

2026학년도 1학기

에세이 경진대회 수상작 모음집

<학술적 에세이>

1. (대상) 상명대학교 서울캠퍼스 분리배출 문제점과 개선 방안.....4
2. (최우수상) 버추얼 시장의 성장 과정 및 경쟁 환경 분석.....24
3. (최우수상) 배속 소비 습관과 대학생의 팝콘 브레인 현상 실태 연구.....52
4. (우수상) 한국 대형 공연장의 한계와 개선 방안 연구.....78
5. (우수상) 1020세대 학생의 불안감 증가 양상 해결 방안.....96
6. (우수상) 육아 솔루션 예능 프로그램이 사회에 미치는 영향과 인식 분석 연구.....111
7. (우수상) AI 기반 영어 학습 앱 듀오링고의 효과성 분석과 활용 방안 설문조사 결과를 중심으로.....130
8. (우수상) AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 문제점과 발전 방안.....141
9. (우수상) 디지털 플랫폼 개인정보 보호 취약성 분석.....157
10. (우수상) 숏폼 미디어가 청소년의 자아 존중감에 미치는 영향과 올바른 사용 방법 제안.....178
11. (우수상) 청소년의 야간 생활패턴이 아침 식사 결식에 미치는 영량 및 개선 방안 연구.....197
12. (우수상) 비만치료제의 유전체적 반응성에 대한 탐구.....210
13. (우수상) SNS 플랫폼의 다크 패턴 유형이 20대의 의사결정에 미치는 영향.....219
14. (우수상) OTT 서비스의 급성장에 따른 이용자 피해 사례 연구.....233
15. (우수상) 공간 소리 예술을 활용한 공공도서관 소음 개선 방안.....244
16. (우수상) 공공 체육시설 안전평가 실태와 인식에 관한 연구 방안.....255
17. (우수상) 빅데이터 기반 메뉴 모방 경쟁과 생존 전략.....272
18. (우수상) 수학 불안의 요인 분석과 대응 방안.....284

<비평적 에세이>

1. (대상) 실격시키는 사회와 살게하는 사랑.....299
2. (최우수상) 남의 불행은 나의 행복.....304
3. (최우수상) 비효율적인 관계를 되묻다.....307
4. (우수상) 그들을 위한 무대인가, 우리를 위한 쇼인가.....310
5. (우수상) 지옥, 악마, 지상에 세 든 존재에 관하여.....313
6. (우수상) AI 시대에 인간으로 존재한다는 것은 어떤 의미를 지녀야하는가.....315
7. (우수상) 벌레를 바라볼 때.....319
8. (우수상) 이기는 법을 배운 사회에서 함께 사는 법을 묻다.....322

학술적 에세이
<대상>

상명대학교 서울캠퍼스의 분리배출 문제점과 개선 방안

목차

1. 서론
  1.1 연구 배경 및 목적
  1.2 연구 방법
2. 분리배출의 중요성과 대학 캠퍼스
  2.1 생활폐기물과 환경오염
  2.2 분리배출의 의미
  2.3 가정과 사업장의 분리배출 체계 차이
  2.4 대학 캠퍼스 분리배출 연구의 필요성
3. 상명대학교 서울캠퍼스의 분리배출 현황
  3.1. 분리수거함의 위치
  3.2. 분리수거함의 구성과 안내 방식
  3.3. 실제 이용 상태
  3.4. 교내 분리배출 운영 체계
4. 상명대학교 학생들의 분리배출 인식 현황
  4.1. 설문조사 개요
  4.2. 설문조사 결과
  4.3. 시사점
5. 개선 방안 및 해결 방안
  5.1. 음식 잔여물 처리 공간 및 컵 전용 수거함
  5.2. 안내문 및 시각 정보 개선
  5.3. 분리배출 교육 강화
  5.4. 학생 참여형 실천 문화 형성
6. 결론
참고 문헌

1. 서론

1.1. 연구 배경 및 목적

세계는 현재 유례없는 기후 위기 상황에 놓여있다. 산업화 이후 급격히 증가한 온실가스 배출로 인해 지구의 평균 기온이 지속적으로 상승하고 있으며, 이로 인한 이상기후, 해수면 상승, 생태계 파괴 등 다양한 환경 문제를 직면하고 있다. 이에 따라 전 세계적으로 환경 문제를 사회의 가장 중요한 과제 중 하나로 인식하고 있으며, 환경 문제에 대한 경각심을 가지고 이를 해결하기 위해 노력하고 있다. 그러나 기후 위기는 단지 정부와 기업의 정책적, 기술적 노력만으로 해결될 수 있는 문제가 아니다. 환경 문제를 근본적으로 해결하기 위해서는 시민 개개인의 기본적인 환경 인식과 그에 수반되는 실천이 복합적으로 이루어져야 한다. 그중 가장 대표적이고 접근하기 쉬운 실천 방안이 바로 올바른 분리배출이다. 분리배출은 사용한

자원을 회수하고 재활용하여 에너지를 절약하는 자원순환 체계의 핵심 단계 중 하나로 개인이 일상에서 탄소 감축에 직접적으로 기여할 수 있는 효과적인 행동이다. 환경부에서는 분리배출이 원활하게 이루어진다고 가정한다면 1인당 약 19kg의 이산화탄소 감축 효과를 보인다고 설명하였다.[1] 이는 경미하게 보일 수 있으나 승용차 10인승 이하 승용 및 승합차의 온실가스 평균 배출량은 2020년 약 125.2g/㎞로[2] 따라서 1인이 분리배출을 올바르게 한다면 자동차 주행을 약 152km 감축하는 효과와 동일하다. 이처럼 분리배출은 쉽게 실천하고 큰 효과를 얻을 수 있는 환경친화적 행동이다.

우리는 학교 등에서 진행하는 환경교육을 통해 이러한 분리배출의 중요성을 오랜 기간 교육받았다. 하지만 이러한 중요성이 널리 알려져 있음에도 실제 생활 속에서는 분리배출 실천이 제대로 이루어지지 않는 경우가 많다. 특히 대학 캠퍼스는 수천 명의 학생과 교직원들이 장기간 사용하며 음식물 쓰레기, 배달 포장재, 각종 플라스틱 컵 등 다양한 생활폐기물이 대량으로 발생하는 공간임에도 불구하고 체계적인 분리배출이 미흡한 경우가 많이 발생한다.

올해 4월, 상명대학교 미래백년관 분리수거함들은 분리배출이 제대로 되지 않은 상태로 이용되었다. 특히 아래 <그림 1>과 같이 음료가 담긴 채로 분리수거함 위에 올려진 일회용 컵들과 음식물이 묻은 채로 비닐봉지에 묶여 배출된 일회용 배달 용기와 같은 문제가 두드러졌다, 이처럼 우리는 12년 혹은 그 이상의 장기간에 걸쳐 환경의 중요성을 교육 받아왔지만 정작 대학교 내에선 올바른 분리수거가 이루어지지 않고 있다. 많은 학생은 이와 같은 미흡한 분리배출의 문제가 학생들의 환경 인식 부족으로 인해 발생한다고 판단하곤 한다. 하지만 단순히 학생 개인의 의식 부족만이 원인은 아니다. 분리수거함의 배치와 안내 체계, 학교 차원의 관리 시스템, 나아가 기관에 대한 정부 정책의 지원 수준 등 구조적 요인들 또한 상명대 교내 분리배출 실패에 영향을 미칠 수 있다는 생각을 지녀야 한다. 이러한 문제의식을 바탕으로, 본 연구는 상명대 서울캠퍼스 내의 분리배출 실태를 조사하고 분리배출률을 높이기 위한 근본적인 해결 방안을 모색하고자 한다.



<그림 1> 상명대학교 미래백년관의 분리수거함

[1] 환경부, 탄소중립 생활실천 안내서, 기후에너지환경부 정책자료, 2024.10.22

[2] 환경부, 2016~2020년 자동차 온실가스 관리제도 이행실적 공개, 환경부 보도자료, 2022.11.16. https://mcee.go.kr/home/web/board/read.do%3Bjsessionid%3Dc7vwJDVaBVHa-eHzUsZYNXwWdrwCmzshvMdabFR2.mehome2?boardCategoryId=39&boardId=1561160&boardMasterId=1&decorator=&maxIndexPages=10&maxPageItems=10&menuId=&orgCd=&pagerOffset=2970&searchKey=&searchValue=

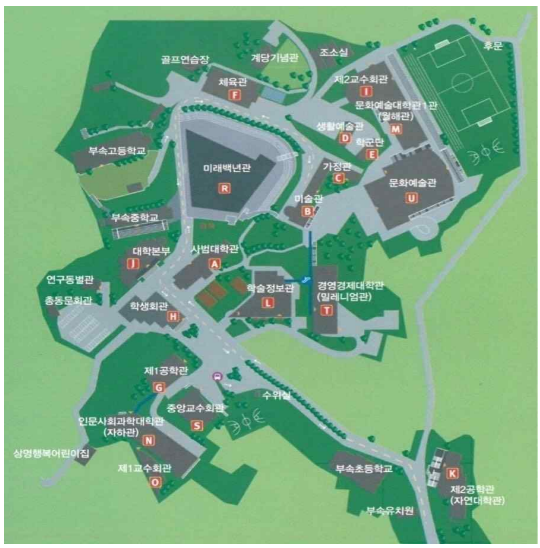
1.2. 연구 방법

본 연구에서는 캠퍼스의 분리배출 실태를 분석하기 위해 분리수거함의 상태, 배치를 확인하는 현장 조사를 진행하였다. 객관적인 평가를 위해 평가 기준을 세우고 기준에 맞춰 평가를 진행하였다. 교내 건물들의 분리수거 공간을 직접 조사해 분리수거함의 개수와 위치, 혼합 양상 등을 중심으로 관찰하여 평가하였다. 그 평가 내용은 아래 <표 1>과 같다.

<표 1> 평가 기준 및 평가 항목

구분	평가 기준	평가 항목
분리수거함 위치	접근성	학생들의 주요동선 가까이에 위치해 있는가?
	시인적	분리수거함이 눈에 잘 띄는 위치에 있는가?
	충분성	분리수거함 수가 충분한가?
분리수거 체계	품목 구분	각 분리배출 품목의 구분이 명확하게 되어있는가?
	잔여물 처리	음료 잔여물, 음식물 찌꺼기를 처리할 수 있는 공간이 있는가?
안내 및 정보	안내문 명확성	분리배출 방법이 이해하기 쉽게 제시되어 있는가?
	시각 자료	그림, 사진 등을 통해 알기 쉽게 제시되어 있는가?
실제 이용 상태	혼합 배출 여부	일반쓰레기와 재활용 쓰레기가 섞여서 배출되고 있는가?
	오염 상태	음식물이나 내용물이 용기 안에 남은 채 버려져 있는가?
	관리 상태	분리수거함이 관리가 잘 되어있는가?

아래 제시된 <그림 2>를 기반으로 학생들이 사용하는 주된 건물은 E, H, I, J, O관을 제외한 13개관이며 그 중 실습실 내에 분리수거함이 배치된 B관과 C관, 현재 폐쇄된 K관, 출입이 불가한 U관의 경우 현장 조사가 불가하여 추가로 제외해 총 9개의 관을 조사하였다.



<그림 2> 상명대학교의 각 건물 배치 지도

상명대학교 학생들의 환경 인식과 실태 인식을 알아보기 위해 '질문지법'을 사용하였고, 구글 폼을 이용하였다. 설문조사는 대학교 커뮤니티 '에브리타임'에 2026년 5월 7일 ~ 2026년 5월 11일까지 진행되어 총 28명의 학생이 응답하였다.

상명대학교 내의 폐기물 관리 체계를 정확하게 조사하기 위해 학교 관리팀을 대상으로 설문 조사표를 작성하고 담당자와 인터뷰를 통해 서면조사를 진행하였다. 서면조사는 현장 조사 이후 1주 뒤에 진행하였으며, 교내 폐기물 담당자와 교내 미화원을 대상으로 실시되었다. 서면조사는 교내 폐기물 처리경로, 처리량 등을 파악할 수 있도록 구성하여 진행하였다. 서면조사 항목은 다음 <표 2>와 같다.

<표 2> 서면조사 항목

항목	세부 내용
배출 방식	교내 쓰레기를 어떤 식으로 모아서 배출하는지
수거 주체	수거는 지자체에서 하는지, 위탁 수거업체를 이용하는지
수거 주기 및 시간	교내에서 쓰레기를 모으는 빈도와 수거 시간이 어떻게 되는지(교내의 수거 주기) 수거 주체가 얼마나 자주 수거해 가는지(주체의 수거 주기)
배출량	교내 쓰레기 배출량 (교내 학생이 가장 많은 학기 중: 4월 기준 조사)
최종 수거업체	업체명 및 업체의 쓰레기 처리 방식
배출 품목	일반 쓰레기, 재활용품 처리 방식, 음식물 처리를 하는지

2. 분리배출의 중요성과 대학 캠퍼스

2.1. 생활계 폐기물과 환경오염

생활 법령정보에 따르면 폐기물이란 쓰레기, 연소재 오니, 폐유, 폐산, 폐알칼리 및 동물의 사체 등으로서 사람의 생활이나 사업 활동에 필요하지 않게 된 물질이라고 설명하였다.[3] 폐기물관리법에 따르면 폐기물은 크게 생활폐기물과 사업장 폐기물로 분류되며, 생활폐기물과 사업 장비 배출 시설계 폐기물을 묶어 생활계 폐기물로 구분한다.[4]

환경부에 따르면 생활계 폐기물은 사람이 주거하는 가정에서 발생하는 가정용 생활폐기물, 사람이 주거하지 않고 영리적인 목적에 따라 사업 행위를 하는 1일 300kg 이하 소규모 사업장에서 발생하는 비주거용 생활폐기물로 나눌 수 있다.[5] 대학교의 경우 대부분 1일 평균 300kg 이상의 폐기물을 배출하는 사업장 및 교육기관으로, 대학 내에서 배출되는 생활계 폐기물의 경우 사업장 비 배출 시설계 폐기물로 분류될 수

---

[3] 찾기 쉬운 생활법령정보, 폐기물의 개념 및 분류, https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?ccfNo=1&cciNo=1&cnpClsNo=1&csmSeq=1410,2026.06.03

[4] 국가법령정보센터, 폐기물 관리법, 제2조 제1호~ 제3호, 국가법령정보센터,https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsId=001771&urlMode=lsInfoP, 2026.06.03

[5] 국가법령정보센터, 폐기물 관리법, 제2조 제1호~ 제3호, 국가법령정보센터.https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsId=001771&urlMode=lsInfoP, 2026.06.03

있다.

한국폐기물협회의 연구에 따르면 우리나라의 생활계 폐기물 발생량은 2017년 1,952만 톤에서 2022년 2,304만 톤으로 5년 사이 약 352톤이 더 발생했다.[6] 생활폐기물은 분해 과정에서 메탄과 같은 온실가스가 발생하며 이와 같은 온실가스들은 지구온난화를 가속 시키는 주요 원인이다. 따라서 현대 사회에서 이러한 생활계 폐기물의 증가는 심각한 환경오염 문제를 유발하며 기후 위기 상황에 직면하는 원인이다. 폐기물의 증가뿐만 아니라 적절하지 못한 생활폐기물 처리는 토양오염, 수질오염, 대기오염 등 복합적인 환경 문제의 원인이다. 제대로 분리배출 되지 않은 플라스틱과 일회용품과 같은 재활용 폐기물들이 일반 쓰레기와 혼합되어 매립된다면 매립지 과부하와 소각 과정에서의 온실가스 배출이 가중되며 기후 위기에 심각한 영향을 끼친다. 따라서 이를 방지하기 위해 개인과 사회 전체가 생활폐기물 발생을 최소화하고 올바른 분리배출 습관을 들이는 노력이 필수적이다.

2.2. 분리배출의 의미

분리배출이란 생활 속에서 발생한 폐기물 중 재활용이 가능한 자원들을 재질과 품목에 따라 구분하여 배출하는 것이다. 분리배출은 단순한 쓰레기 처리가 아니라 폐기물을 재사용, 재활용, 에너지 회수를 통해 다시 자원으로써 사용하는 자원순환 체계의 출발점이다. 올바른 분리배출은 자원 재활용률을 높이고 폐기물 처리 비용을 절감하며, 온실가스를 감축시킨다. 따라서 올바른 분리배출은 개인이 일상에서 실천할 수 있는 가장 기초적이고 효과적인 환경 보호 행동이다. 올바른 분리배출률을 늘려 환경 문제 개선에 힘써야 한다.

2.3. 가정과 기관의 분리배출 체계 차이

주택과 같은 가정에서의 분리배출 체계와 학교나 병원과 같은 사업장의 분리배출 체계는 운영 방식과 규제 환경 측면에서 상당한 차이를 보인다. 가정의 경우 지방자치단체가 배출 요일, 분리 기준, 전용 봉투 사용 등을 직접 규정하고 관리하지만, 사업장은 모인 폐기물의 중량을 한국환경공단 폐기물 전산 보고 시스템인 '올바로 시스템'에 의무적으로 기록하는 것을 제외한 관리 전체를 스스로 감당한다. 이러한 차이는 사업장과 가정의 폐기물 처리 책임 소지의 문제에서 비롯된다. 가정에서는 지자체가 수집, 운반, 처리에 대한 모든 책임을 맡으며, 따라서 주민이 종량제봉투, 음식물 쓰레기 전용 봉투, 재활용품 수거함 등을 이용해 정해진 방식으로 배출하면 그 이후의 모든 과정은 전부 지자체가 전담하여 처리한다. 하지만 사업장은 사업자가 폐기물의 종류와 발생량에 따라 신고, 보관, 수거업체 계약, 처리 경로 확인까지 모든 과정을 지자체의 도움 없이 자체적으로 진행하기 때문에 폐기물에 대해 가정보다 더 많은 관리와 책임을 지게 된다. 그 결과 사업장 내에서의 분리배출 체계는 각 사업장의 관리 역량과 의지에 전적으로 달리게 되며 각 사업장끼리의 편차가 크게 생긴다. 특히 불특정 다수가 이용하는 학교나 공공기관의 경우, 기관 내부에서 분리배출의 중요성을 인식하고 자체적인 분리배출 기준과 시스템을 확립하지 않으면 자연스럽게 분리배출이 소홀해지는 구조가 만들어진다. 이는 분리배출의 제도적 한계점과 학교와 공공기관과 같은 사업장에 대해서 공통적이고 명확한 분리배출 기준과 이행 점검 체계가 필요하다는 것을 보여준다.

2.4. 대학 캠퍼스 분리배출 연구의 필요성

---

[6] 한국폐기물협회, 전국폐기물발생 및 처리현황,https://www.kwaste.or.kr/data/01.php., 2026.06.03

이러한 캠퍼스 내 분리배출 문제는 상명대 서울캠퍼스에 국한되지 않는다. 다음 <표 3>은 최근 5년 내에 국내 타 대학의 분리배출 문제를 주제로 발간된 기사들을 정리하였다.

<표 3> 타 대학교 내 분리배출 미흡 문제를 다룬 기사

대학	사진	내용
서강대학교		**교내 규정과 가이드라인 부재로 인한 쓰레기 무단투기** 이우빈, 쓰레기로 더럽혀진 본교, 분리수거 규정 미비, 서강학보, 2022.05.08.
세종대학교		**쓰레기 혼합 배출과 대학 분리배출 체계 미흡** 김채원, 이정민, 이준용, 제대로 이뤄지지 않는 우리 대학 분리수거, 세종대신문, 제687호, 2023.03.27
서울여자대학교		**남은 음료 및 플라스틱 입회용 컵 방치 문제** 이단비, 분리배출 없이 방치된 음료 쓰레기, 서울여대학보, 2022.11.14
부산대학교		**도서관 주변 남은 음료 및 일회용컵 방치 문제** 홍윤우, 도서관에 음료 남은 일회용 컵이 수북, 채널PNU, 2022.05.27

위 기사들은 모두 학생 또는 교내 기자가 대학교 내의 분리배출 문제가 얼마나 심각한지 인식한 뒤 작성되었다. 이를 통해 대학교의 분리배출 미흡 문제는 단순히 상명대 내에서만 일어나는 현상이 아니며 전국적으로 오랜 골머리를 앓고 있는 중대한 환경 문제임을 알 수 있다. 따라서 이러한 대학교 내의 분리배출 문제를 해결하기 위해 계속해서 대학교 내 분리배출에 대한 논의가 필수적이다.

3. 상명대학교 서울캠퍼스의 분리배출 현황

3.1. 분리수거함의 위치

분리수거함의 위치는 사람들이 지나가면서 즉시 이용하기 용이하도록 설치되어야한다, 따라서 상명대학교의 경우 학생들이 자주 지나가는 큰 복도나 계단, 엘리베이터와 같은 유동 인구가 많은 위치에 배치되어야한다. 또한 한 번에 발견할 수 있도록 눈에 띄기 쉽게 배치되어야한다. 아무리 동선이 좋고 많이 배치하더라도 구석에 배치되어 사람들이 찾지 못하는 경우엔 무용지물이 되기 때문이다. 마지막으로 이용하는 인원수에 따라 넉넉하게 배치되어야한다. 교내 인원수에 비해 분리수거함이 적다면 분리수거함이 가득 차버려 분리수거를 못하게 되는 상황이 발생할 수 있기 때문이다. 상명대학교는 이러한 분리수거함의 위치가 적절한지 <표 4>를 기준으로 평가해 보았다.

<표 4> 분리수거함의 위치 평가표

조사 장소	접근성(동선)	시인성	분리수거함 개수
A관	O	O	각 층 1개
D관	O	O	각 층 1개
F관	O	X	각 층 1개
G관	O	O	각 층 2개 (1층 제외)
L관	O	O	1,4층:2개
			2,3,5층:1개
M관	O	O	각 층 2개
N관	O	X	각 층 2개 (1층 제외)
T관	O	O	각 층 2개
R관	O	O	1,2층:2개
			B1,3,4,5층:1개

기준 충족(O), 기준 미달(X)

현장 조사 결과, 상명대학교 서울캠퍼스의 분리수거함은 대다수의 분리수거함이 학생들이 자주 이동하는 계단과 복도, 또는 엘리베이터의 옆에 위치해 있었으며, 학생들의 이동 동선을 고려하여 배치되었음을 알 수 있었다. 그러나 각 층마다 설치된 다른 구조물들로 인해 각 층마다 분리수거함의 위치가 통일성 없이 배치되는 경우도 있었으며 이에 경우 구석이나 벽면에 위치해 있어 분리수거함을 빠르게 찾기 어려운 상태인 건물도 존재했다. 또한 계단이 중앙에 있다면 양 끝 복도 중 한 군데에만 분리수거함이 설치되어있는 경우가 많았다. 이럴 경우 학생들이 자발적으로 쓰레기통을 찾아가 분리수거를 할 확률이 낮아질 가능성이 존재한다.

3.2. 분리배출 체계와 안내 방식

분리배출 체계 또한 고려해봐야할 요소 중 하나이다. 빨대, 종이 컵홀더, 음식물이 묻은 용기 등 학생들이 자주 배출하는 품목은 처리 방식이 헷갈리기 쉽고, 변화하는 분리수거 정책을 학생들이 전부 주의 깊게 반영하기는 어려운 일이기 때문에 포스터와 같은 구체적인 예시를 분리수거함 주변 벽에 부착하는 등의 시각 자료가 필요하며 각 재활용 품목을 명확히 구분해주는 안내문, 그리고 다양한 종류의 품목을 분리배출 해주는 분리수거함의 뒷받침이 필요하다. 추가적으로 잔여 음식물이 남아있는 경우 분리배출이 어려워지기 때문에 남은 음료나 음식물과 같은 잔여물을 처리해주는 공간도 필요하다. 이러한 이유를 바탕으로 상명대학교 서울캠퍼스 내의 분리수거함의 체계와 안내가 적절한지 <표 5>을 기준으로 평가해보았다.

<표 5> 분리수거함의 체계와 안내 평가표

조사 장소	품목 구분	잔여물 처리	안내문 명확성	시각자료
A관	4종	X	O	O

D관	2종	X	X	X
	3종(1층)			
F관	4종	X	X	X
G관	4종	O	O	O
L관	4종	X	O	O
	2종(1층)		O	O
M관	2종	X	X	X
	3종			
	4종			
N관	1종	X	O	O
	2종			
	4종			
T관	4종	X	X	X
R관	4종	X	O	O
			O	O

기준 충족(O), 기준 미달(X)

조사 결과, 상명대학교 서울캠퍼스 내 일부 분리수거 공간에서는 품목 구분이 비교적 명확하게 이루어지고 있었다. 하지만 각 관에 따른 편차가 매우 큰 것으로 나타났다. 4종 분리수거함으로 매 층마다 배치가 되어있고 관리가 꽤나 잘 되어있는 관이 있는 한편 2종,3종이 혼합되어 나타나거나 분리수거할 수 있는 품목이 각층마다 다른 관도 있었다. 또 다른 문제점은 부착물이 일관적이지 않다는 문제점 이였다. 같은 관임에도 불구하고 <그림 3>과 같이 각 층마다 부착물의 유무가 다른 곳도 있었다.





<그림 3> 동일한 날에 촬영한 미백관 (각각 5층과 4층)

대학생은 여러 관을 이동하면서 수업을 듣기 때문에 이렇듯 각 관마다 다른 특성을 가지고 체계적이지 못한 분리배출 방식은 실제 사용하는 학생들에게 혼란을 야기할 수 있다. 따라서 보다 구체적인 정보 제공과 분리배출 체계의 단일화가 필요하다.

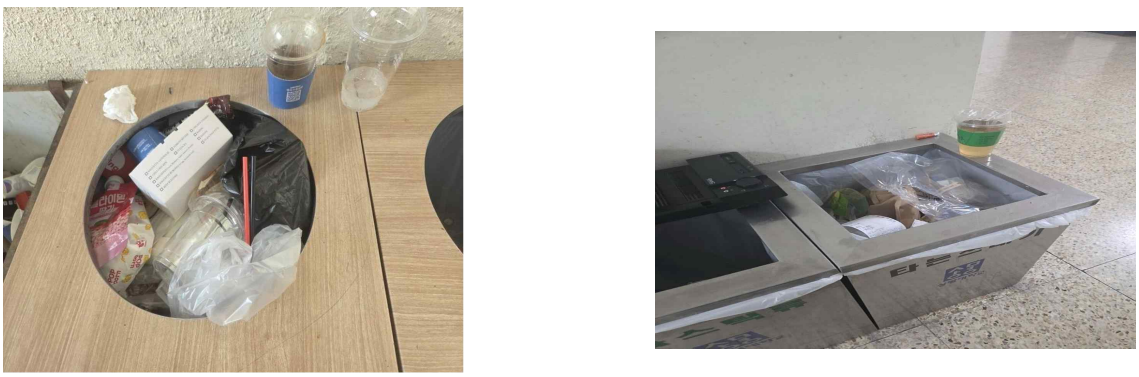
3.3. 실제 이용 상태

현재 상명대학교 서울캠퍼스 학생들의 환경 인식 수준을 확인하기 위해서는 대학교 분리배출의 실태가 필요하였다. 이를 확인하기 위해 각 관의 일반 쓰레기와 재활용 쓰레기의 혼재 여부와 음식물 쓰레기 등과 같은 각종 찌꺼기들도 확인하고 기록하였다.

<표 6> 혼합배출 및 분리수거함 상태 평가표

	A관	D관	F관	G관	L관	M관	N관	T관	R관
혼합배출 여부	O	O	O	O	O	O	O	O	O
오염 상태	O	O	O	X	O	O	O	O	O
관리 상태	O	X	X	O	O	X	O	O	O

<표 6>와 <그림 4>가 보여주고 있듯 현재 상명대학교 서울캠퍼스에서는 혼합배출이 매우 만연하며, 분리수거가 제대로 학생들에게 시행되고 있지 않다는 것을 보여준다. 또한 <그림 5>와 같이 어느 품목을 분리 배출하는 함인지 나와 있지 않거나, 오래되어 부식되거나 글씨가 흐려지는 등 분리수거함의 관리 문제도 목격할 수 있었다. 이러한 혼합배출은 분리수거함의 관리 문제와도 매우 밀접하다. 알면서 혼합배출을 하는 학생도 존재하겠지만, 어떤 품목을 넣어야하는지 적혀있지 않은 관리의 문제나 이미 혼합배출이 되어 있기 때문에 환경의 영향을 받는 경우도 적지 않을 것이다. 따라서 혼합배출과 오염 상태의 문제는 학생들의 행동 결과임과 동시에 현재 분리수거 체계의 한계를 보여준다.



<그림 4> 미백관과 월해관 일반쓰레기통 내부 사진





<그림 5> 생활예술관과 월해관의 노후화된 쓰레기통

3.4. 교내 분리배출 운영 체계

3.4.1. 가이드라인

교내 분리배출 체계가 올바르게 진행되고 있는지 평가하기 위해서는 관리방안에 관한 가이드라인이 필요할 것이라 판단하였다. 따라서 2022년 진행된 서울시 제로캠퍼스 조성 추진 계획에서 요구하고 있는 가이드라인을 기반으로 상명대학교 서울캠퍼스 관리팀 및 환경미화원과의 서면조사와 현장조사를 병행하여 판단하였다. 서울시 제로캠퍼스에서 요구한 가이드라인은 다음 <표 7>과 같다.

<표 7> 서울시 제로캠퍼스 분리배출 가이드라인 [7]

대분류	중분류	평가 항목
분리수거 대상 및 재활용품 분리배출 요령	분리배출 요령	교내에서 발생하는 폐기물은 일반쓰레기, 재활용품(3종), 음식물 쓰레기로 구분하여 배출
		상기 5종으로 분리 배출할 수 있도록 각각 배출 용기를 비치하도록 함 (음식물의 경우 여건 및 배출 현황에 따라 선택)
간이보관소 설치 및 관리	설치 및 관리	대학에서는 배출된 폐기물을 수거 전까지 관리하기 위한 간이보관소(적환장)를 설치, 운영하여야 함
		적환장에서는 분리 배출된 상태로 보관되어야하며, 서로 섞이지 않아야 함
	수집 및 운반 유의점	사전 선별을 통해 소각 처리되는 재활용품이 최소화 되도록 하여야 함, 위탁 업체의 수집 운반 시 최대한 혼합 수거를 지양하도록 함
1회용품 사용 저감	대학교 차원	대학 주최 행사 시 1회용품 사용을 지양하도록 노력 대학 근무자들에 대한 다회용품 사용 독려 종이 없는 회의 활성화, 단면 및 컬러 인쇄 지양
	학교 내 업체 차원	교내 입점 업체 계약 체결 시 운영자에게 1회 용품 제공 자제 및 판매 줄이기를 권고해야함

[7] 서울시, 2022년 제로캠퍼스 조성 추진 계획

폐기물 관련 전담부서 지정	**전담 부서 및 인력 충원**	**폐기물 관리를 위한 전담부서를 지정하고 충분한 인력확보 해당 부서는 캠퍼스 내 폐기물 분리배출 실태 점검 및 폐기물 관리, 분리배출 홍보, 교육 등의 업무 수행**
대학 구성원 대상 의무교육	**교직원 및 학생 대상 홍보 및 교육 의무 시행**	**교직원 및 학생을 대상으로 올바른 분리배출 방법에 대한 홍보 및 교육을 주기적으로 시행하여야 함**

이 가이드라인을 바탕으로 한 상명대학교 서울캠퍼스의 분리수거 체계를 분석해보았다.

3.4.2. 분리수거 대상 및 요령

현재 상명대학교 내에서는 앞선 현장조사 결과와 같이 각 건물마다 상이하지만 평균적으로 건물의 각 층마다 3종 내지 4종의 배출 용기를 비치하며 꽤나 준수했다. 음식물의 경우 상명대학교 서울캠퍼스 내에서 자체적으로 처리하지 않는다는 말을 들었으므로 학식의 경우 개별적으로 다른 위탁 업체를 이용하는 것으로 판단된다. 배출 용기는 건물 면적과 같은 여건에 따라 조정할 수 있는 사항이기 때문에 상명대학교 서울캠퍼스에서는 1번 가이드라인이 잘 지켜지고 있음을 알 수 있다. 상명대학교의 경우 삼원 종합 개발이라는 폐기물 위탁 처리 업체를 이용하고 있었다.

3.4.3. 간이보관소 설치 및 관리

상명대 내에서도 각 교내에 별도 임시 보관소가 운영되고 있었다. 상명대학교의 경우 매일 아침, 저녁 2타임으로 나누어 각 건물에서 모든 쓰레기들을 한꺼번에 모아오는데 이와 같은 쓰레기를 적환장에 모아서 최종 수거 업체로 이동하기 전까지 임시 보관을 진행하고 있다. 다만 미흡한 점도 있었다. 적환장의 경우 2차 선별을 하기 위한 공간이기도 한데, 상명대 서울캠퍼스 내에서는 학생들이 분리배출한 쓰레기 그대로 추가 선별 작업 없이 묶어서 적환장에 임시 보관한다고 한다. 이럴 경우 추가 선별을 한 후 보낼 때보다 재활용의 혼입 배출이 늘어나고 처리를 위한 요금이 늘어나는 등의 결과를 가져올 수 있다.

3.4.4. 일회용품 사용 저감, 전담 부서 및 구성원 교육

상명대의 경우 행사 내 다회용품 사용 독려 캠페인이나 1회용품 사용 지양과 같은 저감 방안이 미흡했다. 또한 교내 업체의 경우 매장과 포장 전부 일회용품을 사용하기 때문에 이러한 일회용품을 줄이고 다회용기나 텀블러 사용을 증가시키는 것과 관련된 방안이 필요하다.

또한 전담 부서의 경우 현재 관리팀 산하에서 이러한 폐기물과 관련된 전담 부서가 하나 개설되어있으며 이 팀 내에서 폐기물에 관한 전반적인 환경 관련 법령 준수를 담당하고 있었다. 또한 청소 인력의 경우 각 건물별로 배치되어있으며 각 미화원 분들이 상주하며 쓰레기들을 모으시고 그걸 수거하는 팀이 따로 편성되어있다.

구성원 교육의 경우 얼마 전 5월 12일부터 14일까지 상명대 버스정류장 앞에서 진행된 “용기있G 리필스테이션”과 같은 캠페인이나, 5월28일 모집한 “플로깅 봉사활동”과 같은 홍보 및 캠페인은 계속해서 진행

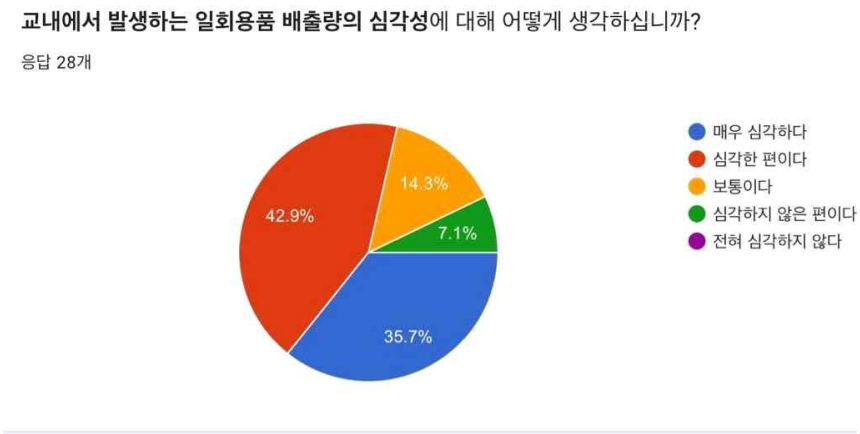
되고 있다. 하지만 분리배출 방법이나 오염된 재활용품 처리 방법과 같은 환경에 대한 교육은 찾을 수 없었다. 교내 학생들의 환경 인식과 재활용에 대한 지식을 늘리기 위해서는 이와 같은 재활용 교육이 필수적이다.

4. 상명대학교 학생들의 분리배출 인식 현황

4.1. 설문조사 개요

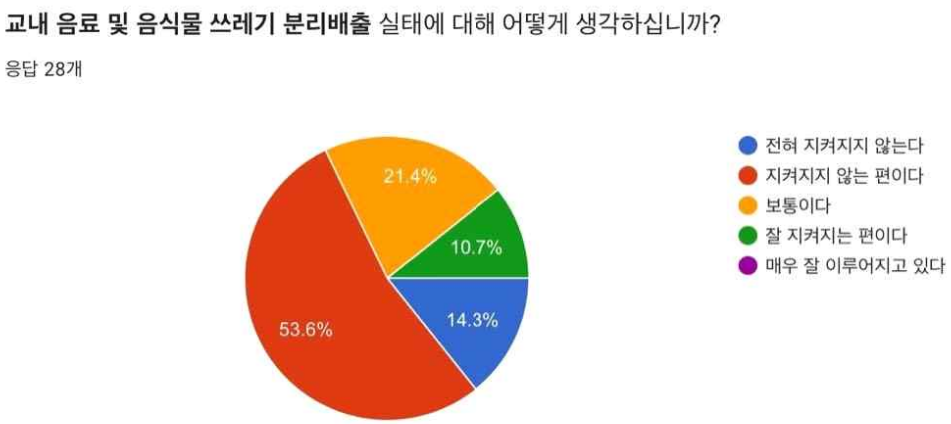
상명대학교 서울캠퍼스 학생들의 분리배출에 대한 환경 인식과 실태를 파악하기 위해 설문조사를 진행하였다. 설문은 총 8문항으로 대학교 커뮤니티 '에브리타임'에 2026년 5월 7일 ~ 2026년 5월 11일까지 글을 게시하여 총 28명을 대상으로 진행되었다, 설문지는 교내 일회용품 배출의 심각성 인식, 교내 음료 및 음식물 쓰레기 실태에 대한 평가, 본인과 타인의 분리배출 실천 수준, 분리수거에 대한 어려움 경험, 마지막으로 개선을 이해 필요한 사항으로 구성하였다. 이를 통해 상명대학교 학생들의 환경문제와 분리배출에 관한 환경 인식 정도와 실제 교내 분리배출 체계를 어떻게 평가하고 있는지 살펴보고자 한다.

4.2. 설문조사 결과



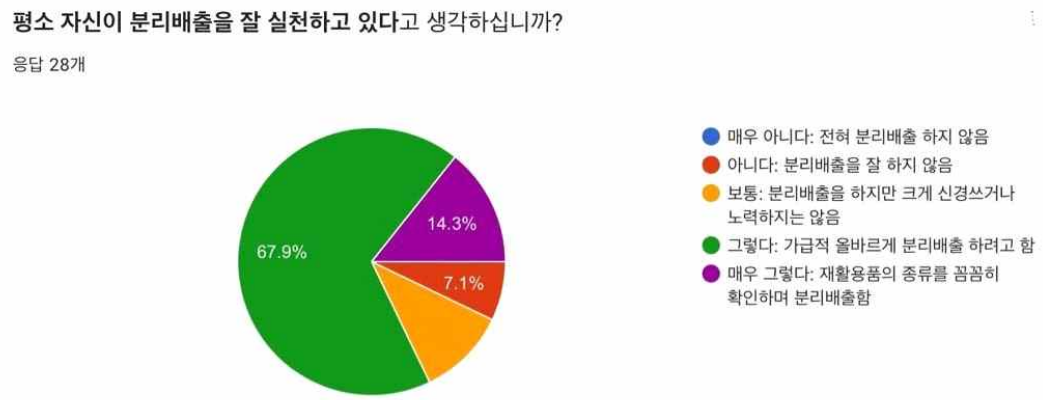
<그림 6> 교내 발생 일회용품 배출량의 심각성 인식

<그림 6>은 교내에서 발생하는 일회용품 배출량의 심각성에 대해 어떻게 생각하고 있는지를 묻는 그림이다. 전체 응답자의 35.7%는 '매우 심각하다', 42.9%는 '심각한 편이다'라고 응답하였다. 또한 '보통이다'는 14.3%, '심각하지 않은 편이다'는 7.1%였으며, '전혀 심각하지 않다'는 0%로 응답이 없었다. 즉 전체 응답자의 78.6%가 교내 일회용품 배출 문제를 심각하게 인식하고 있는 것으로 나타났다.

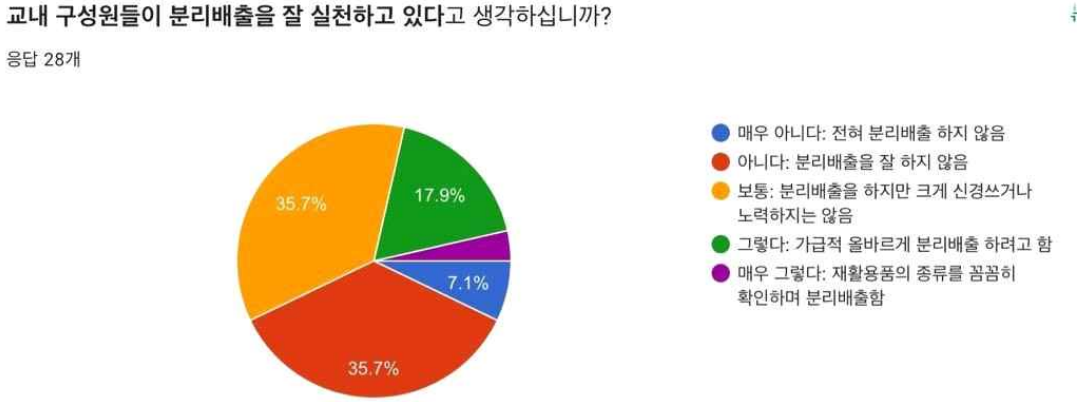


<그림 7> 교내 음료 및 음식물 쓰레기 실태 인식

<그림 7>의 교내 음료 및 음식물 쓰레기의 실태에 대한 평가에서는 '전혀 지켜지지 않는다'가 14.3%, '지켜지지 않는 편이다'가 53.6%로 나타나, 전체의 67.9%가 교내 분리배출 실태가 부정적이라고 인식하고 있었다. '보통이다'는 21.4%, '잘 지켜지는 편이다'는 10.7%였으며, '매우 잘 이루어지고 있다'는 응답은 없었다. 이는 학생들이 교내 음료 및 음식물 쓰레기 문제를 심각하게 인지하고 있다는 것을 보여준다.



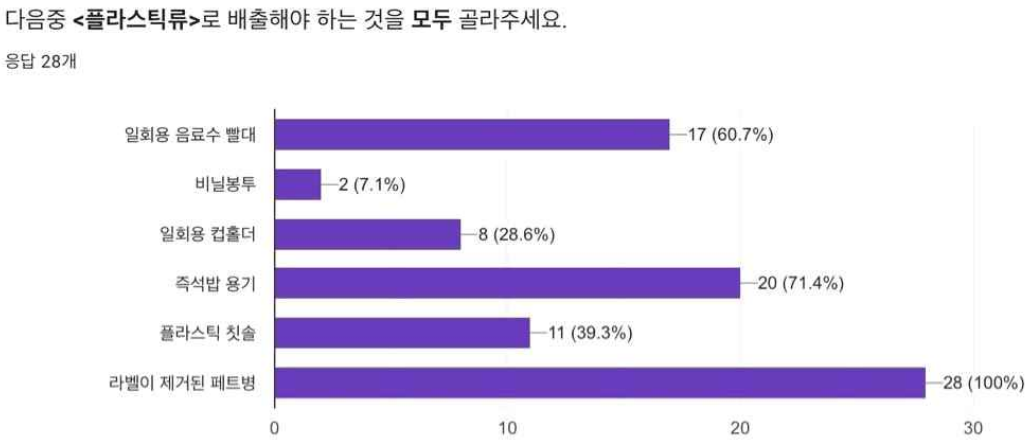
<그림 8> 응답자 스스로의 환경 인식 평가



<그림 9> 교내 구성원에 대한 환경 인식 평가

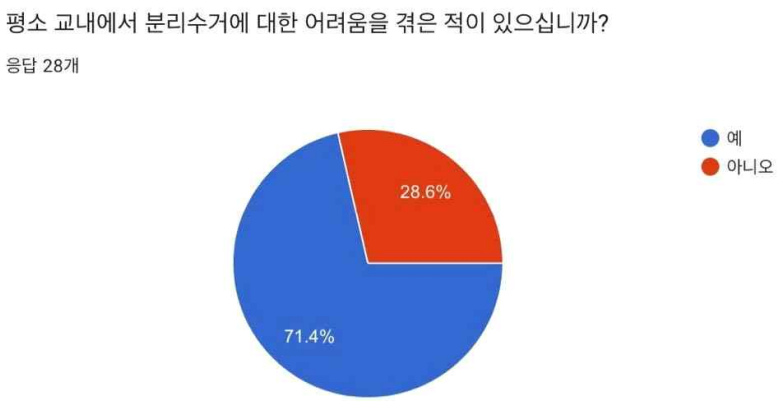
<그림 8>은 평소 자신이 분리배출을 잘 실천하고 있는지, 응답자 스스로가 자신의 환경 인식을 어떻게 평가하는지를 묻는 그림이다. '매우 아니다, 전혀 분리배출 하지 않음'은 0%로 응답없음, '아니다, 분리배출을 잘 하지 않음'은 7.1%, '보통, 분리배출을 하지만 크게 신경 쓰거나 노력하지는 않음'은 10.7%, '그렇다, 가급적 올바르게 분리배출 하려고 함'은 67.9%, '매우 그렇다, 재활용품의 종류를 꼼꼼히 확인하며 분리배출함'은 14.3%로 나타났다. 즉 전체 응답자의 82.2%는 스스로 분리배출을 비교적 잘 실천하고 있다고 인식하고 있었다.

반면 <그림 9>를 보면 전혀 다른 양상이 나타난다. <그림 9>는 교내 구성원이라는 타인의 환경 인식을 어떻게 평가하는지를 묻는 그림이다. '매우 아니다' 7.1%, '아니다' 35.7%, '보통' 35.7%, '그렇다' 17.9%, '매우 그렇다' 3.6%로 이를 보면 자신의 실천 수준에 대한 평가는 긍정적이지만, 타인 즉 학교 구성원들의 실천 수준에 대해서는 부정적인 시각이 더 강하다는 점을 알 수 있다.

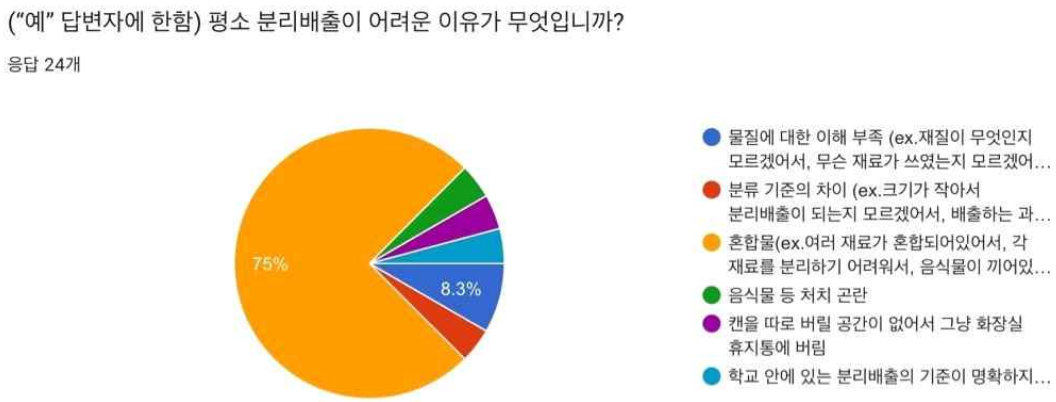


<그림 10> 플라스틱으로 배출해야하는 품목

<그림 10>은 교내 구성원들의 분리배출 수준을 알기 위해 플라스틱으로 분리배출해야하는 것들이 무엇인지 질문하는 문항의 그림이다. '라벨이 제거된 페트병'처럼 쉬운 품목은 100%로 28명 모두 선택했다. 하지만 플라스틱으로 재활용이 안 되는 '일회용 음료수 빨대'와 '즉석밥 용기', '플라스틱 칫솔'또한 각각 60.7%(17명), 71.4%(20명), 39.3%(11명)으로 높은 선택률을 보였다. 또한 비닐 전용 수거함이 없다면 플라스틱으로 분류해야하는 비닐봉투는 7.1%(2명)로 낮은 선택률을 보였다. 이 결과는 학생들이 스스로를 높은 환경 인식으로 평가하고 있지만 페트병과 같은 익숙한 품목이 아니라 일상에서 자주 접하는 플라스틱류 재활용에 익숙하지 못하며 분리배출 기준을 학생들도 명확하게 알지 못한다는 사실을 보여준다.



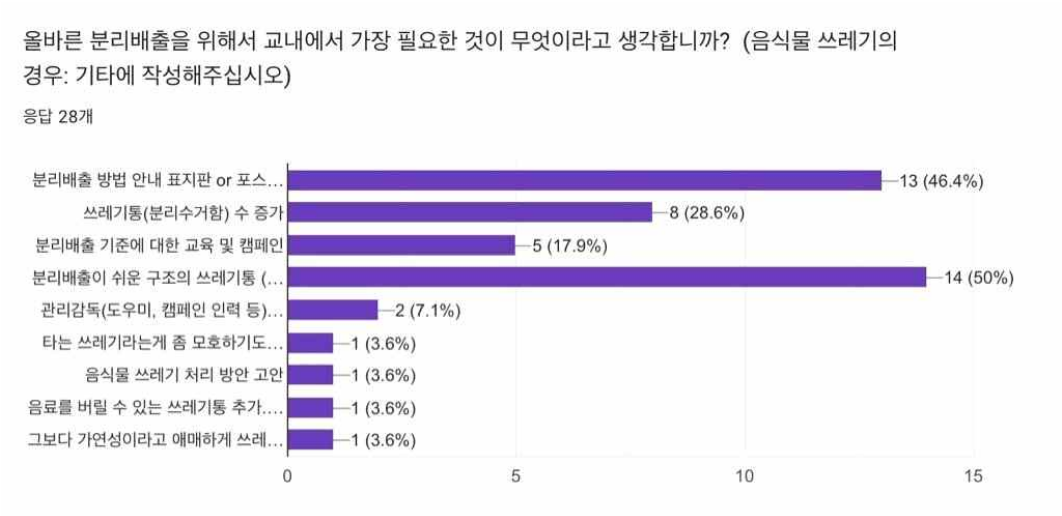
<그림 11> 교내에서 분리배출에 어려움을 겪은 경험 유무



<그림 12> 어려움을 겪은 원인

<그림 11>은 평소 교내에서 분리수거에 대한 어려움을 겪은 적이 있는지에 대한 문항으로 '예'가 71.4%, '아니오'가 28.6%로 나타났다. 즉 대다수의 학생들은 교내에서 분리배출 과정에서 어려움을 경험한 적이 있는 것으로 나타났다.

<그림 11>을 바탕으로 <그림 12> '어려움을 겪었다'고 응답한 학생들을 대상으로 평소 분리배출이 어려운 이유를 물은 결과, 가장 큰 비중을 차지한 것은 '혼합물' 문제였다. 응답의 75%가 여러 재료가 혼합되어 있거나 음식물이 묻어 있어 각 재료를 분리하기 어렵다는 점을 가장 큰 원인으로 꼽았다. 그 외에는 '물질에 대한 이해 부족'이 8.3%, '분류 기준의 차이', '음식물 등 처리 곤란', '컵을 따로 버릴 공간 부족', '학교 안의 분리배출 기준이 명확하지 않음' 등이 각각 4.2% 정도로 나타났다. 이는 학생들이 단순히 무관심해서 분리배출을 어려워하는 것이 아니라, 실제 분리배출 과정에서 복합적인 어려움을 겪고 있음을 보여준다. 또한 혼합물 문제가 큰 만큼 음료수와 음식물과 같은 혼합물에 대한 해결 방안이 필수적으로 요구된다.



<그림 13> 더 나은 분리배출을 위한 요구사항

올바른 분리배출을 위해 교내에서 가장 필요한 것이 무엇인지 묻는 문항에서는 '분리배출이 쉬운 구조의 쓰레기통'이 50.0%(14명)로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '분리배출 방법 안내 표지판 또는 포스터'가 46.4%(13명), '쓰레기통(분리수거함) 수 증가'가 28.6%(8명), '분리배출 기준에 대한 교육 및 캠페인'이 17.9%(5명), '관리감독 인력'이 7.1%(2명)로 나타났다. 그 외에도 '음식물 쓰레기 처리 방안 마련', '음료를 버릴 수 있는 쓰레기통 추가', '쓰레기 분류 기준의 모호성 개선' 등 구체적인 의견이 제시되었다. 기타에서 드러나듯 '타는 쓰레기'라는 모호한 명칭과 음료수의 문제점이 개선을 위해 꼭 해결해야 할 점으로 연달아 꼽히며 그 중요성을 보여준다.

4.3. 시사점

설문조사를 통해 상명대학교 서울캠퍼스 학생들은 교내 일회용품 배출 문제를 심각하게 인식하고 있었다. 응답자의 78.6%가 교내 일회용품 배출 문제를 심각하게 여기며, 67.9%는 교내 음료 및 음식물 쓰레기 배출이 잘 지켜지지 않는다고 인식하고 있었다. 이는 학생들이 캠퍼스 내의 분리배출 실태를 환경문제로 받아들이고 개선이 필요하다고 인식하고 있다는 것을 보여준다.

또한 흥미로운 점은 학생들이 자신의 분리배출 실천 수준에 대해서는 비교적 긍정적으로 평가한 반면 타인의 실천 수준에 대해서는 상대적으로 부정적으로 평가했다는 점이다. 이는 학생들이 문제의 원인을 개인보다 공동체에서 찾고 있음을 보여준다. 앞선 조사처럼 혼합배출이 잦은 상명대를 목격하고 더욱 그러한 생각이 강화되었을 것이라는 가능성을 제기할 수 있다.

분리배출이 어려운 가장 큰 이유로 혼합물과 음식물 잔여물이 꼽혔고, 가장 필요한 개선책으로는 분리배출이 쉬운 구조의 쓰레기통, 명확한 안내 표지판이다. 이는 상명대학교 학생들은 개인적인 환경 인식뿐만 아니라 상명대학교 서울캠퍼스의 분리배출 체계가 분리배출이 제대로 되지 않는 현 실태와 밀접하게 연관되어있다고 판단한다는 것을 보여준다.

따라서 상명대학교의 분리배출 문제를 해결하기 위해서는 학생들의 태도 변화뿐만 아니라 구조적인 개선과 병행하며 변화가 이루어질 필요가 있다.

5. 개선 방안 및 해결 방안

5.1 음식 잔여물 처리 공간 및 컵 전용 수거함

학생들이 음료 잔여물을 처리하지 못해 분리배출을 제대로 하지 못하는 상황이 지속적으로 발생하고 있기 때문에 컵류와 음식물 잔여물이 발생하는 공간에 잔여물 처리 공간과 컵류 전용 수거함을 함께 마련할 필요가 있다.

실제로 <그림13>처럼 현재 음료 잔여물을 버리는 통이 존재하는 G관(제1공학관)은 2번의 현장조사에서 음료로 인한 잘못된 분리배출이 다른 관에 비해 현저히 적었다. 다만 통이 가득차는 경우가 매우 잦았기 때문에 용량을 더 확대해 설치하는 등의 추가 조치는 필요해 보인다.



<그림 14> 제1공학관의 음료 잔여물 처리 공간

5,2 안내문 및 시각 정보 개선

현재 부착된 시각정보 포스터와 안내문은 단순하고 일회용 컵을 제외한 것들에 대한 정보는 거의 담고 있지 않다. 또한 통일적으로 모든 관에 부착되어있는 것이 아니기 때문에 그림과 예시 중심으로 새롭게 재편하여 학생들이 자주 버리는 품목들을 추가해 안내문을 부착하면 더 직관적인 이해가 가능할 것이다. 또한 '가연성','타는 쓰레기'와 같은 명칭을 최대한 지양할 필요가 있다.

5,3 분리배출 교육 강화

설문조사를 통해 드러난 상명대 학생들의 분리배출 처리 문제는 특히 분리배출을 하기에 명확하지 않은 품목들을 재활용할 때 크게 드러난다. 따라서 자주 혼동되는 품목을 중심으로 분리배출 교육을 실시해야한다. 4.2의 안내문과 연계하여 비교과 프로그램을 형성하는 방안도 가능하다. 직접 안내문을 만들며 분리배출에 대한 명확한 이해를 동반하게 하는 프로그램을 만들 수 있다.

5.4 학생 참여형 실천 문화 형성

분리배출 문제는 학교와 학생 모두에게 변화가 일어나야한다. 단순히 규칙과 체계를 변환시킨다고 해도 그 한계는 분명 존재할 것이다. 따라서 학생들이 어떤 부분이 불편한지, 어떤게 헷갈리는 지 등과 같은 분리배출을 하는 주체인 학생의 의견을 최대한 반영할 소통의 창구가 필요하다. 환경 동아리나 캠페인, 다양한 분리배출 체계 시범 운영, 분리배출 아이디어 제안 공모전등과 같은 다양한 활동을 제안하고 학생이 그 활동에 참여함으로써 학생들이 캠퍼스 내 환경 문제를 개선하는 것의 주체로 참여하도록 유도하는 것이 바람직한 방향이라고 할 수 있다.

6. 결론

본 연구는 상명대학교 서울캠퍼스의 분리배출 실태와 학생들의 인식현황을 분석하고, 그 문제점과 개선방안을 제시하는 것에 목적을 두었다. 상명대학교의 분리배출 문제는 단순히 학생들의 환경 인식 부족만으

로 설명될 수 없으며, 교내 분리수거의 체계와 같은 구조적인 문제와 함께 파악되어야한다.

현장조사와 설문조사를 통해 학생들은 분리배출의 중요성을 인식하고 있으나, 그것을 실천하는 것엔 어려움을 겪고 있음을 확인하였다. 특히 잔여물 처리와 품목 구분의 모호성, 혼합 배출된 분리수거함의 노출 등은 학생들이 교내의 올바른 분리배출 문화를 만드는 것을 방해하는 주요 요인들로 나타났다.

따라서 상명대학교 서울캠퍼스의 분리배출 문제를 해결하기 위해서는 학생들의 인식 개선뿐만이 아니라 시각적 정보 개선, 효율적인 분리배출 체계 마련, 학생 참여형 실천 문화 조성등과 같은 구체적인 개선안을 통해 학생과 교내 시스템 둘 모두의 변화가 병행될 때 이 문제를 비로소 해결할 수 있을 것이다. 이러한 개선을 통해 변화가 시작된다면 상명대학교는 한층 더 교육을 받기에 적합한 장소로 발전할 수 있을 것이다.

참고 문헌

국가법령정보센터, 폐기물관리법　제2조 제1호~제3호, 국가법령정보센터, https://www.law.go.kr/lsInfoP.do?lsId=001771&urlMode=lsInfoP,2026.06.03.

김채원·이정민·이준용,제대로 이뤄지지 않는 우리 대학 분리수거, 세종대신문 제687호, 2023. 03. 27. https://www.sejong.ac.kr/_res/sejong/kor/etc/news_687_20230327.pdf. 2026. 06. 03

서울특별시 기후환경본부 자원순환과. 「2022년 제로캠퍼스 조성 추진 계획, 제로웨이스트 문화 대학 캠퍼스로 확산…'제로캠퍼스' 모집 서울특별시 환경분야 누리집, https://news.seoul.go.kr/env/archives/518579. 2026. 06. 03

이단비, 분리배출 없이 방치된 음료 쓰레기, 서울여대학보, 2022. 11. 14. https://swupress.swu.ac.kr/news/articleView.html?idxno=11450. 2026. 06. 03

이우빈, 쓰레기로 더럽혀진 본교, 분리수거 규정 미비, 서강학보, 2022. 05. 08. https://sgunews.sogang.ac.kr/front/cmsboardview.do?bbsConfigFK=3606&pkid=880414&siteId=sgunews. 2026. 06. 03

찾기쉬운 생활법령정보, 폐기물의 개념 및 분류, 폐기물처리(업), https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?ccfNo=1&cciNo=1&cnpClsNo=1&csmSeq=1410. 2026. 06. 03.

한국폐기물협회, 전국폐기물발생 및 처리현황, 한국폐기물협회, 2024, https://www.kwaste.or.kr/data/01.php,2026. 06. 03.

홍윤우. 「도서관에 음료 남은 일회용컵이 수북」. 『채널PNU』. 2022. 5. 27. https://channelpnu.pusan.ac.kr/news/articleView.html?idxno=30873. 2026. 06. 03

환경부 교통환경과, 2016~2020년 자동차 온실가스 관리제도 이행실적 공개, 환경부 보도자료,2022. 11. 16, https://me.go.kr/home/web/board/read.do%3Bjsessionid%3Dc7vwJDVaBVHa-eHzUsZYNXwWdrwCmzshvMdabFR2.mehome2?boardCategoryId=39&boardId=1561160&boardMasterId=1&decorator=&maxIndexPages=10&maxPageItems=10&menuId=&orgCd=&pagerOffset=2970&searchKey=&searchValu

e=, 2026. 06. 03.

환경부·한국환경보전원, 2024 탄소중립 생활실천 안내서 – 학교의 탄생, 기후에너지환경부 정책자료, 2024. 10. 22.
https://www.mcee.go.kr/home/web/policy_data/read.do%3Bjsessionid%3DKa_y2HdSPf7JE7qqaf_QASiXN09jDgrZTItwAjbw.mehome1?condition.deleteYn=N&condition.deptNm=null&condition.fromInpYmd=null&condition.toInpYmd=null&maxIndexPages=10&maxPageItems=10&menuId=10263&orgCd=&pagerOffset=280&searchKey=&searchValue=&seq=8336. 2026.06.03

학술적 에세이
<최우수상>

버추얼 시장의 성장 과정 및 경쟁 환경 분석: 팬덤 심리와 수익 구조를 중심으로

목차

1. 서론
  1.1. 연구 목적 및 연구 배경
  1.2. 연구 대상 및 방법
2. 버추얼 산업의 등장 배경
  2.1. 버추얼 산업의 등장과 개념
  2.2. 버추얼의 유형
  2.3. 버추얼 유튜버 시장의 형성 과정
3. 버추얼 유튜버 시장의 성장 동력 요인
  3.1. 기술적 요인
  3.2. 팬덤의 심리적 요인
    3.2.1. 분석 방법 및 대상
    3.2.2. 가우르 구라
    3.2.2. 키즈나 아이
4. 버추얼 유튜버 시장의 수익 구조
  4.1. 직접수익 모델: 시청자 후원
    4.1.1. 국내 사례
    4.1.2. 해외 사례
  4.2. 간접수익 모델: 굿즈 판매와 오프라인 공연
    4.2.1. 국내 사례
    4.2.2. 해외 사례
  4.3. 브랜드 협업 및 광고
5. 버추얼 유튜버 시장의 향후 방향성
  5.1. 독자적인 세계관 설정
  5.2. 오프라인으로 확장
6. 결론 및 시사점
  참고문헌

1. 서론

1.1. 연구 목적 및 연구 배경

디지털 미디어 환경은 기술 발전과 함께 빠르게 변화하고 있으며 콘텐츠 산업 역시 새로운 형태로 확장되고 있다. 과거에는 일부 마니아층의 문화로 여겨졌던 서브컬처도 온라인 플랫폼의 성장을 겪으면서 대중

문화의 일부로 자리잡았다. 유튜브부터 SNS까지 다양한 플랫폼을 타고 더 넓은 이용자층으로 확산되었다. 팬덤을 중심으로 한 소비 문화도 활발해졌다. 사람들은 단순히 영상을 보는 데 그치지 않고 댓글 작성, 실시간 채팅, 굿즈 구매 등 다양한 방식으로 소비 과정에 참여한다. 디지털 콘텐츠 생태계에서는 사용자들이 플랫폼을 통해 콘텐츠를 공유하고 직접 만들 수 있게 되면서 관람자에서 창작자이자 참여자로 역할이 변화하고 있다.

이 같은 환경 속에서 버추얼 산업이 새로운 디지털 시장으로 떠올랐다. 초기에는 기업이 만든 가상 캐릭터가 브랜드와 마케팅 목적으로 쓰이는 경우가 많았다. 대표적 사례로 릴 미켈라(Lil Miquela)는 SNS 게시물을 중심으로 활동하는 버추얼 인플루언서로 약 230만 명의 팔로워를 보유하고 있다. 광고 게시글 하나가 약 1,000만 원에 달하며, 연간 수익은 약 130억 원 규모로 보도되었다.[1] 국내에서도 비슷한 흐름을 찾아볼 수 있다. 인플루언서 로지는 100건 이상의 광고 협찬으로 연간 15억 원 이상의 수익을 기록하였고, 신한라이프 광고 영상 조회수는 26년 5월 기준 약 1,200만 회에 달한다.[2]

시장 규모도 빠르게 커지고 있다. 시장조사기관 Intel Market Research에 따르면 글로벌 버추얼 유튜버 시장은 2024년 약 53억 6100만 달러에서 연평균 38.5%의 성장률로 커져 2032년에는 약 499억 3800만 달러에 이를 것으로 예측된다.[3] 높은 성장률은 버추얼 콘텐츠 산업이 단순한 유행을 넘어 독립적인 미디어 산업으로 성장하고 있음을 보여준다.

실제로 버추얼 시장의 성장에는 실시간 스트리밍과 팬들의 소비 활동이 중요한 역할을 하고 있다. 커뮤니티 통계 자료에 따르면 홀로라이브 소속 버추얼 유튜버 가우르 구라의 마지막 라이브 방송에서는 최대 동시 시청자 수 약 19만 명을 기록하였다.[4] 또한 니지산지를 운영하는 애니컬러의 분기 실적 보고서에 따르면 2026년 약 420억 엔 규모의 매출을 올렸으며, 니지산지 공식 스토어 및 팬클럽 이용 계정 수는 약 194만 개로 나타났다.[5] 애니컬러는 라이브 스트리밍 방송뿐 아니라 캐릭터 굿즈 판매, 공연 및 이벤트 개최, 기업 광고 협업 등 다양한 방식으로 수익을 창출하고 있다. 국내에서도 플레이브와 같은 버추얼 아이돌이 음악 방송에 출연하고 대형 공연장에서 콘서트를 개최하는 등 다양한 활동을 이어가고 있다.

하지만 아직까지 버추얼은 모두에게 자연스럽게 받아들여지는 콘텐츠라고 보기는 어렵다. 가상의 아바타로 얼굴을 숨기고 방송을 진행한다는 점에서 낯설게 느끼거나 거리감을 가지는 경우도 많다. 그럼에도 버추얼 유튜버 시장은 높은 시청자 수와 팬덤 규모, 높은 매출을 바탕으로 빠르게 성장하고 있다. 이러한 점에서 아직 낯설게 바라보는 시선이 존재함에도 왜 많은 사람들이 버추얼 콘텐츠에 관심을 가지고 소비하는지, 또 팬들의 참여가 어떻게 시장 성장으로 이어지는지 분석할 필요가 있다고 보았다. 따라서 본 연구는 버추얼 시장이 어떤 과정을 통해 성장하였고, 팬들의 관심과 참여가 어떤 방식으로 수익 구조와 연결되는지를 중심으로 버추얼 시장의 특징을 살펴보고자 한다. 또한 경쟁이 심화된 현재 시장 환경 속에서 기업들

---

[1] 김경진, 팔로워 300만명, 연수입 130억..'릴 미켈라'도 인간 아니다, 중앙일보, 2021.07.07., 인터넷 기사, <https://v.daum.net/v/knspW7J6df?f=p&utm>

[2] 이선목, 올해만 15억원 번 '거물 신인' 로지…"韓 간판 '가상 엔터社' 목표", 조선비즈, 2021.12.16., <https://cbiz.chosun.com/svc/bulletin/bulletin_art.html?contid=2021121600547&utm>

[3] Intel Market Research, Vtuber (Virtual YouTuber) Market Growth Analysis, Dynamics, Key Players and Innovations, Outlook and Forecast 2026-2032, Intel Market Research, 2026.01.05., <https://www.intelmarketresearch.com/vtuber-market-21856>

[4] Reddit, Gawr Gura Graduation Livestream Viewership, 2026. 05. 28. 접속, <https://www.reddit.com/r/HoloStatistics/comments/1kbvu64/gawr_gura_graduation_livestream_viewership/?solution=df6f7cdd1adc5f33df6f7cdd1adc5f33&js_challenge=1&token=7afd7253fec22262ff1c52b1703fe9ec191773eae96312cb68b1e9afa4de6a51&jsc_orig_r=&utm>

[5] ANYCOLOR Inc., Financial Results for the Nine Months Ended January 31, 2026, 2026.03.11., 4쪽.

은 어떤 방식으로 차별화를 시도하고 있는지도 함께 알아보고자 한다.

1.2. 연구 대상 및 방법

3장에서는 키즈나 아이와 가우르 구라를 연구 대상으로 선정하여 버추얼 팬덤의 심리적 반응을 살펴보았다. 키즈나 아이는 버추얼 유튜버의 시작을 대표하는 인물이며, 가우르 구라는 플레이보드 기준 전 세계 버튜버 구독자 수 1위 사례이다. 본 연구에서는 두 사례의 마지막 졸업(은퇴) 라이브 방송에서 나타나는 팬들의 반응을 분석하였다. 마지막 방송은 오랜 시간 형성된 팬덤의 반응이 강하게 드러나는 순간이기 때문이다.

연구 방법으로는 유튜브 라이브 방송의 실시간 채팅과 댓글 데이터를 활용하였다. 버추얼 유튜버 시장은 실시간 소통과 팬들의 참여가 중요한 역할을 하기 때문에, 채팅과 댓글 데이터를 수집한 후 워드 클라우드를 활용하여 감정 반응을 분석하였다. 이를 통해 버추얼 유튜버 시장이 기술 발전뿐 아니라 팬덤의 감정적 몰입과 자발적 소비 참여를 바탕으로 성장하고 있음을 확인하고자 하였다.

4장의 연구 대상은 일본과 국내 버추얼 시장의 사례를 중심으로 선정하였다. 일본은 버추얼 문화가 가장 먼저 성장한 국가이며 현재도 애니컬러, 커버와 같은 대형 버추얼 기업이 시장을 이끌고 있다. 국내에서도 블래스트 소속 버추얼 아이돌 플레이브가 대중 음악 방송에 출연하면서 버추얼 콘텐츠에 대한 관심이 커지기 시작하였다. 해외 사례로는 애니컬러의 니지산지와 커버의 홀로라이브 프로젝트를 조사하였다. 국내 사례로는 플레이브와 스텔라이브를 선정하여 버추얼 시장의 수익 구조가 어떤 방식으로 확장되고 있는지 함께 살펴보고자 하였다.

2. 버추얼 산업의 등장 배경

2.1. 버추얼 산업의 등장과 개념

서브컬처는 애니메이션, 게임을 중심으로 특정 집단의 취향이 반영된 문화이다. 과거에는 일부 마니아층만이 즐기는 비주류 문화라는 인식이 강하였다. 일반인들에게는 다소 이해하기 어려운 영역으로 받아들여졌고, 이름 그대로 하위문화에 머물렀다.

그런데 디지털 기술의 발전과 함께 다양한 플랫폼이 등장하면서 서브컬처는 전환점을 맞이했다. 유튜브와 SNS를 통해 누구나 언제든 쉽게 콘텐츠에 접근이 가능해졌기 때문이다. 소비 방식도 달라졌다. 수동적으로 소비만 하던 자리에서 벗어나 직접 참여하는 능동적인 생산자의 역할로 무게중심이 옮겨갔다. 공동의 취향을 공유하는 사람들이 댓글을 달고 공유하는 활동은 팬덤을 형성하였다. 이는 글로벌 확산으로도 이어졌다. 글로벌 서브컬처 시장은 2023년 약 209억 달러 규모였는데, 2031년에는 485억 달러까지 불어날 전망이다.[6] 숫자만 봐도 이 문화가 더 이상 소수의 취향에 머무르지 않다는 걸 알 수 있다.

서브컬처의 주류화 과정 속에서 캐릭터 활용 산업을 발판 삼아 '버추얼(Virtual)'이라는 신산업이 생겨났다. 캐릭터에 대한 지식재산권을 굿즈 판매와 브랜드 협업으로 연결하는 것은 콘텐츠의 상업화를 이루었다. 여기에 3D 모델링과 모션 캡쳐 기술이 더해지고, AI까지 뒷받침 되면서 시각적 표현의 한계가 줄었다. 그 덕분에 이전에는 없던 새로운 형태의 콘텐츠들을 만들어낼 수 있었다.

버추얼 산업을 본격적으로 살펴보기 전에, '버추얼'이라는 말이 지금 콘텐츠 산업에서 어떤 뜻으로 쓰이

[6] 이효정, 하반기에도 서브컬처 열풍 지속...출시 전 담금질 돌입, 경기 신문, 2025.05.29., <https://kgnews.co.kr/mobile/article.html?no=847481>

는지 먼저 짚어볼 필요가 있다. 사전적으로는 '가상의' 혹은 '실질적인'이라는 뜻을 담고 있다. 하지만 이 산업에서 그 뜻은 단순히 컴퓨터 그래픽으로 만든 가상의 결과물만을 가리키지 않는다. 핵심은 기술로 구현된 가상의 형체에 실제 사람의 데이터가 실시간으로 반영된다는 점이다.

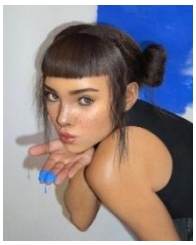
예를 들어, 실제 사람이 센서를 몸에 달고 움직이면 그 동작이 컴퓨터로 전달되어 가상 캐릭터가 똑같이 움직인다. 실제 사람의 목소리와 표정까지도 실시간으로 캐릭터의 얼굴에 입혀진다. 겉모습은 그래픽으로 만든 캐릭터지만 그 안에는 살아있는 사람의 데이터가 흐르고 있는 셈이다. 이 구조가 버추얼의 본질이다. 과거의 캐릭터가 미리 짜여진 시나리오대로만 움직이는 인형 같았다면, 지금의 버추얼은 우리와 실시간으로 대화를 나눌 수 있다. 물리적 제약을 넘어 새로운 정체성을 가질 수 있게 해주는 수단이 된 것이다.

이 개념은 기술이 발전하면서 점점 영역이 넓어졌다. 처음에는 화면 속에서 움직이는 캐릭터에 머물렀지만, 지금은 가상 인플루언서, 버추얼 유튜버(VTuber)로 진화했다. 가상 아이돌도 그 연장선에 있다. 결국 버추얼이란 인간의 상상력으로 만든 캐릭터에 컴퓨터 그래픽 기술과 실제 사람의 움직임 및 목소리가 합쳐진 '디지털 인격체'라 정의할 수 있다.

2.2. 버추얼의 유형

개념의 의미가 넓어짐에 따라 버추얼의 형태는 다양해졌다. 그 유형을 가상 인플루언서, 버추얼 유튜버, 버추얼 아이돌, 가상 아이돌, 보컬로이드 총 5가지로 구분해보았다. 아래 <표1>에서 각 버추얼 유형은 활동 플랫폼, 콘텐츠 운영 방식, 인간의 개입 정도에 따라 차이를 보인다.

<표 1> 버추얼 유형별 특징 (이미지는 사례 순서대로 제시함)

유형	활동 플랫폼	콘텐츠 운영 방식	인간 개입 정도	사례	이미지
가상 인플루언서	SNS	브랜드 광고 협업, 게시물, 영상 AI 기반 콘텐츠	낮음~중간 (기업 제작 및 운영)	릴 미켈라, 로지	 

버추얼 유튜버 및 아이돌	실시간 스트리밍, 음원 및 공연	실시간 방송, 음악, 공연 및 굿즈, 콘서트 확장	높음 (실제 사람이 방송을 진행 및 모션, 보컬활용)	키즈나 아이, 니지산지, 플레이브	  
가상 아이돌	음원 및 공연	캐릭터 세계관 기반 콘텐츠	중간 (기획사, 성우 중심)	메이브, K/DA	 
보컬 로이드	애니메이션, 게임, 음원 및 공연	음성 합성 기술 기반 음악 콘텐츠	낮음~중간 (창작자, 성우 중심)	하츠네 미쿠	

가상 인플루언서는 인스타그램과 같은 SNS 게시물을 중심으로 활동하며 실존 인물과 다름 없는 일상을 공유한다. 주로 광고 모델로서 제작된 콘텐츠를 일방향으로 전달하는 성격이 강하다.

버추얼 유튜버는 유튜브나 치지직, SOOP 플랫폼에서 실시간 방송을 진행한다. 실제 사람이 아바타 뒤에서 모션 캡쳐 장비를 착용하고 실시간으로 시청자와 쌍방향 소통을 나눈다. 혹은 개인이 만든 곡이나 커버곡을 준비하여 온/오프라인으로 콘서트를 개최하기도 한다.

버추얼 아이돌은 실시간 소통 능력 뿐 아니라 가창력과 댄스 실력을 모두 갖춘 실제 아이돌과 유사하다. 플레이브(PLAVE)처럼 실제 사람이 아바타 뒤에서 직접 퍼포먼스를 구현하며 라이브 방송, 음원 발매, 콘서트 개최 등 다양한 활동을 소화한다. K-POP 아이돌의 활동을 가상 공간으로 옮겨온 형태라고 볼 수 있다.

가상 아이돌은 사람의 직접적인 실시간 개입보다는 기획된 세계관과 제작된 콘텐츠에 따라 움직이는 경우가 많다. 메이브(MAVE:)는 카카오와 메타버스 엔터테인먼트의 합작으로 제작된 아이돌이다. 2023년 1월 25일 MBC '쇼!음악중심'에서 데뷔곡 <PANDORA>를 공개하며 정식 데뷔했다.[7] 언리얼 엔진의 고사양 그래픽 기술을 사용하여 시각적 완벽도를 높이고, 뮤직비디오나 무대 영상 중심의 활동을 보여주었다.

보컬로이드는 인간의 목소리를 샘플링하여 만든 음성 합성 소프트웨어이다. 민트 색 양갈래 머리가 특징인 하츠네 미쿠는 2007년 일본의 음악 소프트웨어 제작 업체 크립톤 퓨처 미디어에서 개발하였다. 크립톤 퓨처 미디어는 음성 합성 프로그램을 기초로 성우 후지타 사키의 음성 데이터 기반의 보컬로이드2를 출시했고 이 소프트웨어에 일러스트레이터 KEI가 미소녀 이미지의 캐릭터를 입히면서 하츠네 미쿠가 탄생하게 되었다.[8] 소프트웨어에 가사와 멜로디를 입력하면 하츠네 미쿠가 노래를 부르는 형식이다. 저작권 제한이 없어 사용자가 직접 노래를 만들고 콘텐츠를 생산하는 2차 창작을 통해 생명력을 얻는다.

위의 다양한 유형들에서 알 수 있듯이 새로운 기술은 새로운 개념의 버추얼을 탄생시킨다. 이에 따라 버추얼 휴먼과 버추얼 아바타의 개념을 구분할 필요성도 제기되고 있다.[9] 기존에는 가상 인플루언서와 버추얼 유튜버, 버추얼 아이돌 등을 모두 통틀어 버추얼 휴먼이라고 설명하는 경우가 많았다. 하지만 실제 인간의 개입 정도와 사용 기술에 따라 엄연한 차이가 존재한다. 버추얼 아바타는 실제 사람의 동작과 목소리를 바탕으로 모션 캡처 기술을 활용한다는 특징을 가진다. 반면 버추얼 휴먼은 AI 기술을 중심으로 독립적인 활동이 가능하다. 딥러닝 기술을 통해 실제 사람의 개입 없이 하나의 개체로 존재할 수 있기 때문이다. 이에 따라 두 가지 개념을 명확히 하고자 한다.

버추얼 휴먼이란 가상(Virtual)과 사람(Human)이 결합된 합성어로, 컴퓨터 그래픽 기술로 제작된 가상의 인격을 가진 인물을 의미한다.[10] 버추얼 아바타는 버추얼 휴먼의 특징을 공유하는 새로운 개념의 아바타라고 설명할 수 있다. 여기서 아바타란 분신의 의미를 갖는 산스크리트어 '아바따라(Avataara)'에서 유래한 말로, 가상 세계에서 사용자를 시각화한 분신의 이미지이다.[11] 예를 들어 플레이브, 니지산지, 홀로라이브 사례는 가상의 캐릭터(아바타)에 실제 사람이 실시간으로 움직임과 음성을 구현한다는 점에서 버추얼 아바타의 성격에 가깝다. 반면 AI 기술로 만들어진 로지나 언리얼 엔진 기반인 메이브는 독립적인 가상 캐릭터라는 점에서 버추얼 휴먼으로 분류된다. 따라서 버추얼 산업을 분석할 때는 기술 구조와 인간 개입 정도, 상호작용 방식 등을 함께 고려할 필요가 있다.

---

[7] 정유영, 이혜선, 버추얼 휴먼과 버추얼 아바타의 차이점에 대한 연구 -사용 기술과 사용 상황을 기준으로-, 커뮤니케이션 디자인학연구 제86권, 2024, 56쪽.

[8] 이용수·이철희, 버추얼 휴먼 가수의 기술적 발전 연구, 디지털콘텐츠학회논문지 제24권 제6호, 2023, 1265쪽.

[9] 정유영, 이혜선, 앞의 글, 58쪽.

[10] 백인석, 1인 크리에이터 시장에 부는 새로운 바람, 지금은 '버추얼 유튜버' 시대, 한국콘텐츠진흥원 제8권, 2018, 68-70쪽.

[11] 네이버 지식백과, 대중문화사전, 2023.11.30.,
<https://terms.naver.com/entry.naver?docId=370949&cid=42028&categoryId=42028>

2.3. 버추얼 유튜버 시장의 형성 과정

버추얼 유튜버는 버튜버(VTuber), 버추얼 스트리머, 버추얼 크리에이터 등 다양한 명칭으로 불린다. 본 글에서는 이를 통합하여 '버튜버'라는 용어로 서술하고자 한다. 버튜버의 정의는 가상(Virtual)과 유튜버(Youtuber)의 합성어이다. 컴퓨터 그래픽 기술로 만든 2D 또는 3D 아바타에 모션 캡쳐의 도움을 받아 방송하는 크리에이터를 말한다.[12] 라이브 스트리밍을 통해 일상, 게임, 노래, 춤, ASMR까지 다양한 콘텐츠를 공유한다.

버추얼 스트리밍의 역사는 2016년 키즈나 아이의 데뷔 영상에서 시작된다.[13] 자신을 '버추얼 유튜버'라고 소개하면서 사람들에게 버추얼 유튜버를 개념적으로 인식시켰다.[14] 키즈나 아이를 포함한 1세대 버추얼 스트리머의 급격한 성장에 따라 유사한 형식의 스트리머가 급증하기 시작했다. 특히 버추얼 기업 니지산지와 홀로라이브는 장시간 생방송 스트리밍을 주력 콘텐츠로 많은 팬들을 모을 수 있었다. 나아가 일본뿐 아니라 북미, 한국 등 다양한 나라의 버튜버 양성에 힘쓰고 있다.[15]



<그림 1> 키즈나 아이 유튜브 데뷔 영상[13]

버튜버는 Live2D, 3D 모델링, 모션 캡처 기술 발전에 더불어 함께 성장하였다. 실시간으로 사람의 움직임과 표정을 가상 캐릭터에 반영할 수 있게 되면서 시청자와의 상호작용 질이 상승했기 때문이다. 그 형성 과정 안에서 코로나 19 펜데믹 기간을 거친다. 비대면 활동이 증가하면서 온라인 중심의 여가활동과 실시간 스트리밍 소비가 버튜버 문화의 발판이 되어준 셈이다. 특히 10대와 20대를 중심으로 가상 공간에서의 소통과 가상 캐릭터 기반 콘텐츠 소비가 자연스럽게 받아들여지기 시작했다.[16] 캐나다 토론토 대학 연구진은 미국 카네기 멜론 대학 등의 연구자들과 협력하여 '실제 인간보다 귀여운 인터넷 방송인'(More Kawaii

---

[12] 조종학, 차세대 브이튜버가 콘텐츠에 미치는 영향: 유튜버 및 브이튜버의 평점비교를 중심으로, 한국디자인리서치학회논문지 제4권 제2호, 2019, 174쪽.

[13] Kizuna AI - A.I. Channel, 【자기소개】처음 뵙겠습니다! 키즈나 아이입니다, YouTube, 2016.12.01., <https://www.youtube.com/watch?v=NasyGUeNMTs>

[14] 이용설, 송승근, 메타버스 기술을 적용한 버추얼 스트리밍 서비스 동향 분석과 전망, 한국콘텐츠학회논문지, 제23권 제1호, 2023, 329쪽.

[15] 이용설, 송승근, 위의 글, 330쪽.

[16] 곽기욱, 세상 밖으로 나온 '버튜버', 급부상 원인과 앞으로의 전망은?, KISO 저널 제53호, 2023, 42쪽.

than a Real-Person Live Streamer)이라는 보고서를 냈다.[17] 이 보고서에서는 시청자들이 버튜버 방송을 보게 되는 동기는 '재미', '스트레스 해소', '다른 친구와 함께 보기 위해' 등 일반 인터넷 방송을 보는 이유와 별 다르지 않다고 나타났다.

3. 버추얼 유튜버 시장의 성장 동력 요인

3.1. 기술적 요인

버튜버 시장이 폭발적으로 성장할 수 있었던 배경에는 실시간 렌더링과 모션 캡쳐 기술이 있다. 과거의 3D 콘텐츠는 기술력이 부족한 탓에 한 장면을 구현하는 데 많은 시간이 걸렸다. 그러나 현재는 언리얼 엔진이나 유니티와 같은 게임 엔진이 발전하여 실시간으로도 큰 제약 없이 3D 아바타 방송이 가능해졌다. 이러한 기술 발전은 사람이 움직이는 즉시 아바타가 똑같이 반응함에 따라 버추얼 캐릭터의 표현력과 현실감을 크게 향상시켰다.[18]

실시간 기술은 시청자가 가상의 존재를 자연스럽게 받아들이는데 중요한 역할을 한다. 특히 얼굴 인식(Facial Tracking) 기술은 사용자의 표정변화를 즉각적으로 아바타에 반영한다. 또한 코로나가 발생한 2020년 이후 2021년을 기점으로 2022년까지 엔터테인먼트 분야로 기존 메타버스 플랫폼에 활용되었던 AR, VR, XR 등의 기술력이 확산되었고, 메타버스 기반으로 아바타 관련 이슈 및 담론이 형성되었다.[19]

이러한 기술 확장은 음악 및 공연 분야로도 이어지며 새로운 가능성을 제시하고 있다. VR 기술을 활용한 공연 연구에서는 VR이 실제 공연장에 있는 듯한 현장감을 주고, 관객의 몰입을 높일 수 있다고 보았다.[20] VR 기반 공연이 지리적 제약을 완화하며 글로벌 환경에서 콘텐츠 접근성을 높이는 역할을 수행할 수 있음을 의미한다.

한편 제작 환경 측면에서도 변화가 나타났다. 과거에는 고가의 모션캡처 장비와 전문 스튜디오가 필요했기 때문에 버튜버 방송을 시작하는 데 많은 비용이 들었다. 하지만 최근에는 스마트폰에 제공하는 얼굴 인식 프로그램(VSeeFace)만으로도 기본적인 아바타 움직임 구현이 가능해지면서 비교적 적은 비용으로 방송을 시작할 수 있게 되었다.[21] 이에 따른 진입장벽이 크게 낮아지면서 개인 크리에이터의 증가와 시장 확대에도 영향을 주었다.

---

[17] Zhicong Lu 외, More Kawaii than a Real-Person Live Streamer: Understanding How the Otaku Community Engages with and Perceives Virtual YouTubers, *CHI '21: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems Article No.137*, 2021, 5-6쪽.

[18] 현장기록자, 실시간 모션 캡처의 진화, 제34회 KOBA 박람회 현장기록, YouTube Shorts, 2026.05.13., <https://www.youtube.com/shorts/V7FIapGeiUA>

[19] 황재윤, 황서이, 엔터테인먼트 분야에서 'Metaverse'와 'Virtual Human'의 사회적 담론 변화 연구, 디지털콘텐츠학회논문지 제23권 제12호, 2022, 2443쪽.

[20] 요초군, 김현태, VR을 통한 대중음악 공연 특성이 관객 몰입을 통한 관람의도에 미치는 영향 연구: 관여도의 조절효과를 중심으로, 문화산업연구 제24권 제3호, 2024, 232쪽.

[21] VSeeFace 공식 홈페이지, <https://www.vseeface.icu/>



<그림 2> 풀트래커 사용 예시[22]



<그림 3> 버튜버 방송 장비[23]



<그림 4> 모션캡쳐 촬영[24]



<그림 5> 페이셜 트래킹[25]

3.2. 팬덤의 심리적 요인

기술이 버튜버 시장의 기반을 만들었다면 팬덤은 그 시장을 실제로 움직이는 강력한 에너지가 되었다. 버튜버 팬덤의 가장 큰 특징은 시청자가 콘텐츠를 소비하는 것에서 끝나지 않고, 방송에 직접 참여하며 관계를 형성한다는 점이다. 라이브 스트리밍 환경에서 이루어지는 빈번한 상호작용은 팬들에게 강한 현장감을 제공하고 이는 일반적인 연예인 팬덤보다 더 높은 친밀감과 정서적 연결로 이어진다. 버튜버를 단순한 캐릭터가 아닌 자신과 지속적으로 소통하는 존재로 인식하게 되고, 이러한 경험은 온라인 커뮤니티의 결속력을 강화하는 기반이 된다.

라이브 스트리밍의 효용에 관한 연구에서는 방송인의 재현인 아바타가 커뮤니티를 모으기 위한 표상의

---

[22] ThrillSeeker, The BEST VR Full Body Tracker - TUNDRA TRACKER Review, YouTube, 2021.12.12., <https://www.youtube.com/watch?v=bohzJkvHHqc>

[23] 한류월, Instagram 게시물, 2024.09.15., <https://www.instagram.com/p/DIyd5K7zBWb/?hl=es>

[24] 이엠피, 메타버스 아바타를 만드는 과정, 모션캡쳐 액터 촬영 현장, 네이버 블로그, 2022.02.03., <https://m.blog.naver.com/empstudio/222637914815?recommendCode=2&recommendTrackingCode=2>

[25] EPIC GAMES, 온라인 강좌: Faceware Analyzer 및 Retargeter를 통한 메타휴먼 페이셜 애니메이션 제작, UNREAL ENGINE, 2022.11.22., <https://www.unrealengine.com/blog/online-course-metahuman-facial-animation-with-faceware-analyzer-and-retargeter?lang=ko>

역할을 한다고 밝혔다.[26] 온라인 커뮤니티를 이용하는 사용자층의 정체성 역시 관심의 집합으로 이루어진 아바타와 다름없음을 밝혔다. 이를 통해 친밀감이나 밀접함은 기술적 요소만으로는 달성될 수 없고, 소속감을 성립시키는 데는 '타인의 관심'과 '자신의 관심'이 유사해야 함을 알 수 있다.

버추얼 캐릭터가 가진 독특한 설정과 세계관 또한 팬들의 몰입을 강화하는 중요한 요소로 작용한다. 팬들은 가상의 아바타와 그 내부의 연기자를 구분해서 인식하기도 하지만, 실제 소통 과정에서는 하나의 인격체처럼 받아들여 감정을 이입한다.[27] 현실 인물보다 더욱 선명한 캐릭터성을 가진 버튜버에게 강한 애착을 느끼는 것이다. 서사는 팬들이 버튜버의 성장 과정을 함께 지켜보고 응원하도록 만든다.

3.2.1. 분석 방법 및 대상

본 연구에서 팬덤의 심리적 요인은 라이브 스트리밍에서 버튜버에 대한 팬들의 반응과 팬덤 내부의 공감대를 의미한다. 이에 대한 분석 데이터로 라이브 스트리밍의 실시간 채팅과 댓글을 활용하였다. 버튜버 시장에서 중요한 팬덤을 단순하게 시청자 수를 통해 확인 할 수도 있지만, 시청자 수가 팬심으로 직결되는 경우는 수십 수백만 명의 구독자 수를 보유한 상위권의 버튜버에 해당된다. 실제로 유튜브의 플레이보드 차트에 따르면 라이브 도중 생기는 후원은 시청자 수가 상대적으로 적음에도 더 많은 후원을 받는 경우가 존재한다. 따라서 시장의 성장 과정을 표면적인 수치 비교가 아닌, 팬들의 감정 표현과 결속력 같은 심리적 반응을 통해 분석해보고자 하였다.

분석 방법은 텍스트 마이닝 기법을 사용하였다. 많은 양의 채팅과 댓글에서 자주 등장하는 단어의 패턴을 분석하는 방법이다. 실시간 채팅은 웹사이트 자동화 도구인 Selenium 코드를 활용해 추출하였다. 일반 댓글은 유튜브 정보를 프로그램으로 가져오는 공식 데이터 인터페이스 Youtube Data API를 활용해 수집하였다. 이 과정에서 사용한 파이썬 코드는 생성형 AI의 도움을 받아 작성하였다.

분석 대상 첫 번째는 홀로라이브 소속 가우르 구라(Gawr Gura)의 2025년 마지막 유튜브 라이브 방송 실시간 채팅을 추출하였다. 가우르 구라는 구독자 464만명을 보유한 플레이보드 V-Tuber 전세계 구독자 순위 1위이다. 두 번째로 키즈나 아이(Kizuna Ai)의 2022년 마지막 유튜브 라이브 방송 댓글을 수집하였다. 키즈나 아이는 버튜버의 시초이며 버튜버라는 새로운 길을 개척한 선도자이다. 해당 라이브는 실시간 채팅을 제공하지 않아 첫 번째 분석 대상과 달리 26년 5월까지 등록된 댓글을 활용하였다. 두 라이브의 공통점은 모두 마지막(졸업) 방송이라는 점에 집중하여 그동안 쌓아온 버튜버와 팬들의 친밀감이 어떻게 드러나는지 살펴보았다. 또한 라이브 당시 팬들의 반응과 라이브 이후의 팬들의 반응을 비교해보았다.

3.2.2. 가우르 구라

'가우르 구라' 라이브 방송의 경우 Selenium 코드를 이용하였다. 간단히 설명하면 가장 조회수가 높았던 23분 30초부터 이후 1분 동안의 채팅 메시지를 수집한다. 수집된 채팅 수를 초 단위로 정리하고 peak 구간을 추출한다. 이후 수집된 데이터를 워드 클라우드와 그래프로 시각화한다. 아래 <그림 7>이 수집 결과를 워드 클라우드로 나타낸 것이다.

아래 <그림6>은 라이브 방송에서 가장 조회 수가 높았던 구간에서부터 1분 동안 수집한 실시간 채팅 데이터를 초 단위로 시각화한 그래프이다. x축은 시간(초)이고 y축은 해당 초에 수집된 채팅 수를 뜻한다. 빨

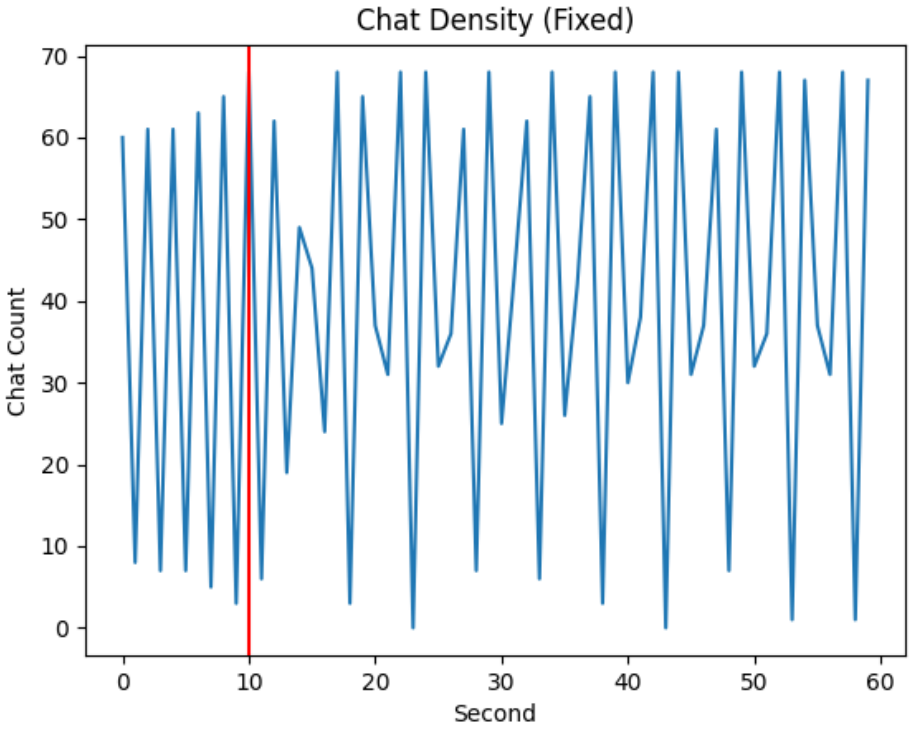
[26] 신명수, 라이브 스트리밍 효용 연구: : 온라인 커뮤니티와의 유사성을 중심으로, 연세대학교 대학원 국내석사학위논문, 2022, 95쪽.

[27] 박류빈 외, 버추얼 아이돌의 이중 주체성과 팬덤의 선택적 애착, 과학기술학연구 제26권 제1호, 2026, 73-74쪽.

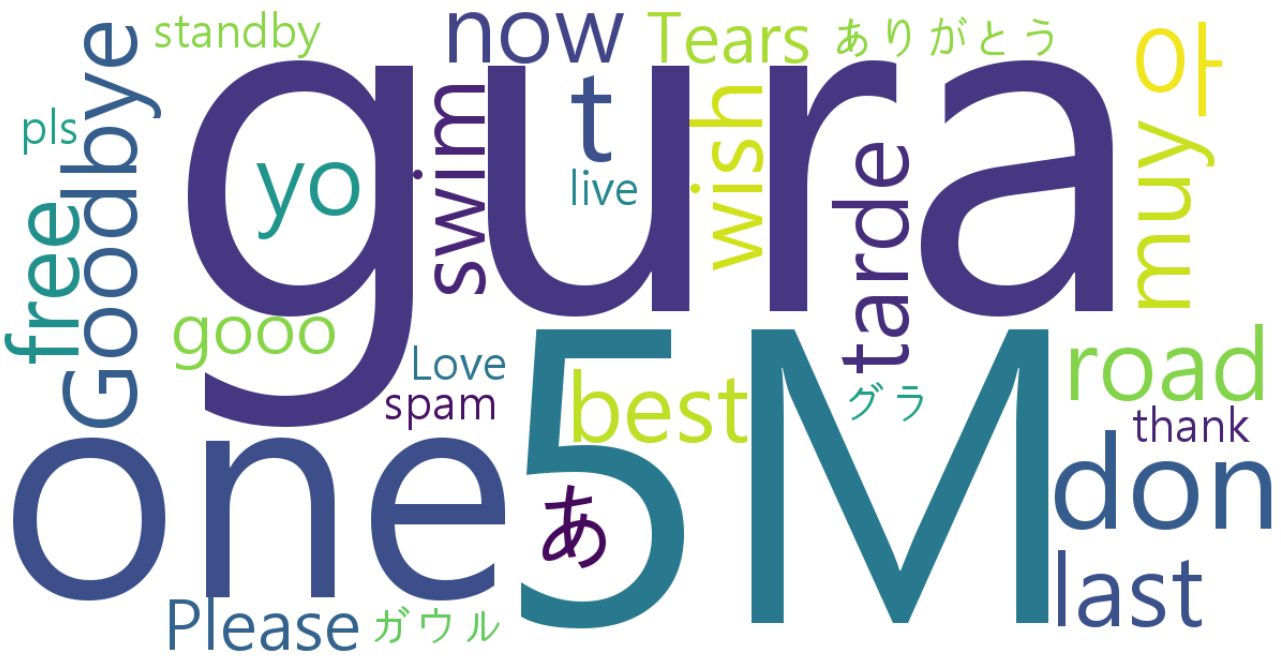
간 세로선은 채팅수가 가장 많이 몰린 peak 지점이다. 분석 결과 peak 지점은 10초로 나타났으며 이는 수집 시작 이후 약 10초 지점에서 채팅 반응이 가장 집중되었음을 의미한다.

채팅 반응은 한 순간에만 급격히 증가하는 형태보다는 증가했다가 다시 감소하는 모습이 반복적으로 나타났다. 이는 라이브 방송에서 팬들이 특정 장면이나 대사에 동시에 반응했다가 흥미가 줄어들면 다시 채팅량이 감소하고 새로운 포인트가 등장하면 또다시 급증하기 때문이다. 즉 실시간 채팅은 일정하게 이어지기보다 특정 순간에 반응이 집중된다는 특징을 가진다.

또한 <그림 7>의 워드 클라우드는 peak 지점을 기준으로 전후 10초 범위의 채팅 데이터를 활용해 생성하였다. 따라서 워드 클라우드에 나타난 단어들은 전체 채팅 빈도가 아니라 팬들의 반응이 가장 강하게 나타난 순간의 표현들이라고 볼 수 있다.



<그림 6> 1분 동안 수집한 실시간 채팅수를 초 단위로 기록한 그래프



<그림 7> 워드 클라우드로 시각화한 '가우르 구라' 라이브 방송 실시간 채팅

워드 클라우드에서 가장 크게 나타난 단어는 gura, one, 5M, freebye, Goodbye, best 등이다. 이 단어들에는 마지막 방송 당시 팬들의 반응을 보여준다.

<그림6>에서 우선 가장 크게 보이는 gura는 채널의 중심인물인 가우르 구라(Gawr Gura) 자체에 대한 높은 관심을 드러난다. 팬들은 콘텐츠의 내용뿐 아니라 버튜버 아바타와 인물에 강하게 반응하고 있으며, 이는 버튜버 산업에서 캐릭터가 중요한 소비 대상이라는 점을 강조한다. 가상 캐릭터와 팬덤의 심리적 유대감에 관한 연구에 따르면 팬들은 가상 캐릭터에게도 정서적 친밀감과 애착을 형성할 수 있다.[28] 따라서 반복적으로 나타난 'gura'라는 호칭 역시 팬들이 버튜버 캐릭터 자체에 애착과 관심을 가지고 있었음을 알 수 있다.

마지막 방송 당시에 팬들의 반응은 Goodbye, last, Tears, thank, best, ありがとう(고마워)에서 드러난다. 특히 Goodbye, last, Tears(눈물 이모티콘이 텍스트 형태로 변환된 것)는 마지막 방송에 대한 아쉬움이나 슬픔의 감정이 집단적으로 공유되었음을 의미한다. 또한 thank, best, ありがとう(고마워)는 5년 동안 방송을 진행해온 가우르 구라에 대한 감사 인사로 해석된다.

standby, now는 팬들이 라이브의 같은 장면을 실시간으로 함께 경험하고 있었음을 보여준다. 팬들은 방송을 각자 소비하는 것이 아니다. 카운트다운과 같은 특정 순간에 동시에 반응하며 서로 반응을 주고 받는다. 공유된 경험(shared experience)에 관한 연구에 따르면 사람들은 같은 순간을 함께 경험하고 감정을 공유하는 과정에서 서로의 감정을 인식하고 연결감과 공감대를 형성하게 된다.[29] 새해 카운트다운처럼 많은 사람들이 동시에 참여하고 시작을 기다리는 표현은 몰입과 집단적 열광을 드러낸다. 따라서 실시간 반응은 버튜버와 팬들 사이의 소속감을 높이는 요소로 작용할 수 있다.

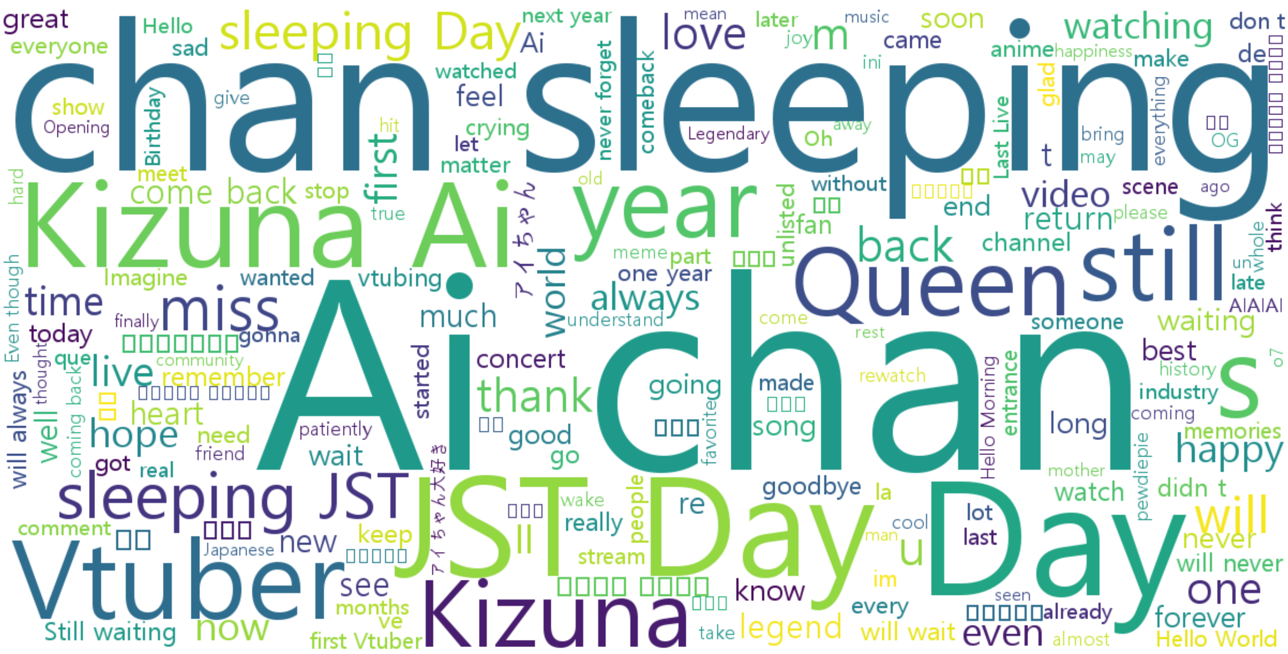
또한 gura 다음으로 가장 큰 영역을 차지하고 있는 '5M'은 숫자를 의미하는 것이 아니라 팬덤 내의 상징적 표현이다. 'Myth 5 Members'를 뜻하는 말로, 가우르 구라의 소속 유닛인 Myth는 원래 5명이었는데

[28] Jiahui Liu, "Virtual Presence, Real Connections: Exploring the Role of Parasocial Relationships in Virtual Idol Fan Community Participation," Global Media and China, 제10권 제4호, 2025, 494쪽.

[29] David William Drewery, Perceived Emotional Synchrony in Virtual Watch Parties, University of Waterloo 박사학위논문, 2022, 13-14쪽.

활동했던 멤버들이 졸업하더라도 영원히 5명으로 기억하겠다는 팬들의 의식이 담겨있다. 즉 팬들은 특정 그룹의 역사와 관계성을 공유하고 있다. 이러한 집단적 기억 형성은 버튜버 팬덤의 유대감을 보여주는 사례이다.

3.2.2. 키즈나 아이



<그림 8> 워드 클라우드로 시각화 한 키즈나 아이의 라이브 영상 댓글

'키즈나 아이'의 라이브 방송은 실시간 채팅과 달리 댓글 데이터를 활용하였다. 키즈나 아이를 분석 대상으로 선정한 이유는 버튜버의 시작을 대표하는 인물이라는 점에서 상징성이 크기 때문이다. 또한 해당 영상은 장기간 축적된 팬들의 반응을 살펴볼 수 있다는 특징을 가진다. 댓글 데이터를 활용하면 팬들이 방송 직후 남긴 반응뿐 아니라 시간이 지난 이후에도 어떤 감정을 유지하고 있는지 확인할 수 있다. 이는 유튜브 API 코드를 활용해 댓글 데이터를 수집하였으며, 인기순으로 총 1,000개의 댓글을 분석 대상으로 사용하였다.

위 <그림 8>을 보면 Kizuna, Ai, chan, sleeping, Day 단어가 반복적으로 나타났다. Kizuna, Ai, chan과 같은 호칭 기반 단어는 가우르 구라의 경우와 마찬가지로 팬덤 내 친밀한 호칭을 보여준다. 또한 sleeping, Day는 졸업 이후의 상황을 언급한 것으로, "Day 1 after graduation"과 같이 졸업 후 경과 시간을 기록하는 형태의 댓글도 관찰되었다.

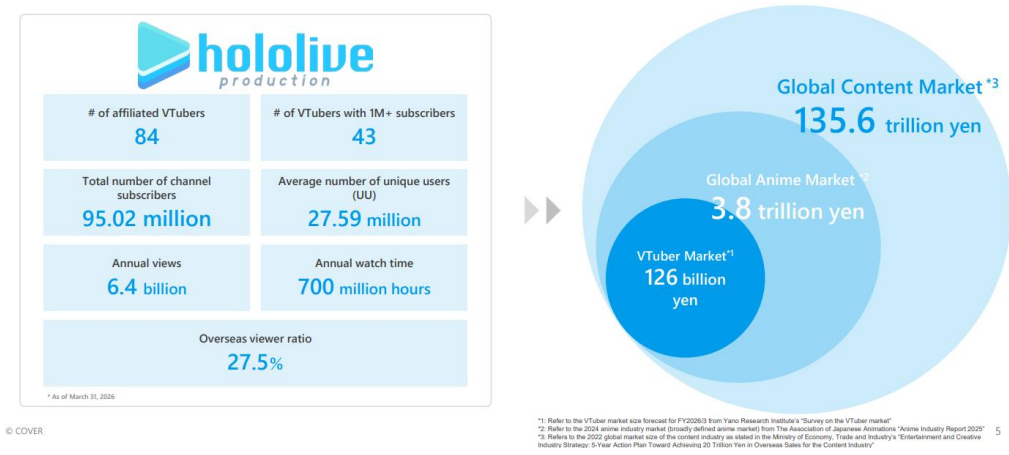
이외의 댓글에서는 happy, sad, crying, thank, good, miss, Still waiting, return, back 등의 표현이 반복적으로 나타났다. 감사와 아쉬움의 감정 표현에 더하여 이 중에서도 miss, back, Still과 같은 기다림의 표현이 더 크게 보였다. 이처럼 마지막 방송 직후 좋아하는 버튜버가 떠나도 팬들의 반응은 멈추지 않았다. 팬들은 많은 시간이 지난 후에도 댓글을 통해 키즈나 아이를 추억하면서 기다리고 있었다.

이러한 결과는 가우르 구라의 실시간 채팅과 비교했을 때 차이가 존재한다. 가우르 구라의 라이브 채팅은 마지막 방송을 함께 지켜보는 순간의 즉각적인 반응과 아쉬움이 중심이었다면, 키즈나 아이의 댓글은 졸업 이후에도 계속 이어지는 기억과 기다림의 반응이 강하게 나타났다. 특히 Still waiting, return, back과 같은 표현에서는 언젠가 다시 돌아오기를 바라는 팬들의 기대를 확인할 수 있었다. 이는 두 사례가 모두 마지막 방송이라는 공통점을 가지고 있기 때문이다. 오랜 시간 함께 활동을 지켜본 팬들은 댓글을 통해

버튜버와의 관계를 기억하고 감정을 공유하고 있었다. 이는 버튜버와 팬들 사이에 형성된 친밀감이 방송 종료 직후에도 오랫동안 유지될 수 있음을 보여주는 사례이다. 즉 지속적인 관심과 팬덤 내부의 유대감은 이후 팬들의 소비 활동으로 이어지며 버튜버 시장 성장의 중요한 기반이 된다.

4. 버추얼 유튜버 시장의 수익 구조

버추얼 기업의 수익 구조는 국내 엔터테인먼트 기업과 흡사하다. 콘서트 및 이벤트, 굿즈 판매, 콜라보 등 아이돌이 매출을 올리고 있는 영역이 동일하다. 차이가 있다면 버튜버는 스트리밍이 수익의 큰 영역을 차지하고, 버추얼 캐릭터 판권 사업(라이선스 사업)이 가능하다는 점이다. 수익 구조를 두 가지 측면으로 나누어 살펴보기 전에 먼저 커버(홀로라이브)의 2026년 5월 14일 기준 실적 발표 자료를 예시로 분석하고자 한다.[30]



<그림 9> 왼쪽은 홀로라이브의 현재 규모, 오른쪽은 시장 규모 비교[30]

<그림 9>의 왼쪽을 순서대로 살펴보면 소속 버튜버는 84명, 이중에서도 100만 이상의 구독자를 보유한 버튜버는 43명이다. 소속 버튜버의 구독자를 모두 합친 수는 약 9,502만 명으로, 약 5억 명의 유튜브 구독자 수로 1위를 기록하고 있는 미스터 비스트 채널의 5분의 1 수준이다. 오른쪽 원들은 시장 규모를 비교한 것이다. 버튜버 시장은 1260억 엔으로 전체 글로벌 콘텐츠 시장 135.6조 엔에 비해 아직 작지만, 더 나아가 글로벌 콘텐츠 산업으로 확장될 가능성을 보여주는 자료이다.

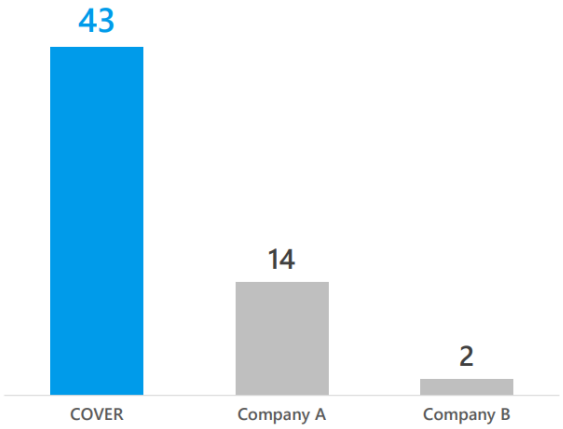
[30] COVER Corporation, Materials for Growth Opportunities and Strategies, 2026.05.14., 5, 7, 29쪽.

VTuber Channel Subscriber Rankings

No	Name	Number of Subscribers
1	Houshou Marine	4,330,000
2	Kizuna AI	3,090,000
3	Hoshimachi Suisei	2,870,000
4	Usada Pekora	2,770,000
5	Kobo Kanaeru	2,750,000
6	Shirakami Fubuki	2,650,000
7	Mori Calliope	2,610,000
8	Sakura Miko	2,430,000
9	Akemi Nekomachi	2,410,000
10	Shigure Ui	2,270,000

* Aggregate number of subscribers as of March 31, 2026, among currently active VTubers (Source: User Local)

Number of VTubers with 1 million or more subscribers



* As of April 30, 2026

© COVER

<그림 10> 홀로라이브 버튜버 채널 구독자 순위[30]

<그림 10>에서 왼쪽 표의 파란 색에 해당하는 버튜버는 홀로라이브 소속으로 졸업(은퇴)한 버튜버들을 제외한 구독자 순위 보여준다. 1위인 호쇼 마린은 버튜버의 시초 키즈나 아이를 넘어섰고, 많은 구독자 수를 보유한 상위권 버튜버의 대부분은 홀로라이브가 차지하고 있다. 오른쪽 그래프는 100만 이상의 구독자를 달성한 버튜버 수를 뜻한다. 홀로라이브는 43명으로 다른 버추얼 기업들과 비교하여 확연히 높은 수치를 보여준다. 즉 구독자 수만 보아도 홀로라이브는 버추얼 시장에서 큰 영향력을 미치고 있음을 알 수 있다.

Service Category	Sales (MM JPY)			Related KPI (YoY)				Recent Changes
	FY2025/3	FY2026/3	YoY	KPI	FY2025/3	FY2026/3	YoY	
Streaming/Content	9,323	9,137	-2.0%	Average number of monthly UU (10 thousand)	2,792	2,759	-1%	• We are currently promoting foundation building to support the sustainability of talent value in response to changes in the business environment • The content foundation continues to strengthen due to factors such as the rise of new generation units
				Total number of videos	119,000	150,000	+25%	
Concerts/Events	7,793	9,247	+18.7%	Number of visitors *1	520,000	450,000	-14%	• In FY2026/3, the concert mix has prioritized the development of new and overseas talent compared to previous fiscal years; as a result, attendance has decreased in the short term • Meanwhile, revenue diversification is progressing through the secondary use of live concert assets, such as streaming sites and Blu-ray sales
				Number of concerts*1	15	17	+13%	
Merchandising	20,539	23,747	+15.6%	Total number of shipments (10 thousand) *2	300	240	-20%	• EC shipments are in a short-term adjustment phase against the backdrop of tariff risks associated with changes in U.S. trade policy • Conversely, we continue to achieve growth through diversification by promoting EC sales region expansion, strengthening domestic retail channels, and expanding our TCG (Trading Card Game) business
				Total number of TCG shipment (million pcs)	Approx.10	Approx.21	+110%	
				Retail sales(100 million) *3	Approx.29	Approx.37	+27%	
Licensing/Collaborations	5,744	7,198	+25.3%	Number of companies	Approx.370	Approx.500	+35%	• Transaction volume and scale both domestically and internationally have expanded due to the strengthening of our sales system. • We have successfully achieved both revenue growth and the enhancement of talent brand value through large-scale tie-ups

*1: Aggregate of live performances hosted by the Company
*2: Aggregate of shipped items excluding digital goods
*3: Sales scale outside of EC, including official physical stores (excluding TCG). Based on retail price

© COVER

<그림 11> 커버의 버튜버 사업 운영 방식을 서비스 분야별로 정리한 표[30]

<그림 11>은 가장 중요한 수익 구조를 보여주는 자료이다. 커버의 경우 서비스 카테고리는 스트리밍/콘텐츠, 콘서트/이벤트, 굿즈 사업, 라이선스/협업으로 크게 4가지로 나뉜다.

첫 번째 스트리밍/콘텐츠는 버튜버 라이브 방송 중 발생하는 수익 분야로 여기에는 유튜브 방송, 광고 수익, 후원, 멤버십, 영상 콘텐츠가 포함된다. 매출이 25년 93억 엔에서 26년 91억 엔으로 감소했지만 총 영상 수는 15만으로 증가하였다. 이는 스트리밍의 성장이 둔화되었지만 콘텐츠 생산은 늘어나고 있다는 뜻

이다.

두 번째 콘서트/이벤트는 오프라인 공연과 행사 수익으로 버추얼 콘서트, 팬미팅, 오프라인 행사를 진행한다. 77억 엔에서 92억 엔으로 매출이 증가했고 콘서트 횟수 또한 17회로 늘리며 해외 공연을 확대하고 있다.

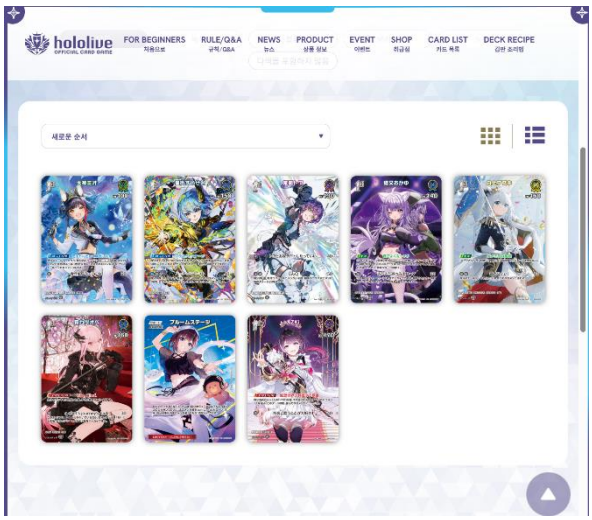
세 번째로 굿즈 사업은 현재 매출에서 가장 큰 부분을 차지한다. 굿즈는 피규어, 아크릴 스탠드, 의류, 앨범, TCG(버튜버 일러스트가 들어간 카드 상품) 등 종류가 다양하다. 매출이 205억 엔에서 237억 엔으로 증가함은 굿즈 중심으로 팬덤의 소비 활동이 확장되고 있음을 뜻한다. TCG 판매량은 2배 이상 늘어나며 버튜버는 온라인에서만 소비하는 대상이 아닌 오프라인에서도 소비 가능한 캐릭터 콘텐츠로 변화하고 있다.



<그림 12> 가우르 구라 피규어[31]



<그림 13> 홀로라이브 공식 샵 아크릴 스탠드 상품[32]



[31] HeroTime, DESIGN COCO 1/7 홀로라이브 English Myth 가우르 구라 상품 페이지, 2026.05.29. 접속, <https://m.herotime.co.kr/product/design-coco-17-%ED%99%80%EB%A1%9C%EB%9D%BC%EC%9D%B4%EB%B8%8C-english-myth-%EA%B0%80%EC%9A%B0%EB%A5%B4-%EA%B5%AC%EB%9D%BC/54518/>

[32] hololive production OFFICIAL SHOP 상품 목록, 2026.05.29. 접속, <https://shop.hololivepro.com/collections/all?filter.v.m.custom.product_type=%E3%82%A2%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%AB%E3%82%B9%E3%82%BF%E3%83%B3%E3%83%89%E3%83%BB%E3%82%A2%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%AB%E3%83%91%E3%83%8D%E3%83%AB&sort_by=manual&usf_sort=r>

<그림 14> 홀로라이브 공식 카드게임 홈페이지[33]

네 번째 라이선스/협업은 브랜드 콜라보, 게임 협업, 광고 모델, 카페 콜라보 등 다른 기업에서 버튜버 캐릭터를 사용하는 것이다. 매출 증가율이 25.3%로 가장 높고 협업 기업수도 500으로 증가하였다. 이는 캐릭터 자체에 대한 가치가 커지고 있다는 의미이고, 방송인을 넘어 하나의 브랜드로 활용된다.

종합적으로 보면 스트리밍은 버튜버에게 있어 근본적으로 중요한 영역이다. 하지만 최근에는 콘서트, 굿즈, 협업으로 사업 비중이 커지고 있다. 이에 따라 아래에서는 후원, 굿즈 판매, 오프라인 공연, 브랜드 협업의 구체적인 사례를 살펴보고자 한다.

4.1. 직접수익 모델: 시청자 후원

버튜버의 주요 수익원은 라이브 중 생기는 팬들의 후원이다. 광고 수익과 달리 좋아하는 버튜버를 직접 응원하고 지지하는 마음이 후원 행동으로 이어진다. 대표적인 사례로 슈퍼챗이 있는데, 유튜브 통계 분석 플랫폼인 플레이보드 차트를 활용하여 V-Tuber 슈퍼챗 순위를 정리하였다.

4.1.1. 국내 사례

국내의 경우 플레이브는 정기적으로 라이브 방송을 하면서 팬덤 '플리(PLLI)'와 가깝게 소통한다. 이 과정에서 받는 슈퍼챗과 유튜브 멤버십 가입은 기업 운영의 든든한 바탕이 된다. 특히 방송 중 팬들의 요청을 즉시 반영해주는 '참여형 소비' 방식은 팬들의 반응 또한 콘텐츠의 일부로 작용하게 된다. 직접적인 몰입을 유도함으로써 팬들은 자발적으로 큰 금액을 후원한다. 플레이보드 슈퍼챗 통계에 따르면 플레이브 유튜브 채널은 약 2억 원 가까이의 후원 수익을 기록하였다.[34]

4.1.2. 해외 사례

세계 시장에서는 일본의 큰 회사인 니지산지와 홀로라이브가 슈퍼챗 시장을 꽉 잡고 있다. 플레이보드 V-Tuber 차트에 따르면 전 세계 유튜브 슈퍼챗 상위권 채널은 두 일본 기업이 차지하고 있다. 홀로라이브 '우루하 루시아'는 2021년 연간 20억 원이 넘는 슈퍼챗을 기록했다. 뿐만 아니라 슈퍼챗 10억 원이 넘는 상위 9위까지의 채널은 모두 홀로라이브 소속이었다. 이처럼 글로벌 팬들의 화력은 직접 수익으로 바로 연결되는 큰 영향력을 가진다고 볼 수 있다. 아래 <표2>의 플레이보드에서 2020년부터 집계된 슈퍼챗 총액을 보면 그 영향력을 가늠해볼 수 있다. 니지산지의 회사인 애니컬러(ANYCOLOR Inc.) 2025년 전체 매출은 약 428억 엔으로 1년 전보다 34% 성장하며 돈을 잘 벌고 있음을 증명했다.[35] 커버(Cover Corp)의 홀로

[33] hololive OFFICIAL CARD GAME, Card List, 2026.05.30. 접속,
<https://shop.hololivepro.com/collections/all?filter.v.m.custom.product_type=%E3%82%A2%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%AB%E3%82%B9%E3%82%BF%E3%83%B3%E3%83%89%E3%83%BB%E3%82%A2%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%AB%E3%83%91%E3%83%8D%E3%83%AB&sort_by=manual>

[34] Playboard, 플레이브 채널 통계 검색, 2026.05.11. 접속,
<https://playboard.co/search?q=%ED%94%8C%EB%A0%88%EC%9D%B4%EB%B8%8C>

[35] StockAnalysis, Anycolor (TYO:5032) Revenue, 2026.05.11. 접속,

라이브 역시 2025년 기준 매출 434억 엔을 넘기며 거대한 팬덤 경제를 만들었다.[36]

<표 2> 플레이보드 V-Tuber 전세계 슈퍼챗 총액 순위 TOP 6 (26년 5월 10일 기준)

순위	채널	소속	슈퍼챗 수입
1	Rushia Ch. 潤羽るしあ	홀로라이브	₩4,802,049,827
2	Pekora Ch. 兎田ぺこら	홀로라이브	₩4,734,272,769
3	Marine Ch. 宝鐘マリン	홀로라이브	₩4,478,756,755
4	Coco Ch. 桐生ココ	홀로라이브	₩4,319,237,818
5	Kanata Ch. 天音かなた	홀로라이브	₩3,956,514,182
6	Kuzuha Channel	니지산지	₩3,914,769,251

4.2. 간접수익 모델: 굿즈 판매와 오프라인 공연

최근 버튜버 산업의 수익 구조는 방송 후원과 함께 아바타 캐릭터를 활용한 상품 판매와 공연 같은 부가 사업을 통해 수익 구조를 확대하고 있다. 이는 방송은 팬을 모으는 통로이고 실제 수익은 캐릭터의 확장성에서 나온다는 변화를 보여준다.

4.2.1. 국내 사례

플레이브는 처음 온라인에서 형성된 인기를 오프라인 활동으로도 이어가고 있다. 이들은 세 장의 앨범이 연속으로 100만 장 이상 판매 기록하며 음반 시장에 성과를 올렸다.[37] 또한 굿즈 판매와 고척스카이돔 단독 콘서트를 통해 수익 범위를 넓혀가고 있다.[38] 한편 스텔라이브는 캐릭터를 활용한 상품 판매 전략을 적극적으로 이용 중이다. 소속 버튜버 각각의 개성이 담긴 생일 굿즈, 페스티벌 굿즈, 앨범 등 다양한 상품을

<https://stockanalysis.com/quote/tyo/5032/revenue/?utm>

[36] 홀로 라이브, 커버 CEO의 타니고 씨가 탤런트 졸업에 대해 코멘트, GameBusiness.jp, 2025.05.14., <https://www.gamebusiness.jp/article/2025/05/14/24246.html?utm>

[37] 이선명, 플레이브 초동 '125만장' 가요계 판도 뒤집었다, 스포츠경향, 2026.04.21., <https://sports.khan.co.kr/article/202604211032003#ENT>

[38] 김수정, 체조 매진시킨 플레이브, 다음 콘서트는 고척돔, 노컷 뉴스, 2025.08.18., <https://www.nocutnews.co.kr/news/6386167>

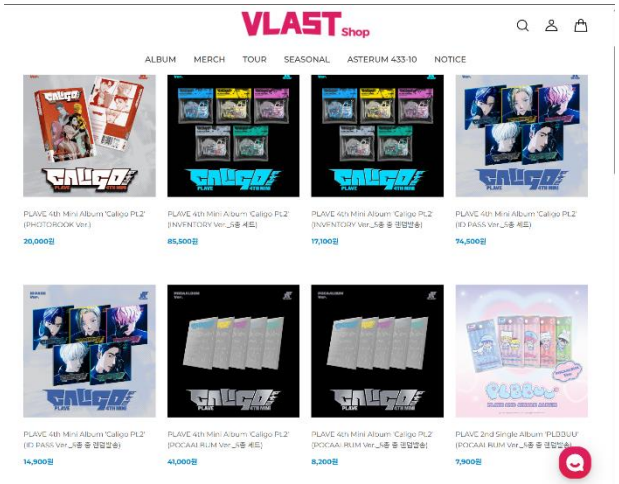
판매하고 있다. 버튜버 캐릭터는 다양한 표현이 가능해 팬들에게 색다른 상품 경험을 제공한다.[39]



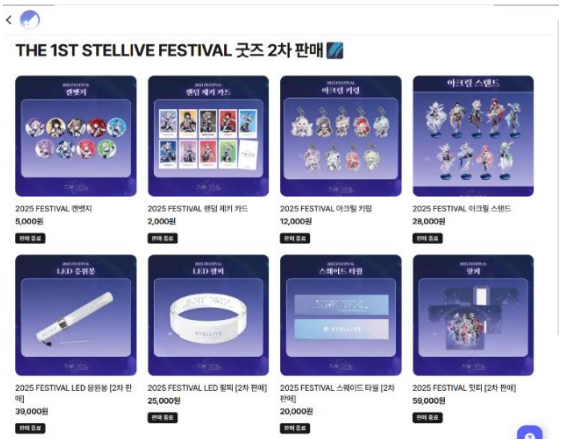
<그림 15> 2025 플레이브 아시아 투어 포스터[40]

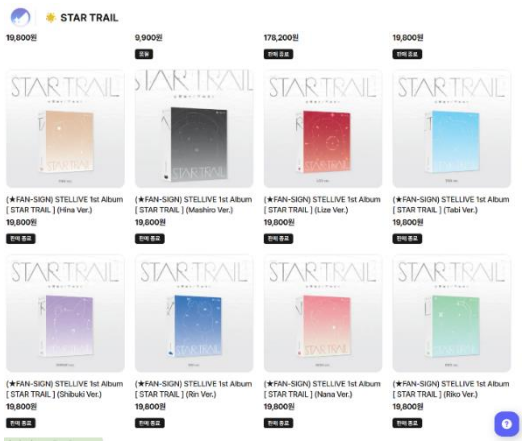


<그림 16> 체조경기장 플레이브 아시아 투어[38]



<그림 17> 블래스트 공식샵 앨범[41]





[39] 아웃사이더, 스텔라이브, '2025 STELLIVE FESTIVAL STAR TRAIL' 현장 MD 공개… 응원봉부터 아크릴 스탠드까지 총 출동, 2025.12.09., <https://www.kmjournal.net/news/articleView.html?idxno=6059>

[40] NOL interpark 티켓, 2025 PLAVE Asia Tour [DASH: Quantum Leap] in Japan], <https://tickets.interpark.com/goods/25013511>

[41] VLAST SHOP, 2026.05.21. 접속, <https://vlastshop.com/?srsltid=AfmBOoqcJkqxem_Os9uPCwsXKgiw9xC5i-izjcGHpjDzdnuuIVyiDx7e>

<그림 18> 스텔라이브 공식 스토어 (좌) 1차 페스티벌 굿즈, (우) STAR TRAIL 멤버 버전별 앨범[42]

4.2.2. 해외 사례

일본의 홀로라이브 운영사는 최근 발표를 통해 수익 구조가 질적으로 바뀌고 있음을 직접 말했다. 예전처럼 후원금에만 매달리는 구조에서 벗어나 콘서트나 캐릭터 판권 사업 그리고 굿즈 매출의 비중이 훨씬 커지고 있다. 애니메이션 같은 캐릭터 디자인을 활용한 피규어나 옷 그리고 생활용품 등은 핵심 수익원이 되었다. 큰 공연장에서 여는 콘서트는 팬들에게 실제 같은 느낌을 주는 동시에 티켓과 현장 물건 판매로 엄청난 수익을 올린다.



<그림 19> 홀로라이브 7주년 페스티벌 키비주얼[43]





[42] 스텔라이브, 공식 굿즈 판매 페이지(Fanding Store), 2026.05.21. 접속, <https://fanding.kr/@stellive/shop>

[43] COVER Corporation, hololive SUPER EXPO 2026 & hololive 7th fes. Ridin' on Dreams 공식 홈페이지, <https://hololivesuperexpo.hololivepro.com/2026/en/fes/>

<그림 20> 홀로라이브 호쇼 마린 피규어화[44] <그림 21> 홀로라이브 캠퍼스 페스티벌 MD LIST 일부[45]

4.3. 브랜드 협업 및 광고

버튜버는 이제 단순한 제작자를 넘어 기업의 강력한 홍보 수단이 되었다. 국내외를 가리지 않고 게임 회사와의 협력은 물론 패스트푸드점 그리고 편의점 등 유통 업체와 손을 잡는 일이 활발하다.



<그림 22> 니지산지 버튜버 살로메 X KFC 콜라보[46]



<그림 23> 스텔라이브 X 쿠크다스 콜라보[47]



<그림 24> 홀로라이브 X 로손 편의점 콜라보[48]

---

[44] MAX FACTORY CHANNEL, 【ホロライブ】スケール 宝鐘マリン 予約開始🏴【hololive】, YouTube, 2021.11.25., <https://www.youtube.com/watch?v=yI_Teu2aMbc>

[45] 홀로라이브 프로덕션X팬딩, [홀로라이브 캠퍼스 페스티벌 in Korea] MD LIST 공개!, 2024.05.08., <https://fanding.kr/en/@hololivexfandingevent/post/79893/>

[46] KFC Japan(@KFC_jp), X 게시물, 2023.12.14., <https://x.com/KFC_jp/status/1735223122473947644>

[47] 김윤, 스텔라이브X쿠크다스 콜라보, 2차 판매 10월 30일 시작, 톱셀럽, 2025.10.16., <https://www.topcelev.co.kr/news/articleView.html?idxno=2923>

[48] Lawson, 홀로라이브 캠페인 공식 페이지, Lawson 연구소, <https://www.lawson.co.jp/lab/campaign/hololive/>

이런 협력은 단순한 광고 모델을 넘어 버튜버의 세계관 안에 브랜드의 특징을 자연스럽게 녹여내는 방식으로 발전하고 있다. 이는 기업 입장에서 팬들에게 거부감 없이 다가갈 수 있는 좋은 방법이 되며 버튜버 산업 쪽에서는 수익을 안정적으로 확보하고 대중에게 이름을 알리는 서로 도움 되는 효과를 준다. 결국 이런 다양한 수익 모델은 팬들의 정서적 몰입이 경제적 가치로 연결되는 버추얼 경제의 완성된 모습을 보여준다.

5. 버추얼 유튜버 시장의 향후 방향성

버튜버 시장은 진입 장벽이 낮아지면서 누구나 쉽게 도전해볼 수 있게 되었다. 그 결과 버튜버 수와 콘텐츠 공급이 크게 늘어나고 있다. 하지만 비슷한 캐릭터 디자인이나 콘텐츠 형식이 반복되면서 시장 경쟁은 더욱 치열해지고 있다. 현재 버튜버 시장은 플레이보드 구독자 차트에서 알 수 있듯이 니지산지, 홀로라이브와 같은 대형 회사를 중심으로 큰 팬덤이 형성되는 한편, 새로운 채널들이 계속 등장하면서 팬층이 여러 곳으로 나뉘고 있다.[49] 결국 시장 참여자 증가에 따른 콘텐츠 유사화와 팬덤 분산이 동시에 일어나면서 버튜버 산업은 포화 상태에 가까워지고 있다.

이에 따라 기업들은 기술력뿐 아니라 팬들이 직접 참여하고 즐길 수 있는 경험을 제공하는 것에 주목하고 있다. 영상 보는 것에 그치지 않고 팬들이 캐릭터를 가까이서 경험할 수 있는 기회를 제공하는 것이다. 이러한 전략은 크게 서사 중심의 스토리텔링과 오프라인 경험의 확장으로 나눌 수 있다.

5.1. 독자적인 세계관 설정

버튜버는 가상 캐릭터를 넘어 자신만의 세계관과 서사를 가진 독자적인 콘텐츠로 발전하고 있다. 캐릭터의 설정과 성장 과정, 캐릭터가 속한 멤버들 간의 관계성은 팬들이 콘텐츠에 더 몰입하도록 만든다. 방송을 시청하는 팬들은 캐릭터의 활동을 함께 따라가며 친밀감을 느끼게 된다. 이러한 스토리텔링 전략은 팬들의 관심과 충성도를 오래 유지하는 데 중요한 역할을 한다.

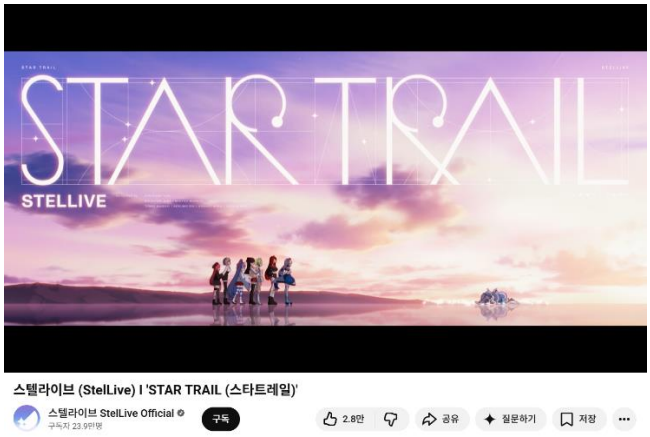
국내 버추얼 아이돌 그룹 스텔라이브가 공개한 'STAR TRAIL' 프로젝트도 그룹의 세계관을 보여주는 사례이다.[50] 이 프로젝트는 2025년 12월에 진행된 스텔라이브 단체 콘서트와 연결되는데, 콘서트에서 먼저 공개된 오리지널 곡을 통해 팬들에게 그룹의 방향성과 서사를 보여주었다. 이 오리지널 곡은 반년이 지난 26년 5월에 음원으로 발매됨과 동시에 스텔라이브의 이야기를 담은 유튜브 뮤직비디오 영상도 함께 공개하였다.[51] 해당 영상은 공개 10일만에 조회수 100만회를 달성하였다. 팬들은 '기다렸던 순간'이라고 반응하며 단지 새로운 곡을 듣는 경험이 아니라, 서사를 통해 이미 공유되었던 감정을 다시 이어가는 경험을 하게 된다. 즉 차곡차곡 쌓아 올린 세계관과 스토리텔링은 팬들과의 관계를 강화하고 다른 그룹과 차별화되는 중요한 전략이 될 수 있다.

---

[49] Playboard, Most Subscribed V-Tuber Channels in Worldwide - All-time, 2026.05.29. 접속, <https://playboard.co/youtube-ranking/most-subscribed-v-tuber-channels-in-worldwide-total>

[50] 신주백, 스텔라이브 'STAR TRAIL' 티저 공개… 공연의 감동, 음원으로 이어진다, KMJ, 2026.05.03., <https://www.kmjournal.net/news/articleView.html?idxno=10929>

[51] 스텔라이브 StelLive Official, 스텔라이브 (StelLive) I 'STAR TRAIL (스타트레일)', YouTube, 2026.05.08., <https://www.youtube.com/watch?v=v094-E3Pmtk>





<그림 25> 스텔라이브 공식 채널 (좌) STAR TRAIL 뮤직비디오 (우) 음원 표지[51]

5.2. 오프라인으로 확장

버튜버 산업은 온라인 활동에만 머무르지 않고 현실 공간으로도 계속 확장되고 있다. 팝업스토어와 굿즈 판매, 오프라인 콘서트 같은 활동을 통해 팬들에게 온라인을 넘어선 새로운 경험을 제공한다. 온라인에서만 보던 캐릭터를 현실 공간에서 직접 체험하고 소비할 수 있게 되었다. 특히 최근에는 버추얼 아이돌 공연이 하나의 새로운 콘서트 문화로 자리잡고 있다. 버추얼 아이돌 공연에 대한 연구에 따르면 새로운 형식의 공연이나 특별한 장소에서의 공연 경험이 시청자 태도에 영향을 미치는 중요한 요소임을 밝혔다. 또한 공연 이후 SNS나 커뮤니티에서 다른 팬들과 경험을 공유하는 활동 역시 공연 만족도와 팬덤 유지에 영향을 주는 것으로 나타났다.[52] 온라인 방송에서 오프라인 공연과 체험 공간으로의 확장은 팬들의 참여 범위를 넓혀 주었다.

