

챌린지에 나타난 Z세대의 협업 정보 활동*

- 국내 대학생을 중심으로 -

Analysis of Z Generation's Collaborative Information Activities through Challenges: Focusing on Korean College Students

강 지 혜 (Ji Hei Kang)**

< 목 차 >

I. 서론	IV. 대학생 설문 결과
II. 이론적 배경	V. 연구 분석
III. 연구 방법	VI. 결론 및 제언

요약: 본 연구는 대학생 설문을 통해 Z세대가 일상적으로 협업을 하면서 어떻게 정보와 상호작용하는지 그 과정과 양상을 설명하였다. 본 연구는 특별히 급진적 변화 이론(Radical Change Theory)을 적용하여 대학생은 챌린지를 어떤 플랫폼으로 진행하며 어떤 정보행동을 보이는지, 또한 어떤 변화하는 관점을 적용하는지 알아보았다. 대학생들은 인스타그램과 네이버 블로그 등의 플랫폼을 주로 활용하여 챌린지에 참여하였다. 이론의 정보탐색 유형 가운데 첫 번째 유형인 정보탐색의 변화 측면에서는, 정보를 탐색하는 방식이 10여 년 전 디지털 시대가 도래할 때와는 사뭇 다르게 폭넓고 다양한 정보 행동이 관찰되었다. 정보원은 디지털화된 정보원뿐만 아니라 전통적인 정보원인 단행본이나 인적 정보원도 활발하게 활용하였다. 복합 매체의 정보 종류를 가장 많이 활용하였으며, 챌린지를 위해서는 자발적으로 협업을 진행하였다. 정보 행동의 유형2인 변화하는 관점 측면에서 정보획득과 지식확보를 위한 주요 동기가 챌린지를 참여하게 하였으며, 상호영향의식, 사회적 참여의식과 정서적 연계 등의 공동체 의식을 느끼는 것으로 나타났다.

주제어: Z세대, 협업정보활동, 챌린지, 급진적 변화 이론

ABSTRACT: Through a survey of college students, this study explained the process and aspects of how Generation Z interacted with information while collaborating on a daily basis. Applying the Radical Change Theory, the study investigated the platforms through which university students engaged in challenges and their information behaviors. University students primarily participated in challenges using platforms such as Instagram and Naver Blog. In terms of changes in information seeking, which is the first type of information seeking in the theory, a wide and diverse range of information behaviors were observed, with the way of searching for information being quite different from when the digital age arrived 10 years ago. Information sources included not only digitalized ones but also traditional sources such as printed materials and personal contacts. The utilization of various media types was prominent, and collaborative efforts were voluntarily undertaken for challenges. In terms of changing perspectives, type 2 of information behavior, the main motivation for acquiring information and securing knowledge led to participation in the challenge. Participants exhibited a sense of community consciousness, including mutual influence awareness, social participation consciousness, and emotional connection.

KEYWORDS: Generation Z, Collaborative Information Activities, Challenges, Radical Change Theory

* 이 논문은 2021년 대한민국 교육부와 한국연구재단의 지원을 받아 수행된 연구임(NRF-2021S1A5A8073449).

** 동덕여자대학교 문헌정보학전공 부교수(jhkang@dongduk.ac.kr / ISNI 0000 0004 6815 0603)

• 논문접수: 2024년 2월 26일 • 최초심사: 2024년 3월 7일 • 게재확정: 2024년 3월 20일

• 한국도서관·정보학회지, 55(1), 173-192, 2024. <http://dx.doi.org/10.16981/kliss.55.1.202403.173>

* Copyright © 2024 Korean Library and Information Science Society

This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-NoDerivatives 4.0 (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>) which permits use, distribution and reproduction in any medium, provided that the article is properly cited, the use is non-commercial and no modifications or adaptations are made.

I. 서론

1. 연구 배경

코로나19는 전세계 팬데믹 상황을 야기하고, 사람들 간의 만남이나 대면을 극도로 축소시키는 경험을 남겼다. 학교나 직장처럼 사람들이 모여 이루던 사회가 온라인 수업이나 재택근무처럼 비대면으로 재편되었고, 외식이나 문화생활 역시 온라인으로 옮겨졌다. 코로나19 이후 삶은 그동안 상상하지 못한 방향으로 변화했으며, 인류는 변화에 적응하려 다양한 시도를 감행해야 했다. 디지털로 전환된 새로운 삶의 방식을 명명하기 위해 랜선생활, 온클, 헬린이, 확진자, 스테이케이션 등 신조어가 급증(박세희, 2021)하였으며, 온라인과 모바일로 옮겨간 삶의 터전으로 유튜브, 페이스북, 인스타그램 등 SNS 서비스뿐만 아니라 TikTok, IMDb, Fandom과 같은 동영상 위주 서비스나 WhatsApp, 당근마켓, 배민 등 새로운 어플리케이션이 인기를 끌었다.

급속한 디지털 전환 속 가장 변화에 빠르게 적응하고 활용을 한 세대는 디지털 네이티브, I-세대, net-gen이라고도 불리는 Z세대(Z generation, 1996/7-2012년생)이다. 이들은 디지털 세상에서 태어난 첫 번째 세대이며 인터넷, 스마트폰, 소셜미디어, 게임기, OTT 서비스 등을 당연시하는 환경에서 성장했다. 그들은 다양한 사회 관점을 이해하고 포용하며, 기계가 중심이 되어가는 사회에서도 음악, 자연, 관계 맺기를 통해 커뮤니티를 만들어내고 있다(Kuile, 2019). Z세대는 지극히 개인화되어 있지만, 동물권이나 여성/소수인종의 인권, 환경, 교육, 산업 등 사회 참여 활동이 필요한 부분에서는 적극적으로 본인의 목소리를 내며, 커뮤니티를 형성해 공동의 의사를 전달하기도 한다.

본 연구는 환경 변화를 바탕으로 Z세대의 대학생들이 일상생활에서 경험하는 정보와 상호작용하는 방식이나 그들의 정보행동을 파악하고자 한다. 또한 Z세대들이 커뮤니티를 생성하고 함께 협업하는 경우에 어떻게 정보를 수집하고, 이용하고, 공유하고 생성하는지를 파악하고자 한다.

2. 연구 필요성 및 목적

Z세대는 인구가 증가하고 온라인상에서 큰 힘을 발휘하고 있다. 일례로, Z세대는 이전의 세대보다 온라인 검색량이 월등하며(Pew Research Center, 2019), 온라인으로 소속감과 함께 있음을 증명한다(Kuile, 2019). 활발히 타인을 돕는 기부와 같은 소비, 동물 보호를 위한 소비를 착한 소비로 인식한다(엠브레인, 2020). 이런 Z세대가 어떻게 정보를 추구하고 이용하는지에 대한 연구는 그 집단에 대한 깊이 있는 이해를 할 수 있도록 돕게 될 것이다. 세대는 지속해서 변화하는 사회환경에 민감하게 반응을 하며, 특정 경험을 공유하는 집단끼리는 상이한 성격을 가지고 있다. 밀레니엄 이후 태어난 이들은 새로운 환경의 변화에 반응하고 있어 그 그룹에 대한 이해는 끊임없

이 이루어져야 한다. 특히 평생 교육과 거리를 뗄 수 없는 Z세대 학습자 그룹에 대한 연구는 지속적으로 이루어져야 한다.

