

온라인 혐오 표현과 사이버불링 예방 전략 탐색을 위한 실증적 연구 (An empirical study for exploring strategies to prevent online hate speech and cyberbullying)

김묘은*, 박일준**, 김희철**

(Myoeun Kim, Iljun Park, Hee Chul Kim)

요약

본 연구는 온라인 혐오 표현과 사이버불링 예방 전략을 탐색하기 위한 목적으로 수행되었다. 1차 연구는 2023년 3월에 포커스 그룹 인터뷰로 진행되었고, 참여한 전문가, 크리에이터, 이용자 집단의 구성은 각 3명씩으로 이루어졌다. 2차 연구는 선 설문조사, 후 포커스 그룹 인터뷰로 진행되었다. 설문조사는 2024년 4월부터 5월까지 국민 2,000명을 대상으로 이루어졌고, 포커스 그룹 인터뷰는 2024년 5월 각 3명씩의 전문가 집단과 청소년 집단을 대상으로 진행되었다. 인터뷰 자료는 내용 분석(content analysis) 방법을 사용하여 분석하였고 설문조사의 자료는 빈도분석의 방법을 이용하였다. 포커스 그룹 인터뷰 자료 분석 결과, 핵심 주제(온라인 혐오 표현과 사이버 불링의 예방 전략)에 대한 질문들에 대해 1차 연구에서 5개의 질문에 대해 17개의 하부 주제, 2차 연구에서 5개의 질문에 대해 19개의 하부 주제가 도출되었다. 연구 결과를 토대로 학문적, 교육적, 정책적 제언을 기술하였고, 마지막으로 연구의 한계점과 후속 연구를 제안하였다.

■ 중심어 : 온라인 혐오 표현 ; 사이버불링 ; 예방 전략 ; 포커스 그룹 인터뷰

Abstract

This study was conducted for the purpose of exploring strategies to prevent online hate speech and cyberbullying. The first study was conducted in March 2023 as a focus group interview, and the composition of the expert group, creator group, and user group was three people each. The second study was conducted using a survey first and a focus group interview afterwards. The survey was conducted on 2,000 citizens from April to May 2024, and focus group interviews were conducted in May 2024, and the composition of the expert and adolescent group was three people each. The interview data was analyzed using content analysis, and the survey data was analyzed using frequency analysis. As a result of the analysis of the focus group interview data, 17 sub-themes were derived from five questions on the core theme (prevention strategies for online hate speech and cyberbullying) in the first study, and 19 sub-themes were derived from five questions in the second study. Finally, based on the results, academic, educational, and policy recommendations are suggested, and the limitations of the study and directions for future research are discussed.

■ keywords : online hate speech ; cyberbullying ; prevention strategy ; focus group interview

I. 서론

인터넷과 스마트폰은 일상이 되었다. 2022년 정보통신기획평가원의 전 국민 대상 인터넷 이용 실태 조사 결과보고서에 따르면 최근 1개월 이내 인터넷 이용자 수, 즉 인터넷 이용률은 93%로 보고되었다

[1]. 또한 2019년 미국의 시장조사기관인 퓨 리서치(Pew Research)에 따르면, 우리나라의 스마트폰 보급률은 95%로 27개 조사 대상국 중 1위를 기록하였고[2], 2023년 한국미디어패널조사에서 10세부터 19세의 청소년들의 스마트폰 사용률은 95.7%로 나타났다으며[3], 같은 해 한국갤럽이 전국 19세 이상 성

* 김묘은, 서강대학교 메타버스 전문대학원 ** 박일준, 김희철, 디지털리터시협회(Center for Digital Literacy)
이 논문은 2024년도 구글코리아의 재원으로 지원을 받아 수행된 연구임

인들을 대상으로 스마트폰 사용 여부를 조사한 결과 스마트폰 사용률은 97%로 나타났다[4]. 인터넷과 스마트폰의 대중화는 시공간의 제약을 넘어 효율적인 소통을 가능케 함으로써 인간의 삶을 보다 편리하게 하였지만, 다양한 사람들 간 소통의 양이 늘어나면서 온라인상에서의 혐오 표현(online hate speech)과 사이버불링(cyberbullying)의 확산[5,6] 등 그로 인한 피해가 큰 사회문제로 대두되었다. 또한, 디지털 플랫폼의 발전과 저렴한 이용 비용은 온라인 혐오 표현과 사이버불링의 확산을 촉진시키는 요인으로 작용하고 있다[7,8].

혐오 표현의 정의에 관해서는 여러 관점에서 개념화가 시도된 바 있다. 이승선(2018)은 혐오 표현을 ‘지역·민족·인종·국적·종교·장애·성별·성정체성·연령 등 일정한 속성을 이유로 특정 집단이나 특정 집단 구성원에 대해 차별·모멸·혐오적인 의사를 표현하거나 다른 사람들이 이에 동참하도록 선동·선전하는 것’으로 정의하며 특정 집단의 속성을 강조한다[9]. 다른 연구에서는 혐오 표현의 대상이 사회적, 역사적 맥락에서의 소수자 집단임을 강조하기도 한다. 김민정(2014)은 ‘역사적·사회적으로 소수자에 속해 왔으며, 편견과 조롱의 대상으로 정신적·신체적으로 핍박을 받아온 경험을 가진 집단에 대한 차별, 적대 혹은 폭력이라는 구체적인 결과를 유발하는 직접적인 선동·유도 행위’가 혐오 표현이라고 보았다[10]. 박승호(2019)는 혐오 표현의 대상을 소수자만으로 규정하거나 역사적으로 차별 받아온 집단으로만 명시하는 것은 명확성 원칙이나 평등원칙에 반한다고 하면서, 혐오 표현의 주된 피해자가 사회적 소수자 내지 사회적 약자인 것은 분명하지만 다수자도 피해자일 수 있다고 주장하였다. 또한, 법적 규제를 고려한다면 혐오 표현의 개념 정의는 중립적 표현을 사용해야 한다고 지적하였다[11]. 이러한 관점에서 혐오 표현의 대상을 특정 집단으로 보는 시각이 많으나, 소수자뿐 아니라 다수자까지 포함하

여 누구나 대상이 될 수 있다고 보는 것이 합당하다. 한편 혐오 표현의 대상을 집단이 아닌 개인으로 보는 정의도 있다. ‘개인의 인격권 등의 권익을 침해하는 혐오 표현’이라는 혐오의 정의가 대표적인 예이다[12]. 윤성옥(2019)과 박태순(2014)은 이와 같은 맥락에서 개인의 인지된 속성이나 타고 난 속성을 근거로 이루어지는 차별과 편견을 기반으로 하는 공격적, 선동적 표현을 혐오 표현으로 정의하고 있다[13,14]. 사이버불링은 ‘개인 또는 집단이 커뮤니케이션 테크놀로지 및 정보통신 기기를 이용하여 고의적으로 오랜 시간 반복적으로 행하는 공격적 행위[15,16]’라고 정의된다. Patchin과 Hinduja(2010)은 사이버불링을 ‘컴퓨터, 휴대전화, 기타 전자기기를 통해 가해진 의도적이고 반복적인 피해[17]’로 정의하였고, 이승출 등(2021)은 ‘개인이나 집단이 전자매체를 이용하여 다른 개인에게 위해를 가할 목적으로 행사하는 공격적이고, 의도적인 괴롭힘 행위에 노출되는 상황’이라고 하였다[18].

혐오 표현의 대상을 집단이 아닌 개인으로 확대할 경우, 피해의 대상을 개인으로 보는 사이버불링의 개념과 중첩된다. 또한, 사이버불링의 주요한 특징 중 하나 역시 표현자의 ‘의도성’이다. 이러한 사이버불링의 ‘의도성’은 적대성을 갖고 하는 온라인 혐오 표현에서도 발견되기 때문에 기존 정의에서 온라인 혐오 표현이나 사이버불링 모두 ‘의도성’이라는 공통 분모를 가지고 있다고 할 수 있다. 이와 같이 혐오 표현을 소수자나 집단만의 문제로 정의할 수 없고 다수의 일반인과 집단뿐 아니라 개인을 포함해야 한다는 면에서 2023년 1차 연구에서는 온라인 혐오 표현의 개념 안에 사이버불링의 개념을 포함하여 연구를 진행하였다. 따라서, 각 집단별 포커스 그룹 인터뷰 시작 전 ‘사이버불링’을 포함한 포괄적 개념으로서 ‘혐오 표현’을 정의한다고 연구참여자들에게 설명하였고, ‘혐오 표현’이라는 단어로 유사 개념들을 통일해서 지칭하기로 합의한 후 연구가 수행

되었다. 2024년 2차 연구는 선 설문조사, 후 포커스 그룹 인터뷰로 진행되었다. 설문조사 결과로 도출된 ‘콘텐츠’에 의한 사이버불링이 가장 큰 문제라는 시민들의 응답과 답페이크와 같은 인공지능 기술을 악용한 사이버불링이 급속도로 증가되고 있다는 설문참여자들의 의견을 반영하여, 2차 연구의 포커스 그룹 인터뷰에서는 ‘혐오 표현’이라는 표현보다는 ‘사이버불링’이라는 용어로 통일하여 인터뷰를 진행하였다. 즉, 표현의 ‘내용’은 물론 ‘기술’의 발전과 더불어 발생하는 문제들을 포괄할 수 있는 단어로써 ‘사이버불링’을 선택하여 연구를 진행하였다. ‘혐오 표현’이라는 단어는 최근 급속도로 발전하고 있는 AI 등을 활용한 기술 기반 사이버불링의 낱양스를 담아내기에는 혐오적인 내용에 국한되는 면이 있기 때문이다.

사이버불링의 유형으로는 언어폭력, 명예훼손, 스토킹, 신상 노출, 성폭력, 괴롭힘 등이 있으며 [19-21], 또한 사이버불링의 피해 공간으로는 인스턴트 메시지, 온라인 게임, SNS 등에서 주로 발생하는 것으로 나타났다[22,23].

한국정보화진흥원(2019)이 실시한 ‘2019 사이버폭력 실태조사’에서 초·중·고등학생들의 사이버불링 경험률은 26.9%로 100명 중 약 27명이 사이버불링을 경험한 것으로 나타났고, 성인의 사이버불링 경험률은 응답자의 54.7%로 나타나 사이버불링 피해의 심각성이 현실로 드러나고 있다[23]. 사이버불링으로 인한 피해는 오프라인에서의 전통적 폭력이나 괴롭힘보다 훨씬 심각하다고 할 수 있다. 정보통신 기술과 사이버 공간의 특성상 사이버불링은 빨리 확산되고, 넓게 퍼지며, 오래 남는다. 보편화된 인터넷망과 정보통신 기기의 편리함이 시공간적 제약을 초월하면서 사이버불링의 피해자는 24시간 고통을 당하게 되며 어디에 있든 괴롭힘을 피할 수 없게 되는 이중 고통을 감수해야만 한다[24].

최근에는 생성형 인공지능을 비롯한 인공지능

(AI)이 급속도로 발달하고 있으며 우리 사회의 다양한 부분에 편의를 제공하고 있다. 그렇지만, 위에서 언급한 바와 같이 인터넷과 스마트폰의 일상화가 긍정적 측면과 함께 부정적 측면 모두를 갖는 것처럼 인공지능도 긍정적인 면과 함께 사이버불링의 도구로 악용되는 문제가 대두되고 있다. 인공지능은 인간의 학습, 추론, 인식, 문제해결 능력을 모방하여 기계가 스스로 사고하고 학습할 수 있게 하는 기술이다. 인공지능의 발전은 초기의 규칙 기반 시스템에서 시작하여, 머신러닝, 딥러닝과 같은 학습 기반 기술로 발전해 왔으며, 특히 딥러닝의 등장은 인공지능 발전에 혁명을 가져왔다. 딥러닝은 인간의 뇌 구조를 모방한 신경망을 통해, 기계가 스스로 학습하고 판단하는 능력을 크게 향상시켰다[25]. 딥러닝을 기반으로 하는 답페이크 기술로 만든 허위 영상은 인공지능을 사이버불링에 악용하는 대표적인 사례라고 할 수 있다. 몇 번의 클릭만으로 누구나 쉽게 합성 이미지와 가짜 영상을 만들 수 있도록 하여 ‘사이버불링의 자동화’ 현상을 일으키고 있다. 답페이크 기술로 원본 이미지나 동영상에 다른 이미지를 중첩(superimpose)하는 것이 가능하며[26], AI 음성복원 기술을 비롯해 다양한 지능정보 기술과 결합하여 실체가 아닌 동영상과 이미지를 빠르고 쉽게 만들어낼 수 있다[27].