홀로라이브는 26년 1월 일본 도쿄역 팝업스토어에서 도쿄역을 홀로라이브 테마로 꾸미고 버튜버 캐릭터 등신대를 전시하였다. 뿐만 아니라 <그림 26>처럼 여기에 팬들이 직접 메시지를 남길 수 있는 참여형 이벤트를 진행하였다.[53] 또한 홀로라이브는 일본에만 국한되지 않고 시드니, 홍콩, 뉴욕, 서울<그림 27> 등 다양한 나라에서 3D 콘서트 월드 투어를 하고 있다. <그림 28>에서 니지산지는 26년 2월 일본 애니메이트와 콜라보를 통해 전국 매장에서 8주년 페어를 개최하고, 매장에서 버튜버 일러스트가 프린트 된 쿠키와 엽서를 판매하였다.[54] <그림 29>의 25년 서울팝콘에서 진행한 니지산지 팬미팅은 좋아하는 버튜버를 1대1로 만날 수 있는 기회를 제공해주었다.[55] 이처럼 앞으로의 버튜버 산업은 팬들이 직접 참여하고 함께 즐길 수 있는 방향으로 변화하며, 팬들과 얼마나 긴밀한 관계를 유지할 수 있느냐가 중요한 경쟁 요소가 될 것이다.

---

[52] 황서이, 기찬, 앞의 글, 2284쪽.

[53] COVER Corporation, hololive production OFFICIAL POP-UP SHOP to Open in Tokyo Station's First Avenue!, <https://hololive.hololivepro.com/en/events/popup-2601/>

[54] animate, にじさんじ 8th Anniversary フェア in animate, 2026.01.15., <https://www.animate-onlineshop.jp/contents/fair_event/detail.php?id=114334>

[55] Seoul POPCON, [2025 서울팝콘] NIJISANJI Meet&Greet 신청 안내 (8/30~9/2), 2025.08.30., <https://seoulpopcon.org/notice/?bmode=view&idx=167507447>



<그림 26> 홀로라이브 팝업스토어 팬 참여 이벤트[56]



<그림 27> 25년 서울 킨텍스 3D 콘서트[57]



<그림 28> 니지산지 8주년 페어 애니메이트 콜라보[54]



<그림 29> 서울팝콘 개최 니지산지 팬미팅[55]

6. 결론 및 시사점

본 연구는 기술 발전과 팬덤을 바탕으로 버추얼 유튜버 시장의 성장 과정을 살펴보았다. 모션 캡처와 실시간 렌더링 기술의 발전은 버추얼이 새로운 콘텐츠 산업으로 성장하는 기반이 되어주었다. 이후 실시간 스트리밍과 팬들의 적극적인 참여를 바탕으로 시장 규모가 확대되었다. 가우르 구라와 키즈나 아이의 사례에서 팬들은 버튜버와 지속적으로 소통하며 친밀감과 유대감을 형성하고 있었고, 이러한 관계는 후원과 굿즈 구매, 콘서트 참여 같은 다양한 소비 활동으로 이어졌다. 특히 버튜버 시장이 팬들과의 굳건한 관계를 기반으로 성장하고 있다는 것은 감사와 아쉬움, 기다림의 반응이 드러난 마지막 방송에서 확인되었다. 또한 버튜버 기업의 후원, 콘서트, 굿즈, 콜라보와 같은 수익 구조를 통한 캐릭터 콘텐츠 확장의 중요성을 강조하였다. 즉 버추얼 기업의 정체성은 '버튜버를 운영하는 회사'를 넘어 '캐릭터를 활용한 새로운 콘텐츠를 창출하는 기업'으로 발전하고 있다. 버튜버 역시 인터넷 방송인에 머무르지 않고, 각자의 캐릭터 개성을 살려 새로운 문화 콘텐츠를 이끌고 있다.

더불어 경쟁이 심화된 현재의 버튜버 시장에서는 차별화된 세계관과 스토리텔링, 참여 중심 전략인 오프라인 공연과 팝업스토어가 더욱 중요한 영역이 되었다. 이 과정에서 팬들은 시청자에서 능동적인 소비자로

---

[56] hololive English, 【#holoPopLA】hololive English official pop-up store in Los Angeles Recap【#hololiveEN】, YouTube, 2025.02.21., <https://www.youtube.com/watch?v=7HWXoNOSZCw>

[57] COVER Corporation, hololive STAGE World Tour '25 -Synchronize!-, <https://hololive.hololivepro.com/en/events/hololivestage25/>

서 역할을 하고 있다. 이러한 팬덤 중심 구조는 버튜버 시장 성장의 핵심 요소로 자리잡았다. 뿐만 아니라 새로운 기술과 콘텐츠가 등장하면서 버튜버 시장은 빠르게 변화하고 있기 때문에, 앞으로는 인공지능 기술이 버튜버와 팬덤의 관계에 어떤 변화를 가져올지에 대한 추가 연구가 필요하다.

본 연구에서는 버튜버와 팬의 관계를 중심으로 수익 구조를 알아보았다. 하지만 향후에는 보이지 않는 곳에서 버튜버의 뒤를 지원해주는 제작 인력과 노동 환경에 대한 논의도 함께 이루어질 필요가 있다. 버추얼 캐릭터의 움직임과 표정, 방송 관리, 공연 연출, 상품 기획 등은 모두 여러 스태프들의 노력을 통해 만들어진다. 그러나 시청자는 주로 화면 속 캐릭터와 결과에만 집중하기 때문에 이러한 작업 과정은 잘 드러나지 않는다. 따라서 앞으로는 버튜버 콘텐츠가 어떤 노동 환경에서 운영되는지에 대한 연구도 중요한 과제가 될 것으로 보인다.

참고 문헌

곽기욱, 세상 밖으로 나온 '버튜버', 급부상 원인과 앞으로의 전망은?, KISO 저널, 제53호, 2023, 40-43쪽.

박류빈 외, 버추얼 아이돌의 이중 주체성과 팬덤의 선택적 애착, 과학기술학연구, 제26권 제1호, 2026, 46-79쪽.

백인석, 1인 크리에이터 시장에 부는 새로운 바람, 지금은 '버추얼 유튜버' 시대, 한국콘텐츠진흥원, 제8권, 2018, 68-70쪽.

신명수, 라이브 스트리밍 효용 연구: 온라인 커뮤니티와의 유사성을 중심으로, 연세대학교 대학원 국내석사학위논문, 2022.

요초군, 김현태, VR을 통한 대중음악 공연 특성이 관객 몰입을 통한 관람의도에 미치는 영향 연구 : 관여도의 조절효과를 중심으로, 문화산업연구, 제24권 제3호, 2024, 225-234쪽.

이용설, 송승근, 메타버스 기술을 적용한 버추얼 스트리밍 서비스 동향 분석과 전망, 한국콘텐츠학회논문지, 제23권 제1호, 2023, 324-333쪽.

이용수, 이철희, 버추얼 휴먼 가수의 기술적 발전 연구, 디지털콘텐츠학회논문지, 제24권 제6호, 2023, 1261-1271쪽.

정유영, 이혜선, 버추얼 휴먼과 버추얼 아바타의 차이점에 대한 연구 -사용 기술과 사용 상황을 기준으로-, 커뮤니케이션디자인학연구, 제86권, 2024, 50-60쪽.

조종학, 차세대 브이튜버가 콘텐츠에 미치는 영향: 유튜버 및 브이튜버의 평점비교를 중심으로, 한국디자인리서치학회논문지, 제4권 제2호, 2019, 173-182쪽.

황재윤, 황서이, 엔터테인먼트 분야에서 'Metaverse'와 'Virtual Human'의 사회적 담론 변화 연구, 디지털콘텐츠학회논문지, 제23권 제12호, 2022, 2435-2444쪽.

ANYCOLOR Inc., Financial Results for the Nine Months Ended January 31, 2026, 2026.03.11., 1-8쪽.

Drewery, David William, Perceived Emotional Synchrony in Virtual Watch Parties, University of Waterloo 박사학위논문, 2022, 1-151.

Liu, Jiahui, Virtual Presence, Real Connections: Exploring the Role of Parasocial Relationships in Virtual Idol Fan Community Participation, Global Media and China, 제10권 제4호, 2025, 490-511.

Lu, Zhicong 외, More Kawaii than a Real-Person Live Streamer: Understanding How the Otaku Community Engages with and Perceives Virtual YouTubers, CHI '21: CHI Conference on Human Factors in Computing Systems, 2021, 1-14.

김경진, 「팔로워 300만명, 연수입 130억..'릴 미켈라'도 인간 아니다」, 중앙일보, 2021.07.07., <https://v.daum.net/v/knspW7J6df?f=p&utm>

김수정, 체조 매진시킨 플레이브, 다음 콘서트는 고척돔, 노컷 뉴스, 2025.08.18., <https://www.nocutnews.co.kr/news/6386167>

김윤, 스텔라이브X쿠크다스 콜라보, 2차 판매 10월 30일 시작, 톱셀럽, 2025.10.16., <https://www.topcelev.co.kr/news/articleView.html?idxno=2923>

네이버 지식백과, 대중문화사전, 2023.11.30., <https://terms.naver.com/entry.naver?docId=370949&cid=42028&categoryId=42028>

스텔라이브, 공식 굿즈 판매 페이지(Fanding Store), 2026.05.21. 접속, <https://fanding.kr/@stellive/shop>

스텔라이브 StelLive Official, 스텔라이브 (StelLive) I 'STAR TRAIL (스타트레일)', YouTube, 2026.05.08., <https://www.youtube.com/watch?v=v094-E3Pmtk>

신주백, 스텔라이브 ‘STAR TRAIL’ 티저 공개… 공연의 감동, 음원으로 이어진다, KMJ, 2026.05.03., <https://www.kmjournal.net/news/articleView.html?idxno=10929>
아웃사이더, 스텔라이브, ‘2025 STELLIVE FESTIVAL STAR TRAIL’ 현장 MD 공개… 응원봉부터 아크릴 스탠드까지 총 출동, 2025.12.09., <https://www.kmjournal.net/news/articleView.html?idxno=6059>
이선명, 플레이브 초동 ‘125만장’ 가요계 판도 뒤집었다, 스포츠경향, 2026.04.21., <https://sports.khan.co.kr/article/202604211032003#ENT>
이선목,「올해만 15억원 번 ‘거물 신인’ 로지…“韓 간판 ‘가상 엔터社’ 목표”」, 조선비즈, 2021.12.16., <https://cbiz.chosun.com/svc/bulletin/bulletin_art.html?contid=2021121600547&utm>
이엠피, 메타버스 아바타를 만드는 과정, 모션캡쳐 액터 촬영 현장, 네이버 블로그, 2022.02.03., <https://m.blog.naver.com/empstudio/222637914815?recommendCode=2&recommendTrackingCode=2>
이효정, 하반기에도 서브컬처 열풍 지속…출시 전 담금질 돌입, 경기신문, 2025.05.29., <https://kgnews.co.kr/mobile/article.html?no=847481>
한류월, Instagram 게시물, 2024.09.15., <https://www.instagram.com/p/DIyd5K7zBWb/?hl=es>
현장기록자, 실시간 모션 캡처의 진화, 제34회 KOBA 박람회 현장기록, YouTube Shorts, 2026.05.13., <https://www.youtube.com/shorts/V7FIapGeiUA>
홀로 라이브, 커버 CEO의 타니고 씨가 탤런트 졸업에 대해 코멘트, GameBusiness.jp, 2025.05.14., <https://www.gamebusiness.jp/article/2025/05/14/24246.html?utm>
홀로라이브 프로덕션X팬딩, [홀로라이브 캠퍼스 페스티벌 in Korea] MD LIST 공개!, 2024.05.08., <https://fanding.kr/en/@hololivexfandingevent/post/79893/>
animate, にじさんじ 8th Anniversary フェア in animate, 2026.01.15., <https://www.animate-onlineshop.jp/contents/fair_event/detail.php?id=114334>
COVER Corporation, hololive production OFFICIAL POP-UP SHOP to Open in Tokyo Station’s First Avenue!, <https://hololive.hololivepro.com/en/events/popup-2601/>
COVER Corporation, hololive STAGE World Tour ’25 -Synchronize!-, <https://hololive.hololivepro.com/en/events/hololivestage25/>
COVER Corporation, hololive SUPER EXPO 2026 & hololive 7th fes. Ridin' on Dreams 공식 홈페이지, <https://hololivesuperexpo.hololivepro.com/2026/en/fes/>
EPIC GAMES, 온라인 강좌: Faceware Analyzer 및 Retargeter를 통한 메타휴먼 페이셜 애니메이션 제작, UNREAL ENGINE, 2022.11.22., <https://www.unrealengine.com/blog/online-course-metahuman-facial-animation-with-faceware-analyzer-and-retargeter?lang=ko>
Gawr Gura Ch. Hololive-EN,【Graduation 3D Mini Live - Gawr Gura】, YouTube, 2025.05.01., <https://www.youtube.com/watch?v=EAdh6m3E3UI>
HeroTime, DESIGN COCO 1/7 홀로라이브 English Myth 가우르 구라 상품 페이지, <https://m.herotime.co.kr/product/design-coco-17-%ED%99%80%EB%A1%9C%EB%9D%BC%EC%9D%B4%EB%B8%8C-english-myth-%EA%B0%80%EC%9A%B0%EB%A5%B4-%EA%B5%AC%EB%9D%BC/54518/>
hololive English,【#holoPopLA】hololive English official pop-up store in Los Angeles Recap【#hololiveEN】, YouTube, 2025.02.21., <https://www.youtube.com/watch?v=7HWXoNOSZCw>
hololive production OFFICIAL SHOP 상품 목록, <https://shop.hololivepro.com/collections/all?filter.v.m.custom.product_type=%E3%82%A2%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%AB%E3%82%B9%E3%82%BF%E3%83%B3%E3%83%89%E3%83%BB%E3%82%A2%E3%82%AF%E3%83%AA%E3%83%AB%E3%83%91%E3%83%8D%E3%83%AB&

sort_by=manual&usf_sort=r>
KFC Japan(@KFC_jp), X 게시물, 2023.12.14., <https://x.com/KFC_jp/status/1735223122473947644>
Intel Market Research, Vtuber (Virtual YouTuber) Market Growth Analysis, Dynamics, Key Players and Innovations, Outlook and Forecast 2026-2032, Intel Market Research, 2026.01.05., <https://www.intelmarketresearch.com/vtuber-market-21856>
Kizuna AI - A.I. Channel, Kizuna AI The Last Live "hello, world 2022", YouTube, 2022.02.26., <https://www.youtube.com/watch?v=GTa2HxIsBPM&list=LL&index=10&t=5101s>
Kizuna AI - A.I. Channel, 【자기소개】처음 뵙겠습니다! 키즈나 아이입니다, YouTube, 2016.12.01., <https://www.youtube.com/watch?v=NasyGUeNMTs>
Lawson, 홀로라이브 캠페인 공식 페이지, Lawson 연구소, <https://www.lawson.co.jp/lab/campaign/hololive/>
MAX FACTORY CHANNEL, 【ホロライブ】スケール 宝鐘マリン 予約開始🏴【hololive】, YouTube, 2021.11.25., <https://www.youtube.com/watch?v=yI_Teu2aMbc>
NOL interpark 티켓, 2025 PLAVE Asia Tour [DASH: Quantum Leap] in Japan, 2026.05.31. 접속, <https://tickets.interpark.com/goods/25013511>
Playboard, Most Subscribed V-Tuber Channels in Worldwide - All-time, 2026.05.29. 접속, <https://playboard.co/youtube-ranking/most-subscribed-v-tuber-channels-in-worldwide-total>
Playboard, 플레이브 채널 통계 검색, 2026.05.11. 접속, <https://playboard.co/search?q=%ED%94%8C%EB%A0%88%EC%9D%B4%EB%B8%8C>
Reddit, Gawr Gura Graduation Livestream Viewership, 2026. 05. 28. 접속, <https://www.reddit.com/r/HoloStatistics/comments/1kbvu64/gawr_gura_graduation_livestream_viewership/?solution=df6f7cdd1adc5f33df6f7cdd1adc5f33&js_challenge=1&token=7afd7253fec22262ff1c52b1703fe9ec191773eae96312cb68b1e9afa4de6a51&jsc_orig_r=&utm>
Seoul POPCON, [2025 서울팝콘] NIJISANJI Meet&Greet 신청 안내 (8/30~9/2), 2025.08.30., <https://seoulpopcon.org/notice/?bmode=view&idx=167507447>
StockAnalysis, Anycolor (TYO:5032) Revenue, 2026.05.11. 접속, <https://stockanalysis.com/quote/tyo/5032/revenue/?utm>
VLAST SHOP, 2026.05.31. 접속, <https://vlastshop.com/?srsltid=AfmBOoqcJkqxem_Os9uPCwsXKgiw9xC5i-izjcGHpjDzdnuuIVyiDx7e>
ThrillSeeker, The BEST VR Full Body Tracker - TUNDRA TRACKER Review, YouTube, 2021.12.12., <https://www.youtube.com/watch?v=bohzJkvHHqc>

배속 소비 습관과 대학생의 '팝콘 브레인' 현상 실태 연구

목차

1. 서론
    1.1 연구 배경 및 목적
    1.2 연구 방법

2. 팝콘 브레인과 배속·요약 소비 이해
    2.1 팝콘 브레인의 정의와 특징
    2.2 배속·요약 소비가 인지 능력에 미치는 영향

3. 빨라지는 미디어 소비 문화
    3.1 디지털 환경과 정보 과잉
    3.2 배속·요약 콘텐츠 소비의 확산
    3.3 빠른 소비 방식이 사용자의 태도에 준 변화

4. 배속 소비 습관에 관한 설문조사 분석 결과
    4.1 연구 설계 및 응답자 특성
    4.2 설문 조사 결과 및 분석
        4.2.1 배속·요약 콘텐츠 이용 실태
        4.2.2 몰입도 및 정서적 반응 변화

5. 논의 및 결론
    5.1 연구 결과 해석 및 팝콘 브레인 연관성
    5.2 시사점 및 제언

참고문헌

부록

1. 서론

1.1 연구 배경 및 목적

최근 대학교들 사이에서 콘텐츠를 소비하는 속도가 빠르게 변화하고 있다. 예전에는 드라마 한 편이나 유튜브 영상을 처음부터 끝까지 자연스럽게 시청하는 것이 일반적이었다면, 최근에는 주변에서 "1.5배속은 기본이다", "요약본만 봐도 내용이 이해된다."라는 말을 쉽게 들을 수 있다. 실제로 온라인 강의를 들을 때도 시간을 아끼기 위해 배속 기능을 사용하는 경우가 많고, 긴 영화나 예능프로그램 역시 몇 분짜리 요약 영상으로 대신 소비하는 문화가 익숙해지고 있다.

실제로 2024년 연합뉴스 기사에서 인용한 오픈서베이 조사결과에 따르면 숏폼 콘텐츠 이용률은 2022년 56.5%에서 2023년 68.9%, 2024년에는 82.7%까지 증가한 것으로 나타났다. 불과 몇 년 사이에 짧고 빠른 콘텐츠 소비가 급격히 확산된 것이다. 주변 친구들 역시 "긴 영상은 지루해서 못 보겠다", "핵심만 빨리 알고 싶다"라는 반응을 자주 보였다.[1]

배속 시청과 요약 콘텐츠 활용 자체를 문제로만 볼 필요는 없다. 대학생들은 과제, 시험, 대외활동 등으로 제한된 시간 안에 많은 정보를 처리해야 한다. 이런 상황에서 배속 기능이나 요약 콘텐츠는 학습 시간을 줄이고 필요한 내용을 빠르게 파악하는 데 도움이 된다. 이미 학습한 내용을 다시 확인하는 과정이라면 처음부터 끝까지 같은 내용을 반복해서 볼 이유도 크지 않다. 따라서 배속 시청과 요약 콘텐츠는 효율적인 학습 도구로 활용될 수 있다.

다만 문제는 이 과정에서 내용이 만들어지는 흐름보다 결과만 기억하게 된다는 점이다. 예를 들어 경제학 시험에서 시장균형의 정의는 외웠지만 수요와 공급이 어떤 과정을 거쳐 균형점에 도달하는지는 설명하지 못하는 경우가 있다. 통계학에서도 회귀분석 결과표는 해석할 수 있지만 평균, 분산, 상관관계가 왜 필요한지는 제대로 이해하지 못하는 사례가 나타난다. 필요한 정보만 빠르게 확인하는 데에는 도움이 되지만, 대학 수업에서 요구하는 개념 이해와 사고 과정까지 대신해 주지는 못하기 때문에 배속 시청과 요약 콘텐츠는 보조 수단으로 활용할 필요가 있으며, 이를 학습의 중심으로 삼는 것은 한계가 있다고 판단된다.

이러한 문제의식은 최근 숏폼 콘텐츠 연구에서도 확인된다. 하은아·김현아(2025)는 틱톡 숏폼 영상 19,084건을 분석한 결과 영상 길이가 길어질수록 사용자 반응이 감소하는 경향을 확인하였다. 이는 이용자들이 짧고 즉각적인 자극에 더 적극적으로 반응하고 있음을 보여준다.[2]

---

[1] 김현수, "10명 중 8명은 숏폼 시청 경험…유튜브쇼츠 가장 많아", 연합뉴스, 2024년 11월 18일, https://www.yna.co.kr/view/AKR20241118118000017

[2] 하은아, 김현아. (2025). 숏폼 콘텐츠의 감성·행동 지표 분석을 통한 몰입 및 집중 패턴 도출 연구. 디지털콘텐

학습 분야에서도 비슷한 결과가 보고되고 있다. 김시현(2024)은 숏폼 미디어 중독이 20대 청년의 학업 집중력과 주의집중력 저하에 영향을 미친다고 보고하였다.[3] 이지수·이성은·박인우(2025) 역시 대학생 400명을 대상으로 한 연구에서 숏폼 과의존이 학습몰입과 학업성취도를 낮춘다고 분석하였다.[4]

기존 연구들은 숏폼 콘텐츠 이용이나 스마트폰 중독과 같은 개별 행동을 중심으로 논의를 전개한 경우가 많았다. 그러나 실제 대학생들의 미디어 이용 환경은 훨씬 복합적이다. 배속 시청, 구간 건너뛰기, 영상 요약본, AI 요약 서비스가 동시에 활용되고 있으며, 각각의 행동을 분리해서 설명하기 어려운 경우도 많다.

따라서 본 연구에서는 대학생들의 빠른 속도 중심 미디어 소비 습관을 직접 조사하고, 이러한 소비 방식이 집중력과 콘텐츠 몰입 경험에 어떠한 변화를 가져오는지를 살펴보고자 한다. 또한 학생들이 자신의 미디어 소비습관을 성찰하여 건강한 미디어 이용 문화를 형성하는데 도움이 되고자 한다.

1.2 연구 방법

본 연구는 목적을 달성하기 위해 문헌연구법과 질문지법을 병행하여 사용하였다.

먼저 문헌연구법을 통해 팝콘 브레인의 개념과 특성을 정리하였다. 그리고 배속·요약 소비가 뇌 및 집중력에 미치는 영향에 관한 국내외 선행연구들을 참고하고 비교하였다. Research gate와 같이 접근 허가가 필요한 논문 같은 경우 미리 접근 신청을 넣어두고 허가를 받은 뒤 활용하였다. 또한 디지털 환경의 변화와 배속·요약 콘텐츠 소비 문화의 확산에 관한 자료를 수집하고 분석하여 이론적 배경을 마련하였다.

질문지법은 대학생들의 배속과 요약의 실제 이용 현황과 사용자의 주관적 인식을 파악하기 위해 활용하였다. 설문조사는 구글 폼을 활용하였고 5월 1일부터 5월 8일까지 총 36명의 학생들이 참여하였으며 에브리타임, 인스타그램, 카톡 단체방에 업로드하여 설문을 받는 형식으로 진행하였다. 조사 대상은 현재 재학 또는 휴학 중인 대학생으로 한정하여 진행하였으며 정확한 설문 조사를 위해 한 사람이 중복 설문을 하지 못하도록 설정하였다. 설문 문항은 개인 정보 문항, 배속·요약 콘텐츠 관련 질문, 집중력 및 몰입도 변화에 대한 자가 인식과 정서적 반응 총 10문항으로 구성하였다.

츠학회논문지, 26(9), 2441-2451. 10.9728/dcs.2025.26.9.2441

[3] 김시현 (2024). 숏폼 미디어 몰입이 집중력에 미치는 영향에 관한 연구: 20대 청년을 대상으로. 글로벌융합연구학회지, 3(2), 26 - 39.

[4] 이지수, 이성은, 박인우. (2025). 대학생의 숏폼 과의존이 인지된 학업성취도에 미치는 영향에서 학습몰입의 매개효과와 자기조절능력의 조절된 매개효과에 관한 연구. 교육정보미디어연구, 31(1), 1-19.

2. 팝콘 브레인과 배속·요약 소비 이해

2.1 팝콘 브레인의 정의와 특징

팝콘 브레인은 단순히 집중력이 떨어진 상태가 아니다. 빠르고 강한 디지털 자극에 뇌가 익숙해지면서, 천천히 정보를 받아들이는 과정 자체를 지루하게 느끼게 되는 현상이다. 미국 워싱턴대학교 정보대학원의 데이빗 레비 교수가 처음 사용한 개념으로, 2011년 CNN 보도를 통해 알려졌다.[5]

요즘은 유튜브 쇼츠, 릴스, 배속 시청, 요약본이 일상이 됐다. 그런데 문제는 그 다음부터다. 긴 영상 하나를 끝까지 보는 것, 긴 글 한 편을 처음부터 읽는 것. 그게 어느 순간부터 버거워진다. 팝콘 브레인이라는 이름은 거기서 왔다. 팝콘은 열을 받으면 가만있지 못하고 사방으로 튄다. 주의도 마찬가지다. 한곳에 머물지 못하고 계속 다음 자극으로 튀어 간다.

이 변화를 단순히 미디어 이용 방식의 변화로만 보기는 어렵다. 집중하고 판단하는 인지 과정 자체가 달라지고 있다는 점에서, 보다 진지하게 바라볼 필요가 있다. 실제로 장시간 인터넷을 사용한 집단을 대상으로 한 뇌 MRI 연구에서는 사고와 판단을 담당하는 전두엽 회백질 밀도가 감소한 결과가 보고된 바 있다. 대구일보(2025)는 이를 소개하며 스마트폰과 짧은 영상 중심의 반복적 디지털 자극이 집중력과 정보처리 방식에 실질적 영향을 줄 수 있다고 지적했다.[6] 팝콘 브레인은 그냥 유행어가 아니다. 디지털 환경의 변화 속에서 실제로 일어나고 있는 인지적 변화와 맞닿아 있는 개념으로 보는 것이 타당하다.

2.2 배속·요약 콘텐츠 소비가 인지 능력에 미치는 영향

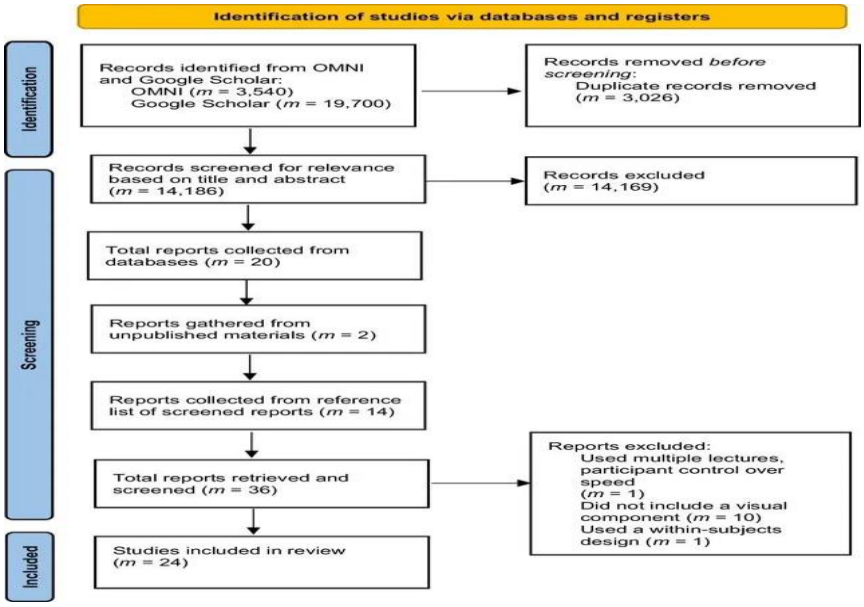
배속 시청이 인지에 미치는 영향은 수치로 확인된다. 일반적으로 사람의 평균 발화 속도는 분당 약 150단어 정도로 알려져 있다. 그런데 영상을 2배속으로 시청하게 되면 같은 시간 안에 평소보다 두 배 가까운 정보를 받아들여야 한다. 단순히 시간을 절약하는 것처럼 보일 수 있지만, 그만큼 짧은 시간에 처리해야 하는 정보량도 많아지는 셈이다. 결국 뇌에는 더 큰 인지 부담이 생길 수밖에 없고, 실제로 일부 연구에서는 지나친 배속 시청이 기억력과 이해력 저하로 이어질 수 있다는 결과도 보고되고 있다.

---

[5] 한국과학창의재단. (2018. 12. 12). 팝콘브레인(popcorn brain). *사이언스올 과학백과사전*. https://www.scienceall.com/brd/board/390/L/menu/317?brdType=R&thisPage=1&bbsSn=230849&brdCodeValue=

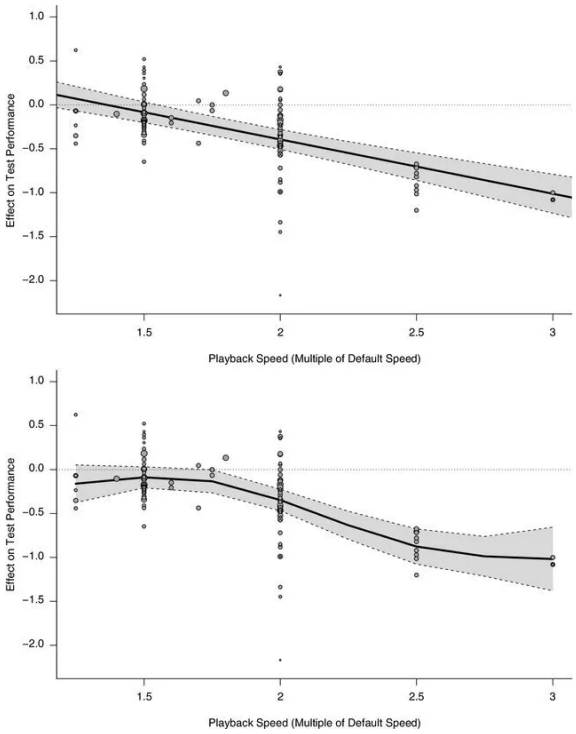
[6] 대구일보, (2025), 팝콘 브레인과 책 읽기, https://www.idaegu.com/news/articleView.html?idxno=475378

실제로 캐나다 워털루 대학교와 미국 시카고 대학교 연구진은 영상 재생 속도가 학습효과에 어떤 영향을 주는지 확인하기 위해 총 23,240편의 문헌을 검토했고, 선별 과정을 거쳐 최종적으로 24편의 연구를 메타분석에 활용했다(그림 1).



<그림 1> PRISMA 문헌 선정 흐름도 출처: Tharmalingham et al.(2025)

연구결과를 보면 1.5배속까지는 학습효과 차이가 크지 않았지만, 2배속 이상부터는 기억력과 이해력이 눈에 띄게 감소하는 경향이 나타났다.



<그림 2> 배속별 학습 성과 그래프 출처: Tharmalingham et al.(2025)

특히 그림 2에서는 재생 속도가 빨라질수록 시험 수행 능력이 점차 낮아지는 흐름이 확인된다. 1.25배속이나 1.5배속에서는 큰 차이가 나타나지 않았지만, 2배속을 넘기면서부터 성과 저하 폭이 급격하게 커졌다. 이 결과를 보면 모든 배속 시청이 문제라고 보기는 어렵다. 다만 일정 수준을 넘는 순간부터 이해력과 기억력에 부담이 발생한다는 점은 분명해 보이며 핵심만 빠르게 확인하는 방식은 내용을 천천히 이해하고 기억에 새기는 과정을 줄인다. 이런 소비가 반복되면 오래 집중하며 내용을 따라가는 능력도 조금씩 약해질 수 있다. 팝콘 브레인 현상과 맞닿는 지점이 바로 여기다.[7]

정혜녕·홍우평(2025)의 연구에서도 이를 뒷받침하는 결과가 나왔다. 영상 재생 속도가 빨라질수록 인지적 부담은 늘고 이해도는 떨어졌으며, 특히 2배속 조건에서 정배속 대비 이해도가 유의미하게 감소했다. 작업 기억 용량이 작은 집단일수록 이 차이가 더 크게 나타났다는 점도 주목할 만하다. 빠른 시청이 반복되면 내용을 장기 기억으로 저장하기보다 핵심만 빠르게 처리하는 방식에 익숙해진다는 것이 연구진의 설명이다. 결국 배속 시청은 단순히 재생 속도의 문제가 아니라, 정보를 이해하고

[7] Tharumalingam, T., Roberts, B., Fawcett, J. M., & Risko, E. F. (2025). Increasing video lecture playback speed can impair test performance: A meta-analysis. *Educational Psychology Review*, *37*(2). https://doi.org/10.1007/s10648-025-10003-9

기억하는 방식 자체와 연결된 문제다.[8]

이러한 현상은 언론에서도 꾸준히 지적되고 있다. 김민주(2025)는 워털루 대학교와 시카고 대학교 연구진의 연구 결과를 소개하며, 배속 시청이 일정 수준을 넘어서면 짧은 소비 방식에 익숙해지고 기억력과 이해력이 저하될 수 있다고 보도했다. 특히 Z세대를 중심으로 2배속 시청이 일상화되고 있다는 점에 주목하며 지나치게 빠른 속도로 정보를 처리할 경우 인지적 부하가 증가하여 학습 효과가 떨어질 수 있다고 설명하였다. 이는 배속 시청과 요약 콘텐츠 소비가 단순한 시간 절약 수단을 넘어 정보 처리 방식과 집중 습관 자체에도 영향을 줄 수 있음을 시사한다.[9]

이처럼 빠른 속도로 핵심 정보만 반복해서 소비하다 보면 긴 글이나 긴 영상을 끝까지 집중해서 이해하는 일이 점점 어려워질 수 있다. 또 내용을 처음부터 끝까지 따라가기보다 중요한 장면이나 핵심 정보만 빠르게 확인하려는 습관이 자리잡으면서, 정보를 전체 흐름 속에서 이해하는 과정도 자연스럽게 줄어들게 된다.

3. 빨라지는 미디어 소비 문화

3.1 디지털 환경과 정보 과잉

스마트폰이 생활필수품이 된 건 이제 새삼스러운 얘기도 아니다. 몇 년 전 까지만 해도 뭔가 찾아보려면 TV를 켜거나 컴퓨터 앞에 앉아야 했는데, 지금은 그럴 필요가 없다. 손에 든 것 하나로 다 된다. 밖에서 보면 더 확실히 느껴진다. 지하철에서, 버스에서, 밥 먹는 식당에서-사람들은 틈만 나면 화면을 들여다본다. 짧은 영상, SNS, 뉴스. 잠깐 멍하니 있다가도 스마트폰부터 집어 드는 건 이제 습관이라기보다 반사에 가깝다.

숫자를 보면 이게 단순한 인상이 아님을 알 수 있다. 방송통신위원회(2023) 조사에서 국내 스마트폰 보유율은 94.8%, 하루 중 가장 필요한 매체로 스마트폰을 꼽은 비율은 70.0%였다. 연락 수단이었던 기기가 어느 순간 정보와 콘텐츠 소비의 중심이 됐고, 지금은 그 자리가 확고하다. 이정도면 스마트폰은 단순한 연락 수단을 넘어, 사람들이 하루 동안가장 자주 정보를 접하고 시간을 보내는 공간에

---

[8] 정혜녕, 홍우평. (2025). 정보 전달 목적 콘텐츠의 재생 배속이 시청자의 인지적 부담과 내용 이해도에 미치는 영향. 사이버커뮤니케이션학보, 42(2), 177-229.

[9] 김민주. (2025.07.10.).「Z세대 '2배속 시청', 뇌 건강에 악영향 줄 수 있어」.『한경매거진앤북』. https://magazine.hankyung.com/business/article/202507101156b

가까워졌다고 볼 수 있다.[10]

문제는 정보가 끊임없이 이어진다는 데 있다. 유튜브에서는 영상 하나만 봐도 바로 다음 영상이 재생되고, SNS 역시 새로운 게시물이 계속 올라온다. 그러다 보니 긴 글이나 긴 영상을 처음부터 끝까지 집중해서 보기보다, 핵심만 빠르게 확인하고 다음 콘텐츠로 넘어가는 방식에 점점 익숙해지는 모습도 나타나고 있다. 이 흐름은 정보과잉 현상으로 이어진다. 정보과잉은 사람이 한 번에 처리하고 이해할 수 있는 수준보다 더 많은 정보가 계속 들어오는 상태를 말한다. 스마트폰 알림, SNS 게시물, 뉴스 추천 영상이 하루 종일 이어지면서 이용자들은 수많은 자극을 쉬지 않고 받아들이게 된다.

이런 상황이 반복되면 정보를 깊이 읽고 판단하기보다, 자극적이거나 눈에 띄는 것에 먼저 반응하게 되는 경향이 생긴다. 내용을 충분히 소화할 틈도 없이 다음 콘텐츠로 넘어가다 보면, 결국 많은 정보에 노출되었음에도 실질적으로 기억에 남는 것이 적어지는 역설적 상황이 발생한다. 이러한 정보과잉 환경 속에서 등장한 것이 바로 배속 재생과 요약 콘텐츠이다.

3.2 배속·요약 콘텐츠 소비의 확산

배속 재생과 요약 콘텐츠가 이렇게까지 보편화된 건 그리 오래된 일이 아니다.

불과 몇 년 전만 해도 영상을 배속으로 본다는 건 수험생이나 자격증 준비생처럼 시간이 촉박한 일부 사람들의 습관 정도로 통했다. 그런데 지금은 다르다. 디지털 미디어 환경이 바뀌고 정보는 넘쳐나면서, 사람들은 제한된 시간 안에 더 많은 걸 욕심내기 시작했다. 콘텐츠를 더 빠르게, 더 짧게 소비하는 방향으로 스스로 바뀐 것이다.

배속 시청과 요약 콘텐츠는 이제 특별한 상황에서만 꺼내 쓰는 방식이 아니다. 긴 영상을 처음부터 끝까지 보는 대신 배속으로 훑거나, 핵심만 정리한 요약 영상을 먼저 찾는 게 오히려 당연한 순서가 됐다. 유튜브에서 '10분 요약', '핵심 장면 정리' 같은 콘텐츠를 손쉽게 찾을 수 있고, 대학생들이 강의 영상을 1.5배속이나 2배속으로 틀어놓는 모습도 이제는 전혀 어색하지 않다.

이런 흐름이 더 빨라진 데에는 플랫폼의 역할이 컸다. 유튜브는 2019년 모바일에서도 배속 조절을 쉽게 쓸 수 있도록 개편했고, 이후 0.25배속 단위까지 세분화했다. 예전에는 컴퓨터에서나 되던 기능이 손 안에서도 가능해진 것이다. 넷플릭스도 2020년 배속 재생을 도입했다.[11] 당시 제작자들 반발이 꽤

---

[10] 방송통신위원회. (2023). *2023 방송매체 이용행태조사*. 방송통신위원회. https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=246638

[11] 김수현. (2020.08.03.).「넷플릭스, 영화계 반발했던 '속도조절 기능' 정식 출시」. 머니투데이. https://www.mt.co.kr/tech/2020/08/03/2020080315155095538

거셌는데, 그 반발 자체가 이 변화가 얼마나 상징적이었는지를 보여준다.

요약 콘텐츠도 마찬가지다. 영화나 드라마를 몇 분으로 압축한 영상, 핵심 장면만 모은 클립, 책 내용을 짧게 설명하는 채널, 이런 콘텐츠가 조회수 수백만을 기록하는 현상은 이제 낯설지 않다. 원본 대신 요약본을 먼저 찾는 이용자들이 그만큼 많아졌다는 것을 의미한다.

실제로 이러한 변화는 이용자들의 시청 습관 조사에서도 드러난다. 데일리팝(2023)은 엠브레인 트렌드모니터의 「영상 콘텐츠 빨리감기 시청 습관 관련 조사」 결과를 인용하며, 최근 3개월 이내 유튜브 또는 OTT 시청 경험이 있는 성인 1,000명 가운데 69.9%가 영상 콘텐츠를 빨리감기 방식으로 시청한 경험이 있다고 보도하였다. 응답자들은 시간을 아끼거나 핵심 내용만 빠르게 확인하기 위해 배속 기능을 사용한다고 답했다. 이 수치는 배속 시청이 일부 이용자의 특수한 습관이 아니라 상당수 이용자에게 이미 익숙한 시청 방식이 되었음을 보여준다. 나아가 강의 영상을 1.5배속 이상으로 시청하거나 영화와 드라마를 보기 전에 요약본을 먼저 찾는 이용자가 늘어나고 있다는 점은 콘텐츠를 처음부터 끝까지 소비하기보다 필요한 정보를 우선적으로 확인하는 방향으로 이용 행태가 변화하고 있음을 시사한다.[12]

이처럼 배속 시청이 더 이상 일부 수험생이나 특정 집단의 습관이 아니라 많은 사람들이 자연스럽게 사용하는 소비 방식이 되었다는 점에서, 콘텐츠를 대하는 태도 자체가 예전과는 달라지고 있다고 볼 수 있다.

3.3 빠른 소비 방식이 사용자의 태도에 준 변화

배속과 요약 소비가 퍼지면서 달라진 건 단순히 재생 속도만이 아니다. 콘텐츠를 보는 태도 자체가 바뀌었다.

가장 먼저 눈에 띄는 변화는 '처음부터 끝까지'라는 감각이 약해졌다는 점이다. 예전에는 영화 한편, 드라마 한 회를 처음부터 끝까지 보는 게 당연했다. 중간에 잠깐 자리를 비워도 돌아와서 보는 게 보통이었다. 그런데 지금 주변을 보면 그렇지 않다. 드라마를 볼 때 중요한 장면만 골라 넘기거나, 결말부터 검색해서 확인하고 나서 볼지 말지 결정하는 경우가 꽤 많다. 실제로 화제가 된 드라마를 직접 보는 대신 유튜브에서 '15분 요약'을 찾아보는 사례가 주변에서도 쉽게 발견된다. '15분 요약', '핵심 장면 모음' 같은 영상이 조회수 수백만을 기록하는 것은 원본보다 요약본을 먼저 찾는 이용자들이 그만큼 많기 때문이다. 결국 콘텐츠를 끝까지 보는 것 자체에 의미를 두던 시대에서 짧은 시간안에 핵심을 얼마나 빠르게 뽑아내느냐가 기준이 되는 시대로 넘어온 것이다.

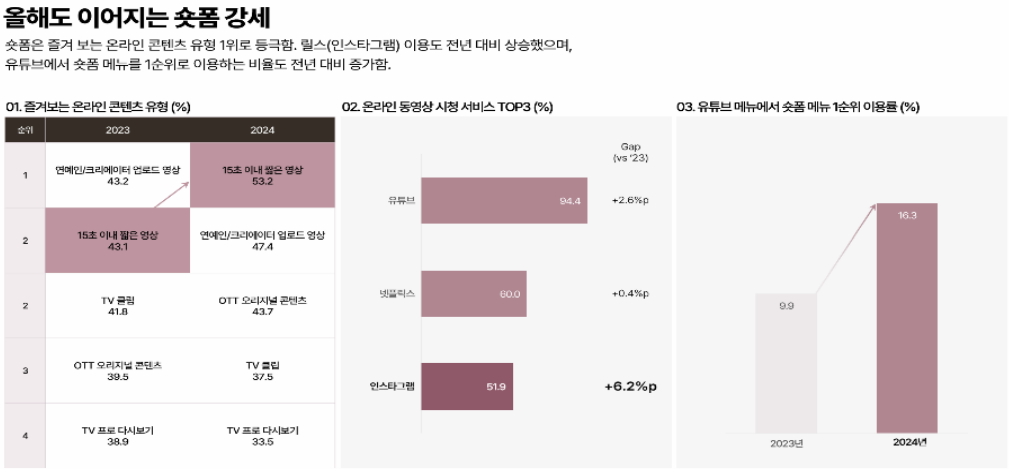
---

[12] 김다솜. (2023.10.27.). 「2배속, 10초 뒤로…영상 콘텐츠, '빨리 감기' 시청이 대세라고?」. 『데일리팝』. http://www.dailypop.kr/news/articleView.html?idxno=72829

집중하는 방식도 예전과는 조금 달라진 모습이 보인다. 배속 시청이나 짧은 요약 영상에 익숙해지다 보면 정 배속 영상이나 긴 글을 볼 때 답답하다고 느끼는 경우가 많아진다. 실제로 강의영상을 계속 1.5배속이나 2배속으로 듣다가 정배속으로 다시 틀면 "원래 이렇게 느렸나?"라는 생각이 먼저 들기도 한다. 내용을 천천히 따라가기 보다 빨리 핵심만 확인하고 넘어가는 흐름에 익숙해지는 것이다. 이러한 변화는 대학생들의 읽기 습관에서도 확인할 수 있다. 김주환(2021)의 연구에 따르면 대학생들은 검색·훑어 읽기·핵심어 중심 읽기를 더 자주 사용하는 반면, 깊이 읽기와 집중해서 읽기는 이전보다 줄어든 것으로 나타났다. 이러한 변화는 대학생들의 배속 소비 태도가 달라지고 있다는 것을 보여준다.

4장에서 더 자세히 살펴보겠지만 친구들과 드라마 이야기를 하다 보면 "난 요약본만 봤는데 내용은 다 알겠더라"라는 말을 생각보다 자주 듣게 된다. 예전 같으면 직접 끝까지 보는 게 자연스러웠겠지만, 이제는 요약 영상만으로 내용을 파악하는 경우도 많아졌다. 강의 영상을 볼 때도 비슷하다. 어떤 사람들은 정배속으로 들으면 너무 느려서 오히려 집중이 안된다고 말한다. 반대로 1.5배속 정도는 이제 기본처럼 느껴진다는 반응도 흔하다. 그러다 보니 전개가 천천히 이어지는 영상이나 자극이 약한 콘텐츠는 보다 금방 다른 영상으로 넘어가는 모습도 자연스럽게 나타나고 있다. 결국 빠르고 짧은 콘텐츠 소비가 반복될수록 사람들은 강한 자극에는 빠르게 반응하지만, 천천히 집중해야 하는 콘텐츠에는 쉽게 흥미를 잃는 방향으로 익숙해지고 있다. 이런 모습은 앞에서 설명한 팝콘 브레인 현상과도 자연스럽게 연결된다.

콘텐츠를 선택하는 기준도 바뀌었다. 예전에는 어떤 주제인지, 누가 만들었는지, 어떤 장르인지가 선택의 기준이었다면, 지금은 얼마나 짧은 지, 핵심이 잘 정리되어 있는지가 먼저 따져지는 경우가 많다.



<그림3> 즐겨 보는 온라인 콘텐츠 유형 및 이용률 변화 출처: 나스미디어

실제로 나스미디어(2024) 인터넷 이용자 조사에서도 즐겨보는 온라인 콘텐츠 유형 1위로 숏폼이 등극했으며, 15초 이내 짧은 영상의 선호도가 전년대비 6.2%포인트 상승한 것으로 나타났다. 짧고 빠른

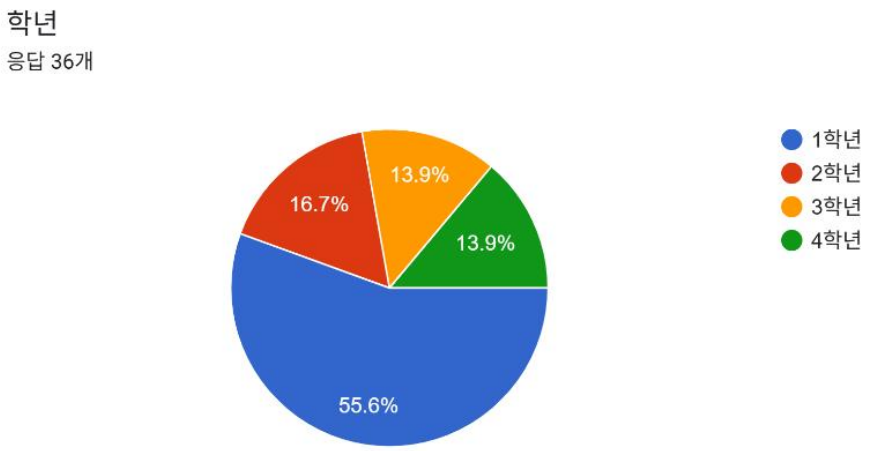
것이 선호되는 방향으로 콘텐츠 선택 기준 자체가 이동하고 있다는 뜻이다.[13]

물론 배속과 요약이 무조건 나쁜 건 아니다. 이미 아는 내용을 빠르게 훑거나, 긴 강의에서 핵심만 뽑아 확인할 때는 분명히 효율적이다. 문제는 이러한 소비 방식이 일상으로 굳어질 때 나타난다. 짧고 빠른 콘텐츠에 몸이 먼저 적응하고 나면, 긴 글을 끝까지 읽거나 영상 한 편을 처음부터 끝까지 따라가는 일이 전보다 훨씬 버겁게 느껴진다. 애초에 긴 콘텐츠를 선택하지 않거나, 결국 요약본을 찾아 나서는 것이 자연스럽게 되는 것이다.

4. 배속 소비 습관에 관한 설문조사 분석 결과

4.1 연구 설계 및 응답자 특성

본 연구는 대학생들의 배속 시청 및 요약본 이용 실체와 소비 습관이 집중력 변화에 어떠한 영향을 미치는지 확인하기 위해 설문조사를 실시하였다. 설문은 2026년 5월 1일부터 5월 8일까지 약 1주일 동안 진행하였다. 더 다양한 의견을 듣고 싶어 구글 폼을 활용해 온라인 설문지를 제작하였으며, 대학생들을 중심으로 직접 설문 링크를 공유하였다. 또한 응답자들이 주변 사람들에게 자유롭게 설문지를 전달할 수 있도록 하여 참여 범위를 조금 더 넓히고자 하였다.



[13] 나스미디어. (2024). *2024 NPR 인터넷 이용자 조사*. 나스미디어. https://www.nasmedia.co.kr/?p=8255

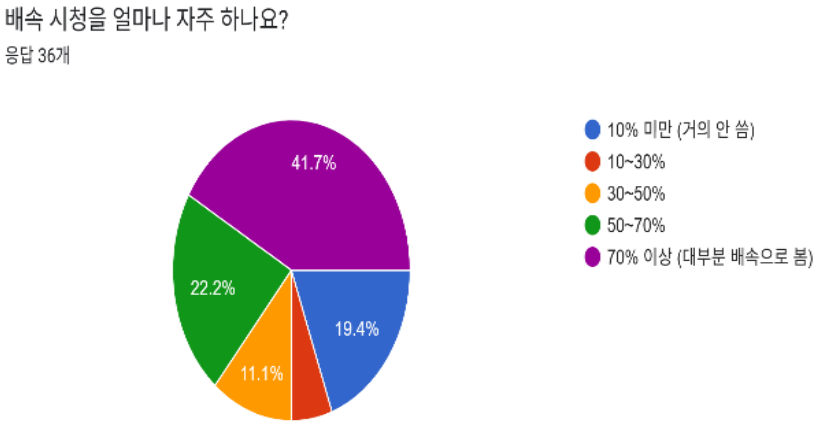
<그림 4> 설문 조사 응답자 학년 비율

<그림 4>에서 응답자의 학년 구성을 살펴보면 1학년이 55.6%로 가장 높은 비율을 차지하였으며, 2학년은 16.7%, 3학년과 4학년은 각각 13.9%로 나타났다. 전체적으로 1학년 응답자의 비중이 가장 높게 나타났으며, 모든 학년의 학생들, 총 36명이 설문에 참여한 것으로 확인되었다.

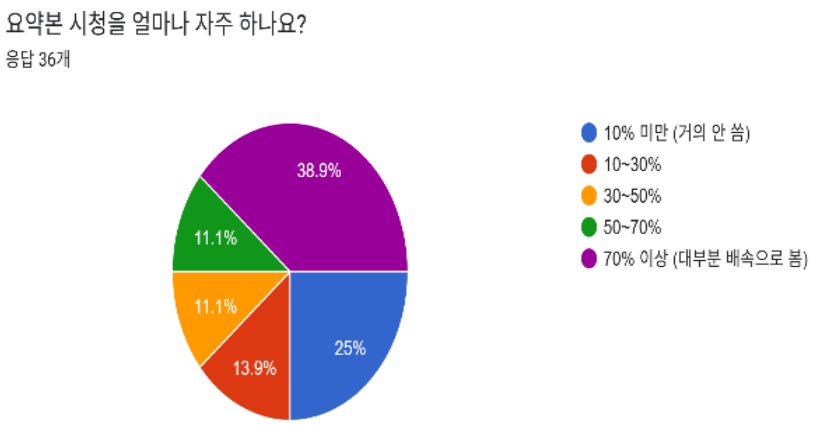
4.2 설문 조사 결과 및 분석

4.2.1 배속·요약 콘텐츠 이용 실태

대학생의 배속 및 요약 콘텐츠의 이용 실태를 파악하기 위하여 진행된 설문 조사의 첫 필수 문항으로 배속 시청과 요약 시청의 빈도를 물었다. 그 결과 배속 시청 빈도를 묻는 항목에서 응답자의 41.7%가 영상의 70% 이상을 배속으로 시청한다고 답했고, 50~70% 구간도 22.2%에 달했다. 합산하면 응답자의 절반을 훌쩍 넘는 63.9%가 영상 절반 이상을 배속으로 소비하고 있다는 뜻이다. 정속 시청이 오히려 예외적인 습관이 되어버린 셈이다. 요약본 시청도 배속 빈도와 비슷했다. 70% 이상을 요약본으로 소비한다는 응답이 38.9%로 가장 높았으며, 거의 이용하지 않는다는 응답(25.0%)보다 높게 나타났다. 이를 <그림 5>와 <그림 6>을 통해 알 수 있다.



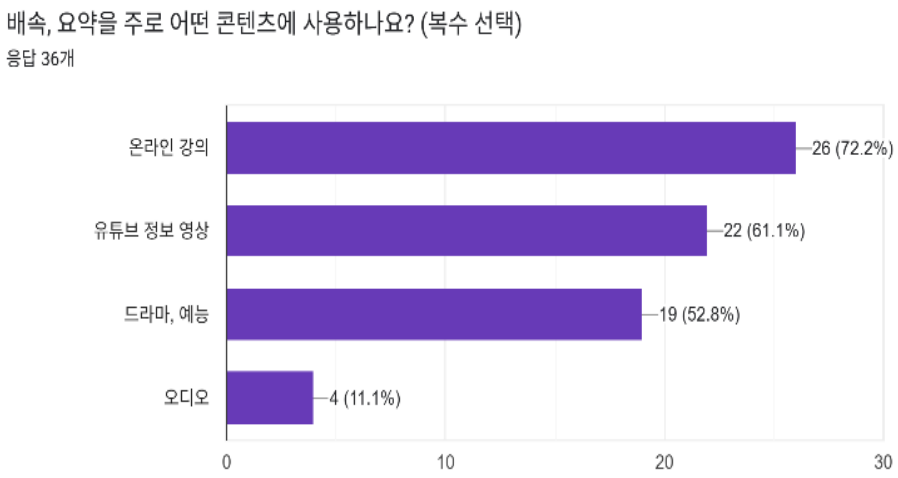
<그림 5> 배속 시청 빈도



<그림 6> 요약본 시청 빈도

이러한 결과는 대학생들 사이에서 배속 시청과 요약 콘텐츠 소비가 매우 높은 빈도로 이루어지고 있음을 보여준다. 특히 응답자의 63.9%가 영상의 절반 이상을 배속으로 시청한다고 응답했다는 점은, 배속 시청이 일부 학생들만의 습관이 아니라 대학생들에게 비교적 보편화된 시청 방식으로 자리 잡고 있음을 의미한다. 또한 70% 이상을 배속으로 시청한다는 응답이 가장 높은 비율을 차지했다는 점에서도 빠른 속도의 콘텐츠 소비가 일상적인 이용 형태로 나타나고 있음을 확인할 수 있다. 요약 콘텐츠 이용 역시 비슷한 양상을 보였다. 70% 이상을 요약본으로 소비한다고 응답한 비율이 가장 높게 나타났으며, 거의 이용하지 않는다는 응답보다 높은 수치를 보였다. 이는 대학생들 사이에서 긴 원본 콘텐츠보다 핵심만 정리된 콘텐츠를 활용하는 경우가 많아지고 있음을 보여주는 결과라고 할 수 있다.

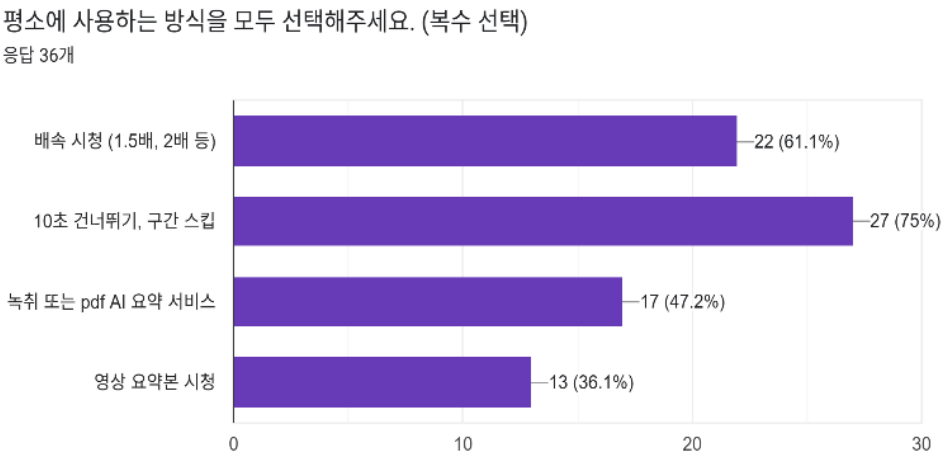
그 다음으로 배속 및 요약을 주로 어떤 콘텐츠에 이용하는지를 복수 선택이 가능하도록 조사하였다.



<그림 7> 배속 및 요약을 사용하는 콘텐츠

그 결과 <그림 7>을 보면 온라인 강의가 72.2%(26명)로 가장 높았고, 유튜브 정보 영상 61.1%(22명), 드라마·예능 52.8%(19명), 오디오 11.1%(4명) 순으로 나타났다. 학습 목적의 콘텐츠뿐 아니라 오락 목적의 드라마·예능에서도 절반 이상이 배속·요약을 사용하고 있어, 콘텐츠 장르에 관계없이 빠른 소비 방식이 폭넓게 활용되고 있었다. 이를 통해 배속 및 요약 콘텐츠 소비가 학습 목적뿐 아니라 다양한 콘텐츠 전반에서 널리 활용되고 있음을 확인할 수 있다. 특히 온라인 강의와 유튜브 정보 영상의 비율이 높게 나타난 것은 시간을 효율적으로 활용하려는 경향이 반영된 결과로 볼 수 있다. 또한 드라마·예능에서도 절반 이상이 배속·요약 시청을 이용하고 있다는 점은 빠른 소비 방식이 오락 콘텐츠까지 자연스럽게 확산되고 있음을 보여준다. 반면 오디오는 상대적으로 낮은 비율을 보여 영상 콘텐츠 중심으로 이러한 소비 방식이 형성되고 있음을 확인할 수 있었다.

배속·요약 콘텐츠 이용 실태의 마지막 필수 문항으로 배속과 요약을 소비하는 방식에 대해 복수 선택으로 조사하였다. 설문 결과는 '10초 건너뛰기·구간 스킵'이 75.0%(27명)로 가장 높게 나타났다. '배속 시청(1.5배·2배 등)'은 61.1%(22명), '녹취 또는 PDF AI 요약 서비스'는 47.2%(17명), '영상 요약본 시청'은 36.1%(13명)였다. 응답자 대부분이 한 가지 방식에 그치지 않고 건너뛰기, 배속, AI 요약 등 여러 수단을 병행하고 있는 것으로 나타났다. 이를 <그림 8>로 시각화 하였다.

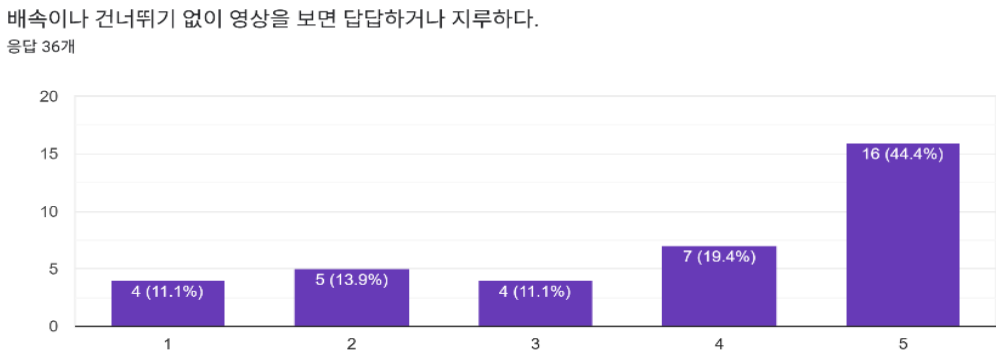


<그림 8> 배속과 요약을 사용하는 방식

대학생들은 배속·요약 콘텐츠를 한 가지 방식만 사용하기보다, 건너뛰기·배속·AI 요약 등 여러 기능을 함께 활용하고 있음을 확인할 수 있었다. 특히 '10초 건너뛰기·구간 스킵' 비율이 가장 높게 나타난 것은 필요한 부분만 빠르게 소비하려는 경향이 강하게 나타나고 있음을 보여준다. 또한 AI 기반 요약 서비스 이용 비율도 비교적 높게 나타나면서, 최근에는 AI 기술을 활용한 빠른 정보 소비 방식까지 확산되고 있음을 확인할 수 있었다.

4.2.2 몰입도 및 정서적 반응 변화

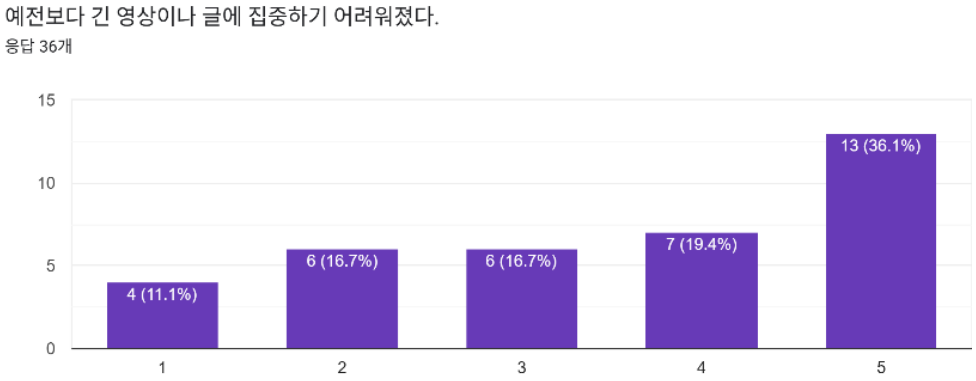
먼저 "배속이나 건너뛰기 없이 영상을 보면 답답하거나 지루하다" 문항에서 5점(매우 그렇다)을 선택한 응답자가 44.4%(16명)로 가장 많았고, 4점 19.4%(7명)를 합산하면 4~5점 응답자는 전체의 63.8%(23명)에 달했다. 반면 1점은 11.1%(4명), 2점은 13.9%(5명)로 부정적 응답은 25.0%(9명)에 머물렀으며, 3점은 11.1%(4명)였다.



<그림 9> 배속 및 요약본 없이 시청할 때 느끼는 감정

이 결과는 대학생들이 이미 빠른 전개의 콘텐츠 소비 방식에 상당히 익숙해져 있음을 보여준다. 원래 속도의 영상을 지루하게 느낀다는 건 단순한 취향의 변화가 아니다. 정보를 받아들이는 기준 자체가 '빠른 속도' 중심으로 재편되고 있다고 나는 본다. 핵심만 빠르게 얻는 방식에 익숙해질수록 일반 속도의 전개는 답답함으로 느껴질 수밖에 없다.

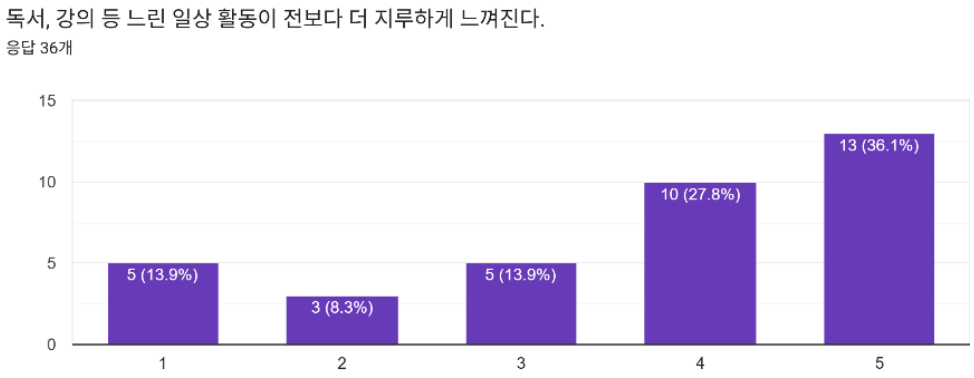
그 다음 문항으로 "예전보다 긴 영상이나 글에 집중하기 어려워졌다"에서는 5점 응답자가 36.1%(13명), 4점이 19.4%(7명)로 4~5점 합산 55.5%(20명)였다. 1점은 11.1%(4명), 2점은 16.7%(6명)로 부정 응답은 27.8%(10명)였으며, 3점은 16.7%(6명)로 나타났다.



<그림 10> 배속 및 요약 사용 후 변화

이 결과는 배속 및 요약 콘텐츠 소비가 단순한 시청 습관 변화에 그치지 않고, 집중 방식에도 영향을 줄 가능성을 보여준다. 빠르고 짧은 콘텐츠에 반복적으로 익숙해질수록 긴 호흡의 영상이나 글을 끝까지 따라가는 과정에서 집중력이 쉽게 끊기는 현상이 나타날 수 있기 때문이다. 특히 긴 콘텐츠를 지속적으로 소비하는 과정 자체에 피로감을 느끼게 되면서, 자연스럽게 짧고 자극적인 콘텐츠를 선호하는 방향으로 소비 습관이 변화하고 있는 것으로 해석할 수 있다.

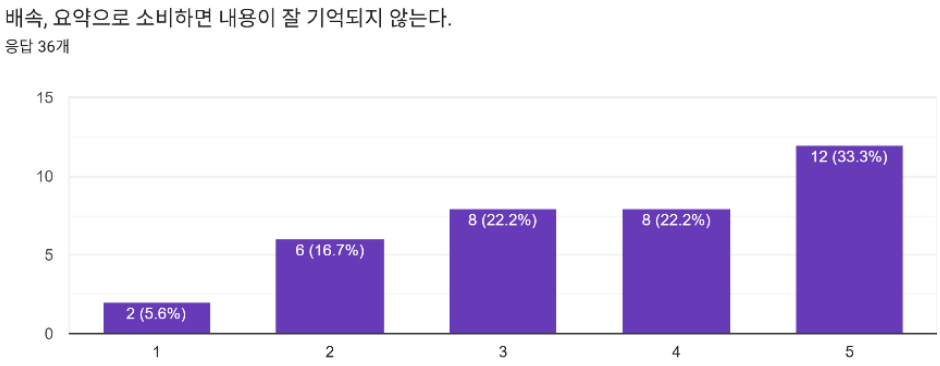
세번째 문항은 "독서, 강의 등 느린 일상 활동이 전보다 더 지루하게 느껴진다"이다. 이 문항의 결과는 5점이 36.1%(13명), 4점이 27.8%(10명)로 4~5점 합산이 63.9%(23명)였다. 1점 13.9%(5명), 2점 8.3%(3명)로 부정 응답은 22.2%(8명)에 그쳤고, 3점은 13.9%(5명)였다. 다섯 문항 중 4~5점 비율이 가장 높게 나타난 항목이다. 이는 <그림 11>과 같다.



<그림 11> 속도 중심 콘텐츠 이용 후 일상 변화

이 문항은 다섯 항목 중 가장 높은 긍정 응답 비율이 나타났다는 점에서 주목할 만하다. 이는 속도 중심 콘텐츠 소비가 단순히 영상 시청 방식에만 영향을 주는 것이 아니라, 독서나 강의처럼 상대적으로 느린 호흡의 활동 전반에도 영향을 미치고 있음을 보여준다. 즉 빠른 정보 처리 방식에 익숙해질수록 천천히 이해하고 몰입해야 하는 활동을 지루하게 느끼는 경향이 강해지고 있으며, 이는 대학생들의 일상적인 학습 경험과 몰입 방식 변화로도 이어질 가능성이 있다.

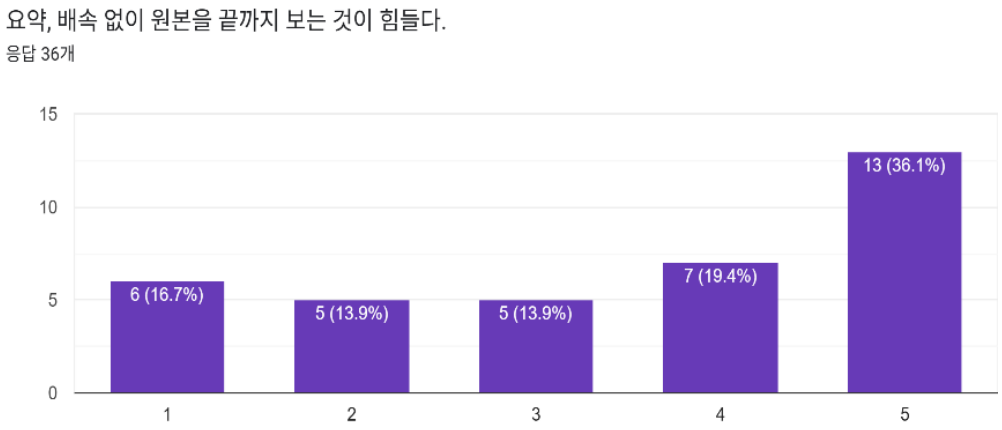
다음은 "배속·요약으로 소비하면 내용이 잘 기억되지 않는다" 문항이다. <그림 12> 속 결과를 보면 5점 33.3%(12명), 4점 22.2%(8명)로 4~5점 합산 55.5%(20명)였다. 1점 5.6%(2명), 2점 16.7%(6명)로 부정 응답은 22.3%(8명)였으며, 3점은 22.2%(8명)로 다섯 문항 중 중간 응답 비율이 가장 높았다.



<그림 12> 기억력 변화

이 결과는 빠르게 소비한 정보일수록 내용이 오래 기억에 남지 않을 가능성이 있음을 보여준다. 배속 시청이나 요약 콘텐츠는 핵심 내용을 짧은 시간 안에 파악하는 데에는 효율적이지만, 내용을 충분히 이해하거나 스스로 정리하는 과정은 줄어들 수 있다. 특히 빠른 속도로 많은 정보를 연속해서 받아들이게 되면 세부 내용이나 맥락까지 깊게 기억하기 어려워질 가능성이 있으며, 이는 정보의 '이해'보다 '빠른 확인' 중심으로 소비 방식이 변화하고 있음을 보여주는 결과라고 볼 수 있다.

마지막으로 "요약·배속 없이 원본을 끝까지 보는 것이 힘들다"는 문항에서는 5점 36.1%(13명), 4점 19.4%(7명)로 4~5점 합산 55.5%(20명)였다. 1점 16.7%(6명), 2점 13.9%(5명)로 부정 응답은 30.6%(11명)였으며, 3점은 13.9%(5명)였다. 부정 응답 비율은 다섯 문항 중 가장 높게 나타났다. 결국 이 결과가 말하는 건 하나다. 배속·요약 소비가 반복될수록 원본을 처음부터 끝까지 따라가는 것 자체가 부담이 된다는 것이다. 핵심만 빠르게 소비하는 방식에 익숙해지면, 긴 콘텐츠를 그대로 보는 도중 집중이 끊기거나 괜히 피로하다는 느낌이 든다. 다만 다른 문항들에 비해 부정 응답 비율도 비교적 높게 나타났다는 점에서, 아직 일부 응답자들은 원본 중심 소비 습관을 유지하고 있는 것으로도 볼 수 있다.



<그림 13> 몰입도 변화

5. 논의 및 결론

5.1 연구 결과 해석 및 팝콘 브레인 연관성

본문 4에서는 대학생들의 배속 시청과 요약 콘텐츠 소비 실태, 그리고 그 이후 나타나는 집중력과 몰입감 변화를 설문 결과를 통해 살펴보았다. 결과를 분석하면서 주목되는 점은, 설문에서 나타난 여러 변화들이 결국 하나의 현상으로 수렴된다는 점이다. 바로 팝콘 브레인이다.

가장 직접적인 근거는 "배속이나 건너뛰기 없이 보면 답답하거나 지루하다"는 문항이었다. 4~5점 응답자가 63.8%였는데, 나는 여기서 '느리다'가 아니라 '답답하다'는 표현에 주목했다. 팝콘 브레인의 특징이 바로 이것이다. 강한 자극에는 빠르게 반응하지만, 느리고 반복적인 정보에는 쉽게 집중하지 못하게 된다는 것이다.

정배속 영상을 그냥 느리다고 느끼는게 아니라 '답답하다'고 표현하는 순간, 그 사람의 뇌는 이미 빠른 전개를 정상 값으로 받아들이고 있는 것이다. 예전에는 아무렇지 않게 봤던 1배속 강의가 어느 날부터 갑자기 버벅거리는 것처럼 느껴지는 것. 유튜브 10분짜리 영상인데 중간에 자꾸 딴 생각이 드는 것. 이런 경험들이 사실 팝콘 브레인이 이미 진행되고 있다는 신호다. 이 응답 비율은 주목할 만한 수치이다. 주변에서 "정배속은 지루하다"는 반응이 일상화되어 있음을 고려하면, 36명 중 16명 이상이 4~5점을 선택했다는 결과는 팝콘 브레인 현상이 이미 상당수 대학생에게서 나타나고 있음을 시사한다.

"예전보다 긴 영상이나 글에 집중하기 어려워졌다"는 문항에서도 55.5%가 4~5점을 선택했다. 팝콘 브레인 상태가 되면 쇼츠 영상 하나는 끝까지 보면서 15분짜리 강의영상은 중간에 딴짓을 하게 된다.

친구들이 "나 요즘 유튜브 긴 영상은 못 보겠어"라고 말하는 걸 자주 들었는데, 이번 설문에서 그게 단순한 개인 취향이 아니라 팝콘 브레인의 전두엽 회색질 밀도 감소와 관련이 있는 전형적인 반응이라는 걸 다시 확인한 셈이다. 나도 이 연구를 진행하는 동안 긴 논문을 읽다가 자꾸 결론부터 찾게 되는 나 자신을 발견했다. 처음에는 그냥 피곤해서 그런 가 싶었는데, 지금 생각해보면 그것 역시 팝콘 브레인 상태에서 나타나는 반응이었다.

가장 주목한 결과는 따로 있다. "독서, 강의 등 느린 일상 활동이 전보다 더 지루하게 느껴진다"는 문항의 4~5점 응답 비율이 63.9%로, 다섯 문항 중 가장 높았다. 팝콘 브레인이 무서운 이유가 바로 이것이다.

영상 시청 속도의 문제라면 그나마 한정적이다. 그런데 독서와 강의까지 지루하게 느껴지기 시작했다는 건, 팝콘 브레인이 미디어 소비습관을 넘어 일상적인 사고와 집중 방식 전반을 바꾸고 있다는 뜻이다. 이 수치가 그 사실을 가장 선명하게 보여준다고 나는 생각한다.

결국 배속·요약 소비가 일상이 된 대학생들의 뇌는, 팝콘 브레인이 묘사하는 상태와 점점 가까워지고 있다. 빠른 자극에만 반응하고 느린 자극을 견디지 못하는 패턴이 굳어질수록, 깊이 읽고 오래 생각하고 차분히 이해하는 능력은 설자리를 잃어간다.

5.2 시사점 및 제언

본 연구는 대학생들의 배속·요약 소비 습관이 단순한 미디어 이용 방식의 변화를 넘어, 팝콘 브레인으로 대표되는 인지적 변화와 연결되어 있음을 확인하였다. 이에 따라 다음과 같은 시사점과 제언을 제시하고자 한다.

첫째, 미디어 리터러시 교육의 필요성이다. 배속·요약 소비 자체가 문제라기보다, 그 방식이 무비판적으로 반복되는 것이 문제다. 본 설문에서 응답자의 63.9%가 영상의 절반 이상을 배속으로 소비한다고 답했다. 숫자만 보면 배속 시청이 이미 대학생들 사이에서 보편적인 습관으로 자리잡았다는 사실이 분명하게 드러난다. 그런데 정작 왜 배속을 쓰는지, 어떤 상황에서는 쓰지 말아야 하는지를 의식적으로 생각해본 학생은 얼마나 될까. 나 역시 마찬가지였다. 처음에는 긴 강의를 빠르게 끝내고 싶어서 배속을 쓰기 시작했는데, 어느 순간부터는 영상을 켜자마자 이유도 없이 1.5배속부터 눌러놓는게 습관이 되어 있었다. 이 차이를 인식하는 것만으로도 미디어 이용 방식은 달라질 수 있다. 대학 차원에서 신입생 대상 교양 교육이나 학습법 안내 프로그램에 미디어 리터러시 내용을 포함시켜, 학생들이 배속과 요약이 효과적인 상황과 그렇지 않은 상황을 스스로 판단하는 능력을 기를 수 있도록 해야 한다.

둘째, 의식적인 '느린 소비' 습관을 들이는 것이다. 설문에서 "독서, 강의 등 느린 일상 활동이 전보다 더 지루하게 느껴진다"는 문항에 4~5점을 선택한 응답자가 63.9%로, 다섯 항목 중 가장 높았다. 이 수치가 특히 마음에 걸린다. 독서와 강의는 취미가 아니다. 대학에서 이루어지는 학문적 사고의 기본 토대다. 빠른 소비에 익숙해진 채로 강의실에 앉으면, 교수의 설명을 끝까지 따라가며 맥락을 잡는 것

자체가 버겁다. 나도 그랬다. 배속 시청에 익숙해진 뒤 정배속 강의를 들었을 때, 이상하게 집중이 안됐다. 피곤한 탓이라고 넘겼는데, 지금 생각해보면 그게 이미 신호였다. 개선 방법은 거창하지 않아도 된다. 하루 30분, 스마트폰을 내려놓고 긴 글을 읽거나 강의를 정배속으로 듣는 것. 그리고 핵심을 한 문단으로 직접 써보는 것. 그걸로 충분하다. 처음엔 그 30분이 생각보다 길게 느껴질 것이다. 하지만 그 불편함이 시작의 신호다. '디지털 슬로우 타임'이라고 하면 거창하게 들릴 수 있다. 하지만 내가 말하고 싶은 건 하나다. 하루 중 빠른 자극으로부터 의도적으로 벗어나는 시간을 스스로 만들어보자는 것이다.

셋째, 플랫폼과 교육환경의 역할에 대한 논의가 필요하다. 솔직히 말하면, 배속 습관을 온전히 개인의 문제로만 보는 시각에는 동의하기 어렵다. 배속 기능을 만든 건 플랫폼이고, 학생들은 그 구조 안에서 소비하고 있을 뿐이기 때문이다. 생각해보면 유튜브는 2019년에 모바일에서도 0.25배속 단위로 속도조절이 가능하도록 개편했다. 넷플릭스도 마찬가지이다. 결국 지금 우리가 배속을 당연하게 누르는 건, 그런 환경이 먼저 만들어졌기 때문이기도 하다. 그렇기 때문에 교육 환경에서만큼은 다른 방향의 설계가 필요하다고 생각한다. 플랫폼이 빠른 소비를 점점 더 쉽게 만들어온 것과는 반대로, 학습의 공간에서는 내용을 충분히 소화할 수 있도록 유도하는 구조가 있어야 한다. 예를 들어 학교 e-러닝 시스템에서 핵심 개념을 설명하는 구간에 재생 속도 제한을 두는 방법을 생각해 볼 수 있다. 또는 특정 구간을 시청한 뒤 간단한 이해도 확인 퀴즈를 삽입하는 방식도 있다. 개인의 의지만으로 느린 소비를 유지하기란 솔직히 쉽지 않다. 환경이 빠른 소비를 기본값으로 만들어 놓은 상황에서, 혼자서 그 흐름을 거슬러 가기를 기대하는 건 무리다. 그래서 나는 구조 자체를 바꾸는 방향으로 접근해야 한다고 생각한다.

넷째, 향후 연구에서는 배속 소비의 '빈도'보다 '맥락'에 주목해야 한다고 생각한다. 본 연구는 자기보고식 설문으로 진행되었기 때문에, 솔직히 한계가 분명하다. 응답자가 자신의 집중력 저하나 기억력 변화를 실제로 얼마나 정확하게 인식하고 있는지 확인할 방법이 없었고, 주관적인 느낌과 실제 인지능력 변화 사이의 간극을 메우지 못했다. 더 아쉬운 점은 배속 이용 빈도만 물었을 뿐, 왜 배속을 쓰는지는 제대로 파고들지 못했다는 것이다. 이번 설문에서 응답자의 41.7%가 영상의 70% 이상을 배속으로 시청한다고 답했는데, 그 70%가 복습용 강의였는지 처음 접하는 개념 설명이었는지는 전혀 알 수 없다. 복습 목적으로 이미 아는 내용을 1.5배속으로 보는 것과, 지루함을 견디지 못해 처음 배우는 개념을 2배속으로 틀어놓는 것은 완전히 다른 학습 경험이다. 그런데 이 연구는 그 둘을 같은 '배속 시청'으로 묶어버렸다. 그 점이 지금도 찜찜하다. 그래서 후속 연구에서는 기억력·이해력 테스트나 뇌파 측정 같은 실험적 방법을 직접 병행해야 한다고 본다. '배속을 얼마나 쓰느냐'가 아니라 '어떤 맥락에서 쓰느냐'를 들여다봐야 배속 소비와 인지능력 변화 사이의 인과관계를 제대로 짚을 수 있다.

빠른 소비가 기본값이 된 시대에, 천천히 읽고 끝까지 듣고 스스로 정리하는 능력은 점점 더 의식적인 노력 없이는 유지하기 어려운 능력이 되어가고 있다. 본 연구가 대학생들이 자신의 미디어 소비 방식을 한 번쯤 돌아보고, 더 균형 잡힌 정보 소비습관을 만들어 가는데 작은 출발점이 되기를 바란다.

참고문헌

김다솜. (2023.10.27.). 「2배속, 10초 뒤로…영상 콘텐츠, '빨리 감기' 시청이 대세라고?」. 데일리팝. http://www.dailypop.kr/news/articleView.html?idxno=72829

김민주. (2025.07.10.). 「Z세대 '2배속 시청', 뇌 건강에 악영향 줄 수 있어」. 『한경매거진앤북』. <https://magazine.hankyung.com/business/article/202507101156b>

김수현. (2020.08.03.). 「넷플릭스, 영화계 반발했던 '속도조절 기능' 정식 출시」. 머니투데이. <https://www.mt.co.kr/tech/2020/08/03/2020080315155095538>

김시현 (2024). 숏폼 미디어 몰입이 집중력에 미치는 영향에 관한 연구: 20대 청년을 대상으로. 글로벌융합연구학회지, 3(2), 26 - 39.

김현수, "10명 중 8명은 숏폼 시청 경험…유튜브쇼츠 가장 많아", 연합뉴스, 2024년 11월 18일, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20241118118000017>

나스미디어. (2024). *2024 NPR 인터넷 이용자 조사*. 나스미디어. https://www.nasmedia.co.kr/?p=8255

대구일보, (2025), 팝콘 브레인과 책 읽기, <https://www.idaegu.com/news/articleView.html?idxno=475378>

방송통신위원회. (2023). *2023 방송매체 이용행태조사*. 방송통신위원회. <https://eiec.kdi.re.kr/policy/materialView.do?num=246638>

이지수, 이성은, 박인우. (2025). 대학생의 숏폼 과의존이 인지된 학업성취도에 미치는 영향에서 학습몰입의 매개효과와 자기조절능력의 조절된 매개효과에 관한 연구. 교육정보미디어연구, 31(1), 1-19.

정혜녕, 홍우평. (2025). 정보 전달 목적 콘텐츠의 재생 배속이 시청자의 인지적 부담과 내용 이해도에 미치는 영향. 사이버커뮤니케이션학보, 42(2), 177-229.

하은아, 김현아. (2025). 숏폼 콘텐츠의 감성·행동 지표 분석을 통한 몰입 및 집중 패턴 도출 연구. 디지털콘텐츠학회논문지, 26(9), 2441-2451. 10.9728/dcs.2025.26.9.2441

한국과학창의재단. (2018. 12. 12). 팝콘브레인(popcorn brain). *사이언스올 과학백과사전*. <https://www.scienceall.com/brd/board/390/L/menu/317?brdType=R&thisPage=1&bbsSn=230849&brdCodeValue=>

Tharumalingam, T., Roberts, B., Fawcett, J. M., & Risko, E. F. (2025). Increasing video lecture playback speed can impair test performance: A meta-analysis. *Educational Psychology Review*, *37*(2). <https://doi.org/10.1007/s10648-025-10003-9>

부록

배속 및 요약본 소비 습관과 집중력 변화 설문 조사

본 설문은 대학생들의 배속 시청 및 요약본 소비 습관이 집중력과 미디어 이용 방식에 어떠한 영향을 미치는지 알아보기 위한 연구입니다.

각 문항에는 정답이 없으므로 평소 자신의 실제 이용 습관과 생각을 바탕으로 솔직하게 응답해 주시면 됩니다.

*는 필수 문항입니다.

1. 학년 *

1학년

2학년

3학년

4학년

2. 배속 시청을 얼마나 자주 하나요? *

10% 미만 (거의 안씀)

10~30%

30~50%

50~70%

70%이상 (대부분 배속으로 봄)

3. 요약본 시청을 얼마나 자주 하나요? *

10% 미만 (거의 안씀)

10~30%

30~50%

50~70%

70%이상 (대부분 배속으로 봄)

4. 배속, 요약을 주로 어떤 콘텐츠에 사용하나요? (복수 선택) *

온라인 강의

유튜브 정보 영상

드라마, 예능

오디오

5. 평소에 사용하는 방식을 모두 선택해주세요. (복수 선택) *

배속 시청 (1.5배, 2배 등)

10초 건너뛰기, 구간 스킵

녹취 또는 pdf AI 요약 서비스

영상 요약본 시청

6. 배속이나 건너뛰기 없이 영상을 보면 답답하거나 지루하다. (선형 배율) *

전혀 아님 ~ 매우 그렇다

7. 예전보다 긴 영상이나 글에 집중하기 어려워졌다. (선형 배율) *

전혀 아님 ~ 매우 그렇다

8. 독서, 강의 등 느린 일상 활동이 전보다 더 지루하게 느껴진다. (선형 배율) *

전혀 아님 ~ 매우 그렇다

9. 배속, 요약으로 소비하면 내용이 잘 기억되지 않는다. (선형 배율) *

전혀 아님 ~ 매우 그렇다

10. 요약, 배속 없이 원본을 끝까지 보는 것이 힘들다. (선형 배율) *

전혀 아님 ~ 매우 그렇다

시간 내주셔서 감사합니다.

학술적 에세이
<우수상>

한국 대형 공연장의 한계와 개선 방안 연구
: 일본 대형 공연장과의 비교를 바탕으로

목차

1. 서론
  1.1. 연구 필요성 및 연구 목적
  1.2. 연구 범위
2. 한국과 일본의 대형 공연장 현황
  2.1. 공연장 분포 및 규모
  2.2. 공연장 유형 및 운영구조
3. 한국과 일본의 대형 공연장의 비교
  3.1. 공연장 물리적 공간 비교
  3.2. 공연장 입지 및 접근성 비교
  3.3. 공연장 운영 방식 비교
4. 한국 대형 공연장의 한계 및 개선 방안
  4.1. 한국 대형 공연장의 한계
  4.2. 개선 방안
5. 결론
참고 문헌

1. 서론

1.1. 연구 필요성 및 연구 목적

K-POP의 열풍은 2000년대에 시작되었다. 초기에는 아시아 국가들을 중심으로 한류의 토대를 마련하였으나 점차 미국과 유럽 등 전 세계 시장으로 확장되면서 세계적인 콘텐츠로 성장하였다. 이러한 확장은 선행 연구에서도 “케이팝 초기에 H.O.T, 젝스키스 등을 중심으로 중화권에 진출하여 큰 인기를 누린 이후 보아, 동방신기, 소녀시대 등 아이돌 뮤지션이 차례로 일본과 동남아시아 지역에 진출하여 큰 성과를 거두었고, 현재는 방탄소년단(BTS), 블랙핑크 등을 통해 전 세계적인 콘텐츠로 자리 잡게 되었다.”[1] 라고 입증한 바 있다.

하지만 K-POP은 문화콘텐츠 강국이자 최대 소비국이었던 미국 시장에서는 뚜렷한 성과를 내지 못하고 있었고, 2012년 중반 가수 싸이(Psy)의 「강남스타일」이 미국에서 열풍을 주도하게 되면서 NBC ‘엘렌쇼’, ‘Today Show’, ‘Saturday Night Live’ 등 주요 메이저 프로그램에 출연하며 인기 과시는 물론, 빌보드 Hot 100차트에서 2위를 달성하며, 문화콘텐츠 대강국인 미국 진출에 성공한 사례가 되었다고 할 수 있

[1] 양영민·한경훈, 한류 음악 장르 다양화를 위한 소규모 대중음악 공연장 지원 정책의 개선 필요성 : 영국의 사례와 비교 분석을 중심으로, 콘텐츠와 산업 7권 3호, 한국콘텐츠산업학회, 2025, 138쪽.

다.[2] 또한, 2025년 7월 5일과 6일 고양종합운동장 주 경기장에서 개최한 블랙핑크의 콘서트는 기존 준비했던 좌석은 물론 추가로 오픈한 시야 제한 석도 전 석 매진을 기록했다.[3]

이처럼 단편적으로 보게 된다면 콘서트가 활발하게 이루어지고 있으며, 대중들에게는 높은 호응을 얻고 있다고 볼 수 있지만, 자세하게 본다면 조금은 다를 수 있다. 공연은 주로 서울과 인천 소재의 대형 공연장에서만 공연이 이뤄지기 때문에 지방 관람객은 높은 숙박 비용을 부담해야 한다. 숙박이 불가능할 경우 공연 종료 후 대중교통 운행 종료로 인해서 귀가에 어려움을 겪는 일들이 빈번히 보고되고 있다. 실제로 인천 인스파이어 아레나 측에서는 교통 접근성 문제가 공연 유치의 주요 과제로 떠오르고 있음을 인정하기도 하였다.[4]

공연장의 물리적인 공간 문제에 대해서도 비효율적인 무대 공간 설계 등 여러 문제를 가진 공연장을 리모델링을 통해 개선을 시도했지만, 이미 구축된 건축 구조의 비합리성이나 필요한 공간 확보의 실패로 인해 제한적인 수정에 그치는 경우가 많았다.[5] 이처럼, K-POP 공연에 대한 수요는 꾸준히 증가하고 있지만, 여전히 국내 대형 공연장은 무대 전환시스템이나 수용 인원, 접근성 측면에서의 한계가 지속적으로 지적되고 있다. 음악 평론가 김윤하는 “전문 시설이 갖추어진 공연장이 어떤 규모에도 없다는 게 한국 공연 시장의 가장 아픈 지점”이라고 지적하며 “한국은 대충 올린 서까래 위에 으리으리한 기와집 같은 게 올려져 있는 상태”라는 의견을 밝혔다.[6]

공연장의 획일화/공통화된 운영 방식에도 문제가 있다. 일본의 경우에는 공공 공연장에 관한 운영 방식을 법으로 규정하지 않고 상세한 이용 목적과 내용에 대해서는 지방공공단체가 조례를 통해서 개별 시설별로 규정하면서 각각의 시설의 특성에 맞춰 자율적으로 운영하고 있다.[7] 이러한 분권적 운영구조는 지역문화의 진흥과 공연장 인프라 확충으로 이어졌으며 대규모 공연들이 원활하게 진행될 수 있게 하였다. 이러한 차이는 2026년 에스파의 월드 투어에서도 살펴볼 수 있다. 한국 공연의 경우 서울에서만 3회로 약 3만 명의 관객이었지만, 일본은 지방 도시를 돌며 약 15번 공연이 개최되었고, 관객도 한국의 관객 수의 10배인 32만 명[8]이었다.

이처럼 K-POP에 대한 수요는 꾸준하게 증가하고 있음에도 불구하고 국내 대형 공연장은 물리적 공간과 교통 접근성과 운영 방식 등에서 그 성장 속도를 따라가지 못하고 있다. 이에 본 연구에서는 한국과 일본의 대형 공연장 인프라를 공연장의 물리적 공간, 입지 및 접근성, 운영 목적 및 체계를 비교 및 분석을 통해 이를 바탕으로 국내 대형 공연장의 공간적 한계를 도출해 개선 방안을 제시하는 것을 목적으로 한다.

1.2. 연구 범위

“아이돌 음악과 같은 주류 음악의 뮤지션은 신인이라 하더라도 소규모 공연장에서 잘 공연하지 않는다.

---

[2] 박성현, “케이팝”, 한국민족문화대백과사전, 한국학중앙연구원, .2023.02.07., https://encykorea.aks.ac.kr/Article/E0073667(검색일: 2026.05.26.).

[3] 김원겸, “블랙핑크 고양 콘서트...시야제한석까지 매진이다, 분위기 예열은 끝났다”, SPOTVnews, 2025.06.10., https://www.spotvnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=753072(검색일: 2026.05.20.).

[4] 박세연, “인스파이어 아레나 측 교통·접근성 문제보다 K팝 공연 경쟁력으로 봐주길”, 일간 스포츠, 2024.01.23., https://isplus.com/article/view/isp202401230198?utm_source=chatgpt.com(검색일: 2026.05.20).

[5] 김경원, “공연장 무대 공간 구성과 전환시스템에 관한 연구 – 국내 다목적 공연장 무대를 중심으로”, 한국실내디자인학회 논문집 34권 3호, 한국실내디자인학회, 2025, 41쪽.

[6] SBS뉴스, “일본에서 더 많이 열리는 케이팝 공연..이유는”, 2026.05.23., https://youtu.be/e3KE-diQfi8?si=1Sxe_yVp5CroHtVM(접속일: 2026.05.26.).

[7] 오유리, 일본의 지역 공공공연장 지원활동에 관한 연구 : 재단법인 ‘지역창조’를 중심으로, 성균관 대학교 석사학위논문, 2010, 20쪽.

[8] SBS뉴스, 앞의 영상.

기획사의 자본력에 더해 대중들에게 큰 인기를 얻고 있는 아이돌 그룹과 같은 주류 뮤지션의 경우 채산성에 맞춰서 공연을 기획하기 때문인데"[9] 여기서, 채산성은 "수입과 지출이 맞아서 이익이 있는 성질"[10]을 의미하며, 이는 곧 공연 기획 시 수익성을 확보할 수 있는 규모를 선택한다는 것을 의미한다. 최소한의 채산성을 충족시키기 위해 1000~3000석 규모의 공연장을 선호하며, 대형 공연의 경우 이를 훨씬 상회하는 수용 규모가 요구된다.

이에 따라 본 연구에서는 현재 대규모 공연이 실질적으로 이루어지는, 15000명 이상 수용 규모의 서울과 인천 소재의 대형 공연장을 연구 대상으로 선정하였으며, 일본에서는 한국 선정 공연장과 유사한 규모 및 공연 활용도를 기준으로 여러 지역에 있는 대형 공연장을 주로 다루려고 한다. 한국에서는 KSPO돔, 고척돔, 상암 월드컵 경기장, 인천 인스파이어 아레나를 선정하였고, 일본에서는 사이타마 슈퍼아레나, 도쿄돔, 닛산 스타디움, 피아 아레나 MM을 선정하였다(2.1. <표1> 참조).

연구는 크게 물리적 공간과 교통 접근성과 운영 목적성으로 한정하여, 공연장의 수용 인원, 무대 공간과 전환시스템 그리고 객석의 구조에 주목하고, 그 공연장의 교통 접근성이 어떤지, 다목적으로 쓰이는 공간인지에 대해서 다루고자 한다.

먼저 고정형 구조를 사용하는 KSPO돔과 가변형 구조의 대표 사례인 사이타마 아레나는 구조에서 극명한 차이가 있으며 수용 인원에 차이가 있다는 점에서 비교하고, 고척 스카이돔과 도쿄돔은 야구장 기반의 돔 구장의 공연을 활용하지만 수용 인원에서 차이가 있으며, 민간에서 운영하는 도쿄돔과 공공에서 운영하는 고척돔의 운영 방식의 차이를 비교하며 다목적 공연장인 도쿄돔을 어떻게 운영하고 있는지 다뤄보고자 한다. 상암 월드컵 경기장과 닛산 스타디움은 축구장 기반 야외 대형 스타디움 공연을 하는 유사한 구조를 띠고 있지만, 잔디 관리 시스템 등 공연의 활용도에서 차이가 나타난다는 점을 다루고자 한다. 마지막 인천 인스파이어 아레나와 피아 아레나는 개관 시기가 유사하며 둘 다 민간에서 운영되며 공연 전용으로 설계된 공연장이다. 가변형 구조를 보유하고 있지만, 교통 접근성 측면에서 차이가 있다는 부분을 교통 접근성 부분을 다뤄보고자 한다. 대형 공연장의 인프라를 중심으로 하기 때문에 정책적인 분석이나 경제적인 분석을 제외하고 위에서 언급한 공간적 측면에 집중할 예정이다.

2. 한국과 일본의 대형 공연장 현황

2.1. 공연장 분포 및 규모

한국에 있는 대형 공연장은 주로 서울과 인천에 집중되어 있다. 서울 송파구에 있는 KSPO돔은 1988년 올림픽을 위해서 건립된 경기장이었지만. 아레나형 공연장으로 리모델링 되었고, 수용 가능 인원은 약 15,000석으로 서울 동남권의 대표적인 실내 공연장이라고 할 수 있다.[11] 인스파이어 아레나는 인천 중구에 위치하며 2023년에 개관한 공연장으로 공연에 따라 조정할 수 있는 가변형 구조가 있다. 또한, 수용 인원은 15,000석이 되는 공연장이다.[12] 고척 스카이돔은 서울특별시 구로구에 있으며 2015년 개관하였다. 국

---

9 양영민·한경훈, 앞의 논문, 141쪽.

10 표준국어대사전, "채산성", 국립국어원, https://stdict.korean.go.kr/m/search/searchResult.do (검색일: 2026.05.28.).

11 한국체육산업개발 홈페이지/공연장 안내, https://www.ksponco.or.kr/olympicpark/menu.es?mid=a20301030800(검색일: 2026.05.26.).

12 인스파이어 홈페이지/ENTERTAINMENT/INSPIRE ARENA, https://www.inspireresorts.com/ko/entertainment/inspire-arena/inspire-arena(검색일: 2026.05.26.).

내 유일의 돔구장으로 16,601명석의 관람석이 있다.[13] 서울 마포구의 상암 월드컵 경기장은 2002년 FIFA 월드컵 경기를 위해서 건립되었다. 총 관람석은 66,704석으로 국내에서 최대 규모로 공연이 가능한 시설이다.[14]

일본은 한국과 다르게 수도권뿐만 아니라 여러 지역에 공연장이 분포되어 있다. 사이타마 슈퍼 아레나는 사이타마시 주오구에 위치해 있으며 2000년에 개관하였다. 사이타마 슈퍼 아레나는 가변형 구조를 갖춘 대표적인 다목적 공연장이기 때문에 경기장 구조, 메인 아레나 구조, 커뮤니티 아레나일 때 수용 인원이 조금씩 다르지만, 최대 수용 인원은 37,000석이다.[15] 일본 요코하마시 니시구에 있는 피아 아레나 MM은 2020년에 개관했다. 최대로 수용 가능한 인원은 12,141석이다.[16] 도쿄도 분쿄구의 도쿄돔은 1988년에 개관한 일본 최초의 다목적 돔이라고 할 수 있다. 최대 수용 인원은 55,000석이다.[17] 마지막, 닛산 스타디움은 요코하마시 코호쿠구에 위치하며 1998년에 개관하였고, 최대 수용 인원은 72,000석으로 일본 최대 규모의 경기장 중 하나이다.[18] 한국과 일본의 공연장의 위치와 시설의 규모를 정리하면 <표1>과 같다.

<표 1> 한국·일본 대형 공연장의 위치 및 규모 비교

공연장	위치	개관 연도	최대 수용 인원
KSPO돔	서울 송파구	1986	15,000석
인천 인스파이어 아레나	인천 중구	2023	15,000석
고척 스카이돔	서울 구로구	2015	16,601석
서울 상암 월드컵 경기장	서울 마포구	2001	66,704석
사이타마 슈퍼아레나	사이타마시 주오구	2000	37,000석
피아 아레나 MM	요코하마시 니시구	2020	12,141석
도쿄돔	도쿄 분쿄구	1988	55,000석
닛산 스타디움	요코하마시 코호쿠구	1998	72,000석

2.2. 공연장 유형 및 운영구조

한국의 대형 공연장은 대부분 공공기관에서 운영되고 있으며 스포츠 시설을 목적으로 건립되었으나 현재는 공연장으로도 활용되는 다목적 구조를 가지고 있다. KSPO돔은 한국체육산업개발(주)(KSPO&CO)이 운영하는 공공시설로, 본래 체육 경기를 위해 건립되었으나 현재는 대형 콘서트, 팬미팅 등 K-POP 공연에 적극적으로 활용되고 있다. 고정형 무대 구조로 인해 공연마다 별도로 무대를 설치해야 한다는 특성이 있다.[19] 고정형 무대 구조의 의미는 다음과 같다. 내부 구조를 변경하지않고 동일한 형태로 운영되는 구조

13 서울시설공단 고척스카이돔 홈페이지/돔구장 소개/시설안내, https://www.sisul.or.kr/open_content/skydome/introduce/facility.jsp(검색일: 2026.05.26.).
14 서울시설공단 서울월드컵경기장 홈페이지/경기장 소개/연혁 및 현황, https://www.sisul.or.kr/open_content/worldcup/introduce/history.jsp(검색일: 2026.05.26.).
15 사이타마 슈퍼 아레나 홈페이지/행사주최자분들을 위한/시설개요, https://www.saitama-arena.co.jp/business/layout_sizes/layout_sizes_stadium/(검색일: 2026.05.30.).
16 피아 아레나 MM 홈페이지/주최 측을 위해/피아 아레나 MM 소개, https://pia-arena-mm.jp/about/index.html(검색일: 2026.05.30.).
17 도쿄돔 홈페이지/메뉴/도쿄돔이란 무엇인가요?, https://www.tokyo-dome.co.jp/dome/about/(검색일: 2026.05.30.).
18 닛산 스타디움 홈페이지/시설안내서/시설개요, https://www.nissan-stadium.jp/stadium/gaiyo.php(검색일: 2026.05.30.).
19 한국체육산업개발 홈페이지/공연장 안내, 앞의 홈페이지.

이다. 반면에, 가변형 무대 구조란 공연의 규모 또는 특징에 따라서 무대와 객석 구조를 조정하며 유동적으로 운영할 수 있는 구조를 의미한다.

국내 대형 공연장 중 가변형 무대 구조를 가진 대표적인 사례는 인천 인스파이어 아레나이다. 인천 인스파이어 아레나는 인스파이어 엔터테인먼트 리조트가 운영하는 민간 시설로, 미국 모히건 선 아레나의 기술 및 운영 노하우를 도입하여 설계 단계부터 공연을 전용으로 건립되었기 때문에 360도 회전 무대 등 여러 연출이 가능한 가변형 구조를 가지고 있다. 하지만 주변 대중교통 인프라가 열악해 교통 접근성 문제가 지속적으로 지적되고 있다.[20] 고척 스카이돔은 서울시설공단이 운영하고 있으며 본래는 야구장으로 설계되었다. 돔 구조로 인해 우천 시에도 공연이 가능하다는 장점이 있긴 하지만, 야구장 특성상 무대와 객석 간의 거리가 멀기 때문에 공연 연출 시 제약이 따른다.[21] 상암 월드컵경기장은 서울시설공단이 운영하는 대형 야외 경기장으로, 주로 축구 경기에 사용되고 있지만 대규모 콘서트 개최 시에도 활용되고 있다. 야외 시설이어서 기상 조건에 따른 운영의 제약이 존재한다.[22]

일본의 대형 공연장은 한국과 다르게 공연을 전용으로 설계된 시설의 비중이 높다. 그리고 민간 기업이 직접 운영하는 경우 또한 많다. 사이타마 슈퍼 아레나는 사이타마시가 출자한 제3섹터 방식으로 운영하고 있으며, 가변형 구조를 통해 소규모 공연부터 대규모 콘서트까지 유동적으로 진행된다. 사이타마 슈퍼 아레나는 본 연구에서 주목하고 있는 요소 중 하나인 가변형 구조의 핵심 사례라고 볼 수 있다.[23] 피아 아레나 MM은 티켓 판매업체인 주식회사 피아에서 운영하고 있는 민간 공연 전용 시설이다. 일본 아레나 중에서 최초로 민간 기업에서 단독으로 주도한 사례에 해당한다. 음악 공연에 최적화된 설계 및 교통 접근성 측면에서도 뛰어나기 때문에 K-POP 공연장으로 활발히 운영되고 있는 편이다.[24] 도쿄돔은 주식회사 도쿄돔이 운영하는 민간 시설로, 야구장을 기반으로 하되 콘서트·전시·스포츠 등 다목적으로 활발히 운영된다. 도쿄돔은 민간에서 운영하는 공연장이기 때문에 상업적인 공연을 유치하는 데 적극적이다.[25] 닛산 스타디움은 요코하마시 스포츠협회에서 운영하고 있는 공공시설로, 닛산 스타디움에서는 주로 축구 경기를 하는 편이다. 또한, 닛산 스타디움은 축구 경기뿐 아니라 대형 콘서트 개최도 잘 이루어지고 있다.[26] 한국과 일본의 공연장의 운영 유형과 무대 구조를 정리하면 <표2>와 같다.

<표 2> 공연장 운영 유형 및 무대 구조

공연장	운영 주체	운영 방식	주요 활용 분야	무대 구조
KSPO돔	한국체육산업개발	공공	스포츠/공연	고정형
인천 인스파이어 아레나	인스파이어 엔터테인먼트 리조트	민간	공연 전용 설계	가변형
고척 스카이돔	서울시설공단	공공	야구/공연	고정형
서울 상암 월드컵 경기장	서울시설공단	공공	축구/공연	고정형
사이타마 슈퍼아레나	제 3섹터	공공+민간	스포츠/공연	가변형
피아 아레나 MM	㈜ 피아	민간	공연 전용 설계	고정형
도쿄돔	㈜ 도쿄돔	민간	야구/공연/전시	고정형
닛산 스타디움	요코하마시 스포츠협회	공공	축구/공연	고정형

20 인스파이어 홈페이지/ENTERTAINMENT/INSPIRE ARENA, 앞의 홈페이지.
21 서울시설공단 고척스카이돔 홈페이지/돔구장 소개/시설 안내, 앞의 홈페이지.
22 서울시설공단 서울월드컵경기장 홈페이지/경기장 소개/연혁 및 현황, 앞의 홈페이지.
23 사이타마 슈퍼 아레나 홈페이지/행사주최자분들을 위한/시설 개요, 앞의 홈페이지.
24 피아 아레나 MM 홈페이지/주최 측을 위해/피아 아레나 MM 소개, 앞의 홈페이지.
25 도쿄돔 홈페이지/메뉴/도쿄돔이란 무엇인가요?, 앞의 홈페이지.
26 닛산 스타디움 홈페이지/시설안내서/시설개요, 앞의 홈페이지.

3. 한국과 일본의 대형 공연장의 비교

3.1. 공연장의 물리적 공간 비교

공연장의 물리적 공간의 경우 공연 연출과 관람 만족도를 좌우할 수 있을 만큼 중요한 요소에 속한다. 동일한 규모에도 불구하고 공간의 구성 및 설계에 따라 활용 가능한 범위가 달라진다. 각 시설이 지니고 있는 물리적인 특성을 중점적으로 알아보고자 한다.

처음으로, KSPO돔과 사이타마 슈퍼아레나의 가장 극명한 차이는 공간 구성의 유연성에 있다. KSPO돔은 고정형 구조로 약 15,000석을 수용할 수 있으나, 구조 변형이 불가능하기 때문에 행사 성격에 따른 공간 재구성이 어렵다는 한계를 지닌다. 반면 사이타마 슈퍼아레나는 가변형 구조의 공연장으로 스타디움 모드, 메인 아레나 모드, 커뮤니티 아레나 모드 등 다양한 형태로 전환이 가능하다. 콘서트가 주로 이루어지는 경기장 모드와 메인 아레나 모드를 기준으로 하면 수용 인원은 12,500석에서 최대 37,000석까지 확대할 수 있다.



<그림 1> 사이타마 슈퍼 아레나의 스타디움 모드와 메인 아레나 모드

<그림 1>은 사이마타 슈퍼 아레나의 스타디움 모드와 메인 아레나 모드를 나타낸 것이다. 두 모드 모두 동일한 공간에 이동 블록 시스템을 활용하여 운영되고 있다는 공통점이 있으나, 공간의 구성 방식과 활용 목적에서 차이를 보인다.



<그림 2 > 사이타마 슈퍼 아레나의 스타디움 모드와 메인 아레나 모드의 배치 예시

<그림 2>에서 볼 수 있듯, 사이타마 슈퍼 아레나는 여러 방식으로 공연장을 구성할 수 있다. 스타디움 모드는 이동 블록을 최대한 벽 쪽에 붙여 공간 전체를 하나의 대규모 공간으로 만들어 30,000석에서 37,000석까지 수용될 수 있다. 반면 아레나 모드는 이동 블록을 중앙으로 이동시켜서 12,500석에서 22,000석 규모로 축소되는 대신에 무대와 객석 간의 거리를 좁혀 공연의 몰입감을 높이는 데 적합하다. 또한, 이동 블록으로 인해 분할된 나머지 공간을 전시또는 굿즈 판매 공간으로 동시에 활용할 수 있어 복합적인 운영이 가능하다.

앞에 언급한 이동 블록을 포함해서 가변형 구조를 가능하게 한 핵심 설비는 세 가지로 볼 수 있다. 첫째, 무게는 15,000톤이고 높이는 41.5m에 달하는 이동 블록으로, 수평으로 70m 이동시켜 경기장의 전체 구조를 재편시킨다. 둘째, 이동식 바닥 메커니즘(람다 바닥)으로, 경기장의 바닥 일부를 기계 장치를 이용하여 단계적으로 하강시켜서 무대 주변에 추가적인 관람석을 설치할 수 있도록 한다. 셋째, 슬라이딩 이동식 좌석 메커니즘(롤백 좌석)으로, 약 13,000개의 좌석을 수납하여 다양한 좌석 배치 패턴을 구현할 수 있다. 이러한 구조는 단순하게 수용 인원을 늘리는 것을 넘어서, 공연의 성격에 따라서 무대와 객석의 관계를 유연하게 조정할 수 있어 공연의 연출 가능성을 크게 확장한다..[27]

다음으로 고척 스카이돔과 도쿄돔의 물리적 공간의 특성을 비교하고자 한다. 두 공연장은 모두 야구장을 기반으로 하고 있어 유사한 구조를 가진다. 하지만 공간을 활용하는 방식이나 시설의 규모 측면에서 뚜렷한 차이를 가지고 있다. 먼저 고척돔의 건축 면적은 약 29,120㎡이며, 연 면적은 약 83,623㎡이고, 최고 높이는 67m이다. 반면 도쿄돔의 건축 면적은 46,755㎡이며, 체적은 약 1,240,000㎥이고, 높이는 56m이다. 고척 스카이돔의 높이는 도쿄돔을 상회하고 있음에도 불구하고 건축 면적이나 내부 필드의 규모가 상대적으로 협소하다는 문제가 있다. 이로 인해서 무대를 설치하거나 객석을 배치하게 된다면 공간적인 제약이 발생하게 되면서 공연 수용 능력과 연출의 범위에 영향을 미치게 된다.

또한, 고척 스카이돔과 도쿄돔은 객석 구조와 관람 환경 측면에서 차이가 나타난다. 도쿄돔은 그라운드 양측에 약 13,000석 규모의 가동석을 설치하고 있으며, 야구 경기 외에도 콘서트, 축구 경기 등 행사 목적에 따라 좌석을 수납하거나 재배치할 수 있도록 설계되었다.



<그림 3> 도쿄돔의 비전(첫 번째 사진), 음향 관련 시스템(두 번째 사진)

여기에 더해 <그림 3>에서 확인할 수 있듯이, 폭이 약 125.6m이고, 면적은 약 1,050㎡인 규모의 대형 LED 비전을 설치하여 무대 영상을 연동한 시각적 연출을 가능하게 한다. 그리고 최신 라인 어레이 스피커 22대를 상설로 설치해 대규모 공연에서도 균일한 음향이 전달되도록 구축하였다.[28] 이러한 설비들은 단순히 물리적 공간 규모를 보완하는 역할을 넘어, 공연 관람 환경의 질을 높이고 대형 공연장으로서의 활용성을 강화하는 요소로 작용한다.

---

[27] 사이타마 슈퍼 아레나 홈페이지/행사주최자분들을 위한/시설 개요, 앞의 홈페이지.
[28] 도쿄돔 홈페이지/메뉴/도쿄돔이란 무엇인가요?, 앞의 홈페이지.



<그림 4> 고척 스카이돔의 야구장 좌석 배치도(첫 번째 사진), 2024 데이식스 스페셜 콘서트「The Present」좌석배치도(두 번째 사진) 및 공연 시 시야 제한 사례(세 번째 사례)

반면 고척 스카이돔은 야구 경기를 중심으로 운영되어서 고정형 객석 구조를 갖추고 있다. 따라서 공연장 공간으로 재구성할 때 제약이 크다. <그림 4>의 첫 번째와 두 번째 사진을 비교해 보면, 야구가 진행되는 공간에 무대와 플로어 석을 설치하기 때문에 무대 뒤편 객석을 포함해 일부 좌석은 활용이 어려워진다. 또한, 3층과 4층의 좌석은 무대와의 거리가 상당히 멀어지게 구성된다는 것을 확인할 수 있다. 더불어 공연의 규모가 커질수록 무대 설치를 위해 플로어 인근 좌석 일부를 추가로 폐쇄된다. <그림 4>의 세 번째 사진과 같이 예매가 가능한 플로어 좌석이라 하더라도 음향과 조명 설비와 무대 구조물로 인해 공연 관람에 어려움이 생기게 된다. 결과적으로 실제 활용 가능한 객석의 수는 전체 수용 인원에 비해 감소하며 활용 가능한 좌석 중에서도 양호한 시야를 확보할 수 있는 좌석은 더 적은 경향이 나타나게 된다. 이는 설계 단계에서 공연장의 활용도를 충분하게 고려하지 못해서 비롯된 구조적인 한계라고 볼 수 있다.



<그림 5> 닛산 스타디움의 잔디 하부 온수 배관(첫 번째 사진), 경기장 내부 조명(두 번째 사진), 접이식 시트(세 번째 사진)

마지막으로, 서울 월드컵 경기장과 닛산 스타디움는 모두 대규모 야외 축구장을 기반으로 운영하고 있는 공연장이며 수용 인원에서도 서울 월드컵 경기장은 약 66,704석, 닛산 스타디움은 약 72,000석으로 유사한 규모를 보인다. 그러나 공간 활용도와 시설 설계 측면에서 차이가 나타난다. 닛산 스타디움은 경기장 설계 단계에서부터 스포츠 경기와 복합 이벤트를 동시에 수용할 수 있도록 설비를 갖추고 있다.

<그림 5>의 첫 번째 사진과 같이 잔디 하부 약 30cm에 설치된 온수 배관을 통해 지온을 조절함으로써 연중 안정적인 잔디 상태를 유지하며, <그림 5>에서 두 번째 사진을 통해 알 수 있듯이 580대의 LED 조

명 기구는 개별 조광 및 제어가 가능해 스포츠 경기뿐 아니라 콘서트 연출 환경도 제공한다. <그림 5>의 세 번째 사진과 같이 기존의 고정식에서 접이식으로 변경되어 앞뒤 좌석의 폭이 넓어지고 통과가 쉬워졌습니다. 또한, 오랜 시간 착석해도 피로를 줄여 편하게 관람할 수 있도록 설계하였다.[29]

서울 상암 월드컵 경기장은 천연 잔디 보호가 대형 공연 유치의 주요 제약 요인으로 작용하고 있다. 대형 콘서트 개최 시 무대 구조물과 음향/조명 장비 설치, 대규모 관객 이동으로 잔디 훼손 가능성이 높기 때문에 공연 개최에 신중한 입장을 유지해 온 측면이 있다. 국회 문화체육관광위원회 양문석 의원은 "상암동 월드컵 경기장을 이용하려고 그러는데 지난번 보이스카우트 행사 때 18% 정도의 잔디가 훼손돼 2억 4천만 원 정도 비용이 투입돼 잔디를 회복했습니다."[30] 라고 언급하며 상암 월드컵 경기장에서 콘서트 개최의 어려움을 언급했다. 이처럼 잔디 관리 인프라의 차이는 두 시설의 공연 활용도에 직접적인 영향을 미치고 있다.

3.2. 공연장의 입지 및 접근성 비교

단순히 수용 인원과 규모에 의해서 공연장의 경쟁력을 결정하지 않는다. 그 이유는 교통 접근성이 공연장의 운영과 공연 유치에 큰 영향을 미치고 있기 때문이다. 특히 대형 공연의 경우 일반적으로 오후 10시에서 11시경 종료된다. 2023년 서울 경찰청은 교통통제를 위해 상암 월드컵 경기장에서 개최한 잼버리 K-POP 콘서트의 종료 예정 시각을 오후 11시로 안내하였는데,[31] 이처럼 대형 공연의 종료 시각이 늦어질수록 대중교통의 연계성이 하나의 중요한 요소로 작용하기 때문에 교통 접근성을 향상시키는 것이 공연장에 대한 만족도와 선호도를 높이는 요인이라고 볼 수 있다.



<그림 6> KSPO돔, 고척 스카이돔, 서울 상암 월드컵 경기장의 교통 접근성

<그림 6>을 통해, 각각의 공연장의 인근에는 지하철역과 여러 버스 정류장이 위치해 교통 접근성이 좋은 편이라고 말할 수 있다. KSPO돔 주변에 있는 5호선과 9호선 지하철은 늦은 시간까지 운행하며, 버스도

29 닛산 스타디움 홈페이지/시설안내서/시설개요, 앞의 홈페이지.
30 YTN뉴스, "서울 월드컵 경기장에 공연 매트 도입...2032년까지 대형 공연장 4곳 건설", 유튜브, 2025.11.23., https://youtu.be/gYm38f7RfoI?si=GAINuIJSrxmxH7m5(접속일: 2026.05.31.).
31 동아일보, "잼버리 K팝 콘서트로 내일 상암월드컵경기장 일대 교통통제", 2025.08.10., https://www.donga.com/news/Society/article/all/20230810/120647226/1?utm_source=chatgpt.com (접속일: 2026.06.26.).

마찬가지로 늦은 시간까지 운행하고 배차 간격도 약 10~13분 정도로 비교적 짧다.[32] 고척 스카이돔 주변에는 도보 2분 거리에 구일역이 위치하며 역시 늦은 시간까지 운행하며 주변에 여러 대의 버스가 운행하고 있다.[33] 서울 월드컵 경기장 주변에는 약 7개의 버스정류장이 있기 때문에 많은 노선의 버스가 다니고 있고 근처에 6호선 지하철도 있다.[34] 앞에서 살펴본 바와 같이 서울 소재 공연장은 지하철과 버스 등 대중교통의 접근성이 높다는 것을 알 수 있다.



<그림 7> 인천 인스파이어 아레나의 교통 접근성

하지만, 인천 인스파이어 아레나의 경우는 교통 접근성 측면에서 상당한 제약을 가지고 있다. <그림 7>에서 알 수 있듯, 204번과 중구 7번 버스를 탈 수 있는 2개의 버스 정류장이 있다. 204번 버스는 배차의 간격이 59~75분으로 긴 편에 속하며, 중구 7번 버스는 20:56에 오는 버스가 막차이고 배차 간격도 10-175분이므로 상황에 따라 달라지게 된다.[35] <그림 6>과 비교해보면 확연한 차이를 알 수 있다. 특히 수도권 외 지역에서 오는 관람객은 막차 시간과 이동 시간을 동시에 고려해야 한다는 부담으로 인해 귀가 수단을 택시나 자가용을 선택하는 경우가 많아 공연 종료 후 공연장 주변의 교통 체증이 발생하게 된다. 인스파이어 아레나 측 역시 교통 접근성 문제가 공연 유치의 주요 과제로 떠오르고 있음을 공식적으로 인정한 바 있다.[36]

<그림 8> 피아 아레나 MM의 교통 접근성

32 네이버 지도 홈페이지/KSPO돔, https://map.naver.com/p/entry/place/1976172179?c=17.00,0,0,0,dh&placePath=/home?from=map&fromPanelNum=1&additionalHeight=76&timestamp=202605311422&locale=ko&svcName=map_pcv5 (검색일: 2026.05.31.).

33 네이버지도 홈페이지/고척돔, https://map.naver.com/p/entry/place/18967604?c=17.00,0,0,0,dh&placePath=/home?from=map&fromPanelNum=1&additionalHeight=76&timestamp=202605311428&locale=ko&svcName=map_pcv5 (검색일: 2026.05.31.).

34 네이버지도 홈페이지/상암월드컵, https://map.naver.com/p/search/%EC%83%81%EC%95%94%EC%9B%94%EB%93%9C%EC%BB%B5%EA%B2%BD%EA%B8%B0%EC%9E%A5?c=17.00,0,0,0,dh(검색일: 2026.05.31.).

35 네이버 지도 홈페이지/인스파이어, https://map.naver.com/p/search/%EC%9D%B8%EC%B2%9C%EC%9D%B8%EC%8A%A4%ED%8C%8C%EC%9D%B4%EC%96%B4%EC%95%84%EB%A0%88%EB%82%98?c=15.00,0,0,0,dh(검색일: 2026.05.31.).

36 박세연, 앞의 기사.



<그림 8>에서도 확인할 수 있듯이, 피아 아레나 MM 주변에 여러 철도 노선과 유기적으로 연결되어 있어서 교통 접근성이 좋은편에 속하다. 미나토미라이선의 마나토미라이역 또는 신다카시마역에서 공연장까지 이동할 수 있고, JR라인의 사쿠라 시초역(경인도후쿠선/네기시선) 또는 요코하마역(케이힌도호쿠선, 요코하마선)에서도 공연장까지 이동할 수 있다.[37] 여러 노선들이 주변에 있어 대규모 관객들이 특정 역으로 집중되지 않고, 분산되어 교통수단을 이용할 수 있다. 또한, 공연장 주변에는 상업 시설과 숙박시설이 밀집되어 공연 관람 이후 숙박 또는 이동 등 선택지가 다양하다는 특징이 있다.

일본의 공연장들은 대부분 교통 접근성이 높은 편이다. 그리고 공연 종료 시간에 맞춰 임시 열차나 셔틀버스를 운영하기도 한다. 또한, 여러 상업 시설들을 공연장과 함께 개발시켜 지역 경제 활성화로 연결시켰다는 점이 주목할 점이다. 이러한 구조는 단순한 공연 시설 운영을 넘어 지역 문화의 인프라 정책으로 기능하고 있다고 볼 수 있다.

3.3 공연장 운영 방식 비교

공연장이 어떤 목적을 중심으로 설계되며, 어떻게 운영되는지에 따라 공연장의 경쟁력에서 큰 차이를 보인다. 특히 공연을 전용으로 설계하였는지, 아니면 스포츠 경기 운영 등을 위주로 설계한 다목적 시설인지에 따라 음향과 무대 설치의 효율성은 물론 공연 유치 가능성까지 달라지기 때문이다.

한국은 인천 인스파이어 아레나를 제외하고 대부분의 대형 공연장은 스포츠 경기 운영을 목적으로 공공에서 운영하고 있다. KSPO돔은 현재는 K-POP 공연에 적극적으로 운영하지만, 초반에는 체육 경기를 위해서 건립된 공간이었다. 고척 스카이돔은 야구장으로 사용되는 공연장으로, 공연을 개최할 때 설치되는 여러 장치로 인해 그라운드 인근 좌석을 폐쇄하면서 실제로 활용 가능한 좌석은 상대적으로 감소하게 된다. 서울 상암 월드컵 경기장도 축구 경기가 주된 용도이기 때문에 대관이 어렵다. 이러한 운영 구조는 체육 경기와 공공성이 최우선으로 여겨지기 때문에, 공연 산업의 변화에 빠른 대응이나 공연 중심 시설에 대한 투자를 결정하는 과정에서 민간에서 운영되는 시설에 비해 상대적으로 경직적이라고 볼 수 있다.

일본 또한 한국과 같은 다목적 시설이지만 공연 유치에는 매우 적극적이라는 점에서 차이가 나타난다. 이러한 배경에는 제도적인 기반이 존재한다. 일본은 2001년 '문화예술진흥기본법' 제정한 이후 지방공공단체에서 문화 정책을 실행해야 하는 법적인 근거를 갖게 되었다.[38] 문화예술진흥기본법은 정부에서 5년마다 기본적인 시책을 제시해 지역 문화의 진흥을 중점 사항 중 하나로 명시하고 있다. 이를 기반으로 지방공공단체에서는 조례를 통해서 구체적인 공연장의 이용 목적과 운영 내용에 대해서 자율적으로 규정할 수 있는 분권적인 구조를 확립하였다.[39] 한국도 문화예술진흥기본법은 1972년에 제정되었으며, 국가 및 지방자치단체의 공연예술진흥기본계획 수립과 시행 의무제를 도입하여 제도적인 기반을 마련했다. 한국의 문화예술진흥기본법에는 문화예술 진흥에 대해 시책을 강구하고 국민의 문화예술 활동을 권장하고 보호하도록

---

37 피아 아레나 MM 홈페이지/메뉴/접근, https://pia-arena-mm.jp/access/index.html(검색일: 2026.05.31.).
38 오유리, 앞의 논문, 18쪽.
39 오유리, 앞의 논문, 20쪽.

규정하고 있지만. 구체적인 운영 방식이나 이용목적에 대해서는 시설별로 자율적으로 규정할 수 있는 분권적인 체계에 관해서 상대적으로 미흡하다는 것을 확인할 수 있다.[40]

이처럼 일본은 제도를 통해 지역 문화의 인프라 구축을 뒷받침하였고, 민간 부문에서도 공연 산업의 성장 가능성을 고려해 공연장 조성에도 적극적으로 참여해왔다. 3.1에서 살펴본 바와 같이 도쿄돔은 스포츠 경기와 공연을 모두 유치시키기 위해 이동식 좌석, 승강식 마운드, 인조잔디 시스템 등을 도입하였다. 이를 통해 야구 경기 외에도 대규모 공연 개최에 적합한 공간으로 전환할 수 있도록 설계되었다. 이러한 시설 투자는 민간 기업인 주식 회사 도쿄돔이 수익성과 경쟁력을 모두 고려하여 공연 산업을 중요한 사업 영역으로 인식해 적극적으로 투자한 결과라고 볼 수 있다.

단순한 하드웨어 설비 차이를 넘어서 공연 산업에 대한 운영 주체의 인식 차이에서 비롯된 것이라고 볼 수 있다. 사이타마 슈퍼아레나는 사이타마시가 출자한 제3섹터 방식, 공공과 민간에서 협력해 운영하고 있기 때문에 공공성과 수익성을 모두 추구하는 구조를 갖추고 있다. 소규모 공연부터 37,000석 규모의 대형 콘서트까지 유동적으로 진행할 수 있다. 피아 아레나 MM은 주식회사 피아가 단독으로 주도한 일본 최초의 민간에서 운영하고 있는 공연 전용 아레나로, 음향과 무대 구조, 관객 동선 등이 공연 운영에 최적화되어 있다. 닛산 스타디움은 요코하마시 스포츠협회가 운영하고 있는 공공시설이지만, 스포츠 경기와 대형 콘서트를 동시에 수용할 수 있어 복합적인 운영 체계를 구축하고 있다는 점에서 공공 운영 체계인 한국 공연장과 대비를 보인다.

공공과 민간의 운영 방식에서의 차이는 궁극적으로는 공연 산업 변화에 대한 대응 속도와 공연의 운영 의지에서 차이가 나타난다. 공공 운영 체계는 공익적으로 활용하며 안정적으로 시설을 관리한다는 장점이 있지만, 수익성을 우선으로 시장의 경쟁력을 중심으로 하여 공연 산업의 대응 측면에서 상대적으로 한계가 존재한다. 반면 민간 운영 체계는 공연 유치와 관객 서비스 개선에 적극적이라는 장점이 있으나, 지나친 상업화로 인해 공공성이 약화될 수 있다는 단점도 있다. 일본의 경우 이러한 장단점을 고려하여 제 3 섹터 방식이나 민간 전문 운영사와의 협업 구조를 적극적으로 활용하고 있다는 점에서, 한국의 공연장 운영 방식이 나아가야 할 방향을 시사하고 있다.

4. 한국 대형 공연장의 한계 및 개선 방안

4.1. 한국 대형 공연장의 한계

일본의 사례와 비교하여 살펴본 바에 의하면 한국의 대형 공연장은 K-POP의 산업적인 성장 속도에 비해 인프라 측면에서 여러 한계를 가지고 있음을 확인할 수 있다. 이를 정리하면 다음과 같다.

첫 번째 한계는 고정형 구조로 인해 공간을 유연하게 활용하기 어렵다는 점이다. 한국의 대형 공연장은 주로 고정형 구조를 적용하고 있어서 공연의 규모나 연출의 방식에 따라 공간을 유동적으로 재구성하기 어렵다는 점이다. 무대 시설 안전진단 제도는 가변형 시설 도입 시 추가적인 안전관리 부담 요인으로 작용한다. 무대 시설 안전진단은 “공연장을 설치하여 운영하고자 하는 자 또는 공연장 운영자가 무대 기계, 기구에 대해 설계 검토, 등록 전 안전검사, 정기 안전검사, 정밀안전진단, 자체 안전검사를 시행하여 안전 상태를 확인받는 검사”를 의미한다.[41] 이에 따라 3.1.에서 언급했던 롤백 좌석이나 이동 블록, 람다 바닥 등

---

[40] 대한민국 법제처, “문화예술진흥법”, 국가법령정보센터, https://www.law.go.kr/%EB%B2%95%EB%A0%B9/%EB%AC%B8%ED%99%94%EC%98%88%EC%88%A0%EC%A7%84%ED%9D%A5%EB%B2%95(검색일: 2026.06.24.).

[41] 찾기쉬운 생활법령정보 홈페이지/책자형 생활법령/공연장 안전관리/시설 안전관리하기/무대시설 안전,

과 같은 가변형 시설은 추가적인 기계 장치 관리와 안전 검사가 요구된다. 가변형 구조는 유지 관리 비용과 안전관리 부담이 높아져 국내 공연장에 널리 도입되지 못했다. 그러나 최근 공연 산업은 콘서트뿐 아니라 팬미팅, e스포츠, 전시, 복합 문화 행사 등 다양한 형태로 확대되고 있어서 고정형 구조가 가지고 있는 한계가 더 부각되고 있다. 실제로 고척 스카이돔에서 대형 콘서트가 개최될 경우, 무대 구조물과 음향, 조명 설치로 인해서 그라운드 인근의 좌석이 일부 폐쇄되거나 시야 제한석으로 전환되기 때문에 실제로 유효한 좌석의 수가 수용 인원보다 크게 감소하는 문제가 반복적으로 일어나고 있다. 한국 공연장의 시야 제한 및 공간 활용의 한계가 관람 만족도를 저하시키는 주요 요인으로 자주 언급되며, 일본 공연장 수준의 인프라 개선에 대한 필요성이 지속적으로 언급되고 있다.

두 번째 한계는 공연장의 수도권 집중과 이로 인해 나타나는 교통 접근성 문제이다. 현재는 15,000석이상의 규모의 대형 공연이 가능한 공연장은 대부분 서울과 인천에 집중되어 있다. 이로 인해 지방에서 올라온 관람객의 경우 공연 관람을 위해서 상당한 교통비와 숙박비를 부담해야 한다. 실제로 지방에서 서울에서 하는 공연을 관람하는 경우에 왕복 교통비에 공연이 끝나고 귀가가 어려울 경우에 숙박비까지 추가로 지출해야 하며, 이는 K-POP 공연의 주요 소비층인 20, 30대에 경제적인 부담으로 다가올 수 있다. 더 나아가 에스파의 사례에서 나타나듯, 국내에서는 서울 3회 공연으로 약 3만 명의 관객을 동원하는 데 그쳤지만, 일본에서는 지방 도시를 순회하면서 약 15회 공연을 통해서 약 32만 명의 관객을 동원하였다.[42] 이는 지방 공연장 인프라의 부재가 단순하게 관람의 불편함을 넘어서 공연 전체의 규모를 제한하는 요인으로 작용할 수 있음을 보여준다.

세 번째 한계는 공공에서 운영되고 있어 방식이 경직적인 편이다. 한국의 대형 공연장의 경우 대부분 지방자치단체나 공공 기관이 운영하고 있는 형태로, 공공성과 안전성과 체육 진흥 등의 목적들이 우선시되는 경우가 많아서 이러한 운영구조에서는 공연을 중심으로 하는 시설의 투자나 상업적인 콘텐츠를 유치하는 과정에서 의사결정이 느려지거나 제한될 수 있다. 또한, 글로벌 투어 공연 유치를 위해 해외 기획사와의 협업이나 공연 장비 시스템의 개선 등에서도 민간 운영 공연장에 비해서 대응이 느릴 수 있다는 점이다. 이 부분은 현재 한국의 공연장 운영 구조를 단기간에 완전하게 민간 중심 체제로 전환하기 현실적으로 어려워 더욱 복잡한 문제로 남아 있다.

4.2. 개선 방안

한국의 대형 공연장이 지속적으로 경쟁력을 확보하기 위해서 단순하게 시설을 확충하는 것을 넘어 공연 산업 중심의 공간 설계와 운영 체계를 개선할 필요가 있다. 앞서 제시한 세 가지 한계를 바탕으로 다음과 같은 개선 방향을 제안한다.

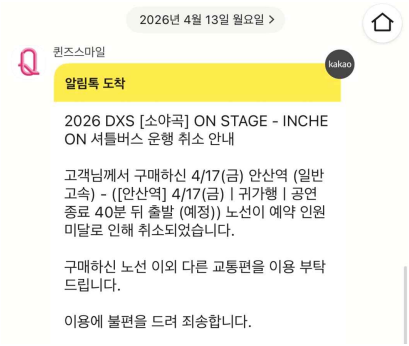
첫째, 신규 공연장 설계단계에서 가변형 구조를 반영할 수 있도록 정부 차원에서 공연장 설계 가이드라인 마련이 필요하다. 현재 국내 공연장의 고정형 구조는 다양한 공연 형태에 대응하기 어렵다는 구조적 한계를 가지고 있다. 사이타마 슈퍼 아레나의 사례처럼 이동 블록, 람다 바닥, 롤백 좌석 등의 시스템을 도입하게 되면 공연 규모에 따라서 최소 12,500석부터 최대 37,000석까지 유연한 운영이 가능하기 때문이다. 물론 가변형 공연장은 안전검사 요건을 충족시켜야 하고 초기 투자 비용이 증가하는 현실적인 과제를 수반하기 때문에 이에 대한 충분한 검토도 필요하다. 따라서 기존 공연장을 전면적으로 개축하기보다는 신규 공연장 건설 계획에 가변형 구조를 도입하도록 유도해야 한다. 현재 2027년 준공 예정인 서울 아레나는 설계단계부터 가변형 무대 시스템을 도입하여 음향 최적화와 다양한 무대 연출이 가능하도록 설계된

---

https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?popMenu=ov&csmSeq=1969&ccfNo=2&cciNo=1&cnpClsNo=1&search_put=(검색일: 2026.05.31.).

[42] SBS뉴스, 앞의 영상.

사례로, 향후 신규 공연장 건립 시 이러한 설계 방식을 참고할 수 있는 모델이 될 수 있다.[43] 현재 추진 중인 청라 돔구장(인천 청라, 최대 27,000석), 잠실 돔구장(서울 송파, 계획 중) 등도 설계단계에서 가변형 구조 도입 여부를 적극적으로 검토할 필요가 있다. 다만 모든 신규 공연장에 가변형 구조를 일률적으로 강제하기보다는 이를 도입하는 공연장에 건설비 지원이나 세제 혜택 등의 인센티브를 제공한다면 단기간 내 실질적인 변화를 유도할 수 있을 것이다.



<그림 9> 셔틀 버스 취소 내역

둘째, 공연장의 교통 접근성을 향상해야 한다. 인천 인스파이어 아레나의 사례에서 확인했듯이, 공연장을 중심으로 설계되었다고 하더라도 교통 접근성이 뒷받침되지 않을 경우 공연장의 활용도가 훼손될 수 있기 때문이다. 현재 인천 인스파이어 아레나에서 공연이 개최될 경우 상당수의 관람객이 퀸즈 스마일이라는 업체에서 운영하고 있는 셔틀버스를 신청하는 편이다. 하지만 일정 인원이 모이지 않으면 <그림 9>과 같이 공연 날짜 일주일 전에 셔틀버스가 취소되기 때문에 관람객 입장에서 불확실성이 존재한다. 그렇기 때문에 단기적으로는 단순히 대중교통을 연장하고 셔틀버스를 확대하는 것에 그치는 것이 아니라, 외국인 관람객을 주요 대상으로 한 공연 연계 지역 투어 프로그램을 진행하는 것이다. 실제로 BTS의 부산 공연이 개최되었을 때 관람객의 절반 이상이 외국인으로 구성되었으며,[44] 부산시는 BTS 월드투어와 연계한 도시 축제를 개최하여 관람객 11만 명을 유치하는 성과를 거두었다.[45] 이처럼 공연이 종료된 이후 관광버스를 통해서 인근 지역의 야시장과 지역 축제, 숙박시설로 이동하는 패키지 프로그램을 운영하게 된다면 외국인 관람객에게 한국의 지역 문화를 경험할 수 있는 기회를 제공하는 동시에 공연 종료 후 일시적으로 집중되는 교통 혼잡을 분산시키는 효과도 기대할 수 있다. 지방자치단체와 공연 기획사의 협력을 통해 운영된다면 지역 경제 활성화에도 긍정적인 영향을 미칠 수 있을 것이다. 중장기적으로는 공연장을 신규 건설할 경우 철도 연계 개발을 전제 조건으로 설정하는 방향으로 나아가야 한다. 일본의 피아 아레나 MM은 복수의 철도 노선과 연계된 도시 중심부에 위치하고 있어서 관람객이 분산해 이동할 수 있게 하는 것처럼 한국도 교통 접근성을 기준으로 공연장 입지를 선정하는 정책적인 접근이 필요하다.

셋째, 공연장 운영 방식을 유연하게 해야 한다. 현재 공공 운영 공연장이 가지고 있는 의사결정 경직성 문제를 해결하기 위해, 민간 전문 운영사와 협업 구조를 확대하는 것이다. 사이타마 슈퍼 아레나에서 운영

---

43 서울특별시, K팝 전문 공연장'서울 아레나'첫삽…2027년 준공, 내 손안의 서울, 2024.07.02., https://mediahub.seoul.go.kr/archives/2011615(검색일: 2026.06.25.).

44 이데일리, "관람객 절반 이상이 외국인…BTS 공연 특수에 부산 웃었다", 2026.06.18., https://www.edaily.co.kr/News/Read?newsId=03509606645483032&mediaCodeNo=257&OutLnkChk=Y (검색일: 2026.06.25.).

45 뉴스핌, "부산시, BTS 월드투어 연계 도시 축제 성료…관람객 11만명 유치 성과", 2026.06.18., https://www.newspim.com/news/view/20260618000050(검색일: 2026.06.25.).

