의 진로/직업 관련 프로그램 계획 시 높은 만족도를 예상한다.



#### - 2~10회 사이의 중장기·단기 프로그램을 오프라인(대면) 진행 선호

조사 결과, 청소년의 약 60%는 선호하는 교육 과정으로 중장기과정(5~10회)과 단기과정(2~4회)을 뽑았다. 또한, 교육 방식의 경우 약 50%의 청소년이 오프라인(대면)교육을 선호하는 것으로 나타났다.

하지만 타 과정 및 방식에 대한 청소년 수요가 적지 않았으므로 현실적으로 각 프로그램 담당자는 커리큘럼에 따른 적절한 교육 과정의 구상이 필요하다.

#### - 프로그램 기획 시 '콘텐츠 제작 스킬'과 '창의성' 향상을 위한 접근 필요

대다수의 청소년이 미디어 프로그램 참여를 통해 기대하는 부분으로 '콘텐츠제작스킬(58%)', '창의성(52.7%)'을 뽑았다. 이외에도 자기관리능력과 의사소통능력, 문제해결능력 향상에 대한 순으로 응답하였다.

또한 다양한 방면에서 미디어를 활용하고 있는 현시대에 더욱이 '콘텐츠 제작 스킬'과 '창의성'에 대한 역량향상에 대한 사회적 수요가 클 것으로 고려된다. 이를 통해 미디어 프로그램 기획 시 해당 역량에 대한 성장 방향성을 설계함에 적극적인 고려가 필요하다.

#### - '학교와 선생님'의 미디어 프로그램에 대한 높은 관심과 수요

청소년들 절반 이상이 참가 프로그램을 알게 된 계기가 '학교 및 선생님(53.2%)'이라고 답변하였다. 2021년 조사에서도 '학교 및 선생님(46.5%)'이 가장 높게 나와 지속적 높은 수준을 확인할 수 있다.

특히 최근 기기 고도화 및 다양한 소프트웨어 개발·혁신으로 인해 대다수 청소년(약 80%)이 미디어 제작 경험이 있다고 응답하였다. 또한, 휴대폰을 사용하는 청소년은 탑재된 카메라로 쉽게 사진과 영상을 촬영, 콘텐츠를 만들어 냈을 것이다. 공교육 내에서도 미디어를 활용한 수업이나 과제를 진행하며 실제 학습 매체로 적극 사용하기에 '학생 대상 미디어 교육'에 대한 수요가 학교와 선생님에게도 있을 것으로 사료된다.

시대적으로도 COVID-19 범유행 이후 학교와 선생님들의 외부 활동에 관한 관심과 지원이 늘어나고 있기에 향후 청소년 미디어 프로그램 홍보에 있어 '학교 및 선생님' 맞춤형 연계 방안 마련과 본 조사 외에 추가적인 공교육의 청소년 활동 수요를 확인하는 작업과 학교와의 협력이 필요하다.

### 청소년의 콘텐츠 제작과 저작권 교육

#### - 저작권에 대해 인지하며, 저작권 교육 수요가 높은 청소년

청소년들 대부분이 저작권에 대해 인지(약 75%)하고 있으며, 실제로 미디어콘텐츠를 이용하고 제작 할 때 저작권 보호를 위해 행동(약 75%)하는 것으로 나타났다. 이는 청소년들 대다수가 저작권의 중요성을 인지하고 공감하며 이를 지키기 위한 시도를 하고 있다는 것으로 확인된다.

특히 '저작권교육 필요'에 대한 긍정적인 응답률이 81.6%로 높게 나타났으며, 이는 저작권에 대한 인지와 실제 행동 경험이 있는 만큼 미디어 저작권 교육의 필요성이 있다는 것을 나타낸다.



**- 청소년의 저작권에 대한 고민과 실제 경험 사례를 통한 교육 설계 필요**

청소년의 절반(54.9%)이 미디어 저작권 교육 경험이 있으며, 그중 88.6%의 청소년이 학교에서 저작권 교육을 받았다고 응답하였다. 기존 저작권 교육을 진행했던 학교 이외의 청소년 시설, 문화의 집 등에서도 교육을 제공하여 저작권 교육 경험은 있다. 특히 교육 수요가 있는 청소년의 교육 욕구를 충족할 필요가 있으며, 포괄적 저작권 교육이 아닌 청소년이 실제로 경험하거나 경험할 수 있는 내용을 교육에 적용할 필요가 있으며 해당 내용은 아래와 같다.

평소 저작권에 대한 고민 상황에서는 ‘영상 콘텐츠 이용과 제작할 때’(35.9%)로 가장 높으나 소속별 특성에 따라 ‘학교밖청소년의 사진 콘텐츠(25.9%)’와 ‘특성화고등학생의 음악 콘텐츠(24.4%)’도 유의미한 수치로 나타났다기에 조사 결과 내용에 따라 청소년의 고민과 실제 경험 사례를 통한 교육 설계가 필요하다.

향후 청소년을 올바른 미디어 이용자이자 제작자로 키워내기 위해 학교와 기관 등에서도 적절한 교육 방법을 연구하고 개발해야 하며 이를 통해 미디어 제작과 소유권에 대해 올바르게 인식하여 건강한 미디어를 향유 할 수 있도록 하는 것을 중요한 과제로 인식되어야 한다.