답페이크 기술은 매우 우수한 활용성을 바탕으로 다양하게 전용될 수 있지만, n번방 ‘지인 능욕’ 사례[28]와 K-POP 가수 허위 음란물 영상 제작 및 유포[29] 사건과 같이 악용될 수도 있다. 이외에도 가짜 뉴스 생성, 언론 보도 조작, 폭동 조장, 디지털 성범죄 등[30]의 답페이크 기술을 악용하는 사례가 늘어나고, 답페이크 등 빠른 인공지능 기술의 발전으로 ‘사이버불링 콘텐츠의 고도화’가 이루어지면서 점점 더 식별이 어려워지고 있다. 다시 말하자면, 디지털 기술 발전과 발맞춰 진화해오던 사이버불링은 최근 인공지능 기술을 활용하면서 ‘지능화’되고 있

표 1. 사이버불링 예방 교육 및 캠페인 관련 현황

프로그램명	제공기관	형식	대상	내용
사이버 어울림 프로그램	교육부, KERIS	학교에서 교육과정과 연계하여 직접 진행	초,중,고등 학생	<u>기본 역량 프로그램</u> - 8가지 사이버폭력 예방 역량 <u>심층 유형 프로그램</u> - 6가지 사이버폭력 유형 <u>교과 연계 사이버 어울림</u> - 교과과정 기반 예방 교육 프로그램
도란도란 학교폭력 예방 누리집 https://www.dorandoran.go.kr	KERIS	온라인 자료 제공	초,중,고등학교 교사	사이버폭력 예방 교육 자료와 사이버 어울림 프로그램 자료 제공
아름다운 인터넷 세상 https://ainse.kr	방송통신위원회, NIA	사이버폭력 관련된 직,간접적 교육 및 캠페인/조사 연구	시민	<u>강사파견</u> - 청소년, 학부모, 군인, 직장인 등 대상별 맞춤형 전문강사 파견 교육 운영 <u>체험교육</u> - 유아 동화 구연, 청소년 디지털드림단, 디지털윤리 골든벨, 가족캠프 등 <u>교구지원</u> - 유아·초·중·고등, 장애학생 등 사이버폭력 예방 체험형 교구 지원 <u>특화교육</u> - 1인 (예비)크리에이터, 사이버폭력 관련 법 위반자 등 대상별 특별교육 <u>콘텐츠 개발</u> - 대상별 관심사 및 기술과 사회적 이슈를 반영한 교육콘텐츠 개발
푸른코끼리 https://www.bepuco.or.kr	푸른나무 재단	예방 교육, 상담, 예방 문화 확산 및 학술연구	초,중,고등학생 및 학부모, 교사	<u>예방 교육</u> - 청소년 교육 - 강사 교육 - 온라인 교육 등 <u>상담</u> - 핫라인 상담 - 현장 출동 상담 등 <u>예방 문화 확산</u> - 학교장 선언 운동 - 대국민 캠페인 - 청소년 아이디어 공모전 - 포럼 개최 등 <u>학술연구</u> - 전국 사이버폭력 실태조사 - 정책 제언 등

우리 아이들을 위해 함께 실천하는 사이버폭력 예방	교육부, KERIS	교원 원격연수 지원/ 리플렛 및 교육 자료 제공/ 표준 연수자료 개발 및 보급	초,중,고등학생 및 학부모, 교사	<u>사이버폭력</u> - 유형/특징 - 예방법 - 대처 및 신고 방법 - 상담 및 도움 기관 등
사이버폭력 예방 캠페인 (STAR)	굿 네이버스	동영상 교육 자료 제공	초,중,고등학생	- 사이버폭력의 심각성 - 학급별 긍정언어 사용 연습 등
Hit pause (잠시만요) www.youtube.com/ @HitPause	Youtube, 디지털 리터러시 협회	Youtube를 통한 동영상 및 교육 캠페인 (14개 영상, 11차시 교육자료)	시민	- 사이버불링에 대한 바른 이해와 오해 해소 (무지, 무의식에 의한 사이버불링 등에 대한 내용 포함) - 사이버불링 이해를 위한 14개 동영상 제작, 배포 - 11차시 교육자료(강의안, 활동지, 교사용 활동 안내서 3종) 무 료 배포 - 사이버불링 초중고 45개 학교, 7,022명 학생 대상 교육

고, 이 지능화의 두 가지 특징이 전술(前述)한 ‘자동화’와 ‘고도화’로 요약될 수 있다. 또한, 전문가가 아닌 비전문가도 딥페이크와 같은 인공지능 기술에 쉽게 접근하고 활용할 수 있는 환경이 조성되면서 사이버불링의 지능화가 확산되고 있다. 소프트웨어 및 모바일 앱은 물론, 딥페이크 영상 변환 서비스도 온라인을 통해서 쉽게 접근할 수 있다. 이러한 기술의 공개성은 딥페이크 기술을 악용하게 하는 가장 큰 요인이라 할 수 있다[30]. 불건전한 의도를 가지고 딥페이크 기술로 만든 영상이나 이미지는 사이버 공간, 특히 SNS에 게시, 공유, 확산되면서 심각한 피해를 낳고 있다.

SNS 등 온라인 플랫폼에서 일어나는 사이버불링으로 인한 피해는 피해자가 극단적인 생각을 할 수 있을 정도로 치명적이다. UN의 기업체와 인권에 관한 규약(The UN Guiding Principles on Business and Human Rights(UNGPs))에 따르면, 온라인 플랫폼을 포함한 기업들은 사업을 수행하는 과정에서

인권을 존중해야 하며 인권 침해를 최소화해야 한다고 규정하고 있다[31]. 그러나 지속적으로 혁신하고 이윤을 창출해야 하는 기업 입장에서 스스로 적극적인 규제에 나서는 것은 쉽지 않다. 정부 차원에서 기업의 자율적 규제를 강제화하거나, 정부가 인터넷을 통제하는 것은 어려운 일이다. 민주주의의 기본권인 표현의 자유와 상충되는 면이 있어 정부 차원 또는 기업 차원의 규제에 한계가 있다. 이러한 이유로 사이버불링을 예방하고 대응하기 위한 목적으로 교육부 등의 정부 부처와 산하기관, 그리고 몇몇 민간 기관이 예방 교육 및 캠페인을 진행하고 있다. 현재 수행되고 있는 사이버 불링 예방을 목적으로 하는 프로그램들의 진행 방식 및 대상 등의 개괄적인 내용을 위의 표 1에 정리하였다.

국내에서 진행되고 있는 사이버불링의 예방 교육 및 캠페인의 특성을 살펴보면, 주로 오프라인 교육이 시행되고 있고 그에 따른 자료의 개발 및 제공이 이루어지고 있다. 또한, 강사 양성과 연구/조사와 같

은 간접적 사업도 큰 부분을 차지하고 있는 것을 알 수 있다. 주 대상층은 청소년층이어서 여러 대상을 아우를 수 있는 내용이 다소 부족했다는 점을 발견할 수 있으며, 교육부 등 관 주도의 사업이 다수를 차지하고 있는 것을 알 수 있다. 민간 기업들의 자발적인 책무성의 발로[32]로 사이버불링 예방 캠페인을 수행하거나 자율적인 규제에 이어진 사례는 찾아보기 어려웠다. 이러한 면에서, 온라인상의 영향을 활용하여 캠페인에 대한 접근성을 향상시키고, 효율적인 확산을 이끌어 낸 Youtube와 디지털리터러시협회의 ‘Hit Pause(잠시만요)’ 캠페인은 주목할 만하다. 과거 사이버불링 예방 캠페인이 소수의 악플러를 대상으로 악성 댓글을 예방하는 데 집중한 것과 달리 ‘Hit Pause(잠시만요)’ 캠페인은 자신이 의식하지 못한 상태에서 의도 없이 타인에게 상처를 주는 사이버불링 예방에 집중했다. 누구나 쉽게 접근할 수 있는 플랫폼인 Youtube를 활용하고, 친숙한 크리에이터들을 통해 의도하지 않더라도 누구나 자신도 모르게 사이버불링을 할 수 있다는 사실을 전달했다[33].

본 연구는 기존 예방 교육(예, 학교에서의 정기적 교육 등)과 캠페인이 있었음에도 지속적으로 증가(방송통신위원회, 2024)하는 사이버불링의 추이와 최근 기술 발전(예, AI 활용의 첨단화 등)에 따라 교묘해지고 심각해지는 사이버불링의 진화에 대한 문제의식을 가지고 수행되었다. 궁극적으로는 온라인 혐오 표현과 사이버불링의 예방 차원에서 기(既)존 재했던 예방 교육/캠페인의 한계점을 보완하고, 보다 효과적이고 실제적인 교육/캠페인을 위한 전략 탐색의 목적으로 진행되었다. 이를 위해 2023년에 1차 연구로서 포커스 그룹 인터뷰 기법을 적용하여 전문가 그룹, 크리에이터(창작자) 그룹, 이용자 그룹의 세 집단의 견해를 청취하였고, 2024년에 2차 연구로서 2,000명의 국민을 대상으로 설문조사를 진행한 후, 전문가 집단과 청소년 집단을 대상으로 포커

스 그룹 인터뷰를 실시하여 결과를 도출, 1차와 2차 연구에서 수렴된 의견을 종합하여 결론에 제시하였다.

II. 연구 방법

1차 연구

1차 연구는 혐오 표현의 전반적인 개념, 유형 및 예방/감소를 위한 플랫폼의 개입 방안에 대한 개괄적인 의견 청취와 구체적으로 예방/감소를 위한 교육/캠페인에 필요한 내용을 조사하는 목적으로 수행되었다.

1. 연구참여자

포커스 그룹 인터뷰는 사이버 커뮤니케이션과 정신건강, 그리고 캠페인 기획에 전문 지식과 경험을 갖고 있는 3명의 전문가 1개 그룹과 유튜브 크리에이터 3명으로 구성된 1개 그룹, 그리고 이용자 3명으로 구성된 1개 그룹으로 구성하여 진행하였다.

표 2. 전문가 그룹

연번	직위	성별	주 연구 분야
1	교수	남	캠페인 기획, 커뮤니케이션
2	교수	여	소셜미디어, 사이버 커뮤니케이션
3	의사	남	정신건강, 자살 예방

표 3. 크리에이터 그룹

연번	성별	유튜브 채널 콘텐츠
1	여	한국과 필리핀의 문화 교류 등
2	남	호주에서의 일상 공유 등
3	남	외국인 엄마와 한국인 아빠, 그리고 자녀의 일상

표 4. 이용자 그룹

연번	성별	학교(직업)	학년(나이)
1	여	중학교	1학년
2	여	대학교	1학년
3	여	주부	40대

2. 자료수집

전문가 포커스 그룹 인터뷰는 zoom을 통한 비대면 형식으로 2023년 3월 19일(일) 10:00부터 12:00까지 약 두 시간 동안 진행되었고, 크리에이터 그룹 또한 zoom을 통한 비대면 인터뷰의 방식으로 2023년 3월 15일(수) 15:00부터 17:00까지 약 두 시간 동안 진행되었다. 이용자 그룹 또한 같은 방식으로 2023년 3월 19일(일) 14:00부터 16:00까지 진행되었다. 포커스 그룹 인터뷰에 사용된 질문 항목은 연구진의 숙의과정을 통하여 선정하였고, 크게 5개의 영역으로 구성하였다. 질문 1과 2에서는 혐오 표현의 개념과 유형을 파악하고자 하였고, 4와 5에서는 캠페인 기획에 필요한 요소를 파악하고자 하였다. 또한 질문 3에는 플랫폼 기업의 역할과 필요한 노력에 대해 조사하였다. 포커스 그룹 인터뷰에 사용된 질문 내용은 표 5에 정리하였다.

표 5. 포커스 그룹 인터뷰 질문 내용

	질문 내용
1	혐오 표현이란 무엇이라고 생각하십니까?
2	현재 사회적으로 문제가 되는 혐오 표현의 유형
3	혐오 표현 예방(감소) 및 문제 해결과 관련된 플랫폼의 개입 정도 및 개입 방안
4	혐오 표현 예방(감소) 및 문제 해결을 위한 캠페인을 기획할 때 고려해야 할 사항
5	혐오 표현 예방(감소) 및 문제 해결을 위한 캠페인에 필수적으로 들어가야 할 내용

3. 자료분석

참여자 전원에게 동의를 구하여 인터뷰의 전 과정을 녹화하고, 인터뷰가 끝난 후 교신저자가 녹취 내용을 전사(transcribe)하였으며, 내용의 적절성 및 정확성을 높이기 위해 질적연구 경험이 있는 또 다른 1명의 연구자를 통해 교차확인 절차를 거쳐 분석 자료로 사용하였다. 전사된 자료(N=9)를 연구진이 반복적으로 읽고 내용의 의미를 파악하고 내용 분석(Content analysis) 방법론을 적용하여 빈번하게 언급된 주제들을 추출하였다. 상호 동의 된 반복 주제별로 범주화 과정을 수행하였으며[21], 범주화된 각 주제를 잘 반영하고 있는 연구 참여자의 진술을 인용하여 결과 섹션에 정리하고, 2023년 동영상 캠페인과 교육자료 개발 및 교육 프로그램에 반영하였다.

