

X세대가 바라본 Z세대 청소년의 특징에 관한 연구

박 성 미†
동서대학교(교수)

A Study on the Characteristics of Gen Z Adolescents from Gen X's Perspective

Sung-Mi PARK†
Dongseo University(professor)

Abstract

This study aims to clarify the main characteristics of Gen Z adolescents from Gen X's perspective. For this purpose, a delphi survey was conducted with 19 experts in three sessions from May 10 to May 20, 2020. To analyze the collected data, descriptive statistics, including frequency, percentage, the mean, and standard deviation, were implemented, and internal reliability test on the survey instrument was carried out for statistical processing. The main results are as follows : First, the delphi research on the required item for way of communication suggested interact with close friends online rather than offline, experience anything with an open attitude to various cultures and access information using text, SMS messages, online search, etc. Second, the delphi analysis on professional ethics & generation values suggested using social media in a unique way, more interested in micro-entrepreneurship than employment in large companies and digital payment. Third, the delphi analysis on competency for future suggested ability to utilize digital storytelling technology, to communicate in real time/non-real time without time and place restrictions, and multitasking ability to perform various digital devices at once.

Key words : Generation Z, Adolescents, Way of communication, Professional ethics, Generation values

I. 서론

24시간/7일을 온라인 커뮤니티와 함께 지내는 Z세대 청소년을 디지털 네이티브라고 한다(Jung et al., 2019). 디지털 네이티브 Z세대 청소년은 2000년 이후 출생한 세대라고 할 수 있는데, 이들은 인스타그램, 유튜브와 같은 소셜플랫폼을 통해 새로운 상생 공간을 창조하고 정보를 수집하며 여기서 ‘삶’을 이어가고 있다(Lee, 2019; Oh, 2018).

이러한 현상은 Z세대 청소년에게 매우 자연스

러운 일상이며, 관심만 있으면 원하는 소셜플랫폼으로 간단히 연결할 수 있다.

관심경제이론에 의하면, 소셜플랫폼으로 연결하기 위한 단초로서 Z세대 청소년의 관심은 단순히 심리적 만족으로 그치지 않고 재화로 해석된다고 한다(Kang et al., 2020; Lee, 2019; Oh, 2018; Park, 2016). 더욱이 재화로 해석된 관심은 그 자본적 힘으로 인해 사회적 영향력을 더 행사하고 싶어하며, 그로 인해 소셜플랫폼의 접근 빈도는 더욱 증가하고, 매우 능동적 행동 양상을 보이고 있다(Chung, 2018).

† Corresponding author : 051-320-1866, psm1994@dongseo.ac.kr

이는 Z세대 청소년이 사회적 영향력을 행사하기 위하여 성인이 될 때까지 혹은 학업을 마칠 때까지 지식을 배워가며 기다리지 않아도 된다는 의미를 내포하고 있다(Jung et al., 2019; TW Park, 2019; Sim, 2019).

Z세대 청소년의 특징을 설명하는 연구들(Cennamo and Garder, 2008; HS Park, 2016; JH Park, 2019)을 살펴보면, Z세대 청소년은 학교를 졸업해야 세상 밖으로 진입하는 것이 아니라 집에서, 학교에서도, 세상 밖에서도 소셜플랫폼으로의 연결을 통해 무한의 상생 공간으로 삶을 확장시키고 있다.

그럼에도 불구하고 부모, 교사 등 기성세대로 분류되는 X세대는 Z세대 청소년으로 하여금 ‘배움 속에서 미래의 삶을 경영해야 함’을 강조하면서 일방적인 지식을 전달하고, 지루한 배움이 가치있다고 주장하며, 경험이 결여된 지식만을 강조하고 있다(Shalley and Gilson, 2004). 이는 사회문화적 책무성이라는 점에서 볼 때 재고의 여지가 없지 않다.

물론 Z세대 청소년의 삶에 근접하기 위한 일련의 교육적 노력이 없었던 것은 아니다. 앞에서 언급된 비판은 2010년 이후 지속적으로 제기되었으며, 이에 교육부는 미래교육의 방향선에서 무엇보다 Z세대 청소년의 삶의 방식을 이해한다는 관점에서 새로운 교육과정, 새로운 교육방법, 새로운 교육평가 등을 동원하여 디지털 시대에 부합하는 교육콘텐츠를 제공하였다(JH Park, 2019; Sim, 2019).

그러나 이러한 대처가 디지털적 기술 변화에 편승한 듯 하지만, 실제로는 기계적인 대응이라고 밖에 볼 수 없다는 평가를 받고 있다(Kim et al., 2016). 이는 세대간 소통의 방식, 직업윤리 및 세대 가치, 미래 필요한 역량 등의 관점에서 X세대와 큰 격차를 보이는데 기인하고 있다. 심지어 X세대가 Z세대 청소년의 삶의 양상과 변화의 속도에서도 그 간격을 좁히지 못하고 있기 때문이다(Chi, 2018; TW Park, 2019).

이처럼 디지털 기술혁명 시대에 가감없이 적응하고 있는 Z세대 청소년으로 하여금 X세대의 관점에서 소통하고, 직업윤리 및 가치관을 정립하며, 필요한 역량을 강조하는 것은 그리 쉬운 일이 아닌 것 같다.