문헌정보학계는 세대의 정보 행동에 대한 연구를 꽤 오랫동안 수행했으나, Z세대에 대한 연구는 그리 활발하지 않다. 또한 문헌정보학 이외의 분야에서 Z세대에 대한 연구는 대부분 스마트폰의 활용, 유튜브나 인스타그램을 활용한 생활, 마케팅 측면에서의 사용성, 소비자 그룹으로서의 특징이 대부분이며, 그들이 정보를 찾고 공유, 활용하는 방안에 대한 내용은 찾기 어렵다. 때문에 본 연구는 Z세대들이 어떤 방식으로 정보를 대하는지에 대한 연구를 착수하여 이 세대에 대한 연구를 시작할 것이다. 본 연구자는 추후 Z세대에 대한 연구를 지속적으로 수행하여 종단연구를 진행할 예정이며, 이를 계기로 새로운 세대에 대한 연구가 해외처럼 활발해질 것으로 예상된다.

II. 이론적 배경

1. 선행연구와의 비교

정보 행동(Information Behavior)에 대한 연구는 정보를 검색하여 활용에 이르는 사람들의 수동적이거나 능동적인 행동의 전체(Wilson, 2000)로 정의되며 이에 대한 연구는 길게는 한 세기 전부터 이루어졌다(Case, 2012). 정보 행동에 대한 연구는 1980년대 Wilson의 정보 행동 모형이 제시되면서 개인이 지닌 정보 요구, 요구를 충족하기 위한 정보 추구, 수집한 정보를 활용하는 정보 이용에 대해 활발히 연구되기 시작하였다. 컴퓨터와 인터넷을 기반으로 하는 기술과 의사소통을 위한 도구가 발달함에 따라 개인만이 아니라 조직이나 공동체로서 사람들의 모임이 어떻게 정보를 추구하고 활용하고 공유하는지를 살피기 시작하였다. 인류의 정보 행동은 협동 검색, 협동 탐색, 사회적 검색, 협업 필터링 등 다양한 양상으로 보고되었으며(Hyldegård, 2006; Morris & Horvitz, 2007; Romano et al., 1999), 그 연구대상은 시간이나 공간과 연계된 정보 행동까지로 확대되었다(Shah, 2012). 사람들이 협력을 하는 과정에서 보이는 정보 행동에 대한 연구에서는 이론적으로 완성된 모델을 만들려는 노력도 있었다(Golovchinsky, Pickens, & Back, 2009; Shah, 2012). 그러나 협업과 관련된 정보 행동에는 대상, 사회문화적인 특징, 협업이 이루어지는 맥락 등이 너무 다양하여 각 사례에 대한 연구가 지속적으로 이루어져야 하는 필요가 대두된다(Shah, 2012).

Z세대에 대한 분석은 경영학, 사회학, 심리학 분야에서 적극적으로 수행되고 있다. 하지만 그 세대가 결과적으로 어떤 행동을 보이는지, 좀 더 깊이 들어가 그들의 의도와 행동양상에 대한 분석이 대부분이다. 문헌정보학에서는 반세기 이상 사람들이 정보를 어떻게 찾고 평가해서 활용

하는지, 어떤 방식으로 공유하여 문제해결에 도움을 얻고 본인의 정보 요구에 응답해왔는지 연구해왔다(Dervin, 1998; Paul & Reddy, 2010; Weick, 1995). 그러나 대부분은 개인을 초점에 두고 연구를 진행했으며, 최근 10년 전쯤부터 협업을 통한 정보 행동에 대해 살피기 시작했다. 사회가 복잡해지고 개인이 혼자 의미를 생성(sense-making)하기 보다는 사회·환경적 요소가 복합적으로 의미생성에 큰 영향을 미치게 되면서 협업 정보 행동이 중요한 부분으로 상정되었다(Paul & Reddy, 2010; Shah, 2012). 하지만 국내의 협업 정보 행동 연구(CIB: Collaborative Information Behavior)는 아직 걸음마 단계이며, 특히 한 세대를 중심으로 한 연구가 드물어 본 연구는 국내의 Z세대에 대한 CIB 연구 초석을 다지고자 한다.

국내에서의 협업에 대한 정보 행동 연구는 2012~2014년 이지수와 나경식(이지수, 2013a, 2013b; 이지수, 나경식, 2014)에 의해 수행된 연구가 대부분이며, 2019년 강지혜의 연구가 검색된다. 이지수의 연구에서는 대학원생들이 온라인 토론 게시물에서 어떤 협업을 수행하는지, 어떤 정보 행동을 보이는지를 분석하여(이지수, 2013a) 관련된 이론을 정리, 분석하는 연구를 진행하였다(이지수, 2013b). 2014년 간호학과 학부생들이 협동하여 정보 행동을 수행하는지에 대한 연구가 있었으며(이지수, 나경식, 2014), 2019년 강지혜는 수도권의 중고등학생들이 교육활동 가운데 어떤 협업 정보 행동을 보이는지 분석하였다. 하지만 이후 협동이나 협업에 대한 정보 행동 연구는 찾기 어려웠다. 본 연구자는 그 이유를 협동 연구의 정보 행동 분석은 흐름을 파악하는 것이 복잡다단하고, 연구의 대상 그룹마다 특이한 성격과 문맥이 있는 어려움 때문으로 분석한다(Shah, 2015). 때문에 본 연구는 협업이 증가하고 중요성이 증대되는 데에 비해 연구가 잘 수행되지 못하는 상황을 극복해보고자 한다.

2. 급진적 변화 이론

정보 행동에 대한 연구는 문헌정보학계의 발전상에 비취 비교적 신생 분야로, 대부분의 이론은 모델링 단계에 속하며, 이 모델들은 다각도로 테스트될 필요가 있다(Koh, 2013). 본 연구는 급진적 변화 이론(Radical Change Theory) (Dresang, 2008)을 분석의 틀로 활용하고자 한다. 급진적 변화 이론은 Dresang 교수가 어린이책의 변화를 연구하기 위해 창안하였는데, 이후 다양한 어린이, 청소년 대상 정보 행동 분석을 위한 연구에도 활용되고 있다. 국내에서는 어린이책을 분석하는 틀로 활발히 활용되며, 해외의 최근 연구는 게임 디자인을 위한 정보 행동 연구(Karch, 2020), 청년들의 디지털 작문 연구(Yates, 2020)에서 활용된 바 있다.

급진적 변화 이론은 사람들의 정보 행동 변화와 그 주변 변화를 살펴보기 위해 발전하고 있다. 급진적 변화 이론이 관찰하는 분야는 크게 4가지로 나눌 수 있다(Dresang, Koh 2009). 우선 디지털 시대가 도래하면서 ‘디지털 시대의 원칙’이라는 시대 배경을 분석하는 방법이 있는데 상호작용(Interactivity),

연결성(Connectivity), 접근(Access)으로 정의된다. 두 번째 분야는 사람들이 활용하는 ‘정보원’에 대해 분석하는데 어떤 종류와 형식의 정보원이 활용되는지, 관점과 경계는 어떻게 변화하는지를 살핀다. 세 번째 분야는 ‘정보 행동’으로 본 연구가 측정하고자 하는 바를 나타낸다. 정보 행동은 학습 추구 시 행동은 어떻게 변화하는지, 청소년들의 관점은 어떻게 달라졌는지, 정보에 접근하는 경계는 어떻게 변화했는지를 연구한다. 마지막 분야는 이런 변화가 ‘21세기 역량’인 정보리터러시, 비판적 사고법, 관용, 협업 등에 어떻게 영향을 끼치고 있는지에 대한 조사이다.

