



기획

10년만에 폐지된 청소년 게임 셧다운제

청소년 게임 셧다운제의 한계와 부작용



2000년대 초반, 청소년들이 온라인 게임 때문에 일상생활을 하지 못하거나 사망에 이르는 상황이 발생하는 등 게임 중독 문제의 심각성이 대두되었다. 여성가족부는 청소년들의 게임 중독을 예방하기 위해 2011년 청소년 게임 셧다운제를 도입했다. 셧다운제도는 일정 시간이 넘으면 온라인 게임 화면에 경고문이 뜨면서 성인 인증을 받지 않은 계정의 접속이 차단되는 방식이다. 자정이 되면 청소년의 게임 접속을 차단하는 것이 신데렐라의 마법이 풀리는 것과 비슷해 '신데렐라법'이라고도 불렸다.

우리나라만이 게임 셧다운제를 도입한 것은 아니다. 태국은 2003년 청소년들을 대상으로 오후 10시부터 다음날 오전 6시까지 온라인 게임 접속을 막는 게임 셧다운제를 시행했다. 하지만 실명인증이 쉽지 않았고, 다른 사람 신분으로 접속이 가능해 제도가 유명무실해졌다. 결국 2년 만에 해당 법을 폐지했다. 중국은 2007년 미성년자의 게임 이용 시간을 하루 5시간 이내로 제한하는 셧다운제를 도입했지만, 실효성 논란이 지속해서 제기되면서 1년 만에 전면 폐지했다. 중국 정부가 게임 산업의 성장 가능성을 높게 평가한 영향도 있다. 이후 부모와 게임 회사가 청소년의 게임 이용을 자율적으로 제어할 수 있는 제도를 도입했다.

마찬가지로, 우리나라도 도입 10년만에 청소년 게임 셧다운제가

폐지되었다. 셧다운제가 국내 게임 산업을 위축시키고 실제로 셧다운제의 효과를 보이지 못했기 때문이다. 해외에 서버를 두고 있는 게임에는 적용이 되지 않아 해외 온라인 게임으로 이용자들이 몰려들면서 국내 게임 산업 규모가 줄어드는 결과로 이어진 것이다. 또, 연구원들이 예상한 셧다운제의 효과(게임 중독 감소, 수면 시간 증가)와 달리 청소년의 수면시간은 2011년에 비해 1분 30초밖에 늘지 않았다. 한국정보화진흥원·과학기술정보통신부에서 발표한 '스마트폰 과의존 실태조사'에 따르면 게임 셧다운제를 도입한 2011년에는 과의존 위험군이 11.4%지만 오히려 더 증가해 2015년부터는 무려 30%를 넘어 게임 중독자 감소 효과가 전혀 나타나지 않았다. 그래서 결국 2021년 8월 25일 여성가족부와 문화체육관광부는 강제적 게임 셧다운제를 10년 만에 폐지하고 자율적 방식인 '게임시간 선택제'로 청소년 게임 시간제한 제도를 완화하겠다는 내용의 '셧다운제 폐지 및 청소년의 건강한 게임 이용 환경 조성 방안'을 발표했다. 게임시간 선택제란 만 18세 미만의 게임 이용자의 부모나 법정대리인이 원할 경우, 해당 이용자가 특정 시간에 게임을 접속하는 것을 게임 업체가 의무적으로 차단하는 제도이다. 또한, 자녀가 이용하는 게임 홈페이지나 게임 이용확인 서비스를 통해 자녀의 게임 이용 시간 및 결제

정보를 확인할 수도 있다. 게임시간 선택제는 게임 이용자의 자율성을 존중하고, 게임 과몰입 문제를 가정 안에서 해결할 수 있도록 있다는 점에서 게임 셧다운제와는 다르다. 하지만 모든 게임에 대해 게임 시간 선택제가 적용되는 것은 아니라는 점에서 우려하는 목소리가 나오고 있다. 플래시 게임과 스타크래프트와 같은 게임은 개인정보(ID, 비밀번호 등)의 확인절차 없이 이용되므로 게임 이용자의 부모나 법정 대리인이 원해도 게임 업체가 차단하지 못하기 때문이다.

10년 동안 지속적으로 시행되어 온 청소년 게임 셧다운제의 폐지에 대해 찬성과 반대 의견이 대립하고 있다. 건국대 산학협력단이 밝힌 바로는 게임 과몰입에 빠진 청소년 2,000명을 2년간 장기 관찰한 결과 게임 과몰입의 근본 원인은 게임 자체에 있기보다 청소년이 받는 사회적 스트레스에 있다고 발표했다. 그러므로 무리한 법적 규제보다는 청소년에게 놀 거리와 학업 스트레스를 줄여주는 게 근본적인 문제의 해결방안이 아닐까 싶다.

- 화성시청소년기자단 이수빈, 김무원 기자

목차

CONTENTS

- [1면 / 기획] 10년만에 폐지된 청소년 게임 셧다운제
- [2면 / 청소년의 눈] 청소년의 식습관 실태조사
- [3면-1 / 문화부] 내가 만들어가는 새로운 나, 부캐
- [3면-2 / 이채은] MZ세대 취향 저격, 이색콜라보의 세계
- [4면-1 / 교육부] 진짜 내 꿈을 찾는 로드, 다른 나라는 어떻게 하고 있을까
- [4면-2 / 김태민] 대한민국의 청소년 스티브 잡스를 위해
- [5면-1 / 사회부] 선거권 나이 한 걸음 더?
- [5면-2 / 양진재] 당신이 바라보는 페미니스트란 무엇입니까?
- [5면-3 / 윤수빈] 전자발찌 이대로 괜찮은가?
- [6면-1 / 스포츠연예부] 콘텐츠 시장의 새로운 바람 OTT 서비스
- [6면-2 / 김주현] 패럴림픽, 얼마나 알고 있니?

- [7면-1 / 최시은] 화성시, 이주배경 아동·청소년을 위해 힘쓰다
- [7면-2 / 양현진] 마음껏 울어도 되는 곳, TT ZONE을 아시나요?
- [8면-1 / 문성민] 언택트 시대의 이색적 정기 구독서비스 성장-약일까 독일까?
- [8면-2 / 이태석] 나만의 세계? 나만의 캐릭터? 만들 수 있습니다!
- [9면-1 / 최인서] 함께하면 커지는 의미, 챌린지! 긍정의 힘을 실어 나르다
- [9면-2 / 김세빈] 소비에 큰 영향력을 행사하는 인플루언서
- [10면-1 / 이유하] 다같이 잘살자고! 공동 부유가 뭐길래
- [10면-2 / 최희연] 답페이크는 무엇일까?
- [11면-1 / 한연수] 이번 겨울방학은 스포츠케이션과 함께?
- [11면-2 / 배가은] 위드코로나로 일상생활 회복 가능성 열려
- [12면 / 홍보] 화성시청소년놀터 솜사탕 안내



청소년의 눈

청소년의 식습관 실태조사

응답자 소개 화성시 관내 청소년 총 146명

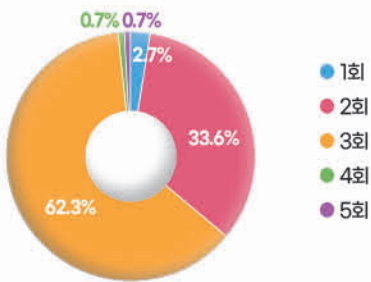
14~16세 (중학생: 130명) / 17~19세 (고등학생: 16명)

응답 기간 2021년 10월 25일 ~ 2021년 10월 31일

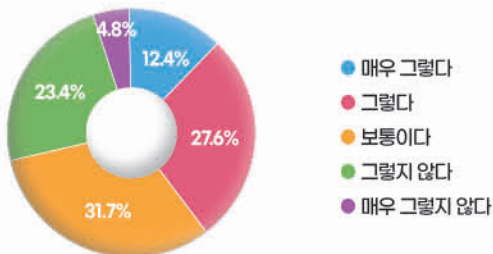
응답 방법 구글 폼 (온라인 설문조사)

청소년기는 급속한 성장과 발달이 이루어지는 시기로 균형 있는 영양공급은 신체와 정신적 발달에 직접적인 영향을 미친다. 그뿐만 아니라 건강한 삶을 유지할 수 있는 기초를 형성하는 시기이기 때문에 청소년기에 올바른 식습관을 형성하고 이를 유지하는 것은 매우 중요하다. 코로나 19 이후, 배달 업계의 호황 이면에는 청소년의 잘못된 식습관이 문제가 되고 있다. 가톨릭대학교의 연구결과에 따르면 코로나 19 이전 정상 체중이었던 소아·청소년의 95%가 이후 과체중 또는 비만으로 재분류된 것이다. 이로 인해 과체중 또는 비만한 소아·청소년 비율은 코로나 19 이전 23.9%에서 이후 31.4%로 증가했다. 화성시 청소년은 수많은 인스턴트와 배달 음식의 유혹 속에서 올바른 식습관을 지키고 있을까? 화성시 관내 청소년 146명을 대상으로 설문조사를 진행했다.

1. 하루에 먹는 식사 횟수는 몇 회인가?

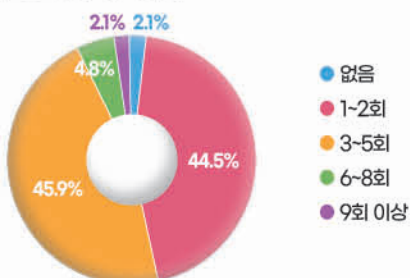


2. 본인이 판단하기에 규칙적인 식습관을 가지고 있는가?

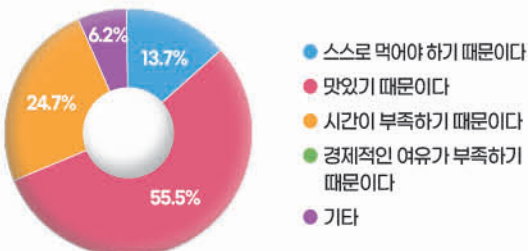


하루 식사 횟수에 대해 물어본 결과, 3회가 62.3%로 가장 높았고, 2회가 33.6%로 그 뒤를 따랐다. 나머지 1회(2.7%), 4회(0.7%), 5회(0.7%)는 5%도 넘지 않는 적은 확률을 보였다. 절반이 넘는 응답자가 하루 식사를 3회 한다고 한 결과를 봤을 때 대부분 청소년이 삼시 세끼를 모두 먹는다는 것을 알 수 있다. 2015년에 발표된 질병관리본부의 '우리나라 청소년의 식습관 현황' 보고서에 따르면 청소년 3명 중 1명이 아침 식사를 거른다고 한다. 이를 보면 2회가 그 뒤로 높은 까닭은 아침을 먹지 않는 학생에 의한 것이라고 유추할 수 있다. 또한, 규칙적인 식생활을 지키고 있는지에 대해 물어본 결과, 보통이다(31.7%), 그렇다(27.6%), 그렇지 않다(23.4%)고 답한 학생의 확률이 비슷한 비율로 나왔다. 매우 그렇다는 것과 매우 그렇지 않다는 각각 12.4%와 4.8%로 상대적으로 낮은 비율이 나왔다. 이를 통해 관내 청소년들은 대부분 규칙적인 식생활을 하고 있다는 것을 알 수 있다. 하지만 규칙적인 식습관은 규칙적인 식사 시간과 식사량을 뜻하므로 청소년들이 인스턴트 음식으로 끼니를 채울 가능성을 배제할 수 없어 건강한 식습관을 한다고 보기는 어렵다.

3. 일주일에 식사대용 인스턴트 식품을 먹는 횟수는 평균적으로 몇회인가?

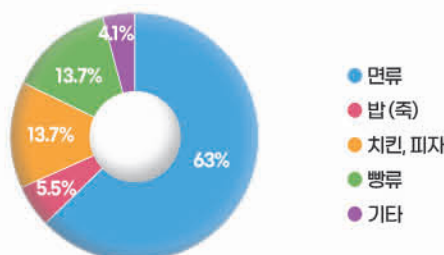


4. 인스턴트 식품을 섭취하는 가장 큰 이유는 무엇인가?

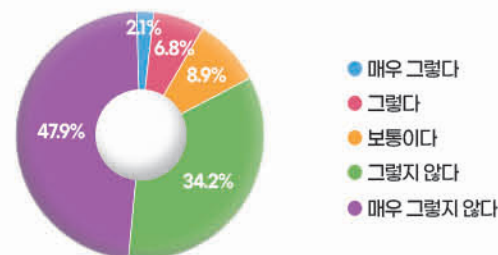


인스턴트 식품으로 식약처는 당과 나트륨을 과다 섭취하고 있는 경우가 많다고 우려의 목소리를 내고 있다. 인스턴트 속 첨가당은 과량 섭취 시 지방으로 전환되어 축적되며 비만과 당뇨 등 만성질환이 발생할 위험성이 높다. 식약처에서 권장하는 하루 적정 첨가당의 양은 25~50g 이내다. 관내 청소년들에게 일주일에 평균적으로 먹는 식사대용 인스턴트 음식의 횟수를 물어본 결과 "3~5회 먹는다"라는 응답을 가장 많이 받았으며 이는 45.9%이다. 이와 근소한 차이인 44.5%로 "1~2회 먹는다"는 응답을 받았다. "6~8회", "딱지 없음", "9회 이상"이 차지한 것을 보아 설문 전 예상과는 달리 대체로 관내 청소년들은 과한 인스턴트 음식을 섭취하지 않고 있다는 사실을 알 수 있었다. 관내 청소년들이 인스턴트 음식을 섭취하는 요인으로 "맛있기 때문이다"라고 응답한 것을 통해 본인의 의지와 취향으로 인스턴트 음식을 섭취하기 때문에 일주일 평균 인스턴트 섭취량이 예상보다 적은 것을 미루어 짐작할 수 있다. "시간이 부족하기 때문이다 (24.7%)", "스스로 먹어야 하기 때문이다 (13.7%)"라는 응답이 그 뒤를 따랐다. 바쁜 일정을 소화하는 청소년들이 인스턴트 식품이 편리함을 누리고 있다는 점이 드러나는 부분이다.

