

밀레니얼-Z 세대의 자기표현과 콘텐츠 액티비즘 사례 연구

1. 들어가며: 세대를 위한, 세대에 의한 투쟁

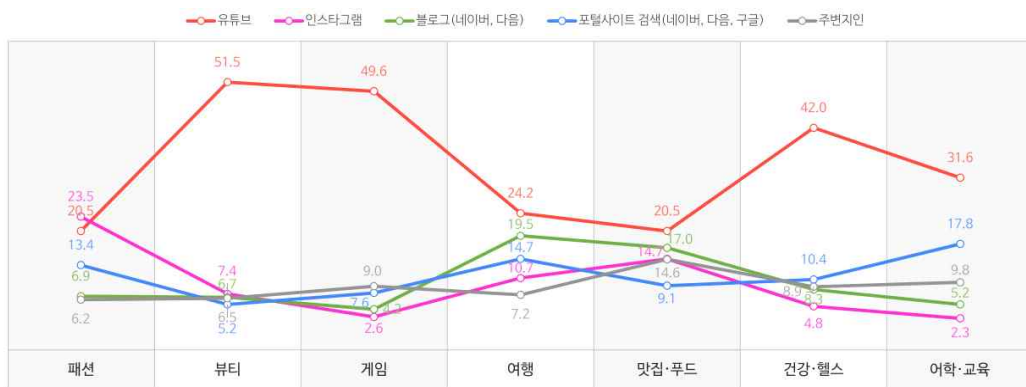
2. 밀레니얼-Z세대의 범주와 특성

[표1] 대학내일20대연구소 2019년 밀레니얼-Z세대 트렌드 조사 내용

조사 영역	조사 내용
	• 현재 자신의 삶에 대한 만족도 • 주체적인 삶을 살고 있다고 생각하는 비율 • 타인의 시선 및 평가로부터 자유롭고 싶은 것 • 삶의 방식에 대한 생각 • 특정 삶의 방식에 대한 공감 정도 • 최근 6개월 내 접한 실버 셀럽 콘텐츠 • 실버 셀럽 호감도 및 호감도 이유
	• 추구하는 가치·소신을 위해 했던 행동 • 추구하는 가치·소신 유형 • 현재 불매 운동 참여 여부 • 가치·소신 소비에 대한 생각 • 소신 표현에 대한 생각
	• 인플루언서를 팔로우·구독 채널 • 정보 주제별 가장 신뢰하는 온라인 채널 • 인플루언서 신뢰도 및 신뢰 이유 • 인플루언서에 대한 생각 • 1인 마켓을 통한 제품 구입 경험 및 채널 • 1인 마켓 이용 이유 및 향후 이용 의향
	• 체험형 여가 활동 경험 및 경험 의향 • 팝업스토어 방문 경험 및 이유 • 이색 여행 트렌드 체험 의향 • 경험과 체험에 대한 소비 인식 • 동아리·동호회 참여 여부 및 이유 • 선호하는 모임 유형 • 취미·취향에 대한 생각

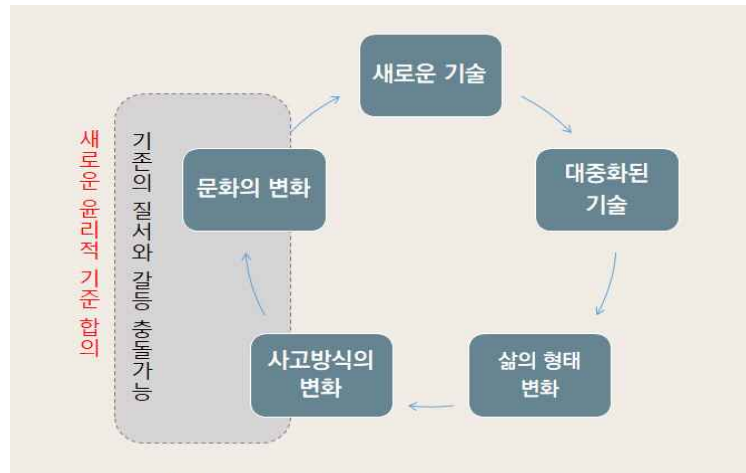
[표2] 1534세대의 라이프스타일과 가치관(출처: 대학내일20대연구소 홈페이지)