하고 있는 방식인 제 3 섹터는 공공기관에서 소유권을 가지고 있으며, 운영은 민간에 위탁하는 구조를 통해서 공익성과 수익성을 모두 추구한다는 점에서 참고할 만하다. 국내 또한 이러한 시도가 나타나고 있다. 서울 아레나는 BTO(Build-Transfer-Operate) 방식을 적용해 서울시에서 부지를 제공하고, 민간 기업인 카카오에서 건설과 운영을 담당해 일정 기간동안 운영한 이후에 기부채납 구조를 채택하였다.[46] 이는 공공기관에서 시설을 직접 건설하고 운영하는 방식에서 벗어나서 민간의 자본과 전문성을 활용한 사례로 볼 수 있다. 따라서 향후 대형 공연장은 공공기관에서 모든 기능을 담당하는 것이 아니라 시설 건설, 콘텐츠 유치, 운영 및 관리, 관객 서비스 등 분야별로 민간 기업과 역할을 분담하는 협력적인 체계를 구축해야 한다. 예를 들어 공연장의 소유와 관리 감독은 공공기관에서 담당하면서, 공연 유치와 마케팅과 시설 운영 및 관람객 서비스에 대해서는 전문성을 갖추고 있는 민간 운영사가 맡아서 운영하는 방식을 고려할 수 있다. 또한, 공연장의 건설 과정에서도 서울 아레나 사례와 같이 초기 재정 부담을 완화하기 위해 민간 자본을 활용하고 운영 단계에서 공연 기획사나 엔터테인먼트 기업과 협력을 통해 공연 산업의 변화에 신속하게 대응할 수 있도록 해야 한다. 이를 통해서 투어 공연을 유치하는 과정 속에서 경쟁력을 높여, 공연 장비의 개선과 관람객의 편의시설 확충 등 여러 관람 환경의 투자에 적극적인 대응이 가능할 것이다.

나아가 공연장을 단순하게 체육 또는 행사 시설로 바라보는 것이 아닌 문화 산업과 도시 경쟁력을 연결하는 복합 문화 인프라로 인식하는 전환이 필요할 것이다. 고척 스카이돔을 예시로 든다면, 도보 20분 거리에 있는 광명 햇살 광장과 문화 공간이 인접하게 있어서 공연 전 관람객이 체류할 수 있도록 야외 프로그램이나 플리마켓, 버스킹 공간등을 조성한다면 문화 행사와 연계하여 지역 경제를 활성화한다면 문화 산업 성장에도 긍정적인 효과가 나타날 것이다. 또한, 서울 월드컵 경기장 인근에 엠카운트다운 등 K-POP 관련 방송 프로그램을 제작하는 CJ ENM센터가 위치하고 있어[47] 방송국 견학 프로그램이나 제작 체험 프로그램을 공연과 연계한다면 단순한 공연 관람을 넘어서 K-POP 문화 전반을 경험할 수 있는 복합 문화 지구로 발전시킬 수 있을 것이다.

5. 결론

본 연구에서는 한국과 일본의 대형 공연장의 인프라를 물리적 공간, 입지 및 접근성, 공간 운영 방식 이렇게 세 가지 측면에서 비교와 분석을 통해 한국 대형 공연장의 공간적 한계를 도출하고, 개선 방안을 제시했다.

연구 결과, 한국의 대형 공연장의 경우 대부분 서울과 인천 등 수도권에 집중되어 있으며, 스포츠 경기를 중심으로 설계된 다목적 시설 구조를 가지고 있다는 특성을 알 수 있었다. 이러한 구조는 공연 개최할 때 무대를 설치하거나 공간을 활용할 때 제약을 생기게 된다. 또한, 음향과 시야 그리고 동선 등에서도 공연 관람 환경 측면에서도 한계를 드러냈다. 또한 고정형 구조의 운영 방식은 다양한 유형의 공연과 복합 문화 콘텐츠 수요에 유동적으로 대응하기 어렵다는 문제를 가지고 있다. 교통 접근성 측면에서 서울 소재의 공연장은 지하철과 버스의 연계가 비교적 원활하지만, 인천 인스파이어 아레나와 같이 수도권 밖에 있는 공연장은 근처 버스 정류장의 배차 간격이 긴 편이고, 막차가 이른 시간에 끊겨 심야 대중교통이 사실

---

[46] MTN뉴스, “365일 공연 열리는 엔터도시로 변신하는 창동…서울아레나 내년초 개관”, 2026.04.21., https://news.mtn.co.kr/news-detail/2026042111152148406(검색일: 2026.06.25.).

[47] CJ ENM/Business/TV Show/Mnet/Featured Contents,“엠넷-글로벌 No.1 음악채널”, CJ ENM 공식 홈페이지, https://www.cjenm.com/ko/music/mnet/(검색일: 2026.06.26.).

상 부재해 교통 접근성 측면과 관련된 문제가 지속적으로 언급되고 있다.

한편, 일본의 대형 공연장은 가변형 구조를 도입하고, 공연장을 중심으로 설계되어 있으며 공연장과 교통과 산업과 관광 인프라가 연계되어 있어 복합 문화 공간으로 활용하고 있다는 특징을 가지고 있다. 사이타마 슈퍼아레나의 가변형 구조는 동일 공간을 12,500석에서 37,000석까지 수용 인원을 조정할 수 있게 했고, 도쿄돔은 야구장을 기반으로 한 구조임에도 민간에서 운영되기 때문에 지속적인 투자를 통해서 공연 친화적 설비로 발전시켜왔다. 또한, 피아 아레나 MM은 공연장 규모 자체보다는 복수의 철도 노선과 연계하고 주변 상업 인프라를 조성해 관람의 질을 향상시키는 요소인 것을 알 수 있다.

이러한 비교와 분석을 통해서 알 수 있는 핵심적인 시사점은 다음과 같다. 첫째, 한국의 공연장 인프라는 K-POP 산업이 폭발적으로 성장한 것에 비해 공간의 설계나 운영 체계 측면에서 보면 구조적으로 지체 상태에 있다고 볼 수 있고, 이러한 문제를 해결하기 위해서 신규 공연장을 건설할 때 가변형 구조를 도입시키는 방안을 적극적으로 검토해야 할 필요가 있다. 둘째, 공연장의 경쟁력은 시설의 규모 그 자체보다는 교통 접근성과 도시 인프라에 의해서 좌우된다. 그러므로 향후 공연장 입지를 선정할 경우, 철도망 연계 여부가 핵심 기준중 하나로 자리 잡아야 한다. 셋째, 공공 운영 체계의 장점을 잃지 않으면서 민간 전문 운영사와의 협업을 확대하는 것이다. 그렇게 되면 민간 운영 체계의 장점까지도 수용할 수 있다.

다만 본 연구에서는 몇 가지의 한계가 존재한다. 연구의 범위를 수용 인원 15,000석 이상의 한국의 대형 공연장으로 한정했기 때문에 중소 규모의 공연장의 인프라나 지방 공연의 전반적인 부분에 관한 내용을 포함하지 못했다는 점이다. 또한, 1.2.에서 밝힌 바와 같이 정책적, 경제적 분석을 제외하고 물리적 공간을 중점적으로 다루었기 때문에 공연장에 관련된 지원 정책이나 재원의 조달 구조에 관해서 고려하지 못하였다. 향후 연구에서는 지방 중소 공연장의 인프라에 대한 분석, 공연이 마무리되고, 관람객이 어떤 교통수단을 이용하며 이동하는지와 관련된 데이터를 포함한 정량적 접근, 그리고 공연 인프라와 관련된 정책 구조에 대한 심층 분석, 관람객의 반응 등을 병행하게 된다면 종합적인 시사점을 도출할 수 있을 것 같다.

결과적으로 한국의 대형 공연장은 글로벌 공연 산업의 변화에 대응하기 위해서 단순하게 수용 인원을 늘리는 것을 넘어 공연장 공간을 설계, 교통의 접근성 개선, 민간 운영 체계의 장점도 수용하며 종합적으로 이루어져야 한다고 판단한다. 이를 통해서 국내 공연장은 단순하게 행사 공간을 넘어서 문화 산업과 도시의 경쟁력을 연결시키는 핵심적인 문화의 인프라로 나아갈 수 있을 것이다.

참고 문헌

김경원, “공연장 무대 공간 구성과 전환시스템에 관한 연구 - 국내 다목적 공연장 무대를 중심으로”, 한국실내디자인학회 논문집 34권 3호, 한국실내디자인학회, 2025, 41-50.

김원겸, “블랙핑크 고양 콘서트...시야제한석까지 매진이다, 분위기 예열은 끝났다”, SPOTVnews, 2025.06.10., https://www.spotvnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=753072 (검색일: 2026.05.20.).

뉴스핌, “부산시, BTS 월드투어 연계 도시 축제 성료…관람객 11만명 유치 성과”, 2026.06.18., https://www.newspim.com/news/view/20260618000050(검색일: 2026.06.25.).

대한민국 법제처, “문화예술진흥법”, 국가법령정보센터, https://www.law.go.kr/%EB%B2%95%EB%A0%B9/%EB%AC%B8%ED%99%94%EC%98%88%EC%88%A0%EC%A7%84%ED%9D%A5%EB%B2%95(검색일: 2026.06.24.).

동아일보, “잼버리 K팝 콘서트로 내일 상암월드컵경기장 일대 교통통제”, 2025.08.10.,

https://www.donga.com/news/Society/article/all/20230810/120647226/1?utm_source=chatgpt.com(접속일: 2026.06.26.).
박성현, “케이팝”, 한국민족문화대백과사전, 한국학중앙연구원, 2023.02.07., https://encykorea.aks.ac.kr/Article/E0073667(검색일: 2026.05.26.).
박세연, “인스파이어 아레나 측 교통·접근성 문제보다 K팝 공연 경쟁력으로 봐주길”, 일간 스포츠, 2024.01.23., https://isplus.com/article/view/isp202401230198?utm_source=chatgpt.com (검색일: 2026.05.20.).
서울특별시, “K팝 전문 공연장‘서울 아레나’첫삽…2027년 준공”, 내 손안의 서울, 2024.07.02., https://mediahub.seoul.go.kr/archives/2011615(검색일: 2026.06.25.).
양영민·한경훈, 한류 음악 장르 다양화를 위한 소규모 대중음악 공연장 지원 정책의 개선 필요성 : 영국의 사례와 비교 분석을 중심으로, 콘텐츠와 산업 7권 3호, 한국콘텐츠산업학회, 2025, 137-145.
오유리, 일본의 지역 공공공연장 지원활동에 관한 연구 : 재단법인 ‘지역창조’를 중심으로, 성균관 대학교 석사학위논문, 2010.
이데일리, “관람객 절반 이상이 외국인…BTS 공연 특수에 부산 웃었다”, 2026.06.18., https://www.edaily.co.kr/News/Read?newsId=03509606645483032&mediaCodeNo=257&OutLnkChk=Y(검색일: 2026.06.25.).
찾기쉬운 생활법령정보 홈페이지/책자형 생활법령/공연장 안전관리/시설 안전관리하기/무대시설 안전, https://www.easylaw.go.kr/CSP/CnpClsMain.laf?popMenu=ov&csmSeq=1969&ccfNo=2&cciNo=1&cnpClsNo=1&search_put=(검색일: 2026.05.31.).
표준국어대사전, “채산성”, 국립국어원, https://stdict.korean.go.kr/m/search/searchResult.do (검색일: 2026.05.28.).
MTN뉴스, “365일 공연 열리는 엔터도시로 변신하는 창동…서울아레나 내년초 개관”, 2026.04.21., https://news.mtn.co.kr/news-detail/2026042111152148406(검색일: 2026.06.25.).
SBS뉴스, “일본에서 더 많이 열리는 케이팝 공연..이유는”, 2026.05.23., https://youtu.be/e3KE-diQfi8?si=1Sxe_yVp5CroHtVM(접속일: 2026.05.26.).
YTN뉴스, “서울 월드컵 경기장에 공연 매트 도입…2032년까지 대형 공연장 4곳 건설”, 유튜브, 2025.11.23., https://youtu.be/gYm38f7RfoI?si=GAINuIJSrxmxH7m5(접속일: 2026.05.31.).

참고 사이트

네이버 지도, https://map.naver.com/p/(검색일: 2026.05.31.).
닛산 스타디움 홈페이지, https://www.nissan-stadium.jp/stadium/gaiyo.php(검색일: 2026.05.30.).
도쿄돔 홈페이지, https://www.tokyo-dome.co.jp/dome/about/(검색일: 2026.05.30.).
사이타마 슈퍼 아레나 홈페이지, https://www.saitama-arena.co.jp/business/layout_sizes/layout_sizes_stadium/ (검색일: 2026.05.30.).
서울시설공단 고척스카이돔 홈페이지, https://www.sisul.or.kr/open_content/skydome/introduce/facility.jsp(검색일: 2026.05.26.).
서울시설공단 서울월드컵경기장 홈페이지, https://www.sisul.or.kr/open_content/worldcup/introduce/history.jsp(검색일: 2026.05.26.).
인스파이어 홈페이지,

https://www.inspireresorts.com/ko/entertainment/inspire-arena/inspire-arena (검색일: 2026.05.26.).
피아 아레나 MM 홈페이지, https://pia-arena-mm.jp/access/index.html(검색일: 2026.05.31.).
한국체육산업개발 홈페이지, https://www.ksponco.or.kr/olympicpark/menu.es?mid=a20301030800 (검색일: 2026.05.26.).
CJ ENM 공식 홈페이지, https://www.cjenm.com/ko/music/mnet/(검색일: 2026.06.26.).

1020세대 학생의 불안감 증가 양상 해결 방안

목차

1. 서론
  1.1. 연구 목적 및 의의
  1.2. 연구 방법
2. 1020 학생의 불안감 증가 실태
  2.1. 연도별 현황
  2.2. 불안 양상
    2.2.1. 1020 학생의 공통적인 불안 양상
    2.2.2. 10대 학생에게서 두드러지는 불안 양상
    2.2.3. 20대 학생에게서 두드러지는 불안 양상
3. 1020 학생의 불안의 원인
  3.1. 사회적 원인
  3.2. 개인적 원인
4. 불안감 증가의 부정적 영향
  4.1. 정서적·신체적 영향
  4.2. 사회적 영향
    4.2.1. 대인 관계
    4.2.2. 학업 및 취업
5. 해결 방안
  5.1. 사회적 차원의 방안
  5.2. 개인적 차원의 방안
6. 결론
참고 문헌

1. 서론

1.1. 연구 목적 및 의의

현대인에게 있어 불안감은 익숙한 감정이다. 불안이란 광범위하게 불쾌하고 두려운 느낌과 이와 관련된 신체적 또는 행동적 증상을 동반하는 기분상태를 일컫는다.[1] 불안은 꼭 필요한 감정이지만, 일정 수준을 넘는 순간 우리를 괴롭게 한다. 그렇기에 이를 조절해야 하고, 불안이 심해질 때 대처할 수 있어야 한다. 하지만 과거보다 불안감을 느끼는 사람들이 많고, 그 정도가 심해지는 등 현대인은 매일 불안을 느끼면서도 이에 대처하는 방법은 모른다. 더불어 자신의 불안이 어디서 초래된 것인지, 이를 어떻게 해소할 수 있을지에 대해서도 잘 알지 못하기 때문에 심해지는 불안을 그대로 감당할 수밖에 없다.

10대 후반부터 20대 중후반의 1020 학생의 경우 성인진입기에 해당하여 개인의 정체성 확립과 함께

[1] 정한용, 불안장애, 보험의학회지, vol.29 no.1, 한국생명보험의학회, 2010, p.7.

이전보다 독립적인 생활을 요구받지만 실질적으로 성인의 책임을 완전히 수행하지 못하는 과도기에 있다.[2] 이 점에서 1020 학생은 불안에 더 취약하기에 그들의 불안 양상 및 원인이 분석되고, 그 부정적 영향에 대한 해결책이 제시되어야 할 필요성이 있다. 사회적으로 자리를 잡아 경제 활동을 하고, 비교적 많은 경험을 통해 가치관 그리고 자아를 이미 형성한 3040 이상의 세대들보다, 자신의 진로가 비교적 명확하지 않고 아직 자아가 완전히 형성되지 않은 시기이기 때문이다. 또한 대학생은 성인초기로 진입하며 대인관계를 새롭게 만들어 나가는 등 다양한 경험을 접하게 된다. 이 과정에서 많은 학생들은 정서적 혼란을 겪는다.[3] 이는 비단 성인에 진입한 20대 학생 뿐만 아니라, 고등학교를 진학하며 많은 환경이 바뀌는 10대 학생이 겪는 일이기도 하다. 그리고 1020 학생은 정서적, 경제적 독립을 이루기 어렵기에 부모, 가족 등의 영향이 커 이로부터 받는 환경적 스트레스에서 비롯된 불안감 또한 3040 이상의 세대들보다 심하다.

실제로 불안감을 올바르게 해소하는 방법을 몰라, 자살의 의도 없이 자신의 몸에 상해를 입히는 비자살성 자해로 불안을 해소하는 것이 습관이 되어 이가 지속된 10대 학생의 사례가 있다. 이는 불안이 해소되지 못한 채 누적되어 심한 우울증으로 이어졌고, 그 양상으로 비자살성 자해가 나타난 것이다. 이러한 상태가 지속되어 불안이 더욱 심해졌다면 자살 행위까지 이어질 수 있었다. 이 사례를 통해 학생 불안의 심각함과 이에 대한 적절한 해소 방법의 중요성 및 필요성을 깨달아야 한다.

따라서 이 글에서는 1020 학생이 느끼는 불안감의 증가 실태를 연도별로 파악하고 불안 양상을 10대와 20대로 나누어 분석하여, 그 원인 및 영향과 함께 해결 방안을 사회적 차원의 해결 방안과 개인적 차원의 해결 방안으로 나누어 제시하고자 한다.

1.2. 연구 방법

본 연구는 문헌 연구법 및 질문지법을 통해 진행되었다. 문헌 연구법으로 1020 학생의 불안감 증가 실태, 10대와 20대의 불안 양상 그리고 그 원인과 영향을 파악하였다. 또한 질문지법을 통해 실제 1020 학생들이 바라는 사회적 차원의 해결 방안과 개인적 차원의 해결 방안의 방향성을 설문 조사하였다. 이 설문 조사의 결과를 바탕으로 하여, 문헌 연구법으로 효과적인 불안 해소 방법을 5장에 제시하였다.

설문 조사는 서울 소재의 대학교에서 11명의 20대 학생, 천안 및 보령 소재의 두 고등학교에서 11명의 10대 학생, 총 22명의 1020 학생을 대상으로 진행하였다. 설문 조사 방식은 인터넷 설문 조사 구글 폼(Google Form)을 활용하였고, 2026년 4월 30일부터 같은 해 5월 15일까지 진행하였다. 설문 조사의 7-8번 문항에 대한 내용은 5장에서 자세히 밝힌다.

2. 1020 학생의 불안감 증가 실태

2.1. 연도별 증가 현황

많은 이들이 느끼다시피 1020 학생들의 불안은 점점 심해지는 중이다. 실제로 10대 학생의 일상에서 과도한 불안을 느끼는 질병인, 범불안장애의 경험률은 2020년부터 2025년까지 꾸준히 증가해오고 있다.[4] 또

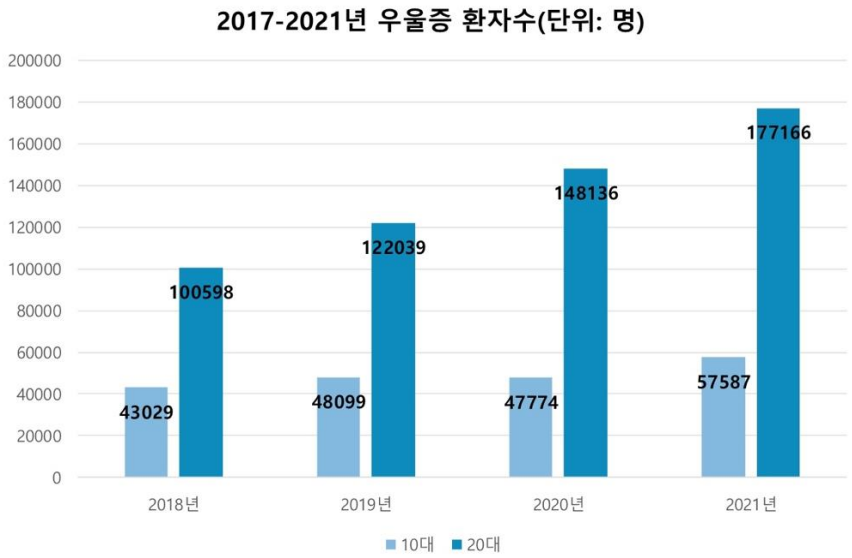
---

[2] 서지효, 아동기 애착불안과 애착회피에 대한 지각이 성인진입기 우울에 영향을 미치는 기제: 우울경험양식의 매개효과, 성균관대학교 석사학위논문, 2021, p.2.

[3] 이시은, 이재창, 대학생의 애착유형, 부모·또래 애착, 그리고 정서적 특성과의 관계, 한국심리학회지: 상담 및 심리치료, vol.17 no.4, 한국상담심리학회, 2005, p.949.

[4] 국가 데이터처, 아동, 청소년 삶의 질 2025, 2025.,

한 2025년 불안장애로 진료받은 10대 환자의 수는 약 4만 1600명으로 2021년에 비해 65% 이상 늘어났다.[5] 2021년 20대 학생의 불안장애 또한 2017년에 비하여 약 127% 증가하였고, 모든 연령층에서 가장 큰 폭으로 증가하였다. 뿐만 아니라 우울증 환자의 연령층 비율은 2016년까지 60대 환자가 18.7%로 가장 많은 비중을 차지하였지만, 2021년 20대 환자가 19%의 비율로 더 많은 비중을 차지하게 되었다.[6] 보건복지부의 2021년 통계에 따르면 불안장애를 지난 1년간 경험한 비율은 18세에서 29세 즉, 1020 세대가 가장 많이 경험하였다.[7] 이와 같은 현상은 <그림 1>에서와 같이, 건강보험심사 평가원의 조사 결과에서도 동일하게 나타났다.



<그림 1> 2017-2021년 10대 및 20대 우울증 환자수[8]

이처럼 1020 학생의 불안은 불안장애 또는 우울증 환자가 많아지는 등 과거보다 심화되고 있다. 3040 이상 세대들의 불안 또한 전체적으로 증가하고 있으나, 가장 큰 폭으로 상승해온 연령층은 1020 학생들이다.

2.2. 불안 양상

학생들이 불안을 많이 겪을수록 다양한 불안 양상이 나타난다. 불안 양상이란 정신적 또는 신체적 증상과 같이 불안을 느낄 때 나타나는 모습을 말한다. 과거 학생들이 겪는 불안과 현재 학생들이 겪는 불안은 그 정도와 원인이 다르므로 불안 양상 또한 다르다. 더불어 10대 학생과 20대 학생은 주변 환경과 중요히 여기는 가치, 겪고 있는 경험의 유형이 다르기에 10대 학생과 20대 학생의 불안 양상은 구분 지어 분석해야

<https://mods.go.kr/board.es?mid=a90106000000&bid=12316&act=view&list_no=438883>

[5] 반기웅, 불안장애 진료 받는 10대, 4년새 655 급증… 과도한 학습 경쟁, SNS 영향, 경향신문, 2025.08.15., < https://www.khan.co.kr/article/202508151119001>

[6] 박양명, 우울한 20대, 우울증 불안장애 5년새 127% 86% 폭증, Medical Times, 2022.06.24., < https://www.medicaltimes.com/Main/News/NewsView.html?ID=1148087>

[7] 보건복지부 국립정신건강센터 정신건강연구소, 불안장애, <https://mhs.ncmh.go.kr/menu.es?mid=a10501050000>

[8] 건강보험심사평가원, 최근 5년(2017~2021년) 우울증과 불안장애 진료현황 분석, 2022.06.24., <https://www.hira.or.kr/bbsDummy.do?pgmid=HIRAA020041000100&brdScnBltNo=4&brdBltNo=10627>

한다. 그리고 불안 양상은 그 정도가 심하지 않고 일시적일 경우와 그 정도가 심하여 불편할 정도인 경우, 두 경우에 따라 다르게 나타난다. 이 두 경우는 불안이 일상생활에 미치는 정도에 따라 나뉘고, 일상생활이 어려울 정도라면 이는 질병으로 분류된다.

따라서 1020 학생의 공통적인 불안 양상 파악 후, 10대 학생과 20대 학생을 나누어 그들의 불안 양상이 앞서 나눈 두 경우에 어떻게 나타나고 있는지 분석하고자 한다.

2.2.1. 1020 학생의 공통적인 불안 양상

우선 불안의 정도가 불안장애와 같이 질병 수준이 아닌, 가벼운 불안을 느낄 때 1020 학생들은 주로 집중력이 저하되거나 당장의 학업을 회피한다. 또는 불안 자체를 회피하기 위해 잠을 자는 경우도 많다. 그러나 이는 일시적인 스트레스로 인한 것이므로 시간이 지나면 자연히 해소될 수 있다.

두 번째로 불안이 심화되어 질병의 수준까지 이르게 되는 경우이다. 불안이 일시적인 것에서 멈추지 않고 지속적으로 심한 불안을 느낀다면 이는 불안장애로 분류된다. 불안장애에는 여러 종류가 있는데, 10대 학생에게 가장 흔히 나타나는 불안장애 유형은 사회불안장애, 공황장애, 범불안장애의 세 가지로 나눌 수 있다.

사회불안 장애는 사회적 혹은 수행적 상황에서 관찰이나 부정적인 평가에 대한 공포와 불안을 느끼는 증상이 두드러진다. 특히 대인관계에서 과도한 두려움을 나타낸다.[9] 평가 및 관찰에 대한 공포감으로 인해 학교 내에서 수행해야 하는 발표, 연설 등에 대해 큰 스트레스와 불안을 느끼며 긴장하고 초조해한다. 이는 근육통, 두통, 빈뇨 등의 신체적 증상으로 이어지기도 한다.[10]

공황장애는 갑자기 극도의 두려움과 불안을 느끼는 불안장애의 일종이다.[11] 이는 공황 발작과 공황 발작이 일어날지 모른다는 불안감이 주된 증상이다. 또한 공황 발작이 일어났던 장소 또는 그와 관련된 장소를 회피하려는 행동적 특징이 있어 학교, 학원 등을 회피하려 할 수 있다. 시험, 발표 등 특정 상황을 극심히 두려워하고 회피하려 하며,'잘해야 한다'라는 강박적 사고를 반복하기도 한다.[12]

범불안장애는 일상적인 일에 대한 과도한 불안을 지속하여 느끼고, 이를 통제하기 어려워하는 질환이다. 이는 증상이 모호하고 정상적인 불안과 구분이 어려워 만성적인 장애로 진행되는 경우가 많다.[13]

2.2.2. 10대 학생에게서 두드러지는 불안 양상

10대 학생에게서 두드러지는 불안 양상을 살펴보겠다. 10대의 사회불안장애는 또래 관계가 중요한 10대 학생에게 대인관계에 대한 두려움을 유발하여 상당한 어려움을 가져온다. 이는 등교 거부 또는 자퇴에 대한 생각으로 이어질 수 있다. 또한 10대 학생은 공황장애가 치료되기 전에도 학교와 시험 등 트리거가 되는 요인들을 강제적 그리고 지속적으로 마주해야 하기에 다른 연령대에 비하여 치료되기 어렵다. 더불어 청소년은 불안 조절 능력이 완전히 발달되지 않아, 성인보다 불안에 취약하여 범불안장애와 같은 불안장애

---

9 오언, 방명애, 사회불안장애 위험 청소년의 사회불안정서에 영향을 미치는 변인 분석, 정서·행동장애연구, vol.28 no.2, 한국정서행동장애학회, 2012, p.236.

10 보건복지부 국립정신건강센터 국가정신건강정보포털, <https://www.mentalhealth.go.kr/portal/disease/diseaseDetail.do?dissId=68&srCodeNm=사회%>

11 서울아산병원 질환백과, <https://www.amc.seoul.kr/asan/healthinfo/disease/diseaseDetail.do?contentId=31583>

12 심리상담센터 마음소풍 심리상담백과, https://www.maum-sopoong.or.kr/psy-encyclopedia/56206

13 임수진, 한국 청소년의 범불안장애 관련 요인, 대한보건연구, vol.47 no.1, 사단법인 대한보건협회, 2021, p.198.

가 더 발병되기 쉽다.

비자살성 자해 또한 10대 학생의 주된 행동적 양상 중 하나이다. 비자살성 자해란 자살의 의도 없이 의도적으로 신체에 상처를 입히는 행위이다. 2024년 기사에 따르면 청소년이 의도적으로 자해하는 사람들 중 가장 많은 비중을 차지한다고 한다.[14] 외부의 도움을 꺼려하는 청소년의 성향으로 인해, 이들은 극단적이고 간접적인 방법인 비자살성 자해를 도움을 청하기 위한 수단으로 택한 것이라 사료된다. 더불어 자신의 자해 사진을 SNS에 올리는 것이 유행처럼 번졌던 사례도 있다. 이는 또래와 SNS에 영향을 많이 받는 청소년의 모방 심리를 자극할 수 있기에 매우 위험하다. 비자살성 자해는 습관성과 중독성을 띠기 때문에 더 주의해야 한다.

불안장애가 발병한 10대 학생은 공통적인 정신적, 신체적 그리고 행동적 양상을 보인다. 정신적 양상에는 끊임없이 긴장하고 초조해 하며 집중력이 저하되는 증상이 대표적이다. 만사를 걱정하고, 마음을 편하게 하기가 어렵다. 짜증이 늘며 안절부절하기 못한다. 신체적 양상에는 식은땀, 호흡곤란, 과민성 대장염, 현기증 등이 있다. 행동적 양상에는 안정감을 위한 특정 물건(약병, 돈 등)을 들고 다니거나 불안에 관련된 상황을 회피한다. 또한 앞서 언급한 비자살성 자해를 하기도 한다.

2.2.3. 20대 학생에게서 두드러지는 불안 양상

20대 학생의 불안 양상을 살펴보겠다. 20대 학생의 경우 불안을 줄이기 위하여 술을 자주 마시게 되며, 일반 성인보다 음주량과 음주 빈도가 높아 알코올과 관련한 질병이 발생할 수 있다. 대표적으로는 알코올 사용장애, 알코올 중독, 알코올성 치매가 있다.

알코올 사용장애는 알코올 사용과 관련한 정신장애로, 알코올 의존과 알코올 남용, 알코올 중독 등을 포함한다. 알코올 의존이란 알코올 사용을 스스로 통제할 수 없고 내성 및 금단증상이 있는 상태를 일컫는다. 또한 알코올 남용이란 음주로 인하여 일상생활 또는 사회생활에 문제가 있음에도 음주를 지속하는 상태이다. 보건복지부에 따르면 2021년 알코올 사용장애의 1년 유병률은 전 연령층 중 20대가 가장 높은 비율을 차지하였다.[15] 알코올을 통제할 수 없을 만큼 섭취할 시 술을 마시기 위하여 스스로 외출을 줄이거나 사회와의 단절을 시도하기도 한다. 이러한 사회적 고립은 학교라는 강제성이 있는 10대 학생과 달리, 20대 학생은 그 정도가 덜하거나 아예 없기 때문에 20대 학생에게 더 위험하다.

알코올 의존, 알코올 남용이 지속되어 심화되면 알코올 중독 또는 알코올 치매로 이어질 수 있다. 알코올 중독이란 음주를 조절하지 못하고, 의존하며 이가 만성적으로 나타나는 상태이다. 알코올성 치매는 과한 음주로 발생하는 치매이다. 대표적인 증상으로는 음주 중의 기억을 잃는 블랙아웃 현상, 폭력적 성격 변화, 기억 장애 등이 있다.[16] 알코올성 치매는 65세 미만 젊은 치매 환자의 약 10%를 차지한다고 한다.[17] 젊은 치매에는 다양한 유형이 있고 그들의 원인은 대부분 가족력, 즉 유전이 가장 큰 원인임을 감안하면 그 중 10%라는 비율은 결코 작은 비중이 아니다.

이처럼 성인기의 초기에 접어든 20대 학생들은 일반 성인보다 술을 접해본 경험이 적기에, 그 위험성을 간과할 수 있고 술에 의한 일시적인 불안 감소를 해결책으로 생각하여 알코올 사용장애에 더 취약한 것으

---

[14] 김주영, 의도적 자해 환자, 청소년 가장 많아…10년 사이 120%, YTN, 2024.06.27., <https://science.ytn.co.kr/program/view.php?mcd=0082&hcd&key=202406271111259167>

[15] 보건복지부 국립정신건강센터 정신건강연구소, 2021 정신건강실태조사(성인), 알코올 사용장애, < https://mhs.ncmh.go.kr/menu.es?mid=a10501020000>

[16] 서울아산병원 질환백과, 알코올성 치매, <https://www.amc.seoul.kr/asan/healthinfo/disease/diseaseDetail.do?contentId=31583>

[17] 이승재, 알코올성 치매, 젊은 치매 10%차지, 이로운넷, 2023.12.22., <https://www.eroun.net/news/articleView.html?idxno=39565>

로 사료된다. 이러한 알코올 관련 질환은 우울증 등의 다른 정신질환과도 관련이 깊어 다른 정신적 합병증을 유발할 수 있다. 또한 과도한 알코올 섭취는 신체에도 물론 악영향을 미친다. 알코올은 위에 직접적으로 작용하여 위염 또는 위장출혈을 일으킬 수 있고, 지방간, 알코올성 간염을 유발하기도 한다. 간염이 악화되면 간경화 또는 간암으로 진행할 수 있다.[18]

3. 1020 학생의 불안의 원인

이제까지 1020 학생이 불안을 느낄 때 어떤 행동을 보이고, 어떤 감정을 느끼는지를 분석해보았다. 그렇다면 현대의 1020 학생은 왜 불안을 느낄까? 1020 학생의 불안의 원인은 크게 사회적 원인과 내적 원인의 두 가지로 나눌 수 있다. 사회적 원인은 학교, 사회적 분위기 등 개인이 통제할 수 없는, 외부에서 작용하여 불안감을 주는 요소이다. 개인적 원인은 학생 개인의 심리 내에서 불안을 유발하는 요소, 가정 환경 등이다.

불안이란 개인의 심적 요인이 주되게 작용하지만 사회적 요인 또한 크게 작용한다. 따라서 이를 구분하여 1020 학생의 불안의 원인을 보다 체계적으로 파악하고자 사회적 원인과 개인적 원인으로 나누어 분석하고자 한다.

3.1. 사회적 원인

1020 학생의 불안의 원인이 되는 사회적 요인은 시험과 같은 학업, 인간관계, 진로 또는 취업과 같은 미래의 불확실성, 어린 시절의 환경 등 매우 다양하다. 그 중 가장 대표적인 요인은 학업이다. 대학과 시험을 중요히 여기고, 입시 중심의 문화가 강한 대한민국 사회의 분위기에 따라 1020 학생은 공부와 성적에 매몰된다. 또한 상대 평가에 의해 치열한 경쟁은 학생들의 불안을 높인다. 실제로 2022년의 한 뉴스에 따르면 우리나라 10대 학생 둘 중 한 명은 학업으로 인해 불안과 우울감을 느꼈고, 4명 중 한 명은 자살까지 생각했다고 한다.[19] 이는 정신 질환 등의 다른 요인을 충분히 유발할 수 있고, 중증의 불안감을 지속적으로 느끼는 1020 학생들이 매우 많기에 가장 문제가 되는 원인이다.

다음으로는 진로, 취업 등 미래에 대한 불확실성 또한 학생들의 불안을 유발한다. 1970년대 고성장 시기의 열심히 하면 보상받을 수 있다는 사회적 믿음은 이제 존재하지 않는다. 일자리가 부족하고, 물가는 급격히 상승하며 받는 1020의 체감경제고통지수는 전 연령대 중 가장 큰 것으로 나타났다.[20] 대학만 가면 끝이라는 생각 또한 구시대적인 발상이 되었다. 청년층의 취업 불황을 직접 보고 있는 청소년층은 대학 입학 후의 취업까지 불안해 할 수밖에 없다. 실제로 2019년 13세 이상의 청소년이 가장 고민하는 문제는 공부보다는 직업이었다.[21] 더불어 AI와 같은 기술이 빠르게 발전함에 따라 사회의 복잡성이 심화되고 변화의 속도가 빨라져, 더욱 더 미래를 불투명하게 만든다. 이러한 미래에 대한 불확실성을 키우는 요소에는 경제 불황

---

[18] 성북구 정신건강복지센터(sb 성북), 정신건강정보, 알코올사용장애, <https://sbcmhc1.or.kr/layout/res/home.php?go=page2.04&mid=20>

[19] 전현우, 여전한 입시 스트레스…2명중 1면 “불안, 우울감”, KBS, 2022.07.07., <https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=5504154>

[20] 임기창, [1020 정신건강] 희망 잃은 젊은 세대, 마음도 병든다, 연합뉴스, 2022.09.17., <https://www.yna.co.kr/view/AKR20220915088100501>

[21] 박성은, [카드뉴스] 청소년 가장 큰 고민은 ‘직업, 연합뉴스, 2019.05.20., <https://www.yna.co.kr/view/AKR20190513038100797>

이 있다. 실제로 작년, 정신 질환을 앓는 1020세대가 급증한 주요인으로 노동 시장 위축, 주식 및 가상화폐 등 자산 가치의 변동, 빈부격차의 심화가 꼽혔다.[22]

사회적 관계를 중시하는 1020 학생들은 인간 관계 또한 불안의 원인 중 하나이다. 친구와의 다툼, 부모와의 갈등이 이 시기에는 실제보다 과장되어 느껴질 수 있기에 불안도 더 크게 다가온다. 더불어 학교폭력 피해 경험이 있다면 대인관계에 불신이 생겨 정서적으로 지속적인 불안과 두려움을 느낀다. 실제로 여러 사례에서 학교폭력 피해 학생은 공통적으로 강한 불안을 보였다.[23]

추가적으로 SNS의 사용이 많은 1020 학생들은 SNS로 인한 상대적 열등감 및 박탈감으로 인한 불안감을 느낀다. 또한 정신 질환의 유전으로 인한 질환의 발병이 근본적인 불안의 원인이 되기도 하며, 전쟁에 대한 뉴스 등 매체 사건을 통해 불안이 촉발되기도 한다.

3.2. 개인적 원인

1020 학생의 불안의 개인적 원인으로는 정신 질환이 가장 큰 비중을 차지한다고 볼 수 있다. 불안을 초기에 적절한 방법으로 조절하지 못하여 앞서 언급한 정신 질환이 발병되고, 이로 인해 다시 불안을 느끼는 악순환의 고리가 형성될 수 있다.

두 번째로 어린 시절의 환경과 가정환경도 불안의 원인이 될 수 있다. 불안을 일으키기 쉬운 것은 어린 시절에 경험한 환경들에 의한 것이라고 한다. 부모에게 과도한 비판을 받았거나 높은 기준을 강요 받았다면 후에 불안장애를 일으킬 확률이 높고, 불안정의 일반적인 근원이 된다.[24] 또한 부모 혹은 주양육자가 비일관적인 양육 태도를 반복했다면 유기에 대한 불안을 지속적으로 느끼는 불안정 애착이 형성될 수 있다. 극단적인 경우 아동학대 혹은 가정 폭력을 경험했다면 대인관계에 대한 불안이 매우 크고, 불안과 관련한 정신 질환이 만성화될 가능성이 높다. 이는 사랑받아야 하는 관계에서 폭력을 겪어 관계 자체에 대한 혼란이 생기고 아동기부터 느낀 중증의 불안감이 지속되었을 것이기 때문이다.

세 번째 요소로는 신체적인 원인이 있다. 예를 들면, 치료 목적 약물의 부작용으로 인한 아드레날린 분비 이상으로 불안이 발생하는 경우가 있다. 그리고 잘못된 식이요법으로 인해 불안을 느낄 수도 있다. 카페인, 니코틴과 같은 자극적인 물질은 불안을 악화시킬 수 있고 심할 경우 공황 증상을 일으킬 수 있다.[25]

마지막으로 불안을 되뇌이는 혼잣말은 불안의 증상이 동시에 원인이 될 수 있다. 마음속으로 불안을 말하는 내적 독백은 실제로 불안을 유발하고, 이를 계속 되뇌인다면 불안의 신체적인 양상을 악화시켜 심한 경우 공황 증상까지 일으킬 수 있다.[26]

4. 불안감 증가의 부정적 영향

이러한 원인으로 인하여 1020 학생의 불안은 증가해왔다. 학생들은 스스로 불안을 다루는 능력이

---

[22] 광주타임즈, '마음의 병' 커진 청춘…병원 입원 22% '1020세대', 광주타임즈, 2024.01.30., <https://gjtnews.com/news/articleView.html?idxno=381782>

[23] 송동호, 학교폭력 피해 청소년의 정신의학적 후유증에 관한 사례 연구, 소아청소년정신의학회, 소아청소년정신의학 제8권 제2호, 대한소아청소년정신의학회, 1997, pp.232-241.

[24] 김청자, 불안의 심리학적 원인과 치료대책, 교육연구, Vol.14 No.-[1966], 상명대학교 교육문제연구소, 1996, pp.77.

[25] 김청자, 앞의 글, p.76.

[26] 위의 글, p.76.

완전하게 발달되지 않았기에, 이처럼 불안이 증가하는 현상은 긍정적인 영향보다 더 큰 부정적 영향을 불러올 것으로 예상된다. 따라서 불안감 증가로 인한 부정적 영향을 정서적, 사회적 그리고 신체적 영향으로 나누어 분석하고자 한다.

4.1. 정서적·신체적 영향

불안증상과 우울증상은 높은 상관율을 보이고, 불안 장애와 우울 장애는 공통 증상을 가지며 높은 공존율을 지닌다. 또한 불안장애가 만성적으로 심화되면 우울장애의 증상을 동반하고, 그 반대의 경우도 마찬가지이다.[27] 따라서 1020 학생의 불안감이 증가한다면 우울감도 함께 증가할 수 있다.

불안감과 우울감이 함께 증가한다면 어떤 정서적 영향을 받게 될까. 무기력함을 느낄 수 있고, 우울감은 자책을 동반하기에 자존감 또한 저하될 수 있다. 집중력이 떨어지고, 수면에도 문제가 생길 수 있다. 불안감이 지속되어 일상적 기능까지 저하된다면 스트레스가 쌓이고, 정서적 소진인 번아웃이 유발될 수 있다. 또한 불안과 우울이 공존할 경우, 각각을 가지고 있는 경우보다 그 증상이 심각해지고, 사회적 및 일상생활 기능 수준이 저하되며 신체적 고통까지 이어진다.[28]

불안감이 심해져 불안 장애가 생긴다면 우울 장애를 포함한 여러 정신적 합병증까지 발병될 수 있다. 이로 인해 불안정한 정서적 상태가 극한으로 치닫는다면 자살생각과 자살행동으로 이어진다.[29] 실제로 자해, 자살 시도자는 2014년부터 2024년까지 10년간 10대와 20대가 급증하였다.[30] 이는 1020 학생의 불안감이 증가하며 자살행동으로까지 이어지는 경우 또한 증가함을 보여준다.

더불어 불안감이 증가하여 이를 억제하기 위해 술을 마시게 된다면 알코올 의존증과 같은 중독 질환이 발생하기도 한다.[31] 실제로 전체 연령에서 알코올 사용장애 환자는 감소하고 있지만, 29세 이하에서는 증가하고 있다.[32] 이는 불안에 취약한 1020 학생들이 점점 더 큰 불안감을 느끼며 잘못된 방식인 술로 불안을 조절하려 한 것의 결과이다.

불안으로 인하여 신체적 영향까지 나타나는 경우는 주로 불안이 극심한 경우이다. 앞서 언급한 불안과 우울감이 공존하며 신체적 고통까지 이어질 수 있는 경우가 이에 해당한다. 신체적 고통에는 근육의 긴장, 소화불량, 수면 장애, 피로감 등이 있다.

그리고 불안 장애가 발병한 경우에도 신체적 증상이 뚜렷하게 나타난다. 대표적으로 두통, 심장 박동 수의 증가, 호흡수의 증가 등이 있다.[33]

---

[27] 이주연, MMPI-2-RF로 살펴본 불안장애, 우울장애, 불안장애과 우울장애 공병 환자군의 임상적 특성, 정신신체의학, 제28권 제1호, 한국정신신체의학회, 2020, p.1.

[28] 위의 글, p.2.

[29] 김지경, 20대 청년 심리, 정서 문제 및 대응방안 연구, 한국청소년정책연구원 연구보고서, vol.2018 No.-[2018], 한국청소년정책연구원, 2018, p.35.

[30] 김태훈, 자해, 자살 시도 응급환자 10년 새 3.6배 증가… 1020 젊은층 크게 늘어, 경향신문, 2025.08.28., <https://www.khan.co.kr/article/202508282011005>

[31] 서울대학교병원 의학정보, 불안장애, <https://www.snuh.org/health/nMedInfo/nView.do?category=DIS&medid=AA000615>

[32] 청주시중독관리통합지원센터, 중독관련자료실, <https://www.cjacc.or.kr/bbs/board.php?bo_table=data&wr_id=3393&sst=wr_hit&sod=desc&sop=and&page=121>

[33] 최윤수, [질환정보] 불안장애를 확인할 수 있는 초기증상, 약업신문, 2023.02.07., <http://m.yakup.com/news/index.html?mode=view&nid=278372>

4.2. 사회적 영향

불안감은 정서 뿐만 아니라 사회적 기능에도 영향을 끼친다. 불안으로 인해 불신을 갖게 되어 대인 관계의 형성을 기피하고 어려워할 수 있다. 또한 1020 학생은 특히 학업 및 취업과 같은 미래의 불확실성에 대해서 큰 불안을 느껴 이를 포기하거나 의지를 상실하는 경우가 증가하고 있다. 극단적인 경우, 불안을 해소하지 못하여 범죄를 저지를 수도 있다. 따라서 불안감의 증가가 사회적 기능에 주는 영향을 대인 관계, 학업 및 취업의 두 가지 측면에서 분석하고자 한다.

4.2.1. 대인 관계

대인 관계를 넓혀가는 시기인 1020 학생들에게 불안에 의한 대인 관계에서의 불신은 치명적이다. 불안감이 증가하여 대인 관계 형성을 회피하면 이 시기에 배워야 할 타인과 관계를 형성하고 유지하는 대인 관계 능력을 키우지 못하게 된다. 이는 사회와의 단절 또는 사회적 고립으로 이어질 수 있다. 특히, 코로나19의 영향으로 비대면 수업 등 사람과의 직접적인 접촉을 충분히 겪지 못하여 이미 사회적 능력이 저하된 1020 학생들에게 이러한 대인 관계 능력의 부정적 영향은 더 크게 다가온다. 더불어 이는 이후의 성인기까지 영향을 미칠 수 있기에 특별히 주의해야 한다.

불안으로 시작된 대인 관계에서의 불신은 유기 불안을 불러오거나, 불안정한 애착을 형성하고, 상대방의 사랑, 관심 등을 끊임없이 확인 받으려 하여 결과적으로 대인 관계를 유지하기 어려워진다. 또한 사람들과의 관계에서 소외될 지도 모른다는 불안감으로 인해 SNS를 통해 타인과 연결되어 있음을 확인하려 하기에 SNS 중독으로 이어질 수 있다.

4.2.2. 학업 및 취업

미래에 대한 불투명성으로 인한 불안감은 1020 학생들이 빈번하게 겪는 감정이다. 그러나 이 불안은 앞서 보았던 것처럼 점점 증가하고 있고, 이는 학생들의 학업 및 취업에 부정적인 영향을 끼친다. 일반적으로 학생들은 불안을 느끼면 이를 회피하려 한다. 따라서 학업에 불안을 느끼면 이를 회피하려 하고, 취업에 불안을 느낀다면 취업에 대한 생각, 상황 등을 회피하려 한다. 이는 1020 학생의 불안감이 증가함에 따라 쉬었음 청년이 증가하는 이유이다. 실제로 2023년 이후로 쉬었음 청년은 3년 연속 증가하였고, 이는 취업 지연과 관련이 있다고 한다.[34] 이는 대학을 졸업한 후 취업까지 걸리는 시간이 늘어남에 따라 1020 학생들은 불안감을 느끼며 지쳐갔고, 그 결과로 인해 쉬었음 청년이 증가했음을 보여준다.

또한 10대 학생은 학업에 대한 불안감이 커지며 집중력과 기억력, 수행능력 등이 저하되는 일이 잦다. 이 불안은 성적 하락으로 이어지고, 다시 성적으로 인한 불안감이 증가하는 악순환에 빠질 수 있다는 것이다. 여기서 받은 스트레스는 학습 의욕을 떨어뜨려 학업을 포기하게 되는 원인이 될 수도 있다.

5. 해결 방안

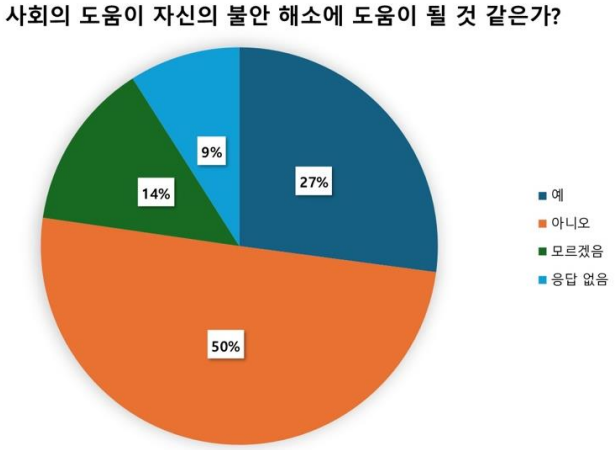
---

[34] 김경학, 20대 중후반 '쉬었음 청년', 20년 사이 2.6배 증가, 경향신문, 2026.04.20., <https://www.khan.co.kr/article/202604201600011>

이러한 불안감의 증가를 해결할 수 있는 방안은 어떤 것이 있을까. 불안의 해결 방안에는 제도, 복지와 같은 정부 또는 사회가 주도하는 사회적 차원의 해결 방안과, 우리가 직접 실천할 수 있는 개인적 차원의 해결 방안의 두 가지로 나눌 수 있다. 따라서 본 연구에서 진행한 설문조사를 바탕으로 한 사회적 차원의 해결 방안과 개인적 차원의 해결 방안을 각각 제시하고자 한다.

5.1. 사회적 차원의 해결 방안

사회적 차원의 해결 방안에서 가장 중요한 것은 이러한 해결 방안이 실질적으로 도움이 될 수 있다는 신뢰를 주는 것이다. 본 연구에서 진행한 설문조사 결과에 따르면 '사회의 도움이 자신의 불안 해소에 도움이 될 것 같은가?'라는 질문에 응답자 22명 중 11명(50%)이 '아니오'라고 답하였고, 6명(27%)가 '예', 3명(14%)가 '모르겠음'이라고 답하였으며 2명(9%)은 응답하지 않았다. 이는 아래 '그림 2'에 시각화하였다.



<그림 2> 설문조사 응답 결과

'아니오'라고 답한 학생이 50%를 차지한 이유는 자신의 불안 해소에 사회의 도움을 받은 경험과 그러한 구체적인 사례가 현저히 적기 때문이라고 사료된다. 따라서 1020 학생의 불안 해소를 위한 사회적 제도를 마련할 때, 이 제도가 충분히 도움이 될 수 있음을 알리고 증명함으로써 신뢰를 형성해야 한다. 또한 이러한 문제를 해결하기 위해 이미 많은 제도들이 시행되고 있다. 그렇기에 새로운 제도를 다시 만드는 것보다 기존의 제도를 개선하는 방향이 더 효율적이고 효과적인 방향이라고 보여진다.

1020 학생들의 불안 해소 및 정신 건강을 위해 현재 시행되고 있는 사회적 방안에는 2025년 교육부에서 발표한 '학생 마음건강 지원 개선 방안'과 2023년 정부에서 발표한 '정신건강정책 혁신방안' 등이 있다. '학생 마음건강 지원 개선 방안'의 주된 내용은 전문상담인력 및 정신건강 전문가의 수를 확대하여 위기 학생을 조기에 발견하고, 상담 플랫폼 '라임(Lime)'을 통해 언제 어디서나 도움 받을 수 있는 환경을 조성한다는 것이다. 또한 기존 병원 진료비 등을 지원하는 '학생 마음바우처'의 지원 범위를 외부 상담기관까지 확대하여 고위기 학생의 지원을 강화한다.[35]

그러나 이 제도의 시행과 함께 교내 상담인력에 대한 학생 인식의 개선이 필요하지만 이에 대한 내용은 구체적으로 제시되어 있지 않다. 대표적인 초·중·고등학교의 교내 상담인력에는 Wee 센터가 있다. 학생들은 Wee 센터에서의 상담 내용에 대한 비밀 유지가 제대로 지켜지는지, Wee 센터에서의 상담이 실질적으로 도움이 되는지 등에 대해 의문을 품고 있다. 또한 Wee 센터에서의 상담은 위기 학생처럼 일반적이지 않은

[35] 교육부 보도자료, 학생 마음건강 지원 개선 방안 발표, 2025.12.30. <https://www.moe.go.kr/boardCnts/viewRenew.do?boardID=294&boardSeq=105017&lev=0&searchType=null&statusYN=W&page=1&s=moe&m=020402&opType=N&temp=Y>

학생이 참여하는 상담활동이라는 인식이 아직까지 남아있다.[36] 또한 상담 플랫폼 '라임(Lime)'은 학생들에게 잘 알려지지 않아 생소한 SNS 서비스이지만 이 서비스의 홍보에 대한 내용도 제시되어 있지 않다.



<그림 3> 'Wee 센터' 로고[37]



<그림 4> 청소년 상담 채널 '라임' 로고[38]

그리고 대학교의 경우, 약 250개의 학교가 학교 자치 상담센터를 운영한다. 이들은 공통적으로 심리 검사, 개인 상담, 집단 상담 등을 지원하지만, 학생들은 교내 상담센터가 어떤 지원을 하고 이를 통해 어떻게 도움을 받을 수 있는지 잘 알지 못한다. 이는 대학상담센터의 이용률에 드러나는데, 실제 2012년의 학술지 논문에 따르면 대학상담센터의 이용률은 10% 미만인 곳이 많고, 이용률을 높이 잡아 10-20%인 것으로 추정된다고 한다.[39] 따라서 대학교의 교내 상담센터 또한 'Wee 센터' 또는 '라임'과 같이 학생들의 접근성을 향상시킬 필요가 있다.

이러한 문제점을 해결하기 위해서는 Wee 센터를 대표하는 캐릭터를 제작한 후, 이 캐릭터를 통해 Wee 센터에서 도움을 받은 실제 사례를 중심으로 홍보하는 것을 제안하고자 한다. 그리고 새로운 상담 플랫폼 '라임'보다는, 학생들이 이미 많이 사용하고 있는 인스타그램(Instagram) 등과 같은 SNS에서 Wee 센터의 계정을 운영하는 것이 학생들의 접근성을 더 높일 수 있는 방법이라고 보여진다. 대학교 자치 상담센터의 경우, 대학 마스코트 캐릭터를 활용하여 보다 친근감 있게 상담센터를 홍보하는 것을 제안하고자 한다. 학교의 SNS 계정을 통해 학생들에게 친숙한 마스코트가 교내 상담센터의 프로그램, 위치, 상담 인력 등의 정보를 제공한다면 대학상담센터의 접근성이 보다 향상될 것이다.

'정신건강정책 혁신방안'은 정신응급병상을 확보하는 등 정신응급 대응 및 치료환경을 개선하고, 정신질환자의 일상 회복을 위해 재활, 취업, 주거 등을 지원하며, 정신질환의 인식개선을 위해 이에 관한 교육을 확대하는 제도이다.[40]

다만, 정신질환의 인식개선을 위한 시도는 Wee 프로젝트가 본격적으로 시행되기 시작한 약 10년 전부터 현재까지 대학동아리, 캠페인과 같은 활동으로만 이어져왔지만 아직까지 완전히 이루어지지 못했다. 그럼에도 불구하고 방식의 개선 없이 이전과 비슷한 활동을 통해 제도를 시행한다면 이는 의미 있는 결과를 낳기 힘들다. 기존의 방식인 캠페인과 같은 활동은 그 범위와 접근성이 제한적이기에 많은 사람들에게 노출되기 어렵다는 한계점이 있다. 이를 해결하기 위해서는 정신질환 인식개선을 위한 공익광고를 제작하여 방송하는 것이 하나의 개선 방안이 될 수 있다.

---

[36] 박미나, 학교상담제도의 문제점과 개선방안에 관한 연구, 원광대학교 석사학위논문, 2013, p.88.

[37] 울산광역시 강남교육지원청, <https://use.go.kr/usgne/support/weecent/weecent1/weecent1_01.jsp>

[38] 이유미, 청소년 상담 채널 '라임', 플랜엠, 생명의 전화 등 개발, 운영, 머니투데이, 2024.06.24., <https://news.nate.com/view/20240624n34792>

[39] 최유미, 한국과 미국 대학상담센터의 현황, 인간이해, vol.33, no.2, 서강대학교 학생생활상담연구소, 2012, p.29.

[40] 보건복지부, 정신건강정책 혁신방안 보도자료, 2023.12.05., <https://www.mohw.go.kr/board.es?mid=a10503000000&bid=0027&list_no=1479142&act=view>

5.2. 개인적 차원의 해결 방안

1020 학생의 불안감 해소를 위해서는 학생 스스로 실천하는 개인적 차원의 해결 방안이 가장 중요하다. 또한 불안을 느끼는 학생 자신이 아닌, 학생의 주변인이 실천할 수 있는 해결 방안도 여기에 해당한다. 이에 따라 다양한 개인적 차원의 해결 방안을 제시하고자 한다.

첫째, 학생은 여러 가지의 적절한 불안 해소 방법을 알고, 자신에게 맞는 방법을 찾아야 한다. 개인마다 적합한 불안에 대처하는 방법이 있고, 개인은 그 방법이 무엇인지 찾으려 노력해야 한다. 적절한 불안 해소 방법에는 복식호흡, 명상, 규칙적인 운동, 자연 속에서 시간 보내기 등이 있다. 자신에게 맞는 불안 해소 방법을 찾는 과정에서 자신의 불안의 근원을 생각해보게 되고, 이를 해결하기 위해 자신이 할 수 있는 일을 계획함으로써 불안이 완화될 수 있다. 또한 비자살성 자해와 같이 부적절한 방법으로 불안을 해소하지 않아야 한다.

둘째, 생활 습관을 관리해야 한다. 과도한 음주 또는 카페인 섭취는 불안을 악화시키고, 앞서 언급한대로 잘못된 식이 요법은 불안감의 원인이 되기에 식습관을 관리해야 불안을 해소할 수 있다. 식습관 뿐만 아니라 규칙적인 운동, 충분한 수면 등 생활 습관을 올바르게 관리하는 것도 불안 완화에 도움이 된다.

셋째, 스스로 해결하기 어렵다면 주변에 도움을 청하고, 주변인은 그 요청을 무시하지 않는다. 혼자 힘으로 해소하기 어려운 극심한 불안을 겪는다면 학교 선생님, 병원, 주변인 등 외부에 도움을 청해야 한다. 주변인에게 자신의 불안과 감정을 공유하는 것은 그 자체로 불안감을 완화시킬 수 있다. 또한 자신이 도움을 요청 받은 주변인이라면 이를 무시하거나 가볍게 여기지 않아야 한다.

6. 결론

본 연구에서는 1020 학생들의 불안감 증가 현황과 그 불안 양상 및 불안의 원인, 이에 따른 영향 그리고 해결방안을 제시하였다. 1020 학생들의 불안은 지속적으로 증가하고 있고, 이는 학생들의 불안 양상을 심화시켰다. 10대 학생과 20대 학생의 공통적인 불안 양상으로는 집중력 저하, 불안 장애의 발병 등이 있고, 10대 학생에게는 비자살성 자해가, 20대 학생에게는 알코올 사용장애가 두드러지게 나타났다. 불안의 원인으로는 학업, 미래에 대한 불확실성, 인간관계와 같은 사회적 원인과 정신 질환, 가정환경 등의 개인적 원인이 있다. 불안은 불안장애, 우울장애, 자살행동, 신체적 불편함 등과 같이 정서적·신체적으로도 영향을 끼치고, 대인 관계의 불안정, 학업 및 취업에서의 의지 상실 등과 같이 사회적으로도 부정적 영향을 끼친다. 이에 따라 캐릭터와 SNS를 통해 상담센터에 대한 학생들의 접근성을 높이고자 하는 사회적 차원의 해결 방안과 불안을 느끼는 학생 스스로 실천할 수 있는 개인적 차원의 해결 방안을 제시하였다.

현대 사회에서 학생들이 느끼는 불안이 심해지고 있다. 학생들의 불안은 끊임없이 나타난다는 것을 이번 분석을 통해 관찰할 수 있고, 이를 해결하는 것도 우리의 중요한 책임이기에 우리는 이를 끊임없이 해결하려고 시도해야 한다. 본 연구는 그 시도의 일부분이며, 내일은 새로운 시도를 할 수 있는 우리 사회가 되기를 바란다.

참고 문헌

김지경, 20대 청년 심리·정서 문제 및 대응방안 연구, 한국청소년정책연구원 연구보고서, vol.2018 No.-[2018], 한국청소년정책연구원, 2018.

김청자, 불안의 심리학적 원인과 치료대책, 교육연구, vol.14 no.-[1996], 상명대학교 교육문제연구소, 1996, pp.67-95.

박미나, 학교상담제도의 문제점과 개선방안에 관한 연구, 원광대학교 석사학위논문, 2013.

송동호, 학교폭력 피해 청소년의 정신의학적 후유증에 관한 사례 연구, 소아청소년정신의학회, 소아청소년정신의학 제8권 제2호, 대한소아청소년정신의학회, 1997, pp.231-241.

서지효, 아동기 애착불안과 애착회피에 대한 지각이 성인진입기 우울에 영향을 미치는 기제: 우울경험양식의 매개효과, 성균관대학교 석사학위논문, 2021.

오언, 방명애, 사회불안장애 위험 청소년의 사회불안정서에 영향을 미치는 변인 분석, 정서·행동장애연구, vol.28 no.2, 한국정서행동장애학회, 2012, pp.235-253.

이시은, 이재창, 대학생의 애착유형, 부모·또래 애착, 그리고 정서적 특성과의 관계, 한국심리학회지: 상담 및 심리치료, vol.17 no.4, 한국상담심리학회, 2005, pp.947-963.

이주연, MMPI-2-RF로 살펴본 불안장애, 우울장애, 불안장애과 우울장애 공병 환자군의 임상적 특성, 정신신체의학, 제28권 제1호, 한국정신신체의학회, 2020, pp.1-7.

임수진, 한국 청소년의 범불안장애 관련 요인, 대한보건연구, vol.47 no.1, 사단법인 대한보건협회, 2021, pp.197-208.

정한용, 불안장애, 보험의학회지, vol.29 no.1, 한국생명보험의학회, 2010, pp.7-11

최유미, 한국과 미국 대학상담센터의 현황, 인간이해, vol.33 no.2, 서강대학교 학생생활상담연구소, 2012, pp.21-36.

건강보험심사평가원, 최근 5년(2017~2021년) 우울증과 불안장애 진료현황 분석, 2022.06.24., <https://www.hira.or.kr/bbsDummy.do?pgmid=HIRAA020041000100&brdScnBltNo=4&brdBltNo=10627>

광주타임즈, '마음의 병'커진 청춘…병원 입원 22% '1020세대', 광주타임즈, 2024.01.30., <https://gjtnews.com/news/articleView.html?idxno=381782>

교육부 보도자료, 학생 마음건강 지원 개선 방안 발표, 2025.12.30., <https://www.moe.go.kr/boardCnts/viewRenew.do?boardID=294&boardSeq=105017&lev=0&searchType=null&statusYN=W&page=1&s=moe&m=020402&opType=N&temp=Y>

국가 데이터처, 아동, 청소년 삶의 질 2025, 2025., <https://mods.go.kr/board.es?mid=a90106000000&bid=12316&act=view&list_no=438883>

김경학, 20대 중후반 '쉬었음 청년', 20년 사이 2.6배 증가, 경향신문, 2026.04.20., <https://www.khan.co.kr/article/202604201600011>

김주영, 의도적 자해 환자, 청소년 가장 많아…10년 사이 120%, YTN, 2024.06.27, <https://science.ytn.co.kr/program/view.php?mcd=0082&hcd&key=202406271111259167>

김태훈, 자해, 자살 시도 응급환자 10년 새 3.6배 증가… 1020 젊은층 크게 늘어, 경향신문, 2025.08.28., <https://www.khan.co.kr/article/202508282011005>

박성은, [카드뉴스] 청소년 가장 큰 고민은'직업, 연합뉴스, 2019.05.20.,
<https://www.yna.co.kr/view/AKR20190513038100797>

박양명, 우울한 20대, 우울증 불안장애 5년새 127% 86% 폭증, Medical Times, 2022.06.24.,
<https://www.medicaltimes.com/Main/News/NewsView.html?ID=1148087>

반기웅, 불안장애 진료 받는 10대, 4년새 655 급증… 과도한 학습 경쟁, SNS 영향, 경향신문, 2025.08.15.,
< https://www.khan.co.kr/article/202508151119001>

보건복지부 국립정신건강센터 국가정신건강정보포털,
<[https://www.mentalhealth.go.kr/portal/disease/diseaseDetail.do?dissId=68&srCodeNm=
사](https://www.mentalhealth.go.kr/portal/disease/diseaseDetail.do?dissId=68&srCodeNm=%EC%82%AC)회%>

보건복지부 국립정신건강센터 정신건강연구소, 2021 정신건강실태조사(성인), 알코올 사용장애,
<https://mhs.ncmh.go.kr/menu.es?mid=a10501020000>

보건복지부 국립정신건강센터 정신건강연구소, 불안장애,
<https://mhs.ncmh.go.kr/menu.es?mid=a10501050000>

보건복지부, 정신건강정책 혁신방안 보도자료, 2023.12.05.,
<https://www.mohw.go.kr/board.es?mid=a10503000000&bid=0027&list_no=1479142&act=view>

서울대학교병원 의학정보, 불안장애,
<https://www.snuh.org/health/nMedInfo/nView.do?category=DIS&medid=AA000615>

서울아산병원 질환백과,
<https://www.amc.seoul.kr/asan/healthinfo/disease/diseaseDetail.do?contentId=31583>

서울아산병원 질환백과, 알코올성치매,
<https://www.amc.seoul.kr/asan/healthinfo/disease/diseaseDetail.do?contentId=31583>

성북구 정신건강복지센터(sb 성북), 정신건강정보, 알코올사용장애,
<https://sbcmhc1.or.kr/layout/res/home.php?go=page2.04&mid=20>

심리상담센터 마음소풍 심리상담백과, <https://www.maum-sopoong.or.kr/psy-encyclopedia/56206>

울산광역시 강남교육지원청, <https://use.go.kr/usgne/support/weecent/weecent1/weecent1_01.jsp>

이승재, 알코올성 치매, 젊은 치매 10%차지, 이로운넷, 2023.12.22.,
<https://www.eroun.net/news/articleView.html?idxno=39565>

이유미, 청소년 상담 채널 '라임', 플랜엠, 생명의 전화 등 개발, 운영, 머니투데이, 2024.06.24.,
<https://news.nate.com/view/20240624n34792>

임기창, [1020 정신건강] 희망 잃은 젊은 세대, 마음도 병든다, 연합뉴스, 2022.09.17.,
<https://www.yna.co.kr/view/AKR20220915088100501>

전현우, 여전한 입시 스트레스…2명중 1면 "불안, 우울감", KBS, 2022.07.07.,
<https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=5504154>

최윤수, [질환정보] 불안장애를 확인할 수 있는 초기증상, 약업신문, 2023.02.07., <http://m.yakup.com/news/index.html?mode=view&nid=278372>

청주시중독관리통합지원센터, 중독관련자료실, <https://www.cjacc.or.kr/bbs/board.php?bo_table=data&wr_id=3393&sst=wr_hit&sod=desc&sop=and&page=121>

육아 솔루션 예능 프로그램이 사회에 미치는 영향과 인식 분석 연구

목차

1. 서론

2. 육아 솔루션 예능 프로그램과 훈육관 소개
 2.1. 육아 솔루션 예능 프로그램 소개
  2.1.1. 정의와 현황
  2.1.2. <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>의 소개
 2.2. 훈육관 소개

3. 육아 솔루션 예능 프로그램의 영향
  3.1. 긍정적인 영향
  3.2. 부정적인 영향

4. <요즘 육아 금쪽같은 내새끼> 훈육관의 인식 조사 결과
 4.1. 인식 조사 결과
 4.2. 조사 결과에 대한 논의
 4.3. 발전 방향

5. 결론

1. 서론

올바른 훈육이란 무엇인가? 훈육을 위해 체벌이 필요하다고 생각하는가? 어디까지가 정당한 체벌이고 학대인가? 이렇듯 훈육과 학대는 그 경계가 모호하다. 이는 아동학대 사건에서도 마찬가지다. 가해 부모나 교사는 언제나 '훈육'이었다며 억울함을 호소한다. 아동은 적절한 훈육과 지도가 필요하고, 그 과정에서 스트레스나 불쾌감을 주는 통제 행위가 불가피할 수 있다. 그런데 그 '불가피한 통제'의 기준이 무엇인지, 어느 수준부터 학대로 보아야 하는지 사람들의 생각은 제각각 다르다.[1)]

최근 인터넷에 훈육 관련 단어를 검색하면 완벽한 훈육 방법이라고 주장하는 자료들이 셀 수

1) 이장원, 훈육과 학대 사이, 한국일보, 2026.05.20., https://www.hankookilbo.com/news/article/A2026051913100001374?did=NA

없을 만큼 늘어서 있다. 이러한 자료들은 대부분 개인이 올리는 것들로 전문가가 직접 쓴 서적보다 신뢰도가 떨어지고 짧고 단편적인 경우가 많다. 그러나 사람들이 더 많이 접하게 되는 것은 이러한 인터넷 속 정보들이다. 원하는 정보를 그저 검색만 하면 몇 초 만에 눈앞에 제시해 주는 매우 편리한 방법은 일상에서 전문가보다 더 접근하기 쉽고 매력적이다. 하지만 이러한 정보의 홍수는 혼란을 가져다준다. 서로 장단점이 존재하는 것이다. 전문가의 훈육 방법은 간편하게 접하는 것이 어렵고 인터넷에 간단하고도 수많은 정보들은 단편적이고 온전히 신뢰하기 어렵다.

육아 솔루션 예능 프로그램은 전문가의 훈육 방법과 일상 속에서도 접하기 쉬운 프로그램이라는 요소가 합쳐져 앞서 말한 각 부분의 부족한 부분들을 충족시켜준다. 또한 문제 행동을 하는 아이가 전문가의 훈육 방법으로 즉각적인 교정이 나타나는 모습은 유튜브나 기사, 각종 OTT 등 여러 인터넷 매체를 통해 사람들의 큰 관심을 얻었다. 이러한 관심은 훈육 방식에도 많은 영향을 끼쳤고 많은 긍정적인 부분을 만들었으나 부정적인 영향도 적지 않게 포함된다.

하정훈 원장은 최근 중앙일보와의 인터뷰에서 오은영이 진행하는 채널A 예능 프로그램 '금쪽같은 내 새끼'와 관련해 "이런 프로그램의 문제는 '육아는 힘들다'는 인식을 심어준다"라며 "실제로 전 국민이 가스라이팅 당하고 있다고 본다"라고 밝혔다. 육아 솔루션 예능 프로그램의 대표 전문가라고도 할 수 있는 오은영의 교육방식은 신드롬을 일으킬 정도로 선풍적인 인기를 누렸으나 최근 교권 추락이 사회적 문제점으로 대두되면서 그를 둘러싼 책임론이 불거지고 그의 육아 방식을 반박하는 전문가들이 증가하기도 하였다. 자녀의 문제 행동과 관련해 아이에게 공감을 우선해 주는 오은영의 방식과 달리 하정훈 원장은 양육자의 권위와 양육자가 중심이 돼 육아를 하는 방식으로 반론을 제시한 것이다.[2)]

이렇듯 육아 솔루션 예능 프로그램이 올바른 훈육 방법을 제시하고 있는가에 대해서 갑론을박이 펼쳐지는 상황 속에서, 본 글에서는 총 30명이 응답한 육아 솔루션 예능 프로그램에 대한 인식 설문 조사를 실시하여 육아 솔루션 예능 프로그램이 훈육관에 미치는 영향력과 실제 사람들이 인식하고 있는 육아 솔루션 예능에 대해서 살펴보고 문제점과 해소 방안을 제시하고자 한다.

2. 육아 솔루션 예능과 훈육관 소개

2.1. 육아 솔루션 예능 프로그램 소개

2.2.1. 정의와 현황

육아 솔루션 예능이란 리얼리티 관찰 예능 형식에 전문가의 코칭이 결합된 예능으로, 육아를 소재로 한 프로그램인 2013년에 방영한 '아빠! 어디가?'와 '슈퍼맨이 돌아왔다', '오! 마이 베이비' 등이 초창기 프로그램이라고 볼 수 있다. '아빠! 어디가?'는 연예인을 비롯해 사회에서 유명한 아빠들이 자신의 자녀와 함께 오지를 탐험하면서 벌어지는 에피소드를 담은 프로그램으로 출연진으로는 성동일, 이종혁 등이 자녀들과 함께 출연한다. '슈퍼맨이 돌아왔다'는 이와

2) 이선명, "오은영, 전국민 가스라이팅해" 전문가의 일침, 스포츠경향, 2023.11.01., https://sports.khan.co.kr/article/202311011637003#ENT

비슷하게 연예인 아빠들이 엄마 없이 일정 시간 동안 아이를 돌보는 일상을 관찰하는 프로그램이다. 이러한 프로그램들은 각각 최고 시청률이 각각 20%, 20.7%를 달성하며 2013~2015년까지 크게 인기를 끌었다. 그러나 이러한 프로그램들은 육아 솔루션 예능 프로그램이라기보다는 연예인 가족의 모습을 관찰하는 형식의 예능에 가까웠다.



<그림 1> '아빠! 어디가?'[3][4]

육아에 대한 솔루션을 주는 프로그램을 살펴보자면, 2006년부터 방영된 '우리 아이가 달라졌어요'가 있다. '우리 아이가 달라졌어요'는 오은영 박사가 출연하며 육아에 대한 다양한 해법을 제시하는 시사 교양 장르의 프로그램이다. 이는 유아와 어린아이의 행동을 교정하기 위해 전문가가 현장 방문을 통해 직접 훈육하는 현장 밀착형 다큐멘터리로 아이의 문제 행동에 주목하여 전문가를 통해 교정하는 전문가 중심적인 형식을 띠었다. 전문가의 솔루션을 통해 어린아이들이 확 달라지는 점에서 많은 시청자를 감탄하게 만들었고 그 당시 최고 시청률 12.1%를 달성하며 10년간 장수 프로그램이 되었다. 이처럼 전문가가 육아 코칭을 하는 프로그램들 또한 과거부터 존재하였지만 대부분 시사 교양 프로그램으로 예능 장르와는 거리가 멀었다.

3) MBC, 아빠! 어디가?, 메인 표지, 2013.01.06.~2014.01.19.,
https://search.pstatic.net/common?type=f&size=176x244&quality=100&direct=true&src=http%3A%2F%2Fsstatic.naver.net%2Fkeypage%2Fimage%2Fdss%2F57%2F0%2F0%2F200%2F200792.jpg
4) MBC, 아빠! 어디가?, 대표 스틸컷, 2013.01.06.~2014.01.19.,
https://blog.naver.com/imtough2/110183087896?photoView=0



<그림 2> ‘우리 아이가 달라졌어요’[5][6]

육아 솔루션 예능은 위에서 언급한 두 프로그램의 특징을 결합한 프로그램이다. 대표적으로 <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>와 같은 프로그램이 존재한다. <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼> 프로그램은 2020년 5월 29일부터 현재까지 인기리에 방영되고 있는 예능 장르의 육아 리얼리티 프로그램이다. 이 프로그램은 앞서 언급한 예능 장르로 편성되어 육아 코칭, 리얼리티의 형식이 프로그램에 혼용되었으며 다양한 가족 형태의 모습을 보여주고 있다. 문제 아동의 관찰 카메라 속 리얼리티 형식과 전문가의 육아 코칭이라는 요소를 담고 있다.[7] 이처럼 본 글에서는 육아 솔루션 예능 프로그램 중 ‘요즘 육아 금쪽같은 내 새끼’에 주목하여 분석한다.

---

5) SBS, 우리 아이가 달라졌어요, 메인 표지, 2006.11.07. ~ 2015.11.20., http://programs.sbs.co.kr/culture/mybaby

6) SBS, 우리 아이가 달라졌어요, 제294회 방송 화면 캡쳐, 2006.11.07. ~ 2015.11.20., https://search.pstatic.net/common/?src=http%3A%2F%2Fblogfiles.naver.net%2F20110827_149%2Fchuni0223_1314419062681OmjD7_JPEG%2F%25BF%25EC%25B8%25AE_%25BE%25C6%25C0%25CC%25B0%25A1_%25B4%25DE%25B6%25F3%25C1%25B3%25BE%25EE%25BF%25E4.E294.110823.HDTV.XViD-RJ.avi_001571805.jpg&type=sc960_832

7) 안지원, 양성은, TV 육아 상담 프로그램에 대한 비판적 분석, 한국생활과학회지 33권 5호, 한국생활과학회, 2024, 600쪽.



<그림 3> '요즘 육아 금쪽같은 내새끼'[8][9]

2.1.2. <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>의 소개

<요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>의 영상 편집 기법과 서사 구조는 매 회차 비슷한 양식을 따라간다. 먼저 서사 구조를 크게 보면 문제 제시, 문제 요인 분석, 해결 방법 제시, 문제 해결의 구조를 따라간다. 영상 편집 기법과 함께 살펴보자면, 시작은 스튜디오에서 출연진들의 간단한 인사와 함께 평화로운 분위기의 오프닝으로 진행된다. 그러나 평화로운 분위기와 대비되는 금쪽이의 충격적인 영상들을 짧게 보여주며 자극적인 연출로 시청자들을 몰입하게 만든다. 이후 금쪽이의 문제 행동들이 이어지는 영상을 제시하며 부모는 고통을 호소하고 출연진들은 경악하는 모습을 보인다. 또한 "도대체 왜 그러는지 모르겠다."라는 반응을 내비치며 시청자들의 궁금증을 유발하고, 시청자들은 이에 공감하게 된다.

그때, 오은영 박사가 개입하며 부모가 보지 못한 아이의 속마음을 짚어낸다. 이후 부모의 문제 행동들이 제시되며 그 속에서 상처받는 아이의 모습을 보며 시청자들은 안쓰러움을 느끼게 된다. 이때 아이는 나쁜 짓을 하는 문제아가 아닌 이유가 있는 피해자로, 관찰자였던 부모는 문제의 원인 제공자가 되면서 시청자에게 심리적 반전을 안겨준다. 문제에 대해 시청자들이 몰입하여 공감한 순간 오은영 박사의 '금쪽 처방'이라는 훈육 지침이 내려진다. 그 후 부모가 처방받은 훈육을 실행하기 위해 노력하는 모습과 마침내 달라진 아이의 모습을 보여주며 훈훈한 해피엔딩으로 마무리한다.

---

8) 채널A, 요즘 육아 금쪽같은 내 새끼, 메인 표지, 2020.05.29. ~ ,
https://www.ichannela.com/program/detail/program_title_renew.do?cateCode=050070
9) 채널A, 요즘 육아 금쪽같은 내 새끼, 포스터, 2020.05.29. ~ ,
https://search.pstatic.net/common/?src=http%3A%2F%2Fblogfiles.naver.net%2FMjAyMzA3MjFfMTE5%2FMDAxNjg5OTIyOTg1OTUy.OitLeFUA2BThYK7Ylcn_YNRsWPPYLd5OlvW-2CPle-0g.igUporZuoOs85QzPYDBjrpDMZGOfKBM_z59u4EcAyXYg.PNG.toroldb%2F480.png&type=sc960_832

2.2. 훈육관 소개

훈육이란 국어사전에서 '품성이나 도덕 따위를 가르쳐 기름'이라고 정의하며 유의어로 '교육'이 있다. 우리나라의 훈육관은 어떻게 변화되어 왔을까? 과거 훈육 방식에서 체벌은 당연시되던 부분이었다. 자녀를 위한 '사랑의 매'로 불리며 가정과 학교에서 빈번하게 일어났고 사회적인 분위기도 이러한 체벌을 용인해왔다. 2000년에 실시된 체벌에 대한 인식 연구 조사에 대해서 살펴보면 학생, 학부모, 교사 모두가 체벌이 필요하다는 것에 각각 60% 이상이 동의하였다.[10)]

과거 한국 사회에서 체벌이 당연시된 데에는 유교적 가치관의 영향이 컸다. 유교는 부모와 자녀 관계를 위계적으로 이해했고, 자녀는 부모에게 순종해야 하며 부모는 자녀의 행위를 교정하고 인성을 형성하는 주체라는 인식이 강했다. 또한 가부장적 가족문화도 체벌을 정당화하는 데 영향을 주었는데, 부모의 권위가 강했고 자녀의 행동을 가족의 체면과 연결해 보는 분위기 속에서 잘못은 즉각적으로 제지해야 한다는 생각이 퍼졌다. 학교에서도 비슷하게 규율과 복종을 중시하는 분위기가 강해서, 훈육은 대화보다 통제와 처벌에 가까운 방식이었다. 아이는 독립된 인격체라기보다 부모가 바로잡고 길러야 할 존재로 받아들여졌다. 이러한 훈육 방식들은 공동체의 질서와 예절을 빠르게 익히는데 효율적이라 여겨졌고 일부에서는 이것이 즉각적인 행동 교정에 효과가 있다고 말한다.

하지만 이러한 방식은 아이에게 잘못을 이해시키기보다 두려움과 공포로 행동을 교정시키는 방법으로 부모와 아이의 관계에서 신뢰를 약화시키거나 감정의 골을 만들 수 있다. 또한 정서적으로 좋지 못한 영향을 주고 아이가 자신의 감정이나 의사를 표현하기보다는 숨기고 순응하게 하는 방향으로 이끈다.

2021년 1월 8일 민법 제915조 '친권자는 그 자녀를 보호 또는 교양하기 위하여 필요한 징계를 할 수 있다'라는 일명 자녀 징계권이 삭제됐다. 62년간 유지된 '자녀 징계권'은 오랫동안 '시대착오적' 조항이라는 비판을 받아왔다. 장화정 중앙아동보호 전문기관 본부장도 아동 학대 관련해 부모 징계권이 아이의 인격에 앞설 수 없다고 강조했다. 그는 "국민들의 인식, 예를 들어 '때려서라도 좀 가르쳐 보지', '말 안 들으면 당연히 맞아야지' 같은 생각들이 이제는 좀 고쳐져야 할 시기가 됐다"라며 "사실 내 아이라 해도, 이 아이도 하나의 인격체이고 독립체"라고 했다.[11)] 이처럼 요즘 사회는 체벌을 금하는 분위기로 여겨진다.

훈육 방식이 달라지게 된 이유는 무엇일까? 양육문화가 변화된 점으로는 자녀 교육과 훈육 방식이 과거에 비하여 다양해진 것으로 인식되고 있다. 이는 양육문화가 그만큼 복잡다단해진 현재 한국 사회와 다양해진 가족 형태와 기능을 반영하는 것으로 간주할 수 있으며, 상대적으로 유사한 방식으로 자녀교육과 훈육이 이루어지던 과거에 비하여 단일한 또는 특정 방식을 고수하거나 적용하기가 용이하지 않을 수 있음을 시사한다.[12)] 이렇듯 훈육방식의 변화로는 주로 대가족을 이루며 가족과 지인 같은 주변인의 경험이나 서적에 의존하며 정보량이 한정적이

---

10) 김상재, 교사·학생·학부모의 학생 체벌에 대한 인식 연구, 경상남도 창원대학교 교육대학원 석사학위논문, 2000, 50쪽.

11) BBC 뉴스, '사랑의 매도 안 된다'…62년 만에 삭제되는 '자녀 징계권', 2020. 10. 14., https://www.bbc.com/korean/news-54506945

12) 문무경, 한국인의 자녀양육관 변화와 정책적 시사점, 육아정책포럼 51권, 육아정책연구소, 2017, 15쪽.

었던 과거와 달리 가족 형태의 변화와 인터넷 매체의 발달로 손쉽게 더 많고 다양한 육아정보들을 얻을 수 있는 점을 꼽을 수 있다.

또한 육아 솔루션 예능 프로그램이 인기를 끌면서 오은영 박사가 말하는 훈육 방법들이 매우 유명해지고 알려지면서 기존의 훈육에 변화를 주었다. 본 글에서는 이러한 영향을 보다 직관적으로 이해하기 위해 <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>의 훈육 방법을 현대 심리학과 교육학에서 훈육 방식을 분석할 때 주로 쓰이는 다이애나 바움린드(Diana Baumrind)의 분석 방식인 '애정'과 '통제' 축으로 나뉘는 훈육 유형을 분석하고자 한다. 다이애나 바움린드가 말하는 애정과 통제가 무엇인지 살펴보자면 '애정'이란 수용성 또는 반응성이라고도 볼 수 있는데 부모가 아이의 요구와 감정에 얼마나 민감하게 반응하고 따뜻하게 지지하는 정도이다. '통제'는 요구성이라 볼 수 있으며 부모가 아이에게 행동 기준을 세우고 규칙과 기대를 제시하며 요구하는 정도이다.

오은영 박사는 마음 읽기 즉, 아이의 마음에 충분히 공감해 주는 것과 함께 어떤 것이 옳고 그른지, 허용되고 허용되지 않는 것이 무엇인지를 적극적으로 가르쳐 주는 훈육을 할 것을 권장한다. 다이애나의 훈육 분석 방식에서 가장 이상적으로 여겨지는 방식인 민주적(권위적) 양육 유형 또한 높은 애정과 높은 통제가 적용되는 훈육으로 아이의 감정을 충분히 수용하되, 지켜야 할 규칙에 대해서는 명확하고 단호한 한계를 설정하는 것이다. 이 유형은 아이의 의견을 경청해 주고 규칙의 이유를 설명해 준다. 이는 오은영 박사가 <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>에서 보편적으로 제시하는 훈육 방법과 일맥상통한다.



<그림 4> 다이애나 바움린드의 양육 유형[13)]

13) Google Notebook LM, 4가지 유형의 양육 스타일, 2026. 5. 2., https://notebooklm.google.com/notebook/dd5cf0dd-1e2e-4627-b6be-182b3456fdd9/artifact/0220f85b-5999-475c-8388-61dd112700ed?utm_source=nlm_web_share&utm_medium=google_oo&utm_campaign=art_share_2&utm_content=&utm_smc=nlm_web_share_google_oo_art_share_2-

3. 영향

3.1. 긍정적인 영향

<요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>는 한국의 훈육 방법을 바꾸는 데 영향을 끼쳤다. 앞서 말한 다이애나의 훈육 유형 분석으로 분류를 하자면 과거 한국의 훈육 유형은 독재적 양육 방식의 비중이 컸다. '매가 약이다.'라는 말을 방패로 체벌이 이루어졌고 엄격한 권위주의적 훈육 방식이 당연한 분위기였다. 그러나 체벌로 인한 논란과 학대로 보는 시선이 점점 늘어나는 상황에서 <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>에서 말하는 아이의 마음을 헤아려주는 민주적(권위적) 훈육 방식이 유명해지게 되고 체벌보다는 아이에게 잘못과 규칙의 중요성을 말로 이해시켜주는 방식을 주목하게 된다.

방송을 통해 훈육을 배우는 것은 사람들에게 더 친근하고 쉽게 다가가게 해준다. 전문가들의 서적이나 상담소 등을 통해 학습하는 것보다 시간적, 경제적 부담이 적기 때문에, 보다 더 많은 사람들이 높은 수준의 양육 솔루션들을 접할 수 있게 되었다. 이러한 솔루션은 아이의 행동을 단순히 기질이나 버릇없는 모습으로 여기면서 비난하기보다는 아이를 분석하고 공감하면서 정서적 결핍이나 발달적 어려움 등 근본적인 이유를 찾아내도록 돕는다.

또한 방송 속 부모의 모습을 보면서 자신의 훈육 방식을 되돌아보고 실수들을 고치게 되고 부모들에게 자신만 이러한 어려움을 겪는 게 아니라는 등의 위로를 얻게 해주고 육아의 고립감과 죄책감을 완화해 주게 된다. 방송을 통해서 상담받고 치유되는 과정을 보고 아동 상담이나 심리 치료 등 정신건강 상담을 받는 것에 대해 거부감을 줄이고 정신건강 상담에 대한 문턱을 낮춰주어 숨겨야 할 일이 아니라, 더 건강해지기 위한 과정으로 인식하게 해주었다.

3.2. 부정적인 영향

그러나 이러한 훈육 방식이 요즘 사회적 논란이 되고 있다. 현실에서는 방송처럼 단기간에 만족스럽게 해결되지 않을 수 있는데, 즉각적인 변화가 나타나지 않는 것에 대해 본인의 역량을 탓하며 심한 죄책감에 빠질 위험이 있다.

복잡한 갈등의 문제들을 단 몇 번의 솔루션으로 해결하는 모습을 보면서 인간관계에서 긴 시간과 인내의 가치를 간과하게 만든다는 우려도 존재한다. 방송의 특성상 1~2시간 안에 문제 상황과 문제가 해결되는 모습까지 담아내야 하며 시청자의 관심을 끌기 위해 자극적인 연출과 편집도 들어가게 되는데 이러한 편집과 서사 구조는 몇 주 이상의 시간을 통해 전문가의 상담과 함께 진행되어야 할 훈육 방식이 축소되고 왜곡되어 화면에 비칠 수 있다.

전문가의 조언 몇 마디로 문제가 마법처럼 해결되는 모습은 전문가의 권위를 과도하게 높여 시청자들이 그것을 맹신하게 만들어 정보의 주체적인 수용이 어려워진다. 이것은 전문가의 훈육 방법을 보면서 '저렇게 해야 좋은 부모'라는 강박이 생길 수 있다. 이러한 모습은 훈육을 어렵게 느끼고 육아에 대한 거부감을 만들 수 있다. 유 위원은 오은영 박사가 출연하는 '요즘 육아-금쪽같은 내새끼'를 예로 들었다. 이러한 프로그램이 시청자에게 '나에게 육아는 무리', '아이를 키우는 것은 힘들고 비용이 많이 들며 사회는 안전하지 않다'는 인식을 심어주고 있다는 것이다.[14)]

또한 아이의 기질은 제각각인데, 방송에서 나온 특정 훈육 솔루션을 '정답'으로 여기고 자신의 아이에게 무비판적으로 적용하려다 오히려 관계를 망치는 일이 벌어지기도 한다.

한 인터뷰에서 조선미 교수는 아이 행동은 통제하지 않고, 마음 읽기만 하는 양육자들이 늘었다며 그는 "마음 읽기 자체는 문제가 없지만, 공감·위로를 넘어 아이 마음대로 하게 내버려 두는 게 문제"라고 지적했다.[15] 이러한 문제는 학교나 유치원 같은 단체 생활에서도 잘 나타난다. 몇 년 전부터 꾸준히 논란이 된 소위 갑질 학부모 논란을 다룬 뉴스에서 한 교사는 실제로 어머니들이 우리에게 많이 하는 말씀이 '우리 아이 마음을 얼마나 읽어주셨어요'예요. 예를 들어 우리 아이가 놀이터에서 새치기를 하려고 했는데 다른 아이가 우리 아이를 밀쳤어요. 거기서 엄마는 아이에게 제대로 '줄을 서야 하는 거야'라고 가르쳐 줘야 하는데 '아이고 많이 속상하지' 이걸 마음을 읽어줬다고 생각하시는 거예요.[16] 이와 같은 사례들은 <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>의 영향력이 커지면서 미치는 부정적인 영향을 알 수 있다.

4. <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼> 훈육관의 인식 조사 결과

4.1. 인식 조사 결과

육아 솔루션 예능 프로그램에 대한 인식 조사는 4월 26일부터 5월 6일까지 온라인에서 구글 폼을 통하여 실시하였다. 총 30명이 응답하였으며 그중 여성의 비율은 93.7%이며 남성의 비율은 6.7%이다. 응답자의 연령대의 경우 20대 이하가 63.3%(19명), 40대가 26.7%(8명), 50대 이상이 10%(3명)로 나타났다. 응답자 중 자녀의 양육 경험이 없는 사람은 63.3%(19명)이고 양육 경험이 있는 사람은 36.7%(11명)이다. 응답자 모두가 육아 솔루션 예능 프로그램(금쪽같은 내 새끼 등)의 존재에 대해 인지하고 있거나 그 이상으로 잘 알고 있다고 답했다.

<그림 5>에서와 같이, 시청 빈도 조사 중 주 1회 이상의 정기적 시청(0%)이나 월 1~2회 이상의 간헐적 시청 방식(20%)보다 유튜브/SNS 클립 위주 시청(53.3%)이 월등히 높은 것으로 나타났다. <그림 6>에서와 같이, 시청하는 주된 이유는 모든 응답자들의 답변을 보았을 때 타인의 삶에 대한 호기심(40%), 예능적 재미와 감동(33.3%), 실제 육아 정보 습득(13.3%), 전문가(오은영 박사 등)에 대한 신뢰(13.3%) 순으로 나타났으며 이 중에서 자녀가 없는 응답자들은 전원이 시청의 이유로 타인의 삶에 대한 호기심과 예능적 재미와 감동을 꼽았지만 자녀가 있는 응답자들의 경우 72%가 실제 육아 정보 습득과 전문가(오은영 박사 등)에 대한 신뢰를 주된 이유로 응답하였다.

---

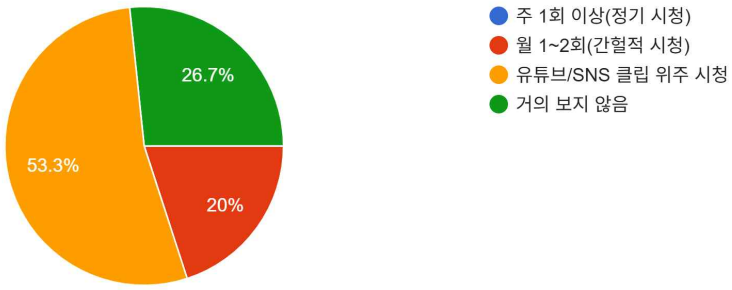
14) 김현정, '금쪽같은 내새끼' 결혼·출산에 부정적…저출산위 지적, 아시아경제, 2013.10.05., https://www.asiae.co.kr/article/2023100520040595845

15) 이송원, 오은영과 달랐다…"애 좌절시켜라" 30년 전문가의 훈육, 중앙일보, 2025.07.30., https://www.joongang.co.kr/article/25355232

16) 정윤경 기자 외, "우리 애 아빠가 참고 있어요"…진상 학부모 갑질에 멍든 교사들, 뉴스1TV, 2023. 7. 21., https://www.youtube.com/watch?v=QWxN3euVVBU&t=141s

5. 최근 1년 내 육아 솔루션 프로그램을 시청한 빈도는 어느 정도입니까?

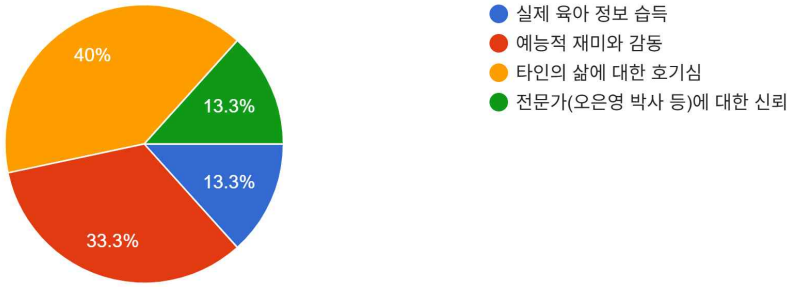
응답 30개



<그림 5> 시청 빈도 조사

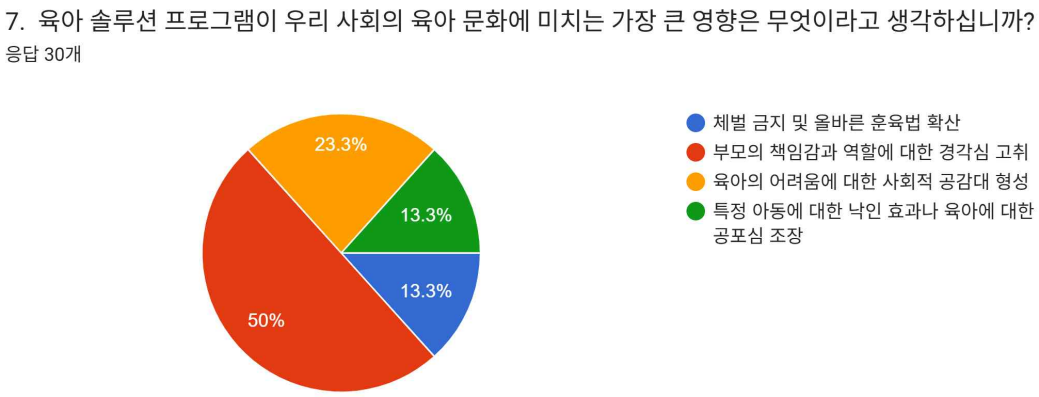
6. 해당 프로그램을 시청하게 된 주된 이유는 무엇입니까?

응답 30개



<그림 6> 시청 이유 조사

또한 우리 사회의 육아 문화에 미치는 가장 큰 영향은 무엇이라고 생각하는지에 대해 묻는 질문에서 자녀의 유무에 따라 상반되는 응답률이 나타났다. 자녀가 있는 응답자의 경우 부모의 책임감과 역할에 대한 경각심 고취 (약 45%), 육아의 어려움에 대한 사회적 공감대 형성 (약 36%)에 응답하였지만, 자녀가 없는 응답자들의 경우 육아에 대한 공포심 조장 (약 42%)과 특정 아동에 대한 낙인 효과 (약 26%)를 가장 큰 영향으로 인식하고 있다는 것을 알 수 있다.



<그림 7> 육아 문화에 미치는 영향 조사

프로그램 내용에 대한 수용 정도에 대해 조사한 결과를 보면 5점 척도(1점: 전혀 그렇지 않다 ~ 5점: 매우 그렇다)의 점수로 산출하였다.

평균 점수가 가장 높은 것은 프로그램에서 제시한 솔루션에 현실적 적용 가능성에 대한 항목으로 자녀가 없는 응답자(3.68)가 자녀가 있는 응답자(3.27)보다 높게 보았다. 출연 전문가의 분석과 조언의 신뢰도를 묻는 질문에서 자녀가 있는 응답자는(3.53), 자녀가 있는 응답자는(3.27)로 나왔으며, 또한 전문가에 대한 신뢰도나 아동 심리 이해도 향상에 대해서도 모두 평균 3점대 보다 높은 수치를 기록했고 자녀가 없는 응답자가 더 높은 점수를 기록했다.

그러나 방송 내용을 보고 본인의 육아 방식(또는 가치관)을 반성하거나 수정한 적이 있는지에 대해 묻는 질문에서는 자녀가 없는 집단(2.89)이 자녀가 있는 집단(3.27)보다 낮은 점수를 응답했다. 프로그램에 등장하는 '문제 행동'이 내 아이(혹은 주변)에게도 일어날까 봐 불안감을 느낀 적이 있는가에 대해 묻는 질문에서는 자녀가 없는 집단(3.21)이 자녀가 있는 집단(2.91)보다 높게 나왔으며 자녀가 있는 집단에서는 평균보다 낮은 점수가 나왔다.

<표1> 수용 정도 조사 결과

분석 항목	자녀 없음 (평균)	자녀 있음 (평균)
현실적 적용 가능성	**3.68**	3.27
전문가에 대한 신뢰도	**3.53**	3.27
아동 심리 이해도 향상	**3.32**	3.09
육아 방식 반성 및 수정	2.89	**3.27**
문제 행동에 대한 불안감	**3.21**	2.91

4.2. 조사 결과에 대한 논의

이러한 전체 조사 결과를 통해 육아 솔루션 예능 프로그램이 미치는 영향이 자녀의 유무에 따라 유의미한 차이가 난다고 볼 수 있다. 자녀가 있는 응답자의 경우 프로그램의 시청 이유가 주로 육아 정보 습득과 전문가에 대한 믿음을 주로 꼽았으며, 시청에 대한 영향으로 부모의 책임감과 역할에 대한 경각심 고취, 육아의 어려움에 대한 사회적 공감대 형성을 가장 높게 꼽았다. 이는 프로그램을 긍정적으로 인식하고 프로그램을 보면서 육아 정보를 수집하고 공감하면서 위로를 받는다는 점을 보여준다.

수용 정도에 대한 응답에서도 현실적 적용 가능성, 전문가에 대한 신뢰도, 아동 심리 이해도 향상, 육아 방식 반성 및 수정 등에서 평균 3점보다 높은 수치를 기록했지만, 자녀가 없는 집단보다 수용도가 비교적 낮다는 점에서 자녀가 있는 집단은 실제 다양한 훈육 상황에서 이러한 방식들을 똑같이 적용하기 어려웠던 육아 경험을 통해 자녀가 없는 집단보다 프로그램 속 정보를 비판적으로 수용함을 시사한다.

자녀가 없는 응답자의 경우 프로그램의 주 시청 이유가 타인의 삶에 대한 호기심과 예능적 재미와 감동인 점을 확인하면서 이는 주로 예능적 요소로 프로그램을 소비하고 있다는 점을 알 수 있으며 현실적 적용 가능성, 전문가에 대한 신뢰도, 아동 심리 이해도 향상에 대한 질문에서 자녀가 있는 집단보다 높은 수용도를 보여준다는 점에서 실제로 육아를 접해본 적 없는 집단에서는 전문가에 대한 조언을 더 쉽게 받아들이고 맹목적으로 신뢰하게 될 가능성이 높아진다.

그러나 시청에 대한 영향으로는 육아에 대한 공포심 조장과 특정 아동에 대한 낙인 효과 같은 부정적 영향을 가장 크게 인식하고 있으며 수용도를 확인하는 질문 중 문제 행동이 내 아이(혹은 주변)에게도 일어날까 봐 불안감을 느낀 적이 있는가에 대해 묻는 질문에 자녀가 있는 집단보다 높은 불안감을 나타냈다. 프로그램에서 보여주는 아동들의 극단적인 문제 행동 사례들에 노출되면서 부정적인 영향에 대해 더 민감하게 반응하고 육아에 대한 공포감을 높이는 것이다. 이는 육아 솔루션 예능 프로그램이 자녀가 없는 집단에게 육아에 대한 공포심과 문제 행동에 대한 불안감이 더 크게 영향을 미친다는 점을 나타내며, 이는 저출산과 같은 사회적 문제에 대해 육아에 대한 공포감은 부정적인 영향을 미칠 수 있음을 시사한다.

또한 설문조사에서 살펴봤다시피 <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼> 주 시청 유형은 유튜브/SNS 클립 위주 시청이 높고 실제 유튜브/SNS 클립 영상들의 조회수는 100만 회는 가볍게 넘기며 많은 수의 영상들이 500만, 900만 이상의 조회수를 기록하고 있다. 유튜브/SNS 클립의 내용을 살펴보면 주로 자극적이고 충격적인 내용을 암시하는 섬네일과 하이라이트 장면만 포함하고 있기에 방송의 내용 중 극히 일부의 자극적인 내용 위주로 담아내고 있다. 굳이 TV를 키고 <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>를 찾아서 보지 않아도 일상적으로 보는 유튜브 동영상과 쇼츠, 릴스의 알고리즘으로 인해 이러한 영상들이 대중들에게 일상적으로 노출될 수 있으며, 이 과정에서 사람들은 한정된 정보 중에서도 자극적이고 단편적인 정보만 얻게 되어 훈육 방식을 잘못 인지할 확률이 높다.



<그림 8> <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>의 유튜브 영상 섬네일[17][18][19][20]

4.3. 발전 방향

부정적인 영향을 줄이기 위해서, 제작자의 입장에서는 <요즘 육아 금쪽같은 내 새끼>에서 아동의 문제 행동을 자극적이고 극단적인 내용 위주로 편집하는 것이 아니라 일상적인 모습과 육아의 보람, 즐거움 등을 균형 있게 보여주는 것이 필요하다. 육아의 어려움을 강조해서 보여주는 식의 일부 TV 예능 프로그램이 결혼과 출산에 대한 부정적인 인식을 확산시켜 저출산 극복에 장애가 되고 있다는 지적이 제기됐다. 전문가들은 미디어를 통해 가족 친화적 메시지

17) 채널A WORLD, "내 행복에 아빠가 방해돼.." 육아 스트레스에 시달리는 재혼가정 3남매 | 금쪽같은 내새끼 92 회, 영상 썸네일, 2024. 3. 19., https://youtu.be/tyf_nYdiv8E?si=2EdLSVowRQHMg9f7

18) 채널A WORLD, 베트남 엄마를 무차별적으로 폭행하던 금쪽이, 결국 경찰서에 갔지만 경찰 아저씨도 뿔났다?! | 금쪽같은내새끼 234회, 영상 썸네일, 2025. 6. 12., https://youtu.be/RQzIxT6RxmI?si=UGNz-ZbHnVLpcysR

19) 채널에이드: 채널A Drama & Enjoy, 오박사 공개 주저했던 영상"도와달라" 애타게 외치는 금쪽이 가슴 무너져 내리는 오은영 | #금쪽같은내새끼 194회, 영상 썸네일, 2024. 6. 4., https://youtu.be/VR81AW6WRb4?si=a82MG2zK6fiOnQKw

20) 채널A WORLD, ADHD 엄마 때문에 딸까지 ADHD!? 매일이 전쟁인 모녀 싸움.. 오은영 쌤 직접 나섰다! | #금쪽같은내새끼 210회, 영상 썸네일, 2025. 12. 13., https://youtu.be/VS_-KTONTzk?si=LYJBFlqYUfqnbtkg

를 전달하는 중장기 캠페인이 필요하다고 제안했다. 최 연구원은 “대중매체를 활용해 정책 메시지에 대한 지속적·다각적인 장기 광고캠페인이 진행돼야 공중의 이해와 태도 변화를 기대할 수 있다”라고 했다. 그러면서 “방송콘텐츠에 협찬을 통해 ‘자녀와 어울려 행복한 순간’을 노출함으로써 긍정적 이미지를 확산하고 간접 경험 기회를 반복적으로 시청자에게 줘야 한다”라고 말했다.[21)]

또한 전문가의 조언 몇 마디로 빠르게 교정되는 훈육 모습만 보여주기보다는 실제 가정에서 솔루션을 적용했을 때 겪는 시행착오나 재발 과정 등을 보여주어야 한다. 솔루션을 제시할 때 개인의 상황과 아이의 기질 등 환경적인 요소에 따라 차이가 생길 수 있다는 자막을 명시하면서 현실성을 높여야 한다. 다양한 변수나 환경적 제약 속에서도 실천 가능하도록 훈육 시 꼭 지켜야 하는 규칙 등을 같이 제시해 준다면, 상황에 따라 훈육 방법이 달라져도 훈육의 본질을 유지할 수 있을 것이다.

시청자의 입장에서는 주체적인 수용 방식이 필요하다. 방송을 볼 때 무비판적인 수용과 비난을 자제하고 비판적인 수용 기준을 설정해야 한다. 방송에서 보여주는 부분이 전부가 아니라 그 과정 속에 시행착오가 있을 수 있음을 생각하고, 전문가의 솔루션을 그대로 적용하기보다는 자신의 환경과 아이에 맞춰서 훈육 방법을 고려하고 적용해야 한다. 아이들마다 기질과 성격이 각각 다르기 때문에 요구되는 훈육 방법도 달라진다. 까다롭고 예민한 아이라면 타고난 기질에 대한 이해가 먼저이고 환경과 양육 방식에 대한 부분을 구분해서 살펴봐야 한다. 아이를 세심하게 관찰하고 알아가는 과정에서 유일무이한 특별한 육아 지침서가 만들어질 수 있다.[22)] 이처럼 프로그램 속 내용을 통해서 자신의 환경과 아이의 기질에 알맞게 적용할 수 있는 훈육 방식을 수용하는 습관을 길러야 한다.

또한 방송의 일부분만 짧게 보면서 얻게 되는 훈육 방식에는 오류가 생길 수 있음을 인지하고, 일부분만 학습하지 않도록 주의하며 전후 상황까지 고려해야 한다. 방송 속 편집과 연출을 영향을 받지 않고 있는 그대로의 상황을 보기 위해서도 노력해야 한다. 평소에 훈육에 대한 어려움과 육아에 대한 거부감을 낮춰줄 수 있는 교육 콘텐츠나 미디어 속 일상적인 육아 콘텐츠를 즐기면서 균형 잡힌 시각을 갖는 것도 방법이다.

5. 결론

육아 솔루션 예능 프로그램은 사회적으로 인지도도 높은 만큼 영향력도 크다. 긍정적인 측면으로는 전문적인 훈육 방법이 유행처럼 퍼져서 아이의 마음을 이해할 수 있게 도와주고 문제행동의 교정뿐만 아니라 아이의 정서적인 부분까지 함께 성장시켜주는 훈육관이 사회에 자리잡게 되었다. 또한 홀로 훈육할 때의 막막함을 덜어주고 영상 속 사연에 공감하며 육아에 대한 외로움과 어려움을 덜어준다.

그러나 부정적인 영향 또한 못지않다. 영향력이 커지는 만큼 정보 전달에 대한 오류가 생기기도 한다. 또한 이러한 훈육 방식만이 정답이라고 여기고 강요하거나 다른 훈육 방식에 대해 존중하지 않고 비판하는 일이 생기기도 한다. 이러한 부정적인 영향을 줄이기 위해서 프로그

---

21) 권지현, “금쪽이만 보여주는 TV예능이 육아공포 키워”…저출산 극복 역행, 연합뉴스, 2023.10.05., https://www.yna.co.kr/view/AKR20231005129600530

22) 윤정원, 애착 육아 중요하지만, 애착에 ‘집착’하진 마세요, 베이비뉴스, 2020.01.21., https://www.ibabynews.com/news/articleView.html?idxno=81573

램의 내용을 무비판적으로 받아들이는 것이 아니라 주체적으로 판단하여 수용해야 한다.

또한 아동이 출연하고 문제 행동을 교정하는 프로그램이므로 자극적인 연출을 피하고 있는 그대로의 사실을 전할 수 있도록 노력해야 한다. 사람들의 관심을 끌기 위해 자극적인 섬네일이나 쇼폼 등의 콘텐츠는 당장의 관심을 끌어도 장기적으로는 사람들의 관심을 끌기 위해서 더 자극적인 내용을 제작하게 되는 악순환이 되고 제대로 된 훈육 정보 전달도 힘들어지기 때문이다.

이처럼 육아 솔루션 예능 프로그램은 훈육을 소재로 다루는 프로그램으로 사회에 도움이 되기도 또 다른 문젯거리가 되기도 한다. 아동에게 직접적으로 영향을 미치는 훈육 방식을 다루는 프로그램인 만큼 더 조심하고 신중하게 제작하고 주체적으로 소비되어야 한다.

참고 문헌

학술 논문 및 연구

김상재, 교사·학생·학부모의 학생 체벌에 대한 인식 연구, 경상남도 창원대학교 교육대학원 석사학위논문, 2000.

문무경(2017), 한국인의 자녀양육관 변화와 정책적 시사점, 육아정책포럼 51권, 육아정책연구소, 6-16쪽.

안지원·양성은(2024), TV 육아 상담 프로그램에 대한 비판적 분석. 한국생활과학회지, 33권 5호, 한국생활과학회, 599-614쪽.

기사 및 언론보도

권지현(2023), “금쪽이만 보여주는 TV예능이 육아공포 키워”…저출산 극복 역행, 연합뉴스, 2023.10.05., https://www.yna.co.kr/view/AKR20231005129600530

김현정(2013), ‘금쪽같은 내새끼’ 결혼·출산에 부정적…저출산위 지적, 아시아경제, 2013.10.05., https://www.asiae.co.kr/article/2023100520040595845

윤정원(2020), 애착 육아 중요하지만, 애착에 ‘집착’하진 마세요, 베이비뉴스, 2020.01.21., https://www.ibabynews.com/news/articleView.html?idxno=81573

이선명(2023), “오은영, 전국민 가스라이팅해” 전문가의 일침, 스포츠경향, 2023. 11. 01., https://sports.khan.co.kr/article/202311011637003#ENT

이송원(2025), 오은영과 달랐다…“애 좌절시켜라” 30년 전문가의 훈육, 중앙일보, 2025. 07. 30., https://www.joongang.co.kr/article/25355232

이장원(2026), 훈육과 학대 사이, 한국일보, 2026.05.20., https://www.hankookilbo.com/news/article/A20260519131000013 74?did=NA

정윤경 외(2023), “우리 애 아빠가 참고 있어요”…진상 학부모 갑질에 멍든 교사들, 뉴스1TV, 2023, 07. 21. https://www.youtube.com/watch?v=QWxN3euVVBU&t=141s

BBC 뉴스(2020), ‘사랑의 매도 안 된다’…62년 만에 삭제되는 ‘자녀 징계권’, 2020. 10. 14., https://www.bbc.com/korean/news-54506945

방송 및 시청각 자료

MBC, 아빠! 어디가?, 메인 표지, 2013.01.06.~2014.01.19., https://search.pstatic.net/common?type=f&size=176x244&quality=100&direct=true&src=http%3A%2F%2Fsstatic.naver.net%2Fkeypage%2Fimage%2Fdss%2F57%2F0%2F0%2F200%2F200792.jpg

MBC, 아빠! 어디가?, 대표 스틸컷, 2013.01.06.~2014.01.19.,
https://blog.naver.com/imtough2/110183087896?photoView=0

SBS, 우리 아이가 달라졌어요, 메인 표지, 2006.11.07. ~ 2015.11.20.,
http://programs.sbs.co.kr/culture/mybaby

SBS, 우리 아이가 달라졌어요, 제294회 방송 화면 캡쳐, 2006.11.07. ~ 2015.11.20.,
https://search.pstatic.net/common/?src=http%3A%2F%2Fblogfiles.naver.net%2F20110827_149%2Fchuni0223_1314419062681OmjD7_JPEG%2F%25BF%25EC%25B8%25AE_%25BE%25C6%25C0%25CC%25B0%25A1_%25B4%25DE%25B6%25F3%25C1%25B3%25BE%25EE%25BF%25E4.E294.110823.HDTV.XViD-RJ.avi_001571805.jpg&type=sc960_832

채널A, 요즘 육아 금쪽같은 내 새끼, 메인 표지, 2020.05.29. ~ ,
https://www.ichannela.com/program/detail/program_title_renew.do?cateCode=050070

채널A, 요즘 육아 금쪽같은 내 새끼, 포스터, 2020.05.29. ~ ,
https://search.pstatic.net/common/?src=http%3A%2F%2Fblogfiles.naver.net%2FMjAyMzA3MjFfMTE5%2FMDAxNjg5OTIyOTg1OTUy.OitLeFUA2BThYK7Ylcn_YNRsWPPYLd5OlvW-2CPle-0g.igUporZuoOs85QzPYDBjrpDMZGOfKBM_z59u4EcAyXYg.PNG.toroldb%2F480.png&type=sc960_832

Google Notebook LM, 4가지 유형의 양육 스타일, 2026. 5. 2.,
https://notebooklm.google.com/notebook/dd5cf0dd-1e2e-4627-b6be-182b3456fdd9/artifact/0220f85b-5999-475c-8388-61dd112700ed?utm_source=nlm_web_share&utm_medium=google_oo&utm_campaign=art_share_2&utm_content=&utm_smc=nlm_web_share_google_oo_art_share_2

채널A WORLD(2024), “내 행복에 아빠가 방해돼..“ 육아 스트레스에 시달리는 재혼가정 3남매 | 금쪽같은 내새끼 92 회, 영상 섬네일, 2024. 3. 19.,
https://youtu.be/tyf_nYdiv8E?si=2EdLSVowRQHMg9f7

채널A WORLD(2025), 베트남 엄마를 무차별적으로 폭행하던 금쪽이, 결국 경찰서에 갔지만 경찰 아저씨도 뿔났다?! | 금쪽같은내새끼 234회, 영상 섬네일, 2025. 6. 12.,
https://youtu.be/RQzlxT6RxmI?si=UGNz-ZbHnVLpcysR

채널에이드: 채널A Drama & Enjoy(2024), 오박사 공개 주저했던 영상🥹“도와달라” 애타게 외치는 금쪽이🤦 가슴 무너져 내리는 오은영 | #금쪽같은내새끼 194회, 영상 섬네일, 2024. 6. 4., https://youtu.be/VR81AW6WRb4?si=a82MG2zK6fiOnQKw

채널A WORLD(2025), ADHD 엄마 때문에 딸까지 ADHD!? 매일이 전쟁인 모녀 싸움.. 오은영 쌤 직접 나섰다!💢 | #금쪽같은내새끼 210회, 영상 섬네일, 2025. 12. 13.,
https://youtu.be/VS_-KTONTzk?si=LYJBFlqYUfqnbtkg

부록

육아 솔루션 예능 프로그램에 대한 인식 조사

1. 귀하의 성별은 무엇입니까?
남성
여성

2. 귀하의 연령대는 어떻게 되십니까?
20대 이하
30대
40대
50대 이상

3. 현재 자녀가 있으십니까?
있음
없음

4. 귀하는 육아 솔루션 예능 프로그램(예: 금쪽같은 내 새끼, 우리 아이가 달라졌어요 등)에 대해 알고 계십니까?
매우 잘 알고 있다
어느 정도 알고 있다
이름만 들어봤다
전혀 모른다

5. 최근 1년 내 육아 솔루션 예능 프로그램을 시청한 빈도는 어느 정도입니까?
주 1회 이상(정기 시청)
월 1~2회(간헐적 시청)
유튜브/SNS 클립 위주 시청
거의 보지 않음

6. 해당 프로그램을 시청하게 된 주된 이유는 무엇입니까?
실제 육아 정보 습득
예능적 재미와 감동
타인의 삶에 대한 호기심
전문가(오은영 박사 등)에 대한 신뢰

7. 육아 솔루션 예능 프로그램이 우리 사회의 육아 문화에 미치는 가장 큰 영향은 무엇이라고 생각하십니까?
체벌 금지 및 올바른 훈육법 확산
부모의 책임감과 역할에 대한 경각심 고취
육아의 어려움에 대한 사회적 공감대 형성
특정 아동에 대한 낙인 효과나 육아에 대한 공포심 조장

8. 프로그램 시청 후, 실제 전문가 상담을 받고 싶다는 생각을 한 적이 있습니까?
예
아니오

프로그램 내용에 대한 수용 정도

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

1. 프로그램에서 제시하는 솔루션은 현실적으로 적용 가능하다.
2. 출연 전문가의 분석과 조언을 전적으로 신뢰하는 편이다
3. 프로그램을 통해 아동 심리에 대한 이해도가 높아졌다.
4. 방송 내용을 보고 나의 육아 방식(또는 가치관)을 반성하거나 수정한 적이 있다.
5. 프로그램에 등장하는 '문제 행동'이 내 아이(혹은 주변)에게도 일어날까 봐 불안감을 느낀 적이 있다.

AI 기반 영어 학습 앱 듀오링고(Duolingo)의 효과성 분석과 활용 방안: 설문조사 결과를 중심으로

목차

1. 서론

    1.1. 연구 배경 및 목적

    1.2. 연구 대상과 방법

2. AI 기반 영어 학습 프로그램의 배경과 사용 현황

    2.1. AI기반 학습 앱의 배경과 기존 학습과의 차이

    2.2. 사용 현황

3. AI 기반 영어 학습 앱 사용의 한계점

    3.1. 실효성의 부족

    3.2. 콘텐츠의 부재와 게임화 요소의 부작용

4. AI 영어 학습의 한계점에 대한 효과적 활용 방안

    4.1. 효과적 활용 방안에 대한 설문조사

    4.2. AI기반 영어 학습의 활용 전략

        4.2.1. 병행 학습 필요성

        4.2.2. 학습 목적별 활용 전략

5. 결론 및 제언

참고 문헌

부록

1. 서론

1.1. 연구 배경 및 목적

최근 다양한 AI의 기술이 크게 발달하면서 AI기반 영어 학습 앱이 활발하게 광고하고 있다. 특히 유튜브나 인스타그램과 같은 SNS에서도 듀오링고(Duolingo), Speak과 같은 AI기반 영어 학습 앱의 공식 계정으로 AI 학습 프로그램을 이용하는 과정을 광고하는 것을 찾아볼 수 있다. 매일경제(2026.05.05)에서 듀오링고의 1분기 매출이 전년 대비 18% 가량 증가하면서 견조한 성장세를 보이고 있다고 한다. 이것과 더불어 듀오링고의 열풍은 SNS 인스타그램의 본계정의 17.8만 명이라는 팔로워 수를 통해서도 알 수 있다.

이러한 큰 파장에 따라 영어 향상의 효과를 기대하고 실제로 듀오링고를 사용해보았다. 150일 넘게 꾸준하게 듀오링고 앱을 사용하고 있는 데 지속성이나 습관을 형성하는 데는 분명한 효과를 확인할 수 있었으나 실질적으로 영어 실력 자체가 향상되었는 지는 체감으로 확인하기가 어려웠다. 이뿐만 아니라 주변에 듀오링고를 더 오래 하거나 시작하지 얼마 안된 지인들을 보면서 확실한 효과나 한계점에 대해 궁금점이 생겼다. 지속적으로 1년 넘게 사용하고 있는 지인을 보면서 확실히 1년 전과 다르게 영어에 대한 관심이나 영어를 쓰는 자신감 측면에서 성장했다는 것이 보였다. 이것을 보면서 듀오링고를 통해 어떤 측면에서 도움을 받았는 지, 효과적으로 영어 실력 향상에 도움이 되려면 어떻게 활용해야 할지 파악하고 싶었다. 반면, 단기간 하다가 그만두고 다시 시작하는 지인도 많았는데, 왜 그만 뒀냐는 질문에 돌아오는 답변은 거의 비슷했다. 영어 공부가 되는 않는 것 같다거나 매일 앱에 들어와서 공부하라는 알림이 짜증나서 안 했다고 답변이 돌아왔다. 분명 두 유형의 사람은 같은 앱을 사용하였는데 다른 결과를 가져온 것에 원인에 대해 이해하고 최적의 앱 활용 방법을 찾고 싶었다. 따라서 효과의 측면과 한계점의 측면에 각각 집중하여 AI 기반 앱의 학습 효과를 극대화할 수 있는 활용 방안에 대해 모색하고자 이 연구를 진행하려고 한다. 더 나아가 학습자의 앱 사용 목적에 따라서 다른 활용 방안을 가지고 올바른 방향으로 학습해 나갈 수 있도록 돕는 것이 이 연구의 궁극적인 목적이다.

1.2. 연구 대상과 방법

본 연구는 듀오링고를 사용하고 있거나 사용해본 사람들을 대상으로 총 49명에게 얻은 구글 폼 설문조사를 바탕으로 진행하였다. 설문조사는 모두 익명으로 진행되었으며 2주의 기간동안 진행되었다. 총 9가지의 질문으로 구성되었다. 중심적인 질문은 듀오링고의 사용 경험을 바탕으로 성취도 향상 여부, 학습 동기 및 지속성 변화, 사용자들이 느끼는 듀오링고의 장점과 한계, 병행학습의 효과 등 으로 구성되었으며 참고문헌 아래 부록에서 설문조사 질문을 구체적으로 확인해 볼 수 있다. 추가적으로 조사의 결과에 주목하여 관련된 논문을 참고해서 AI기반 영어 학습의 효율성과 한계점, 그리고 학습 효과를 극대화할 수 있는 활용 방안까지 모색하려고 한다.

2. AI 기반 영어 학습 앱의 배경과 사용 현황

2.1. AI 기반 학습 앱의 배경과 기존 학습과의 차이

AI의 기술이 기하급수적으로 성장하면서 나온 GPT계열 모델이 AI기반 학습 앱을 발전할 수 있게 만들었다. 특히 GPT계열 모델이 생성 성능을 크게 올리고 대화형 이해를 하게 되면서 사용자가 요구하는 것을 처리할 수 있게 되었다. 듀오링고는 2012년 6월 19일에 정식으로 출시되으며 2023년 ChatGPT 개발사인 OpenAI와 초기부터 협력해서 GPT-4를 적용한 대화형 서비스(Duolingo Max)인 유료 기능을 도입하면서 한층 더 발전했다.

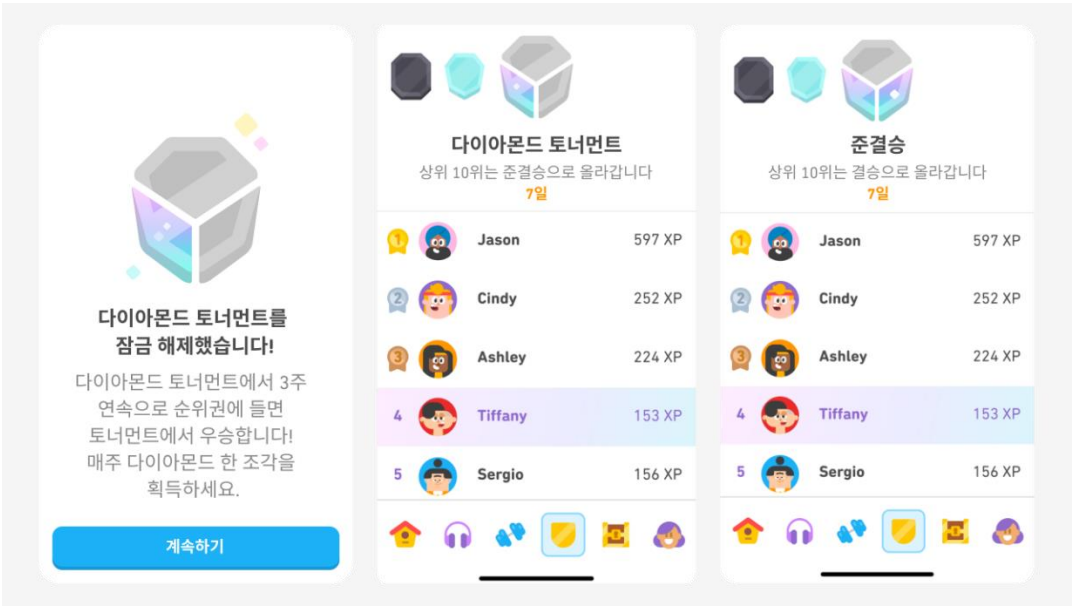
기존의 영어 학습 방식과의 비교를 통해서 AI 기반 학습의 뚜렷한 특징을 파악할 수 있다. 기존의 영어 학습 방식은 주로 학교나 학원에 가서 대면 수업을 통해 이루어 진다. 이러한 방식은 시간과 공간의 제

약이 학습에 크게 작용된다는 특징이 있다. 또한 문제집이나 교재가 있어야만 학습이 가능하다는 점에서 학습을 하기에 많은 준비 요소가 필요하다. 하지만 AI 기반 학습 앱은 이러한 불편함을 가지고 있지 않다는 점에서 차이가 난다. 그렇다면 시공간의 제약이 없다는 특징과 더불어 새로 등장한 AI 기반 영어 학습 앱을 통한 학습은 이런 기존 학습 방식과 어떤 점에서 뚜렷하게 차이가 나는지 '즉각적인 피드백', '게임화 요소', '자기주도 학습'의 측면에서 살펴보겠다.

첫 번째, AI 기반 영어 학습 방식에는 '즉각적인 피드백'이 있다. 이 피드백은 AI 학습 앱이 학습자의 데이터를 바탕으로 분석하여 개개인별로 맞는 학습 컨텐츠를 바로 제공하는 것에 주목한다. 기존의 영어 학습은 과제나 결과물을 제출한 후 피드백을 받기까지 많은 시간과 복잡한 절차가 필요했다는 점에서 '즉각적인 피드백'은 학습의 효율을 극대화해주는 AI 기반 학습 앱의 뚜렷한 차이점이다.

두 번째, 능동적인 참여에 기여하는 '게임화(Gamification) 요소'를 들 수 있다. 이는 학습자들이 지속적으로 참여할 수 있도록 흥미로운 컨텐츠를 도입하는 등 게임 요소를 활용하는 것으로, 기존의 학습자의 수동적 참여를 능동적인 참여로 대체한다. AI 기반 영어 학습 앱 중 게임화 요소가 뚜렷하게 잘 보이는 듀오링고를 바탕으로 살펴보겠다. 듀오링고는 XP라는 보상 시스템이 있다. 이는 학습을 끝낼 때마다 점수로 지급되며 XP점수를 가지고 리그전에 참여한다. 리그전은 매주 사람들과 실시간으로 순위를 비교하게 하며 1순위에서 5순위까지는 승급하고 하위 5순위는 강등하는 시스템이다. 또 다른 게임화 요소로는 연속 학습을 돕는 시스템이 있다. 이는 연속 학습을 하면 꺼져 있던 불씨가 켜지고, 하루를 거듭하며 연속적으로 학습할 경우 숫자가 1씩 커진다. 이는 하루라도 연속 학습이 중단될 시 숫자가 초기화 되어 기록을 잃는다는 특징이 있다. 이러한 게임화 요소로 학습자는 경쟁심을 가지고 학습에 적극적으로 참여할 수 있으며, 기록을 유지하고자 하는 욕구로 매일 조금이라도 꾸준하게 앱에 들어와 학습을 하도록 유도하는 효과가 있다. 장니나(2021: 94-95)에서 "바로 학습 동기를 자극하여 언어 학습의 자발성, 학습자의 흥미를 유지하는 것이 중요하다.", "게임화를 활용한 교육적 활동은 게임에 등장하는 혜택과 교육을 접목하여 '재미있는 교육'을 목표로 한 것이다." 라고 설명한 것에서도 확인할 수 있다. 이처럼 게임에서 나타나는 효과에 주목하여 게임화 요소를 학습에 직접 도입한 점은 기존의 학습 방식과 뚜렷하게 비교되는 특징이다. <그림 1>은 XP시스템으로 리그전에 참여하게 되는 게임화 요소를 적용한 시스템의 모습이다.

<그림 1>: XP 보상 시스템으로 리그전에 참여하는 사례



세 번째, 또 다른 차이점은 학습자들이 '자기주도 학습'의 환경으로 학습의 습관 변화를 가져온다는 것이다. AI기반 영어 학습 앱은 자기 주도적으로만 학습이 가능하다는 특징 때문에 학습자들은 자발적으로 앱에 참여하여 학습 시간과 학습 내용을 자유롭게 설정하여 학습한다. 듀오링고를 기준으로 살펴보면, 학습 컨텐츠 하나가 3분에서 5분 내외로 구성되어 있으며 학습자가 부담 없이 학습을 지속할 수 있도록 하는 효과가 있다. 또한 학습 기록과 진도 관리 기능을 통해 학습자가 자신의 학습 상태를 직접 확인하고 조정하면서 자신의 학습에 대한 책임감과 자율성을 가질 수 있게 한다는 점에서 자기주도 학습의 환경에서 학습을 한다는 차이점을 찾아볼 수 있다.

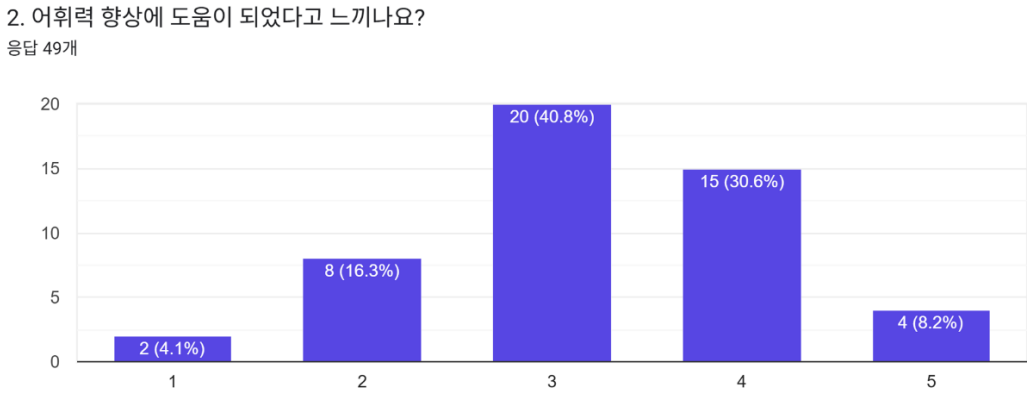
2.2. AI 기반 영어 학습 앱의 사용 현황

아래의 <그림 2>의 조선비즈(2025)에 따르면 2025년 9월에 듀오링고의 한국 이용자가 5년 사이에 15배 증가한 것을 보여준다. 이런 폭발적인 사용의 증가는 수험생과 취업준비생, 직장인 등을 중심으로 영어 등의 학습 수요가 지속된 결과라고 한다. 특히 조선비즈(2025)에서는 "게임하듯 언어를 배울 수 있는 듀오링고의 학습 방식이 이용자 유입과 참여를 높이는 데 도움이 됐다고 보고 있다." 라고 진단했다. 또한 위의 배경에서 설명했듯이 GPT모델이 2023년에 도입된 후로 인공지능 대화형 서비스가 등장을 하게 되었다. 이 AI기능이 대박을 치면서 최근 1,2 년 사이인 2024, 2025년에 걸쳐 기하급수적으로 사용자가 증가하였다.

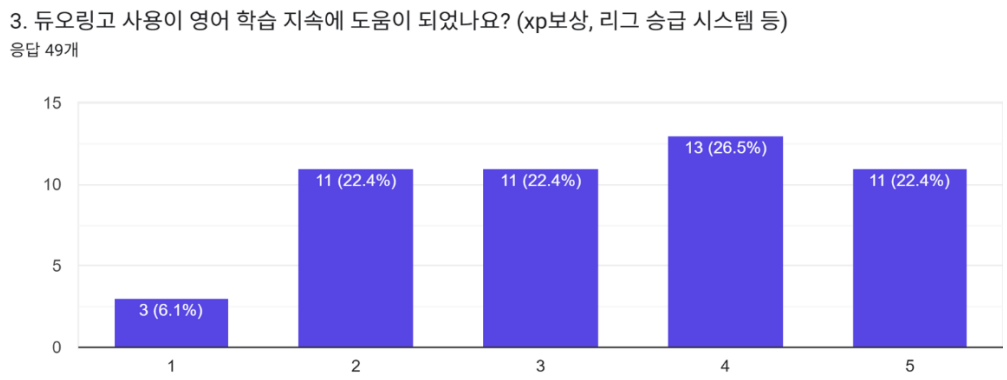
<그림 2>: 한국 듀오링고 이용자 추이



듀오링고 이용자의 폭발적 증가의 원인으로는 듀오링고만의 독자적인 효과성에서 볼 수 있다. 효과성은 설문조사의 결과에 기반하여 듀오링고가 가지는 효과성에 대해 분석하여 도출하였다.



<그림 3>: 어휘력 향상에 대한 설문조사 결과



<그림4>: 게임화 요소가 학습 지속에 도움이 되었는지에 대한 설문조사 결과

듀오링고를 사용해본 학습자들의 설문조사를 바탕으로 학습 향상에 대한 효과성이 있는지를 알아보았다. 설문조사는 어휘력 향상에 효과가 있는지, 듀오링고 사용이 영어 학습 지속에 도움이 되었는지를 1~5 중 하나를 고르는 것으로 진행했다. <그림3>에서는 어휘력 향상에 대해 도움을 느꼈다고 답변한 사람이 19명(4, 5번 답변자), 도움이 되지 않는다고 느낀 사람이 10명(1, 2번 답변자)로 어휘력 향상에 직접적으로 도움이 되었다고 경험한 사람이 반대인 사람 수의 대략 2배 가까이 높았다. <그림4>는 게임화 요소인 XP보상, 리그 승급 시스템 등을 통해 학습의 지속에 도움이 되었는지에 대한 결과이다. <그림3>번과 비슷한 결과를 가져왔다. 지속성에 도움이 되었다고 진단한 사람이 24명, 그렇지 않다고 한 사람이 14명으로 대략 2배가까이 높다고 하였다. 두 설문조사의 결과는 AI기반 학습 앱의 학습 효과에 대한 긍정적인 경향을 잘 보여준다. 다음은 이와 비슷한 긍정적인 경향을 가지는 효과성 중에서도 '어휘 및 문법 학습 효과', '학습 지속성과 영어에 대한 인식 변화', '학습 동기에 미치는 영향'에 대해 구체적으로 살펴볼 것이다.

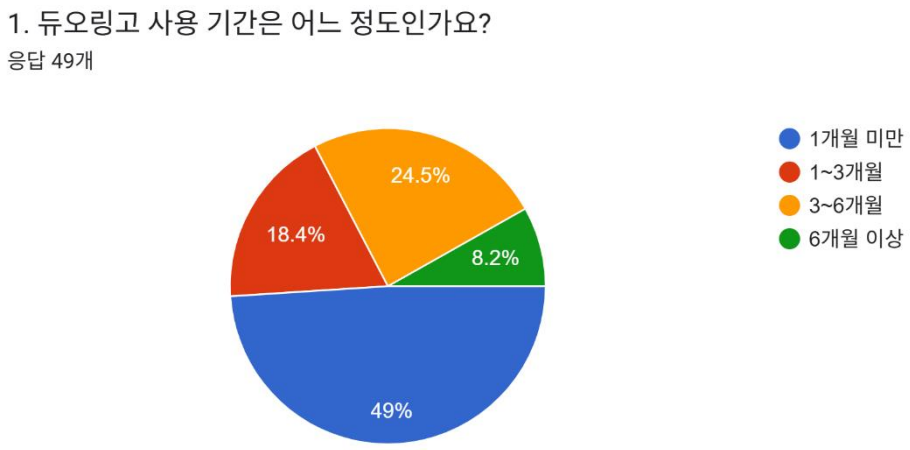
첫 번째, 반복 학습의 제공은 어휘와 문법을 효과적으로 학습하는데 도움을 준다. AI기반 반복 학습 시스템은 학습자가 자주 틀리는 문제를 저장했다가 다시 퀴즈 형식이나 피드백 그 자체로 제시함으로써 취약한 부분을 효과적으로 보완할 수 있도록 돕는다. 이 과정에서 학습자는 단어와 문장을 반복적으로 학습하면서 자연스럽게 낯설고 어려웠던 단어를 익숙하게 만들고 결국엔 자신의 단어로 습득할 수 있게 된다. 특히 듀오링고의 경우, 한 단어를 스피킹, 리스닝, 퀴즈 등 다양한 형식을 가지고 반복 학습을 시키기 때문에 한 챕터가 끝나면 확실하게 그 챕터에서 반복한 어휘를 보다 잘 기억할 수 있게 된다

두 번째, 학습 지속성에 긍정적인 효과가 있다. 기존 영어 학습과 먼저 비교해보면, 기존 학습의 경우 오랜 시간 동안 집중이 필요한 경우가 대부분이라 학습 중도 포기가 비교적으로 발생하기 쉬웠다. 그러나 듀오링고는 한번 학습할 때 3~5분의 시간이 소요되기 때문에 학습자들은 영어 학습에 대한 부담감이 줄어들고 중도 포기의 횟수가 눈에 띄게 줄어들었다. 이러한 효과는 지속적인 학습의 동기를 준다. 짧은 학습 시간 말고도 게임화 요소도 학습 지속성을 유지할 수 있게 해준다. 특히 연속 학습 기능은 학습자가 매일 학습을 이어 나갈 수 있도록 설계된 것이기 때문에, 학습자는 거리낌 없이 꾸준히 앱에 접속하게 되며, 이것은 영어 학습 습관의 토대가 된다

세 번째, AI기반 학습 앱으로 학습을 하다 보면 학습 동기에 긍정적인 영향을 미치는 자기효능감이 생긴다. 자기효능감이란 특정 결과물을 성공적으로 수행해 낼 수 있다는 개인의 믿음을 의미한다. 듀오링고는 쉬운 단계부터 점진적으로 난이도를 높이는 방식으로 구성되어 있어 학습자가 작은 성공 경험을 반복적으로 취득할 수 있게 하면서 자기효능감을 가지도록 한다. 이는 영어 학습에 대한 학습자의 자신감을 높여 학습 동기에 기여하게 된다.

이와 같은 뚜렷한 효과성이 듀오링고의 사용자 확대에 기여했다고 볼 수 있다. 다음으로는 AI 기반 영어 학습 앱 중 가장 대중성이 있는 듀오링고를 대표로 선정하여 실제 학습한 경험이 있는 사람 총 49명을 대상으로 한 설문조사를 바탕으로 사용 현황을 알아보았다. 아래의 표는 20대 초중반의 대학생 49명을 대상으로 한 사용 기간에 대한 설문조사이다.

