

# 유럽의 게임문화와 게임이용자 동향 : 초중등교 학생을 중심으로

(the international journal of computer game research, 2003/5월)

요하네스 프롬(Johannes Fromme) / 독일 Magdeburg대학 교육학과 교수

## 1. 컴퓨터게임의 문화적 교육학적 연관성

비디오게임과 컴퓨터게임은 디지털컴퓨터기술에 기반한 신멀티미디어문화라고 할 수 있다. 이런 게임들은 지난 20-25년 간 특히 젊은이들 사이에서 점차 인기를 얻어왔다. 초기에는 주로 젊은이들에 의해서만 이용되었지만, 90년대 초부터는 아이들과 젊은이들 모두에게 일상생활에서 당연한 문화로 자리잡았다. 경제적 관점에서는 아이들과 젊은이들이 미디어, 패션, 음악 등의 산업에서 주요 타겟그룹이 되었으며, 그들의 구매력은 주목할만한 것으로 떠올랐다.

컴퓨터게임은 확실히 이러한 젊은 고개들을 끌어들이는데 성공적이었다. 컴퓨터 게임을 시작하고 이용하는 것은 기술적 관점에서 볼 때 지난 20년 사이에 엄청나게 용이해졌다. 특별한 컴퓨터지식이 없어도 게임보이나 텔레비전 연결 콘솔을 이용할 수 있게 된 것이다. 즉, **plug and play** 개념의 게임인 것이다. 게다가 마이크로소프트 윈도우의 도입은 PC의 등장을 가능하게 했고 작동도 이용자 친화적으로 변화되었다. 그러나 컴퓨터와 비디오게임의 괄목할만한 성장은 미디어분야의 기술적 결과를 고려하는 것만으로는 충분치 않다. 이용자에게서 보이는 동향도 중요하기 때문이다.

무엇이 컴퓨터와 비디오 게임을 매력적인 것으로 만들었는가? 이는 미디어중심적 접근이 아닌 실제 젊은이들과 아이들 삶 속에 컴퓨터게임이 어떻게 함께 움직이고 있는가를 이해함으로써 보다 구체적으로 이해할 수 있다.

또한 이러한 컴퓨터게임의 문화적 사회적 중요성은 교육학적으로도 중요한데, 왜냐하면 소위 미디어교육이나 컴퓨터교육을 위한 학교의 노력들은 청소년들의 컴퓨터게임문화 속에서 자연스럽게 만들어지는 학습과정보다 늘 느리게 진행되어 가고 있기 때문이다.

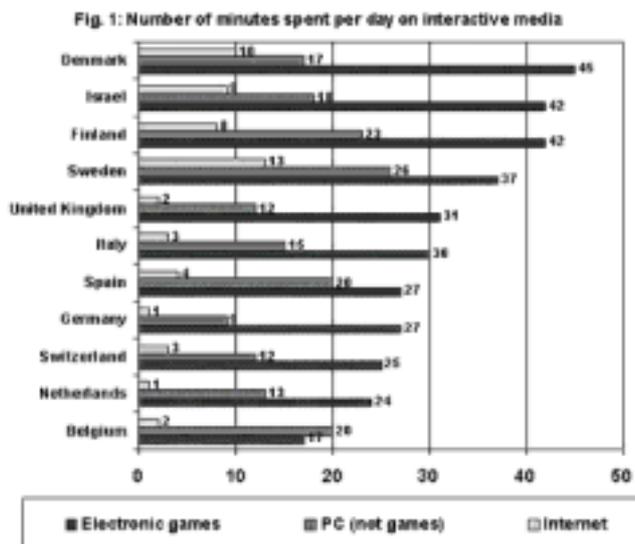
약 20년 전에 페트리샤는 뉴미디어의 가능한 효과들에 대해 언급했다. 그녀는 미디어가 청소년들에게 폭력적인 행동들을 가르치기 때문에 교육적으로 부적격이라고 주장하는 의견에 대해 최초로 반대론을 펴던 학자이다. 그녀는 텔레비전이나 비디오게임의 긍정적 효과에 관심을 보이면서, 뉴미디어가 복합적인 인지기술을 요구하는 문화적 고안물이라고 언급했으며,

또한 이러한 기술과 관련 지식들은 학교와 같은 강의 환경에서 얻어지는 것이 아니라, 비공식적으로 얻어지는 것이라고 주장했다. 1984년 이후 확실히 그러한 환경은 하나의 변화를 보여주었다. 학교가 컴퓨터 기술을 학생들에게 가르치기 시작한 것이다. 그러나 동시에 컴퓨터기술에 대한 비공식적인 경험이 아이들과 젊은이들에게 더욱 보편적인 것이 되었다. 그러면서 학교에서 컴퓨터를 배우기전에 아이들은 이미 먼저 알고 있었고, 때로는 아이들이 선생님의 실력보다도 더 뛰어난 경우도 생겨나기 시작한 것이다.

비공식적인 학습과정은 미디어문화 충격을 피하기 위해서도 필요하다. 지금의 선생님, 학부모들은 다른 미디어세대에 살았고 다른 미디어경험을 갖고 있다. 이러한 경험은 그들의 교육적 개념과 행동들에 영향을 미치고 있고, 지금의 자녀와 학생들에게도 그대로 전달되고 있다. 즉, 과거의 잣대로 뉴미디어에 대해 불신과 회의로 바라보고 있는 것이다. 게다가 부모들은 컴퓨터를 사줄 때 그들 자녀들이 글쓰기나 교육적이고 학습적인 소프트웨어 사용에 기대를 걸고 구매해주고 있다.