**청소년의 미디어 이용 실태와 미디어리터러시**

**- 필요한 정보를 텍스트가 아닌 영상으로 찾는 청소년**

조사 결과, 청소년이 여가 시간에 자주 이용하는 플랫폼으로는 2021년에 이어 ‘유튜브(77.3%)’와 ‘인스타그램(76.8%)’, ‘틱톡(28.3%)’ 등이 높은 응답을 보였으며, 궁금한 정보를 얻거나 필요한 정보를 찾을 때 가장 많이 이용한 플랫폼으로는 ‘유튜브(63.9%)’와 ‘포털(54.7%)’, ‘인스타그램(45.1%)’ 등이 높은 응답률을 보였다. 여가 시간은 물론 필요한 정보를 찾을 때 쓰는 플랫폼도 ‘유튜브’가 가장 높게 나타난 것은 과거 네이버나 다음, 구글 등 포털 기반의 검색 엔진을 사용했던 것과는 다른 양상으로 보이는 상황이다.

현재 청소년들은 많은 상황에서 영상 기반의 정보를 소비하고 있으며, 특히 학교 밖 청소년의 경우 유튜브(81.5%)를 가장 많이 선택했으나, 후기청소년(20~24세)의 경우는 유튜브(52.3%)에 비해 포털(76.9%)이 높게 나타났다. 대부분이 유튜브를 통해 정보를 얻고 있으며, 연령이 낮은 청소년일수록 더욱 높은 응답을 보였다. 이에 각 교육기관 및 청소년 시설 등에서는 청소년이 정보검색 및 판별 능력을 향상할 수 있는 교육프로그램을 도입하고 학생들에게 안전한 인터넷 사용 습관을 강조할 필요가 있으며, 특히 저연령층 학생 대상의 미디어리터러시 교육에 대한 강화 필요성이 대두된다.

**- 미디어 이용 시간이 많아지며, 청소년의 일상생활 문제 발생 多**

조사 결과, 하루에 미디어콘텐츠를 접하는 시간이 ‘3시간 이상인 청소년이 82%’에 육박하는 것으로 나타났다. 특히 ‘7시간 이상 이용하는 청소년은 12%’에 달했으며, 소속 별로는 타 청소년에 비하여 학교 밖 청소년이 미디어 이용 시간이 가장 많은 것으로 나타나기도 하였다.

이와 함께 청소년의 36.1%가 미디어 이용하며 일상생활에 문제가 있었다고 응답하였다. 즉, 10명 중 3~4명꼴로 미디어를 사용함에 따라 문제가 발생하고 있다는 것을 의미한다. 발생한 문제는 집중력 저하 및 무기력증(30.3%)이 가장 높은 비율을 차지했으며 ‘학업이나 성적에 지장(26.5%)’, ‘부모님, 가족과의 갈등(21.6%)’ 등이 뒤를 이었다.



시대적으로 미디어와 함께하는 것이 필수적인 현재, 청소년의 미디어 사용에 대한 조절 능력도 필수적이어야 한다. 청소년이 스스로 통제하는 능력이 성인에 비해 낮은 만큼 가정과 학교, 청소년기관 등에서 직·간접적인 교육과 지도를 통해 미디어에 대한 이용시간 조절과 주체적인 미디어 사용이 가능할 수 있도록 지원하여 올바르게 건강하게 미디어를 이용할 수 있도록 해야 한다.

#### - 미디어리터러시 교육에 대한 필요성 및 학교 밖 청소년의 교육 부재 제고

청소년의 미디어리터러시에 대한 인지 정도는 평균 38.7점으로 낮은 수준이었다. 2021년의 결과와 비교했을 때, 인지하고 있다는 응답은 2021년 30.3%에서 2023년 20.1%로 다소 줄어들었다. 또한, 정보의 사실 여부를 확인한 경험은 2021년 81.1%에서 2023년 57.2%로 눈에 띄게 줄어들었다. 이는 미디어 사용량이 늘어나며 수용할 수 있는 정보는 점점 더 많아지지만, 미디어리터러시에 대한 인식이 낮아지며 분별없이 미디어를 수용하는 일이 더 빈번해진 것으로 해석된다.

이어서 미디어리터러시 교육 경험이 있는 응답자는 32.6%로, 과반이 넘는 청소년들이 미디어리터러시에 대하여 교육 경험이 없다고 응답하였다. 응답자의 성별과 지역별로는 큰 차이가 보이지 않았던 반면, 소속별로 살펴보면 ‘학교 밖 청소년’ 중 경험이 있는 비율이 11.1%로 타 소속에 비해 교육 경험이 부족한 것으로 나타났다. 미디어에서 접하는 다양한 정보를 올바르게 이해하고, 활용하는 교육이 필요하다고 생각하는 비율은 68.9%로 나타나 수요는 있지만 실질적으로 교육이 이루어지지 않은 것으로 보인다. 특히 학교 밖 청소년들은 기존 청소년들의 주된 미디어리터러시 교육 장소인 ‘학교’ 밖 사각지대에 놓여있다.

참여하고 있는 미디어 활동을 살펴보면, 대부분의 학생들이 학교 동아리 내 미디어 활동에 참여하고 있는 비율이 높았던 반면, ‘학교 밖 청소년’의 경우 ‘지역 기반 청소년센터 및 미디어센터 활동’이 25.9%로 타 소속에 비해 매우 높은 비율을 차지하고 있었다. 하지만 참여하고 있는 미디어 활동이 아예 없다고 응답한 경우 역시 37.0%로 타 소속에 비해 가장 높은 비율을 차지하고 있어, 센터 외에 다른 경로를 통해 미디어 활동에 참여하기는 쉽지 않아 보인다.