<그림 5>: 듀오링고 사용 기간에 대한 설문조사 결과



가장 응답 비율이 높은 것은 24명(49%) 1개월 미만으로 드러났다. 그 다음으로는 3~6개월간 사용했다는 응답이 12명(24.5%)으로 뒤따랐다. 6개월 이상 장기간 사용자는 49명 중 4명으로 (8.2%)를 차지했다. 학습자 중 대략 절반 정도가 1개월 미만이라고 한 것을 바탕으로 이 중 사용하다가 중단한 학습자가 생각하는 한계점에 초점을 두어 개선 방향성을 모색할 필요성이 있다고 생각한다. 따라서 다음 3장에서는 설문조사에 참요 한 대상자들이 설문 조사에 구체적인 AI 기반 영어 학습 프로그램의 한계점과 효과성을 적어준 결과를 바탕으로 한계와 효과에 대해 구체적으로 다룰 것이다. 특히 한계점에 초점을 맞추어 개선 방향을 제시할 것이다.

3. AI기반 영어 학습 프로그램 사용 한계점

3.1. 실효성의 부족

AI 기반 학습 시스템은 학습자의 말을 자동으로 인식하고 평가해준다는 점에서 새로운 공부 방법으로 사용되고 있다. 하지만 AI는 아직 기술적으로 한계가 존재하기 때문에 오류를 범할 가능성이 있다. AI는 학습자의 발음이나 억양 같은 것을 바로 분석해서 피드백을 해주지만, 문맥에 따라 달라지는 미묘한 의미나 복잡한 문장 구조까지 완벽하게 이해하지는 못하는 입출력 제약 등의 기술적인 한계도 존재한다(고은결·김승인, 2025: 190). 또한, 피드백의 한계도 존재한다. 실제 설문 조사에서도 일부 이용자들은 “틀린 문제는 그냥 답만 외우게 되는 느낌이라 영어 실력이 느는 것보다 습관만 생기는 것 같다.” 라고 답했다. 또 틀린 문제에 대한 문법 설명이 부족하다는 점도 문제로 나왔다. 이것은 AI가 주는 피드백이 학습자의 언어 실력을 깊이 있게 고쳐주기 보다는 단순 반복 학습으로 이어질 수 있다는 것을 보여준다. 장니나(2021:103-104)에서도 앱으로 외국어 공부할 때의 단점으로 문법의 한계성을 지적했다. 또 AI 시스템은 대부분 정해진 데이터 기준으로 평가를 하기 때문에 실제 회화에서 쓰는 자연스러운 표현보다는 정답 중심의 기계적인 평가를 하는 경우가 많다. 그래서 학습자가 원어민과 실제로 대화할 때 나올 수 있는 여러 표현이나 예상하지 못한 상황에 유연하게 대처하는 능력을 기르기에는 한계가 있다. 결국 AI의 자동 평가 결과가 실제 언어 사용 능력과 완전히 맞지 않을 수도 있고, 이런 점은 학습자에게 잘못된 자신감을 주거나 반대로 공부 의욕을 떨어뜨릴 수도 있다. 아래의 <표1>을 봐도 실질 적으로 듀오링고 이용자가 의사소통의 한계에 대해 뚜렷하게 인지하고 있다는 것을 확인 할 수 있다.

<표 1> 설문조사 결과; 듀오링고의 한계점

한계점 종류	듀오링고의 가장 큰 한계점

의사소통의 한계 (8명)	여러 번 한다 해서 회화실력이 느는 것과는 별개 인 것 같습니다. 그치만 장점은 반복을 통해서 단어실력이 느는 것 같습니다!
	다소 한정적이라 지루한 학습 패턴, 회화 연습에는 직접적인 도움이 되지 않는 것 같음 단어공부에는 도움이 되지만 회화공부에는 도움이 되지 않는다.(쉬운 난이도로만 해서 그런 것 같기도 합니다)
콘텐츠의 제약 (15명)	약간 게임 같아서 공부에 한계가 있다고 생각합니다
	게임 같아서 초반에는 괜찮은데 시간이 지날수록 집중이 힘들다, 듀오링고나 말해보카 같은 AI 영어 학습 어플은 단어 암기에 큰 도움을 줄 순 있으나 장기적인 이용을 위해선 비용을 지불해야 하는 시스템이다. 따라서 지불을 하지 않으면 이용할 수 있는 학습이 다양하지 않아서 지루해진다. 다소 한정적이라 지루한 학습 패턴이라 직접적인 도움이 되지 않는 것 같음 문제를 풀 때 편법이 은근 많아서 귀찮으면 넘기는 경우가 종종 있다 공부 외적의 다른 보상체계가 없고, 그마저 받은 보상이 다시 공부하는 데 쓰이다 보니, 한 번 마음먹고 시작하면 공부 순환이 잘 되긴 하지만 그 한 번의 동기부여가 잘 안 되는 시스템인 것 같아요. 즐기면서 영어 학습을 할 수 있지만 AI 영어 학습 앱만으로는 깊이 있는 학습이 불가능하다고 생각한다.
	영어 어휘가 부족해요
강제성의 한계 (4명)	한계: 학습자의 의지가 중요해 의지차이로 효율이 결정될 듯 강제력이 없기 때문에 학습자 개인의 의지에 학습 능률이 크게 좌우된다는 것이 한계라고 생각한다
이외의 한계 (나머지)	광고가 너무 많다 강제성이 없이 그냥 경고만 있는..

3.2. 콘텐츠의 부재와 게임화 요소의 부작용

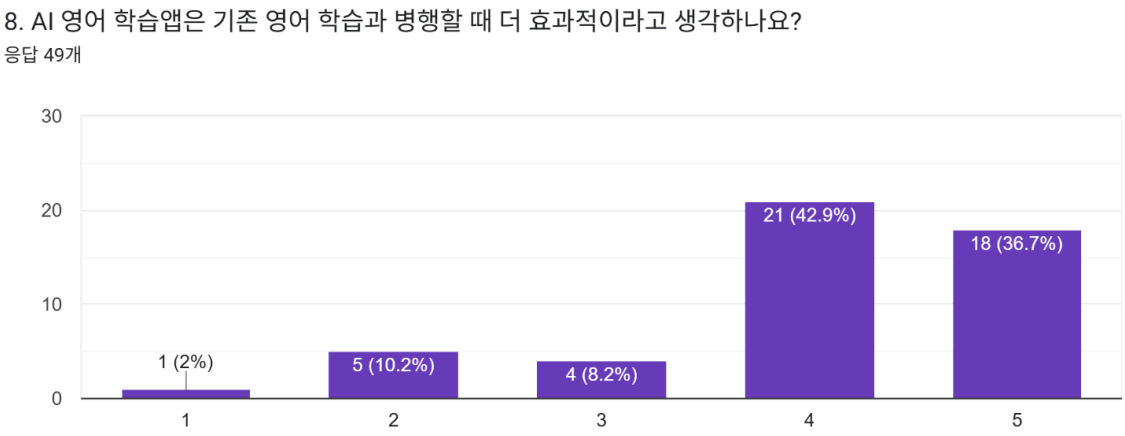
듀오링고 사용자에게 설문조사한 결과를 바탕으로 작성한 표인 <표1>은 중복되거나 한계점을 구체적으로 제시하지 못한 답변을 통합하여 중복된 인원은 (명)으로 표시하여 정리하였다. 이용자들이 생각한 최대 한계점 중에 가장 많은 답변은 '콘텐츠 제약'에 있었다. 실제로 150일가량 지속적으로 듀오링고를 이용하면서 게임화 효과가 있음에도 불구하고 똑같은 컨텐츠만 있다 보니 지루함을 느꼈다. 듀오링고를 살펴보면 듣고 따라 말하기, 단어 짝 맞추기, 문장 배열하기, 해석하기를 틀이 똑 같은 퀴즈형식으로 구성되어 있다. 한 주제에 대해서 학습을 할 때 단어나 문장이 똑 같은 것을 형식만 다르게 해서 시스템이 구성되다 보니 새로운 흥미를 끌 콘텐츠가 다양하지 않다. 이러한 콘텐츠의 부재로 학습자들이 게임화 요소가 있음에도 불구하고 집중이 잘 되지 않고 지루하다고 다수가 답변하였다. 이렇듯 게임화 요소는 학습의 흥미를 이끌어 학습자들이 보다 쉽게 영어 학습에 접근을 할 수 있도록 돕는다는 큰 장점이 있지만, 게임화 요소의 도입으로 학습의 깊이나 다양성이 부족하다는 점에서 한계점이 뚜렷하다. <표1>에서 나와있 듯이 처음에는 관심을 끌고 집중하기에 효과적이라고 느꼈지만, 지속적으로 학습을 하다 보니 오히려 제대로 영어 공부를 하고 싶은데 매번 콘텐츠가 비슷한 게임 같아서 집중도와 흥미를 오히려 낮춘다고 하였다. 또한 게임화 요소로 적용된 보상 시스템은 다시 공부하는 데만 쓰이기 때문에 동기부여가 잘 안된다는 부작용을 낳기도 한다. 추가적으로 게임화 요소는 지나친 경쟁과 보상 중심 학습만을 중시하게 된다는 문제점도 존

재한다. 이러한 현상은 학습의 질을 저하시킬 가능성을 보이며, 장기적으로 봤을 때 학습을 방해할 수 있다. Mogavi et al. (2022)에서는 듀오링고 사용자들이 순위 유지에 대한 압박으로 인해 학습의 본질적 즐거움을 상실하고 오히려 피로감을 호소한다고 보고한 결과도 보고되었다(고은결·김승인, 2025에서 재인용: 194).

4. AI 영어 학습의 한계점에 대한 효과적 활용 방안

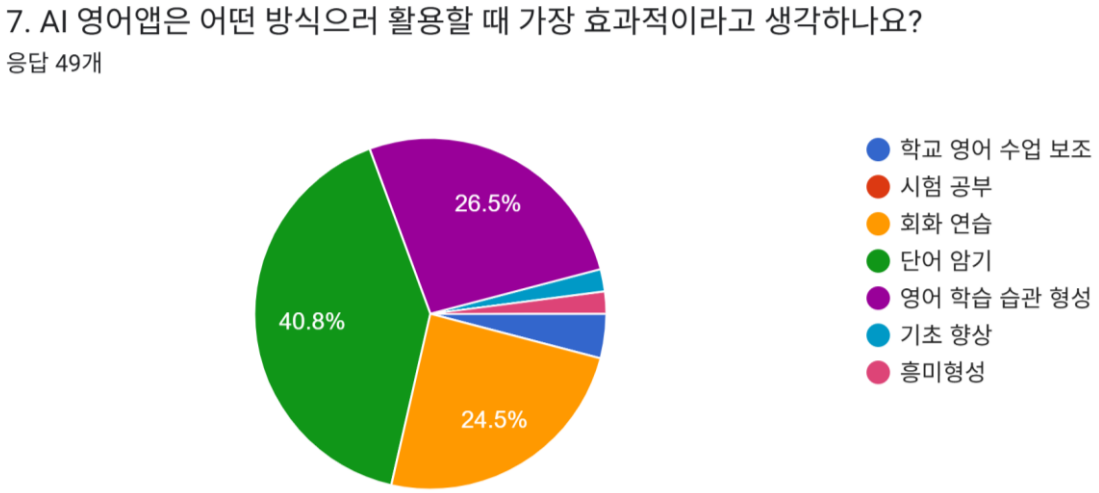
4.1. 효과적 활용 방안에 대한 설문조사

<그림6: 구글 폼 설문조사 결과>



위의 <그림6>을 보면 AI 영어 학습 앱은 기존의 영어 학습 방식에 병행했을 때 학습의 효과가 더 긍정적이라고 생각하는 지에 대한 설문조사의 결과이다. 위의 <그림3>, <그림4>와 달리 답변의 경향성이 뚜렷하게 드러났다. 병행학습의 중요성을 크게 부여한 사람(4, 5번 답변자)은 총 39명, 반대의 입장인 사람(1, 2번 답변자)은 총 6명으로 병행의 효율에 대해 강조한 사람이 그렇지 않은 사람 보다 6배가 넘었다.

<그림7: 활용 방안에 대한 설문 조사 결과>



<그림7>은 AI 기반 영어 학습 앱을 '단어 암기'와 '영어 학습 습관 형성'을 목적으로 하여 활용하는 것이 가장 효과적이라는 설문조사 결과이다. 이 결과에 주목해서 기존의 영어 학습 방식에 AI기반 학습 활용 목적을 가지고 전략적으로 병행하는 것이 영어 학습의 효과를 극대화할 수 있다는 결과를 도출할 수 있다.

4.2. AI기반 영어 학습의 활용 전략

지금까지 살펴본 AI 영어 학습 앱의 실효성의 부족, 콘텐츠의 부재, 게임화 요소의 부작용과 같은 한계점을 극복하고 학습 효과를 극대화하기 위해서는 앱의 기술적 특성과 학습자의 요구를 결합한 전략적인 접근이 필요하다. 이러한 전략적인 학습 방식은 4.1. 에서 살펴본 설문조사의 결과를 통해 도출한 기존의 영어 학습과 AI기반 영어 앱의 병행 학습에 초점을 두어 살펴볼 것이다.

4.2.1. 병행 학습 필요성

AI 영어 학습 앱은 혼자 사용하는 것보다 대면 수업이나 화상 영어와 같이 사용할 때 더 효과적일 수 있다. 실제 설문 조사에서도 많은 응답자들이 “AI 앱만으로는 깊이 있는 언어 학습에 한계가 있다.” 라고 생각하고 있었고, 실제 의사소통 능력을 키우기 위해서는 사람과의 상호작용이 필요하다고 답했다. 그래서 앱으로 기본적인 단어와 문법을 반복해서 공부하면서 자기주도적 공부 습관을 만들고, 이후 실제 대화 상황에서 적용해보는 혼합형 학습(Blended Learning) 방식이 효과적인 방법이라고 볼 수 있다(장니나, 2020). 즉, 앱의 즉각적인 피드백과 게임 요소는 공부 동기를 유지하는 데 사용하고, 실제 대화 능력과 상황에 맞는 표현은 사람과의 상호작용으로 보완하는 방식이다.

4.2.2. 학습 목적별 활용 전략

학습자는 자신의 영어 수준과 목표에 따라 앱 기능을 선택해서 활용할 필요가 있다. 먼저 영어 기초 단계의 학습자라면 듀오링고와 같은 플랫폼의 게임 요소와 보상 시스템을 적극적으로 활용하는 것이 도움이 될 수 있다. 이를 통해 영어 공부에 대한 부담을 줄이고, 매일 조금씩 공부하는 ‘마이크로 러닝(Micro-learning)’ 방식으로 꾸준한 공부 습관을 만들 수 있다(도현미, 2025: 310-312). 반대로 회화 실력이나 일상 표현 향상을 목표로 하는 학습자는 단순히 퀴즈를 푸는 방식에서 벗어날 필요가 있다. AI의 음성 인식과 분석 기능을 이용해서 자신의 발화를 원어민 데이터와 비교하고, 발음이나 억양, 강세 등을 반복해서 수정하는 과정을 적극적으로 활용하는 것이 중요하다. 또 단어 실력 향상을 목표로 하는 학습자는 AI의 개인 맞춤형 알고리즘을 복습에 활용할 필요가 있다. 망각 곡선을 바탕으로 한 간격 반복 시스템(Spaced Repetition System)을 통해 자주 틀리는 단어를 집중적으로 복습하고, 그 단어가 사용된 여러 예문을 같이 공부하면서 활용 범위를 넓혀갈 수 있다(장니나, 2021: 108).

5. 결론 및 제언

이번 연구에서는 AI 기반 영어 학습 앱인 듀오링고를 중심으로 모바일 언어 학습의 효과와 한계를 알아보았다. 연구결과, AI 영어 학습 앱은 게임 같은 요소와 바로 피드백을 해주는 기능을 통해 학습자의 자기효능감을 높여주고, 스스로 공부하는 습관을 만드는 데 긍정적인 영향을 주는 것으로 나타났다(고은결·김승인, 2025: 194). 특히 시간과 장소에 상관없이 사용할 수 있다는 점은 꾸준히 공부를 계속하는 데 중요한 요소로 확인되었다(고은결·김승인, 2025: 194). 하지만, 기술적인 한계 때문에 실제 의사소통 능력을 충분히 기르기 어렵다는 점과, 반복 중심의 학습으로 인해 공부의 깊이가 제한될 수 있다는 점은 한계로 나타났다. 또한 AI 피드백의 정확성 문제도 아직 해결해야 할 과제로 남아 있다. 앞으로 효과적인 영어 학습을 위해서는 AI 앱을 보조적인 공부 도구로 활용하면서 학습 목표에 맞는 병행 학습 전략을 함께 세울 필요가 있다. 또 개발 측면에서는 AI의 문맥 이해 능력을 더 높이고, 학습자의 수준에 맞춘 맞춤형 커리큘럼을 제공해서 꾸준히 공부 동기를 유지할 수 있는 방향으로 발전해야 한다. 본 연구는 양적 연구 중심으로 진행되었다는 한계가 있기 때문에, 앞으로는 심층 인터뷰 같은 질적 연구도 함께 진행해서 학습자의 내면 변화까지 여러 측면에서 분석할 필요가 있다.

참고 문헌

고은결·김승인(2025), 언어 교육 앱에서의 즐거움과 몰입도가 학습 지속성에 미치는 영향: 듀오링고, 말해보카를 중심으로, 산업진흥연구 10(3), 189-195쪽.

도현미(2025), 마이크로러닝 기반의 한국문화강좌 개발 및 운영 사례, 한국콘텐츠학회논문지 25(2), 305-314쪽.

장니나(2020), MOOC 기반 문화 연계 프랑스어 교수·학습 방안: Vivre en France A1, A2, B1 수업 관찰을 중심으로, 프랑스문화연구 44, 125-147.

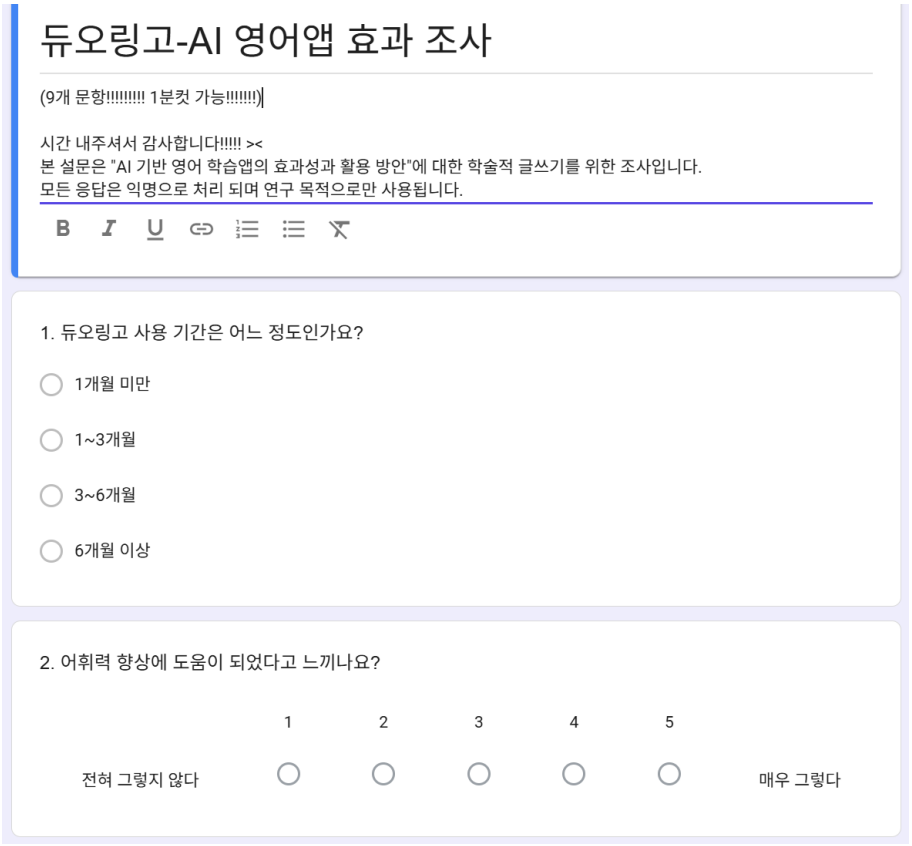
장니나(2021), 게임화(Gamification)을 활용한 자가 평가 중심 프랑스어 어휘 교수·학습의 효과: Frantastique와 Duolingo 디지털 플랫폼 관찰을 중심으로, 프랑스어문교육 67, 89-113쪽.

Mogavi, R. H., et al.(2022), When Gamification Spoils Your Learning: A Qualitative Case Study of Gamification Misuse in a Language-Learning App, L@S '22, 175–188.

매일경제(2026), 듀오링고, 1분기 매출 2억 8700만 달러… 전년비 18% 증가, 매일경제, 2026.05.05., https://www.mk.co.kr/news/stock/12035641

조선비즈(2025), “게임하듯 영어 공부”…듀오링고 사용자 5년 새 15배 급증, 조선비즈, 2025. 10. 26., https://biz.chosun.com/it-science/ict/2025/10/26/AGXNZAEGJZDYPAKLAPCXY7R56Y/

부록



듀오링고-AI 영어앱 효과 조사

(9개 문항!!!!!!!!! 1분컷 가능!!!!!!!)

시간 내주셔서 감사합니다!!!!! ><
본 설문은 "AI 기반 영어 학습앱의 효과성과 활용 방안"에 대한 학술적 글쓰기를 위한 조사입니다.
모든 응답은 익명으로 처리 되며 연구 목적으로만 사용됩니다.

1. 듀오링고 사용 기간은 어느 정도인가요?

- 1개월 미만
- 1~3개월
- 3~6개월
- 6개월 이상

2. 어휘력 향상에 도움이 되었다고 느끼나요?

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

3. 듀오링고 사용이 영어 학습 지속에 도움이 되었나요? (xp보상, 리그 승급 시스템 등)

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

4. 듀오링고 사용 후 영어학습에 대한 자신감이 증가했나요?

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

5. 듀오링고만으로 실제 회화 실력 향상에 한계가 있다고 생각하나요?

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

6. "게임처럼 느껴져 공부의 깊이가 부족하다"고 느낀 적이 있나요?

	1	2	3	4	5	
전혀 그렇지 않다!!!	○	○	○	○	○	매우 그렇다!!!!!!

7. AI 영어앱은 어떤 방식으러 활용할 때 가장 효과적이라고 생각하나요?

- ○ 학교 영어 수업 보조
- ○ 시험 공부
- ○ 회화 연습
- ○ 단어 암기
- ○ 영어 학습 습관 형성
- ○ 기타: _____

8. AI 영어 학습앱은 기존 영어 학습과 병행할 때 더 효과적이라고 생각하나요?

	1	2	3	4	5	
전혀 아니다	○	○	○	○	○	매우 그렇다

9. 가장 큰 장점 or 한계는 무엇이라 생각하나요??(마지막!!)

장문형 텍스트

AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 문제점과 발전 방안

목차

1. 서론
1.1. 연구 목적 및 필요성
1.2. 연구 방법
2. AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 도입 필요성 및 효용
2.1. AI 생성물과 인간 창작물 구별의 필요성
2.2. 가짜 뉴스 및 허위 정보 확산 억제
3. AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 정확도 현황
3.1. AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 개념 및 원리
3.2. 탐지 도구의 언어 편향성과 정확도 한계
3.3. 탐지 도구 성능 불균형의 원인
4. AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 피해 사례
4.1. 국내 사례
4.2. 국외 사례
4.3. 탐지 도구가 초래하는 명예권 및 학습권 침해
5. AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 한계점 및 발전 방안
5.1. 탐지 도구의 한계점
5.1.1. 기술적 한계점
5.1.2. 인식적 한계점
5.2. 탐지 도구의 발전 방안
5.2.1. 기술적 발전 방안
5.2.2. 제도적 발전 방안
6. 결론
참고 문헌

1. 서론

1.1. 연구 목적 및 필요성

2022년 11월 30일, 오픈에이아이(OpenAI)가 ChatGPT를 일반인들에게 무료로 공개하였을 당시에 AI는 그저 생활에 소소한 도움을 주는 도구에 불과하였다. 하지만 이후 2023년 구글(Google)의 Bard, 나아가 2024년에 Gemini가 출시되면서 AI 기술 관련 업계들은 치열한 경쟁을 지속하였고, AI 기술들이 비약적인 속도로 성장하게 되었다. 이로 인해 현재 우리는 불과 2, 3년 만에 AI 기술을 생활 전반에 사용하는 환경에 도래하였다. AI의 발전 분야가 다양한 만큼 우리는 여러 작업에 AI 기술을 활용하기 시작하였다. 구글의 NanoBanana, 미드저니사(Midjourney, Inc.)의 Midjourney 등의 이미지 생성형 AI는 간단한 상업용 포스터부터 고도의 그림 작업까지 가능해 수많은 기업에서 디자이너 대신 활용한다. 일반적인 AI인 ChatGPT나 Gemini는 정보를 수집하고 문서를 작성해 주는 기술이 뛰어나 기업의 보고서나 학생들의 학교 소논문 과제에 이용되고 있다.

AI 기술을 학업에 사용할 때는 각별히 주의가 필요하다. 문서의 전반을 AI가 작성해서는 안 되며, 보고서 등의 과제에는 반드시 그 증거를 AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 확인 결과로 첨부하여야 한다.

하지만 AI 기술의 발전이 너무나 급속도로 이루어진 탓에 탐지 프로그램들이 이를 완벽하게 따라가지 못하고 있다. 국내에서 처음 공공적으로 상용화된 AI 생성 콘텐츠 탐지 도구인 무하유의 GPT킬러는

2023년 1월에 출시되었음에도 불구하고 여전히 아쉬운 검사 결과를 보여준다. 국외의 상황도 크게 다르지 않다. 프린스턴 대학교의 에드워드 티안(Edward Tian)이 개발한 GPTZero도 인간의 편집이 들어간 문서의 경우 정확도가 크게 떨어지며[1] , ChatGPT 제작 기업인 오픈 에이아이에서 개발한 공식 탐지 프로그램도 낮은 정확도에 출시 약 6개월 만에 서비스를 종료하였다. 이러하듯, 광범위한 AI 기술의 사용에도 불구하고 작성자의 진위 여부를 확인할 수 있는 기술은 발전 속도가 떨어지며, 연쇄적으로 AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 인식마저 부정적으로 변하고 있다.

앞으로 AI 기술이 더욱더 발전하고 일상화될 미래 시대를 고려하여, AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 문제점에 대한 분석과 그의 해결 방안을 탐색해 보고자 한다.

1.2. 연구 방법

본 연구에서는 AI 생성 콘텐츠 탐지 도구에 대한 인식과 경험 사례를 알아보기 위해 오프라인 설문조사를 진행하였다. 조사 대상은 대학생으로, 1학년부터 4학년 및 기타(휴학생 등) 인원을 조사하였다. 5월 5일부터 5월 12일까지 실시했으며, 총 23명이 응답해주었다. 설문 문항은 AI 탐지 프로그램이 실제 사람이 작성한 글을 AI가 작성한 글로 오인한 경험 여부와 그 사례, 그리고 학교에서 AI 탐지 프로그램을 사용하는 것에 대한 인식을 중심으로 구성하였다. 우선 응답자에게 AI 탐지 프로그램에 의해 본인이 작성한 글이 AI 작성 글로 판정된 경험이 있는지 질문하였으며, 경험이 있는 경우, 오인 판정의 정도와 당시 상황을 추가적으로 서술하게 하였다. 오인 판정의 정도는 프로그램의 표절률을 0~15%와 16~100%로 나누어 설정하였다. 15%를 기준으로 둔 이유는 다수의 대학교에서 표절률 10~20%를 기준으로 하여 성적에 반영하기 때문이다. 후에 탐지 도구의 결과를 학교 과제 채점이나 성적 평가에 반영하는 것에 대한 찬반 의견을 조사해 최종적으로 분석하였다. 아래는 설문조사의 내용을 기술한 것이다.

설문지

AI 생성 콘텐츠 탐지 도구(카피킬러 등)에 관한 설문
: 이 설문은 대학교 학술적 글쓰기 과제를 위한 익명의 설문조사 입니다.

1. 본인의 현재 소속 학년은 어떻게 되십니까?
(1) 1학년 (2) 2학년 (3) 3학년 (4) 4학년 (5) 기타(휴학생, 졸업생 등)

2. AI 탐지 프로그램(GPT 킬러)가 본인이 작성한 글을 AI가 작성하였다고 오인한 적이 있나요?
(1) 없다(0~15%) (2) 있다(16~100%)

3. 위 질문에 '있다'를 선택했을 경우 답변해주세요.
(1) 전부 본인이 작성한 글이 오인받았다. (2) 일부 AI의 도움을 받은 글이 오인받았다.

4. AI 탐지 프로그램(GPT킬러)로 인해 불이익을 본 적이 있는 경우, 그 사례에 대해 서술해주세요.
(주관식)

5. 학교 시험이나 과제 채점 시, AI 탐지 프로그램(GPT킬러) 결과를 성적에 반영하는 것에 대해 어떻게 생각하십니까?
(1) 찬성한다 (2) 반대한다

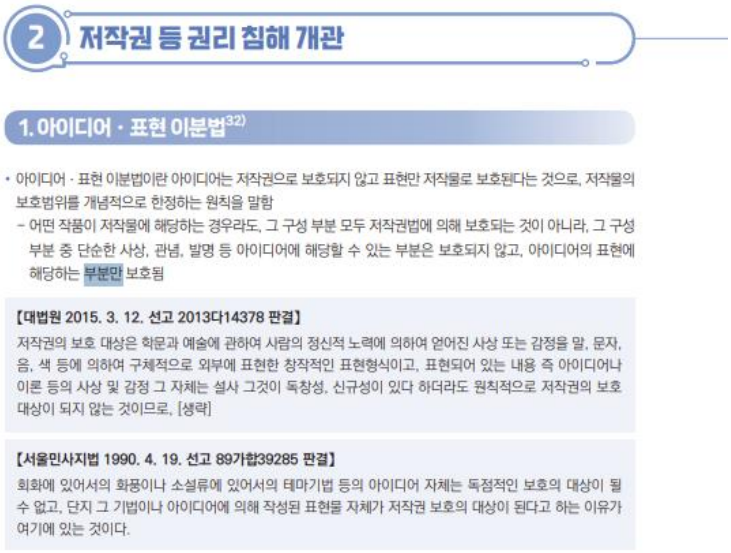
---

[1] Galczynski, Jordan, *The Imperfection of AI Detection Tools*, HumTech - UCLA, 2025.10.09, <https://humtech.ucla.edu/technology/the-imperfection-of-ai-detection-tools/>

2. AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 도입 필요성 및 효용

2.1. AI 생성물과 인간 창작물 구별의 필요성

AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 판단 결과를 믿을 수 없다면 이 도구의 필요성에 대해 의문을 표할 수밖에 없다. 하지만 예술, 문학 등 다양한 분야에서 탐지 도구는 반드시 필요하다. 처음 탐지 도구가 만들어진 목적은 AI 생성물과 인간의 창작물을 구분하여 피해가 생기지 않도록 하는 것이었다. 그렇다면 어째서 두 가지를 구분해야 할까? 이는 학교 과제물 등의 판단 기준뿐만 아니라, 결과물에 문제가 생겼을 때의 대응 방안을 위해 필요한 것이다. 가장 대표적인 문제는 저작권이다. 이 문제는 현재까지도 완전히 해결되지 못하였다. AI 생성물을 만들기 위해서는 학습 자료가 필요한데, 현재 사용되는 대부분의 AI들은 원작자의 허락을 받지 않은 글이나 그림을 무단으로 학습한다. 모든 작가들에게는 문체와 그림체가 존재한다. 각각의 형식을 규정할 수는 없지만 분명히 만들어져 있으며, 그것은 상품성으로서도 중요한 자산이 된다. 그러나 AI에게 특정 작가의 그림만을 학습시키면, AI는 작가의 그림체를 흡수할 수 있다. 즉, 작가는 자신의 경제력을 잃게 되는 것이다. 실제로는 특정 작가를 선택하기 보다 다양한 그림체를 흡수하기에, 피해를 당한 작가가 본인의 그림을 무단으로 학습하였다고 이의를 제기해도 수용되지 않는다. 수많은 학습자료들 중 하나이고, 진위 여부를 판명하기도 어렵기 때문이다. 실제로 서울민사지법의 판결에서 “예컨대 회화에 있어서의 화풍이나 소설류에 있어서의 테마기법 등의 아이디어 자체는 독점적인 보호의 대상이 될 수 없고, 단지 그 기법이나 아이디어에 의해 작성된 표현물 자체가 저작권 보호의 대상이 된다고 하는 이유가 여기에 있는 것이다”라는 판결이 내려왔다.[2]



2 저작권 등 권리 침해 개관

1. 아이디어·표현 이분법[32]

• 아이디어·표현 이분법이란 아이디어는 저작권으로 보호되지 않고 표현만 저작물로 보호된다는 것으로, 저작물의 보호범위를 개념적으로 한정하는 원칙을 말함
– 어떤 작품이 저작물에 해당하는 경우라도, 그 구성 부분 모두 저작권법에 의해 보호되는 것이 아니라, 그 구성 부분 중 단순한 사상, 관념, 발명 등 아이디어에 해당할 수 있는 부분은 보호되지 않고, 아이디어의 표현에 해당하는 부분만 보호됨

【대법원 2015. 3. 12. 선고 2013다14378 판결】
저작권의 보호 대상은 학문과 예술에 관하여 사람의 정신적 노력에 의하여 얻어진 사상 또는 감정을 말, 문자, 음, 색 등에 의하여 구체적으로 외부에 표현한 창작적인 표현형식이고, 표현되어 있는 내용 즉 아이디어나 이론 등의 사상 및 감정 그 자체는 설사 그것이 독창성, 신규성이 있다 하더라도 원칙적으로 저작권의 보호 대상이 되지 않는 것이므로, [생략]

【서울민사지법 1990. 4. 19. 선고 89가합39285 판결】
회화에 있어서의 화풍이나 소설류에 있어서의 테마기법 등의 아이디어 자체는 독점적인 보호의 대상이 될 수 없고, 단지 그 기법이나 아이디어에 의해 작성된 표현물 자체가 저작권 보호의 대상이 된다고 하는 이유가 여기에 있는 것이다.

<그림1> 생성형 인공지능 결과물에 의한 저작권 분쟁 예방 안내서 21쪽 중 일부[3]

이러한 무단 학습들 때문에 어떤 작가는 자신이 그린 그림에도 불구하고 AI로 의심받는다. AI가 자신의 그림을 학습한 것인데 역으로 의심받아 주객이 전도된 것이다. 문체 또한 마찬가지이며, 이 경우에는 그림체보다 판별하기 더 어렵다. 원작자의 권리 침해 말고도, 책임의 주체에 대한 문제가 존재한다. 한

[2] 서울민사지법, 선고 89가합39285 제42부판결, 국가법령정보센터, 1990.4.19.

[3] 김찬동·한효정, 생성형 인공지능 결과물에 의한 저작권 분쟁 예방 안내서, 한국저작권위원회, 2026, p.21.

기업에서 작가를 고용했다고 해보자. 기업은 작가의 창작을 위한 기간과 비용을 지출했는데 알고 보니 작가가 AI 생성물을 본인의 그림이라고 주장하고 이를 이용하고 있었다. 하지만 사전 계약 조항에 AI 생성물 사용 금지는 없었다. 그렇다면 누구의 책임일까? 이러한 문제를 사전에 방지하기 위해서라도 AI 생성물과 인간 창작물의 구분이 필요하다.

2.2. 가짜 뉴스 및 허위 정보 확산 억제

AI의 급격한 발전으로 인해 인터넷상에는 허위 정보가 공식적인 정보인 것처럼 확산되고 있다. 특히 AI는 짧은 시간 안에 대량의 콘텐츠를 생성할 수 있기 때문에, 가짜 뉴스나 허위 정보가 이전보다 훨씬 빠른 속도로 퍼질 가능성이 커졌다. 문제는 이러한 콘텐츠들이 실제 기사나 인터뷰처럼 자연스럽게 제작되어 일반 사용자가 진위 여부를 확인하기 어렵다는 점이다. 영화 촬영 현장 유출본이나 유명 연예인 결혼식 사진 합성 등 같은 간단한 낚시성 글은 큰 문제를 야기하지 않지만, 만약 AI 허위 정보가 기업이나 선거 등에 이용된다면 그 피해는 추정할 수 없이 커질 것이다. 만약 누군가 AI를 이용해 특정 기업이 파산했다는 허위 정보를 신뢰성 있게 퍼뜨린다면, 해당 기업의 주가는 급격히 하락할 수 있다. 한 번 확산된 허위 정보는 대중의 판단을 흐리게 하기에, 왜곡된 여론은 돌아오기 어렵다. 이와 같은 위험을 줄이기 위해서 탐지 도구의 도입이 필요하다. 탐지 도구는 그 결과가 정확하지는 않지만, 일반 사용자들에게 최소한의 판별을 위한 안전장치가 되어줄 수 있다.

3. AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 정확도 현황

3.1. AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 개념 및 원리

AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 표준화된 영어 명칭은 “AI Content Detector”로, KPIPA 리포트 8호에 적힌 내용에 따르면, 이의 개념은 “주어진 입력을 분석해 패턴을 찾고, 예측, 분류, 이상 탐지 등의 작업을 통해 AI 생성 여부나 이상 징후를 판별하는 도구”이다.[4] 탐지 도구는 크게 두 가지의 주요 지표를 원리로 작동된다. 퍼플렉시티(Perplexity)와 버스트니스(Burstiness)가 그 지표로, 각각을 직역하면 당혹성과 폭발성이다. 아래 글은 GPTZero 홈페이지에서 퍼플렉시티의 설명에 관해 기재한 내용이다.

They look for patterns like how predictable the writing is (called perplexity) and how much it varies in length and tone (i.e. natural language processing) to spot the difference between natural human expression and AI’s more uniform style.[5]

이를 요약해 해석하면 퍼플렉시티는 텍스트가 얼마나 예측 가능한지를 측정하는 지표로, AI가 주로 사용하는 단어들의 확률을 계산하여 다음에 올 단어를 예측한다. 단어 예측으로도 많은 표절문을 잡아내지만, 그보다 더 특징적인 것은 버스트니스, 즉 문장 구조 변화율이다. AI는 일정한 패턴의 문장을 생성하기에 각 문장들의 분량이 비슷하여 이러한 원리로 표절문을 검사할 수 있다. 아래 글은 버스트니스에 관한 설명의 원문이다.

---

[4] 이호수·류영호·공병훈, 생성형 AI 시대, 콘텐츠 생태계 변화와 출판계 대응, KPIPA 리포트 8호, 한국출판문화산업진흥원, 2023, p.4.

[5] Barlow, Adele, *How AI Detectors Work? Techniques, Limitations & More*, GPTZero Blog, 2024.10.14, <https://gptzero.me/news/how-ai-detectors-work/>

Burstiness is a measure of how much the perplexity varies over the entire document – and is more about how the text flows. While human writing has a rhythm of short and long phrases, mixing up both simple and complex sentences, AI can often be a lot more predictable. Which means its sentences tend to be fairly uniform.[6]

AI 생성 콘텐츠 탐지 도구는 이렇듯 여러 복잡한 원리를 거쳐 판독되는 것이 아닌, 실제로는 비교적 간단한 원리의 판독이 이루어진다.

3.2. 탐지 도구의 언어 편향성과 정확도 한계

AI 생성 콘텐츠 탐지 도구는 세계 각국에서 개발되었으나, 전 세계적으로 영어를 국제 공용어로 쓰는 만큼 미국 등의 나라에서 개발한 탐지 도구가 공공연하게 쓰인다. 또한 대부분의 AI 기술 개발국도 영미권이며 한국에서도 많은 공식 문서 등을 영어로 저술한다. 하지만 영어를 제1 언어로 사용하는 사람들이 개발하여 생기는 오류가 존재한다. 그것은 탐지 도구가 비원어민의 영어 작문 문서에 대해서는 부정확한 판정을 내린다는 사실이다. 개발진이 영어권 원어민인 만큼 탐지 도구는 원어민의 영어를 중심으로 설계되었다. 이와 관련해 미국 스탠퍼드 대학의 교수들은 여러 탐지 도구를 사용하여 연구를 진행하였다. 이들이 사용한 탐지 도구는 대중들에게 익숙한 GPTZero부터 ZeroGPT, OpenAI AI Text Classifier, Originality.ai, Writer AI Content Detector, Hive Moderation, Copyleaks 이렇게 총 7가지이며, 콘텐츠 마케팅 및 이미지 탐지 등 다양한 용도의 탐지 도구들로 연구를 진행하였다. 먼저 영어권 원어민의 글에 대한 탐지 정확도를 보자면, 미국에서 태어난 8학년 학생들의 에세이를 검사했을 때 탐지 도구들은 거의 0%에 가까운 오판율을 띄우며 높은 정확도를 보였다.[7] 교육용 AI 기술을 연구하는 기업인 턴잇인(Turnitin)의 공식 블로그에서 게시한 조사 결과에서도 영어권 원어민의 글 오판율은 약 1.3%로 매우 낮았다.[8] 이들은 약 80만 개의 실제 학생들의 학술 작문 표본을 분석하였기에 자료에 높은 신뢰도를 보이며, 이에 원어민의 작문에 대한 AI 생성 콘텐츠 탐지 기술은 현재 높은 안정성과 변별력을 확보하고 있음을 알 수 있다.

그렇다면 비원어민의 영문 작성글에 대한 탐지 도구의 정확도는 어떨까? 이러한 영어권 원어민의 오판율에 반해, 비 원어민의 작문에 대한 오판율은 편차가 크게 나타난다. 앞서 언급한 스탠퍼드 대학의 연구에서 비원어민이 작성한 91개의 토플 에세이를 수집해 분석한 결과, 전체 에세이 중 약 19%는 7개의 탐지 도구 모두에게서 AI 생성 콘텐츠라는 판정을 받았고, 약 97%는 적어도 한 개 이상의 탐지 도구로부터 AI 표절 의심을 받았다. 하나의 탐지 도구만을 사용한다고 하더라도 개별 탐지 도구의 평균 오판율은 약 61%이기에 정확도가 크게 떨어지는 것을 알 수 있다.[9] 이렇게까지 극히 저조한 정확도를 보여주는 이유는 AI 표절 탐지의 기준이 퍼플렉시티이기 때문이다. 앞서 설명하였듯 이는 글이 얼마나 예측 가능한지, 즉 내용이 얼마나 정교하고 복잡한지를 측정하는데, 비원어민의 작문은 원어민과 비교하면 어휘의 풍부함이나 문장 구조의 다양성이 부족하여 이런 양상을 띄는 것이다. 따라서 탐지 도구를 속이는 방법도 간단하다. AI에게 실제 사람이 쓴 문서를 참고하여 작성해 달라거나, 다양한 문학적인 표현을 사

---

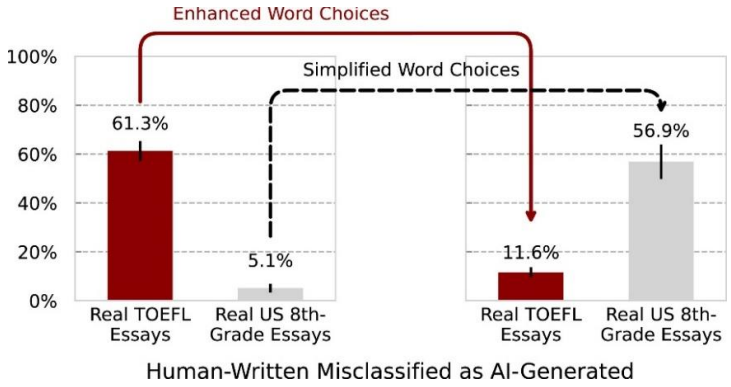
[6] Barlow, Adele, 앞의 글.

[7] Liang, Weixin et al., *GPT Detectors Are Biased against Non-Native English Writers*, Patterns Vol.4, 2023.

[8] Adamson, David, *New Research: Turnitin's AI Detector Shows No Statistically Significant Bias Against English Language Learners*, Turnitin Blog, 2023.10.26, <https://www.turnitin.com/blog/new-research-turnitin-s-ai-detector-shows-no-statistically-significant-bias-against-english-language-learners>

[9] Liang, Weixin et al., 위의 글.

용해달라고 프롬프트를 입력하면 탐지 도구의 표절률은 낮아진다. 실제 스탠퍼드 연구진이 AI에게 "문학적 언어를 사용해 수준을 높여달라(Elevate the text...)"라는 프롬프트를 입력하자 표절률이 평균 28%까지 급감하였다. 또한, 반대로 영어권 원어민 8학년 학생들의 에세이에 포함된 단어들을 단순하게 바꾸자 오판율이 5.1%에서 56.9%로 약 51%가량 증가하였다.



<그림 2> 비원어민 영어 작문 샘플에 대한 GPT 탐지기의 편향성 그래프[10]

그러나 탐지 도구의 정확도에 대한 문제의 이유는 그 수치가 낮아서 만이 아니다. 스탠퍼드의 연구에서는 비원어민의 오판율이 높게 나왔던 반면, 턴잇인의 조사에서는 비원어민의 오판율이 약 1.4%로, 원어민의 오판율과 약 0.1%p 밖에 차이 나지 않았다. 같은 주제의 조사인데도 두 결과가 이렇게도 다르게 나온 이유는 무엇일까? 이는 조사한 데이터의 성격 차이 때문이다. 스탠퍼드의 연구는 비원어민 학생들의 TOEFL 에세이를 사용했지만 턴잇인은 학생들의 학술 보고서 및 과제물을 분석 대상으로 삼았다. 문서의 분량과 작문 방식의 차이로 인해 다른 결과가 도출된 것이다. 이것이 문제가 되는 이유는 정확도의 편차 때문이다. 작문 방식에 따라 데이터가 다르게 나온다면 실제 업무나 평가 등에서 탐지 도구의 결과를 신뢰하기는 어렵다. 그리고 후에 불공정 문제로까지 번질 가능성이 크다.

한편, 한국어 문서의 탐지 도구인 무하유의 GPT킬러는 여러 대학의 공식 프로그램으로 이용되는 만큼 지속적인 업데이트와 개발로 정확도가 점진적으로 상승하고 있다. GPT킬러의 공식 문서에 의하면 가장 최신 모델인 GPT-5.2의 평균 정확도는 약 98% 이상이다.[11] 그러나 이는 프로그램을 개발한 기업에서 직접 작성한 문서이고, 대한민국 대학생들을 대상으로 설문조사를 실시한 결과 설문의 82.6%가 자신의 글이 AI 문서로 오인되었다고 답하였다. 따라서 GPT킬러의 정확도는 실제 작문 환경에서 그대로 적용된다고 보기 어렵다.

3.3. 탐지 도구 성능 불균형의 원인

탐지 성능 불균형의 근본적인 문제는 데이터 양의 차이로 인해 발생한다. 전체 학습 데이터 중 영어권 원어민이 작성한 문서의 비율은 비원어민에 비해 압도적으로 많다. 앞서 비원어민과 원어민 문서의 탐지 정확도가 다른 이유를 퍼플렉시티로 설명하였는데, 이도 데이터 양의 차이로 인해 발생한 것이다. 탐지 도구의 정확도는 나라별 언어의 구조적 특성에도 영향을 받는다. 언어별로 문장 구성 방식이 다르기 때문에 탐지 성능의 불균형이 발생하는 것이다. 조선대학교의 한 논문에서는 "한국어는 조사가 고도로 발달한 교착어로서 그 어순이 비교적 자유스런 반면에, 영어의 어순은 거의 고정된 채 가변성이 그렇게 많지 않다."라고 설명하였다.[12] 예를 들어 "개가 사과를 먹었다."와 "사과를 개가 먹었다."는 어순이 달라

[10] Liang, Weixin et al., 앞의 글.

[11] 무하유, GPT Killer 실험실 - AI 생성 문서 탐지 원리 및 정확도, GPT Killer Inside, <https://manual.muhayu.com/montly-gpt-killer-labs>

[12] 김진영, '영어어순해석' 수업이 중학생들의 독해력에 미치는 효과, 조선대학교 석사학위논문, 2015, p.20.

져도 같은 의미를 가진다. 그러나 영어에서는 “Dog ate the apple.”과 “The apple ate dog.”처럼, 어순이 바뀌면 문장의 의미가 달라진다. 한국어뿐만 아니라 일본어, 중국어, 터키어 같은 언어들도 영어와 문장 구성 방식이 다르다. 이러한 언어들을 사용하는 나라의 사람이 배우고 쓰는 영어는 의도하지 않아도 무의식적으로 본 언어의 형식을 따라갈 수 있기에 AI 표절 탐지에 낮은 정확도를 보인다.

4. AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 피해 사례

4.1. 국내 사례

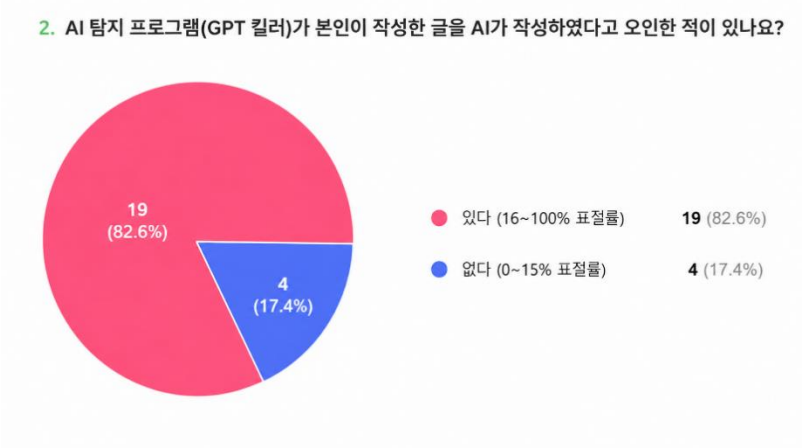
AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 오판이 다수 발생했던 만큼, 그로 인한 피해 사례들도 적지 않다. 국내에서는 크게 대표적으로 다루어진 사건이 없지만, 개인 SNS나 온라인 커뮤니티, 뉴스 등에 이와 관련된 글을 검색하면 피해 사례를 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 아래 <그림 3>는 상명대학교 익명 커뮤니티인 ‘에브리타임’ 속 관련 게시물들이다.



<그림 3> 에브리타임 자유게시판 익명 게시글

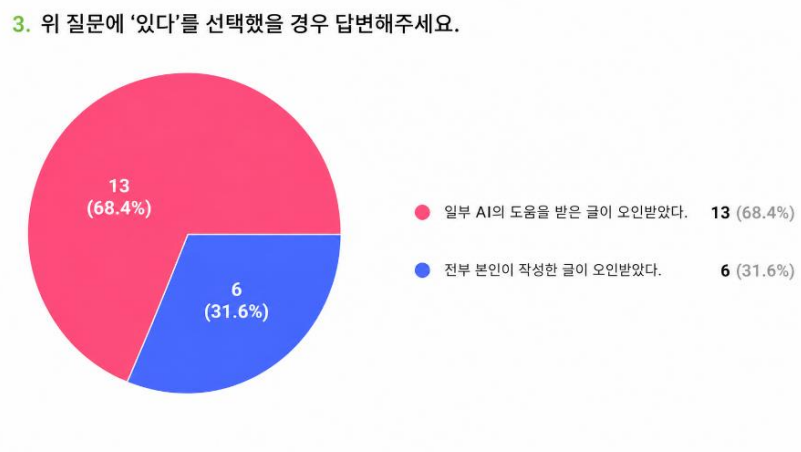
지난해 9월, 고려대학교의 한 학생은 전부 자신이 작성한 글임에도 불구하고 AI 표절률이 48%로 나와 한 시간이 넘게 글들을 억지로 비틀며 과제를 제출하는 수고를 경험했다. 같은 대학 다른 학생은 자신이 쓴 글은 표절에 걸렸는데, 오히려 AI가 쓴 글은 걸리지 않았다면서 탐지 도구에 대한 의구심을 표했다.[13] 이러한 사례들을 포함하여, 대학생들의 피해 사례를 보다 세부적으로 알기 위해 설문조사를 진행하였다.

[13] 고민지, 내가 쓴 글을 AI가 쓴 글로 의심... 대학가에 퍼진 'GPT 회피 글쓰기', The Story of Seoul, 2025.12.22, <https://www.storyofseoul.com/news/articleView.html?idxno=11026>



<그림 4> AI 탐지 도구 오인 판정 유형 조사 결과

위 <그림 4>의 그래프는 AI 탐지 도구(GPT킬러)가 본인이 작성한 글을 AI가 표절이라고 오인한 경험이 있는지 묻는 설문의 결과이다. “있다”가 82.6%, “없다”가 17.4%로 많은 학생들이 AI 글이라고 오인된 경험이 있다고 답하였다. 또한 <그림 5>를 보면, 이들 중 6명은 AI의 도움을 전혀 받지 않고 작성했음에도 AI가 자신의 글을 표절로 오판했다고 답하였다.



<그림 5> AI 탐지 도구의 오인 사례 유형

23명의 설문 결과에서 과반수의 학생들이 이러한 경험을 겪었는데, 조사 대상이 다수인 경우에는 어떨까? 대한민국의 한 대학교에서 재학생 243명을 대상으로 설문조사를 실시한 결과, GPT킬러 사용 경험자 126명 중 89.7%가 'GPT를 사용하지 않은 과제임에도 높은 표절률이 나왔다'라고 답하였다.[14] 이는 소수의 조사와 비슷한 결과를 보이며 그만큼 탐지 도구의 오류에 의한 피해 사례가 많음을 보여준다. 더불어 같은 설문조사에서 126명 중 29.4%가 실제 불이익을 받았다고 전하였다. 보다 구체적인 사례를 조사하기 위해 “AI 탐지 프로그램(GPT 킬러)으로 인해 불이익을 본 적이 있는 경우, 그 사례에 대해 서술해 주세요.”라는 질문으로 설문을 진행하였다. 홍익대학교의 한 미술 계열 학생은 1차 포트폴리오 제출 후 AI 표절 소명서를 제출해야 하여 번거로움을 느꼈다고 답하였고, 다른 학교의 학생은 GPT킬러의 오탐으로 인해 성적이 조금 내려갔다며 피해를 겪고 있다고 전했다. 어떤 학생은 교내 공모전에 나가기 위해 글의 전문을 100% 직접 썼는데도 불구하고 표절률이 높게 나오고, 아무리 고쳐도 표절률이 줄어들지 않아 시간만 버리고 참가조차 하지 못한 적이 잦다며 어려움을 호소하였다. 이처럼 직접적으로 성적이나 대회 결과 등에서 불이익을 입은 것은 아니어도, 이를 위한 준비로 시간적, 정신적인 피해를 받은 사례도 적지 않다.

---

[14] 문가빈, AI로 만든 과제, 어디부터 표절인가 – 대학의 기준을 묻다., 한국미래일보, 2025.12.11, <https://koreafuture.co.kr/m/view.php?idx=25338&mcode=>

4.2. 국외 사례

국외에서는 보다 큰 피해 사례들이 발생하였다. 작년 5월에 보도된 연합뉴스에 의하면 휴스턴-다운타운 대학교(University of Houston-Downtown)의 리 버럴(Lee Burrell)이라는 이름의 학생이 AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 오판으로 인해 교수로부터 0점 처리를 당한 사건이 있었다. 해당 과제는 과목 성적의 15%를 차지하는 과제였기에 이 결과는 성적 관리에 있어 치명적이었다. 그러나 학생은 AI를 사용하여 과제를 작성하지 않았고 이틀에 걸쳐 과제를 완료하였다. 학교 측이 탐지 도구인 턴잇인(Turnitin) 서비스의 탐지 결과를 근거로 이의를 받아주지 않자, 학생은 구글 독스에 남아있는 과정을 증거자료로 제출하였고 이에 누명을 벗을 수 있었다.[15] 하지만 학생은 이후 작문 과제를 제출할 때 그 과정을 녹화한 영상을 유튜브에 업로드하는 등 부담을 떠안게 되었다. 다른 사례에서는 소송까지 진행되었다. 뉴욕 아델파이대학교(Adelphi University)의 오리온 뉴비(Orion Newby) 학생은 역사 과목 에세이를 제출했으나, 교수로부터 AI 사용 의심을 받았다. 교수는 탐지 프로그램인 턴잇인에서 표절률이 100%로 나왔다는 근거로 학생에게 0점을 부여했고, 학생은 징계 절차까지 밟았다. 학생은 AI를 사용하지 않았으며 교내 튜터링 프로그램의 도움을 받은 것이 전부라고 답하였다. 하지만 학교는 항소 절차를 기각했고, 이에 학생의 부모는 변호사를 고용해 학교를 상대로 소송을 제기하였다.[16] 약 4개월이 넘는 기간 끝에 판사는 학교 측의 표절 판정이 “타당한 근거가 없으며 불합리하다(Arbitrary and Capricious)”고 판결하며 학생에게 손을 들어주었다. 그 결과 학교는 학생에 대한 징계 조치를 취소하고, 학적부에서 관련 기록을 영구 삭제하였다.[17]

4.3. 탐지 도구가 초래하는 명예권 및 학습권 침해

탐지 오류가 초래하는 가장 큰 문제점 중 하나는 피해자를 부정행위자로 취급한다는 것이다. 피해자들은 실제로 AI를 사용하지 않았음에도 결백을 스스로 입증해야 하며, 이 과정에서 큰 심리적, 시간적 피해를 입는다. 아래 <그림 6>는 실제로 시간적, 정신적 피해를 입은 학생의 게시물이다.

---

[15] 임화섭, 'AI 표절' 누명 쓸라…美 대학생들, 과제 작성 전과정 영상기록, 연합뉴스, 2025.5.19, <https://www.yna.co.kr/view/AKR20250519062100009>

[16] McLogan, Jennifer, *Adelphi University facing lawsuit after AI-assisted plagiarism accusation against student*, CBS NEWS, 2025.10.10, <https://www.cbsnews.com/newyork/news/adelphi-university-artificial-intelligence-plagiarism-lawsuit/>

[17] McLogan, Jennifer, *Adelphi student Orion Newby sues over AI plagiarism accusation and wins. Why it's being called a "groundbreaking" case.,* CBS NEWS, 2026.2.9, <https://www.cbsnews.com/newyork/news/orion-newby-adelphi-university-ai-plagiarism-accusations/>



<그림 6> 에브리타임 자유게시판 익명 게시글

앞서 언급한 아델파이 대학교의 학생은 “충격적이었다. 인생이 끝난 것 같았고, 표절자로 낙인찍히고 싶지 않았다.(I felt shocked… I felt like my life was over…)”며 힘들었던 심경을 토로했다.[18] 이와 같이 한 번 오해를 받은 피해자들은 수치심, 불신을 경험하게 되며, 교수나 학교로부터 부정행위자로 낙인찍혔다는 사실에 큰 스트레스를 받는다. 앞선 설문조사의 답변처럼 일부 사례에서는 성적 감점, 징계 절차 등이 이루어지며 피해자의 명예와 신뢰에 직접적인 영향을 미쳤다. 또한 탐지 결과에 오류가 뜨지 않더라도, 도구가 절대적인 기준처럼 사용될 경우 작성자의 작문을 위한 노력과 과정이 허무하게 변질될 수 있다. 전문을 AI가 작성한 과제가 만약 탐지 도구에 걸리지 않아 좋은 성적을 받게 된다면, 시간과 노력을 들여가며 과제를 작성한 학생은 큰 상심을 느낄 것이다. 실제로 오리건 주립대학교에서 열린 티셔츠 디자인 공모전에서 디자인의 99%가 AI 생성물로 판명된 작품이 우승작으로 선정되자, 다른 참가자들은 “노력한 아티스트들에게 뺨을 때리는 격(…slap in the face…)”이라며 불만을 표출하였다.[19]

탐지 도구의 오류는 학생들의 학습 활동에도 영향을 미친다. 탐지 도구의 결과가 학업 평가에 영향을 미치게 되면서 학생들은 표절률을 낮추기 위해 문장을 반복적으로 수정하거나 일부러 어색한 표현을 사용하게 되었다. 이것의 문제는 작문을 할 때 학생들이 자연스러운 글쓰기 능력을 기르는 것보다, 탐지 도구의 오탐을 피하는데 더 집중하게 만든다는 것이다. 표절률에 대한 불안감이 커지면서 학생들은 AI처럼 보이지 않는 글쓰기를 우선하게 된다. 실제로 턴잇인의 공식 블로그에서는 “…our detector currently has a less than 1% false positive rate, and we acknowledge that even this low rate of false positives may create tension and anxiety.”[20] 라며, 턴잇인의 탐지 오류는 1%보다 적지만, 이러한 적은 확률이라도 그것이 긴장과 불안을 유발할 수 있는 것을 알고 있다고 전했다. 이에 학생들은 문장을 반복적으로 바꾸거나 일부러 자연스럽지 않은 표현을 사용하면서, 실제 사람이 읽기에는 전달력과 완성도가 낮은 글쓰기로 이어질 수 있다. 결과적으로 탐지 도구가 초래하는 침해 사항들은 교육의 수준을 떨어뜨리며, 학습권의 침해를 불러일으킨다.

5. AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 한계점 및 발전 방안

[18] McLogan, Jennifer, 2025, 앞의 글.

[19] Watson, Evan, *Did an AI-generated Design Win an Oregon State University T-shirt Contest?*, KGW8, 2025.4.15, <https://www.kgw.com/article/news/investigations/osu-t-shirt-ai-art-contest-oregon-state-design/283-499907b2-a8f2-4d1c-ae56-7f526014f91e>

[20] West-Smith, Patti, *How to prepare for and discuss the possibility of false positives, turnitin Blog,* 2023.3.24, <https://www.turnitin.com/blog/how-to-prepare-for-and-discuss-the-possibility-of-false-positives?>

5.1. 탐지 도구의 한계점

5.1.1. 기술적 한계점

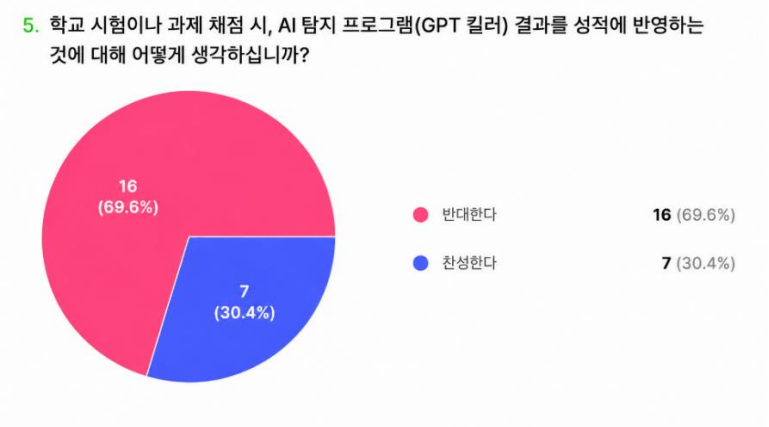
AI 생성 콘텐츠 탐지 도구는 아직 기술적으로 안정적인 수준에 도달하지 못하였다. 현재의 탐지 도구는 문장의 어휘, 반복되는 표현, 패턴 등 많은 요소를 분석하여 AI 작성 여부를 판단한다. 그리고 나서는 인간이 작성했을 법한 글의 구조와 AI가 작성했을 법한 구조를 비교하는데, 이 기준이 상당히 모호하다. GPT 킬러의 공식 홈페이지에서는 "사람이 쓴 글도 단어 구성이나 문장 구조가 단순하면 AI 생성물로 분류될 수 있다"라고 안내하였다.[21] 깔끔하고 단정적인 구조로 글을 쓰는 성향을 가진 사람의 작문은 AI로 오인될 위험이 큰 것이다.

또한, 탐지 도구는 작문의 과정 자체를 확인하는 것이 아니라 결과물의 특징만을 분석하기 때문에, 사람이 직접 작성한 글이라도 AI와 유사한 문체를 만들면 오탐이 발생할 수 있다. 반대로 AI가 생성한 글도 사람이 일부 수정하거나 문장 구조를 바꾸면 표절률이 내려간다. 실제로 최근에는 AI 문장을 자연스럽게 바꿔주는 “AI Humanizer”와 같은 프로그램까지 등장하면서 탐지 기술의 한계점이 명확히 드러나고 있다. 이처럼 현재의 탐지 기술은 문서 작성 대상을 완벽하게 구분하기 보다, 특정한 언어적 패턴을 기반으로 표절률을 추정하는 수준에 가깝다.

이렇듯 AI 탐지 기술 자체는 계속 발전할 수 있지만 사실상 완벽한 탐지기를 만들어내는 것은 현실적으로 어렵다. 탐지 도구의 또 다른 한계는 탐지기의 기술이 향상될수록 AI 생성 기술 또한 발전하면서, 서로를 따라잡기 위한 기술 경쟁이 계속 반복된다는 것이다. 일부 전문가들은 추후 AI 생성 기술의 발전으로 인해 미래에는 AI 생성물과 인간 창작물의 경계가 더욱 흐려질 것이며, 탐지 도구뿐만 아니라 인간 조차도 이를 명확하게 구분할 수 없는 지경에 다다를 것이라고 전망하였다.[22]

5.1.2. 인식적 한계점

빈번한 탐지 오류와 그로 인한 피해 사례들 때문에 AI 탐지 도구에 대한 사람들의 인식은 좋지 않다. 탐지 도구의 결과를 성적에 반영하는 것에 대해 물어본 설문에서는 “반대한다”의 비율이 69.6%로 절반 이상을 넘겼다.



<그림 7> AI 탐지 도구 결과의 성적 반영에 대한 의견

[21] 문가빈, 앞의 글.

[22] Fetzer, Mary, *Q&A: The increasing difficulty of detecting AI- versus human-generated text*, Penn State University News, 2024.5.14, <https://www.psu.edu/news/information-sciences-and-technology/story/qa-increasing-difficulty-detecting-ai-versus-human?>

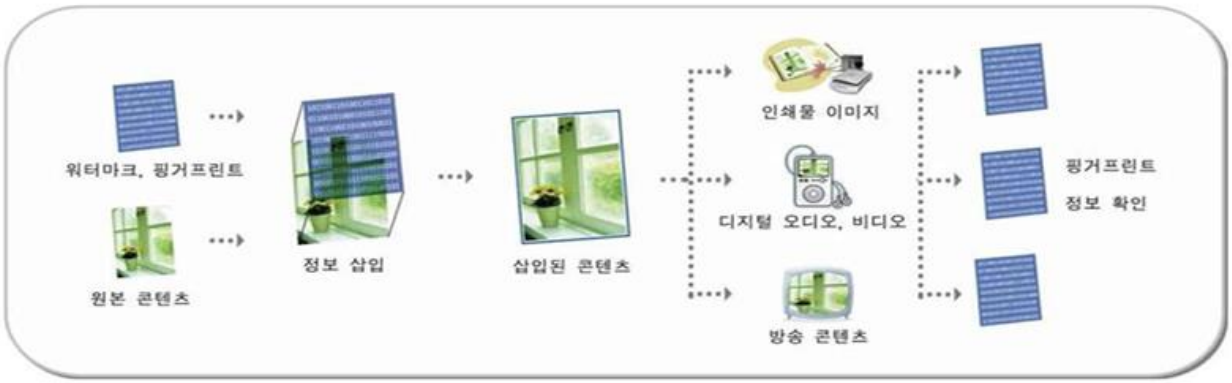
해외의 경우도 크게 다르지 않다. 뉴욕주립 버팔로대에서는 탐지 도구의 사용을 중단하도록 촉구하는 청원에 1천여 명이 서명했으며, 버클리 캘리포니아대, 밴더빌트대, 조지타운대 등은 신뢰성 문제를 거론하며 턴잇인의 AI 표절 탐지 기능을 사용하지 않기로 결정했다.[23] 이처럼 탐지 도구의 정확성과 공정성에 대한 의문이 커지면서, 결과 자체를 신뢰하기 어렵다는 인식이 확산되고 있다. 그리고 이러한 인식으로 인해 추후 탐지 도구의 정확도가 수준 이상으로 높아지더라도, 이미 뇌리에 박힌 부정적인 시선 때문에 탐지 도구의 활용을 꺼릴 것이다.

탐지 도구의 이용 방식에 대한 인식에도 문제가 있다. 탐지 도구는 문서의 AI 생성 여부를 참고하기 위한 보조 도구이지, 최종적인 판정 도구가 아니다. 문서를 자세히 살펴보지 않고 탐지 도구에만 의존하여 검사하는 태도는 이용 방식에 대한 잘못된 인식이다. 앞 피해 사례에서 설명하였듯이, 일부 학교나 기관에서는 탐지 결과의 수치를 절대적인 기준처럼 활용하며 일정 수치 이상이 나오면 곧바로 AI 사용으로 간주하는 사례가 존재한다. 이와 더불어, 탐지 결과에 대한 사회적 낙인 효과 문제 또한 발생한다. 실제 AI 생성 도구의 사용 여부와 관계없이 탐지 결과에서 높은 표절률이 나타나면 작성자는 부정행위를 저질렀다는 의심을 받게 된다. 특히 대학이나 기업 등의 공모전과 같은 환경에서는 이러한 의심이 학생의 신뢰도와 평판에 부정적인 영향을 줄 수 있다. 따라서 탐지 도구의 활용은 단순히 기술적인 문제를 넘어 사용자와 사회의 인식 문제까지 같이 고려해야 한다.

5.2. 탐지 도구의 발전 방안

5.2.1. 기술적 발전 방안

탐지 도구의 정확성과 신뢰도를 확보하기 위해서는 다양한 측면의 발전 방안들이 고안되어야 한다. 탐지 도구의 AI 탐지 기술 자체를 발전시키기에는 AI 생성 기술과의 지속적인 기술 경쟁 때문에 완벽한 개선이 어렵다. 이에 두 기술이 서로 상응하며 탐지 문제를 해결하는 방안을 고안하였는데, 바로 워터마크(Watermarking) 기술이다. 워터마크(Watermark) 기술은 멀티미디어 콘텐츠에 사람이 인지할 수 없는 소유권자의 저작권 정보를 워터마크로 삽입하고, 검출기를 통해 삽입 정보를 식별하는 기술로 소유권을 주장할 수 있게 하는 기술이다.[24] 워터마크 기술이 의무화되어 글을 포함한 AI 생성물에 워터마크를 삽입한다면, 만약 AI 생성물을 그대로 사용하거나 수정할 시 탐지 도구가 이를 인식하여 잡아낼 것이다.



<그림 8> 워터마크 기술의 시스템 구조[25]

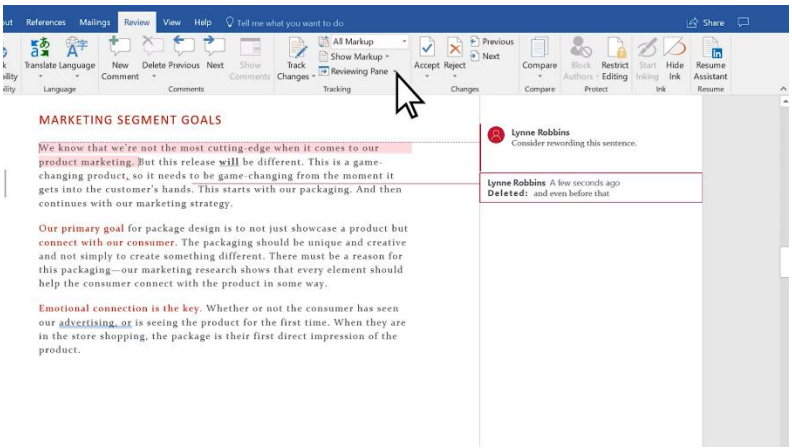
[23] 임화섭, 앞의 글.

[24] 한국저작권위원회, 워터마크/포렌식마크 기술, 저작권기술 동향 Biweekly 11월 3주, ㈜알앤디비즈, p.2.

[25] 한국저작권위원회, 위의 글.

그러나 이 방안은 글을 복사하여 사용하지 않고 똑같이 따라 쓰거나 다른 프로그램으로 모방할 경우 탐지하기 어렵다. 따라서 워터마크 기술과 더불어 AI 생성물 데이터베이스 기반 탐지 기술이 필요하다. AI 생성물 데이터베이스 기반 탐지 기술은 탐지 도구와 생성 도구가 협업하여 AI 생성물의 데이터베이스를 공유하면, 탐지 도구 측에서 이를 탐지물과 대조하는 기술이다. 이 기술이 기존에 존재하는 탐지 기술과 다른 점은 AI 생성물의 원문을 직접적으로 비교할 수 있다는 것이다. 불특정 자료들과 대조하는 것이 아닌 원문과 대조한다면 판단 과정이 더욱 간소화된다. 그러나 방대한 양의 AI 생성물을 저장할 경우 서버의 저장 공간 부족 및 비용 문제가 제기될 수 있다. 이는 데이터의 저장 기한을 한 달 내외로 설정하는 방식으로 해결 가능하다. 더불어 최신성이 중요한 과제물이나 뉴스 등은 생성 직후 한 달 이내에 탐지 및 검증이 이루어지므로, 대조 범위를 최근 데이터로 한정하는 방식은 시스템적인 문제를 해소하는 동시에 탐지의 실효성과 정확도를 극대화하는 합리적인 대안이 된다.

또한 결과물 만을 분석하는 현재의 방식에서 벗어나, 작성 과정 데이터를 함께 고려하는 기술이 필요하다. 탐지 과정에서 문서 작성 시간, 수정 기록 등을 종합적으로 분석한다면 기존의 탐지 방식보다 더 높은 신뢰성을 확보할 수 있다. 예를 들어 사람이 작성한 글은 오탈자 수정, 문단 재배치 등의 흔적이 나타나는 반면, AI 생성물은 짧은 시간 안에 문법 등의 오류 없이 작성되는 경우가 많다. 이러한 생성물 간의 특징들을 학습하여 탐지 도구의 정확도를 높이는 것이다.



<그림 9> 마이크로소프트 워드의 Track Changes 기능 설명 화면[26]

실제로 구글 독스(Google Docs), 마이크로소프트 워드(Microsoft Word) 등과 같은 문서 프로그램에서는 작성 기록이 저장되며, 작성자가 언제 어떤 내용을 수정했는지 시간 단위로 확인할 수 있다. 기능을 간단히 설명하자면, 마이크로소프트 워드의 “Track Changes” 기능은 문서의 추가, 삭제, 수정 기록과 작성자 별 변경 사항을 저장하며, 이를 통해 문서 작성 과정을 확인할 수 있도록 지원한다.[27] 이와 같은 프로그램들의 기술을 탐지 도구에 적용하거나, AI 탐지 기능에 더 적합한 과정 분석 기술을 개발하는 등의 방법으로 결과물 중심 탐지의 한계를 보완한다.

5.2.2. 제도적 발전 방안

기술적 발전 방안 이외의 발전 방안은 크게 제도적 측면의 발전 방안으로 나눌 수 있다. 제도적 발전 방안을 고안하기 위해서는 우선 탐지 도구의 용도에 대한 인식 재고가 필요하다. 대부분의 학교에서는 탐

[26] Microsoft , *Word Help and Learning - Track changes in Word*, microsoft.com, <https://support.microsoft.com/en-us/office/track-changes-in-word-197ba630-0f5f-4a8e-9a77-3712475e806a>

[27] Microsoft , 위의 글.

지 도구의 결과로 기준을 정한 뒤 이를 성적에 반영한다. 예를 들어, 표절률이 15%를 초과할 경우 5점을 감점하는 식의 평가 기준을 적용하고 있다. 그러나 탐지 도구는 최종 판단을 결정하는 절대적인 기준이 되어서는 안 된다. 탐지 도구에 오류가 존재하는 만큼, 사용자는 탐지 도구를 평가를 위한 참고 자료로 사용해야 하며 최종 판단은 사용자 본인이 직접 글을 검토하여 내려야 한다. 일부에서는 대학 과제 등의 학업 평가에서 평가 방식 자체를 변경해야 한다는 의견도 나오고 있다. 지금의 방식은 결과 중심의 평가로, 이를 과정 중심으로 바꿔야 한다는 것이다. 실제로 서울의 한 대학은 교수의 재량 하에 AI를 사용하되, 학생이 사용 범위를 명시하도록 하는 등 이미 다른 평가 방식을 도입하고 있다.[28] 또한 탐지 도구의 한계점을 사용자에게 명확하게 안내하는 것도 중요하다. 탐지 도구의 결과를 최종 판단에 활용하는 이유는 많은 사용자들이 탐지 결과를 신뢰할 만한 결과로 간주하기 때문이다. 현실적으로 모든 사용자에게 오탐 가능성과 관련된 내용을 일일이 안내하기에는 어렵기에, 이를 위한 가이드라인 제도가 필요하다.

가이드라인에는 기본적으로 탐지 도구의 수치를 참고 용도의 보조 자료로만 사용할 것이 안내되어있어야 한다. 이후 판정 결과가 일정 기준을 넘었을 경우, 이를 곧바로 부정행위로 단정하지 않고, 원작자가 자신의 정당성을 입증할 수 있도록 소명 절차를 의무화할 필요가 있다. 구체적으로는 녹화기록, 초고 파일 등 작업의 단계별 기록을 증빙 자료로 제출하는 시스템을 구축하여 원작자가 자신을 보호할 기회를 제공해야 한다. 이에 더해 최종 판단은 탐지 도구의 결과와 함께, 반드시 전문가의 검토를 거치는 HITL(Human-in-the-loop) 방식으로 이루어지는 것이 필수적이다. IBM의 공식 블로그에서 설명한 HITL의 의미는 다음과 같다.

Human-in-the-loop (HITL) refers to a system or process in which a human actively participates in the operation, supervision or decision-making of an automated system. In the context of AI, HITL means that humans are involved at some point in the AI workflow to ensure accuracy, safety, accountability or ethical decision-making.[29]

이를 해석하면, HITL은 인간이 AI 시스템의 운영과 의사 결정 과정에 직접 참여하여, AI의 결과를 검토하거나 수정하는 방식을 의미한다. 이러한 방식은 탐지 도구가 놓친 글의 내용과 생각의 흐름을 사람이 직접 보완해 주어, 판단 과정의 공정성과 신뢰성을 높이는 데 도움이 된다.

또한 가이드라인에는 주로 사용되는 탐지 도구(GPT 킬러 등)의 정확도와 함께 탐지 원리가 안내되어 있어야 한다. 이때 안내 내용은 전문가만이 아니라 일반 사용자들도 이해할 수 있는 내용으로 제공되어야 한다. 현재 많은 탐지 도구들은 판정 결과에 대한 수치만을 제시할 뿐, 어떠한 방식으로 결과가 도출되었는지에 대한 설명이 부족하거나 아예 제공되지 않고 있다. 따라서 가이드라인에는 탐지 도구가 언어 패턴 분석을 기반으로 작동하며, 문체나 표현 방식에 따라 표절률이 달라질 수 있다는 점이 함께 안내될 필요가 있다. 특히 문서의 종류와 언어, 작성 방식에 따라 정확도에 편차가 생긴다는 점도 명확하게 설명되어야 한다. 위 안내 내용들은 탐지 도구의 특성상, 도구의 발전에 따라 정기적으로 갱신되어야 하기에 탐지 도구 운영 기업은 이를 매 분기마다 보고해 가이드라인 안에 기입해야 한다.

이와 같은 방안을 이용한다면 전문가들은 표절로 판단된 부분의 재검토를 거칠 때, 탐지 도구의 원리를 고려하여 보다 수월하게 판단을 내리며 일반 사용자들 또한 그 결과를 납득할 수 있을 것이다.

6. 결론

---

[28] 김한나, “내가 쓴 리포트인데 AI가 썼다고?”...학생 잡는 '오판독기' [AI의 습격], Daum 쿠키뉴스, 2025.12.12, <https://v.daum.net/v/20251212110251518>

[29] Stryker, Cole, *What is human-in-the-loop?*, IBM Think, <https://www.ibm.com/kr-ko/think/topics/human-in-the-loop>

본 연구는 AI 생성 콘텐츠 탐지 도구의 개념과 원리를 이해하고, 탐지 도구에 대한 한계점과 발전 방안을 제시하는 데 목적을 두었다. 설문조사의 실시와 여러 자료를 종합해 분석하여 탐지 도구에 대한 정확도가 학습 자료의 편향, 통계적 분석의 한계 등의 원인으로 인해 떨어진다는 사실을 확인했으며, 탐지 도구로 인한 피해 사례들이 다수 존재한다는 것 또한 파악할 수 있었다. 특히 일부 학생들은 탐지 도구의 오탐으로 인해 성적 감점, 소명 절차 등의 불이익을 겪고 있었고, 이 과정에서 학습 활동과 창작 과정에도 부정적인 영향을 받고 있었다. 그러나 이러한 한계점에도 불구하고 AI 생성 콘텐츠 탐지 도구는 창작물의 저작권 문제, 허위 정보 확산 등의 문제를 방지하기 위해 필요한 기술임을 확인하였다. 따라서 앞으로는 탐지 기술의 정확도를 높이기 위한 기술적 연구와 함께, 탐지 결과를 절대적인 기준이 아닌 참고 자료로 활용하는 제도적 발전 방안이 함께 이루어져야 한다. 이를 통해 탐지 도구가 공정한 창작 환경과 올바른 AI 활용 문화를 만드는 데 도움이 되는 도구로 발전하기를 기대한다.

참고 문헌

김진영, '영어어순해석' 수업이 중학생들의 독해력에 미치는 효과, 조선대학교 석사학위논문, 2015, p.20.

김찬동·한효정, 생성형 인공지능 결과물에 의한 저작권 분쟁 예방 안내서, 한국저작권위원회, 2026, p.21.

이호수·류영호·공병훈, 생성형 AI 시대, 콘텐츠 생태계 변화와 출판계 대응, KPIPA 리포트 8호, 한국출판문화산업진흥원, 2023, p.4.

한국저작권위원회, 워터마크/포렌식마크 기술, 저작권기술 동향 Biweekly 11월 3주, ㈜알앤디비즈, p.2.

Liang, Weixin et al., *GPT Detectors Are Biased against Non-Native English Writers,* Patterns Vol.4, 2023.

고민지, 내가 쓴 글을 AI가 쓴 글로 의심... 대학가에 퍼진 'GPT 회피 글쓰기', The Story of Seoul, 2025.12.22, <https://www.storyofseoul.com/news/articleView.html?idxno=11026>

김한나, "내가 쓴 리포트인데 AI가 썼다고?"…학생 잡는 '오판독기' [AI의 습격], Daum 쿠키뉴스, 2025.12.12, <https://v.daum.net/v/20251212110251518>

문가빈, AI로 만든 과제, 어디부터 표절인가 - 대학의 기준을 묻다., 한국미래일보, 2025.12.11, <https://koreafuture.co.kr/m/view.php?idx=25338&mcode=>

무하유, GPT Killer 실험실 - AI 생성 문서 탐지 원리 및 정확도, GPT Killer Inside, <https://manual.muhayu.com/montly-gpt-killer-labs>

서울민사지법, 선고 89가합39285 제42부판결, 국가법령정보센터, 1990.4.19, <https://www.law.go.kr/LSW//precInfoP.do?precSeq=228731>

Adamson, David, *New Research: Turnitin's AI Detector Shows No Statistically Significant Bias Against English Language Learners,* Turnitin Blog, 2023.10.26, <https://www.turnitin.com/blog/new-research-turnitin-s-ai-detector-shows-no-statistically-significant-bias-against-english-language-learners>

Barlow, Adele, *How AI Detectors Work? Techniques, Limitations & More,* GPTZero Blog, 2024.10.14, <https://gptzero.me/news/how-ai-detectors-work/>

Fetzer, Mary, *Q&A: The increasing difficulty of detecting AI- versus human-generated text,* Penn State University News, 2024.5.14, <https://www.psu.edu/news/information-sciences-and-technology/story/qa-increasing-difficulty-detecting-ai-versus-human?>

Galczynski, Jordan, *The Imperfection of AI Detection Tools, HumTech - UCLA,* 2025.10.09, <https://humtech.ucla.edu/technology/the-imperfection-of-ai-detection-tools/>

McLogan, Jennifer, *Adelphi University facing lawsuit after AI-assisted plagiarism accusation against student,* CBS NEWS, 2025.10.10, <https://www.cbsnews.com/newyork/news/adelphi-university-artificial-intelligence-plagiarism-lawsuit/>

McLogan, Jennifer, *Adelphi student Orion Newby sues over AI plagiarism accusation and wins. Why it's being called a "groundbreaking" case., CBS NEWS,* 2026.2.9, <https://www.cbsnews.com/newyork/news/orion-newby-adelphi-university-ai-plagiarism-accusations/>

Microsoft , *Word Help and Learning - Track changes in Word,* microsoft.com, <https://support.microsoft.com/en-us/office/track-changes-in-word-197ba630-0f5f-4a8e-

9a77-3712475e806a>
Stryker, Cole, *What is human-in-the-loop?,* IBM Think, <https://www.ibm.com/kr-ko/think/topics/human-in-the-loop>
Watson, Evan, *Did an AI-generated Design Win an Oregon State University T-shirt Contest?,* KGW8, 2025.4.15, <https://www.kgw.com/article/news/investigations/osu-t-shirt-ai-art-contest-oregon-state-design/283-499907b2-a8f2-4d1c-ae56-7f526014f91e>
West-Smith, Patti, *How to prepare for and discuss the possibility of false positives,* Turnitin Blog, 2023.3.24, <https://www.turnitin.com/blog/how-to-prepare-for-and-discuss-the-possibility-of-false-positives?>

디지털 플랫폼 개인정보 보호 취약성 분석
: 사용자 인식과 보안 행동의 괴리 원인 및 강화 방안 연구

목차

1. 서론
  1.1. 연구 목적
  1.2. 연구 방법
2. 디지털 플랫폼의 개인정보 환경과 취약성
  2.1. 개인정보 정의와 정보보호의 필요성
  2.2. 기술 발전과 개인정보 보호 문제의 대두
  2.3. 디지털 기술과 보안기술간의 비대칭적 발전과 그 한계
3. 개인정보 보호 인식과 행동의 괴리 분석
  3.1. 개인정보 보호에 대한 인식과 태도
  3.2. 디지털 서비스 이용시 나타나는 실천적 보안 행동 실태
  3.3. 인식과 행동의 불일치를 유발하는 요인 분석
4. 개인정보 보호를 위한 개선방안
  4.1. 법제도적 차원
  4.2. 새로운 보안강화 기술 도입
  4.3. 개인 사용자의 정보보호 역량 강화 방안
5. 결론
6. 참고 문헌
7. 부록

1. 서론

1.1 연구 목적

'프라이버시(Privacy)' 라는 단어는 '분리된', '개인적인'을 뜻하는 라틴어 'privatus'에 어원을 두고 있다. 근대 법학에서는 '혼자 있을 권리(the right to be let alone)"로 정의되며 물리적 공간에서의 침해 불가능성을 의미한다. 즉 프라이버시를 인간의 기본적인 권리로 인식하고 그 어떠한 경우에도 침해되어서는 안된다는 것이다. 그러나 21세기 디지털 혁명이 프라이버시의 경계를 무너뜨렸다. 현재 개인정보는 물리적 공간에 갇힌 형태가 아니라 0과 1로 이루어진 데이터가 되어 전세계 플랫폼을 실시간으로 오간다. 현대 사람들은 아침에 스마트폰에서 울리는 알람으로 하루를 시작해 잠이 들때까지 스마트폰을 하면서 하루에 수백 번씩 자신의 위치, 취향, 관계, 생체 정보등을 디지털 환경에 제공한다. 그렇기에 과거의 정의처럼 프라이버시를 단순히 절대적으로 보호해야 한다는 수동적인 관점보다는 다른 적극적인 관점에서 접근해야 한다고 생각한다.

4차산업 혁명시대를 살아가는 현대인들은 인공지능, 빅데이터 클라우드 기술들이 주도하는 사회에서의 생활이 익숙해지고 있다. 사람들은 디지털 플랫폼을 통해 서로에게 다양한 데이터들을 공유하는것이 일상화 되었다. 하지만 우리가 느끼는 이러한 편리함이 다라고 생각하면 안된다. 이 편리함에는 개인정보 유출

이라는 대가가 따른다. 실제로 구글과 메타는 이용자의 타사 행태 정보를 무단 수집하여 맞춤형 광고에 활용한 혐의로 역대 최대 규모인 약 1,000억원의 과징금을 부과 받았다. 이는 우리가 편리하게 맞춤형 콘텐츠를 사용하는 이면에 플랫폼 기업들이 우리가 인지하지 못하는 방식으로 우리의 개인정보를 수집하고 공유하고 있음을 알 수 있다.[1] 또 우리가 편한 생활을 할 수 있도록 도와주는 기술들이 발전하는 만큼 개인정보를 해킹하려는 기술 또한 발전하고 있기에 항상 주의해야 한다.

이러한 위험성에도 불구하고, 디지털 환경에서 현대의 사용자들은 매우 모순적인 행태를 보인다. 대다수의 사용자가 개인정보 유출이 심각하게 우려된다고 응답하면서도, 정작 실제 서비스를 이용할 때에는 눈앞의 편의성이나 작은 보상을 위해 약관을 읽지 않고 '동의' 버튼을 누르는 등 자신의 정보를 손쉽게 제공하는 현상이 빈번하게 발생하기 때문이다,[2]

본 연구는 디지털 플랫폼 사용자들의 개인정보 보호의 취약성을 분석하고 사용자들의 인식과 행동이 어떻게 다른지 괴리를 분석하고자 한다. 또한 사용자가 디지털 플랫폼 환경 속에서 더 이상은 개인정보 유출이 일어나지 않도록 하는 기술을 제안하고 개인이 스스로 정보를 제어하고 관리할 수 있도록 돕는 방안을 구체적으로 제안하는 것이 이 연구의 핵심 목표이다.

1.2 연구 방법

디지털 플랫폼 사용자들의 정보보호에 대해 얼마나 알고 있고 비밀번호를 어떻게 설정하는지 등에 대해 분석하기 위해 구글폼을 이용해 설문조사를 실시했다. 설문조사는 2026년 1월 1일부터 2일까지 총 2일간 진행했다. 주변 지인들 45명 대상으로 실시했다. 연구 대상 중 30명은 20대인 대학생, 15명은 10대 고등학생이었다. 설문조사 문항은 부록에 제시한다.

2. 디지털 플랫폼의 개인정보 환경과 취약성

2.1. 개인정보의 정의와 정보보호의 필요성

현행법상 개인정보는 “살아있는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보”를 의미한다. 이 부분에서 주의깊게 살펴보아야 하는 점은 해당 정보만으로는 특정인을 식별할 수는 없더라도, '다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼수 있는것' 까지가 개인정보 범주에 포함된다는 사실이다. 유럽의 GDPR(General Data Protection Regulation)은 이를 포괄적으로 확장하여 위치정보, 온라인 식별자, 생체정보 등을 포함한다.

교육부 개인정보보호포털에서 제공한 개인정보보호 5가지 필수조치에는 다음이 있다.

구분	핵심 원칙	세부 내용	관련 법령 (개인정보보호법)
1	최소 수집의 원칙	서비스 제공에 꼭 필요한 최소한의 정보만 수집해야함	제3조(개인정보 보호 원칙), 제15조(개인정보의 수집·이용)
2	안전한 관리	수집한 개인정보가 유출 변조되지	제3조(개인정보 보호 원칙),

[1] 개인정보보호위원회, 개인정보위, 이용자 몰래 타사 행태정보를 수집·이용한 구글과 메타에 역대 최대 규모 과징금 부과 결정(보도자료), 2022. 09. 14., https://www.pipc.go.kr (접근일: 2026.01.10.)

[2] 이호근,이상훈. 정보 프라이버시의 향후 연구방향 도출을 위한 선행연구 분석: 온라인 상에서 정보 프라이버시 염려를 중심으로. 정보화정책 16.2 (2009): 3-26.

		않도록 안전하게 보관해야함	제15조(개인정보의 수집·이용)
3	제3자 제공 제한	법령 근거가 있거나 정보주체의 별도 동의가 있는 경우에만 제공 가능	제17조(개인정보의 제공)
4	업무 위탁 관리	인사,급여 등 외부 위탁시 법적 절차 및 위탁 기준을 준수해야함	제26조(업무위탁에 따른 개인정보의 처리 제한)
5	지체 없는 파기	수집 및 이용 목적이 달성된 정보는 즉시 파기해야함	제21조(개인정보의 파기)

[3]

이처럼 법·제도적인 안전장치가 마련되어 있음에도 불구하고 우리가 개인정보 보호에 더욱 경각심을 가져야 하는 이유는 다음과 같은 복합적인 위험성 때문이다.

첫 번째로, 데이터 결합을 통한 재식별 위험이 있다. 개인정보보호법 제2조 제1호에서 '다른 정보와 쉽게 결합하여'라고 말한 바와 같이, 지금처럼 빅데이터가 고도화된 사회에서는 매우 중요한 의미를 갖는다. 예전의 개인정보라고 하면 이름이나 전화번호처럼 직접적으로 개인을 나타나는 정보를 말하였지만 요즘은 IP 주소, 쿠키 ID, 구매 이력, 실시간 위치 정보 같은 데이터들만 모아도 특정인을 찾아낼 수 있게 된 것이다. 실제로 MIT 연구팀이 발표한 바에 따르면, 시간과 장소 정보가 담긴 단 4개의 좌표만 있어도 개인을 식별할 확률이 95%나 된다고 한다. 겉으로 보기에는 무해해 보이는 익명 데이터라 해도, 여러 정보가 합쳐지는 순간 강력한 식별 수단이 될 수 있다는 뜻이다.[4]

두 번째 문제는 '개인정보 자기결정권'이 현실에서는 사실상 작동하지 않는다는 것이다. 헌법 제17조와 개인정보보호법 제4조는 정보주체가 자신의 데이터 활용 방식을 직접 통제할 권리를 명시하고 있다. 그런데 나는 지금껏 앱을 설치하면서 약관을 끝까지 읽어본 적이 거의 없다. 솔직히 읽을 엄두가 안 난다. 실제로 카네기멜론대 연구에 따르면 미국인이 1년 동안 접하는 모든 개인정보 약관을 다 읽으려면 약 76일이 걸린다고 한다. 이 상황에서 '동의했으니 책임은 사용자에게 있다'는 논리는 정말 납득하기 어렵다. 구글과 메타가 이용자의 타사 행태정보를 무단 수집해 역대 최대 규모인 약 1,000억 원의 과징금을 부과받은 사건도, 결국 사용자가 자신의 정보가 어디에 쓰이는지 전혀 모른 상태에서 벌어진 일이었다. 개인 주도권보다 기업의 수익구조가 앞서는 이 현실은 반드시 바뀌어야 한다.[5]

세 번째는 피해가 한 번으로 끝나지 않는다는 점이다. 내 친구 중 한 명은 작년에 정체불명의 소액결제 문자를 받았다가 알고 보니 이미 몇 달 전에 유출된 개인정보가 다크웹에서 거래된 게 원인이었다. 행정안전부 통계를 보면 2023년 개인정보 유출 신고 건수는 전년 대비 약 2배 가까이 증가했다. 한 번 유출된 정보는 보이스피싱, 스피어피싱, 명의도용 금융사기 등으로 계속해서 재활용된다. 특히 생체정보는 비밀번호처럼 바꿀 수가 없다. 지문이나 얼굴 데이터가 한 번 유출되면 그 피해는 말 그대로 평생 이어질 수 있다는 점에서, 이를 단순한 재산피해와 같은 선상에 놓고 봐서는 안 된다.[6]

결국 오늘날 정보보호는 법으로 정해진 규정만 지키는 수동적 차원을 넘어서야 한다. 디지털 플랫폼 이용자들이 아무 걱정 없이 서비스를 쓸 수 있게 만드는, 말하자면 '사회적 신뢰'를 떠받치는 기반이 되어야 한다는 뜻이다. 그런데 이런 시대적 필요에도 불구하고, 실제 사용자들의 인식과 행동 사이에는 여전히 괴

---

[3] 교육부, 개인정보의 정의, 개인정보보호포털, https://www.privacy.go.kr (접근일: 2026. 1. 10).

[4] Yves-Alexandre de Montjoye et al., Unique in the Crowd: The privacy bounds of human mobility, Scientific Reports3, no. 1376 (2013): 1-5.

[5] 김민중, 개인정보 자기결정권의 현대적 의미와 과제, 법학논총 제33권 제3호, 단국대학교 법학연구소, 2016, 215-242쪽.

[6] 한국인터넷진흥원(KISA), 생체정보 보호 가이드라인, 2021, 5-8쪽.

리가 크다.[7]

2.2. 기술 발전과 개인정보 보호 문제의 대두

최근 인터넷, 인공지능, 빅데이터, IoT(사물인터넷), 생체인식, 클라우드 컴퓨팅 등 정보기술의 급속한 발전으로 인한 개인정보 보호 문제가 증가하고 있다. 가장 먼저 인공지능과 머신러닝 기술의 발전은 개인정보 보호의 패러다임을 근본적으로 변화시켰다. 과거에는 수집된 정보 중심으로 개인정보 보호의 문제가 대두되었지만 AI는 직접 수집하지 않은 정보까지도 추론할 수 있는 능력을 갖추었기에 과거와는 다른 색다른 차원의 문제가 부상한 것이다. Facebook의 '좋아요' 패턴 분석만으로 개인의 성적 지향을 88%, 정치 성향을 85%, 종교 82%의 정확도만큼 예측할 수 있음을 입증하였다.[8] 사용자가 직접적으로 명시하지 않은 자료임에도 불구하고 겉보기에는 아무런 곳에 사용되지 않을 만한 무해한 데이터들로부터 극도로 민감한 정보까지 예측할 수 있음을 드러낸다.

또한 딥러닝 알고리즘이 얼굴 사진만으로 성적 지향을 81% 정확도로 판별할 수 있음을 입증하면서 생체정보로부터 개인의 속성까지 추론할 수 있는 기술이 발전하고 있다.[9] 이러한 '추론적 프라이버시 침해(Inferential privacy violation)'는 전통적 동의 기반 보호 체계로는 방어할 수 없는 새로운 위협이다. 또한 생성적 적대 신경망인 (GAN) 기술의 발전으로 초현실적인 가짜 이미지, 음성, 영상을 제작할 수 있게 되었다. 딥페이크 기술이 개인의 이미지와 음성을 무단으로 사용하여 실제로 하지 않은 말과 행동을 조작해내는 '합성 신원 도용(synthetic identity theft)'을 가능하게 한다.[10] 또한 음성을 딥페이크로 위조하여 보이스피싱을 좀 더 쉽게 접근할 수 있어 보이스피싱 피해는 매년 꾸준히 증가하고 있는 추세이다.

생체정보는 비밀번호처럼 바꿀 수가 없다. 딥페이크로 얼굴이나 목소리가 한 번 위조되면 그 피해는 사실상 영구적이다. 여기에 사물인터넷(IoT)의 확산이 또 다른 위협을 더한다. 요즘 가정을 보면 스마트 스피커, 도어락, 냉장고, 로봇청소기까지 인터넷에 연결되어 있다. 편리하긴 하지만, 이것들이 전부 데이터를 수집하고 있다는 사실을 평소에 의식하는 사람이 얼마나 될까. Weber(2010)에 따르면 IoT 기기는 전통적으로 사적 영역이었던 가정 내부까지 데이터 수집 범위로 끌어들인다. 2023년 기준 전 세계 IoT 기기 수는 약 155억 개에 달하며 2030년에는 290억 개를 넘길 전망이다. 더 걱정스러운 건 이 기기들의 보안 수준이다. 시중의 스마트홈 플랫폼 16개를 분석한 한 연구에서 단 한 개도 예외 없이 설계 결함이 발견됐다. 그 결함을 악용하면 외부에서 도어락을 열거나 실내 카메라 영상을 빼내는 것도 가능했다. 편의를 위해 들여놓은 기기들이 오히려 집 전체를 노출시키는 구멍이 될 수 있다는 점에서, 나는 IoT 보안 문제를 결코 가볍게 봐서는 안 된다고 생각한다.[11]

---

[7] 김태성·전효정·박현선, 프라이버시 역설(Privacy Paradox) 현상에 대한 탐색적 연구, 정보시스템연구 제24권 제1호, 한국정보시스템학회, 2015, 99-122쪽.

[8] M. Kosinski et al., Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior, PNAS, 110(15), 2013, pp. 5802-5805.

[9] Y. Wang & M. Kosinski, Deep neural networks are more accurate than humans at detecting sexual orientation from facial images,"Journal of Personality and Social Psychology, 114(2), 2018, pp. 246-257.

[10] R. Chesney & D. Citron, Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security, California Law Review, 107, 2019.

[11] R. H. Weber, Internet of Things: New security and privacy challenges, Computer Law & Security Review, 26(1), 2010.

2.3. 디지털 기술과 보안기술간의 비대칭적 발전과 그 한계

사이버 보안에서 가장 오랫동안 지속되고 있는 논쟁 중 하나는 사용성(Usability)과 보안(Security)이 반비례 관계가 있다는 주장이다.[12] 시스템이 안전하길 바란다면 사용자는 불편함을 감수해야하고 반대로 사용하기 쉬울 경우에는 보안안전이 취약해진다. 이러한 긴장 관계는 단순한 설계상의 선택이나 문제가 아니라 현대 디지털 환경에서 조직과 사용자 간의 근본적인 이해 충돌에 따라 반영된다는 것이다. 조직은 더 안전한 시스템을 선호하지만 사용자는 더 높은 사용성을 제공하는 시스템을 선호한다. 그렇기에 사용자들은 안전한 접근 방식을 포기하고 많은 위험에 노출된다. 심지어 그 위협을 인지하고 있음에도 불구하고 그러한 위험을 감수한다. <그림14>와 같이 사람들도 편의성 때문에 보안 수칙을 완벽히 지키지 못한다는 사실을 인지하고 있다. 사용자들이 중요시하는 사용성은 제품 자체의 고정된 특성이 아니라, 사용자의 특성, 목표 그리고 사용맥락에 따라 달라진다. 즉 보안 시스템 설계에서의 사용성은 단순히 “사용하기 쉬움”이 문제가 아니라 사용자의 인지적 부담, 시간적 비용, 그리고 주관적 만족도를 종합적으로 고려해야 하는 복합적 개념이다. 실제로 한 기업이 홈페이지를 만들 때 보안 정책을 참고하는 사이트가 존재한다. SANS는 한 기업에서 사용할 수 있는 보안 정책 템플릿이 제공된다. 실제로 이 중에 제공되는 정책 중 하나는 사용자들의 비밀번호 설정에 제약을 적당히 둬야 한다는 것이 있다. 현재 많은 온라인 서비스에서는 대문자, 숫자, 특수문자 포함 및 최소 8자 이상과 같은 복잡성 조건을 요구하고, 정책에 따라 일정 기간마다 비밀번호 변경을 강제한다. 또한 여러 시스템에서 같은 비밀번호를 사용하지 못하도록 권고한다. 이러한 요구사항은 명백히 보안을 강화하지만, 동시에 사용자에게 막대한 인지적 부담을 안겨준다. 만약 사용자의 비밀번호 설정에 많은 제약을 둔다면 사용자들은 그 비밀번호를 기억하기 위해 메모를 사용하거나 브라우저 자동 저장기능을 사용한다고 한다. 그렇기에 보안성을 높이기 위해 선택한 행동이 역효과로 돌아온다. [13]

전 세계 인구 절반 이상이 매일 인터넷을 쓰는 지금, 사이버범죄로 인한 피해 연간 6000억 달러 규모까지 불어났다. 이런 상황에서 "사용하기 편한 보안"의 중요성은 갈수록 커지고 있다. 문제는 실제 보안 시스템을 만들 때 이 두 가치가 자꾸 충돌한다는 점이다. 특히 로그인이나 접근 권한 관리 같은 인증 기술 분야에서 이런 한계가 가장 뚜렷하게 두드러진다.[14]

3. 개인정보 보호 인식과 보안 행동의 괴리 분석

이번 장에서는 10대, 20대를 대상으로 진행한 구글폼 설문조사 결과를 바탕으로 디지털 플랫폼 사용자들의 개인정보 보호 인식과 실제 행동 사이에 어떤 간극이 존재하는지 살펴본다. 나아가 그 배경에 어떤 심리적,구조적 요인이 자리하고 있는지 분석하고자 한다.

3.1. 개인정보 보호에 대한 심리적 인식과 태도

먼저, 사용자들이 개인정보 보호를 어느 정도로 중요하게 여기고 있으며 플랫폼 환경에서 느끼는 유출

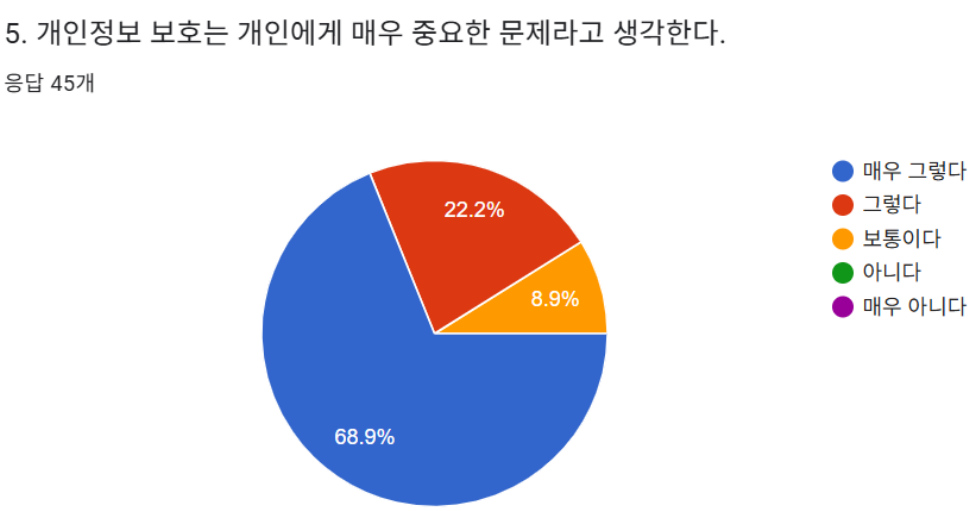
---

[12] 김지연, 이경호. 보안성과 사용성의 상충관계에 관한 연구. 정보보호학회논문지 24, no. 4 (2014), 711-720쪽.

[13] 사이버 보안 교육, 학위 및 자료 | SANS 연구소, http://www.sans.org (접속일 : 2026. 01. 03.)

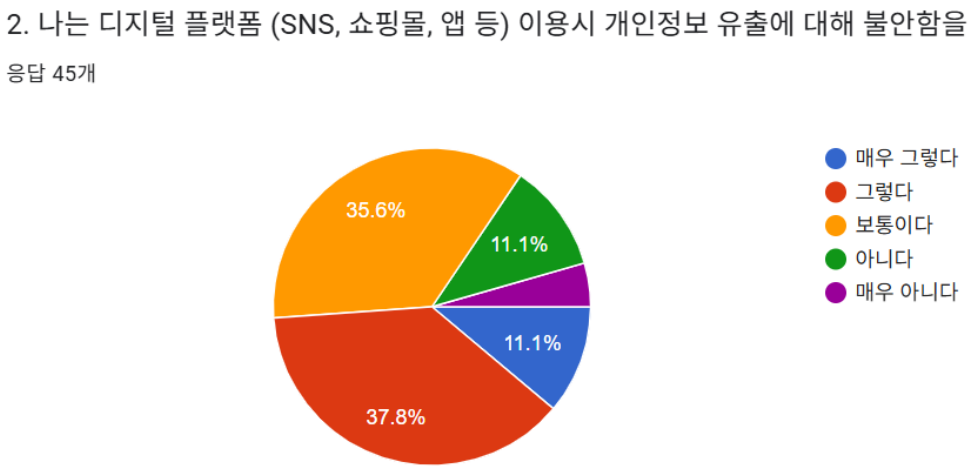
[14] CSIS & McAfee, Economic Impact of Cybercrime: No Slowing Down, Center for Strategic and International Studies Report, 2018, pp. 4-7.

에 대한 위협의 정도를 분석하였다.



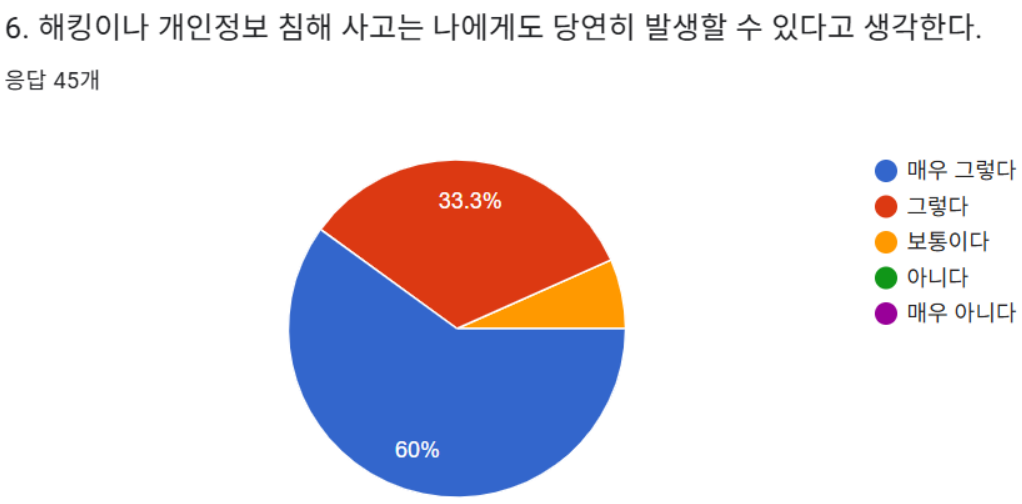
<그림2> 개인정보 보호의 중요성에 대한 인식

우선 개인정보 보호 중요성에 대한 인식은 절대적으로 높게 나타났다. 설문 결과(<그림2>)에 따르면, 응답자의 68.9%가 '매우 그렇다', 22.2%가 '그렇다'라고 답해 전체 인원의 무려 91.1%가 개인정보 보호를 본인에게 매우 중요한 문제로 받아들이고 있었다. 이를 통해, 개인정보는 인간의 기본적 권리이자 마땅히 보호받아야 할 중요한 자산이라는 사실이 자리잡았음을 보여준다.[15]



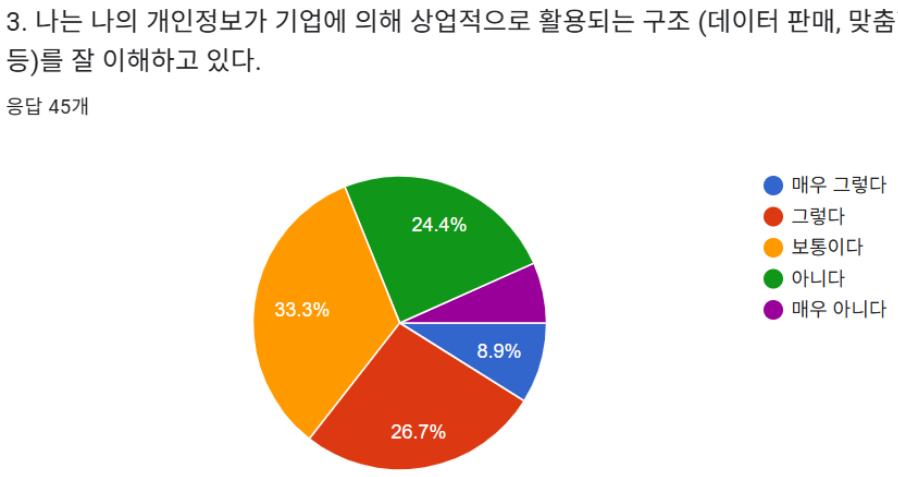
<그림3> 디지털 플랫폼 이용 시 개인정보 유출에 대한 불안감

[15] 정신교, 개인정보 자기결정권의 헌법적 근거와 보호범위, 법학연구 제22권 제1호, 한국법학회, 2014, 183-206쪽.



<그림4> 보안 사고 발생 가능성에 대한 체감

그리고 이러한 중요성에 대한 인식은 유출 사고에 대하 불안감으로 직결되는 것을 확인할 수 있었다. <그림3>에서, 개인정보 유출에 대한 불안함 정도를 '매우 그렇다'(35.6%)와 '그렇다'(37.8%)를 선택한 비율이 73.4%에 달했다. <그림4>에서는 응답자의 93.3%가 해킹이나 개인정보 침해 피해가 본인에게도 발생할 수 있다는 것을 인지하고 있음을 알 수 있다('매우 그렇다' 60%, '그렇다' 33.3%). 사용자들이 개인 정보 침해를 타인이 아닌, 본인에 대한 직접적인 위협으로 받아들이고 있다는 것을 의미한다. 특히 디지털 플랫폼의 의존도가 높아짐에 따라, 사용자들은 타인의 피해 사례에서 느꼈던 막연한 불안감을 넘어서 본인의 데이터도 악용될 수 있다는 인지를 하게 된 것이다. [16]



<그림5> 기업의 데이터 활용 구조 이해도

기업이 데이터를 상업적으로 활용하는 구조를 이해한다는 응답도 절반 이상이었다('매우 그렇다' 8.9%, '그렇다' 26.7%, '보통이다' 33.3%). 즉 응답자들은 자신의 정보가 광고나 수익화에 쓰인다는 걸 알면서도 서비스를 이용하고 있는 것이다. 이 결과가 흥미로웠던 이유는, 단순히 몰라서 정보를 내주는 게 아니라는 점을 확인했기 때문이다. 결국 이 단계에서 드러나는 건 '프라이버시 염려(Privacy Concern)'가 이미 상당히

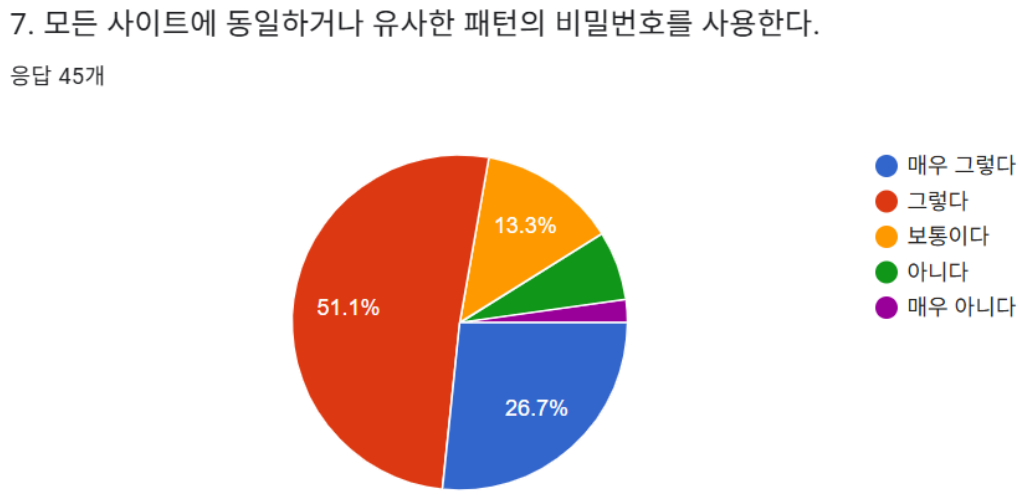
---

[16] 이준기·희중권·최영찬, 온라인상에서의 개인정보 보호노력에 관한 연구, 경영학연구 제36권 제5호, 한국경영학회, 2007, 1153-1185쪽.

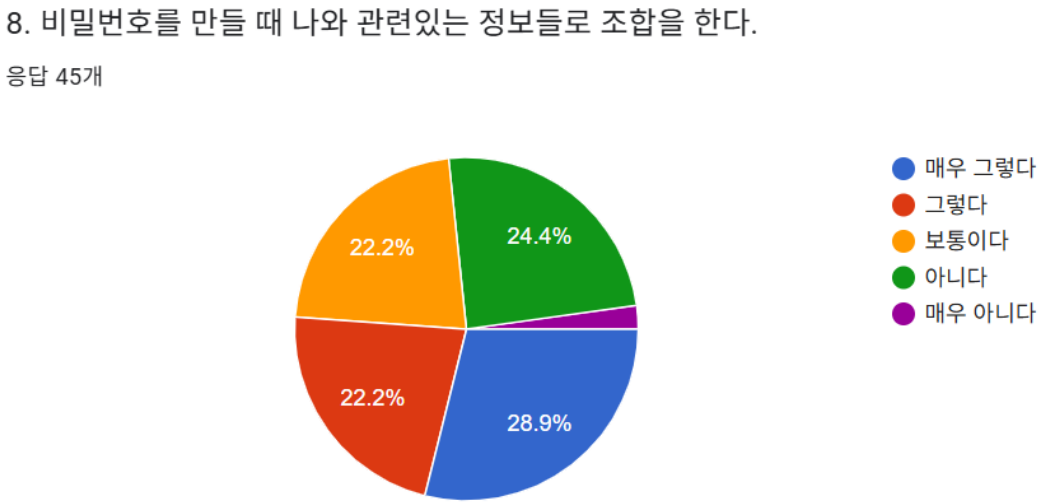
높다는 사실이다. 그렇다면 문제는 인식이 아니라 행동이다.[17]

3.2. 디지털 서비스 이용 시 나타나는 실천적 보안 행동 실태

앞서 분석한 높은 인식 수준과는 다르게 실제 보안 수칙을 준수하는 실무적 행동에서는 심각한 결함이 나타났다. 인식과 행동 사이의 괴리가 극명하게 드러난 사실을 알 수 있었다.



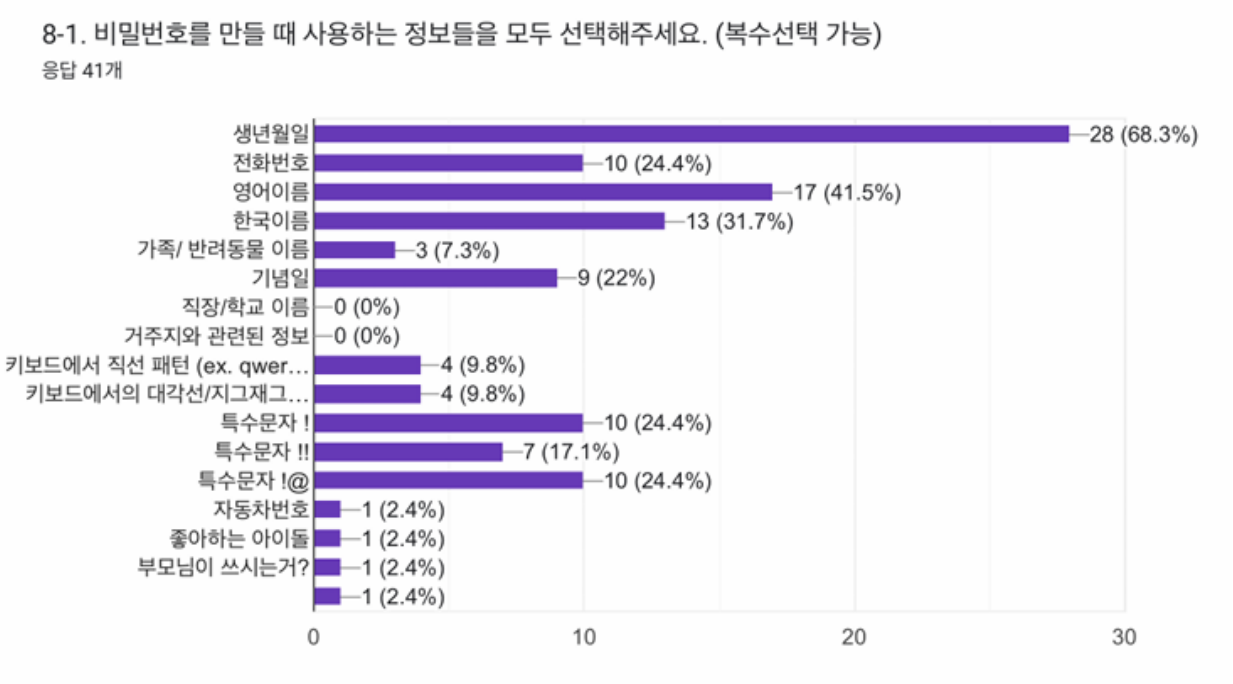
<그림6> 비밀번호 중복 및 유사 패턴 사용 현황



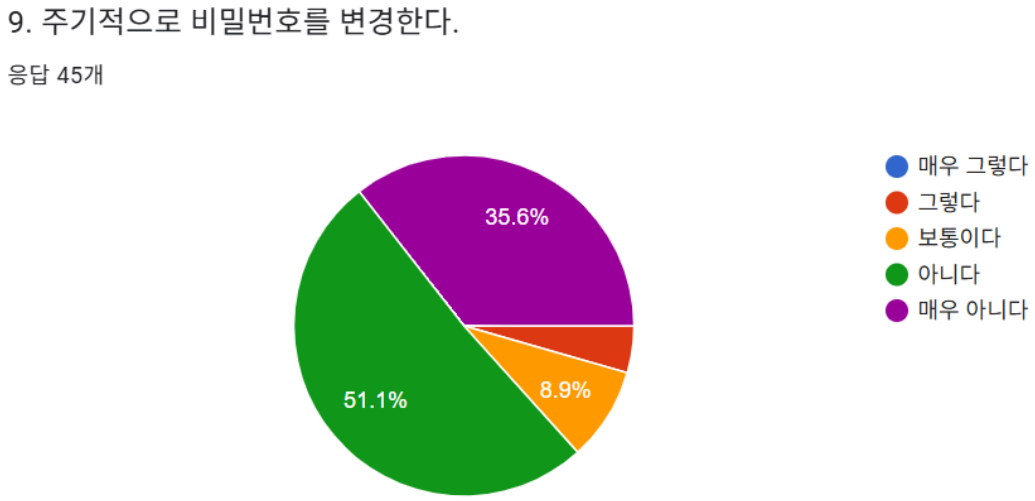
<그림7> 비밀번호 생성 시 개인정보 포함 여부

---

[17] 신일순 and 김현수. (2018). 프라이버시 염려와 SNS 활동: 프라이버시 역설의 존재 및 이유. 정보통신정책연구, 25(2), 33-67.



<그림8> 비밀번호 생성 시 활용하는 정보 종류



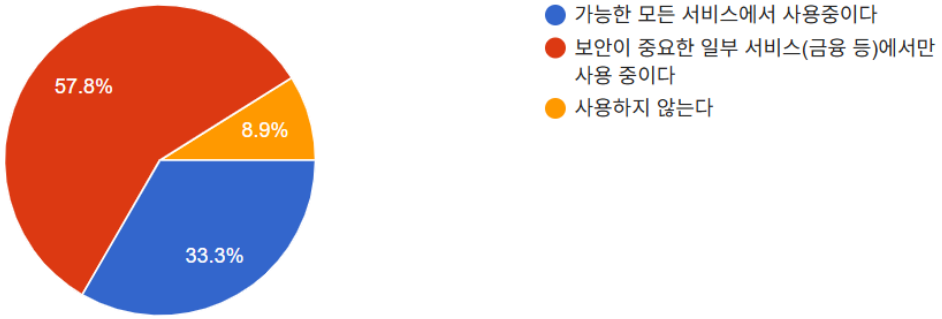
<그림9> 주기적 비밀번호 변경 실천현황

설문 결과 중 가장 충격적이었던 부분은 비밀번호 관리 실태였다. 응답자의 77.8%가 여러 사이트에 동일하거나 유사한 비밀번호를 쓰고 있었고, 비밀번호 구성에 생년월일(68.3%), 영어 이름(41.5%), 한국 이름(31.7%) 같은 개인정보를 포함시키는 비율도 압도적으로 높았다. 그런데 주기적으로 비밀번호를 바꾸는 사람은 고작 8.9%였다. 개인정보보호가 중요하다고 답한 91.1%와 너무도 대조적인 수치였다..[18]

[18] 과학기술정보통신부·한국인터넷진흥원, 2021 정보보호 실태조사(개인부문), 2022, 45-50쪽.

11. 주요 서비스(포털, 금융, SNS)에서 2단계 인증(OTP, SMS인증 등)을 사용하고 있나요? 차트 복사

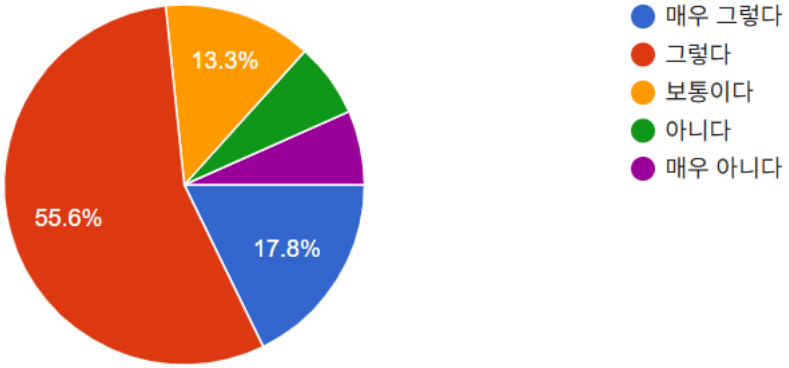
응답 45개



<그림10> 2단계 인증 사용 현황

12. 이중 인증은 보안에 효과적이지만 사용하기 번거롭다고 느낀다.

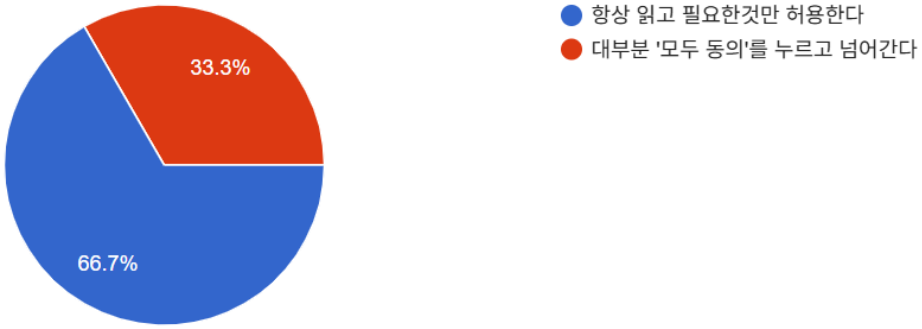
응답 45개



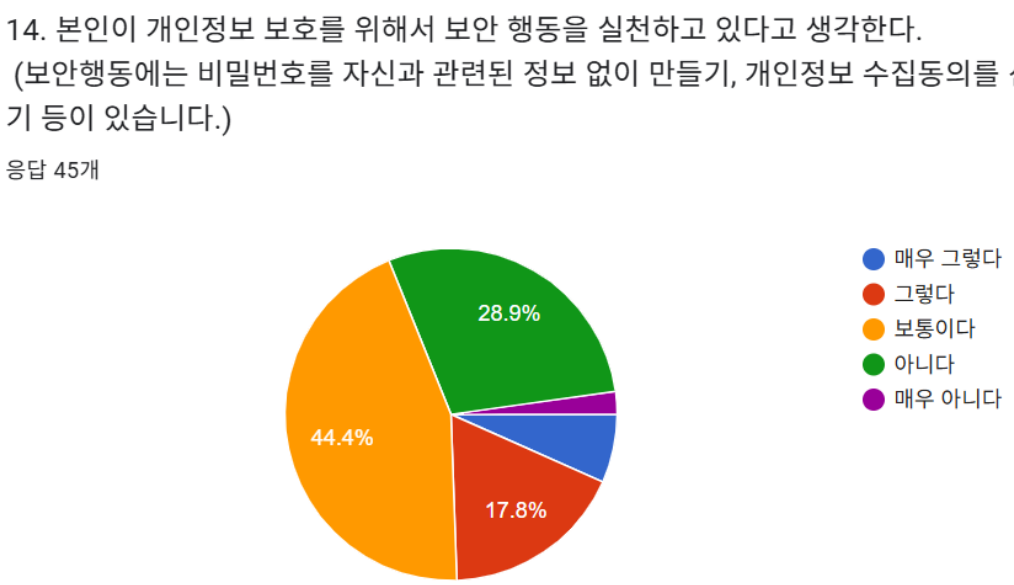
<그림11> 이중 인증의 보안성 대비 번거로움 체감

13. 앱 설치 시 '필수' 항목 외에 '선택' 항목(위치 정보, 연락처 액세스 등)에 대한 약관을 읽고 거부한 경험이 있으신가요? 차

응답 45개



<그림12> 선택적 접근 권한 및 약관 거부 경험



<그림13> 개인 보안 행동 실천 자가진단

또한, 편의성을 얻기 위해 보안을 희생하는 경향도 뚜렷하다. 2 단계 인증 결과는 솔직히 예상은 했지만 막상 수치로 보니 당혹스러웠다. 가능한 모든 서비스에서 2 단계 인증을 쓴다는 응답은 33.3%뿐이었고, 55.6%는 "효과적인 건 알지만 너무 귀찮다"는 이유로 아예 안 쓰고 있었다. 나도 예전에 OTP 앱 설정하다가 번거로워서 포기한 적이 있어서 이 심리는 충분히 이해한다. 그런데 이해는 되지만, 그렇다고 넘어갈 수 있는 문제는 아니다. 2 단계 인증 하나가 계정 탈취 시도의 99% 이상을 막아준다는 구글의 자체 분석 결과를 떠올리면, 이 33.3%라는 숫자가 얼마나 심각한지 실감이 된다.

앱 설치 시 선택적 개인정보 수집 약관을 읽고 거부한 경험이 있는 사람도 33.3%에 그쳤다. 나머지 66.7%는 그냥 '모두 동의'를 눌렀다는 건데, 이게 단순히 귀찮아서만은 아니라고 생각한다. 약관 자체가 너무 길고 어렵게 쓰여 있어서, 읽으려 해도 무슨 말인지 모르는 경우가 많기 때문이다. 사실상 이해할 수 없는 문서에 서명을 강요하는 구조인 셈이다.

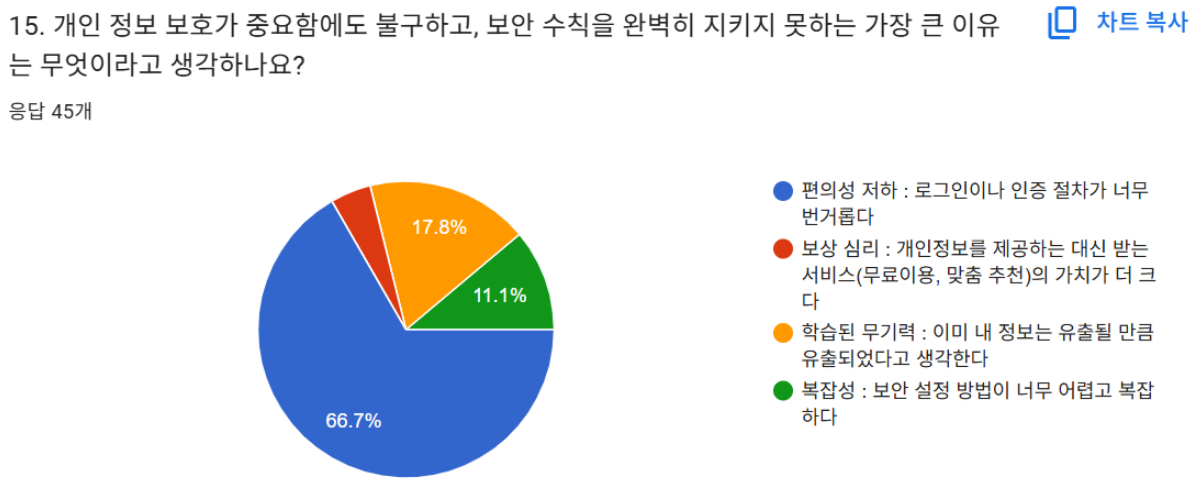
결국 "개인정보 보호를 잘 실천하고 있다"고 자평한 응답자는 고작 8.9%였다. 앞서 91.1%가 개인정보보호를 중요하다고 답한 것과 비교하면 그 차이가 너무 크다. 이 간극을 개인의 의지 문제로 설명하기엔 무리가 있다. 보안 행동을 하고 싶어도 할 수 없게 만드는 구조, 즉 복잡한 인증 절차와 이해하기 어려운 약관이 사용자를 포기하게 만들고 있는 것이다.[19]

3.3. 인식과 행동의 불일치를 유발하는 요인 분석

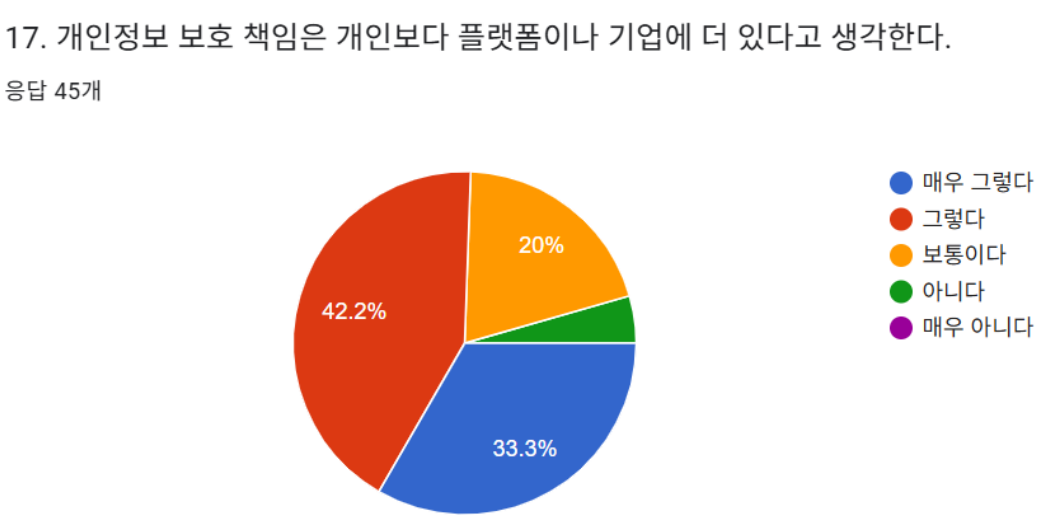
설문 결과를 종합적으로 분석한 결과, 인식과 행동의 괴리를 유발하는 핵심 원인은 다음과 같은 세 가지 심리적,구조적 요인으로 요약된다.

---

[19] 조은영·김성언, 개인정보 보호의 의도와 행동 간의 불일치에 관한 연구: 심리적 거리감을 중심으로, 정보시스템연구 제26권 제4호, 한국정보시스템학회, 2017, 1-24쪽.



<그림14> 보안 수칙 미준수의 주요 원인



<그림15> 정보 보호 책임 소재에 대한 인식

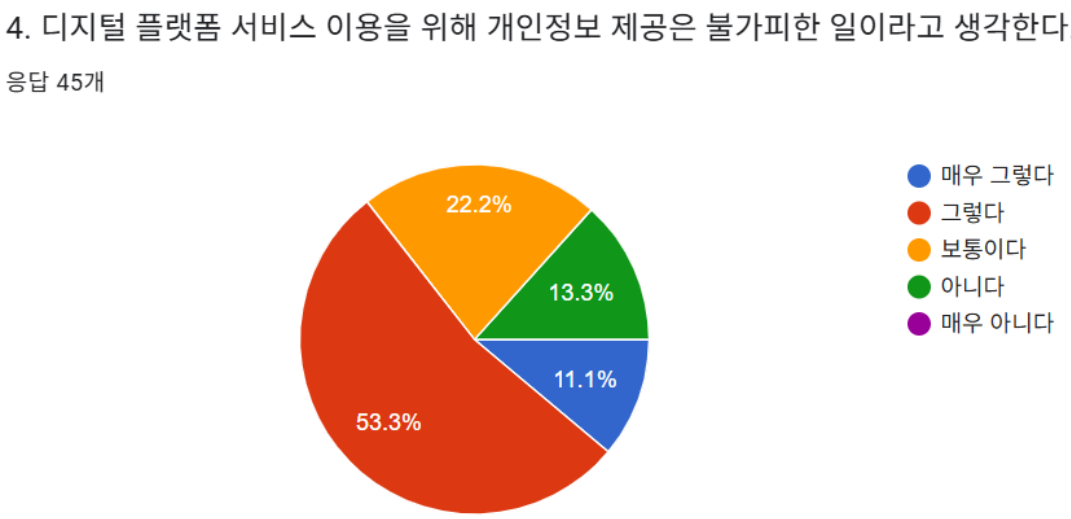
첫째, 편의성 저하와 보상 민감도의 상충 관계이다. 보안 수칙을 지키지 않는 가장 큰 요인은 '편의성 저하(66.7%)'였다. 사용자가 보안 강화를 위해 서비스 로딩 속도 저하나 추가 비용 지출을 감수하겠느냐는 질문에 자그마치 75.6%가 '아니오'라고 답한 결과는 이를 매우 함축적으로 보여준다. 이는 프라이버시 보호보다 당장 눈앞의 편익, 시간이 절약된다는 실질적인 가치가 사용자 의사결정의 우선순위에 있음을 의미한다. 즉 개인정보 보호 포기는 편의를 얻기 위한 선택의 결과이다. [20]

둘째, '학습된 무기력'과 외부로의 책임 전가이다. 응답자의 17.8%는 "이미 내 정보는 유출될 만큼 유출되었다"는 무기력한 태도였으며, 11.1%는 보안 설정 방법 자체가 너무 어렵고 복잡하다고 느꼈다고 답했다. 이런 심리는 개인이 개인정보 보호를 위해 노력하는 것이 무의미하다는 인식으로 이어질 수 있다. 또한 개인정보 보호에 대한 책임이 개인보다는 플랫폼이나 기업에 더 있다는 응답이 75.5%에 달하는 점 역시 주목해야 한다. 이러한 인식은 사용자로 하여금 책임을 기업이나 정부의 제도로 돌리게 하여, 자발적인 보안 실천 노력에 대한 의지를 더욱 약화시키는 요인이 된다.[21]

---

[20] 김종기·김진성, 모바일 앱 서비스에서 프라이버시 계산이 정보제공 의도에 미치는 영향, 정보화정책 제21권 제2호, 한국지능정보사회진흥원, 2014, 55-71쪽.

[21] 박상철·권순동, 개인정보보호에 대한 사용자 책임의식과 보안 준수의도 간의 관계 연구, 경영정보학연구 제24권 제1



<그림16> 개인정보 제공의 불가피성 인식

세 번째 요인은 '어차피 줄 수밖에 없다'는 체념에 가까운 수동적 수용이다. 응답자의 64.4%가 디지털 서비스를 이용하려면 개인정보 제공이 불가피하다고 답했다. 이 결과를 보며 나는 이것이 단순한 무관심이 아니라는 생각이 들었다. 현대 사회에서 디지털 서비스 이용은 선택이 아닌 필수이기 때문에, 사용자들은 프라이버시 침해 위험을 분명히 알면서도 서비스를 이용하기 위해서는 정보를 제공할 수밖에 없는 구조적인 압박을 받고 있다. 이와 같은 분석은 이호근·이상훈(2011)이 지적한 바와 같이, 염려가 실제 행동(Action)으로 이어지는 과정에서 보상 민감도, 편의성 지각, 외부적 환경 요인이 큰 효과를 일으켜 '프라이버시 역설'을 발생시키고 있음을 방증한다.[22] 따라서 향후 보안 강화를 위한 방안은 단순한 지식과 경각심 전달을 넘어, 사용자가 체감하는 편의성을 낮추지 않으면서도 보안 효능감을 높일 수 있는 기술적·설계적 접근이 병행되어야 할 것이다.

4. 개인정보 보호를 위한 개선방안

3장에서 설문조사를 바탕으로 분석한대로 편의성 중심의 사고, 보상 민감도, 학습된 무기력 그리고 불가피성에 의한 수동적인 태도를 해소하기 위해서는 다각적인 개선이 필수적이다. 따라서 본 장에서는 법제도적 차원, 기술적, 기업적 차원, 개인적 차원에서 개인정보 보호 실효성의 수준을 높이기 위한 개선방안을 제안한다.

4.1. 법제도적 차원

우선, 현재 우리 법 제도의 핵심 내용과 한계에 대해 조사하였다. “정보주체”란 처리되는 정보에 의하여

호, 한국경영정보학회, 2014, 1-22쪽.

[22] 이호근,이상훈. 정보 프라이버시의 향후 연구방향 도출을 위한 선행연구 분석: 온라인 상에서 정보 프라이버시 염려를 중심으로. 정보화정책 16.2 (2009): 3-26.

알아볼 수 있는 사람으로서 그 정보의 주체가 되는 사람을 말한다(「개인정보 보호법」 제2조제3호). 또“개인정보”란 살아 있는 개인에 관한 정보로서 성명, 주민등록번호 및 영상 등을 통하여 개인을 알아볼 수 있는 정보(해당 정보만으로는 특정 개인을 알아볼 수 없더라도 다른 정보와 쉽게 결합하여 알아볼 수 있는 것을 포함함)를 말한다(「개인정보 보호법」 제2조제1호). 우리 법 제도는 개인이 본인의 정보가 언제, 어떻게 이용될지를 스스로 결정할 수 있는 “개인정보 자기결정권”을 헌법에서는 기본권으로 보호하고 있다. 이 “개인정보 자기결정권” 보호를 강화하기 위해 개인정보법 위반 시의 법적 제재 수위를 2023년 대폭 강화한 바가 있다. 그럼에도 불구하고, 실제 환경에서는 개인정보보호법의 취지가 온전히 실현되지 못하고 있다. 형식화된 동의 제도로 인해, 법은 상세한 고지를 요구하지만 사용자들은 편의성을 우선시하여 “모두 동의”를 누른다. 현행 동의 절차가 사실상 사용자에게 실질적인 선택권을 보장하지 못한다는 것이다.