유럽에 대한 2000년 조사에 의하면 상호작용미디어가 현재 아이들과 청소년들에게 가장 영향력있는 매체로서 알려져 있으며 이 중에서 대표적인 것이 인터넷 PC, 그리고 컴퓨터 비디오게임이다. 6세에서 16세 사이의 아이들과 청년들은 매일 32분씩 게임을 하며, 그 외 17분씩 PC를 사용하고 5분씩 인터넷을 이용한다. 즉, 컴퓨터사용은 어떤 정보나 뉴스같은 진지한 정보보다는 비디오와 컴퓨터게임을 즐기는 데에 더 많이 활용을 하고 있는 것으로 나타나고 있다. 각 유럽 국가별 비교표는 다음을 참조하기 바란다.

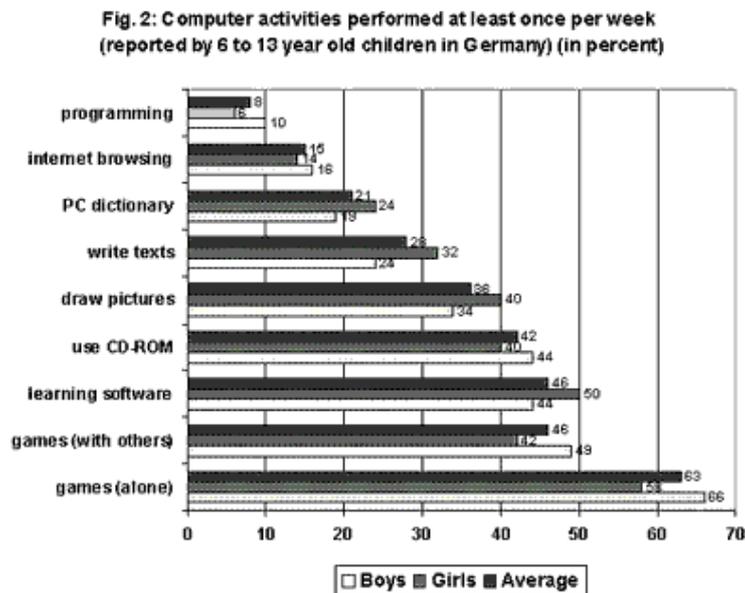
Figure 1



Note. Data from Beentjes et al., 2001: 96

이는 다른 연구에서도 유사한 결과로 나타나고 있다. 최근 독일에서 발표된 어린이 미디어 사용에 대한 연구에서도 컴퓨터게임은 가장 두드러진 아이들 여가활동으로 설명하고 있다. 이 연구에서는 60퍼센트의 아이들이(6세-13세) 그들 여가시간에 때때로 또는 약간씩 컴퓨터를 이용한다고 답하고 있다. 아래 도표2가 PC사용자들의 컴퓨터활용을 보여주고 있는데, ‘혼자 컴퓨터게임 하기’가 가장 많은 비율을 차지하고 있다. 비율적인 차이는 있지만 이것은 남자아이나 여자아이나, 그리고 모든 연령층에서 마찬가지로 나타나고 있다. 덧붙여, 컴퓨터 게임을 다른 사람들과 함께 즐기는 것도 일상적인 것으로 나타나고 있으며 특히 남자아이들의 경우 그런 경향이 높다는 것을 확인할 수 있다.

Figure 2

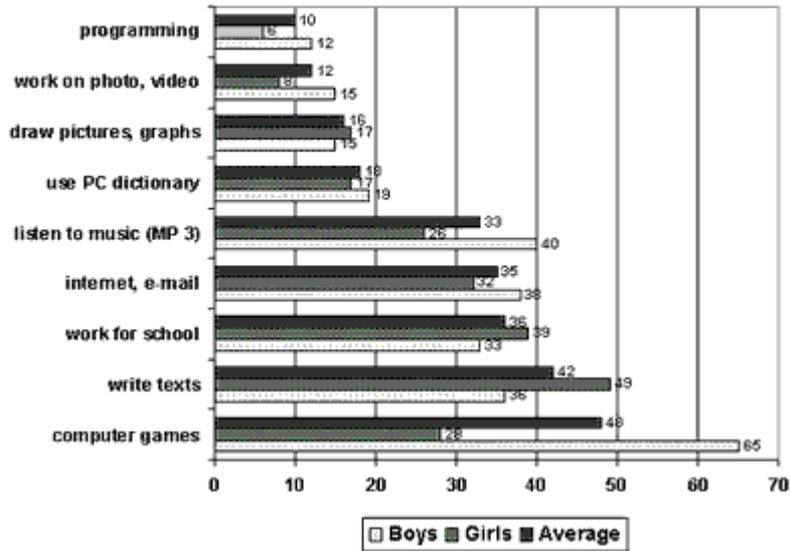


Note. Data from Feierabend & Klingler, 2001: 352

또 다른 독일 컴퓨터이용자연구에서는(연령그룹이 12-19세) PC사용을 규칙적으로 하는 것으로 나타났다. 그런데 그 결과는 성별로 차이를 보이고 있는 것이 특징이다. 이 연령대에서는 컴퓨터게임 이용이 남자청소년들에게서 가장 높게 나타나고 여자청소년에게서는 그렇지 않은 것으로 나타나고 있다. 이것은 앞서 6-13세의 남자와 여자사이에 크게 차이가 없던 결과와는 상당히 다른 모습이다. 이것은 다음의 가설을 가능하게 한다. 즉, 여자들은 점점 청년층으로 되어감에 따라 컴퓨터게임에의 흥미를 잃어가며 PC사용에 있어 더욱 ‘실용적’으로 바뀌어간다는 것이다. 반면 남자아이들에게는 어릴때부터 10대 후반까지 PC가 컴퓨터게임 기계로 인식되고 또 사용되고 있다. 그러나 이런 설명은 어디까지나 서로 다른 조사로부터의 유추이기 때문에 좀더 세밀한 조사에 따라 그 타당성을 부여 할 수 있을 것이다.