Dresang과 Koh(2009)이 분석한 청소년들의 정보 행동 특징은 ‘유형 1: 정보 탐색과 학습의 양식 변화’, ‘유형 2: 변화하는 관점’, ‘유형 3: 경계 변경’으로 나누어 분석할 수 있다. Dresang과 Koh(2009)의 연구결과에 따라 급진적인 변화 유형, 연구 질문, 그리고 그 특징이 <표 1>과 같이 분석되었으며, 본 연구는 저자들이 분석한 내용을 기반으로 설문을 구성하였다.

<표 1> 급진적인 변화 유형별 연구 질문과 특징

급진적인 변화 유형	연구 질문	특 징
유형 1: 정보 탐색과 학습의 양식 변화	그들은 어떻게 정보를 추구하고 학습하는가?	다양한 미디어 소스를 통해 정보 얻기
		그래픽 및 시각적 정보에 대한 선호도 표출
		다중작업
		정보를 비선형적, 비순차적으로 추구하기
		이용자 스스로 경로를 정의하고 제어
유형 2: 변화하는 관점	그들은 어떻게 자신과 다른 사람들을 인식하는가?	스스로를 위한 의견 표현하기
		정보를 생성하여 스스로의 정체성을 증명
		유연하고 다각적인 아이덴티티를 묘사
		다양한 시각에서 정보를 접근
유형 3: 경계 변경	그들은 어떻게 정보에 접근하고 커뮤니티를 찾는가?	다양한 정보에 즉각적으로 접근
		공동으로 정보를 찾고, 공유하고, 생성
		새로운 유형의 소셜 네트워크 형성
		커뮤니티 참여

정보탐색 변화를 추적하기 위해서 연구 질문은 연구대상자가 어떻게 정보를 추구하는지 질문을 하게 되는데, 저자들은 2009년 논문에서 디지털시대에 도래할수록 다양한 미디어 소스와 시각적 정보가 선호됨을 밝힌바 있다. 또한 비선형적이고 비순차적인 정보추구와 다중작업, 이용자 스스로 경로를 제어하는 모습이 관찰되었다. 이어 유형2에서는 변화하는 관점을 나타내기 위해 연구대상자는 어떻게 자신과 타인을 인식하는지를 알아본다. 2009년 연구에서는 디지털시대에는 스스로 정보를 생성하여 아이덴티티를 증명하고자 하는 흐름과 스스로를 위한 의견을 표현하는 흐름이 목격된 바 있다. 본 연구는 디지털시대의 청소년에서 관찰된 정보 행동을 코로나19시대 대학생들의 정보 행동 비교하여 어떤 차이가 있는지를 분석하고자 한다.

본 연구에서 활용한 급진적 변화 이론(Dresang, 2008)은 젊은 세대가 정보를 어떻게 활용하는

지를 관찰하는 새로운 모델이며, 모델이 소개된 미국에서는 교육학, 아동문학, 정보 행동 분야에서 검증단계를 거치고 있다(Dresang & Koh, 2009). 하지만, 모델로써 다양한 맥락과 상황에서 시험해봐야 할 필요가 있으며, 시공간의 한계에 따른 수정보완 사항도 도출될 필요가 있다. 본 연구는 급진적 변화 이론을 활용하여 질적 연구를 수행하고 이론의 개선에 기여하고자 한다. 더불어 국내 연구 커뮤니티에도 급진적 변화 이론을 더욱 활발하게 소개하려는 의도도 있다.

3. 챌린지

Z세대는 다양한 정보 행동을 보이고 있지만, 본 연구는 그들의 협업 정보 행동(CIB)에 대한 기초 연구로 세대를 대학생으로 한정하고 협업은 2020년 큰 반향을 일으킨 챌린지 부분으로 한정하여 연구를 착수하여 현실적으로 수행될 수 있게 설계하였다. 원래 도전이라는 뜻을 가진 챌린지(challenge)는 아이스버킷 챌린지를 시작으로 어떤 미션을 수행하고 이를 다른 사람들이 이어가는 행위를 말한다(대학내일20대연구소, 2020). 챌린지의 유형은 크게 유희형 챌린지와 공익형 챌린지로 나눌 수 있으며, 유희형은 참여 방식에 따라 이용자가 노출되는 노출형과 비공개되는 비노출형으로 나눌 수 있다(김용태, 2020). 본 연구는 노출형, 유희형 챌린지와 공익형 챌린지에 참여한 Z세대를 대상으로 그들이 ‘함께’ 공유하는 문화에서 어떤 정보 행동을 보이는지 분석하였다. ‘아이스버킷 챌린지’는 루게릭병에 대한 일반인들의 관심을 환기시켰으며, ‘덕분에 챌린지’는 코로나19로 지친 의료진에게 감사를 전했다. 그밖에 ‘아무노래 챌린지’는 틱톡 영상 조회수가 1억뷰를 넘어섰으며, ‘어디갈래 챌린지’는 코로나19로 여행을 떠나지 못하는 사람들에게 위로를 전하기도 했다. 이런 챌린지는 코로나19시기 Z세대들에게 열풍적인 인기를 얻었으며, 재미를 추구하던, 공익을 추구하던 그 목적과 관계없이 Z세대의 자발적인 참여를 이끌어냈다. 본 연구는 Z세대가 공유하는 이 협업 문화에 얹힌 정보 행동을 분석하는데 중점을 두고자 한다.

III. 연구 방법

본 연구는 Z세대에 대한 초기 연구로 대상을 대학생, 협업을 챌린지로 범위를 한정하였으며 대상과 방법에 대해 알아보기 위해 설문지법을 활용하였다. 기존의 연구에서 Z세대는 소셜네트워크 서비스를 활용하여 온라인 기부를 활성화하였으며, 지원할 수 있는 방안을 제시하는 등 사뭇 다양한 방법을 활용하여 협업을 이루어 내고 있는 모습이 관찰되었다(Dean, 2020). 설문의 내용은 기존 세대와는 다르게 Z세대가 이루고 있는 느슨한 협업에 대해 조사하여 그 안에 내포된 정보 행동과 디지털 시대의 원칙을 조사하고자 하였다.

본 연구는 Z세대가 일상적으로 협업을 하면서 어떻게 정보와 상호작용하는지 그 과정과 양상을 설명하고자 한다. 더불어 Z세대가 협업하는 경우 정보를 수집하는 방법, 이용하고 공유하는 양상 등을 분석하였다. 이에 상세한 연구 질문은 아래와 같다.

연구질문 1: 대학생들은 어떤 방법을 활용하여 정보를 찾고 학습하는가?

연구질문 2: 대학생들은 자신과 타인을 어떻게 인식하고 있는가?

연구질문 3: 대학생은 정보에 어떻게 접근하고 상호작용하는가?

설문지는 Dresang과 Koh(2009)가 발견한 급진적인 변화 유형의 특징을 질문하는 문항으로 구성하였다. 다만 저자들은 협업에 대한 정보 행동을 연구한 것이 아니어서, 유형 3의 상호작용에서 공동체 의식과 관련한 설문은 최정화의 2012년 연구에서 빌려 구성하였다.