미디어 활용이 일상화·보편화됨에 따라 차별 없는 미디어 서비스 제공과 지원이 중요한 시대이다. 특정한 청소년들이 미디어 교육에 소외되는 일이 없도록 미디어 접근성을 제고 할 필요가 있으며, 미디어 접근 소외지역 및 소외계층에게 미디어 교육·체험 기회를 제공하여 미디어 이용 격차를 해소하는 것은 현대 사회에 필수적인 과제이다.

### 청소년의 미디어역기능 경험과 대처방안

#### - 미디어 역기능에 대한 청소년 경험 10명 중 7명, 대응 방안 마련 필요

미디어를 이용하면서 겪어본 역기능에 대한 유경험 응답이 71.1%로 청소년 10명 중 7명이 미디어 역기능 경험이 있는 것으로 나타났다. 역기능 경험에 대해서는 유해광고(31.6%), 가짜뉴스/선동(27.1%), 사이버폭력(21.1%) 및 개인정보유출(20.3%) 등의 순으로 조사되었으며, 초등학생의 경우 가짜뉴스/선동에 대한 경험이 가장 많았던 것으로 확인되었다.

이러한 역기능을 경험하고 난 뒤 대처하지 않거나(22.3%) 해당 사이트 및 계정 차단(38.5%)을 하는 등 대다수의 청소년은 소극적인 대처를 했던 것으로 사료된다.



미디어역기능과 관련하여 가장 필요하다고 생각하는 교육으로 ‘미디어과의존 예방교육(29.3%)’, ‘미디어역기능 대처방법 교육/가이드(22.3%)’가 각각 높은 응답을 보였다. 마찬가지로 미디어 관련, 현재 나에게 가장 필요하다고 생각하는 교육 또한 ‘미디어 이용시간을 스스로 조절하는 능력(34%)’이 가장 높은 응답을 보였다. 현재 청소년이 미디어를 이용하는 시간이 많아지며 의존도가 높으며, 많은 미디어역기능에 관련한 경험이 있기에 이러한 응답을 보인 것으로 사료된다. 미디어 역기능과 관련된 경험은 예방과 대처가 필요하며, 이에 학생들에게 안전한 온라인 활동에 대한 관련 교육이 강화되어야 한다.

**- 미디어를 제대로 이해하고 활용할 수 있는 체험과 실습 교육 기획 고려**

설문 응답 청소년의 79%는 ‘미디어 이해 및 활용 교육의 필요성’에 대해서 긍정적인 답변을 하였다. 이는 청소년 10명 중 8명이 해당 교육에 대한 높은 수치로, 실제 수요가 있다는 것을 알 수 있다.

또한 미디어 활용 능력을 기르는 데 필요한 교육 방법에 대해서는 ‘체험 및 실습 위주의 교육(50%)’이 가장 높게 나왔다. 향후 미디어를 제대로 이해하고 활용할 수 있도록 돕는 미디어역기능 및 미디어리터러시 등의 교육을 기획·진행할 때 체험과 실습 형태를 커리큘럼에 적용한다면 청소년의 긍정적인 평가를 받을 수 있을 것이다.

**연령에 따른 청소년의 AI 인지도와 영향 그리고 AI 협업 프로그램**

**- 청소년이 잘 알고 이미 사용하고 있는 AI 콘텐츠**

많은 청소년이 AI에 대해서 인지(68%)하고 있다는 조사 결과를 보였다. 특히 특성화고등학생의 경우 72%로 가장 높은 인지 수준을 보였다. 최근 AI를 활용한 어플리케이션과 웹사이트 등의 기능을 통해 청소년들도 AI 사용 여부에 대해 90%의 청소년들이 사용 경험이 있다는 응답을 하였다. 사용해본 AI 기술로는 ‘AI 언어 번역(46.3%)’, ‘AI 이미지 검색(38.7%)’이 가장 높은 응답을 보였으며, 이외에도 알고리즘 추천 콘텐츠, AI 글쓰기, AI 사진 수정 등 많은 이용 빈도를 확인할 수 있었다.

AI에 대한 높은 인지와 이용 빈도를 보임에도 불구하고 신뢰도에 대해서는 보통(51.8%)에 대한 응답이 가장 높았으며 긍정적인 응답(신뢰)이 32.2%로 부정적인 응답(미신뢰)인 16%에 비해 16.2% 높았다. 이는 청소년들이 AI 기술에 대해서는 인지하고 사용하고 있음을 보여주지만 아직은 크게 신뢰하지 않음을 알 수 있다. 이러한 시기에 무분별한 AI 기술에 대한 사용을 적극적으로 권장하는 것이 아니라 어떻게 소비하고 활용하는 것이 현명할지 청소년이 접근할 수 있도록 돕는 게 우선일 것으로 사료된다.

**- AI를 활용한 영상 및 음악 콘텐츠 제작프로그램 기획 및 운영**

조사 결과 AI를 활용한 미디어콘텐츠 제작에 대한 참여 의향은 전체 평균 56.7점으로 나타났으며, 특히 특성화고등학생은 65.0점으로 가장 높은 참여 의향을 보였다. 참여 의사가 있는 청소년 중에서 AI를 활용한 미디어 활동에 관한 질문에 ‘AI를 이용한 영상 제작’(41.0%)과 ‘AI를 이용한 음악 작곡’(40.7%)이 가장 많은 응답을 보였다.



참여 의사와 별개로 AI 기술을 활용한 미디어콘텐츠 제작에 관한 생각을 확인한 결과 ‘제작 시간이 단축된다’는 기대 응답이 52.0%로 가장 높았으나 ‘인간의 일자리가 줄어든다’는 우려 응답이 35.9%로 뒤를 이었다. 응답자 특성별로 확인한 결과 ‘제작 시간이 단축된다’에 가장 많은 응답 빈도를 보인 집단은 학교밖 청소년이었으며, ‘인간의 일자리가 줄어든다’에는 특성화고등학생이 가장 많은 응답을 보였다.