Figure 3

Fig. 3: Computer activities performed at least once per week (reported by 12 to 19 year old youth in Germany) (in percent)



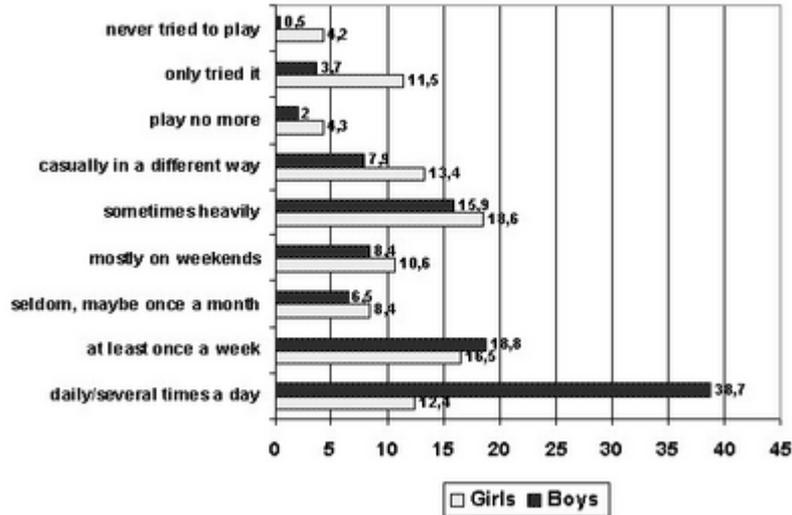
Note. Data from Feier-abend & Klingler, 2000: 26

## 2. 비디오와 컴퓨터게임 이용 동향

2000년에 행해진 본 조사에서는 과반수 이상의 남자와 29%의 여자가 ‘정기적으로 컴퓨터게임을 하는’ 것으로 나타났다. 그리고 40%의 남자와 51%의 여성이 ‘때때로 게임을 이용한다’고 답하고 있다. 또한 남자의 6%, 여자의 20%가 ‘게임을 하지 않는다’고 답했다. 단지 2.2%만이 ‘게임을 해본 적이 없다’고 말하고 있다. 그러나 여기에도 분명한 성별 차이가 나타나고 있다. 남자아이들이 여자들보다 더 규칙적으로 게임을 하고 있는 것으로 나타나고 있으며 이는 남자와 여자들의 여가선호도도 어느 정도 차이가 있음을 보여준다.

Figure 4

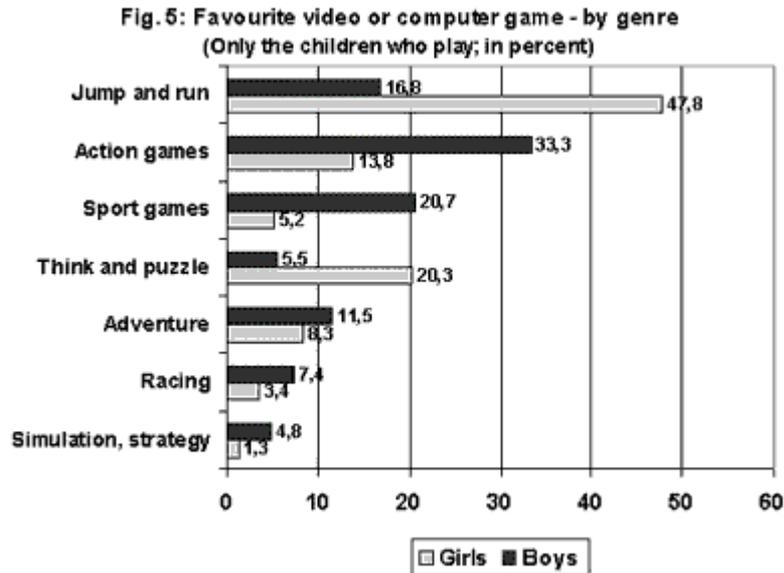
Fig. 4: Frequency of playing computer games (in percent)



두 번째 문제는 아이들의 선호게임과 관련된 것이다. 질문의 복잡성을 감소시키기 위해서 아이들에게 오픈된 질문을 던졌다. 그리고 나서 연구자들이 형태에 맞는 분류를 만들어내었다. 응답자 915명 대부분이 자기들이 좋아하는 게임의 이름을 말했고, 게임의 이름을 말하지 못한 응답자들도 조사자들에게 짧게 설명하거나 기술함으로써 정확히 분류에 포함시킬 수 있었다.

그 결과, 남자아이들과 여자아이들은 서로 다른 선호도를 갖고 있는 것으로 나타났다. 남자아이들의 선호게임은 ‘격투 액션 게임’이었으며(33%), ‘스포츠게임’(21%), 그리고 ‘플랫폼게임’(17%)으로 나타났다. 다른 한편 소녀들의 선호게임들은 ‘플랫폼게임’(48%), ‘퍼즐게임’(20%)으로 나타났다. 여기서도 성별 차이는 나타나고 있는데, 이러한 것은 대부분의 게임들이 여성캐릭터가 부족한 점, 그리고 여성들이 관심있어 하는 아름다움이나 사교 관계와 관련된 게임이 부족하기 때문에 나타나는 것이라고 평가할 수 있을 것이다.