챌린지에 참여한 경험이 있는 Z세대 500명을 대상으로 온라인 설문을 진행하여 급진적 변화 이론에 대한 요소와 전 단계에서 중요하게 도출된 요소에 대해 구체적으로 질문하였다. 2022년 4월 26일~28일 전국의 대학생 500명을 대상으로 설문을 진행하였다. 설문은 엔트러스트 서베이에 의뢰해 온라인으로 진행되었으며 대학생이라면 누구나 응답할 수 있고, 설문을 중간에서 자유롭게 그만둘 수 있도록 설계하였다. 설문은 모든 응답을 마친 패널 500명의 응답만을 선착순으로 마감했으며, 설문지 응답 결과는 바로 엑셀로 변환하여 SPSS 25 통계 프로그램을 사용하여 기술통계 분석을 실시하였다.

IV. 대학생 설문 결과

1. 일반 내용

본 설문의 총 응답자 수는 500명으로, <표 2>에 나타났듯이 평균연령은 23.2세이다. 응답자의 65.4%가 여성이었으며 대학교 4학년이 응답자의 36.0%로 가장 많았다. 챌린지 참여 시 주로 활용 플랫폼을 최대 3개 선택하는 질문에 334명(32.4%)의 응답자가 인스타그램을, 192명(18.6%)의 응답자가 네이버 블로그를 선택하여 과반이 넘는 51%의 응답이 인스타그램과 네이버 블로그에 집중된 것을 볼 수 있다. 이후 네이버 카페 9.7%, 틱톡 8.5%, 페이스북 8.2%순으로 나타났다. 우리나라 대학생의 경우는 네이버 플랫폼에 의지하는 경우가 높은 점이 눈에 띈다. 네이버의 블로그(18.6%), 카페(9.7%), 밴드(5.9%)를 합치면 전체 플랫폼의 34.2%를 차지하여 1위를 차지한 인스타그램(32.4%)보다 활용도가 높은 것을 알 수 있다.

〈표 2〉 설문참여자의 일반사항

구분	전체 (n=500)	
연령(세)	23.2	±2.3 ¹⁾
성별		
여자	327	(65.4) ²⁾
남자	173	(34.6)
학년(대학교)		
1학년	68	(13.6)
2학년	99	(19.8)
3학년	145	(29.0)
4학년	180	(36.0)
5학년 이상	2	(0.4)
휴학 등 기타	6	(1.2)
챌린지 참여 시 활용 플랫폼(n=1,032)	명	비율
네이버 밴드	61	(5.9)
네이버 블로그	192	(18.6)
네이버 카페	100	(9.7)
라인	19	(1.8)
에브리타임	30	(2.9)
왓츠앱	6	(0.6)
인스타그램	334	(32.4)
카카오토리	29	(2.8)
트위터	48	(4.7)
틱톡	88	(8.5)
페이스북	85	(8.2)
기타	40	(3.9)

1) 평균±표준편차

2) N(%)

2. SNS에서의 챌린지와 관련된 정보 행동

본 설문에서는 덕분에 챌린지, 아무노래 챌린지, 어디갈래 챌린지, 고고챌린지 등 대학생들이 챌린지를 진행하기 위한 정보를 얻기 위한 ① 정보원, ② 챌린지를 진행하기 위해 주로 찾아보는 정보의 유형(종류), ③ 챌린지를 위해 의견을 나누는 과정, ④ 자료 공유 방식, ⑤ 챌린지의 결과물 등을 살펴보았다.

① 챌린지를 진행하기 위한 정보원: SNS에서의 챌린지를 진행하기 위한 관련 정보를 얻기 위한 정보 행동을 살펴보면 〈표 3〉과 같이 서적의 경우 일반책(50.4%)과 전자책(53.0%) 모두 주 5회 이상 활용하는 경우가 50% 이상으로 나타났다. 부모님/형제자매에게서 정보를 얻는 빈도는 주 5회 이상이 41.4%로 가장 높았다. 인터넷의 경우 주 5회 이상 활용하는 빈도가 트위터 49.6%로 가장 높았다.

〈표 3〉 SNS에서의 챌린지 관련 정보를 취득하기 위한 정보원

구분	정보원의 종류	주5회 이상	주1~3회 이상	월1~4회 이상	가끔 이용	전혀 이용하지 않음
	정보원					
서적	일반책	252(50.4) ¹⁾	105(21.0)	70(14.0)	51(10.2)	22(4.4)
	전자책	265(53.0)	101(20.2)	60(12.0)	54(10.8)	20(4.0)
주위사람	친구	66(13.2)	180(36.0)	122(24.4)	110(22.0)	22(4.4)
	부모님/형제자매	207(41.4)	130(26.0)	81(16.2)	61(12.2)	21(4.2)
	선후배	180(36.0)	159(31.8)	83(16.6)	64(12.8)	14(2.8)
	SNS지인	92(18.4)	141(28.2)	120(24.0)	114(22.8)	33(6.6)
인터넷	검색	46(9.2)	118(23.6)	109(21.8)	124(24.8)	103(20.6)
	기타서비스(카페 등)	126(25.2)	124(24.8)	86(17.2)	115(23.0)	49(9.8)
	페이스북	206(41.2)	102(20.4)	72(14.4)	78(15.6)	42(8.4)
	트위터	248(49.6)	94(18.8)	69(13.8)	60(12.0)	29(5.8)
	인스타그램	78(15.6)	99(19.8)	103(20.6)	111(22.2)	109(1.8)
	유튜브	66(13.2)	100(20.0)	113(22.6)	114(22.8)	107(21.4)
	기타	225(45.0)	106(21.2)	73(14.6)	72(14.4)	24(4.8)

1) N(%)

② 챌린지를 진행하기 위해 주로 찾아보는 정보의 유형(종류): 챌린지 진행을 위해 찾아보는 정보의 유형으로는 〈표 4〉에서 기술한 바와 같이, 기타(인스타그램, 다이렉트메시지 등의 복합 매체 정보, 대화나 경험 등의 직접적인 체험)의 유형을 주 5회 이상 찾아보는 경우가 61.4%(307명)로 가장 많았다. 이어 빈도수가 많은 정보의 유형은 소리/음향으로 월 1~4회 이상 찾아보았다는 의견이 27.2%(136명)를 차지하였다. 이미지/그림은 가끔 이용이 164명(32.8%)으로 가장 높은 비율을 나타냈으며, 문자(글) 역시 가끔 이용이 138명(27.6%)으로 가끔 이용하는 비율이 높게 나타났다.

정보의 종류 가운데, 문자(글)은 '주1~3회 이상' 찾아보는 비율이 24.4%, '월1~4회 이상'이 23.6%, '가끔 이용'이 27.6%로 나타나 각 빈도 구분을 선택한 응답자가 비슷하게 나뉘는 현상이 관찰되었다.