특성화고등학생의 AI 인지 정도가 다른 소속에 비해 더 높게 나타나면서, 이 그룹들이 AI 기술에 높은 관심을 가지고 있는 것으로 보인다. 사전에 콘텐츠 제작에 대해 경험이 있는 특성화고등학생을 중심으로 AI 활용 콘텐츠 제작교육 프로그램을 개발하여 제공한다면 해당 그룹의 AI 관심도를 높이고 활용 능력을 향상시킬 수 있을 것으로 기대된다.

#### - 나이에 따른 AI 교육 경험과 생각의 차이 => 청소년 대상 ‘디지털 리터러시’ 필요

AI 관련 교육 경험이 있는 청소년은 39.3% 수준으로 응답하였다. 초등학생(49.2%), 중학생(56.8%) 등 어린 연령대일수록 교육 경험의 응답 수준이 높았으나 반면 후기청소년은 13.8%의 응답 수준에 머물렀다. 이는 최근 사회 및 교육 분야에서 인공지능이 대두된 점과 실질적으로 단순한 AI 콘텐츠 소비가 많은 어린 연령대에 교육이 집중되었을 것으로 예상된다.

AI 기술 활용에 대한 긍정적/부정적인 질문에 대해서 초등학생이 긍정적인 답변에, 후기청소년이 부정적인 답변에 응답이 많았다. 이와 같은 내용은 다양한 AI 콘텐츠를 소비하고 교육을 받은 초등학생, 저연령대 청소년의 경우 막연하고 일방적으로 긍정적인 생각을 가질 수 있음을 시사한다. 향후 AI 및 신기술은 계속해서 발전하고 청소년들이 쉽게 사용할 수 있는 환경이 될 것이다.

이에 대해 청소년들, 특히 저연령 청소년에 대해서는 더욱이 AI를 활용하고 제작함에 있어 올바르게 주체적인 접근을 늘리기 위하여 다양한 AI 활용 및 디지털 리터러시 교육 방안이 마련되어야 한다.

또한, AI 관련 교육 경험이 제일 낮아(13.8%) 대다수가 AI 활용 및 디지털 리터러시에 대한 경험이 없었기에 후기청소년에게 바로 적용이 가능한 실질적 교육을 제공할 필요성이 있다.



### 3. 한계 및 향후 보완점

- 학교밖청소년, 미디어특성화고등학교 수가 적어 표본의 신뢰도가 떨어질 수 있다는 점
- 청소년의 범위가 넓어 (초등학생~대학생) 조사에 대한 이해도나 답변의 차이로 오히려 분석에 어려움이 있을 수 있다는 점 등이 이 조사의 한계라고 할 수 있다.
- 추후 조사에서는 학교밖청소년, 미디어특성화고등학교 표본 수를 늘려서 유효한 응답을 분석할 필요가 있다.

부록

# 설문지







## 2023 청소년 미디어 수요조사 설문조사

안녕하세요.

시립청소년미디어센터는 <진로활동의 중심인 청소년의 미디어 수요를 파악하기 위해> 2023 청소년 미디어 수요조사를 진행하고 있습니다.

응답해 주신 내용은 이름을 밝히지 않기 때문에 개인의 비밀이 보장됩니다. 또한 모든 질문에는 맞고 틀린 답이 없으니 문제에 빠짐없이 답해 주시기 바랍니다. 조사결과는 통계목적 이외에는 절대 사용할 수 없으며, 그 비밀이 보호되도록 통계법(제33조)에 규정되어 있음을 다시 한 번 알려드립니다.

설문에 끝까지 응답해주신 분들 중 선착순 500분에게 모바일 기프티콘을 발송해드리오니, 성실히 응답 부탁드립니다.

감사합니다.

2023년 10월

조사기관: 시립청소년미디어센터

연락처: 070-4876-9901, kye@ssro.net(김영은)

### I. 기본정보

1. 태어난 년도(숫자)를 적어주세요. (예-2005) :

2. 성별을 골라주세요. ① 여자 ② 남자

3. 살고 있는 지역을 적어주세요. (예-서울시 용산구) :

① 서울(\_\_\_\_\_구) ② 서울 외 거주

4. 현재 내가 소속되어 있는 곳을 골라주세요.

① 초등학생 ② 중학생 ③ 고등학생 ④ 미디어·문화·예술관련 특성화고등학생  
⑤ 학교 밖 청소년(대안학교 학생) ⑥ 후기 청소년(대학생) ⑦ 기타( )

5. 현재 본인이 참여하고 있는 미디어 활동을 골라주세요. (2개까지 선택 가능)

① 학교 동아리 (방송반, 영상동아리, 음악동아리, 미술동아리 등)  
② 시립청소년미디어센터의 소속 동아리·그룹이거나 프로그램  
③ 온라인 커뮤니티 동호회 활동  
④ 지역 기반 청소년센터 및 미디어센터 활동 (시청자미디어센터 등)  
⑤ 복지관, 종교단체 등의 활동  
⑥ 구청, 도서관 등의 활동  
⑦ 기타( )  
⑧ 해당없음

6. '시립청소년미디어센터'나 '스스로넷'을 알고 있나요? ① 예 ② 아니오

6-1.(6=1인 응답자만) 알고 있다고 대답한 경우, 스스로넷을 알게 된 경로를 골라주세요.