2차 연구

2차 연구는 1차 연구의 연장선상에서 빠르게 진화하는 기술(예, AI 등)로 인해 다양화되는 사이버불링의 추세를 파악하고, 사이버불링 예방/감소를 위한 교육/캠페인에 보다 실제적으로 고려해야 할 사항과 내용을 분석하여 2024년 계획에 반영하기 위한 목적으로 수행되었다. 먼저 14-69세 대한민국 거주 남녀(n=2,000)를 대상으로 사이버불링과 인공지능에 대한 인식, 경험 및 대응능력을 파악하기 위해 설문조사를 실시하였다. 설문조사를 통해 사이버불링 트렌드를 파악하고, 조사를 통해 도출된 결과들을 바탕으로 사이버불링 예방 전략과 동영상 및 교육자료 개발 시 고려해야 할 보다 상세한 내용을 파악을 위해 관련 전문가와 청소년 두 집단을 대상으로 포커스 그룹 인터뷰를 진행하였다.

1. 연구참여자

설문조사

설문조사는 2024년 4월 26일부터 5월 2일까지 7일간 진행하였으며, 설문조사의 대상자는 14세부터 69세의 대한민국 거주 남녀로 표본의 총수는 2,000명이다. 남자가 1,026명(51.3%)이고 여자가 974명(48.7%)이며, 연령별 분포는 14-19세가 570명(28.5%), 20대가 651명(32.6%), 30대가 167명(8.4%), 40대가 198명(9.9%), 50대가 221명(11.1%), 그리고 60대가 193명(9.7%)이다. 지역별 분포는 수도권이 1,037명(51.9%), 강원권이 57명(2.9%), 충청권이 214명(10.7%), 호남권이 190명(9.5%), 영남권이 476명(23.8%), 그리고 제주권이 26명(1.3%)으로 인구비례에 따라 조사표본을 할당하여 조사했다.

포커스 그룹 인터뷰

포커스 그룹 인터뷰는 사이버불링과 학교폭력, 그리고 인공지능 등에 대한 충분한 전문 지식을 가지고 있는 3명의 전문가 한 그룹과 사이버불링에 가장 노출되기 쉬운 집단인 청소년 3명의 또 다른 그룹으로 구성하여 진행하였다.

표 6. 전문가 그룹

연번	직위	성별	주 연구 분야
1	교수	남	AI 윤리, 사이버불링
2	교수	남	소셜미디어, 사이버심리학
3	센터장	남	학교 폭력, 청소년 정신 건강

표 7. 청소년 그룹

연번	성별	학교	학년
1	남	고등학교	2학년
2	여	고등학교	1학년
3	남	중학교	2학년

2. 자료수집

설문조사

설문조사는 2024년 4월 26일에서 5월 2일까지 온라인으로 진행되었고 설문에 포함된 내용은 다음 표 8에 정리하였다.

표 8. 설문조사 내용

구분	내용
사이버불링	사이버불링에 대한 인지/이해도
	사이버불링의 유형에 대한 인지
	심각한 사이버불링의 유형
	사이버불링의 피해/목격/가해 경험
	사이버불링의 피해/목격/가해 유형
	사이버불링에 대한 대응 역량
인공지능	인공지능 기술 및 서비스에 대한 인지 및 경험
	인공지능으로 제작한 콘텐츠(딥페이크 등)에 대한 구별 능력
	인공지능으로 제작한 콘텐츠(딥페이크 등)에 대한 신뢰 정도
	향후 인공지능 이용 의향

포커스 그룹 인터뷰

청소년 포커스 그룹 인터뷰는 zoom을 통한 비대면 형식으로, 2024년 5월 18일(토) 14:00부터 16:00까지 약 두 시간 동안 진행되었으며, 전문가 그룹 또한 zoom을 통한 비대면 인터뷰의 방식으로 2024년 5월 21일(화) 15:30부터 17:30까지 약 두 시간 동안 진행되었다. 포커스 그룹 인터뷰에 사용된 질문 항목은 연구 목적에 맞게 연구진의 논의를 통하여 선정하였고, 크게 5개의 영역으로 구성하였다. 포커스 그룹 인터뷰에 사용된 질문 내용은 다음 표 9에 정리하였다.

표 9. 포커스 그룹 인터뷰 질문 내용

	질문 내용
--	-------

1	사이버불링 예방 캠페인 및 교육에 있어 주요하게 고려해야 할 사항
2	개인정보침해, 사생활침해, 스토킹, 성폭력 예방을 위한 캠페인과 교육에 있어 주요하게 고려해야 할 사항
3	‘콘텐츠’에 의한 사이버불링의 예방을 위한 캠페인과 교육에 있어 주요하게 고려해야 할 사항
4	딥페이크를 활용한 사이버불링 예방을 위한 캠페인과 교육에 있어 주요하게 고려해야 할 사항
5	2024년에 사이버불링 예방 캠페인 및 교육에 바라는 점

3. 자료 분석

설문조사

Microsoft Excel을 활용하여 각 질문들에 대해 빈도분석을 실시하였고, 핵심적인 질문들에 대한 내용을 결과 섹션에 요약하였다.

포커스 그룹 인터뷰

1차 연구에서 인터뷰 자료의 분석 방법과 동일하게 전사와 교차확인 절차를 거쳐 수집된 자료를 정리하였다. 내용 분석의 방법론을 적용하여 언급 빈도가 높은 주제별로 유형화하여 인용 구문과 함께 결과 섹션에 정리하였다.

본 고에서 2차 연구와 관련하여서는 포커스 그룹 인터뷰의 결과를 위주로 사이버불링 예방 전략과 관련된 내용을 정리하였다. 먼저 진행된 설문조사의 결과는 결과 섹션에 핵심적인 부분만 요약하였고 후에 진행된 포커스 그룹 인터뷰의 질문을 개발할 때 참고(예, ‘콘텐츠’에 의한 사이버불링이 가장 심각하다고 조사되어 포커스 그룹 인터뷰 질문에 반영하고, ‘딥페이크’에 대한 시민들의 부정적 인식이 높은 것으로 조사되어 포커스 그룹 인터뷰 질문에 반영)하였다. 한편, 사이버불링 예방 전략의 일환으로 캠페인에 필수적으로 포함되어야 하는 요소에 대해 “사이버

불링으로 인한 법적 처벌의 내용을 알려줌”이 설문조사에서의 결과와 포커스 그룹 참여자들의 종합된 의견에서 일치하는 주제로 나타났다.

III. 결 과

1차 연구

1. 포커스 그룹 인터뷰

질문1. 혐오 표현이란 무엇이라고 생각하십니까?

특정 대상에 대한 적대적인 언어폭력

연구 참여자들은 혐오 표현을 특정 개인이나 집단에 대해 적대성을 갖고 언어폭력을 행사하여 상처를 주는 행위라는 의견을 주었다.

“어떠한 대상이나 집단에 대해 적대적인 감정을 가지고 욕설이나 비난을 하면서 상처를 주는 언어폭력”(이용자 2)

“다분히 학술적인 정의입니다. 그래서 다른 선생님들 좀 다르게 생각할 수 있는데, 저희 연구에서 정의 내렸던 것은 우리가 구체적으로 특정할 수 있는, 즉 누군지 알 수 있는 어떤 집단을 대상으로 하는 적대적인 표현을 혐오 표현...”(전문가 2)

정신적 미성숙함이 언어화된 배설물

한 인터뷰 참여자는 혐오 표현을 한 개인이 내적으로 성숙하지 못함으로 인해 배설물처럼 내뿜는 언어라고 생각하고 있었다.

“그냥 평소 인간관계 안에서 주위 사람들 또는 제가 인터넷을 하면서 사람들의 악플 같은 것을 보면서 느낀 것을 그냥 말씀드려서 정의를 내린다면 (혐오 표현은) 내적이나 정신적으로 미성숙

함이 언어화된 배설물이라고 봅니다”(전문가 3)

의도 없이 무심코 쓴 댓글도 혐오 표현이 될 가능성

인터뷰 응답자들은 불건전한 의도를 가지지 않고 무심코 작성한 댓글도 상대방의 입장에서 혐오 표현으로 여겨질 수 있다는 의견을 제시하였다.

“세간의 주목을 받는 연예인인데... “보여지는 모습만 가지고 나를 평가한다”는 고충을 SNS에 공유...그래서 그냥 잠결에 무심코 “누구나 다 보여지는 모습만으로 평가하지 않나” 이렇게 썼어요...그리고 나서 생각 없이 있다가 SNS를 봤더니 (저를 비난하는) 댓글들이 어마어마하게 (달려터라고요)...”(전문가 1)

“어디까지가 혐오 표현이 될 수 있는지 우리가 혐오 표현이 아니라고 무심히 던진 단어들이 왜 혐오 표현이 될 수가 있는지에 대한 것들에 대해 고민해 볼 필요가 있다...”(전문가 2)

질문2. 현재 사회적으로 문제가 되는 혐오 표현의 유형

타인의 가짜 뉴스로 조회수를 올리는 “사이버 렉카”

한 연구 참여자는 타인을 공격하는 정보를 포스팅하여 본인의 인지도를 높이거나 수익을 올리는 “사이버 렉카”가 현재 사회적으로 문제를 일으키는 혐오 표현의 형태라고 언급하였다.

“(문제가 되는 혐오 표현의 유형이라면) 사이버 렉카에 대한 생각을 되게 많이 해봤는데... 방법들이...포스팅이 될 수도 있고 사진이 될 수도 있고 아니면 가짜 뉴스가 될 수도 있는 것이고 아니면 정말 유튜브에서 하는 물이형 유투버가 될 수도 있는 그런 상태라고 생각을 하는데요 사이버 렉카의 유형에서 얼굴을 드러내지 않는 분들이 굉장히 많잖아요. 사실 그렇게 하는건 명예훼손을 하고 있다는 것에 대한 사실을 어느 정

도 인정하는 게 아닐까라는 생각을 하거든요 어느 정도 내가 이 사람을 비판함으로써 이슈몰이를 하고 이 조회수로 누군가를 나락으로 떨어뜨리면서...”(크리에이터 2)

감정분출의 통로로서 “댓글”

한 인터뷰 응답자는 욕구나 스트레스를 해소하는 용도로 익명의 공간인 사이버 세상에 올리는 “댓글”이 가장 사회적으로 심각한 문제라는 의견을 주었다.

“최근 제일 문제 되는 거는 뭐니뭐니해도 말씀하신 것처럼 댓글인 것 같아요 댓글은 익명으로 이루어지다 보니까 아까 000 교수님이 표현하셨던 배설이라는 표현에 맞게 사람들이 그냥 마음대로 막 쏟아내고...”(전문가 2)

특정 집단이나 개인에 대한 차별적 표현

일부 인터뷰 참여자들은 성적 지향, 장애, 외모, 국적 등에 따른 차별적 혐오 표현들이 가장 큰 사회적 문제라고 생각하고 있었다.

“...기본적으로 인종차별적인 것이 있을 수 있고, 성차별, 장애인 차별, 성적 지향에 따른 차별, 종교적인 것 등 이런 다양한 것들이 있잖아요... 외모, (예를 들어) 뚱뚱하다는 것들도 사람들이 그냥 던지는 것이라서...”(크리에이터 1)

“...장애인에 대한 혐오 또는 코로나를 그동안 겪으면서 외국인에 대한 혐오, 특히 중국인에 대한 혐오 같은 것, 아니면 종교에 대한 혐오, (예를 들면) 최근에 어떤 일탈 된 종교에 대한 문제가 나오면서 그게 전체 종교에 대한 혐오로 퍼지기도 하고...그 밖에 지역이나 연령 등에 따른 여러 혐오가 다 사회적으로 큰 문제라고 생각합니다”(전문가 2)

질문3. 혐오 표현 예방(감소) 및 문제해결과 관

련된 플랫폼의 개입 정도 및 개입 방안

기업(플랫폼)이 사회적 책무 차원에서 적극적으로 개입하여 규제

한 연구 참여자는 플랫폼 내의 콘텐츠로 이윤을 얻는 기업은 사회적 책임 차원에서 적극적으로 관리 방안(예, 가이드라인, AI 등을 활용한 강력한 콘텐츠 필터링 기능 등)을 만들어야 한다고 주장하였다.

“플랫폼이 결국은 이 콘텐츠들을 통해서 돈을 벌고 있고, 많은 이용자를 끌어들이어서 그 이용자들을 토대로 경제적인 이익을 거두고 있는 그런 기업이라면 플랫폼 안에서 벌어지는 여러 가지 문제들에 대해서 반드시 일정 수준 책무를 져야 한다고 생각합니다. 그래서 사실은 가이드라인을 제시하는 것...그런 스스로 자정을 할 수 있는 노력을 해야 할 책무가 있다라고 저는 생각을 하고 있습니다”(전문가 2)

“특히 AI 기술이 많이 발달되어 있으니까 기술을 도입해서 자율적으로 관리할 수 있는 방법들을 많이 더 고민하고 적용하기를 기대하는 마음입니다”(전문가 2)

실명제로 전환

한 인터뷰 참여자는 사이버 세상도 현실 세계의 연장이기 때문에 실명으로 본인 인증을 하는 실명제로의 전환이 필요하다는 의견을 제시하였다.