〈표 4〉 챌린지 진행을 위해 찾아보는 정보의 유형

정보의 종류	주5회 이상	주1~3회 이상	월1~4회 이상	가끔 이용	전혀 이용하지 않음
문자(글)	60(12.0) ¹⁾	122(24.4)	118(23.6)	138(27.6)	62(12.4)
이미지/그림	55(11.0)	96(19.2)	110(22.0)	164(32.8)	75(15.0)
소리/음향	80(16.0)	93(18.6)	136(27.2)	128(25.6)	63(12.6)
동영상(영화, 유튜브 포함)	42(8.4)	79(15.8)	115(23.0)	155(31.0)	109(21.8)
기타	307(61.4)	57(11.4)	88(17.6)	40(8.0)	8(1.6)

1) N(%)

③ 챌린지를 위해 공동 작업 진행 방법: 응답자 가운데 누군가와 함께 하는 경험이 없다는 비율은 39.4%(197명)로 상대적으로 낮았으며, 반면에 응답자의 60.6%는 챌린지 공동 작업 경험이 있다고 응답하였다. 즉, 응답자의 과반 이상이 챌린지 참여시 다른 사람과 의견을 나누는 작업을 하고

있는 것으로 나타났다.

공동 작업 시 의견을 나누는 방식을 최대 2개까지 고르라는 질문에는 총 438건의 답변이 등록되었다. 공동작업 시 인터넷 메신저를 통해 의견 및 파일 등을 공유한다는 답변이 50.5%로 가장 높은 순위를 차지하였다. 카페, 홈페이지 등 인터넷 가상공간에서의 공동 작업은 28.3%로 그 다음 순위를 차지하였다. 이메일로 작업을 공유하는 방식(6.8%)은 오프라인으로 직접 만나 의견을 나누는 방식(14.4%)보다 더 낮은 것으로 조사되었다.

〈표 5〉 챌린지 참여 시 공동 작업 현황

구 분	전체 (n=500)	
공동 작업 여부		
있음	303	(60.6) ¹⁾
없음	197	(39.4)
공동 작업 시 의견 및 파일 공유 방법(n=438)		
인터넷 메신저(카톡이나 페이스북 쪽지 등)	221	(50.5)
인터넷 가상공간(카페, 홈페이지, 파일공유 등)	124	(28.3)
이메일	30	(6.8)
오프라인으로 직접 만남	63	(14.4)
기타	0	(0.0)

1) N(%)

④ 자료 공유 방식: 챌린지 수행을 위해 자신이 찾은 자료를 다른 사람에게 공유한다고 응답한 경우는 전체 응답자의 59.6%(298명)를 차지하여 공동으로 작업을 진행하는 경우(60.6%, 303명)와 비슷한 수준의 답변이 수집되었다. 자료를 공유하는 방법 가운데 많이 사용하는 방법을 최대 2가지 골라 달라는 질문에는 총 422건이 응답하였다. 그 가운데 44.3%가 자신의 SNS를 통해 내가 찾은 자료를 공유한다고 응답하였으며, 인터넷 메신저(카톡이나 페이스북 쪽지 등)로 공유하는 경우는 39.6%에 이르러 전체 응답의 83.9%(354건)가 SNS나 메신저를 통해 자료를 공유하고 있는 것으로 분석되었다.

〈표 6〉 챌린지 참여 시 자료 공유 방식

구 분	전체 (n=500)	
내가 찾은 자료 타인 공유 여부		
예	298	(59.6) ¹⁾
아니오	202	(40.4)
많이 사용하는 자료 공유 방법 (n=422)		
이메일이나 클라우드 서비스(구글 드라이브, Dropbox 등)	65	(15.4)
나의 SNS	187	(44.3)
인터넷 메신저(카톡이나 페이스북 쪽지 등)	167	(39.6)
기타	3	(0.7)

1) N(%)

⑤ 챌린지의 결과물: 챌린지 참여 결과물의 형태는 동영상이라는 응답자가 182명(36.4%)으로 가장 많았으며, ‘이미지/사진:손으로 쓴 노트/종이를 디지털화’ 142명(28.4%), ‘이미지/사진: 전자기기를 사용하여 디지털 파일로 제작’ 116명(23.2%)의 순으로 조사되었다.

〈표 7〉 챌린지 결과물

구 분	전체 (n=500)	
챌린지 참여 결과물 형태		
동영상	182	(36.4) ¹⁾
소리/음향	41	(8.2)
이미지/사진: 손으로 쓴 노트/종이를 디지털화	142	(28.4)
이미지/사진: 전자기기를 사용하여 디지털 파일로 제작	116	(23.2)
기타	19	(3.8)

1) N(%)

3. 챌린지 진행 시 상호작용

이어 대학생들이 챌린지를 진행할 때 어떤 형태의 상호작용이 일어나는지를 알아보았다. ① 챌린지를 어떤 방식으로 참여하고 있는지, ② 챌린지를 참여하는 동기는 무엇인지, ③ 챌린지를 참여하며 가장 크게 느낀 점을 무엇인지를 이론에 의해 조사하였다.

① 챌린지 참여 방식: 챌린지 참여에 대한 적극도를 알아보기 위해 챌린지 참여방식에 대해 조사하였다. 챌린지 진행 시 타인과의 상호작용 관련 문항에서 참여 형태는 “챌린지에 “좋아요” 등으로 의견 표시”가 39.6%로 가장 높게 나타나 본인의 의사를 표현하는 수준으로 챌린지에 참여하는 것으로 분석되었다. 직접 챌린지에 참여하는 응답자는 125명으로 응답자의 1/4이 챌린지를 본인이 경험하는 것으로 나타났다. 나만의 챌린지를 직접 만들고 공유하는 가장 적극적인 응답자는 11명으로 전체 응답자의 2.2%만을 차지하여 극히 소수만 챌린지를 생성하는 것으로 나타났다.

〈표 8〉 챌린지 진행 참여 방법

구 분	전체 (n=500)	
참여 형태		
다른 챌린지를 일방적으로 시청하거나 소비	83	(16.6) ¹⁾
챌린지에 “좋아요” 등으로 의견 표시	198	(39.6)
지인들과 챌린지 링크를 나누며 공유	69	(13.8)
직접 챌린지에 참여	125	(25.0)
챌린지를 직접 만들어 공유	11	(2.2)
기타	14	(2.8)

1) N(%)

② 챌린지의 참여 동기: SNS의 이용 동기는 여러 연구가 진행되었으나 본 연구에서는 최정화의 2012년 연구에서 활용한 문항을 차용했다. 챌린지에 왜 참여하는지를 묻는 질문에서는 대학생들이 주로 정보추구에 의해 챌린지에 참여하는 경향이 있음이 드러났다. 정보를 얻기 위해 참여를 결심하게 된다는 응답자는 171명으로, 전체 응답자 중 34.2%를 차지했다. 더불어, 오락추구(119명, 23.8%)와 자기지위추구(116명, 23.2%) 역시 상당한 참여 동기로 작용하는 것으로 나타났다.

〈표 9〉 챌린지 참여 동기

구 분	전체 (n=500)	
챌린지 참여 동기		
대인관계 추구	94	(18.8) ¹⁾
정보추구	171	(34.2)
자기지위추구	116	(23.2)
오락추구	119	(23.8)

1) N(%)

③ 챌린지를 진행하며 느낀 공동체 의식: 챌린지 참여에 따라 참여자들이 어떠한 공동체의식을 가장 크게 느끼는지를 분석하기 위해 문항을 최정화의 2012년 연구에서 빌려 구성하였다. 응답자들은 챌린지를 진행하며 상호영향의식을 느낀다는 답변이 가장 높은 점수를 보였다. 상호영향의식을 느낀 참여자는 163명으로, 전체 응답자의 32.6%를 차지했다. 두 번째로는 사회적 참여의식이 110명(22.0%)으로 나타났으며, 이어서 정서적 연계가 103명(20.6%)으로 그 뒤를 이었다. 구성원의식은 71명(14.2%)으로, 공익추구적 태도는 53명(10.6%)으로 낮게 조사되었다.