- ① 포털사이트 검색 ② 가족 ③ 학교/선생님 ④ 친구/지인 ⑤ 인스타그램 ⑥ 페이스북  
⑦ 유튜브 ⑧ 서울시 및 교육청사이트 ⑨ 뉴스/신문 ⑩ 기타( )

## II. 미디어콘텐츠 제작 경험

1. 미디어콘텐츠(글/사진/영상 등)를 만들어 본 경험이 있나요?

- ① 있다 ② 없다

1-1.(1=1응답자만) 제작한 경험이 있는 콘텐츠를 모두 골라주세요. (여러개 선택 가능)

- ① 사진 ② 영상 ③ 음악 ④ 만화(웹툰) ⑤ 애니메이션 ⑥ 디자인 ⑦ 순수미술  
⑧ 라디오(팟캐스트) ⑨ 글(소설/시나리오) ⑩ 기타( )

1-2.(1=1응답자만) 미디어콘텐츠를 제작한 이유를 모두 골라주세요. (여러개 선택 가능)

- ① 관심사에 대한 접근 ② 진로 및 진학을 위해 ③ 단순 재미 및 취미생활  
④ 친구들과 함께하기 위해 ⑤ 다른 사람에게 보여주고 싶어서  
⑥ 크리에이터(유튜버 등)가 되고 싶어서 ⑦ 금전적인 이유 ⑧ 공모전 제출 ⑨ 과제 제출  
⑩ 기타( )

1-3.(1=1응답자만) 콘텐츠를 제작할 때 어려웠던 점이 무엇이었나요? (2개까지 선택 가능)

- ① 제작 관련 지식이 전혀 없음  
② 함께할 팀원 및 동료가 없음  
③ 돈 문제 (제작비가 없거나 부족)  
④ 전문가 교육 및 지도를 받을 수 없음  
⑤ 제작 기술 부족 및 어려움  
⑥ 장비 및 소프트웨어가 없음  
⑦ 제작 공간이 없음  
⑧ 저작권, 초상권 등 관련 법을 몰라서 잘못을 저지을까봐  
⑨ 악성댓글 및 비판, 반대 의견에 대한 걱정  
⑩ 기타 ( )

1-4.(1=2응답자만) 제작 경험이 없는 경우에는 그 이유를 골라주세요. (2개까지 선택 가능)

- ① 제작 관련 지식이 전혀 없음  
② 함께할 팀원 및 동료가 없음  
③ 돈 문제 (제작비가 없거나 부족)  
④ 전문가 교육 및 지도를 받을 수 없음  
⑤ 제작 기술 부족 및 어려움  
⑥ 장비 및 소프트웨어가 없음  
⑦ 제작 공간이 없음  
⑧ 저작권, 초상권 등 관련 법을 몰라서 잘못을 저지을까봐  
⑨ 악성댓글 및 비판, 반대 의견에 대한 걱정  
⑩ 기타 ( )

2. 내가 제작한 미디어콘텐츠를 공모전에 출품한 경험이 있나요?

- ① 있다 ② 없다



### 3. 내가 제작한 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드한 적이 있나요?

- ① 있다 ② 없다

**3-1. (3=1응답자만) 업로드한 경험이 있다면, 제작된 콘텐츠를 게시한 플랫폼 및 사이트 등을 모두 골라주세요.**

- ① 인스타그램 ② 유튜브 ③ 블로그 ④ 틱톡 ⑤ 트위터 ⑥ 페이스북 ⑦ 텀블러  
⑧ 사운드 클라우드 ⑨ 온라인 커뮤니티 익명게시판 ⑩ 기타 ( )

**3-2. (3=1응답자만) 미디어콘텐츠를 인터넷에 업로드한 이유를 골라주세요. (2개까지 선택 가능)**

- ① 나의 의견과 생각을 남들에게 표현하고 싶어서  
② 남들에게 피드백을 받고 싶어서  
③ 나의 콘텐츠 자체를 알리고 홍보하고 싶어서  
④ 남들의 주목을 받고 싶어서  
⑤ 새로운 사람들과의 관계를 형성하고 싶어서  
⑥ 나의 진학 및 진로를 위한 포트폴리오를 남기고 싶어서  
⑦ 기타 ( )

## Ⅲ. 미디어프로그램 참여 경험

**1. 미디어 관련 프로그램 참여 경험이 있나요? ① 있다 ② 없다**

\* 미디어프로그램: 영상, 사진, 디자인, 음악, 글, 상담 등 미디어를 이용/활용하는 모든 활동

**1-1.(1=1 응답자만) 참여 경험이 있는 경우, 참여했던 미디어프로그램을 모두 골라주세요. (여러개 선택 가능)**

- ① 이론교육 중심 프로그램 (콘텐츠 이해/분석/비평/법정책 등)  
② 미디어 제작 실습 프로그램 (영화/뮤직비디오/글쓰기/그림그리기 등)  
③ 미디어 관련 봉사활동 프로그램 (번역봉사단 등)  
④ 자발적 동아리 활동  
⑤ 상담 및 치유적 미디어 활동  
\* 치유적 미디어 활동: 미디어를 활용하여 나의 마음과 생각을 알아차리고 표현하는 활동  
⑥ 미디어역기능 예방교육 (사이버폭력, 디지털성범죄, 미디어과의존 예방교육 등)  
\* 미디어 역기능: 미디어를 이용하면서 기존 의도와는 다르게 부정적으로 작용하는 기능  
⑦ 미디어 캠프  
⑧ 진로관련 프로그램 (현장직업인 만남, 관련학과 체험 등)  
⑨ 신기술 및 트렌드를 반영한 교육 (VR, AR, 드론, 시각특수효과, CG, 미디어아트 등)  
⑩ 기타( )