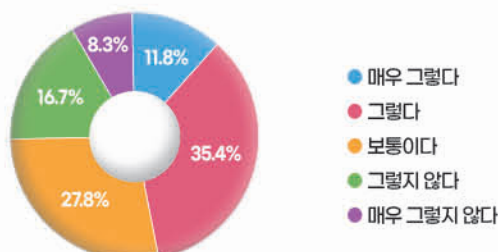
5. 주로 섭취하는 인스턴트 식품의 종류는 무엇인가?



6. 인스턴트 식품을 섭취할 때 영양성분표를 확인하는가?



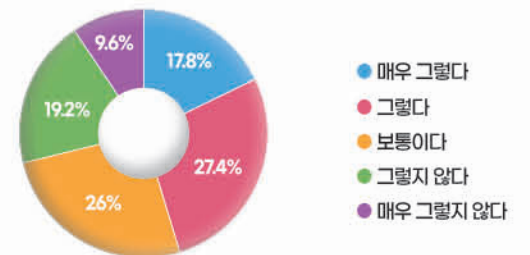
7. 인스턴트 위주의 식습관을 개선할 의지가 있는가?



청소년들에게 주로 섭취하는 인스턴트 음식의 종류를 물어본 결과, 가장 높은 비율로 63%의 청소년들이 면류를 먹는다고 했다. 치킨, 피자과 같은 빵류를 먹는다고 13.7%의 청소년들이 답했고, 밥(죽)을 주로 먹는다고 13.7%의 학생이 답한 것을 알 수 있다. 또 청소년들에게 인스턴트 식품을 섭취할 때 영양성분표를 확인하는지 물어본 결과, 응답자 중 47.9%가 가장 높은 비율로 확인하지

않았다고 응답했으며 34.2%가 그렇지 않다고 답했다. 청소년 대부분은 영양성분표를 확인하지 않는다는 것을 알 수 있다. 반면 확인한다고 답한 응답자는 21%로 적은 비율을 차지했다. 그렇다면 관내 청소년들은 인스턴트 식습관을 개선할 의지가 필요하다고 생각할까? 의지가 필요하다고 답변한 비율은 35.4%로 인스턴트 식습관을 개선할 의지가 필요하다고 생각하는 청소년들이 비교적 높다는 것을 알 수 있다. 반면 의지가 필요하지 않다고 답한 응답자는 8.3%로 비교적 적다는 것을 알 수 있다.

8. 코로나 19가 인스턴트 식품 섭취 빈도에 영향을 주었는가?



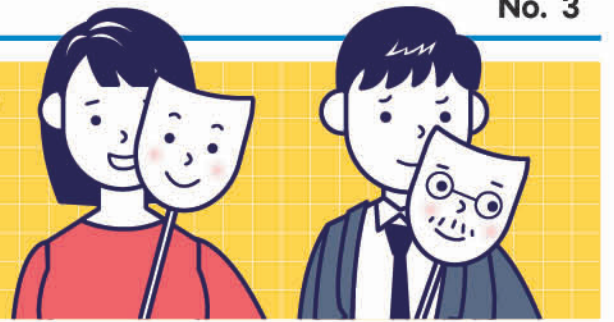
코로나19의 장기화로 인해 음식을 배달해 먹는 사람들이 늘게 되었다. 그러면서 많은 학생들이 인스턴트 음식을 배달해 먹는 경우가 많아졌다. 학생들에게 코로나19가 인스턴트 섭취 빈도에 영향을 미치지 물어본 결과, 그렇다고 답한 비율이 27.4%로 가장 높았으며, 26%가 보통이라고 답했다. 반면에 매우 그렇지 않다고 답한 학생은 9.6%로 매우 적은 비율을 차지했다. 이 결과를 보면 코로나19가 많은 학생의 인스턴트 섭취 빈도에 영향을 미친 것을 알 수 있다. 건강보험심사평가원은 최근 3년간 비만으로 병원 진료를 받은 소아·청소년 현황에 대해 코로나19가 유행한 지난 2년간 국내에서 비만진료를 받은 아동과 청소년이 2배가량 늘어났다고 밝혔다. 따라서 인스턴트 식품을 자주 섭취하는 화성시 청소년들 또한 인스턴트 음식 섭취에 주의해야 할 필요가 있다.

이번 설문 결과로 볼 때 화성시의 청소년들은 대체로, 규칙적인 식생활을 하고 있는 것으로 보인다. 하지만 청소년들의 인스턴트 식품의 섭취량은 해마다 늘고 있고, 이의 위험성을 제대로 인지하지 못한 채 그저 편리하다는 이유로 자주 섭취하고 있다. 이러한 상황에 코로나 19가 겹치며 배달 음식 등 인스턴트 음식의 접근성도 굉장히 좋아졌다. 특히 청소년은 인스턴트 식품의 굴레에 더 쉽게 빠질 수 있으므로 조심해야 할 필요가 있다. 대한식문화연구원 이종임 원장에 따르면, Five a day'를 꾸준히 실천하면 청소년기에 올바른 식습관을 구축할 수 있다고 한다. Five a day란 하루에 채소, 과일, 곡류 등 5가지 색 (흰색, 황색, 녹색, 붉은색, 검은색) 음식을 5접시 이상 섭취하는 것이다. 인스턴트 식품을 아예 없애거나 먹지 못하게 규제하는 극단적인 방안은 불가능하겠지만 이번 설문을 보며 청소년들이 올바른 식습관과 인스턴트 식품에 대해 다시 한번 생각해 보고, 'Five a day'를 실천해 보는 것은 어떨까?

- 화성시청소년기자단 최시은, 이수빈, 이재은, 배가은, 한연수 기자

문 화 부

내가 만들어가는 새로운 나, 부캐



최근 컴퓨터나 텔레비전과 같은 전자기기를 사용하면서 대부분 한 번쯤은 '본캐와 부캐'라는 용어를 들어봤을 것이다. 온라인상, 특히 게임에서 많이 사용되었던 이 용어는 요즘 사람들 사이에서 인기를 끌고 있으며 유통업계나 대중문화에 이용되기도 한다. 지난 2월, 유튜브 루이는 '가상 얼굴'로 활동하면서 부캐가 그녀의 부담감을 덜어주고 노래에만 집중할 수 있도록 도와준다고 말했다. 이처럼 온라인상에서 많이 이용되어 왔는데, 우리 일상생활에 차츰 자리 잡고 있는 부캐와 본캐는 과연 무엇이고, 우리에게 어떠한 영향을 주는지 알아보도록 하자.

사실 '부캐'라는 말이 등장한 건 최근의 일이 아니다. 게임 용어였던 부캐의 본래 뜻은 게임 시작부터 사용한 본캐, 즉 본 캐릭터가 지루해질 때 사용하는 부 캐릭터였다. 그런데 이전까지는 단순히 게임, 인터넷상에서만 사용되었던 부캐의 범위가 일상생활로까지 확대되면서 '평소의 나와 다른 모습으로 행동할 때' 사용되기 시작했다. 통일성과 공동체를 추구하던 사회가 빠르게 변화하며 개성을 표현하려는 욕구가 강해졌기 때문이다. 부캐 트렌드가 성행한 배경에는 바로 'MZ세대'가 있다. MZ세대란 1980년대 초에서 2000년대 초에 출생한 '밀레니엄 세대'와 1990년대 중반부터 2000년대 초반에 출생한 'Z세대'를 아우르는 말이다. 개성을 드러내는데 스스럼없는 MZ세대에게 부캐는 단순히 즐길 거리를 넘어 자기 계발과 경제 활동의 수단이 되기도 한다. 과거에는 한 직장에서 평생을 근무하는 '평생직장'이 중요했던 것과는 다르게 현대에는 'N잡러'라는 신조어가 이목을 끌고 있다. 이는 둘 이상의 직업을 가지는 사람을 뜻하는 말로, N잡러들은 본래의 직업 이외에 다양한 부캐를 선보이며 직업으로 삼기도 한다.

우리가 가장 쉽게 부캐를 접할 수 있는 곳은 방송이다. 가장 대표적인 예로 한 예능 방송 '놀면 뭐하니?'에서 방송인 유재석

이 트로트 가수 '유산슬', 하프 연주가 '유르페우스' 등의 부캐로 등장한 것을 들 수 있다. 또한 개그우먼 이은지는 2005년 유행의 패션, 말투 그리고 춤까지 재현하여 '길은지'라는 부캐를 얻게 되었다. 개그우먼 김해준은 '최준'이라는 부캐를 가지고 있다. 그는 영화 '내 아내의 모든 것'에 출연한 류승룡의 캐릭터에서 아이디어를 냈고, 특유의 말투와 특이한 씬표 머리를 가진 자신만의 캐릭터를 만들어 활동하고 있다.

방송뿐만 아니라 우리 생활에서도 부캐를 찾아 나서는 사람들도 많아졌다. 잡코리아와 알바몬이 성인 남녀를 대상으로 한 설문조사에서, 64.9%가 부캐에 대해 긍정적인 반응을 보였다. 부캐를 가지고 싶은 이유 1위는 43.7%로 새로운 자아 표출이었다. 부캐를 통해 평소 해보지 못했던 일에 도전해 볼 수 있고, 일이나 육아에 지쳐 쌓인 스트레스를 풀고자 부캐와 취미를 접목하는 것이다. 본캐인 주부와 부캐 라이프크리에이터를 병행하거나 직장인인 동시에 드림머인 식이다.

이 밖에도 최근 다양한 업계에선 이러한 '부캐' 개념을 활용한 마케팅 전략을 펼치고 있는데, 그 예로는 카카오톡의 '멀티 프로필' 기능, 빙그레의 만화 캐릭터 '빙그레우스 더 마시스'가 있다. 카카오 측은 기본 프로필 외에 추가로 최대 3개의 프로필을 만들 수 있게 하여 멀티 페르소나 욕구를 충족시켰고, 빙그레의 부캐인 빙그레우스는 MZ세대의 큰 호응을 얻어 영업이익을 늘렸다. 이외에도 광고 모델의 부캐를 설정해 마케팅에 활용하는 등의 사례가 있다.

부캐는 현재 큰 인기를 끌고 있지만, 우리가 알지 못하는 문제점도 있다. 제이전은 2019년 방영된 힙합 프로그램에서 가면을 쓰고 콕스빌리는 부캐로 등장하였다. 제이전은 자신이 가면 뒤에 숨어있기 때문에 부끄러울 일이 없다고 생각했고, 다른 래퍼 스윙스, 저스디스 등을 노래 가사를 통해 공개적으로 비난했다.

이처럼 부캐를 가진 사람들은 자신의 정체성을 아무도 모르고 자신은 새로운 사람이라는 생각 때문에 남들에게 피해를 줄 수 있다. 이외에도 원래 자신의 정체성을 잃어간다는 문제점이 있다. 이러한 차이를 가장 많이 느끼는 세대는 10대로, 40~50대는 절반 가까이 두 자아를 비슷하다고 여기는 반면, 10대는 약 25%가 두 자아를 전혀 다르게 여긴다고 답했다. 실제로 130만 명의 구독자를 보유한 부캐 유튜브 파워를씨는 최근 자신의 정체성을 잃어가는 것 같다고 했고 원래 자신인 '장지수'로 돌아가고 싶다며 방송계에서 은퇴를 선언했다. 이렇듯 부캐는 너무 깊이 빠져들면 다른 사람에게 자신도 모르는 사이에 피해를 줄 수 있고 본인의 정체성을 잃어갈 수 있다는 치명적인 문제점이 있다. 최근 SNS 사용의 증가로 온라인에서 사귀 친구와 실제 친구를 대할 때의 다른 모습에 혼란을 느끼는 이들이 늘고 있다. 자아 정체성을 잃지 않기 위해서는 부캐 문화를 즐기는 한편 본캐를 소홀히 하지 않고 돌보는 노력이 필요할 것으로 보인다.

이처럼 주로 게임에서 많이 사용됐던 용어 본캐와 부캐는 우리 일상생활에 자리 잡기 시작했다. 우리가 부캐를 통해 자신의 개성을 표현할 수 있고 새로운 나를 만들어낼 수 있는 만큼, 점차 많은 사람이 사용할 것이며 '놀면 뭐하니?'와 같은 여러 가지 텔레비전 예능에도 적용될 것이다. 하지만 우리는 부캐를 사용하면서 발생하는 문제점들을 마주해 나가기 바란다. 따라서 우리는 점차 본캐와 부캐의 활용 범위가 확장되는 만큼 이때 생기는 문제점을 극복해 나가고, 이를 한 단계 더 발전해 나갈 수 있는 대안을 마련해야 한다.