〈표 10〉 챌린지 참여시 느낀 점

구 분	전체 (n=500)	
챌린지를 참여하며 가장 크게 느낀 점		
구성원의식	71	(14.2) ¹⁾
상호영향의식	163	(32.6)
정서적 연계	103	(20.6)
공익추구적 태도	53	(10.6)
사회적 참여의식	110	(22.0)

1) N(%)

V. 연구 분석

5장은 앞장 설문에 나타난 결과를 통해 대학생들이 챌린지를 진행하며 어떤 정보 행동을 보이는지, 그리고 어떤 상호작용을 진행하는지 해석한다.

1. SNS에서의 챌린지와 관련된 정보 행동

연구 기간인 2022년은 3월 코로나19 확진자의 숫자가 오미크론 변이로 인해 60만 명을 기록하며 정점을 찍었으며, 설문이 진행된 4월은 점진적 일상회복을 추진하던 시기이다(보건복지부, 2022). 설문조사 시작 이틀 전부터 사적모임 10인 허용, 행사나 집회 299인까지 확대, 격리의무는 7일로 조정 등 코로나 완화가 시작되었다. 하지만 실내외 마스크는 착용의무가 있던 시기인 만큼 챌린지와 관련된 정보 행동에 어느정도 영향을 끼쳤을 것으로 분석된다.

코로나19 시기 대학생들은 챌린지와 관련한 정보를 취득하기 위해 다양한 SNS 플랫폼을 활용하였다. 이 시기만해도 페이스북과 트위터를 활발히 사용하였으며, 인스타그램과 유튜브가 성장하던 시기였음을 알 수 있다. 또한 사적인 모임이 최소화되던 시기에 주위 사람 중에서도 친구와 부모님/형제자매가 챌린지 관련 정보를 얻는 데 중요한 역할을 한다는 것을 알 수 있다. 특히 친구의 비중이 높았는데, 사회적인 관계가 챌린지에 대한 정보 소통에 큰 영향력을 발휘했음을 증명하였다. 또한 외출이 자유롭지 않았던 시기에 일반책과 전자책을 통해서도 챌린지에 대한 정보를 활발하게 취득했음을 알 수 있다.

코로나19로 자유로운 일상이 보장되지 않았던 때, 대학생들은 복합적인 유형의 정보를 적극적으로 소비하였으며, 특히 이미지/그림과 동영상에 챌린지 관련 정보를 찾아보는 데 높은 비중을 차지하는 것으로 나타났다. 시각적인 자료가 챌린지에 대한 이해와 관심을 높이는 데 유용하게 활용되었다는 점을 시사한다. 또한 텍스트 정보인 문자(글)도 상당한 비중을 차지하고 있는 것을 확인하였는데, 이는 여전히 텍스트 형식의 정보가 챌린지 관련 정보를 얻는 데 중요한 역할을 하고 있음을 시사한다.

60%가 넘는 대학생들이 챌린지에 참여하기 위해 공동 작업을 진행하면서 협업을 진행하였다. 기존 이지수(2013a)의 연구에서는, 국내 대학생들은 온라인 토론 게시판에서 협업을 진행할 때는, 협업이 시작되고 본격적으로 진행되는 시기에 다다를 때까지 협업에 부정적인 정서가 있다는 점을 밝혔다. 하지만 본 연구에서 진행한 챌린지의 경우는 코로나19 때문에 사적모임이 자유롭지 않았음에도 챌린지 참여자 60% 이상이 가까이 협업을 진행하는 등 적극성은 보였다. 이런 협업은 대부분 인터넷 메신저와 인터넷이라는 가상공간에서 이루어졌다. 아무래도 물리적인 만남이 원활하지 못하던 때 가상공간을 활용하여 타인과 의사를 소통하고, 보다 구조적으로 파일을 관리

하거나 공동 작업을 진행한 것으로 보인다.

코로나19 초기에는 덕분에 챌린지나 일기쓰기 챌린지처럼 사진/이미지의 활용이 많았으나 설문 이 시행된 2022년에는 챌린지의 결과물 형태에서는 동영상 제작하는 비중이 가장 높게 나타났다. 시각적으로 다양한 정보를 전달할 수 있으며 자신의 활동을 더욱 생생하게 공유하고자 할 때 유용한 형식이 강조된 것을 알 수 있다.

2. 챌린지에서 나타난 상호작용

대학생은 설문에서 다른 챌린지를 단순히 시청하거나 소비하는 참여 형태 보다는 ‘좋아요’를 누르는 등으로 의견을 표시하거나 지인들과 챌린지 링크를 공유하는 활성화된 방식을 선호하였다. 적어도 챌린지에 대하여 대학생들은 단순히 온라인에서 게시물이나 영상을 소비만 하고 참여하지는 않는 이용자(lurker)의 수준을 넘는 적극성을 지니고 있다는 점을 관찰할 수 있었다. 직접 챌린지에 참여하는 참여 형태 역시 상당한 비중(25.0%)을 차지하고 있는데 이는 대학생들이 챌린지에 개입하고 자신의 참여를 통해 콘텐츠를 생산하고 공유하는 것을 선호한다는 것을 시사한다.

챌린지의 참여 동기를 분석하면서, 본 연구는 대학생들이 새로운 정보 습득과 지식 확장을 위해 챌린지에 참여하는 경향이 강하다는 점을 밝혔다. 다음 순으로 자기지위추구와 오락추구의 동기가 있어 대학생들이 자신의 실력 향상이나 경쟁에서의 성취를 위해 챌린지에 참여하는 경향이 있음을 알 수 있다. 흥미롭게도 최정화(2012)의 연구에서는 집단지성에 큰 영향을 미치는 요인이 이용 동기임을 밝히고, 그 하위 요인으로 정보추구가 집단지성에 가장 큰 영향력을 미쳤다고 분석하였다. 정보를 원하고 지식을 강화하려는 인간의 욕구가 챌린지와 집단지성에 가장 중요한 요소로 작용하였다는 것으로 보아, 추후 대학생들이 챌린지에 참여하는 동기에 관한 정량적인 연구를 진행하여 정보추구 동기가 챌린지와 집단지성에 대한 영향력을 얼마나 가졌는지를 파악하는 연구가 필요하겠다.

본 연구의 결과는 챌린지 참여가 참여자들에게 다양한 인지 및 감정적 영향을 미치며, 특히 상호영향의식과 사회적 참여의식이 상대적으로 높은 경향을 보인다는 점을 밝혔다. 이에 반해 공익추구적 태도는 다른 측면에 비해 상대적으로 낮은 비중을 차지하고 있다. 이는 챌린지 참여가 주로 개인적인 목표 달성이나 사회적 상호작용에 초점을 맞추고 있으며, 참여자들이 더욱 개인적인 이유로 인해 활동하는 경향을 보이고 있다고 해석할 수 있다. 공동체의식은 최정화(2012)의 연구에서 집단지성을 강화하는 매개효과를 가져왔다. 다만 해당 연구에서는 사회적 참여의식과 공익추구적 태도가 그 매개효과가 가장 크다고 분석하였는데, 본 연구에서 챌린지의 경우는 상호영향의식(32.6%)과 사회적 참여의식(22.0%)의 비중이 커 공익을 추구하기보다는 나와 다른 사

람 간 영향을 주고받는다라는 의식이 더 강한 것으로 비교할 수 있다.