Figure 5



### 3. 어린이들은 언제 컴퓨터게임을 하는가?

컴퓨터게임과 아이들에 대한 공공의 토론들이 많아지고 있다는 그 자체가 이제 아이들의 여가시간에서 지배적인 위치를 점하는 것으로서의 게임이 부각되고 있다는 점이고, 또한 동시에 독서나 스포츠처럼 중요한 여가활동의 새로운 대체물로 떠오르기 시작했다는 것이다. 때때로 이러한 토론에서 컴퓨터게임이 ‘여가의 실내활동 강화’와 ‘개인화 강화’라는 경향에 가속도를 붙이고 있다는 주장이 제기되기도 하였다. 사실 컴퓨터게임산업에서 성공하는 기업들이 속속 등장하고 있다는 그 자체가 아이들의 게임이용이 그만큼 늘었다는 것을 반증하는 것이기도 하다. 그러나 여기에는 또 다른 오해도 있다. 우리는 흔히 아이들이 컴퓨터 게임을 하는 데에는 어떤 특별하고도 매력적인 게임에의 속성과 동기가 있는 것이라고 흔히 분석하고 있으나, 의외로 상황적 요인에서 컴퓨터게임의 시장증가가 나타나는 것이라는 분석도 있다. 다음의 게임을 언제 하고 있는지에 대한 조사선택지의 개요를 보자.

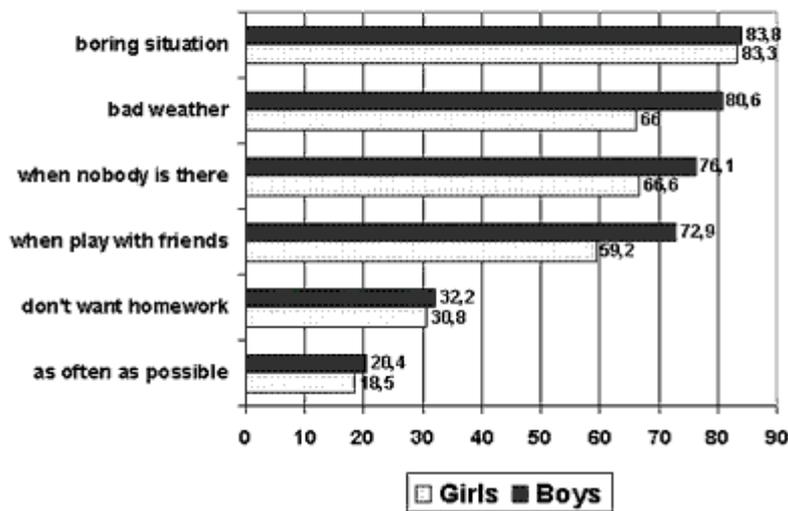
- 아무 할 일이 없을 때(심심할 때) : when there is nothing else to do (boring situation)
- 숙제를 하기 싫을 때 : when I don't want to do my homework
- 게임을 할만한 상황이 왔을 때마다 : in any possible situation (as often as possible)
- 아무도 같이 놀 사람이 없을 때 : when nobody is there to do something else with
- 같이 컴퓨터게임을 할 친구들이 있을 때 : when friends are there who play (computer games) with me

- 날씨가 안좋고 나가 놀 수 없을 때 : when the weather is bad and I cannot go outside

이 중에서 3개의 가능한 답을 선택하게 했다. ‘아무 할 일이 없는 심심한 상황일 때’에는 83%의 아이들, ‘날씨가 안좋고 나가 놀 수 없을 때’라고 응답한 사람은 소년 81%와 소녀 65%, ‘아무도 놀 사람이 없을 때’ 76%와 66%로 나타나고 있다. 즉, 이 조사에서 이야기하고 있는 것은 컴퓨터나 비디오게임이 다른 활동들 사이에서 남는 시간을 보내기 위한 미디어로 활용되고 있다는 것을 보여준다. 즉, 아이들은 다른 매력적 선택지에 접근하기 어려울 때에 게임을 선택하고 있다는 것이다. 이것은 유겐프리트츠의 연구에서 보였듯이 비디오와 컴퓨터게임이 ‘2차적 선택미디어’로 아이들에게 받아들여지고 있다고 봐야 할 것이다.

Figure 6

Fig. 6: When do children play computer games?  
(only those who play - agreement in percent)



즉, 이런 응답은 컴퓨터게임은 아이들이 홀로 있어도 또 친구들과 함께 있어도 게임을 할 것이라는 것을 유추하게 한다. 누군가와 함께 게임하는 비율은 여자아이들보다는 남자아이들에게서 높게 나타나고 있다(남자 74%, 여자 59%). 특히 소년들은 게임을 자기들 동년배 그룹활동과 거의 동일시하고 있었다. 이런 맥락에서 아이들은 서로 비교하고 경쟁하며 게임을 어느만큼 잘하는지를 보여주는 것이, 그리고 게임방법을 알려주고 함께 이야기하는 것이 중요한 사교생활의 일부분으로 자리잡혀 있음을 알 수 있다.