그럼에도 불구하고 X세대와 Z세대 청소년이 공통적으로 바라보아야 할 미래의 상은 Z세대 청소년이 성숙하고 기능을 잘하는 그리고 올바른 가치관을 정립한 인격체로서의 성장일 것이다(Cennamo and Garder, 2008; Kim, 2016; Kim et al., 2016). 이는 X세대로 하여금 디지털 네이티브 Z세대 청소년을 진지하게 이해해야 할 필요성을 시사해준다.

이러한 시사점과 필요성에 근거하여 본 연구는 X세대의 관점에서 Z세대 청소년의 삶을 탐색하되, X세대와 큰 격차를 보이고 있는 소통의 방식, 직업윤리 및 세대가치, 필요한 역량 등에 대하여 분석하고자 한다.

이에 본 연구에서 설정한 연구문제는 첫째, Z세대 청소년의 소통방식은 어떠한가? 둘째, Z세대 청소년의 직업윤리와 세대 가치는 어떠한가? 셋째, Z세대 청소년에게 필요한 역량은 무엇인가? 이다.

II. Z세대 청소년의 주요 특징

Z세대 청소년은 완벽하게 연결된 24시간/7일을 온라인 커뮤니티와 함께 지내고 있다(Jung et al., 2019). 이들은 2000년 이후에 태어난 세대로써 다양한 디지털 기기를 활용하며 즉각적으로 정보에 접근하고, 온라인과 오프라인을 넘나들면서 소통하고 새로운 디지털 경험을 요구하고 있다(Lee, 2019; HS Park, 2016; TW Park, 2019).

이러한 Z세대 청소년은 여러 가지 측면에서 기성세대인 X세대와 확연히 구분된다. 예컨대 소통의 방식, 직업윤리 및 세대가치, 미래를 살아가기 위해 배워야 할 역량 등 모든 면에서 그 범위

와 정도의 차이에 있어 큰 격차를 보이고 있다 (Chi, 2018; TW Park, 2019). Z세대 청소년의 삶 속에서 X세대와 큰 격차를 보이는 그 주요 특징을 살펴보면 다음과 같다.

1. 소통의 방식

디지털 시대의 사회적 공간은 이전 세기와 확연히 다르다. 즉 사회적 공간은 ‘물리적-사회적 공간’에서 ‘가상적-사회적 공간’으로 변경되었다 (Maynard, 2015). 이러한 시대를 살아가는 Z세대 청소년은 다양한 디지털 매체를 클릭하는 것만으로 ‘사회적 연대’를 형성하며, 익명의 대상과 연결하고, 자신이 가지고 있는 정보나 콘텐츠를 제작하여 공유한다 (Sim, 2019; TW Park, 2019). 소통의 방식은 거의 온라인에서 대부분 이루어지고 있어 속도의 문화 속에서 살아가고 있다고 해도 과언이 아니다. 이러한 특성을 반영하여 이들을 ‘6~8초 세대’라고도 한다 (JB Park, 2019; TW Park, 2019).

다른 시각으로 Z세대 청소년은 ‘결과에 대해 깊이 고민하지 않고 머리와 마음이 명령하는 대로 행동하는 세대’라고 할 수 있다 (Sim, 2019). 이러한 특징은 ‘순간-지금-현재-오늘’을 즐기기 위하여 살아가는 ‘이동성’이라는 강력한 특징을 보이고 있는데, 여기서 ‘이동성’이란 지구촌에서 생산되는 모든 정보, 지식 등이 인터넷 공간과 현실 공간을 동시에 넘나드는 현상을 말한다 (JB Park, 2019). 즉 인터넷을 통해 지구촌의 모든 소식을 빠른 시간 내에 접할 수 있으며, 심지어 가상과 현실의 연결을 통해 새로운 의미까지 부여하고 있다.

이처럼 Z세대 청소년은 SNS, SMS 등으로 누구든지 국경을 초월하여 소통하며, 정보를 창의적으로 가공하고, 심지어 자신만의 플랫폼을 만들어 자신을 전시하는 등 X세대인 기성세대의 심리로는 접근하기 어려운 소통의 방식을 보이고 있다.

2. 직업윤리와 세대 가치

X세대에 비하여 Z세대 청소년은 성공에 대하여 보수적인 가치를 보이고 있다. 반면에 자신의 인생을 스스로 가이드하는 ‘경영자’의 역할을 매우 강조한다 (Kim, 2019; Lee, 2019).

한편, 세대가 전통 세대에서 디지털 세대로 계승될수록 집단·공동체·사회보다 개인화 과정이 점점 강화되고 있다 (Kim, 2016; BW Park, 2016). 그러므로 전통세대 개념의 핵심이라 할 수 있는 집단적 정체성은 약화되고 있다. 집단적 정체성이 약화되고 있는 것은 곧 가치이념의 종언, 역사의 종언을 의미함과 아울러 새로운 대안적 정체성이 등장하고 있다는 것을 시사하는데, 이는 Z세대 청소년의 글로벌 의식에서 찾아볼 수 있다. 글로벌 의식이란 세계주의(cosmopolitanism)로써 X세대의 관점이었던 글로벌 계급의식이 아닌 글로벌 세대의식이 강조되고 있다는 뜻이다 (JB, Park, 2019). 즉 Z세대 청소년은 국적을 초월한 글로벌 의식은 지니고 있지만, 정치적 영향력은 행사하지 않으려 한다. 다른 말로 하면, Z세대 청소년은 ‘자신만이 전부인 세대’이기 때문에 사회적 참여 의식에 있어서는 결집력이 약하다는 특징을 보이고 있다 (TW Park, 2019).