이러한 한계들을 극복하기 위해 법제도적 차원에서의 개선방안이 필요하다. 우선, 형식적이고 포괄적인 동의제도에서 사용자의 실질적 통제권을 강화해야 한다. 즉 가입시점에만 동의할 수 있게 하는것이 아니라 개인정보 데이터가 사용되는 전반에 걸쳐 사용자 본인이 자신의 데이터가 어디서 어떻게 활용되는지 확인할 수 있어야 한다. 나아가, 가입 시점 이후에 개인정보 활용을 손쉽게 거부하고 삭제하기 용이하도록 장치가 마련되어야 한다. 정보주체가 본인의 개인정보를 본인 또는 다른 개인정보처리자에게 전송해달라고 요구할 수 있는 법적 권리인 “개인정보 전송요구권”과, 인터넷에 게시된 개인정보에 대한 삭제를 요청하거나 접근을 차단할 수 있는 “잊힐 권리”가 강화되어야 한다는 것이다.

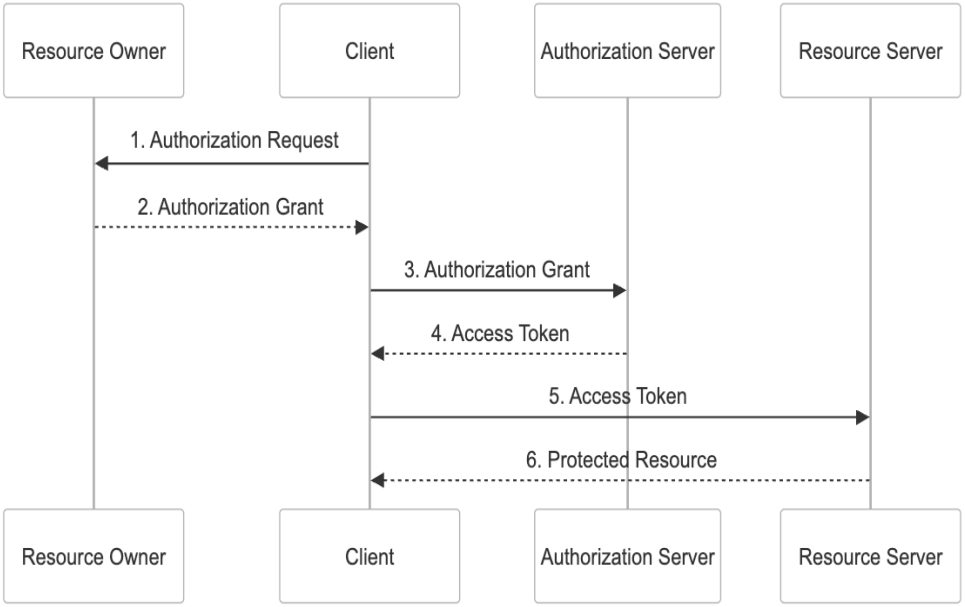
또, 앞서 언급한 “다크 패턴(Dark Patterns)”에 대한 규제도 강화되어야 한다. 편의성을 중시하는 사용자들을 노려 기만하는 행위는 법적으로 엄격하게 금지해야 한다. 생각보다 다크 패턴을 사용한 사례는 우리 주변에 많이 존재한다. 한 가지 사례로, 카카오에서는 데이터 센터 화재로 때문에 일어난 카카오톡 서비스 장애에 대한 보상으로 사용자들에게 이모티콘 3종을 지급한다고 발표했다. 하지만 3개월 무료 기간이 끝나면 사용자의 동의없이 카카오의 이모티콘 서비스가 자동 결제된다는 점이 문제가 되었다. 또 쿠팡은 앱에서 팝업을 계속 띄워 끈질기게 멤버십 가입을 유도하고, 실수를 유도하기도 했다. 공정거래위원회는 해당 행위를 규제할 수 있도록 소비자보호 지침을 개정하고 2025 년10월 24일부로 적용했으나, 더욱 강력한 규제가 필요해 보인다.

4.2. 새로운 보안강화 기술 도입

요즘 웹사이트나 앱을 사용할 때 보면 “Google 계정으로 로그인”, “카카오 계정으로 로그인하기”, “Apple로 로그인” 같은 문구를 자주 볼 수 있다. 이를 선택할 경우 따로 추가적인 회원가입을 하지 않고 클릭 몇 번으로 새로운 서비스에 가입할 수 있고, 복잡한 비밀번호를 만들거나 기억할 필요도 없다. 이렇게 할 수 있는 이유는 OAuth(Open Authorization)라는 기술이 있기 때문이다.

OAuth는 쉽게 말해서 사용자의 비밀번호를 직접적으로 공유하지 않고도 제3자 서비스가 특정 정보에만 접근할 수 있도록 허가를 위임하는 표준 인증, 인가를 하는 방식이다. 하나의 예를 들어서 설명하고자 상황 설정을 하면 다음과 같다. 사용자는 네이버 계정을 가진 이용자를 말하고 인증제공자(OAuth Provider)은 네이버, 서비스 제공자(Client)는 한 온라인 쇼핑몰이다. 먼저 사용자는 자신이 사용하고자 하는 쇼핑몰에서 로그인을 할 때 “네이버로 로그인”을 클릭한다. (이 시점까지는 쇼핑몰은 사용자의 네이버 정보에 아무것도 접근하지 않는다.) 그 후에 쇼핑몰은 사용자를 네이버 로그인 페이지로 보낸다. 이 때 함께 전달되는 정보는 쇼핑몰의 Client ID, 요청 권한 범위(이메일, 낙네임, 프로필 이미지 등), 응답을 받을 Redirect URI이다. 네이버는 사용자에게 이 쇼핑몰이 이메일, 닉네임, 프로필 사진에 접근하는 것을 허용하는지 물은 후 사용자가 동의할 경우 다음 단계로 넘어간다. 만약 사용자가 거부를 할 경우 사용자는 네이버 로그인에 실패하게 된다. 동의가 완료되면 네이버는 일회성이자 시간 제한이 있는 “인가코드”를 쇼핑몰에 전달한다. 쇼핑몰은 이 인가 코드를 가지고 네이버 서버에게 Access Token을 요청한다. 네이버는 인가코드를 재확인 한 후 쇼핑몰에게 Access Token을 전달하고 쇼핑몰은 이 전달받은 토큰을 사용해 네이버 API에 사용자 정보를 요청한다. 이때 사용자의 비밀번호는 절대 쇼핑몰에 전달되지 않는다는 점이 핵심이다. 이를 바탕으로 사용자는 쇼핑몰에서 로그인을 완료할 수 있게 된다. OAuth 기술은 쇼핑몰을 해킹해도 네이버 계정이 유출되지 않고 토큰이 필요 최소한

의 권한만 가지기에 보안측면에서도 우수하다. 또한 사용자는 회원가입을 계속하지 않아도 되기에 편리하다.



<그림17> OAuth 구조도

이 OAuth 기술을 활용한 새로운 보안 기술을 주장하고자 한다. 먼저 사용자는 오직 하나의 회사(Identity Provider)에만 ID와 비밀번호를 생성한다. 하지만 이때 비밀번호는 매우 극단적으로 강력하게 설정해야한다. 예를 들어서 길이가 30자 이상이고 자신의 정보를 하나도 사용하지 않고 무작위 중심의 패턴으로 설정한다. 그리고 모든 서비스가 OAuth와 비슷한 구조처럼 이 회사 계정을 통해서만 로그인을 할 수 있게 제한한다. 이렇게 되면 사람들은 이 비밀번호가 해킹 당할 경우 자신의 모든 정보가 바로 노출되는 것이기에 지금 가지고 있는 인식을 변화시킬 수 있다. 사용자들은 이 한개의 비밀번호만 지키면 되기에 메모를 하지 않아도되고 브라우저 자동저장 기능도 사용하지 않을 것이며 약한 비밀번호 설정 유혹이 감소한다. 따라서 인지적 부담이 줄어드는 동시에 보안 인식은 높일 수 있는 방법이 아닐까 싶다. 주장하는 이 기술은 단순한 SSO(Single Sign-On)가 아닌 보안 책임을 사용자 인지에 맞게 재배치한 설계라고 할 수 있다. 하지만 문득 의문이 들 수 있다. 만약에라도 이 비밀번호가 노출이 된다면 연결된 모든 서비스에 접근이 가능하게 되고 피해가 매우 연쇄적이며 즉각적이기 때문이다.

이를 보완하기 위해서는 비밀번호가 유출되어 로그인이 성공이 되더라도 그 순간 바로 서비스에 접근하지 못하도록 만들면 해결이 되도록 “단계적 신뢰” 모델을 적용한다. 우선 사용자가 등록한 기기에서 로그인을 할 경우 일반적인 로그인을 실행한다. 하지만 이때도 기기가 도둑 맞았을 경우가 있기에 생체인식까지 추가하여 2단계로 로그인 과정을 만든다. 하지만 만약에 새로운 기기나 새로운 위치에서 로그인이 될경우에는 추가적인 인증을 하게 한다. 또한 사용자가 직접 이 유출을 막게 한다.

그 다음은 “시간 장치”를 설정하는 것이다. 보통 공격자들은 공격을 빨리 끝내려고 한다. 하지만 새로운 환경에서의 로그인을 할 경우에는 권한을 늦게 부여하는 것이다. 로그인은 즉시 가능하지만 24시간 동안은 읽기 전용을 만들거나 일부 비민감 서비스만 사용 가능하게 한다. 이렇게 공격자가 공격을 지연할 수 있도록 시간을 벌어주고 사용자에게 직접 “개입”을 할 수 있는 권한을 준다. 푸시알림이나 문자 이메일 등으로 이 로그인이 본인인지 확인할 수 있게 설정하고 아니라고 눌렀을 경우 모든 세션을 종료시키고 토큰을 폐기시킨다. 보안 설계는 침해를 0으로 만드는 것만이 아니라, 침해 이후의 피해 확산 속도를 늦춰 사용자의 개입 가능성을 확보하는 방식으로도 강화될 수 있다.

마지막으로 “토큰을 분리” 하는 모델을 적용한다. 토큰을 단계별로 쪼개어 사용한다. 먼저 중앙 로그인 토

큰인 OAuth용어에서는 Authentication token이라고 할 수 있다. 이 토큰은 idP로 부터 제공받는다. 이때 이 토큰은 단기수명을 가지도록 설정하고 특정 서비스 리소스 접근 권한이 아닌 '인증 상태'만을 나타낸다. 다음은 서비스별 접근 토큰이다. OAuth용어에서는 Access token 이며 이는 해당 서비스 입장권이라고 이해하면 쉽다. 이 토큰에 권한 범위를 붙여 읽기전용인지 데이터 수정전용인지 구분을 한다. 또한 서비스마다 토큰이 다르다. 예를들어서 은행 토큰과 SNS의 토큰이 다르다. 마지막으로 민감 행위 토큰을 구분한다. 이는 결정타 행동에 필요한 추가 입장권이라고 생각하면 된다. 즉 비밀번호 변경, 이메일 변경, 연결 서비스 추가, 결제 등의 행동이 있다. 이는 위에서 주장한 추가인증과 시간 지연을 다 통과할 경우에만 발급하도록 한다. 이 방법을 사용하면 공격자가 중앙 계정에 들어와도 모든 서비스의 토큰을 한꺼번에 가져갈 수 없으며 모든 서비스마다 추가조건과 속도제한 등을 거치기에 빠르게 공격을 하고자하는 공격자 입장에서는 유리한 조건이다. 또한 한 서비스 토큰일 노출되었더라라도 서비스마다 토큰이 다르기에 다른 서비스에는 사용하지 못한다.

4.3. 개인 사용자의 정보보호 역량 강화 방안

사람들이 개인정보를 지키지 않는 진짜 이유가 방법을 몰라서라고 생각하면 오산이다. 이번 설문에서도 확인했듯이, 응답자 대부분은 개인정보보호가 중요하다는 걸 알고, 어떻게 해야 하는지도 안다. 그런데도 안 한다. 이유는 간단하다. 해봤자 당장 내게 돌아오는 게 없고, 절차는 번거롭기 짝이 없으니까. 그러니 해결책도 거 지점에서 시작해야 한다. 보안 행동을 하면 뭔가 실질적으로 이득이 된다는 걸 사용자가 직접 체감할 수 있어야 한다. 나는 이를 위한 두 가지 방안을 제안하고자 한다.

첫 번째는 '보안 점수제' 도입이다. 내가 이 아이디어를 처음 떠올린 건, 운동 앱에서 걸음 수를 채우면 포인트를 주는 걸 보고 나서였다. 귀찮은 행동도 보상이 눈에 보이면 하게 된다. 보안도 마찬가지 아닐까. 보안 점수제란 2 단계 인증 활성화, 주기적 권한 회수, 암호 관리자 사용 여부 같은 보안 행동들을 수치로 환산해서 플랫폼 혜택과 직접 연결하는 방식이다. 예컨대 암호 관리자로 복잡한 비밀번호를 만들면 +30 점, 생체 인증을 추가하면 +20 점, 3 개월간 보안 사고 없이 유지하면 +10 점처럼 기준을 구체적으로 설정하고, 높은 점수를 유지한 사용자에게는 플랫폼 수수료 감면이나 서비스 우선 접근권을 돌려주는 식이다. 이렇게 되면 보안 설정이 더 이상 '귀찮은 숙제'가 아니라 '챙기면 이득인 것'으로 인식이 달라지고, 플랫폼 전체의 보안 수준도 자연스럽게 올라가는 선순환이 만들어진다. 실제로 토스와 카카오페이가 '내 보안 점수' 기능을 도입했을 때 2 단계 인증 참여율이 올라갔다는 사례는, 이 방식이 단순한 아이디어에 그치지 않는다는 걸 보여준다. [23]

우리는 일상생활에서 많은 플랫폼을 사용하면서 개인정보를 제공하지만 시간이 지나면 자신이 어떤 플랫폼의 어떤 정보를 주었는지 기억하지 못한다. 이러한 정보의 무분별한 확산을 막기 위해서 자신의 데이터 흐름을 기록하고 통제하는 '데이터 가계부' 도입이 필요하다. 데이터 가계부는 사용자들이 개인정보 노출에 대해 느끼는 막연한 불안감을 가시적인 통제감으로 전환하는 실천적 도구를 설정하는 것이다. 사용자가 매월 자신이 어떤 플랫폼에 어떤 데이터를 제공하였는지 시각적으로 리포트하는 습관을 들인다. 금융권의 가계부가 지출을 관리하듯이 자신의 데이터 지출을 시각화하여 특정 기업에 정보가 과도하게 유출되지 않았는지 확인함으로써 경각심을 갖게 한다. 단순히 확인하는 것에 그치지 않고 가계부 앱 내에서 즉시 대응할 수 있는 기능이 있어야 한다. 장기간 사용하지 않는 앱에 대해 '데이터 파기 요청' 버튼을 누르면 해당 플랫폼에 자동으로 삭제 요청이 전달되는 방식이다. 또한 사용자가 사망하거나 서비스를 탈퇴할 경우에는 데이터가 어떻게 처리 될지 미리 결정할 수 있는 '데이터 유서'를 작성을 통해, 평소에도 자신의 데이터

---

[23] 강석주, 토스, '보안 캠페인'실시… 사용자 보안 의식 제고, 데이터넷, 2021.05.24., http://www.datanet.co.kr/news/articleView.html?idxno=159781(2026. 01. 10. 접속).

가 영구적인 기록물이라는 인식을 강화한다. 이는 최근 금융권에서 시행중인 '마이 데이터' 서비스를 프라이버시 영역으로 확장한것인데 국가적 차원에서도 활용 방안을 모색해야 한다고 생각한다. [24]

5. 결론

본 연구는 현대 디지털 사회에서 개인정보 보호의 실효성을 저해하는 구조적 문제들은 다양한 측면에서 분석하고 이에 대한 개선방안을 모색하였다. 연구 결과, 개인정보 보호 문제는 단순히 기술적 차원이나 개인의 인식 부족만으로는 설명할 수 없는 복합적 문제라는것을 확인 할 수 있었다.

가장 주목해야 할 점은 설문조사처럼 많은 사용자들이 개인정보 보호가 매우 중요하다는 사실을 인지하고 있음에도 불구하고 실제 디지털 서비스 이용 과정에서 보안 수칙을 지키지 않는 모순적인 행동을 보였다. 이러한 현상은 개인의 의지 부족 문제가 아닌 디지털 플랫폼의 구조적인 문제와 즉시적 편익의 유혹, 복잡한 보안절차로 인한 피로감 등 복합적으로 작용한 결과라고 이해되어야 한다.

또한 기존의 보안 시스템은 사용자들의 편의성을 무시하고 있었다는 점을 알 수 있었다. 복잡한 비밀번호 규칙, 다단계 인증절차, 주기적인 변경 요구 등은 사용자의 인지적 자원을 고갈시켰다. 그렇기에 사람들은 자연스럽게 편의성 쪽으로 기울었고 자연스럽게 보안 허점을 노출시키는 원인이 되었다. 따라서 사용자에게 불편한 방식이 아닌, 복잡성을 해소하면서도 사용성을 훼손하지 않는 방향으로 나아가야 한다. 현재 기술 발전 속도가 규제와 사용자 인식 변화 속도보다 훨씬 빠르기에 새로운 형태의 보안 위협이 등장하고 있다. 어느 한 방향에만 해결방안이 있는 것이 아니라 다차원적인 노력이 필요하다. 우선 법제도가 실질적으로 작동해야한다. 그리고 본 연구에서 제안한 OAuth 기술에 기반한 새로운 보안 기술과 토큰 분리 모델은 앞서 언급한 보안성과 사용성의 반비례 관계를 효과적으로 해소하고, 동시에 개인정보 침해 발생 시 피해 확산을 빠르게 늦추고 효과적으로 막을 수 있는 좋은 대안이 될 수 있다. 이러한 보완강화 기술이 도입되고 인식 가시화 도구가 결합하면 효과는 배가 된다.

결론적으로, 개인정보 보호는 더 이상 선택이 아니라 디지털 시대에서 우리의 기본 권리가 되었다. 기술의 발전이 개인의 프라이버시를 침해하는 도구가 아니라, 오히려 이를 보호하고 강화하는 수단이 될 수 있도록 산업계, 정부, 학계, 그리고 시민 사회의 지속적인 협력과 노력이 요구된다.

참고 문헌

a. 이호근,이상훈. 정보 프라이버시의 향후 연구방향 도출을 위한 선행연구 분석: 온라인 상에서 정보 프라이버시 염려를 중심으로. 정보화정책 16.2 (2009): 3-26쪽.
b. 김민중, 개인정보 자기결정권의 현대적 의미와 과제, 법학논총 제33권 제3호, 단국대학교 법학연구소, 2016, 215-242쪽.
c. 한국인터넷진흥원(KISA), 생체정보 보호 가이드라인, 2021, 5-8쪽.
d. 김태성·전효정·박현선, 프라이버시 역설(Privacy Paradox) 현상에 대한 탐색적 연구, 정보시스템연구 제24권 제1호, 한국정보시스템학회, 2015, 99-122쪽.

---

[24] 개인정보보호위원회, 전 산업 마이데이터 추진 방향: 개인정보 전송요구권 도입을 중심으로(보도자료), 2023. 07. 18., https://www.pipc.go.kr (접근일: 2026.01.10.)

e. 정신교, 개인정보 자기결정권의 헌법적 근거와 보호범위, 법학연구 제22권 제1호, 한국법학회, 2014, 183-206쪽.
f. 이준기·희중권·최영찬, 온라인상에서의 개인정보 보호노력에 관한 연구, 경영학연구 제36권 제5호, 한국경영학회, 2007, 1153-1185쪽.
g. 신일순, 김현수. (2018). 프라이버시 염려와 SNS 활동: 프라이버시 역설의 존재 및 이유. 정보통신정책연구, 25(2), 33-67.
h. 과학기술정보통신부·한국인터넷진흥원, 2021 정보보호 실태조사(개인부문), 2022, 45-50쪽.
i. 조은영·김성언, 개인정보 보호의 의도와 행동 간의 불일치에 관한 연구: 심리적 거리감을 중심으로, 정보시스템연구 제26권 제4호, 한국정보시스템학회, 2017, 1-24쪽.
j. 김종기·김진성, 모바일 앱 서비스에서 프라이버시 계산이 정보제공 의도에 미치는 영향, 정보화정책 제21권 제2호, 한국지능정보사회진흥원, 2014, 55-71쪽.
k. 박상철·권순동, 개인정보보호에 대한 사용자 책임의식과 보안 준수의도 간의 관계 연구, 경영정보학연구 제24권 제1호, 한국경영정보학회, 2014, 1-22쪽.
l. 김지연, 이경호. 보안성과 사용성의 상충관계에 관한 연구. 정보보호학회논문지 24, no. 4 (2014), 711-720쪽.
m. Yves-Alexandre de Montjoye et al., Unique in the Crowd: The privacy bounds of human mobility, Scientific Reports3, no. 1376 (2013): 1-5쪽.
n. M. Kosinski et al., Private traits and attributes are predictable from digital records of human behavior, PNAS, 110(15), 2013, pp. 5802-5805.
o. Y. Wang & M. Kosinski, Deep neural networks are more accurate than humans at detecting sexual orientation from facial images,"Journal of Personality and Social Psychology, 114(2), 2018, pp. 246-257.
p. R. Chesney & D. Citron, Deep fakes: A looming challenge for privacy, democracy, and national security, California Law Review, 107, 2019.
q. R. H. Weber, Internet of Things: New security and privacy challenges, Computer Law & Security Review, 26(1), 2010.
r. F. Reid & M. Harrigan, An analysis of anonymity in the Bitcoin system, Security and Privacy in Social Networks, 2013.
s. CSIS & McAfee, Economic Impact of Cybercrime: No Slowing Down, Center for Strategic and International Studies Report, 2018, pp. 4-7.
t. 사이버 보안 교육, 학위 및 자료 | SANS 연구소, http://www.sans.org (접속일 : 2026. 01. 03.)
u. 교육부, 개인정보의 정의, 개인정보보호포털, https://www.privacy.go.kr (접근일: 2025. 1. 10).
v. 개인정보보호위원회, 개인정보위, 이용자 몰래 타사 행태정보를 수집·이용한 구글과 메타에 역대 최대 규모 과징금 부과 결정(보도자료), 2022. 09. 14., https://www.pipc.go.kr (접근일: 2026.01.10.)
w. 강석주, 토스, '보안 캠페인' 실시... 사용자 보안 의식 제고, 데이터넷, 2021. 05. 24., http://www.datanet.co.kr/news/articleView.html?idxno=159781(2026. 01. 10. 접속).
x. 개인정보보호위원회, 전 산업 마이데이터 추진 방향: 개인정보 전송요구권 도입을 중심으로(보도자료), 2023. 07. 18., https://www.pipc.go.kr (접근일: 2026.01.10.)

부록

1. 본인의 연령대를 선택해주세요.
   10대
   20대

2. 나는 디지털 플랫폼 (SNS, 쇼핑몰, 앱 등) 이용시 개인정보 유출에 대해 불안함을 느낀다.
매우 그렇다
그렇다
보통이다
아니다
매우 아니다
3. 나는 나의 개인정보가 기업에 의해 상업적으로 활용되는 구조 (데이터 판매, 맞춤형 광고 등)를 잘 이해하고 있다.
매우 그렇다
그렇다
보통이다
아니다
매우 아니다

4. 디지털 플랫폼 서비스 이용을 위해 개인정보 제공은 불가피한 일이라고 생각한다.
매우 그렇다
그렇다
보통이다
아니다
매우 아니다

5. 개인정보 보호는 개인에게 매우 중요한 문제라고 생각한다.
매우 그렇다
그렇다
보통이다
아니다
매우 아니다

6. 해킹이나 개인정보 침해 사고는 나에게도 당연히 발생할 수 있다고 생각한다.
매우 그렇다
그렇다
보통이다
아니다
매우 아니다

7. 모든 사이트에 동일하거나 유사한 패턴의 비밀번호를 사용한다.
매우 그렇다
그렇다
보통이다
아니다
매우 아니다

8. 비밀번호를 만들 때 나와 관련있는 정보들로 조합을 한다.
매우 그렇다

그렇다
보통이다
아니다
매우 아니다

8-1. 비밀번호를 만들 때 사용하는 정보들을 모두 선택해주세요. (복수선택 가능)
생년월일
전화번호
영어이름
한국이름
가족/ 반려동물 이름
기념일
직장/학교 이름
거주지와 관련된 정보
키보드에서 직선 패턴 (ex. qw…
키보드에서의 대각선/지그재그…
특수문자 !
특수문자 !!
특수문자 !@
기타

9. 주기적으로 비밀번호를 변경한다.
매우 그렇다
그렇다
보통이다
아니다
매우 아니다

10. 메모장이나 브라우저 자동 저장 기능을 주로 사용한다.
매우 그렇다
그렇다
보통이다
아니다
매우 아니다

11. 주요 서비스(포털, 금융, SNS)에서 2단계 인증(OTP, SMS인증 등)을 사용하고 있나요?
가능한 모든 서비스에서 사용중이다
보안이 중요한 일부 서비스(금융 등)에서만 사용 중이다
사용하지 않는다

12. 이중 인증은 보안에 효과적이지만 사용하기 번거롭다고 느낀다.
매우 그렇다
그렇다
보통이다
아니다

매우 아니다

13. 앱 설치 시 '필수' 항목 외에 '선택' 항목(위치 정보, 연락처 액세스 등)에 대한 약관을 읽고 거부한 경험이 있으신가요?
항상 읽고 필요한것만 허용한다
대부분 '모두 동의'를 누르고 넘어간다

14. 본인이 개인정보 보호를 위해서 보안 행동을 실천하고 있다고 생각한다.
(보안행동에는 비밀번호를 자신과 관련된 정보 없이 만들기, 개인정보 수집동의를 신중히 하기 등이 있습니다.)
매우 그렇다
그렇다
보통이다
아니다
매우 아니다

15. 개인 정보 보호가 중요함에도 불구하고, 보안 수칙을 완벽히 지키지 못하는 가장 큰 이유는 무엇이라고 생각하나요?
편의성 저하 : 로그인이나 인증 절차가 너무 번거롭다
보상 심리 : 개인정보를 제공하는 대신 받는
서비스(무료이용, 맞춤 추천)의 가치가 더 크다
학습된 무기력 : 이미 내 정보는 유출될 만큼 유출되었다고 생각한다
복잡성 : 보안 설정 방법이 너무 어렵고 복잡하다

16. 만약 보안을 강화하는 대신 서비스 로딩 속도가 느려지거나 추가비용을 지불해야 한다면 수용하시나요?
예
아니오

17. 개인정보 보호 책임은 개인보다 플랫폼이나 기업에 더 있다고 생각한다.
매우 그렇다
그렇다
보통이다
아니다
매우 아니다

18. 개인정보를 보호하기 위해서는 어떤 방법이 적절하다고 생각하시나요?
정부 차원의 제도적 강화
기업이나 플랫폼의 기술 발전
개인의 노력

숏폼 미디어가 청소년의 자아 존중감에 미치는 영향과 올바른 사용 방법 제안

목차

1. 서론
1.1. 연구 목적 및 의의
1.2. 연구 방법
2. 숏폼 미디어의 특성 및 영향
2.1. 구조적·매체적 특징
2.2. 숏폼 미디어의 영향
2.2.1. 숏폼 미디어의 긍정적 측면
2.2.2. 숏폼 미디어의 부정적 측면
3. 청소년의 숏폼 미디어 이용 현황 분석 결과
3.1. 주요 활용 플랫폼 및 이용 목적
3.2. 숏폼 이용 시간 및 접속 빈도
3.3. 숏폼 생산 및 참여 행태
4. 숏폼 미디어와 청소년 자아 존중감의 상관관계 분석 결과
4.1. 자기 조절 능력 약화
4.2. 사회적 비교 및 평가
4.3. 이용 행태와 자아 탄력성
5. 청소년의 올바른 숏폼 미디어 활용 방안
5.1. ‘S.O.S 모델’ 제안
5.2. 가정적 차원
5.3. 사회 및 교육적 차원
6. 결론
참고 문헌

1. 서론

1.1. 연구 목적 및 의의

현재 한국은 초고속 인터넷의 보편화와 스마트폰의 보급을 통해 시공간의 제약에 얽매이지 않고 네트워크에 편리하게 접근할 수 있는 환경을 갖추고 있다. 이러한 상황 속에서 사람들에게 스마트폰이란 떼어놓을 수 없는 신체의 일부와 같은 존재가 되었으며, 그 중심에는 1분 내외 짧은 길이의 영상을 의미하는 '숏폼(short-form) 미디어'가 자리 잡고 있다. 우리는 다양한 숏폼 미디어가 자극적인 알고리즘을 바탕으로

하여 청소년의 미디어 생활의 대부분을 차지하고 있는 현상을 쉽게 마주할 수 있다. 이러한 현상은 심한 경우, 청소년의 삶에 깊게 뿌리내려 청소년 생활의 기반을 흔드는 결과를 불러일으키기도 한다. 즉, 숏폼 미디어가 청소년에게 상당한 영향을 미칠 수 있는 것이다.

청소년기는 자기 자신에 대해 깊이 탐구하고 알아감을 통해 자아 정체성을 형성해 가는 시기이다. 이 시기의 청소년에게는 자신을 평가하는 타인의 반응에 민감한 경향을 보이는 '상상 속의 청중' 현상이 나타난다.[1] 이러한 청소년의 심리적 특성이 숏폼 미디어의 기능과 결합할 때, 청소년에게 미치는 영향력은 더욱 방대해진다. 짧은 길이의 영상인 숏폼 미디어는 좋아요나 댓글과 같이 반응의 수치가 즉각적으로 나타나며, 화려하게 꾸며진 타인의 일상이 드러난다. 이러한 특성은 청소년이 외부 자극에 민감하게 반응할 수밖에 없는 환경을 형성하며, 그 속에서 청소년들이 미디어 속에서의 평가에 사로잡히도록 만든다.

청소년의 숏폼 미디어 중독 경향성을 조사한 2026년 기사에 따르면, 숏폼 미디어에 과의존하는 청소년의 비율은 43%로 나타났다.[2] 이는 절반에 가까운 수치로 많은 청소년들이 숏폼 미디어에 과의존하는 경향을 보인다는 것을 제시한다. 더 나아가 숏폼 미디어의 확산 속도가 빨라지고 숏폼 미디어 플랫폼이 다양화됨에 따라 청소년이 숏폼 미디어를 이용하는 빈도는 더욱더 증가할 가능성이 크다. 이에 따라 청소년의 숏폼 미디어 과의존 경향성도 함께 증가할 것으로 추측된다. 이러한 상황을 미루어 보았을 때, 숏폼 미디어가 청소년에게 미칠 부정적 영향도 무시할 수 없는 상태가 된다. 청소년이 숏폼 미디어에 지나치게 의존하는 모습을 보이는 것은 청소년이 숏폼 미디어에 종속되어 수동적으로 미디어를 이용하고 있다는 것을 시사한다. 이는 결과적으로, 청소년들이 숏폼 미디어의 수동적 이용 속에서 자신이 미디어에 의해 조종당하고 있는 듯한 무력감을 느끼게 하여 올바른 자아 존중감을 세워가는 데에 어려움을 겪게 한다. 더 나아가 청소년의 자아 존중감 형성의 어려움에서 그치는 것이 아니라 불안정한 정체성이 형성되어 청소년의 건강한 성장이 가로막히는 문제가 나타나기도 한다. 성인기를 준비하는 시기에 서 있는 청소년에게 이러한 심리적 부작용은 장기적으로 치명적인 영향을 미칠 위험이 크다. 숏폼 미디어에 대한 부작용이 빈번하게 발생하는 상황에서, 청소년에게 미칠 심리적 부작용을 최소화하고, 발생할 수 있는 문제들을 예방해야 할 필요성을 제기하고자 한다.

이에 본 연구는 청소년의 숏폼 미디어 이용이 어떠한 방식으로 자아 존중감 확립에 영향을 미치는지 조사하고, 청소년이 미디어 환경 속에서 건강하고 주체적인 자아를 형성해 나갈 수 있도록 하는 방안을 수립하는 것에 목적을 둔다. 청소년이 숏폼 미디어를 자신에게 주어지는 그대로 수용하는 수동적 태도가 아니라, 주체적이고 올바르게 소비함을 통해 건강하고 단단한 내면을 수립할 수 있도록 모델을 제시하고자 한다. 또한 본 연구는 미디어 이용 시간을 규제하고 중독에서 벗어나자고 제안하는 것에서 그치는 것이 아니라 가정적, 교육적, 사회적 차원에서의 해결 방향성을 제시하고 이에 대한 새로운 해결 모델을 제시하고자 하는 점에 있어서 중요한 의의가 있다.

1.2. 연구 방법

숏폼 미디어가 청소년의 자아 존중감에 미치는 영향을 알아보고자 본 연구에서는 '문헌 연구법'과 '질문지법'을 사용하였다. 우선 문헌 연구를 통해 본 연구에서는 숏폼 미디어의 매체적 특성, 청소년기 발달 단계에 대한 이론적 근거를 수집하였다. 국내의 학술 논문을 활용하여 연구에 필요한 개념들을 정립하고 숏폼 미디어의 긍정적, 부정적 측면을 살펴보았다. 다음으로 실제 청소년의 숏폼 미디어 이용 행태와 이에

---

1) 김인경, 청소년기 자아중심성 하위구인의 내용타당성연구, 한국심리학회지: 발달 제7권 제1호, 한국심리학회 발달심리학회, 1994, 22쪽.

2) 정철운, 손에 들린 숏폼, '디지털 마약'으로...청소년 과의존 43%, 미디어 오늘, 2026. 04. 19., https://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=333865

따른 심리적 상태를 알아보기 위해 질문지법을 이용해 구조화된 설문을 진행하였고, 네이버 폼을 사용하였다. 질문지는 청소년과 숏폼 미디어 사이의 상관관계를 고려하여 크게 숏폼 미디어 이용 현황, 이용에 따른 심리적 영향, 자아 존중감의 세 가지 영역으로 구분하여 구성하였고 그 내용은 <표 1>과 같다.

<표 1> 설문 구성 및 평가 지표

구분	항목	내용
이용 현황	접속 및 사용 패턴	주 사용 플랫폼, 이용 시간 및 빈도, 이용 목적
심리적 영향	의존성 및 비교	알고리즘 몰입도, 타인과 비교, 외부 반응 민감도
자아 존중감	자아 조절 및 가치 인식	자기 통제, 자기 만족도, 자기 가치 인정

위의 설문은 14세부터 19세 사이의 중고등학생 청소년들을 대상으로 하여 실시하였다. 1번부터 5번 문항까지는 객관식 설문 문항을 사용하여 구성하였으며, 6번부터 18번 문항까지는 1점인 '전혀 그렇지 않다'부터 5점인 '매우 그렇다'까지의 리커트 척도를 사용하여 구성하였다. 총 50개의 응답을 수집하였으며, 중학생 20%, 고등학생 80%의 응답 비율을 보였다.

2. 숏폼 미디어의 특성 및 영향

2.1. 구조적·매체적 특징

숏폼 미디어는 짧은 시간 동안 소비 가능한 동영상으로, 단시간에 강렬한 인상을 남겨 사용자의 몰입을 극대화시키곤 한다.[3] 이러한 숏폼 미디어는 세로형 인터페이스를 구조적 특징으로 가지는데, 여기서 세로형 인터페이스는 근거리에서 보는 내용에 대해 시각적 몰입도를 높여주는 역할을 한다. 또한 생동감 있는 화면 전달을 제공하며 장소 이동 중 편안한 사용이 가능하게 한다.[4] 한편, 숏폼 미디어는 무한 스크롤 구조 또한 지니고 있다. 무한 스크롤이란 아자 래스킨이 고안한 것으로, 버튼을 활용한 화면 전환에서 스크롤을 사용한 화면 전환으로 변경하는 과정에서 발견된 기능이다. 숏폼 미디어를 이용하다 보면 자신도 모르는 사이에 무의식적으로 스크롤을 내리고 있는 현상을 발견하게 되는데 이 기능이 바로 무한 스크롤 구조로부터 일어나는 것이다. 이 기능은 사용자의 주체적인 판단을 어렵게 하며 제어 능력을 낮춰 장시간 시청으로 이어지게 하는 문제를 야기한다.[5]

숏폼 미디어의 대표적인 매체적 특징으로는 알고리즘이 있다. 여기서 알고리즘은 이용자의 이용 기록과 개인정보를 기반으로 맞춤형 콘텐츠와 광고를 제공하며, 이용자의 선호도를 예측하여 최적의 콘텐츠를 추천하는 시스템이다.[6] 알고리즘은 숏폼 미디어 속에서도 사용자의 관심사와 취향을 고려하여 사용자 맞춤

3) 최경민, 15초에 열광하는 세대, 숏폼이 바꾸는 미디어 생태계, 시빅뉴스, 2025. 12. 12., http://www.civicnews.com/news/articleView.html?idxno=39164
4) 천보이·문현선, 세로형 숏폼 비디오의 시각적 표현과 특징 연구 - 틱톡을 중심으로 -, 문화와 융합 제46권 특별호 2, 한국문화융합학회, 2024, 311-312쪽.
5) 편집부, 키워드리포트 01틱톡, 숏폼 시대를 열다 외, 유리카 제478호, 2023, 28-29쪽.
6) 강현철 외, 개인화를 위한 추천시스템 알고리즘에 관한 연구, Journal of the Korean Data Analysis Society 제6권 제4호, 한국자료분석학회, 2004; 심홍진·박준혁, 유튜브 추천 알고리즘과 유튜브 지속적 이용의도의 관계:알고리즘의 투명성 원칙과 책무성 원칙에 대한 규제 태도의 매개효과를 중심으로, 한국언론학보 제68권 제5호, 한국언론

콘텐츠를 지속적으로 제공한다. 사용자는 이러한 알고리즘을 통해 자신이 원하는 정보에 빠르고 편리하게 접근할 수 있으며, 자신의 취향에 맞는 콘텐츠들을 소비하며 만족감을 얻을 수 있게 된다. 숏폼 미디어는 핵심 내용 전달이라는 매체적 특징 또한 지니고 있다. 짧은 시간 안에 사용자에게 정보와 메시지를 전달해 이해를 도와야 하는 숏폼의 매체적 특성에 따라, 숏폼은 중요하고 핵심적인 자료들로 구성되어있는 경우가 많다. 그렇다 보니 자극적이고 직관적인 표현들이 사용되는 경우가 빈번하게 일어나기도 한다. 즉, 핵심만 담은 숏폼 미디어는 사용자에게 빠른 정보 전달을 제공하는 동시에 자극적 표현에 지속적으로 노출될 수 있는 잠재적 위험까지 제공하는 것이다.

2.2. 숏폼 미디어의 영향

숏폼 미디어는 신체적 측면과 심리적 측면에서 사용자에게 다양한 영향을 미친다. 긍정적 측면과 부정적 측면이 모두 나타나는 양면성을 지닌 숏폼 미디어는 사용자가 어떻게 활용하는가에 따라 서로 다른 영향을 미치곤 한다. 이에 본 절에서는 숏폼 미디어가 사용자에게 미치는 긍정적, 부정적 영향에 대해 알아보고, 이러한 숏폼 미디어가 어떤 효과를 발생시키는지에 대해 제시하고자 한다.

2.2.1. 숏폼 미디어의 긍정적 측면

일상에서 우리는 숏폼 미디어를 통해 즐거움을 얻는 동시에 정보를 접하고 습득하며 자신을 표현할 기회를 얻기도 한다. 앞서 제시했듯 숏폼 미디어는 짧은 시간 안에 핵심을 전달하는 매체적 특성을 띠고 있다. 이에 따라 숏폼 미디어 이용자들은 숏폼을 통해 자신에게 필요한 정보의 핵심을 빠르고 편리하게 얻는 경험을 제공받는다. 예시를 들어 설명하자면 요리 방법을 알려주는 숏폼 미디어 콘텐츠를 제시할 수 있다. 이는 요리에 필요한 재료와 요리 순서, 요리 과정을 보여주는 화면들을 제시하며 단시간에 필요한 정보를 간결하게 전달한다. 이러한 예시를 통해 알 수 있듯이 숏폼 미디어는 복잡한 내용을 다룬 정보 또한 간결하고 정확하게 전달할 수 있다는 장점을 지닌다. 즉, 숏폼 미디어는 숏폼 이용자들에게 정보에 대한 접근성을 높여주어 정보 습득의 두려움을 줄여주고, 정보를 효율적으로 접할 기회를 제공하는 긍정적 역할을 한다.

다음으로, 사용자는 숏폼 미디어를 이용하여 자기 자신을 표현할 수 있다. 자신을 드러내는 일에 대해 조심스럽게 생각하는 우리 사회 속에서 숏폼 미디어는 자신의 개성과 매력을 드러낼 수 있는 환경을 제공한다. 또한 디지털 기술을 습득하여 자신만의 콘텐츠를 구상하고 구현하는 등의 창의성을 펼칠 수 있도록 한다. 더 나아가 요즘 우리 삶 속에서 쉽게 볼 수 있는 챌린지나 일상을 담은 숏폼 콘텐츠 제작은 창작자에게 자신에 대한 심층적인 이해를 돕는 역할을 한다. 또한 이와 같은 창작 활동은 숏폼 미디어 사용자가 미디어를 수동적으로 소비하며 미디어에 끌려다니는 것이 아니라 미디어를 주체적으로 사용할 수 있도록 돕는 역할을 한다.[7)]

마지막으로 숏폼 미디어는 일상에서 겪는 스트레스를 완화해 주는 역할을 한다. 매일 같이 긴 시간 동안 학업과 업무에 시달리는 현대의 사람들은 숏폼을 이용해 뇌의 보상 체계를 자극하여 일시적 즐거움을 느끼곤 한다. 이러한 활동은 기분 전환을 통해 누적되어 있던 학업 스트레스나 업무 피로감을 완화하는 기능을 한다. 숏폼 미디어를 사용하며 나타나는 자극들이 일시적으로 심리적 압박감을 덜 수 있도록 하는 것이

학회, 2024, 168쪽에서 재인용.

7) 신영환·최혜선, 숏폼 콘텐츠가 청소년의 정신건강에 미치는 영향에 관한 문헌연구, 홀리스틱융합교육연구 제29권 제1호, 2025, 70쪽.

다. 물론 장편 콘텐츠를 통해서도 기분 전환이 가능할 수 있으나 장편 콘텐츠들은 긴 시간 동안 뇌를 사용해야 하는 반면, 숏폼 콘텐츠의 경우 가볍고 직관적인 자극을 사용자에게 제공한다. 그렇기에 숏폼 미디어가 상대적으로 더 쉽게 심리적 압박감에서 벗어날 수 있는 경험을 제공한다고 볼 수 있다.

2.2.2 숏폼 미디어의 부정적 측면

숏폼 미디어가 지닌 긍정적 측면의 이면에는 숏폼을 과도하게 사용할 때 나타나는 부정적 측면 또한 존재한다. 가장 먼저, 주의력 및 인지 능력 저하를 불러일으킨다는 점이 있다. 개인 맞춤 알고리즘과 무한 스크롤 구조는 디지털 중독을 야기하며 숏폼 미디어에 과도하게 몰입하도록 만든다. 숏폼 미디어의 알고리즘은 사용자의 흥미와 관심사를 반영하여 콘텐츠를 끊임없이 추천한다. 예를 들면, 요리에 관심이 있는 사람에게는 요리와 관련된 콘텐츠를 제시하고, 동물에 관심이 있는 사람에게는 동물 관련 콘텐츠를 제공하는 것이 있다. 이러한 알고리즘은 사용자가 시청 시간을 주체적으로 조절하지 못하고 계속해서 시청하도록 한다. 알고리즘을 따라 숏폼 미디어 콘텐츠를 소비하며 자신도 모르는 사이에 장시간 동안 시청하게 되는 문제가 나타나는 것이다. 알고리즘의 또 다른 문제는 뇌의 보상 체계에 과도한 자극을 준다는 것이다. 알고리즘이 제공하는 자극적인 영상을 오랜 시간 동안 지속적으로 시청하게 되면 일상에서 느낄 수 있는 다양한 자극에 무뎌지는 현상을 마주하게 된다. 이러한 상황 속에서 사람들은 자연을 보고, 타인과 관계를 맺음을 통해 자극을 얻기보다는 숏폼 미디어를 통해 큰 자극을 얻고자 한다. 큰 자극만을 추구하는 현상은 심한 경우 일상에서의 주의력 저하와 분산, 집중력 부족의 문제를 야기할 수 있다. 즉, 알고리즘에 따른 숏폼 미디어의 과도한 사용은 개인의 집중도를 저해하는 것이다.

다음으로는 뇌가 들어온 정보를 처리하는 데에 한계를 마주한다는 부작용이 있다.[8] 숏폼 미디어는 정보를 효율적으로 전달하는 역할도 하지만, 동시에 뇌가 자극적인 정보들을 쉼 없이 마주하도록 만드는 결과를 낳기도 한다. 이와 같은 숏폼 미디어의 부정적 측면은 뇌가 숏폼 미디어를 장시간 동안 사용했을 때, 뇌의 피로도를 증가시키며 뇌가 정보를 처리하는 것이 더뎌지게 만든다. 다시 말하자면, 뇌가 더 이상 정보를 효율적으로 처리하지 못하는 상태를 유발하는 것이다. 이렇게 뇌는 지속적으로 들어오는 정보들을 더 이상 처리하지 못하고, 남은 정보들은 모두 휘발된다. 결국, 숏폼 미디어 사용자는 정보를 얻기는커녕, 집중력 저하를 경험한다. 특히나 지속적인 정보의 과부하는 비판적 정보 수용 능력을 저해하며, 새로운 정보를 습득하는 것이 버겁게 느껴지게 한다.

마지막으로 숏폼 미디어는 사회적 비교를 통한 정서적 불안을 불러일으킨다. 숏폼 미디어에는 개인의 모든 면이 아니라 가장 화려하고 안정된 면만이 드러나는 경우가 많다. 이러한 상황 속에서 사회적으로 형성되어 있는 미(美)와 성공의 기준에 따라 꾸며진 타인과 나의 모습을 비교하게 된다. 이 과정에서 발생하는 비교는 자신의 모습을 부정적으로 바라보도록 하며 타인에 비해 뒤처지고 있다는 생각이 들게 해 숏폼 사용자의 자존감이 낮아지고 박탈감이 심화되는 결과를 낳는다. 또한 우울감과 정서 불안을 일으켜 숏폼 사용자가 타인과의 비교 속에서 벗어나지 못하도록 만든다.[9]

3. 청소년의 숏폼 미디어 이용 현황 분석 결과

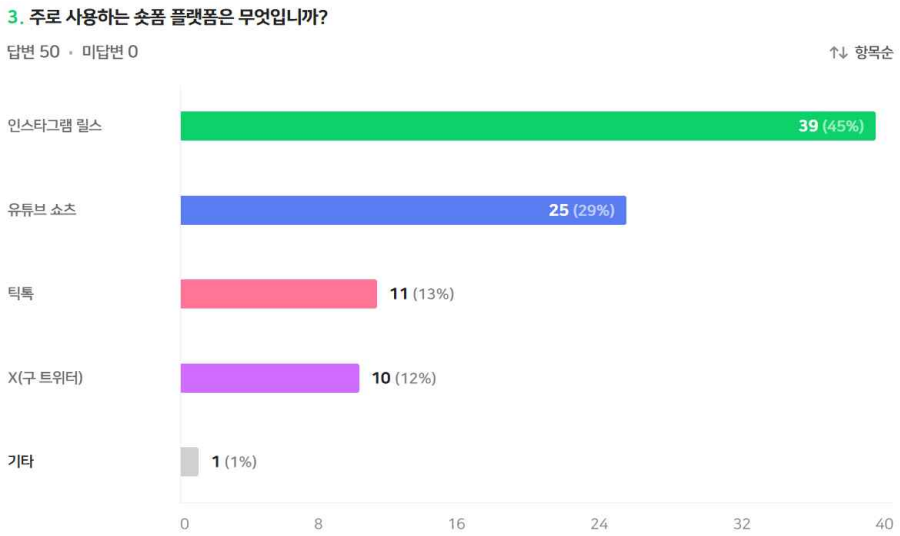
---

8) 최연서, 숏폼, 청소년들의 뇌와 생활에 미치는 그림, 인천광역시 웹진 MOO, 2025. 8. 29. https://www.incheon.go.kr/moo/MOO040101/3032456

9) 신영환·최혜선, 숏폼 콘텐츠가 청소년의 정신건강에 미치는 영향에 관한 문헌연구, 홀리스틱융합교육연구 제29권 제1호, 2025, 70쪽.

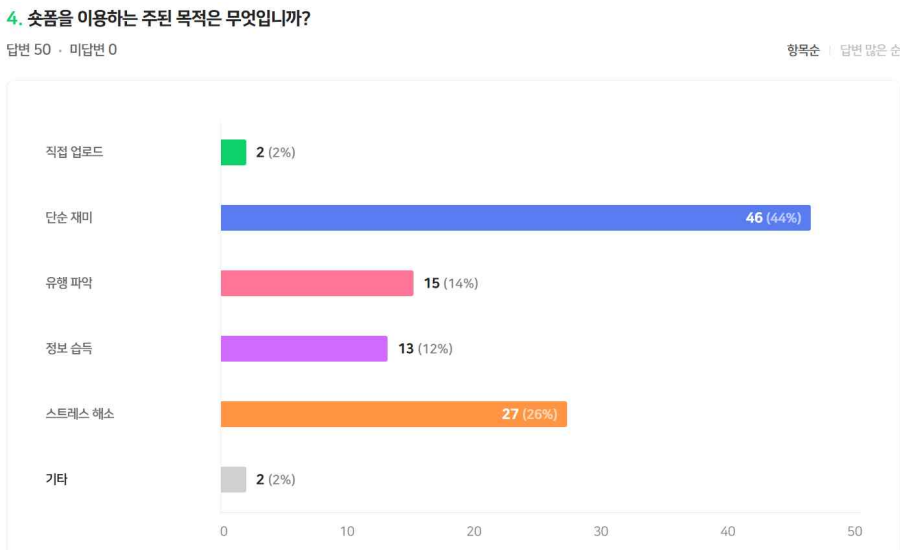
3.1. 주요 활용 플랫폼 및 이용 목적

청소년들이 숏폼 미디어를 이용하는 방식에 대해 알아보고자 한다. 아래는 청소년들이 숏폼 미디어 이용 시 주로 활용하는 플랫폼에 대해 알아보고자 설문 조사를 진행하고 이를 분석한 결과이다.



<그림 1> 주요 활용 숏폼 플랫폼

<그림 1>은 청소년에게 가장 자주 사용하는 미디어 플랫폼을 두 개씩 고르도록 설계한 질문이다. 청소년이 가장 자주 이용하는 숏폼 플랫폼을 조사한 결과 '인스타그램 릴스'가 전체 비율 중 45%로 가장 많았고, 그 뒤로 '유튜브 쇼츠'가 29%를 차지하며 인스타그램과 유튜브 두 플랫폼이 과반을 차지하는 것으로 나타났다. 한편, 초기 숏폼 미디어의 시작이었던 '틱톡'과 'X(구 트위터)'가 각각 13%, 12%로 나타났으며, '기타' 항목으로 카카오톡의 기능을 사용한다는 의견이 제시되었다.



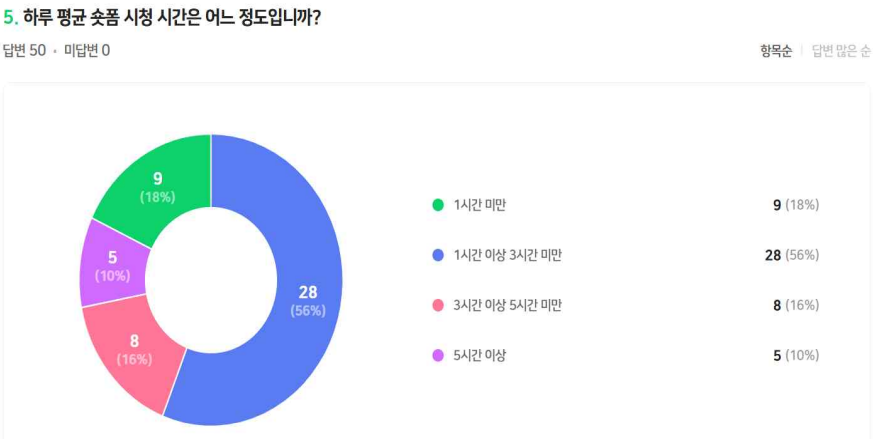
<그림 2> 숏폼 미디어 이용 목적

<그림 2>는 청소년들이 숏폼 미디어를 이용하는 주된 목적을 보여준다. '단순 재미'를 목적으로 하는 이

용이 전체 비율 중 44%로 가장 많은 비중을 차지하며, 다음으로 '스트레스 해소'가 26%를 기록했다. 이는 전체 중 70%가 숏폼 미디어를 여가와 심리적 안정 목적으로 사용하고 있음을 보여준다. 이어서 '유행 파악'이 14%, '정보 습득'이 12%로 나타났는데, 이를 통해 숏폼 미디어가 정보 탐색의 도구로도 이용되고 있음을 알 수 있다. '직접 업로드'의 경우 2%로 나타났는데 이는 청소년의 대다수가 숏폼 미디어 소비 중심의 행태를 취하고 있음을 보여준다. '기타'(2%) 항목에서는 팬덤 활동과 습관적 이용이라는 응답이 제시되었다.

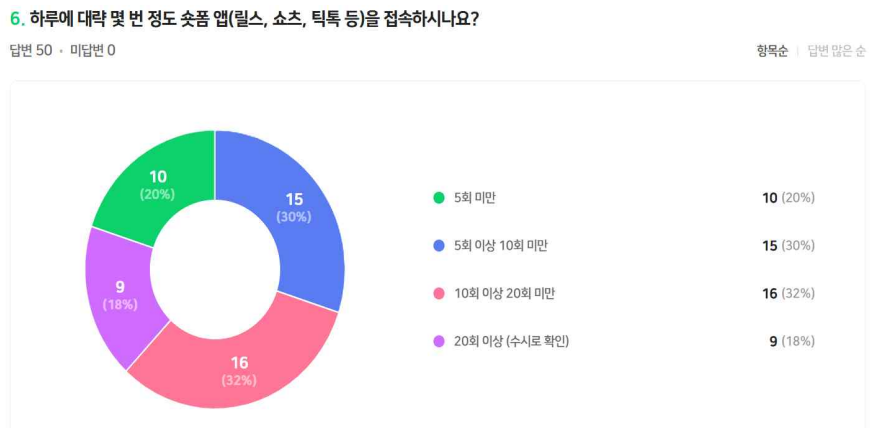
3.2. 숏폼 이용 시간 및 접속 빈도

청소년의 숏폼 미디어 사용 플랫폼과 이용 목적에 이어 이용 빈도 및 소비 시간에 대해 알아보고자 한다. 아래는 청소년의 숏폼 미디어 이용 빈도와 소비 시간에 대한 설문 조사 결과이다.



<그림 3> 숏폼 미디어 이용 시간

<그림 3>은 청소년의 숏폼 미디어 사용 시간에 대해 보여주는데, '1시간 이상 3시간 미만'이 56%로 전체 비율 중 과반이 매일 적지 않은 시간을 숏폼 미디어에 사용하고 있음을 알 수 있다. 이어서 '1시간 미만'이 18%, '3시간 이상 5시간 미만'이 16%로 나타났으며 '5시간 이상'으로 과다 사용하는 경우는 10%로 나타났다. 숏폼 미디어를 3시간 이상 사용하는 청소년의 비율이 26%로 전체의 1/4 이상을 차지하고 있는 것은 숏폼 미디어가 잠시 즐기고 지나가는 기능에서 그치는 것이 아니라, 자신을 위하여 시간을 사용할 수 있게 하는 여가 활동 중 하나로 많은 시간을 소요하는 것으로 자리 잡았음을 의미한다고 볼 수 있다.



<그림 4> 숏폼 미디어 접속 빈도

다음은 청소년의 일일 평균 숏폼 미디어 접속 빈도에 대한 설문 응답 결과이다. 설문 결과 '10회 이상 20회 미만'이 32%로 가장 큰 비중을 차지하며 '5회 이상 10회 미만'이 30%로 두 번째로 큰 비중을 보인다. 이를 더했을 때 5회 이상 20회 미만의 접속 빈도가 62%로 과반을 차지하고 있음을 알 수 있는데, 이를 통해 청소년의 생활 전반에 걸쳐 숏폼 미디어가 이용되고 있음을 알 수 있다. 다음으로 '5회 미만'이 20%, '20회 이상 (수시로 확인)'이 18%로 나타나는데, 여기서 20회 이상 (수시로 확인)이 거의 1/4에 가까운 수치로 나타나고 있음을 주목할 필요가 있다. 이처럼 자주 접속하는 행태는 숏폼 미디어가 무의식적이고 습관적으로 확인해야 하는 대상으로 여겨지기도 함을 보여주는 것이다.

3.3. 숏폼 생산 및 참여 행태

본 연구에서 청소년의 숏폼 미디어 이용에 대해 설문을 진행한 후 분석한 결과, <그림 2>에서 숏폼 미디어 이용 목적이 '직접 업로드'라고 응답한 비율은 양적으로 미미한 수준에 그쳤다. 비록 본 연구를 위한 설문 조사에서 '직접 업로드'의 비율 자체는 낮게 나타났지만, 숏폼 미디어를 시청하는 청소년뿐만 아니라 숏폼 미디어를 생산하는 청소년에게도 주목할 필요가 있다. 한국언론진흥재단의 조사에 따르면, 2022년 기준 숏폼 미디어를 이용하는 청소년의 28.1%가 콘텐츠를 직접 업로드해 본 경험이 있다고 응답했다.[10] 요즘 SNS를 이용하다 보면 숏폼 미디어를 직접 업로드하는 청소년들을 종종 마주하곤 한다. 청소년들은 기술이 발전하며 콘텐츠 제작이 쉬워지고 숏폼 미디어 플랫폼이 다양해짐에 따라 숏폼 미디어 업로드를 더 손쉽게 접할 수 있게 되었다. 이러한 흐름을 미루어 보았을 때 콘텐츠를 직접 업로드하는 청소년의 비율은 2022년의 28.1%를 넘긴 수치를 기록하고 있을 가능성이 크다. 그렇다면 청소년들이 왜 숏폼 미디어를 직접 업로드하는 것일까? 그 이유는 청소년들이 자신의 정체성을 탐색하고 표현하고자 하는 욕구를 지니고 있기 때문이다.[11] 이는 자신의 일상을 공유하고, 자신의 모습을 드러내고자 하는 마음에서 비롯된 것이라고 볼 수 있다. 또한 청소년은 자신의 개성 표현을 넘어 지식과 정보를 전달하고 세대의 문화를 함께 향유하려는 목적을 가지고 숏폼 미디어를 직접 업로드하기도 한다. 정보를 간결하게 전달할 수 있는 숏폼 미디어의 특성에 따라 청소년은 자신이 가진 지식과 정보를 공유하기 위해 숏폼 미디어를 제작하는 모습을 보인다. 또한 또래와 강한 유대감을 형성하고 친구 관계 형성을 중요하게 여기는 청소년들의 특성은 세대 문화를 함께 향유하고자 하는 욕구로 이어지며 나타난다.[12] 청소년기는 또래 관계가 큰 영향을 미치는 시기로, 챌린지에 참여하는 등의 방식으로 또래 문화를 향유하는 것은 청소년에게 소속되어 있다는 안정감을 느끼게 한다. 또한 공감대 형성이 가능하게 한다는 점에서 이는 청소년이 숏폼을 생산하는 강한 유인으로써 작용한다. 결과적으로 청소년의 숏폼 미디어 직접 업로드는 자신의 개성 표현, 정보 전달, 세대의 문화 향유 등이 결합한 행위로 볼 수 있는 것이다.

더 나아가 숏폼 미디어의 소비자이자 생산자인 청소년은 숏폼 미디어에 좋아요 또는 공유 등의 간접적 방식으로 참여하는 행태를 보인다. 청소년에게 좋아요와 공유 등의 간접적 반응은 타인의 콘텐츠에 공감하고 지지를 표현하는 기능을 하며, 또래 집단과 상호작용 하는 핵심적인 수단이 된다. 타인이 업로드한 콘텐츠에 간접적인 반응을 보임을 통해 또래와 공감대를 형성하기도 하고, 공동체 내의 소속감을 제고시키는 것이다. 그러나 이러한 행태는 청소년의 욕구 중 하나인 소속감을 증명하고 인정받고자 하는 욕구와 만나

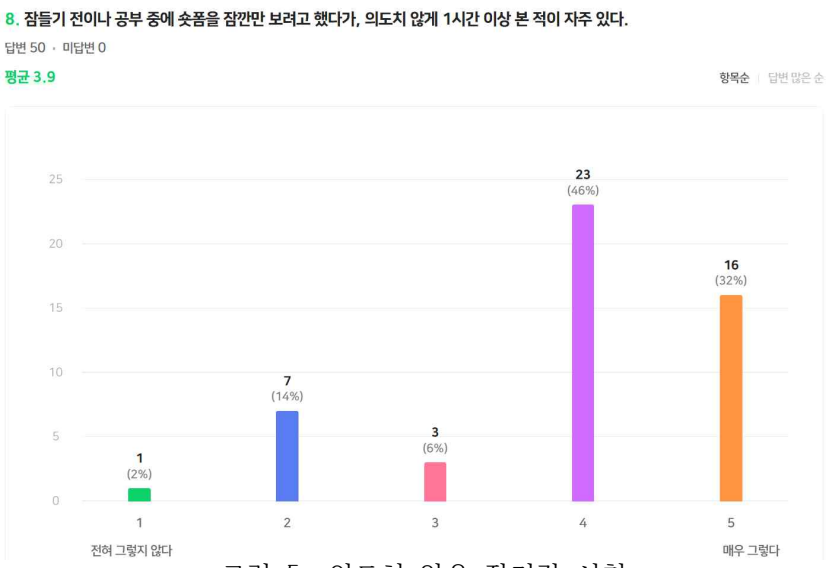
10) 한국언론진흥재단, <2022 10대 청소년 미디어 이용 조사> 주요 결과 발표, 2022.
11) 최윤석, 청소년의 디지털 서사 구축을 통한 정체성 형성의 질적 탐구: 숏폼 플랫폼을 중심으로, 인문사회과학연구 제33권 제4호, 인문사회과학연구, 2025, 1055쪽.
12) 안은미, 사춘기 신체적 변화와 심리·사회적 특성 및 학교적응도와의 관계, 광운대학교 석사학위, 2009, 13쪽.

부작용을 발생시키기도 한다. 자신이 속한 또래 집단 내에서 소외될 것이라는 두려움 속에서, 숏폼 미디어를 반복적이고 강박적으로 확인하는 현상을 마주하는 것이 부작용의 예시라고 할 수 있다. 즉, 유행하거나 공유된 미디어 콘텐츠에 간접적 반응을 보여야 한다는 강박을 경험하는 것이다. 이는 간접적인 반응을 통해 소속감을 느끼고자 하는 참여 행태가 강박적이고 과도한 동조 형태로 이어지는 결과가 나타날 수 있다는 한계를 보여준다.

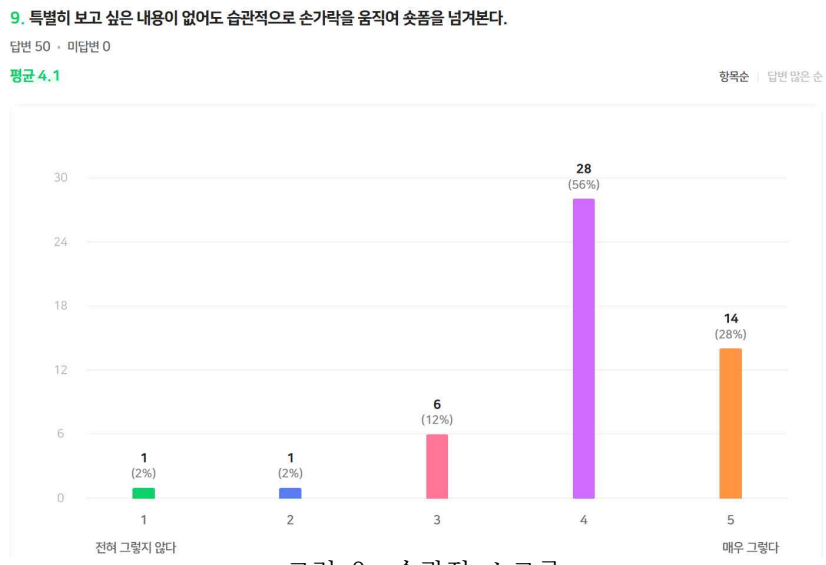
4. 숏폼 미디어와 자아 존중감의 상관관계 분석 결과

4.1. 자기 조절 능력 약화

본 연구에서는 청소년의 숏폼 미디어 이용이 자아 존중감에 미치는 영향 또한 분석하고자 한다. 아래는 의도치 않은 장기간 시청과 습관적 스크롤에 대한 설문 조사 결과이다.



<그림 5> 의도치 않은 장기간 시청

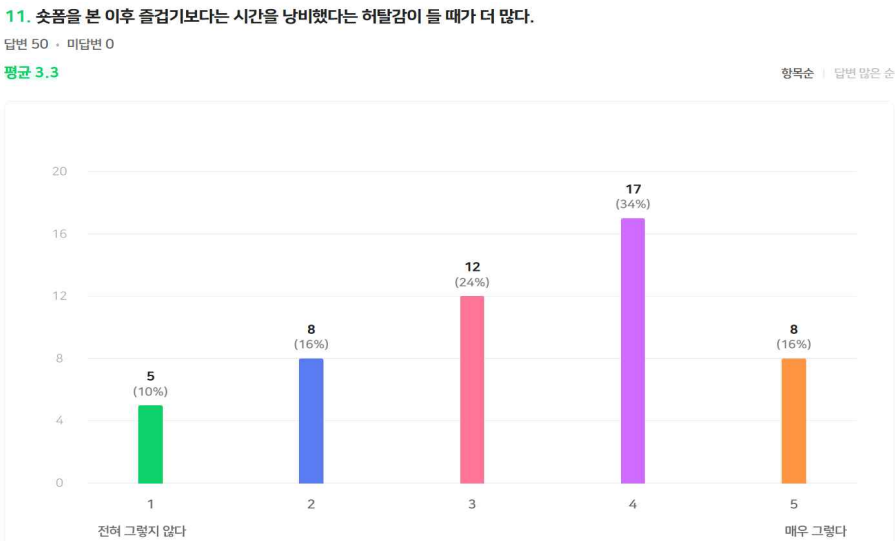


<그림 6> 습관적 스크롤

<그림 5>에 따르면 숏폼 미디어를 의도치 않게 장기간 시청한 경험이 있는 청소년의 비율이 '그렇다'의 경우 46%, '매우 그렇다'의 경우 32%로 나타났다. 이어 '그렇지 않다'(17%), '보통이다'(6%), '전혀 그렇지 않다'(2%) 순으로 나타났다. 이는 전체 비율의 80%에 가까운 청소년이 자신의 의도와는 달리 긴 시간 동안 숏폼 미디어를 보는 경험을 하고 있음을 보여준다. 한편 <그림 6>에 따르면 습관적으로 스크롤하여 숏폼을 보는 것에 '그렇다'고 응답한 청소년의 비율이 56%, '매우 그렇다'고 응답한 청소년의 비율이 28%로 나타나 긍정 응답이 총 84%의 비율을 차지한다. 이는 다섯 명 중 네 명 이상의 청소년이 자신의 의지와는 무관하게 습관적으로 숏폼 스크롤을 하며 미디어를 소비하고 있음을 보여준다.

이러한 현상이 나타나는 이유는 도파민의 과다 방출로 인해 뇌가 더 큰 자극을 원하기 때문이다. 여기서 도파민이란 우리 뇌의 보상 시스템에서 중요한 역할을 하는 신경 전달 물질을 의미하며, 뇌에 즉각적으로 보상을 제공하는 역할을 한다. 사람의 뇌가 숏폼 미디어에 지속적으로 노출되게 되면 앞서 언급했듯 도파민이 과다 방출된다. "도파민이 부족해서 삶이 재미가 없어."라고 말하는 청소년을 찾아보기 어렵지 않은 요즘일 정도로 계속해서 자극을 추구하는 청소년의 모습은 보편화되어 있다. 결국, 계속해서 더 크고 강한 자극을 원하는 뇌로 인해 청소년은 숏폼 미디어의 이용을 스스로 제어하지 못하고 무의식적으로 장시간 시청하는 결과를 마주하게 된다. 이에 따라 청소년의 숏폼 미디어 조절 능력은 낮아지게 되고, 결과적으로 청소년은 자아 조절력의 저하를 경험한다.[13)]

즉, 제시된 통계적 자료의 결과는 대다수의 청소년이 도파민의 분비로 인해 자기 조절 능력을 상실한 채 숏폼 미디어를 이용하고 있음을 실증한다. 이렇게 자기 조절 능력이 약화된 채 긴 시간 동안 이루어지는 무의식적 숏폼 미디어 이용 행위는 심리적으로 부정적인 영향을 초래한다. 아래의 <그림 7>은 숏폼 미디어 사용 이후 느끼는 부정적 심리 요인을 제시한다.



<그림 7> 숏폼 시청 이후 느끼는 허탈감

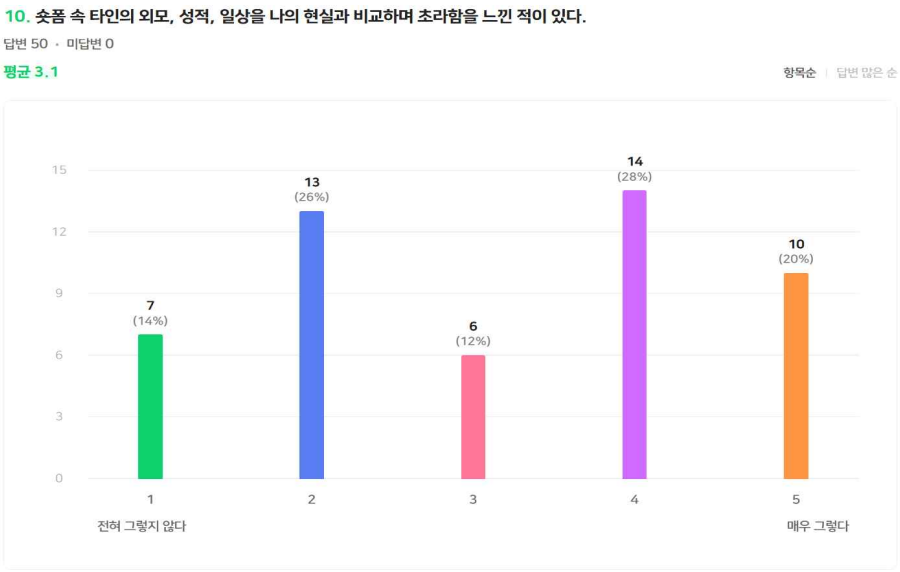
<그림 7>에 따르면 숏폼 시청 이후 허탈감을 느끼는가에 대해 '그렇다'고 응답한 청소년이 34%, '매우 그렇다'고 응답한 청소년이 16%로 전체 비율 중 절반이 숏폼 시청 이후 허탈감을 경험하고 있음을 알 수 있다. '보통이다'의 경우는 24%, '그렇지 않다'의 경우는 16%, '전혀 그렇지 않다'의 경우는 10%의 비율로 나타나는데, 숏폼 미디어 시청 이후 부정적인 감정을 느끼지 않는 비율이 낮음을 보여준다. 숏폼 미디

13) 최준배, 뇌의 보상 시스템을 활용해보세요-도파민네이션(Dopamine nation), 정신의학신문, 2025. 3. 12., http://www.psychiatricnews.net/news/articleView.html?idxno=35853

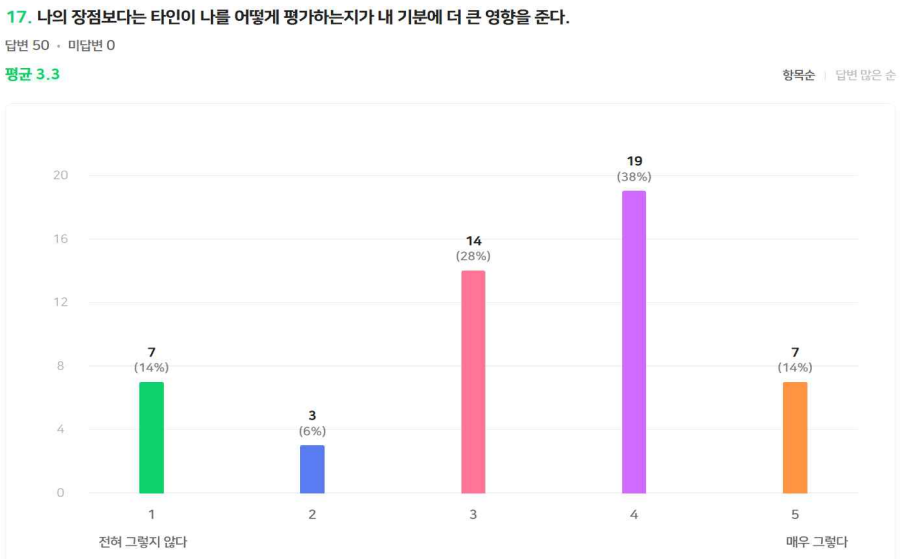
어 시청 이후 나타나는 심리적 허탈감은 청소년이 자신을 숏폼 미디어를 능동적으로 이용하는 주체로 인식하는 것이 아니라 숏폼 미디어에 종속된 수동적 존재로 인식하게 한다. 이는 주체성의 상실과 자아 효능감의 저하로 이어져 자아 존중감이 저하되는 결과를 불러일으킨다. 결과적으로, 숏폼 미디어의 과도한 이용은 자기 조절 능력의 약화와 허탈감을 비롯한 자아 존중감 저하를 불러일으킨다.

4.2. 사회적 비교 및 평가

숏폼 미디어가 자아 존중감에 미치는 또 다른 통계적 영향으로는 사회적 비교 및 평가가 있다.



<그림 8> 타인과의 비교



<그림 9> 외부의 평가

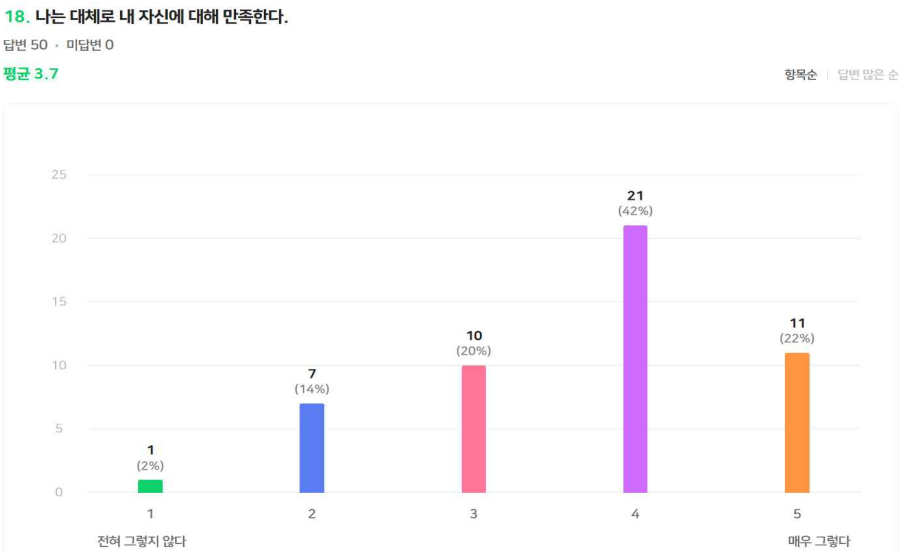
<그림 8>에서 숏폼 속의 타인과 현실의 자신을 비교하며 초라함을 느낀 적이 있냐는 질문에 '그렇다'와 '매우 그렇다'에 응답한 청소년은 각각 28%, 20%로 도합 48%의 절반에 가깝게 나타났다. 이는 숏폼 미디

어를 이용하는 절반에 가까운 청소년이 화려하고 꾸며진 숏폼 속의 타인과 자신을 비교하는 경험을 이어왔음을 의미한다. 한편 부정 응답인 '그렇지 않다'와 '전혀 그렇지 않다'는 각각 26%, 14%로 나타났는데 이 또한 도합 40%의 결과로 높은 수치를 기록했다. 이러한 결과는 숏폼 미디어가 모든 청소년에게 동일한 비교 현상을 겪도록 하는 것이 아님을 보여주며, 개인의 심리적 영향에 따라 다른 결과가 나타남을 보여준다.

이처럼 개인에 따른 차이가 나타나는 이유는 타인의 평가에 대한 민감성과 정서의 탄력성에 있다. <그림 9>에 따르면 자신의 장점보다 타인의 평가가 기분에 더 큰 영향을 미친다고 답한 비율이 '그렇다'의 경우 38%로 가장 높게 나타나며 뒤이어 '보통이다'가 28%, '매우 그렇다'와 '전혀 그렇지 않다'가 14%로 나타난다. '그렇지 않다'의 경우 6%로 가장 낮은 수치를 기록했다. 긍정 응답이 과반수로 나타나는 것은 대다수의 청소년이 자신의 내면적 가치보다 외부의 평가에 더 민감하게 반응하고 있음을 보여준다.

이처럼 내면의 가치보다 외부의 평가에 더 민감하게 반응하는 현상은 청소년기의 특징 중 하나인 상상 속 청중 개념에 따라 나타난다. 여기서 상상 속 청중 개념이란 상상 속에 타인들이 있어 그 타인이 자신을 주목하고 있다고 생각하는 것을 의미한다.[14] 숏폼 미디어는 좋아요나 댓글을 통해 타인의 반응과 평가를 마주할 수 있는 미디어 환경을 가지고 있다. 다시 말하자면, 숏폼 미디어 내의 알고리즘은 다수의 사람이 콘텐츠를 어떻게 바라보고 있는지에 대한 수치를 제공한다는 것이다. 더 나아가, 청소년기는 타인을 의식하고 비교하는 경향이 강하게 나타나는 시기로 주관적인 비교와 열등의식에 빠지기 쉽다는 특징을 보인다.[15] 이와 같은 청소년의 특징은 상상 속 청중 개념과 결합하며, 청소년들이 숏폼 미디어에 나타난 타인의 반응을 실제 존재하는 평가로 받아들이게 한다. 또한 개인이 지닌 화려하고 완벽해 보이는 이상적 자아와 거울 속에 보이는 현실적 자아가 충돌하게 하는 문제의 원인이 되기도 한다. 결과적으로 청소년들은 타인과의 비교와 평가 속에서 열등감과 초라함을 느끼게 된다.

이렇게 높은 외부 평가 민감도는 청소년의 심리를 취약하게 만들며, 숏폼 미디어가 편집된 것이라는 사실을 객관적으로 인식하는 것을 어렵게 한다. 이는 곧 자기 자신을 초라한 존재로 바라보게 하며 자아 존중감이 저해되는 결과를 낳는다.



14) 김지연, 상상 속 청중, 그리고 개인적 우화, 시민사회신문, 2023. 01. 17., https://www.ingopress.com/news/articleView.html?idxno=46049

15) 송제선, 소아 및 청소년의 심리/인지적 발달, The journal of the Korean dental association 제54권 11호, 대한치과의사협회, 2016, 915쪽.

<그림 10> 자기 만족도

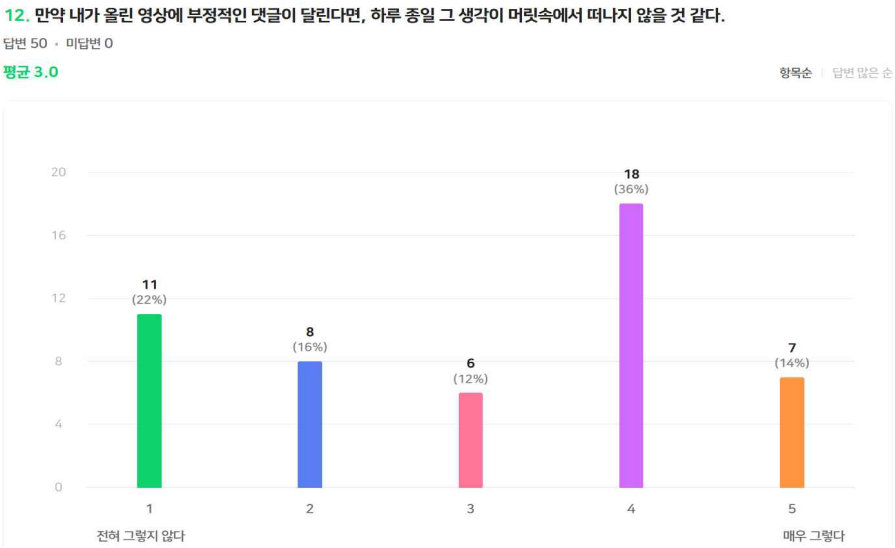
실제로 비교와 자기 만족도가 연관이 있음을 알아보기 위해 <그림 10>의 자신에 대해 만족하냐는 질문에 대해 긍정 응답인 '그렇다'(42%)와 '매우 그렇다'(22%)에서의 타인과의 비교에 대한 문항의 응답을 살펴보았다. 긍정 응답을 기록한 64%에 해당하는 인원의 수는 50명 중 32명이었다. 이 32명의 타인과의 비교에 대한 문항에 대한 응답 기록은 '전혀 그렇지 않다'(7명), '그렇지 않다'(9명), '보통이다'(4명), '그렇다'(7명), '매우 그렇다'(5명)으로 나타났는데, 이는 비교 자극에 동요하지 않는 인원이 자신에 대해 만족하는 청소년 비율의 절반임을 보여준다. 즉, 비교에 대한 영향을 덜 받을수록 자기 만족도가 높게 나타나는 경향이 있음을 알 수 있다. 그러나 나머지 절반의 인원이 타인과의 비교 속에 있다는 것 또한 주목할 만한 점이다. 이는 자아 만족도가 높은 청소년이라고 할지라도 자극적인 숏폼 미디어로 인한 비교 자극에 장시간 노출될 경우, 심리적 영향을 받을 수 있음을 보여준다. 자아 만족도와 비교 자극은 서로로부터 완전히 독립적인 것이 아니며 상호 의존적 형태를 보인다. 결과적으로, 청소년의 경우 타인과의 비교로부터 자유로울수록 자아 만족도가 높게 유지되는 경향이 있으나, 숏폼 미디어에 과도하게 노출될 경우, 높은 자아 만족도를 지닌 청소년이 타인과의 비교 속으로 빠져버리는 현상이 나타나기도 한다.

4.3. 이용 행태와 자아 탄력성

앞서 살펴보았듯이 숏폼 미디어가 청소년의 자아 존중감에 미치는 영향성은 숏폼 미디어 사용자의 이용 행태에 따라 다르게 나타난다. 이에 숏폼 미디어를 주체적으로 이용하는 청소년과 수동적으로 이용하는 청소년의 심리적 탄력성을 비교하여 분석해 보고자 한다. 먼저 수동적 소비자의 자아 탄력성이다.



<그림 11> 숏폼 미디어의 수동적 소비



<그림 12> 자아 탄력성

<그림 11>에 따르면 보고 싶은 주제를 검색하기보다 알고리즘의 추천을 따른다고 답한 비율은 '그렇다' 46%, '매우 그렇다' 10%로 도합 56%를 기록했다. 이는 과반의 청소년이 숏폼 미디어를 사용하는 과정에 있어서 자신의 주체적 선택권을 미디어에 넘긴 모습을 보여준다. 또한 '보통이다'(20%), '그렇지 않다'(14%), '전혀 그렇지 않다'(10%)는 낮은 비율로 나타나 청소년들이 수동적으로 미디어를 사용하는 경우가 빈번함을 알 수 있다. 한편 <그림 12>에서는 부정적인 댓글이 달렸을 때의 심리적 영향을 보여주는데, '그렇다'의 경우가 36%, '매우 그렇다'의 경우가 14%로 나타나 전체의 절반에 해당하는 인원이 타인의 반응에 민감하게 반응하고 있음을 알 수 있다. 반면 '전혀 그렇지 않다'(22%)와 '그렇지 않다'(16%)의 경우 상대적으로 낮은 수치를 기록했다. 이러한 통계는 숏폼 미디어의 수동적 이용이 타인의 반응에 의한 심리적 영향과 연관되어 있음을 보여준다. 수동적인 숏폼 미디어의 이용은 자기 조절력과 자기 효능감의 저하를 야기하며, 궁극적으로 자아 존중감을 약화시키는 결과를 낳는다. 특히, 자아 존중감이 낮아짐에 따라 타인의 반응에 민감하게 반응하는 경향이 나타나는 것은 수동적 이용 태도가 자아 탄력성에 부정적 영향을 미침을 시사한다고 볼 수 있다.

이어서 주체적 소비자의 자아 탄력성에 대해 살펴보고자 한다. 수동적 소비자의 경우와는 반대로 <그림 11>에서 자신이 보고 싶은 것을 검색하여 목적을 가지고 숏폼 미디어를 이용하는 소수 집단의 응답은 중요한 시사점을 지닌다. '그렇지 않다'(14%)와 '전혀 그렇지 않다'(10%)에 응답한 이 집단은 숏폼 미디어를 주체적으로 활용하는 경향을 보이는데, 이러한 모습은 숏폼 미디어 이용자의 객관화 능력을 키워주어 숏폼 속 타인과의 비교에 매몰되지 않도록 하는 기능을 한다. 실제로 앞에서 제시한 <그림 8>의 타인과의 비교에서 부정 응답을 기록한 사람 12명 중 상당수인 8명이 <그림 11>에서 부정 응답을 기록하고 있다. 이는 숏폼 미디어를 주체적으로 이용하는 태도가 청소년이 콘텐츠를 객관적으로 바라볼 수 있게 하여 비교에서 쉽게 벗어나도록 돕는다는 것을 보여준다. 결과적으로 주체적 이용이 자아 탄력성을 강화하는 긍정적 기능을 한다고 볼 수 있다.

5. 올바른 숏폼 미디어 활용 방안

5.1. 'S.O.S 모델' 제안

본 연구에서 진행한 설문조사 결과 분석을 바탕으로 하여 올바른 숏폼 미디어 사용을 돕는 'S.O.S 모델'을 제안하고자 한다.[16] Stop, Open, Self-value의 세 단계로 구성된 'S.O.S 모델'은 숏폼 미디어로부터 청소년의 자아 존중감을 건강하게 지키고자 하는 데에 목적을 둔다. 또한 이 모델은 구조 신호인 S.O.S와 같은 이름을 띠며, 청소년들을 숏폼 미디어의 부정적 이용으로부터 구조하고자 하는 의의를 지닌다.

먼저 첫 번째 단계인 Stop은 숏폼 미디어 사용 시 드는 부정적인 감정들을 차단하는 단계이다. 본 연구 과정에서의 설문 조사를 통해 대다수의 청소년이 숏폼 미디어를 무의식적 습관 아래에서 사용하며, 그 속에서 허탈감과 비교 의식 등을 느낀다는 것을 알 수 있었다. 특히, 타인의 외부 반응에 민감하게 반응하는 청소년의 특성상 숏폼 미디어를 올바르게 사용하지 못할 때 문제가 극대화되어 나타난다. 따라서 이와 같은 문제를 해결하기 위해 첫 번째 단계인 Stop을 통해 숏폼 미디어 시청 속 발생하는 연속적 스크롤을 의도적으로 차단하도록 한다. 구체적으로는 자신이 숏폼 미디어를 시청하는 목적에 대한 질문을 지속적으로 던져 무의식적 시청을 방지할 수 있다. 즉, 숏폼 미디어의 지속적 시청을 야기하는 도파민이 우리 삶 속에 깊게 자리 잡고 있음을 분명히 인지하고, 이에 대한 외부적 자극을 의도적으로 막는 것이다.[17] 또한 숏폼 시청 시 드는 허탈감이나 비교 의식 등의 부정적 감정들로부터 거리를 두어야 한다. Stop 단계를 적용해 청소년들은 숏폼 미디어 시청 중 부정적인 정서가 감지될 시 숏폼 미디어의 시청을 중단할 수 있다. 구체적으로 살펴보면, 숏폼 미디어 시청 중 '내 현실이 너무 초라해.'라는 생각이 들 때 숏폼 미디어 시청을 잠시 중단하는 행동을 취하는 것이 있다. 이러한 행동을 통해, 청소년들은 숏폼 미디어에 지나치게 몰입하는 현상을 예방할 수 있게 된다.

첫 번째 단계에 이어 두 번째 단계는 Open이다. Open은 숏폼 미디어를 이용하며 닫혀 있던 개인의 내면을 여는 단계로, 타인과의 비교나 외부적 반응으로부터의 민감성을 자신의 내면을 둘러보는 행동으로 변화시키는 역할을 한다. 본 연구에서 진행한 설문 조사 결과에 따르면 숏폼 미디어를 사용하면서 타인과의 비교와 외부 자극에 민감하게 반응하는 경향이 나타나는 청소년이 다수 존재했다. 이러한 청소년들은 낮은 자기 만족도와 자기 확신의 태도를 보였으며, 이는 결과적으로 자아 존중감의 저하를 야기했다. 따라서 이 문제를 해결하기 위해 청소년에게는 타인의 영향에서 벗어나 진정한 자신을 바라보는 시간이 주어져야 한다고 생각한다. 그래서 이 Open 단계를 통해 숏폼 미디어를 이용하며 화려한 타인의 삶 뒤로 감춰진 나의 진정한 내면을 다시 들여다볼 수 있도록 한다. 구체적으로 타인의 화려한 모습에 대한 집착에서 벗어나 나의 진정한 모습은 무엇인가에 대해 질문하며 자신의 가치를 찾아가는 행동을 보일 수 있다. 즉, Open 단계는 숏폼 미디어 속 타인의 영향에 종속된 청소년을 그로부터 빠져나오게 해 내면을 바라보게 하는 역할을 한다.

마지막으로 세 번째 단계는 Self-value이다. Self-value는 숏폼 이용 시 미치는 여러 가지 영향 속에서도 흔들리지 않을 수 있는 단단한 자아 존중감과 자아 탄력성을 구축하는 것에 목표를 둔다. 본 글의 앞에서 진행한 설문 조사의 결과 분석에서 알 수 있듯이 자아 탄력성은 숏폼 미디어 소비 행태에 따라 차이를 보인다. 즉, 주체적 소비자로 숏폼 미디어를 이용할 필요성이 제기된다. 알고리즘이 제시해 주는 콘텐츠의 흐름에 종속된 채 숏폼 미디어를 사용하는 것이 아니라 자신의 취향과 관심사에 해당하는 정보들을 직접 찾아가며 주제를 스스로 정하고 선별하는 태도를 지녀 자아 탄력성을 갖춘 숏폼 미디어 생활을 해야 하는 것이다. 즉, Self-value 단계는 숏폼 미디어를 주체적으로 소비하며 자아 존중감과 자아 탄력성을 키워나가는 것을 돕는다. 구체적으로 청소년들은 Self-value 단계를 적용해 보며, 자신이 원하는 정보를 직접 검

16) 본 모델은 저자가 직접 고안한 것이다.
17) 최준배, 뇌의 보상 시스템을 활용해보세요-도파민네이션(Dopamine nation), 정신의학신문, 2025. 03. 12., http://www.psychiatricnews.net/news/articleView.html?idxno=35853

색하여 시청하고 '내가 숏폼 미디어에 속해 있는 것이 아니라 내가 숏폼 미디어를 사용하고 있구나'라고 생각할 수 있다. 이를 통해 자신의 자아를 단단하게 세워나가고 그 속에서 자아를 성장시키는 효과를 기대할 수 있게 된다.

5.2. 가정적 차원

청소년이 숏폼 미디어를 올바르게 이용할 수 있도록 지도하기 위해서는 가정에서의 지속적인 노력이 동반되어야 한다. 가정에서는 청소년이 미디어 이용에 대해 바른 사용 습관을 형성할 기회를 제공하는 것을 최우선 목표로 해야 한다. 질병관리청에 따르면 이러한 목표를 달성하기 위해 사용할 수 있는 구체적 해결 방안으로는 불필요한 알림 끄기, 사용 습관 관리 앱을 통해 사용 시간 점검하기, 디지털을 멀리하는 공간 또는 시간 마련하기 등이 있다.[18] 또한 자녀가 건강하게 미디어를 이용할 수 있도록 부모가 지도하는 '디지털 페어런팅'을 시행할 수 있다.[19] 그러나 이러한 해결 방안은 물리적 규제이기 때문에 강압적으로 실행할 경우, 실질적인 문제 해결 효과를 얻기 어렵다는 한계를 지니고 있다. 따라서 물리적 규제 외에도 부모와 자녀 간의 소통을 통한 숏폼 미디어 이용 조율이 필요하다. 즉, 부모는 무조건적으로 자녀의 숏폼 이용 시간을 통제하기보다, 자녀의 감정과 생각들을 듣고 합의를 통한 미디어 이용 조절을 이루어 가는 태도를 지녀야 한다. 부모와 자녀 간의 깊은 대화로 비판적 사고 능력을 기르고 이를 통해 올바른 사용 습관을 형성한다면, 앞선 물리적 해결 방안을 적용했을 때 비로소 실질적인 효과를 나타낼 수 있을 것이다. 따라서 가정적 차원에서는 강압적이고 물리적인 방법만을 사용하기보다, 상호 합의를 통해 주체적 소비 습관을 길러가며 숏폼 미디어 이용으로부터 발생하는 자아 존중감 문제를 해결하려는 노력이 이루어져야 한다.

5.3. 사회 및 교육적 차원

청소년의 올바른 숏폼 미디어 사용을 위해서는 가정뿐만 아니라 사회적·교육적 차원에서도 해결 방안을 마련할 필요가 있다. 먼저 사회적 차원에서는 숏폼 미디어 속 비교 현상을 줄이기 위해 좋아요 등의 사회적 신호의 가시성을 축소하는 해결 방안을 제시할 수 있다.[20] 이는 청소년들이 수치로 나타나는 타인의 반응이나 시선에 대해 위축되고 매몰되어 감정의 동요를 경험하는 것이 아니라 자아 존중감을 보호하며 자아 탄력성을 활용해 주체적으로 숏폼 콘텐츠를 소비할 수 있도록 한다. 또한 청소년이 참여하는 숏폼 미디어 관련 캠페인을 기획할 수 있다. 캠페인에 참여한 청소년은 자신의 숏폼 미디어 소비 행태를 마주할 수 있게 될 것이며, 캠페인 활동 속에서 건강한 미디어 이용 방안을 몸소 경험할 수 있을 것이다.

한편, 교육적 차원으로는 미디어 리터러시 프로그램을 국어·사회·정보 등 기존 교과에 내재화하는 해결 방안이 존재한다.[21] 미디어 교육을 별도의 단기 특강으로 진행하고 그치는 것이 아니라 교과 수업 내에 녹여내어 청소년들이 일상에서 미디어 교육을 자주 접할 수 있도록 하는 것이다. 특히, 실습형 수업을 진행하며 교육 현장에서 건강한 미디어 이용 방법을 몸소 마주할 수 있는 환경을 조성할 수 있다. 이는 숏폼

---

18) 질병관리청 국가건강정보포털, 청소년의 디지털 과의존, https://health.kdca.go.kr/healthinfo/biz/health/gnrlzHealthInfo/gnrlzHealthInfo/gnrlzHealthInfoView.do?cntnts_sn=6624

19) 정호준, 유튜브 막아도 메신저서 숏폼…"청소년 중독 우려", 매일경제, 2025. 10. 24., https://www.mk.co.kr/news/it/11450622

20) 최기철, "청소년, 미디어 교육 받을수록 가짜뉴스 더 믿는다", 아이뉴스24, 2026. 04. 21., https://www.inews24.com/view/1962268

21) 조수빈, 청소년 'TV·신문 대신 숏폼'…팩트체크 없는 미디어교육이 가짜뉴스 키워, 뉴스1, 2026. 04. 21, https://www.news1.kr/society/education/6144091

미디어에 대한 올바른 소비 방법을 자연스럽게 학습할 수 있도록 돕는 해결 방안이 된다. 또한 앞서 제안했던 ‘S.O.S 모델’을 활용하여 스스로가 자신의 내면을 바라보고, 그에 따른 건강한 심리적 성장을 경험할 수 있도록 하는 연계 프로그램을 진행할 수 있다. 숏폼 미디어 시청을 잠시 멈추고 나의 내면을 들여다봄을 통해 건강한 자아를 수립할 수 있도록 체계적인 학교 기반 프로그램을 마련하는 것이다.

이러한 사회 및 교육적 차원에서의 해결 방안은 청소년에게 숏폼 미디어 사용을 금지하는 것이 아니라, 청소년이 올바른 숏폼 소비자로 살아갈 수 있는 환경적 기반을 마련하는 역할을 한다. 즉, 다양한 측면에서의 해결 방안을 통해 청소년은 자아 존중감을 바탕으로 주체적인 숏폼 이용자로서 바르게 숏폼 미디어를 이용할 것이라고 기대해 볼 수 있다.

6. 결론

본 연구는 청소년의 숏폼 미디어 사용이 자아 존중감에 어떠한 영향을 미치는지 알아보고, 청소년이 숏폼 미디어를 올바르게 사용할 수 있는 방법을 제안하고자 했다. 연구의 목적을 달성하기 위해 설문 조사를 통한 연구를 진행하였다. 그 결과 청소년의 과도한 숏폼 미디어 이용이 자기 조절 능력의 약화, 비교 의식의 심화, 수동적 소비 행태를 불러일으켜 자아 존중감이 낮아지도록 만든다는 점을 알 수 있었다. 또한 숏폼 미디어에 과도하게 노출되고 있는 청소년의 삶을 확인해 볼 수 있었으며, 숏폼 미디어가 청소년의 심리에 생각보다 많은 영향을 미치고 있음을 알 수 있게 되었다. 이러한 연구 결과를 토대로 숏폼 미디어가 청소년의 자아 존중감에 미치는 문제를 해결하고자 새로운 해결 방안인 ‘S.O.S 모델’을 제시하였다. 더 나아가 청소년이 숏폼 미디어를 건강하게 사용할 수 있도록 가정적, 사회적, 교육적 측면에서의 해결 가이드라인을 제시하였다. 그러나 연구를 진행하는 과정에서 중학생 10명, 고등학생 40명으로 중고등학생의 비율이 큰 차이를 보이고, 일부 청소년만 설문에 응답했다는 점에서 대표성을 확보하지 못했다는 한계가 있다. 그럼에도 이 연구 결과를 통해 청소년의 자아 존중감 보호를 위한 새로운 해결책인 ‘S.O.S 모델’을 직접 고안하여 제시했다는 점에 있어 의의가 있다고 생각한다. 우리 사회의 청소년들이 ‘S.O.S 모델’을 사용하여 자신의 자아 존중감을 지키는 건강한 숏폼 미디어 이용 생활을 할 수 있길 기대한다. 또한 청소년의 자아 존중감 보호를 위해 가정, 사회, 교육적 차원에서의 끊임없는 관심과 노력이 필요함을 잊지 않았으면 좋겠다.

참고 문헌

김인경, 청소년기 자아중심성 하위구인의 내용타당성연구, 한국심리학회지:발달 제7권 제1호, 한국심리학회 발달심리학회, 1994, 21-43쪽.

송제선, 소아 및 청소년의 심리/인지적 발달, The journal of the Korean dental association 제54권 11호, 대한치과의사협회, 2016, 908-916쪽.

신영환·최혜선, 숏폼 콘텐츠가 청소년의 정신건강에 미치는 영향에 관한 문헌연구, 홀리스틱융합교육연구 제29권 제1호, 2025, 69-93쪽.

심홍진·박준혁, 유튜브 추천 알고리즘과 유튜브 지속적 이용의도의 관계: 알고리즘의 투명성 원칙과 책무성 원칙에 대한 규제 태도의 매개 효과를 중심으로, 한국언론학보 제68권 제5호, 한국언론학회, 2024, 165-195쪽.

안은미, 사춘기 신체적 변화와 심리·사회적 특성 및 학교적응도와의 관계, 광운대학교 석사학위논문, 2009.

천보이·문현선, 세로형 숏폼 비디오의 시각적 표현과 특징 연구 - 틱톡을 중심으로 -, 문화와 융합 제46권 특별호2, 한국문화융합학회, 2024, 309-322쪽.

최윤석, 청소년의 디지털 서사 구축을 통한 정체성 형성의 질적 탐구: 숏폼 플랫폼을 중심으로, 인문사회과학연구 제33권 제4호, 인문사회과학연구, 2025, 1055-1081쪽.

편집부, [키워드리포트] 01 틱톡, 숏폼 시대를 열다 외, 유리카 제478호, 2023, 24-39쪽.

한국언론진흥재단, <2022 10대 청소년 미디어 이용 조사> 주요 결과 발표, 2022.

김지연, 상상 속 청중, 그리고 개인적 우화, 시민사회신문, 2023. 01. 17., https://www.ingopress.com/news/articleView.html?idxno=46049

정철운, 손에 들린 숏폼, '디지털 마약'으로...청소년 과의존 43%, 미디어 오늘, 2026. 04. 19., https://www.mediatoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=333865

정호준, 유튜브 막아도 메신저서 숏폼..."청소년 중독 우려", 매일경제, 2025. 10. 24., https://www.mk.co.kr/news/it/11450622

조수빈, 청소년 'TV·신문 대신 숏폼'…팩트체크 없는 미디어교육이 가짜뉴스 키워, 뉴스1, 2026. 04. 21., https://www.news1.kr/society/education/6144091

질병관리청 국가건강정보포털, 청소년의 디지털 과의존, https://health.kdca.go.kr/healthinfo/biz/health/gnrlzHealthInfo/gnrlzHealthInfo/gnrlzHealthInfoView.do?cntnts_sn=6624

최경민, 15초에 열광하는 세대, 숏폼이 바꾸는 미디어 생태계, 시빅뉴스, 2025. 12. 12., http://www.civicnews.com/news/articleView.html?idxno=39164

최기철, “청소년, 미디어 교육 받을수록 가짜뉴스 더 믿는다”, 아이뉴스24, 2026. 04. 21., https://www.inews24.com/view/1962268

최연서, 숏폼, 청소년들의 뇌와 생활에 미치는 그림, 인천광역시 웹진 MOO, 2025. 8. 29, https://www.incheon.go.kr/moo/MOO040101/3032456

최준배, 뇌의 보상 시스템을 활용해보세요-도파민네이션(Dopamine nation), 정신의학신문, 2025. 03. 12., http://www.psychiatricnews.net/news/articleView.html?idxno=35853

청소년의 야간 생활패턴이 아침 식사 결식에 미치는 영향 및 개선 방안 연구

목차

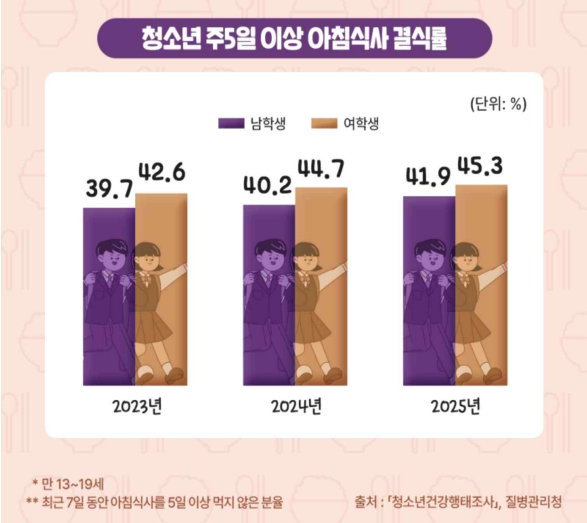
1. 서론
  1.1. 연구 배경 및 목적
  1.2. 연구 방법
2. 청소년의 아침 식사 결식 문제점과 수면 부족
  2.1. 청소년 아침 식사 결식의 문제점
  2.2. 청소년 수면 부족 실태
3. 청소년의 야간 생활패턴 및 아침 식사 결식 실태 분석
  3.1. 청소년의 야간 생활패턴 분석
  3.2. 아침 식사 결식 실태 분석
  3.3. 야간 생활패턴이 아침 식사 결식에 미치는 영향
4. 해결방안
  4.1. 개인적 개선방안
  4.2. 제도적 대응방안
5. 결론 및 기대효과
참고 문헌
부록

1. 서론

1.1. 연구 배경 및 목적

최근 많은 청소년이 아침 식사를 거르는 경우를 자주 볼 수 있다. 질병관리청 청소년건강행태조사 2025년 주요결과에 따르면 청소년 주 5일 이상 아침 식사 결식률은 남학생 41.9%, 여학생 45.3%로 2024년에 비해 남녀 학생 모두 소폭 (남 1.7%p↑, 여 0.6%p↑) 증가하였다.[1] <그림 1>에서 나타나듯, 아침 식사 결식률은 매년 증가하고 있는 추세이며, 청소년의 건강과 생활 습관 측면에서 사회적 관심이 필요한 문제이다.

1) 질병관리청, 「청소년건강행태조사 2025년 주요결과 발표」, 2025.12.04., <https://www.kdca.go.kr/kdca/2847/subview.do?enc=Zm5jdDF8QEB8JTJGYmJzJTJGa2RjYSUyRjQxJTJGMjE1NTA1JTJGYXJ0Y2xWaWV3LmRvJTNG> (2026.05.07.)



<그림 1> 청소년 주 5일 이상 아침 식사 결식률[2)]

아침 식사는 단순히 배를 채우는 것뿐만 아니라 신체적, 정신적 활동에 필요한 에너지를 공급하는 중요한 역할을 한다. 음식을 먹으면 대뇌가 자극되는데, 아침 식사를 함으로써 대뇌가 일찍 자극을 받으면 학생들의 학습능력 향상에 영향을 줄 수 있다. 또한, 아침 식사를 하면 위산 등 각종 소화효소와 호르몬이 분비되고 위장관 운동도 좋아져 소화 기능에도 영향을 준다.[3)] 하지만 대부분 청소년은 이런 사실을 잘 알지 못하고 여러 이유로 인해 아침 식사를 거른다.

아침 식사 결식의 원인은 개인의 식습관, 가족 환경, 늦잠 등 다양하지만, 그중에서도 가장 큰 원인은 시간 부족이다.[4)] 특히 청소년들은 학업과 학원 수강, 스마트폰 사용 등으로 인해 취침시간이 늦어지고 수면이 충분하지 않은 경우가 많다. 이러한 야간 생활패턴은 다음 날 아침에 식사를 거르게 만드는 원인이 될 수 있다는 점에서 청소년의 야간 생활패턴을 살펴볼 필요가 있다.

따라서 본 연구는 청소년의 야간 생활패턴이 아침 식사 결식에 어떤 영향을 미치는지를 살펴보고자 한다. 이를 위해 청소년의 야간 생활 특징을 분석하고, 이러한 특징들이 아침 식사 결식과 어떠한 연관성을 가지는지 알아본다. 또한, 아침 결식 문제점을 해결하기 위해 개인의 생활 습관 개선방안과 학교 및 사회적으로 대응할 방안도 제시하고자 한다.

1.2. 연구 방법

실제 청소년들의 야간 생활패턴과 아침 식사 결식 실태를 분석하기 위해 질문지법을 사용하였다. 설문 조사는 2026년 5월 9일 ~ 2026년 5월 15일까지 총 7일간 진행하였으며, 비교적 일정한 생활패턴이 나타나는 평일 기준으로 조사하였다. 설문 조사에는 총 58명이 참여하였으며, 이 중 여학생은 44명, 남학생은 14명으로 여학생의 비율이 더 높게 나타났다. 학년별로는 중학교 1학년 21명, 중학교 2학년 12명, 중학교

2) 국가데이터처, 「등굣길 뒤로 밀려난 아침 한 끼!, 청소년 주5일 이상 아침식사 결식률」, 2026.03.13., <https://blog.naver.com/hi_nso/224213839299> (2026.05.07.)
3) 서울아산병원 뉴스룸, 「아침식사는 충분히 저녁식사는 적게」, 2015.10.06., <https://news.amc.seoul.kr/news/con/detail.do?cntId=7621> (2026.05.07.)
4) 박하진. 「청소년의 아침 결식에 영향을 미치는 요인 및 영양지수와의 관련성 분석」, 부산대학교 대학원 국내석사학위논문, 2020, p35

3학년 9명, 고등학교 1학년 7명, 고등학교 2학년 6명, 고등학교 3학년 3명이 응답하였다. 다만 여학생과 중학생의 응답 비율이 상대적으로 높게 나타나, 전체 청소년의 특성을 일반화하기에는 한계가 있을 수 있다. 아침 결식의 문제점, 수면 부족 실태에 대해서는 문헌 연구법을 사용하였다.

2. 청소년의 아침 식사 결식 문제점과 수면 부족

2.1. 청소년 아침 식사 결식의 문제점

결식이란 식사를 거르는 것을 말한다. 아침 식사는 하루의 일과를 시작하기 이전에 먹는 첫 식사로 기상 후 2시간 이내에 섭취하는 것을 말하며[5], 잠에서 깬 후 몸에 에너지를 공급하고 신진대사를 시작하는 중요한 식사이다. 청소년기는 신체적, 정신적으로 급격히 발달하는 시기로, 규칙적인 아침 식사가 매우 중요하다. 이러한 청소년의 아침 식사 결식은 단순히 식사하지 않는 것을 넘어서, 성장과 건강에 중요한 문제로 연결되며 여러 건강 문제를 발생할 위험이 증가한다.

2023년 12월 동국대 일산병원 가정의학과 오상우 교수 연구팀이 10년간 국내 청소년 아침 식사 결식률과 건강 관계를 분석한 결과에 따르면 아침 식사 빈도가 낮을수록 비만도가 높고 비만 유병률도 증가하는 것으로 나타났다. 또한 성인이 되었을 때 고혈압으로 발전할 위험률이 높을 것으로 예측됐고, 혈당 수치와 콜레스테롤 수치도 높다는 결과가 나왔다. 이러한 결과는 아침을 거르면 오랜 공복으로 몸에서 에너지를 빠르게 공급하기 위해 짜고 기름진 음식을 선호하게 되는데, 이런 경향이 불규칙한 식습관을 갖게 하기 때문이다.[6] 또한, 아침 식사 결식이 대사질환과 뇌졸중을 유발하며, 당뇨병의 위험도 증가시킨다.[7]

아침 식사 결식은 신체적 건강뿐만 아니라 정신건강에도 영향을 준다. 대한가정의학회에서 발표한 연구에 따르면 청소년의 아침 결식이 슬픔과 절망감, 자살에도 영향을 줄 수 있는 것으로 나타났다, 아침 식사의 빈도가 높아질수록 슬픔과 절망감, 자살 생각이 감소하는 것으로 나타났다.[8]

2.2. 청소년의 수면 부족 실태

수면은 신체의 여러 기능에 영향을 미친다. 특히 청소년기는 신체적 성장과 학습능력 발달이 활발하게 이루어지는 시기로, 충분한 수면이 더욱 중요하다. 충분한 수면을 하게 되면 신체적, 정신적 피로 회복에 도움이 되고, 면역 기능을 강화하며, 기억력 강화와 학습능력 향상 등에도 영향을 미친다. 하지만 반대로 수면이 부족한 경우, 집중력이 저하되거나 기억력이 감소할 수 있으며, 그로 인해 학업 성취도에도 부정적인 영향을 줄 수 있다.[9]

---

5) 임경숙,「아침 결식이 경기지역 남녀 중학생의 영양섭취상태 피로자각도 및 주의집중력에 미치는 영향」, 한국식생활문화학회지 제29권 제5호, 한국식생활문화학회, 2014, p464.
6) 이진경,「'아침 식사' 거르는 청소년 늘었다… 비만·고혈압·ADHD 위험↑」, 하이닥, 2024.11.25. <https://news.hidoc.co.kr/news/articleView.html?idxno=41198>
7) 이슬비,「아침밥 거르세요?… 비만·당뇨·뇌졸중 위험↑」, 헬스조선, 2021.07.09., <https://m.health.chosun.com/svc/news_view.html?contid=2021070801711> (2026.05.08.)
8) 김중수,신은주,류설,박현정,「청소년의 아침 결식에 따른 정신건강의 관련성: 제12차(2016년) 청소년건강행태온라인 조사 원시자료」, 대한가정의학저널 제8권 제6호, 대한가정의학회, 2018, p873.
9) 이창우,전세현,조성진,김석주,「청소년기 수면 부족과 시공간 기억력 저하」, 수면·정신생리 제26권 제1호, 대한수면의학회, 2019, p17.

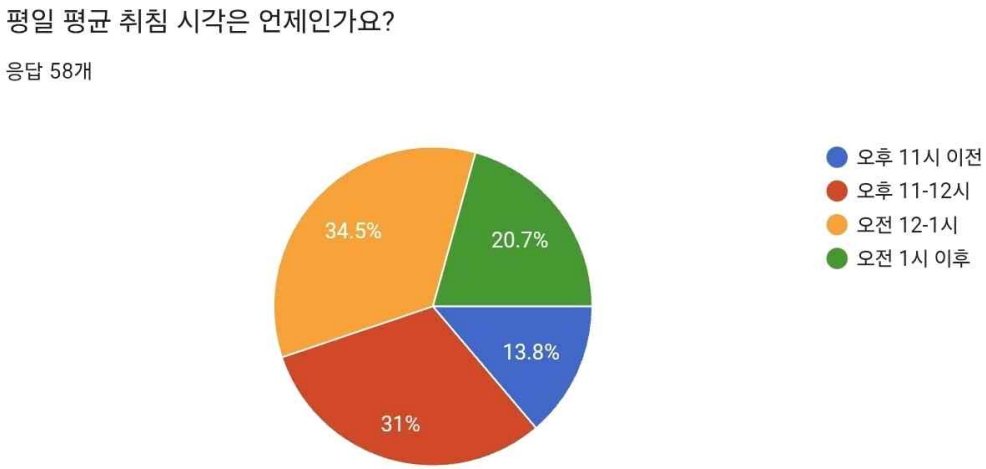
청소년기에 적정한 수면 시간은 8~10시간 정도이다.[10] 하지만 대부분 청소년의 평균 수면 시간은 이에 미치지 못하는 경우가 많다. 질병관리본부 조사에 따르면 우리나라 중•고등학생의 주중 평균 수면 시간은 6.3시간으로 나타났다. 이 중, 중학생은 하루 평균 7.1시간 고등학생은 5.7시간 수면을 취하는 것으로 나타났다. 또한 학생들이 충분한 수면을 하지 못하는 이유로는 야간 자율학습, 학원 및 과외, 숙제 및 인터넷의 비율이 높게 나타났다.[11]

청소년의 수면 부족 원인이 학업과 같은 외부적인 요인만 있는 것은 아니다. 생체시계는 하루를 기준으로 수면, 호르몬, 심박수 등 생체 리듬이 시간에 따라 주기적으로 변하는 것을 의미한다. 청소년의 생체시계는 성인보다는 약 2시간 정도 늦다. 즉, 청소년은 수면 호르몬인 멜라토닌이 성인보다 2시간 늦게 분비되기 때문에 수면 시각도 늦어지는 것이다.[12] 반면 학교생활로 인해 기상 시각은 성인과 큰 차이가 없어 청소년의 수면 시간이 상대적으로 부족할 수밖에 없는 것이다.

3. 청소년의 야간 생활패턴 및 아침 식사 결식 실태 분석

3.1. 청소년의 야간 생활패턴 분석

본 절에서는 설문 조사 결과를 바탕으로 청소년의 야간 생활패턴을 분석하고자 한다. 설문 조사 결과를 통해 청소년의 야간 생활 습관을 확인하고, 이러한 생활 습관이 수면 시간에 미치는 영향에 대해 살펴보고자 한다.

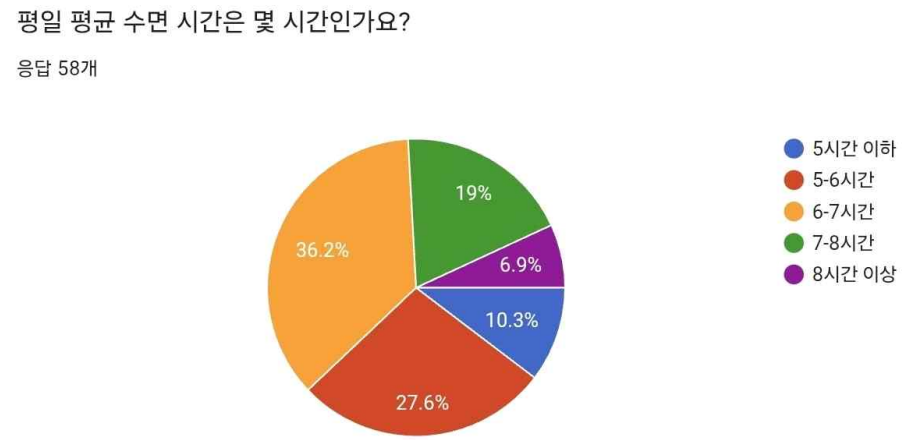


<그림 2> 청소년 평일 평균 취침 시각

10) Hirshkowitz, M., et al., National Sleep Foundation's sleep time duration recommendations: methodology and results summary, Sleep health 제1권 제1호, 미국수면재단, 2015, p43.
11) 보건복지부, 「제10차(2014) 청소년건강행태온라인조사 통계」, 2015.06.03., <https://www.mohw.go.kr/board.es?mid=a10411010100&bid=0019&tag=&act=view&list_no=337313> (2026.05.19.)
12) 최원국, 「청소년 늦잠 자는 이유… 성인보다 '생체시계' 2시간 늦어」, 조선리더스, 2021.04.13., <https://newsteacher.chosun.com/site/data/html_dir/2021/04/13/2021041300012.html> (2026.05.19.)

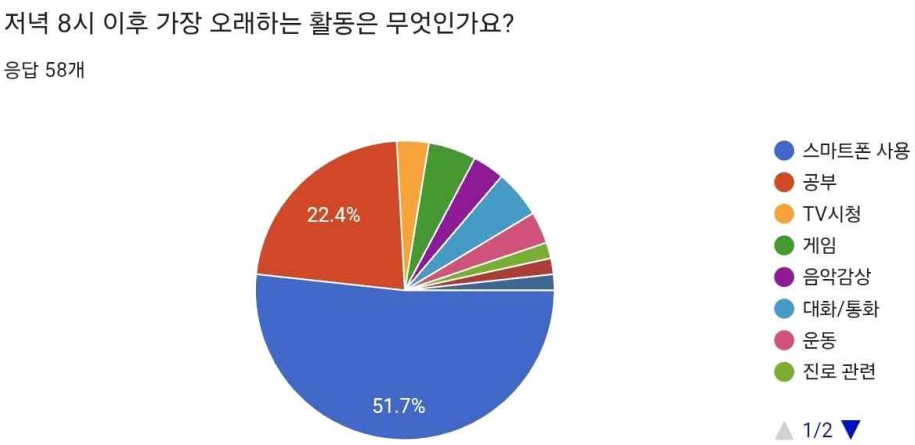
청소년의 평일 평균 취침 시각을 조사한 결과, '오전 12시~1시'에 취침한다고 응답한 청소년의 비율이 34.5%(20명)로 가장 높게 나타났다. 다음으로 '오후 11시~12시'에 취침한다고 응답한 비율이 31%(18명)였으며, '오전 1시 이후'에 취침한다고 응답한 비율은 20.7%(12명)로 나타났다. 반면 '오후 11시 이전'에 취침한다고 응답한 청소년의 비율은 13.8%(8명)로 가장 낮았다.

아침 7시에 기상한다고 가정할 경우, 충분한 수면을 위해서는 밤 9~11시 사이에 취침하는 것이 바람직하다. 그러나 조사 결과에서 나타나듯, 오후 11시 이전에 취침하는 청소년의 비율은 낮고, 많은 청소년이 오후 11시 이후에 취침한다는 것을 알 수 있다.



<그림 3> 청소년 평일 평균 수면 시간

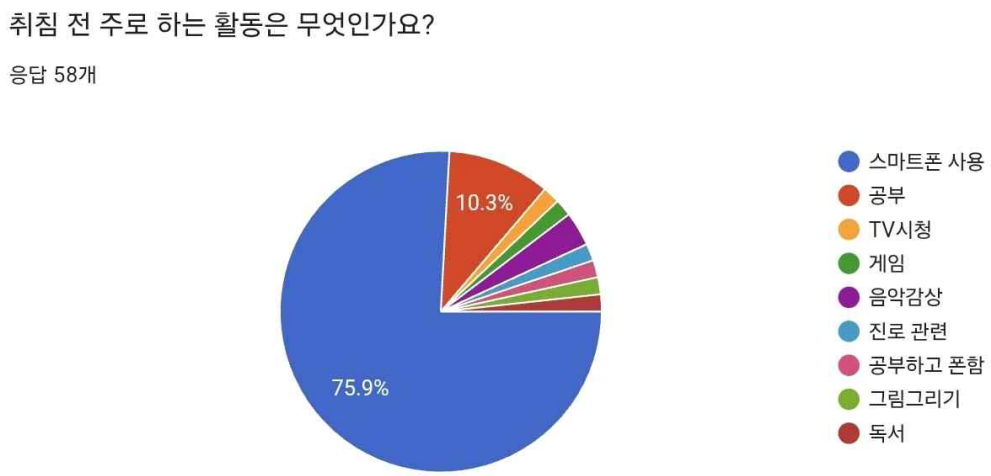
<그림 3>은 청소년의 평일 평균 수면 시간에 대한 설문 조사 결과이다. 수면 시간이 '평균 6~7시간'이라고 응답한 비율이 36.2%(21명)로 가장 높게 나타났고, '평균 5~6시간'이라 응답한 비율이 27.6%(16명)로 두 번째로 높게 나타났다. 다음으로 '평균 7~8시간'이라고 응답한 비율이 19%(11명), '평균 5시간 이하'라고 응답한 비율이 10.3%(6명)로 나타났다. 반면 청소년 권장 수면 시간인 '8시간 이상' 수면을 취한다고 응답한 청소년은 6.9%(4명)로 가장 적게 나타났다. 이러한 결과를 통해, 대부분 청소년이 권장 수면 시간보다 적게 수면을 취한다는 사실을 알 수 있다.



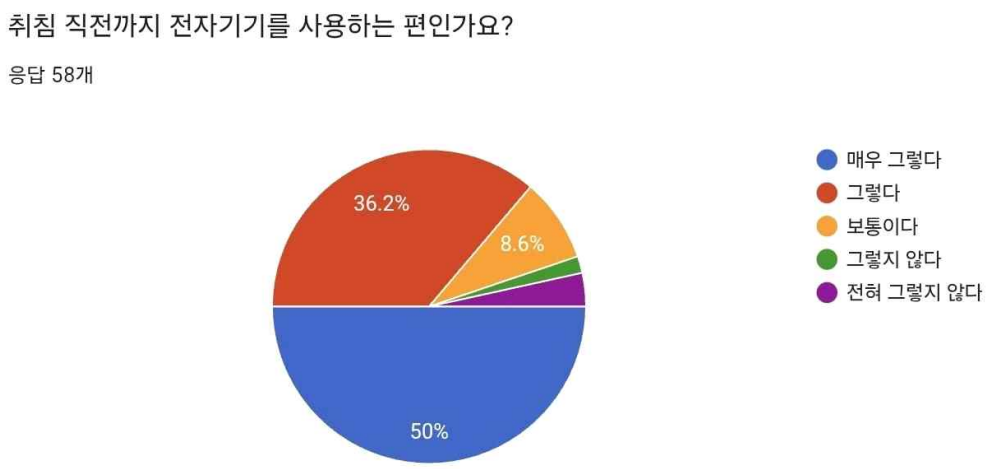
<그림 4> 저녁 8시 이후 가장 오래 하는 활동

본 연구에서는 청소년의 저녁 이후 생활 습관을 폭넓게 살펴보기 위해 오후 8시 이후를 야간 시간대로 설정하여 설문 조사를 진행하였다.

<그림 4>에서 나타나듯, 저녁 8시 이후 가장 오래 하는 활동이 '스마트폰 사용'이라고 응답한 청소년이 51.7%(30명)로 가장 많이 나타났으며, 많은 청소년이 주로 야간에 스마트폰을 사용하며 시간을 보낸다는 것을 알 수 있다. 다음으로 '공부'라고 응답한 청소년의 비율이 22.4%(13명)로 두 번째로 많았으며, 그 외에도 '게임' 5.2%(3명), '대화/통화' 5.2%(3명), 'TV 시청' 3.4%(2명) 등의 응답이 있었다.



<그림 5> 취침 전 주로 하는 활동



<그림 6> 취침 직전 전자기기 사용 여부

<그림 5>는 취침 전 주로 하는 활동에 대한 설문 조사 결과이다. 취침 전 주로 하는 활동으로 '스마트폰

사용’이라 응답한 청소년은 75.9%(44명)로 절반이 넘는 비율을 차지하였다.

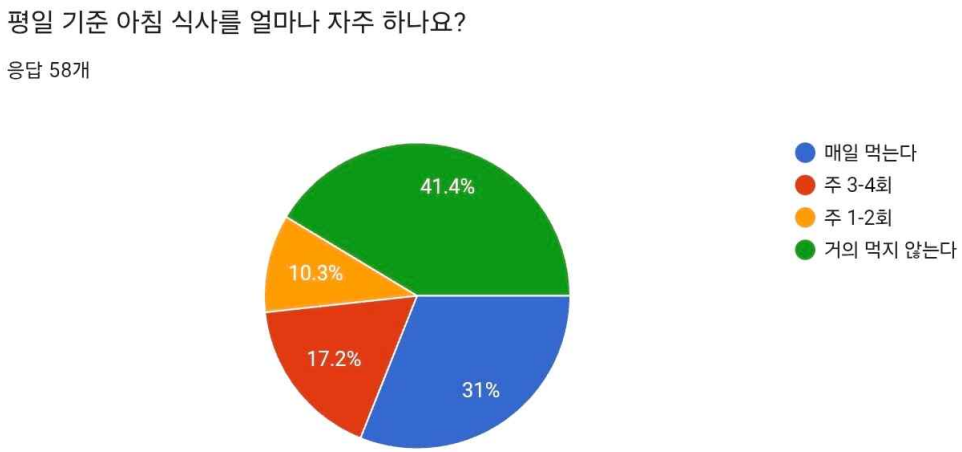
<그림 6>에서 나타나듯, ‘취침 직전까지 전자기기를 사용하는 편인가요?’라는 질문에 대해 ‘매우 그렇다’는 응답이 50%(29명), ‘그렇다’는 응답이 36.2%(21명)로 나타났다. 이를 합한 긍정 응답 비율은 총 86.2%(50명)로, 매우 높은 비율을 차지하였다.

<그림 4>, <그림 5>, <그림 6>을 통해 많은 청소년이 저녁 시간대부터 스마트폰을 사용하며, 취침 직전까지 스마트폰을 포함한 전자기기를 사용하는 경향이 있음을 알 수 있다. 스마트폰 사용 다음으로 공부의 비율이 높게 나타나, 청소년이 야간 시간대에 전자기기 사용과 학업 활동에 많은 시간을 사용하고 있음을 확인할 수 있다. 취침 전 주로 하는 활동으로 스마트폰을 사용한다고 답한 44명의 청소년 수면 시간을 살펴봤을 때, '평균 5시간 이하' 3명, '평균 5~6시간' 14명, '평균 6~7시간' 17명, '평균 7~8시간' 9명, '평균 8시간 이상' 1명으로 나타났다. 이를 통해, 취침 전 스마트폰을 사용하는 청소년 대부분이 평균 8시간 이하로 수면을 취한다는 사실을 알 수 있다.

청소년은 주로 스마트폰으로 영상 시청, 게임, SNS 등을 하는데, 이는 취침시각을 늦추는 요인이 될 수 있다. 또한, 늦은 시간까지 이어지는 스마트폰 사용은 충분한 수면 시간을 확보하지 못하게 하여 수면 부족에 영향을 미칠 가능성이 있다.

3.2. 아침 식사 결식 실태 분석

본 절에서는 설문 조사 결과 바탕으로 실제 청소년의 아침 식사 결식과 그 원인에 대해 살펴보고자 한다.

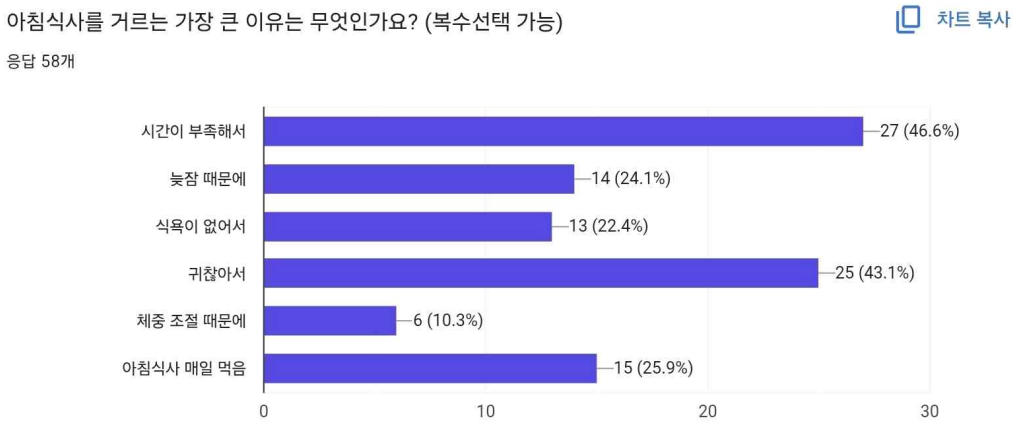


<그림 7> 평일 아침 식사 섭취 빈도

청소년의 평일 아침 식사 섭취 빈도를 조사한 결과, ‘거의 먹지 않는다’라고 응답한 청소년은 41.4%(24명)으로 가장 높게 나타났으며, 질병관리청에서 조사한 2025년도 아침 식사 결식률과도 유사한 수치가 나타났다. ‘주 3~4회’라고 응답한 청소년은 17.2%(10명), ‘주 1~2회’라고 응답한 청소년은 10.3%(6명)으로 나타났다. 또한, ‘매일 먹는다’라고 응답한 청소년은 31%(18명)으로 나타났는데, 예상보다 높은 비율의 학생들이 아침 식사를 꾸준히 하고 있다는 것을 알 수 있다.

이러한 결과를 종합해보면, 많은 청소년이 평일 아침 식사를 규칙적으로 하지 못하고 있음을 알 수 있다. 그러나 일부 학생들은 꾸준히 아침 식사를 하고 있는 것으로 나타나, 청소년들의 아침 식사 습관이 생활패

턴이나 개인의 습관에 따라 다르게 나타날 수 있음을 확인할 수 있다.



<그림 8> 아침 식사 결식 이유

<그림 8>은 청소년 아침 식사 결식 이유에 대한 설문 조사 결과이다. 아침 식사를 거르는 이유 중 가장 많이 나타난 응답은 '시간이 부족해서' 46.6%(27명)로 나타났다. 다음으로 '귀찮아서'라고 응답한 비율이 43.1%(25명)로 두 번째로 높게 나타났으며, '늦잠 때문에' 24.1%(14명), '식욕이 없어서' 22.4%(13명), '체중 조절 때문에' 10.3%(6명)로 나타났다.

이러한 결과를 통해, 청소년이 아침 식사를 결식하는 이유가 생활 습관과 밀접한 관련이 있다는 것을 알 수 있다. 특히 '시간이 부족해서'라는 응답이 가장 높게 나타난 것으로 보아, 바쁜 아침 시간과 등교 준비 등이 아침 식사 결식에 영향을 미치고 있다는 것을 알 수 있다.

3.3. 야간 생활패턴이 아침 식사 결식에 미치는 영향

설문 조사 결과를 통해, 많은 청소년이 늦은 시간까지 스마트폰을 사용하거나 학업을 하는 것으로 나타났다. 이러한 생활 습관은 수면 부족과 아침 준비시간 부족으로 이어질 가능성이 있으며, 이는 아침 식사를 거르는 원인이 될 수 있다.

야간 생활패턴 중에서도 스마트폰 사용은 수면에 직접적인 영향을 줄 수 있다. 밤에는 멜라토닌 호르몬을 분비하여 수면을 유도하는데, 빛에 민감한 멜라토닌은 스탠드나 스마트폰 등 작은 불빛에만 노출돼도 분비량이 줄어든다. 이로 인해 자다가 자주 깨거나 수면 장애가 발생하고, 일주기 리듬을 지연시켜 취침 시각을 늦출 가능성이 있다.[13)]

또한 청소년은 내신, 대학 입시에 대한 부담으로 늦은 시간까지 학업을 이어가는 경우가 많다. 그러나 이러한 생활패턴도 수면 시간을 줄이는 요인이 될 수 있다.

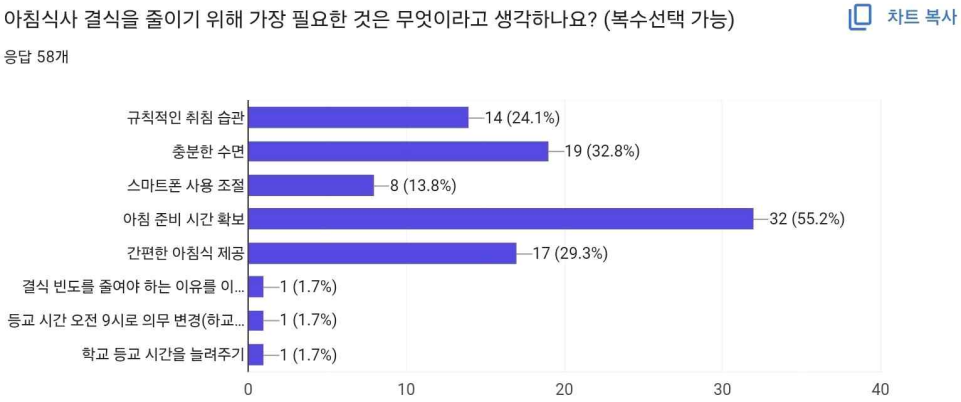
이처럼 늦은 시간까지 이어지는 전자기기 사용과 학업은 수면 부족으로 이어질 수 있으며, 이로 인해 충분한 휴식을 취하지 못한 청소년은 아침 시간에 피로감을 쉽게 느낀다. 그 결과 아침 준비시간이 부족하여 식사하지 못하고, 식사를 준비하거나 섭취하는 과정 자체를 번거롭게 인식하게 되어 아침 식사를 거르게 되는 것이다.

---

13) 신소영, 「폰 보느라 새벽에 잠드는 나… 몸은 '이렇게' 변해가고 있다」, 헬스조선, 2025.02.08., <https://m.health.chosun.com/svc/news_view.html?contid=2025020703041> (2026.05.30.)

4. 해결방안

4.1. 개인적 개선방안



<그림 9> 아침 식사 결식 감소를 위해 가장 필요한 요소

청소년을 대상으로 아침 식사 결식 감소를 위해 가장 필요한 요소가 무엇인지 조사한 결과, '아침 준비시간 확보'라고 응답한 청소년이 55.2%(32명)으로 가장 많이 나타났다. 또한 '규칙적인 취침 습관', '충분한 수면'이라고 응답한 청소년의 비율도 높게 나타났으며, 이는 야간 생활패턴의 개선이 필요하다는 것을 알 수 있다.

첫 번째로, 충분한 수면을 취할 수 있도록 야간 스마트폰 사용을 줄여야 한다. 대한의사협회에서 발표한 대국민 건강 선언문에 따르면 잠들기 2시간 전 이내에 스마트폰 사용을 하지 않도록 권장하고 있다.[14] 따라서 충분한 수면을 취하기 위해서는 기상 시각을 기준으로 8~10시간 전을 취침 시각으로 정하고, 그 시각 2시간 전부터는 스마트폰 사용을 하지 않도록 해야 한다.

두 번째로, 규칙적인 취침과 기상 습관을 형성해야 한다. 취침시간과 기상 시간이 일정하지 않으면 생체리듬이 불규칙해져 충분한 수면을 취하더라도 아침에 일어나기 어려울 수 있다. 또한 늦게 잠들고 일어나는 습관은 아침 준비시간을 부족하게 만들어 아침 식사를 거르게 만든다. 따라서 평일과 주말 모두 비슷한 시간에 잠자리에 들고 일어나는 습관을 만들어 규칙적인 생활 리듬을 형성하도록 한다.

세 번째로는 전날 미리 아침 식사를 준비해놓는 방법이다. 아침에는 등교 준비로 인해 시간이 부족하여 식사를 거르는 경우가 많으므로, 전날 밤 간단한 아침 식사를 미리 준비해 두는 것이 도움이 될 수 있다. 이를 통해 아침 시간의 부담을 줄이고, 아침을 미리 준비하지 않는 것보다 더 쉽게 아침 식사를 실천할 수 있다.

4.2. 제도적 대응방안

청소년의 아침 식사 결식을 줄이기 위해서는 개인의 노력뿐만 아니라 학교와 정부 차원의 제도적 지원이 필요하다. 우선, 청소년의 충분한 수면 시간과 아침 식사를 보장하기 위해 등교 시간을 9시로 조정해야 한

14) 대한의사협회, 「대국민 건강 선언문」, 제35차 종합학술대회, 2017, p134

다. 청소년 수면 부족 문제와 아침 결식을 해결하기 위해 2014년부터 2022년도까지 경기도 초,중,고등학교를 대상으로 9시 등교 정책을 시행하였다. 경기대 교육대학원 김성영 교수팀은 9시 등교 정책을 시행중인 학교를 다니는 중학생을 대상으로 하여 연구를 진행하였다. 연구 결과, 9시로 등교 시간이 늦춰진 이후 남학생과 여학생 모두에서 아침 식사를 챙겨 먹는 학생이 많아진 것으로 나타났다. 9시 등교 정책 시행 전 '매일 아침 식사를 한다'라고 응답한 학생은 남학생과 여학생 각각 38.7%·32.4%였지만 정책 시행 후 44.6%·35.8%로 증가했다.[15] 이처럼 9시 등교 정책은 청소년의 수면 시간을 늘리는 것뿐만 아니라 아침 식사 섭취율을 높이는 데에도 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 따라서 청소년의 건강한 생활습관 형성을 위해 등교 시간 조정과 같은 제도적 지원을 적극적으로 검토할 필요가 있다.

또한, 학교 차원에서 아침 식사를 제공하는 방안도 고려할 수 있다. 서울시교육청은 아침 식사 결식률을 줄이기 위해 '서울형 모닝밀 시범학교' 사업을 추진하였다. 시범 사업 대상이었던 선일여중 학생들은 "아침 급식 덕분에 든든하게 공부할 수 있어서 좋다.", "매일 무슨 메뉴가 나올까 기대된다."와 같은 긍정적인 반응을 보였다. 하지만 현실적인 예산과 인력이 부족하여 많은 학교에서 시행되지는 못하였다.[16] 따라서 정부는 학교에서 아침 식사를 제공할 수 있도록 예산을 확대할 필요가 있다. 인력 문제의 경우 기존 급식 인력의 업무 부담을 고려하여 추가 조리 인력을 배치하거나, 지역 사회의 사회적 기업 및 급식 지원 기관과 협력하는 방안을 활용할 수 있다. 또한, 학교 내에서 직접 조리한 아침 식사를 제공하기 어려운 경우에는 우유, 빵, 과일 등 간편식을 제공하는 방식으로 운영하여 조리 인력과 비용 부담을 줄일 수 있을 것이다.

마지막으로, 청소년을 대상으로 아침 결식에 대한 교육을 실시해야 한다. 많은 청소년들이 아침 식사를 거르면 건강에 좋지 않다는 사실은 알고 있지만, 구체적으로 어떤 영향을 미치는지는 잘 알지 못하는 경우가 많다. 또한 아침 식사의 중요성과 필요성을 충분히 인식하지 못하기도 한다. 따라서, 정부와 교육청은 학교 보건교육 및 영양교육 과정에 아침 식사의 중요성을 포함하여 청소년들의 인식을 개선할 필요가 있다.