약 1/3의 아이들이 ‘학교숙제를 하고싶지 않을 때’ 컴퓨터게임을 하는 것으로 보고되고 있다. 그들에게 게임은 의무적 행위를 연기하거나 피하는 하나의 방법이 되고 있는 것이다. 이것은 컴퓨터게임의 상황이 어떤 특정한 상황과는 별개로 진행된 것임을 뜻한다. ‘가능한 시간

에 한다'는 것은 자주 게임을 하는 것보다도 등치될 수 있겠으나, 그 대답에는 자주 게임을 할 수 없다는 것과 가능한 자주 한다는 것이 동시에 담긴 응답이라 하겠다. '가능한 시간에 한다'는 응답자들의 성격을 좀더 구체적으로 보면 약 반정도(53%)가 '매일 게임을 한다'고 응답했고 나머지 47%는 '매일 하지 않는' 것으로 보고되고 있다.

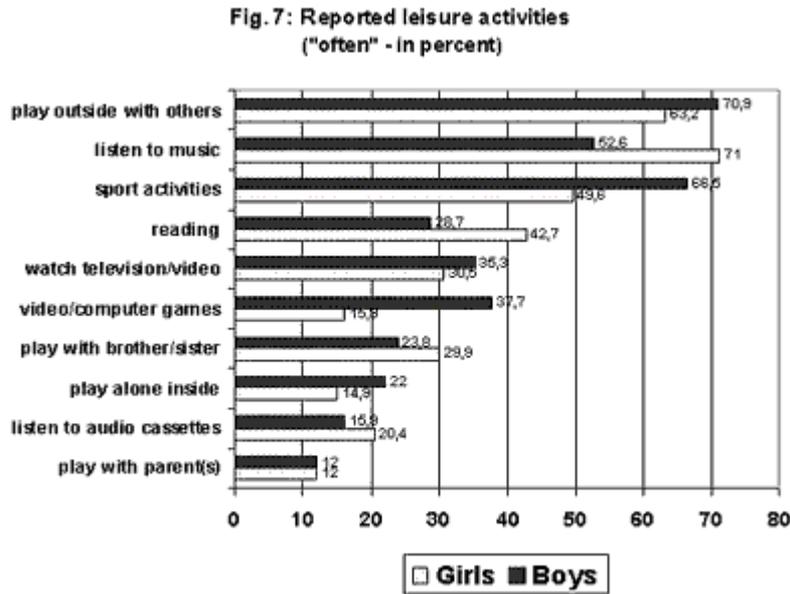
#### 4. 컴퓨터게임과 타 여가활동

컴퓨터게임이 타 여가활동을 대체하고 있는가의 문제는 이미 앞서 언급했지만, 아이들의 상황을 보면 적어도 대체가설을 지지하고 있는 것은 아니다. 여기서 아이들의 세밀한 여가활동에 대한 조사는 수행하지 않았으나 다음의 활동에 대해 '자주', '때때로', '하지 않는다'라는 세가지 수준으로 질문을 만들어 응답하도록 하였다.

- 음악 듣기 listening to music
- 실내에서 혼자 놀기 playing alone inside (not computer games)
- 실외에서 함께 놀기 playing outside together with others
- 독서 reading
- 텔레비전과 영화보기 watching television or video films
- 이야기 카세트듣기 listening to audio cassettes (tales and stories, not music)
- 컴퓨터와 비디오게임 playing computer or video games
- 부모와 놀기 playing with parent(s) (not computer games)
- 형제 자매와 놀기 playing with brother or sister (not computer games)
- 스포츠하러 나가기 going for sports
- 기타활동 other activities (open question)

동시에 아이들에게 가장 좋아하는 여가활동에 대한 질문도 던지고 나서 이러한 질문들을 참고로 하여 상호비교 조사를 한 뒤 나온 결과는 그렇게 눈에 띄는 특징들이 나타난 것은 아니었다. 결론적으로 컴퓨터게임이 전통적인 여가활동들과 비교했을 때 그렇게 큰 중요성을 보이지는 않는 것으로 조사된 것이다. 데이터 그림 7을 보면 이러한 결과를 확인할 수 있다.

Figure 7



상위 3개의 여가활동은 남자아이나 여자아이 공히 같은 것을 발견할 수 있는데, ‘실외에서 함께 놀기’와 ‘음악 듣기’, ‘스포츠 하기’가 그것이다. 그러나 순위는 좀 다른데 ‘음악 듣기’는 여자아이들이, ‘실외에서 놀기’나 ‘스포츠 하기’는 남자아이들이 높게 나타나고 있다. 상위 4개를 봤을 때는 남자아이와 여자아이의 의미있는 차이가 나타나고 있다. 여자아이들은 43%가 독서를 선택했는데 남자아이들은 4번째로 게임을 선택하고 있는 것이다.

Table 1: "Highscores" of reported leisure activities

순위	Boys		Girls	
1	playing outside with others	71%	listening to music	71%
2	going for sports / sport activities	67%	playing outside with others	63%
3	listening to music	52%	playing sports / sport activities	50%
4	playing video/computer games	38%	Reading	43%

그런데 주목할만한 것은 ‘텔레비전이나 비디오영화를 자주 본다’고 한 아이들은 많지 않았는데(단지 1/3정도에 불과), 반면 ‘텔레비전이나 영화보기’와 ‘컴퓨터게임하기’ 이 두 항목이 ‘때때로 한다’에서는 가장 상위에 랭크되었다(60%). 많은 연구들이 아이들의 텔레비전보기 시간에 대해 언급하고 있는데, 거의 모든 오디오미디어 연구에서 텔레비전이 가장 많이 소비하는 이용매체로 나타나고 있다. 예를 들어 유럽전체의 평균을 보면 텔레비전 이용시간이 하루 136분으로 오디오미디어의 90분에 비교해서 제일 높게 나타나고 있다. 독일의 경우만

따로 보면 텔레비전이 133분, 오디오미디어가 52분으로 나타나고 있다. 여기서 우리는 텔레비전과 게임이 아이들의 입장에서는 당연히 가장 지배적인 미디어인 것은 분명한다는 것을 알 수 있다. 그러나 여전히 여가활동에서는 지배적인 미디어로서의 역할을 충분히 보여주고 있다고는 말할 수 없을 듯하다.