“인터넷에서 표현의 자유는 중요하지만, 000 교수님 말씀처럼 이제는 사이버 세상도 현실의 연장선상이다라는 것에 저도 전적으로 동의를 해서...실명으로 본인 인증을 하면은 많은 문제가 해결되지 않을까요... 모순적인 상황이 생기지 않는 선에서 사이버 (세상)에서도 다 자기 아이덴티티를 그대로 나타나게 해야 하지 않을까...”(전문가 1)

부적절한 댓글로 신고당한 이용자에 대한 제재 일부 연구 참여자들은 여러 채널에서 차단(블락) 되거나 신고가 접수된 이용자에 대해 탈퇴 처리하거나 댓글 제한/삭제 등의 제재를 해야 한다는 의견을 제시하였다.

“혐오 표현을 쓰는 댓글들이 많이 보이면 사람들이 신고를 하는데 신고가 좀 여러 건이 접수된 댓글들은 그 사용자를 제한하거나 아니면 댓글이 삭제되는 조치를 취하는 것도 좋을 것 같아요”(이용자 2)

“만약에 어떠한 이용자를 여러 채널에서 많이 차단시키면 데이터가 쌓여서 그 아이디가 여러 채널에서 블락이 됐다는 것을 알 수 있어요. 그런 분들은 뭔가 문제가 있다고 봐서 자동 탈퇴 아니면 1년 동안 잠깐 그 계정을 못 쓰게 한다던지 하는 제재가 좀 필요하지 않을까 싶거든요”(크리에이터 3)

질문4. 혐오 표현 예방(감소) 및 문제해결을 위한 캠페인을 기획할 때 고려해야 할 사항

악플의 유해성 보다 선플의 긍정적인 효과에 초점

한 인터뷰 응답자는 악플의 부정적 영향보다 선플의 선한 영향력을 강조하며 캠페인 콘텐츠에 강조하여 선플을 확산시키는 것이 중요하다고 지적하였다.

“악플이 나쁘다는 것을 강조하기보다는 선플의 영향력을 좀 더 중요시해서 이것(선플 달기)을 유행시키고 사람들이 좀 더 소통할 수 있게 하는 것들을 긍정적인 효과로 볼 수 있게끔 하는 것이 제일 중요한 것 같아요..”(크리에이터 2)

공모전 개최

한 인터뷰 참여자는 창의적인 내용/방법을 청

취하기 위한 캠페인 아이디어 공모전 개최를 제안하였다.

“구글이나 유튜브에서 주최했으면 좋겠어요. 그러니까 누가 주관하는가도 되게 중요한 것 같아요. 왜냐하면 유튜브 또는 구글에서 한다는 것은 엄청 영예로운 것이거든요. 공모전을 해서 그것을 통해서 누구한테는 어떤 혜택을 주고 해서 참여를 시키는 게 되면 창의적인 것들이 많이 나올 거란 말이에요..”(크리에이터 1)

혐오 표현의 부정적 결과 강조

몇몇 연구 참여자들은 캠페인 콘텐츠에 피해자 진술을 포함하거나 자살에 이르는 사례를 포함하는 등 혐오 표현의 피해자가 겪을 수 있는 치명적인 결과들을 강조하는 것이 필요하다는 의견을 주었다.

“누군가에게는 엄청난 고통을 주거나 일상의 삶이 파괴될 수 있다는 사실을 알릴 필요가 있을 것 같아요. 그래서 혐오 표현의 피해자가 직접 나와서 진술하는 방식도 좋고.. 정말 심각한 경우에는 누군가를 자살에 이르게 할 수도 있는... 내가 생각하지도 못한 엄청난 결과를 유발할 수 있는 범죄가 될 수 있다는 사실... 작은 돌을 던진 것이 굉장히 큰 피해로 그리고 사회적인 문제로 변질 수 있다는 점에 대한 경각심을 줄 수 있는 메시지가 들어가야 되지 않을까 해요”(전문가 2)

“...그런 혐오 표현으로 인해 극단적 선택을 한 사람들의 이야기도 인용을 하면 좋을 것 같다는 생각을 했습니다”(이용자 2)

질문5. 혐오 표현 예방(감소) 및 문제해결을 위한 캠페인에 필수적으로 들어가야 할 내용

혐오 표현의 정의와 범위

일부 인터뷰 응답자들은 대다수의 사람들이 혐

오 표현에 대한 이해도가 낮기 때문에 혐오 표현의 개념과 기준 및 유형 등을 사례를 포함하여 캠페인 콘텐츠로 제시할 필요가 있다고 하였다.

“욕설과 혐오 표현이 어떻게 차이가 있는지.. 혐오 표현의 기준 같은 것들을 잘 담아서... 혐오 표현이 사실 뭘지 잘 모르거든요. 저와 같은 전문가도 사실 혼란스러울 때가 있어요. 그래서 정말 혐오 표현이 무엇인가에 대해서 잘 알려줄 수 있는 맥락과 여러 가지 사례를 포함해서 담아내면 좋을 것 같습니다”(전문가 2)

“혐오 표현이 뭘지 제대로 알지 못하고 사용하는 사람들이 많기 때문에 혐오 표현이 무엇인가에 대한 내용과 사례들을 영상 앞부분에 제시하면 좋을 것 같고...”(이용자 2)

방관자도 “가해자”라는 내용

한 인터뷰 참여자는 혐오 표현에 대해 침묵하는 다수에게도 책임이 있고 그들도 가해자 그룹에 포함되므로, 방관자가 되지 않도록 하는 내용을 캠페인 콘텐츠에 넣어야 한다고 주장하였다.

“혐오 표현의 가해자와 피해자는 실제 인터넷 상에 1% 내지 5% 밖에 안 될 거예요. 나머지 다수가 침묵하기 때문에 혐오가 정당화되고 있습니다...그 침묵하는 다수가 함께해야 합니다. 방관하는 사람도 가해자 그룹에 들어가 있는 거예요. 실제로 방관하지 않도록 하는 내용을 넣으면 좋겠습니다”(전문가 3)

법적 처벌과 관련된 내용

한 연구 참여자는 인터넷 상에서 혐오 표현을 담은 악플이 처벌받을 수 있다는 것을 강조하는 내용을 캠페인 콘텐츠에 포함하는 것이 중요하다고 강조하였다.

“요즘에 익명성을 활용해서 일부 사이트에서 악플을 다는 그런 사람들도 다 처벌을 받을 수 있다

는 것을 알았으면 좋겠어요 인터넷 상에서 컴퓨터나 핸드폰 화면 뒤에 숨어서 악플을 달 수 있는 게 아니라 이것을 추적하면 다 처벌을 받을 수 있다는 것을 사람들이 알고 댓글을 쓸 수 있도록 하는 내용이 들어갔으면 좋겠어요 학생의 경우 구체적인 처벌 내용을 알려주는 것도 필요.”(이용자 3)

흥미로운 내용

한 인터뷰 응답자는 더 많은 사람들에게 다가가기 위해 캠페인 콘텐츠를 식상하지 않고 재미있게 만들어야 한다는 점을 지적하였다.

“...재미를 느낄 수 있도록 할 수 있으면 좋겠어요. 캠페인들이 솔직히 좀 유치하다고 생각하는 사람들이 많이 있으니까 너무 유치한 방식으로 가지 않게 해서 더 많은 사람들이 접할 수 있게 하는 것이 좋지 않을까...”(이용자 3)

혐오 표현의 피해에 대한 대응과 관련된 정보

한 인터뷰 참여자는 정신건강과 관련된 도움을 그림 1. 사이버불링 인식조사 결과

받을 수 있는 기관의 정보와 정신적 어려움이 생겼을 때 구체적으로 어디에서 무엇을 어떻게 해야한다는 행동 지침도 캠페인 콘텐츠에 포함되었으면 한다는 의견을 제시하였다.

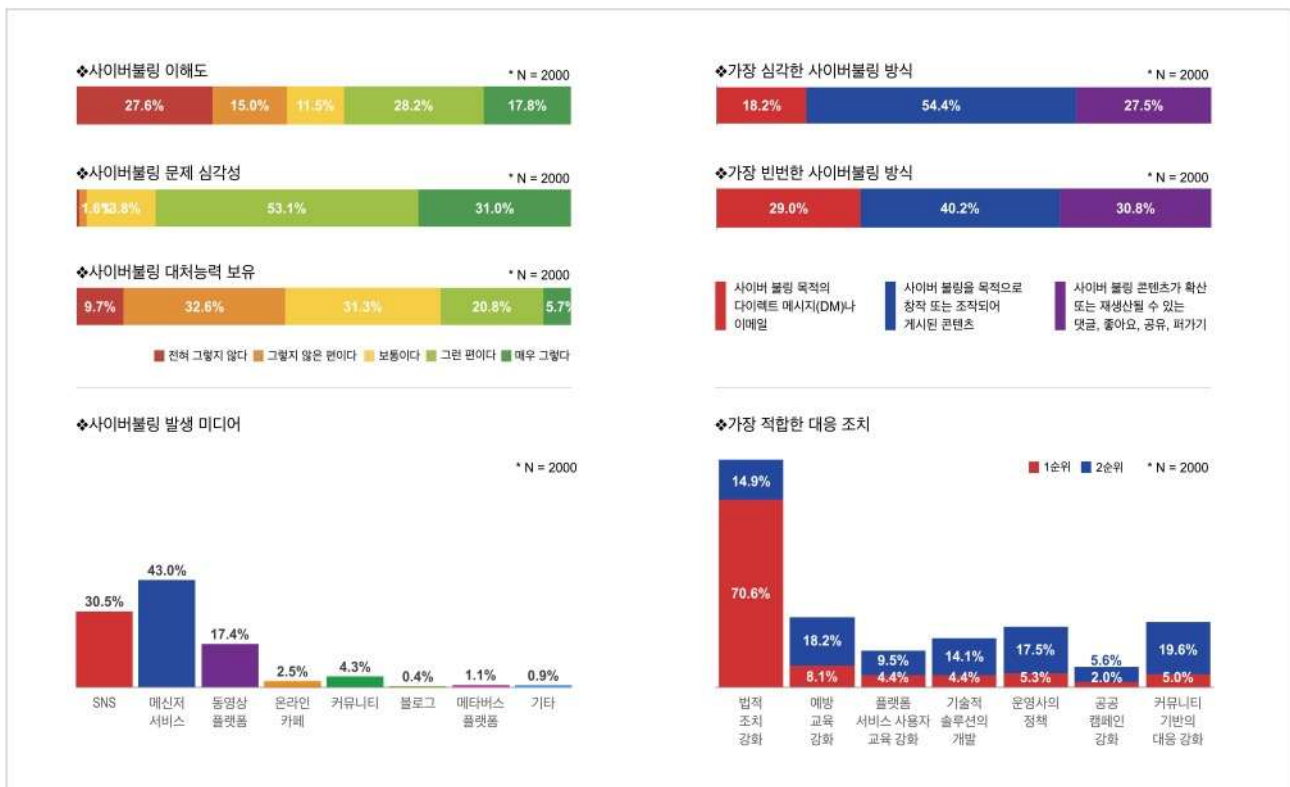
“정신적 문제로 상담이 필요하면 어디로 전화하세요와 같이 실질적인 방안과 같은 내용이 꼭 들어가면 좋을 것 같고, 그냥 이렇게 우리의 인식을 높입시다 하면 이제 그걸로 끝나니까 어디 어디에 무언가를 하라는 행동 지침 같은 것도 너무 좋을 것 같고 어떻게 하라는 구체적인 내용을 넣으면 더욱 좋을 것 같다는 생각을...”(크리에이터 2)

2차 연구

1. 설문조사

설문조사 중 본 연구의 맥락 상 주요한 결과는 다음 그림 1과 그림 2에 정리하였다.

사이버불링



설문조사 중 사이버불링 이해도, 문제 심각성 인식, 대처능력 보유에 관한 질문의 답변은 1. 전혀 그렇지 않다, 2. 그렇지 않은 편이다, 3. 보통이다, 4. 그런 편이다, 5. 매우 그렇다의 5점 척도로 구성하였다. 설문에 사용된 질문의 내용에 따라 ‘그렇다’라고 응답한 결과를 제시할 경우에는 척도의 4와 5를 합한 인원수의 백분율을 산출하여 기술하였고, ‘그렇지 않다’라고 응답한 결과를 제시할 경우에는 척도 1과 2를 합한 인원수의 백분율을 산출하여 기술하였다. 전체 응답자 중

그림 2. 인공지능 인식조사 결과



42.6%가 사이버불링을 잘 이해하지 못한다고 응답하였고, 84.1%가 사이버불링 문제가 심각하다고 응답하였으며, 42.3%가 사이버불링을 당했을 때 대처할 능력이 충분하지 않다고 응답하였다.

사이버불링 발생 미디어, 가장 심각한 사이버불링 방식, 가장 빈번한 사이버불링 방식, 가장 적합한 대응 조치에 대한 질문은 응답 가능한 내용을 제시 후 선택된 답변을 백분율로 산출하여 기술하였다. 사이버불링이 주로 발생하는 미디어 채널로 전체 응답자 중 43.0%가 메신저를 꼽았으며, 메신저 다음으로 SNS, 동영상 플랫폼, 커뮤니티 순으로 주로 발생한다고 인식하고 있었다.