3. 이론적 시사점

본 연구는 이론적 배경이 된 급진적 변화 이론(Radical Change Theory) (Dresang, 2008)을 챌린지의 주제로 확대함을 또 다른 목적으로 한다. 그간 급진적 변화 이론은 게임 디자인을 위한 정보 행동 연구(Karch, 2020), 청년들의 디지털 작문 연구(Yates, 2020)에서 활용되었으나, 챌린지에서 적용된 적은 없었다. 코로나19 이후 Z세대의 협업을 위한 정보 행동이 온라인 세계로 급속하게 확대된 바, 그들의 정보 행동과 심리적인 상호작용에 대해 알아보았다.

Dresang과 Koh(2009)이 분석한 디지털 시대의 청소년 정보 행동과 코로나19시대의 대학생 챌린지를 위한 정보 행동은 '유형 1: 정보 탐색과 학습의 양식 변화'에서 대학생들은 원저자들의 연구결과처럼 시각적 정보를 많이 활용하고 다양한 미디어 소스를 통해 정보를 얻고 있는 것으로 분석되었다. 다만 코로나19의 특수성 때문에 주변의 인적 정보원(가족, 선후배, 친구 등)을 통해서도 자주 정보를 수집하는 것으로 보였다. 디지털시대의 특징인 다양한 미디어 정보원에 코로나19라는 시대적 상황으로 인적 정보원의 의존도가 높아졌다는 사실이 흥미롭다. 정보원에서 그랬듯이 코로나19는 디지털화된 공간에서의 협업뿐만 아니라 의견을 나누거나 파일을 공유할 때 직접 만남(14.4%)을 가능하게 하기도 하는 등 온/오프라인을 모두 활용할 수 있는 장을 마련하였다. 본 연구가 특징적으로 포함한 정보 행동은 사람들 간의 협업이다. 챌린지라는 행동이 자발성에 기인하고 대학생들은 협업 시 부정적인 감정을 많이 나타냄에도 불구하고 챌린지를 수행할 때 대학생들은 기꺼이 공동으로 작업을 진행(60.0%)하고, 내가 찾은 자료를 타인과 공유(59.6%)하고 있다. 코로나19로 개인 간의 단절이 극심했던 시기의 연구임에도 대학생들은 협업하는 정보 행동을 보여주었는데, 그 연유를 파악하고자 '유형2: 변화하는 관점'을 살펴보았다. 원저자들이 디지털시대의 청소년 정보 행동을 분석할 때는 청소년들은 정보를 만들어 본인의 정체성을 드러내었다고 분석하였는데, 대학생들이 챌린지에 참여할 때는 정보추구 동기가 크게 작동하였다. 대학생들은 챌린지를 통해 본인을 드러내기 보다는 정상적인 학교생활이 어려운 가운데 다양한 주제나 활동에 대해 깊이 이해하고 관련 지식을 얻기 위한 노력의 일환으로 챌린지를 대하는 것으로 분석된다. 또한 상호영향의식이라는 공동체 의식을 많이 느끼고 있는데, 어떤 공동의 목표를 달성하기 위해 서로의 역할과 기여도를 인식하고, 협력하여 공동의 목표를 달성하기 위한 노력으로 보인다. 챌린지라는 자발적인 행동은 대학생들이 상호영향의식을 느끼게 하여 협업과 성취감을 공유하도록 하여 공동체 의식을 더욱 강화시키는 것으로 분석된다.

VI. 결론 및 제언

본 연구를 통해 학문적으로 Z세대의 협업 정보 행동(CIB) 연구가 시작되어, 아직 활성화되지 않은 국내 CIB연구에 반환점이 될 것으로 기대한다. 또한 대학생이라는 특정 집단의 정보 행동을 발견하여, 급진적 변화 이론(Radical Change Theory)이 다루지 않았던 Z세대의 변화까지 모색할 수 있게 되었다.

연구결과 코로나19 시기 대학생들은 인스타그램을 챌린지에 참여하는 데 활발하게 이용하여 주로 동영상이나 이미지/사진을 활용하여 활동을 기록하고 공유하는 데 활용하였다. 동시에 네이버 블로그나 트위터와 같은 텍스트 기반의 플랫폼도 다수 이용하였는데, 주로 글을 작성하고 의견을 나누는 데 활용하였다.

급진적 변화 이론에서 다루는 정보 행동의 유형1에서는 정보를 탐색하는 방식이 10여 년 전 디지털 시대가 도래할 때와는 사뭇 다르게 폭넓고 다양한 정보 행동이 관찰되었다. 정보원의 측면에서, 디지털화된 정보원만은 이용하는 것에 그치지 않고 전통적인 정보원인 단행본이나 인적 정보원도 활발하게 활용하는 모습을 볼 수 있었다. 정보의 종류 역시 가장 활발하게 사용하는 종류는 복합 매체로 나타나 디지털 시대의 다양한 미디어 소스에서 한발 더 나아간 양상을 보여주었다. 굳이 강요하지 않아도 챌린지를 위해서 대학생들은 공동 작업이나 자료 공유 등의 협업을 진행하였다. 대학생들은 주로 가상의 공간에서 의견을 개진하고 파일을 공유하는 방법을 활용했으며 SNS를 통해 내가 찾은 자료를 공유하였다.

정보 행동의 유형2인 변화하는 관점에서 대학생들의 챌린지는 다양한 동기에 의해 이뤄짐을 알 수 있었다. 정보추구 동기는 챌린지 참여에 큰 영향을 미치며, 정보획득과 지식확보를 위한 주요 동기로 작용하였다. 또한, 자기지위추구, 대인관계 추구, 등의 동기도 챌린지 참여에 영향을 미쳤다. 대학생들이 챌린지를 하며 느낀 공동체 의식은 상호영향의식, 사회적 참여의식과 정서적 연계로 나타나 사회적 대의를 추구하기보다 개인적인 네트워킹과 참여 방식의 한 방법으로 느끼는 것으로 분석되었다.

본 연구는 급진적 변화 이론이라는 새로운 이론을 적용하고 검증하여 국내외 학계에서 이론이 더욱 활발하게 활용될 수 있도록 징검다리 역할을 수행하였다. 기 언급했듯, Z세대는 밀레니엄, X세대와는 사뭇 다른 특징을 가진, 개인화되었지만 온라인상에서 네트워크를 떠난 적이 없는 세대이다. 그들은 기존의 세대와는 다른 방식으로 정보를 검색하고 생산하며 공유하고, 나름의 의도와 영향력을 가지고 정보를 활용하며, 의사소통하고 연결되는 방식 또한 기존과는 차별된다. 때문에 이들의 정보 행동과 관련된 사회적인 심리가 함께 분석된다면 이들을 타겟으로 한 다양한 서비스 기획이나 마케팅에 도움이 될 것이다.