키워드	개념 및 특징
 마이싸이더	- My(나의) + Side(~을 중심으로 한) + er(사람) : 내 안의 기준을 세우고 따른다 - 사회가 정한 기준이 행복의 기준이 아니라는 것을 체감한 세대 - 진정한 성공과 행복에 대한 근본적인 고민을 하기 시작 - 안정적인 것보다는 좋아하고, 잘 할 있는 것, 결과보다는 노력을 중시함 - 당연하다고 여겨지던 고정관념에 “왜 안 돼?”라고 반문하는 세대
 소피커	- 所(바 소) / 小(작을 소) + Speaker(말하는 사람) : 나의 소신을 거리낌 없이 말하다 - 자기 생각과 소신을 표현하는 일이 일상적인 세대 - 자신의 소신을 위해 생활습관을 바꾸고, 하나의 제품과 서비스를 이용할 때도 불편을 감수하는 세대
 팔로인	- Follow(따르다) + 人(사람) : 검색보다 신뢰할 수 있는 사람을 따른다 - 검색된 정보를 무조건 받아들이지 않고 ‘신뢰할 수 있는 사람’이 주는 정보를 찾아봄 - 유명인이 아니더라도 내가 공감할 수 있고, 나와 취향이 비슷하면 OK - 개인의 취향과 경험을 기반으로 진정성 있는 정보를 주는 사람을 따름
 실감세대	- 實感(실감) + 世代(세대) : 오감을 만족시키는 현실 같은 감각 리다 - 1차원적인 감각을 충족시키는 콘텐츠가 아니라 실제로 만지고, 느끼고, 냄새 맡고 자신의 오감을 충족시키고, 누구도 경험해 보지 않은 낯선 경험을 적극적으로 찾아 나섬 - 실감 나는 경험 소비를 통해 자신의 존재를 실감하는 세대
 가취관	- 학연·지연 + 중심의 + : 학연·지연 관계를 불편하게 생각하는 세대 - 발만 살짝 담갔다가 아니다 싶으며 미련 없이 발을 뺄 수 있는 가벼운 관계를 선호함 - 가벼운 것도 좋지만 내 취향과 입맛에도 맞아야 함



[그림 6] 정보주제별 가장 신뢰하는 온라인 채널 (출처: 대학내일20대연구소 홈페이지)

3. 디지털 시민성과 새로운 연대의 가능성



[그림7] 급진화된 기술의 빠른 대중화가 사고방식과 문화를 변화시키는 순환구조 (출처: 박선아, 2019: 19쪽. 인용 및 재구성)

디지털 윤리	디지털/미디어/ 정보 리터러시	온라인 참여	비판적 저항
안전하고 올바른 ICT 활용 새로운 형태의 정치, 경제활동, 온라인 권리와 책임	인터넷 접근과 활용 능력, 정보 검색 능력, 비판적 사고 를 통한 미디어 이해 능력, 미디어를 통한 의사소통과 협업 능력	정치, 사회경제, 문화적 차원의 능동적인 온라인 참여와 바람직한 실행력	기존 사회에서 발생하는 정치, 경제, 사회, 문화적인 문제를 해결하고 사회변화를 능동적, 역동적으로 요구하며 실천하는 능력

[그림8] '디지털 시민성' 구성요건 (출처: 박상아, 2019; 30쪽. 인용 및 재구성)

4. 콘텐츠 액티비즘의 정의와 범주

4. 밀레니얼-Z세대의 디지털 말하기와 연대하기 사례

1) 취향저격 저널리즘의 시작 : <닷페이스>



- 페이스북과 유튜브 채널 운영
- 웹다큐 형식의 논픽션 스토리
- 닷(dot) : 변화가 필요한 지점
- 페이스(face): 얼굴과 목소리들

[그림9] 닷페이스 로고 이미지와 컨셉



[그림10] '할 말 많은' 시리즈 이미지 (출처: 닷페이스 홈페이지)



[그림11] 텀블벅 프로젝트 <세탁소의 여자들> 이미지(출처: 닷페이스 홈페이지)

“당신 옆의 누군가의 이야기일지도 모르는 언제나 비밀이었던 이 이야기들
우리는 더 이상 숨기고 싶지 않고, 숨죽이고 싶지 않고, 죽고 싶지 않다.
그저 이 나라에서 건강하게 행복하게 살아가고 싶다.”

2) 틀을 깨고, 판을 짜다 : <시트콤협동조합>



[그림 12] 웹시트콤 <그 새끼를 죽였어야 했는데> 이미지 (출처: 유튜브)



[그림 13] <닷컴페이스>의 장은선 PD·에디터, 이선욱PD·에디터
(사진출처: 구보라·김혜인, 2019)



[그림14] <시트콤협동조합> 이경민감독, 송현주 작가
(사진 출처: 구보라·김혜인, 2019)

5. 디지털 세대를 위한 리터러시, 세포부터 다시

참고문헌

<단행본 및 논문>

<보고서 및 인터넷>