또한, ‘사이버불링을 목적으로 창작 또는 조작되어 게시된 콘텐츠’가 가장 심각한 사이버불링 방식으로 인식(54.4%)되고 있었고, 사이버불링을 목격했다고 답한 응답자 중 콘텐츠에 의한 사이버불링이 가장 빈번하게 발생한다고 응답(40.2%)하였다. 마지막으로, 사이버불링을 예방 및 대응하는데 가장 적합한 조치는 법적 조치 강화라고 응답한 비율이 가장 높게 나타났고(72.0%), 1순위로 응답한 사람도 70.6%로 나타나 법적 조치 강화가 중요한 문제해결이 될 수 있음을 시사했다.

인공지능

설문조사 중 인공지능 기술/서비스 사용 의향, 딥페이크 콘텐츠 식별, 딥페이크에 대한 부정 인식, 딥페이크에 대한 신뢰에 관한 질문의 답변은 5점 척도로 구성하였고, 위의 사이버불링 관련 질문(척도형)과 동일한 방식으로 백분율로 산출하여 기술하였다. 전체 응답자의 77.9%가 인공지능 기술이나 서비스를 사용할 의향이 있다고 응답하여 인공지능 기술에 긍정적인 태도를 보이는 것으로 나타났으나, 58%가 딥페이크 콘텐츠에 대해 부정적으로 인식하고, 62.0%가 딥페이크 콘텐츠를 신뢰하지 않는 것으로 나타나 부정적인 인식도 공존하는 것으로 파악되었다. 반

면, 59.7%가 생성형 인공지능 기술로 만든 콘텐츠를 경험하고, 58.6%가 딥페이크로 만든 콘텐츠를 경험하였음에도 55.2%가 딥페이크 콘텐츠를 식별하기 어렵다고 응답하여 잠재적 위험이 존재함을 알 수 있었다. 또한 56.9%가 생성형 인공지능 콘텐츠를 구별하지 못한 경험이 있고, 53.6%가 딥페이크 콘텐츠를 구별하지 못한 경험이 있는 것으로 나타나 인공지능에 의한 사이버불링이 잠재적 위험을 넘어 실질적인 위협이 되고 있음을 확인할 수 있었다.

2. 포커스 그룹 인터뷰

질문1. 사이버불링을 예방하기 위한 캠페인 및 교육에 있어 주요하게 고려해야 할 사항

사람들의 흥미와 관심을 끌 수 있는 콘텐츠

한 연구 참여자는 학교에서 TV를 통하여 교육하는 등의 방식은 별로 소용이 없으므로 학생들의 흥미와 관심을 끌 수 있는 요소를 꼭 넣어 참여를 유도해야 한다는 의견을 제시하였다.

“학교에서 공익광고처럼 그냥 TV로 틀어주면 학생들이 안 보고 자기 할 일을 하니까 아무리 여러 방면으로 해도 소용이 없기 때문에, 학생들의 관심을 끌 수 있는 요소를... 나한테도 이런 일이 일어날 수 있구나 라는 걸 알려줘야 할 것 같고... 좀 더 직접적으로 예방하는 방법을 여러 개 소개해 주어야 된다고 생각해요”(청소년 4)

사이버불링으로 인한 법적 처벌 강조

한 인터뷰 참여자는 사이버불링을 했을 때 받게 되는 법적 처벌의 내용을 강조하여 알려주어야 한다고 지적하였다.

“저는 받게 될 처벌을 가능한 한 알려주는 게 좋을 것 같습니다. 왜냐하면 학생들은 교육을 받

고도 무시하고 계속할 것이기 때문에 그나마 그걸 억제하는 게 처벌이라고 생각하거든요... 사이버불링을 했을 때 받게 될 처벌을 알려주어서 공포를 높이고...”(청소년 3)

가해자, 피해자, 제3자의 시각을 모두 고려하는 내용

한 인터뷰 응답자는 가해자, 피해자, 제3자의 시각을 모두 생각해 볼 수 있게 하는 내용 포함해야 한다고 주장하였다.

“친한 사람이 모욕적인 언어로 말했을 때 기분이 어떤지를 느끼게 하는 것이 필요할 것 같고... 이제 피해 당사자죠. 그다음에 가해자와 피해자를 제3자 입장에서 봤을 때 어떤 느낌이 드는지를 또 볼 필요가 있을 것 같고요”(전문가 2)

상대방 기분을 고려하는 표현 등에 대한 예시 포함

한 연구 참여자는 순화된 언어 표현, 상대방 기분을 생각하면서 하는 표현 등에 대한 구체적 예시를 제시해 주는 것도 중요하다고 하였다.

“모욕이 포함된 표현들이 나오면, 이 대화에서는 만약에 말을 조금 더 순화하거나 고친다면 어떻게 표현하는 게 훨씬 더 상대방의 기분을 덜 나쁘게 하면서 원하는 것을 얻을 수 있을지 한번 빨간 펜 선생님처럼 좀 교정도 해보고 실제 그런 사례들을 좀 놓고 이야기하는 게 훨씬 더 좋지 않을까 하는 생각이 들었습니다”(전문가 2)

질문2. 개인정보침해, 사생활침해, 스토킹, 성폭력 예방을 위한 캠페인과 교육에 있어 주요하게 고려해야 할 사항

사이버불링으로 인한 부정적이고 파괴적인 결과에 대한 내용

한 인터뷰 참여자는 그런 행위를 했을 때 피해자의 삶뿐 아니라 자신의 삶도 망가질 수 있다는 것을 주지시킬 필요가 있다는 의견을 제시하였다.

“사이버불링이나 온라인상에서의 성폭력 이런 것을 얘기하는 건데 이 범죄나 이 행동을 함으로써 피해자의 인생만 망가지는 것이 아니라 그것을 저지르는 가해자의 인생도 망치게 될 수 있다는 것을 알려주고..”(청소년 2)

법적 처벌에 대한 내용 강조

한 연구 참여자는 사이버 공간에서 개인정보 침해, 사생활 침해, 스토킹, 성폭력을 행했을 때 법적으로 받을 처벌 사항들에 대해 주지시키는 것도 중요하다고 지적하였다.

“...학교폭력 대책에 관한 법률을 보면 명시되어 있습니다. 살펴보면, 특히 사이버 공간에서 일어나는 사이버폭력에 대한 부분에 대해서 그리고 그 예시들도 명시되어 있기 때문에 실제로 언어 습관과 관련 되어진 학교폭력 예방 교육을 할 때 이런 내용들이 법적으로 처벌 사항이다라는 것을 분명히 인지시킬 필요가 있습니다”(전문가 3)

디지털 발자국의 중요성 강조

한 인터뷰 응답자는 디지털 발자국의 중요성(추후 취업 시 문제 발생 가능, 성인이 되어 어떠한 명예가 있는 지위가 생겼을 때 과거의 발자국으로 인해 실질적으로 피해가 있음 등)을 포함하는 것이 필요하다는 점을 강조하였다.

“...기록으로 남는 디지털 풋프린트 부분이 제가 볼 때는 굉장히 걱정되는 점 중에 하나거든요 내가 함부로 하면 안 되겠구나... 왜냐하면 반영구적으로 이게 남아 있을 수 있다라는 것을... 그것을 완전히 삭제하기가 어렵다라는 것... 그런 것들이 나중에 취업 시에도 발목을 잡게 되잖아요 이런 사례들처럼 언제든지 너희들의 이런 행동

으로 인해서 나중에 사회적 명예가 실추되면서 실질적인 피해를 볼 수 있다라는 것에 대해 캠페인에 많이 반영하면 좋을 것 같다라는 생각이 들었습니다”(전문가 4)

연령대를 고려한 섬세한 캠페인과 교육 개입 필요

한 연구 참여자는 연령대별로 메시지를 전달하는 형식을 달리하여 세분화(tailored)된 캠페인과 교육이 필요하다는 의견을 제시하였다.

“나이대별로 자기들이 자주 이용하는 플랫폼이 있잖아요... 예를 들어서, 웹툰이라든지 쇼츠 같은 찰막한 영상이라든지 그런 것들을 많이 본다고 하면 그런 스타일로 그들이 많이 접근하는 쪽에 다 재미 요소를 넣어서 보게끔 하는 것도 굉장히 좋을 것 같고..”(전문가 2)

질문3. 콘텐츠에 의한 사이버불링의 예방을 위한 캠페인과 교육에 있어 주요하게 고려해야 할 사항

처벌 관련 내용

한 인터뷰 응답자는 법적 처벌과 관련된 내용을 강조하는 것이 중요하다고 주장하였다.

“...잘못하면 감옥에 간다 이렇게 좀 공격적으로 타인의 정보를 왜곡한 콘텐츠에 의한 사이버 불링에 대한 처벌을 강조하는 식으로 교육을 하면 어떨까 합니다”(청소년 3)

사이버 공간에 적합지 않은 콘텐츠에 대한 예시 포함

한 연구 참여자는 콘텐츠 창작 시 어떠한 내용이 옳지 않은지 명시(예를 들어주는 등)해 주는 내용을 포함하는 것도 중요하다는 의견을 제시하였다.

“...나이가 어리면 어릴수록 옳지 않음과 옳음의 판단이 명확하지 못할 수 있기 때문에 그 친구들

이 사회적 편견으로 인한 편향된 정보를 창작하거나 아니면 다른 친구들이 다루는 이야기를 그냥 쉽게 콘텐츠화할 때, 그건 옳지 않다, 하면 안 되는 거다라는 기준을 명확히 알려줘야 될 것 같아요”(청소년 4)

무심코 한 공유가 확산되어 큰 피해가 생기는 점에 대한 내용

한 인터뷰 참여자는 부적절한 콘텐츠의 부주의한 공유가 확산되어 큰 피해가 생기는 점에 대한 내용이 포함되어야 한다고 지적하였다.

“공유의 측면에서 얼마나 빨리 확산되는지 잘 몰라요. 모르는 경우가 많고, 초등학교 저학년 그리고 고학년도 마찬가지로인데 본인이 만든 것을 공유했을 때 이것이 어떤 식으로 확 퍼질 수 있는지에 대해 잘 몰라요...(무심코 한 공유의 위험성) 지금까지의 캠페인에서는 아주 그렇게 많이 다뤄지지 않은 것 같아요”(전문가 4)

피해자가 받을 심각한 정신적 피해에 대한 내용

한 연구 참여자는 콘텐츠에 의한 사이버불링 피해자의 심각한 정신적 피해에 대한 내용을 담을 필요가 있다는 의견을 제시하였다.

“...역지사지 해보는 것, 피해자가 어떤 마음일까하는 것에 대해서 굉장히 심각하게 고려할 필요가 있고...이런 행동을 했을 때 법적인 처벌과 아울러서 상대방이 얼마만큼 끔찍한 고통을 당하고 있는가 하는 부분들을 좀 더 부각시킬 필요가 있지 않을까하는 생각이 듭니다”(전문가 3)

질문4. 딥페이크를 활용한 사이버불링 예방을 위한 캠페인과 교육에 있어 주요하게 고려해야 할 사항

피해자가 받게 될 정신적 고통에 대해 입장 바꾸어 생각할 수 있는 내용 포함

한 연구 참여자는 딥페이크를 이용한 사이버불링의 피해자가 받게 될 정신적 고통에 대한 내용이 포함되어야 한다는 의견을 제시하였다.

“입장을 바꿔 생각해야 된다는 게 제일 먼저일 것 같은데, 예를 들어서 딥페이크를 한다면 당하는 피해자 입장으로서 내가 한 말도 아닌데 퍼져 나가니까 사람들은 그걸 믿게 되고.. 가해자도 만약에 내가 피해자였으면 어떤 심정이었을까 라는 것을 알아야 돼...”(청소년 2)

딥페이크의 활용 여부를 구별하는 내용 및 tip 포함

인터뷰 응답자들은 딥페이크를 활용한 영상의 진위여부를 구별하는 방법에 대한 내용이 필요하다고 주장하였다.

“과연 딥페이크를 당한 인물이 이 말을 할 지 안 할지를 생각해 보면 좋을 것 같습니다. 왜냐 하면 아까 했던 이야기에 교장 선생님이 인종차별적인 말을 과연 할까...퍼질 수 있는 것을 알고도 그런 지위에 있는데 그런 인종차별적인 발언을 할지 생각을 하는 게...”(청소년 2)

“보통 딥페이크 찾아내는 툴들이 있어요. 공짜로 쓸 수 있는 공개된 툴들이 있거든요..그런 것들을 몇 개를 찾아서 육안으로 (딥페이크를) 구분하는 것 말고 툴을 이용해서 구분하는 방법을 교육시켜도 좋을 것 같고, 반대로 내가 딥페이크로 가짜를 만들면 이런 툴에 의해서 걸리겠네라는 경각심을 줄 수 있으니까 그런 것도 한 번 하면 좋을 것 같습니다”(전문가 2)

연령대에 따라 차등화된 캠페인 및 교육 필요

인터뷰 참여자들은 딥페이크를 활용한 영상에 대한 진위여부 구분 능력이 연령별로 다르기 때문에 차등화된 내용으로 캠페인과 교육을 진행하는 것이 바람직하다고 하였다.