참 고 문 헌

- 강지혜 (2019). 중고등학생의 학업 수행을 위한 협업정보행동 연구 - 수도권을 중심으로. 한국도서관·정보학회지, 50(4), 405-428.
- 김용태 (2020). MZ세대 공략, 틱톡인스타 ‘#챌린지’로 하라. 출처: <https://brunch.co.kr/@thesmc/3>
- 대학내일20대연구소 (2020). (밀레니얼-Z세대) 트렌드 2021 : 국내 유일 20대 전문 연구소의 코로나19 이후 MZ세대 관찰기. 고양: 위즈덤하우스.
- 박세희 (2021. 2. 24.). 코로닉·오버줌·스펜데믹·... 세계는 지금 ‘신조어 팬데믹’. 문화일보, 출처: <http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2021022401071230307001>
- 보건복지부 (2022. 4. 15.). 포스트 오미크론에 따른 점진적 일상회복 추진. 출처: 공식 블로그 <https://blog.naver.com/mohw2016/222701799908>
- 엠브레인 (2020). 코로나 시대에 부쩍 단단해진 ‘연대의식’? ‘착한 소비’의 필요성에 더욱 많이 공감하는 모습. 출처: <https://www.trendmonitor.co.kr/tmweb/trend/allTrend/detail.do?bIdx=1961&code=0404&trendType=CKOREA>
- 이지수 (2013a). 그룹 연구 과제에서의 협동적 정보행태 연구. 한국문헌정보학회지, 47(3), 97-117.
- 이지수 (2013b). 정보행태 연구 분야에서 협동적 정보행태 모형의 비교·분석 연구. 정보관리학회지, 30(3): 183-205.
- 이지수, 나경식 (2014). 간호학과 학생들의 협동적 정보행태에 대한 만족도와 정서적 경험에 관한 연구. 한국문헌정보학회지, 48(3), 193-215.
- 최정화 (2012). SNS 이용이 대학생들의 정치효능감과 정치참여에 미치는 영향. 정치커뮤니케이션 연구, 27, 369-408.
- Case, D. O. (2012). Looking for Information: a Survey of Research on Information Seeking, Needs, and Behavior (3rd ed.). U.K.: Emerald Group.
- Dean, J. (2020). Student perceptions and experiences of charity on social media: the authenticity of offline networks in online giving. Voluntary Sector Review, 11(1), 41-57.
- Dervin, B. (1998). Sense-making theory and practice: an overview of user interests in knowledge seeking and use. Journal of knowledge management, 2(2), 36-46.
- Dresang, E. T. (2008). Radical change revisited: Dynamic digital age books for youth. Contemporary Issues in Technology and Teacher Education, 8(3), 294-304.
- Dresang, E. T. & Koh, K. (2009). Radical change theory, youth information behavior,

- and school libraries. *Library Trends*, 58(1), 26-50.
- Golovchinsky, G., Pickens, J., & Back, M. (2009). A taxonomy of collaboration in online information seeking. *arXiv preprint arXiv:0908.0704*.
- Hyldegård, J. (2006). Collaborative information behaviour exploring Kuhlthau's Information Search Process model in a group-based educational setting. *Information Processing & Management*, 42(1), 276-298.
- Karch, M. (2020). The information behavior of adults in independent game design. *ALISE 2020 Proceedings*. 418.
- Koh, K. (2013). Theory-to-research-to-theory strategy: a research-based expansion of radical change theory. *Library & Information Science Research*, 35(1), 33-40.
<https://doi.org/10.1016/j.lisr.2012.09.003>
- Kuile, C. T. (2019). How Gen Z is solving America's crisis of isolation. *Pacific Standard*. Available: <https://psmag.com/ideas/generation-z-is-finding-community-and-connection-in-new-ways>
- Morris, M. R. & Horvitz, E. (2007). SearchTogether: an interface for collaborative web search. Paper presented at the Proceedings of the 20th annual ACM Symposium on User Interface Software and Technology. Newport Rhode Island, USA.
- Paul, S. A. & Reddy, M. C. (2010). Understanding together: Sensemaking in collaborative information seeking. Paper presented at the Proceedings of the 2010 ACM Conference on Computer Supported Cooperative Work. Savannah Georgia, USA.
- Pew Research Center (2019). Generation dominates online searches for information on the post-Millennial generation. Available:
https://www.pewresearch.org/fact-tank/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/ft_19-01-17_defininggenerations_generationzdominates/
- Romano, N. C., Nunamaker, J., Roussinov, D., & Chen, H. (1999). Collaborative information retrieval environment: Integration of information retrieval with group support systems. Paper presented at the Systems Sciences, 1999. HICSS-32. Proceedings of the 32nd Annual Hawaii International Conference on.
- Shah, C. (2012). *Collaborative Information Seeking: the Whole Greater than the Sum of All*: Springer.
- Shah, C. (2015). Collaborative information seeking: From 'what?' and 'why?' to 'how?' and 'so what?'. In Hansen, P., Shah, C., & Klas, C.-P. eds. *Collaborative Information*

Seeking.: Springer, 3-16.

Weick, K. E. (1995). Sensemaking in Organizations (Vol. 3): Sage.

Wilson, T. D. (2000). Human information behavior. Informing Science, 3(2), 49-56.

Yates, S. G. (2020). Writing digital culture into the young adult novel. Intellect, 10(1), 59-70.

• 국한문 참고문헌의 영문 표기

(English translation / Romanization of references originally written in Korean)

Choi, Jounghwa (2012). The influence of SNS use on political efficacy and political participation among Korean college students. Political Communication Research, 27, 369-408.

Embrain (2020). The 'sense of solidarity' has become stronger in the Corona era? There seems to be more sympathy for the need for 'good consumption'. Available: <https://www.trendmonitor.co.kr/tmweb/trend/allTrend/detail.do?bIdx=1961&code=0404&trendType=CKOREA>

Kang, Ji Hei (2019). A study on collaborative information behavior for high school students' academic performance: focused on the metropolitan area. Journal of Korean Library and Information Science Society, 50(4), 405-428.

Kim, Youngtae (2020). Target the MZ generation with TikTok Instagram '#Chall-enge'. Available: <https://brunch.co.kr/@thesmc/3>

Lee, Jisu (2013a). Exploring collaborative information behavior in the group-based research project: content analysis of online discussion forum. Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 47(3), 97-117.

Lee, Jisu (2013b). A comparative analysis of collaborative information behavior models in information behavior research. Journal of the Korean Society for Information Management, 30(3), 183-205.

Lee, Jisu & Na, Kyoungsik (2014). Undergraduate nursing students' user satisfaction and affective experiences of collaborative information behavior. Journal of the Korean Society for Library and Information Science, 48(3), 193-215.

Ministry of Health and Welfare (2022, April 15). Promoting gradual recovery of daily life according to Post-Omicron. Available: <https://blog.naver.com/mohw2016/222701799908>

Park, Sehui (2021, February 24). Coronic, Overzoom, Spendemic... The world is now experiencing a 'new word pandemic'. Munhwa Ilbo, Available:

<http://www.munhwa.com/news/view.html?no=2021022401071230307001>

University Tomorrow 20s Research Institute (2020). (Millennials - Generation Z) Trend 2021: Observation of the MZ Generation after COVID-19 by Korea's only Professional Research Institute for People in their 20s. Goyang: Wisdom House.