- 화성시청소년기자단 김무원, 김세빈, 김태민, 이유하 기자



MZ세대 취향 저격, 이색 콜라보의 세계

먹거리부터 의류까지, 다양한 이색 콜라보로 눈길

MZ세대의 입맛을 맞추기 위한 이색 콜라보가 한참 열풍이다. MZ세대란 1980년대 초에서 2000년대 초반에 출생한 밀레니엄 세대와 1990년대 중반에서 2000년대 초반에 출생한 Z세대를 통칭하는 말로, 이들은 디지털 환경에 익숙하고 최신 트렌드와 남과 다른 이색적인 경험을 추구하는 경향을 보인다. 특히 MZ세대는 SNS를 기반으로 유통시장에서 강력한 영향력을 발휘하는 소비 주체로 부상하고 있다. 그저 평범함으로는 소비자들의 니즈를 맞추기 어려워지자 그 중에서도 상상하지 못했던 극과 극에 있는 브랜드들의 만남이 화제이다. 크게 화제가 되었던 여러 '이색 콜라보' 상품을 소개하려 한다.

첫 번째로 소개할 이색 콜라보 상품은 주류 회사와 밀가루 회사의 곰표 맥주이다. 곰표 맥주는 편의점 최고의 이색 콜라보 상품으로 꼽힌다. 그저 콜라보로 인한 화제성뿐만 아니라 뛰어난 맛으로 그 인기가 꾸준히 이어지고 있다. 이에 따라 흥행에 성공한 곰표 맥주의 뒤를 잇기 위한 다양한 이색 맥주가 출시되고 있다. 또한 곰표는 경기도 판교에 '곰표 하우스' 팝업스토어를 열기도 했다. 팝업스토어에는 맥주, 쿠키, 티셔츠 등 굿즈 30여 종을 판매하고 있으며 곰표 밀눈쿠키, 곰표 밀맥주 전용잔, 밀눈 아이스크림이 주력 상품이다.

두 번째로 소개할 이색 콜라보 상품은 식품 회사와 의류 회사의 '넬디X돼지바'와 '휠라X캔디바'이다. 이 두 브랜드는 아이스크림과의 콜라보로 눈길을 끌었다. 의류 브랜드 넬디는 롯데

푸드 돼지바와 콜라보 캡슐 컬렉션을 출시했다. 넬디X돼지바 컬렉션은 시그니처 컬러를 입힌 돼지바와 더불어 반팔 티셔츠, 슬라이드, 에어팟 케이스 등으로 이루어져 있다. 넬디는 콜라보 컬렉션을 기념한 이벤트도 진행하며 일명 '완판' 신화를 쓰기도 했다. 또한 휠라는 빙그레 캔디바와 콜라보한 백팩과 크로스백, 각종 액세서리를 출시했다. 휠라 관계자는 "협업의 장을 열게 된 휠라와 빙그레가 이번에는 캔디바를 소재로 한 콜라보를 진행해 소비자들과 특별한 소통을 이어가고자 한다. 특히 새 학기 개성 있는 패션과 신선한 콘텐츠에 목마른 MZ세대 소비자에게 특별한 제안이 되었으면 하는 바람"이라고 전했다. 위 상품들은 출시 이후 의류와 아이스크림 모두의 매출이 오르며 이색 콜라보 열풍을 입증했다.

마지막으로 소개할 이색 콜라보 상품은 웹툰 바른 연애 길잡이의 음원 'LOVE DAY'이다. 네이버 웹툰 바른연애 길잡이의 콜라보 음원 'LOVE DAY'는 주요 실시간 음원차트에서 1위를 차지했다. 이는 작품 속 주인공 유연과 바름 커플의 테마곡으로, 따뜻한 사랑을 하며 서로를 더 알아가고 싶은 남녀의 설레는 마음을 담은 곡이다. 바른 연애 길잡이는 웹툰 인기와 더불어 완성도 높은 콜라보 음원을 발매하며 팬 층을 늘려 가고 있다. 현재까지 'LOVE DAY'를 포함한 11여개의 콜라보 곡들이 주요 음원차트 상위권을 차지하며 높은 사랑을 받고 있다.

하지만, 콜라보 상품이 환영만 받는 것은 아니다. 이색 콜라보

열풍을 부정적으로 보는 소비자들도 적지 않다. 일각에서는 재미와 만족도를 높이는 편수머도 좋지만 콜라보 제품 출시에 있어서 신중을 기할 필요가 있다고 주장한다. 구두약, 매직펜 등 자칫 입에 들어가면 큰일 날 수 있는 제품들이 식음료 제품과 콜라보되면서 아직 정체성이 확립되지 않은 아이들에게 잘못된 인식을 심어줄 수 있다는 지적이다. 식품의약품안전처 관계자는 "식품은 건강기능식품이나 의약품과 달리 별도의 승인이 필요 없는 제품으로, 영업사들이 관련 법령에 따라 규정을 확인한 후 관할 관청에 신제품을 신고하는 체계를 따르고 있다"면서 "현재 논란이 되고 있는 제품들은 정체성이 제대로 확립되지 않은 청소년, 어린이에게 민감한 사안으로 이어질 것으로 판단해 내부적으로 면밀히 검토 중"이라고 전했다.

여러 논란들이 일고 있지만, 이색 콜라보 열풍은 쉽사리 사그라지지 않는 추세이다. 스마트 학생복에서 진행한 설문조사에 따르면 이색 콜라보 제품을 구매해 본 경험이 있거나 구매할 의향이 있는 학생들은 91.6%에 달했다. 앞서 나온 내용들을 통해, 우리는 이색 콜라보 상품을 '과유불급'으로 정의할 수 있겠다. 소비자와 생산자 모두 그 양면성에 대해 깊은 고려가 필요하다.

- 화성시청소년기자단 이채은 기자

특 | 교육부



진: 파 내 꿈을 찾는 로:드, 다른 나라는 어떻게 하고 있을까?



자신의 진로를 아직 정하지 못한 학생들을 위해 여러 나라에서는 다양한 진로 교육을 실시하고 있다. 진로 교육이란 국가 및 지방자치단체 등이 학생에게 자신의 소질과 적성을 바탕으로 직업 세계를 이해하고 진로를 탐색 할 수 있도록 진로수업, 진로심리검사, 진로상담, 진로체험, 취업지원 등을 제공하는 활동이다. 진로 교육은 학생들이 자신의 희망 진로를 생각할 기회를 마련하여 학습하는데 동기를 부여한다는 점에서 중요하다. 또한 주요 과목만 반복해 학습하는 주입식 교육으로 진로를 생각할 겨를이 없던 학생들에게 진로에 대한 생각을 하게 해준다. 우리나라의 진로 교육 제도에는 자유학년제가 있다. 자유학년제란 중학교 1학년 1년 동안 체험 중심의 진로 탐색과 흥미탐구 활동을 통해 학습 흥미와 적성을 키워주는 교육 활동이다. 기존의 암기식, 주입식 방식의 교과 수업에서 벗어나 토론과 실습 중심의 참여형 수업이 늘어나면서 학생들은 자신의 흥미, 관심사 등을 고려해서 다양한 프로그램을 참여할 수 있게 되었다. 자유학년제 기간에는 지필평가 대신 학습 과정에 중심을 둔 수행평가로 평가가 진행된다.

다른 나라의 진로 교육은 어떻게 진행되고 있는지 살펴보자. 덴마크의 진로교육 제도 중 하나는 애프터 스쿨레이다. 우리나라 나이로 중3~고2의 학생들이 1~2년간 학업에 대한 부담 없이 자신의 적성에 맞는 진로를 찾아가는 기숙형 학교이다. 현재 덴마크 전역에서 250곳 넘게 운영되고 있으며, 덴마크 학생의 약 27%가 애프터 스쿨레를 선택했다. 미술,

영화제작, 음악, 디자인, 스포츠, 종교, 과학 등 다양한 프로그램이 운영되고 있으며 학생들은 창의성과 사회성을 기르고 여러 분야를 체험하며 자신의 적성과 진로를 찾을 수 있다. 기숙사에서 공동체 생활을 하는 애프터 스쿨레의 학비는 총 650만 원~1,500만 원 정도이며, 이는 부모의 소득에 따라 차등적으로 적용된다. 많은 학생이 적지 않은 학비를 부담하면서도 애프터 스쿨레를 선택하는 이유는 본인이 좋아하는 분야에 대해 배울 수 있고 개인적인 성장을 위해 치열하게 고민할 수 있는 시간이 많기 때문이다.

또한 아일랜드의 진로 교육 제도에는 전환학년제가 있다. 전환학년제란 중등교육과정 중 1년 동안 다양한 활동을 하며 자신의 진로를 고민하는 제도이다. 이 제도는 학생의 자율적인 선택에 따라 참여가 가능하다는 특징이 있다. 중등학교 3학년을 마친 뒤 전환학년제에 참여하고 싶다면 4학년으로, 참여하고 싶지 않다면 바로 5학년으로 진학이 가능하다. 이 전환학년제의 취지는 학생들이 1년 동안 학업과 시험의 압박에서 해방되어 다양한 경험을 할 수 있도록 돕는 것이다. 1년 동안 학생들은 교과서 없이 프로젝트 형식으로 진행되는 수업을 찾아 듣기도 하고 희망하는 직종의 직장에서 인턴으로 일하기도 한다. 또한 외국에 교환 학생으로 가는 등 평소 하고 싶던 공부와 취미활동을 펼쳐나간다. 2017년 기준으로 전체 학생의 67%가 이 프로그램에 참여하는 등 진로 교육이 활발하게 이루어지고 있다.

마지막으로 여러 나라에서 진행 하고 있는 갭이어가 있다. 갭 이어란 학업을 잠시 중단하거나 병행하면서 흥미와 적성을 찾고 앞으로의 진로를 설정하는 기간이다. 보통 고등학교나 대학 진학 전의 학생들이 참여한다. 이 기간에는 봉사, 여행, 진로탐색, 교육, 인턴, 창업 등의 활동을 자기 주도적으로 체험하며 앞으로의 진로를 설정한다. 갭이어는 1960년대 영국에서 처음 시작됐고, 이 제도가 영국에서 성공적으로 정착하자 다른 나라에서도 도입하기 시작했다. 현재 아일랜드, 영국, 유럽, 미국, 캐나다, 호주, 뉴질랜드, 일본 등이 갭이어를 시행하고 있다. 마찬가지로 우리나라도 갭이어 프로젝트를 진행하여 해외에서 인턴 활동을 하고 외국어를 배우는 기회를 제공한다.

이렇듯 학생들이 스스로의 소질과 적성을 파악하여 주도적으로 자신의 진로를 설정하게 하는 것을 목표로 전 세계에서 진로 교육이 활발하게 이루어지고 있다. 진로 교육은 기존의 주입식 교육으로 인한 학업 부담을 줄이고 스스로를 되돌아보며 주도적인 삶의 주체가 되도록 한다는 점에서 의의가 있다. 우리나라 또한 전 세계의 다양한 진로 제도와 같이 학생들이 많은 경험을 쌓고 배울 수 있도록 진로 교육을 발전시켜 나아가길 기대해본다.

- 화성시청소년기자단 최인서, 김주현, 김지연, 최희연 기자



대한민국의 청소년 스티브잡스를 위하여

실패에 대한 두려움보다는 도전을 배우는 기업가 정신!

할 가능성이 크다는 것을 보여주는 대표적인 사례이다.

하지만 아직 우리나라에서는 창업에 대한 부정적인 인식과 실패에 대한 두려움이 크다. 2021년 전국경제인연합회에서 OECD 37개국을 대상으로 기업가 정신 지수를 조사한 결과, 한국은 27위이다. 이는 국내총생산(GDP)이 우리나라의 30분의 1 수준에 불과한 리투아니아보다도 낮은 순위다. 이를 통해 우리나라는 기업가 정신을 갖춘 많은 청소년이 필요한 상황이라는 것을 알 수 있다.

우리나라가 한국전쟁 이후 폐허 속에서 세계 10위권의 경제 규모를 가진 나라로 성장한 것에는 교육의 힘이 컸다. 그간 우리나라의 교육은 지식과 기술을 빠르게 흡수해서 역량을 키우는 인재 양성을 위해 노력했다. 하지만 미래 사회는 단순히 흡수 역량을 가진 사람이 아니라 4차 산업혁명 속에서 창의성과 도전정신으로 한계를 돌파하는 혁신적인 역량을 가진 인재가 필요하다. 이제는 따라가는 사람을 기르는 주입식 교육은 바람직하지 않다. 먼저 움직이고, 한계를 돌파하며, 질문하는 능력을 갖춘 인재를 양성하는 교육이 되어야 한다. 또 교육은 다양한 가치관을 서로 존중하고 협업하는 능력을 길러주어야 한다.

최근 학교 진로교육 및 자유 학년제가 활성화되고 4차 산업혁명 이슈에 대비한 인재 양성이 중요해지면서 학교 진로 교육 안에서 기업가 정신을 교육 하는 시도들이 활성화되고

있다. 이와 관련하여, 교육부에서는 2015년부터 매년 전국 초·중고 학생을 대상으로 '대한민국 청소년 창업경진대회'를 개최하고 있다. 청소년들은 이 대회를 통해 자기 주도적으로 새로운 가치 창출을 위해 도전하여 창업과 실패의 가치를 이해하고 창업가정신을 기를 수 있는 과정을 경험한다는 점에서 교육적 의의가 크다. 올해 3월 19일 화성시에서도 창업경진대회가 개최됐다. 뿐만 아니라 초·중·고등학생을 대상으로 경제교육 및 창업교육을 하는 중소벤처기업부의 '비즈쿨(Bizcool) 사업', 교육부의 '청소년 기업가 체험 프로그램(YEEP)'과 'Wi-Fi 창업과 진로 프로그램' 등이 진행되고 있다. 또한, 국제 비영리 청소년 교육기관 JA Korea의 '나도 기업가', 아산나눔재단의 '히어로스쿨', 네이버의 '청소년 기업가 정신 스쿨'과 같이 민간 기업체에서도 청소년 기업가 정신 교육 프로그램을 개발하여 확산시키고 있다.