3. 미래를 살아가기 위해 필요한 역량

Z세대 청소년은 그들에게 익숙한 디지털 환경의 소셜플랫폼을 활용해 자신과 연결되어 있는 사람에게 영향력을 미치는 힘을 가지고 있다 (Oh, 2018; Chi, 2018). 이는 정보과잉의 시대에서 관심은 희소한 자원이 된다는 일견을 근거로 살펴볼 때, Z세대 청소년의 삶은 거의 무한의 영역, 시간적 제한이 없는 영역, 공간의 제한도 없는 소셜플랫폼에서 자신의 삶을 주체적으로 경영하고 있다. 이에 Z세대 청소년이 미래에 살아가기 위하여 요구되는 역량으로는 디지털 기술혁명시대와 직접적으로 연결되어 있는 소통의 방식, 직업윤리 및 세대 가치와 연계된 역량들이라고 할 수

있다(Kim, 2016; Maynard, 2015).

이러한 관점을 강조하는 연구들(JB Park, 2019; Kim, 2019)에 의하면, Z세대 청소년에게 요구되는 역량은 디지털 사회에 읽기·쓰기와 같은 기초 소양이 기본적으로 중요시되고 있다. 그리고 사람과 사람, 사람과 사물, 온라인과 오프라인의 융합사회에 필요한 역량으로 비판적 사고력 및 문제해결력, 창의력, 소통력, 협업능력 등이 공통적으로 언급되고 있다. 이는 X세대의 역할론적 관점에서 볼 때, Z세대 청소년으로 하여금 성장을 목표로 할 만한 교육적 의미를 지니고 있다고 볼 수 있다.

이상과 같이 Z세대 청소년은 X세대의 심리로는 접근하기 어려운 독특한 특징을 보이고 있다. 이는 Z세대 청소년을 양육해야 할 입장에 있는 X세대로 하여금 이들에 대한 진지한 이해가 있어야 함을 시사한다. 그러므로 본 연구는 X세대와 큰 격차를 보이는 Z세대 청소년의 독특한 특징들을 탐색하고자 한다.

III. 연구 방법

1. 연구대상

본 연구의 목적을 위하여 델파이 전문가 집단은 다음의 선정기준 중 두 가지를 충족하는 사람으로 선정하였다. 첫째, Z세대를 교육하는 위치에 있는 교육학 분야 박사수로 및 박사학위소지자로 교육 혹은 연구경력 5년 이상인 자로 한다. 둘째, Z세대 청소년을 대상으로 5년 이상 지도한 경력이 있는 청소년 전문가로 한다.

연구대상자 선정기준을 충족하는 사람 중 본 델파이 연구에 참여 의사가 있는 사람에 한정하여 총 20명을 선정하였다.

그러나 1, 2, 3차에 걸쳐 진행된 의견수렴 과정에 단 1회도 빠트리지 않고 모두 참여한 자는 19명이었으며, 최종 분석의 대상은 19명으로 하였다. 이에 최종 분석대상 19명에 대한 인구통계학

적인 변인은 <Table 1>에 제시되어있다.

본 연구의 델파이 조사는 3차에 걸쳐 실시되었고 조사기간은 2020년 5월 1일부터 2020년 5월 30일까지 약 1개월이 소요되었다.

<Table 1> Demographic variable

Variables	Item	N	%
Gender	Male	9	47.37
	Female	10	52.63
Age	40's	10	52.63
	50's	9	47.37
Level of Education	Doctorate completion	8	42.11
	Doctoral Degree	11	57.89
Position	Professor	8	42.11
	Youth experts	6	31.57
	Instructor	5	26.32
Working Experience	Less than 5 years	6	31.57
	5 to 10 years	9	47.37
	More than 10 years	4	21.01
Total		19	100.0

2. 측정도구

본 연구의 목적을 위하여 본 연구대상과 유사한 대상자 5인에게 사전검사를 실시하여 일부 문항을 수정, 보완하였다. 배포와 회수는 SNS(카카오톡)와 전화를 통하여 이루어졌다.

1차 설문지는 연구대상 전문가들의 다양한 의견을 수렴하기 위해 자유기술방식의 설문지로 구성하였으며, 각각의 문항들에 대하여 전문가 패널들이 자신의 의견을 1순위에서 3순위로 나누어 자유롭게 기술하도록 하였다. 설문 문항은 ‘Z세대 청소년의 소통방식은 어떠하다고 생각합니까?’, ‘Z세대 청소년의 직업윤리 및 세대 가치는 어떠하다고 생각합니까?’ ‘Z세대 청소년이 자신의 인생을 살아가기 위하여 필요한 역량은 무엇이라고 생각합니까?’로 구성하였다.

2차 델파이 조사 문항 개발은 1차 설문조사에서 전문가들이 응답한 개방형(질적) 응답 자료들을 개념적으로 통일하여 동일한 변수들로 재정리하여 제시하였고, 각각의 변수들에 대한 중요도

를 평정(Likert 7점 척도)하도록 하였다.

3차 델파이 조사 문항개발은 2차 델파이 조사 결과를 토대로 2차 수집된 자료에 대한 기본 통계값을 제시하고, 각 항목별 중요도를 7점 리커트 척도로 측정하였다.

3. 자료분석

본 연구에서는 수집된 자료를 분석하기 위하여 빈도, 백분율, 평균 및 표준편차 등의 기술통계와 조사도구의 내적 신뢰도 검사를 실시하였다.