**1-2.(1=1 응답자만) 참여 프로그램을 어떻게 알게 되었는지 골라주세요.**

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

**1-3.(1=2 응답자만) 미디어프로그램 참여 경험이 없다면 그 이유를 골라주세요. (2개까지 선택 가능)**

- ① 돈 부족 ② 정보부족 ③ 시간부족 및 일정 중복 ④ 짧은 모집기간 ⑤ 학업에 집중하려고  
⑥ 혼자 참가에 대한 부담감 ⑦ 관심이 없어서 ⑧ 기타( )

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

2-1.(2=1 응답자만) 신청 의사가 있는 경우, 참여한다면 어떤 분야에 관심이 있는지 모두 골라주세요. (여러개 선택 가능)

- ① 사진 ② 영상 ③ 음악 ④ 만화(웹툰) ⑤ 애니메이션 ⑥ 디자인 ⑦ 순수미술
- ⑧ 라디오(팟캐스트) ⑨ 글(소설/시나리오) ⑩ 기타( )

\* 치유적 미디어 활동: 미디어를 활용하여 나의 마음과 생각을 알아차리고 표현하는 활동

\* 미디어역기능: 미디어를 이용하면서 기존 의도와는 다르게 부정적으로 작용하는 기능

2-2.(2=1 응답자만) 참여하고 싶은 미디어프로그램을 모두 골라주세요. (여러개 선택 가능)

- ① 이론교육 중심 프로그램 (콘텐츠 이해/분석/비평/법정책 등)
- ② 미디어 제작 실습 프로그램 (영화/뮤직비디오/글쓰기/그림그리기 등)
- ③ 미디어 관련 봉사활동 프로그램 (번역봉사단 등)
- ④ 자발적 동아리 활동
- ⑤ 상담 및 치유적 미디어 활동
- ⑥ 미디어역기능 예방교육 (사이버폭력, 디지털성범죄, 미디어과의존 예방교육 등)
- ⑦ 미디어 캠프
- ⑧ 진로관련 프로그램 (현장직업인 만남, 관련학과 체험 등)
- ⑨ 신기술 및 트렌드를 반영한 교육 (VR, AR, 드론, 시각특수효과, CG, 미디어아트 등)
- ⑩ 기타( )

3. 미디어프로그램 참여를 통해 스스로 기대하는 것을 모두 골라주세요. (여러개 선택 가능)

- ① 콘텐츠제작스킬 향상 ② 창의성 향상 ③ 비판적사고 향상 ④ 자기관리능력 향상
- ⑤ 의사소통능력 향상 ⑥ 문제해결능력 향상 ⑦ 협업능력 향상 ⑧ 기타( )

4. 미래에 미디어분야의 직업을 선택할 마음이 있나요? ① 예 ② 아니오 ③ 아직 모르겠다

4-1.(4=1 응답자만) 미디어분야 진로/직업체험을 한다면 원하는 직업 분야를 골라주세요.

- ① 기자 ② 아나운서 ③ PD ④ 작가 ⑤ 영화감독 ⑥ 사진작가 ⑦ 1인방송제작자(유튜버 등)
- ⑧ 카메라감독 ⑨ 영상편집자 ⑩ 디자이너 ⑪ 배우 ⑫ 만화가/웹툰작가 ⑬ 작곡/작사가
- ⑭ 가수 ⑮ 댄서 ⑯ 미디어 연구자(정책개발자 등) ⑰ 개발자 ⑱ 기타( )

5. 본인이 원하는 미디어 활동 및 프로그램을 적어주세요. (서술)

6. 미디어프로그램 및 교육에 있어서 가장 적절하다고 생각되는 교육과정(교육횟수/기간)을 골라주세요.

- ① 일회성 특강 ② 단기과정(2~4회) ③ 중장기과정(5~10회) ④ 장기과정(11회 이상)
- ⑤ 캠프 등 숙박 형태

6-1. 가장 적절하다고 생각되는 미디어 교육 시기와 시간을 하나씩 체크해주세요.

시기	요일	시간
1학기-○	평일(월~금)-○	오전(09시~12시)-○
여름방학-○	토요일-○	오후(12시~18시)-○
2학기-○	일요일-○	저녁(18시~21시)-○
겨울방학-○		



### 7. 온라인(비대면)교육과 오프라인(대면)교육 중 선호하는 방식을 골라주세요.

- ① 온라인(비대면) 교육 ② 오프라인(대면) 교육 ③ 온오프라인 혼합교육

## IV. 미디어공간과 콘텐츠

### 1. 여가시간에 가장 자주 이용하는 플랫폼을 골라주세요. (3개까지 선택 가능)

- ① 인스타그램 ② 유튜브 ③ 틱톡 ④ 트위터 ⑤ 트위터 ⑥ 페이스북 ⑦ 아프리카TV  
 ⑧ 포털(구글, 네이버 등) ⑨ 메타버스 플랫폼(로블록스 등) ⑩ 온라인 커뮤니티 익명게시판  
 ⑪ 음악 스트리밍 플랫폼(사운드 클라우드, 멜론 등) ⑫ OTT(넷플릭스,티빙 등)  
 ⑬ 기타 ( )