영화감독 우디 앨런은 "한 번도 실패하지 않았다는 건 새로운 일을 전혀 시도하고 있지 않다는 신호다."라고 말했다. 이 말처럼 청소년들이 국가적인 기업가 정신 교육을 통해 실패를 두려워하지 않고 도전하는 청소년이 미래의 제2의 '스티브 잡스, 세르게이 브린이 되어 우리나라를 빛내는 성공적인 창업자가 될 수 있길 기대해 본다.

- 화성시청소년기자단 김태민 기자

교육부와 한국직업능력개발원에서 조사한 2020년 초·중등 진로교육 현황조사에 따르면 중학생 희망직업 1위는 교사, 2위는 의사, 3위는 경찰관으로 나타났다. 이는 현재 청소년들이 비교적 안정적인 직업을 선호하는 것을 보여준다. 맥킨지 글로벌 연구소(MGI)에서 세계 46개국 800개 이상의 직업을 대상으로 조사한 '사라지는 일자리와 생겨나는 일자리' 보고서에 따르면 4차 산업혁명 이후 현존하는 일자리의 47%는 15년 안에 사라질 것이다. 급변하는 시대에 안정적인 진로를 설계하는 우리나라 청소년들의 미래가 걱정되는 부분이다.

4차 산업혁명의 급변하는 사회에서는 빠른 속도로 새로운 추세가 생겨나고 이에 따른 창업의 수요가 증가하게 될 것이다. 예를 들어 구글과 페이스북은 청년들의 작은 스타트업에서 시작했지만, 세상의 큰 변화와 혁신을 가져왔다. 이는 앞으로 하나의 작은 도전으로 시작한 창의적이고 혁신적인 창업기업이 세계적으로 영향력을 미치는 글로벌기업으로 성장

≡ | 사회부



선거권 나이 한 걸음 더?

선거권 나이 하향의 이점과 우려

나이가 하향되면서 청소년들이 능동적으로 정치에 참여할 수 있는 기회가 생겼다. 만 18세에게 선거권을 준 대선에서는 청소년 50만 명의 의견을 더 받을 수 있었고 이는 더 민주적인 사회를 구현하는 데에 도움이 되었다. 그렇다면 다른 국가들에서는 선거권 나이를 어떻게 정하고 있을까? OECD 교육지표에 따르면 37개 회원 국가 중 25개국이 고등학교를 졸업하기 전에 선거권을 부여하고 있다. 이를 통해 해외의 여러 나라들이 일찍부터 청소년들에게 정치적 참여를 권하고 있음을 알 수 있다.

그러나 선거권 나이 하향으로 우려되는 부분도 존재한다. 청소년들은 학교에서 여러 가지 근거 없는 소문과 어른들의 말에 쉽게 흔들릴 가능성이 있다. 또한 청소년들은 아직 정치적 생각이 뚜렷하지 않기 때문에 여러 얘기를 듣게 되면 판단력이 흐려질 수 있기도 하다.

그렇다면 선거권 하향에 대한 국민의 의견은 어떠한가? 2020년 엘리트 교복 설문조사에서 93%의 학생들이 선거권이 있다면 선거에 참여할 의사가 있다고 답변했다. 청소년들의 의견을

들어본 결과, 임OO(화성시, 17)은 “학생들도 학교에서 반장선거 등 투표를 하며 선거의 중요성과 정치에 대해 배우기 때문에 선거권을 가질 자격이 된다”고 말했다. 반면, 이OO(화성시, 14)씨는 “학생으로서 해야 할 학업이 있음으로 사회, 경제나 정치에 관심을 기울이기 어렵다.”라며 선거권 나이를 18세보다 더 하향하는 것에 반대한다고 했다.

선거권 나이를 하향하는 데에 여러 우려가 있긴 하지만 청소년들을 대상으로 정치와 투표에 관련된 교육을 더욱 확대한다면 청소년들도 올바른 한 표를 행사할 수 있을 것이다. 선거권을 확대하는 것은 정치에 관심을 가지고 있는 청소년들에게 도움이 될 것이라 믿는다. 청소년들의 의견도 받아들임으로써 더욱 민주적인 사회가 될 수 있지 않을까?

- 화성시청소년기자단 윤수빈, 문성민, 양현진, 이태석 기자

이번 20대 대통령 선거에서는 처음으로 만 18세도 투표에 참여할 수 있게 되었다. 국민이 직·간접적으로 국정에 참여할 수 있는 권리인 참정권에는 크게 선거권, 공무담임권, 국민투표권이 있다. 그중 대통령, 국회의원 등을 뽑는 선거권은 만 18세 이상의 국민에게 주어지고 있다. 선거를 할 수 있는 나이에 대한 관심이 늘어나 만 18세로 선거권 나이가 하향된 것에 더불어 더 나이를 낮추자는 의견도 나오고 있다.

우리나라는 2020년 이전까지 만 19세로 규정되어 있었는데 그 이유는 만 19세부터 운전면허취득, 혼인 신고 등이 가능하여 사회적으로 성인으로 판단되는 나이이기 때문이다. 하지만 청소년도 정치적으로 의견을 내고 사회 구성원의 일원으로서 목소리를 내야 한다는 의견이 큰 지지를 받으면서 대선 선거권을 가질 수 있는 나이가 만 18세로 하향하게 되었다.

당신이 바라보는 페미니스트란 무엇입니까?

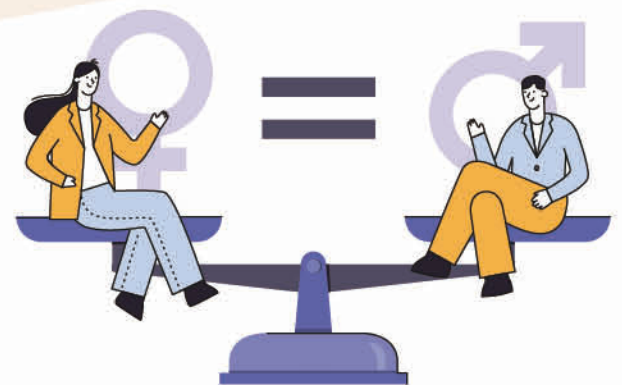
우리가 뜨거운 열정으로 여름을 보낼 수 있도록 해주었던 2020년 도쿄 올림픽이 끝났다. 이번 올림픽에서 무려 양궁 3관왕을 최초로 달성한 안산 선수는 우리나라를 빛내주는 동시에 남성 혐오 논란에 휩싸이기도 했다. 도대체 무슨 일이 있었던 걸까?

올림픽이 시작된지 얼마되지 않은 7월 26일 안산 선수 인스타그램에 “왜 머리를 잘랐나요?”라는 댓글이 달렸다. 이후 안산 선수가 페미니스트가 아니냐는 논란이 돌기 시작했다. 국민의 힘 양준우 대변인도 그녀가 ‘썬컷’에 여대 출신이며 과거 인스타그램에 ‘오조오악년’이라는 남성혐오 단어를 쓴 래디컬 페미니즘(급진적 여성주의)이라고 주장했다. ‘오조오악’이 남성 혐오 단어라는 주장은 일부 ‘남초’ 사이트에서 나온 것으로 알려졌다. ‘남성 정자가 쓸데없이 5조5억 개나 된다.’라는 뜻이라고 주장하며 페미니스트들이 남성을 비하·혐오 할 때 사용하는 단어라는 논리다. 하지만 해당 단어는 대우행 신조어로 글을 썼을 당시 유행이었던 <김비서가 왜 그럴까>라는 드라마의 대사 중 한 부분이었다. 이러한 논란에 안산 선수는 무반응으로 대처하고 흔들림

없이 금메달 3관왕을 획득하여 상황이 수그러지게 되었다.

그렇다면 논란이 된 페미니즘은 대체 무엇일까? 페미니즘이란 생물학적인 성으로 인한 모든 차별을 부정하며 성 평등을 지지하는 믿음의 근거를 두고, 불평등하게 부여된 여성의 지위·역할의 변화를 일으키려는 여성운동이다. 페미니즘은 여성들의 권리 회복을 위한 운동을 가리키는 말로 1890년대부터 쓰이기 시작했다. 사회현상을 바라보는 하나의 시각이나 관점, 세계관이나 이념이기도 하다. 이를 따르는 사람을 페미니스트라고 한다.

페미니즘에 관련한 논란은 이번 올림픽뿐만 아니라 이전부터 계속되어왔다. 2016년 가정에서 여성이 겪는 부당함과 고충을 현실감 있게 표현해 관심을 받았던 82년생 김지영이 출간됐던 당시에도 페미니스트를 상징하는 책이라는 의견이 나오면서 논란이 됐다. 이후 2019년 10월 82년생 김지영이 영화로 개봉되었는데 여자 주인공 역할을 맡은 정유미 배우가 페미니스트가 아니냐는 악플에 휩싸이기 시작했다. 이에 정유미 배우는 영화 시사회에서 “관점의 차이는 늘 존재한다고 생각한다.”며 자신의 의견을 밝혔다.



위의 논란을 살펴보면 아직도 남녀 차별의 인식과 페미니즘에 대한 고정관념이 심하다는 것을 여실히 보여준다. 과거로부터 현재에 이르기까지 여성의 인권이 억압되었다는 것은 부인할 수 없는 역사적 사실이다. 이에 따라 여성의 인권을 보호하고자 하는 움직임이 일어나고 있는 현재엔 페미니즘의 이해가 필요하다. 또한 페미니즘과 남성 혐오는 전혀 다른 의미를 가지고 있다는 것을 자각해야 된다. 더 나아가 성별과 인종을 떠나 다양한 취향과 개성이 존중되는 사회로 발전해 나가야 한다. 어느 한 쪽이 옳고 그름을 따지는 문제가 아닌 우리 그 자체로도 평등함을 인정하고 다양한 사고방식을 존중하자.

- 화성시청소년기자단 양진재 기자



전자발찌 제도, 이대로 괜찮은가?

- 전자발찌 제도 개선의 필요성 -

최근 전자발찌 착용자가 전자발찌를 끊고 여성 두 명을 살해해 사람들에게 큰 충격을 주었다. 이 외에도 전자발찌를 자르고 도주하는 사건이 계속해서 발생하고 있다. 범죄의 재발 방지와 피해를 예방하는 차원에서 시작된 제도이지만, 허술한 관리 탓에 불안감이 생기고 있다. 전자발찌 시스템, 이대로 괜찮을까?

전자발찌는 범죄를 저지를 가능성이 큰 범죄자의 발목에 채워서 위치나 움직임을 감시하기 위해 만든 전자 장치이다. 전자발찌 제도는 성범죄자의 위치를 추적하고자 2008년에 처음 도입되고 2009년에 유괴법, 2010년에 살인법, 2014년에 상습강도법으로 확대되었다. 전자발찌는 부착장치와 휴대용 위치추적장치, 재택감독장치 3개로 구성돼 있다. 전국

성범죄자 위치와 이동경로 등의 정보는 GPS 장치를 통해 실시간으로 24시간 법무부 중앙관제센터에 전달된다.

전자발찌 제도가 처음 시작되었을 때에 비해 현재 전자발찌의 두께가 두 배 더 두꺼워졌다. 또한 4G 이동통신망과 개선된 GPS 방식을 적용했다. 더욱 강화된 전자발찌 제도로 인해 성범죄자의 재범률은 시행 이전에 비해 2021년 7월 기준 0.91%로 감소했다. 그러나 전자발찌를 훼손하고 도주하는 것에 그치지 않고 더 큰 범죄를 저지르는 사례도 있었고 많은 사람들에게 두려움을 주는 일이 끊임없이 발생하고 있다. 지난 10월 전남 순천에서 전과 35명이 전자발찌를 끊고 도주한 사건이 있었다. 김 모 씨는 아동·청소년의 성보호에 관한 법률 위반 등에 의해 전자발찌를 착용했지만, 이를 끊고 순천에서 진주로 이동해 큰 충격을 주었다.

전자발찌 제도가 시행된 지 10년이 넘었음에도 불구하고 이러한 범죄들이 다수 발생하고 있는데, 이를 개선하기 위해선 어떻게

해야 할까? 첫 번째로, 전자관리인력을 더 늘려야 한다. 전자발찌 착용자가 약 30배 이상 늘어났지만 전자발찌 관리자는 약 6배로 충분히 증가하지 못했다. 따라서 더욱 확실한 관리를 하기 위해서는 관리 인원의 충원이 반드시 필요하다. 둘째, 전자발찌 훼손과 관련된 범죄가 다수 발생하고 있는 만큼 훼손을 하지 못하도록 강력한 규제가 필요할 것이다. 기존의 전자발찌 제도에 새로운 방식을 추가하여 전자발찌를 끊지 못하도록 하는 것이 가장 중요하다. 피해 방지 차원에서 마련된 전자발찌 제도가 국민들에게 더 큰 피해를 안겨주어서는 안 된다. 앞으로는 전자발찌 제도를 개선하여 더 이상 재범이 일어나지 않도록 전자발찌 제도를 더욱 강화하고 확실하게 관리해야 한다. 전자발찌가 독이 아닌 득이 되도록 많은 노력을 기울여야 한다.