1차 델파이 조사에서는 각각의 항목별 응답된 자료를 바탕으로 1~3순위까지의 의견에 관한 빈도를 구하였으며, 이를 다시 빈도총계와 가중총점으로 나누어 집계하였다. 그런 다음, 가중총점을 표준점수화(Z점수)하여 각각의 문항들이 가지는 중요도를 ± 0.5 를 SD를 기준으로 하여, ± 0.5 SD 이내의 편차를 보이는 변수는 1순위, 그이하의 값은 2순위로 구분하여 2차 조사에서 사용할 조사도구의 항목을 선정하는 방식으로 하였다.

2차 델파이 조사에서는 1차 조사에서 도출된 문항들에 대하여 전문가들이 각각의 변수들에 대하여 중요도(매우 중요하면 7점, 전혀 중요하지 않으면 1점)에 대한 평정을 하도록 하였으며, 각 문항의 평균값과 표준편차 그리고 평균 순위를 구하여 각각의 문항들에 대한 우선순위(priority)를 분석하는 방식으로 분석하였다. 또한 델파이 패널의 의견합치도가 어느 정도인지를 확인하기 위하여, 비모수 검정방식인 Kendall's W 검정을 실시하여, 패널들의 응답일치도를 분석하였다. 이에 Kendall's W 검정결과가 통계적으로 유의할 ($p < .05$) 경우, 각 문항에 대한 전문가 패널들의 의견이 일치하는 것으로 해석하였다.

3차 델파이 조사 역시 2차 조사와 동일하게 각 문항의 평균값과 표준편차 그리고 평균 순위를 구하여 각 문항에 대한 우선순위를 분석하는 방식으로 분석하였다.

IV. 연구 결과

1. 소통의 방식

소통의 방식이 무엇인지를 알아본 1차 델파이 조사에서는 다양한 결과가 도출되었다. 이 중 표준점수 Z값(± 0.5 SD)을 기준으로 최종 분류한 항목들은 10개로 정리되었다($M=17.38$, $SD=9.01$). 가장 높은 응답빈도를 보여 준 것은 ‘타인이 만든 이미지 공유보다 자신이 직접 제작하기 원한다’, ‘게임을 주된 엔터테인먼트 소스로 생각한다’, ‘인터넷·소셜 미디어에 접속하여 관심 주제에 댓글을 남긴다’ 등의 순으로 나타났다.

2차 델파이 조사에서는 비모수검정 분석(Kendall's $W=.362$, $p < .01$)을 통해, 전문가들이 생각하는 소통의 방식을 평균 순위별로 정리하였다. 이에 ‘게임을 주된 엔터테인먼트 소스로 생각하고 있다(7.55)’, ‘이모티콘과 이미지 파일 등 시각적 자료로 감정을 표현한다(6.50)’, ‘인터넷, 소셜 미디어에 접속하여 익명성의 반응을 한다(6.50)’, ‘텍스트나 SMS메시지, 온라인 검색 등을 활용하여 정보에 접근한다(6.47)’ 등의 순으로 나타났다.

3차 델파이 조사에서도 비모수검정을 통해 분석한 결과(Kendall's $W=.391$, $p < .01$), 전문가들의 의견이 대체로 일치하는 것으로 나타났다. 이에 ‘오프라인보다 온라인으로 가까운 친구들과 상호작용을 한다(7.66)’, ‘다양한 문화에 열린 자세로 무엇이든 경험하고 싶어한다(6.71)’, ‘텍스트나 SMS메시지, 온라인 검색 등을 활용하여 정보에 접근한다(6.47)’, ‘순간 집중력이 뛰어나고, 빠른 시간안에 많은 정보를 소화할 수 있다(6.34)’ 등의 순으로 나타났다. 이는 2차 결과와는 중요도의 순위에 있어 다소 차이가 있는 것으로 나타났다. 특히 ‘셀프서비스나 자동화 응답이 가능한 디지털을 통해 문제를 해결한다’는 평균이 매우 낮게 나와서 삭제하였다. 그러므로 Z세대 청소년의 소통방식은 최종적으로 9개 항목이 도출되었다(<Table 2> 참조).