### 2. 궁금하거나 필요한 정보가 있을 때 가장 자주 이용하는 플랫폼을 골라주세요. (3개까지 선택 가능)

- ① 인스타그램 ② 유튜브 ③ 틱톡 ④ 트위터 ⑤ 트위터 ⑥ 페이스북 ⑦ 아프리카TV  
 ⑧ 포털(구글, 네이버 등) ⑨ 메타버스 플랫폼(로블록스 등) ⑩ 온라인 커뮤니티 익명게시판  
 ⑪ 기타 ( )

### 3. 미디어 이용 시 가장 선호하는 콘텐츠 내용을 골라주세요. (3개까지 선택 가능)

- ① 뷰티/미용/패션 ② 요리/먹방 ③ 게임 ④ 토크/캠방 ⑤ 영화/드라마 ⑥ 일상(브이로그)  
 ⑦ 웃긴 영상/예능 ⑧ 연예인/덕질 ⑨ ASMR ⑩ 진로/직업 ⑪ 여행 ⑫ 만화/애니  
 ⑬ 뉴스/시사교양 ⑭ 교육/학습 ⑮ 동물 ⑯ 스포츠/운동 ⑰ 사랑/연애  
 ⑱ 추천영상/인기영상 ⑲ 기타( )

### 4. 가장 자주 이용하는 OTT플랫폼을 골라주세요. (2개까지 선택 가능)

- ① 넷플릭스 ② 유튜브 ③ 웨이브 ④ 아프리카TV ⑤ 트위터 ⑥ 디즈니플러스 ⑦ 티빙  
 ⑧ 왓챠 ⑨ 쿠팡플레이 ⑩ 기타( )

### 5. 평소 다른 사람과 연락할 때 가장 많이 이용하는 수단을 골라주세요.

- ① 전화(음성통화) ② 문자 ③영상통화 ④ 카카오톡 ⑤ 인스타그램 DM ⑥ 페이스북 메시지  
 ⑦ 기타 ( )

### 6. 가장 좋아하고 자주 보는 플랫폼/채널명을 적어주세요. (서술) (예: 유튜브/오징)

## V. 미디어리터러시와 저작권

### 1. 미디어리터러시 교육을 받아본 적이 있나요? ① 있다 ② 없다

\* 미디어리터러시 : 각종 미디어 정보를 주체성을 갖고 비판적으로 이해하고 해석할 수 있는 능력

#### 1-1.(1=1 응답자만) 있다면, 어디에서 교육을 받았나요?

- ① 학교에서  
 ② 학원에서  
 ③ 미디어센터 및 청소년기관에서  
 ④ 가정에서  
 ⑤ 개인적인 온라인 검색을 통해  
 ⑥ 기타 ( )

2. 내가 접한 정보가 사실인지 직접 확인해본 경험이 있나요? ① 있다 ② 없다

3. 본인이 미디어리터러시에 대해서 알고 있는 정도를 골라주세요.

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

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

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

5. 나는 미디어콘텐츠를 하루에 얼마나 접하나요? (유튜브 영상, 웹툰, 게임, 웹소설 등)

① 1시간 미만 ② 1~3시간 ③ 3~5시간 ④ 5~7시간 ⑤ 7~10시간 ⑥ 10시간 이상

5-1. 미디어 이용으로 인해 일상 생활에서 문제를 겪은 적이 있었나요?

① 예 ② 아니오

5-1-1. (5-1=1 응답자만) 어떤 문제를 겪었나요?

① 부모님, 가족과의 갈등 ② 친구와의 갈등 ③ 학업이나 성적에 지장 ④ 집중력 저하 및 무기력증 ⑤ 약속을 지키지 못함 ⑥ 시력, 체력 등 건강 저하 ⑦ 현실과 가상의 혼동 ⑧ 감정조절의 어려움 ⑨ 기타( )

6. 미디어를 이용하면서 겪어본 경험에 대해 모두 골라주세요. (여러개 선택 가능)

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 온라인 도박 ⑧ 기타( ) ⑨ 경험 없음

6-1.(6=1~8 응답자만) 그러한 경험을 겪고 나서 어떻게 대처했나요?

① 부모님, 선생님 등 주변 어른에게 알림 ② 또래 친구에게 알림 ③ 온라인 제보(사이버범죄신고시스템 등) ④ 경찰에 신고 ⑤ 해당 사이트 및 계정을 차단함 ⑥ 대처하지 않음  
 ⑦ 기타( )

7. 미디어역기능과 관련하여 어떤 교육이 가장 필요하다고 생각되나요?

\*미디어역기능: 미디어를 이용하면서 기존 의도와는 다르게 부정적으로 작용하는 기능

① 미디어과의존 예방교육  
 ② 디지털성범죄 예방교육  
 ③ 사이버폭력 예방교육  
 ④ 미디어역기능 대처방법 교육/가이드  
 ⑤ 상담 및 치유적 미디어 활동



8. 미디어 저작권 교육을 받아본 적이 있나요? ① 있다 ② 없다

8-1.(8=1 응답자만) 있다면, 어디에서 교육을 받았나요?

- ① 학교에서
- ② 학원에서
- ③ 미디어센터 및 청소년기관에서
- ④ 저작권 전문 기관에서
- ⑤ 가정에서
- ⑥ 개인적인 온라인 검색을 통해
- ⑦ 기타 (            )

9. 평소 미디어콘텐츠를 이용/제작하면서 저작권을 잘 지키고 있다고 생각하나요?

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

10. 평소 어떤 상황에서 저작권에 대해 가장 고민하게 되나요?