- 화성시청소년기자단 윤수빈 기자

스포츠연예부



코로나19로 인해 OTT서비스인 넷플릭스, 왓차, 웨이브, 티빙 등 플랫폼들이 급격히 성장했다. 그렇다면 OTT서비스가 무엇이고 콘텐츠 시장에 주목 받고 있는 이유를 알아보을까?

OTT는 Over the Top의 약자로 인터넷을 통해 언제 어디서나 방송·프로그램 등의 미디어 콘텐츠를 시청할 수 있는 사용자 중심적인 서비스이다. 아마존닷컴, Apple, 디즈니 같은 전 세계의 수많은 거대 기업들이 OTT서비스를 미래 핵심서비스로 인식해 시장 선점을 위해 경쟁하고 있다.

2021년 상반기 한국영화 관객 수는 382만 명으로 전년 동기 대비 80.9% 감소했으며, 매출액은 345억 원으로 전년 동기 대비 79.8% 줄어들었다. 지난해 11월 시작된 코로나 19 3차 유행 여파로 한국영화 개봉이 크게 줄면서 전년 동기 대비 한국영화 관객 수와 매출액이 감소했는데 코로나로 인해 방문객이 줄고 영업시간이 감소하였다.

반면 극장가와 달리 넷플릭스, 왓차, 웨이브 등 OTT서비스를 제공하는 플랫폼들에게는 오히려 기회였다. 코로나 19로 집에서 콘텐츠를 즐기는 언택트 문화가 확산되면서 넷플릭스를 비롯한 OTT 플랫폼에 대한 수요가 늘어났기 때문이다. 분석 데이터 제공 서비스를 제공하는 와이즈앱에 따르면 이번 한국인 넷플릭스 월 결제금액은 2020년 3월 약 361억 원을 기록했다. 이는 전달인 212억 원에서 약 149억 원 증가한 수치다. 같은 해 10월에는 역대 최대인 514억 원을 기록했고 전년도 동기 대비 2배 이상의 수치를 나타냈다. 또한 넷플릭스는 지난해 3분기 전 세계적으로 신규 유료 가입자가 220만 명 증가한 것으로 알려졌다.

그렇다면 사람들은 왜 OTT서비스를 사용하게 되는 걸까? 첫째, 인터넷만 있으면 내가 원하는 시간과 장소에서 이용할 수 있다. 셋톱박스라는 하나의 플랫폼에만 종속되지 않고

PC, 스마트폰, 태블릿 컴퓨터, 콘솔 게임기 등 다양한 플랫폼을 지원하고 있다. 둘째, 콘텐츠의 선택폭이 넓다. 영화관이나 TV처럼 제한되어 있지 않아 다양한 콘텐츠를 마음대로 즐길 수 있고 이용자에게 콘텐츠를 골라 볼 수 있는 기대와 흥미를 줄 수 있다. 셋째, 국내에 한정되지 않고 해외로 진출할 기회가 많아진다. 언택트 시대에 맞춰 OTT서비스인 '넷플릭스'는 이번 해 들어 다양한 콘텐츠의 영화들도 대우행을 펴트리고 있다. SF장르인 '승리호'와 '킹덤', '오징어게임' 등 전 세계적으로도 호평 받고 있으며 우리나라를 더 알릴 수 있는 기회가 되기도 했다.

우리가 사는 세상은 빠르게 변화 한다. 코로나가 터진 후 현재 비대면에 익숙해져 가면서 OTT서비스들은 더 성장할 추세이다. 앞으로 OTT서비스들이 보여줄 다양한 콘텐츠들과 그로인해 변화하는 콘텐츠 산업을 지켜보자.

- 화성시청소년기자단 양진재, 손예준 기자



패럴림픽, 얼마나 알고 있니?

올해 8월 24일 도쿄 패럴림픽이 개최되었다. 전 세계 163개국이 참가한 이 패럴림픽에서 우리나라는 금메달 2개, 은메달 10개, 동메달 12로 총 41위를 차지했다. 특히 남자탁구 개인전에서는 우리나라가 메달 3개를 전부 가져가는 쾌거를 이뤘다.

패럴림픽이란 국제 신체장애인 체육 대회로, 신체적 장애 및 시각장애를 가진 선수들이 출전해 경기를 펼친다. 영국의 스톡맨더빌 병원에서 근무하던 루드비히 구트만이 2차 세계 대전 참전 용사들의 재활 프로그램으로 '스톡맨더빌 게임'을 개최한 것이 시초다. 1960년 로마 하계 패럴림픽과 1976년 외른셀스비크 동계 패럴림픽을 시작으로 각각 4년에 한 번씩 올림픽과 연달아 개최하고 있다. 패럴림픽은 본래 척추장애라는 뜻의 그리스어 Paraplegia와 Olympics를 합친 것이었으나, 척추 상해자 뿐만 아니라 다른 장애인들도 경기에 참여하게 된 후 올림픽과 평행하게(Parallel) 이루어진다는 새로운 의미를 가지게 되었다.

이번 도쿄 패럴림픽의 종목은 22개로 올림픽보다 적은 반면 메달의 개수는 540개로 훨씬 많은데, 이는 장애의 종류와 정도에 따라 종목이 세부적으로 나뉘기 때문이다. 또한 패럴림픽에만 있는 종목들도 있는데 바로 '골볼'과

'보치아'다. 골볼은 시각장애인을 위한 구기 스포츠로, 소리에 민감한 스포츠이기 때문에 보청기 착용은 반칙이며 관중들도 경기 도중 소리를 내면 안 된다고 한다. 보치아는 공을 표적구에 가까이 던져 승패를 겨루는 경기다. 뇌성마비 중증 장애인과 운동성 장애인만이 참가할 수 있다. 미디어의 확산으로 인해 패럴림픽을 향한 대중들의 관심이 늘어나는 추세지만, 여전히 아쉬움도 있다. 올림픽은 방송사가 앞다투어 중계하는 반면 패럴림픽은 제대로 중계해주는 곳이 적어 관심이 있더라도 찾아보기 힘들기 때문이다. 언론 보도도 올림픽과 비교해 확연히 적다. 하지만 KBS가 도쿄패럴림픽 중계 방송을 역대 하계 패럴림픽 사상 최장 편성인 1,560분 동안 방송하는 등 예전보다는 중계방송 시간이 좀 더 늘어났다. 조금씩 패럴림픽을 향한 관심이 커지고 있으나 아직 올림픽보다 덜하다는 것이 사실이다.

패럴림픽은 장애인과 비장애인이 함께하는 세상을 만들어 나가는 데에 중요한 역할을 한다. 멋진 선수들의 모습이 내년 개최 예정인 베이징 동계 패럴림픽을 더욱 기대하게 만든다. 패럴림픽은 장애인들만의 축제가 아닌 우리 모두의 축제라는 점을 기억해야 한다.

항상 최선을 다하는 모든 패럴림픽 선수들을 응원한다.

- 화성시청소년기자단 김주현 기자

화성시, 이주배경 아동·청소년 위해 힘쓰다



지난 9월 8일 화성시는 화성시청에서 GS리테일과 협약식을 진행했다. GS리테일이 이주 배경 아동·청소년을 위해 급식을 지원해준다는 내용이었다. 이는 여성가족부의 시험사업으로, 과거 화성시건강가정·다문화가족지원센터에서 BGF리테일의 CU 편의점과도 계약을 맺은 바 있다. 주변에서 흔히 볼 수 있어 접근성이 높은 CU 편의점을 통해 이주 배경 아동과 청소년들은 일일 지원비를 받아 식품과 물품을 구매할 수 있게 되었다. 화성시 내에 편의점 CU는 259개, GS25는 296개의 매장이 있어 높은 접근성을 가질 것으로 추정된다.

이주 배경 아동·청소년은 다문화가족의 청소년을 말하며 그 밖에 이주한 아동과 청소년도 포함된다. 이주 배경의 아동과 청소년들은 교육을 받는 데에 어려움을 겪고 있다. 특히 한국어가 서툰 학생은 수업 이해의 어려움과 과제 수행의 불편을 겪을 수밖에 없는 노릇이다. 일부 학생들은 학교 입학에 거부감을 받고 있어 공교육 진입에 큰 어려움을 겪고 있다. 코로나 19까지 더해진 지금은 이주 배경 아동들은 온라인과 비대면 학습도 쉽지 않다. 계속해서 이주 배경 아동들이 학습 어려움을 느낀다면 학습 중단으로 이어질 수 있다.

화성시는 2019년 11월 1일을 기준으로 외국인 거주자가

4,586명으로 경기도 중 2위로 외국인 인구가 많다. 그러다 보니, 외국인 미성년자도 많은데, 코로나 19로 인한 원격수업의 연장으로 다문화 가정 학생들은 학교에 가지 않아 학교에서 받는 무상급식을 제공 받지 못했다. 더 나아가 끼니를 해결하지 못하는 환경 속에 놓여 있는 학생들이 많아졌다. 양육 문화 차이, 인근 식당 부재로 화성시는 이주 배경 다문화 아동·청소년들의 문제점을 인식하고 소비처가 희박한 일부 관내 지역에서 접근성이 높은 GS25와 CU에서 구매할 수 있도록 도왔다. 이들은 하루 최대 6,000원의 지원금으로 도시락과 우유 등 식품을 구매할 수 있게 되었다. 다문화 가정이 늘고 있는 우리 사회에서 이는 결식 예방에 도움이 될 것이다. 차별과 주변의 인식을 의식해 혜택을 누리지 못하는 불상사를 예방하기 위해 카드 결제 시스템으로 도입했다. 서철모 화성시장은 “코로나 19로 인하여 소외되기 쉬운 이주 배경 아동·청소년들에게 지역서비스 연계를 통해 서비스 체계 내에서 소외되지 않고 화성시 내 자원을 충분히 누릴 수 있도록 모든 지원을 아끼지 않을 것이다” 라고 말했다.

급식 지원뿐 아니라 한국어 교육 측면에서도 힘을 쓰고 있다. 화성시는 타 시보다 지역이 넓어 교육 접근성에 한계가 있었

다. 문제점을 개선하고자 화성시외국인복지센터는 남부권 지역과 서부권 지역을 나눠 교육장을 확보했다. 고려인의 한국어 모국어화를 위해 남양읍에서 지역 교육장을 개설했다. 한 해에 1,485명을 위해 한국어 교재, 급식, 보조강사 지원이 투입되고 있다. 프로그램뿐만 아니라 화성시는 다문화 관련 학교 100여 개가 있다. 다문화 관련 학교는 다문화 중점학교, 다문화예비학교, 다문화 연구학교로 구분 된다. 다문화 중점학교는 일반 학생과 다문화 학생 모두의 다문화 인식 제고를 위한 다문화 교육 프로그램을 기획·운영하는 학교이다. 다문화 예비학교는 중도입국 자녀가 정규학교에서 잘 적응할 수 있도록 한국어와 한국문화 적응 프로그램을 집중적으로 제공하고 있다. 다문화 연구학교는 다문화 교육을 문화 다양성 교육으로 전환하기 위한 교육프로그램을 개발하고 적용하고 있다. 다문화 가정을 위해 시범적으로 제도를 수립하고 이행하는 화성시의 진보가 기대된다. 이주 배경 아동을 위한 편의점 사업은 시범 사업이내만큼 여러 기업에서 사각지대에 놓여 소외당하고 있는 아동과 청소년들을 대상으로도 도움의 손길을 내밀 필요가 있다.

- 화성시청소년기자단 최시은 기자

상실과 애도의 공간

마음껏 울어도 되는 곳, T.T ZONE을 아시나요?

울어도 괜찮아!

코로나가 발생한 지 어느덧 2년이 다 되어간다. 겉으로 드러나지는 않지만 마음속에 우울감이 쌓이진 않았는가? 방역수칙을 지키면서 쌓인 감정들도 풀 수 있는 곳으로 T.T 존을 추천한다. T.T 존은 2018년 화성시에서 화성 시민들이 정서를 제한할 수 있는 공모전을 열었을 때 한 시민이 마음껏 울고 싶다는 제안한 아이디어로 탄생했다. 눈물을 흘리는 모습이 알파벳 TT와 비슷해 T.T 존으로 이름이 정해졌다. 이름처럼 마음을 적시는 영상을 보거나 음악을 들으며 참았던 눈물을 흘리는 곳이다.

화성시 동탄 호수공원 내 어울림센터 A동에 있으며 내부에는 TV가 딸린 포근하고 아늑한 방이 있어 나만의 시간을 가질 수 있다. 심리적 동요가 큰 방문자들을 고려해 세면대에는 깨지지 않는 거울이 걸려있고, 전원 케이블은 최대한 보이지 않게 숨겨져 있다. 또 비상벨이 설치되어 있어 응급상황이 발생하면 구급차를 신속하게 부를 수 있다.

T.T 존을 포함한 시민 정신건강체험관 운영을 관리하는 최소라 팀장은 T.T 존에 대해 “아직은 사회에서 부정적인 인식이 강한 슬픔이나 눈물 같은 감정을 풀 수 있는 곳”이라며 “학업에 지친 학생이나 삶이 적정한 노인 등 마음이 복잡한 사람들에게 추천한다”고 설명했다.