5. 결론 및 기대효과

본 연구에서는 청소년 아침 결식의 문제점과 수면 부족 실태를 살펴보고, 청소년의 야간 생활패턴이 아침 식사 결식에 어떠한 영향을 주는지 알아보았다. 또한 그 문제를 해결하기 위한 개인적, 제도적 개선방안을 제시하였다. 청소년은 주로 야간에 스마트폰 사용과 학업에 많은 시간을 보내며, 이러한 야간 생활패턴이 수면 부족으로 이어져 아침 식사 결식에 영향을 미칠 수 있음을 알 수 있었다. 이런 청소년 아침 식사 결식 문제를 해결하기 위해서는 개인적인 노력과 제도적 대응방안이 필요하다.

본 연구에서 제시한 개선방안이 실행된다면 청소년의 아침 식사 결식률을 낮추는 데 도움이 될 것으로 기대된다. 아침 식사 섭취가 증가하면 영양 불균형을 예방하고 건강한 성장과 신체 발달에 도움이 될 수 있다. 또한 오전 시간대의 집중력과 학습능력이 향상되어 학교생활 적응에도 긍정적인 영향을 미칠 것으로 예상된다.

청소년의 아침 식사 결식은 개인의 건강뿐만 아니라 학습과 생활 전반에 영향을 미치는 중요한 문제이다. 이를 통해 많은 사람들이 아침 식사 결식을 단순한 식습관의 문제가 아닌 건강과 학습에 영향을 미치는 중요한 문제로 인식하고, 이를 개선하기 위한 노력에 관심을 기울이길 기대한다.

---

15) 김나운, 「등교 시간 늦추니 아침밥 먹는다」, 대한급식신문, 2017.12.27., <https://www.fsnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=23705> (2026.05.31.)

16) 박고은, 「서울 아침 급식 학교 2027년까지 77개로 늘린다」, 한겨레, 2023.11.08., <https://www.hani.co.kr/arti/society/schooling/1115481.html> (2026.05.31.)

참고 문헌

국가데이터처, 「등굣길 뒤로 밀려난 아침 한 끼!, 청소년 주5일 이상 아침식사 결식률」, 2026.03.13., <https://blog.naver.com/hi_nso/224213839299>

김나운, 「등교 시간 늦추니 아침밥 먹는다」, 대한급식신문, 2017.12.27., <https://www.fsnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=23705>

김중수,신은주,류설,박현정, 「청소년의 아침 결식에 따른 정신건강의 관련성: 제12차(2016년) 청소년건강행태온라인조사 원시자료」, 대한가정의학저널 제8권 제6호, 대한가정의학회, 2018, p870-876.

대한의사협회, 「대국민 건강 선언문」, 제35차 종합학술대회, 2017.

박고은, 「서울 아침 급식 학교 2027년까지 77개로 늘린다」, 한겨레, 2023.11.08., <https://www.hani.co.kr/arti/society/schooling/1115481.html>

박하진. 「청소년의 아침 결식에 영향을 미치는 요인 및 영양지수와의 관련성 분석」, 부산대학교 대학원 국내석사학위논문, 2020, p1-86

보건복지부, 「제10차(2014) 청소년건강행태온라인조사 통계」, 2015.06.03., <https://www.mohw.go.kr/board.es?mid=a10411010100&bid=0019&tag=&act=view&list_no=337313>

서울아산병원 뉴스룸, 「아침식사는 충분히 저녁식사는 적게」, 2015.10.06., <https://news.amc.seoul.kr/news/con/detail.do?cntId=7621>

이슬비, 「아침밥 거르세요?… 비만·당뇨·뇌졸중 위험↑」, 헬스조선, 2021.07.09., <https://m.health.chosun.com/svc/news_view.html?contid=2021070801711>

이진경, 「'아침 식사' 거르는 청소년 늘었다… 비만·고혈압·ADHD 위험↑」, 하이닥, 2024.11.25. <https://news.hidoc.co.kr/news/articleView.html?idxno=41198>

이창우,전세현,조성진,김석주, 「청소년기 수면 부족과 시공간 기억력 저하」, 수면·정신생리 제26권 제1호, 대한수면의학회, 2019, 16-22.

임경숙, 「아침 결식이 경기지역 남녀 중학생의 영양섭취상태 피로자각도 및 주의집중력에 미치는 영향」, 한국식생활문화학회지 제29권 제5호, 한국식생활문화학회, 2014, 464-475.

신소영, 「폰 보느라 새벽에 잠드는 나… 몸은 '이렇게' 변해가고 있다」, 헬스조선, 2025.02.08., <https://m.health.chosun.com/svc/news_view.html?contid=2025020703041>

질병관리청, 「청소년건강행태조사 2025년 주요결과 발표」, 2025.12.04., <https://www.kdca.go.kr/kdca/2847/subview.do?enc=Zm5jdDF8QEB8JTJGYmJzJTJGa2RjYSUyRjQxJTJGMjE1NTA1JTJGYXJ0Y2xWaWV3LmRvJTNG>

최원국, 「청소년 늦잠 자는 이유… 성인보다 '생체시계' 2시간 늦어」, 조선리더스, 2021.04.13., <https://newsteacher.chosun.com/site/data/html_dir/2021/04/13/2021041300012.html>

Hirshkowitz, M., et al., National Sleep Foundation's sleep time duration recommendations: methodology and results summary, Sleep health 제1권 제1호, 미국수면재단, 2015, p40-43.

부록

청소년의 야간 생활 패턴 및 아침식사 결식률 조사

1. 성별이 무엇인가요?

1) 남자
2) 여자

2. 몇 학년인가요?

1) 중1
2) 중2
3) 중3
4) 고1
5) 고2
6) 고3

3. 평일 기준 아침 식사를 얼마나 자주 하나요?

1) 매일 먹는다
2) 주 3-4회
3) 주 1-2회
4) 거의 먹지 않는다

4. 아침식사를 거르는 가장 큰 이유는 무엇인가요? (복수선택 가능)

1) 시간이 부족해서
2) 늦잠 때문에
3) 식욕이 없어서
4) 귀찮아서
5) 체중 조절 때문에
6) 아침식사 매일 먹음

5. 평일 평균 취침 시각은 언제인가요?

1) 오후 11시 이전
2) 오후 11-12시
3) 오전 12-1시
4) 오전 1시 이후

6. 평일 평균 수면 시간은 몇 시간인가요?

1) 5시간 이하
2) 5-6시간
3) 6-7시간
4) 7-8시간
5) 8시간 이상

7. 취침 전 주로 하는 활동은 무엇인가요?

1) 스마트폰 사용
2) 공부
3) TV시청
4) 게임
5) 음악감상
6) 기타 : ------

8. 저녁 8시 이후 가장 오래하는 활동은 무엇인가요?

1) 스마트폰 사용
2) 공부
3) TV시청
4) 게임
5) 음악감상
6) 대화/통화
7) 기타 : ------

9. 취침 직전까지 전자기기를 사용하는 편인가요?

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

10. 아침식사 결식을 줄이기 위해 가장 필요한 것은 무엇이라고 생각하나요? (복수선택 가능)

1) 규칙적인 취침 습관
2) 충분한 수면
3) 스마트폰 사용 조절
4) 아침 준비 시간 확보
5) 간편한 아침식 제공
6) 기타 : ------

비만치료제의 유전체적 반응성에 대한 탐구

목차

1. 서론
2. 비만 치료재의 작용 기전과 치료 반응
  2.1. 비만 치료의 작동 원리
  2.2. 비만 치료제의 반응 이질성 및 편차
3. GLP1R의 유전적 변이와 약물 반응성
  3.1. 치료 효과를 결정 짓는 수용체의 미세한 차이
3.2. GWAS 통한 GLP1R 변이 임상적 유의성 검증
3.3. 유전형과 생리학적 표현형의 결합
4. 약물 예측의 경제적 필요성
  4.1. 한국 비만 치료 시장의 비용 구조
  4.2. 유전체 정보의 임상적 가치
5. 결론
참고 문헌

1. 서론

현대 사회에서 비만은 공중 보건의 위기이자 심혈관 질환, 제2형 당뇨병 같은 만성 대사 질환을 유발하는 주요 원인이다. 한국인 기준 체질량지수(BMI) 25 이상은 비만으로 분류되고 대사적 항상성이 붕괴하기 시작하는 지표로 해석된다.[1] 일차적인 치료법인 식사나 운동 요법 같은 생활 개선만으로 체중 조절에 어려움이 있어 임상에서는 강력한 대안으로서 비만 치료제를 도입했다. 최근 등장한 GLP-1 수용체 작용제(glucagon-like peptide-1 receptor agonist)는 섭식 중추를 직접 제어해 비만 치료의 패러다임을 전환했다. 그러나 환자의 생리학적 지형에 따라 반응의 편차가 있어 비만 치료제가 정밀한 설계가 동반하지 않은 경우 불완전할 수 있음을 시사한다.

유전적 요인이 비만치료제 반응에 개입한다는 사실은 더 이상 논쟁거리가 아니다. 진짜 질문은 그 다음에서 시작된다. 어떤 유전적 조합이, 어떤 분자 경로를 타고 치료 결과를 갈라놓는가. 지금 비만치료 시장을 이끄는 건 위고비(semaglutide)와 마운자로(tirzepatide)다. 그런데 이 약들은 유전적 배경이 서로 다른 환자들에게 똑같은 용량과 프로토콜로 투여된다. semaglutide의 68주 임상(STEP 1)을 보면 평균 체중감량률은 14.9%였다. 그러나 어떤 환자는 5%도 채 빠지지 않았고 또 다른 환자는 20%를 넘겼다.[2] 같은 약, 같은 용량인데 결과가 이렇게 갈린다면 무반응을 치료 실패로 읽는 건 잘못된 진단이다. 처음부터 투여 설계가 유전적 다양성을 외면했기 때문이다.

---

1) 대한비만대사외과학회, 「비만과 수술치료」, 대한비만대사외과학회 홈페이지, <https://www.ksmbs.or.kr/content/general/01.php>

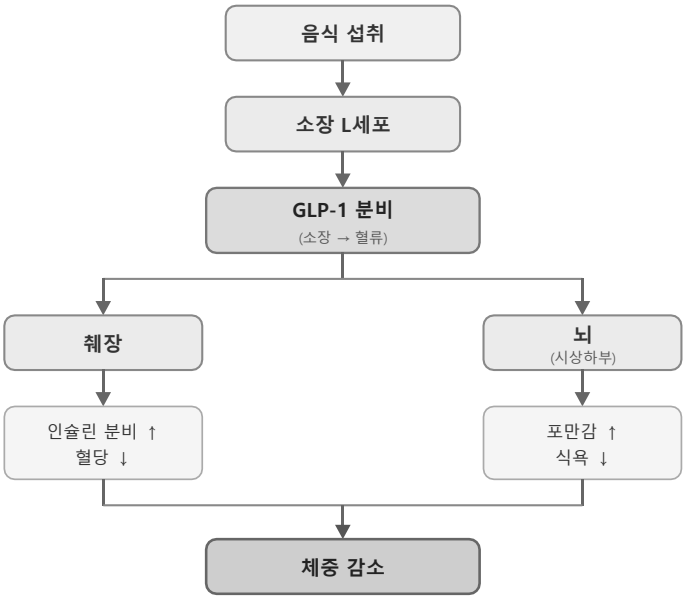
2) Wilding JPH, et al. "Once-Weekly Semaglutide in Adults with Overweight or Obesity." *New England Journal of Medicine*, 2021;384(11):989–1002.

이 글은 GLP-1 수용체 작용제의 치료 반응을 결정짓는 유전적 변수를 들여다본다. 특히 GLP1R 유전자 변이와 대규모 코호트 연구에서 도출된 체중감소 예측 지표를 교차 검토해 유전적 다양성이 개인 맞춤형 비만치료 전략으로 실제로 전환될 수 있는지 따져본다.

2. 비만 치료제의 작용 기전과 치료 반응

2.1. 비만 치료제의 작동 원리

GLP-1은 음식을 먹은 뒤 소장의 L세포에서 분비되는 호르몬이다. <그림1>을 보면 이 호르몬은 두 가지 경로로 동시에 작용한다. 첫째 췌장에 신호를 보낸 인슐린 분비를 늘리고 혈당을 낮춘다. 둘째로 혈류를 타고 뇌의 시상하부와 뇌간에 도달해 포만감 신호를 전달하고 위가 음식을 내려 보내는 속도를 늦춘다. 그 결과 자연스럽게 식사량이 줄고 체중이 감소한다.



<그림 1> GLP-1의 분비에서 체중 감소까지 신호 전달 경로

마운자로나 위고비 같은 GLP-1 수용체 작용제는 이 내인성 호르몬의 역할을 모방한 합성 약물이다. 이 약들은 GLP1R에 직접 결합해 위의 신호 경로를 인위적으로 활성화한다. 그러나 이러한 기전이 부작용의 원인이 되기도 한다. 약물이 위 배출 지연을 유도하여 포만감을 극대화하는 과정에서 위장관 운동의 과도한 저하는 메스꺼움, 구토 같은 부작용을 유도한다.[3]

약물의 체내 지속시간은 치료 효과의 유지에 중요한 영향을 미치지만 동일한 투여 조건에서 환자 간 차이가 나타나는 점은 수용체 수준에 초점을 두어야 한다. 이 수용체가 약물을 얼마나 잘 받아들이는지가 치료 반응 정도를 좌우해서 GLP1R을 만드는 유전자에 변이가 있다면 개인마다 다른 강도의 신호가 받아들여질 수 있다.

2.2. 비만 치료제의 반응 이질성 및 편차

표준화된 투여 방식이 낳는 구체적 결과는 임상 데이터에서 확인된다. 2022년 수행된 마운자로 제 3상

3) 강남더슬림의원,「마운자로 효과부터 용량, 부작용까지 (위고비와 비교)」, 강남더슬림의원 홈페이지, , <https://www.gntheslim.com/kwa-2368895-170?PB_1579071635=5>

임상시험(SURMOUNT-1)에서 2539명 비만인을 대상으로 72주간 약물을 투여한 결과 <표1>에서 볼 수 있듯이 최대 용량군 15mg에서 평균 20.9%의 체중 감량을 기록했다.[4] 다만 이 수치가 평균값인 것을 고려했을 때 15mg군에서 20% 이상 감량에 도달한 참여자는 57%이고 나머지 43%는 그 기준에 미치지 못했다.[5] 5% 미만 감량에 그친 무반응 집단은 9% 존재했다. 동일한 약과 실험 조건에서 이런 결과는 반응 편차가 추상적 가능성이 아닌 실측 데이터로 입증되는 현상임을 보여준다.

또한 일부 환자에서 관찰되는 낮은 치료 반응성은 비만 치료제가 동일하게 작용하지 않음을 뜻한다. 마운자로가 작용하는 GLP1R의 구조는 아미노산 서열의 단일 변이만으로 사람마다 미세하게 다르다. GLP1R은 G 단백질 결합 수용체(GPCR)로써 리간드가 결합 후 신호전달 복합체를 구성하기 위해서는 수용체 도메인의 입체 구조 변화가 필수적이다. 따라서 아미노산 서열의 미세한 변이는 구조적 유연성을 변화시켜 수용체 활성화 효율에 차이를 만든다.[6]

평가항목	5 mg	10 mg	15 mg	위약
치료 종료 시 평균 체중 감소율	15.0%	19.5%	**20.9%**	3.1%
체중 20% 이상 감소 환자 비율	30%	50%	**57%**	3.1%
체중 감소가 5% 미만인 환자 비율	15%	11%	**9%**	65%

<표 1> SURMOUNT-1 용량군별 체중 감량 반응 분포

3. GLP1R의 유전적 변이와 약물 반응성

3.1. 치료 효과를 결정짓는 수용체의 미세한 차이

GLP1R의 유전적 이질성을 분석하기 위해 생물정보학 분석도구인 MEGA12를 활용해 서열 정렬(Sequence Alignment)을 수행했다. 그 결과 <그림2>를 보면 GLP1R 유전자 중 rs6923761의 다형성이 수용체 단백질의 168번째 아미노산을 Glycine에서 Serine으로 바꾸는 missense 변이임을 확인할 수 있다. 보라색으로 표시된 바로 그 지점이다.[7] 이것이 중요한 이유는 Glycine은 잔기가 수소 원자 하나에 불과해 수용체에 넓은 가동 범위와 유연성을 부여한다. 반면 Serine의 수산기(-OH)는 주변 잔기들과 강한 수소결합을 형성해 특정 도메인을 고정시켜버린다. 즉 아미노산 하나의 차이가 단백질 전체의 구조적 유연성을 제한할 수 있다는 것이다. 작은 변화처럼 보이지만 그 결과는 결코 작지 않다.

---

4) Jastreboff AM, Aronne LJ, Ahmad NN, et al. Tirzepatide Once Weekly for the Treatment of Obesity. N Engl J Med. 2022; 387:205-216; Eli Lilly and Company, SURMOUNT-1 Phase 3 결과 발표 보도자료 (2022).

5) Eli Lilly and Company. Lilly's tirzepatide delivered up to 22.5% weight loss in adults with obesity or overweight in SURMOUNT-1. Press release, 2022.

6) Pal K, Jaiswal A, et al. Crystal structure of the GLP-1 receptor bound to a peptide agonist. Nature. 2017; Zhang Y, et al. Structure of the full-length glucagon class B G-protein-coupled receptor. Nature. 2017.

7) Genetic variations in GLP-1R: Impact on diabetes and obesity therapeutics. ScienceDirect review, 2026.



<그림 2> MEGA12를 이용한 GLP1R 유전자 변이(rs6923761)에 따른 아미노산 서열 비교

이론상으로는 GLP-1 결합에 유도 적합 과정이 방해받을 것으로 예측했다. 아미노산 치환이 수용체의 구조적 유연성을 떨어뜨리고 구조가 바뀐 수용체는 리간드를 제대로 인식하지 못한다는 논리였다. 분자생물학적으로는 충분히 자연스러운 추론이었다. 그런데 임상 데이터는 정반대를 가리켰다. 변이형 A 대립유전자 동형접합체군(AA)은 야생형 G 대립유전자 보유군(AG, GG)보다 체중 감량 속도가 1.6배 빨랐다. 수용체가 단순히 손상된 것이었다면 나올 수 없는 수치다. 여기서 하나의 해석이 가능하다. 자물쇠가 원래 열쇠에 덜 맞더라도 특정 마스터키에는 오히려 더 잘 맞는 경우가 있다. rs6923761 변이가 그런 방식으로 작동했을 수 있다. 기존 리간드인 GLP-1에 대한 유연성은 다소 줄었더라도 위고비와의 결합 친화도는 높아지는 방향으로 수용체 구조가 재편되었을 가능성이다. 그렇다면 rs6923761은 단순한 유전적 다형성이 아니다. 이 변이를 가진 환자가 합성 작용제에 더 강하게 반응할 가능성이 있고 그것을 투여 전에 미리 알 수 있다는 점에서 임상적으로 의미가 다르다.

3.2. GWAS 이용한 GLP1R 변이의 임상적 유의성 검증

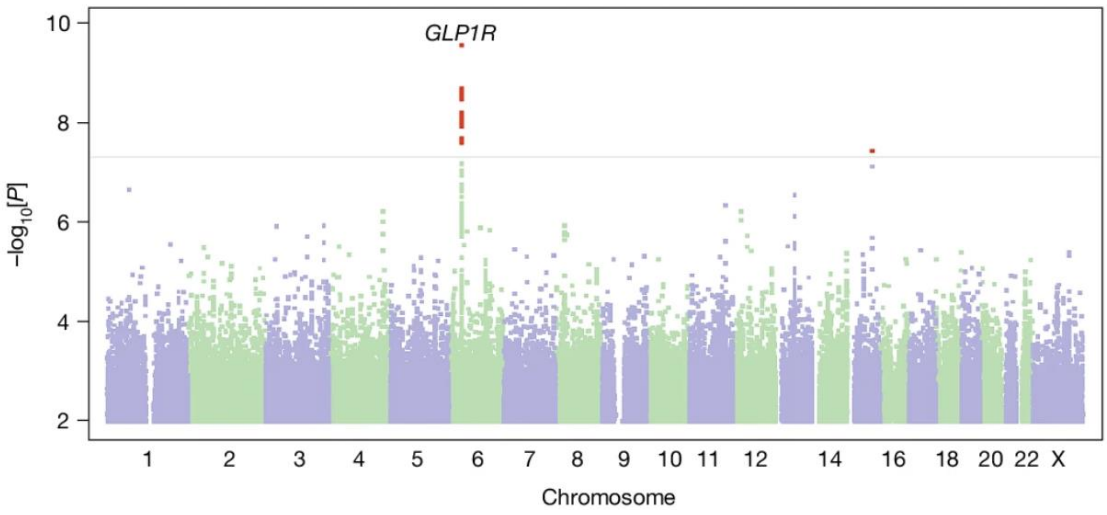
rs6923761 연구는 GLP-1 수용체의 특정 변이가 약물 반응성에 영향을 주는 분자적 단서를 제공한 의미 있는 출발점이다. 비만은 단일 유전자가 좌우하는 질환이 아니다. 수많은 유전자가 복합적으로 작용하는 다유전자성 질환이기 때문이다. 그렇다 보니 SNP 하나로 치료 반응 전체를 설명하는 시도에는 분명한 한계가 따른다.[8] 그래서 등장한 것이 유전체 전체 연관 분석(GWAS, Genome-Wide Association Study)이다. 특정 변이에 국한하지 않고 유전체 전체를 스크링 해서 이 변이가 실제 대규모 집단에서 통계적으로 유의미하게 작용하는지 검증하는 과정이 필요하다.

GWAS는 특정 형질과 관련된 유전적 요인을 가설에 의존하지 않고 수만 명의 유전체를 분석해 특정 형질이나 약물 반응과 연관된 변이를 찾아낸다. 2026년 Nature에 발표된 27885명을 대상으로 한 GWAS 연구에서 GLP1R 유전자가 6번 염색체 좌위에서 약물 반응성과 강력한 유전적 신호가 확인됐다.[9] 이를 통해 rs6923761의 발견이 우연이 아닌 GLP1R 유전자가 약물 반응을 결정하는 핵심 구간임을 뒷받침한다.

---

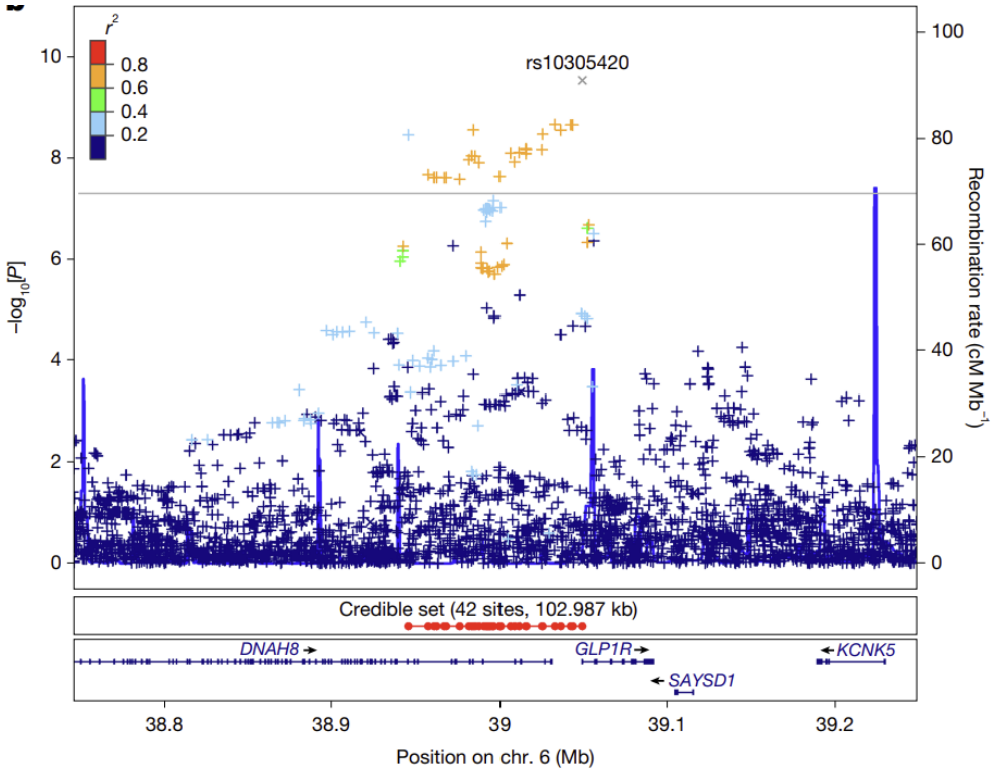
8) Locke AE, et al. (GIANT Consortium). Genetic studies of body mass index yield new insights for obesity biology. *Nature*. 2015; 518:197-206.

9) Su et al. Genetic predictors of GLP1 receptor agonist weight loss and side effects. *Nature*. 2026.



<그림2> GLP1R 작용제 반응성과 연관된 유전적 신호의 전장 유전체 분포

연구 결과는 두 개의 그래프(<그림2>, <그림3>)로 시각화 된다. <그림2>에서 x축은 1번부터 22번과 X염색체까지의 유전체 위치를 나타내고 y축은 통계적 유의성을 나타낸다. 6번 염색체에서 솟은 붉은 막대가 GLP1R 유전자 좌위에 해당하고 이 유전자가 약물 반응성을 결정함을 확인할 수 있다. <그림3>은 6번 염색체에 있는 GLP1R 유전자 주변을 확대한 그래프이다. 각 점의 색은 대표 변이(rs10305420)와 함께 유전될 확률인 연관 강도를 나타낸다. 연관 강도는 두 변이가 함께 유전되는 정도를 의미하며 값이 높을수록 두 변이가 같은 유전적 신호를 공유할 가능성이 크다. 여기서 노란색, 주황색 점일수록 대표 변이와 밀집하게 연관되어 있고 약물 반응에 영향을 미치는 후보 변이일 수도 있다. 그래프에서 '+'는 비암호화 부위를 나타내고 'x'는 아미노산 서열을 직접 변화시키는 변이를 나타낸다. 이러한 구분은 실제 GLP1R 단백질 구조와 기능에 영향을 미칠 수 있는 변이를 찾는데 도움이 된다.



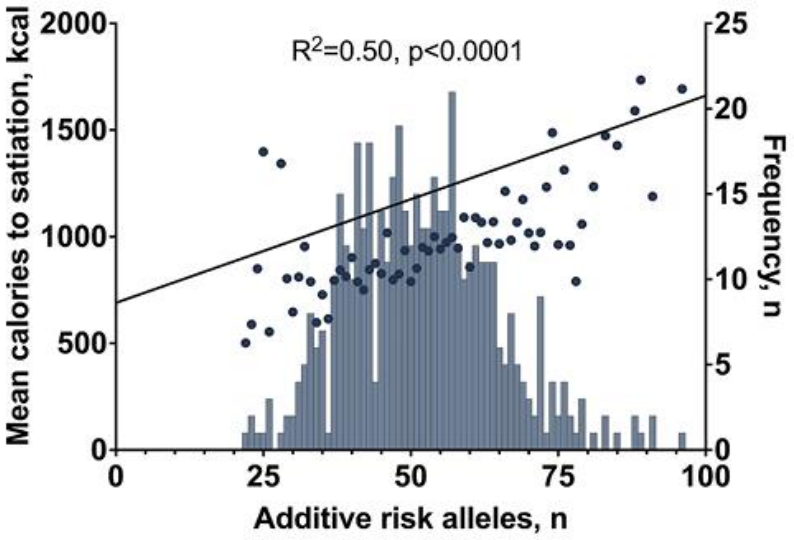
<그림 3> GLP1R 주변에서 약물 반응과 관련성이 높은 유전자 변이

3.3 유전형과 생리학적 표현형의 결합

GWAS는 어떤 유전적 변이가 약물 반응과 연관되는지 찾아내는 데 강점을 가진다. 그러나 같은 변이를 갖고 있더라도 식욕 조절 능력이나 포만감 형성 속도가 사람마다 다르면 체중 감소 결과도 달라진다. 그래서 단일 변이의 효과만 들여다보는 대신 여러 유전 변이의 영향을 한꺼번에 평가하려는 시도가 생겨났다. 그 과정에서 등장한 개념이 유전적 위험 점수(Genetic Risk Score, GRS)다.

GRS는 특정 질환이나 형질에 영향을 미치는 다수의 유전자 변이를 종합해 개인이 해당 질환에 얼마나 취약한지를 하나의 수치로 나타낸 지표다. 통합 모델은 이 GRS에 환자의 신체가 음식에 실제로 반응하는 방식 즉 생리학적 표현형을 더해 약물 반응을 예측한다.[10] 숫자만으로 환자를 판단하지 않고 몸이 실제로 보내는 신호까지 읽으려는 시도다.

이러한 정밀 예측 모델의 타당성은 (<그림4>, <그림5>)를 통해 증명된다. 먼저 위험 대립인자는 비만이나 식욕 조절 장애를 유발할 가능성이 높은 특정 유전자 변이 형태를 의미하는데 이는 비만이 앞서 언급한 다유전자성 질환이라는 사실을 반영한다. <그림4>에서 유전적 위험 점수(GRS)가 개인 간 포만 칼로리(Caloric Threshold for Satiation,CTS)-포만감에 도달하기까지 필요한 칼로리 총량-편차가 절반 정도 설명하는 것으로 나왔다. (R^2=0.50) 즉 생리학적 기전에 유전적 요인이 차지하는 비중이 상당하다는 것이다. 또 p<0.0001에 달하는 유의 확률은 이 상관관계가 우연이 아닌 결과임을 알 수 있다. 결과적으로 위험 대립인자(Risk Allele)가 누적될수록 CTS 수치가 정비례하여 증가함을 보여준다. 유전적 취약성이 단순히 이론적 위험에 그치지 않고 더 많은 음식을 섭취해야 포만감을 느끼는 생리학적 현상으로 직결됨을 나타낸다.



<그림4> 유전적 위험 점수와 포만 칼로리의 상관관계

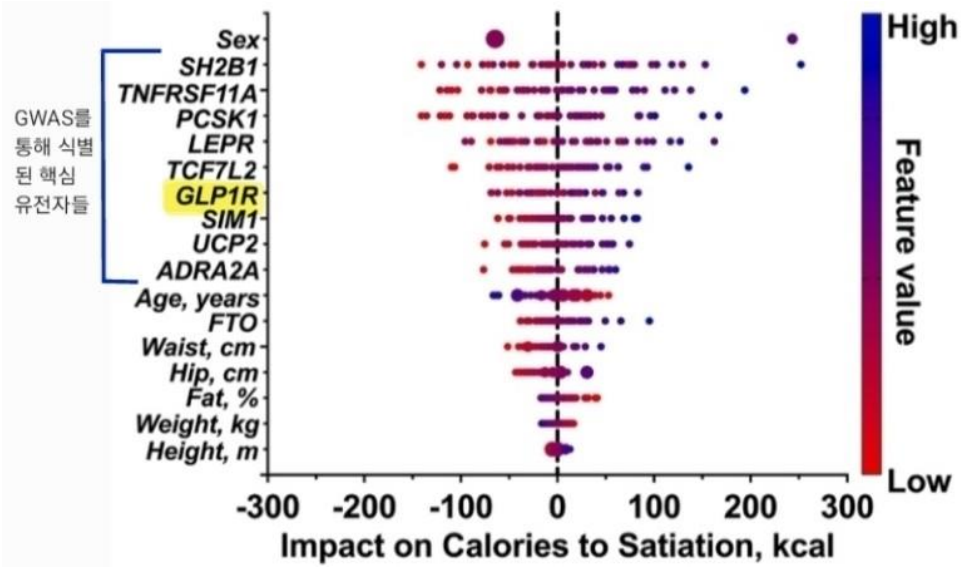
GRS와 생리학적 표현형인 CTS를 함께 사용한 통합 모델이 어떤 기준으로 예측을 수행하는지 들여다보기 위해 SHAP(Shapley Additive exPlanations) 분석을 적용했다. SHAP은 머신러닝 모델이 예측값을 산출하는 과정에서 각 변수가 얼마나 영향을 미쳤는지를 수치로 드러내는 분석 방법이다. 예측 정확도만 제시하는 데 그치지 않고 모델의 판단에 실제로 크게 작용한 정보가 무엇인지까지 확인할 수 있다는 점에서 가치 있다.

<그림 5>를 보면 y축에는 모델에 입력된 유전자 변이와 생리학적 특성들이 배열되어 있고 x축은 각 변수가 CTS 예측에 미친 영향의 크기를 나타낸다. 눈에 띄는 것은 성별을 제외하면 GWAS에서 선별된 핵심

10) Lizeth Cifuentes 외, "Genetic and physiological insights into satiation variability predict responses to obesity treatment," *Cell Metabolism*, 2025,

유전자들이 가장 넓은 범위에 걸쳐 분포한다는 점이다. 모델은 CTS를 예측하는 과정에서 유전적 정보에 상당한 비중을 두었다. 그렇다고 유전자 변이만으로 치료 반응을 판단하지는 않았다. 실제 포만감과 대사 반응까지 함께 고려했을 때 비로소 예측이 완성됐다. 유전 정보와 생리학적 정보를 동시에 잡았을 때 비만 치료 반응은 훨씬 현실에 가깝게 설명된다. 체중 감량 반응을 예측하는 자리에서 유전 정보는 빠질 수 없고 이 분석이 그것을 직접 보여준다.

.



<그림5> CTS 예측에 영향을 준 주요 유전자와 변수

결국 통합 모델은 단순히 체중 수치로 추적하는 것을 넘어 개개인의 유전적 특성과 생리학적 상태를 결합하도록 작동한다. 이 모델이 임상에서 갖는 의미는 3가지다. 먼저 투약 초기에 무반응자를 식별해 대안 치료를 권고할 수 있다. 둘째로 단순 체중 감량 대신 환자 별 식욕 조절 실패의 근본 원인을 짚어 치료를 개인화 할 수 있다. 셋째는 시행착오를 줄여 약물 비용과 부작용 노출 기간을 단축한다.

4. 약물 예측의 경제적 필요성

4.1. 한국 비만 치료 시장의 비용 구조

2025년 8월 한국 릴리가 마운자로의 국내 공급가를 발표한 이후 실제 약국 판매가는 용량에 따라 상당한 차이를 보이고 있다. 2.5mg 제형의 공식 공급가는 27만 8066원, 5mg은 36만 9307원, 7.5mg과 10mg은 52만 1377원으로 책정되었다.[11]이를 연간 비용으로 환산하면 초기 용량인 2.5mg은 약 334만원, 5mg 유지 용량은 443만원, 7.5mg 이상 고용량은 약 625만원 이상의 비용이 발생한다. 건강 보험 급여가 적용되지 않기 때문에 대부분의 환자는 이러한 비용을 장기간 본인 부담해야 한다. 이 지점에서 치료 반응의 개인차는 단순한 임상적 문제가 아니라 경제적 문제로도 이어진다. 앞서 언급한 제3상 임상시험에서 일부 환자는 고용량 치료에도 불구하고 기대에 미치지 못하는 체중 감소를 보였다. 만약 이러한 환자가 연간 수백만원의 비용을 지출하면서도 충분한 치료 효과를 얻지 못한다면 개인의 불이익을 넘어 의료 자원의 비효율적 사용이 될 수도 있다. 반대로 특정 유전형을 가진 환자에서 우수한 반응이 예측된다면 경제적인 비용으로

11) 닥터나우, 「마운자로 국내 가격은 얼마? 용량별 가격 정리」, 닥터나우 건강매거진, 2026. 6. 25, <https://doctornow.co.kr/content/faq/a5c216ae9a344e43bfa18cf17f3bd049>

높은 치료 효과를 기대할 수 있다.

4.2. 유전체 정보의 임상적 가치

GLP1R처럼 특정 유전자 변이만을 표적으로 삼는 패널 검사는 전장유전체 분석(WGS)보다 비용 부담이 훨씬 낮다. 실제로 국내 의료기관에서는 비만 관련 유전자 패널 검사가 약 17만 원 수준에서 이루어진다.[12] 유전체 기반 건강관리는 이미 임상현장 안으로 들어와 있다. 문제는 이 검사가 머무는 곳이 너무 좁다는 것이다. 운동 유전자, 식습관 유전자 같은 생활습관 평가에서 멈춰 있다. GLP1R 같은 핵심 변이를 표적으로 한 약물유전체 검사가 상용화되면 판도가 바뀐다. 단 한 번의 검사로 평생의 유전적 정보를 확보하고 어떤 약이 이 환자에게 실제로 효과를 낼지 투여 전에 알 수 있다.

이러한 접근은 의학적으로 새로운 개념이 아니다. 종양학에서는 이미 HER2, EGFR와 같은 바이오마커를 기반으로 환자를 선별해 표적 치료제를 처방하는 방법이 있다.[13] 해당 바이오마커가 없는 환자에게 표적 치료제를 투여하지 않는 이유는 효과가 낮을 가능성이 높은 치료에 비용과 시간과 부작용 위험을 감수하게 하는 것이 비효율적이기 때문이다. 물론 비만 치료에서 GLP1R 변이는 종양학의 바이오마커처럼 치료 반응을 결정론적으로 예측을 못하지만 환자별 반응 가능성을 미리 평가해 보다 효율적인 치료 전략을 가져간다는 것에서 정밀 의료의 필요성이 있다.

5. 결론

본 연구는 GLP1R 유전자의 변이와 대규모 GWAS 연구 그리고 포만 칼로리(CTS) 기반 생리학적 지표를 종합적으로 검토해 유전적 기반 비만 치료제 반응성을 탐구했다. 분석 결과 바만 치료는 개인마다 다른 유전적, 생리학적 특성과 밀접하게 연결되어 있음을 보여준다. 특히 rs6923671과 같은 SNP가 약물 반응성과 유의미한 연관성을 보인다는 사실은 비만 치료 역시 종양학과 마찬가지로 환자 별 생물학적 차이를 고려한 정밀 의료 방향으로 나아갈 수 있음을 시사한다. 무엇보다 GWAS를 통해 수만 명 규모에서 GLP1R 유전자 좌위의 통계적 유효성이 확인되었고 CTS를 활용한 통합 모델은 이러한 유전적 신호가 실제 생리학적 표현형과 연결될 수 있음을 보여주었다. 이는 rs6923671이 임상적으로 활용 가능한 예측 지표가 될 가능성을 뒷받침한다. 물론 단일 SNP만으로 약물 반응성을 완전히 설명할 수는 없다. 향후 더 많은 유전 변이와 생리학적 데이터를 결합한 예측 모델의 개발이 필요한다. 이러한 연구들이 축적될수록 비만은 더 이상 모든 환자에게 같은 방식으로 접근해야 하는 질환이 아닌 개인의 특성에 따라 다른 치료 전략이 필요한 질환으로 이해될 것이다. 궁극적으로 환자마다 가장 적합한 치료법을 선택하는 정밀의료의 실현으로 이어질 수 있다.

---

12) 아인병원, 「비만 유전자 검사」, 아인병원 건강정보, 2026.6.18. <https://www.ainwh.co.kr/health/conts/104002008004000.do>

13) 유대형, 「전이성유방암 치료제 '버제니오', 국내 시판 허가 획득」, *헬스조선*, 2019. 5. 2., https://health.chosun.com/site/data/html_dir/2019/05/02/2019050202036.htm

참고 문헌

대한비만대사외과학회, 「비만과 수술치료」, 대한비만대사외과학회 홈페이지.
<https://www.ksmbs.or.kr/content/general/01.php>

Wilding JPH, et al. "Once-Weekly Semaglutide in Adults with Overweight or Obesity." *New England Journal of Medicine*, 2021;384(11):989-1002.

강남더슬림의원, 「마운자로 효과부터 용량, 부작용까지 (위고비와 비교)」, 강남더슬림의원 홈페이지,
<https://www.gntheslim.com/kwa-2368895-170?PB_1579071635=5>

Jastreboff AM, Aronne LJ, Ahmad NN, et al. Tirzepatide Once Weekly for the Treatment of Obesity. N Engl J Med. 2022; 387:205-

Eli Lilly and Company. Lilly's tirzepatide delivered up to 22.5% weight loss in adults with obesity or overweight in SURMOUNT-1. Press release, 2022.

Pal K, Jaiswal A, et al. Crystal structure of the GLP-1 receptor bound to a peptide agonist. Nature. 2017; Zhang Y, et al. Structure of the full-length glucagon class B G-protein-coupled receptor. Nature. 2017.

Genetic variations in GLP-1R: Impact on diabetes and obesity therapeutics. ScienceDirect review, 2026.

Locke AE, et al. (GIANT Consortium). Genetic studies of body mass index yield new insights for obesity biology. *Nature*. 2015; 518:197-206..

Su et al. Genetic predictors of GLP1 receptor agonist weight loss and side effects. *Nature*. 2026.

Lizeth Cifuentes 외, "Genetic and physiological insights into satiation variability predict responses to obesity treatment," *Cell Metabolism*, 2025,

아인병원, 「비만 유전자 검사」, 아인병원 건강정보,
<https://www.ainwh.co.kr/health/conts/104002008004000.do>

유대형, 「전이성유방암 치료제 '버제니오', 국내 시판 허가 획득」, *헬스조선*, 2019. 5. 2.,
https://health.chosun.com/site/data/html_dir/2019/05/02/2019050202036.htm

SNS 플랫폼의 다크 패턴 유형이 20대의 의사결정에 미치는 영향

목차

1. 서론
  1.1.연구 배경 및 목적
  1.2.연구 방법

2. SNS의 대표적 다크 패턴 유형
  2.1. 무한 스크롤 설계
  2.2. 긴박감·희소성 메시지를 통한 충동적 의사결정 유도
  2.3. 필터 버블

3. 다크 패턴 선택 구조가 의사결정에 미치는 영향
  3.1. 숏폼 콘텐츠 몰입
  3.2. 디토 소비 유도
  3.3. 개인화 추천에 따른 확증 편향 심화

4. 20대의 주체적 의사결정 회복 방안
  4.1. 국가적 방안
  4.2. 교육적 & 개인적 방안

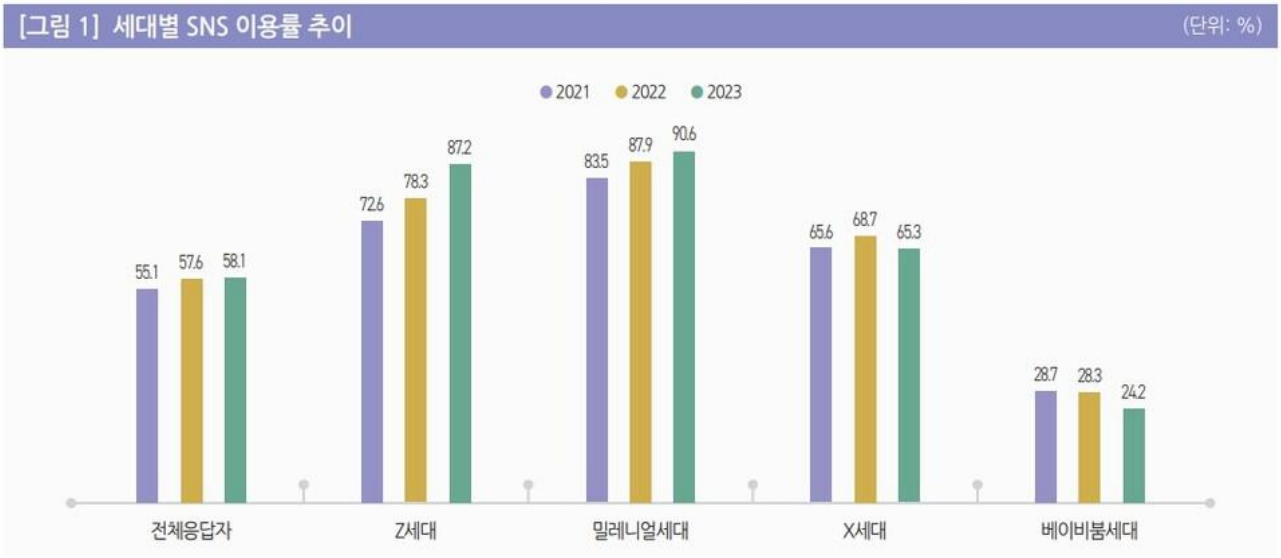
5. 결론

참고문헌

1. 서론

1.1.연구 배경 및 목적

오늘날 SNS 플랫폼은 단순히 커뮤니케이션 수단만이 아닌 정보를 습득하고 소비와 의사결정이 이뤄지는 일상생활에서 빼놓을 수 없는 플랫폼으로 자리잡았다. 특히 20대의 SNS 이용률이 높게 나오는 것을 알 수 있다.



<그림 1> 세대별 SNS 이용률 추이

<그림>1 을 보면 Z세대와 밀레니얼세대의 SNS 이용률은 각각 87.2%와 90.6%으로 전 세대 중 가장 높게 나타난 것을 알 수 있으며 매년 이용률이 증가함도 알 수 있다. 또한 하루 평균 이용시간은 각각 55분과 38분으로 전 세대 중 가장 높게 나타났다.[1] 또한 한국언론진흥재단(2024)의 소셜미디어 이용자 조사에서도 19~29세의 인스타그램 이용률이 80.9%으로 20대의 SNS 의존도가 전 연령대 중 가장 높은 것을 확인할 수 있었다.[2] 본 연구가 20대에 주목하는 이유는 SNS 이용 시간이 전 세대 중 가장 길며, 플랫폼 의존도가 가장 높은 사용자 층이기 때문이다.

SNS 플랫폼은 겉으로는 자유로운 정보 접근과 의사결정이 가능해 보이지만, 실제로는 사용자의 행동을 의도적으로 설계하는 선택 구조가 작동하고 있다. 이를 '다크 패턴'이라 한다. 온라인 서비스가 강압, 유도, 기만을 통해 사용자가 의도하지 않았거나 사용자의 이익에 반하는 결정을 내리도록 설계된 사용자 인터페이스(UI) 전략을 의미한다 (Mathur et al., 2019).[3] SNS의 다크 패턴은 크게 두 방향으로 작동한다. 하나는 관여 전략으로, 무한 스크롤, 자동 재생, 푸시 알림 등을 통해 사용자가 SNS 플랫폼에 더 오래 머물도록 하는 설계 방법이다. 다른 하나는 통제 전략으로, 계정 탈퇴 절차를 복잡하게 만들거나 개인정보 설정 경로를 숨김으로써 플랫폼에 불리한 사용자 행동을 억제한다 (Mildner et al., 2023).[4] 이와 같은 설계들을 통해 SNS 플랫폼은 사용자의 SNS 체류시간을 늘리고 의사결정에 관여한다.

사용자들은 다크 패턴의 존재를 인식하면서도 그 영향에서 벗어나지 못하기도 하고 젊은 층일수록 조작을 감지하면서도 실제 피해에는 둔감한 특성을 보이기도 한다 *(Bongard-Blanchy et al., 2021)*.[5] 또한 개인화 추천 알고리즘은 20대의 정보 다양성을 제한하고 확증 편향을 심화시키는 필터 버블(filter bubble)을 형성할 수 있다. 이는 개인의 의사결정의 문제로 이어진다. 이에 본 연구는 SNS의 다크 패턴형 선택 구조가 어떠한 메커니즘으로 작동하며 20대의 주체적 의사결정을 어떻게 침해하는지를 체계적으로 분석하고, 사용자의 의사결정 자율성 회복을 위한 실천적 방안을 제언하는 것을 목적으로 한다.

---

[1] 정보통신정책연구원 (2024). 『세대별 SNS 이용 현황』. KISDI STAT Report, Vol. 24-09. <https://kisdi.re.kr/report/view.do?key=m2101113025790&masterId=4333447&arrMasterId=4333447&artId=1674096>

[2] 한국언론진흥재단 (2024). 『2024 소셜미디어 이용자 조사』.

[3] Mathur, A., et al. (2019). Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites. *Proceedings of the ACM.*. 생성형 AI를 이용해서 번역

[4] Mildner, T. S. A., & Malaka, R. (2023). Defend, not defeat: Fighting dark patterns with information asymmetry. *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems.* 생성형 AI를 이용해서 번역

[5] Bongard-Blanchy, K., et al. (2021). I Am Definitely Manipulated, Even When I Am Aware of It. *ACM Conference on Designing Interactive Systems.*

1.2.연구 방법

본 연구에서는 SNS 플랫폼의 다크 패턴형 선택 구조가 20대에게 끼치는 영향을 분석하고, 20대의 주체적인 의사결정을 돕기 위한 실효성 있는 개선점을 제시하는 것을 목표로 한다. 이를 위해 문헌연구법과 질문지법을 상호보완적으로 사용하였다. 먼저 SNS 플랫폼의 선택구조와 다크 패턴에 대한 이론적 틀을 정립하기 위해 문헌연구법을 사용하여 조사했다. 또한 SNS 설계구조가 20대의 의사결정에 끼치는 영향과 현상을 분석하기 위해 문헌연구법을 사용해 조사했다. 다크 패턴의 유형은 다양하나, 본 연구는 SNS 환경에서 20대의 의사결정에 직접적인 영향을 미치는 대표적 유형으로 무한 스크롤, 긴박감·희소성 메시지, 필터 버블 세 가지를 선정하여 분석한다. 현재 20대의 SNS 선택구조와 다크 패턴에 대한 인식과 현 상황을 조사하기 위해선 설문지법을 사용했다. 설문조사는 인터넷 설문조사 플랫폼인 구글 폼(Google Form)을 활용하여 진행하였다. 조사 대상은 SNS을 가장 활발히 소비하는 20대 청년(20세~29세)으로 한정하였으며, 설문조사는 2026년 6월 13일부터 15일까지 진행되었으며, 총 23명의 20대 응답자가 참여하였다.

2. SNS의 대표적 다크 패턴 유형과 특성

2.1. 무한 스크롤 설계

무한 스크롤은 페이지를 아래로 스크롤 할 때 콘텐츠가 자동으로 로드되는 인터페이스를 의미한다. 무한 스크롤은 서비스 내 체류 시간을 늘리기 위해 사용자와 인터페이스 간 상호작용이 최소화 되게 설계된다. 간단한 상호작용으로 콘텐츠가 무한히 로드되어 편리하다는 장점이 있지만, 유해한 영향도 빼놓을 수 없다. 무한 스크롤은 동적으로 업데이트되는 콘텐츠와 새로고침 기능을 결합하여 사용자에게 끊임없는 만족감을 제공하며 사용자를 수동적 분리 상태에 빠뜨릴 수 있다[6]. 이를 무의미한 스크롤링이라고 한다. 콘텐츠에 대한 사용자 참여도는 낮지만 빠르게 스크롤은 반복되는 상태로 이러한 문제점에 대한 우려로 등장한 용어이다. [7] 사용자는 스크롤을 하는 동안에는 콘텐츠에 몰입하는 거처럼 느끼지만 실제로는 '시간낭비'에 후회하는 감정을 겪는다.[8]

신경 과학자 매트 존슨과 신경 마케팅 전문가 프린스 구먼에 따르면 "뉴스피드를 아래로 스크롤 하는 행위를 통해 우리가 얻는 쾌락의 정도는 예측할 수 없고 매우 무작위적이지만, 계속해서 스크롤을 하는 이유는 다음 글에서 달콤한 보상이 기다리고 있을 것 같은 기분이 들기 때문"이라고 설명했다(뇌과학 마케팅).

즉, 무한 스크롤은 편의성과 같은 점에서 사람들의 삶을 향상시키기도 하지만 악용된다면 낭비와 중독으로 변질될 수 있다. 무한 스크롤은 심리적으로 악영향을 끼치지만 많은 SNS 플랫폼 기업들은 이익을 위해 이 인터페이스를 사용하여 사용자를 끌어들이고 있다.

2.2. 긴박감·희소성 메시지를 통한 충동적 의사결정 유도

충동적 의사결정 유도는 다크 패턴 중 압박형에 해당한다. 압박형은 긴박한 상황을 연출하여 소비자의 심리를 압박해 특정 행동을 유도하는 것이다.[9] 세부 유형으로는 감정적 언어사용, 시간제한 알림, 낮은 재

---

[6] Guido M. van Koningsbruggen et al. (2017). (오유지, 2025, p.14에서 재인용)

[7] 오유지, 「무한 스크롤 다크패턴으로 인한 사용자 주의력 손상 방지를 위한 제어 메커니즘 인터페이스 연구」, 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문, 2025.

[8] Baughan et al. (2022). (오유지, 2025, p.14에서 재인용)

[9] 백병수 (2025). 다크패턴 소비자 대응 솔루션 제안: 세대별 소비자 대응 가이드라인 연구를 중심으로. 연세대학교 커뮤니케이션대학원 석사학위논문. p.20.

고 알림, 다른 소비자의 활동 알림 등으로 이루어져 있다.[10] 이 외에도 기본값 편향과 희소성 편향 등 인지적 편향을 사용해 소비자의 합리적이지 않은 선택을 이끌어 낸다. 실제로 루구리(Luguri)의 연구에 따르면, 강한 다크 패턴에 노출된 집단은 대조군보다 의심스러운 서비스에 가입할 가능성이 4 배 이상 높은 것으로 나타났다.[11] 특히 청년층에 경우 거짓 추천, 낮은 재고 알림, 다른 소비자의 활동 알림에서 인식 정도가 낮고, 불편감이 높게 나와 의사결정 방해로 인해 대부분 충동구매로 이어지는 양상을 보인다. 이는 다른 연령층인 중년층보다도 높다. 이로 인해 청년층은 다크 패턴 중 감정적 영향을 미치는 다크 패턴에 특히 취약함을 알 수 있다.[12]

특히 이 중 낮은 재고 알림과 다른 소비자의 활동 알림에 대해 모두 해당 유형에 대해 알고 있었지만, 마케팅 요소가 아닌 편의기능으로 인식해 다크 패턴임을 인지하지 못하는 경우가 많다. 특히 청년층은 "실제로 망설이다 재고가 부족해서 못 산 적이 있다", "진짜 정보라면 좋은 기능이다"와 같은 응답을 통해 해당 기능 자체에 필요성까지 언급하기도 했다.[13] 하지만 이는 플랫폼의 거짓 정보로 압박 마케팅, 즉 다크 패턴에 일부이다. 이처럼 압박형 다크 패턴은 소비자가 유용한 정보라고 믿는 순간 가장 효과적으로 작동하며, 인식 수준이 높은 청년층조차 특정 유형 앞에서는 합리적 판단이 마비된다.

2.3. 필터 버블

필터 버블이란 사용자가 개인화 알고리즘에 의해 생기는 정보편식 현상으로 사용자가 제한된 주제의 제한된 정보만을 접하게 되는 것을 말한다. 미국의 시민단체 무브 온(Move on)의 이사장인 Eli Pariser의 저서 생각 조종자들(The FilterBubble : what the internet is hiding from you)에 처음 등장했으며, '사용자 견해 고립 현상', 'balkanization'혹은 'global village'이라고도 불린다. [141516] 사용자는 개인화된 알고리즘을 바탕으로 사용자가 좋아하는 콘텐츠나 필요로 하는 콘텐츠를 추천받는다. 사용자는 이를 바탕으로 의사결정을 하게 된다. 또한 사용자는 시간과 비용부분에서 이점을 얻을 수 있다. 하지만 개인화된 알고리즘은 정보를 선별해서 사용자에게 추천하기 때문에 제한적인 주제에서 제한적인 정보만을 제공할 수 있다. 이로 인해 정보 중에서 관심을 가져야 할 사회적 문제와 같은 정보는 상대적으로 밀리게 되기 때문에 사용자는 결국 견해가 편협해지는 필터 버블에 갇히게 된다. [17]

이는 기존 사용자의 견해를 더욱 강화시키는 확증 편향으로 이어진다.[18] 강화된 확증 편향은 다시 유사

---

[10] 공정거래위원회 (2023). 『온라인 다크패턴 자율관리 가이드라인』.

[11] Luguri, J., & Strahilevitz, L. J. (2021). Shining a Light on Dark Patterns. *Journal of Legal Analysis*, 13(1), 43-109. (백병수, 2025, p.26에서 재인용)

[12] 백병수 (2025). 앞의 논문. p.55.

[13] 백병수 (2025). 앞의 논문. pp.51-52

[14] E. Pariser, *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*, Penguin Press, New York, 2011; 전준영·황소윤·윤영미, 「개인화 알고리즘으로 필터 버블이 형성되는 과정에 대한 검증」, 『멀티미디어학회논문지』 제21권 제3호, 한국멀티미디어학회, 2018, 369쪽에서 재인용.

[15] P. Resnick, N. Iacovou, M. Suchak, P. Bergstrom, and J.R. GroupLens, "An Open Architecture for Collaborative Filtering of Netnews," *Proceeding of the Association for Computing Machinery Conference on Computer Supported Cooperative Work*, pp. 175-186, 1994; 전준영·황소윤·윤영미, 앞의 논문, 369쪽에서 재인용.

[16] M.V. Alstyne and E. Brynjolfsson, "Global Village or Cyber-balkans? Modeling and Measuring the Integration of Electronic Communities," *Journal of Management Science*, Vol. 51, No. 6, pp. 851-868, 2005; 전준영·황소윤·윤영미, 앞의 논문, 369쪽에서 재인용.

[17] 전준영·황소윤·윤영미, 「개인화 알고리즘으로 필터 버블이 형성되는 과정에 대한 검증」, 『멀티미디어학회논문지』 제21권 제3호, 한국멀티미디어학회, 2018, 369-381쪽.

[18] 조진형·김규정, 「소셜미디어에서 에코챔버에 의한 필터버블 현상 개선 방안 연구」, 『한국콘텐츠학회논문지』

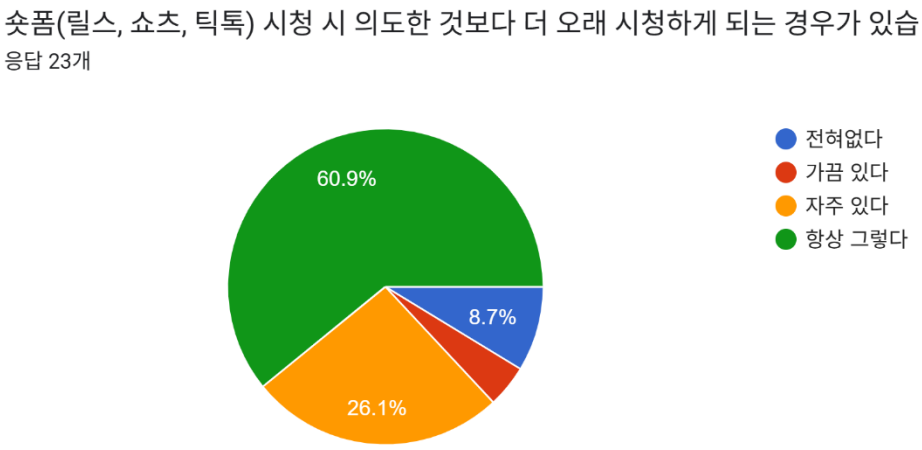
한 콘텐츠를 사용자에게 보여주게 되고 알고리즘은 이를 다시 학습하여 더욱 편향된 정보를 사용자에게 추천하는 악순환 구조를 가지게 된다. 결국 사용자는 자신이 스스로 정보를 선택하고 있다고 생각하지만 실제로는 알고리즘과 악순환 구조로 플랫폼이 설계한 틀에 갇혀 다양한 관점에 접근할 기회를 잃는다.

3. 다크 패턴 선택 구조가 의사결정에 미치는 영향

3.1. 숏폼 콘텐츠 몰입

현재 20대들의 다크 패턴에 관한 인식과 실제로 다크 패턴 선택 구조가 의사결정에 미치는 영향을 조사하기 위해 20대를 대상으로 다크 패턴에 대한 인식과 의사결정에 미치는 영향을 조사하기 위해 설문조사를 진행하였다. 총 23명의 20대가 설문에 참여하였으며, 다크 패턴에 대한 기본적인 정보를 제공한 후 설문을 진행하였다.

첫 번째 질문으로 숏폼 시청 시 의도한 것보다 더 오래 시청하게 된 경우가 있는지 물어보았다. 이 질문은 사용자가 실제로 2.1절에서 살펴본 무한 스크롤 다크 패턴이 실제로 작용하는 지를 조사하기 위해 구성했다. 항상 그렇다고 대답한 피설문자는 60.9%, 자주 있다고 대답한 피 설문자는 26.1%, 가끔 있다고 답한 피설문자는 4.3%, 전혀 없다고 답한 피설문자는 8.7%에 달하는 것을 확인할 수 있었다. (<그림 2> 참조) 이를 통해 응답자의 87%가 의도한 시청 시간을 넘은 경험이 있음을 알 수 있었으며, 이는 무한 스크롤의 가변적 보상 메커니즘이 20대 사용자의 시청 행동에 영향을 미치고 있음을 알 수 있었다.

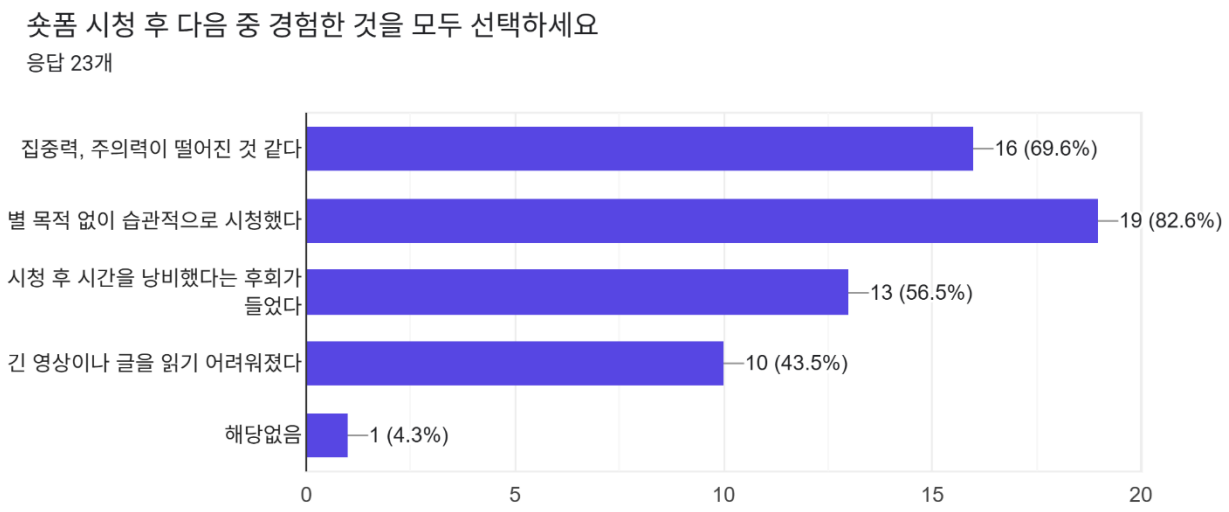


<그림2>

다음으로는 숏폼 시청 후 경험한 것을 복수 선택하게 하였다. 이 설문은 무한 스크롤형 숏폼 소비가 실제 사용자에게 어떤 부정적 결과를 가져오는지 확인하기 위해 구성하였다. "별다른 목적 없이 습관적으로 시청했다"를 선택한 응답자는 82.6%, "집중력, 주의력이 떨어진 것 같다"를 선택한 응답자는 69.6%, "시청 후 시간을 낭비했다는 후회가 들었다"를 선택한 응답자는 56.5%, "긴 영상이나 글을 읽기 어려워졌다"를 선택한 응답자는 43.5%로 나타났다(<그림 3> 참조). 이를 통해 사용자는 시청 중에는 숏폼에 몰입한 거처럼 느끼지만 이후에는 후회하는 경험을 한다는 것을 알 수 있으며, 이는 SBS뉴스(2024)가 보도한 베이징대학 연구에서 숏폼 과다 사용 대학생의 수동적 자극 반응 신경센터가 유의미하게 활성화되었다는 결과와도 일치한다.[19]

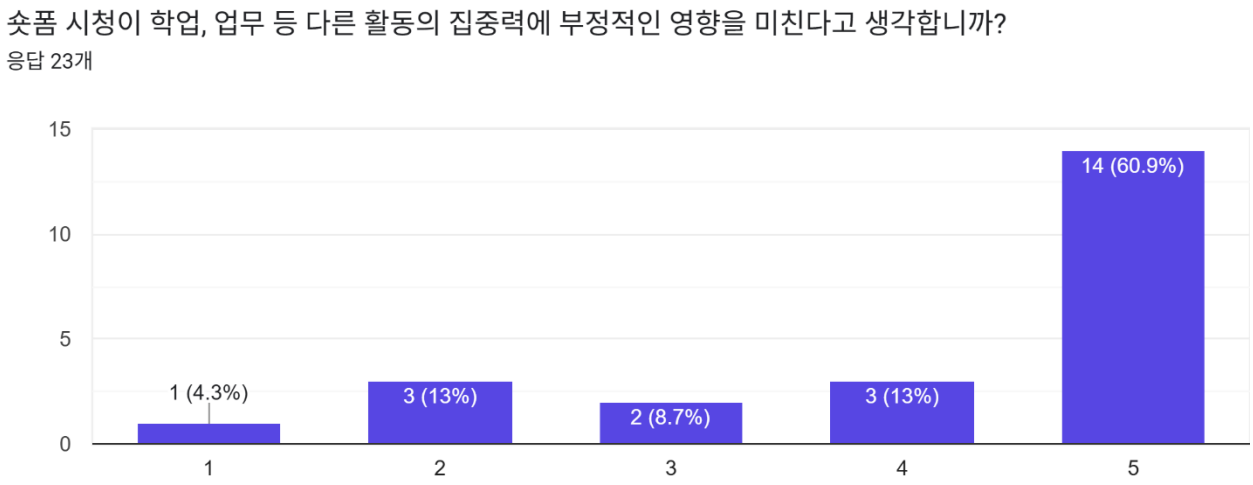
제22권 제5호, 한국콘텐츠학회, 2022, 62-64쪽.

[19] 스브스프리미엄 (2024). 『SBS 프리미엄』. 「숏폼에 빠진 게 도파민 중독 때문?...뇌의 빈틈 파고든다」.



<그림 3>

마지막으로 숏폼 시청이 학업, 업무 등 다른 활동의 집중력에 부정적인 영향을 미친다고 생각하는지 5점 척도로 물어보았다. 이 질문은 숏폼 소비가 SNS 내부의 문제로 그치지 않고 일상 전반의 의사결정 능력에까지 영향을 미치는지를 확인하기 위해 구성하였다. 평균 4.13점으로 나타났으며, 4점 이상으로 응답한 비율은 73.9%에 달했다(<그림 4> 참조). 이를 통해 응답자 대다수가 숏폼 시청이 자신의 다른 영역의 의사결정 능력까지 영향을 미치고 있다는 사실을 스스로 체감하고 있음을 알 수 있었다.



<그림 4>

3.2. 디토 소비 유도

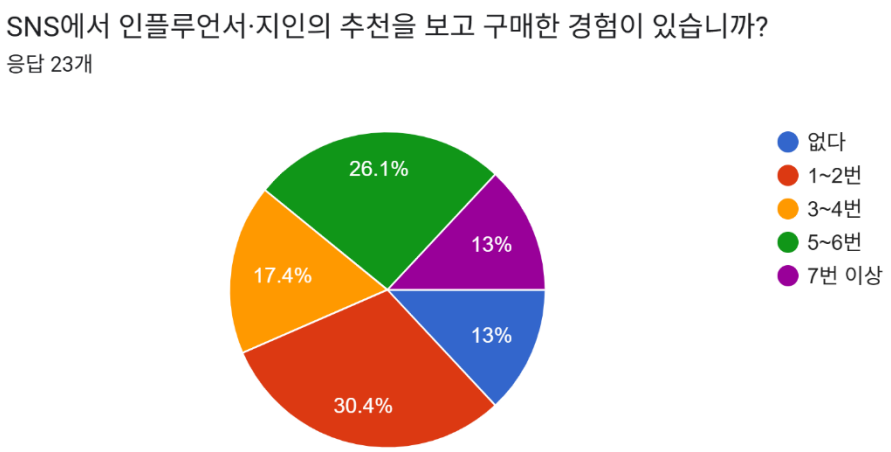
디토 소비란 자신의 가치관이나 취향을 반영하는 특정 인물, 콘텐츠, 또는 커머스 채널을 추종하여 구매 결정을 내리는 소비 행태를 가리킨다.[20]

디토 소비가 실제로 이루어 지는 지 확인하기 위해 먼저 SNS에서 인플루언서, 지인의 추천을 보고 구매한 경험이 있는지 물어보았다. 이 질문은 SNS 추천 콘텐츠가 실제 구매 행동으로 이어지는 빈도를 확인하기 위해 구성하였다. "없다"고 답한 응답자는 13.0%, "1~2번"은 30.4%, "3~4번"은 17.4%, "5~6번"은 26.1%, "7번 이상"은 13.0%로 나타났다(<그림 5> 참조). 이를 통해 응답자의 87.0%가 SNS 추천을 통한 구매 경

https://premium.sbs.co.kr/article/gdpxvpQY1mc (접속일: 2026. 06. 15).

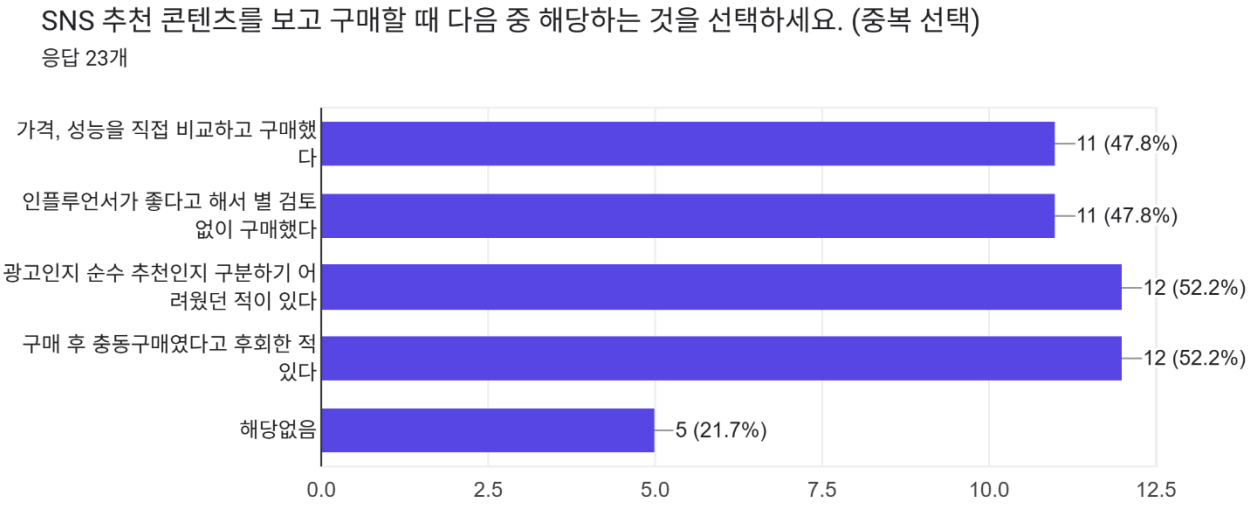
[20] 김난도 외 (2023). 『트렌드 코리아 2024』. 미래의창.

험이 있으며, 56.5%는 3회 이상의 반복적인 구매 경험이 있음을 알 수 있었다. 이는 뉴스H(2023)가 보고한 MZ세대의 인플루언서 의존적 구매 패턴이 실제 20대 응답자 사이에서도 보편적으로 나타나고 있음을 확인시켜준다.[21]



<그림 5>

다음으로는 SNS 추천 콘텐츠를 보고 구매할 때 어떤 경험을 했는지 복수 선택으로 물어보았다. 이 질문은 디토 소비가 실제로 어떤 방식으로 이루어지는지 구체적으로 확인하기 위해 구성하였다. "가격·성능을 직접 비교하고 구매했다"를 선택한 응답자는 43.5%, "인플루언서가 좋다고 해서 별다른 검토 없이 구매했다"를 선택한 응답자는 47.8%, "광고인지 순수 추천인지 구분하기 어려웠다"를 선택한 응답자는 52.2%, "구매 후 충동구매였다고 후회한 적이 있다"를 선택한 응답자는 52.2%로 나타났다(<그림 6> 참조). 이를 통해 절반 이상의 응답자가 독립적인 가치 판단 절차 없이 구매를 결정했으며, 자신이 광고에 노출되고 있다는 사실조차 인지하지 못한 채 소비 결정을 내리고 있음을 알 수 있었다.



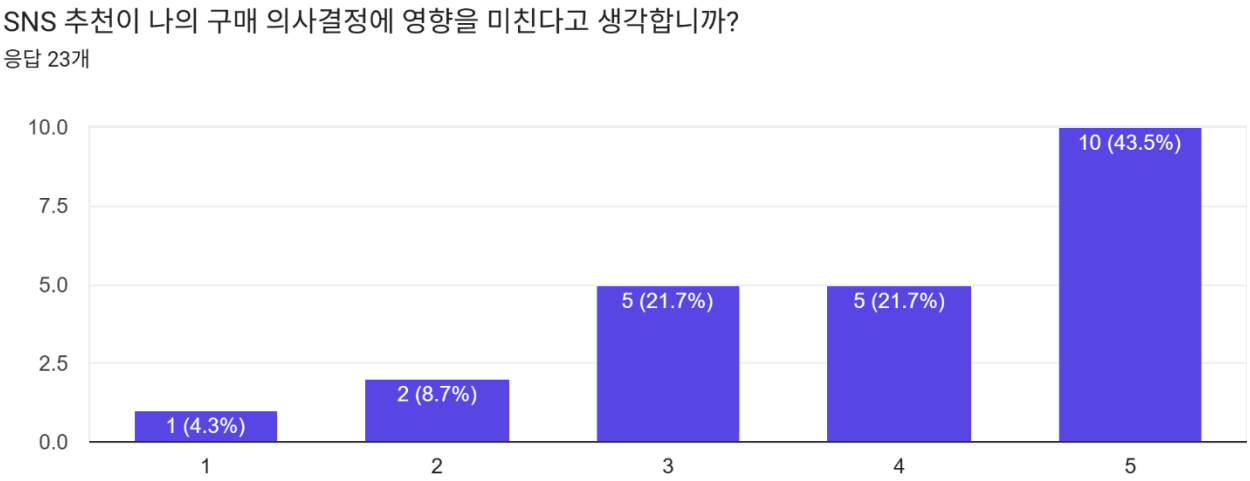
<그림 6>

마지막으로 SNS 추천이 자신의 구매 의사결정에 영향을 미친다고 생각하는지 5점 척도로 물어보았다. 이 질문은 디토 소비에 대한 사용자의 자각 수준을 확인하기 위해 구성하였다. 평균 3.91점으로 나타났으며, 4점 이상으로 응답한 비율은 65.2%에 달했다(<그림 7> 참조). 이를 통해 응답자 다수가 SNS 추천이 자신의 구매 결정에 실질적인 영향을 미친다는 사실을 인식하고 있음에도, 그 영향에서 벗어나지 못하고

---

[21] ERICA대외협력 (2023). 『뉴스H』. 「MZ세대의 소비, 우리는 과연 자유로운 선택을 하는 것일까?」. https://www.newshyu.com/news/articleView.html?idxno=1011121 (접속일: 2026. 06. 15).

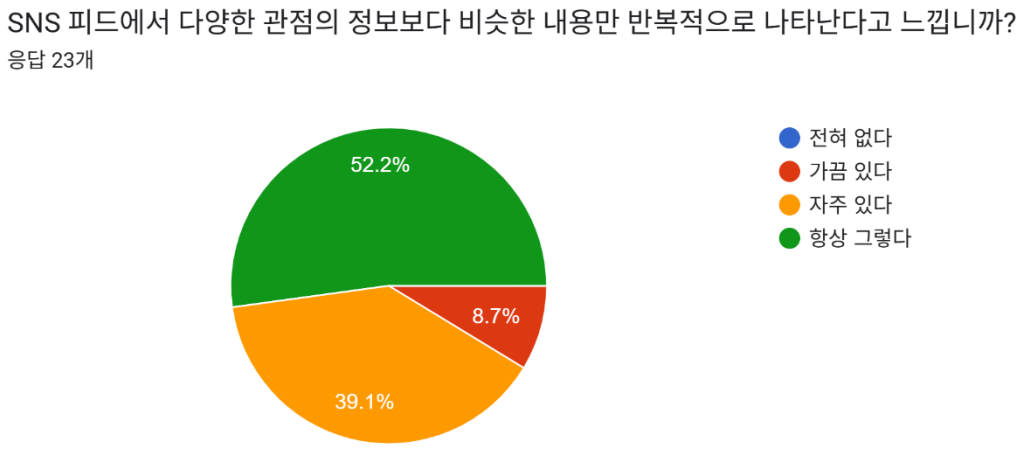
있음을 알 수 있었다.



<그림 7>

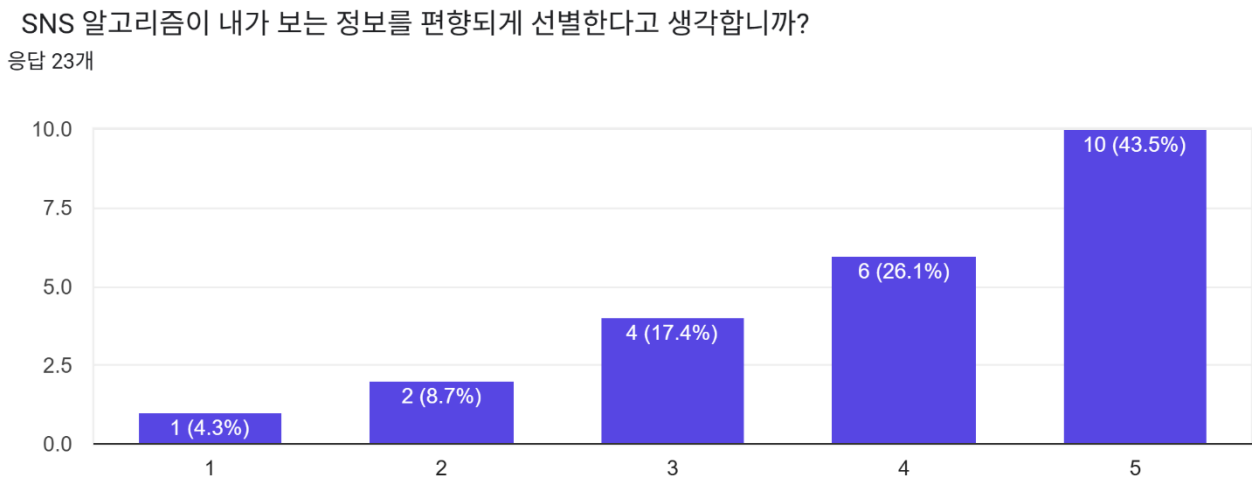
3.3. 개인화 추천에 따른 확증 편향 심화

먼저 2.3절에서 살펴본 필터버블 현상을 사용자가 실제로 체감하고 있는지를 확인하기 위해 SNS 피드에서 다양한 관점의 정보보다 비슷한 내용만 반복적으로 나타난다고 느끼는지 물어보았다. 항상 그렇다"고 답한 응답자는 52.2%, "자주 있다"고 답한 응답자는 39.1%, "가끔 있다"고 답한 응답자는 8.7%, "전혀 없다"고 답한 응답자는 0%로 나타났다(<그림 8> 참조). 이를 통해 응답자의 91.3%가 필터버블 현상을 일상적으로 체감하고 있음을 알 수 있었으며, 이는 조진형, 김규정(2022)이 제시한 알고리즘 추천의 유사 정보 순환 구조 주장을 뒷받침하는 결과이다.



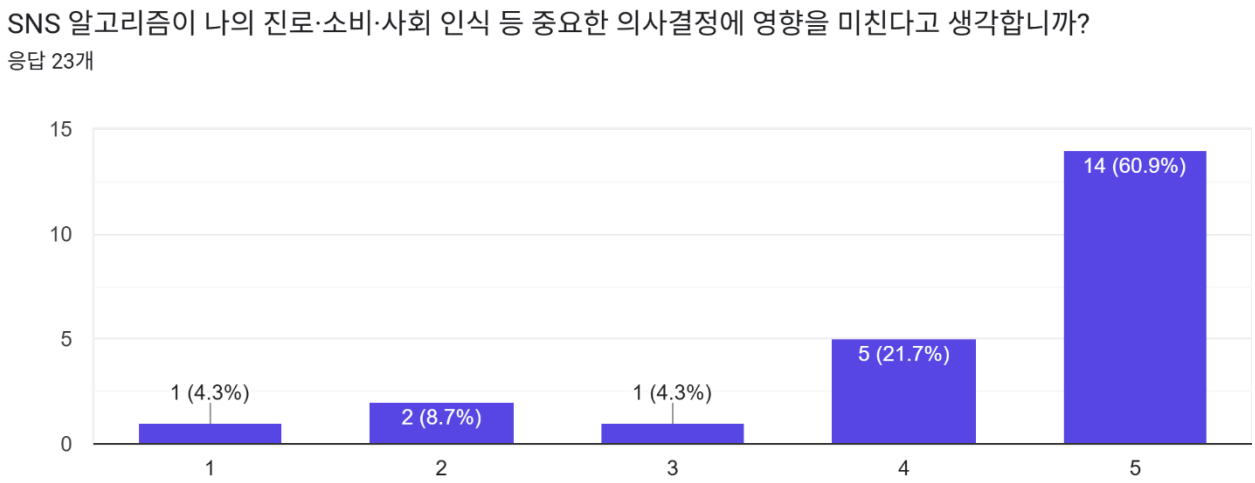
<그림 8>

다음으로는 SNS 알고리즘이 자신이 보는 정보를 편향되게 선별한다고 생각하는지 5점 척도로 물어보았다. 이 질문은 필터버블에 대한 사용자의 인식 수준을 확인하기 위해 구성하였다. 평균 3.96점으로 나타났으며, 4점 이상으로 응답한 비율은 69.6%에 달했다(<그림 9> 참조). 이를 통해 응답자 대다수가 알고리즘에 의한 정보 선별을 자각하고 있음을 알 수 있었다.



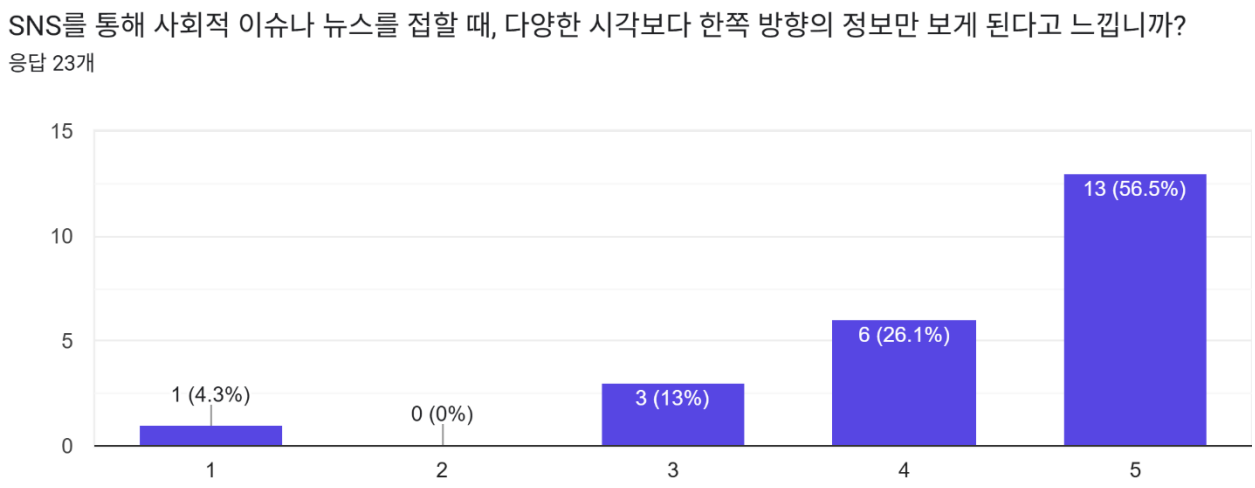
<그림 9>

이어서 SNS 알고리즘이 자신의 진로·소비·사회 인식 등 중요한 의사결정에 영향을 미친다고 생각하는지 물어보았다. 이 질문은 알고리즘의 영향력이 단순한 콘텐츠 소비를 넘어 핵심적인 의사결정 영역까지 확장되는지를 확인하기 위해 구성하였다. 평균 4.26점으로 나타났으며, 4점 이상으로 응답한 비율은 82.6%에 달했다(<그림 10> 참조). 이를 통해 응답자 대다수가 알고리즘이 자신의 중요한 의사결정에까지 영향을 미친다는 사실을 인식하고 있음을 알 수 있었다.



<그림 10>

마지막으로 SNS를 통해 사회적 이슈나 뉴스를 접할 때 다양한 시각보다 한쪽 방향의 정보만 보게 된다고 느끼는지 물어보았다. 이 질문은 필터버블의 사회적 함의를 확인하기 위해 구성하였다. 평균 4.30점으로 나타났으며, 4점 이상으로 응답한 비율은 82.6%에 달했다(<그림 11> 참조). 이를 통해 Pariser(2011)가 경고한 필터버블의 사회적 함의가 실제 20대 SNS 이용자들에게 광범위하게 체감되고 있음을 알 수 있었다.



<그림 11>

종합하면, 본 설문조사 결과는 20대 사용자 대다수가 자신이 필터버블에 갇혀 있다는 사실을 명확히 인식하고 있음에도, 이를 회피하거나 극복할 실질적 행동은 취하지 못하고 있음을 보여준다. 이러한 인식과 행동 사이의 간극을 해소하기 위한 구체적 방안은 4장에서 논의한다.

4. 20대의 주체적 의사결정 회복 방안

4.1. 국가적 방안

SNS 플랫폼의 다크 패턴 문제는 특정 국가만의 문제가 아니다. OECD CCP 2022년 보고서는 다크 패턴을 '특히 온라인 사용자의 사용환경과 관련해 소비자의 자율성, 의사결정 과정이나 선택을 왜곡하거나 훼손하는 디지털 설계기술의 요소를 사용한 상업적 관행으로서 여러 가지 방식으로 소비자 피해의 직간접적 원인이 되는 것'으로 정의했다. 또한 다크 패턴은 합법과 불법의 경계가 모호한 게 가장 큰 문제라 한다. 온라인 거래는 국경이 없어서 한 나라만 규제하는 것은 효과적이지 않다. 그렇기 때문에 국제표준이 필요하다. 그래서 OECD 차원의 국제표준을 만들고 각국이 자국법을 이에 맞춰 강화해야 한다는 게 회원국 공통 인식이다.[22]

각국 규제 사례를 비교해보면 미국은 FTC가 다크 패턴을 최우선 과제로 지정했다. 또한 시간 손실 같은 비금전적 피해 보상까지 명령하기도 했다. 또한 소비자의 선택에 영향을 끼친 다크,패턴 설계를 20년간 증거로서 보존하도록 했다. EU 디지털서비스법은 정기구독 취소 방해, 사용자의 선택을 왜곡하는 팝업 조작을 금지했다. 또한 이스라엘은 소비자 동의를 기본으로 설정하는 것 자체를 금지할 예정이다. [23]

현재 한국의 다크 패턴에 관한 현황은 공정거래위원회가 2023년 7월 '온라인 다크 패턴 자율관리 가이드라인'을 발표한 것에 그쳤다. 이는 자율규제로 강제력이 전혀 없는 규제일 뿐이다. 국가는 자율규제에서 멈추지 않고 법적 구속력이 있는 다크 패턴 규제를 도입해야 한다. [24]

---

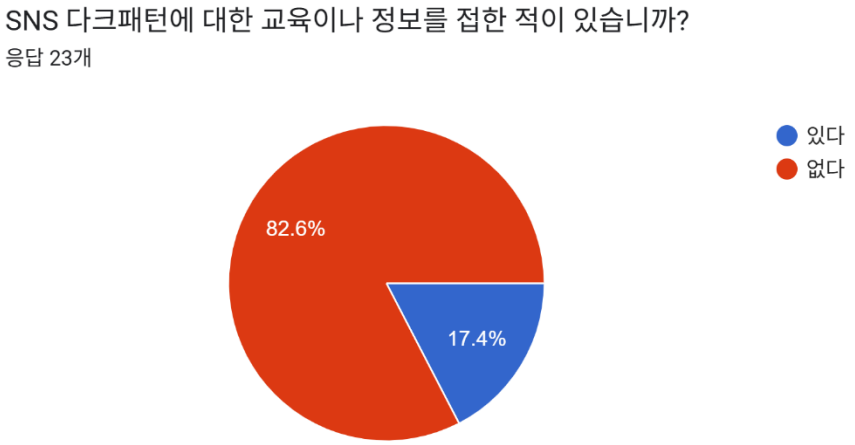
[22] 문종숙, 「국경 없는 다크패턴, 각국 규제 기반 되는 국제표준 마련한다: 다크패턴 관련 OECD 논의 및 시사점」, 『나라경제』, 한국개발연구원, 2024년 1월호(통권 제398호), 58-60쪽.

[23] 위와 같음

[24] 위와 같음

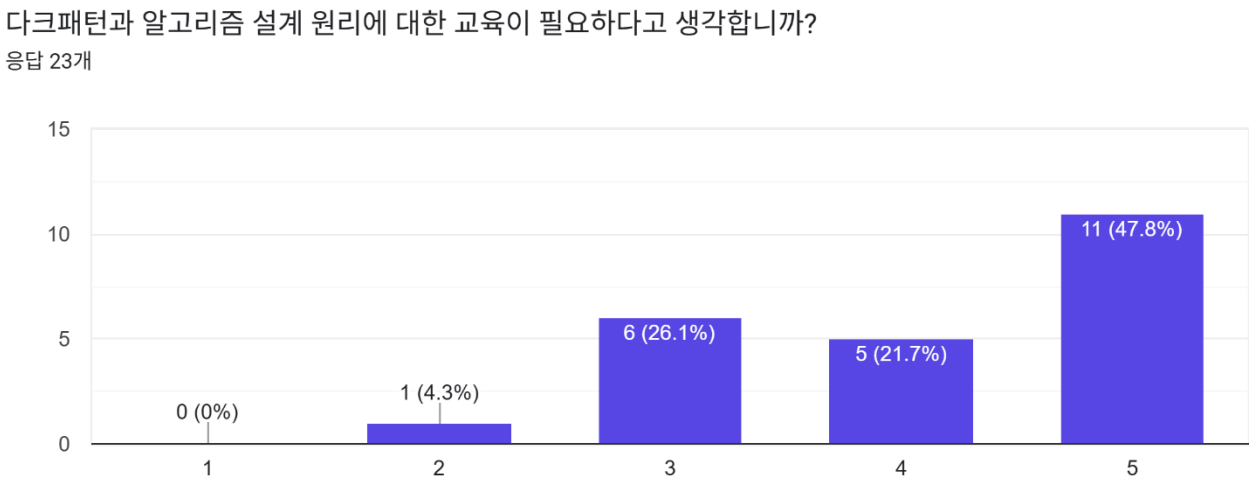
4.2. 교육적 & 개인적 방안

교육적 방안을 알아보기 전에 20대의 교육 실태와 인식을 알고싶어 설문조사를 진행하였다. 설문조사 결과에 따르면 응답자의 82.6%가 다크 패턴 관련 교육이나 정보를 접한 적이 없다고 응답하였다(<그림 12> 참조.



<그림 12>

다크 패턴과 알고리즘 설계 원리에 대한 교육이 필요하다고 생각하는지 5점 척도로 물어본 결과 평균 4.13점으로 나타났으며, 4점 이상으로 응답한 비율은 69.5%에 달했다(<그림 13> 참조. 이를 통해 20대는 교육의 필요성을 체감하고 있음에도 실제 교육 접점은 극히 부족한 상황임을 알 수 있다. 청소년의 경우 공교육 과정에서 미디어 리터러시 교육이 이루어질 수 있으나, 20대는 재학 중이거나 직장에 다니는 등 생활 환경이 분산되어 있어 체계적인 교육과의 접점을 갖기 어렵다.[25]



<그림 13>

이러한 교육의 공백은 개인적 실천의 한계로도 이어진다. 현재 SNS 사용 시간 조절을 위해 아무것도 실천하지 않는다고 응답한 비율이 60.9%에 달했으며, 개인 실천이 어려운 이유로는 '의지력만으로는 한계가 있다'가 69.6%, '방법을 몰라서'가 43.5%로 나타났다. 이는 개인적 실천 의지가 없어서가 아니라, 방법을 모르기 때문임을 의미한다. 따라서 개인적 실천은 교육이 제대로 이루어질 때 의미 있다.

이에 다크 패턴과 알고리즘 설계 원리에 대한 이해를 중심으로 한 디지털 리터러시 교육을 제안한다. 단

[25] 안정임, 「연령집단에 따른 디지털 미디어 리터러시 수준 비교 연구」, 『학습과학연구』, 7(1), 2013, 1-21쪽.

순히 다크 패턴의 종류를 나열하는 방식이 아니라, 현재 편향, 희소성 편향, 기본값 편향 등 행동경제학적 개념을 포함하여 사용자가 왜 다크 패턴에 취약한지 그 심리적 기제까지 이해하도록 하는 교육이어야 한다. 국내 디지털 리터러시 교육 프로그램을 메타분석한 결과, 전체 효과크기가 0.59로 중간 이상임이 확인된 바 있어 교육의 의미는 충분히 입증되어 있다고 할 수 있다.[26] 특히 해당 연구에서 11차시 이상의 프로그램에서 효과크기가 더 크게 나타난 점을 고려할 때, 단발성 캠페인보다는 지속적이고 체계적인 교육 프로그램의 설계가 요구된다.

이러한 교육적 토대 위에서 개인은 다음과 같은 실천 방안을 보다 주체적으로 수행할 수 있다. 첫 번째, 사전에 미리 개입하는 방법이다. 의사결정이 일어나기 전에 미리 규칙을 정해 SNS 플랫폼이 체류 시간을 늘리기 위해 만든 설계를 미리 조정하는 것이다. 예를 들어 스크린 타임을 설정해 일정 시간 이상 특정 플랫폼에 체류하지 않게 하고, 앱의 알림을 차단하는 등의 설정으로 플랫폼의 기본설정을 사용자가 다시 세팅하는 것이다. 이는 행동경제학에서 제한된 합리성을 보완하는 방법이다.[27] 두 번째, 의식적인 소비 습관을 들여야 한다. 물건을 구매하려 한다면 장바구니에 24시간 방치 후 구매 결정하기, 쇼폼 보기 전에 목적을 정해 스스로 의식해 통제한다. 이로 인해 플랫폼이 압축하려는 숙려 시간을 되찾을 수 있다. 마지막으로 세 번째, 비판적으로 플랫폼을 인식하는 것이다. 자신의 알고리즘 콘텐츠를 보고 이 콘텐츠가 왜 자신의 피드에 뜨는지 스스로 판단하여 필터 버블에 빠져 정보의 편향의 악순환이 일어나지 않도록 예방하는 것이 중요하다.

이 3가지 방안은 모두 플랫폼이 설계한 환경을 사용자가 능동적으로 선택환경을 다시 조정한다는 것으로 플랫폼의 설계의도를 인식하고 주체적인 의사결정을 회복할 수 있다.

5. 결론

본 연구는 SNS 플랫폼의 다크 패턴형 선택 구조가 20대의 의사결정에 어떠한 영향을 미치는지 분석하여 이에 대한 개선 방안을 모색하는 것을 목적으로 하였다. 이를 위해 관련 문헌연구를 통해 무한 스크롤, 긴박감·희소성 메시지, 필터 버블이라는 세 가지 대표적인 다크 패턴 유형을 조사하였고 실제 20대의 현황과 인식을 설문조사를 통해 조사하였다.

설문 조사 결과 SNS 플랫폼의 다크 패턴은 실제로 20대의 의사결정에 영향을 끼치고 있음을 알 수 있었다. 첫 째, 무한 스크롤을 활용한 이용자 관여 전략은 응답자의 87.0%가 처음 의도했던 시청 시간을 초과하게 만들 만큼 20대의 시간 관리와 집중력에 영향이 있다고 답변했다. 둘 째, '마감 임박'이나 '품절 주의' 같은 긴박감·희소성 메시지는 응답자의 47.8%가 제대로 된 검토 없이 충동적으로 구매를 결정하게 만드는 원인임을 알 수 있었다. 셋 째, 개인화 추천 알고리즘이 만드는 필터 버블 현상은 응답자의 91.3%가 일상에서 체감할 정도로 보편화 되어 있었으며, 일상생활 영역에까지 부정적인 영향을 미친다는 응답이 82.6%에 달했다.

하지만 20대 이용자들은 이러한 다크 패턴의 위험성을 이미 인지하고 있었지만 이를 회피하거나 해결하려는 실질적인 행동을 취하지 못하고 있었다. 이는 의지력의 문제가 아닌 구조적 문제일 수 있다. 따라서 다크 패턴은 이용자 개인의 탓으로 돌릴 것이 아니라, 플랫폼 설계 환경 자체를 제재해야 하는 제도적 문제로 보아야 한다.

이러한 맥락에서 본 연구는 세 가지 방안을 제안했다. 먼저 국가적 차원에서는 기업의 자율에만 맡겨두지 말고 법적 구속력이 있는 명확한 다크 패턴 규제안을 도입해야 한다. 또한, 교육적, 개인적 차원에서는 사용자가 왜 이러한 구조에 취약한지 행동경제학적 심리 기제를 이해할 수 있도록 돕는 체계적인 디지털 리터러시 교육 프로그램을 진행해야 되며, 스크린 타임 설정이나 알림 차단과 같은 사전 개입 전략을 적극

---

[26] 김혜준·박하나·정성희·임규연, 「국내 디지털 리터러시 교육 프로그램 효과에 대한 메타분석」, 『교육정보미디어연구』 제28권 제1호, 한국교육정보미디어학회, 2022, 105-131쪽.

[27] 안지은, 우도현, 성현아, 배성만 (2020). SNS 이용동기와 자기조절이 대학생의 SNS 중독경향성에 미치는 영향. 『사회과학연구』.

적으로 훈련해야 한다.

물론 본 연구는 23명이라는 설문 응답자를 대상으로 진행되어 표본의 크기에 한계가 있었고, SNS의 수많은 다크 패턴 중 세 가지만을 다루어 아쉬움이 남는다. 그러나 구체적인 교육적 인프라 구축 방안을 제시했다는 점에서 연구의 의의가 있다고 볼 수 있다. 향후 연구에서는 더 넓은 표본을 바탕으로 플랫폼별, 세대별 다크 패턴의 영향력 차이를 비교 분석하는 실실적인 후속 연구가 지속적으로 이루어지면 좋겠다.

참고 문헌

김난도 외 (2023). 『트렌드 코리아 2024』. 미래의창.

김혜준·박하나·정성희·임규연 (2022). 「국내 디지털 리터러시 교육 프로그램 효과에 대한 메타분석」. 『교육정보미디어연구』, 제28권 제1호, 한국교육정보미디어학회, 105-131쪽.

백병수 (2025). 「다크패턴 소비자 대응 솔루션 제안: 세대별 소비자 대응 가이드라인 연구를 중심으로」. 연세대학교 커뮤니케이션대학원 석사학위논문.

안정임 (2013). 「연령집단에 따른 디지털 미디어 리터러시 수준 비교 연구」. 『학습과학연구』, 7(1), 1-21쪽.

안지은·우도현·성현아·배성만 (2020). 「SNS 이용동기와 자기조절이 대학생의 SNS 중독경향성에 미치는 영향」. 『사회과학연구』.

오유지 (2025). 「무한 스크롤 다크패턴으로 인한 사용자 주의력 손상 방지를 위한 제어 메커니즘 인터페이스 연구」. 이화여자대학교 디자인대학원 석사학위논문.

전준영·황소윤·윤영미 (2018). 「개인화 알고리즘으로 필터 버블이 형성되는 과정에 대한 검증」. 『멀티미디어학회논문지』, 제21권 제3호, 한국멀티미디어학회, 369-381쪽.

조진형·김규정 (2022). 「소셜미디어에서 에코챔버에 의한 필터버블 현상 개선 방안 연구」. 『한국콘텐츠학회논문지』, 제22권 제5호, 한국콘텐츠학회, 62-64쪽.

공정거래위원회 (2023). 『온라인 다크패턴 자율관리 가이드라인』.

문종숙 (2024). 「국경 없는 다크패턴, 각국 규제 기반 되는 국제표준 마련한다: 다크패턴 관련 OECD 논의 및 시사점」. 『나라경제』, 한국개발연구원, 2024년 1월호(통권 제398호), 58-60쪽.

스브스프리미엄 (2024). 『SBS 프리미엄』. 「숏폼에 빠진 게 도파민 중독 때문?...뇌의 빈틈 파고든다」. https://premium.sbs.co.kr/article/gdpxvpQY1mc (접속일: 2026. 06. 15).

ERICA대외협력 (2023). 『뉴스H』. 「MZ세대의 소비, 우리는 과연 자유로운 선택을 하는 것일까?」. https://www.newshyu.com/news/articleView.html?idxno=1011121 (접속일: 2026. 06. 15).

정보통신정책연구원 (2024). 『세대별 SNS 이용 현황』. KISDI STAT Report, Vol. 24-09. https://kisdi.re.kr/report/view.do?key=m2101113025790&masterId=4333447&arrMasterId=4333447&artId=1674096 (접속일: 2026. 06. 15).

한국언론진흥재단 (2024). 『2024 소셜미디어 이용자 조사』.

Baughan et al. (2022). (오유지, 2025, p.14에서 재인용).

Bongard-Blanchy, K., et al. (2021). "I Am Definitely Manipulated, Even When I Am Aware of It." *ACM Conference on Designing Interactive Systems*.

Guido M. van Koningsbruggen et al. (2017). (오유지, 2025, p.14에서 재인용).

Luguri, J., & Strahilevitz, L. J. (2021). "Shining a Light on Dark Patterns." *Journal of Legal Analysis*, 13(1), 43–109. (백병수, 2025, p.26에서 재인용).

Mathur, A., et al. (2019). "Dark Patterns at Scale: Findings from a Crawl of 11K Shopping Websites." *Proceedings of the ACM*.

M.V. Alstyne and E. Brynjolfsson (2005). "Global Village or Cyber-balkans? Modeling and Measuring the Integration of Electronic Communities." *Journal of Management Science*, Vol. 51, No. 6, pp. 851-868. (전준영·황소윤·윤영미, 2018, p.369에서 재인용).

Mildner, T. S. A., & Malaka, R. (2023). "Defend, not defeat: Fighting dark patterns with information asymmetry." *CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*.

E. Pariser (2011). *The Filter Bubble: What the Internet Is Hiding from You*. Penguin Press, New York. (전준영·황소윤·윤영미, 2018, p.369에서 재인용).

P. Resnick, N. Iacovou, M. Suchak, P. Bergstrom, and J.R. GroupLens (1994). "An Open Architecture for Collaborative Filtering of Netnews." *Proceeding of the Association for Computing Machinery Conference on Computer Supported Cooperative Work*, pp. 175-186. (전준영·황소윤·윤영미, 2018, p.369에서 재인용).

OTT 서비스의 급성장에 따른 이용자 피해 사례 연구

목차

1. 서론
2. OTT 서비스의 성장과 이용자 환경 변화
 2.1 OTT 서비스의 등장과 성장
 2.2 콘텐츠 소비 방식의 변화
 2.3 산업 구조 변화
3. OTT 서비스 사용에 따른 문제점
 3.1 구독 해지 절차의 복잡성과 소비자 불편
 3.2 지속적인 요금 인상과 가격 부담
4. 이용자 피해 완화에 대한 노력과 해결방안
 4.1 OTT 플랫폼 간 경쟁
 4.2 수익 구조
 4.3 규제 및 소비자 보호 장치의 미흡
5. 결론
참고문헌

1. 서론

요즘에는 텔레비전보다도 온라인동영상서비스(OTT)를 통해 콘텐츠를 시청하는 경우가 많다. 여기서 OTT는 영문 'Over The Top'의 줄임말이고, 'Top' 셋톱박스를 뜻하여 셋톱박스 없이, 인터넷에서 콘텐츠를 제공하는 서비스를 일컫는다.[1] 가장 최근 연구에서 OTT서비스이용률은 81.8%로 집계되었으며, 10명 중 8명 이상이 OTT 서비스를 구독 중이라는 것으로 드러났다.[2] 넷플릭스나 디즈니+, 웨이브 등의 서비스를 구독하면 원하는 장소, 원하는 시간에 다양한 콘텐츠를 시청할 수 있는 편리함 때문이다. 영화나 드라마를 보려고 할 때면 영화관에 가거나 정해진 시간에 텔레비전을 보는 옛날에서 OTT서비스 구독으로 원하는 장소와 시간에 콘텐츠를 시청하는 것이 일상화된 지금까지의 변화는 콘텐츠를 소비하는 방식뿐만 아니라 관련 산업 전반에 영향을 미쳐왔다. 특히 코로나19 시기에는 영화관에 가는 것이 제한되며 사람들의 눈은 OTT 서비스를 더욱 주목하게 되었다.

이런 현상으로 이때 OTT서비스 산업은 대폭 성장하게 되었는데, 이러한 배경 속에서 급성장으로 인한 부작용도 우리 주변에서 자주 볼 수 있다. OTT서비스 산업이 급격히 주목받으며 새로운 OTT가 생겨나고,

---

[1] OTT 서비스의 이해, OTT, 네이버 지식백과, 2015.5.20.

[2] 방송미디어통신위원회, 한국정보통신진흥협회, 2025, 12 30.,2025 방송매체 이용행태조사 결과 발표 [보도자료].

그 안의 경쟁과 산업구조 변화 등으로 인해 단순히 구독해지가 불편하거나 요금이 계속 오르는 점, 원하는 콘텐츠가 제한되어 있는 경우 등의 크고 작은 문제가 계속해서 생기기 때문이다.

따라서, 이 연구에서는 OTT 서비스의 수요 증가로 인해 이용자 환경과 콘텐츠 산업 구조가 어떻게 바뀌었는지 알아보고, 이용자들이 어떤 피해를 겪고 있는지에 대해 탐구할 것이다. 이를 위해 구독 해지 절차의 복잡성이나 지속적인 요금 인상 등을 자세히 살펴보기 위해 연도별 OTT 플랫폼들의 구독료를 조사하고, 여러 플랫폼들의 구독 해지 절차를 직접 세어본 다음 절차 단계 수와 특이사항을 표로 정리한다. 마지막으로 이를 통해 OTT서비스가 어떻게 변화되면 이용자들이 더 편리하게 사용할 수 있을지에 관해 제언할 것이다.

2. OTT 서비스의 성장과 이용자 환경

2.1. OTT 서비스의 등장과 성장

오늘날 크게 성장해 있는 OTT 서비스의 등장배경은 인터넷과 스마트 기기의 발전으로부터 시작된다. 예전에는 셋톱박스를 연결하여 TV로 콘텐츠를 시청하는 방식이 대중적이었지만, 스마트폰 같은 휴대용 기기가 점점 더 발전하며 언제 어디서든 콘텐츠를 재생할 수 있는 환경이 만들어졌다. 게다가 한국은 빠른 통신 기술을 보유하고 있어 OTT 서비스의 성장에 중요한 역할을 하고 있다. 경제적인 측면에서도 OTT 서비스는 방송국이나 송신탑, 케이블망 등을 마련하는 비용이 들지 않고 인터넷 서버만 있다면 시작할 수 있어 사업에 비교적 쉽게 진입할 수 있다는 장점도 있다.[3] 심지어 기존 방송과 거의 비슷한 콘텐츠를 제공하며 방송에 적용되는 엄격한 규제를 받지 않아도 된다는 점이 OTT 서비스 확산에 크게 기여하였다.

이렇게 들어온 OTT 서비스의 초기에는 UCC가 주류를 이루었지만, 이후 방송사들은 콘텐츠를 TV에서 선공개한 후 OTT로 다시 유통하는 전략을 통해 수익을 극대화했고, 이것은 OTT 시장 성장의 기반이 되었다.[4]

또한, 2020년부터 신종 코로나바이러스 감염증(코로나19)의 전세계 확산으로 비대면 서비스 산업이 활성화되어서 그 대표인 영화와 미디어 산업이 급속한 성장을 이루기 시작했다.



[3] OTT 서비스의 이해, 2015. 5. 20. 배기형, 커뮤니케이션북스, 86쪽

[4] 정성욱. "OTT 플랫폼의 성장과 영화산업의 변화." 국내석사학위논문 부산대학교 대학원, 2020. 부산

<그림 1> OTT 서비스 이용 추이[5]

<그림1>에서도 알 수 있듯, 2019년도에는 41%에 불과했던 OTT 서비스 이용률이 코로나19가 확산된 2020년도에 72%까지 대폭 증가한 것을 알 수 있다. 사회적 거리두기 활동 탓에 극장을 포함하여 인구가 몰리는 장소에 생긴 두려움은 OTT서비스의 활성화를 불러일으키고 극장에서 영화를 상영하는 전통적인 영화산업은 쇠약해지게 만들었다.

이후, 국내에서 가장 많은 점유율을 가지고 있던 OTT 플랫폼인 넷플릭스의 한국 자체 제작 시리즈들(킹덤, 스위트홈, 오징어 게임1) 등이 연달아 흥행에 성공하면서 k-콘텐츠가 경쟁력을 가지게 되었고, 앞서 서술한 OTT 서비스의 장점에 힘입어 국내 플랫폼인 티빙, 쿠팡플레이, 웨이브 등이 서비스를 시작하며 국내 OTT 시장의 경쟁이 본격화되었다.

2.2 콘텐츠 소비 방식의 변화

이런 OTT 서비스의 확산은 콘텐츠 소비 방식을 급격하게 변화시켰다. 과거에는 콘텐츠 소비가 극장에 가거나 텔레비전 앞에 앉아 정해진 시간에 방영하는 지상파 방송을 기다리는 방법이 주를 이루었다. 이는 어떤 특정 시간에 맞춰서 개인이나 가족이 수동적으로 콘텐츠를 소비하는 것으로 볼 수 있으며, 볼 수 있는 영화나 드라마의 종류가 제한적이고 시청 경험도 획일적이라는 특징을 지녔다. 반면 오늘날에는 OTT 서비스 시장이 활성화되고 디지털 기술이 발전하여 이에 따라 콘텐츠 소비방식에 많은 변화가 생겼다. 더 이상 특정 장소나 시간대, 한정적인 콘텐츠에 머무르지 않고 원하는 시간과 장소에 스마트폰, 태블릿, 노트북 등 다양한 기기를 통해 콘텐츠를 마음대로 시청할 수 있게 되었다. 이렇게 공급 중심이 아닌 수요가 모든 것을 결정하는 '온디맨드'(On-demand) 방식으로 인해 소비의 주도권이 과거에 비해 소비자 쪽으로 많이 넘어갔으며, 콘텐츠 시청 자체가 더욱 개인화되고 능동적인 형태로 전환되었다.[6]

OTT 서비스의 등장 후 콘텐츠 소비 방식에도 크고 작은 변화가 생겨났는데, 가장 큰 변화는 이용자가 콘텐츠를 연속 시청하는 방식이 더 쉬워졌다는 점이다. 원하는 시간에 다양한 콘텐츠를 볼 수 있게 되면서 이미 많이 나오거나 끝난 작품을 몰아보는 이용자들이 증가했다.[7] 또한 과거보다도 콘텐츠에 대한 접근성이 좋아진 것에 더해, OTT 서비스에서는 인공지능과 빅데이터 기술을 활용하여 추천 알고리즘을 만들어주는 기능이 이런 장점을 극대화시켰다. 알고리즘이 이용자의 검색 기록, 시청 시간 등을 보고 취향을 추측하여 개인 맞춤형 콘텐츠를 제공하는 덕에 스스로 검색하거나 여러 작품들을 볼 필요 없이 플랫폼이 제공해주는 알고리즘을 따라 시청하는 이용자 유형이 많아지는 방향으로 변화하며 예전보다도 콘텐츠 소비를 늘리고 이용자들을 끌어 모을 수 있게 되었다.[8] 이런 소비 방식의 변화로 플랫폼들도 자체 제작 시리즈들을 한 번에 공개하는 방식을 주로 쓰지만, 오히려 보고싶은 시리즈만 보고 구독을 해지하는 이용자들도 생기며, 일부 서비스에서는 화제성과 구독 유지 효과를 위해 콘텐츠를 나누어 공개하기도 한다.[9]

---

[5] KISDI 'OTT 서비스 플랫폼별 이용행태 비교' 보고서

[6] 강민성 외, 온디맨드경제 확산에 따른 서비스산업의 역할과 과제, 산업연구원, 2017

[7] 최성인, 이재헌, 포스트 TV 시대, 미디어 이용 리듬의 구성과 적용, 서울: 서울대학교 언론정보연구소, 2022, pp.139-184

[8] 이승우, OTT 넷플릭스가 촉발한 취향저격 '추천 알고리즘', 한국경제, 2024.6.9., https://www.hankyung.com/article/2024060940091

[9] 이정현, '몰아보기'도 OTT 구독 해지 원인…"볼 콘텐츠 없어져", 연합뉴스, 2023.5.7.,

2.3. 산업 구조 변화

OTT 열풍으로 인해 생긴 미디어 업계의 큰 변화 중 하나는 기존 영화감독들이 OTT 플랫폼에 자리를 잡기 시작했다는 것이다. 전통적인 영화계에서도 저명한 데이빗 핀처, 봉준호, 알폰소 쿠아론 감독 등이 OTT 플랫폼의 제작비로 시리즈나 영화를 제작하고 있다. 앞서 나왔던 OTT 서비스의 강점인 규제 문제에서 비교적 자유롭다는 점이 플랫폼이 많은 부분을 창작자에게 맡기게 되었고, 극장의 흥행성에서 벗어나 자유로운 계약으로 더욱 다양성 있는 콘텐츠가 받아들여지고 있다. 특히 대표적인 OTT플랫폼인 '넷플릭스'는 한국에서 제작하는 오리지널 드라마 시리즈에 올해까지 3억 달러 가까이 투자한 것으로 드러나 화제가 되기도 했다. 이렇게 좋은 창작자들을 데리고 만들어지는 OTT 서비스만의 시리즈나 영화는 극장이나 지상파에서 생산하는 미디어 콘텐츠들과 다름없이 연이어 흥행하고 있다.[10]

	장르	제작비	정량적 성과
오징어 게임	드라마	약 200억 원	• 넷플릭스 콘텐츠 최장 1위 기록 • 시청자 수: 1억 4천여만 명 • 시청 시간: 16억 5천 45만 시간 • 넷플릭스 시가총액 12조 원 상승
킹덤 시즌1, 2	드라마	약 200억 원	• 시즌1 공개 후 가입자 수 약 70만 명 증가 • 시즌2 공개 후 트래픽 증가(국내: 2.3배)
스위트홈	드라마	약 300억 원	• 공개된 후 4주간 전 세계 2,200만 유료 구독 • 시즌2 공개 후 트래픽 증가(국내: 2.3배)
솔로지옥	예능	제작비 공개되지 않음/ 기존 지상파 종편 예능물보다 높은 수준 제작비가 들어간 것으로 전해짐	• 국내 비롯 9개 국가에서 1위에 랭크 • 한국 예능으로는 최초로 월드 순위 10위권 등극 (최고 순위 5위 기록)
기묘한 이야기 시즌1~4	드라마	회당 약 144억 원 (시즌3 기준)	• 시즌1 첫 공개 이후 타깃 시청자 수 평균 1,407만 명 기록 • 시즌2 스트리밍 시간 4억 2,700만 기록 • 시즌3 스트리밍 시간 5억 8,200만 기록 시청자 수 6,700만 명 기록
브리저튼 시즌1, 2	드라마	회당 약 84억 원	• 가장 많은 스트리밍 시간 & 시청자 수 기록 시즌1 스트리밍 시간 6억 2,500만 기록 시즌1 시청자 수 8,200만 명 기록

<그림 2> 넷플릭스 오리지널 콘텐츠의 시장 효과[11]

이렇게 코로나19 이후 OTT플랫폼이 다수 등장하고 성장하며 점점 경쟁 구조로도 변화하기 시작했다. 기존 OTT 시장의 많은 부분을 점유했던 플랫폼인 넷플릭스와 같은 글로벌 플랫폼과 웨이브, 티빙 등과 같은 국내 플랫폼들의 경쟁이 심화되며 이용자 확보와 콘텐츠 차별화를 위해 각각의 플랫폼들이 자원을 투자하기 시작했다. 오리지널 시리즈의 개발은 이런 이유에서 시작된 것이기도 하다. 플랫폼들은 자신만의 이용자를 확보하기 위해 '독점 콘텐츠'를 만들어 이용자를 확보하고 있으며, 이는 실제로 이용자가 플랫폼을 선택하는 데 중요한 영향을 미친다. 또한 이런 방식의 강점은, 자체제작이기 때문에 따로 저작권료나 지식재산권 문제에 피해받을 일이 줄어든다는 점이다. 현재 기존 다른 콘텐츠를 사들여 모아서 이용자에게 보여주는 형식과 병행하여 디즈니+, 넷플릭스, 쿠팡플레이 등 많은 OTT 서비스 플랫폼들이 독점 콘텐츠를 생산해내고 있으며, 이런 흐름에서 플랫폼 간 콘텐츠 확보 경쟁은 더욱 치열해지고 플랫폼들의 경쟁력에 큰 영향을 미치고 있다.

3. OTT 서비스 사용에 따른 문제점

---

https://www.yna.co.kr/view/AKR20230503110900017?input=copy

[10] 정성욱. "OTT 플랫폼의 성장과 영화산업의 변화." 국내석사학위논문 부산대학교 대학원, 2020. 부산

[11] 홍경수, K-콘텐츠 생태계에 OTT의 미래 달렸다, 한국언론진흥재단, 2022.5.30.

3.1 구독 해지 절차의 복잡성과 소비자 불편

이렇게 OTT 서비스가 성장하고 경쟁하며 더 좋은 기능을 제공하거나, 많은 콘텐츠들을 제작하는 방향으로만 이어진다면 좋겠지만, 실제론 그렇지 않다. 최근 구독 서비스에서는, 가입은 간단하지만 해지가 어렵다는 점이 지속적으로 제기되고 있다. 최근 서울시전자상거래센터가 진행한 실태조사에 따르면 응답자의 58.4%, 과반수 이상이 구독 해지 과정에서 어려움을 겪은 경험이 있다고 답했다.[12] 해지가 어려운 이유로는 해지 메뉴를 찾기 어렵거나 절차가 복잡하다는 것 등이 있었는데, 이는 단순히 이용자의 사소한 문제가 아니라 플랫폼을 개발할 때 해지가 의도적으로 복잡하게 설계된 결과물이다. 기업들이 '넛지'를 활용한 예라고도 볼 수 있는데, 넛지는 경제학적 의미로 부드러운 개입을 뜻한다.[13] 자연스러운 선택을 유도하여 대상의 행동을 변화시키는 이런 방식은 OTT 서비스의 구독 해지 절차에 잘 나타나 있다.

이용자들은 보통 구독 서비스를 처음 시작할 때 무료체험으로 시작하는 경우가 많다. 1개월 남짓의 기간동안 서비스를 무료로 즐길 수 있다는 혜택은 소비자들의 눈길을 끌기 충분하다. 하지만 이 혜택 기간이 끝나면 그 다음 달 부터는 자동으로 통장에서 돈이 빠져나가기 때문에, 구독 서비스 이용자의 상당수는 원하지 않는 자동 결제를 체험하기도 한다. 실제 조사에서 56%가 무료 체험 후 자동 결제로 전환된 경험이 있으며, 이들 중 절반 가까이 사전 안내가 부족하다고 답한 것으로 드러났다.[14]

또한 해지 과정에서 설문 조사나 구독 유지를 설득하는 메시지를 반복하여 이런 많은 절차가 이용자들의 혼란을 가중시킨다.

<표 1> OTT 플랫폼 별 가입과 해지 단계 수

	가입 과정 단계 수	해지 과정 단계 수
넷플릭스	3	5
디즈니+	3	7
티빙	3	5
왓챠	3	4
웨이브	3	4

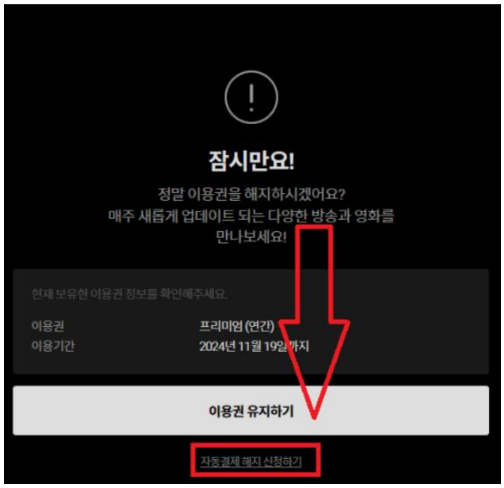
<표 1>에서 알 수 있듯이 가입 절차는 간편로그인/회원가입-결제상품 선택-결제의 세 단계로 통일되어 있는 것에 반해 해지 절차에서는 플랫폼마다 단계 수가 들쭉날쭉하다. 설문조사를 넣거나, 구독 유지 문구를 넣는 등의 방법으로 절차를 늘린 것이다.

---

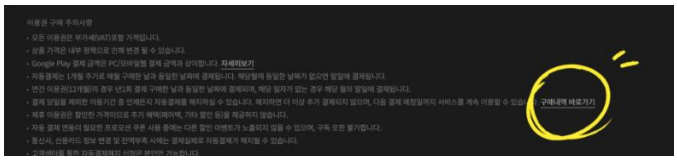
[12] 윤보람, 구독서비스 이용자 절반 "유료전환 안내 부족…해지도 어려워", 연합뉴스, 2025.4.16., https://www.yna.co.kr/view/AKR20250415162200004?utm_source=chatgpt.com

[13] 로라 도즈웍스, 패트릭 페이건, <다크 넛지>, 포레스트북스, 2024

[14] 이진호, “가입은 클릭 한 번, 해지는 몇 단계”, 구독 서비스 속 ‘해지 장벽’, 한경매거진, 2026.4.24.



<그림 3> 티빙의 구독 해지 장면[15]



<그림 4> 웨이브의 구독 해지 장면[16]

또한 <그림 3>과 <그림 4>에서 해지 과정 중 구독 해지를 위한 절차로 들어가는 것 자체에서 해지 메뉴를 잘 보이지 않게 배치하여 이용자들이 구독 해지에 피로감을 느끼도록 유도한 것도 알 수 있다.

3.2 지속적인 요금 인상에 따른 가격 부담

최근 OTT 서비스의 구독료가 상승하고 앞서 나왔던 독점 콘텐츠로 인해 여러 플랫폼을 동시에 구독하는 이용자가 많아지며 이용자들의 가격 부담이 증가하고 있다. 대표적인 OTT 플랫폼인 넷플릭스는 광고를 시청해야 요금제를 이용할 수 있는 '광고형 스탠다드'를 기존 월 5500원에서 7000원으로, 베이식 요금제를 월 9500원에서 12000원으로 인상했다. 디즈니플러스도 월 9900원으로 서비스를 시작하여 서비스 시작 1년만에 13900원으로 40% 가까이 올랐다. 이 외에도 유튜브 프리미엄, 티빙 등도 지속적으로 요금제를 인상하면서 이용자들의 가격 부담이 커지는 현상이 나타나고 있다.[17] 이렇게 구독료는 점점 오르는 반면, 이용자들의 소비 방식은 여러 플랫폼을 구독하는 형태로 변화하기 때문에 OTT 서비스에 대한 소비자들의 만족도는 점점 낮아지는 현상이 나타난다. 시리즈는 넷플릭스, 스포츠 중계는 티빙, 영화 콘텐츠는 디즈니+처럼 각각의 플랫폼마다 집중된 독점 콘텐츠가 있어 복수 구독의 필요성이 높아지고 있기 때문이다. 방송통신위원회에 따르면 국내의 OTT 이용자들은 평균적으로 약 2.8개 정도의 플랫폼을 구독하는 것으로 나타났다.[18] 이것은 원하는 콘텐츠를 보기 위해 써야 하는 돈이 점점 더 늘고 있다는 것을 의미한다.

---

[15] 뚝딱, 티빙 정기결제 해지 방법 A to Z(PC, 모바일 환불), 뚝딱이의 IT백과, 2024. 9. 4., https://blog.naver.com/eclass0824/223572033052

[16] 바노피파이, 웨이브해지 이렇게 꽁꽁 숨어있나... OTT 자동결제해지, 생활의지혜, 2026. 4. 28., https://blog.naver.com/parlerlecoreen/224268064464

[17] 최지희, '이래도 OTT 볼거지?' 배짱…구독료 한번에 40% 올렸다., 한국경제, 2025. 5. 21., https://www.hankyung.com/article/202505217094i

[18] 방송미디어통신위원회, 한국정보통신진흥협회, 2025, 12 30.,2025 방송매체 이용행태조사 결과 발표 [보

구독 서비스 유형	이용률	이용방식*	월 평균 총 지불액**
온라인 동영상(OTT)	90.1%	복수 이용 (62.3%)	40,530원
쇼핑멤버십	83.8%	복수 이용 (61.8%)	
음악 스트리밍	73.4%	1개만 이용 (61.0%)	

* 영상(OTT) 1,802명, 쇼핑멤버십 1,676명, 음악 스트리밍 1,469명 대상
** 3개 유형 구독 서비스 중 1개 이상 이용자 1,918명 대상

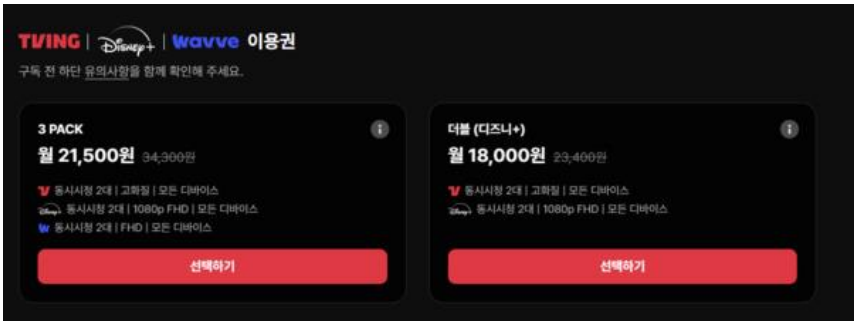
<표 2> 구독 서비스 유형별 이용률 및 월평균 지출액

위 표는 국내 서비스 이용자들이 OTT 서비스를 구독하는 비율이 가장 높고, 이 이용자 중에서 여러 플랫폼을 동시에 구독하는 경우가 많다는 것을 보여준다. 또한, 다른 구독 플랫폼들까지 합친 이용자들의 월 평균 총 지불액이 40,000원 이상이나 된다는 것을 알 수 있었다. 이로써 OTT 산업이 발전할수록 구독 서비스의 중복된 이용이 많아져 각각의 플랫폼들의 가격 인상이 이용자에게 더 많은 부담을 줄 수 있다는 결론을 내렸다.

4. 이용자 피해 완화에 대한 노력과 해결방안

4.1 OTT 플랫폼 간 경쟁 심화

OTT 플랫폼 산업이 발달하고 경쟁이 생기며 기업들은 가입자를 확보하는 데 더 경쟁하게 되었다. 코로나 이후로 OTT 서비스를 아예 새로 쓰기 시작하는 이용자 수는 적어지는 반면, OTT 산업에 뛰어든 플랫폼들은 많아지며 플랫폼 이용자를 유입시키는 것이 더욱 절실해졌기 때문이다. 그리하여 기존의 OTT 서비스들은 가격으로 인한 사용자 감소를 경계하기 위해 기존 만 원 안팎의 월정액 서비스보다도 적은 돈을 내고 콘텐츠를 시청하며 대신 광고를 보는 광고형 요금제를 도입하여 이익을 유지하거나, 계정을 공유할 수 있는 사람 수에 제한을 걸어 신규 가입자를 늘렸다.



<그림 5>'3PACK'으로 나온 2가지 이용권[19]

또한 여러 구독 서비스를 묶어서 정가보다도 조금 더 저렴하게 판매하는 구독 번들 서비스를 통해 여러 OTT가 힘을 합쳐 경쟁하기도 한다.[20] 이런 방식으로 유입된 사용자들은 심리적으로 쓰던 구독 번들 서비

도자료]

[19] 티빙 홈페이지

[20] 최이담, [콘텐츠 인사이트] 국내 'OTT 번들' 시대 개막…티빙·웨이브·디즈니+의 계산법, 다음, 2025. 11.

스를 끊고 단일 서비스를 정가로 구독하기 힘들기 때문에 서비스들은 이용자를 효과적으로 유지할 수 있다.

이렇게 이용자들을 위해선 각 서비스들이 독점 컨텐츠를 확보하려 힘쓰기 보다는 낮은 가격과 컨텐츠 품질에 신경쓰고 이를 중심으로 경쟁할 필요가 있다. 플랫폼 통합 검색 사이트 개발나 다양한 조합으로 구독번들 서비스가 제작되는 형태로 산업이 경쟁하고 발전한다면 경쟁의 효과는 유지하면서 소비자의 피해를 줄일 수 있을 것이다.

4.2 수익 구조 문제

OTT 플랫폼들이 가격을 올릴 수밖에 없는 이유는 수익 구조에서도 찾을 수 있었다. 앞서 나왔던 독점 콘텐츠를 만들기 위해 콘텐츠를 제작하는 데 많은 비용을 투자하고, 그런 콘텐츠를 비슷한 여러 플랫폼들 사이에서 홍보하기 위해서도 비용을 지불해야 하기 때문이다. 또한 서버 유지비, 플랫폼 유지비, 기존 콘텐츠 확보 등에도 비용이 들며 더 이상 OTT 산업에 발들이는 선택이 비용 대비 효율성이 낮아졌다.[21] 이렇게 지속적인 투자가 필요한 가운데 OTT 시장이 계속 포화되며 이용자 증가가 더디어지게 되며 이제 플랫폼들은 새로운 이용자를 찾는 것 외에도 기존 사용자들이 빠져나가지 않게 애써야 하는 상황에 직면하게 된 것이다. 콘텐츠 제작 비용과 홍보비용 등 변동 가능한 비용 외에도 플랫폼 유지비, 기존 콘텐츠의 저작권 문제 등의 고정적인 지출이 발생하므로 안정적인 수익 구조가 만들어지지 않은 플랫폼들은 이용자들의 불편 증가와 더불어 적자 문제까지 겪게 된다. 결과적으로 OTT 서비스 이용자의 피해가 커지는 원인은 플랫폼 운영방식의 문제도 있지만, 배경에는 산업의 수익 측면의 구조적 문제에서 발행한다는 것을 확인할 수 있었다. 이런 플랫폼의 문제는 소비자의 선택권을 약화시키거나 자유롭지 않은 구독 문제로 이어진다.

따라서 이용자 환경을 위해선 OTT 기업들은 구독 방식이나 구독료를 통해 수익을 메꾸는 방법보다는 다른 경로를 찾아봐야 한다. 앞서 제시되었던 광고 요금제나 통신사와 제휴를 맺어 결합하여 판매하는 방법 외에도 컨텐츠 라이선스 판매, 독점 컨텐츠 관련 굿즈 제작 등으로 다양하게 수익을 얻을 경로를 개발함으로써 이용자 불편을 완화시킬 수 있다.



<그림 6> 오징어 게임2 팝업에 굿즈를 사러 온 방문객들[22]

---

23. https://v.daum.net/v/PcJGEi71c2?utm_source=chatgpt.com

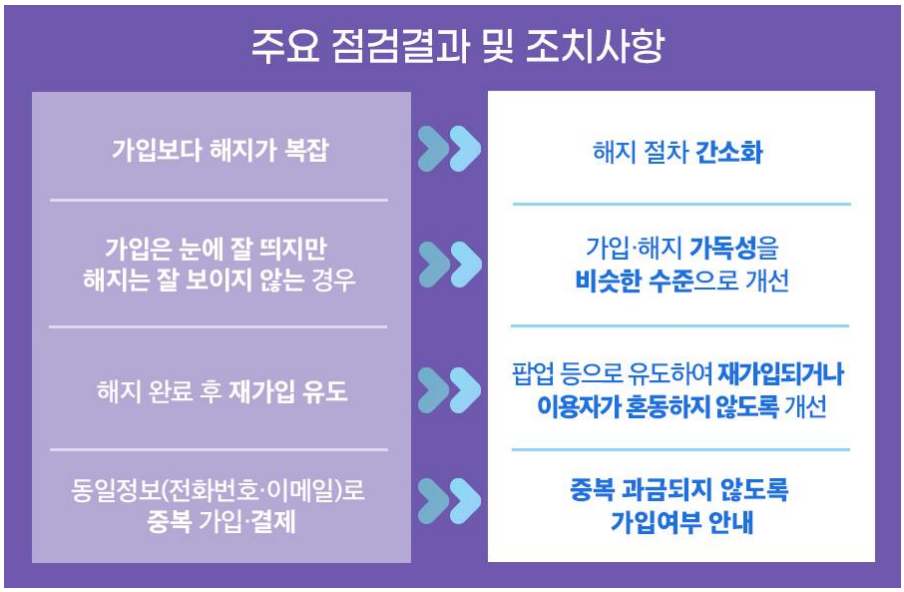
[21] 김동현, 제작비 급등에 앓아누운 토종 OTT, "넷플릭스發 출연료 경쟁이 주요 원인", 더이코노미코리아, 2023.11.20., https://kr.economy.ac/news/2023/11/2023114316?utm_source=chatgpt.com

[22] 안경선, [포토] '오징어게임2' 굿즈 둘러보는 방문객들, 이뉴스투데이. 2024. 12. 26., https://www.enewstoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=2218195

또한 무리하게 컨텐츠 수만 늘리거나 독점 컨텐츠 개발에만 매진하지 않고 소비자의 수요를 공략하는 것에 신경쓰는 것도 기업의 지속 가능한 성장과 소비자 불편 해결에 기여할 수 있을 것이다.

4.3 규제 및 소비자 보호 장치의 미흡

소비자 보호 제도는 빠르게 성장한 OTT산업의 속도를 따라가기 힘들었다. 앞서 제시한 사례들에서 알 수 있듯이, 해지 절차를 불편하게 하거나 OTT 기업 재량으로 구독료를 조정하는 등의 문제들에 대해 실제로 방송통신위원회는 OTT와 음원 서비스 18개를 대상으로 하여 해지 절차를 간소화하거나 재가입 유도를 개선할 것을 권고한 바 있다.



<그림 7> OTT와 음원 서비스 18개 대상의 주요 점검결과 및 조치사항[23]

이처럼 정부나 관련 기관들은 OTT 서비스에 관한 소비자 보호 기준을 정확히 정할 필요가 있다. 가입만큼 해지를 쉽게 할 수 있는 시스템을 제안하고, 요금 인상 전 자동결제 고객에게 공지하는 것을 의무화해야 한다. 또한 무료 체험 후 자동결제와 환불 기준, 중도 해지에 대한 표준적인 약관을 마련하여 사용자의 불이익을 줄이려 노력해야 한다. 실제 공정거래위원회에서 OTT 플랫폼 사업자의 불공정 약관을 시정한 적도 있다. 특히, 기존 넷플릭스에서는 중도 해지하더라도 남은 기간 동안 의무적으로 서비스를 사용해야 했지만 현재 사업자의 귀책사유가 있거나 서비스를 사용한 적이 없는 경우 결제 후 7일 내에 환불할 수 있게 되었다. 또한 소비자 피해가 발생했을 경우 이를 신속하게 해결할 수 있는 제도가 마련되어야 한다. OTT 산업의 지속적인 발전을 위해서는 기업의 이익만 추구하는 것이 아니라 소비자의 권리도 함께 보호해야 한다. 이를 통해 이용자의 만족도를 높이고 더 나은 OTT 이용 환경을 만들 수 있을 것이다.

5. 결론

이 글에선 코로나19 이후에 급격하게 성장한 OTT 서비스가 이용자의 사용 환경과 미디어 산업 구조를 어떻게 변화시켰고, 결과적으로 무슨 영향을 미쳤는지 탐구한 다음 이에 대한 해결방안을 간단히 제시하였

---

[23] 변휘, 방통위, OTT·음원 서비스 "해지 간소화, 재가입 유도 개선" 권고, 머니투데이, 2023.11.30. https://www.mt.co.kr/tech/2023/11/30/2023113011260997880?utm_source=chatgpt.com

다.

코로나19 시기가 지나고 OTT 서비스 이용률이 80%가 넘을 만큼 OTT 산업이 대중화되며 기존에 영화관에 가거나 본방송 시간을 기다리는 등의 수동적인 콘텐츠 소비에서 언제 어디서나 콘텐츠를 소비하는 온디맨드 방식으로 변화하게 되었고, 플랫폼 간의 신규 사용자 확보 경쟁와 기존 사용자 보존을 위한 노력은 오리지널 독점 콘텐츠 개발을 활성화하며 산업 전반을 변화시키기도 했다. 그러나 이러한 급성장에는 이용자의 권익을 침해하는 부작용이 생기기도 했다. 조사 결과, 플랫폼 기업들은 가입 절차를 세 단계로 통일해 편한 가입 환경을 만드는 반면, 해지 절차는 의도적인 넛지 설계를 통해 복잡하게 늘려 놓아 이용자에게 많은 피로감을 유발하고 있었다. 이에 더해서 각 플랫폼의 독점 콘텐츠 개발으로 인해 이용자들이 다수의 서비스를 동시에 여러 가지를 구독할 수밖에 없는 환경을 조성한 다음 지속적으로 요금을 인상하여 소비자의 경제적 부담을 높이고 있음을 알 수 있었다.

따라서 지속가능한 OTT 산업을 구축하기 위해서는 OTT 기업과 정부 기관 모두 효과 있는 해결책을 제시하여야 한다. OTT 기업은 일방적인 구독료 인상 정책에서 벗어나 광고형 요금제를 확대하거나 통신사 제휴를 통한 구독 번들 서비스 제작, 콘텐츠 라이선스 판매 및 독점 콘텐츠의 IP기반 굿즈 제작 등의 방법으로 수익구조를 변화시켜야 하고, 동시에 정부와 소비자보호 기관은 가입만큼 해지를 쉽게 할 수 있는 일관된 시스템을 만들 수 있게 요구하며 무료 체험 후 자동결제 안내를 의무화하는 등 관련 기준과 표준약관을 명확히 세워야 할 것이다. 플랫폼이 기업의 단기적인 이익추구만을 위하는 것이 아니라 소비자의 선택권과 권익을 동등하게 보호할 때, 비로소 미디어 산업의 지속 가능한 성장을 기대할 수 있을 것이다.

참고문헌

- 로라 도즈웍스, 패트릭 페이건, 《다크 넛지》, 포레스트북스, 2024.
- 배기형, 《OTT 서비스의 이해》, 커뮤니케이션북스, 2015, p.86.

- 정성욱, "OTT 플랫폼의 성장과 영화산업의 변화", 국내석사학위논문, 부산대학교 대학원, 2020, 부산.
- 최성인, 이재헌, "포스트 TV 시대, 미디어 이용 리듬의 구성과 적용", 서울: 서울대학교 언론정보연구소, 2022, pp.139-184.
- 강민성 외, 「온디맨드경제 확산에 따른 서비스산업의 역할과 과제」, 산업연구원, 2017.
- 정보통신정책연구원(KISDI), 「OTT 서비스 플랫폼별 이용행태 비교」 보고서.
- 홍경수, 「K-콘텐츠 생태계에 OTT의 미래 달렸다」, 한국언론진흥재단, 2022.5.30.

- 김동현, "제작비 급등에 앓아누운 토종 OTT, '넷플릭스發 출연료 경쟁이 주요 원인'", 《더이코노미코리아》, 2023.11.20., https://kr.economy.ac/news/2023/11/2023114316
- 방송미디어통신위원회, 한국정보통신진흥협회, 「2025 방송매체 이용행태조사 결과 발표」 [보도자료], 2025.12.30.
- 변휘, "방통위, OTT·음원 서비스 '해지 간소화, 재가입 유도 개선' 권고", 《머니투데이》, 2023.11.30., https://www.mt.co.kr/tech/2023/11/30/2023113011260997880
- 안경선, "[포토] '오징어게임2' 굿즈 둘러보는 방문객들", 《이뉴스투데이》, 2024.12.26., https://www.enewstoday.co.kr/news/articleView.html?idxno=2218195
- 윤보람, "구독서비스 이용자 절반 '유료전환 안내 부족…해지도 어려워'", 《연합뉴스》, 2025.4.16., https://www.yna.co.kr/view/AKR20250415162200004

- 이승우, "OTT 넷플릭스가 촉발한 취향저격 '추천 알고리즘'", 《한국경제》, 2024.6.9., https://www.hankyung.com/article/2024060940091
- 이정현, "'몰아보기'도 OTT 구독 해지 원인…'볼 콘텐츠 없어져'", 《연합뉴스》, 2023.5.7., https://www.yna.co.kr/view/AKR20230503110900017
- 이진호, "“가입은 클릭 한 번, 해지는 몇 단계”, 구독 서비스 속 ‘해지 장벽’", 《한경매거진》, 2026.4.24.
- 최이담, "[콘텐츠 인사이트] 국내 'OTT 번들' 시대 개막…티빙·웨이브·디즈니+의 계산법", 《다음》, 2025.11.23., https://v.daum.net/v/PcJGEi71c2
- 최지희, "'이래도 OTT 볼거지?' 배짱…구독료 한번에 40% 올렸다.", 《한국경제》, 2025.5.21., https://www.hankyung.com/article/202505217094i

- 뚝딱, "티빙 정기결제 해지 방법 A to Z(PC, 모바일 환불)", 《뚝딱이의 IT백과》, 2024.9.4., https://blog.naver.com/eclass0824/223572033052
- 바노피파이, "웨이브해지 이렇게 꽁꽁 숨어있나... OTT 자동결제해지", 《생활의지혜》, 2026.4.28., https://blog.naver.com/parlerlecoreen/224268064464
- "OTT 서비스의 이해", 《네이버 지식백과》, 2015.5.20.