“...방송통신위원회 직원분들 전체를 놓고 강의를 한 적 있어요. 거기서 답페이지 영상하고 사진을 찍 주면서 어떤 것이 답페이지인지 아닌 건지를 찾아보는 시간을 가졌는데 젊은 직원들은 잘 찾아요”(전문가 2)

“...이제 과장급만 돼도 이것이 구분이 안 된다는 거예요...제가 영상에서 잘못된 부분 찾아내기 이런 것을 했거든요, 지금 이제 막 들어온 (신입) 직원들과 젊은 사람들은 거의 다 찾아냅니다”(전문가 2)

질문5. 2024년에 사이버불링 예방 캠페인 및 교육에 바라는 점

흥미를 유발하며 재미있는 콘텐츠

연구 참여자들은 시민들의 흥미를 유발하거나 (예, 스토리 based 등) 목적이 분명히 제시된 콘텐츠를 만드는 것이 우선적으로 중요하다는 의견을 제시하였다.

“일단은 보는 사람들의 흥미를 유발해야 메시지 전달도 더 잘 된다고 생각을 해요. 스토리 텔링이든지 아니면 뭔가 좀 더 볼 이유를 있게 하거나 영상의 목적 같은 것이 더 분명하게 제시되면 더 많은 사람들이 보고 배울 수 있을 것 같아서...”(청소년 2)

“스토리 텔링 같은 형식을 이용해서 이해하기 쉽고 재미있게 연결되면...같이 볼 수 있고 참여할 수 있는 그런 캠페인이 될 수 있지 않을까...”(청소년 3)

시민들에게 아이디어 제공 기회를 줄 수 있도록 공모전 개최

한 인터뷰 응답자는 사이버불링 예방 캠페인을 위해 시민들의 아이디어를 제공할 수 있는 기회를 마련할 수 있도록 공모전을 개최하는 것도 좋

은 방법이라고 하였다.

“...사이버불링 예방 캠페인을 하려고 하는데 아이디어와 소재거리를 모집합니다. 당선 되신 분들은 캠페인 진행 시 원작자임을 명시해 드립니다. 이렇게 해서 적극적으로 시민들이 청취자가 아니라 작가 역할을 할 수 있도록 하면 자기의 경험 또는 옆에서 봤던 경험들을 소재로 지원할 수도 있겠지요...그렇게 아이디어 공모전 같은 것을 한 번 해보아도 좋지 않을까하는 생각이 들었습니다”(전문가 2)

바이럴 마케팅 등을 통한 캠페인의 확산 필요

한 인터뷰 참여자는 바이럴 마케팅(예, 해시태그)을 통해 본 캠페인이 더욱 확산될 수 있다고 제안하였다.

“...바이럴 확산이 굉장히 중요하다는 생각이 듭니다...확산 전략을 어떻게 가져갈까라는 부분이 캠페인에 있어 가장 중요한 것이 아닐까라는 생각이 들고요... 광고 자체가 하나의 액션 행위로 드러날 수 있게 한다고 할 때 여기에 실제로 해시태그를 붙인다는지...”(전문가 3)

학교 현장에 캠페인이 확산될 수 있는 방안 강구

연구 참여자들은 학교 현장에 콘텐츠가 제공될 수 있는 다양한 방안을 강구하는 것이 중요하다는 의견을 제시하였다.

“학교 현장으로 파급하는 것이 굉장히 중요하다고 생각하고요...이번 기회에 전문가 선생님들의 의견을 통해서 좀 더 업그레이드된다는 생각이 드니까 이제 스케일 업 쪽에 포커스를 맞추되 학교 현장에 과연 어떤 식으로 접근하느냐에 대해서...”(전문가 3)

“모든 학교에서 실질적으로 학교폭력 예방 교육을 해야 하니까, 일단 디지털 리터러시 안에 사이버불링과 관련된 주제들도 굉장히 중요하고

임팩트 있기 때문에, 이런 부분을 연계해서 진행하는 것도 효과적인 방법이 아닐까하는 생각이 들기도 합니다”(전문가 3)

연구 결과의 활용

본 연구는 유튜브와 디지털리터러시협회가 2023, 2024년 진행한 “Hit Pause(잠시만요)” 캠페인의 기초연구로 수행되었다. 연구 결과를 완전하게 반영하기보다 핵심과제와 전략을 도출하여 캠페인에 반영하고자 했다. 핵심과제를 중심으로 14개의 캠페인 영상을 제작하고, 영상과 함께 수업을 진행할 수 있는 11차시 교육 자료(강의안, 활동지, 교사용 활동 안내서 3종)를 개발하여 캠페인의 효율성과 확산성을 꾀하였다.

1. 동영상 캠페인

동영상 제작

2023년 1차 연구 결과에 따라 의도 없이도 누구나 사이버불링을 할 수 있다는 점에서 소수의 악플러를 향한 메시지보다는 다수의 사람에게

될 수 있다”는 내용을 동영상의 핵심 메시지로 전달하고자 하였다. 2024년에는 2차 연구 결과 중 설문조사의 주요 결과를 반영하여 콘텐츠에 의한 사이버불링을 인지하고, 사이버불링 콘텐츠와 허위 정보가 포함된 사이버불링 콘텐츠를 식별할 수 있도록 도우며, 방관자가 되지 않도록 사이버불링 콘텐츠를 발견하였을 때 공유하지 않고 신고해야 한다는 내용을 포함했다. 또한 청소년들과 일반 대중이 보다 흥미를 갖고 볼 수 있도록 퀴즈와 게임 형식을 시도하였다.

특히 시청자들의 흥미를 더하고, 많은 사람들에게 확산할 수 있도록 동영상 제작에 유명 크리에이터들이 참여하도록 하였다. 2023년에는 엔조이커플, 원샷한솔, 너덜트, 짹짹아윤기, 잇섭, 닥터프렌즈, 피지컬갤러리가 참여하여 8개의 영상을 제작하였고, 2024년에는 헤리, 지무비, 안될과학, PADO, 땡질스, 장꾸커플, 빵먹다살쥔떡, 수마일, 띠미, 양짱, 리정이 참여하여 6개의 영상을 제작하였다. 2024년 영상은 크리에이터들이 사이버불링과 관련된 상황을 연출하여 보여주고, 상황에 대한 판단, 해법 등 상세한 설명을 포함하되, 2분 이내로 제작하였다. 2024년 영상은 설명, 대화, 퀴즈 등 다양한 형식으로 구성하고 1

표 10. Youtube “Hit Pause(잠시만요)” 캠페인 영상 이미지 표본

2023년 영상 이미지			
2024년 영상 이미지			

사이버불링에 대한 이해를 돕고, 오해를 줄이며, “누구나 피해자가 될 수 있고, 누구나 가해자가

분 이내의 영상으로 보다 짧게 제작하였다. 2023년과 2024년에 제작한 영상 이미지 표본을 표 10

표 11. Youtube “Hit Pause(잠시만요)” 영상 제목 및 조회수

조회 날짜: 2025.1.18

년도	개수	제목	조회 수	좋아요 수 (쇼츠 포함)
2023년 1차 Campaign	1	당신도 모르는 사이에 사이버불링을 하고 있을 수 있어요	15만회	0.9천
	2	내가 보는 콘텐츠, 누군가에게 상처를 주지 않는지 의심해 봐요	17만회	1.2천
	3	웃고 있어도 조롱을 담고 있다면 사이버불링일 수 있어요	13만회	0.6천
	4	상황에 맞지 않은 불쾌한 표현, 사이버불링일 수 있어요	16만회	0.7천
	5	일반화, 사이버불링을 부르는 편견일 수 있어요	15만회	0.8천
	6	사실 확인되지 않은 정보 공유는 사이버불링일 수 있어요	14만회	1.2천
	7	사이버불링, 무관심으로 대응해야 확산을 방지할 수 있어요	14만회	1.1천
	8	사이버불링 없는 온라인 환경, 나부터 시작해요	17만회	1천
2024년 2차 Campaign	1	헤리와 함께하는 사이버불링 잠시만요!	80만회	3천
	2	지무비의 유튜브 잠시만요 캠페인 공식 티저	78만회	1.7천
	3	케도 & 모립과 사이버불링 알아보기	55만회	0.9천
	4	땡절스 & 장꾸 커플의 사이버불링 찾기 스피드 게임!	43만회	2.2천
	5	사이버불링 공유해도 된다 vs. 안 된다 밸런스 게임!	50만회	1.2천
	6	리정의 사이버불링 찾아내는 팁 정리!	55만회	0.8천

에 영상의 제목과 조회수 표 11에 정리하였다.

유튜브를 통한 확산

제작한 동영상은 유튜브상에 구글이 운영하고 2024년 12월 기준 52만 명의 구독자를 보유한 유튜브 코리아 채널에 업로드하고, 재생목록으로 묶어 유튜브 이용자들이 시청하고, 학교 및 교육기관에서 교육 시 이용할 수 있도록 하였다.

2023년 제작한 8개 영상은 2025년 1월 18일 기준 총 121만 회 조회수를 기록하였고, 2024년 제작한 6개 영상은 361만 조회수를 기록하였다. 2023년 영상(2023년 9월 4일 업로드)이 1년 이상된 데 반해 2024년 영상(2024년 10월 28일 업로드)은 조회일 기준 불과 80여 일밖에 되지 않고 영상 수가 적음에도 불구하고 약 3배의 조회수를 기록하였다. 크리에이터의 영향력 차이가 있을 수 있으나, 퀴즈, 게임 형식의 도입 등 연구 결과를 반영한 효과가 있는 것으로 사료된다.

2. 교육자료 개발

교육 자료 개발

2023년 교육자료는 2023년 1차 연구 결과에 따라 사이버불링에 대한 이해를 높이고 오해를 해소할 수 있는 내용을 중심으로 개발하였다. 특히 짧은 동영상에 담을 수 없는 상세한 내용을 포함하였는데, 일상에서 흔히 사용하지만, 상황에 따라 사이버불링이 될 수 있는 말들, 상황과 맥락에 맞지 않는 말로 타인에게 상처를 줄 수 있는 말들, 지나친 일반화와 편견에 의한 사이버불링, 허위 정보에 의한 사이버불링 등 상세한 내용을 다루었고, 무관심과 방관자 문제도 다루었다. 교육자료는 총 8차시로 구성하고, 차시마다 학생용 강의자료와 활동지, 교사용 활동 안내서 3종으로 제작하였다. 또한 학생들의 흥미를 돋우기 위해 유명 크리에이터들이 참여하여 제작한 동영상을 각 해당 차시의 강의자료에 삽입하여 활용하였다. 교육자료는 디지털리터러시협회의 6년 이상 경험을 지닌 수석 연구원들이 참여하여 개발하고, 내부 평가 회의를 거쳐 완성하였다.

2024년 교육자료에는 2023년의 연장선에서 사이버불링 식별 방법, 허위 정보 식별 방법, 방관자 문제 등을 보다 상세히 다루고, 악플의 억제보다 선플의 촉진이 효과적일 수 있다는 의견을 반영

표 12. Youtube “Hit Pause(잠시만요)” 교육자료 개요

년도	차시	제목	연계 교육 내용
2023년 1차 Campaign	1	웃자고 한 말도 폭력이 될 수 있다고요?	[도입] 자극에 무더지는 이유에 관하여 이야기 나누기 [전개] Hit Pause 캠페인 영상 시청하고 일상에서 사용하는 표현에 관하여 이야기 나누고 다른 사람에게 상처 주는 표현 찾아 바꿔보기 [정리] 수업 마무리 활동
	2	특정한 사람을 떠올리게 하는 표현도 폭력이 될 수 있다고요?	[도입] 장난이지만 아팠던 다양한 경험 나누기 [전개] Hit Pause 캠페인 영상 시청 후 디지털 세상을 지키는 캐릭터를 그리거나 댓글 바꾸기 활동 [정리] 수업 마무리 활동
	3	감정 표현도 폭력이 될 수 있다고요?	[도입] 감정 전달 과정을 도미노와 연결하여 설명하고, 감정이 상대에게 전달되었던 경험 나누기 [전개] Hit Pause 캠페인 영상 시청 후 감정이 상대에게 미치는 영향에 관해 이야기를 나누고 자기 감정을 알아차리는 표정 꾸미기 활동 [정리] 수업 마무리 활동
	4	디지털 세상에서도 티키타카가 필요하다고요?	[도입] 스포츠 활동에 대한 경험으로 생각 열기 [전개] Hit Pause 캠페인 영상 시청과 주제에서 벗어난 댓글에 대한 의견 나누기 [정리] 수업 마무리 활동
	5	다르기 때문에 더욱 소중하다고요?	[도입] 나를 향한 일반화 경험으로 생각 열기 [전개] Hit Pause 캠페인 영상 시청과 일반화로 인한 사이버불링 이해하기, 모둠 활동으로 우리 학급 친구들의 다양한 모습 살펴보기 [정리] 수업 마무리 활동
	6	공유만 해도 폭력이 된다고요?	[도입] 우리가 만난 허위 정보와 그때의 경험 나누기 [전개] Hit Pause 캠페인 영상 시청 후 허위 정보 유포의 위험성 및 팩트 체크 챌린지 활동 [정리] 수업 마무리 활동
	7	무시와 외면이 사이버불링을 예방할 수 있다고요?	[도입] 스트라이샌드 효과 개념 이해하기 [전개] Hit Pause 캠페인 영상 시청 후 콘텐츠의 소비와 확산의 관계를 알고 영상 제목 짓기 활동 [정리] 수업 마무리 활동
	8	좋은 콘텐츠만 봐도 세상을 바꿀 수 있다고요?	[도입] 작은 행동이나 사건이 큰 변화를 불러온 나비 효과 경험 나누기 [전개] Hit Pause 캠페인 영상 시청 후 깨끗한 온라인 세상을 위한 캠페인 제작 활동 [정리] 수업 마무리 활동
2024년 2차 Campaign	1	사이버불링 콘텐츠, 이렇게 구분해요	[도입] 이미지 게임 [전개] 사이버불링의 의미와 세 가지 유형 알아보기, 사이버불링 유형 구분하기, 잠시만요 노트 북 만들기 [정리] 수업 마무리 활동
	2	사이버불링 콘텐츠, 이렇게 신고해요	[도입] 잠시만요 밸런스게임 [전개] 영상 시청 후 방관자 효과 알아보기, 콘텐츠 신고 시뮬레이션, 따뜻한 콘텐츠 기획하기 [정리] 수업 마무리 활동
	3	사이버불링 콘텐츠, 이렇게 정리해요	[도입] 인포데믹 개념과 허위정보 판별법 알아보기 [전개] Hit Pause 캠페인 영상 시청 후 사이버불링 퀴즈, 사이버불링 콘텐츠 구분 방법을 활용한 섬네일 미니북 만들기, 숏드라마 기획하기 [정리] 수업 마무리 활동