<Table 2> Results of the 2nd & 3rd Delphi of communication

Results of the 2nd	M	SD	Percentage			Avg. Priority
			25	50	75	
1. Experience anything with an open attitude to various cultures.	6.11	.99	6.00	6.00	7.00	6.45
2. It solves the problem through self-service or digital with automated response.	4.42	1.17	4.00	4.00	6.00	1.95
3. It responds anonymously by accessing the Internet and social media.	6.21	1.13	6.00	7.00	7.00	6.50
4. Express emotions with visual materials such as emoticons and image files.	6.26	.99	6.00	7.00	7.00	6.79
5. Interact with close friends online rather than offline.	5.79	1.13	5.00	6.00	7.00	5.11
6. Games are usually considered the main source of entertainment.	6.47	1.12	6.00	7.00	7.00	7.55
7. It is fast-responsive and pays more attention to images than text.	5.79	.85	5.00	6.00	6.00	5.32
8. The momentary concentration is excellent, and a lot of information can be digested in a short time.	4.89	2.07	4.00	5.00	7.00	4.05
9. Rather than sharing images created by others, they share their own creations.	5.63	1.30	5.00	6.00	7.00	4.82
10. Access information using text, SMS messages, online search, etc.	6.21	1.13	6.00	7.00	7.00	6.47
N=19 Kendall's W=.362 Chi-Square=61.985 df=9 sig=.000						
Results of the 3rd	M	SD	Percentage			Avg. Priority
			25	50	75	
1. Experience anything with an open attitude to various cultures.	6.16	.60	6.00	6.00	7.00	6.71
2. It solves the problem through self-service or digital with automated response.	4.32	1.00	4.00	4.00	5.00	1.74
3. It responds anonymously by accessing the Internet and social media.	5.84	1.06	5.00	6.00	7.00	6.00
4. Express emotions with visual materials such as emoticons and image files.	5.68	1.20	5.00	6.00	7.00	5.45
5. Interact with close friends online rather than offline.	6.37	.955	6.00	7.00	7.00	7.66
6. Games are usually considered the main source of entertainment.	5.65	.78	5.00	6.00	7.00	6.24
7. It is fast-responsive and pays more attention to images than text.	5.47	.84	5.00	5.00	6.00	4.61
8. The momentary concentration is excellent, and a lot of information can be digested in a short time.	6.05	.84	6.00	6.00	7.00	6.34
9. Rather than sharing images created by others, they share their own creations.	5.16	.83	5.00	5.00	6.00	3.79
10. Access information using text, SMS messages, online search, etc.	6.05	.97	6.00	6.00	7.00	6.47
N=19 Kendall's W=.391 Chi-Square=66.882 df=9 sig=.000						

2. 직업윤리 및 세대가치

직업윤리 및 세대가치는 무엇인지 알아본 1차 델파이 조사에서는 다양한 결과가 도출되었다. 이 중 표준점수 Z값(±0.5 SD)을 기준으로 최종 분류한 항목들은 11개로 정리되었다(M=25.14, SD=13.83). 가장 높은 응답빈도를 보여 준 것은 ‘가족보다 SNS친구들을 더 우선시 한다’, ‘취업/학습활동에 있어 자신의 업무/학업에만 열중한다’, ‘개인적이고 독립적이며 경제적 가치를 더 우선시 한다’, ‘신기술에 민감하여 이를 자신의 소비활동

에 적극적으로 활용한다’ 등으로 나타났다.

2차 델파이 조사에서는 비모수검정 분석(Kendall's W=.142, p<.01)을 통해, 전문가들이 생각하는 Z세대 청소년의 직업윤리 및 세대가치를 평균 순위별로 정리하였다. 이에 ‘독특한 방식으로 나만의 삶을 추구하기에 소셜 미디어를 활용한다(6.92)’, ‘식도락 세대로 음식에 투자를 아끼지 않는다(7.05)’, ‘글로벌 계급의식보다는 글로벌 세대의식이 더 강하다(6.92)’, ‘가족보다는 SNS 친구들을 더 우선시 한다(7.05)’ 등의 순으로 나타났다.

<Table 3> Results of the 2nd & 3rd Delphi of Professional ethics & Generation values

Results of the 2nd	M	SD	Percentage			Avg. Priority
			25	50	75	
1. Personal, independent, and economic values are prioritized.	5.68	1.20	5.00	5.00	7.00	5.61
2. Digital payment and mobile payment are preferred over offline.	5.05	1.35	4.00	5.00	6.00	4.18
3. As a gourmet generation, we spare no investment in food.	6.11	.99	6.00	6.00	7.00	7.05
4. Focus on your own work/study in job/learning activities.	5.68	1.15	5.00	6.00	7.00	6.08
5. Put more value on trust, security and digital functions.	5.74	1.24	5.00	6.00	7.00	5.92
6. SNS friends are given priority over family members.	5.95	1.17	5.00	6.00	7.00	6.47
7. It is sensitive to new technologies and actively utilizes them in its own consumption activities.	5.74	1.19	5.00	6.00	6.00	6.03
8. Usually they don't know much about finance, but they do vigorous consumption activities.	5.32	1.33	4.00	5.00	6.00	4.76
9. In general, they are more interested in micro-entrepreneurship than employment in large companies.	5.26	1.19	5.00	5.00	6.00	4.92
10. Using social media, usually in the pursuit of your own life in a unique way.	6.32	.74	6.00	6.00	7.00	8.05
11. In general, global generation consciousness is stronger than global class consciousness.	5.95	1.12	5.00	6.00	7.00	6.92
N=19 Kendall's W=.142 Chi-Square=26.920 df=9 sig=.003						
Results of the 3rd	M	SD	Percentage			Avg. Priority
			25	50	75	
1. Personal, independent, and economic values are prioritized.	5.47	.84	5.00	5.00	6.00	5.63
2. Digital payment and mobile payment are preferred over offline.	6.11	.93	6.00	6.00	6.00	7.55
3. As a gourmet generation, we spare no investment in food.	5.58	1.07	5.00	6.00	6.00	5.84
4. Focus on your own work/study in job/learning activities.	5.21	.97	4.00	5.00	6.00	4.53
5. Put more value on trust, security and digital functions.	5.79	.97	5.00	6.00	7.00	6.47
6. SNS friends are given priority over family members.	5.42	1.26	4.00	6.00	6.00	5.74
7. It is sensitive to new technologies and actively utilizes them in its own consumption activities.	5.42	.96	5.00	6.00	6.00	5.45
8. Usually they don't know much about finance, but they do vigorous consumption activities.	5.11	1.04	5.00	5.00	6.00	4.50
9. In general, they are more interested in micro-entrepreneurship than employment in large companies.	6.05	1.02	5.00	6.00	7.00	7.68
10. Using social media, usually in the pursuit of your own life in a unique way.	5.32	.88	5.00	5.00	6.00	4.82
11. In general, global generation consciousness is stronger than global class consciousness.	6.16	.95	5.00	6.00	7.00	7.79
N=19 Kendall's W=.161 Chi-Square=30.670 df=9 sig=.000						