- ① 영상콘텐츠를 이용/제작할 때
- ② 사진콘텐츠를 이용/제작할 때
- ③ 그림콘텐츠를 이용/제작할 때
- ④ 음악콘텐츠를 이용/제작할 때
- ⑤ 글 콘텐츠를 이용/제작할 때
- ⑥ AI(인공지능) 툴을 사용할 때
- ⑦ 미디어콘텐츠를 이용/제작하는 모든 순간에
- ⑧ 기타 (            )

11. 지금까지 미디어를 제작/이용하면서 경험해본 것을 모두 골라주세요.

- ① 불법 사이트에서 유료 영화, 드라마, 책 등을 무료로 다운로드/스트리밍했다.
- ② 영상 제작 시 평소 좋아하던 가수의 노래를 이용했다.
- ③ 영화관에서 감동적으로 본 영화의 장면 혹은 엔딩크레딧을 촬영했다.
- ④ 다른 사람이 올린 게시물(글, 그림, 사진, 영상 등)을 출처를 밝히지 않고 사용했다.
- ⑤ 웹툰을 캡처해서 SNS에 올렸다.
- ⑥ 다른 사람의 글, 그림, 사진, 영상을 임의대로 수정 재창조하여 업로드했다.
- ⑦ 유료 폰트, 컴퓨터 프로그램 등을 크랙을 써서 무료로 이용했다.
- ⑧ 해당 없음

12. 본인이 저작권에 대해 알고 있는 정도를 골라주세요.

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

13. 저작권 교육이 필요하다고 생각하나요?

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

14. 미디어 관련, 현재 나에게 가장 필요하다고 생각하는 교육을 골라주세요.

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

15. 미디어를 올바르게 이해하고 활용하는 능력을 기르기 위해 가장 필요하다고 생각하는 교육 형식을 골라주세요.

- ① 이론교육 ② 체험 및 실습 위주의 교육 ③ 주체적 단체 활동(동아리, 제작모임, 토론 등)
- ④ 관련 정보에 대한 개인적 탐색 활동 ⑤ 전문가와의 만남(멘토링) ⑥ 기타 ( )

## VI. 미디어와 AI(인공지능)

\* AI : 인간의 지능을 흉내 낸 컴퓨터의 지능 (학습 및 문제 해결 같은 인간과 유사한 인지 기능을 모방하는 컴퓨터 시스템의 기능) 예: AI알고리즘, Chat GPT, 스노우AI필터 등

1. AI에 대해 얼마나 알고 있나요?

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

2. AI 기술과 관련하여 사용해 본 것을 모두 골라주세요. (여러개 선택 가능)

- ① AI 필터를 이용한 사진 수정 ② AI를 이용한 언어 번역 ③ AI 알고리즘 추천 콘텐츠
- ④ AI 이미지 검색 ⑤ AI를 이용한 글쓰기 ⑥ AI를 이용한 영상 편집 ⑦ AI를 이용한 그림 그리기 ⑧ 이용 경험 없음 ⑨ 기타 ( )

3. AI와 AI의 결과를 얼마나 신뢰하나요?

전혀 신뢰하지 않는다	신뢰하지 않는다	보통이다	신뢰한다	매우 신뢰한다
①	②	③	④	⑤

4. AI 관련 교육을 받아본 경험이 있나요? ① 있다 ② 없다

5. AI를 활용하여 미디어콘텐츠를 제작할 기회가 있다면 참여해보고 싶나요?

전혀 아니다	아니다	보통이다	그렇다	매우 그렇다
①	②	③	④	⑤

5-1.(5=3~5 응답자만) 참여해보고 싶은 AI를 이용한 미디어 활동을 골라주세요. (여러개 선택 가능)

- ① AI를 이용한 영상 제작 ② AI를 이용한 음악 작곡 ③ AI를 이용한 글쓰기
- ④ AI를 이용한 그림 생성 ⑤ AI를 이용한 디자인 ⑥ 기타 ( )



6. AI 기술을 활용하여 미디어콘텐츠를 제작하는 것에 대해 본인의 생각을 골라주세요. (3개  
까지 선택 가능)

- ① 제작 시간이 단축된다
- ② 새로운 아이디어를 준다
- ③ 제작 비용이 절감된다
- ④ 기술적인 한계가 극복된다
- ⑤ 인간의 일자리가 줄어든다
- ⑥ 인간의 창의력이 감소된다
- ⑦ 윤리적인 문제가 더 많아진다
- ⑧ 기타(                    )

- 감사합니다. -

※ 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 모바일 기프티콘(바나나 우유)을 발송해 드립니다.

2. 개인정보 수집

- 관리부서 : 시립청소년미디어센터 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)

## 2023 청소년 미디어 수요조사 결과분석 보고서

발행인 이정연(시립청소년미디어센터 관장)

금길호(시립청소년미디어센터 운영부장)

유정민(시립청소년미디어센터 사업부장)

견상진(시립청소년미디어센터 미디어교육팀장)

편집인 김영은(시립청소년미디어센터 미디어교육팀)

김재영(시립청소년미디어센터 미디어교육팀)

김아미(서울대학교 빅데이터 혁신공유대학 연구교수)

심재웅(숙명여자대학교 미디어커뮤니케이션학과 교수)

유재후(시립청소년미디어센터 청소년운영위원회)

발행일 2024년 1월

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

연락처 02-795-8000 / FAX. 02-798-0014

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



청소년 디자이너 최은서  
2023 제 23회 대한민국청소년미디어대전 메인 포스터 디자인



시립청소년미디어센터

04322 서울특별시 용산구 한강대로 255(갈월동 101-5)

TEL. 02)795-800 FEX .02)798-0014

WWW.SSRO.NET