T.T 존은 중학생 이상의 화성 시민이면 누구나 무료로 이용할 수 있다. 전화 예약을 해야 하며 하루 6명씩 이용할 수 있다. 최대 90분까지 사용할 수 있으며 입장하기 전 설문문을 통해 우울감의 정도를 확인해 정신건강을 진단받을 수 있다. T.T 존에 입장한 후에는 전문가가 연령, 고민 상담 내용 등에 따라 맞춤형 영상을 틀어준다.

이OO님(26, 화성)은 “코로나 19 발생한 뒤 밖에 나가기도 못했고 세상에 나 혼자만 남겨진 기분이어서 많이 우울했다. 우울증이 와서 약 처방도 받았다. 그러다 친구 추천

으로 T.T 존을 우연히 가보았는데 혼자 울다 보니 부정적이었던 감정이 사라지는 느낌이 들어서 앞으로도 자주 찾아갈 예정”이라고 말했다. 이처럼 눈물을 흘리면 심장에 무리를 주는 스트레스 호르몬이 빠져나가면서 스트레스가 해소되고 맥박 수치가 낮아지기 때문에 안정감을 느낄 수 있다. 코로나가 지속되면서 우울감을 겪는 사람들이 계속 늘고 있다. 그러나 이제부터는 마음속에 감정을 가두어 절망에 몰아넣지 말고 상담도 받고 실컷 울며 쉴 수 있는 T.T 존에 방문해 보는 건 어떨까?

※ 전화예약 : 031)352-0175

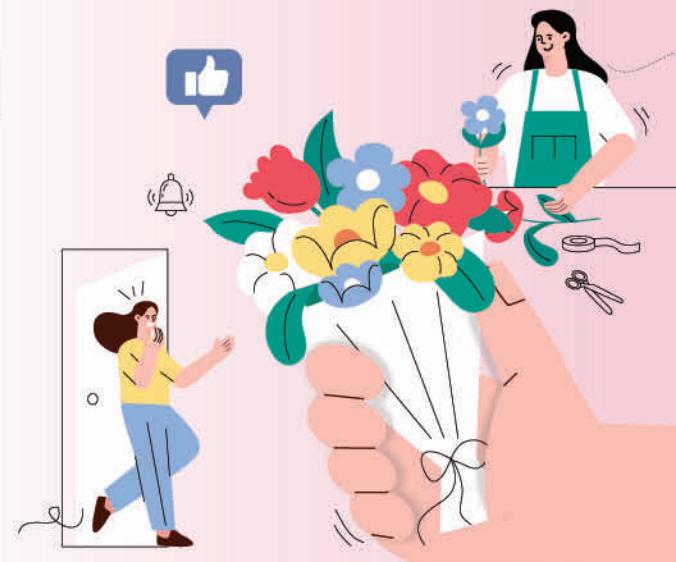
※ 운영시간 : 평일 09:00~18:00



- 화성시청소년기자단 양현진 기자



연택트 시대의 이색적 정기 구독 서비스성장 약일까 독일까?



스마트 폰의 발달로 손안의 세상에서 누구나 시간과 장소에 구애받지 않고 미디어 콘텐츠와 물건을 구입하기 쉬워졌다. 특히 코로나 19의 영향으로 실내에 머무르는 시간이 길어지면서 다양한 이색 정기 구독 서비스도 성장했다.

정기 구독이란 소비자가 일정 금액을 내고 원하는 제품이나 서비스를 정기적으로 받는 방식을 말한다. 코로나로 집 앞까지 배달되는 상품을 찾는 소비자들이 늘면서 정기구독 서비스의 범위가 다양해지는 추세이다. 글로벌 시장 조사 업체인 가트너는 2023년에는 직접 제품을 판매하는 기업 중 75%가 구독형 서비스를 제공할 것이라 전망했다. 이전의 구독 서비스는 구독이라는 의미에 한정된 책, 잡지, 신문으로 보편화 되었다. 그러나, 연택트가 중요해진 지금 시대에서는 미디어 콘텐츠 분야 (음원, 영상스트리밍, 어학/교육, 도서/웹툰, 게임 등)와 각종 생필품 구독서비스가 중심이 되고 있다. 우리가 가장 많이 이용하는 카카오톡의 이모티콘도 월 일정금액만 지불하면 이모티콘을 소유하지 않고도 다양하게 이용할 수 있으니 정기 구독의 서비스가 우리 생활 곳곳에 얼마나 가까이 있는지 알 수 있다.

최근 이색적인 구독 서비스도 등장했다. 첫째, 꽃과 식물을 정기 구독할 수 있는 서비스이다. 꽃은 매번 구입하기는 부담스럽고 시간이 지나면 시들어 버리는 단점 때문에 구입하기가 망설여 지는 품목 중에 하나이지만 꽃·식물 정기구독을 통해 플로리스트가 디자인한 꽃이나 식물을 제공 받아 소중한 일상을 향기로 채울 수 있다. 둘째, 누구나 도전할 수 있는 취미생활 키트를 일정기간 제공하는 랜덤취미박스가 있다. DIY 네온사인, 컬러링키트, 니들펀치 풀세트 등 계절감 있는 아이템에서부터 유행하는 아이템까지 쉽게 실증을 느끼거나 다양한 취미를 누려보고자 하는 이들에게 안성맞춤이다. 셋째, 과자 구독 서비스가 있다. 매월 다르게 구성된 다양한 과자를 시중가 대비 저렴한 가격으로 제공받을 수 있다.

이렇게 많은 사람들이 구독 서비스에 열광하는 이유는 무엇일까? 적은 부담으로 다양한 경험을 누릴 수 있는 장점 때문이다. 바쁜 현대인들에게 매번 주기적으로 구입해야 하는 물건들을 아무런 고민 없이 쉽게 좋은 물건으로 제공받을 수 있다. 또한 구독 서비스를 통해 추가 할인이나 혜택까지 적용된다고 하니 더욱 매력적으로 보인다. 하지만

생활에 필요한 대부분의 제품이나 서비스를 정기 구독으로 해결할 수 있게 되면서 예기치 못한 쓰레기 배출도 늘어났다는 지적이 뒤따른다. 실제로 정기 구독 서비스의 형태가 물건이라면 대부분 택배를 통해 서비스를 제공받으므로 쓰레기의 재생산이라는 문제를 피하지 않을 수 없다. 또한 합리적인 소비가 아닐 경우 오히려 필요가 없는 물건만 계속 쌓이게 될 수 있다는 우려도 있다. 콘텐츠 구독도 마찬가지로 이용하지 않으면 달마다 돈만 지출하는 결과를 초래할 수 있다. 편리한 정기 구독 서비스가 오히려 해가 될 수도 있다는 것을 생각해 보아야 할 것이다.

구독서비스는 이제 단순한 상품이 아닌 새로운 가치 창출을 위한 수단으로 자리잡았다. 그러나 환경 오염 및 소비자의 올바르게 못한 소비생활을 이끌 수도 있다는 점에서 우리는 구독 서비스를 보다 합리적인 시각으로 보아야 할 것이다.

- 화성시청소년기자단 문성민 기자

나만의 세계? 나만의 캐릭터? 만들 수 있습니다! 새로운 가능성 메타버스



지난 8월 19일 페이스북이 가상 세계에서 회의나 업무를 할 수 있는 '호라이즌 워크룸'을 공개하며 사람들의 눈길을 끌었다. 호라이즌 워크룸은 줌(zoom)과 같이 비대면 시대에 코로나를 피해 안전하게 회의를 할 수 있는 플랫폼으로, 아바타를 이용해 회의를 하고 자료도 공유할 수 있다. 이와 같이 가상 세계 이용자가 만들어내는 세상을 통틀어 '메타버스'라 부른다. 메타버스는 가상, 초월의 의미인 '메타'와 세계, 우주를 의미하는 '유니버스'를 합성한 말이다. 정치와 경제, 사회, 문화의 전반적 측면에서 현실과 비현실이 공존하는 생활형, 게임형 가상 세계라는 의미로 폭넓게 사용되고 있다.

메타버스가 주목받고 있는 이유는 무엇일까? 바로 코로나 19 때문이다. 사회적 거리 두기로 인하여 집에서 지내는 시간이 늘고 사람들이 만나는 횟수가 줄어들었다. 이에 따라 가상 세계에서 사람들 만날 수 있는 메타버스가 활발하게 이용되고 있다.

그럼 여러 분야에서 떠오르는 메타버스에 대해 알아보자. 메타버스하면 생각나는 분야는 바로 게임 분야이다. 포트나이트, 로블록스, 마인크래프트 등 유명한 게임은 대부분 초기의 메타

버스에서 탄생했다. 요즘 인기가 급상승하는 게임 '로블록스'는 메타버스와 같이 사용자가 아바타를 만들고 그 게임 안에 있는 여러 가지 미니 게임들을 할 수 있다. 게임 로블록스의 올해 1분기 일일 활성 이용자 수가 1억 9900만 명으로 로블록스의 인기를 증명하고 있다. 로블록스가 인기 있는 이유는 사용자가 직접 게임을 제작할 수 있기 때문이다. 이 게임은 소비자도 게임을 만드는 창작자가 될 수 있어 매우 혁신적이다. 이처럼 로블록스 새로운 발상은 성공한 메타버스의 표본이 되었다.

지금 이렇게 어마어마한 영향을 주고 있는 메타버스는 앞으로 다양한 산업에 활용될 것으로 기대된다. 그중 하나는 엔터테인먼트 산업이다. 코로나 19로 인하여 대규모 콘서트를 열 수 없게 된 유명 래퍼 트래비스 스콧은 메타버스 게임 '포트 나이트'에서 공연해 223억 원을 창출했다. 이는 자신이 현실 세계에서 공연할 때 보다 많은 수익이었다. 또 네이버 Z는 아바타를 활용해 다양한 활동을 할 수 있는 공간을 제공하고 있다. 블랙핑크 버추얼 팬 사인회에는 4,600만 명이 몰리기도 했다. 더불어 교육 분야에도 메타버스



적용을 시도하고 있다. 온라인 줌을 이용한 수업시간에 집중하지 못하는 학생을 위해 360도 가상공간과 3차원 오브젝트를 이용한 실감형 수업에 대한 논의가 진행 중이다.

이처럼 메타버스는 현재 여러 가지 산업에 긍정적인 영향을 미치고 있다. 코로나 종식 이후에도 메타버스는 여러 산업에 걸쳐 지속적으로 성장할 것이다. 왜냐하면, 메타버스는 아직 완전하게 구축되지 않았고 그 가능성은 매우 방대하기 때문이다. 그러므로 메타버스는 우리에게 새로운 미래와 희망이다. 우리는 그 가능성을 계속 염두하고 지켜보아야 할 것이다.

- 화성시청소년기자단 이태석 기자

함께 하면 더욱 커지는 의미. 챌린지!

- 긍정의 힘을 실어 나르다! -

루게릭병 환자를 돕기 위한 릴레이 기부 캠페인 '아이스버킷 챌린지'를 기억하는가? 이 챌린지는 2014년 미국에서 시작되었으며 차가운 얼음물 샤워로 고통을 나누는 방법으로 진행되었다. 한때, 연예인들을 비롯하여 많은 사람이 참여했던 챌린지이다. 그렇다면 오늘날의 챌린지는 어떠한가.

먼저 챌린지의 의미를 살펴보자. 챌린지는 캠페인 중에서도 참여형 캠페인을 말한다. 최근 다양한 SNS를 통하여 자신의 일상을 공유하는 사람들이 많아졌다. 그로 인해 긍정적인 의미나 의도가 담긴 캠페인을 직접 참여하는 형식의 참여형 캠페인이 주로 진행되고 있다. 챌린지에 직접 참여함으로써 사람들은 챌린지가 전하고자 하는 메시지에 더욱 공감할 수 있다.

챌린지가 활발하게 진행되고 있는 분야 중 하나는 환경 분야이다. 국제 환경 보호 단체인 그린피스는 플라스틱 용기나 일회용 용기와 같은 불필요한 쓰레기를 줄이자는 취지로 '용기내 챌린지'를 시작하였다. '용기내 챌린지'는 '용기(勇氣)를 내서 용기(容器)에 음식 등을 포장해오자'는 의미를 담은 운동이다. 2020년 4월 그린피스 서울사무소가 배우 겸 환경 운동가 류준열과 함께 진행했으며 유튜브, 블로그, 인스타그램 등에서 많은 사람이 참여하고 있다. 챌린지 참여는 다화용이나 천 주머니에 음식이나 식재료를 담아 포장해 온 후, 사진을 찍어 SNS에 '#용기내 챌린지' 또는 '#용기내 캠페인' 등의 해시태그와 함께 게시하면 가능하다. 이외에도 환경부에서 일상 속 플라스틱 줄이기를 취지로 진행 중인 '고고 챌린지'와 캔의 재활용률을 높이기 위해 밭아서 버리자는 취지의 '캔크러시 챌린지'도 있다.