아이들의 컴퓨터게임과 관련한 여가활동에 대해서는 다음과 같은 조사들이 수행되었고 여기에 대해 간단한 요약을 하면 다음과 같다.

남자아이들은 ‘매일 컴퓨터게임을 실내에서 혼자 한다’가 평균보다 높게 나오고 있다. (평균 22%와 비교해서 29%)

여자아이들은 ‘매일 텔레비전과 비디오영화를 시청한다’가 평균보다 높게 나오고 있다. (평균 30%에 비교했을 때 45%) 인터랙티브미디어의 이용이 전통적인 스크린미디어를 대체하고 있다는 증거는 아직 없는 것이다.

여자아이들의 경우 ‘스포츠를 해본 적이 없다’거나 ‘컴퓨터게임을 해본 적이 없다’는 비율이 평균보다 높게 나타나고 있다(9퍼센트 평균에 18%). 즉, 여기서 볼 때 남자아이나 여자아이나 컴퓨터게임에 의해서 스포츠활동을 적게 한다는 증거는 나타나지 않고 있다. 오히려 컴퓨터게임을 매일 하는 아이들이 스포츠활동에도 함께 참여하고 있는 경향이 나타나고 있다. (62%와 59%)

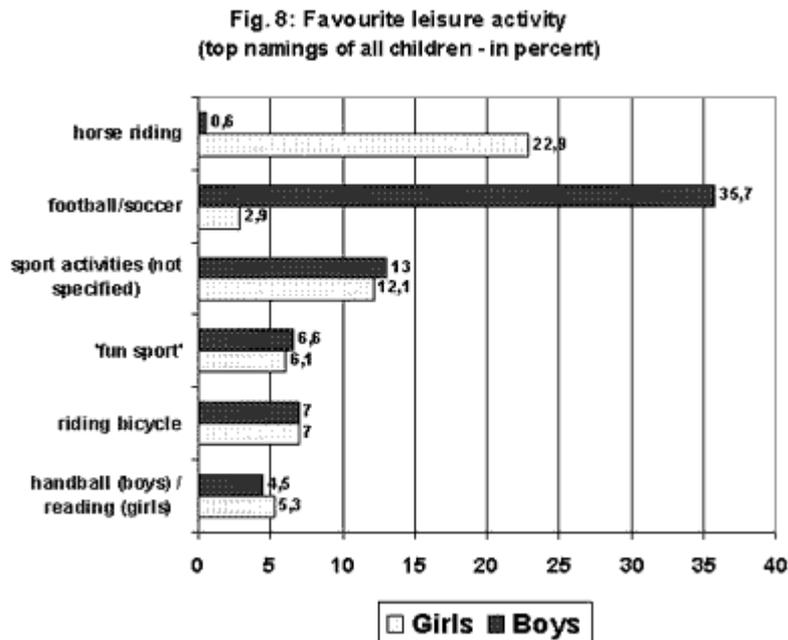
컴퓨터게임이 독서시간을 대체하고 있다는 증거도 나타나지 않고 있다. 얼핏 보기에 통계적으로 상관관계가 두 변수사이에 있는 듯하지만 분석을 좀더 심화시키면 이 이유는 성적인 차이에서 연유하는 것으로 나타나고 있다. 여자아이들이 남자아이들보다 독서를 좀더 많이 하지만 새로운 미디어에 대한 접촉은 훨씬 적게 나타나고 있다. 같은 성별그룹내에서는 컴퓨터게임과 독서사이에 어떤 상관관계도 나타나지 않고 있다.

그러므로 우리는 다음과 같은 결론을 내릴 수 있다. 컴퓨터게임은 다른 여가활동, 즉 스포츠나 독서같은 건전한 여가활동을 대체하는 것은 아니며 대신 다른 여가활동과는 다른 방식으로 결합되고 있는 것을 확인할 수 있다. 즉, 컴퓨터게임은 아이들이 심심해할 때, 다른 특별한 것을 할만한 것이 없을 때 이용되는 중요한 여가수단으로 등장하고 있는 것이다. 아이들의 일상생활에서 컴퓨터게임의 상관관계는 개인적인 격차와의 관련성으로 나타나는 것이지, 어떤 다른 여가활동의 대체나 변화를 수반하면서 나타나는 것은 아닌 것이다. 그러므로 우리의 가설, 즉 미디어가 전통적 시간활용 방식이나 다른 여가활동을 대체하는 것이 아니라 원래 아무것도 하지 않거나 특별히 할 일이 없었던 시간을 컴퓨터게임이나 미디어활용이 채워가고 있다는 가설을 결론으로 채택할 수 있는 것이다.