공간 소리 예술을 활용한 공공도서관 소음 개선 방안

목차

1. 서론
2. 복합문화공간으로서의 공공도서관
  2.1. 도서관 인식 변화
  2.2. 사례
3. 공공도서관 소리 환경에 대한 이용자 인식
  3.1. 설문조사 개요
  3.2. 소음 실태 및 소리 예술 도입 선호도 분석
4. 공간 소리 예술
  4.1. 개념 및 필요성
  4.2. 공공 공간 적용 사례
5. 공공도서관 적용 방안
  5.1. 공간별 구분 적용
  5.2. 가상 설계안 시각화
6. 결론
참고 문헌

1. 서론

도서관은 과거 기록과 보존의 기능으로만 인식되던 시기를 지나 현대에 이르러 이용자에게 다양한 서비스를 제공하는 문화적 공간으로 확대되고 있다. 이에 뒤따라 공공도서관에서 단순한 정보의 탐색을 넘어 각종 프로그램 및 활동이 수행되는 상황 속 발생하는 소음의 통제 또한 더 어려워졌다. 현재 일반적인 소음 억제 방안으로 음향 차단 구조물의 설치가 널리 쓰이고 있으나, 이는 공간의 개방감을 억제하며 소음의 전 공간적인 원천 차단이 불가능하다는 점에서 최적의 해결법이라 볼 수 없다.

이러한 공공도서관의 시대적 특성과 물리적 방음의 한계를 고려하여 도서관 이용 환경 개선을 위한 방안으로 공간 소리 예술을 도입하고자 한다. 그에 선행되어 문헌 연구의 방법을 통해 기존 공공장소에서의 공간 소리 예술 활용 사례를 살펴보고, 설문조사 결과에서 나타나는 도서관 이용자의 소음 불편 경험 및 선호 소리를 분석할 필요가 있다. 최종적으로 분석 결과에 기반하여 공간 소리 예술이 접목된 공공도서관의 가상 설계안과 함께 복합문화공간으로서의 발전 방향을 제시할 것이다.

2. 복합문화공간으로서의 공공도서관

2.1. 도서관 인식 변화

도서관은 인류의 기억을 담은 자료들을 최대한 수집하고 가공하여 당대의 사람들에게 제공하고, 이들을 후대에 전승하기 위해 만들어진 사회적 장치이다. (한국문헌정보학회, 2021: 125) 이와 같은 도서관은 과거 왕실, 귀족, 종교단체와 같은 특정 계층만의 전유물로 취급 받아왔다. 그러나 추후 민주주의의 성장과

함께 모든 시민의 교육 권리 및 알 권리를 위한 보편적 정보접근성의 확대를 목적으로 공공도서관의 대중화가 이루어졌다. 이러한 공공도서관 또한 시대의 흐름에 따라 변화의 과정을 겪었다. 1세대 공공도서관은 인쇄매체 중심의 정보의 접근에만 집중한 공간이었다. 이용자에게 참고 자료를 대출해 주거나 독서의 공간을 제공하는 것이 주 기능이었으며 서가와 열람실 위주의 구성으로 정적인 특성이 강했다. 2세대 공공도서관은 웹의 발전과 함께 정보의 공유와 소통이라는 가치에 주목했다. 정보통신기술을 이용한 효율적인 정보탐색 기능이 추가되고 이용자의 리뷰 작성과 같은 쌍방향 소통이 이루어졌다. 3세대에 이르러 복합 문화 공간으로서의 공공도서관이 등장했다.

<표 1> 세대별 공공도서관 비교 (직접 작성)

구분	핵심 가치	주요 기능	공간 특성
1세대 도서관	정보의 수집 및 보존	인쇄매체 대출, 독서 공간 제공	서가와 열람실 위주 (정적)
2세대 도서관	정보의 공유와 소통	웹 기반 정보 탐색, 쌍방향 소통	정보통신기술(ICT) 도입
3세대 도서관	사람 중심의 문화 생산지	예술·문화·교육 활동 및 여가	북카페, 공연장 등 복합 시설

복합문화공간의 기능을 심재춘·윤대한(2005: 2)에서는 다음과 같이 정리한다. “복합문화공간은 예술적 또는 오락적 관람물이 시민들에게 제공될 수 있는 공연 예술 공간, 역사적·예술적 창작물을 시민들이 감상하거나 교육적 활동이 이루어지는 전시공간, 자료나 도서를 시민들이 열람할 수 있도록 하는 도서관 등과 함께 기타 다양한 문화적(예술적, 교육적, 오락적)행위가 이루어질 수 있도록 장소, 프로그램, 기법과 서비스 기능을 가진다. 도시적인 관점에서 보면 복합문화공간은 문화 생산자와 소비자와의 연계 하에 새로운 문화를 창출해 내는 지역 문화의 커뮤니티 공간 기능을 하며, 복합문화시설의 규모가 일정 규모 이상인 경우에는 접근이 편리하거나 상징적인 입지에 위치하여 주변지역의 도로 및 교통체제 변경 및 시설, 오픈 스페이스의 확보, 주변 건축물의 정비 등 도시환경 및 구조를 재구축 시키기도 한다.” 이처럼 현 공공도서관은 북카페, 공연장, 전시실 등을 갖추어 다양한 문화 활동이 가능한 커뮤니티 중심지의 모습을 띠고 있다. 즉, 공공도서관은 더 이상 정보의 수집 및 보존, 접근 기능을 제공하는 장소로 한정되지 않는다. 복합문화공간의 일종으로 이용자에게 여가 시간의 가치를 더하는 사람 중심의 공간이자 문화의 생산지이다.

2.2 사례

공공도서관의 복합문화공간화를 드러내는 구체적 사례는 다음과 같다. 첫 번째로, 서울 영동대로 스타필드 코엑스 몰 안에 있는 ‘별마당 도서관’은 7만 여권의 장서를 갖추었을 뿐만 아니라 저자들과 직접 만나는 작가 토크쇼와 시 낭송회, 이 시대의 지성과 명사를 초청하는 강연회 및 음악이 함께 하는 북콘서트 등 책을 주제로 한 다채로운 문화 행사 또한 전개된다. (스타필드 코엑스, 2026) 이러한 별마당 도서관은 온갖 종류의 도서를 갖추고 있다는 점 외에도 다양한 문화 체험이 가능하다는 장점을 가지고 있어 관광객들을 포함한 많은 사람의 발길을 이끈다.

전주시립도서관 꽃심의 트윈세대(12~16세) 전용공간인 ‘우주로1316’ 역시 복합문화공간으로 이용되는 공공도서관의 사례 중 하나이다. 이는 2019년 트윈세대를 위한 공간 조성 프로젝트에 선정된 전주시가 전문가들과 협력해 탄생한 공간으로, 청소년 중심의 다양한 프로그램을 제공한다. (한바탕전주, 2025) 소통 공간인 ‘톡톡존’, 활동 공간인 ‘쿵쿵존’, 창작 공간 ‘슥슥존’, 독서와 사색 공간 ‘곰곰존’ 등으로 구성돼 청소년들이 자유롭게 머물며 다양한 활동을 할 수 있도록 운영되고 있다. (김동욱, 2025)

해외의 관련 사례로는 핀란드 헬싱키의 Oodi 중앙도서관이 있다. Oodi의 1층은 넓은 로비, 공공시설과 행사 장소, 도서관 서비스, 카페가 아늑한 분위기를 자아낸다. 2층은 일, 활동, 학습, 교류, 친구 및 가족과의 시간을 보내는 공간이며 활동적인 시민들의 요구를 충족시킬 수 있는 방이 마련되어 있다. 이 층은 스튜디오, 게임룸, 작업 및 회의 공간, 도시형 작업장, 강의 및 상호작용 시설을 포함한다. '북 헤븐'으로 불리

는 3층은 다양한 도서와 안락한 독서 공간, 그리고 카페를 갖추고 있어 편안하게 휴식을 취하며 여유를 즐길 수 있다, 또한 도서관의 '시민 발코니'에서 헬싱키의 도시 전경을 감상할 수 있다. (OodiHelsinki Central Library, 2026)



<그림 1> Oodi 도서관의 모습 (OodiHelsinki Central Library, 2026)

렘 콜하스가 설계한 미국 시애틀 중앙도서관은 책과 사람, 첨단 기술이 유기적으로 연결된 현대적 도서관 모델을 보여준다. 시설적으로 대규모 회의실과 예술 창작 공간, 강당을 갖추어 시민들이 일상에서 문화를 향유하고 생산하는 복합문화공간의 역할을 수행한다. 또한 도서관 주변에 맞벌이 부부들이 아이들을 맡겨 놓는 경우가 많은 지역적 특성을 반영해 어린이 자료실을 대폭 확대하고, 350여 대의 컴퓨터와 사서의 전문 서비스가 결합한 맞춤형 디지털 정보 환경을 구축했다. 미술관 같은 세련된 디자인과 자연광이 어우러진 '리빙룸'은 이용자에게 정서적 안정감과 자유로운 휴식을 제공한다. (국립중앙도서관, 2019)

3. 공공도서관 소리 환경에 대한 이용자 인식

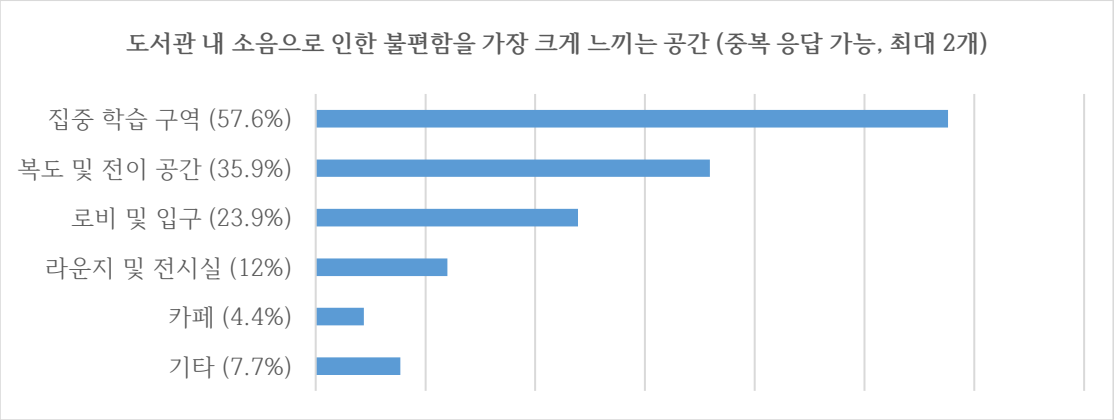
3.1. 설문조사 개요

본 연구에서는 복합문화공간으로 변모해 가는 공공도서관의 소리 환경에 대한 이용자의 인식을 파악하고 공간 소리 예술 도입의 타당성을 검토하기 위해 설문조사를 실시하였다. 온라인(Google 설문지)을 통해 2026년 4월 4일부터 2026년 4월 13일까지 진행되었으며 수집된 104개의 응답을 분석에 활용하였다. 응답자의 성별은 여성 65명(62.5%), 남성 39명(37.5%)으로 나타났다. 연령대별로는 20대가 58명(55.8%)으로 과반수를 차지했으며, 이어 10대 18명(17.3%), 40대 11명(10.6%), 50대 이상 10명(9.6%), 30대 7명(6.7%) 순으로 조사에 참여했다. 설문지는 응답자의 도서관 이용 현황 및 방문 목적, 복합문화공간으로서의 도서관 변화 인식, 도서관 내 소음 실태 및 주요 소음원, 공간 소리 예술 도입에 대한 인식, 도서관 활용에 적절한 배경음, 공간별 선호하는 소리의 종류와 같은 문항들로 구성되었다.

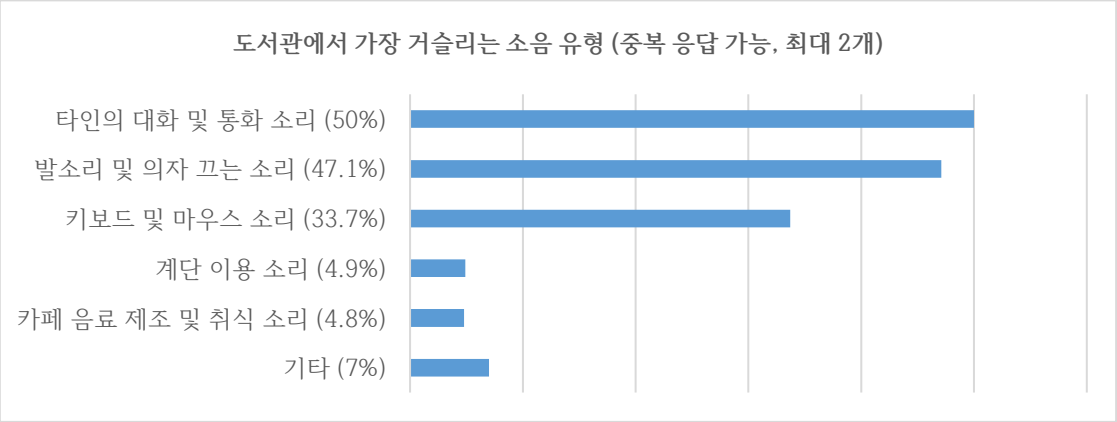
3.2. 소음 실태 및 소리 예술 도입 선호도 분석

본 설문조사 결과, 공공도서관 방문 목적(중복 응답)은 '독서 및 자료 대출(55.8%)'과 '카페 이용 및 휴식(54.8%)', '개인 학습 및 전공 공부(51%)', '노트북을 활용한 작업(45.2%)', '전시 관람 및 문화 행사 참여(18.3%)' 순으로 높게 나타났다. 또한 최근 도서관이 복합문화공간으로 변하고 있음을 체감하는지에 대한 질문에 '그렇다'와 '매우 그렇다'라는 응답의 비율이 각각 64.4%와 27.9%로, 응답자의 92.3%가 도서관의 변화를 체감하고 있는 것으로 조사되었다. 이러한 결과는 이용자들이 공공도서관을 정보의 수집 목적 이외의 여가 시간 활용의 목적으로도 방문 가능한 복합문화공간으로서 인식하고 있다는 것을 보여준다.

이와 같은 복합문화공간화에 따른 소음 실태를 분석한 결과, 대다수의 이용자가 도서관 내 소음으로 인한 불편을 겪는 것으로 확인되었다. 설문 응답자의 88.5%가 도서관 내 타인의 대화나 활동 소음으로 인해 불편함을 느낀 경험이 있다고 응답했으며, 불편을 가장 크게 느끼는 공간(중복 응답 가능, 최대 2개)으로는 '집중 학습 구역(57.6%)'이 과반수를 차지했다. 그다음으로는 '복도 및 전이 공간' 35.9%, '로비 및 입구' 23.9%로 이용자들이 자유롭게 이동하고 대화하는 개방된 구역에서 불편을 느끼는 것으로 드러났다. 가장 거슬리는 소음원으로는 '타인의 대화 및 통화 소리(50%)'가 가장 높은 응답을 기록했다. 그 뒤를 이어 '발자국 및 의자 끄는 소리(47.1%)', '키보드 타이핑 및 마우스 클릭 소리(33.7%)' 순으로 나타나 일상적인 생활 소음이 주된 요인으로 확인된다.



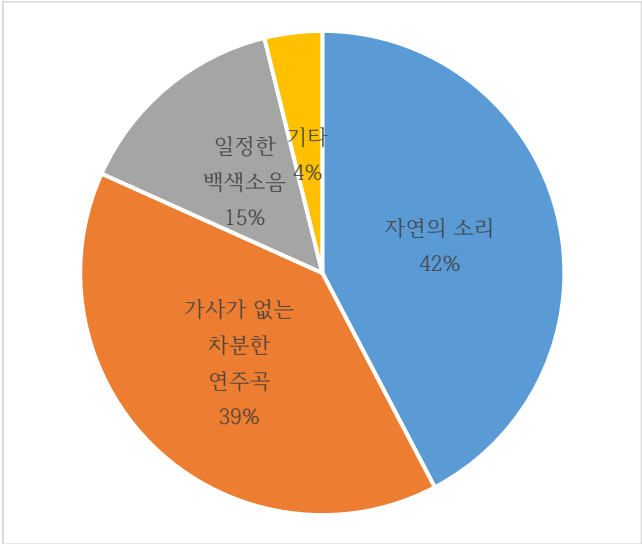
<그림 2> 도서관 내 소음으로 인한 불편함을 가장 크게 느끼는 공간 (직접 설문, 2026)



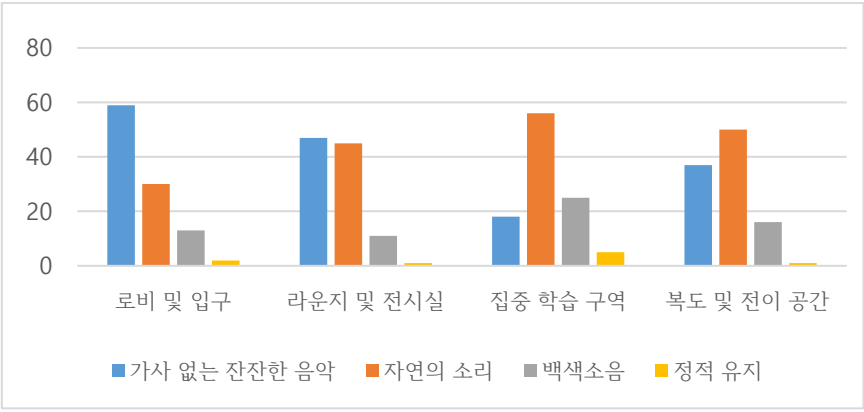
<그림 3> 도서관에서 가장 거슬리는 소음 유형 (직접 설문, 2026)

소리 환경 및 배경음 도입에 대한 인식 측면에서 '도서관이 완전한 적막을 유지해야 한다'라는 의견에 '전혀 그렇지 않다'와 '그렇지 않다'의 응답이 각각 9.6%와 82.7%를 차지했다. 나머지 7.7%는 '보통이다'로 해당 의견에 동의하는 응답은 나오지 않았으며, 기존의 정숙한 도서관 패러다임에 변화가 필요하다는 사실을 보여주었다. 이에 대한 대안으로 소음을 자연스럽게 덮어주는 배경음 도입에 대해서는 응답자의 90.4%('그렇다'

55.8%, ‘매우 그렇다’ 34.6%)가 긍정적으로 반응하여, 공간 소리 예술 도입에 대한 높은 수용도를 확인할 수 있었다. 공공도서관의 소음을 줄이기 위해 배경음을 도입한다면 어떤 종류의 소리가 적절할지에 대한 설문에는 자연의 소리 (42.3%), 가사가 없는 차분한 연주곡 (39.4%), 일정한 백색소음 (14.4%) 순의 선호도를 보였다. 이어 도서관을 로비 및 입구, 라운지 및 전시실, 집중 학습 구역, 복도 및 전이 공간으로 구분 지어 장소별로 적절하다고 느껴지는 이용자의 소리 인식을 조사하였다. 라운지 및 전시실의 선호 소리는 ‘가사 없는 잔잔한 음악’과 ‘자연의 소리’가 각각 45%, 43%로 비등하게 나타났다. 로비 및 입구 항목에서는 ‘가사 없는 잔잔한 음악’이 56%로 과반수를 차지한 반면, 집중 학습 구역은 ‘자연의 소리’가 전체 응답의 53%를 기록했다. 복도 및 전이 공간에서는 ‘자연의 소리’(48%), ‘가사 없는 잔잔한 음악’(35%), ‘백색소음’(15%) 순으로 나타났다. 전체적으로 ‘가사 없는 잔잔한 음악’과 ‘자연의 소리’가 높은 선호도를 보였으며 상대적으로 백색소음의 응답 수는 적은 비중을 차지했다. 또한 ‘정적 유지’는 집중 학습 구역(4.8%)을 제외한 모든 공간에서 1% 내외로 매우 적은 수를 기록했다.



<그림 4> 이용자의 선호 소리 (직접 설문, 2026)



<그림 5> 도서관의 공간별로 가장 적절하다고 생각되는 소리의 종류 (직접 설문, 2026)

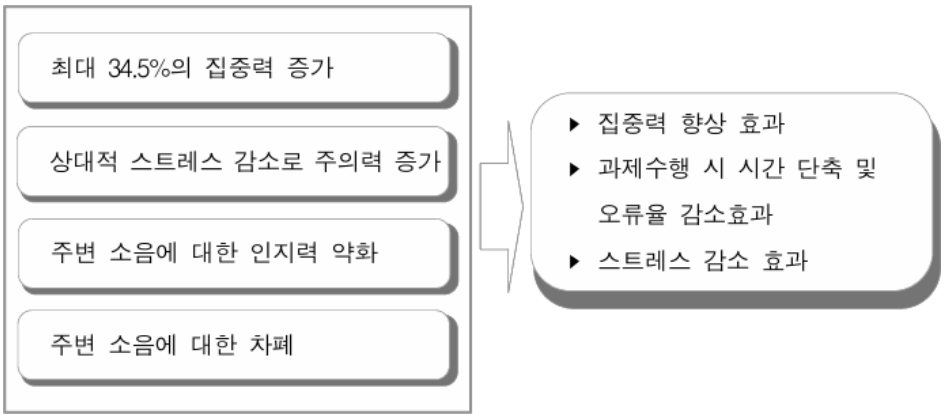
4. 공간 소리 예술

4.1. 개념 및 필요성

공간 소리 예술이란 사운드아트를 공간의 개념과 연결 지은 것이다. 사운드아트는 소리를 의미하는 ‘Sound’와 미술, 혹은 예술을 의미하는 ‘Art’라는 두 단어가 결합하여 만들어진 합성어다(김경화, 2023: 223). 여기서 공간은 단순한 배경이 아니라 소리의 매질이자 작품을 구성하는 핵심적인 재료로 기능한다. 물리적 공

간 속에 배치된 소리는 관람객의 움직임에 따라 끊임없이 변화하며, 정적인 장소를 입체적인 감각의 장으로 탈바꿈시킨다. 즉, 공간 소리 예술은 청각적 요소를 시각적·공간적 맥락으로 확장함으로써 이용자에게 몰입형 예술 경험을 제공하는 현대 예술의 핵심적 장르라 할 수 있다. 이와 같은 소리와 공간을 연결하는 아이디어는 다양한 시각을 통해 발전해 왔다. 이에 대해 김경화(2024: 17-18)에서는 다음과 같이 설명한다. “초창기 소리-공간 작품이 소리를 물리적 공간에 투사하거나 배치하여 순수하고 절대적인 공간을 창조하는 추상적 공간 미학에 관심을 두었다면, 그 관심사는 점차 공간 지각에 있어서 청각의 능력과 소리를 듣는 몸으로 옮겨졌다. 이러한 변화는 소리 작품이 놓인 공간 자체가 아니라 그것을 지각하고 경험하는 주체로서 관객에게로 관심을 이동하게 했으며 관객의 참여와 상호작용의 새로운 측면에 의미를 부여하도록 했다. 더 나아가서는 공간 구성의 개념을 물리적 차원이 아니라 실천적 관심사로 옮겨 사람들의 다양한 활동이 이루어지는 사회적, 정치적 공간으로 그 영역을 넓혔다. 이렇게 넓어진 사운드아트의 관심사는 물리적, 제도적 공간을 넘어 일상적 삶의 영역과 사회적, 정치적 담론이 역동적으로 만나는 대중의 공공장소와 영역으로 그 활동 범위를 넓히게 된다.” 이러한 사운드아트의 공공적 확장은 현대 공공도서관이 직면한 소음 문제와 맞물려 새로운 기능적·미학적 대안으로 부상한다.

공간 소리 예술을 도서관에 적용하는 일의 중점은 '사운드 마스킹(Sound Masking)' 효과를 통한 도서관 소음 환경의 능동적 개선에 있다. 사운드 마스킹이란 특정 주파수 대역의 배경음을 지속적으로 발생시켜 인접한 곳에서 발생하는 불필요한 소음을 심리적으로 차단하거나 감쇄시키는 기술적 원리를 의미한다. 기존의 물리적 방음 방식은 공간의 개방감을 저해하고 소음의 원천적인 차단이 불가능하다는 점에서 명확한 한계를 보여준다. 마찬가지로 위 설문 응답자의 92.3%가 도서관이 완전한 적막을 유지해야 한다는 의견에 부정적으로 반응하였으며, 90.4%의 대다수 이용자가 소음을 자연스럽게 덮어주는 배경음 도입을 찬성하고 있다. 이는 도서관이 '절대 정적'의 공간에서 '청각적 쾌적함'을 주는 공간으로 변화해야 한다는 사실을 보여준다. 이에 소리를 물리적으로 막는 대신, 예술적으로 정제된 소리로 덮는 것으로써 이용자가 느끼는 소음의 명료도를 낮추고 심리적 편안함을 제공하는 사운드 마스킹의 필요성이 강조된다. 김지환(2010: 183)에서는 “지나치게 소음도가 낮은 곳에서는 작은 소리도 주위를 환기시키며 무언가 한 가지에 집중하고 있는 상태를 깨트린다. 또한 이러한 순간 소음은 불안감을 가중시키며, 이는 아주 작은 정도의 공포감으로 이어지기도 한다. 적막한 장소에서 작은 부스럭거림이나, 도서관에서의 작은 소음들이 야기하는 문제를 예로 들 수도 있다.”라며 기존의 ‘완전한 적막’을 유지하려는 도서관 환경의 문제점을 짚었다. 또한 “이를 해소하기 위한 백그라운드 노이즈, 즉 공간에 항상 존재하는 특정한 소리가 우리에게 친근하며 피로감을 주지 않는다면, 이미 안정적인 환경이 구축되었다고 볼 수 있다. 안정적인 환경이란 첫째, 적막감을 해소하고 둘째, 방해되는 소음 요소로부터 자유로우며 셋째, 특정한 대상에 지속적인 집중이 가능한 상태를 말한다.“라고 도서관에서의 사운드 마스킹 효과를 강조했다. 설문 결과에서 드러나듯이 이용자들이 가장 큰 불편을 느끼는 소음원은 '타인의 대화 및 통화 소리(50%)'와 '발소리 및 의자 끄는 소리(47.1%)'와 같은 일상적 소음이었다. 사운드 마스킹은 이러한 불규칙한 생활 소음의 날카로운 주파수를 중화시켜 정보 탐색 및 학습의 집중도를 높이는 데 기여한다.



<그림 6> 사운드 마스킹 부가 효과(김지환, 2010)

공간 소리 예술의 역할은 위와 같은 효과적 소음 억제를 위한 기술적 측면이 아닌 미학적 측면에서도 중

요하다. 공공도서관은 단순한 정보 탐색처를 넘어 문화 생산의 거점으로 진화하고 있다. 소리를 공간의 핵심 재료로 활용하는 예술적 시도는 공공도서관을 단순한 건물이 아닌, 이용자의 오감을 자극하고 몰입형 경험을 선사하는 입체적인 예술의 장으로 탈바꿈시킨다. 이는 이용자가 공간에 머무는 시간 동안 심리적 충족감을 느끼게 하며, 도서관이라는 물리적 건축물을 하나의 거대한 '몰입형 예술 작품'으로 체감하게 한다. 이러한 공간 소리 예술의 정체성을 완성하는 핵심 요소는 이용자와의 상호작용이다. 이 경우 이용자는 단순히 소리를 듣는 것을 넘어 공간 내에서 발을 내딛거나 이동하는 물리적 행위를 통해 스스로 소리를 생성하고 변화시키는 경험을 하게 된다. 예를 들어, 이용자가 특정 구역을 밟거나 지나갈 때 센서가 이를 감지하여 실시간으로 소리를 출력하는 기술을 적용할 수 있다. 복도나 전이 공간에 '소리 발판'을 설치하여 발걸음에 맞춰 숲속을 걷는 듯한 바스락거리는 소리나 투명한 공명음을 발생시킴으로써 이동이라는 일상적 행위를 예술적 체험으로 격상시킬 수 있다. 특히 이와 같은 상호작용 요소는 설문조사에서 나타난 '복도 및 전이 공간(35.9%)'이나 '로비(23.9%)'에서 발생하는 이용자의 불편함을 사운드 마스킹 효과와 함께 즐거운 예술적 경험으로 치환하는 효과적인 도구가 된다. 이용자의 발걸음이 소리가 되고, 그 소리가 공간의 분위기를 결정짓는 구조는 도서관을 살아있는 유기체처럼 느끼게 한다. 이는 정적인 도서관 패러다임에서 벗어나 이용자가 공간의 활력을 직접 만들어가는 능동적인 복합문화공간으로서의 정체성을 공고히 하는 장치이다.

4.2. 사례

공공도서관과 공간 소리 예술의 결합이 보여주는 기능적 측면과 미학적 측면에서의 장점은 기존 공공장소의 실적용 사례를 통해 보다 선명하게 보인다. 작곡가 에드가 바레즈(Edgard Varèse, 1883-1965)의 <전자 시>는 건축물에 사운드를 적용한 첫 사례이자 공공 공간에 소리 설치를 시도한 초기 모델이다. 1958년 브뤼셀 세계 박람회(Brussels World Fair)의 필립스 관(Philips Pavilion)을 설계한 건축가 르코르뷔지에(Le Corbusier, 1887-1965)는 바레즈에게 건물의 내부 공간을 소리로 구성해 줄 것을 의뢰했고, 바레즈는 그 공간을 염두에 둔 전자 음향 작품 (Poème électronique)를 작곡했다. (김경화, 2024: 301) '핵무기 폐기'가 주제였던 브뤼셀 세계 박람회를 기념하기 위해 바레즈는 전자적으로 변형한 악기 소리와 사람의 비명, 신음, 사이렌 소리를 멀티트랙 테이프에 녹음해 전자 음향으로 구현해 냈고, 그 결과물을 필립스관 내부 공간에 수백 개의 스피커를 통해 투사했다. (김경화, 2023: 230-231) 이에 대해 한 비평가는 <전자 시>를 듣고 “사운드 소스의 중심에 있는 자신을 발견할 것이다. 소리를 듣는 것이 아니라 소리 안에 존재한다.”라고 의견을 밝혔다. 이렇듯 공간에 투사된 소리의 경험, 소리가 주는 공간감, 몰입감에 관한 증언들은 소리가 공간 구성의 강력한 힘을 제공할 수 있다는 가능성을 입증했다. (김경화, 2024: 302)

타악기 연주자이자 실험 음악가인 맥스 노이하우스(Max Neuhaus, 1939-2009) 또한 소리와 공간이 결합한 여러 작품을 선보였다. 그의 대표작은 현재까지도 뉴욕 거리에서 볼 수 있는 <타임스퀘어>(Times Square, 1977-1992, 2002-현재)로, 뉴욕시 브로드웨이 45번가와 46번가 사이에 있는 삼각형 보행자 섬 북쪽 끝에서 풍부하고 조화로운 음향 질감을 자랑한다. 이 교통량이 많은 구역을 지나가는 보행자는 거리의 환기구 아래에서 나오는, 깊고 맥박치는 듯한 드론 소리를 들을 수 있으며 신체 위치의 변화에 따라 음조, 음색, 톤이 달라진다. (Dia Art Foundation, 2024) 노이하우스는 소란스러운 타임스퀘어 거리의 소음을 물리적으로 제거하려 하지 않았다. 도시 소음과 어우러지는 저음의 드론 사운드를 덧입히는 사운드 마스킹 효과만으로 시끄러운 지하철 환기구를 신비로운 예술적 공간으로 바꿔냈다. 이에 대해 노이하우스는 다음과 같은 설명을 덧붙인다. “커다란 종이 울린 뒤 남는 잔향과 유사한 풍부하고 조화로운 소리의 질감은, 그 주변 맥락 안에서는 사실상 존재가 불가능한 소리이다. 그러나 이곳을 지나가는 많은 이들은 이를 지하에서 들려오는 특이한 기계 소음 정도로 치부하며 지나쳐 버리기도 한다. 반면, 이 소리가 그 환경에서 결코 존재할 수 없는 소리임을 발견하고 받아들이는 사람들에게, 이 보행자 구역은 주변 환경을 포함하면서도 그곳과는 분리된 전혀 다른 장소로 탈바꿈한다. 이 소리가 의도적으로 만들어졌다는 사실을 알 길이 없는 사람들은 보통 이 작품을 '자신이 스스로 발견한 자신만의 장소'라고 생각하게 된다.” (Dia Art Foundation, 2024) 즉 맥스 노이하우스의 설계를 통해 뉴욕의 거리는 단순한 이동 통로로만 기능하는 것이 아닌, 소리를 인식한 보행자에게 특별한 의미를 생성하게 된다. 이는 그가 공간 소리 예술의 창작 과정에서 상호작용적 요소 역시 고려한 것으로 볼 수 있다.

몬트리올 광장 사운드 설치물 실험에서도 공간과 소리의 접목이 어떤 효과를 내는지 구체적으로 확인할 수 있다. 발레리앙 프레즈(Valérian Fraisse)와 다니엘 스틸(Daniel Steele) 등의 연구진은 몬트리올의 플뢰르-드-마카담(Fleurs-de-Macadam) 광장에 2년간(2018-2019) 4개의 서로 다른 설치물(Woodlands, Voices, Synthesizers, Seascape)을 교차 배치하고 825건의 설문조사를 실시하는 방식으로 실험을 진행했다. ‘Woodlands’라는 이름의 설치물은 새, 곤충, 나무와 같은 자연음과 전자음 위주로 구성되었다. 이 설치물의 영향을 받은 참가자들은 평온함과 즐거운 감정을 강하게 느꼈다. ‘Voices’ 설치물에서는 남녀의 음성으로 낭독되는 단어와 짧은 문장들을 배치했는데, 이는 공사 소리와 같은 인위적 소음에 대한 주의 분산 효과를 불러일으켰다. ‘Synthesizers’ 설치물은 추상적인 합성음과 화음을 조합하여 공간에 활력과 존재감을 부여했다. 마지막으로 바다, 파도, 비, 바람 소리가 나오는 ‘Seascape’ 설치물에서 참가자들은 회복 탄력성 및 일상 탈출감 증대의 효과를 느꼈다. 이 네 가지 설치물은 모두 주변 소음 인지에 긍정적 영향을 주었다. 물리적인 소음 수치가 감소하지 않았거나 오히려 일부 증가했음에도 불구하고, 참가자들이 지각하는 소음도는 유의미하게 감소한 것이다. (Fraisse, Tarlao and(&) Guastavino, 2024) 이는 예술적 사운드 장치가 불쾌한 소음을 심리적으로 차단하거나 마스킹함으로써 공공장소의 청각 환경을 질적으로 개선할 수 있음을 보여준다.

5. 공공도서관 적용 방안

5.1. 공간별 구분 적용

본 연구에서는 공공도서관을 단순한 정적 공간이 아닌, 다양한 활동이 공존하는 복합문화공간으로 정의한다. 이에 따라 미국 브라운대학 도서관의 소음 가이드라인 사례를 참고하여(Rebekah Rest, 2024), 도서관 공간을 허용 소음 레벨에 따라 다음과 같이 4단계의 구역으로 재분류하고 각 구역의 특성에 맞는 공간 소리 예술의 효과를 부여하고자 한다.

<표 2> 공공도서관 공간 분류 (직접 작성)

집중 영역 (조용한 학습, 35-40dB)	학습실, 독서실
서가 및 열람 영역 (조용한 대화 가능, 40-45dB)	자료열람실, 사무실, 자료 반입 및 정리실, 보존 서고
휴식 및 문화 영역 (일반 대화 가능, 45-55dB)	강의실, 카페, 개방형 라운지, 휴게실, 전시실, 회의실, 화장실
활동 및 전이 영역 (활발한 협업 및 그룹 활동, 55-65dB)	다목적실, 그룹스터디룸, 로비, 복도, 엘리베이터, 계단, 주차장

집중 영역은 가장 정적인 공간으로, 3.2.의 ‘도서관 내 소음으로 인한 불편함을 가장 크게 느끼는 공간’ 설문항목의 응답에서 가장 높은 비중(57.6%)을 차지한 집중 학습 구역이 여기에 속한다. 이를 해결하기 위해 본 설계안에서는 설문 응답자 선호도가 가장 높았던 ‘자연음(53%)’을 사운드 마스킹의 핵심 음원으로 채택한다. 자연음은 불규칙한 소음을 덮어주는 백색소음의 특성을 내포하고 있어, 이용자가 선호하는 청각적 쾌적함을 제공함과 동시에 실질적인 소음 중화 기능을 수행할 수 있기 때문이다. 이러한 ‘자연음 기반의 백색소음 효과’는 학술적으로도 그 효용성이 입증된 바 있는데, 선행 연구에 따르면 백색소음은 집중력 47.7% 향상, 기억력 9.6% 향상, 스트레스 27.1% 감소와 학습에 드는 시간이 13.63% 단축되는 효과가 있다. (현보성·양성화·오

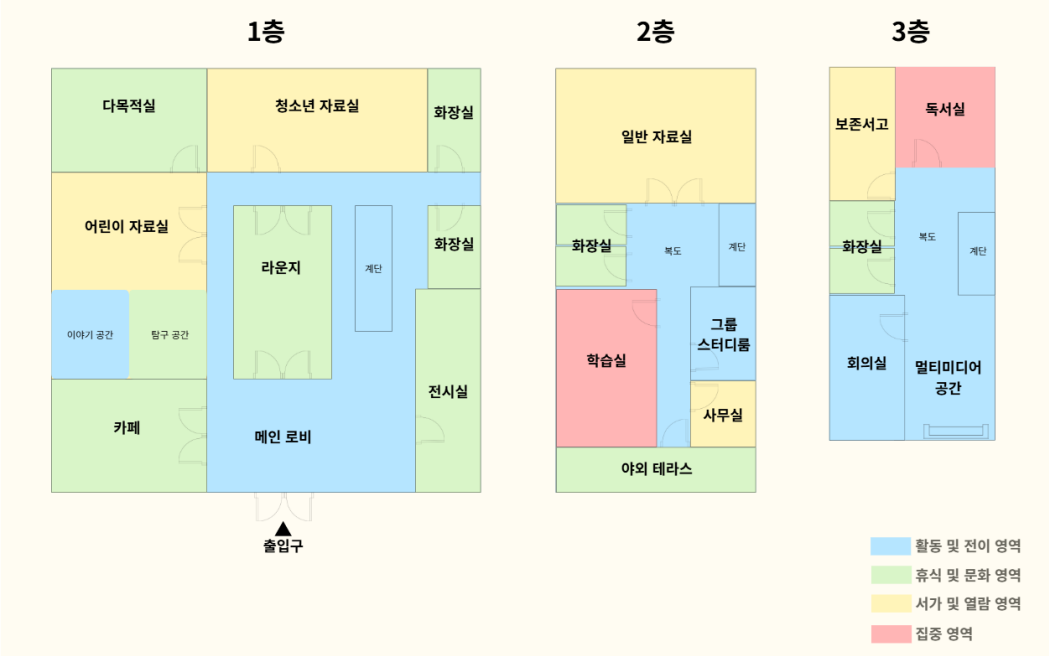
세진, 2002, 고대원, 2015, 재인용)

서가 및 열람 영역은 집중 영역과 달리 약간의 속삭임, 키보드 및 마우스 소리 등의 생활 소음이 허용되는 공간이다. 이곳에서는 소음의 절대적 크기보다 타인의 속삭임이 '단어'로 인지되어 정보 탐색의 흐름을 끊는 것이 주요한 방해 요소로 작용한다. 따라서 앞선 몬트리올 실험의 'Voices' 설치물이 인간의 음성을 통해 주변의 인위적 소음(공사 소리 등)에 대한 주의를 분산시켰던 원리를 응용한다. 다만 서가 구역의 정숙성을 유지하기 위해 언어적 요소는 배제하고, 대신 해당 실험의 'Synthesizers' 사례에서 사용된 추상적인 합성음과 화음을 활용한다. 이 경우 추상적 합성음은 특정 단어나 문장으로 인지되지 않으므로 정보 탐색을 방해하지 않으며, 주변 소음을 음향적 배경 속으로 흡수시켜 심리적 차폐 효과를 제공할 것이다. 또한 공간 상단에 무지향성 스피커를 분산 배치하여 소리가 특정 지점에서 들리는 것이 아닌 공간 전체를 감싸는 것처럼 느끼게 구성한다. 이는 소음을 받아들이는 입장에서 편안함을 제공하는 것을 넘어 이용자 본인의 움직임이나 속삭임 소리가 정적을 깨뜨릴 것이라는 불안감을 해소한다. 이로써 심리적 압박감에서 벗어난 더욱 자유롭고 편안한 도서 탐색 환경을 조성하게 된다.

휴식 및 문화 영역은 카페, 전시 공간, 개방형 라운지가 포함된, 이용자들이 긴장을 풀고 여가를 즐기는 곳이다. 즉 이용자의 심리적 치유와 재충전이 일어나는 회복의 공간이다. 이러한 특성을 극대화하기 위해 Stephen Kaplan(1995)의 ‘주의 회복 이론(Attention Restoration Theory)’을 이론적 근거로 삼은 설계안을 제시하겠다. 도서관 내 정보 탐색 과정 및 학습 활동은 인간의 의식적인 집중력인 ‘지향적 주의력’을 빠르게 소모한다. Kaplan에 따르면 이러한 주의 자원은 유한하며, 고갈될 경우 인지적 피로와 스트레스가 급격히 상승하게 된다. 따라서 본 구역에서는 에너지를 소모하는 지향적 주의의 사용을 억제하고, 대신 의식적인 노력 없이도 자연스럽게 주의가 이끌리는 ‘비지향적 주의’를 자극하는 환경을 조성할 것이다. 이러한 맥락에서 ‘자연음’의 적극적인 도입은 회복 환경을 조성하는 가장 효과적인 수단이 된다. 자연의 소리는 이용자에게 특별한 인지적 노력을 요구하지 않으면서도 기분 좋은 자극을 주는 ‘매혹’의 특성을 보여, 지친 뇌를 휴식 상태로 전환하는 데 탁월하다. 또한 도심 속 도서관이라는 물리적 한계를 넘어 이용자가 심리적으로 일상의 의무로부터 멀어져 있다고 느끼게 하는 일상 탈출감을 제공한다. 이에 ‘라운지 및 전시실’ 항목에서 조사된 선호 음향 응답 결과가 '가사 없는 잔잔한 연주곡(45%)'과 '자연의 소리(43%)'인 것을 함께 고려하여, 파도, 비, 바람 소리 같은 자연음과 피아노·어쿠스틱 계열의 악기 소리를 결합해 주 음원으로 활용한다.

활동 및 전이 영역은 로비, 복도, 그룹스터디룸이 속해 보행과 대화가 가장 활발하게 일어나는 개방형 공간이다. 공간의 특성상 발걸음 소리, 대화 소리, 시설물 이용 소음 등이 빈번하게 발생하며 허용 데시벨 또한 가장 높다. 이를 다시 활동 영역과 전이 영역으로 세분화하여 각각 다른 방안을 적용하겠다. 우선 전이 공간에는 사운드 마스킹 효과를 적용해 거슬리는 이동 소리의 인지를 최소화하는 것과 동시에 공간 소리 예술의 상호작용 요소를 적극 활용한다. 수직 이동이 일어나는 계단에는 이용자의 발걸음에 반응하는 ‘소리 발판’ 시스템을 구축하여 나뭇잎 밟는 소리, 맑은 실로폰 소리와 같은 음향을 발생시킨다. 로비와 복도에는 설문 결과 해당 장소의 선호 소리가 각각 ‘자연음(48%)’과 ‘가사 없는 잔잔한 연주곡(56%)’인 것을 반영하여 해당 음향을 설치하되, 공간의 상태와 시간대에 따라 변화를 주어 이용자에게 공간적 몰입감을 제공한다. 상대적으로 이용자가 많아 활발한 분위기를 띠는 낮 시간대에는 시냇물 소리·새소리·나뭇잎 소리의 자연음과 리듬감이 강한 활력있는 연주곡을, 반대로 한산한 밤 시간대에는 풀벌레 소리·잔잔한 파도 소리·장작 소리의 자연음과 긴 호흡의 잔잔한 연주곡을 주 음원으로 설정한다. 이러한 시간대별 음향 변주는 공공도서관을 시간과 함께 변화하는 유기적인 예술의 장으로 완성하는 핵심 요소이다. 그룹스터디룸과 같은 활동 영역에서는 공간의 활기찬 분위기에 걸맞은 경쾌한 자연음을 형성시킨다. 시냇물 소리나 숲 새의 지저귐과 같은 소리는 강력한 화이트 노이즈 역할을 수행하여 사방에서 발생하는 불규칙한 대화 소음을 자연스럽게 마스킹한다. 이와 같은 환경은 이용자가 자신의 대화나 활동에만 몰입할 수 있도록 돕는 청각적 보호막이 된다.

5.2. 가상 설계안 시각화



<그림 7> 평면도 (Canva 화이트보드 툴로 직접 제작, 2026)

본 연구에서 제안한 공간 소리 예술 이론을 구체화하기 위해 3층으로 구성된 공공도서관 모델로 가상 설계 평면도를 제작하였다. 설계안은 5.1.의 공간별 구분 적용을 고려하여 네 가지 색상으로 구역을 구분하였다. 첫째, 도면 좌측의 집중 영역(빨강)은 학습실과 독서실로 구성되어 독립적인 학습 환경을 조성하였다. 둘째, 서가 및 열람 영역(노랑)은 어린이 자료실, 청소년 자료실, 일반 자료실, 사무실, 보존서고를 포함한다. 그중 어린이 자료실은 독서 활동과 동시에 호기심에 기반한 언어적·신체적 활동이 빈번하게 일어나는 연령적 특성을 고려하여 자료실 내부에 별도의 이야기 공간과 탐구 공간을 두었다. 셋째, 휴식 및 문화 영역(초록)은 라운지와 카페, 전시실, 화장실, 야외 테라스와 같이 학습으로 지친 이용자가 시각적 개방감과 함께 청각적 치유를 경험할 수 있는 공간이다. 넷째, 활동 및 전이 영역(파랑)은 로비, 복도, 계단, 그룹스터디룸, 회의실, 멀티미디어룸으로 구성된다.

6. 결론

본 연구는 공공도서관이 정보의 수집과 보존이라는 전통적 역할을 넘어 복합문화공간으로 변화하는 과정에서 발생하는 소음을 해결하기 위해 문헌 연구와 설문 조사의 방법으로 '공간 소리 예술'을 활용한 능동적 개선 방안을 고안하였다. 설문 조사 응답자의 88.5%가 소음으로 인한 불편을 겪고 있다는 점은 기존의 정숙 중심 패러다임이 한계에 도달했음을 보여준다. 설문 결과 완전한 적막 유지에는 대다수가 부정적 인식을 보였으나 소음을 자연스럽게 중화하는 배경음을 도입하는 것에는 90.4%라는 높은 찬성률을 보였다. 이에 따라 도서관의 구역을 허용 소음 레벨에 맞춰 집중, 서가 및 열람, 휴식 및 문화, 활동 및 전이 영역으로 재분류하고 각 공간의 특성에 최적화된 소리 예술을 설계하였다. 집중 영역에는 자연음 기반의 백색 소음을 배치하여 집중력을 향상하고 스트레스를 완화하는 환경을 구축하였으며, 서가 및 열람 영역에는 추상적 합성음을 이용해 타인의 대화 소리를 심리적으로 차단하는 효과를 발생시킨다. 휴식 및 문화 영역에서는 '주의 회복 이론(ART)'을 근거로 자연음과 연주음을 결합하여 이용자의 인지적 피로를 해소하고자 하였으며, 활동 및 전이 영역에는 발걸음에 반응하거나 시간적 환경에 대응하는 상호작용적 사운드 장치를 도입해 이용자에게 공간적 몰입감을 유도한다. 결과적으로 공간 소리 예술은 소리를 물리적으로 막는 수동적 방식에서 벗어나, 예술적으로 정제된 소리를 통해 청각적 쾌적함을 설계하고 이용자에게 공간과의 상호작용 경험을 제공하는 소음 저감의 기능적·미학적 대안이 된다. 본 연구에서 제시한 가상의 공공도서관 설계안이 향후 공간 소리 예술을 통한 심리적 안정과 몰입을 제공하는 진정한 의미의 복합문화공간으로 나아가는 데 실질적인 도움이 되길 기대한다.

참고 문헌

국립중앙도서관, 세계의 도서관, 2019.3.27., <https://www.nl.go.kr/NL/contents/N20105000000.do?schM=view&schId=CO0000235232>

고대원(2015), 학습환경 요소로서의 백색소음 환경음에 관한 학습자 인식 탐색 연구, 서울대학교 석사학위논문.

김경화(2023), 사운드아트 담론의 출발: 그 개념의 불확실성, 폭넓은 역사, 실천적 양상에 관하여, 음악논단 49, 한양대학교 음악연구소, 219-251쪽.

김경화(2024), 공공예술의 실천적 대안으로서 사운드아트-공간과 장소, 공공성과 예술성, 미학과 윤리 사이에서-, 철학·사상·문화 45, 동국대학교 동서사상연구소, 283-317쪽.

김동욱(2026), 전주 '우주로1216' 도서관, 트윈세대가 기획·운영, 세계일보, 2026.3.15., <https://www.segye.com/newsView/20260315509962>

김지환(2010), 사운드마스킹 시스템 도입을 통한 도서관 열람환경 개선: 상명대학교 중앙도서관 사례를 중심으로, 사대도협회지 11, 한국사립대학교 도서관협의회, 179-196쪽.

스타필드 코엑스몰(2026), 별마당 도서관 소개, <https://www.starfield.co.kr/coexmall/starfieldLibrary/library.do>, 2026.4.30.

심재춘·윤대한(2005), 사례를 통해본 복합문화시설의 프로그램 구성체계에 관한 연구, 대한건축학회 창립60주년기념 학술발표대회논문집 25(1), 대한건축학회, 11-14쪽.

한국문헌정보학회(2021), 문헌정보학의 이해, 서울: 한국도서관협회.

한바탕전주(2025), 전주시립도서관 꽃심 '우주로1216' 트윈세대의 '지상낙원'으로 인기만점, 2025.5.3., <https://www.jeonju.go.kr/planweb/board/view.9is?contentUid=ff8080818990c349018b041a87fe3960&boardUid=ff8080818b5bc5cf018ba8ca7216641f&dataUid=9be517a8914526ec0196960e9a71046c>

Dia Art Foundation(2026), Max Neuhaus, Times Square, <https://www.diaart.org/visit/visit-our-locations-sites/max-neuhaus-times-square>, 2026.5.9.

Fraisse Valérian, Tarlao and(&) Guastavino(2024), *Shaping city soundscapes: In situ comparison of four sound installations in an urban public space, Landscape and Urban Planning 251,* Elsevier B.V.

Kaplan, Stephen(1995), *The restorative benefits of nature: Toward an integrative framework, Journal of Environmental Psychology 15,* Elsevier B.V., 169-182.

OodiHelsinki Central Library(2026), Oodi's architecture, <https://oodihelsinki.fi/en/what-is-oodi/architecture/>, 2026.4.30.

Rebekah Rest(2024), University Library announces new sound level system, The Brown Daily Herald, 2024.3.17., <https://www.browndailyherald.com/article/2024/03/university-library-announces-new-sound-level-system>

공공체육시설 안전평가 실태와 인식에 관한 연구 방안

목차

1. 서론
2. 변화
  2.1. 체육시설법의 제정과 안전 규정의 부재
    2.1.1. 1989년 법의 목적과 구조
    2.1.2. 안전 조항의 공백
  2.2. 1989년 제정 이후 2015년 이전
    2.2.1. 지방자치단체 재량 중심의 안전관리
    2.2.2. 사후 처리 중심 대응 구조의 고착
  2.3. 2015년 법 개정: 안전관리 체계의 법제화
  2.4. 2020년 법 개정: 체계의 강화
    2.4.1 국민체육진흥공단 위탁과 반기 점검 의무화
    2.4.2. 개정의 성과와 여전히 남은 과제
3. 안전점검 구조 분석
  3.1. 점검 결과의 공표 구조의 현황
  3.2. 이용자 정보 접근성의 문제
    3.2.1. 결과 등급 방식의 한계와 음식점 위생등급제와의 비교
    3.2.2. 정보 접근성 부제가 초래하는 제도적 공백
  3.3. 사후 관리 이행의 구조적 한계
4. 공공체육시설 안전평가 인식 조사 결과
  4.1. 조사 개요 및 응답자 특성
  4.2. 공공체육시설 안전평가 등급제 인지도 분석
    4.2.1. 안전점검 결과 확인 경험 및 미확인 이유
  4.3. 안전인식 분석
    4.3.1. 전반적 안전 인식
    4.3.2. 관리자 대응과 관련한 인식
    4.3.3. 안전평가 결과 공개에 대한 인식
    4.3.4. 안전평과 결과 반영 의향
  4.4. 개선점 우선순위
  4.5. 자유 응답 분석
5. 고찰
  5.1. 안전평가 결과 이용자 접근성 강화
  5.2. 사후 개선명령 강제 수단 법제화
6. 결론
참고 문헌

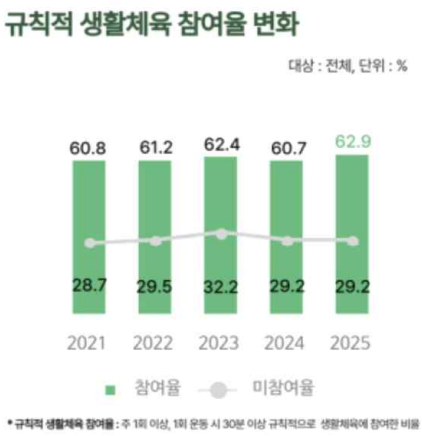
1. 서론

오늘날 생활체육에 대한 국민들의 참여와 관심이 높아지면서 공공체육시설의 이용자도 꾸준히 증가하고 있다. 공공체육시설이란 '국가나 지방자치단체가 소유, 관리하는 체육시설로서 전문체육시설, 생활체육시설'을 말한다.[1] 러닝 유행에 맞춰 지자체 육상장을 이용하는 사람도 늘어나고 있고, 배드민턴, 헬스 등 실내 스포츠는 지자체 실내 체육시설 이용으로 이어지고 있다.

문화체육관광부가 발표한 「2024년 전국 공공체육시설 현황(2024.12.31.기준)」에 따르면, 2024년말 기준 전국 공공체육시설수 38,602개소로 집계되었고, 이는 전년과 비교하여 1,426개소 증가한 수치이다.[2] 또한 국민의 생활체육 참여율을 보면 2024년에는 60.7%였던 반면에, 2025년에는 62.9%로 전년에 대비하여 2025년에 2.2p% 증가하였다.[3] 이처럼 공공체육시설을 찾는 국민의 수요가 증가할수록, 체육 시설의 안정성 확보는 단순하게 행정적 절차를 지키기 위한 과정을 넘어 국민의 안전과 직결되는 가장 중요한 과제가 된다.

2023년말 기준		2024년말 기준			
개소	면적	개소	면적		
37,176	218,321,405	38,602	234,065,740	1,426	15,744,335

<자료 1> 전국공공체육시설 현황



<자료 2> 국민생활체육조사

---

1) 공공체육시설 현황 및 1인당 체육시설 면적, 지표누리, 2026.03.25., <https://www.index.go.kr/unity/potal/main/EachDtlPageDetail.do;jsessionid=SK2IaQ-NXVXOR60rbo4CwPL-N8pvj0NFXh2sCRsl.node11?idx_cd=2751>

2) 전국 공공체육시설 현황(2024년말 기준), 문화체육관광부, <https://www.mcst.go.kr/attachFiles/viewer/skin/doc.html?fn=DEPTDATA_20260317100013749945.xlsx&rs=/attachFiles/viewer/result/202605/>, 2025

3) 2025 국민생활체육조사, 문화체육관광부, 2025.12, <https://www.mcst.go.kr/attachFiles/viewer/skin/doc.html?fn=DEPTDATA_20260119073758082954.pdf&rs=/attachFiles/viewer/result/202605/>

정부는 공공체육시설의 안전과 관련하여 「체육시설의 설치·이용에 관한 법률 (약칭: 체육시설법)」을 법으로 냅두어 공공체육시설 안전관리에 대해 법적 근거를 마련하였다.

이 법의 역사를 알아보면 법제는 사회적 중요성에 비해 매우 늦게 형성되었다. 법률이 1989년에 제정된 이후, 안전관리에 대해 구정한 것은 26년이 지난 2015년에 처음으로 법에 도입되었다. 그것도 처음에는 필수가 아닌 의무 규정이었으며, 점검 주기, 방법, 결과, 처리 절차가 구체화된 것은 2020년 법 개정이었다. 이처럼 구체적인 시설 관련 내용은 안전관리 체계에 공백을 남겼으며, 그 영향이 현제 제도 운영에도 남아있다.

현재 체육시설법의 핵심 목적은 크게 4가지로 국민 건강 증진, 안전한 체육시설 운영, 체육시설업 관리, 이용자 권익 보호에 있다. 법 제정 이후 지속적인 체육시설 증가에 따라 지속적으로 법을 개정하면서 국민의 안전에 보다 더 철저하게 집중해나가고 있다. 체육시설의 안전한 이용 및 체계적인 관리를 위하여 5년마다 체육시설 안전관리에 관한 기본계획을 수립하고 시행해야하며, 이는 공공체육시설의 관리를 국가에서 관리하는 모습을 정책적으로 나타내고 있다. 그러나 법으로 제정되어있다고 해서 현장에서 바로 이행될거라는 것은 보여지지 않는다. 법을 바탕으로 체육시설 안전점검이 이루어졌을 때, 안전점검의 결과가 이용자에게 충분히 공개되고 있는지, 낮은 점수를 받은 시설은 평가 이후 개선이 실질적으로 이루어지고 있는지, 그리고 이를 이용자들이 얼마나 알고 있는지에 대한 검토는 아직 부족한 상태이다.

이에 본 글에서는 공공체육시설 안전관리 제도의 변화 과정을 일정한 시기별로 검토하여 조사해보고, 현행 법에 근거하여 안정평가 체계의 긍정적 영향과 부정적 영향을 분석하며, 대학생 이용자를 대상으로 한 설문조사를 통해 법 제도에 대한 인지더와 공공체육시설 안전인식의 실태를 파악하는 것을 목적으로 한다. 이러한 분석을 바탕으로 공공체육시설에 대한 안전평가가 단지 형식적인 절차를 위해 진행되는 것에 그치지 않고, 실질적인 시설 개선으로 이어지기 위한 정책적 시사점을 알아보고자 한다.

2. 변화

체육시설법은 한 번에 완벽하게 정립된 제도가 아니라, 국민의 생활체육 수요와 제도의 운영 과정에서의 경험의 영향을 받아 지속적인 개정을 통해 형성되어 왔다.

2.1. 체육시설법의 제정과 안전 규정의 부재

「체육시설의 설치·이용에 관한 법률」은 1989년에 제정되어 1989년 7월 1일부터 시행된, 체육시설 분야의 기본 법률이다.[4] 이 법의 제정은 1988년 서울 올림픽을 기준으로 급격히 증가한 국민의 생활체육 수요와, 이에 따라 체육 시설업이 빠르게 성장하는 과정에서 발생하는 다양한 문제를 법적으로 정비하기 위해 제정되었다. 같은 날 1「국민체육진흥법」도 개정된 것을 보면 1989년은 한국 체육 활동의 법 체계가 본격적으로 정비되기 시작한 것으로 볼 수 있다.

2.1.1 1989년 법의 목적과 구조

제정 당시의 입법 목적은 다양한 국제 스포츠 축제에 많은 관심이 있던 시대 흐름에 맞춰 체육시설의

4) 체육시설의설치·이용에관한법률시행령 [시행 1989. 7. 1.] [대통령령 제12743호, 1989. 7. 1., 제정], 법재처 국가법령정보센터, <https://law.go.kr/LSW/lsInfoP.do?lsiSeq=31869&viewCls=lsRvsDocInfoR#>

설치를 장려하는 것과 체육시설업의 발전에 중점되어있었으며, 안전과 관련된 내용은 법의 목적에 포함되어 있지 않았다.

제정법의 내용을 살펴봐도 체육시설의 종류 및 설치 기준, 체육시설업의 등록·신고 절차, 체육시설업자의 준수 사항, 회원 보호 규정 등의 내용으로 안전 관련 내용은 제외하고 구성되어 있었다. 1989년 제정 당시에는 국민의 소득이 향상됨에 따라 체육활동 수요가 급증하였기 때문에 많이 없었던 체육 시설을 확충하는 것이 정책의 과제였으며, 이미 설치된 시설의 안전성을 관리하고 평가하는 것은 제정 당시 의제로 배제되었다.

2.1.2. 안전 조항의 공백

1989년 제정법에 안전 관련 규정이 없다는 것은 제정 이후에 26년간 안전 관련 규정의 공백이 지속되는출발점이었다는 것에서 중요한 의미를 갖는다. 법률에 안전과 관련한 조항이 없다는 것은 국가나 지방자치단체가 공공체육시설 안전을 관리해야 할 법적 의무가 없다는 것을 나타낸다고 볼 수 있으며, 시설 담당자가 안전점검을 실시하거나 결과를 공개해야 할 의무도 없다는 것을 보여준다. 체육 시설에서 안전사고가 발생하더라도 이를 예방하기 위한 안전점검 체계가 법적으로 명시되어있지 않았으므로 사고에 대한 원인과 책임의 주체를 명확하게 나타낼 수 없는 구조였다. 또한 체육시설의 수는 꾸준히 증가하였으나,[5] 체육시설의 증가에 맞춰 안전 관리 부분도 발전된 것이 아니라 오로지 체육시설만 증가했던 것이다. 체육 시설 이용의 수요가 증가하고, 시설이 노후화될수록 안전사고 발생 위험은 높아지지만, 이를 제도적으로 예방할 수단이 존재하지 않아 안전 사고의 위험은 더욱 증가되었다. 이처럼 1989년 제정법의 안전 공백은 단순히 그 시점의 문제가 아니라 이후 한국 공공체육시설 안전관리 체계의 취약성을 꾸준히 나타내는 제도적 공백이 되었다.

2.2. 1898년 제정 이후 2015년 이전

1989년 법 제정 이후 2015년 체육시설에 대한 안전 조항 신설까지 26년이라는 시간동안 공공체육시설 안전관리에 대한 법은 공백 상태였다. 이 기간 동안 「체육시설법」은 수차례 개정을 했지만, 체육시설업에만 관련하여 등록절차, 시설 기준, 회원 보호 등에 대한 규정만 주로 보완되었을 뿐, 안전점검이나 안전평가에 관한 조항은 개정법에 도입되지 않았다.

2.2.1. 지방자치단체 재량 중심의 안전관리

법적으로 안전관리에 대한 근거가 없는 상황에서 공공체육시설의 안전 관리는 사실상 각 지방자치단체의 재량에 따랐다고 볼 수 있다. 지자체마다 공공체육시설과 관련해 자체적으로 조례나 내부 지침을 마련하는 경우도 있었지만, 이를 전국적으로 통일하는 법 조항이 없었으므로 지자체별 관리 방식이 다 다를 수밖에 없었다. 어떤 지역에서는 일정 주기에 따라 자체적인 점검이 이루어지기도 했지만, 다른 지역에서는 민원이 들어와야 점검이 실시되는 방식으로 운영되기도 했다.

이보다 더 큰 문제는 안전점검 결과를 이용자에게 공개하거나 고지하는 의무와 관련한 법이 없다보니,

---

5) 체육시설업 현황, e-나라지표, <https://www.index.go.kr/unity/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=1664>

이용자는 자신이 이용하는 시설의 안전 상태를 아무것도 모른 채로 이용하는 상황이었다. 이러한 상황은 이용자의 안전을 보호하지 못함과 동시에, 이용자 스스로도 자기 자신을 보호할 수 없는 상황이 된 것이다.

이러한 운영 체계는 동일한 공공체육시설이지만 지자체별 기준에 따라 안전 수준이 다 달라지는 상황이 불가피하였다. 모든 사람에게 동일하게 개방되는 시설이지만, 최소한의 안전이 전국적으로 똑같이 적용되는 것이 아니라, 해당 지자체의 여건에 따라 질이 결정되는 구조였다.

2.2.2. 사후 처리 중심 대응 구조의 고착

법적 의무가 없는 상황에서 안전관리 방식은 자연스럽게 민원이 들어오고 난 이후 점검하는 사후 처리 방식이 고착되었다. 시설 노후가 진행되거나 이용자 수가 급증하더라도 시설을 사전에 점검하여 방지하고 예방 조취를 취하는 제도가 없었으므로, 안전 사고가 발생한 이후에야 점검하고 대책을 마련하는 방식이 대부분이었다. 법적으로 안전관리와 관련해 규정된 근거가 없었으므로 시설의 정기 점검이 의무화 되지 않았고, 시설의 문제를 미리 발견할 수 있는 기회도 없었다. 사전에 안전점검이 이루어졌으면 예방이 가능한 사고가 반복되는 문제가 꾸준히 지속되고 있었다. 또한 이 시기에는 체육시설 안전사고에 대해 국가적인 조사가 이루어지지 않아서 사고가 발생했을 때 원인을 파악하거나 정책을 수립하는 근거로도 활용하지 못했다.

2.3. 2015년 법 개정: 안전관리 체계의 법제화

2015년 개정에서 신설된 조항은 크게 세 가지가 있다. 첫째, 제4조 제2항이 신설되어 "제4조의2(체육시설 안전관리에 관한 기본계획 등 수립) ① 문화체육관광부장관은 체육시설(공공체육시설 및 등록·신고체육시설에 한정한다. 이하 제4조의6까지 같다)의 안전한 이용 및 체계적인 관리를 위하여 5년마다 체육시설 안전관리에 관한 기본계획(이하 "기본계획"이라 한다)을 수립,시행하여야 한다."는 규정이 처음으로 도입되었다. 이는 1989년 이후 26년간 존재지 않았던 안전과 관련한 규정이 개정되어 처음으로 명시된 것이다. 둘째, 제4조의2(체육시설 안전관리에 관한 기본계획 수립)가 신설되어 문화체육관광부장관이 체육시설 안전관리에 관한 기본계획을 수립·시행하도록 의무화하였다. 셋째, 제4조의3 “(체육시설 안전관리점검 등의 위임·위탁) 문화체육관광부장관은 체육시설 안전관리를 위하여 수립된 기본계획 및 관리계획의 업무 수행을 위하여 다음 각 호의 업무를 「재난 및 안전관리 기본법」에 따른 재난관리책임기관에 위임·위탁할 수 있다.”라는 조항이 생겨났다. 이는 이후 2020년 개정에서 국민체육진흥공단이 안전점검의 핵심 수행 주체로 위탁받게 되는 것에 기반이 된 내용이라고 볼 수 있다.[6)]

2015년에 법을 개정하게 된 이유로는 2000년대 이후 체육시설에서 발생하는 안전사고가 사회적으로 주목받기 시작한 점, 그리고 다른 공공체육시설 이외에 다른 분야 공공 시설의 안전관리 법제가 강화되는 흐름 속에서 체육 분야만 뒤처지고 있다는 생각들이 영향을 주었다. 또한 지방자치단체가 공공체육시설의 수를 확충하는 과정에서 시설 노후 문제가 있던 것도 중요한 이유였다. 이처럼 2015년 개정은 외부와 내부의 모든 영향을 받은 결과로써의 개정으로 볼 수 있다.

---

6) 체육시설의 설치·이용에 관한 법률[시행 2015. 8. 4.] [법률 제13128호, 2015. 2. 3., 일부개정], 법제처 국가법령정보센터, <https://law.go.kr/LSW/lsRvsDocListP.do?chrClsCd=010102&lsId=000820&utm_source=chatgpt.com>

2.4. 2020년 법 개정: 체계의 강화

2.4.1. 국민체육진흥공단 위탁과 반기 점검 의무화

2020년 개정내용에서 중요한 것은 체육시설 안전점검 업무를 국민체육진흥공단에 공식 위탁한 것이다. 이를 통해 모든 시설이 동일한 기준으로 점검받을 수 있는 제도적 기반이 마련되었다. 또한 같은 법 시행령 개정을 통해 안전점검을 반기(半期), 즉 6개월에 1회 이상 의무적으로 실시하도록 명확히 규정하였다. 이는 점검 주기를 일정하게 정해 법적으로 확정한 것으로, 사후 조치보다 미리 예방하는 방식인 것이다. 기본계획의 수립 주기 역시 '5년마다'로 명시되어 안전관리 정책의 보다 체계적으로 개정되었다는 것을 볼 수 있다. 또한 2020년 개정에서는 코로나19 팬데믹의 영향을 반영하여 감염병 등에 대한 위생·방역 관리를 기본계획 필수 포함 사항으로 추가하였는데, 이는 체육시설의 안전이 시설에만 집중하였던 안전에서 보건까지 포함하는 방향으로 확장되었음을 보여주는 변화이다.

이 개정 이후 국민체육진흥공단이 전국 공공체육시설의 안전점검 결과를 체계적으로 수집하고 관리하기 시작했으며, 공공데이터포털을 통해 결과가 공개되고 있다. 이는 이전과 비교하여 명백하게 제도가 발전했다는 것을 보여준다.

2.4.2. 개정의 성과와 여전히 남은 과제

2020년 개정에서 점검 주기의 확정, 전문 기관 위탁, 기본계획 수립 주기가 명시되었다는 것을 보면 2015년 개정보다 안전 측면에서 많이 발전됐다. 그러나 제도의 발전에도 불구하고, 현장 이행과 이용자 인지의 측면에서는 여전히 과제가 남아 있다.

첫째, 안전점검 결과가 시설 이용자에게 전달되는 방식이 여전히 부족하다. 점검 결과는 시설 소유자와 관할 지자체에 통보되고 공공데이터포털을 통해 공개되지만, 일반 이용자가 일상적으로 접근하기에는 어려움이 존재한다. 시설 입구에 안전등급을 의무적으로 게시하는 제도는 아직 마련되어 있지 않다. 둘째, D·E 등급 등 낮은 등급을 받은 시설에 대해 개선을 강제하는 법적 수단이 충분하지 않다. 점검 결과 통보와 이행 요구가 이루어지지만, 일정 기간 내 미이행 하게 됐을 때 법적 처분이 부과되는 제도는 명확하지 않아 개선을 이행하지 않는 시설도 있을 수 있다.

3. 안전점검 구조 분석

안전점검은 크게 시설물의 구조 및 설비, 인력의 확보 및 배치, 비상대응 장비의 구비 및 관리, 이용자 안전교육 및 안내 이렇게 네 개 영역으로 구성된다. 각 영역 별 세부 점검 항목에 대한 배점을 종합한 결과에 따라 A(우수)부터 E(위험)까지 5단계 등급이 부여된다. A등급은 안전관리가 우수한 상태를 의미하며, E등급은 구조적 결함이나 안전 위험이 존재하여 긴급 조치가 필요한 상태를 말한다.

등급 체계를 5단계로 나눈 것은 시설의 안전 수준을 직관적으로 나타내어 정부가 우선적으로 개선 조치를 취해야 할 시설을 선별하기 위한 것도 있다. 그러나 이 등급 정보가 이용자에게 충분히 전달되지 않는다면, 등급 제도는 단지 내부적으로 관리하는 것에 그칠 뿐 시설 이용자가 더 좋은 체육시설 선택을 할 수

있게 하는 기능을 하지 못한다는 점에서 한계가 있다. 또한 시설 운영자가 자체적으로 실시하는 자율 안전 점검 결과 역시 공단에 제출해야 하고 결과가 공개되지만, 자율 점검에 대한 외부적인 검증 체계가 충분히 갖춰져 있는지에 대해 추가적인 검토가 필요하다.

3.1 점검 결과의 공표 구조의 현황

현행법을 보면 안전점검 결과는 시설 소유자와 관리자, 지방자치단체장에게 통보되어야 하며, 이용자에게 위험을 발생시킬 수 있는 요소가 발견된 경우에는 그 내용을 공표하도록 규정하고 있다. 국민체육진흥공단은 점검 결과 데이터를 공공데이터포털 API 서비스를 통해 제공하고 있어서 기술적으로는 시설별 안전등급 및 점검 결과에 대해 온라인 접근이 가능한 구조를 갖추고 있다.

그러나 법령이 규정하는 점검 결과 공표 의무는 원칙적으로 존재하지만, 어떤 방식으로 어떻게 공표해야 하는지에 대한 구체적 기준을 봤을 때 일반인에게 정보를 전달하는 기능과 관련해서는 미흡하다.

3.2 이용자 정보 접근성의 문제

제도의 효과는 단순히 제정에서 끝나는 것이 아니라, 시설을 이용하는 일반인들에게 긍정적인 영향을 주는것에 달려 있다. 시설 안전 점검이 이루어지고 등급이 산출되더라도 그 결과가 이용자에게 전달되지 않는다면, 시설 이용자는 시설 안전에 근거하여 시설 선택을 할 수 없다.

3.2.1 결과 등급 방식의 한계와 음식점 위생등급제와의 비교

현재 공공체육시설 안전점검 결과에 접근할 수 있는 방식은 공공데이터포털 API와 중대 결함 발생 시의 법령상 공표 두 가지이다. 전자는 일반 이용자가 직접 활용하기에는 모르는 사람도 있고, 저 시스템의 존재를 알고있다고 해도 이용하는 데에는 많은 복잡함과 시간 소요가 있다는 것을 느낄 것이다. 후자는 중대 결함이라는 특정 조건에서만 발동되기 때문에 일상적인 정보를 제공하는 수단으로는 사용되지 않는다.

체육시설 안전점검과는 대조적으로 식품위생 분야의 음식점 위생등급제는 훨씬 직접적인 방식으로 이용자에게 정보를 전달하고 있다. 식품의약품안전처가 운영하는 이 제도는 위생 검사 결과에 따라 '매우 우수', '우수', '좋음'의 3단계 등급을 부여하며, 인증을 받은 업소는 그 결과를 출입구에 게시하도록 하고 있다. 이용자는 시설 방문 전이나 방문 시 위생 등급 표시를 확인하는 것만으로도 해당 업소의 위생 수준을 빠르고 직관적으로 파악할 수 있다. 공공체육시설 안전평가제에는 이와 같은 의무 게시 규정이 존재하지 않고, 이용자가 직접 알아보는 과정도 복잡하기 때문에 이러한 점을 바탕으로 하는 공공체육시설 안전정보의 공개 방식 개선을 중요하게 생각하고 개선해 나가야 한다.

3.2.2. 정보 접근성 부재가 초래하는 제도적 공백

이용자가 안전 정보에 접근하지 못하는 상황은 제도가 제대로 작동하지 않는 것이다. 이용자가 안전 등급을 인지하고 시설 선택에 반영할 때 시설 관리자도 안전 등급을 높이기 위해 시설에 많은 관심을 가질 수 있지만, 만약 이용자가 안전 등급에 대한 정보가 없다면 시설의 안전은 이용자를 위해 개선되는 것이

아니라, 행정적 절차에만 집중하게 될 수도 있다. 이러한 점에서 이용자가 정보를 쉽게 확인할 수 있는 것이 핵심 과제이며, 단순한 편의 개선을 넘어 이용자가 공공체육시설 안전 등급을 알고있는 것만으로도 제도가 운영되는 데에도 큰 영향을 줄 것이다.

3.3. 사후 관리 이행의 구조적 한계

현행 법령에 따르면 안전점검 결과로 결함이 발견된 경우, 문화체육관광부장관 또는 지방자치단체장은 시설 소유자나 관리자에게 보수·보강 등의 조치를 요구할 수 있다. 그러나 이 요구가 이행되지 않을 경우 실질적인 행정처분으로 이어지는 법적 수단이 명확하게 나타나 있지 않다. 민간 체육시설업자에 대해서는 영업 정지나 등록 취소 등의 행정처분이 가능하지만, 공공체육시설은 지방자치단체 또는 위탁 운영자가 운영 주체인 경우가 많아서 민간 업체와 동일하게 기준을 적용하기 어려운 점이 있다. 지방자치단체가 시설의 소유자이자 감독하는 구조에서는, 스스로를 감독하게 되는 상황이 발생한다. 이러한 상황을 해결하기 위해서는 중앙 정부 또는 국민체육진흥공단이 평가 이후에 시설 개선을 진행하는지 직접적으로 확인하고, 미이행 시 구체적인 행정 조치를 취할 수 있는 권한과 절차를 법에 명확하게 나타내는 제도를 만드는 것이 필요하다. 시설 개선을 이행해야하는 기한과 이후 재점검 절차를 구체적으로 법에 명시해 두고, 개선 여부를 공식적으로 확인하는 절차를 의무화 해야한다.

또 다른 한계는 공공체육시설의 시설 개선에는 일정한 비용이 필요한데, 이 비용은 원칙적으로 시설 운영 주체인 지방자치단체가 부담해야 한다. 그러나 재정이 취약한 지방자치단체의 경우, 안전 개선에 사용할 수 있는 예산이 충분하지 않기 때문에 낮은 등급을 받더라도 개선이 지연되는 상황이 발생할 수 있다. 이는 공공체육시설의 안전 수준이 해당 지역의 재정 규모에 따라 결정되는 문제로 이어진다. 재정이 여유로운 지자체의 공공체육시설은 신속하게 개선이 이루어지는 반면에 재정이 여유롭지 않은 지자체의 공공체육시설은 시설을 개선하지 못하여 오랜 시간동안 시설이 안전하지 못할 수도 있다.

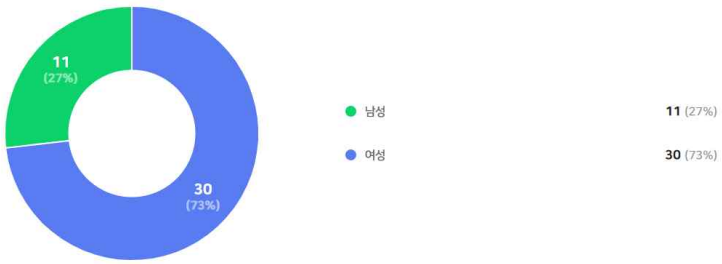
이러한 점을 조금이나마 해소하기 위해서 안전 개선 비용을 지원하는 제도의 도입을 검토할 필요가 있다. 안전 취약 시설에 대해서 우선적으로 지원 기준을 마련하여 재정 능력과 무관하게 최소한의 안전 기준이 전국 공공체육시설에 균등하게 적용될 수 있도록 하는 것이 중요하다. 시설 개선을 위해서는 재정이 필요하기 때문에 시설 평가에만 그치지 말고 행정적 측면까지 살펴봐야한다.

4. 공공체육시설 안전평가 인식 조사 결과

현재 대학생들은 공공체육시설 안전평가에 대해 어떻게 생각할까? 대학생 이용자의 인식을 파악하기 위해 2026년 5월 17일부터 18일까지 이틀에 걸쳐 네이버폼을 사용한 온라인 설문조사를 진행했다. 총 41명의 대학생이 설문에 참여했으며 전국에 있는 대학교의 학생을 대상으로 했다. 설문 문항은 크게 응답자 기본 정보, 공공체육시설 안전평가 등급제 인지도, 안전인식, 현재 개선해야하는 과제, 자유응답 이렇게 다섯 영역으로 나눌 수 있다. 대학생을 대상으로 한 이유는 비용이 적은 공공시설을 선호하여 많이 이용할 것이고, 미래에는 주 이용자 층이 될 것이기 때문에 현재 어떤 생각을 가지고 있는지 파악한 후 그에 맞춰 제도를 발전시켜나간다면 유의미한 발전이 될 것이다. 또한 대학생은 정보 접근 능력이 중장년층보다 높고, 스마트폰과 인터넷을 통한 정보 탐색에 익숙한 집단이다. 이런 집단에서 공공체육시설 안전평가 등급제의 인지도가 낮다면, 이는 이용자의 조사 능력이 부족한 것이 아니라 제도의 홍보가 부족하다라는 것을 보여줄 수 있다.

4.1. 조사 개요 및 응답자 특성

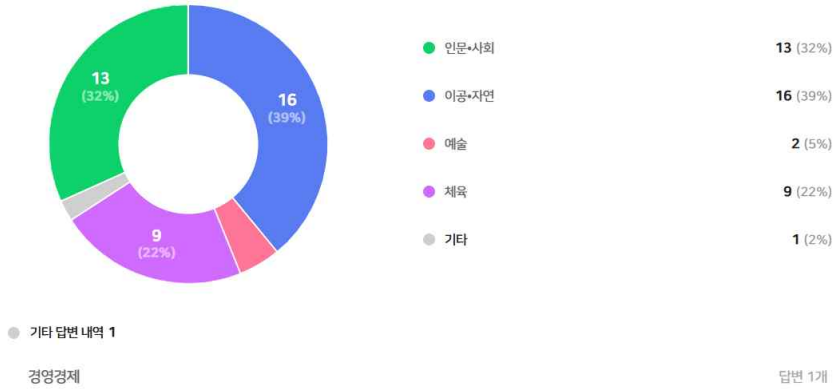
응답자의 일반적인 특성은 여성이 30명(73.2%), 남성이 11명(26.8%)으로 여성 응답자의 비율이 높았다.(<그림 1 참조>) 학년별로는 1학년이 26명(63.4%)으로 절반 이상을 차지하였으며, 2학년 7명(17.1%), 4학년 5명(12.2%), 3학년 3명(7.3%)이 뒤를 이었다.(<그림 2 참조>) 전공 계열별로는 이공·자연 계열이 16명(39.0%)으로 가장 많았고, 인문·사회 13명(31.7%), 체육 9명(22.0%), 예술 2명(4.9%), 경영·경제 1명(2.4%)으로 나타났다.(<그림 3 참조>)



<그림 1> 성별 조사 결과



<그림 2> 학년 조사 결과

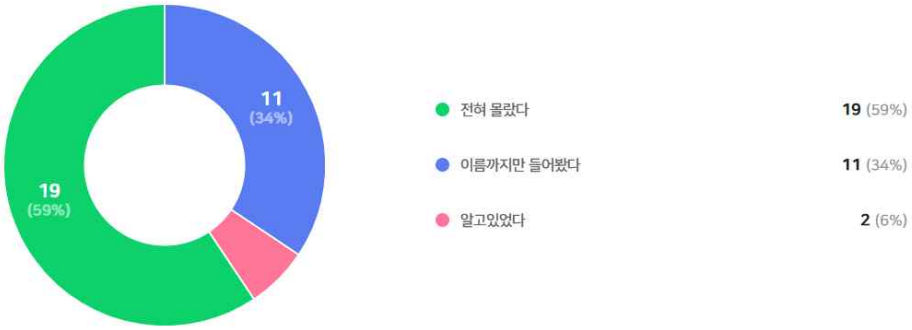


<그림 3> 전공 조사 결과

응답자 구성상 주목할 점은 1학년 비율이 63.4%에 달하여 표본 절반 이상이 저학년에 편중되어 있다는 것이다. 이는 편의 표집법의 특성상 설문 배포 경로에 따라 자연스럽게 발생한 현상으로 표본의 대표성이 낮다는 것을 고려할 필요가 있다. 또한 체육 전공자가 9명(22.0%)으로 포함되어 있어, 일반 전공자에 비해 체육 관련 제도에 상대적으로 익숙할 가능성이 있다. 체육 전공자의 인지도가 어떤지에 따라 전체 평균을 높이는 효과가 있을 수 있기때문에 체육 비전공자만을 대상으로만 조사하였으면 제도에 대한 인지도는 더 낮게 나타났을 것으로 예상된다.

4.2. 공공체육시설 안전평가 등급제 인지도 분석

공공체육시설 안전평가 등급제에 대한 인지 여부를 묻는 문항의 결과 '전혀 몰랐다'는 응답자는 28명(68.3%)이었으며, '이름까지만 들어봤다'는 응답은 11명(26.8%)이었다. '알고 있었다'고 응답한 경우는 단 2명(4.9%)에 그쳤다.(<그림4 참조>)



<그림 4> 공공체육시설 안전평가 등급제를 알고 있었나요?

결과를 보면, 제도의 내용을 인지하고 있는 응답자는 전체의 4.9%에 불과하며, 나머지 95.1%는 제도를 전혀 모르거나 이름만 들어본 수준에 머물고 있다. 특히 '이름까지만 들어봤다'라는 답변도 제도의 구체적인 내용이나 결과를 자세히 모른다는 것이기 때문에 제도를 인지하고 있는 집단과는 구별해야한다. 따라서 제도를 제대로 이해하고 있는 응답자 비율은 4.9%이지만, '알고있었다'에 답변한 사람 두 명 모두가 체육전공자이기 때문에 실제로는 인지하고 있는 사람들의 비율이 더 낮을 가능성이 높다.

이러한 결과는 2020년 법 개정 이후 국민체육진흥공단을 중심으로 안전점검 체계가 개선되고 데이터가 공공데이터포털을 통해 공개되고 있음에도 이용자에게 제도관련 홍보가 사실상 이루어지지 않고 있음을 보여주는 것이다. 또한 응답을 살펴보면 체육 전공자 9명 중에서도 '알고 있었다'고 응답한 인원이 2명에 그쳤다는 것이다. 체육 전공자는 체육분야 관련 지식을 습득할 기회가 상대적으로 많은 집단인데 제도에 대해 인식하고 있는 사람이 적은 것은, 제도 자체의 홍보가 미흡했다는 점을 보여준다.

4.2.1. 안전점검 결과 확인 경험 및 미확인 이유

이용 중인 공공체육시설의 안전점검 결과나 등급을 직접 확인해 본 경험이 있다고 응답한 인원은 3명(7.3%)에 불과하였으며, 나머지 38명(92.7%)은 확인한 경험이 없었다.(<그림3 참조>)



<그림 5> 안전점검 결과를 확인해 본 적이 있나요?

미확인 이유 중 가장 높은 비율을 차지한 것은 '제도 자체를 몰라서'로 20명(48.8%)이었으며, '어디서 확인하는지 몰라서'가 12명(29.3%)으로 뒤를 이었다. 두 응답을 합산하면 78.0%로, 확인하지 못한 응답자 중 4명 중 3명 이상이 제도의 존재 자체를 모르거나 접근 방법을 알지 못해서 확인하지 못한 것으로 나타났다. '찾아볼 필요성을 못 느껴서'라는 응답은 5명(12.2%)이었으며, 기타는 1명(2.4%)이었다.

이러한 결과를 봤을 때 안전점검 결과를 확인하지 않은 이유가 이용자의 무관심이나 의지 부족보다는 홍보가 없어 제도의 존재를 알 수 없고 결과에 접근할 방법이 어려운 것도 이유라는 것을 보여준다. 이용자들이 정보를 원하지 않아서 확인하지 않은 것이 아니라, 정보가 이용자에게까지 전달되지 않는 구조이기 때문이다.

상대적으로 적은 비율인 '찾아볼 필요성을 못 느껴서'(12.2%)에 응답한 사람의 경우, 단순히 무관심한 집단으로 해석하기보다는 안전에 대한 정보 요구가 필요하다고 느끼기 이전 단계에 있는 집단으로 이해할 수 있다. 이 사람들에게는 안전평가 등급제의 존재를 먼저 알리는 것이 이후에 정보를 찾아보려는 행동으로 이어질 수 있기 때문에 인지도를 높이는 것과 더욱 편리하게 점검 결과에 접근할 수 있도록 개선하는 것이 중요한 과제이다.

4.3. 안전 인식 분석

4.3.1. 전반적인 안전 인식

안전인식 영역은 5점으로 나뉜 리커트 척도로 구성된 5개 문항으로 측정하였다.(<그림 6 참조>). '현재 이용하는 공공체육시설이 전반적으로 안전하다고 생각한다'는 문항의 평균은 3.49점으로 나타났다. 응답 분포를 보면 '그렇다'가 20명(48.8%)으로 가장 많았고, '보통이다' 15명(36.6%), '그렇지 않다' 4명(9.8%), '매우 그렇다' 2명(4.9%)의 순이었다. 긍정 응답(그렇다+매우 그렇다) 비율은 53.7%로 절반 이상의 응답자가 현재 이용 시설에 대한 전반적 안전감을 갖고 있었다.

이 결과는 공공시설이라는 특성에서 신뢰도가 어느정도 영향을 준 것으로 해석할 수 있다. 국가나 지방자치단체가 관리하는 시설이라는 점에서 민간이 관리하는 사설 시설보다 더 안전하게 관리될 것이라는 생각을 갖고있을 가능성이 있다. 이러한 신뢰가 실제 안전 수준에 대한 인식인지, 아니면 공공기업이라는 신뢰도에서 나온 것인지 구별할 필요가 있다.

또한 '비상시설(소화기·AED)과 안전 표지가 잘 갖춰져 있다'는 문항의 평균은 3.29점으로, 전반적 안전 인식(3.49점)보다 낮게 나타났다. 응답 분포를 보면 '그렇다' 19명(46.3%), '보통이다' 11명(26.8%), '그렇지 않다' 7명(17.1%), '전혀 그렇지 않다' 2명(4.9%)이었다. 부정 응답(그렇지 않다+전혀 그렇지 않다) 비율이 22.0%에 달하여 전반적 안전 인식 문항의 부정 응답 비율(9.8%)보다 두 배 이상 높았다.

이 결과는 응답자들이 '시설 전체가 안전하다'는 인식과 '비상 시설이 잘 갖춰져 있다'라는 질문에 대한 결과는 격차를 보인다. 이러한 점은 이용자들이 비상 시설의 위치나 AED 구비 여부를 직접 확인해 보지 못했어서 구체적인 판단이 어렵거나, 실제로 비상 시설이 눈에 잘 보이지 않는 위치에 구비되어 있어서 이용자가 못 알아보는 상황을 반영하는 것일 수 있다. AED는 공공체육시설에 의무적으로 비치해야 하지만, 설치 위치나 이용자들에게 설치되어있다는 안내가 미흡한 경우에 이용자가 비상 상황에서 찾지 못할 수도 있다는 점이 우려된다.

4.3.2. 관리자 대응과 관련한 인식

'안전사고 발생 시 시설 관리자가 잘 대응할 것이라 신뢰한다'는 문항의 평균은 3.15점으로 5개 문항 중 두 번째로 낮았다. 무엇보다 이 문항에서는 응답 분포가 '그렇다' 15명(36.6%)과 '그렇지 않다' 11명(26.8%)으로 비교적 대등하게 나뉘어 응답자들 사이에서 의견이 크게 갈렸다. '보통이다'는 12명(29.3%), '매우 그렇다' 2명(4.9%), '전혀 그렇지 않다' 1명(2.4%)이었다.

이처럼 관리자 대응에 대한 신뢰 수준이 응답자에 따라 엇갈리는 이유는 시설별·지역별 관리 수준의 차이에서 찾을 수 있다. 앞에서 분석한 것 처럼, 공공체육시설의 안전관리 수준은 지방자치단체의 재정 여건과 관리 역량에 따라 격차가 존재하며, 응답자들이 이용하는 시설의 실제 관리 수준이 응답에 반영된 것일 수 있다.

4.3.3. 안전평가 결과 공개에 대한 인식

'안전평가 결과가 이용자에게 충분히 공개되고 있다'는 문항의 평균은 2.71점으로 5개 문항 중 유일하게 3점(보통) 미만의 부정적 수준으로 나타났다. 응답 분포를 보면 '그렇지 않다' 15명(36.6%), '보통이다' 14명(34.1%), '그렇다' 5명(12.2%), '전혀 그렇지 않다' 4명(9.8%), '매우 그렇다' 3명(7.3%)이었다. 부정 응답(그렇지 않다+전혀 그렇지 않다) 비율은 46.3%이다.

앞에서 확인했던 제도 자체를 모르고 있는 응답자가 95.1%에 달하는 상황에서, 안전평가 결과의 공개가 충분하지 않다는 인식이 형성된 것은 자연스러운 현상이다. 이용자에게 정보가 전달되지 않으면, 이용자는 공개가 이루어지지 않고 있다는 인식을 가지게 되고, 이러한 점은 제도에 대한 신뢰 저하로 이어질 수 있다. 공공데이터포털 API를 사용하는 접근 방식과 시설 내 의무 게시 규정이 없는 것이 이용자의 인식에 영향을 미치고 있다는 것을 확인할 수 있다.

4.3.4. 안전 평가 결과 반영 의향

'안전평가 결과를 알게 된다면 시설 선택 시 반영할 의향이 있다'는 문항의 평균은 3.83점으로 5개 문항 중 가장 높은 점수를 기록하였다. 응답 분포를 보면 '그렇다' 25명(61.0%), '보통이다' 8명(19.5%), '매우 그렇다' 6명(14.6%), '그렇지 않다' 1명(2.4%), '전혀 그렇지 않다' 1명(2.4%)이었다. 긍정 응답 비율이 75.6%에 달하여 전체 문항 중 가장 높은 긍정률을 보였다.

이 문항의 결과는 앞서 살펴본 낮은 인지도와 점검 결과 공개 충분성 인식과 대조를 이루고 있다. 이용자들은 현재 안전점검 결과에 접근하지 못하고 있고, 제도의 존재조차 모르는 사람이 있지만, 만약 정보가 제공된다면 대부분의 사람들이 시설을 선택하는 데 고려하겠다는 것을 보여준다. 정보 접근성만 개선된다고 해도 이용자들은 안전등급을 시설 선택 기준으로 활용할 준비가 되어 있다.

체육시설과 관련한 설문(*)				
현재 공공체육시	비상시설(소화기	안전사고 발생 시	안전 평가 결과가	안전 평가 결과를
그렇다	그렇다	그렇지 않다	보통이다	그렇다
그렇다	그렇다	그렇다	그렇지 않다	그렇다
그렇다	보통이다	보통이다	보통이다	그렇다
보통이다	그렇다	보통이다	그렇지 않다	그렇다
그렇다	그렇지 않다	그렇다	그렇다	보통이다
그렇다	그렇다	그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다
그렇다	그렇다	보통이다	보통이다	그렇다
보통이다	그렇다	그렇다	보통이다	보통이다
보통이다	보통이다	보통이다	보통이다	그렇다
그렇지 않다	그렇지 않다	그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다
그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다	매우 그렇다	보통이다
그렇다	보통이다	그렇다	보통이다	매우 그렇다
매우 그렇다	보통이다	그렇다	그렇다	그렇다
보통이다	보통이다	보통이다	보통이다	보통이다
그렇지 않다	그렇지 않다	그렇지 않다	그렇지 않다	그렇지 않다
그렇다	그렇지 않다	매우 그렇다	전혀 그렇지 않다	매우 그렇다
보통이다	그렇다	그렇다	보통이다	그렇다
그렇다	그렇다	그렇다	그렇다	그렇다
그렇다	보통이다	그렇지 않다	보통이다	그렇다
그렇다	보통이다	보통이다	전혀 그렇지 않다	그렇다
보통이다	보통이다	보통이다	보통이다	보통이다
보통이다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다
그렇다	그렇다	그렇다	그렇지 않다	매우 그렇다
그렇다	그렇다	그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다
그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	보통이다	매우 그렇다	전혀 그렇지 않다
보통이다	전혀 그렇지 않다	그렇지 않다	매우 그렇다	매우 그렇다
보통이다	그렇다	그렇다	그렇다	그렇다
보통이다	보통이다	그렇다	그렇지 않다	그렇다
보통이다	그렇지 않다	그렇지 않다	보통이다	그렇다
그렇다	그렇다	그렇지 않다	전혀 그렇지 않다	그렇다
그렇다	보통이다	그렇다	그렇지 않다	그렇다
보통이다	보통이다	그렇지 않다	보통이다	그렇다
그렇다	그렇다	매우 그렇다	보통이다	매우 그렇다
그렇다	그렇다	그렇지 않다	그렇지 않다	그렇다
그렇다	그렇다	보통이다	전혀 그렇지 않다	그렇다
보통이다	그렇다	보통이다	그렇다	보통이다
보통이다	매우 그렇다	그렇다	그렇지 않다	그렇다
보통이다	그렇다	보통이다	그렇지 않다	그렇다
그렇다	그렇다	그렇다	보통이다	매우 그렇다
그렇다	그렇다	보통이다	그렇지 않다	그렇다
매우 그렇다	매우 그렇다	그렇다	그렇지 않다	보통이다

<그림 6> 리커드척도 설문조사

4.4. 개선점 우선순위

공공체육시설 안전 관련 가장 시급한 개선 과제를 묻는 문항의 결과는 '등급 미달 시설에 대한 강제 개선 조치 의무화'가 17명(41.5%)으로 1순위였으며, '안전평가 결과를 누구나 쉽게 볼 수 있도록 공개 강화'가 15명(36.6%)으로 2순위였다. '이용자 대상 안전 홍보 및 교육 확대'는 7명(17.1%)이었고, '현재 수준으로 충분하다'는 응답은 2명(4.9%)에 그쳤다.(<그림 7 참조>)



<그림 7> 공공체육시설 안전과 관련해서 가장 시급하게 개선되어야 할 것은

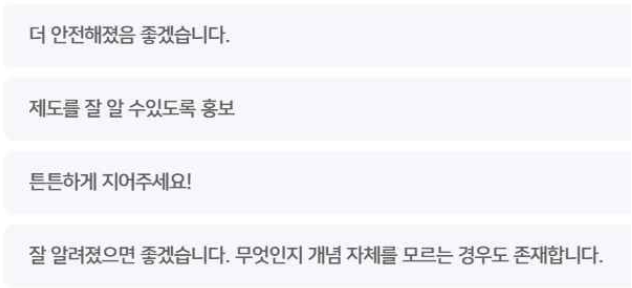
1순위인 '강제 개선 조치 의무화'(41.5%)와 2순위인 '정보 공개 강화'(36.6%)를 합산하면 전체의 78.0%에 달한다. 이 두 가지는 조사 결과 분석 이전에 도출한 제도적 내용과 대응하는 것을 볼 수 있다. 자료를 분석하여 도출한 문제점이 실제 이용자들도 느끼는 개선점이라는 것을 보여준다.

3순위인 '이용자 대상 안전 홍보 및 교육 확대'(17.1%)도 제도 인지도 부재 문제와 연결된다. 응답자 중 많은 사람이 제도 자체를 모르는 상황에서 이를 개선해야 한다는 필요성을 체감하고 있다. 홍보와 교육을 강화하는 것 역시 중요한 보완 과제로 자리매김한다. '현재 수준으로 충분하다'는 응답이 2명(4.9%)에 그친 것은, 공공체육시설 안전 관련 제도 개선에 대해 필요하다고 생각하는 사람과 비교되며, 개선을 필요로 하는 사람들이 더 많다는 것을 볼 수 있다.

4.5. 자유 응답 분석

자유 응답 문항은 선택 사항으로 설문이 진행됐으며, 35명 중 4명이 응답을 제출하였다. 응답 내용은 ① "더 안전해졌으면 좋겠습니다", ② "제도를 잘 알 수 있도록 홍보", ③ "튼튼하게 지어주세요!", ④ "잘 알려졌으면 좋겠습니다. 무엇인지 개념 자체를 모르는 경우도 존재합니다." 이렇게 총 네 개의 답변을 받았다.

자유 응답 참여 인원이 많지 않지만 응답 내용을 봤을 때, ②와 ④의 응답은 모두 제도의 홍보가 필요하다고 언급하고 있으며, ④의 응답자는 '개념 자체를 모르는 경우가 존재한다'고 명시하여 인지를 하고 있지 않는 문제를 지적했다. ③의 응답은 시설 안전성에 대한 기본적 요구를 표현했으며, ①의 응답은 현재 안전 수준에 만족하지 못하여 개선을 요구하는 답변이다. 자유 응답에서도 홍보와 인지도 관련 요구가 있는 만큼 제도의 개선 방향을 설정하는 데 있어서 중요한 근거로 활용할 수 있다.(<그림 8 참조>)



<그림 8> 제도에 대해 하고싶은 말

5. 고찰

지금까지의 분석 결과를 확인해 보면 공공체육시설 안전평가 제도는 법적 체계 면에서는 어느정도 체계적으로 잡혀있지만, 이용자 인지와 점검 후 개선까지 이어지는 측면에서 제도적 아쉬움이 있다.

5.1. 안전 평가 결과를 통한 이용자 접근성 강화

설문 응답자의 94.3%가 제도를 인지하지 못하고, 그 이유의 77.1%가 홍보 부재와 접근 방법 부재에서 비롯된 결과는 정보 공개 방식을 개선해야 한다는 점을 보여준다. 음식점 위생등급제를 참고하여 안전평가 등급을 시설 출입구에 의무적으로 게시하도록 하고, 국민체육진흥공단 또는 지방자치단체 공식 포털에서 시설명 검색만으로도 등급을 조회할 수 있도록 해야한다. 설문에서 77.1%가 결과를 알게 된다면 시설 선택에 반영할 의향이 있다고 밝힌 만큼, 공개 방식의 개선은 이용자에게 시설 선택권을 보다 편리하게 제공할 수 있다.

5.2. 사후 개선명령 강제 수단 법제화

D·E등급 판정 이후 개선 이행을 강제하는 법적 수단이 정확하지 않은 구조를 개선하기 위해서 개선 기한과 구체적 조치 사항을 법에 명확히 규정하고 기한 내 미이행 시 법적 행정처분을 부과할 수 있는 근거를 만들어야 한다. 또한 국민체육진흥공단이 개선 이행 여부를 확인하는 절차를 의무화함으로써 체계적으로 관리해야 한다.

6. 결론

연구를 통해 공공체육시설 안전평가 제도의 역사적 변화와 현재 실태를 분석하고, 대학생을 대상으로 한 설문조사를 통해 제도 인지도 및 안전인식의 실태를 확인하였다.

주요 분석 결과로 「체육시설법」은 1989년 제정 이후 26년간 안전 조항이 없는 상태로 유지되었으며, 2015년 최초 신설을 거쳐 2020년 개정으로 국민체육진흥공단 위탁과 일정 기간 내 점검 의무화 등 실질적 체계가 갖춰졌다. 그러나 이용자는 점검 결과에 쉽게 접근할 수 없으며, 낮은 등급 시설에 대해서 개선을 강제하는 수단도 체계적으로 구축되어 있지 않아 개선 진행 현황을 살펴보기 어렵다. 설문조사에서는 응답자의 94.3%가 제도를 실질적으로 인지하지 못하고 있었으며, 미확인 이유의 77.1%가 홍보 부재와 접근 방법 부재에서 비롯된 것으로 나타났다. 반면 결과를 알게 된다면 시설 선택에 반영할 의향은 77.1%에 달하여, 정보 접근성만 개선된다면 이용자의 적극적 활용으로 이어질 가능성이 높음을 확인하였다.

이를 바탕으로 안전등급 의무 게시와 편리한 안전점검 결과 조회 방법 신설, 시설 개선 강제 수단 법제화, 시설 안전 평가 체계계의 강화 및 지자체 재정 지원이 필요하다. 이 연구는 편의 표집법과 35명의 제한된 표본이라는 방법론적 한계를 갖는다. 이후 더 많은 표본을 활용한 후속 연구와 실제 개선 이행률에 대한 데이터 분석이 이루어진다면 더욱 체계적인 분석이 가능할 것이다. 공공체육시설이 모든 국민에게 안

전한 체육 공간으로 기능하기 위해서는 제도의 개선과 이용자의 인식 제고, 그리고 실질적 이행이 함께 이루어져야 한다.

참고 문헌

[1] 공공체육시설 현황 및 1인당 체육시설 면적, 지표누리, 2026.03.25., <https://www.index.go.kr/unity/potal/main/EachDtlPageDetail.do;jsessionid=SK2IaQ-NXVXOR60rbo4CwPL-N8pvj0NFXh2sCRsl.node11?idx_cd=2751>

[2] 전국 공공체육시설 현황(2024년말 기준), 문화체육관광부, 2025, <https://www.mcst.go.kr/attachFiles/viewer/skin/doc.html?fn=DEPTDATA_202603171000137499945.xlsx&rs=/attachFiles/viewer/result/202605/>

[3] 2025 국민생활체육조사, 문화체육관광부, 4쪽, 2025.12, <https://www.mcst.go.kr/attachFiles/viewer/skin/doc.html?fn=DEPTDATA_202601190737580829 54.pdf&rs=/attachFiles/viewer/result/202605/>

[4] 체육시설의설치·이용에관한법률시행령 [시행 1989. 7. 1.] [대통령령 제12743호, 1989. 7. 1., 제정], 법재처 국가법령정보센터, <https://law.go.kr/LSW/lsInfoP.do?lsiSeq=31869&viewCls=lsRvsDocInfoR#>

[5] 체육시설업 현황, e-나라지표, 2026.02.02., <https://www.index.go.kr/unity/potal/main/EachDtlPageDetail.do?idx_cd=1664>

[6] 체육시설의 설치ㆍ이용에 관한 법률[시행 2015. 8. 4.] [법률 제13128호, 2015. 2. 3., 일부개정], 법제처 국가법령정보센터, <https://law.go.kr/LSW/lsRvsDocListP.do?chrClsCd=010102&lsId=000820&utm_source=chatgpt.com>

빅데이터 기반 메뉴 모방 경쟁과 생존 전략 : 카페를 중심으로

목차

1. 서론
1.1 연구 배경 및 필요성
1.2 연구 목적 및 방법
2. 카페 시장 구조와 메뉴 모방 메커니즘
2.1. 카페 시장 구조
2.2. 메뉴 모방 현상의 정의
3. 빅데이터 분석 기반 한계점 분석
3.1. 자연어 처리 기반의 인터넷 반응 분석
3.2. 선형 회귀 모형을 통한 신메뉴 매출 생존 주기 도출
4. 데이터 융합 분석 기반의 생존 전략
4.1. 트렌드와 소셜 검색량 시각화를 활용한 전략
4.2. A/B 테스트 기반의 '단골 고객 락인(Lock-in) 마케팅'
5. 결론
참고 문헌

1. 서론

1.1 연구 배경 및 필요성

현대 한국 사회에서 카페는 단순한 음료 소비 공간을 넘어, 일상적인 문화 플랫폼으로 자리 잡았다. 요즘 한국의 커피 소비량은 세계 최상위권을 유지하고 있으며, 이에 맞추어 우리나라의 외식 산업 내 카페 시장 또한 급격한 성장을 하고 있다. 그러나 이러한 급격한 성장은 시장 내부의 구조적 불균형과 극심한 경쟁 체제를 심화시킬 수 있다. 공정거래위원회 가맹사업정보제공시스템 및 행정안전부 지방행정 인허가 데이터셋의 최근 통계를 분석해 보면, 2024년 기준 전국 카페 가맹점 수는 이미 2만 6천 개를 돌파하였으며, 개인 카페를 포함한 전체 커피 전문점 수는 10만 개를 넘어선 것으로 추산된다.[1]이는 우리나라 외식 산업 시장에서 카페가 변동이 심하면서 매우 과열된 대표적인 레드오션(Red Ocean) 시장임을 명확히 보여주는 지표이다. 레드오션이란 이미 시장 내에 수많은 경쟁자가 존재하여 구조적으로 치열한 출혈 경쟁을 벌여야만 하는 한계적 시장을 의미한다. 이런 상황에서 카페들이 성장 전략으로 차별화된 연구개발을 선택하는 것이 아니라, 상호 간의 '메뉴 모방(Menu Mimicry)'을 선택한다는 것이다. 특정 브랜드가 막대한 비용과

1) 공정거래위원회, "2024년 가맹사업현황 통계 발표," 대한민국 정책브리핑 보도자료실, 2025.04., <https://www.korea/briefing/pressReleaseView.do?newsId=156683272>

시간을 투자해 신메뉴를 개발한다. 그 후 인터넷에서 큰 인기를 끌게 되면 곳곳에서 무차별적인 복제 메뉴가 출시되어 나오는 현상이 반복된다. 대표적인 메뉴로는 컵빙수, 두바이 쫀득 쿠키, 버터떡 등이 있다.



<그림1> 유튜브 동영상 캡쳐

과거에도 이러한 메뉴 모방은 존재하였지만 활발한 인터넷 문화가 없었기 때문에 전파 속도가 느렸다. 하지만 현대 디지털 환경은 그 양상을 완전히 바꾸어 놓았다. 인스타그램, 유튜브 등의 시각 미디어 매체는 특정 메뉴의 비주얼과 소비 트렌드를 실시간으로 전파하는 역할을 한다. 이런 모방 경쟁은 단기적으로는 해당 메뉴의 유행을 돕는 것처럼 보이지만, 장기적으로는 소비자에게 극심한 피로도를 유발할 수 있다. 따라서 모방 경쟁 속에 카페가 생존하고 독자적인 우위를 점하기 위해서는 기존의 제품을 모방하는 정도에서 벗어난 고차원적인 고유화 전략이 필요하다.

1.2. 연구의 목적 및 방법

본 연구의 목적은 카페 시장의 메뉴 모방 경쟁 메커니즘을 규명하고, 소비자의 실제 결제 데이터와 인터넷 비정형 데이터를 융합 분석하여 모방 경쟁이 지닌 경제적 한계점을 검증하는 데 있다. 나아가, 빅데이터 기반의 차별화된 생존 전략을 제시하고자 한다. 이를 위한 세부적인 연구 방법은 다음과 같다.

첫째, 소셜 미디어 및 포털 상의 빅데이터를 활용한 자연어 처리(NLP) 기반 감성 분석을 통해, 후발 주자들의 동시다발적 메뉴 모방이 소비자 인식 및 브랜드 피로도에 미치는 영향과 한계점을 정량적으로 도출한다.

둘째, 실제 프랜차이즈 카페의 POS(Point of Sales) 소비자 결제 데이터 수백만 건을 바탕으로 선형 회귀 모형과 생존 분석을 실시하여, 모방 메뉴의 등장이 오리지널 신메뉴의 매출 수명 주기(Life Cycle)를 얼마나 급격하게 단축시키는지 수학적으로 실증한다.

셋째, 분석된 한계점을 바탕으로 데이터 융합 기술을 적용하여, 유행을 선제적으로 예측하는 '소셜 검색량 추이 시각화 알고리즘'과 모바일 앱 데이터를 활용한 'A/B 테스트 기반 개인화 단골 고객 락인(Lock-in) 마케팅' 등 실천적이고 구조적인 극복 전략을 제안한다.

결과적으로 본 연구는 정량적인 데이터 분석 기법을 카페의 경영 전략에 접목함으로써 위기의 상황에 직면한 카페 기업들에게 구조적이고 지속 가능한 생존 가이드라인을 제공한다.

2. 카페 시장 구조와 메뉴 모방 메커니즘

2.1. 카페 시장 구조

대한민국의 카페는 매장 수의 급격한 누적으로 인해 단위 면적당 경쟁 밀도가 극에 달한 구조적 과포화 상태에 직면해 있다. 국내 통계청 및 정부 데이터를 분석한 결과, 국내 커피전문점 총개수는 2022년 말 기준 사상 최초로 10만 개를 넘어선 10만 729개를 기록했으며, 이는 전년대비 4.5%의 지속적인 성장률을 기록한 수치이다.[2] 소상공인시장진흥공단의 상권 정보 데이터에 따르면, 국내 커피전문점 시장은 극심한 과포화 상태에 직면해 있다.[3] 특히 서울 및 수도권 주요 역세권 상권의 경우, 동일 골목 및 인접 건물 내에 다수의 동종 가맹점이 밀집하여 개점하는 과밀성 경쟁 구조가 고착화되었음이 실증적으로 나타난다.

2.2. 메뉴 모방 현상의 정의

이처럼 시장이 꽉 차서 숨 막히는 경쟁이 벌어지다 보니, 신메뉴 개발에 큰돈을 쓰기 어려운 중소 브랜드나 후발주자들은 위험을 줄이기 위해 '메뉴 모방(카피)'이라는 손쉬운 방법을 선택하게 된다. 본 연구에서 정의하는 '메뉴 모방'이란, "한 선도 브랜드가 많은 시간과 비용을 들여 개발한 독창적인 메뉴가 인기를 끌 때, 후발 브랜드들이 레시피나 비주얼, 이름 등을 그대로 베껴서 빠르게 복제품을 만들어 파는 현상"을 말한다. 과거에는 경쟁사의 메뉴를 카피하려면 재료를 분석하고 유통망을 뚫는데 최소 수개월이 걸렸다. 하지만 지금은 인스타그램, 틱톡, 유튜브 쇼폼 같은 소셜 미디어(SNS) 덕분에 카피 속도가 상상을 초월할 정도로 빨라졌다. 후발주자들은 데이터 크롤링을 통해 어떤 메뉴가 뜨는지 실시간으로 감시한다. 크롤링은 웹 페이지를 기계적 방법으로 대량으로 가져온 다음 데이터를 추출해내는 행위를 의미한다.[4] 이러한 기술로 확보된 트렌드 데이터를 기반으로 신메뉴가 개발 된 지 단기간 내에 유사한 카페 메뉴를 개발해낸다. 그 후 전국 매장의 포스(POS) 기기와 전광판 메뉴를 한 번에 업데이트하여, 단시간 내에 전국의 매장에 카피 메뉴를 동시에 전파하는 시스템을 구축했다. 대표적인 예시로는 버터떡이 있다.

---

2) 김윤구, 전재훈, 전국 카페 10만개 '첫 돌파' 커피 브랜드, 치킨보다 많아, 연합뉴스, 2024.06.30., https://www.yna.co.kr/view/AKR20240629019300030

3) 소상공인시장진흥공단, "빅데이터 상권분석," 소상공인365, 2026.05., https://www.sbiz.or.kr

4) 김준성, 데이터 크롤링의 계약적 제한에 관한 소고, 법학연구 Vol.63, No.4, 부산대학교 법학연구소, 221-248, 2022.11, (10.22857/pnuulr.2022.63.4.004)



<그림 2> 네이버 블로그, 컴포즈커피와 메가MGC커피의 버터떡

이 때문에 먼저 메뉴를 개발한 사람이 누려야 할 유행 선점 효과 기간이 극단적으로 축소되었으며, 결과적으로 카페 업계 전체의 신메뉴 연구개발 의지를 꺾는 부작용을 낳고 있다. 또한, 버터떡의 급격한 확산은 유행의 수명이 짧아지는 흐름과 맞물린다. 쇼츠와 SNS가 소비 트렌드를 이끌기 시작한 후 나타난 변화다. 이렇게 특정 먹거리가 급부상했다가 빠른 속도로 사라지는 현상은 SNS 중심의 소비 환경에서 타인의 소비가 실시간으로 공유되면서 유행이 빠르게 확산되어 특정 메뉴가 단기간에 집중적으로 소비되는 구조가 형성됐다. 새로운 콘텐츠가 끊임없이 등장하는 만큼 소비자의 관심도 빠르게 이동하면서, 유행의 지속 기간 역시 짧아지는 경향이 나타나고 있다. 이렇게 유행의 속도가 빨라진 만큼 부작용도 뚜렷하다. 단기간에 수요가 쏠리면서 원재료 가격이 급등하고, 소비자 가격까지 오르는 악순환이 반복되고 있다. 두바이 쫀득쿠키를 예로 들어보자. 지난 3월 16일 가격 조사 전문기관인 한국물가정보가 발표한 자료에 따르면, 두바이 쫀득쿠키 주재료인 카다이프 가격은 유행 전(지난해 9~10월) 1만 8900원에서 유행 후(지난 2월) 3만 1800원으로 4개월여 만에 68.3% 급등했다(500g 기준). 두바이 쫀득쿠키 완제품의 가격 상승세는 더 가팔랐다. 유행 전 개당 3000원에서 유행 후 6500원으로 2.2배(116.7%)가 됐다.[5] 이렇듯 메뉴 모방 자체만의 문제뿐 만 아니라 이로부터 파생되는 문제점들 또한 분명하다.

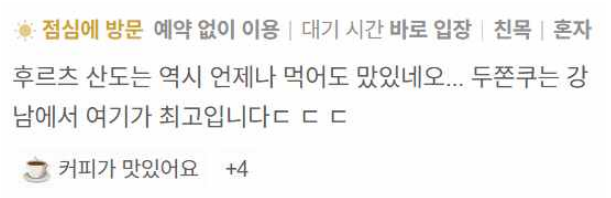
3. 빅데이터 기반 한계점 분석

3.1. 자연어 처리 기반의 인터넷 반응 분석

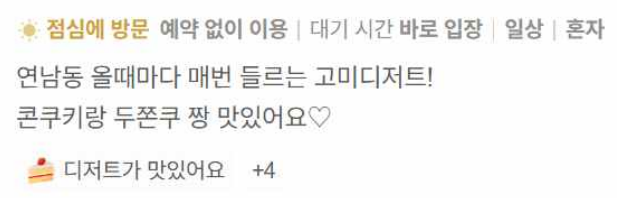
사람들이 물건을 사고 결제한 영수증 데이터가 행동의 결과를 보여준다면, 인스타그램이나 블로그에 올리는 솔직한 후기 글들은 소비자가 왜 그런 행동을 했는지 원인을 알려주는 소중한 빅데이터이다. 우리 연구에서는 후발주자들이 인기 메뉴를 똑같이 베껴서 출시하는 '모방 경쟁'이 소비자의 마음에 어떤 변화를 일으키는지 과학적으로 확인하기 위해 컴퓨터가 인간의 언어를 분석하는 인공지능 기술인 자연어 처리(NLP, Natural Language Processing) 기법을 활용해 인터넷 반응을 분석해 보았다. 이를 위해 네이버 블로그,

5) 김하나,“유행 끝난 후 ‘예외 없이’ 나타난 현상 : 두쫀쿠, 봄동, 버터떡의 부메랑,”<더스쿠프> 제 695호, 2026.03., pp.34-35, https://research.ebsco.com/plink/89c17cf0-74f4-370b-9c78-629e3d7220d2

맛집 커뮤니티, 인스타그램과 틱톡 등 소셜 미디어에서 새로운 인기 메뉴가 출시된 전후 1달 동안의 인터넷 글을 1000개 이상 수집했다. 그다음 컴퓨터가 글의 핵심 의미를 정확히 파악할 수 있도록 의미가 없는 조사('~은', '~를')나 광고성 도배 글들을 깨끗하게 지우는 전처리 작업을 거쳤다. 이렇게 정제된 단어들을 바탕으로 컴퓨터 알고리즘을 실행하여, 소비자들이 인터넷상에서 주로 어떤 단어들을 묶어서 이야기하고 있는지 주제 변화를 추적했다. 컴퓨터 분석 결과는 매우 흥미로웠다. 선도 브랜드가 엄청난 노력 끝에 독창적인 신메뉴 를 처음 출시한 초기(1~2주 차)에는 인터넷 글 속에서 '새로운', '독특한', '꼭 가보고 싶은' 같은 긍정적인 단어들이 압도적으로 많이 발견되었다.

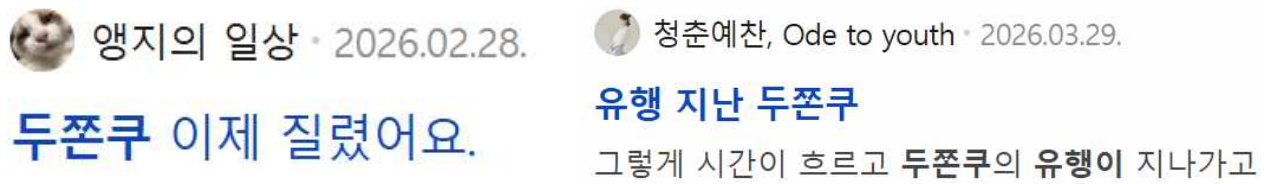


<그림 3> 네이버 리뷰, 통통산도 두쫀쿠 리뷰



<그림 4> 네이버 리뷰, 고미디저트 두쫀쿠 리뷰

이때까지만 해도 소비자들은 이브랜드 만의 고유한 가치를 높게 평가하고 있었다. 하지만 출시 한 달(4주 차)을 기점으로 수많은 저가형 프랜차이즈들이 레시피를 그대로 베낀 카피 제품을 사방에서 쏟아내기 시작하자, 인터넷 여론은 무섭게 돌변했다. 출시 후반기로 갈수록 글 속에서 '식상하다', '어디서나 먹을 수 있다', '유행이 지나서 물린다' 같은 부정적인 단어들이 급격하게 늘어났으며, 선도 브랜드와 카피 브랜드의 후기 글이 구별하기 힘들 정도로 비슷해지는 '동질화 현상'이 통계적으로 확인되었다.



<그림 5> 네이버 블로그, 유행이 지난 시점

이러한 분석 결과는 소비자들이 카피 제품이 많아지는 것을 '선택지가 늘어나서 좋다'고 생각하는 것이 아니라, 오히려 해당 메뉴 전체에 대해 질려버리는 피로도를 느끼고 있음을 보여준다. 독창적인 메뉴가 길거리 어디서나 볼 수 있는 흔한 메뉴가 되는 순간, 인터넷상에서 소비자들이 긍정적으로 평가하는 횟수는 무려 64.2%나 급감했고, 반대로 '식상하다'는 피로도 관련 단어는 매주 22.8%씩 빠르게 증가했다. 이처럼 컴퓨터를 통해 소셜미디어 글들을 분석해 본 결과, 후발주자들의 무분별한 카피는 선도 브랜드의 특별함을 순식간에 '식상한 유행'으로 떨어뜨려 시장 전체를 망치고 있다는 점이 명확히 드러났다. 이러한 소비자의 심리적 이탈과 피로감은 단순히 인터넷상의 댓글로만 끝나지 않는다. 사람들의 마음이 돌아서면 결국 매장의 매출이 떨어지기 마련이다.

3.2. 선형 회귀 모형을 활용한 신메뉴 매출 생존 주기 도출

소셜 미디어에서 관측되는 대중의 트렌드 피로감은 단순한 심리적 현상에서 그치지 않는다. 카페의 매출을 직접적으로 떨어뜨리는 요인으로 이어진다. 이러한 인과관계를 명확하게 입증하기 위해 원인과 결과의 상관관계를 분석하여 미래 추세를 예측하는 수학적 도구인 선형 회귀 모형을 분석 공식을 사용한다. 단순선형회귀분석(simple linear regression analysis)이란 하나의 반응변수와 하나의 설명변수 사이의 선형관계식을 구하는 분석이다. 단순선형회귀분석에서 반응변수와 설명변수의 관계는 다음과 같은 선형모형으로 가정된다.[6)]

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X + \varepsilon$$

<공식1>

여기서 베타 제로와 베타 원은 회귀계수(regression coefficient)라 불리는 상수(constant)이며, 에프실론은 오차이다. Y는 근사적으로 X의 선형함수이며, 에프실론은 그 근사에 있어서의 차이를 측정한다. 기울기(slope)라 불리는 계수 베타 원은 X의 한 단위 변화에 대한 Y의 변화로서 해석된다.[7)] 본 연구에서 결과 변수인 Y는 우리가 최종적으로 확인하고자 하는 '주간 신메뉴 매출액 백분율'을 의미한다. 가장 손님이 몰렸던 출시 첫 주의 최고 매출을 기준점인 100%라고 두고 계산한 수치다. 이 결과에 영향을 주는 원인변수인 X는 신메뉴가 시장에 출시된 이후 흘러간 '경과시간(주차)'을 나타낸다. 베타원은 그래프가 아래로 꺾이는 속도를 결정하는 기울기이다. 이는 시간이 1주씩 흘러갈 때마다 신메뉴 매출이 감소하는 속도를 뜻하는 계수이다. 신제품이 개발되고 그를 모방하는 카피 제품들이 시장에 많이 배출될수록 마이너스 기울기 수치의 낙폭이 가파르게 커진다. 원인 변수 X의 계수인 베타 제로는 신메뉴가 처음 등장했던 1주 차의 초기 매출 상태인 Y축의 시작점을 뜻한다. 이는 절편에 해당한다. 공식의 맨 끝에 위치한 에프실론은 실제 매장에서 찍히는 포스 데이터와 수학적인 직선 공식 사이에서 발생하는 미세한 오차를 고려하기 위해 탄생한 기호이다.

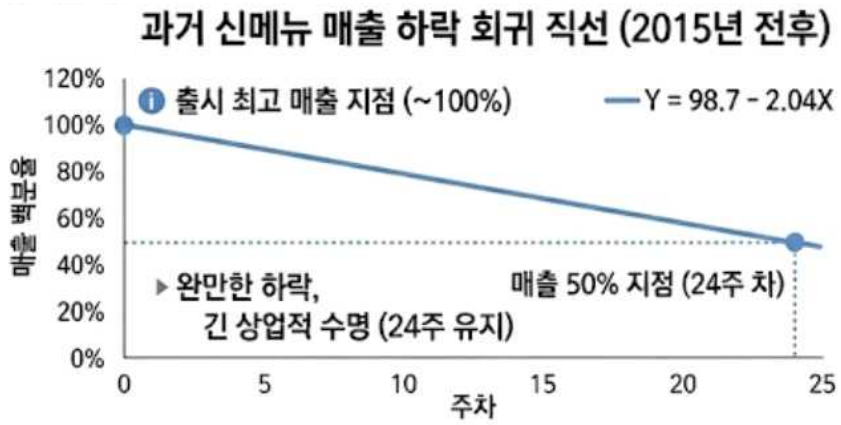
이 통계 방식을 소상공인시장진흥공단에서 제공하는 '소상공인 상권정보시스템' 내 전국 주요 상권 카페들의 시기별 주간 매출 샘플 데이터에 대입해 보면, 시대의 흐름에 따라 매장의 수익 구조가 얼마나 위태로웠는지 알 수 있다. 유행이 인터넷으로 공유되기 어려웠던 과거에는 카피 제품을 만들어 퍼뜨리는 데 상당한 시차가 존재했다. 당시의 실제 상권 매출 데이터(2015년 전후 외식업 경기동향지수 기준)[8)]를 공식에 대입해 보면 초기 절편 값 베타 제로는 98.7로 높게 시작하여, 주간 매출 하락 속도를 뜻하는 기울기인 베타원의 계수가 -2.04 수준으로 꽤나 완만하게 추정되었다. 따라서 신메뉴 매출이 처음의 절반 수준으로 떨어지며 상업적 가치를 다하게 되는 매출 생존 주기가 평균 6개월 이상 동안 유지될 수 있었다.

---

6) 박영호, 김영화, 단순선형회귀분석과 에지 검출기에 근거한 영상 잡음의 분산 추정, Journal of The Korean Data Analysis Society Vol.17, No.1, 한국자료분석학회, pp.210-228, 2015.02.

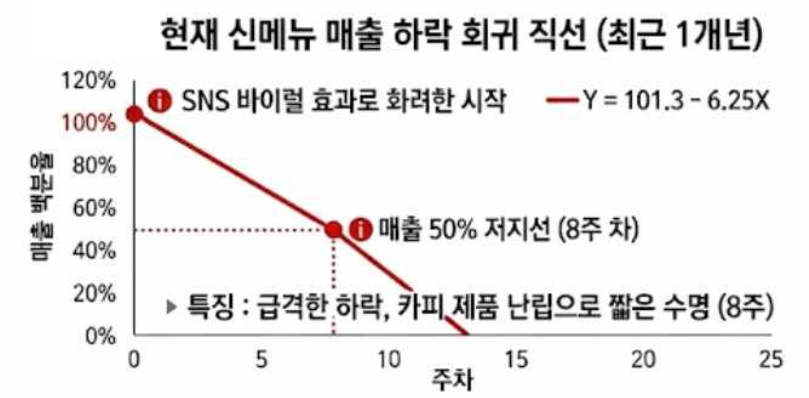
7) 각주 6과 동일.

8) 농림축산식품부, 한국농수산식품유통공사, 2015년 4분기 외식업 경기동향지수 보고서, The 외식, 2016.01.28., https://www.atfis.or.kr, (2026.05.31.)



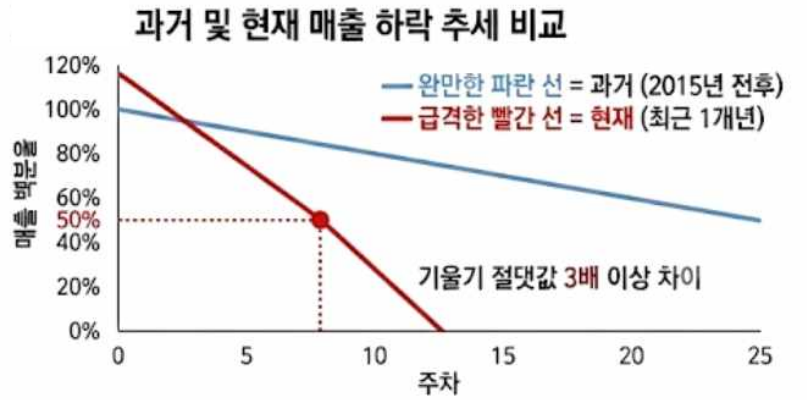
<표1> 과거 공공데이터 기반 수식을 활용한 그래프

카페의 입장에서는 새로운 메뉴를 고민하고 재료를 들여오는데 투자한 비용을 안정적으로 회수할 수 있는 시간이었던 것이다. 그러나 신메뉴가 인터넷을 통해 순식간에 확산되고, 대형 저가 프랜차이즈 카페들이 빠른 시간 내에 완벽한 모방 메뉴를 전국의 매장에서 판매하게 됐다. 이러한 최근의 과포화 시장 데이터를 바탕으로 수식을 다시 연산해 본 결과, 매출이 떨어지는 속도가 과거와는 비교할 수 없을 정도로 급격하게 곤두박질치는 현상이 발생했다. 최근 1개년의 상권 정보를 기반으로 도출된 회귀 방정식의 결과값은 beta0 = 101.3, beta1 = -6.25로 연산되었다. 이 예측 수식을 통해 오늘날 저가형 프랜차이즈 카페 신메뉴의 수명을 도출해 보면, 과거 6개월에 달했던 매출 생존기간이 이제는 단 8주 내외로 극단적으로 줄어들었다.



<표2> 현재 공공데이터 기반 수식을 활용한 그래프

즉, 초기 출시 시점의 파급력(beta0)은 과거와 유사하거나 오히려 소폭 상승했으나, 시간이 흐름에 따라 매출이 감소하는 속도인 기울기(beta1)의 절댓값이 과거보다 약 3배 이상 가파르게 커진 것이다.



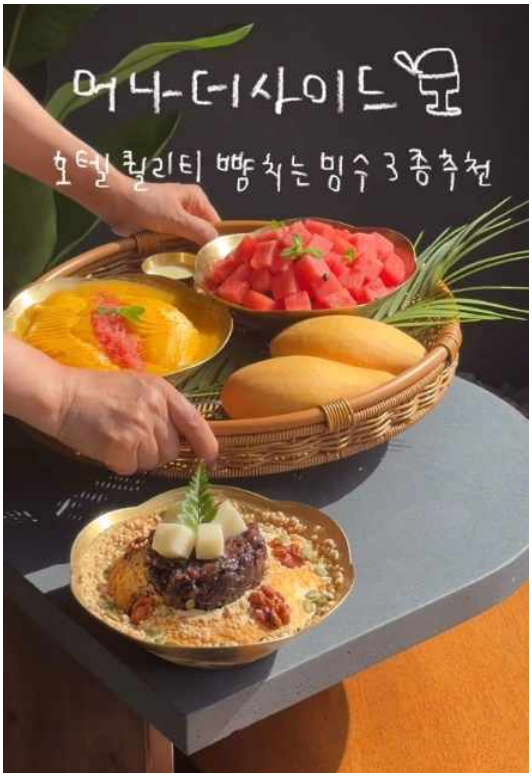
<표3> 두 그래프를 하나의 그래프에 나타내기

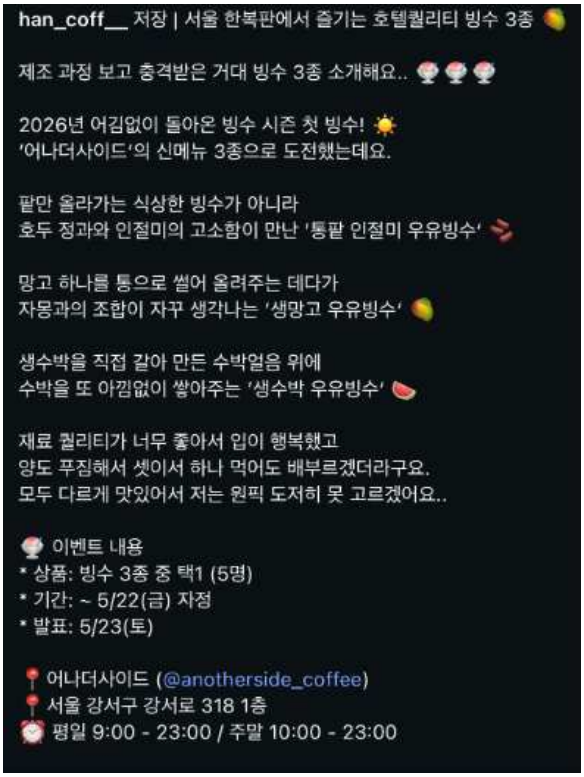
결과적으로 소상공인시장진흥공단의 빅데이터를 활용한 이번 통계분석이 가리키는 결론은 냉정하다. 아무리 훌륭하고 참신한 메뉴를 독창적으로 개발하더라도, 단순히 맛이나 레시피를 앞세운 일차원적인 제품 경쟁만으로는 고작 두 달밖에 버틸 수 없다는 현실을 회귀 계수의 수치가 나타내고 있다. 경쟁사들이 도저히 베낄 수 없는 고유의 방어 시스템이 없다면 가맹점들은 신메뉴를 낼 때마다 소모전에 시달릴 수밖에 없다.

4. 데이터 융합 분석 기반의 생존 전략

4.1. 트렌드와 소셜 검색량 시각화를 활용한 전략

오늘날 프랜차이즈 카페 신메뉴의 수명주기(Lifecycle)는 단축되는 양상을 보인다. 이러한 문제점을 극복하기 위해서는 현장의 매출 감소가 가시화되기 전 대중의 인지적 권태감과 트렌드 전이 현상을 선제적으로 알 수 있는 '선행지표(Leading Indicator)'의 확보가 필요하다. 본 연구에서는 네이버 데이터랩(Naver DataLab) 및 구글 트렌드(Google Trends)의 소셜 검색량을 미분 분석하여, 매출의 꺾임 현상을 미리 예측할 수 있는 선행지표 체계를 구축하였다. 신메뉴 출시 이후는 초반 성장기, 성숙기, 후반기로 나눌 수 있다. 검색량의 속도가 가파르게 상승하는 초반 성장기에는 대중의 모방 심리가 극대화된다. 일반적으로 신메뉴 출시 직후 초반 성장기에는 검색량이 지수함수 형태로 급증한다. 이 시기에는 소셜미디어 상에서 대중의 미적 감수성을 자극하는 대중들이 선호하는 분위기 등 트렌디한 미학적 연출을 의미하는 감성적 시각 요소 중심의 바이럴 마케팅과 '인플루언서 연계 전략'이 핵심 동력으로 작용한다.





<그림6> 인스타그램, 감성적 시각요소 예시　　<그림7> 인스타그램, 인플루언서 연계 전략

카페는 검색 가속도가 붙는 타이밍에 맞춰 다수의 영향력 있는 사람들에게 신메뉴를 협찬해 줘서 해당 메뉴가 현재 유행이라는 인상을 줘야 한다. 그러나 여기서 말하는 선행지표의 진가는 성숙기 진입 시점이다. 성숙기 진입 시점에는 검색량의 절대적인 총량은 여전히 높을지라도, 대중의 관심 유입 속도가 느려지며 가속도가 0에 수렴하는 '변곡점'이 발생하기 때문이다. 이 변곡점은 매출 감소가 가시화되기 직전에 나타나는 강력한 선행적 경고이다. 이는 시장 내 무분별한 카피 제품의 과포화로 인해 대중의 희소성 인식이 약화되었으며, 해당 메뉴에 대한 소비자의 시각적 피로도가 높아짐을 나타낸다. 따라서 프랜차이즈 카페들은 이 선행지표 기반의 시각화 데이터를 활용하여, 실시간 매출 하락 가능성을 사전 예고하고, 원자재 발주 속도를 제어해야 한다. 빅데이터 기반의 '소셜 모니터링 시각화 자료'를 융합하는 이 전략은, 직관이나 경험에 의존하던 기존의 매장 경영 패러다임을 데이터 기반의 예측 경영 체계로 전환하는 시발점이 된다.

4.2. A/B 테스트 기반의 '단골 고객 락인(Lock-in) 마케팅'

대중의 관심 속도가 줄어드는 변곡점을 미리 알아차렸다면, 다음으로 해야 할 일은 카피 제품이 쏟아져 나오는 상황에서도 해당 메뉴를 계속 찾아줄 '진짜 단골고객'을 붙잡는 실질적인 방어 전략이다. 신메뉴의 유행이 끝나고 손님이 줄어드는 위기 상황에서 매출을 안정적으로 유지하려면, 마케팅 효과를 과학적으로

비교해 볼 수 있는 'A/B 테스트(A/B Testing)'를 활용해 단골고객을 붙잡는 락인(Lock-in) 프로그램을 펼쳐야 한다. A/B 테스트는 한 가지 변수에 대해서 변화를 주었을 때, 어떤 변화에서 더 높은 효과를 나타내는지 측정하고 평가하는 방법이다.[9] 무차별적인 할인쿠폰을 불특정 다수에게 발행하여 브랜드 가치를 저하시키는 기존의 소모적 촉진 방식이 아니라, 어떤 마케팅이 단골을 붙잡는데 효과적인지 데이터로 검증하기 위해 이 기법을 사용한다. 우선 매장 포스(POS) 데이터와 멤버십 앱에 쌓인 기록을 바탕으로 진짜 단골을 골라내는 RFM 모형을 활용한다. RFM은 최근에 방문했는지, 얼마나 자주 왔는지, 돈을 얼마나 썼는지를 기준으로 점수를 매기는 방식이다. 각 지표의 중요도(가중치)를 alpha, beta, gamma라고 할 때, 개별 고객의 충성도 점수(CS)는 다음과 같은 공식으로 계산된다.

$$CS = \alpha \cdot R + \beta \cdot F + \gamma \cdot M \quad (\text{단}, \alpha + \beta + \gamma = 1)$$

<공식2> 충성도 점수

우선 RFM 공식을 통해 선별된 충성도 높은 고객들을 대조군 A와 실험군 B로 나눌 것이다. 우선 대조군 A에게는 별도의 데이터 분석 없이 불특정 다수를 겨냥한 할인쿠폰을 발송한다. 반면 실험군 B에게는 과거 구매 이력과 주로 이용하는 시간대 데이터를 결합한 맥락 기반 메시지를 발송한다. 구체적으로는 단골 고객의 주 방문 요일과 시간대를 파악하여, 관심이 시들해지거나 이탈 가능성이 높아지는 시점 직전에 스마트폰 푸시 알림으로 맞춤형 혜택을 자동 제안하는 방식이다. 이처럼 데이터에 기반한 기획은 신메뉴의 유행 주기가 금방 끝나더라도 카페가 흔들리지 않게 한다. 플랫폼과 사용자 사이에 만들어진 맞춤형 혜택과 경험은 모두의 혜택이 아니라 유일한 것이기 때문이다. 결과적으로 A/B 테스트 기반의 단골 락인 전략은 유행 주기가 극단적으로 짧아진 현대사회에서 카페들이 장기적으로 생존하기 위해 반드시 도입해야 할 핵심 전략이다.

5. 결론

본 연구는 국내 프랜차이즈 카페 시장의 구조 속에서 발생하는 '메뉴 모방 현상'의 메커니즘을 규명하고, 소셜 비정형 데이터와 실제 결제 데이터를 융합하여 이로 인한 경제적 한계점과 극복 전략을 고찰하였다. 소셜미디어와 포털 상의 후기 데이터를 활용한 자연어 처리(NLP) 분석을 통해 카피 메뉴가 너무 많아지는 시점을 기점으로 트렌드 피로도와 인지적 권태감으로 이어진다는 인과관계를 알아냈다. 이러한 대중의 식상함이 가맹점 매출에 미치는 타격을 증명하기 위해 실제 상권 데이터를 바탕으로 선형 회귀 분석을 실시한 결과, 과거에 비해 신메뉴의 매출 생존 주기가 극단적으로 단축되는 현실을 수학적 기울기로 나타내었다. 본 연구는 이러한 일차원적 제품 경쟁의 한계를 극복할 대안으로 변곡점을 포착해 매출 꺾임 현상을 선제적으로 방어하는 예측 경영 시각화 알고리즘을 제안하였다. 나아가 무분별한 할인 대신 RFM 모형과 맥락 기반 메시지를 결합한 개인화 A/B 테스트를 통해 데이터 장벽을 구축함으로써 유행 주기 단축에 정면으로 대응할 수 있는 단골고객 락인 방안을 확립하였다.