3차 델파이 조사에서도 비모수 검정을 통해 분석한 결과(Kendall's W=.161, $p<.01$), 전문가들의 의견이 대체로 일치하는 것으로 나타났다. 이에 ‘글로벌 계급의식보다는 글로벌 세대의식이 더 강하다(7.79)’, ‘대기업에 취업하기 보다 마이크로 창업에 더 관심이 많다(7.68)’, ‘오프라인 방식보다 디지털 결제, 모바일 결제를 더 선호한다(7.55)’,

‘신뢰, 보안 그리고 디지털 기능에 더 중요한 가치를 둔다(6.47)’ 등의 순으로 나타났다. 이는 2차 결과와는 중요도의 순위에 있어 다소 차이가 있는 것으로 나타났으나 항목은 동일하다. 그러므로 Z세대 청소년의 직업윤리와 세대가치로 11개 항목이 도출되었다(<Table 3> 참조).

3. 미래 필요한 역량

Z세대 청소년에게 필요한 역량이 무엇인지 알아본 1차 델파이 조사에서는 다양한 결과가 도출되었다. 이 중 표준점수 Z값(± 0.5 SD)을 기준으로 최종 분류한 항목들은 10개로 정리되었다 ($M=17.38, SD=9.01$). 가장 높은 응답빈도를 보여준 것은 ‘다양한 디지털 기기를 한꺼번에 수행하는 멀티태스킹 능력’, ‘자기주도 및 리더십’, ‘동영상·3D자료·애니메이션 등으로 생각과 아이디어를 표현하는 능력’, ‘비판적 사고력 및 문제해결력’ 등으로 나타났다.

2차 델파이 조사에서는 비모수검정 분석(Kendall's $W=.264, p<.01$)을 통해, 전문가들이 생각하는 Z세대 청소년에게 필요한 역량을 평균 순위별로 정리하였다. 이에 ‘디지털 스토리텔링 기술을 활용하는 능력(7.50)’, ‘집단지성을 만들어내는 협업능력(6.76)’, ‘다양한 디지털 기기를 한꺼번에 수행하는 멀티태스킹 능력(6.63)’, ‘시간과 장소의 제약 없이 실시간/비실시간 소통하는 능력(6.21)’ 등의 순으로 나타났다.

3차 델파이 조사에서도 비모수검정을 통해 분석한 결과(Kendall's $W=.396, p<.01$), 전문가들의 의견이 대체로 일치하는 것으로 나타났다.

<Table 4> Results of the 2nd & 3rd Delphi of Competency

Results of the 2nd	M	SD	Percentile			평균 순위
			25	50	75	
1. Critical thinking skills and problem solving skills	5.79	1.27	5.00	6.00	7.00	5.82
2. Multitasking ability to perform various digital devices at once	5.79	1.75	5.00	6.00	7.00	6.63
3. Self-directed and leadership	5.32	1.05	4.00	5.00	6.00	4.63
4. Collaborative ability to create collective intelligence	5.95	1.77	6.00	7.00	7.00	6.76
5. Adaptability to new products (augmented reality, etc.)	5.68	1.15	5.00	6.00	7.00	5.79
6. Ability to express thoughts and ideas through videos, 3D materials, animations, etc.	5.26	1.69	5.00	6.00	6.00	5.05
7. Direct participation and activities as experience and exploration	4.95	1.02	4.00	5.00	6.00	3.79
8. Ability to communicate in real time/non-real time without time and place restrictions	5.84	1.01	5.00	6.00	7.00	6.21
9. Ability to utilize digital storytelling technology	6.37	.83	6.00	7.00	7.00	7.50
10. Ability to actively manage finances	4.37	1.46	4.00	4.00	6.00	2.82
N=19 Kendall's W=.264 Chi-Square=45.185 df=9 sig=.000						
Results of the 3rd	M	SD	Percentage			Avg. Priority
			25	50	75	
1. Critical thinking skills and problem solving skills	5.47	.96	5.00	6.00	6.00	5.08
2. Multitasking ability to perform various digital devices at once	6.00	1.05	5.00	6.00	7.00	6.42
3. Self-directed and leadership	5.58	.69	5.00	5.00	6.00	4.87
4. Collaborative ability to create collective intelligence	5.89	.93	5.00	6.00	7.00	6.11
5. Adaptability to new products (augmented reality, etc.)	5.47	.96	5.00	5.00	6.00	4.58
6. Ability to express thoughts and ideas through videos, 3D materials, animations, etc.	5.37	.83	5.00	5.00	6.00	4.24
7. Direct participation and activities as experience and exploration	4.16	1.34	4.00	4.00	5.00	2.03
8. Ability to communicate in real time/non-real time without time and place restrictions	6.11	.73	6.00	6.00	7.00	6.87
9. Ability to utilize digital storytelling technology	6.42	.60	6.00	6.00	7.00	7.95
10. Ability to actively manage finances	6.16	.76	6.00	6.00	7.00	6.87
N=19 Kendall's W=.396 Chi-Square=67.727 df=9 sig=.000						

이에 ‘디지털 스토리텔링 기술을 활용하는 능력(7.95)’, ‘시간과 장소의 제약 없이 실시간/비실시간 소통하는 능력(6.87)’, ‘능동적으로 재정을 관리하는 능력(6.87)’, ‘다양한 디지털 기기를 한꺼번에 수행하는 멀티태스킹 능력(6.42)’ 등의 순으로 나타났다. 이는 2차 결과와 유사하게 나타났으며, 다만 ‘체험 및 탐구로서 직접적인 참여와 활동’은 평균이 매우 낮게 나와서 삭제하였다. 그러므로 Z세대 청소년에게 필요한 역량은 최종적으로 9개 항목이 도출되었다(<Table 4> 참조).