## 5. 여가선호 경향

아이들에게 여가활동에 대해 ‘자주’, ‘때때로’, ‘하지 않는다’란 질문 항목에 답하도록 한 것은 아이들의 여가활동구조를 살펴보기 위한 것이다. 더 많은 정보를 얻기 위해 개방형질문도 많이 활용하였다. 1,111명에 대한 조사에서 유효한 조사데이터로 980개를 확보하였고, 대부분의 아이들은 가장 좋아하는 여가활동으로 스포츠활동에 대해 다양한 답변을 제시하였다. 미디어와 관련된 여가활동으로는 독서가 가장 좋아하는 것으로 나타난 비율이 여자아이들 5%정도에 불과하였다. 몇몇 아이들은 승마, 핸드볼, 미식축구, 축구 등 특정한 스포츠분야를 답하기도 했으며 다른 아이들은 특정한 종류의 스포츠에 대한 언급없이 그냥 스포츠활동이라고 언급하고 있다. 즉, 현 시대의 아이들은 ‘스포츠적 아이들 sportive childhood’이라고 언급할만큼 스포츠활동에 빠져있다고 할 수 있다. 마찬가지로 여기서도 성별 차이가 두드러지는데, 승마, 풋볼, 독서, 핸드볼 등에서 성별 차이가 가장 두드러져 보인다.

Figure 8



이러한 선호여가활동에서도 컴퓨터게임에 대한 위의 가설이 지지되고 있다. 즉, 컴퓨터게임은 여가활동에서 2차적 활동이며 그들은 컴퓨터게임을 좋아하지만 가장 좋아하는 여가활동은 아직 아닌 것으로 나타나고 있는 것이다.

## 6. 컴퓨터게임과 사회적 상황들

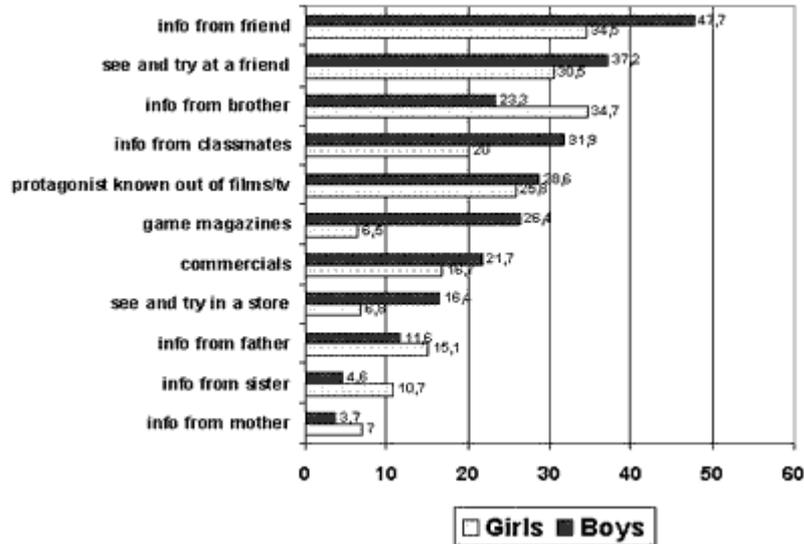
우리는 아이들과 관련된 컴퓨터게임문화와의 상호관련성에 대한 정보들을 얻기 위해 ‘좋은 게임 정보를 어디서 얻습니까?’ ‘당신은 누구와 함께 게임을 하십니까?’ 등의 질문을 활용하였다. 비디오와 컴퓨터게임들은 주로 동년배들과의 관계와 밀접히 연결되어 있었고, 반면 부모와 성인들은 주변적으로만 참여하고 있었다. 이런 현상은 소년들이나 소녀들이나 서로 비슷했으나 남자아이들의 경우가 평균적으로 다른 아이들과 함께 노는 것이 더 많았고 게임과 그와 관련된 이슈들에 대한 관심도도 훨씬 높았다.

‘친구들’이 게임과 관련된 문제에 있어서는 가장 비중있는 충고자이자 중개자로 나타났다. 재미있을만한 새로운 게임에 대한 이야기를 듣는 것도 친구들로부터이며, 여기에는 두 가지의 서로 관련된 커뮤니케이션 수단들이 있다. 하나는 친구들에게서 구두로 좋은 게임이 있다는 것을 듣는 것이며, 또 하나는 -이것이 더 광범위하게 활용되는 수단인데- 친구들 집에서 게임을 하다가 좋은 게임이라고 생각되는 것을 접하게 된다. 형제들도 여자 자매들보다는 훨씬 비중있는 영향력을 발휘하고 있다.(23%대 35%)

여기서 부모의 역할은 모호한 태도를 취하고 있다. 특히 어머니 쪽에서 그런 경향이 강하다. 즉, 대부분의 부모들은 -그들 부모들이 직접 아이들의 게임을 구매해주고 있음에도 불구하고- 아이들의 게임문화에 대해 긍정적으로 바라보고 있지 않다. 특히 부모들은 아이들 게임 시간과 폭력적 게임들에 대해서는 적극적으로 통제하려 하고 있다. 아이들의 70%가 자기들이 무슨 게임을 하고 있는지 그들 부모들이 잘 알고 있다고 답하고 있다. 그리고 20%는 자기들이 하고 있는 특정게임을 부모가 하지 못하게 한 적이 있다고 답하고 있다. 이는 대다수의 부모가 게임에 대해 회의적인 시각을 갖고 있다는 것을 뜻하며 긍정적 충고를 주지 못하고 있는 것으로 나타나고 있다. 그래서 아이들은 때때로 자기들이 무슨 게임을 하고 있다는 것을 부모에게 이야기하지 않고 게임을 하는 경우도 종종 있다고 고백하고 있다.