표 13. Youtube “Hit Pause(잠시만요)” 교육자료 이미지 표본

연도	강의안	활동지	교사용 활동 안내서
2023년 교육 자료			
2024년 교육 자료			

하여 따뜻한 콘텐츠 만들기 과정을 추가하였다. 또한 2024년 2차 연구 결과에 기초하여 법적 문제와 신고 방법을 상세히 다루었고, 학생들이 사이버불링이라는 심각한 주제를 재미있게 배울 수 있도록 퀴즈와 게임 형식을 적극적으로 반영하였다. 교육자료는 총 3차시로 구성하고, 차시마다 학생용 강의자료와 활동지, 교사용 활동 안내서 3종으로 제작하였다. 2024년 교육자료는 디지털리터러시협회가 교육 콘텐츠 연구 모임인 참쌤스쿨의 교사들에게 의뢰하여 개발하고, 협회의 평가 의견을 반영하여 완성하였다. 교육자료 개요를 표 12에 이미지 표본을 표 13에 정리하였다.

2023년과 2024년에 개발된 모든 교육자료는 웹사이트를 구축하여 업로드하고, 모든 교사들이 무료로 다운로드 받아 이용할 수 있도록 공개하였다.

IV. 결 론

본 연구는 온라인 혐오 표현 및 사이버불링 예방을 위한 전략을 탐구하기 위해 진행되었다. 결과 섹션에서 기술한 바와 같이, 1차 연구 결과에서 혐오 표현의 개념과 유형, 캠페인 기획에 필요한 요소, 플랫폼 기업의 역할과 필요한 노력에 관한 5개 주제 질문에 대해 17개의 하위 주제가 도출되었으며, 2차 연구 결과에서 “사이버불링을 예방하기 위한 캠페인과 교육에 있어 고려해야 하는 요소”라는 핵심 주제와 관련된 5개 질문은 19개의 하위 주제로 분석, 정리되었다.

1차와 2차 연구에서 온라인 혐오 표현과 사

이버불링 예방 캠페인에 필요한 요소에 대해 반복적으로 언급되는 내용은 혐오 표현과 사이버불링을 했을 때 받게 되는 법적 처벌을 강조해야 한다는 부분이었다. 연구 참여자들은 가해자가 사이버불링이 불법적 행위라는 것을 인지하게 될 때, 두려움 때문에라도 이와 같은 범죄를 예방하는 데 효과적일 수 있다고 하였다. 다음으로 반복되는 의견은 피해자가 받게 될 정신적 고통의 심각성을 강조해야 한다는 점이었다. 캠페인에는 가해자가 역지사지의 관점에서 피해자의 입장과 감정을 이해할 수 있도록 돕는 내용이 반드시 포함되어야 한다는 의견이 제시되었다. 또한, 캠페인을 확산시키고 효과적으로 진행하기 위해 흥미를 끌 수 있는 내용과 형식으로 구성하는 것이 중요하다는 점이 반복적으로 강조되었다. 아울러, 공모전을 통해 다양한 아이디어를 수집하여 창의적이고 효과적인 캠페인을 기획해야 한다는 의견도 1차와 2차 연구에서 일관되게 확인되었다.

사람들은 온라인에서 일하고, 배우고, 소비하며, 놀이를 즐기고, 다른 사람들과 관계를 맺고, 민주주의 여론 형성에 참여한다. 이는 개인이 자발적으로 혐오 표현의 주체가 될 가능성을 포함할 뿐만 아니라, 반대로 혐오 표현의 피해자가 될 가능성도 있다는 점을 의미한다[35]. 이러한 문제는 소통과 교류의 양이 증가하고 그 속도가 빨라질수록 더욱 심화될 수 있다. 혐오 표현을 단순히 소수의 악성 댓글 작성자 문제로만 치부해서는 안 된다.

1차 연구에서 한 연구 참여자는 "혐오 표현의 개념"을 묻는 질문에 대해, 의도 없이 무심코 한 말도 혐오 표현이 될 수 있음을 언급한다. 이는 혐오 표현이 악의적인 의도를 가진 사람들뿐만 아니라, 누구나 가해자가 될 가능성이 있음을 시사한다. 기존의 혐오 표현과 사이버불링 정의는

‘의도성’을 중심으로 판단되었으나, 이는 한계를 드러내고 있다. 서론에서 언급한 바와 같이 기존 정의는 가해자의 행위, 의도, 표현 방식을 중심으로 문제를 규정해왔다[36]. 이는 가해자 중심으로 문제를 바라보는 현행 사법 체계의 관점과도 일맥상통한다. 이러한 정의는 가해자가 의도가 없거나 피치 못할 사정이 있다고 주장하는 경우 책임을 면제받을 여지를 제공한다.[39]

가해자 관점으로 정의된 기존 사이버불링의 정의에서는 혐오 표현을 당했다고 느끼는 피해자가 있어도, 가해자가 의도가 없거나 피치 못할 사정이 있었다고 주장할 경우 책임을 면제받는 일이 발생할 수 있다. 이는 과거 성희롱 문제에서도 확인된 바 있다. 당시 성희롱 문제는 가해자 중심으로 정의되었으며, 무의식적인 행동이나 음주를 핑계로 가해자들이 책임을 면제받는 사례로 이어졌다. 이러한 문제를 해결하기 위해 성희롱 문제는 피해자 중심으로 재정의되었다. 가해자의 의도가 없었다 하더라도, 피해자가 피해를 인식하면 이를 문제로 인정하는 접근법이 도입된 것이다. 이러한 접근법은 피해자 거짓 진술 등 새로운 문제를 초래하기도 했으나, 혐오 표현과 사이버불링 문제를 해결하는 데 중요한 시사점을 제공한다. 따라서, 혐오 표현과 사이버불링 문제를 다룰 때에도 가해자의 의도와 관계 없이 피해자가 피해를 인식하면 이를 혐오 표현이나 사이버불링으로 인정하는 방향을 검토할 필요가 있다.

사이버 렉카나 딥페이크를 이용한 사이버불링 사례에서 볼 수 있듯이, 콘텐츠를 활용한 사이버불링은 최근 몇 년 사이 새롭게 등장한 방식이다. 이러한 사이버불링은 문자나 댓글을 통한 사이버불링보다 피해가 더욱 심각하다. 사이버불링 콘텐츠는 빠르게 확산되며, 디지털 발자국으로 인해 오랜 기간 동안 인터넷에 남아 피해를

지속시키기 때문이다.

따라서, 이러한 문제를 예방하거나 피해를 줄이기 위해서는 창작자들이 건강한 콘텐츠를 제작하도록 돕는 윤리 교육이 시급하다. 콘텐츠 제작 과정에서 윤리적 기준을 준수하도록 유도하고, 창작자들에게 사이버불링이 초래할 수 있는 피해의 심각성을 이해시키는 교육 프로그램이 마련되어야 한다. 이러한 교육은 단순히 기술적인 측면을 넘어, 창작자로서의 책임감과 윤리의식을 함양하는 데 중점을 두어야 할 것이다.

이와 같은 교육을 활성화하기 위해 정부는 제도적인 지원 방안을 마련할 필요가 있다. 예를 들어, 혐오 표현 및 사이버불링 예방 교육을 실시하는 공공기관이나 민간 기업, 플랫폼 제공업체 등에 대해 인적·물적 지원을 제공하는 방안을 고려해야 한다. 이러한 지원은 교육 프로그램의 확산과 실행력을 높이는 데 중요한 역할을 할 것이다. 또한, 사이버 공간은 이용자와 창작자가 상호작용하는 생태계로 구성되어 있기 때문에, 이용자들도 건강한 콘텐츠 소비를 실천할 수 있도록 관련 교육을 제공해야 한다. 이러한 교육은 이용자들이 콘텐츠 소비 과정에서 비판적 사고를 기르고, 유해 콘텐츠를 구별하며, 책임감 있는 행동을 취할 수 있도록 돕는 데 중점을 두어야 한다. 이를 통해 생태계 전반의 건강성을 강화할 수 있을 것이다.

1차 연구의 포커스 그룹 인터뷰에서 “혐오 표현 예방(감소) 및 문제 해결을 위한 캠페인에 필수적으로 들어가야 할 내용”에 대해 묻는 질문에, 한 연구 참여자는 침묵하는 다수도 책임이 있으며 그들 역시 일종의 가해자로 분류될 수 있다는 의견을 제시하였다. 이러한 의견은 교육 콘텐츠에 방관자가 되지 않도록 경각심을 심어주는 내용이 반드시 포함되어야 함을 강조한다.

기존 사회과학 연구에서는 온라인 혐오 표현

확산의 주요 원인으로 미디어 이용자들의 디지털 리터러시(Digital Literacy) 부족을 지적하고 있다[37,38]. 따라서, 창작자와 이용자를 대상으로 하는 교육과 캠페인의 콘텐츠에는 디지털 리터러시를 함양하기 위한 내용이 필수적으로 포함되어야 한다. 이러한 교육은 창작자들이 책임 있는 콘텐츠를 제작하고, 이용자들이 비판적 사고를 통해 유해 콘텐츠를 구별하며 건강한 사이버 환경을 조성하는 데 기여할 수 있도록 돕는 데 초점을 맞추어야 한다.

특히 “사이버 렉카”와 같은 혐오 표현을 사용한 사이버불링 문제는 어느 특정 주체의 노력만으로는 해결할 수 없다. 사업자(기업), 창작자, 이용자가 서로 영향을 주고받는 하나의 생태계로 작동하기 때문에, 건전하고 건강한 인터넷 환경을 조성하기 위해서는 각자가 자신의 역할을 충실히 해야 한다. 사업자는 사이버불링 문제를 예방하고 해결하기 위한 내부 정책과 관리 시스템을 구축하며, 지속적인 노력을 기울여야 한다. 창작자는 경제적 이익을 목적으로 사이버불링 콘텐츠를 제작해서는 안 될 뿐만 아니라, 의도치 않게 사이버불링의 가능성을 포함하는 내용을 생성하지 않도록 주의해야 한다. 이용자 또한 사이버불링 콘텐츠를 소비하거나 공유하지 않도록 유의하며, 문제가 되는 콘텐츠를 발견하면 적극적으로 신고해야 한다. 정부 역시 이러한 생태계가 긍정적으로 발전할 수 있도록 적절히 개입하고 지원하는 역할을 수행해야 한다.

이와 관련하여 윤성옥(2019)은 “혐오 표현은 규제 방식과 규제 주체의 문제이다. 혐오 표현 규제는 표현의 자유를 제한할 우려가 있으므로 정부의 직접적인 규제 방식은 논란이 될 가능성이 높다. 따라서 인터넷서비스사업자들이 혐오 표현 문제에 관심을 가지고 자체적으로 내부 정책을 수립하는 것이 필요하다. 규제기관은 사업

자들이 혐오 표현에 대한 정책을 수립하고 이를 공개하도록 최소한의 관리 감독 역할을 수행하는 것이 바람직하다”라고 주장하였다[13].

이처럼, 표현의 자유를 근간으로 하는 인터넷의 본래 취지와 긍정적인 측면을 유지하면서 발전시키기 위해서는 생태계를 구성하는 주체들의 자율적인 노력과 적절한 규제가 조화를 이루어야 한다. 이를 위해 정부는 규제와 개입을 최소화하면서도, 국민이 안전하게 인터넷을 사용할 수 있도록 적절한 법규와 제도를 마련하고 이를 뒷받침해야 한다.