또한 엔터 사업에서도 챌린지가 활용되고 있다. 2020년 상반기 지코의 '아무노래' 챌린지가 유행하며 현재 틱톡을 통한 아이돌 가수 신곡 홍보가 활발하게 진행 중이다. 여기서 챌린지는 해당 노래를 틀어 놓고 춤을 추거나 가사와 관련된 내용을 담은 동영상을 올리는 것을 의미한다. 지코는 자신의 솔로 곡 '아무 노래'에 맞추어 간단한 안무를 추는 영상을 틱톡에 게시했다. 이 영상은 1억 뷰를 기록했으며 '아무 노래 챌린지'에 참여한 틱톡 이용자는 무려 10만 명에 육박했다. 한 연예기획사 관계자는 "캠백 관련 기사를 쏟아내는 것이 효과적이지 않은 시대에 틱톡은 기존엔 없던 신선한 홍보 플랫폼"이라고 말했다. 또한 지난 9월 6일에 발매한 STAYC(스테이씨)의 타이틀곡 '색안경(STEREOTYPE)'은 발매 전 틱톡을 통한 선공개로 노래와 춤의 일부분을 보여주었다. 이로 인하여 사람들의 관심이 더욱 뜨거워졌으며 기대감을 높였다.

마지막으로 사회나 정치 분야에도 챌린지가 사용되고 있다. 기업이나 정치인은 의미있는 여러 방면의 챌린지를 함께하고 있다. 화성시 의회 원유민 의장은 어린이 교통안전 릴레이 챌린지에 참여했다. 이 챌린지는 어린이 보호구역 내 사망사고 발생이 증가함에 따라 어린이 교통안전에 대한 국민적 관심을 높이고 어린이 보호 최우선 문화를 확산하기 위해 행정안전부 주관으로 시작되었다. 원유민 의장뿐만 아니라 화성시문화재단 이종원 대표이사, 한국산업기술시험원 등 여러 기업이나 단체, 정치인들도 참여했다. 이러한 참여는



사회적 이미지를 긍정적으로 만들으로써 사람들의 인식을 긍정적으로 변화시킬 수 있다. 좋은 의미의 챌린지에 참여한 모습을 SNS를 통해 보여주어 '이 사람이 이러한 분야에 관심을 갖고 귀를 기울이는구나.'라는 생각이 들게 할 수 있는 것이다. 또한 사회적 지위가 있는 사람의 참여로 인해 더 많은 사람이 관심을 가지고 참여할 수 있다.

인터넷을 하다 보면 SNS에 게시된 영상이나 사진을 통해 사람들이 챌린지에 참여한 모습을 볼 수 있다. 이러한 챌린지들은 함께하기에 더욱 의미가 크다. 인터넷상에서 다른 사람의 참여를 보며 자신도 참여 의지를 다질 수 있다. 또한 오늘날에는 일상과 미디어가 매우 밀접해 있기 때문에 접근성도 높다. 만약 흥미롭거나 의미 있는 챌린지를 봤다면 함께 참여해보는 게 어떨까? 한 사람의 참여로 각 챌린지가 가진 좋은 뜻이 더 큰 의미를 가지게 될 것이다.

- 화성시청소년기자단 최인서 기자



소비에 큰 영향력을 행사하는 #인플루언서#

인플루언서 마케팅의 양면성



코로나19 범유행 전후에도 많은 사람이 끊임없이 사용하는 온라인 플랫폼 중 하나는 SNS(Social Network Service)이다. 이로 인해 새로운 직업이 생겼는데, 바로 '인플루언서'다. '인플루언서'란 SNS에서 영향력을 행사하는 사람을 의미한다. 기업은 인스타그램, 유튜브와 같은 SNS에서 수십만명의 구독자와 팔로워를 보유한 인플루언서에게 돈을 지급하여 제품 홍보나 사용 후기 등을 올리게 하는데 이를 '인플루언서 마케팅'이라고 한다. 그들의 영향력은 코로나 19 범유행이 지속되면서 점차 커지고 있는데 왜 그럴까?

SNS는 고객과 소통할 수 있는 다양한 방식과 콘텐츠로 매년 고객에게 새롭게 접근하고 있다. 고객들이 코로나 확산이 우려되어 오프라인보다 온라인 이용을 더 추구하게 되었고, 매대에 관련된 경제 사업 또한 온라인을 사용하여 인플루언서의 영향력이 점차 커지게 됐다. 그래서 기업들은 인플루언서 마케팅을 활용하여 고객을 늘리고 더 많은 매출을 올리기 시작했다. 인플루언서 마케팅을 이용하면 높은 금액을

지급해 유명인을 고용하는 것보다 저렴한 비용으로 제품을 홍보할 수 있다. IPA의 보고서에 따르면, 광고 기업 자체는 20% 줄었지만 인플루언서 마케팅 기업은 46% 증가했다. 또한, 인플루언서 마케팅은 고객을 또 다른 마케터로 만들 수 있다. 예를 들어, 고객이 인스타그램 인플루언서가 방문한 장소의 해시태그를 본 후 그곳을 다녀와 다시 자신의 인스타그램에 같은 해시 태그를 달게 된다. 이처럼 직접 비용을 지급하지 않아도 고객들 사이에서 자연스럽게 광고가 퍼질 수 있다. 나아가 인플루언서들은 대부분 평범한 사람들이다. 그렇기에 이는 고객들에게 친밀감을 주고 의존하게 하여 편안하게 그들의 추천을 받아들이게 한다.

하지만 인플루언서 마케팅에는 장점만 있을까? 인플루언서가 수입금을 받았지만, 광고나 협찬 표시를 하지 않는 부정 광고가 발생할 수 있다. 광고나 협찬을 받아 게시했다면 고객들이 알아볼 수 있게 표시해야 하지만, 광고가 아닌 척 속이는 것은 표시광고법을 어기는 행위이다. 인플루언서의

광고는 전문성이 기획 회사보다 제한되어 있어서 과장된 설명이나 허위 사실이 담긴 광고가 될 수도 있으며, 광고할 수 있는 분야가 제한되어 있어서 여러 분야의 광고를 하기 어렵다는 결함이 있다. 더불어 인플루언서의 실수로 기업은 타격을 입을 수 있다. 이러한 경우 인플루언서가 그에 대한 대가를 지불해야 한다. 또한, 그들의 광고가 소비자들 사이에 좋은 반응을 보일 것이라는 확실한 결과를 측정하기 어렵다.

이처럼 인플루언서의 영향력은 소비자들의 소비 과정에 비례한다. 또 기업의 경제와 온라인 관련사업의 발전에도 영향을 준다. 점차 커지는 인플루언서들이 행사하는 영향력의 단점을 보완하고 장점을 더욱 부각하는 직업으로 발전시키기 위해 노력하여 더 긍정적인 영향력을 행사하는 직업으로 나아가기를 기대한다.

- 화성시청소년기자단 김세빈 기자



다 같이 잘살자고?

공동부유와 이에 따른 각종 규제들에 대하여

최근 그룹 방탄소년단의 멤버 지민의 생일(10월 13일)을 축하하기 위해 중국의 팬클럽이 준비한 비행기 광고 이벤트가 중국 웨이보로부터 금지당하고 해당 이벤트를 준비한 팬클럽 계정은 60일간 중지된 사건이 있었다. 이 외에도 중국은 현재 사교육 금지, 청소년 게임 시간제한 등의 규제를 강화하고 있다. 이러한 사건이 일어나게 된 원인은 시진핑 주석이 내세운 '공동부유'로 인한 각종 규제 때문이다. 지금부터 공동부유 실천을 위한 조치들과 그로 인한 영향들에 대해 알아보자.

지난 8월 17일 시진핑 주석은 공산당 지도부와 제10차 중앙재경위원회를 열고 이 자리에서 그는 중국의 새 목표로 다 같이 잘살자는 취지의 공동부유를 중국의 목표로 내세웠다. 공동부유는 마오쩌둥이 가장 처음 사용했으며 시진핑 주석이 집권 초기 언급했던 내용으로 지역 격차, 도시·농촌 간 격차, 빈부 격차 등을 해결하는 것이 주요 요점이다. 곧 '부의 재분배'를 의미하는 공동부유를 이루기 위한 첫걸음은 '소득 격차 줄이기'이다.

시 주석은 돈이 몰리는 사교육, 게임, 엔터테인먼트 등 분야에 걸쳐 규제를 강화하기 시작했다. 청소년들은 금·토·일, 휴일에 1시간 동안만 온라인 게임을 할 수 있으며 2021년 10월부터 중국의 통일과 주권, 도박, 폭력 등과 관련된 노래는 금지곡 목록에 올라 부를 수 없게 된다. 또한 연예계에 대한 규제도 잇따르고 있는데 '낭파오', 즉 화장을 하는 등 여성스

러운 남자 아이돌의 활동을 사실상 금지하며 압박을 가하고 있다. 이와 같은 규제로 인해 윗글에서 언급했던 것과 같이 전 세계적으로 많은 인기를 끌고 있는 K팝 아이돌의 중국에서의 활동과 게임 산업은 크게 위축될 것으로 보인다.

중국 정부는 '의무교육 단계 학생들의 숙제와 학원 수업 부담 경감 조치'를 발표하며 입시 사교육 또한 전면 금지했다. 초, 중학생을 대상으로 하는 교과목 위주의 학원 교육과 과외 등 예체능을 제외한 중국어, 영어, 수학 등의 과목에 대한 사교육 시장의 문을 닫아버린 것이다. 위와 같은 교과목 위주 사교육 외에도 미취학 아동을 대상으로 한 온라인 수업이나 교과 관련 교육도 금지되었다. 이로써 신규 학원은 문을 열 수 없으며 기존 사교육 기관은 비영리 기구로 재등록해야 하고 학교 숙제를 크게 줄이며 숙제와 학원 수업을 절감하는 쌍감 조치를 실행하고 있다. 중국의 사교육 시장 규모는 우리 돈 약 137조 원으로 사교육이 학생들의 공부 부담과 부모의 경제적 부담을 늘리고 있으며 이 같은 부담이 최근 감소한 중국의 출산율에도 영향을 끼칠 수 있다는 판단 때문에 쌍감 조치를 시행하게 된 것으로 보인다. 그러나 한편으로는 결국 고액의 비밀과외만 증가할 것이라는 반응도 있다.

시진핑 주석의 이러한 행보에 중국을 대표하는 여러 기업도 공동부유를 위해 발 벗고 나서고 있다. 중국 최대의 자동차업체 '지리'는 최근 우리 돈 6천 700억 원어치 주식을 내년부터

우수직원 만 8백여 명에게 나누어 주기로 했고, 전자상거래 업체 '판다'는 우리 돈 약 1조 8천억 원을, 중국 대표 기술 기업 '텐센트'는 약 9조 원을 공동부유를 위해 사용하겠다고 밝혔다. 이에 거대 기업들이 중국 정부에 충성심을 내보이기 위한 행동이라는 분석이 나오고 있다.

이 같은 중국의 목표가 극단적으로 실현된 미래 사회의 모습을 바탕으로 한 소설이 있다. 바로 로이스 로리(Lois Lowry)의 '기억 전달자(The Giver)'인데, 이 책에서는 사회의 모든 사람이 원로들에 의해 직업을 부여받고, 배우지는 물론 아이까지 자신에게 맞는 사람으로 정해진다. 어찌 보면 실업자도 없고 날씨와 지형까지도 통제되는 안전하고 평화로운 세상으로 보이지만 자신이 모든 자유를 억압받고 있다는 사실을 알게 된 주인공은 다른 이들에게도 이 사실을 알리기 위해 기나긴 여정을 떠난다.

이처럼 일각에서는 '공동부유가 공동빈곤이 되는 것 아닌가', '자유를 억압하는 공동부유가 과연 옳은 것인가'하는 등의 걱정도 잇따르고 있다. 또한 중국의 각종 산업 규제가 중국에 진출한 우리나라의 엔터테인먼트, 게임 기업에게도 증세나 노동 관련 규제로 영향을 미칠 가능성이 있는 만큼 중국의 상황에 관심이 집중되고 있다.

- 화성시청소년기자단 이유하 기자



진짜일까, 가짜일까??



딥페이크

합성하는 사례와 같이 악용되기도 한다. 네덜란드 사이버 보안 연구 회사인 딥트레이스는 딥페이크 영상 중 96%가 포르노 영상이며 피해자의 46%는 미국과 영국의 여성 배우들, 25%는 한국 여자연예인으로 밝혀졌으며 한국 또한 피해자 수가 상당하다는 것을 알 수 있다. 미성년자를 협박하여 사진이나 영상을 찍게 한 후 이를 판매한 N 번 방 사건에서도 딥페이크 영상이 대략 500개 발견되었다. 그들은 걸그룹, 여배우, 여성 아나운서 등의 이미지를 음란 영상과 절묘하게 합성한 뒤 서로 공유하며 피해자들을 능욕 시켰다. 이로 인해 딥페이크를 악용하는 사람들을 처벌해달라는 게시글이 청와대 청원 게시판에 올라오기도 했다. 또한 딥페이크를 이용한 가짜 뉴스도 늘고 있다. 실제 미국에서는 딥페이크 기술로 김정은 북한 국무 위원장이 미국의 대선 투표 참여를 독려했던 것처럼 가짜 영상을 만들어 논란이 되었다.