Figure 9

Fig. 9: Sources of information/advice about 'good' new games ("often" - in percent) (only children who play computer games)

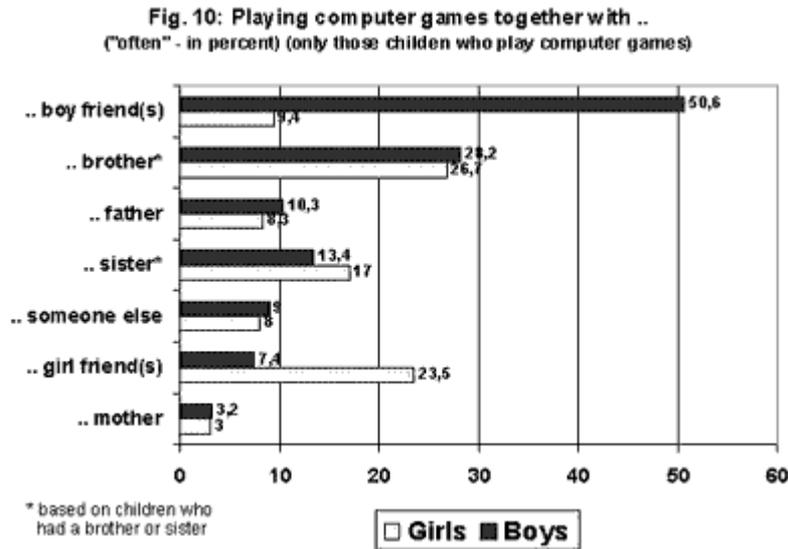


사회문화적 환경은 잘 아는 주위 사람들보다는 미디어들이 더 중요한 위치를 차지하고 있는 것으로 드러났다. 좋은 컴퓨터게임에 대한 정보에 대해서는 꽤 많은 수의 아이들이 다른 미디어에서 찾고 있다고 답하고 있다. 예를 들어 약 25%의 아이들이 ‘영화나 텔레비전의 주인공’이 있는 게임에 관심있고 좋아한다고 답하고 있다. 특히 주인공으로부터 게임에 관심을 갖게 되는 비율을 나이가 어릴수록 더 영향력이 컸다(7-8세). ‘광고’도 또한 새로운 게임에 대한 소개에 있어서는 영향력이 크게 나타나고 있다. 아이들의 18%이상(여자아이 16.7%, 남자아이 21.7%) 광고에서 좋은 정보를 얻고 있다고 응답했다. 광고와 주인공으로부터 좋은 게임에 대한 정보를 얻고 있다는 것이 어머니, 자매, 아버지 등 가족과 관련된 항목보다 훨씬 높은 비율을 갖고 있는 것은 주목할 만하다. 그리고 남자아이들의 경우 ‘tests in gamers’ magazine’ 등 ‘잡지’에서 좋은 정보를 얻고 있다는 비율이 세 번째 선택이유(22%)로 나타났다. 반면 ‘잡지’가 여자아이들에게는 적게 나타나(6%) 정보제공 채널로 많이 활용되고 있지 못한 것으로 보인다.

누구와 게임을 하는가란 것에 대한 조사에서는 비슷한 결론이 유도되었다. 게임은 가족생활 보다는 ‘동료들’(또래 친구들)과의 관계와 깊게 연결되는 것으로 나타났다. 부모는 다소간 외부적 방관자이며 단지 몇몇 사람만이 아이들의 게임문화에 적극적으로 참여했다. 이것은 텔레비전이나 책에 대해서 부모들이 적극적으로 개입하는 것과는 아주 다르게, 즉 다른 미디어와는 차별되게 나타나고 있는 점이 흥미롭다. 덧붙여 수치에서 확인할 수 있듯이 아이들의 준거집단은 같은 성별의 동년배 그룹으로 나타나고 있다. 남자아이들은 다른 남자아이

들과 게임하고, 여자아이들은 다른 여자아이들과 함께 게임하고 있다. 예외적인 것은 형제 자매 사이에는 그런 성별분리가 나타나지 않고 있다는 점이다.

Figure 10



## 7. 결론

본 조사와 연구에서 아이들의 게임문화에서 어떤 경종을 울릴만한 상황을 발견할 수 없었다. 컴퓨터게임을 많이 하는 아이들조차도 실외활동이나 스포츠활동 등 다른 활동들을 포기하지는 않았다. 또한 우리 연구결과는 게임이 사회적 고립을 야기하지 않은 것으로 보고되고 있다. 그리고 대부분의 경우 동년배관계가 잘 유지되고 있었다. 대부분의 아이들이 동년배들과 어울려서 여가활동을 즐기는 것으로 나타났다. 물론 그렇다고 하더라도 컴퓨터게임은 혼자 있을 때 놀만한 가장 매력적인 여가활동인 것만은 분명했다.

대부분의 경우 부모와 성인들은 아이들의 게임에 직접 관여하지는 않고 있다. 이것은 아이들의 미디어사용을 가정에서 직접 통제할 수 있는가 아니면 외부에서 예컨대 학교 등에서 해야 할 몫인가에 대한 문제를 일으킨다. 그리고 여전히 교육학적 관점에서 봤을 때 학교는 자라나는 아이들의 문화에 적극 개입하고 이를 자원으로 활용해서 교육을 실시해야 한다. 그런 관점에서 봤을 때 아이들의 인지력, 사교력, 신체적 능력을 개발시키기 위한 다양한 자원들을 확보하고 이를 아이들의 문화적 세계와의 관계 속에서 발전시켜야 할 것이다.