사이버불링은 온라인에서 발생하기 때문에 디지털 기술의 발전과 밀접한 관계가 있다. 새로운 기술이 등장할 때마다 새로운 형태의 사이버불링 수법이 나타나며, 이러한 기술의 발전에 따라 사이버불링 역시 끊임없이 진화하고 있다. 따라서 사이버불링 예방을 위한 교육과 캠페인은 새로운 기술뿐 아니라, 기술 발전과 함께 발생할 수 있는 문제를 이해하고 이에 대비할 수 있는 내용을 포함하여 지속적으로 업데이트될 필요가 있다.

최근의 추세로, 2차 연구 설문조사 결과에서 나타난 바와 같이 사이버불링은 인공지능 기술을 활용하며 점점 더 지능화되고 있다. 특히 딥페이크 기술을 이용한 사이버불링은 현재 가장 심각한 문제로 대두되고 있다. 딥페이크 기술은 사이버불링을 자동화하고 고도화시키는 대표적인 사례로, 이를 예방하고 대응하기 위한 교육 및 캠페인이 절실하다. 사이버불링 예방 교육과 캠페인에는 딥페이크를 활용한 사이버불링의 위험성을 알리고, 이를 사전에 예방하며 적절히 대처할 수 있는 내용을 반드시 포함해야 한다.

또한, 딥페이크 기술이 사용된 콘텐츠를 식별하는 방법에 대한 교육도 필요하다. 예를 들어, 전문 소프트웨어를 활용하여 딥페이크 콘텐츠를

탐지하거나, 콘텐츠의 내용과 맥락을 분석하여 이를 분별하는 방법을 가르치는 것이 효과적이다. 이러한 기술적 식별 방법과 더불어, 실용적인 팁(tips)을 제공하는 것도 교육과 캠페인의 중요한 요소로 포함되어야 한다.

본 연구는 온라인 혐오 표현과 사이버불링 예방 전략을 탐색하기 위해 전문가, 창작자, 이용자의 의견을 수렴했다는 점에서 의의를 가진다. 이를 통해 다양한 이해관계자의 관점을 반영하여 예방 전략을 구체화하고 실효성을 높일 수 있는 기반을 마련했다.

그러나 각 집단의 포커스 그룹 인터뷰 참여자 수가 비교적 적었기 때문에, 이번 연구 결과를 일반화하는 데에는 한계가 있을 수 있다. 따라서 추후 유사한 주제와 형식의 연구를 진행할 경우, 전문가 집단의 인원수를 늘리고, 패널을 다학제적으로 구성하여 다양한 분야의 전문가 의견을 폭넓게 수렴할 필요가 있다. 이러한 접근은 캠페인 기획과 관련된 보다 포괄적이고 심층적인 관점을 확보하는 데 기여할 것이다. 또한, 창작자 집단과 이용자 집단의 참여 인원을 확대하여 다양한 관점과 경험을 반영하면 연구 결과의 신뢰성과 적용 가능성을 더욱 높일 수 있다. 이를 통해 더욱 포괄적이고 실질적인 예방 전략을 도출할 수 있을 것이다.

이 연구와 관련된 후속 연구로는 다음과 같은 제안이 가능하다. 첫째로는, 법적 처벌 내용을 교육과 캠페인에 포함해야 한다는 의견과 사이버불링 문제를 성범죄처럼 가해자 중심에서 피해자 중심으로 전환할 필요성을 제기한 만큼, 사회학, 법학 등 다학제적 패널 전문가들이 참여하는 연구가 뒤따라야 할 필요가 있다. 이러한 접근은 사법적, 교육적, 사회적 측면에서 통합적인 예방 전략을 도출하는 데 기여할 것이다.

둘째로는, 개발된 교육자료를 활용하여 교육 실

시 전후 변화를 정량적, 정성적으로 분석하여 교육의 효과성을 측정하는 연구가 필요하다. 이러한 연구는 단순히 프로그램의 효과성을 평가하는 데 그치지 않고, 예방 전략의 취약점을 파악하고 이를 보완하여 더욱 정교하고 실효성 있는 개입으로 발전시키는 데 중요한 역할을 할 것이다.

마지막으로, 혐오 표현과 사이버불링이 일어나는 선행 변수를 파악하는 연구이다. 다양한 독립 변수(나이, 성별, 인터넷 사용 빈도 등)를 활용하여 결과변수인 사이버불링 행위(간접적인 질문들로 개념을 측정하는 척도 사용)에 영향을 주는 요인들을 파악하는 양적 연구도 중요하다 할 수 있다. 이러한 설문을 통한 조사 연구는 증거 기반(Evidence-based) 예방 개입에 있어 근거가 될 기초자료가 될 수 있을 것이다.

REFERENCES

- [1] 2022년도 인터넷이용실태조사 요약보고서(2023). https://www.iitp.kr/kr/1/knowledge/statisticsView.it?masterCode=publication&searClassCode=K_STAT_01&identifier=02-008-230403-000001 (accessed Sep., 9, 2024).
- [2] 고진희, “청소년의 스마트폰 의존도가 삶의 만족도에 미치는 영향: 공격성과 학업열의의 매개효과”. 제주대학교 석사학위 논문, 2020. 8
- [3] 청소년 스마트폰 사용률(2023). <https://stat.kisdi.re.kr/main.html> (accessed Sep., 6, 2024).
- [4] 스마트폰 사용률(2023). <https://www.crnews.co.kr/news/articleView.html?idxno=4653> (accessed Sep., 3, 2024).
- [5] 박현수, 정혜원, “청소년 사이버 언어 폭력에 영향을 미치는 요인,” 한국청소년연구, 제29권, 제2호, 217-240쪽, 2018년 5월
- [6] B. Holfeld, “Perceptions and attributions of bystanders to cyber bullying,” Computers in Human Behavior, vol. 38, pp. 1-7, 2014.
- [7] The conversation(2024). <https://theconversation.com/the-government-is-drafting-anti-hate-speech-laws-here-are-4-things-the-y-should-include-231178> (accessed Sep., 5, 2024).
- [8] UNESCO(2023). <https://www.unesco.org/en/articles/learn-facts-think-cr> itically-take-action-stand-together-against-hate-speech (accessed Sep., 5, 2024).
- [9] 이승선, “공적 인물이 발화하거나 방송에서 발생한 혐오표현의 특성에 관한 탐색적 연구,” 언론과학연구, 제18권, 제2호, 107-146쪽, 2018년 6월
- [10] 김민정, “일베식 “욕”의 법적 규제에 대하여,” 언론과 법, 제13권, 제2호, 131-163쪽, 2014년 8월
- [11] 박승호, “혐오표현의 개념과 규제방법,” 법학논총, 제31권, 제3호, 45-88쪽, 2019년 3월
- [12] 박해영, “혐오표현(Hate Speech)에 관한 헌법적 고찰,” 공법학연구, 제16권, 제3호, 137-169쪽, 2015년 8월
- [13] 윤성욱, “혐오표현 규제와 법적 쟁점에 관한 연구,” 미디어와 인격권, 제5권, 제1호, 57-94쪽, 2019년 4월
- [14] 박태순, “사이버 혐오표현의 사회학적 의미와 규제 체계,” 한국언론학회 법제연구회 세션발표문, 2014년 5월
- [15] J. Barliska1, A. Szuster, and M. Winiewski, “Cyberbullying among adolescent bystanders: Role of the communication medium, form of violence, and empathy,” Journal of Community & Applied Social Psychology, vol. 23, no. 1, pp. 37-51, 2013.
- [16] D. Olweus, Bullying at school: What we know and what we can do, Oxford, UK: Blackwell, 1993.
- [17] J. W. Patchin and S. Hinduja, “Cyberbullying and self-esteem,” Journal of School Health, vol. 80, no. 12, pp. 614 - 621, 2010.
- [18] 이승출, 이성규, 최영진, “부모의 부정적 양육 태도와 청소년의 사이버불링 피해 관계에서 자아존중감의 매개효과에 관한 연구,” 청소년문화포럼, 제65권, 93-128쪽, 2021년 1월
- [19] 방송통신위원회, 한국정보화진흥원, “2018년 사이버 폭력 실태조사,” 2018년 12월
- [20] 정한호, “학교현장에서 발생하는 사이버폭력 실태와 대처방안에 대한 고찰,” 소년보호연구, 제20권, 205-241쪽, 2012년 10월
- [21] 조운오, “사이버불링 피해가 청소년의 비행에 미치는 영향: 우울감의 매개효과,” 청소년학연구, 제20권, 제10호, 117-142쪽, 2013년 10월
- [22] 한국교육학술정보원, “청소년 사이버폭력 양상 및 예방에 관한 분석 연구,” 2019년 5월
- [23] 방송통신위원회, 한국정보화진흥원, “2019 사이버폭력 실태조사,” 2019년 12월
- [24] 임상수, 사이버불링의 이해: 정보문화 3.0시대의 이슈와 제언, 대구: 한국정보문화진흥원, 137-167쪽, 2013.
- [25] 인공지능의 발전과 사회에 미치는 영향(2024). <https://f-lab.kr/insight/the-evolution-of-artificial-intelligence-and-its-impact-on-society> (accessed Sep., 8, 2024).
- [26] 최순옥, 오세욱, 이소은, “딥페이크의 이미지 조작: 심층적 자동화에 따른 사실의 위기와 콘텐츠의 생

- 성,” 미디어, 젠더 & 문화, 제34권, 제3호, 339-380쪽, 2019년 9월
- [27] 최창욱, 정유미, 김정환, “텍스트마이닝을 활용한 딥페이크 기술에 대한 담론 분석,” 한국통신학회논문지, 제47권, 제6호, 870-881쪽, 2022년 6월
- [28] “내 친구로 합성해줘”...일상의 n번방 ‘지인 능력’ (2 0 2 0) .
<https://news.kbs.co.kr/news/pc/view/view.do?ncd=4416553> (accessed Sep., 9, 2024).
- [29] K-POP 가수 150여 명 ‘딥페이크’ 영상 유포한 10대...”용돈 벌려고”(2021).
<https://www.mbn.co.kr/news/society/4433358> (accessed Sep., 9, 2024).
- [30] 김정호, 안재주, 양보성, 정주연, 우사이먼성일, “데이터 기반 딥페이크 탐지기법에 관한 최신 기술 동향 조사,” 정보보호학회지, 제30권, 제5호, 79-92쪽, 2020년 10월
- [31] OHCHR(2011).
https://www.ohchr.org/sites/default/files/documents/publications/guidingprinciplesbusinessshr_en.pdf (accessed Sep., 3, 2024).
- [32] A. Hatano, “Regulating Online Hate Speech through the Prism of Human Rights Law: The Potential of Localised Content Moderation,” The Australian Year Book of International Law, vol. 41, no. 1, pp. 127 - 156, 2023.
- [33] 유튜브, 디지털 리터러시 캠페인 ‘잠시만요(Hit Pause) 2024’ 공개 (2024)
<https://www.madtimes.org/news/articleView.html?idxno=22100> (accessed Oct., 29, 2024).
- [34] D. Morgan, Focus Groups as Qualitative Research, Second edition, Qualitative Research Methods Series, vol. 16, SAGE Publications, 1997.
- [35] A. Brown, “What is so special about online (as compared to offline) hate speech?,” Ethnicities, vol. 18, no. 3, pp. 297-326, 2018.
- [36] 이정님, “혐오표현의 법적 정의와 그 제한을 위한 몇 가지 기준들,” 법학연구, 제30권 제1호, 337-360쪽, 2019년 2월
- [37] M. Saputra, A. Siddiq, and I. Huda, “Social Media and Digital Citizenship: The Urgency of Digital Literacy in the Middle of a Disrupted Society Era,” International Journal of Emerging Technologies in Learning, vol. 15, no. 7. pp. 156-161, 2020.
- [38] A. Nisa and D. Setiyawati, “A systematic review of digital literacy training for high school students,” Third International Conference on Sustainable Innovation 2019 - Humanity, Education and Social Sciences (IcoSIHESS 2019). pp. 376-381. 2019.
- [39] J. Doak, Victims’ Rights, Human Rights and Criminal Justice: Reconceiving the Role of

Criminal Justice,과 Abingdon, UK: Routledge, 2011.

저 자 소 개



김모은(정회원)

1998년 홍익대학교 산업디자인학 학사 졸업.

2004년 방송통신대학교 스마트미디어학 석사 졸업.

2006년 홍익대학교 미술학 석사 졸업.
 <주관심분야 : 사이버불링, 메타버스, 디지털 리터러시, AI>



박일준(정회원)

1993년 연세대학교 사회복지학 학사 졸업.

<주관심분야 : 사이버불링, 메타버스, 디지털 리터러시, AI>



김희철(정회원)

1999년 연세대학교 사회복지학 학사 졸업.

2008년 뉴욕주립대학교 알바니 사회복지학 석사 졸업.

2017년 뉴욕주립대학교 알바니 사회복지학 박사 졸업.

<주관심분야 : 사이버불링, 메타버스, 디지털 리터러시, 정신건강>