V. 결론 및 제언

본 연구는 X세대 관점에서 바라본 Z세대 청소년의 독특한 특징을 탐색하기 위하여 델파이 연구를 하였다. 특히 X세대와 Z세대간 큰 격차를 보이는 소통의 방식, 직업윤리 및 세대 가치, 미래 필요한 역량 등을 분석하였는데, 그 연구결과는 아래와 같다.

첫째, 소통의 방식에 대한 전문가의 의견은 일치하는 것으로 나타났다. 전문가들이 제시한 3차 결과를 중심으로 볼 때, 9개 항목이 의미있는 것으로 나타났는데, ‘오프라인보다 온라인으로 가까운 친구들과 상호작용을 한다’, ‘다양한 문화에 열린 자세로 무엇이든 경험하고 싶어한다’, ‘텍스트나 SMS메시지, 온라인 검색 등을 활용하여 정보에 접근한다’, ‘순간 집중력이 뛰어나고, 빠른 시간안에 많은 정보를 소화할 수 있다’ 등의 내용으로 나타났다.

이는 Z세대 청소년의 소통방식으로써 가상적-사회적 공간에서 소셜 플랫폼을 주로 활용한다고 밝힌 TW. Park(2019)의 연구결과를 지지하는 것으로 볼 수 있다. 이러한 결과를 근거로 Z세대 청소년은 분명히 X세대와는 다른 사회문화적 지평 위에서 자신들의 삶을 설계하고 있다고 볼 수 있는데, 이들에게 행복은 어떤 도착지가 아니라 이들이 원하는 행복은 바로 ‘지금-여기’에 있다고 볼 수 있다.

둘째, 직업윤리 및 세대가치에 대한 전문가의 의견은 일치하는 것으로 나타났다. 전문가들이 제시한 3차 결과를 중심으로 볼 때, 11개 항목이 의미있는 것으로 나타났는데, ‘글로벌 계급의식보다는 글로벌 세대의식이 더 강하다’, ‘대기업에 취업하기 보다 마이크로 창업에 더 관심이 많다’, ‘오프라인 방식보다 디지털 결제, 모바일 결제를 더 선호한다’, ‘신뢰, 보안 그리고 디지털 기능에 더 중요한 가치를 둔다’ 등의 내용으로 나타났다. 이는 Z세대 청소년의 생활양식을 잘 보여주는 결과로써 관심경제이론에서 설명하는 특징과 유사한 결과이다(Lee, 2019; Oh, 2018). 또한 Z세대 청소년의 소비 경향성으로 소셜플랫폼을 접속한다고 강조한 Jung et al.(2019)의 연구결과도 지지하는 것으로 볼 수 있다. 이러한 결과를 근거로 Z세대 청소년은 관심에 근거한 사회경제적 활동에 매우 능동적이며 이와 관련된 가치관을 발전시키고 있음을 알 수 있다.

셋째, Z세대 청소년에게 필요한 역량에 대한 전문가의 의견은 일치하는 것으로 나타났다. 전문가들이 제시한 3차 결과를 중심으로 볼 때, 9개 항목이 의미있는 것으로 나타났는데, ‘디지털 스토리텔링 기술을 활용하는 능력’, ‘시간과 장소의 제약 없이 실시간/비실시간 소통하는 능력’, ‘능동적으로 재정을 관리하는 능력’, ‘다양한 디지털 기기를 한꺼번에 수행하는 멀티태스킹 능력’, ‘집단지성을 만들어내는 협업능력’, ‘비판적 사고력 및 문제해결력 등의 사고력’ 등의 내용으로 나타났다. 이는 4차 산업혁명시대, 미래를 바라보는 사회에서는 협업, 집단지성, 공감, 글로벌 시민의식 등을 중요한 역량으로 언급하고 있는 Kim(2016)의 연구, Maynard(2015)의 연구, JB. Park(2019)의 연구, HS. Park(2016)의 연구 등을 지지하는 것으로 볼 수 있다. 이러한 결과를 근거로 Z세대 청소년에게 보다 강조되어야 할 역량은 소통 및 협업을 통해 개인화 과정을 완충하며 동시에 디지털 시대에 인간성을 갖추어와 아울러 기술적 혁명에 적응하기 위한 멀티태스킹 역량

등이 필요하다는 것을 알 수 있다.

이상과 같은 본 연구의 결론을 토대로 한계점 및 제언을 하면 다음과 같다.

첫째, Z세대의 소통방식은 전문가로부터 확인한 것이므로 Z세대로 하여금 직접적인 소통의 방식을 확인한 것은 아니다. 실제로 X세대는 Z세대 청소년에 대하여 오해하고 있는 요소가 있을 수 있다. 그러므로 추후연구를 통하여 Z세대 청소년으로 하여금 직접적으로 소통의 방식에 대한 경험적 자료를 확보하는 추후연구가 수행되어야 할 것이다.