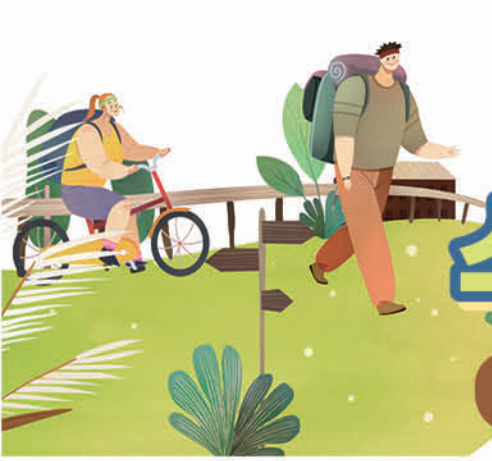
딥페이크 기술이 악용되고 있는 가운데 한국과학기술원은

딥페이크로 인한 피해를 막기 위해 딥페이크를 잡아내는 앱을 개발했다. 누구든지 이 앱을 깔고 영상 일부를 사진으로 올리면 그 영상이 딥페이크일 확률이 얼마일지 알 수 있다. 또한 처벌도 강화되고 있다. 딥페이크 영상물을 제작, 배포 등의 위법행위를 저지른 자를 5년 이하의 징역 또는 5천만 원 이하의 벌금, 자신의 이익을 위해 제작이나 배포했을 경우 7년 이하의 징역의 가중처벌을 내릴 수 있도록 법률을 제정하였다.

딥페이크는 우리 삶의 질을 높이고 긍정적인 영향을 주고 있다. 하지만 이를 악용하는 사람들이 늘어나 연예인뿐만 아니라 민간인까지 딥페이크의 피해자가 되고 있으며, 딥페이크를 향한 부정적인 시선 또한 늘고 있다. 이제는 이런 피해를 줄이기 위해 관련 법률을 강화하고 딥페이크 기술에 대한 교육이 활발하게 진행되도록 노력해야 한다.

- 화성시청소년기자단 최희연 기자

딥페이크는 딥러닝(deep learning)과 페이크(fake)의 합성어로, 특정 인물의 얼굴과 다른 인물의 신체를 합성한 영상물이다. 최근 딥페이크 기술로 고인을 재현해 유가족들을 위로하고 과거의 추억을 소환할 수 있게 되었고 새로운 감동을 만들어 내었다. 또한 신원 보호가 필요한 사람들을 위한 안전장치가 되는 등 딥페이크 기술이 유용하게 쓰이고 있다. 그러나 딥페이크 기술을 이용해 연예인의 얼굴과 포르노를



이번 겨울방학은 스포츠케이션과 함께?

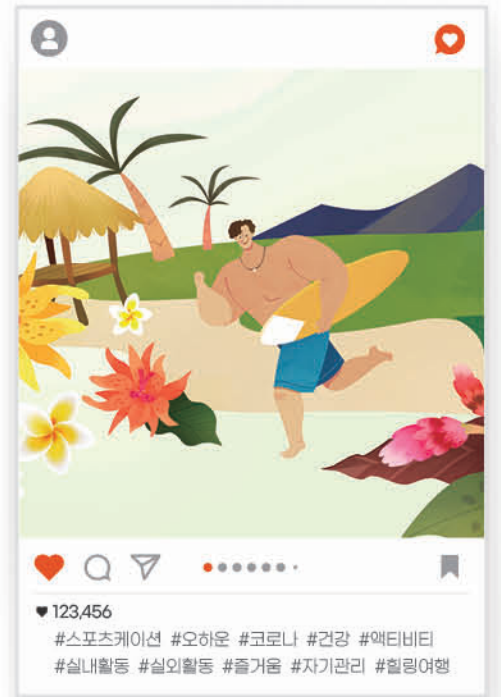
MZ세대 휴가 트렌드는 스포츠케이션

요즘 많은 사람이 코로나로 인해 밖에 나가지 못하다 보니 자연스럽게 운동량도 줄었다. 그리고 해외여행이나 다수가 함께하는 활동에도 제약이 생겼는데, 이러한 상황에서 자기 관리에 관심이 많아 운동을 즐기는 MZ세대 사람들이 트렌드를 만들었다. 바로 스포츠케이션이다. 스포츠케이션은 운동을 뜻하는 '스포츠(Sports)'와 휴가를 뜻하는 '베케이션(Vacation)'을 합성한 말로, 운동을 목적으로 떠나는 휴가를 의미한다.

스포츠케이션 문화는 코로나 19로 인해 형성되었다. 코로나 19로 여행은 물론 여럿이 함께하는 활동에도 제약이 생기면서 소수의 인원이 즐기거나 실내에서 혼자 할 수 있는 활동으로 운동을 선택하는 사람들이 많아졌기 때문이다. 여가 액티비티 플랫폼인 프리이 지난 6월 481명을 대상으로 한 조사에서 응답자 대부분(72.4%)은 휴가 때 액티비티를 즐기겠다고 답했다. MZ 세대는 꾸준히 운동하고 건강한 음식을 챙겨 먹는 등 자신을 돌보는 삶에 큰 가치를 둔다. 그래서 이들은 평소에도 운동 루틴을 실천하며 '오하운(오늘 하루 운동)'에 대한 내용을 블로그나 SNS, 유튜브에 기록한다. 바로 이런 MZ 세대의 생활 방식이 지금의 스포츠케이션 문화의 기반이 된 것이다.

그럼 스포츠케이션 활동에는 어떤 것이 있을까? 첫 번째로는 다양한 체험시설을 통해 스포츠를 즐기는 여행이다. 이러한

여행의 대표적인 시설로는 스포츠 몬스터이다. 스포츠 몬스터는 놀이와 스포츠를 합친 레저테마파크이다. 여기에서는 실제 경기 못지않게 실감 나는 운동을 할 수 있고, 상대편 선수를 직접 대면하지 않고 빈 공간에서 혼자 즐길 수 있다. 학생들이 부모님 없이도 친구들과 함께 또는 혼자 가서 재미있게 스포츠 활동을 즐길 수 있어 인기가 많다. 두 번째는 도심에서의 자전거&등산 여행이다. 이 여행은 산과 자전거 도로가 도심에 있고 가까이 있어 쉽게 떠날 수 있는 게 장점이다. 요즘에는 도심에서 라이딩을 즐기는 MZ세대가 많아졌다. 지역마다 자전거 대여샵이 있고 인터넷 검색으로 쉽게 코스와 거리, 누적 고도까지 알아볼 수 있어 부담 없이 여행을 떠날 수 있다. 코로나로 인해 바깥 공기를 마시지 못한 사람들은 등산을 통해 깨끗한 공기를 마실 수 있다. 그리고 사람들과 가까이 모이지 않아도 되는 활동이기 때문에 산으로 발걸음을 돌리는 사람들이 많아졌다. 현재 동탄에서 하고 있는 자전거&등산 투어 활동은 일상을 벗어나 여행하는 기분을 느끼고 상품도 받을 수 있어 호응이 좋다고 한다. 세 번째 여행은 스쿼시 여행이다. 스쿼시는 코로나 19로 인해 사회적거리 두기로 무료한 지금, 그 어느 때보다 적합한 운동이다. 테니스와 유사하지만, 테니스는 상대방 선수와 공을 쳐 주고받아야 하는 반면 스쿼시는 벽에 공을 튀



겨 돌아온 공을 혼자서 다시 받는 운동이다. 스쿼시는 전신 운동에 도움이 되는데 코로나 19로 밖에 나가지 못해 운동이 부족했던 학생이라면 올 방학에 실내에서 스쿼시를 도전해 전신 운동능력을 길러보자.

스포츠케이션은 코로나 시대에도 안전하게 즐길 수 있어서 인기가 많다. 이러한 스포츠케이션의 인기는 팬데믹 이후에도 계속될 것으로 보인다. 많은 학생이 코로나 19 때문에 방에서 나가지 못해 운동량이 줄어 건강이 악화되고 있는데, 스포츠케이션으로 방역수칙도 잘 지키며 평소에 해보지 못한 스포츠를 즐기는 것은 재미있는 휴가 방법일 것이다. 우리 모두 올겨울 방학에 방역수칙을 잘 지키며 가족들과 함께 스포츠케이션을 해보는 건 어떨까?

- 화성시청소년기자단 한연수 기자



With Covid-19
위드 코로나로

일상생활 회복 가능성 열려

코로나 종식 대신 위드 코로나로!



코로나 19 바이러스가 발병한 지도 벌써 1년이라는 시간이 훌쩍 지났다. 올해는 마스크를 벗겠지라는 희망도 걸어 보지만 뜻대로 되지 않는다. 코로나 19 바이러스가 여전히 지속되고 있는 가운데 '위드 코로나'라는 단어가 생겼다.

위드 코로나란 코로나 19가 완전히 종식하는 데 초점을 맞추지 않고 코로나와 함께 살아간다는 것을 의미한다. 여기서 함께 살아간다는 것은 코로나로 인한 사회적, 경제적 제한을 없애고 마스크를 착용하며 평범한 일상으로 돌아간다는 것을 뜻한다.

2020년 후반부터 코로나 19 백신이 개발되어 코로나 19의

종식을 기대한 사람들도 있었지만 계속해서 변이 바이러스가 출몰하고 있는 상황이다. 심지어 백신 접종을 완료했음에도 불구하고 코로나 19에 감염되는 사례가 빈번해지자 코로나 종식보단 위드 코로나를 주장하는 사람들이 등장했다. 실제로 영국, 싱가포르, 프랑스, 독일, 덴마크에 서는 위드 코로나가 실행되고 있다. 영국의 경우 위드 코로나 실행 이후 코로나로 인한 치명률이 1/8 정도로 감소하였다. 위드 코로나를 실행하면 일상생활이 정상화됨으로써 경제가 활성화되고 사회활동이 과거와 같이 정상적으로 회복되는 효과가 있다. 하지만 장점만 있는 것은 아니다. 물론 코로나에 대한 치명률은 줄었지만, 확진자는 증가하고 있기 때문이다. 결과적으로는 단점보다 장점으로 얻는 것이 더욱 많다 보니 계속하여 위드 코로나를 이어나가고 있다.

YTN에서 전국 만 18세 이상 500명을 대상으로 한 위드

코로나에 대한 찬반 투표조사 결과, 찬성하는 국민이 10명 중 7명에 달했다. 정은경 질병관리청장은 "위드 코로나는 치명률과 위중증률은 낮추되 일상생활이 가능한 정도로 코로나 19 유행을 통제하는 것"이라며 "의료 및 방역 대응을 철저히 해 감당 가능한 수준이 돼야 단계적으로 완화할 수 있을 것으로 생각한다"고 위드 코로나의 전환 조건에 대해 설명했다.

1년 넘게 지속되고 있는 코로나 19 바이러스, 앞으로는 독감처럼 없어지지 않을 수도 있는 바이러스인 만큼 위드 코로나로 가야만 한다. 보다 안전하게 위드 코로나가 실행되어 일상생활로 돌아갈 수 있기를 바란다.

- 화성시청소년기자단 배가은 기자

화성시  화성시여성가족청소년재단

청소년놀터 **숨사탕**

오직! 화성시 청소년만을 위한 자유로운 공간!

☞ 보드게임, 만화책, PC, 게임기, 스터디룸 등 청소년이 좋아하는 놀거리와 시설을 갖추어 안전하고 즐거운 방과 후 시간과 주말을 보낼 수 있도록 만들어진 청소년 자유이용공간입니다. ☜

이용대상 청소년 전용공간으로 청소년(만9세~24세) ※ 아동 및 성인 이용불가

이용시간 화~금 10시~19시 (휴게시간 12:00~13:00)
토·일 09시~18시 (휴게시간 12:00~13:00)
휴관일 월요일, 법정공휴일

※ 이용시간은 운영기관 사정에 의해 변동될 수 있습니다.

봉담점

항남점

진안점



놀이마루
(보드게임, 독서, 대화 등)



스터디룸
(조별과제, 동아리 등)



PC존 (컴퓨터 이용 가능)



쿠킹존
(간단한 음식 조리 및 섭취 가능)



경기도 화성시 봉담읍 와우로 24
도원프라자 B동 3층
Tel. 031-267-4596~7



멀티룸 (Xbox, 닌텐도 등)



PC존 (컴퓨터 이용 가능)



놀이마루
(보드게임, 독서, 대화 등)



스터디룸 (조별과제, 동아리 등)



경기도 화성시 항남읍 상신하길로
298번길 11 GBnT타워 5층
Tel. 031-8059-3481/3483



북카페
(보드게임, 독서, 대화 등)



숨다방
(카페, 바리스타동아리 등)



멀티룸 (닌텐도)



놀이마루 (휴식공간)



경기도 화성시 병점중앙로 195
창현빌딩 3층
Tel. 031-267-2553~4

 홈페이지 : <https://www.hswf.or.kr/>

 페이스북 : <https://www.facebook.com/hsnt2019/>

 블로그 : https://blog.naver.com/hsnt_blog

 인스타그램 : @hsnt_2019

그린나래 25호

◎ 발행기관 화성시여성가족청소년재단

◎ 편집집 청소년정책팀

화성시청소년기자단 13기

최인서(병점고2), 김무원(동탄중3), 김시연(동탄중3), 손예준(방교중3),
윤수빈(화성동화중3), 이채은(반송중3), 최시은(동탄중3), 김세빈(방교중2),
이수빈(이산중2), 김주현(동탄중1), 김지연(이산중1), 김태민(한백중1),
문성민(반송중1), 배가은(푸른중1), 양진재(능동중1), 양현진(반송중1),
이유하(푸른중1), 이태석(동탄중1), 최희연(안화중1), 한연수(푸른중1)

 화성시여성가족청소년재단

경기도 화성시 남양읍 시청로 155
모두누리센터
<https://www.hswf.or.kr>