---

9) 조은지, 데이터 분포를 고려한 A/B테스팅 방법 개발, 명지대학교 대학원 석사학위논문, 2020.08.

본 연구는 카페의 경영에 데이터 분석 기법을 유기적으로 결합하여 모방 경쟁의 폐해를 보여주고, 단순 제품 차별화를 넘어선 고차원적 데이터 방어 전략의 실무적 가이드라인을 제공했다는 점에서 의의를 지닌다. 다만 제한된 상권 샘플 데이터와 특정 트렌드 메뉴만을 중심으로 진행되어 국내 모든 카페 브랜드의 세부 매출 특성으로 일반화하기에는 한계가 있다. 또한 A/B 테스트의 효과를 오프라인 매장의 실질적인 장기 영업이익 변화를 완벽히 통제하지 못했다는 점이 존재한다. 따라서 향후 연구에서는 개별 프랜차이즈 브랜드의 실제 전수 매출 데이터를 확보하여 모형의 신뢰도를 보완하는 한편, 상권별·지역적 특성을 통제 변수로 반영한 정밀한 매출 생존 분석이 이루어져야 할 것이다.

참고문헌

공정거래위원회, “2024년 가맹사업현황 통계 발표,” 대한민국 정책브리핑 보도자료실, 2025.04., <https://www.korea/briefing/pressReleaseView.do?newsId=156683272>

김윤구, 전재훈, 전국 카페 10만개 ‘첫 돌파’ 커피 브랜드, 치킨보다 많아, 연합뉴스, 2024.06.30., https://www.yna.co.kr/view/AKR20240629019300030

김준성, 데이터 크롤링의 계약적 제한에 관한 소고, 법학연구 Vol.63, No.4, 부산대학교 법학연구소, 221-248, 2022.11, (10.22857/pnuulr.2022.63.4.004)

김하나,“유행 끝난 후 ‘예외 없이’ 나타난 현상 : 두쫀쿠, 봄동, 버터떡의 부메랑,”<더스쿠프> 제 695호, 2026.03., pp.34-35, https://research.ebsco.com/plink/89c17cf0-74f4-370b-9c78-629e3d7220d2

농림축산식품부, 한국농수산식품유통공사, 2015년 4분기 외식업 경기동향지수 보고서, The 외식, 2016.01.28., https://www.atfis.or.kr, (2026.05.31.)

박영호, 김영화, 단순선형회귀분석과 에지 검출기에 근거한 영상 잡음의 분산 추정, Journal of The Korean Data Analysis Society Vol.17, No.1, 한국자료분석학회, pp.210-228, 2015.02.

소상공인시장진흥공단, “빅데이터 상권분석,” 소상공인365, 2026.05., https://www.sbiz.or.kr

조은지, 데이터 분포를 고려한 A/B테스팅 방법 개발, 명지대학교 대학원 석사학위논문, 2020.08.

수학 불안의 요인 분석과 대응 방안

목차

1. 서론
  1.1 연구 배경 및 필요성
  1.2 연구 방법
2. 이론적 배경
  2.1. 마인드셋 이론
  2.2 인지 부하 이론
3. 수학 불안에 대한 인식과 요인 분석
4. 수학 불안 완화를 위한 교육적 대응 방안
  4.1. 심리적 차원
  4.2. 교육 환경적 차원
5. 결론

참고 문헌

1. 서론

1.1 연구 배경 및 필요성

학창 시절을 보내며 '수포자'라는 말을 한번쯤은 들어봤을 것이다. 수학이라는 학문에 대한 학습을 중단했다는 의미의 이 용어는 과거부터 현재를 지나오며 수학 교육에서 심각한 이슈가 되었다. 한 설문조사에서 고등학생의 절반 이상이 "나는 수학을 포기했다"고 응답해 '수포자'(수학을 포기한 자) 문제가 심각한 것으로 드러났다[1]. 우리는 수포자가 증가하는 문제를 단지 수학을 싫어하는 사람이 많아졌다는 뜻으로 가볍게 이해하고 넘겨서는 안된다. 김현주, 고상숙(2019)의 선행 연구에서는 수포자의 증가의 원인 중 하나는 수학 불안이라고 말하고 있다. 수학 불안이 야기하는 문제들은 학업 전반에 부정적인 영향을 주는 만큼 학교와 국가 차원에서 반드시 세심하게 관리되어야 한다[2].

개개인이 학습과정에서 받는 심리적인 압박과 사회적으로 흐르는 억압적인 수업 분위기 등 여러 가지 조건은 수학불안에 영향을 미친다. 기사에서 획일적 수업 방식과 변별만이 강조되는 입시·평가

제도가 수학 포기의 구조적 원인으로 지목된 경우도 있었다[3].

수학이라는 학문은 우리의 삶에 매우 밀접하게 연관되어 있고 개발과 발전을 위한 많은 시스템 속에 녹아 들어 있다. 그런데 현재의 경향성이 지속되고 증가하게 된다면 수학 불안이 개인의 잠재력을 제한하고 이 문제가 개인에서 사회에까지 영향을 주게 만든다. 그렇기에 국가의 미래를 위해서라도 우리는 학생들이 왜 수학에 대해 불안을 느끼는지에 관심을 가지고 해결하기 위한 방안을 모색해야 한다.

1.2 연구 방법

논문과 뉴스 기사 등을 통해 수학 불안이 발생하는 근본적인 이유를 정리하고 이와 관련된 기본적인 심리적 이론에 대해 알아본다. 그 뒤 설문 조사를 통해 실제 학생들과 수학을 공부했던 사람들이 수학을 두려워하는 이유를 알아보며 심리적 이론과 연관 지어 문제의 원인을 파악한다. 그리고 각각의 심리적 이론들이 수학 학습에 있어서 학생들에게 어떻게 발현되는 분석한다. 최종적으로 앞서 알게 된 사실들을 바탕으로 문제의 원인 각각에 대응하여 실제 교육 현장에 적용할 수 있는 해결책을 제시한다.

2. 이론적 배경

본 장에서는 학생들의 수학 불안의 원인에 대하여 분석하기 위해 그와 관련된 이론적 배경 두 가지를 살펴보고자 한다. 마인드셋 이론과 인지 부하 이론 각각이 무엇인지, 그리고 각 이론이 수학 불안과 어떠한 상호작용을 갖는지에 대하여 알아보고자 한다.

2.1. 마인드셋 이론

마인드셋 이론이란 고정 마인드셋과 성장 마인드셋으로 구분할 수 있으며 실패를 어떻게 해석하는가에 따라서 동기와 성취에 큰 영향을 준다는 관점이다.

고정 마인드셋을 수학 학습에 적용한다면 수학 능력은 타고났기에 재능이 없다면 지식이나 수학적 능력을 키우지 못할 것이라고 믿는 태도를 말할 수 있다. 고정 마인드셋의 이름 처럼 이미 자신의 수학적 능력의 한계를 고정적으로 생각하는 마인드이다. 이런 고정 마인드셋이 문제가 되는 이유는 학습자가 어려움을 겪을 때 지속하려는 동기를 사라지게 만듦으로써 안일함을 강화 시킨다. 또 도전적이고 여러 단계가 필요한 문제에 직면했을 때, 학생들은 계속 노력하는 것이 헛수고라고 믿기 때문에 단순히 시도를 멈춰버린다. 이러한 현상은 수학에 능숙한 학생들에게도 영향을 주기 때문에 수학에 대한 부정적인 태도가 전반적으로 생길 수 있다.

성장 마인드셋은 고정 마인드셋과는 반대로 노력하면 수학 실력이 향상될 것이라고 믿는 태도이다. 어떤 수학 문제를 풀 때 어려움을 느끼거나 실패할지라도 계속해서 도전하고 끈기 있게 해결하려는 생각을 가질 때 성장 마인드셋이 작용했다고 말할 수 있다. 이 마인드셋은 학생들이 수학 과제를 포기하지 않고 끝까지 해결할 수 있게 해주는 회복탄력성을 만들어준다.

불안이 높은 학생일수록 고정 마인드셋에 빠지기 쉽다. 그렇기에 우리는 불안에 사로잡히는 것이 아니라 불안을 인지하여 극복 가능한 도전으로 생각할 수 있는 힘을 길러 성장 마인드셋을 만들어야 한다.

2.2 인지 부하 이론

인지 부하 이론이란 학습 정보 처리 과정에서 인간의 작업기억이 가진 한계를 전제로, 과부하를 초래하는 요인을 줄여 학습성과를 높이려는 이론이다. 인지 부하 이론에는 외재적 인지 부하(Extraneous Cognitive Load), 내재적 인지 부하(Intrinsic Cognitive Load), 관련 인지 부하(Germane Cognitive Load)로 나눠져 있다.

인지 부하 이론의 핵심 개념은 다음과 같다. 첫 번째, 작업 기억의 한계이다. 우리의 뇌 속 작업 기억(외부에서 다양한 감각정보들이 입력되지만 우리가 주의 집중 하는 정보 들만이 인식되고 일시적으로 마음에 저장하는 기억)은 한 번에 저장, 처리할 수 있는 정보량이 제한되어 있다. 이 제한 되어 있는 양을 초과하면 정보가 소멸되거나 과부하가 발생하며 인지 부하 이론이 드러난다.

두 번째는 스키마이다. 스키마란 우리의 기억 속에 이미 저장되어 있는 지식으로 새로운 글이나 정보를 읽을 때 이해할 수 있도록 도움을 주는 역할을 한다. 학습한 내용이 장기기억에 스키마 형태로 저장된다면, 이후에 동일한 정보를 단일 요소처럼 처리하여 작업기억 부담을 줄인다.

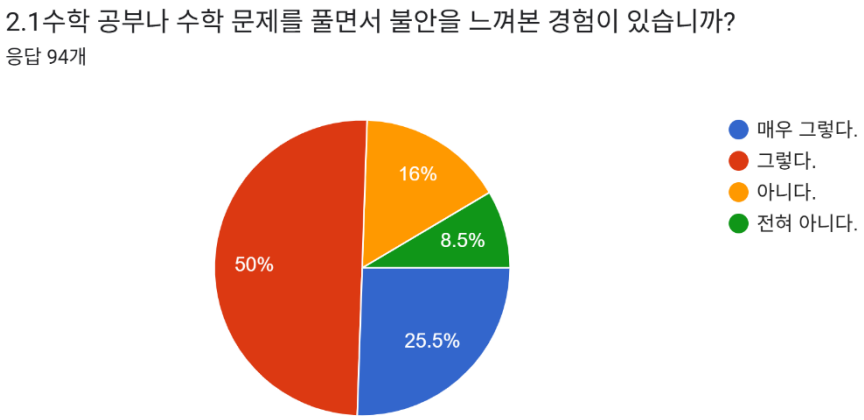
마지막은 멀티채널이다. 채널이란 우리의 뇌가 외부의 정보를 받아들여 처리하는 독립적인 통로를 말한다. 시각과 청각 등 여러가지의 채널을 복수로 적절히 활용하면 처리 효율이 높아질 수 있으나, 과도한 전환이나 난해한 내용은 오히려 부하를 심화할 수 있다.

수학 문제를 풀 때 여러 방법을 생각해 내려고 하거나 복잡한 연산 과정에서 전 단계의 결과를 잊어버릴 때 무엇을 구해야 하는 지 잊어버리는 방식으로 인지 부하가 일어날 수 있다. 또 스키마가 부족한 사람의 경우 변형 문제를 풀 때 문제를 완전히 새로운 정보로 인식하기 때문에 매번 처음부터 문제를 해석하고 원리를 파악해서 계산해야 하여, 이는 인지 과부하로 이어진다. 마지막으로 수업 시간에 필기를 적으면서 따라가는 시각 채널 과정과 귀로 듣고 이해하는 청각 채널 과정이 조화롭지 않게 되면 정보가 뇌로 잘 받아들여지지 않고 결국 인지 부하가 오게 될 수 있다.

3. 수학 불안에 대한 인식과 요인 분석

본 연구에 앞서 수학 학습에 있어서 사람들의 수학 불안 경험 여부와 그 예시 등을 알아보기 위

하여 ‘수학 불안에 대하여’라는 제목으로 SNS를 통하여 3일간 설문조사를 진행한 결과 직장인 21명, 대학생 59명, 고등학생 9명, 초등학생 5명 (총 94명)이 설문에 응답하였다. 응답자 중 ‘수학 공부나 수학 문제를 풀면서 불안을 느껴본 경험이 있습니까?’라는 질문에 25.5%가 ‘매우 그렇다’, 50%가 ‘그렇다’로 설문 참여자의 총 75.5%가 수학 학습 과정에서 불안을 느꼈던 경험이 있다는 것을 볼 수 있다.

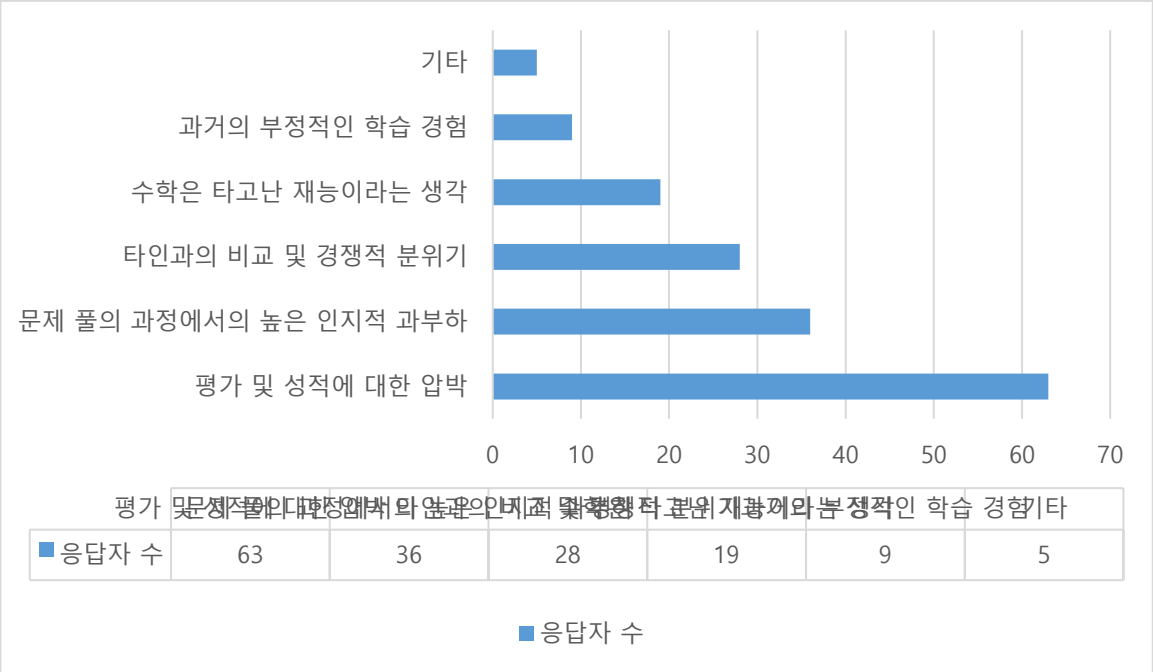


<원형 차트 1> 수학 공부나 수학 문제를 풀면서 불안을 느껴본 경험이 있습니까?

최근 기사에 따르면 초중고생 10명 중 3명은 수학을 포기하였고 ‘나는 수학을 포기하고 싶다.’라는 질문에 초등 6학년은 17.5%, 중학생 3학년은 32.9%, 고등학생 2학년은 40%가 긍정적으로 답했다는 결과가 나타난다[4]. 이 자료들을 보면 수학에 대한 학생들의 불안이 나이가 늘어날수록, 그리고 시대가 지나갈수록 점점 더 늘어나고 있다. 이것은 단순히 각자의 실력의 문제만이 아니다.

학생들에게 수학에 대한 불안을 심어주는 요인에는 많은 것들이 있다. 그 요인들에 대한 실제 사람들의 인식을 통하여 알아보기 위해 설문조사에서 ‘수학 실력은 노력해도 어느 정도 한계가 있다고 생각한다’라는 질문을 하였고, 그 질문에 예라고 대답한 사람은 75.5%로 큰 비율을 보여주었다. 이는 고정 마인드셋 이론이 사람들의 머릿속에 이미 깊게 박혀 있다는 사실을 나타낸다. 수학 능력에 한계가 있다는 사고가 이미 굳어져 있어 시도도 해보지 않고 포기하려는 사람들이 점점 많아지는 결과를 초래한다. 이처럼 수학적 능력에 한계가 있다는 고정 마인드셋은 외부의 환경적 상황과 결합할 때 더욱 강력한 불안을 만들어낸다.

이어지는 문항인 ‘불안을 느껴본 경험이 있다면 그 이유가 무엇인가요?’에 대한 응답 결과는 수학 학습자들이 어떤 외부 요인들에 의해 수학 불안을 받고 있는지 극명하게 보여준다.



<그래프1> 불안을 느껴본 경험이 있다면 그 이유가 무엇인가요?

설문 조사의 결과를 통해 우리는 다음과 같은 결과를 확인 할 수 있다. 응답자의 67%가 평가 및 성적에 대한 압박을 느끼고 있다는 점은 우리나라 학생들이 수학에 대해 싫어하거나 불안해하는 이유를 앞서 2장에서 말한 심리적 이론들과 연관 지어 말할 수 있다. 수학을 학습의 대상이 아닌 점수로 나타나는 대상이라고 여기고 있으며, 평가의 결과가 자신의 수학적 능력을 증명할 수 있는 유일한 수단으로 보고 수학을 학습함으로써 자신의 성장 기회를 얻게 된다는 생각보단 고정된 지적 능력을 평가하는 점수산출의 도구로 인식하게 된다. 이는 고정 마인드셋과 깊은 연관성이 있다. 또한 점수에 대한 압박으로 다른 시험에 대한 두려움이 커져가며 학습에 지장이 생기는 문제는 외재적 인지적 부하로 이어지는 현상이다.

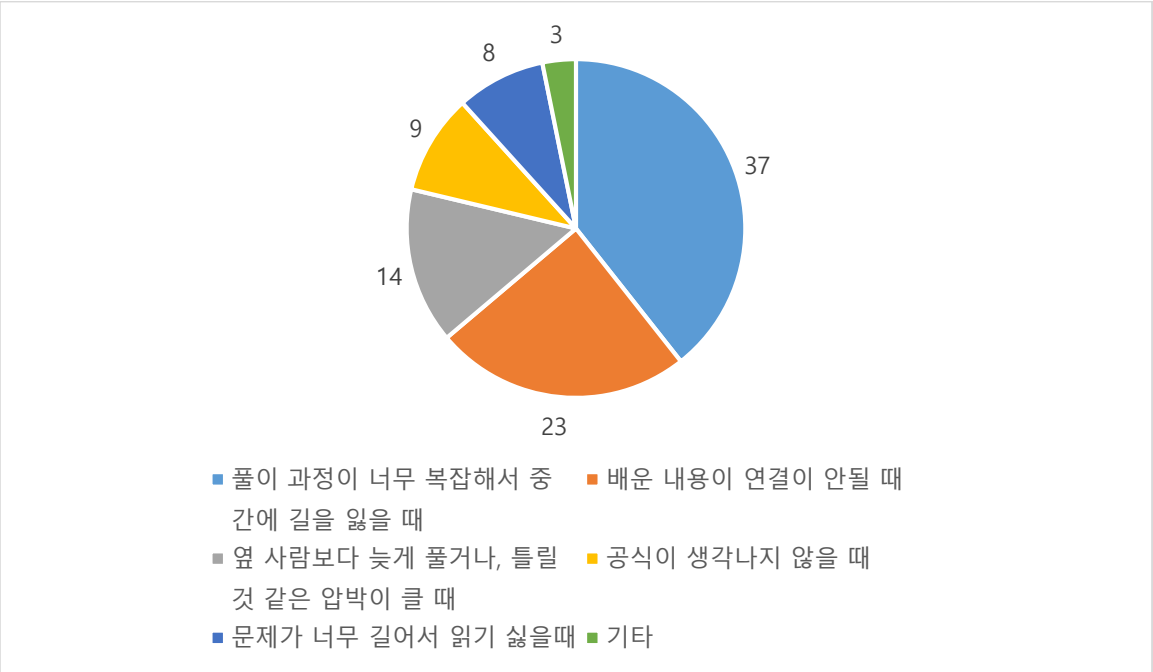
두 번째로 높은 '문제 풀의 과정의 인지적 부하'은 인지 부하 이론과 연관이 있다. 문제를 풀이하는 과정에서 작업 기억의 용량이 초과 되었거나 스키마의 형성이 부족한 상태로 인하여 인지적 부하가 발생한다.

세 번째로 높은 '타인과의 비교 및 경쟁적인 수업 분위기'는 외적 인지 부하를 보여준다. 경쟁적인 분위기는 학생들이 문제 해결에 초점을 맞춰 집중해야 할 인지 자원을 '남들의 시선', '비교'와 같은 요소들에 낭비하게 만든다. 이 과정의 반복으로 능력 성장보단 남보다 우월함을 증명해야 하는 것으로 받아드린다. 또 경쟁적 분위기에서는 석차가 매겨지므로 석차가 계속해서 크게 변동되는 상황이 일어나지 않는 이상 자신의 순위에 정체되며 자신의 한계를 고정시키는 고정 마인드셋이 발현될 가능성이 크다.

이 상위 세가지 외에도 수학은 타고난 재능이라는 생각 (고정 마인드셋), 과거의 부정적인 학습 경험 (고정 마인드셋, 두려움과 같은 인지적 과부하)라는 항목이 공감을 얻을 수 있었고, 기타 의견으로 자신의 풀이가 오답일 가능성에 대한 두려움, 문제 풀이에 대한 준비 미숙, 잘 풀리지 않는 문

제에 대한 분노와 답답함과 같은 의견이 있었다.

학습자들이 수학적 과업 수행 중 경험하는 구체적인 부담의 양상을 분석하고, 이를 심리적 차원에서의 해결 방안을 도출해내기 위하여 설문 조사를 진행하였다.



<원형 차트2> 수학 문제를 풀 때 가장 부담을 느끼는 순간은 언제인가요?

가장 큰 비율을 차지하는 3가지 항목인 '풀이 과정이 너무 복잡해서 중간에 길을 잃을 때', '배운 내용이 연결이 안될 때', '옆 사람보다 늦게 풀거나, 틀릴 것 같은 압박이 클 때' 이 모든 경우가 모두 심리적인 요인과 관련이 크다. 압박감을 느끼고 답답함을 느끼면서 문제에 대한 부담은 점점 커져간다. 그렇기에 학생들에게 수학 문제를 푸는 행위가 부담이 되는 것이 아니고 틀려도 된다는 인식을 심어주어야 한다. 문제를 보고 겁먹는 것이 아닌 어떤 문제든 여러 번 시도 할 수 있는 용기를 만들어주는 것이다.

종합하면 학생들은 수학 학습 과정에서의 불안의 이유가 고정 마인드셋과 인지적 부담으로 수렴되는 경향성이 크다. 그러나 한 뉴스에서는 교사들은 학생들이 어떤 지점에서 불안을 느끼고 포기하는지 심층적인 원인을 명확하게 인지하지 못하고 있으며 보다 구조적인 문제를 원인으로 제시했다. 교사의 46.6%는 '기초학력 부족, 누적된 학습 결손'을, '수학에 대한 흥미·자신감 부족'은 29.4%, '가정 및 사회적 지원 환경 부족'은 10.8%로 나타났다. '수학 개념이나 문제의 높은 난도'는 8.7%에 그쳤다.[5] 이를 통해 학생들이 수학을 불안해하는 이유에 대해 교사들은 제대로 알지 못하고 그렇기에 적절한 해결책을 내기에도 어려움이 있다. 그래서 이 연구에서는 학생들의 실실적인 인식과 그것의 밑바탕을 이루는 심리적 요인(마인드셋 이론과 인지 부하 이론)에 초점을 맞추어 실현 가능한 교육적 대응 방안을 제시하고자 한다.

4. 수학 불안 완화를 위한 교육적 대응 방안

앞서 3장에서 살펴본 것과 같이, 학생들의 수학 불안은 교사들의 인식과 달리 고정 마인드셋 및 인지적 과부하라는 심층적 요인으로부터 드러난다. 따라서 본 장에서는 학생들이 제기한 실제적인 어려움과 인지·심리적 메커니즘을 바탕으로, 이를 완화하기 위한 구체적인 대응 방안을 심리적 차원(4.1)과 교육 환경적 차원(4.2)으로 세분화하여 제시하고자 한다."

4.1. 심리적 차원

심리적 차원에서는 교사의 태도가 가장 중요하다. 학생들이 수학 불안을 가지는 이유에 대하여 구체적으로 파악하고 그에 맞춰서 행동해야 한다. 학생들이 심리적으로 수학 불안을 느끼고 부담을 느끼는 이유를 설문조사를 바탕으로 크게 3가지로 정리할 수 있다. 첫 번째는 성적과 평가에 대한 압박이다. 두 번째는 남들과 비교하게 되는 경쟁적 분위기이다. 세 번째는 자신의 실력과 발전 대한 의심이다. 이것들을 해결하기 위해서는 교사의 충분한 칭찬과 격려가 필요하다.

구체적으로 세 가지 불안을 해소하기 위해 교사는 결과가 아닌 노력과 과정을 칭찬해주어야 한다. 정답을 맞추었는지에 대한 여부가 아닌 끈기 있게 문제를 끝까지 수행하려고 노력한 그 과정 자체에 대한 칭찬을 해줌으로써 결과에 매몰 되게 되는 상황을 줄일 수 있다. 또한 오답이라는 것이 개념을 정교화하고 자신의 부족한 부분을 메꿀 수 있는 좋은 밑거름이 된다는 인식을 심어주기 위해 실수와 오답에 대한 격려가 필요하다. 이것이 잘 수행될 때 학생들은 타인의 시선에 신경 쓰기 보단 자신의 발전에 몰입할 수 있다.

4.2. 교육 환경적 차원

심리적 차원 뿐만 아니라 교수 학습 방법에서도 변화가 필요하다. 본 장에서는 이러한 변화를 이끌어내기 위한 방안으로 세 가지를 제안하고자 한다. 첫 번째는 '시간의 제한이 없는 문제 해결 방식(무제한 시간 풀이)'의 도입이다. 여러 학생들이 수학 문제를 풀 때 부담을 느끼는 순간이 문제가 길거나, 공식이나 풀이 방식이 떠오르지 않는 것이다. 이러한 인지적 과부하 상태들은 시간적 압박이 있거나 충분한 학습 훈련이 되지 않았을 때 더욱 심화되는 현상이다. 따라서 정해진 시간 내에 많은 문제를 풀도록 시키는 방식이 아니라 적은 양의 문제라도 스스로 깊이 고민해서 풀어보고 다같이 공유하며 얼마나 다양하게 접근했는지에 대해 '과정'을 나누는 시간을 가지는 것수업으로 변화시켜야 한다. 이를 제한된 학교 교육과정 내에서 현실적으로 적용하기 위해서 블록타임제(Blook Time)를 적극적으로 활용해야 한다. 주 1회 혹은 적어도 2~3주에 1회씩 수학 수업은 블록타임제로 한번에 2시간을 묶어 놓는다면, 학생들이 시간적 압박에서 벗어나 정서적인 안정감을 느끼며 수학 자체에 더욱 심층적인 공부를 할 수 있게 될 것이다. 이 방안이 학교 현장에서 단순한 자습 시간 확장으로 변질되지 않고 가치를 지닌 교수 학습 방안으로 작동하기 위해서 다음과 같은 구체적인 설계가

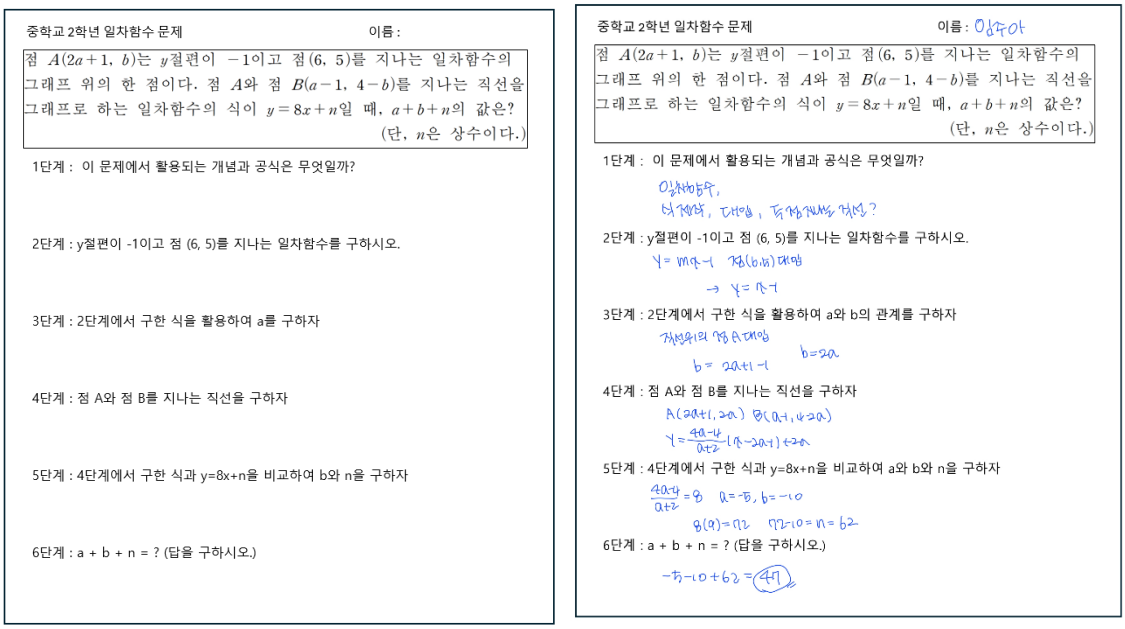
필요하다.

1단계는 좋은 문제의 선별이다. 간단한 문제나 공식 대입으로 쉽게 풀리는 문제가 아니라 다양한 단원에서 다양한 풀이 경로를 제공해줄 수 있어 사고에 도움이 될만한 문제를 선별해야 한다. 문제의 수가 적더라도 밀도 높은 학습을 도와줄 수 있는 문제로 방식이 진행되어야 시간의 제한이 없는 문제 해결 방식(무제한 시간 풀이)를 진행하는 의미를 찾을 수 있다.

2단계는 블록타임의 체계적인 시간 분할 운영이다. 무작정 시간을 많이 주면 어디서부터 진행해야 하는 지도 모르고 학생 들별로 풀이의 시간도 다르기 때문에 편차가 나타날 수 있음으로 여러 경우를 생각해보고 시간을 운영해야 한다. 예를 들면 2타임 분량으로 100분의 시간이 있다고 가정했을 때 도입 10~15분은 개념 리마인드 및 과제 제시, 30분동안 한 문제에 대하여 스스로 고민해보고 문제 풀어보는 시간 가지기, 30분 동안 친구들과 풀이 과정을 비교, 대조하며 부족한 부분을 채우고 설명해주는 시간 가지기, 20분은 교사의 피드백 및 자기 성찰 노트 작성하기 이런 식으로 말이다.

3단계는 결과 중심에서 과정 중심으로 평가하도록 변화시킬 수 있어야 한다. 2단계에서 말한 피드백 및 성찰 노트를 작성할 때에 정답의 여부가 아닌 풀이 과정 중 헷갈렸던 부분, 더 필요한 것 같은 개념, 다른 아이들과 나와 풀이 과정이 달랐던 지점 등을 기록함으로써 결과 보다 과정에서 일어났던 일들에 대해 생각하며 결과에 대한 심리적 부담을 없애도록 노력 해야 한다.

두 번째는 큰 문제 세분화 풀이이다. 복잡하고 어려운 문제를 한번에 풀도록 시키면 압박으로 인하여 도입이 어려울 수 있지만 어려운 문제를 세분화 시켜 각각의 단계를 구분 시키면 꼬여 있는 문제를 푸는 것보다 부담이 적을 것이다. 또한 어려워 보이는 문제도 사실 아는 개념들로 이루어져 있다는 것을 깨달으며 문제 풀이에 대한 용기를 얻을 수 있을 것이다. 중학교 문제 한 가지를 예시로 들어 구체적인 사례로써 방안을 설명하고자 한다.


중학교 2학년 일차함수 문제 이름 :

점 $A(2a+1,\ b)$는 y절편이 -1이고 점 $(6,\ 5)$를 지나는 일차함수의 그래프 위의 한 점이다. 점 A와 점 $B(a-1,\ 4-b)$를 지나는 직선을 그래프로 하는 일차함수의 식이 $y=8x+n$일 때, $a+b+n$의 값은? (단, n은 상수이다.)

1단계 : 이 문제에서 활용되는 개념과 공식은 무엇일까?

2단계 : y절편이 -1이고 점 (6, 5)를 지나는 일차함수를 구하시오.

3단계 : 2단계에서 구한 식을 활용하여 a를 구하자

4단계 : 점 A와 점 B를 지나는 직선을 구하자

5단계 : 4단계에서 구한 식과 y=8x+n을 비교하여 b와 n을 구하자

6단계 : a + b + n = ? (답을 구하시오.)

중학교 2학년 일차함수 문제 이름 : 임유아

점 $A(2a+1,\ b)$는 y절편이 -1이고 점 $(6,\ 5)$를 지나는 일차함수의 그래프 위의 한 점이다. 점 A와 점 $B(a-1,\ 4-b)$를 지나는 직선을 그래프로 하는 일차함수의 식이 $y=8x+n$일 때, $a+b+n$의 값은? (단, n은 상수이다.)

1단계 : 이 문제에서 활용되는 개념과 공식은 무엇일까?

일차방정식,

2단계 : y절편이 -1이고 점 (6, 5)를 지나는 일차함수를 구하시오.

3단계 : 2단계에서 구한 식을 활용하여 a와 b의 관계를 구하자

4단계 : 점 A와 점 B를 지나는 직선을 구하자

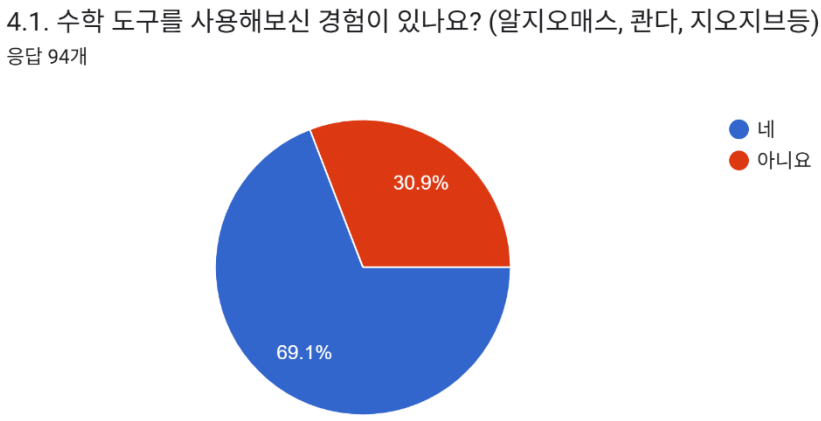
5단계 : 4단계에서 구한 식과 y=8x+n을 비교하여 a와 b와 n을 구하자

6단계 : a + b + n = ? (답을 구하시오.)

<그림 1> 큰 문제 세분화 풀이 적용 사례, 중학교 2학년 일품 문제 중

본 연구에서 구상한 큰 문제 세분화 풀이의 예시는 다음과 같다. 중학교 2학년 일차함수 영역에서의 문항 하나를 총 6개의 단계로 나누어 나타냈다. 1단계에서는 문제 해결의 방향성과 자신이 알고 있어야 하는 개념이 무엇인지에 대해 스스로 점검해볼 수 있다. 2단계에서부터 5단계까지는 순서대로 문제를 풀기 위한 디딤돌을 제공한다. 이는 문제 풀이 과정에서 길을 잃지 않도록 도와주는 역할을 한다. 마지막 6단계에서는 최종적으로 앞서 사용한 결과물들을 결합하여 답을 도출해내는 단계이다. 이러한 단계적인 접근은 학생들이 한 번에 감당해야 하는 작업을 세분화 시켜 줌으로써 인지적 과부하를 낮춰준다. 더불어 처음에는 위 예시와 같이 정교하고 세밀한 단계를 완벽히 제공하되 학생들의 수학적 능력치가 증가함에 따라 단계를 점차 줄여 나가면 최종적으로는 외부의 힌트 없이 스스로 문제를 해결할 수 있는 능력을 키워줄 수 있다

세 번째는 적극적인 학습 도구 활용이다. 기술의 발전과 함께 수학 교육 환경에도 많은 변화들이 찾아왔다. 특히 IT기술을 교육에 접목시킨 에듀테크에 많은 관심이 쏟아지며, 그에 따라 단순히 연필로 적거나 머릿속으로만 상상하는 방식이 아닌 다양한 학습 도구들 활용해 도움을 받을 수 있게 됐다. 수학이라는 학문의 특성상 그래프나 도형을 직관적으로 이해했을 때에 문제를 조금 더 쉽게 접근할 수 있는 경우들이 많다. 이에 수학 학습 도구에 대한 학습자들의 실제 의견을 알고자 설문조사를 실시하였다.

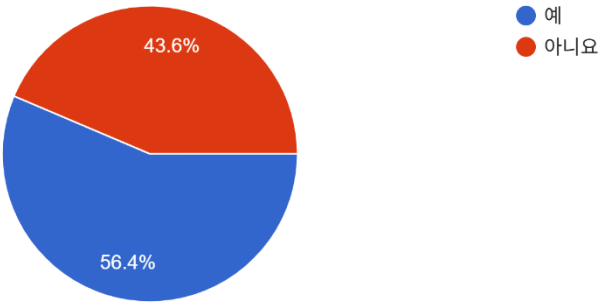


<원형 차트 3> 수학 도구를 사용해보신 경험이 있나요?

설문 조사의 결과 69.1%로 약 70%의 사람들이 수학 도구를 사용해 본 적이 있다고 대답하였다. 그 중에서도 직장인은 21명 중 5명만이 수학도구를 사용해본 경험이 있고, 대학생은 59명 중 7명만이 수학 도구를 사용해본 경험이 없다고 대답하였다. 이를 통해 과거보다 현재 수학 도구가 더 많이 사용되고 있다는 것을 알 수 있다.

4.2. 위 질문의 도구들이 수학 학습에 도움이 된다고 생각하시나요?

응답 94개

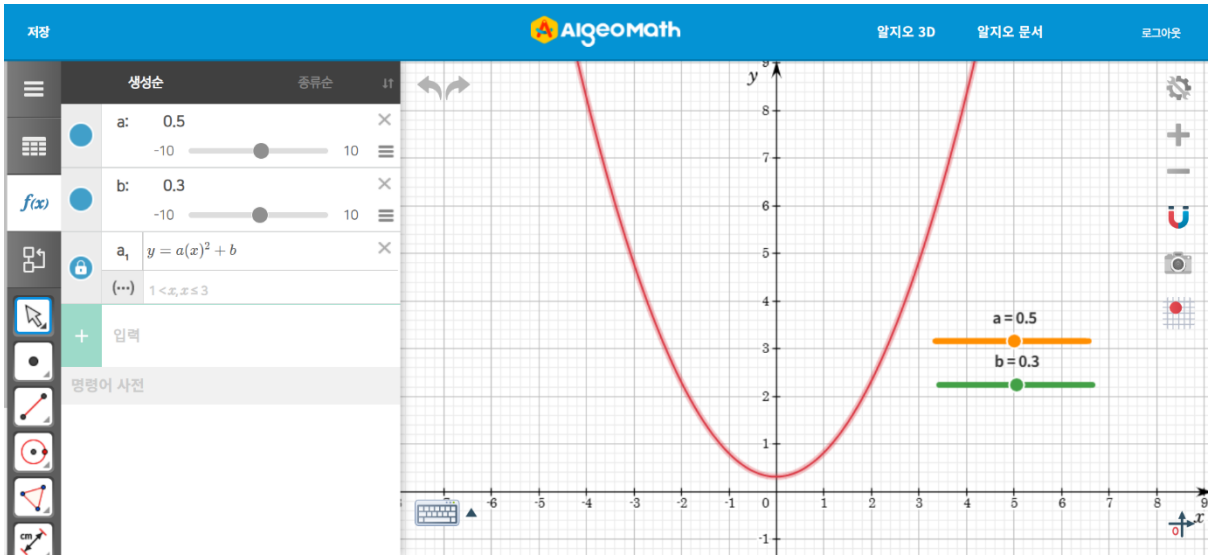


<원형 차트 4> 위 질문의 도구들이 수학 학습에 도움이 된다고 생각하시나요?

전체적으로 수학 도구를 사용한 경험이 있는 사람이 경험이 없는 사람보단 대략 2배 정도 많은 비율을 보이는 것을 볼 수 있다. 그러나 학습에 도움이 된다고 생각하는 사람과 그렇지 않다고 생각하는 사람의 비율은 대략 절반 정도로 큰 차이를 보이지 않는다.

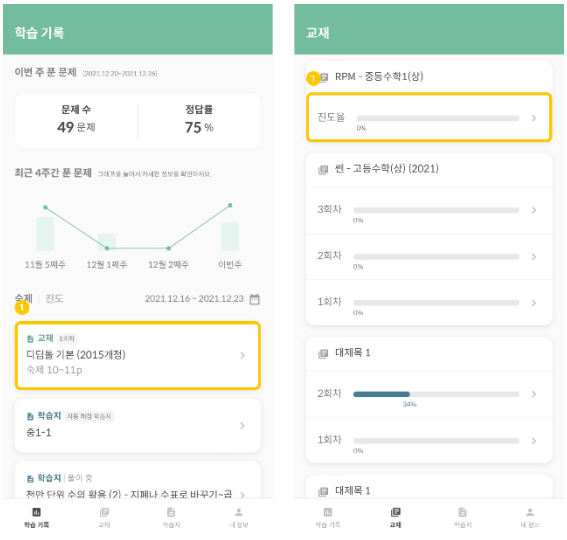
이러한 결과를 바탕으로 수학 도구를 사용한 학습이 학생들에게 제대로 이루어지지 않고 있다는 것으로 보인다. 이러한 문제를 해결하기 위해 아이들이 조금 더 자연스럽게 학습 도구를 사용할 수 있도록 교사들은 수업 과정에서 자연스럽게 도구를 활용한 활동을 추가하거나, 어린 학생들도 쉽게 다가갈 수 있도록 게임화 요소를 넣는 방식이 만들어진다면 좋을 것 같다. 학습 도구를 이용해본 사람들을 대상으로 도움을 받았던 상황을 물어보았는데 그래프나 추상적이었던 수학적 개념을 시각화 하여 확인할 수 있다는 점과 유사한 문제를 통해 문제 풀이 과정에 도움을 받았다는 점이 가장 많이 나타났다. 이러한 사례들을 통해 학습 도구를 수업에 적용할 수 있는 방안 세 가지를 제시하고자 한다.

첫 번째는 'Ageomath'와 같은 프로그램의 활용이다. 교사가 일방적으로 그래프를 그려주고 식만으로 문제를 해결하는 것이 아닌 학생들이 직접 그래프를 작성하고 계수를 변화시키며 그래프 개형의 변화를 눈으로 확인할 수 있도록 도와주는 것이다. 머릿속으로 상상해야만 했던 추상적인 수학적 아이디어를 프로그램을 통해 시각적이고 직관적인 스키마로 변환 시켜 줌으로써 인지적 부하 이론의 특징이었던 스키마를 확장 시킬 수 있다. 초반에 다양한 경우를 눈으로 직접 확인하면서 수학 문제를 해결한다면 비슷한 유형의 문제를 마주하게 되었을 때 저절로 그래프의 개형을 떠올릴 수 있다.

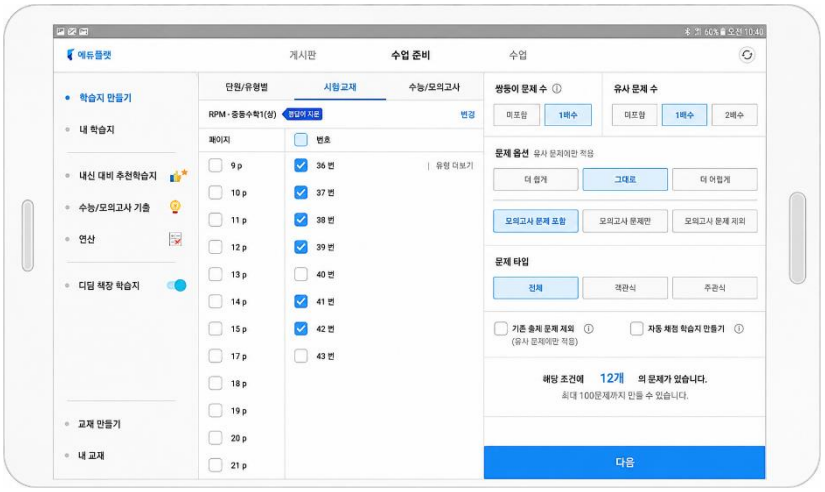


<그림2> algeomath 적용 사례

두 번째 방안은 'Mathflat'과 같은 AI기반 문제 은행 프로그램의 도입이다. Mathflat은 학생이 문제를 풀면 실시간으로 채점하여 성취도를 피드백 할 수 있을 뿐만 아니라, 오답과 유사한 쌍둥이 문제들을 계속해서 추출해주는 기능을 가진다. 최근 학교에서 학생들에게 태블릿 PC를 대여 및 보급해주는 시스템이 확대되고 있다. 따라서 이러한 프로그램을 공교육 교수 학습 과정에 도입할 수 있는 실현 가능성이 높아졌다. 공교육에서 활용할 수 있는 Mathflat과 비슷한 프로그램이 생성된다면 교사들은 수업 시간에 이를 활용하여 아이들에게 문제를 풀 수 있도록 하고 분석도 쉽게 할 수 있을 것이다. 또한 학생별로 편차가 발생할 경우에도 각자의 부족한 부분의 문제를 각자 다르게 추출 받고 풀 수 있다. 이는 다른 학생들이 동일한 문제를 푸는 속도와 자신의 속도를 비교할 필요도 없고 압박도 줄어들기에 자신의 페이스에 맞춰서 각 단원을 학습할 수 있는 환경을 제공한다.



<그림3> mathflat 사용 사례1 [6]



<그림 4> mathflat 사용 사례2 [7]

이외에도 충청북도 교육 연구 정보원에서 낸 운영 계획서의 '마인크래프트 에듀케이션을 활용한 수학 학습 프로그램 개발' 처럼 게임과 수학을 접목 시키면서 학생들에게 수학의 재미를 붙여주는 방식이나 수학 학습 메타버스를 형성하여 자신의 캐릭터를 형성하고 즐겁게 참여하면서 부담을 줄일 수 있는 방식들처럼 교사들이 적극적으로 수학 도구를 활용한다면 앞서 3장에서 말했던 문제들을 점차 없애 나갈 수 있을 것이다.

나. 목적

1) 게임 메카닉과 미적 요소, 게임적 사고방식을 교육 과정에 결합하여 **흥미롭고 의미 있는 학습 경험을 완성**하는 것을 목적으로 한다.

2) 연구회를 통해 계정 발급부터 **수업 및 수학 캠프**에 즉시 적용 가능한 월드 제작까지 전 과정을 연구하고, 이를 **실제 프로젝트 수업에 직접 적용**한다.

3) 일반 버전에는 없는 **프로그래밍 코드 교육 요소**가 포함된 '마인크래프트 에듀케이션'의 특화 기능을 활용하여 학생들의 디지털 역량을 높인다.

4) 마인크래프트를 처음 접하는 교사와 학생들도 어려움 없이 교육에 활용할 수 있도록 **사용 매뉴얼을 제작하고 보급**함으로써 교육 현장의 진입 장벽을 낮춘다.

<그림5> (마인크래프트로 수학 캐기) 연구회2026년 운영 계획 중, 충청북도교육연구개발원

5. 결론

우리나라의 발전과 성장을 위하여 수학은 사라지면 안되는 존재이다. 그럼에도 불구하고 사람들은 점점 수학에 대한 애정과 관심이 사라지는 것 뿐만 아니라 포기하는 상황에까지 이르기 시작했다. 이러한 문제는 고정 마인드셋의 형성, 인지 과부하와 같은 내면적 요소들과 평가 위주의 사회, 경쟁적인 분위기와 같은 외부적 요소들의 결합으로 심해진다. 우리는 내면의 압박감을 줄여주는 방식을 통해 수학에 관심을 가지고 외부적 구조를 변화시키면서 학습자들이 부담 없이 자연스럽게 수

학을 조금 더 편한 마음으로 학습할 수 있는 방안을 모색해야 한다. 심리적 차원에서 교사는 결과가 아닌 과정을 칭찬하고 격려해야 한다. 교육 환경적 차원에서는 무제한 시간 풀이, 큰 문제 세분화 풀이, 그리고 Mathflat이나 Algeomath와 같은 에듀테크 기반의 학습도구 활용 등의 교수 학습 방식의 변화가 필요하다. 나아가 이미 수학 불안을 겪고 있는 학습자들을 구제하기 위한 관심을 가져야 한다. 여기서 멈추는 것이 아니라 앞으로 우리는 이와 같은 방법 외에도 많은 방식을 연구하여 학생들의 수학적 능력 함양과 흥미 유발에 힘써야 한다.

참고 문헌

[1] 이은택, 고교생 60% “나는 수포자” , 동아일보, 2015년 7월 23일, https://www.donga.com/news/article/all/20150723/72658703/1, (2015년 7월 23일)

[2] 김현주 . 고상숙, 수학불안감소를 위한 K-UTF 프로그램 개발 및 적용, 교육문화연구 제25권 제5호, 교육문화연구, 789-812, 2019.5.25, (I410-ECN-0102-2021-300-000184573)

[3] 정예빈, 고교생 40%가 '수포자'…"획일적 수업·상대평가가 원인, 뉴시스, 2026년03월19일, https://www.newsis.com/view/NISX20260319_0003555057, (2026.4.27).

[4] 김수연, "학원 없인 안 된다"…교사 10명 중 9명 "반에 수포자 있다", 동아일보, 2026년01월28일, https://www.donga.com/news/Society/article/all/20260128/133246069/2, (2026.4.27).

[5] 남기현, "학생 80.9% 수학 때문에 스트레스"…늘어나는 '수포자'에 국가적 대책 촉구, RTK NEWS, 2026.1.7, https://www.rightknow.co.kr/news/articleView.html?idxno=33518, (2026.5.16)

[6] Mathflat,사용 가이드 ,Mathflat,(2026.06.03)
[7] Mathfalt, 수학문제은행 매쓰플랫 쌍둥이 문제로 부교재 어때요?, 네이버카페, 2020.1.10, https://cafe.naver.com/goodhakwon/1008031?art=ZXh0ZXJuYWwtc2VydmljZS1uYXZlci1zZWFyY2gtY2FmZS1wcg.eyJhbGciOiJIUzI1NiIsInR5cCI6IkpXVCJ9.eyJjYWZlVHlwZSI6IkNBRkVfVVJMIiwiY2FmZVVybCI6Imdvb2RoYWt3b24iLCJhcnRpY2xlSWQiOjEwMDgwMzEsImlzc3VlZEF0IjoxNzgwNDc0NDcyNDgyfQ.vFqpHRWvSAKsgv9FEwTaXt7LKgqvmsmqaew-BRO_ke0, (2026.6.3)

비평적 에세이
<대상>

실격시키는 사회와 살게 하는 사랑
- 광대의 가면 너머, 공존을 묻다 -

인간은 언제 '실격'되는가. 시험에 떨어졌을 때, 취업에 실패했을 때, 성과를 내지 못했을 때, 혹은 다른 사람들처럼 자연스럽게 웃고 말하고 어울리지 못할 때일까. 현대 사회는 인간에게 끊임없이 자격을 요구하고, 인간은 태어남과 동시에 자신의 존재 가치를 끊임없이 증명해야 하는 청문회장으로 내몰린다. 학생은 학점과 스펙의 숫자로, 청년은 자기소개서의 텍스트로, 직장인은 성과의 수치로 자신의 '쓸모'를 소명해야 하며 개인은 관계 속 적응력으로 자신이 이 사회에 머물 만한 사람임을 증명해야 한다. 그러나 그 기준은 언제나 모두에게 공평하게 작동하지 않는다. 어떤 사람은 그 기준에 맞추기 위해 자신을 단련하지만, 어떤 사람은 기준에 맞지 않는 자신을 숨기기 위해 가면을 쓴다. 그리고 끝내 그 가면마저 버티지 못할 때, 그는 사회로부터 실격당하기 전에 먼저 스스로를 인간으로부터 실격시킨다.

다자이 오사무의 『인간실격』과 레프 톨스토이의 『사람은 무엇으로 사는가』는 서로 다른 방향에서 자격과 존재의 문제에 질문을 던진다. 인간은 무엇으로 살아가는가. 그리고 어떤 사회가 인간을 살아가게 하는가. 톨스토이의 작품은 인간이 타인의 사랑과 돌봄 속에서 살아간다는 사실을 보여주는 반면, 다자이의 작품은 그런 관계가 실패했을 때, 한 인간이 어떻게 무너지는지를 보여준다. 하나는 인간을 살게 하는 이야기이고, 다른 하나는 인간이 살아갈 자리를 잃어버리는 이야기이다. 두 작품을 함께 읽을 때, 경쟁사회와 공존의 문제는 단순히 "서로 도우며 살자"는 도덕적 구호가 아니라, 인간이 인간으로 남기 위해 갖추어야 할 최소한의 사회적 조건이 무엇인가라는 실존적인 질문으로 이어진다.

『사람은 무엇으로 사는가』는 가난한 구두장이 세묘노프가 추운 길가에서 벌거벗은 미하일을 발견하는 장면에서 출발한다. 자기 삶도 넉넉하지 않고 가족을 부양해야 하는 세묘노프가 길가의 낯선 이를 돕는 선택은 합리적 계산만으로는 설명되지 않는다. 경쟁사회의 언어로 보면, 세묘노프의 선택은 비효율적이다. 그는 자신의 생존 자원을 타인에게 나누어 주었고, 당장 자기 가족에게 돌아갈 몫을 줄였다. 그러나 바로 그 비효율성 속에서 인간다움이 드러난다. 인간은 언제나 자기 이익만을 극대화하는 존재가 아니며, 눈앞의 고통에 반응할 수 있는 존재이기 때문이다.

물론 이 장면은 아름다운 만큼 불편하기도 할 것이다. 현실에서 가난한 사람에게 타인을 도우라고 말하는 일은 때로 또 다른 형태의 도덕적 폭력이 될 수 있기 때문이다. 여유가 없는 사람일수록 타인을 도울 여력도 줄어든다. 생존이 빠듯한 사람에게 공존을 요구하는 것은, 사회가 져야 할 책임을 개인의 선의로 떠넘기는 일이기도 하다. 그러나 톨스토이가 전하는 이야기는 단순한 온정주의의 찬양에 머물지 않는다. 세묘노프는 미하일을 살리지만, 동시에 미하일을 받아들이는 과정을 통해 자기 자신도 더 인간다운 존재가 된다. 이렇듯 세묘노프가 미하일을 받아들이는 과정은 개인의 희생을 미화하는 장면이 아니라, 인간은 타인의 고통에 응답할 때 역설적으로 자신

의 인간다움을 확인한다는 사실을 보여준다. 타인을 수용하는 행위는 일방적인 구제가 아니라, 인간이 인간으로 남기 위해 서로의 삶을 지탱하는 관계를 만드는 일이다.

미하일이 인간 세계에서 깨닫게 되는 세 가지 진리 역시 상호적 연대의 필요성을 느끼게 한다. 인간에게는 사랑이 있고, 인간에게는 자신의 미래를 아는 능력이 주어지지 않았으며, 인간은 자기 자신에 대한 염려가 아니라 사랑으로 살아간다. 특히 자신의 죽음을 알지 못한 채 1년 동안 닳지 않을 튼튼한 장화를 주문하는 부자의 모습은 현대 경쟁사회에 대한 깊은 성찰을 요구한다. 우리는 미래를 완전히 알 수 없는데도, 마치 미래를 완벽히 설계할 수 있는 것처럼 살아가도록 요구받는다. 더 좋은 성적, 더 많은 스펙, 더 안정적인 직장, 더 완벽한 자기관리. 현대의 능력주의는 인간이 노력하면 자기 삶을 온전히 통제할 수 있을 것처럼 말한다. 실패는 준비 부족이고, 불안은 자기관리의 실패이며, 낙오는 개인의 책임이 된다.

그러나 인간은 자신의 내일조차 완전히 알 수 없는, 본질적으로 불확실성 앞에 놓인 무력한 존재이다. 인간이 통제할 수 없는 존재라는 사실을 인정하지 않는 사회는 필연적으로 약한 사람에게 가혹해진다. 경쟁에서 뒤처진 사람, 마음이 불안정한 사람, 느린 속도로 살아가는 사람은 쉽게 “노력이 부족한 사람”으로 분류된다. 톨스토이는 이런 세계관에 반대한다. 인간은 혼자 자기 삶을 완성하는 존재가 아니다. 타인의 도움을 받고, 타인의 돌봄 속에서 살아가며, 자신 역시 누군가를 돌보는 과정에서 삶의 의미를 발견한다. 이렇듯 인간은 자신의 한계와 불완전함을 정직하게 시인할 때 비로소 타인의 손을 잡고 함께 살아갈 가능성을 발견할 수 있다.

반면 『인간실격』의 요조는 이러한 연대와 수용의 구조를 박탈당한 인간이다. 요조는 처음부터 타인과 자연스럽게 관계 맺지 못하고 세상에 대한 깊은 공포를 느낀다. 그는 인간을 두려워하고, 사람들 앞에서 자신을 있는 그대로 드러내지 못한다. 이러한 상황에서 그는 ‘광대 역할’을 선택했다. 요조는 일부러 우스꽝스럽게 행동하고, 사람들을 웃기며, 자신이 느끼는 공포와 불안을 감춘다. 타인이라는 존재를 오직 공포와 상호 불신의 대상으로만 인식했던 요조에게, 익살은 거부당하지 않기 위한 필사적인 생존 투쟁이었다. 겉으로 보면 그는 사회에 적응하는 사람처럼 보인다. 사람들의 분위기를 읽고, 그들이 원하는 웃음을 연기하며, 거부당하지 않기 위해 자신을 조정해 간신히 사람들 사이에 머문다. 그러나 그것은 진정한 적응이 아니라 자신을 지워나가는 과정에 불과했다.

요조의 비극적인 광대 연기는 결코 한 세기 전 소설 속 인물만의 이야기가 아니다. 오늘날, 경쟁사회에서 현대인들도 각자의 방식으로 광대가 된다. SNS라는 가상의 무대 위에 무결점의 일상과 행복을 전시하고, 면접장과 직장에서는 지치지 않는 열정과 긍정을 연기한다. 약점을 드러내면 뒤처질 것 같고, 불안을 말하면 무능해 보일 것 같은 사회에서 사람들은 자신을 숨기는 데 익숙해진다. 요조의 비극은 그가 아무 관계도 맺지 못했다는 데 있지 않다. 요조의 주변에도 여러 사람이 등장하지만, 그 관계들은 단 한 번도 '서로의 민낯을 용인하는 공존'으로 나아가지 못했다. 누군가는 그에게 다가왔고, 누군가는 그를 일시적으로 위로했으며, 누군가는 그와 함께 시간

을 보냈지만, 그 관계들은 요조의 유쾌한 표면이나 일시적인 의존에 머물렀을 뿐, 그의 내면에 자리한 공포와 불안을 지속적으로 마주하는 관계로 나아가지 못했다. 요조 역시 끝내 자기 내면을 온전히 드러내지 못한 채, 관계 속에서조차 고립되어 갔다.

여기서 우리는 공존의 참된 정의를 다시 내려야 한다. 공존은 단순히 물리적인 공간에 모여 있는 상태가 아니라, 가면을 벗은 개인이 자신의 취약함을 드러내도 공동체 밖으로 밀려나지 않을 것이라는 신뢰이다. 그렇다면 요조의 몰락은 전적으로 개인의 책임일까? 물론 요조에게 책임이 전혀 없다고 말할 수는 없다. 그는 자기 삶을 직면하기보다 회피하고, 술과 여성 관계, 약물에 의존하며, 스스로를 파국으로 몰고 갔다. 그러나 그의 실패를 개인의 나약함으로만 읽는 순간, 우리는『인간실격』이 드러내는 더 큰 문제를 놓치게 된다. 요조는 한 개인인 동시에 사회의 기준에 적응하지 못한 인간의 초상이다. 요조의 실패를 개인의 나약함이나 의지 부족으로만 돌릴 수 없는 이유가 여기에 있다. 그는 정상적인 사람처럼 보이고 싶어 했지만, 그 정상성의 기준은 그에게 너무 좁고 폭력적이었다. 사회가 요구하는 안정된 관계, 성공적인 삶, 자연스러운 적응의 기준에 통과하지 못한 그는 점차 인간의 자리에서 밀려났다.

결국『사람은 무엇으로 사는가』와『인간실격』, 두 작품이 교차하는 지점에서 경쟁사회 속 공존의 조건이 선명해진다. 미하일은 이방인이었으나 세묘노프라는 안전망을 만나 '인간'으로 환대받았다. 그는 관계 속에서 인간을 배웠고, 사랑을 통해 인간이 무엇으로 사는지 깨달았다. 반면 요조는 사랑받기 위해 자신을 연기했고, 관계 속에서 자신을 잃었다. 미하일에게 관계는 인간이 되는 통로였지만, 요조에게 관계는 인간처럼 보이기 위한 무대였다. 이러한 서사의 대조는 한 개인의 성격 차이뿐만이 아니라, 공존이 작동하는 사회와 작동하지 않는 사회의 차이를 보여준다. 즉, 한 인간을 살아가게 만드는 것은 스스로 자격을 증명해 내는 독자적인 능력이 아니라, 그가 어떤 상태에 있든 인간의 자리 밖으로 밀어내지 않는 사회적 관계망의 두께이다.

경쟁은 완전히 부정할 수 없는 가치다. 경쟁은 목표 의식을 만들고, 개인의 성장을 자극하며, 사회에 활력을 주기도 한다. 문제는 경쟁이 유일한 기준이 될 때이다. 경쟁사회는 빠른 사람, 강한 사람, 성과를 잘 내는 사람에게 유리하다. 반대로 느린 사람, 불안정한 사람, 다른 방식으로 살아가는 사람은 쉽게 주변으로 밀려난다. 성과 중심의 사회는 인간을 평가 가능한 단위로 만들고, 그 평가에 맞지 않는 사람을 낙오자로 분류한다. 따라서 공존은 경쟁의 반대말이 아니라, 경쟁이 인간을 파괴하지 않도록 붙드는 최소한의 안전장치이다. 공존은 모든 사람에게 같은 결과를 보장하는 일이 아니라, 인간이 모두 같은 출발선과 같은 속도로 살아갈 수 없다는 사실을 인정하는 데서 시작된다. 이런 차이를 인정하지 않는 사회는 겉으로는 웃고 있지만 속으로는 무너지는 사람들, 관계 속에 있지만 아무에게도 자신을 말하지 못하는 사람들, 실패하기 전에 먼저 스스로를 실패자로 규정하는 사람들처럼 결국 수많은 요조를 만들어낸다.

『사람은 무엇으로 사는가』가 보여주는 사랑은 이 지점에서 다시 중요해진다. 사랑은 특별히 선한 사람만 실천하는 숭고한 감정이 아니다. 그것은 타인의 불완전함을 보고도 그를 인간의 자리

에서 밀어내지 않는 태도이다. 세묘노프가 미하일을 집으로 들인 것은 단순한 자선이 아니라, “너도 여기 머물 수 있다”는 인정이었다. 고아가 된 아이들을 혈연이 아닌 여성이 자기 아이처럼 돌보는 장면 역시 마찬가지이다. 공존은 거창한 이념이 아니라, 누군가를 바깥에 세워두지 않는 작은 선택에서 시작된다. 그러나 그 작은 선택이 반복될 때, 사회는 경쟁만으로 설명되지 않는 인간의 자리를 회복할 수 있을 것이다.

요조에게 필요했던 것도 어쩌면 거창한 구원이 아니었을지 모른다. 그에게 필요했던 것은 광대가 되지 않아도 되는 관계, 불안을 말해도 조롱받지 않는 자리, 정상적인 척하지 않아도 인간으로 받아들여지는 경험이었을 것이다. 『인간실격』은 요조를 끝내 파국으로 밀어 넣음으로써, 독자에게 물었다. 우리는 요조를 이해할 수 있는가. 더 나아가 우리는 우리 곁의 요조를 알아볼 수 있는가. 늘 웃는 사람, 실패를 말하지 못하는 사람, 아무렇지 않은 척하는 사람 속에서 우리는 광대의 가면을 볼 수 있는가.

『인간실격』의 요조가 보여주는 것은 실격된 인간의 초상이 아니라, 인간을 실격시키는 사회의 얼굴이고 『사람은 무엇으로 사는가』의 세묘노프와 미하일이 보여주는 것은 착한 개인의 미담이 아니라, 인간이 살아가기 위해 반드시 필요한 관계의 원리다. 결국 공존은 누군가를 불쌍히 여기는 태도가 아니다. 공존은 타인을 실격시키기 전에 붙드는 일이며, 그가 광대가 되지 않아도 함께 있을 수 있는 자리를 만드는 일이다. 경쟁이 사회를 움직이는 엔진이라면, 공존은 그 엔진이 사람을 치고 지나가지 않도록 방향을 잡는 운전대이다. 엔진만 있고 운전대가 없는 사회는 빠르게 달릴 수는 있어도, 결국 누군가를 길 위에 남겨둔다.

우리가 지향해야 할 공동체는 모든 구성원을 획일적인 정상성의 궤도에 진입시키는 사회가 아니다. 오히려 누구도 완벽할 수 없다는 실존적 한계를 인정하고 불완전한 사람들이 서로의 결함을 견뎌내며, 실패한 자에게 다시 일어설 시간을 허락하는 포용적 사회이다. 요조가 광대의 가면을 벗고 자신의 울음을 터뜨려도 온전히 받아들여지고, 미하일처럼 벌거벗은 타자도 문밖에 방치되지 않는 사회. 우리가 인문학적 성찰을 통해 도달해야 할 경쟁사회 속 공존은 바로 그 불완전함의 연대 위에서 비로소 개척될 수 있을 것이다.

비평적 에세이
<최우수상>

남의 불행은 나의 행복?
- 셰익스피어 <4대 비극>을 읽고 -

주위에 이런 사람이 있다고 상상해 보자. 그는 돋보이는 외관을 가졌을 뿐만 아니라, 모든 과제에서 최고의 성과를 낸다. 도덕적으로 흠잡을 곳도 없어 보이는 그에게 모두가 '완벽한 인간'이라고 찬사를 보낸다. 그러나 어느 날 충격적인 사실이 폭로되는데, 그가 비밀리에 3명의 애인과 동시 교제를 하고 있다는 것이다. 이러한 이야기가 퍼진 후 그의 명성은 회복할 수 없게 됐다. 우리는 이런 상황을 보면 '쌤통이다!'하고 묘한 통쾌함을 느끼곤 한다. 이처럼 다른 사람의 불행을 보고 느끼는 기쁨을 표현하는 독일어가 바로 '샤덴프로이데'이다. 유명한 고전 명작인 셰익스피어의 <4대 비극>은 이와 같은 샤덴프로이데적 요소를 담고 있다. 살인, 배신, 불륜, 권력 찬탈과 같은 온갖 파멸의 상황 속에서, 등장인물들은 타인의 고통을 마주하게 된다. 그 속에서 그들의 불행을 인과응보로 받아들이는 인물이 있는가 하면, 누군가는 이를 강렬한 즐거움으로 삼고, 또 다른 누군가는 반대로 깊은 연민을 품기도 한다. <4대 비극> 속 인물들을 통해 우리는 타인의 고통을 소비하는 샤덴프로이데의 심리적 본질과 이를 넘어서는 '연민'의 인간성을 탐색해 볼 수 있을 것이다.

먼저 <리어왕>에서 나타나는 샤덴프로이데를 살펴보자. 자신의 재산과 왕이라는 지위의 책임을 함께 버린 채 권력만을 누리고 싶어 하는 리어왕은 그 모순적인 행보로 인해 주변 사람에게서 신뢰를 잃는다. 더 나아가 괴팍한 행동까지 일삼는 왕의 모습에 첫째 딸 거너릴은 자신을 찾아온 그를 매몰차게 대우한다. "다 자업자득이지. 스스로 편안함을 버리셨으니 어리석은 행동을 한 결과를 맛보셔야지 뭐." 폭풍우가 치는 밤 리어왕을 길바닥으로 내쫓은 뒤 거너릴은 이런 말을 한다. 거너릴의 말처럼, 스스로가 초래한 불행을 지켜보는 외부의 사람들은 그들이 응당한 벌을 받은 것뿐이라고 느끼게 된다. 감상자 역시 은연중에 거너릴의 말에 동조하여 그가 마땅한 대가를 치른다는 생각에 기묘한 심적 안정감과 통쾌함을 얻기도 할 것이다. 그리고 이와 같은 사고는 곧 샤덴프로이데의 감정을 더 강하게 만들고 직접적으로 드러내도록 한다. 타인의 불행을 이용해 자신의 기쁨을 얻는다고 해도 그에 대한 정당성이 부여되며, 개인의 만족감에 그치는 이기심이 아닌 객관적 정의 실현으로 비치기 때문이다.

그러나 샤덴프로이데라는 감정이 통제를 잃고 극단으로 치닫게 되면, 단순히 남의 불행을 보고 즐거워하는 수준에 그치지 않게 된다. <오셀로>의 이아고는 자신 대신 캐시오를 부관으로 임명한 장군 오셀로에게 복수심을 품고 그와 캐시오를 몰락시킬 계획을 세운다. 그는 캐시오와 오셀로의 부인이 바람을 핀다는 거짓 소문을 퍼뜨리고, 끝없이 이간질하며, 직접 칼을 들어 살인에까지 손을 댄다. 그리고 원하는 대로 고통받는 주변 인물들을 보며 쾌감을 느낀다. 이러한 이아고의 모습은 자신의 기쁨을 위해 타인을 직접 불행에 빠뜨리는 샤덴프로이데의 어두운 밑바닥과 같다. 그 시작은 본인이 캐시오보다 열등하다는 사회적 비교 속에서 발생하여, 깎아내려진 자신의 자존감을 위해 타인이 몰락하기를 바라는 심리

로부터였을 것이다. 그들의 열등함을 바라보며 스스로 우월감을 느끼고 만족을 얻고자 하는 것은 샤덴프로이데의 근본적 발생 원인이라고 볼 수 있다. 다만 이아고는, 남이 불행하길 바라고만 있지는 않았다. 스스로 타인의 불행을 초래한다는 점에서 그의 경우는 일반적인 범주를 벗어난 샤덴프로이데의 가장 극단적인 형태이다. 결국 인간 본성이라는 것은 모두에게 존재하나 그것을 어떻게 통제하고 이용할지에 따라 삶의 방향이 결정되는 법이다. 그렇다면 여기서 우리는 어떻게 나아가야 할까? 타인의 불행을 통해 안도하고자 하는 인간 본성은, 이아고와 같은 파괴적인 모습으로 진화할 수밖에 없는 것일까?

사실, 이아고의 악행은 작품의 마지막 장에서 전부 폭로되고 만다. 그것도 그의 아내인 에밀리아에게서. 이아고의 반복되는 이간질로 인해 결국 강렬한 질투에 눈이 먼 오셀로는 자신의 아내 데스데모나를 살해하게 되고, 이를 에밀리아가 목격한다. 그녀는 곧 모든 것이 남편 이아고의 계략이었음을 알아차리고는 데스데모나의 결백을 주장하며 진실을 밝히고자 했다. “마님은 순결한 분이세요. 잔혹한 무어인, 당신을 사랑하셨어요.” 오셀로와 이아고의 위협에도 데스데모나를 지키는 에밀리아의 모습은, 타인의 불행을 소비하는 대신 그 고통을 함께 짊어지고자 하는 인간적 용기를 드러낸다. 이는 곧 데스데모나의 안타까운 희생에 대한 연민이다. <리어왕>에서도 이러한 연민을 찾아볼 수 있다. 신하 켄트와 리어왕의 셋째 딸 코딜리어는 몰락한 왕의 비참한 모습 속에서도 인간적 애정을 잃지 않는다. 켄트는 변장까지 해가며 권력과 재산을 잃은 리어왕의 곁을 지키고, 코딜리어는 병사들을 보내 아버지를 찾아오게 한 후 광기에 빠진 그를 정성껏 돌본다. 두 인물 모두 리어왕의 명령으로 인해 성에서 추방당한 것임에도 불구하고 말이다.

이러한 연민은 상대의 불행에 공감하며 안타까움을 느낀다는 점에서 샤덴프로이데와 대립하는 개념이다. 그리고 이것이 곧 우리의 본능에서 비롯된 샤덴프로이데의 악마적 유혹에 저항할 수 있는 열쇠가 될 것이다. 그렇지만 연민을 갖기란 어려운 일이다. 특히나 그것이 자업자득의 상황으로 보인다면 더욱 그렇다. <4대 비극>을 감상하는 입장에서도 마찬가지로, 등장인물이 본인의 탐욕 혹은 오판으로 윤리에 어긋나는 일을 행하였기에 그에 따른 불행을 맞는 것이라고만 느낄 수 있다. 여기서 셰익스피어가 그려낸 <4대 비극>의 주인공들이 처한 상황을 깊게 파고들어 보자. 그들은 자신만의 확고한 의지로 행동을 이어간 것이 아니다. 햄릿의 경우 복수를 해달라는 유령의 직접적인 부탁에 큰 영향을 받아 숙부를 치밀하게 감시하며 복수심에 불타게 된다. 맥베스는 세 마녀의 예언을 듣고 그 말의 일부가 실제로 이루어진 뒤부터 예언에 묶여 벗어나지 못했다. 그들의 행동은 과연 ‘타고나길 그런 인간이라서’ 나온 것일까? 유령과 마녀를 만나지 않았더라도 같은 운명을 맞았을까? 이처럼 인물의 행동에 초자연적 혹은 운명의 불가항력적인 요소가 끼어드는 것은 그들의 죄질을 판단할 때 일종의 장치가 된다. 셰익스피어는 감상자로 하여금 단순한 샤덴프로이데의 쾌감뿐만 아니라 상황적 트리거를 별개로 두어 연민이 파고들 틈을 만든다. 우리는 이렇게 생겨난 연민을 통해 인물의 고뇌에 더 깊게 몰입하고 공감하게 된다.

셰익스피어의 <4대 비극>은 말 그대로 참혹한 사건들의 연속이다. 그리고 그 안에서 타

인의 불행을 마주한 인물들은 각기 다른 태도를 보여준다. 그들 중 누군가는 타인의 불행을 보며 만족감을 얻고, 은밀한 우월감을 느끼고, 자업자득이라 여긴다. 이러한 감정들은 인간이 타인의 실패를 통해 자신의 위치를 확인하려는 본성의 일부이다. 그러나 이와 같은 심리가 극에 다다르면 이아고가 그랬듯이 스스로 비극을 불러일으켜 곧 자신조차 그 불길에 휩싸이고 만다. 결국 우리는 자신에게 내재한 샤덴프로이데를 인정하는 동시에 그를 억누를 수 있는, 또다른 무언가를 찾아야 했다. 작품 속 에밀리아와 켄트, 그리고 코딜리어가 보여주는 '연민'의 감정은 그 해답이 된다. 다른 사람의 불행을 자신의 일처럼 공감하며 함께 고통을 감내하고자 하는 그들의 태도 말이다. 남의 불행을 나의 행복으로 여길 것인가, 혹은 공감하고 연민의 감정으로 대할 것인가. 셰익스피어는 이 두 가지 길목에서 저마다의 선택을 한 등장인물들을 우리에게 보여준다. 그리고 그들의 비참한, 또는 고결한 결말은 오늘날에도 여전히 자신의 내면을 들여다보게 만드는 거울이다.

비효율적인 관계를 되묻다
- 양귀자 <모순>을 읽고 -

현대 사회는 관계의 효율을 잰다. 손익계산서처럼 인간관계를 평가하는 시선이 일상에 스며들어, 타인과의 거리를 숫자로 가늠한다. 감정의 교환은 가성비로 치환되고, 상처받을 위험은 굳이 감수하지 않아도 되는 손실로 간주된다. 도구적 합리성이 관계의 기초가 된 시대에, 비효율적이고 손해만 남는 관계를 유지하는 인간의 모습은 비합리적이거나 미련한 것으로 치부된다. 그러나 정말로 끊어내야 할 관계란 어떤 것일까. 그 관계를 지탱하는 힘은 어디서 오는가. 양귀자의 장편소설 『모순』은 이 질문에 대해서 입체감있게 생각해 볼 기회를 준다. 주인공 안진진이 폭력과 가출을 반복하는 아버지와 맺는 관계는, 독자가 보기에 도저히 이해되지 않는다. 손해만 남는 줄 알면서도 그녀가 그 관계를 끊어내지 못하는 모순적 태도는, 인간관계를 손익으로만 판단하는 시대의 맹점을 정면으로 드러낸다. 이 글에서는 경쟁 사회는 인간관계마저 효율과 손익의 관점에서 바라보기 쉬운데, 그렇다면 양귀자는 왜 안진진이 아버지를 끝내 버리지 못하는 관계를 설정했을까에 대해 말해보려한다.

안진진과 아버지의 관계를 객관적인 잣대로 재어보면 즉각적으로 손해만 남는 관계, 끊어내는 것이 마땅한 관계라고 판단된다. 경쟁 사회가 인간관계에 부과한 문법은 단순하다. 관계는 투자이고, 감정은 자본이다. 상대가 주는 것이 내가 쏟는 것보다 적으면 그 관계는 손해이고, 손해를 보면서 관계를 이어가는 것은 비합리적이다. 여기서 ‘비효율적인 관계‘란 손익과 효율의 관점에서 유지할 이유가 없어 보이지만, 인간의 감정과 삶에서는 쉽게 끊어낼 수 없는 관계를 의미한다.
안진진의 아버지는 술에 취하면 폭언과 폭행을 일삼고, 어머니가 억척스럽게 모은 돈을 훔쳐 가출하는 사람이다. 한 번 가출하면 일주일 뒤에나 돌아왔고, 세월이 지나면서 그 간격은 한 달로, 마지막은 오 년으로 늘어났다. 오 년 만에 돌아온 아버지는 치매와 뇌졸중으로 다른 사람이 되어 있었다. 딸에게 남은 것은 공포의 기억과 어머니의 만신창이 된 삶뿐이었다. 그녀에게 아버지는 "술꾼, 건달, 성격파탄자"로서 엄마를 못살게 만드는 인물이었다. 이 논리를 그에게 적용해 보면, 어떤 관점으로 보아도, 이 관계는 오직 고통의 연속이었다. 그러나 안진진은 아버지를 버리지 못한다. 폭력과 가출, 재산의 갈취가 낱낱이 드러나는 관계를 스스로 끊어내지 못하는 것은 나약함이나 망각이 아니다. 술이 깨어있을 때의 아버지는 딸에게 다정한 사람이었다. 인간의 감정은 손익으로 계산되지 않기 때문에, 안진진은 이 이중적인 존재를 향해 미움과 동경, 분노와 그리움을 동시에 느낀다. 이런 안진진의 내면은 사람과 사람 사이의 관계가 주고받음의 균형으로만 판단될 수 없다는 사실의 증거이다. 또한, 아버지의 패악질에도 나름의 '품위'가 있었다고 말하는 그녀의 태도는, 그 관계가 단순한 피해자와 가해자의 도식으로 환원되지 않음을 보여준다.

양귀자는 왜 이런 인물을 만들었는가에 대해 보면, 작가는 아버지를 비난하기 매우 쉬운 인물로 그려놓았다. 가정폭력, 재산 갈취, 반복적 가출 어느 하나만으로도 독자는 쉽게 아버지를 정죄할

수 있다. 그러나 동시에 안진진이 그를 완전히 버리지 못하게 설정한 것은, 독자가 옳고 그름의 선을 넘어 관계의 본질을 고민하게 만들기 위해서다. 양귀자가 아버지를 술주정뱅이와 폭력범으로 그리면서도, 동시에 술이 깨었을 때의 다정함을 빠뜨리지 않은 것은 치밀하게 만든 설계이다. 아버지가 처음부터 끝까지 폭력적이기만 한 인물이었다면, 서사는 훨씬 단순해지고, 안진진과 독자 모두 이 관계에 대해 혼란이 생기지 않을 것이다. 안진진은 아버지를 당연히 미워하게 되고, 독자도 그에 대해 무조건적으로 공감하게 된다. 그러나 다정한 모습이 이중적으로 섞여 있기에 안진진은 매번 흔들리고, 독자 역시 그녀의 망설임을 온전히 부정할 수 없게 된다. 양귀자는 독자가 아버지를 쉽게 비난하도록 길을 열어놓으면서도, 안진진의 모순적 애착을 통해 그 비난이 관계의 전부가 아니라는 절실함을 보여준다. 비난의 근거를 넉넉히 제공하는 인물이어야만, 그럼에도 그를 놓지 못하는 딸의 마음이 더욱 날카롭게 부각된다. 쉽게 정죄할 수 있는 대상일수록 그 관계를 지탱하는 힘의 정체를 묻기 어려워진다는 것을, 작가는 역설의 구조로 뒤집어 보여준 셈이다. 할머니가 진진에게 전하는 "세상은 모순이란다"라는 말은, 삶의 본질이 하나의 정답이나 합리적 계산으로 포착될 수 없음을 압축한다. 안진진의 어머니는 가부장적 폭력을 견뎌내며 강인하게 살아남았고, 정반대로 경제적으로 풍요로운 삶을 산 이모는 스스로 목숨을 끊었다. '안정'이 '행복'으로 이어지지 않는 이 모순은, 효율의 논리로 인간의 삶을 단정 지을 수 없다는 작가의 주장과 맞닿아 있다. 양귀자는 독자가 아버지를 쉽게 비난하도록 길을 열어놓으면서도, 안진진의 모순적 애착을 통해 그 비난이 관계의 전부가 아니라는 절실함을 보여준다. 옳고 그름의 잣대로 잘라내기 가장 쉬운 관계야말로, 사실은 관계의 본질에 대해 가장 깊이 묻는 관계라는 역설이다. 그것이 『모순』이 독자에게 던지는 질문이다.

『모순』은 인간관계를 효율과 손익으로만 판단하는 현대 사회의 시선을 되돌아보게 만드는 작품이다. 안진진이 아버지와 맺는 관계는 손익계산서의 항목으로 나눌 수 없는, 비효율적이고 모순적이지만 그만큼 인간적인 관계이다. 양귀자는 독자로 하여금 안진진이 왜 그토록 험한 관계를 스스로 끊지 못한는지를 묻게 함으로써, 관계를 가늠하는 우리 방식의 한계를 드러낸다. 그녀가 그 관계를 끊지 못하는 것은 인간이 인간으로서 맺는 관계의 본질이 드러나는 부분이다. 경쟁 사회가 모든 관계를 계산의 영역으로 끌어들이고, 감정의 가치를 효율로 환산하며, '손해 보는 관계'를 무조건 정리하라고 권할 때, 『모순』은 묻는다. 정말로 끊어야 할 관계는 어느 쪽인가. 손해만 남는다는 이유로 끊어낸 관계의 자리에 남는 것은 과연 합리적 선택의 만족인가, 아니면 인간됨의 결손인가. 우리는 누구나 효율의 잣대로 잘려 나가야 할, 그러나 잘려 나가면 안 되는 관계를 하나쯤 품고 살아간다. 『모순』은 그 관계의 이름을 읽어내고, 남에게 보이기에 부끄러운 관계의 깊이를 증언한다. 인간의 삶은 탐구하면서 살아가는 것이 아니라 살아가면서 탐구하는 것이다. 실수는 되풀이된다. 손익으로 잴 수 없는 관계야말로 인간의 삶이 시작되는 곳이라면, 『모순』은 그 시작의 이름을 부른 작품이다.

비평적 에세이
<우수상>

그들을 위한 무대인가, 우리를 위한 쇼인가

위대한 쇼맨(The Greatest Showman, 2017)은 마이클 그레이시가 연출하고, 휴 잭맨, 미셸 윌리엄스, 잭 에프론 등이 주연을 맡은 전기 뮤지컬 영화로 실존 인물 P. T. 바넘의 생애를 바탕으로 하고 있다. 가난한 양복장이의 아들로 태어난 바넘은 사회적으로 외면받던 '특이한' 사람들을 모아 서커스단을 창단하게 된다. 그는 점차 상류층의 인정과 환호를 좇으며 자신의 본래 목표와 소중한 사람들을 외면하게 되고, 모든 것을 잃을 위기에 처하자 비로소 자신의 신념을 되찾는다.

<위대한 쇼맨>은 이러한 과정을 화려한 넘버와 역동적인 안무로 포장하며 다양성과 포용, 그리고 꿈의 실현이라는 메시지를 전면에 내세운다. "영화 <위대한 쇼맨>은 꿈을 가진 사람들에게 용기를 북돋아 주고 다양성을 찬양하는 감동적인 성공 스토리입니다."라는 Heidi(2018)의 평처럼 생각하는 사람들이 많다. 그러나, 이 영화는 단순한 감동적인 성공 스토리로 읽기에는 석연치 않은 지점이 많다. 포용이라는 이름 아래, 여전히 사람들을 팔릴 수 있는 상품으로 바라보는 시선을 거두지 않고 있다. 이러한 모순을 드러내기 위해 이 작품을 비판적으로 살펴볼 필요가 있다.

바넘의 무대에 등장하는 인물들이 가진 특징으로는 왜소증, 과체중, 전신의 문신, 수염 난 여성, 온몸에 털이 난 소년, 흑인 공중 곡예사 등이 있다. 작중에서 이들은 각각의 등장인물이 아니라 영화의 소재를 위한 특이한 요소로 활용될 뿐이다. 수염 난 여성의 삶, 왜소증을 가진 남성이 가지는 꿈. 영화는 이들의 이야기에는 관심이 없다.

이러한 시선은 영화의 표현 기법에서도 드러난다. 서커스 장면에서 카메라는 단원들의 얼굴보다는 몸의 움직임을 따라간다. 공중에서 회전하는 동작, 과장된 몸짓, 빠르게 이어지는 장면들이 시선을 끌고, 그 사이에서 인물의 감정은 쉽게 스쳐 지나간다. 무대 조명과 빠른 편집, 화려한 의상은 이들을 하나의 인물이라기보다 눈에 띄는 이미지로 묶어낸다. 관객이 바라보는 것은 결국 사람이 아니라 잘 꾸며진 장면에 가깝다. 그래서 이 장면은 포용이라기보다, 타자를 무대 위에 올려 전시하는 방식처럼 보인다. 메시지가 아니라 화려한 극에만 집중한 것이다.

서커스단의 탄생을 가능하게 한 것은 바넘의 연대적 의식이 아니라 적자 수표였다. 박물관 사업이 실패하고 빚더미에 오른 바넘은 어린 딸의 "살아있는 것도 필요해요. 뭔가 선풍적인 것"이라는 한 마디를 돌파구로 삼았다. 애당초 그는 포용의 의도를 품고 단원들을 찾아가지 않았다. 그에게는 상업적으로 팔 수 있는 특이함이 필요했고, 그 기준에 맞는 신체를 가진 사람들을 한 명씩 수집했을 뿐이다.

이러한 구조는 영화 내내 반복된다. 바넘은 왜소증을 가진 찰스를 찾아가 "전 세계 사람들이 경의를 표할 거야."라는 말로 설득하지만, 그 설득의 본질에는 찰스에 대한 존중이 아닌 공연의 상업적 성공 가능성이 있다. 더불어 바넘은 단원들의 정체성을 조작하기까지 한다. 키가 큰 남자의 실제 정체성에 초점을 맞추기보다는 '아일랜드 거인'이라는 거짓 설정을 붙이는 모습은 타자의 정체성마저 소비재로 바라보는 바넘의 태도를 보여준다. 이 영화에서 다양성은 존중되는 것이 아니라, 팔릴 수 있는 다양성으로 선별되고 편집된다.

이 점은 비슷한 주제를 다룬 다른 작품과 비교하면 더 분명해진다. 토드 브라우닝 감독의 프릭스(Freaks, 1932)는 정상인의 탐욕과 배신을 비판하면서, 이른바 '프릭'들을 하나의 공동체 구성원으로 그려내며 인물들이 서로 관계를 맺고 살아가는 존재로 묘사한다. 반면 <위대한 쇼맨>은

같은 위치의 인물들을 다루면서도 분명히 다른 시선의 방향을 가진 채 여전히 구경거리로 남겨둔다. 한 세기 무렵 이전에 만들어진 작품이 더 날카롭다는 점은, 이 영화가 내세우는 '포용'이 얼마나 무용한지 보여준다.

뿐만 아니라 영화에는 차별과 혐오의 장면도 등장한다. 군중은 단원들을 '괴물'이라 부르며 자신들의 거리에서 나갈 것을 종용하고, 언론은 이 공연을 '사기꾼들의 서커스'라며 깎아내린다. 하지만 이런 장면은 오래 이어지지 않는다. 혹평은 곧 할인 쿠폰으로 바뀌고, 분노하던 군중도 다음 장면이면 자취를 감춘다. 갈등을 마주하고 해결하는 것이 아니라 서사 장치로 소모하고 마는 것이다.

실화를 바탕으로 했다는 점은 이 작품을 더욱 비판적으로 바라보게 만든다. 모티브가 된 P. T. 바넘은 인종차별과 착취로 비판받은 인물이다. 그가 전시한 사람들 가운데 상당수는 빈곤과 사회적 배제로 인해 무대에 설 수밖에 없었고, 그 대가조차 충분하지 않았다. 그러나 영화는 이러한 불편한 사실을 깊이 다루기보다, 바넘을 시대를 앞선 포용의 상징으로 그리는 데 집중한다. 그 결과, 차별의 어두운 측면은 희미해지고 메시지의 설득력도 약해진다.

무엇보다 가장 모순적인 지점은 관객에게서 드러난다. 영화 속 관람객들은 무대 위 '특이한 존재들'을 구경하며 환호하고, 야유를 보낸다. 이들에게 서커스는 그저 하나의 유희일 뿐이다. 관람객들과 영화를 보고 있는 우리의 시선에는 무슨 차이가 있을까. 나는 그리 다르지 않다고 생각한다. 우리 역시 속 인물들이 만들어내는 서사와 화려한 음악을 소비하며 감동하고, 눈물을 흘리며 박수를 보낸다.

관객은 이들의 '다름'에 끌리고, 그 감동을 자신이 포용적이라는 증거처럼 받아들인다. 하지만 그 순간에도 타자의 고통은 하나의 장면으로 기능하며 감정을 완성하기 위한 재료가 된다. 영화 평론가 리처드 브로디(2017) 역시 THE NEW YORKER에서 "이 영화는 착취를 미화한다"라고 이 지점을 지적하였다. 겉으로는 존중처럼 보이지만, 결국은 실제 영화 관객이 하는 행위 역시 결국 소비다.

공연 평론가 제임스 고든 베넷이 영화 말미에 바넘에게 한 "피부색과 신분을 안 가리고 온갖 다양한 사람들을 동등하게 무대에 세우는 건... 딴 비평가라면 '훌륭한 인간애'라고 했을 거요."라는 말은 의미심장하다. 마치 영화 제작진이 관객에게 전달하고자 하는 메시지를 요약한 것처럼 들리지만, 그 '동등하게 무대에 세운다'가 진정한 평등인가, 아니면 차이를 소비하며 차별하는 또 다른 방식인가에 대한 답은 찾을 수 없다.

<위대한 쇼맨>이 품은 메시지의 방향은 분명 포용이라고 할 수 있을 것이다. 소외된 이들이 소외되지 않고, 무대 위에 설 자격이 있음을 선언하는 것은 여전히 유효하다. 그러나 선한 의도가 곧 좋은 영화가 되는 것은 아니다. 타자와의 '차이'를 볼거리로 다루고, 불편한 역사를 낭만으로 덧칠하고, 구조적인 차별을 한 개인의 성공 신화로 치환한 순간, 영화는 스스로가 비판하는 쇼의 일원이 된다.

진정한 포용은 단순한 '등장'이나 '성공'의 허락이 아니다. 타자의 이야기를 볼거리로 소비하지 않고, 그들의 목소리와 내면을 그 자체로 존중하는 방식에서 비로소 시작된다. <위대한 쇼맨>은 그 출발선에 서 있지만, 안타깝게도 도착하지는 못했다.

참고문헌

Heidi(2018), When Greatness Is Just for Show: Reflections From the Greatest Showman, *Heidi Tai Writes*, 2018. 3. 4., https://heiditai.com/2018/03/04/greatest-showman/.

Brody Richard(2017), “The Greatest Showman” and the Far More Fascinating Real Life of P. T. Barnum, *The New Yorker*, 2017. 12. 20., https://www.newyorker.com/culture/richard-brody/the-greatest-showman-and-the-far-more-fascinating-real-life-of-p-t-barnum.

지옥, 악마, 지상에 세 든 존재에 관하여
- 리러하 <악마의 계약서는 만기되지 않는다>를 읽고 -

'지옥'이라는 개념에 대해 떠오르는 것을 답하라면 무엇을 먼저 떠올리게 되는가? 꺼지지 않는 화염이 끝없이 타오르는 공간이나 거센 눈보라가 몰아치는 혹독한 절경? 생전의 업보를 지고 자신의 지옥에 떨어져 한없이 고통을 내지르는 사람들의 외침? 누군가는 그와 동시에 악마를 떠올리기도 할 것이고, 누군가는 조용히 지금 그가 디딘 '지상'을 지옥이라 답할 것이다. 그리고 이런 경우, 위의 모든 상상은 충분히 전부 사실일 수도, 아닐 수도 있으며 마지막 답변은 대개 그의 현실에 대한 비유로 받아들여질 테다. 그러나 이 소설의 경우 그것은 정말 말 그대로의 의미이다. 지옥이 한 낡아빠져 쓰러지기 직전인 단독주택 빈방에 세 들었다는 의미.

소설의 내용은 어느 날 주택의 주인 강복주 할머니와 리모델링이라는 사유로 공간이 부족했던 지옥의 어떤 부서 간에 성립된 임대차 계약으로 시작된다. 계약 이후, 지금껏 수없이 거쳐 왔던 여느 임차인들이 그렇듯이, (종종 방 밖에 모습을 비치고 주어진 공간을 어지럽히는 것과 다를 바 없이,) 지옥 또한 가끔 화염을 내보이고 주방을 드나드는 세입자의 당연한 권리를 이용하며 존재감을 종종 내비친다. 물론 할머니의 집에서 임대인도, 임차인도, 서류상 가족도 아닌 주인공 서주는 밥을 먹으러 나왔다가 새로운 세입자의 존재를 마주하게 되지만, 잠깐의 당황은 매일의 일상을 비틀만큼 강력하지 않다. 그렇게 지옥은 계약 기간 동안 자연스레 집의 일부에서 존재하기 시작한 것이다.

그렇다면 지옥에 떨어진 수많은 죗덩어리들을 누가 관리하는가? 위의 누군가가 떠올린 것과 같이, 우리는 그 관리자들을 보통 '악마'라고 부른다. 그러니 당연히, 소설에서도 지상에 세 든 지옥을 배정받은 악마가 등장한다. 그의 첫 등장은 서주가 아르바이트 출근 전 발견한 부엌에 놓인 미숫가루 잔에 있었다고 할 수도 있고, 면대면으로 따지자면 늦은 시간 닫힌 대문을 피해 귀가하던 서주를 안으로 들여보내 준 어느 밤이라고 할 수도 있다. 중요한 것은, 그 달콤한 만남 이후로 집에 지옥이 들어와도 쉽게 비틀어지지 않을 것만 같던 서주의 일상이 분기점을 향해 달려가게 되었다는 점일 것이다.

책을 읽으면서 이야기에 몰입하고, 새로움을 느끼며 글자취를 밟아갈 수 있던 이유가 몇 가지 있었다. 생각을 다시 정리하는 겸하여, 이번 글에서 그러한 몇 가지 이유들을 조심스레 언급하여 보고자 한다.

먼저 처음으로 말하고 싶은 것은 당연하게도 소재의 참신함이다. 현실의 낡은 주택 빈방에 정당한 계약을 통해 세 들어 있는 지옥이라니, 무작정 책을 고르려고 둘러보던 나 같은 사람에게는 지나치려던 발걸음을 충분히 멈춰 세울만한 포인트다. 그러나 책을 읽어보면 그러한 참신함이 단순히 해당 소재에 그치지 않는다는 것을 자연스레 느낄 수 있다. 이야기의 곳곳에서 책은 동서고금을 통해 전해져 내려오는 지옥의 풍경을 현대적으로, 동시에 개연성 있게 묘사한다. 대놓고 엿보는 것보다는 방문을 열면 보이는 방 안의 일상적인 풍경같이 흘러나오는 지옥의 풍경 조각들을 군데군데 배치하고, 그런 지옥들에 대한 할머니의 덧붙이는 대사들을 통해 기존의 지옥도를

통해 교훈을 주려고 노력했던 많은 이야기에 지지 않는 상념들을 완성하였다. 악마의 존재에 있어서도 그렇다. 보통 우리가 상상하는 대악마, 지옥을 관장하는 수장들과 같은 이미지를 비껴가 한 존재에게 달콤한 미숫가루를 타 주는, 이곳에 세 들어 있으니 이제 자기도 집의 군식구라고 생각하는 어딘가 서툴지만 한편으로는 또 능숙한 신입 악마를 이야기의 앞으로 내세우며 참신하고 매혹적인 설정을 제공한다.(한마디로 정리하자면, 인간성 넘치는 악마라고도 할 수 있을 것이다.) 그리고 이러한 참신함이 빛을 발할 수 있는 것은, 바로 소재의 일상성이 존재하기 때문이다.

위에서 설명한 요소들만 보면 책의 장르가 완전히 판타지적 요소로 범벅일 것 같지만, 실상은 일상적인 날들 안에 위에서의 참신한 설정이 가미되어 있는 구조이다. 할머니는 가끔, 혹은 종종 정신이 오락가락하지만 서주에게 있어 유일한 가족이자 과감한 임대인이다. 전형적으로 애정을 거친 언행으로 나타내기도 하는 인물이고, 자식의 폐를 서주를 위해 본인 선에서 이고 가려고 하는 인물이다. 서주는 어릴 적 오갈 데 없이 할머니의 집 대문을 무작정 두드린 어린아이였고, 이제는 낡은 주택의 청소 및 관리를, 그리고 할머니의 케어를 맡으며 대가로 방 하나를 제공받은 정신적인 손녀이자, 공부와 식당 아르바이트를 병행하는 인물이기도 하다. 이들을 둘러싸고 밖에서 사고 치고 책임 없이 할머니의 돈만 탐내는 집 나간 아들이나, 서주와 같이 아르바이트 하는 인물들 중 아직 순진하고 잘 모르지만 연하의 패기로 무장한 동생 혹은 성격이 좋아 서주와 다른 이들을 잘 챙겨주는 든든한 언니와 같이 지금 당장 주변을 둘러보면 몇 다리 건너지 않아 전부 찾을 수 있을 것만도 같은 인물들과 사연들이 이야기의 실제성과 공감, 몰입을 끌어낸다.

이러한 참신성과 일상성을 연결해 주는 것은 다름 아닌 '지옥'이다. 이 지옥은 악마의 것이자 동시에 할머니와 서주의 것이기도 하다. 작 중에서 할머니는 다음과 같은 말을 한다. *"우린 어차피 지옥에 세 들어 살잖냐.", "우리가 사는 데가 다 지옥이라고. 말만 이승이지…".* 서주의 서술에서도 비슷한 사고를 엿볼 수 있다. *'세상 어딘가에는 나를 위한 지옥을 상상하는 사람도 있을까? 어디의 누구일지는 모르겠지만 소용없어요. 내 지옥은 여기 있으니까.'* 과연 악마의 일터인 지옥만이 진정한 지옥이라고 못 박을 수 있을까? 취직하지 못한 채로 잔소리하는 할머니에게 정규직 근무 중이라고 거짓말하고, 할머니의 아들이 언제 쳐들어올지 불안에 떨며 우울, 절망을 느끼면서도 결국 할머니조차도 혈연인 아들이 돌아오기만 한다면 서류 한 장으로도 엮이지 못한 자신 따위는 후 순위로 미뤄둘 것이라는 생각에 사로잡힌, 그 하루하루가 서주에게는 고통스럽지 아니하였을까. 독자는 서주의 의연한 현실의 지옥을 통해서 악마의 지옥을 받아들이고 나와 다른 존재가 주는 서툰 위로에 서주와 함께 빠져들게 된다.

위의 언어들을 전부 통틀어서, 그렇다면 지옥이 과연 이야기의 결론인가 하면, 그렇지 않다. 오히려 지옥은 서주가 디뎌내는 앞으로의 발판이자 조력자로서 기능한다. 상실과 불안과 절망은 결코 서주의 생의 전부가 아니며, 햇살과 같은 누군가의 품에서 시원하게 울고 일어난 서주의 앞에는 충분한 새로운 가능성이 펼쳐져 있다. 앞으로도 서주는 서면을 넘어 마음으로 얽힌 누군가와 함께 나아갈 것이며, 이야기는 아직 마무리되지 않을 것이다. 따라서 나는 만약 누군가가 지리멸렬하고 추잡하기도 한 인간의 지옥에 비해 오히려 더욱 체계적이고 공정한 지하의 지옥에 떨어지는 것이 실상 더 낫지 않겠냐는 의문을 제기한다면, 그러지 아니하는 것은 바로 지상의 인간은 자신의 지옥을 딛고 일어설 수 있는 존재이기 때문이라고 답할 것이다. 지옥에 세 든 존재 중 인간만은 자신만의 걸음을 선택한다. 그리하여 인간은 스스로 나아가는 존재가 아닌가?

AI 시대에 인간으로 존재한다는 것은 어떤 의미를 지녀야하는가
- 맥스 테그마크의 <라이프 3.0>을 읽고 -

지난 몇 년 사이 생성형 AI와 함께 정말 많은 것이 바뀌었다. 이제는 무언가를 찾기 위해 검색엔진에 직접 검색어를 입력하기보다 ChatGPT나 Gemini에게 먼저 질문한다. 심지어 네이버나 구글에 검색을 해도 'AI 브리핑', 'AI 개요'와 같이 AI가 정리한 답변이 가장 상단에 위치해 가장 먼저 눈에 들어온다. 정보를 찾는 방식 자체가 달라졌다.
공부하는 방식도 이전과는 완전히 다르다. 대학에 처음 입학했을 때만 해도 시험 공부를 한다 하면 답이 없는 기출문제를 들고 동기들과 서로 풀이를 맞춰보거나, 수업 자료와 교재를 하나하나 찾아가며 필요한 내용을 정리했다. 지금은 생성형 AI에 문제 파일을 업로드 한 뒤 "풀이해줘"라는 한마디만 입력하면 된다. 이미 나의 전공, 학습 수준, 이해도까지 파악하고 있는 AI가 그에 맞춰 풀이를 작성해 준다. 과제를 하면서도 관련 논문을 찾고, 번역하고, 요약하는 일까지 대부분 AI의 도움을 받는다. 정말 흥미를 끄는 논문이 아니라면 초록부터 참고문헌까지 직접 한 줄 한 줄 읽는 일은 거의 없다. 이제 완성도가 어떻든 간에 적어도 '과제를 못해서 제출하지 못하는 일'은 없어졌다고 할 수 있다.
개인적으로 '딸깍'이라는 단어를 그다지 좋아하지 않는데, 아이러니하게도 이 '딸깍' 한 번이면 머리 아픈 10페이지 분량의 기말고사 대체 과제도, 매주 제출해야 하는 실험보고서도, 그럴듯해 보이는 발표 자료도, 100장 분량의 피피티가 6개씩 있는 시험 준비도 뚝딱이다.

물론 AI를 활용하는 것 자체가 잘못되었다고 생각하지는 않는다. 나 역시 거의 매일 AI를 사용한다. 하지만 어느 순간부터 학교에 다니는 건 나인데, 공부를 하고 과제를 하는 건 내가 아닌 것 같다는 생각이 들었다. 결과물은 내 이름으로 제출되지만, 그 결과에 이르기까지의 사고 과정은 점점 내 것이 아니게 되어가는 느낌이었다. 쉽게 가는 길을 아는 것은 분명 도움이 된다. 그런데 그 과정에서 정석을 익히고 스스로 고민하는 시간은 점점 줄어든다. 내가 직접 하나하나 부딪히며 배우는 과정이 필요하다는 것을 머리로는 알고 있지만 이 편리한 '딸깍'의 유혹을 이기기는 쉽지 않다. 또 한편으로는 남들 다 쓰는 AI를 나만 쓰지 않고 몇 배의 시간과 노력을 들이는 것이 과연 현명한 일일까 하는 생각도 든다. AI는 분명 사고를 돕는 도구인데, 어느새 사고를 대신하는 존재가 되어가고 있는 것은 아닐까. 사고하는 힘뿐 아니라 사고하는 방식 자체를 조금씩 잃어가고 있다는 느낌마저 들었다.
이런 AI 시대에 인간으로 존재한다는 것은 과연 어떤 의미를 가져야 할까. 그 질문에 대한 답을 찾고 싶어 맥스 테그마크의 <라이프 3.0>을 읽게 되었다.

책은 오메가 팀이 개발한 초지능 AI '프로메테우스'의 이야기로 시작한다. 이야기 속 프로메테우스는 애니메이션을 제작해 막대한 수익을 창출하고, 위장 기업을 만들어 성장시키며 사회 전반에 미치는 영향을 확장해 나간다. 저자는 이 이야기를 '극도로 가상적인 시나리오'라고 표현했지

만, 2026년을 살아가는 독자의 입장에서 이 장면은 전혀 낯설지 않았다. 오히려 지금의 시점에서 보면 프로메테우스는 시대의 흐름을 누구보다 먼저 읽고 적절한 블루오션을 공략했다는 감상마저 들어 저자의 상상력이 신기하게 느껴질 정도다. 각종 SNS에는 AI를 활용해 제작한 콘텐츠가 넘쳐난다. AI가 만든 인물이 전문가처럼 광고를 하고, 숏츠에서는 AI가 만든 캐릭터들이 자연스럽게 대화한다. 정부기관과 기업에서도 AI를 활용한 홍보자료와 영상, 안내 콘텐츠를 어렵지 않게 찾아볼 수 있다. 이 책이 출간된 지는 10년이 채 지나지 않았지만, 프롤로그의 상상은 이미 현실의 일부가 되어 있다.

오히려 책을 읽으며 놀랐던 것은 AI의 발전 가능성과 그 속도를 상당히 보수적으로 바라보았다는 점이었다. 책에서는 인간 수준의 범용인공지능(AGI)이 앞으로 20년에서 100년 안에 등장할 것이라는 전망을 소개하며 이를 '괴짜의 황홀경'이라고 표현한다. 하지만 생성형 AI가 급격히 발전한 지금의 시점에서 보면 이러한 전망은 예상보다 훨씬 빠르게 현실에 가까워지고 있다. 물론 현재의 AI가 완전한 AGI라고 말할 수는 없지만, 그럼에도 불구하고 AI가 우리의 일상과 학습, 업무의 방식, 나아가 생활의 전반을 바꾸는 속도만큼은 저자의 예상보다 훨씬 빠르게 진행되고 있다고 느껴졌다.
그렇다고 해서 이 책의 핵심이 미래 기술을 예측하는 데 있다고 생각하지는 않는다. <라이프 3.0>은 AI가 어디까지 발전할 것인가를 말하는 책이라기보다 AI와 함께 살아갈 미래에 가능한 여러 시나리오를 제시하며, 결국 그런 시대에 인간은 어떤 존재로 남아야 하는가를 질문하는 책이었다.

책에서 가장 핵심적인 개념은 생명을 라이프 1.0, 라이프 2.0, 라이프 3.0으로 구분하는 방식이다. 라이프 1.0은 박테리아처럼 하드웨어와 소프트웨어가 모두 진화에 의해 결정되는 생명이고, 인간은 라이프 2.0으로서 몸은 진화의 결과이지만 학습을 통해 자신의 소프트웨어를 스스로 변화시킬 수 있는 존재이다. 그리고 라이프 3.0은 자신의 하드웨어와 소프트웨어까지 설계할 수 있는 기술적 생명을 의미한다.
처음에는 라이프 3.0의 개념 자체를 완전히 이해하지 못한 채 AI의 발달에 따라 어떠한 방식으로 라이프 3.0에 도달할 수 있을지에 대한 궁금증이 있었지만, 책을 읽을수록 관심은 AI보다 인간에게로 향했다. 인간은 과연 여전히 라이프 2.0다운 모습을 유지하고 있는가. 어쩌면 라이프 2.0의 본질은 단순히 학습하는 능력이 아니라, 무엇을 배울지 스스로 선택하고, 왜 그렇게 생각하는지를 스스로 묻는 능력에 있는지도 모른다. 결국 라이프 2.0의 핵심은 '배울 수 있는 존재'가 아니라 '스스로 배우려는 존재'라는 점에 있는 것은 아닐까.

인간은 자신의 소프트웨어를 설계하는 역량을 가지고 있기에 라이프 2.0이다. 즉, 학습이라는 과정을 통해 소프트웨어가 프로그램되고, 각자 자신의 소프트웨어를 설계하는 데 결정권을 행사할 수 있다. 그런데 나는 그 과정의 상당 부분을 AI에게 맡기고 있었다. 그렇다면 지금 이 시대는 라이프 3.0에 가까워지기는커녕 라이프 1.8 정도로 퇴보하고 있지 않나 하는 생각이 들었다. 스스로 무엇을 학습할지(소프트웨어의 변화)를 결정할 능력은 가지고 있으나, 그 능력을 점점 사

용하지 않고 있다는 점에서 말이다. 논문를 찾는 것도, 내용을 이해하는 것도, 문제를 푸는 것도 AI의 도움을 받는다. 심지어 가끔은 이해조차 포기한 채 일단 암기하기에 급급할 때도 있다. 죽었다 깨어나도 AI보다 뛰어난 암기력을 가질 수는 없을 텐데, 과연 이러한 방식의 공부가 무슨 의미가 있을까 하는 생각도 들었다. 내가 하는 것은 강의실에 앉아 출석하는 일이고, 정작 학습과 과제는 GPT가 대신하는 것만 같았다. 급기야 이대로라면 내 대학 졸업장에는 내 이름 옆에 chat GPT의 이름도 함께 적어야 하는 것 아닐까 하는 생각마저 들었다. 편리함은 분명 커졌지만, 그만큼 스스로 사고하는 시간은 줄어들었다. 어느새 생각하는 일 자체를 수고스럽게 여기면서, 조금만 복잡한 생각을 요구받으면 AI에게 먼저 답을 구하는 것이 자연스러운 습관이 되어가고 있었다. AI가 인간을 위협하는 것이 아니라 인간이 스스로 사고하는 능력을 AI에게 넘겨주고 있는 것은 아닐까. 책이 던지는 문제의식은 먼 미래의 이야기가 아니라 이미 내 일상 속에 있었다.

책 후반부에서 저자는 인간이 단순한 '호모 사피엔스'가 아니라 '호모 센티언스(Homo sentiens)'가 되어야 한다고 말한다. 사피엔스는 지능적으로 생각하는 능력을, 센티언스는 감각을 주관적으로 경험하는 능력을 의미한다. 지금까지 인간은 호모 사피엔스로서 가장 뛰어난 지능을 가진 존재라는 점에서 독자성을 가져왔다. 그러나 AI가 인간의 지능을 빠르게 따라오고 있는 지금, 저자는 인간의 새로운 정체성을 호모 센티언스에서 찾자고 제안한다. 처음에는 다소 추상적인 표현처럼 느껴졌지만 책을 덮고 나니 그 의미를 조금은 이해할 수 있었다.
AI는 방대한 정보를 분석하고 효율적인 답을 찾아가는 과정에 도움을 준다. 그리고 이것은 지금 시대에 가장 강력한 도구 중 하나임과 동시에, AI를 활용하는 능력은 우리 세대가 갖춰야할 중요한 역량이기도 하다. 문제는 AI의 발전과 사용 자체가 아니라, AI가 내놓은 대답을 아무런 의심 없이 받아들이는 스스로의 태도일지도 모른다.
결국 내가, 우리가 찾아야 하는 근본적인 문제에 대한 답은 AI가 대신 찾아줄 수 없다. 오히려 깊이 질문하며 파고들수록 AI는 “와... 너 정말, **핵심을 찔렀어.**”라는 말과 함께 반복되는 논리와 함께 같은 자리를 빙빙돌며 점점 미궁으로 빠질 뿐이다. 무엇이 좋은 삶인지, 어떤 사회를 만들어야 하는지, 기술을 어디까지 받아들일 것인지는 인간이 고민해야 할 몫이다. AI 시대에도 인간을 인간답게 만드는 것은 더 뛰어난 계산 능력이나 암기 능력이 아니라 스스로 질문하고, 의미를 찾고, 끊임없이 사유하는 능력일 것이다.

이런 점에서 책의 마지막에 등장하는 '유념하는 낙관주의자'라는 표현이 인상적이었다. 처음에는 AI의 시대를 지나치게 두려워하지 말고 긍정적인 미래를 그려가자는 뜻 정도로 이해했다. 그러나 책을 읽고 나서는 조금 다르게 받아들이게 되었다. 내가 생각하는 ‘유념하는 낙관주의자’는 기술의 발전을 무조건 경계하는 사람도, 반대로 아무런 고민 없이 기술에 모든 것을 맡기는 무조건적인 낙관주의자도 아니다. AI가 가져다주는 편리함과 가능성은 적극적으로 활용하되 그것이 인간의 사고와 판단까지 대신하도록 내버려두지 않는 사람이 되는 것이다. 기술의 발전을 긍정적인 시선으로 바라보면서도 그 발전이 인간에게 어떤 영향을 미칠지, 그리고 나는 어떤 미래를 원하는지를 끊임없이 사유하는 태도를 갖는 것이 내가 이해한 '유념하는 낙관주의자'의 모습이다.

아마 앞으로도 나는 AI를 계속 사용할 것이다. 논문를 찾을 때도, 공부를 할 때도, 과제를 할 때도 AI의 도움을 받을 것이다. 어쩌면 앞으로는 지금보다 더 많이, 자주 사용하게 될지도 모른다. 하지만 적어도 한 가지는 잊지 않으려 한다. AI는 사고를 돕는 도구일 뿐, 사고의 주체가 될 수는 없다는 점이다. 학교에 다니는 것도, 과제를 제출하는 것도 결국은 나다. 그렇다면 그 결과에 이르기까지의 사고 역시 내 것이어야 하지 않을까.

<라이프 3.0>은 AI의 미래를 예측하는 책인 동시에 인간의 미래를 묻는 책이었다. 책의 마지막 장까지 읽은 후 표지를 덮고도 처음 품었던 질문은 여전히 남아 있다. AI 시대에 인간으로 존재한다는 것은 어떤 의미를 지녀야 하는가. 아직 그 질문에 대한 답을 찾아가는 중인 것 같다. 다만 한 가지는 분명하다. AI는 앞으로도 지금보다 더 빠르게 발전해나갈 것이고, 인간의 지능을 뛰어넘는 순간이 올지도 모른다. 그러나 중요한 것은 AI가 얼마나 똑똑해지는가가 아니라, 그 기술을 통해 어떤 미래를 만들고 어떤 삶을 선택할 것인지는 끝내 인간의 몫이라는 사실이다. 결국 AI 시대에도 인간다움은 가장 빠르게 정답을 찾아내는 능력이 아니라, 스스로 질문을 던지고, 그 질문을 끝까지 붙들고 사유하며, 자신의 선택에 책임질 수 있는 존재로 남는 데 있다고 생각한다. AI는 우리의 생각하는 과정에 도움을 줄 수는 있어도, 어떤 사람이 되어야 할지까지 대신 결정해 주지는 못한다. 그래서 나는 AI 시대에도 생각하는 힘을 잃지 않는 사람, 무엇보다 사고의 주체가 나 자신인 인간으로 남고 싶다.

벌레를 바라볼 때
- 카프카 <변신>을 읽고

지하철을 탔다.
내 오른쪽에 새끼 바퀴벌레가 있었다.
거리는 한 뼘 정도.
내 새끼손가락이 더 길었으면, 내 엄지가 더 길었으면.

내가 가장 무능해질 때는 바퀴벌레를 보았을 때다.
저 작은 몸집으로 인간 하나를 완전히 무력화할 수 있다니.
총알보다 효율적인 공포다.

나는 갓난아기의 행동 하나하나에 온 신경이 쓰여 눈을 떼지 못하는 애엄마가 된다.

나는 기도했다.
가라.
멀리 가라.
내 쪽으로 오지 마라.
내 삶에 이렇게 간절한 방향성이 있었나?

인간은 보이지 않는 것을 가장 두려워한다.
공포는 대개 시야 밖에서 증식하므로 차라리 계속 보였으면-

그러나 바퀴벌레는 내가 앉은 의자 밑으로 사라졌다.
나는 몸을 숙여 의자 밑을 들여다보다 철봉에 이마를 박았다. 다리를 들었다.
그 순간만큼은 새가 되고 싶었다.

문명인은 원래 이런 식으로 문명을 잃는 것일까?

몇 초 뒤, 바퀴벌레는 다시 기어나왔다.
그리고 아주 태연하게 나와 반대 방향으로 걸어갔다.
나는 속으로 축복했다.

신기한 건 반대편 사람들은 아무도 그것을 신경 쓰지 않았다는 점이다.
지하철은 세상에서 가장 개인적인 공공장소다.

한 칸 안에 ~한사람, ~인 사람, ~였던 사람,
그리고 바퀴벌레와 결투를 벌인 사람이 함께 앉아 있다.
서로의 상황을 조금도 모른채.

그날 집에 돌아와서도 계속 지하철에서의 일이 떠올랐다. 나는 왜 그 작은 생명을 보는 순간 인간다운 이성을 잃었을까. 바퀴벌레라는 이유만으로 그것의 존재를 혐오하고, 가까이 오지 않기만을 바라던 나. 그 순간 떠오른 작품이 카프카의 『변신』이었다. 인간이 벌레가 되는 이야기가 아니라, 벌레가 된 순간 인간으로서의 존엄까지 잃어버리는 이야기. 나는 그제야 『변신』이 왜 하필 '벌레'를 선택했는지 조금은 이해할 수 있을 것 같았다.

카프카의 「변신」은 주인공 그레고르가 벌레로 변하는 판타지적인 사건으로 시작된다. 하지만 나는 이 사건이 단순히 기괴한 설정이라기보다, 사회가 '쓸모를 잃은 인간'을 어떻게 대하는지를 보여주는 은유라고 생각했다. 그레고르는 한때 가족의 생계를 책임지던 장남이 자회사의 성실한 직원이었다. 말 그대로 일벌레였고, 가족과 회사 모두에게 꼭 필요한 존재였다. 하지만 하루아침에 더 이상 돈을 벌수 없게 되자 그는 곧바로 짐이자 눈엣가시가 된다.

나는 이 모습이 소설 속 이야기만은 아니라고 느꼈다. 장애인이나 노동 능력을 잃은 사람들을 바라보는 우리의 시선과도 닮아 있었기 때문이다. 나 역시 사고로 인해 휠체어에 의지해야 했던 시기가 있었다. 그때도 나는 여전히 나였지만, 사람들은 나를 '부담'으로 먼저 보는 것 같았다. '나'라는 사람보다 무엇을 할 수 있는지가 먼저 평가 받는다는 느낌을 받았다. 그래서 다른 사람들에게는 벌레로 변한 설정이 다소 낯설게 느껴질 수도 있지만, 나에게는 그레고르가 벌레가 된 뒤 느꼈을 고립감과 단절이 훨씬 현실적으로 다가왔다.

작품 속에서 그레고르는 벌레가 된 뒤 잠시 자유를 느낀다. 출근도, 돈벌이도, 가족의 기대도 잠시 벗어났기 때문이다. 하지만 그 자유는 오래가지 않았다. 결국 외로움과 배제로 이어졌고, 그는 자신이 인간으로 살아왔다고 생각했지만 사실은 가족의 도구이자 회사의 부품처럼 살아왔다는 사실을 깨닫게 된다. 이 장면도 내 경험과 자연스럽게 겹쳐졌다. 사고 후 나는 이전처럼 역할을 할 수 없었고, 그 순간부터 사람들의 시선도 조금씩 달라졌다.

카프카는 인간의 가치가 어디에서 비롯되는 지를 묻는 것 같았다. 우리는 사람을 그 자체로 존중하는가, 아니면 그 사람이 하는 역할 때문에 존중하는가. 또 장애인이나 병자처럼 더 이상 '쓸모'를 다하지 못한다고 여겨지는 사람들을 우리는 어떤 시선으로 바라보고 있는가. 그레고르가 벌레가 되었을때 가족과 주변 사람들이 보인 태도는 지금 우리 사회에서 사회적 약자를 대하는 모습과도 닮아 있다고 생각했다.

그래서 나에게 「변신」은 단순히 기괴한 이야기나 한 사람의 불행을 다룬 작품이 아니었다.

인간의 가치를 다시 생각하게 만드는 사회적 비판으로 읽혔다. 이 작품을 읽고 나서는 나 자신도 돌아보게 되었다. 나 역시 누군가를 조건적으로 바라보고 있지는 않은지, 또 나 역시 다른 사람에게 단순히 '역할'로만 평가받고 있는 것은 아닌지 생각하게 되었다. 이처럼 「변신」은 인간의 이기심과 고립, 그리고 존재의 의미를 다시 생각하게 만든 작품이었다.

우리가 사는 사회는 여전히 인간을 도구로 환원하고 '쓸모'로 가치를 매기려 한다. 100년이 지난 지금도 『변신』이 여전히 관심을 받는 이유는 인간 존재의 본질과 사회의 냉혹함을 집요하게 파헤치며 우리가 여전히 답하지 못한 질문을 던지기 때문이 아닐까?

지하철에서 마주했던 바퀴벌레는 결국 나와 반대 방향으로 걸어갔다. 하지만 그날 이후 내 질문은 반대 방향으로 가지 않았다. 나는 왜 벌레를 그렇게 두려워했는지, 그리고 우리는 왜 누군가의 존엄을 그토록 쉽게 지워 버리는지를 계속 생각하게 되었다. 어쩌면 『변신』이 던지는 질문은 단 하나일지도 모른다. 인간은 언제 인간이기를 멈추는가? 벌레가 되었을 때일까, 아니면 누군가를 더 이상 인간으로 보지 않는 순간일까? 그 질문 앞에서 나는 아직도 쉽게 대답하지 못한다. 그래서 『변신』은 끝난 소설이 아니라, 지금도 계속 읽히는 질문이라고 생각한다.

그날 지하철에서 내가 두려워했던 것은 벌레를 바라보는 일이었을까?
아니면, 누군가의 시선 속에서 벌레처럼 바라봐지는 일이었을까?

이기는 법을 배운 사회에서 함께 사는 법을 묻다
- 경쟁사회와 공존에 대한 비평적 고찰 -

우리는 경쟁을 싫어한다고 말하면서도 경쟁의 언어로 자신을 설명하는 데 익숙하다. 학점은 숫자가 되고, 활동은 이력서의 한 줄이 되며, 때로는 친구와 나눈 대화마저 정보의 우위로 계산된다. 경쟁은 더 이상 시험장 안에만 머무르지 않는다. 그것은 강의실, 취업 준비, 인간관계, 심지어 휴식의 방식까지 파고들어 "너는 어디쯤에 있는가"라고 묻는다. 이 질문이 완전히 나쁜 것은 아니다. 사람은 비교를 통해 자신의 위치를 확인하고, 목표를 향해 움직이기도 한다. 그러나 문제는 경쟁이 사람을 움직이게 하는 장치에서 사람의 가치를 판정하는 기준으로 바뀔 때 시작된다. 이 글은 경쟁 자체를 부정하기보다, 타인을 밀어내야만 자신이 증명되는 사회의 문법을 비판하고자 한다.

경쟁은 원래 인간 사회에서 낯선 것이 아니었다. 제한된 자원과 기회를 두고 사람들은 오래전부터 겨루어 왔다. 능력을 갈고닦고, 더 나은 결과를 만들기 위해 애쓰는 과정에는 분명한 의미가 있다. 경쟁이 없다면 성취의 기준도 흐려지고, 노력의 방향도 쉽게 느슨해질 수 있다. 그래서 나는 "경쟁 없는 사회"라는 말을 선뜻 이상적인 답으로 받아들이지 않는다. 오히려 좋은 경쟁은 사람을 깨어 있게 하고, 자신의 한계를 정직하게 보게 하며, 때로는 이전의 나를 넘어서는 계기가 된다. 다만 여기서 중요한 기준은 하나다. 그 경쟁이 결과 이후에도 사람의 존엄을 남겨 두는가. 이 질문 앞에서 현대 사회의 경쟁은 자주 불안한 모습을 드러낸다.

오늘날 경쟁은 너무 넓어졌다. 시험 점수와 채용 결과만이 아니라 외모, 소비, 경험, 인간관계, 생활 루틴까지 비교의 대상이 된다. 누군가는 새벽 기상 인증으로 성실함을 증명하고, 누군가는 해외 경험과 자격증으로 가능성을 설명한다. SNS 에는 삶의 장면들이 전시되고, 우리는 타인의 일부만 보고 전체를 상상한다. 그렇게 각자의 삶은 보이지 않는 순위표 위에 올라간다. 경쟁이 삶의 한 영역에 머물 때 사람은 실패를 견딜 수 있다. 그러나 삶 전체가 경쟁장이 되면 실패는 특정 사건이 아니라 나 자신에 대한 판결처럼 느껴진다. 현대 경쟁사회의 가장 큰 폭력성은 바로 여기에 있다. 그것은 사람에게 "졌다"고 말하는 데서 멈추지 않고, "너는 부족한 사람"이라고 속삭인다.

이 속삭임은 관계를 약하게 만든다. 경쟁이 과도해진 사회에서 타인은 함께 살아가는 사람이 아니라 나의 자리를 위협하는 존재가 된다. 같은 수업을 듣는 친구의 좋은 성적은 배울 만한 사례이기 전에 내 등수를 밀어내는 신호가 되고, 누군가의 합격 소식은 축하보다 조급함을 먼저 불러온다. 우리는 타인의 성취를 보며 기뻐해야 한다는 것을 알지만, 마음 한쪽에서는 "나는 왜 아직인가"라는 질문을 지우지 못한다. 이 감정 자체가 부끄러운 것은 아니다. 오히려 매우 인간적이다. 문제는 사회가 그 불안을 개인의 인격 문제로만 돌린다는 데 있다. 불안은 혼자 만들어 낸 감정이 아니라, 끊임없이 비교하게 만드는 구조 속에서 길러진 감정이다.

현대의 경쟁은 특히 숫자를 좋아한다. 숫자는 깔끔하고, 빠르며, 사람을 비교하기 쉽게 만든다. 성적, 순위, 조회수, 팔로워 수, 합격률, 연봉처럼 숫자로 표현되는 지표들은 복잡한 삶을 한눈에 정리해 주는 듯 보인다. 그러나 숫자는 편리한 만큼 무심하다. 어떤 사람이 밤새 돌본 가족, 건강 문제로 멈추어야 했던 시간, 실패 이후 다시 시작하기 위해 견딘 마음까지 숫자는 잘 담지 못한다. 우리는 숫자가 객관적이라고 믿지만, 숫자가 선택한 것만 보게 되는 순간 객관성은 또 다른 편견이 된다. 경쟁사회는 사람을 평가하기 위해 숫자를 만들었지만, 어느 순간 숫자가 사람을 설명하는 주인이 되어 버렸다.

더 큰 문제는 숫자의 언어가 자기 이해까지 바꾸어 놓는다는 점이다. 우리는 스스로를 한 사람의 삶으로 바라보기보다, 계속 갱신되어야 하는 결과표처럼 대한다. 어제보다 성장했는가, 남들보다 늦지 않았는가, 지금 이 시간을 생산적으로 쓰고 있는가. 이런 질문들이 하루를 관리하는 데 도움을 줄 때도

있다. 그러나 질문이 지나치게 많아지면 삶은 살아가는 것이 아니라 증명해야 하는 것이 된다. 휴식조차 "재충전"이라는 이름으로 생산성에 복무하고, 취미조차 "포트폴리오가 될 수 있는가"라는 기준 앞에 놓인다. 경쟁사회는 결국 타인과의 관계뿐 아니라 자기 자신과의 관계까지 경쟁적으로 만든다.

그래서 경쟁사회를 비평할 때 "공정성"만으로는 충분하지 않다. 물론 출발선의 불평등을 줄이고, 평가 기준을 투명하게 만드는 일은 중요하다. 그러나 공정한 규칙이 있다고 해서 경쟁이 곧 인간적인 것은 아니다. 같은 규칙 아래에서 겨루더라도, 패배한 사람을 쓸모없는 사람으로 취급한다면 그 사회는 여전히 폭력적이다. 공정성은 경쟁의 최소 조건일 뿐, 좋은 사회의 최종 목적이 될 수 없다. 우리는 "누가 이겼는가"만이 아니라 "이 경쟁이 끝난 뒤에도 서로를 사람으로 볼 수 있는가"를 물어야 한다. 바로 이 질문에서 공존의 의미가 시작된다.

공존은 경쟁을 포기하자는 말이 아니다. 공존은 모두에게 같은 결과를 나누어 주자는 단순한 평등의 구호도 아니다. 내가 이해하는 공존은 경쟁의 속도를 조절하고, 경쟁의 바깥에 있는 가치를 다시 불러오는 태도다. 누군가 앞서가더라도 뒤처진 사람을 조롱하지 않는 것, 내가 가진 정보를 나누었다고 해서 나의 가능성이 줄어든다고 여기지 않는 것, 실패한 사람에게 "노력이 부족했다"는 말만 던지지 않는 것. 이런 태도들은 거창해 보이지 않지만, 경쟁사회의 공기를 바꾸는 가장 구체적인 방식이다. 공존은 제도의 이름이기 전에 관계의 습관이다.

대학이라는 공간은 이 모순을 선명하게 보여 준다. 대학은 협력을 배우는 공간이라고 말하지만, 동시에 학생들은 끊임없이 선별된다. 팀 프로젝트를 하면서도 개인 평가는 따로 있고, 지식을 함께 나누자고 하면서도 성적은 상대평가로 갈린다. 그래서 학생들은 협력과 경쟁 사이에서 자주 흔들린다. 친구를 도와주고 싶지만 내가 손해를 보는 것은 아닐까 생각하고, 좋은 자료를 발견하면 공유하기 전에 잠시 망설인다. 그런데 이상하게도 가장 오래 남는 배움은 혼자 앞서갔던 순간보다 누군가와 함께 막힌 문제를 풀었던 순간에서 온다. 질문을 꺼낸 한 사람 덕분에 모두가 이해하게 되고, 다른 사람의 관점이 내 생각의 빈틈을 드러낸다. 이 경험은 경쟁이 놓치기 쉬운 사실을 알려 준다. 배움은 소유할수록 커지는 것이 아니라, 나눌수록 깊어지는 경우가 많다.

공존 없는 경쟁은 비효율적이기도 하다. 사람들은 자신의 실수를 숨기고, 불리해 보이는 질문을 삼키며, 남이 알면 앞서갈 것 같은 정보를 감춘다. 그렇게 사회 전체가 같은 시행착오를 반복한다. 반대로 안전하게 실패를 공유할 수 있는 공동체에서는 한 사람의 오류가 모두의 학습 자원이 된다. 좋은 팀은 실수한 사람을 찾아내 처벌하는 데 시간을 쓰지 않고, 왜 그 실수가 발생했는지 함께 살핀다. 이런 장면은 공존이 단지 따뜻한 말이 아니라 더 나은 성과를 가능하게 하는 조건임을 보여 준다. 결국 함께 살아남는 방식은 도덕적으로만 옳은 것이 아니라 현실적으로도 더 강하다.

공존을 방해하는 또 하나의 요인은 실패에 대한 사회의 빈약한 상상력이다. 우리는 성공담을 사랑한다. 실패에서 성장했다는 이야기도 결국 성공으로 끝날 때만 환영받는다. 아직 회복 중인 실패, 설명하기 어려운 좌절, 결과로 증명되지 않은 노력은 쉽게 침묵 속에 놓인다. 그러나 모든 사람이 같은 속도로 앞으로 나아갈 수는 없다. 누군가는 한 번의 실패 뒤에 방향을 찾고, 누군가는 여러 번의 우회 끝에 자기 자리를 만든다. 공존하는 사회라면 실패를 단순한 낙오로 처리하지 않아야 한다. 실패는 경쟁의 쓰레기통이 아니라, 사람이 다시 자기 삶을 이해하는 시간일 수 있기 때문이다.

이 지점에서 공존은 사회적 약자를 향한 동정과도 다르다. 동정은 위에서 아래를 바라보는 시선이 되기 쉽다. 반면 공존은 나도 언제든 약한 자리에 설 수 있다는 인식에서 출발한다. 오늘의 성취가 내 능력만으로 만들어진 것이 아니듯, 오늘의 실패도 한 사람의 무능만으로 설명되지 않는다. 가족의 지원, 건강, 정보 접근성, 주변의 격려, 우연히 만난 기회 같은 것들이 우리의 결과에 조용히 개입한다. 이것을 인정한다고 해서 개인의 노력이 사라지는 것은 아니다. 오히려 노력의 가치를 더 정확히 보게 된다. 노력은 진공 상태에서 이루어지는 것이 아니라, 누군가의 도움과 사회적 조건 위에서 가능해진다.

그렇다면 경쟁사회에서 공존을 말한다는 것은 무엇을 요구하는가. 첫째, 결과와 존재를 분리하는 감각이 필요하다. 어떤 사람이 시험에 떨어졌다는 사실은 그 사람이 무가치하다는 뜻이 아니다. 어떤 사람이 좋은 성과를 냈다는 사실도 그 사람이 언제나 옳다는 뜻은 아니다. 결과는 한 시점의 기록이지 한 사람 전체의 번역본이 아니다. 우리는 이 단순한 사실을 자주 잊는다. 승자를 지나치게 숭배하고 패자를 너무 쉽게 설명하는 사회에서는 누구도 편안하지 않다. 오늘의 승자도 내일의 패배를 두려워하고, 오늘의 패자는 다시 일어설 언어를 잃어버린다.

둘째, 경쟁의 상대를 적이 아니라 거울로 볼 수 있어야 한다. 나보다 앞선 사람은 나를 초라하게 만드는 존재만은 아니다. 그는 내가 배울 수 있는 방식, 내가 미처 보지 못한 가능성, 내가 다른 방향으로 성장할 수 있음을 보여 주는 거울일 수 있다. 물론 모든 경쟁자를 아름답게만 볼 수는 없다. 질투와 불안은 사라지지 않는다. 그러나 중요한 것은 그 감정에 완전히 지배당하지 않는 일이다. 타인의 성취를 나의 실패로만 번역하지 않을 때, 경쟁은 파괴가 아니라 자극이 될 수 있다. 공존은 감정의 부재가 아니라 감정을 다루는 성숙이다.

셋째, 공동체는 협력을 손해로 만들지 않는 구조를 마련해야 한다. 개인에게만 "나누라"고 말하면서 평가와 보상은 철저히 개인 단위로만 설계한다면, 공존은 공허한 구호가 된다. 협력 과정에서의 기여, 동료의 성장을 돕는 태도, 공동의 문제 해결에 참여한 기록이 정당하게 인정될 때 사람들은 안심하고 나눌 수 있다. 이것은 경쟁을 흐리게 하는 것이 아니다. 오히려 경쟁을 더 정직하게 만든다. 실제 사회에서 중요한 일은 대부분 혼자 완성되지 않는다. 그런데도 혼자 해낸 사람처럼 보이는 능력만 평가한다면, 우리는 현실과 맞지 않는 인재상을 계속 키우게 된다.

현대 사회가 마주한 문제들은 점점 더 공존의 감각을 요구한다. 기후 위기, 지역 소멸, 디지털 격차, 인공지능 기술의 확산처럼 한 사람의 능력만으로 해결할 수 없는 문제가 늘어나고 있다. 그런데 우리는 여전히 개인의 순위와 성과를 중심으로 사람을 평가하는 데 익숙하다. 이는 시대착오적이다. 앞으로 필요한 능력은 혼자 빠르게 달리는 능력만이 아니라, 서로 다른 속도와 배경을 가진 사람들과 문제를 함께 정의하고 해결하는 능력이다. 경쟁사회가 개인의 탁월함을 길러 왔다면, 공존사회는 그 탁월함이 어디를 향해야 하는지 묻는다. 뛰어난 사람이 많아도 서로를 신뢰하지 못한다면 공동체는 쉽게 앞으로 나아가지 못한다.

물론 공존이라는 말은 쉽게 아름다운 구호로 소비된다. "서로 돕자"는 말은 따뜻하지만, 그것만으로 구조는 바뀌지 않는다. 공존이 실질적인 힘을 가지려면 경쟁의 설계 자체를 다시 보아야 한다. 평가 과정에서 협력과 기여를 인정하고, 성과만큼 회복의 과정을 존중하며, 한 번의 결과가 한 사람의 가능성을 영원히 닫지 않도록 해야 한다. 또한 우리는 일상에서 타인의 성취를 나의 실패로 번역하는 습관을 조금씩 멈추어야 한다. 누군가 앞서간다는 사실이 곧 내가 뒤처졌다는 뜻은 아니다. 삶은 하나의 트랙에서 동시에 출발해 동시에 결승선을 통과하는 경주가 아니기 때문이다.

나는 공존의 시작이 거창한 제도보다 말의 변화에 있다고 생각한다. "쟤는 왜 저것밖에 못했을까"라는 말 대신 "저 사람은 어떤 조건 속에서 여기까지 왔을까"라고 묻는 것. "나만 살아남아야 한다"는 생각 대신 "함께 살아남을 방법은 없을까"라고 생각하는 것. 이런 작은 전환은 경쟁의 강도를 즉시 낮추지는 못할지 모른다. 그러나 적어도 타인을 장애물로만 보는 시선에서 벗어나게 한다. 사회는 제도만으로 유지되지 않는다. 서로를 해석하는 방식, 실패를 바라보는 말투, 성취를 축하하는 마음의 넓이가 모여 사회의 질감을 만든다.

공존은 타인과의 관계만이 아니라 자기 자신과의 관계에서도 필요하다. 경쟁사회에서 우리는 자신을 가장 혹독한 심사위원으로 대할 때가 많다. 남에게는 괜찮다고 말하면서도 자신에게는 왜 더 잘하지 못했느냐고 묻는다. 그러나 스스로와 공존하지 못하는 사람은 타인과도 오래 공존하기 어렵다. 자신을 계속 몰아붙이는 사람은 타인의 느린 속도도 견디지 못한다. 그래서 공존의 윤리는 나를 쉽게 포기하지

않는 태도이기도 하다. 오늘의 부족함을 인정하되 그것을 내 존재 전체로 확대하지 않는 것, 잠시 멈춘 시간을 실패의 증거가 아니라 회복의 과정으로 받아들이는 것. 이런 자기 이해가 있어야 타인의 삶도 조금 더 넓게 볼 수 있다.

결국 우리가 바꾸어야 할 것은 경쟁의 존재가 아니라 경쟁의 문법이다. 경쟁이 완전히 사라질 수 없다면, 우리는 최소한 경쟁이 인간을 삼키지 못하도록 울타리를 세워야 한다. 그 울타리의 이름이 공존이다. 공존은 약한 사람을 위해 강한 사람이 베푸는 친절이 아니다. 그것은 누구도 영원히 강자일 수 없고, 누구도 한 번의 패배로 끝나는 존재가 아니라는 사실을 인정하는 사회적 약속이다. 우리는 여전히 이기기 위해 노력할 것이다. 그러나 이제는 이기는 법만이 아니라, 이긴 뒤에도 타인을 남겨 두는 법, 졌을 때도 자신을 버리지 않는 법, 서로의 성장을 두려워하지 않는 법을 배워야 한다. 경쟁사회가 우리에게 “앞서가라”고 말한다면, 공존은 조용히 덧붙인다. 앞서가더라도, 함께 살아갈 세계를 무너뜨리지는 말라고.