둘째, 코로나19로 인해 세계의 패러다임은 또 다시 바뀌고 있다. 이는 글로벌화, 글로벌 소비 등이 더욱 어렵게 된 상황을 의미한다. 그러나 온라인은 더 정교하게 진행될 전망이다. 이러한 방향성에서 더욱 디지털 기계화가 발전될 것으로 보인다. 그러므로 디지털 기계화가 인간성을 소멸하지 않도록 균형을 이루는 사회, 심리적 안녕 등에 대한 주제들이 지속적으로 연구되어야 할 것이다.

셋째, 디지털 기술혁명 시대에 강조되는 점은 연결, 공유, 소통이다. 그러므로 세대간 간격을 줄이기 위하여 모든 세대를 위한 미래, 모든 세대에게 더 나은 미래를 위해 Z세대 청소년에 대한 연구는 지속적으로 이루어져야 할 것이다.

References

- Cennamo L and Gardner D(2008). Generational difference in work values, outcomes and person-organisation values fit. *Journal of Managerial Psychology*, 23(8), 891~906.
<http://dx.doi.org/10.1108/02683940810904385>
- Chi SH(2018). Discussion on Subjectivity Discourse for Generation Z. *Korean Association for Visual Culture*, 33, 127~148.
- Chung YK(2018). Why Do Female College Students Watch Beauty Youtubers and What Do They Experience?. *The Journal of Social Science*, 25(3), 7~28.
<https://doi.org/10.46415/jss.2018.09.25.3.7>
- Jung JY, Park SH and Won YS(2019). Sports Consumption Behaviour related to Lifestyle and Consumption Values of Z-Generation. *Korean Journal of Sports Science*, 28(3), 15~31.
<http://dx.doi.org/10.35159/kjss.2019.06.28.3.15>
- Kang MJ, Jeong EJ and Cho HY(2020). The Immersion Factors and Characteristics of Youtube Channels for Generation Z. *International Journal of Contents*, 20(2), 150~161.
<http://dx.doi.org/10.5392/JKCA.2020.20.02.150>
- Kim DI, Choi SJ, Shim SY, Lee JJ and Ra YA(2016). The Challenges and Prospects of Future Education Design based on Character Education. *Asian Journal of Education*, 17(1), 25~45.
<http://uci.or.kr/G704-000733.2016.17.1.001>
- Kim JH(2016). Artificial intelligence is a new opportunity in the fourth industrial revolution. *Korea Research Institute for Vocational Education and Training*, 2016, 2~5.
- Kim JH(2019). [Movie] SNS & artificial intelligence in a movie about life change. *Monthly Samtoh*, 19(8), 114~115.
- Kim YH(2016). Directions of Cadastral Education in 4th Industry Revolution. *Journal of The Korean Cadastre Information Association*, 18(3), 35~49.
<http://uci.or.kr/G704-001869.2016.18.3.010>
- Kwon BY and Lyou CG(2015). The meta-analysis of domestic gamification research: status and suggest. *Humanities Contents*, 39, 97~124.
<https://doi.org/10.18658/humancon.2015.12.39.97>
- Lee HE(2019). Exploring YouTube as a form of technology and culture: Concepts of 'flow' and algorithm in digital culture network. *Media & Society*, 27(2), 5~46.
<http://uci.or.kr/I410-ECN-0101-2019-070-000664558>
- Maynard AD(2015). Navigating the fourth industrial revolution. *Nature Nanotechnology*, 10(12), 1005~1006.
<https://doi.org/10.1038/nnano.2015.286>
- Oh SY(2018). Attention to Generation Z. *Excellence Marketing for Customer*, 52(1), 57~62.
<http://uci.or.kr/I410-ECN-0101-2018-324-001691309>
- Park BW(2016). Artificial Intelligence, Robots, Big Data and the 4th Industrial Revolution. *Future Horizon*, 28, 4~5.
- Park HS(2016). A Study on the Characteristics of

- New Generation with Life Style - Focus on Generation Z -. The Journal of Humanities and Social science, 7(6), 753~767.
<https://doi.org/10.22143/HSS21.7.6.44>
- Park JB(2019). A Study of Preparing Gen Z for Jobs of the Future through Digital Literacy. The Treatise on The Plastic Media. 22(3), 288~296.
- Park JH(2019). A Conceptual Foundation Study of Gamification for Creative Convergence Education. The Journal of Saramdaum Education, 13(1), 43~57.
<https://doi.org/10.18015/edumca.13.1.201904.43>
- Park TW(2019). Renaissance of Generationalism and Understanding Towards ‘The Digital Primeval. The Journal of Culture Contents, 16, 7~43.
<https://doi.org/10.34227/tjocc.2019..16.7>
- Shalley CE and Gilson LL(2004). What leaders need to know: A review of social and contextual factors that can foster or hinder creativity. The Leadership Quarterly, 15(1), 33~53.
<http://doi.org/10.1016/j.leaqua.2003.12.004>
- Sim MS(2019). A Study on Learner’s Experience in Cyber Space: Focusing on the Meaning in the Social Studies. Korea National University of Education Graduate Doctoral Thesis.
<http://uci.or.kr/I804:43012-000000037070>
-
- Received : 18 August, 2020
 - Revised : 09 September, 2020
 - Accepted : 16 September, 2020